



طرح پیشنهادی

پکیج کسب و کار آنلاین جیبرس

ارائه شده توسط ارمایل®

با شتاب روزافزون سرویس‌های مدرن، نیاز به گسترش فعالیت در بستر اینترنت افزایش یافته و دوران ظهور سرویس‌های آنلاین نرم‌افزاری، برای پاسخ‌گویی به نیاز کاربران است.

در همین راستا جمعی از متخصصین باتجربه‌ی طراحی وب در ایران، تحت عنوان نام تجاری **ارمایل**، با بکارگیری آخرین فناوری‌ها و رعایت استانداردهای گوناگون طراحی در دنیا، در تلاش برای ارتقای فرهنگ وب در جامعه‌ی ایرانی با نگاه بین‌المللی و ارائه‌ی سرویس‌های جهانی هستند.

طرح پیش‌رو یک مجموعه کامل برای رفع نیازهای کاربران توسط کسب و کار الکترونیکی بر بستر اینترنت است. تمامی افراد ایرانی و خارجی دارای یک دستگاه دیجیتالی می‌توانند به عنوان کاربران تحت پوشش این سرویس به حساب آیند. تنها پیش‌نیاز استفاده از این سرویس، دسترسی به اینترنت است.

فهرست

تیرماه ۱۳۹۵

۵.....	مقدمه
۷.....	بیان مساله و ضرورت و اهمیت آن
۹.....	بررسی پکیج جیپرس
۱۰.....	۱. سرویس مدیریت فایل تلمبار
۱۳.....	ویژگی‌های کلیدی
۱۴.....	منابع کسب درآمد
۱۵.....	سوابق مشابه
۱۷.....	شیوه رقابت
۱۸.....	۲. شبکه پرداخت آنلاین
۱۹.....	سوابق مشابه
۲۰.....	۳. سامانه جامع کالا
۲۲.....	ویژگی‌های کلیدی
۲۳.....	سوابق مشابه
۲۳.....	۴. سیستم خرید و فروش
۲۶.....	۵. مجموعه مدیریت مالی جیپرس
۲۶.....	انبارداری
۲۷.....	عملیات مالی و بانکی
۲۸.....	سرویس مدیریت کیف پول شخصی
۳۰.....	سوابق مشابه
۳۱.....	۶. سرویس پخش سریع
۳۲.....	سوابق مشابه
۳۳.....	بررسی سرشمار
۳۳.....	مقدمه
۳۵.....	آشنایی با نظرسنجی و ضرورت و اهمیت آن



۳۹	تاریخچه نظرسنجی
۴۰	مزایای نظرسنجی اینترنتی
۴۲	معایب نظرسنجی اینترنتی و راه‌حل‌های سرشمار
۴۵	تشریح سرشمار
۴۶	ویژگی‌های کلیدی
۴۶	بدون تبلیغات
۴۶	رایگان برای کاربران عادی
۴۶	کسب درآمد برای کاربران
۴۷	ارائه خدمات از طریق تلگرام
۴۷	تعیین جامعه آماری هدف
۴۸	مشاهده نتایج به تفکیک جامعه آماری
۴۸	چندزبانه بودن
۴۹	درختواره سوالات
۴۹	سوالات تشریحی (سوالات باز)
۵۰	پرسش‌نامه
۵۱	برگزاری آزمون آنلاین
۵۱	خصوصی کردن نتایج
۵۱	خروجی از نتایج
۵۲	برندینگ (White-label product)
۵۲	برگزاری کمپین و مسابقات و قرعه‌کشی
۵۳	الگوریتم تخصصی امتیازدهی (تحقیقات علمی)
۵۳	جزئیات نموداری
۵۳	تحلیل تشریحی از نتایج
۵۴	سوالات چندرسانه‌ای



۵۴.....	تعیین محدودیت برای پاسخ‌دهی
۵۵.....	منابع کسب درآمد
۵۵.....	مشتریان عادی
۵۶.....	مشتریان تجاری
۵۷.....	مشتریان سازمانی
۵۷.....	سوابق مشابه



مقدمه

کسب و کارهای الکترونیکی یکی از بهترین و مدرن‌ترین راهکارهای کسب درآمد با عمری کمتر از دو دهه است. تجارت در فضایی بی‌واسطه، سریع، کم‌هزینه و با کمترین محدودیت. استفاده از کسب و کارهای الکترونیکی مخاطبان بسیاری را فارغ از زمان و مکان دسترسی آنان به اینترنت برای ما به همراه داشته و به نسبت کسب و کارهای سنتی در زمان بسیار کوتاه‌تری امکان رشد وجود دارد.

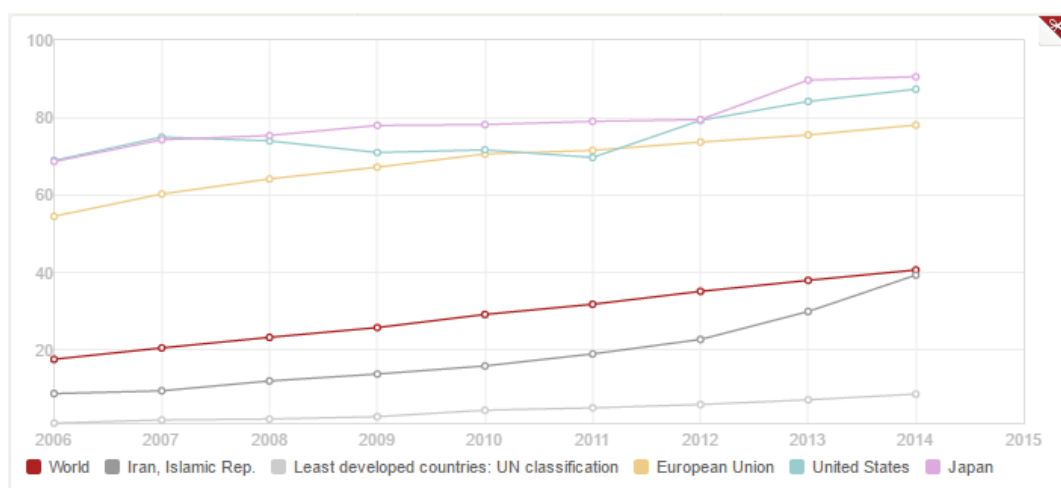
امروزه با نگاه به پیشرفت سریع تکنولوژی و همه‌گیر شدن وسایل ارتباطی همچون تلفن همراه و تبلت‌ها و کتابخوان‌ها و نوت‌بوک‌ها، نگرش جامعه به استفاده از این دستگاه‌ها، روز به روز در حال افزایش است که خود دلایلی در خور بحث دارد. این سرعت رشد بخصوص در سال‌های اخیر شتابی غیرقابل پیش‌بینی به خود گرفته و به صورت تصاعدی در حال افزایش است.

در کنار افزایش استفاده از وسایل دیجیتالی، استفاده از اینترنت نیز در سال‌های اخیر رشدی پرسرعت به خود گرفته است و آینده این لوازم دیجیتالی به اینترنت گره خورده است به طوری که شاهد هستیم مهم‌ترین سرویس‌های مورد نیاز کاربران به صورت آنلاین و از طریق بستر اینترنت ارائه می‌شود و با اطمینان می‌توان گفت که در آینده نه چندان دور، تمام این سرویس‌ها به صورت آنلاین خواهد بود.



برای روشن‌تر شدن ابعاد نفوذ اینترنت در جامعه ایرانی و جهانی و پیش‌بینی آینده آن، با نگاهی به نمودار درصد نفوذ اینترنت در ایران و برخی از کشورهای جهان در سال‌های اخیر به‌سادگی می‌توان دریافت که این میزان به‌طور فزاینده‌ای در حال رشد است.

به گونه‌ای که در حال حاضر درصد نفوذ اینترنت در کشور حدود ۴۰ درصد است و این در حالی است که این میزان در کشورهای توسعه یافته حدود ۸۰ درصد می‌باشد. هر چند برخی از سازمان‌های داخلی آمار کشور را بیش از ۶۰ درصد را ارائه می‌نمایند. در هر صورت افزایش فزاینده کاربران اینترنت و تاثیر بالای آن بر زندگی مردم نکته‌ای انکار ناپذیر است.



نمودار رشد کاربران اینترنت ایران، از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴

نمودار تعداد کاربران اینترنت به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت ایران را نشان می‌دهد.^۱

¹ <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2/countries/1W-IR-XL-EU-US-JP?display=graph>



حال با نگاهی به آینده پیش‌رو که در آن دستگاه‌های دیجیتالی به عنوان ابزاری برای استفاده از سرویس‌های آنلاین هستند، می‌توان همگام با تکنولوژی روز دنیا پیش رفته و پیش از رسیدن به آن روز، به فکر آن بوده و خود را برای آن آماده کرد.

بیان مساله و ضرورت و اهمیت آن

از نخستین روزهای پیدایش مفهوم کسب و کار الکترونیکی از کاهش زمان و صرفه‌جویی در هزینه به عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این سبک جدید کسب و کار نام برده شد. البته ویژگی‌هایی هم‌چون کاهش هزینه‌های تدارکات و معاملات، افزایش مدیریت بر روابط مصرف‌کننده و عرضه‌کننده و کارکنان، کاهش آلودگی‌های محیط زیست و دستیابی به بازارهای جدید هم به عنوان مزایای کسب و کار الکترونیکی معرفی شد.

ارتباط بی‌واسطه با مشتری و ارتباط تعاملی و ارائه سرویس مدرن و کارآمد که به بهبود عملکرد زندگی مشتریان بینجامد علاوه بر موفقیت ما در کسب و کارمان افق‌های جدیدی را به روی جامعه می‌گشاید. امکاناتی که تا پیش از این به سختی قابل دسترس بود توسط راهکارهای مدرن نرم‌افزاری به راحتی قابل حل بوده و تلاشی برای بهبود سطح زندگی در جامعه و یک خدمت اجتماعی به حساب می‌آید.



جیبرس با هدف حذف دغدغه‌های مالی عموم جامعه از شرکت پخش گرفته تا فروشندگان و مخصوصاً خریداران کالا مطرح شد. این طیف گسترده برای استفاده از این سرویس، تنها نیاز به یک دستگاه دیجیتالی و اینترنت دارند. جیبرس به سادگی امکان تبدیل کسب و کارهای سنتی به یک کسب و کار الکترونیکی و یا ارتقای کسب و کار الکترونیکی موجود را ممکن می‌سازد و به فروشندگان این امکان را می‌دهد که تنها بر روی تجارت خود تمرکز داشته باشند و نگران پلتفرم کسب و کار خود نباشند.

برای راه‌اندازی و تکمیل پروسه مورد سفارش، جیبرس نیاز به چند سرویس جانبی به شرح زیر است که در ادامه به توضیح جزئیات هر کدام از این سرویس‌ها پرداخته‌ایم.

۱. سرویس مدیریت فایل | تلمبار ۸
۲. شبکه پرداخت آنلاین ۱۶
۳. سامانه جامع کالا ۱۸
۴. سیستم خرید و فروش ۲۱
۵. مجموعه مدیریت مالی | جیبرس ۲۴
۶. سرویس پخش سریع ۳۰

به طور کل، پروسه سفارش از کارخانه تا رسیدن آن به مشتری نهایی شامل پخش و زنجیره تامین و ثبت سفارش و ارسال سریع آن به همراه چند بخش جانبی توسط این سرویس ارائه می‌شود.



به دلیل ماهیت این سرویس و توانایی استفاده آن توسط هر شخص و سازمانی جدا از مکان، نگرش ما به طیف مشتریان منحصر به ایران نبوده و نگاهی بین‌المللی به کاربران این سرویس‌ها داریم. چشم انداز ما استفاده یک درصد از کاربران اینترنت از مجموعه سرویس‌های ارائه شده توسط ماست. سرویس‌هایی که قابلیت خرید و فروش آسان و سریع را توسط هر دستگاهی در هر مکانی و برای هر طیفی از جامعه فراهم می‌آورد.

بررسی پکیج جیبرس

این پکیج در هیچ کجای دنیا به صورت کامل و یکپارچه ارائه نشده است. از آنجایی که این پکیج شامل بخش‌های مختلفی است، برخی از بخش‌های آن به صورت مجزا قابل پیاده‌سازی و ارائه بوده که در ادامه به بررسی برخی از مهم‌ترین آن‌ها می‌پردازیم.

توجه به این نکته خالی از لطف نیست که برخی از این بخش‌ها مانند سرویس مدیریت یکپارچه فایل و یا سرویس پخش سریع خود به تنهایی یک پروژه عظیم بوده و به صورت سرویسی مجزا ارائه خواهند شد و جیبرس به عنوان یک مشتری از آن سرویس استفاده خواهد کرد.

در ادامه به معرفی سرویس‌های مورد نیاز برای راه‌اندازی پکیج کامل جیبرس خواهیم پرداخت.



۱. سرویس مدیریت فایل | تلمبار

قیمت اینترنت در ایران گران‌ترین قیمت ممکن در دنیا به نسبت سرعت و کیفیت و حجم داندود است! روز به روز بر تعداد کاربران اینترنت افزوده می‌شود و انواع سرویس‌های خارجی نظیر سرویس‌های گوگل، فیس‌بوک، توئیتر و انواع موبایلی آن مانند تلگرام، واتساپ و... عرضه می‌شوند و راهکار فعلی مسئولان کشور برای مقابله با آن افزایش قیمت اینترنت و محدود کردن دسترسی‌هاست. راهکاری که تاکنون با شکست مواجه شده و از این پس نیز محکوم به شکست است. با این حال، چنین رشدی نکات مهمی در خود نهفته دارد.

در شرایطی که نرخ مصوب برای اینترنت یکمگابیت در ثانیه برای ایرانی‌ها ماهانه ۴۰۰ هزار تومان اعلام شده است، یکمگابیت اینترنت در کره جنوبی ماهانه حدود ۲ هزار و ۶۴۰ تومان، در ژاپن ۱۲۰ تومان، در بلغارستان ۲ هزار تومان و در مولداوی ۳ هزار و ۵۴۰ تومان قیمت دارد.

پیشرفت سریع تکنولوژی و سرعت بالای نفوذ اینترنت در جامعه، داده‌ها و اطلاعات کاربران این شبکه بزرگ جهانی را به سمت یکپارچه‌شدن و دسترسی آسان از طریق همه دستگاه‌ها مانند رایانه، نوت بوک، تبلت، موبایل و... سوق می‌دهد. بدین منظور چند سالی است سرویس‌هایی توسط شرکت‌های بزرگ دنیا راه‌اندازی شده است که ویژگی اصلی این سرویس‌ها رایگان بودن آن‌هاست!



همانطور که می‌دانید سال‌هاست فروش اطلاعات کاربران به عنوان یک منبع درآمد عالی و همیشگی برای شرکت‌ها تبدیل شده و بدون شک یکی از دلایل اصلی رایگان بودن سرویس‌های متعددی که امروزه توسط شرکت‌های مختلف در زمینه‌های گوناگون ارائه می‌شود، کسب درآمد از طریق فروش اطلاعات کاربران است. این روش کسب درآمد به گونه‌ای افزایش داشته که بعضی از این شرکت‌ها به طور مستقیم این نکته را در سیاست‌های استفاده از سرویس خود ذکر کرده و از اعلام آن ترسی ندارند و متأسفانه کاربران هم بدون توجه به این نکات از این سرویس‌ها استفاده می‌کنند.

در کنار این مسائل تهیه فضای با کیفیت و قیمت مناسب همواره برای مدیران سایت‌ها دغدغه‌ای حل نشده بوده است به گونه‌ای که به دلیل قیمت‌های بالای میزبانی سایت در کشور اکثر این سایت‌ها رو به استفاده از سرورهای خارجی آورده‌اند و جدا از موقعیت مکانی سرورهایشان، رنج ناپایدار بودن سرور و انواع و اقسام مشکلاتش را هم چشیده‌اند!

در آن‌سوی داستان کاربران استفاده کننده از این سایت‌ها نیز کم و بیش متحمل مشکلات متفاوتی همچون سرعت پایین دسترسی به سرورهای خارجی، تبلیغات فراوان برای دسترسی به یک لینک ساده داندلود و... در استفاده از خدمات این سایت‌ها شده‌اند.



چندسالی است بحث راه‌اندازی شبکه ملی اینترنت بر سر زبان‌هاست، ولی نکته‌ای که به درستی به آن دقت نشده، ارائه سرویس‌های مورد نیاز کاربران در داخل کشور است. متأسفانه درصد زیادی از همین اندک سرویس‌های راه‌اندازی شده در داخل نیز با بی‌سلیقگی و با کیفیت پایینی ارائه شده‌اند که افزون بر عدم جذب مخاطب، منجر به عدم اعتماد جامعه کاربری ایران به سرویس‌های داخلی شده‌اند.

یکی از بارزترین دلایل راه‌اندازی شبکه ملی اینترنت کاهش وابستگی به خارج، جلوگیری از خروج ارز و سرمایه ملی و افزایش امنیت در تبادلات داخلی بوده است. لازم است بدانید که بدون شبکه ملی اینترنت هرگونه تبادلی می‌بایست به سرورهای جهانی انتقال داده شده و از آنجا مجدد به مقصد برگردد. به عنوان مثال برای ارسال یک ایمیل ساده محتوی عکس، این محتوا باید به سرورهای خارج از کشور انتقال داده شده و برای مشاهده کاربر گیرنده که در ایران است باید دوباره محتوا به کشور وارد شود. هر چند این عملیات ساده است ولی نکاتی در پشت پرده آن نهفته است.

کشور برای هر داده‌ای که از طریق اینترنت ارسال یا دریافت می‌شود هزینه خرج می‌کند و وقتی همین ارسال‌ها و دریافت‌های ساده را از میلیون‌ها کاربر در روز جمع کنیم متوجه حجم داده انتقال داده شده و در پی آن هزینه هنگفت آن خواهیم شد.

ارتباط این موضوع با پروژه تعریف شده در یکی از مهم‌ترین نیازهای کاربران یعنی جابجایی فایل می‌باشد. یکی از اهداف این پروژه انتقال ترافیک اینترنت به اینترنت ملی است که منجر به صرفه‌جویی کلان برای کشور می‌گردد.



بدین صورت که با راه‌اندازی این سرویس کاربر ایرانی نیازی به تبادل اطلاعات با بیرون از اینترنت ملی نداشته و تمام نیازهایش در داخل شبکه مرتفع خواهد شد. علاوه بر این، سرویس مذکور به چند زبان و برای عموم مردم دنیا عرضه خواهد شد که خود این موضوع توانایی ورود سرمایه خارجی به کشور را دارد.

ویژگی‌های کلیدی

- طراحی و پیاده‌سازی همگام با آخرین تکنولوژی‌های صنعت وب
- ارائه به چند زبان برای استفاده عموم مردم دنیا و ورود ارز به کشور
- جلوگیری از خروج ارز از کشور به دلیل سرویس‌دهی و وجود سرورها در داخل کشور
- رابط کاربری مدرن، کاربردی و کاربرپذیر
- ایجاد شبکه اجتماعی از فایل‌های عمومی کاربران
- نگهداری فایل‌های کاربران با امنیت بسیار بالا و قیمت مناسب
- سرعت بالای آپلود و دانلود برای کاربران ایرانی به دلیل محلی بودن سرورها
- قابلیت به اشتراک گذاری فایل‌ها و پوشه‌ها و کار گروهی بر روی آن‌ها
- قابلیت انتقال فایل‌ها از سایت‌های خارجی برای افزایش سرعت دانلود
- قابلیت اتصال به ساب‌دامین مشتری برای آدرس‌دهی زیباتر
- قابلیت رمزنگاری بر روی فایل‌ها برای افزایش امنیت آن‌ها
- قابلیت نگهداری فایل‌های شخصی و عمومی کاربران
- قابلیت تعیین سطح دسترسی به فایل‌ها و فولدرها
- قابلیت مدیریت آسان فایل‌ها و اشتراک گذاری آن‌ها
- قابلیت دسته بندی، تگ‌گذاری و ثبت جزئیات بر روی فایل‌ها
- قابلیت انتقال آسان فایل‌های از سرویس دهنده‌های معروف به آن
- قابلیت انتقال فایل‌های ویدیویی از سرویس دهنده‌های معروف به آن
- قابلیت نمایش جزئیات استفاده‌کنندگان از فایل به تفکیک موارد مورد نیاز
- قابلیت اتصال از طریق ای‌پی‌ای یا رابط‌کاری و مدیریت کامل بر روی سرویس



منابع کسب درآمد

در سرویس تلمبار منابع متفاوتی برای کسب درآمد پیش‌بینی شده است که در ادامه به توضیح هرکدام از این روش‌ها و درآمد احتمالی قابل کسب از آن‌ها خواهیم پرداخت.

کاربر نهایی

بر طبق اولین اصول بنا نهادن ارمایل، کاربر نهایی مهم‌ترین هدف ما برای ارائه سرویس‌های باکیفیت است. همچنین تلاش ما کاهش هزینه‌های کاربران نهایی تا حداکثر ممکن بوده و خواهد بود. بدین منظور کاربران نهایی ساده بدون صرف هرگونه هزینه‌ای می‌توانند از این سرویس استفاده کنند. این به مفهوم رایگان بودن پلن پایه‌ی ما در تلمبار است.

توسعه‌دهندگان وب

ما برای توسعه‌دهندگان وب به عنوان یکی همکاران خود مزایای ویژه‌ای را ارائه می‌کنیم که از جمله آن می‌توان به واسط برنامه‌نویسی کامل و بدون محدودیت برای دسترسی به تمامی امکانات تلمبار اشاره کرد.

همچنین برای کاربران سیستم مدیریت محتوای وردپرس که شامل حدود ۲۵ درصد کل وبسایت‌های دنیا می‌باشد، قابلیت پشتیبان‌گیری از وبسایت به صورت خودکار و روزانه ارائه می‌گردد که به واسطه این ویژگی ارائه شده کاربران و توسعه‌دهندگان مشتاق به استفاده از پلن‌های بالاتر می‌گردند.

که در این حالت به صورت خاص به خاطر سرویس‌هایی که ارائه می‌گردد از توسعه‌دهندگان مبلغی گرفته نمی‌شود ولی به دلیل برخی محدودیت‌های اعمال شده مشتاق به استفاده از پلن‌های بالاتر می‌گردند.



مشتریان سازمانی

مشتریان سازمانی معمولاً به خاطر عدم آگاهی و نبود فضای رقابتی هزینه‌های مالی زیادی بابت نگهداری و پشتیبان‌گیری اطلاعات پرداخت می‌نمایند، این سرویس با ارائه بهترین امکانات برای تمامی مشتریان سازمانی از عادی تا حرفه‌ای با قیمت بسیار نازل هزینه‌های سازمان‌ها را تا ۹۰ درصد کاهش خواهد داد.

انتخاب و جذب مشتریان سازمانی بستگی به نوع بازاریابی گروه در سازمان‌ها است که معمولاً جامعه آماری خوب با هزینه‌های خوبی قابل دسترسی می‌باشد. همچنین بعضی از سازمان‌ها از آن‌جا که نیاز به اعمال رفتار و ساختارهای خاصی بر روی سرویس خود دارند، می‌توان با تعامل، پلن مشخص سازمان تعریف و با مبلغ معقول در دسترس آن سازمان قرارگیرد.

سرویس‌دهندگان اینترنت

در رابطه با اخذ هزینه از سرویس‌دهندگان داخلی اینترنت به دلیل کاهش هزینه‌های آنان برای خرید ترافیک اینترنت خارجی از شرکت زیرساخت باید تعاملات لازم صورت گرفته و منبع درآمدی مشخصی از این طریق قابل تعیین نیست. البته در صورت انجام توافق، حتی اگر ده درصد درآمد صرفه‌جویی شده برای ما قابل اخذ باشد، درآمد ماهانه قابل توجهی را نصیب ارمایل خواهد کرد.

سوابق مشابه

با توجه به اهمیت داده در دنیای امروز اغلب شرکت‌های بزرگ دنیا سرویس‌های متفاوتی را به مشتریان خود برای ذخیره‌سازی فایل‌ها ارائه داده‌اند که از نمونه آن می‌توان به **درايو** توسط گوگل، **وان‌درايو** توسط مایکروسافت، **آی‌کلود** توسط اپل و **دراپ‌باکس** و بسیاری نمونه دیگر اشاره کرد.



Cloud storage comparison

	OneDrive	Dropbox	Google Drive	Box	Amazon Cloud Drive
File size restrictions?	10GB	10GB with website, none with Dropbox apps	5TB	250MB for free plan, 5GB for paid personal plan	2GB*
Free storage?	5GB**	2GB	15GB	10GB	No***
Can I earn extra free storage?	No**	Yes	No	No	No
Paid plans	\$2/month for 50GB**	\$10/month for 1TB	\$2/month 100GB, \$10/month for 1TB	\$10/month for 100GB	\$12/year for unlimited photos, \$60/year for unlimited files
OSes supported	Windows, Mac, Android, iOS, Windows Phone	Windows, Mac, Linux, Android, iOS, Windows Phone, BlackBerry, Kindle Fire	Windows, Mac, Android, iOS	Windows, Mac, Android, iOS, Windows Phone, BlackBerry	Windows, Mac, Android, iOS, Kindle Fire

مقایسه برترین سرویس‌های فضای ابری

برای بررسی سرویس‌های ابری ارائه‌شده می‌توانید مقالات زیر را بررسی کنید

- <http://www.cnet.com/how-to/onedrive-dropbox-google-drive-and-box-which-cloud-storage-service-is-right-for-you/>
- <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2413556,00.asp>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_online_backup_services
- <http://www.cloudwards.net/comparison/>
- <http://www.pcadvisor.co.uk/test-centre/internet/14-best-cloud-storage-services-2016-uk-copy-3614269/>
- <http://online-storage-service-review.toptenreviews.com/>

در ایران نیز گروه‌های مختلفی برای ارائه سرویس مدیریت فایل فعالیت می‌کنند ولی به لحاظ کیفیت با نمونه‌های جهانی فاصله داشته و شاید به دلیل سبک سرویس ارائه شده، غیرقابل مقایسه باشند.



شیوه رقابت

مهم‌ترین دلیل ما برای راه‌اندازی تلمبار و رقابت در این حوزه تاکید بر روی حریم خصوصی افراد و ارائه سرویس‌های مطمئن به کاربران است. البته قطع به یقین کیفیت خدمات ارائه شده باید حداقل در سطح برترین نمونه‌های بین‌المللی بوده و مطابق جدیدترین تکنولوژی‌های روز پیاده‌سازی شده باشد.

دریافت هزینه مناسب به ازای خدمات پرداختی در تلمبار و تلاش برای کاستن هزینه‌های تمام شده و درنهایت کاهش هزینه مشتری از روش‌های دیگر رقابت با رقیبان سرسخت بین‌المللی است.

روش‌های شتابدهی به رشد

به دلیل ارائه سرویس‌های منحصر به فرد به توسعه‌دهندگان و امکان ارائه واسط برنامه‌نویسی برای سرویس‌هایی هم‌چون آپلود ریموت و بک‌آپ‌گیری از وبسایت‌ها، یکی از روش‌های مطلوب و کم‌هزینه برای رشد کاربران تلمبار، به‌خصوص کاربران فعال و خریدار سرویس‌های ویژه از طریق مجامع برنامه‌نویسان و ارائه و معرفی توسط مجلات خبری فناورانه است.

روش دیگر جذب کاربران ایجاد وسوسه برای دریافت ویژگی‌های منحصر به فرد از طریق بخش معرفی به دوستان یا ارجاع‌دهی یا به عبارتی دیگر **همکاری** است. روش کار این قسمت بدین صورت است که کاربر جاری در صورت تمایل به معرفی تلمبار در انتهای آدرس وبسایت ما، کد مخصوص به خود را اضافه کرده و بازدیدکنندگان وبسایت یا کانال با کلیک روی لینک توسط ما شناسایی می‌شوند. بدین ترتیب با توجه به وضعیت کاربر جدید ما به کاربر معرفی کننده امتیازاتی را ارائه خواهیم داد. به طور مثال جدول زیر پیش‌بینی ما برای ارائه امتیاز به کاربران خوب ماست.



شرح	تشکر ما
هر ۱۰۰۰ بازدیدکننده	یک ماه سرویس رایگان یک ترابایتی!
هر ۱۰ ثبت نام	
خرید سرویس از تلمبار	

۲. شبکه پرداخت آنلاین

نیاز به یک شبکه گسترده مالی برای پوشش هزینه‌های پرداختی سفارشات در این سرویس و ایجاد یک حساب اعتباری ساختارمند با توجه به حجم تراکنش‌های پیش‌بینی شده برای جیبرس، الزامی به نظر می‌رسد.

ایجاد یک شبکه درگاه پرداخت واسط برای فروشگاه‌ها امکان پرداخت سریع و بدون دغدغه را برای مشتریان ما ارائه می‌دهد. از طرفی با ارائه این سرویس به صورت مستقل امکان استفاده آن توسط مردم و درآمدزایی با آن مدنظر قرار گرفته است.

در صورت تامین نیازهای اولیه و رفع مشکلات آن برای ارتباط با درگاه‌های بین‌المللی نظیر پی‌پل، ویزا، مسترکارت و ... امکان افزودن آن به این شبکه پرداخت برای پوشش پرداخت‌های بین‌المللی در نظر گرفته شده و به عنوان یک مزیت رقابتی نسبت به سایر نمونه‌های موجود می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.



حجم بالای تراکنش‌های روزانه در جیپرس، منجر به تامین حداقل مبلغ قابل گردش در حساب‌ها شده و این امر سرمایه بالایی را به صورت ثابت در اختیار ما قرار خواهد داد. به طور کلی بخش اعتباری پکیج ما توسط این سرویس پردازش و انجام می‌گردد.

سوابق مشابه

تاکنون نمونه مشابهی که همراه با رابط برنامه‌نویسی قابلیت اتصال مستقیم به سایر سرویس‌ها را داشته باشند دیده نشده است ولی عملیات اصلی یعنی که درگاه واسط پرداخت چندین نمونه در ایران دارد که دلیل وجودی آنان، پیچیدگی شبکه بانکی در ایران و هزینه بالای ایجاد یک درگاه ساده توسط مشتریان است که منجر به سوق دادن صاحبان وبسایت‌ها به استفاده از سرویس‌های این‌چنینی شده است.

البته چندی پیش به دلایلی، کلیه این سرویس‌ها فیلتر شده و از دسترس خارج شدند و در حال حاضر تنها چند نمونه بدون مشکل قابل دسترس هستند. اکنون بزرگترین نمونه موجود در ایران را می‌توان **زرین‌پال** نامید که از سال ۱۳۸۹ فعالیت خود را آغاز کرده و اکنون بیش از ۲۰/۰۰۰ کسب و کار الکترونیکی را تحت پوشش دارد. زرین‌پال به عنوان مجموعه‌ای مستقل و زیر نظر صندوق سرمایه‌گذاری چند ملیتی مالی و نچرز در حال فعالیت می‌باشد.

به‌عنوان نمونه خارجی نیز می‌توان به پی‌پل به عنوان بزرگترین درگاه پرداخت بین‌المللی اشاره کرد که تقریباً تمام نمونه‌های ایرانی با الگوبرداری از آن حتی در نام خود شروع به فعالیت کرده‌اند.



با این حال، همانطور که ذکر شد دو ویژگی پوشش پرداخت‌های محلی و بین‌المللی و همچنین توانایی ارتباط با سایر سرویس‌ها از طریق واسط برنامه‌نویسی از مزایای منحصر به فرد شبکه پرداخت ما خواهد بود.

۳. سامانه جامع کالا

پس از بررسی‌های صورت گرفته بر روی فروشگاه‌های موجود، یکی از مهم‌ترین دلایل پیشرفت نمونه‌های موفق، ارائه اطلاعات مناسب از کالاهاست. بدین منظور و برای ایجاد یک دیتابیس از طیف گسترده‌ای از کالاها و کاهش زمان فرآیند تعریف کالای جدید برای فروشگاه‌ها، این سرویس مدنظر قرار گرفته است.

در این سرویس، لیستی از کالاها در صنایع گوناگون به همراه کلیه مشخصات روی جلد و کارتن (شامل نام و عکس و مواد تشکیل دهنده و بارکد و قیمت و ...) و اطلاعات تولیدکننده (شامل معرفی دسته‌های کالایی و کل مجموعه و اطلاعات تماس و خدمات مشتریان و امکانات تبلیغی و ...) و به طور کل هر گونه اطلاعاتی که قابل دستابی باشد، ارائه می‌گردد.

روش تولید اطلاعات در این سرویس مطابق وب ۲ و توسط کاربران خواهد بود. البته ثبت داده‌های اولیه و راه‌اندازی سرویس توسط ما انجام خواهد گرفت. کاربران با ثبت نظر و فروشندگان با ثبت کالاهای جدید به پیشرفت پایگاه‌داده در این سرویس کمک خواهند کرد.



همچنین برخی از روش‌ها برای جذب مشارکت بیشتر مردم در تکمیل دیتابیس این سرویس، همچون قرعه‌کشی و جایزه و ایجاد کمپین حمایتی پیش‌بینی شده است. از آنجایی که این طرح برای اولین بار در ایران و به این شکل مطرح شده است، امکان جذب حمایت سازمان‌های گوناگون برای توسعه این سرویس دور از انتظار نیست.

همانطور که ذکر شد این سرویس، به عنوان یک پیش‌نیاز و یک امتیاز رقابتی برای جیپرس، در نظر گرفته شده و هدف آن کسب درآمد نیست. ولی با توجه به امکانات پیش‌بینی شده برای ارائه، امکان جبران هزینه‌های راه‌اندازی و حتی درآمدزایی دور از انتظار نیست. این سرویس را می‌توان به عنوان پی و زیربنای کل پکیج دانست.

منبع اصلی کسب درآمد در این سرویس، کارخانجات و شرکت‌های تولیدکننده و پخش‌کننده هستند که از طریق انتشار مطالب تخصصی مانند نقد و بررسی تفضیلی و یا انتشار فیلم‌های تبلیغاتی محصولاتشان، برای ما درآمد به همراه دارند.

همچنین کمپین حمایت از تولید ملی و انتخاب برترین نظرات و تصاویر ارسالی توسط مردم، به کمک آرای مردمی و ارائه جایزه به آنان، به عنوان روش‌هایی برای **افزایش سرعت پیشرفت** این سرویس، طراحی شده است. کسب درآمدهایی مخفی مانند تبلیغات محصولات خاص و سیستم اعتباری نیز از طریق تولیدکنندگان تعبیه شده است.



علاوه بر روش‌های فوق، امکان دریافت نظرات قشر دانشگاهی جامعه و نمایش متمایز آنان در سیستم در نظر گرفته شده است. اساتید و دانشجویان رشته‌های صنایع غذایی، طراحی صنعتی، گرافیک، مدیریت، پزشکان و ... از جمله این گروه‌ها هستند که امکان انتشار نظرات تخصصی و مقالات خود در رابطه با کالاها را در اختیار دارند.

ویژگی‌های کلیدی

- تولید محتوا
 - عکس‌های حرفه‌ای از زوایای گوناگون و نمایش سه‌بعدی کالا
 - مشخصات تولید روی جلد و کارتن شامل
 - مواد تشکیل دهنده
 - بارکد
 - ارزش غذایی (برای محصولات غذایی)
 - قیمت و ...
 - نقد و بررسی تفصیلی
 - مقالات تخصصی
- دریافت فیلم تبلیغاتی از شرکت‌ها و کارخانجات تولیدی
- دریافت امتیاز کالا در دسته‌های مختلف از مردم
- دریافت نظرات تشریحی مردمی و دانشگاهی
- سیستم رنک‌دهی به کالاها برای مرتب‌سازی کالاها
 - دریافت هزینه از شرکت‌ها برای تبلیغ کالاهای خاص
- کمپین حمایت از تولید ملی
 - ارسال عکس
 - دریافت نظر مردم در مورد کالا (لایک)
 - توانایی تعیین جایزه برای برترین‌ها



سوابق مشابه

در ایران نمونه خاصی که شامل تمام کالاها در دسته‌بندی‌های مشخص به همراه توضیحات کامل باشد، یافت نشد. نمونه‌های خارجی که محصولات بین‌المللی و مخصوصا ایران را پوشش دهد نیز یافت نشد.

۴. سیستم خرید و فروش

روتین‌ترین بخش این پکیج خرید و فروش کالاهاست. بخشی که باید به بهترین شکل ممکن پیاده‌سازی شده و به راحتی بدون نیاز به دانش خاصی از رایانه قابل استفاده باشد زیرا کاربران آن ممکن است هیچ‌گونه دانشی از رایانه نداشته باشند. برای بررسی تخصصی‌تر امکانات این بخش، آن را به دو دسته اصلی تقسیم می‌کنیم و به تفکیک به توضیح آن می‌پردازیم.

خرید

منظور خرید کالا در اینجا، فرآیند سفارش کالا توسط عامل فروش به مجموعه بالادستی خود است؛ به عنوان مثال فروشنده به شرکت پخش و یا شرکت پخش به کارخانه.

از آنجا که نیازهای این فرآیند مشخص بوده به ذکر تک تک آنان نمی‌پردازیم و توضیحات تکمیلی را در بخش فروش ذکر می‌کنیم. زیرا بخش زیادی از خصوصیات خرید با فروش برابر است.



فروش

فرآیند فروش در عین سادگی از پیچیدگی‌های خاصی برخوردار است و نکته مهم در این بین نحوه پیاده‌سازی این ویژگی‌هاست. فروش کالا توسط فروشنده به مشتری در دو حالت اتفاق می‌افتد. حالت اول فروش توسط فروشنده در محل و ثبت اطاعات توسط فروشنده است. حالت دوم فروش توسط وبسایت یا نرم‌افزارهای ارائه شده به مشتری و ثبت و درخواست توسط مشتری است.

در حالت اول، اتصال اینترنت فروشنده یک مشکل بزرگ است! این سرویس بر بستر اینترنت اجرا شده و اینترنت پیش‌نیاز آن است ولی به دلیل احتمال نقص در اینترنت، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این سیستم توانایی کار در صورت ایجاد قطعی در اینترنت فروشنده است. ویژگی کار بدون اینترنت نیاز به دانش بالایی داشته و به عنوان یک مزیت رقابتی در جیپرس به حساب می‌آید.

علاوه بر این، امکانات معمول مورد نیاز برای فروش نیز در این سرویس ارائه می‌گردد که از جمله آن می‌توان به استفاده از بارکد و پرینتر و صدور فاکتور و سفارشی‌سازی آن و ... اشاره کرد.

در بخش فروش توسط وبسایت و ایجاد فروشگاه اینترنتی، ویژگی‌های گسترده‌ای پیش‌بینی شده است که از جمله آن می‌توان به توانایی سفارشی‌سازی کامل فروشگاه و یا استفاده از طرح‌های موجود اشاره کرد. کلیه امکانات یک فروشگاه اینترنتی در این بخش ارائه شده و امکان تبدیل کسب و کار سنتی به یک کسب و کار الکترونیکی به صورت آسان و بدون نیاز به دانش رایانه در این بخش از اهمیت‌های در نظر گرفته شده برای ماست.



از طرف دیگر برای ارتباط مشتریان بصورت غیرحضوری نیز برنامه ویژه‌ای در نظر گرفته شده و امکان ارتباط مشتری با فروشگاه در دستگاه‌های مختلف پیش‌بینی شده است.

ویژگی‌های کلیدی

با توجه به مشخص بودن ویژگی‌های عمومی در بخش خرید و فروش تنها به ذکر ویژگی‌های منحصر به فرد جیپرس در این بخش می‌پردازیم و صد البته اینکه برخی از ویژگی‌های این سیستم به مرور زمان و با توجه به بررسی‌ها و نیازسنجی‌های صورت گرفته به آن افزوده خواهد شد.

- امکان مدیریت فروشگاه حضوری و اینترنتی به صورت یکپارچه
- توانایی کار فروشگاه محلی در صورت قطعی ارتباط اینترنت فروشنده
- گزارشات آماری و نموداری تحلیل عملکرد همراه
- توانایی تعریف تخفیف با شرایط گوناگون
- امکان اتصال سرویس پیامک و ایمیل برای ارتباط با مشتری
- سیستم یکپارچه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
- رابط برنامه‌نویسی (api) کامل برای ارتباط با سایر سرویس‌ها
- توانایی تعریف سطوح دسترسی متفاوت
- اتصال به بخش انبارداری برای مدیریت کامل بر روی کالاها
- توانایی طراحی وبسایت اختصاصی توسط مشتری
- توانایی استفاده از طرح‌های گوناگون و رایگان آماده برای وبسایت
- امکان دریافت گزارشات آماری توسط پیامک و ایمیل برای مدیریت فروشگاه
- توانایی تعریف جستجوهای پیشرفته بر روی کالاها بسته به نیاز
- اتصال به درگاه‌های بانکی گوناگون برای پرداخت هزینه سفارشات
- اتصال به سرویس پخش سریع برای ارسال سریع سفارشات
- اتصال به سرویس شرکت پست برای پخش سفارشات راه‌دور



- امکان درخواست فروشگاه اختصاصی با دسترسی خاص
- نرم افزار دیوایس های گوناگون برای ثبت سفارشات مشتریان
- توانایی تعریف شعب گوناگون با عملکردهای متفاوت ولی یکپارچه
- و ...

۵. مجموعه مدیریت مالی | جیپرس

مدیریت مالی به عنوان هسته اصلی جیپرس قابل تعریف است که به بخش های زیرمجموعه زیر تقسیم می شود. لازم به ذکر است که ویژگی های یاد شده تنها نکات کلیدی بوده و در تمام بخش ها هدف اصلی سادگی و سپس پوشش درصد بیشتر از امکانات مورد نیاز کسب و کارهاست.

امکانات ارائه شده در این بخش بسته به نوع صنف انتخاب شده متفاوت بوده و بسته به نیاز برای کاربران ارائه می گردد. این ویژگی امکان ساده سازی و حذف موارد کم کاربرد را در اصناف خاص به ما ارائه می دهد.

انبارداری

جیپرس به عنوان یک سیستم مدرن به صورت پیش فرض به دنبال کاهش موجودی انبار و حذف آن در صورت امکان خواهد رفت. با این حال با توجه به گستردگی مشتریان این سرویس، انبار به صورت یک جزء حیاتی از سیستم در نظر گرفته شده و وظایف اصلی انبارداری در این بخش تعبیه شده است.

ویژگی های کلیدی

- طبقه بندی و تنظیم و کدگذاری کالاها



- پوشش فرآیند کامل پذیرش تا تحویل کالا
- کنترل ورودی و خروجی انبار
- همکاری با واحد سفارشات برای تعیین حداقل و حداکثر سفارش
- بایگانی اسناد و اطلاعات کالاها
- استفاده از چندین انبار و توانایی تعیین ارقام قابل ذخیره‌سازی
- ارائه گزارشات لازم به هسته اصلی سیستم
- کنترل موجودی و پیش‌بینی نیاز آینده

عملیات مالی و بانکی

مدیریت عملیات عمومی بانکی شامل حساب‌ها و هزینه‌ها و چک از جمله امکانات در نظر گرفته شده در این بخش است. با توجه به طیف مشتریان این سرویس، پرهیز از پیچیدگی فرآیندهای مالی مهم‌ترین دغدغه ما در این بخش خواهد بود.

ویژگی‌های کلیدی

مطابق روال گذشته، در این بخش نیز به معرفی ویژگی‌های اصلی این بخش می‌پردازیم.

- توانایی تعریف عملیات‌ها به دو گروه اصلی نقد و اعتباری
- گزارشات پیشرفته سود و زیان و تحلیل درآمد
- ثبت کلیه عملیات بانکی و گزارشات گوناگون بر روی بانک‌ها
- ثبت کلیه عملیات چک و انواع گزارشات بر روی چک‌ها
- اطلاع‌رسانی سررسیدها
- توانایی تعریف سطوح دسترسی متفاوت برای دسترسی به داده‌ها
- سیستم مدیریت پرنسل و حسابداری آنان
- توانایی مدیریت مالی شعب متفاوت به صورت یکپارچه
- توانایی اتصال و دریافت اطلاعات حساب کاربران از بانک‌ها



سرویس مدیریت کیف پول شخصی

در دنیای پرهیاهوی امروز، مدیریت هزینه‌های شخصی یکی از مهم‌ترین اقدامات روزمره ماست. برای کنترل هزینه‌ها برخی هزینه‌ها را بر روی کاغذ یادداشت کرده و برخی نیز از نرم‌افزارهای مختلفی که بر روی پلتفرم‌های گوناگون ارائه شده است، استفاده می‌کنند. همچون سایر نرم‌افزارهای موجود در کشور شاید بتوان بزرگترین مشکل مدل‌های موجود را عدم یکپارچگی و تحت وب نبودن آنان به معنای واقعی نامید. سرویس‌های ارائه شده توسط ما بر روی بستر وب بوده و برای استفاده نیاز به هیچ‌گونه نصب نرم‌افزاری در هیچ پلتفرمی ندارند.

برای ارائه سرویس مدیریت مالی کامل ما نیاز به ارائه سرویس مدیریت شخصی نیز داریم تا بتوانیم کسب و کار را به زندگی شخصی فرد متصل کرده و کنترل یکپارچه را به ارمغان بیاوریم. کنترل درآمد و مخارج، مدیریت چک و زمانبندی و گزارشات آن، بررسی نموداری عملکرد مالی، گزارشات تفضیلی و ... از امکانات پیش‌بینی شده در این سرویس است.

این سرویس در عین سادگی، قابلیت‌های اصلی خود را ارائه داده و استفاده از آن برای مشتریانمان لذت‌بخش خواهد بود. مهم‌ترین بخش در این سرویس ارائه گزارشات منحصر به فرد و کامل بار مدیریت و بودجه بندی هزینه‌هاست. همچنین در آینده این سرویس به پکیج کامل جیبرس متصل شده و بخشی از اطلاعات ورودی را از آن دریافت خواهد کرد و بدین صورت مدیریت هزینه‌های شغلی و شخصی را از به صورت مجزا برای کاربران به همراه دارد.

ویژگی‌های کلیدی

- مدیریت لحظه‌ای حساب و کیف پول شخصی



- کنترل در همه جا و هر زمان بدون نیاز به نصب نرم افزار
- استفاده آسان و سریع توسط وب سرویس
- توانایی بررسی گردش موجودی
- یادآوری سررسیدها
- طبقه بندی موضوعی کالاها و گزارش گیری بر اساس آنان در بازه های زمانی
- مشاهده گزارشات کاربردی از دخل و خرج
- عدم نگرانی از دست دادن داده ها به دلیل سیستم یکپارچه لحظه ای

سوابق مشابه

نمونه های زیادی از این سرویس در پلتفرم های گوناگون در ایران و جهان ارائه شده که یکی از مهم ترین معایب بسیاری از آنان، عدم یکپارچگی و تنها کار بر روی یک پلتفرم است. در تمام این نمونه ها، مقادیر داده ای باید توسط کاربر به صورت خرد وارد شود و امکان دریافت خودکار اطلاعات به دلیل نقص سیستم بانکداری ایران ممکن نیست.

جدیدترین نمونه های موجود بر روی موبایل و سیستم عامل های موبایلی ارائه شده اند. نمونه های قدیمی برای کار بر روی سیستم عامل ویندوز نیز در دسترس هستند که البته به دلیل عدم دسترسی مناسب در هر مکان به اندازه نرم افزارهای موبایلی با استقبال مواجه نشده اند.



سوابق مشابه

ساله است که نرم افزارهای ایرانی بسیار زیادی در این حوزه فعالیت می کنند و مشتریان خاص خود را دارند ولی متأسفانه پس از این همه سال و پیشرفت تکنولوژی و درآمد سرشار این شرکت ها، هیچ کدام به معنای واقعی یکپارچه سازی حساب را پیاده سازی نکرده و تکنولوژی های مدرن بهره نبرده اند و همچنان هم در تلاش برای ارائه نرم افزارهای سنتی و ناکارآمد به مشتریان خود هستند و مشتریان نیز راهکار خاصی برای جایگزینی در اختیار ندارند.

یکی از مهم ترین دلایل راه اندازی این سرویس، تغییر ساختارمند و مطابق روز دنیا در این حوزه و کمک به مشتریان برای استفاده و لذت بردن از تکنولوژی روز دنیا است. مجموعه حسابداری از کنترل یک خرید و فروش ساده تا عملیات پیچیده حسابداری مد نظر است که در فازهای مختلف و بسته به نیاز هر صنف، در این سرویس در نظر گرفته شده است.

از آنجایی که نمونه های ایرانی بسیار زیاد بوده و از نظر سبک ارائه سرویس، قابل مقایسه نیستند، اشاره ای به آنان نمی کنیم. با این حال با نگاهی به رشد نمونه های ایرانی می توان به نیاز بالای کسب و کارها به این سرویس پی برد که منجر به رشد چنین نرم افزاری گشته است و اما در نمونه های بین المللی میتوان به [شاپیفای](#) اشاره کرد.

شاپیفای از سال ۲۰۰۶ پا به عرصه گذاشت و در حال حاضر با بیش از ۲۷۵ هزار مشتری و فروش بیش از ۱۷ میلیارد دلاری به عنوان بزرگترین ارائه دهنده فروشگاه آنلاین در بیش از ۱۵۰ کشور جهان فعالیت می کند.



رشد شایپفای در چند سال اخیر شتاب فزاینده‌ای بخود گرفته به طوری که تعداد مشتریان آن از ۱۰۰/۰۰۰ مشتری در سال ۲۰۱۴ به ۲۷۵/۰۰۰ مشتری در سال ۲۰۱۶ افزایش داشته است. تعداد اعضای آن از ۵ نفر در سال ۲۰۰۶ به بیش از ۱۲۰۰ نفر در سال ۲۰۱۶ و در چهار دفتر در کانادا تبدیل شده است.

طبق **آمار ارائه شده توسط شایپفای**، بیش از ۶۰ درصد کاربران، فروشگاه‌ها را با موبایل بررسی می‌کنند و ۴۶ درصد از سفارشات توسط موبایل ثبت می‌شود.

علاوه بر امکان فروشگاه اینترنتی توسط شایپفای، امکان فروش در محل نیز با استفاده از تجهیزات اختصاصی ارائه شده توسط آنان امکان پذیر است که با توجه به این ویژگی می‌توان آن را به عنوان یک رقیب اصلی در سطح بین‌المللی دانست.

۶. سرویس پخش سریع

آخرین سرویس ارائه شده در جیبرس که به عبارتی می‌توان آن را به نخ تسبیح تشبیه کرد، سرویس پخش سریع که تکمیل کننده کل مجموعه بالاست و تاکنون نمونه مشابهی از آن یافت نشده است. ویژگی هیجان انگیزی که امکان ارسال کالا را به مشتریان در کمترین زمان توسط شبکه پخش سراسری میسر خواهد ساخت.

پخش سریع نیز مانند اغلب سرویس‌های ذکر شده در قبل، به عنوان یک سرویس مجزا معرفی شده و جیبرس به عنوان یک مشتری منحصر به فرد آن در نظر گرفته خواهد شد. ارتباط این دو از طریق واسط برنامه‌نویسی بوده و تعامل کاملی با یکدیگر برای پوشش سفارشات مشتریان خواهند داشت.



در سرویس پخش سریع، استفاده از پیک موتوری، ماشین و حتی وانت و نisan و کامیون نیز پیش‌بینی شده است تا بتوان پوشش کاملی برای مجموعه پخش برای جامعه میسر ساخت. البته بخش پیک موتوری به عنوان اولین قسمت این مجموعه شروع به کار کرده و سایر گزینه‌های پخش به مرور افزوده خواهند شد.

سوابق مشابه

نمونه‌های مشابه در ایران که به صورت گسترده بر روی بستر اینترنت فعالیت داشته کاملی داشته باشند تاکنون راه‌اندازی نشده و چند نمونه موجود نظیر **بادپا** تنها بر روی تهران تمرکز داشته و نحوه کار آن به صورت تلفنی است!



بررسی سرشمار

مقدمه

افکار عمومی (Public opinion) یکی از جنجالی‌ترین موضوعات در علوم اجتماعی است که از ترکیب دو واژه‌ی نظرخواهی (Poll) و عمومی (Public) تشکیل شده‌است. افکار عمومی نوعی واکنش مردم نسبت به موضوعاتی مهم در سرنوشت آنان و برخاسته از ضمیر باطن یک ملت است. مطالعه افکار عمومی و شناخت آن که ارتباط نزدیکی به شناخت مردم دارد، از قرن‌ها پیش مورد توجه سیاست‌گزاران اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بوده است.

به دنبال آن از ده‌ها سال پیش در کشورهای مردم سالار جهان تبدیل به یک مسئله موثر و با اهمیت شده و مردم و حکومت‌های این گونه کشورها هر روز جایگاه والاتری برای آن قائل می‌شوند.

با اجرای مدون روش‌های نظرسنجی و تحقیق و پژوهش بر پایه آن می‌توان پیش از آنکه مشکلات پیچیده شود و یا نارضایتی‌ها افزایش یابد، آن‌ها را مورد شناسایی قرار داده و بدین ترتیب با تدابیر لازم در جهت حل فرایندهای ناقص اجرایی و یا رفع مشکلات و نارضایتی‌ها کوشید.



این نکته را باید در نظر داشت که تحقیق، نیازمند شفافیت و اجتناب از استتار حقیقت است و با نظرسنجی می‌توان به برخی نظرات مردم که به دلایلی ابراز نشده‌اند، دست یافت و قبل از آنکه برخی مسائل ساده و قابل حل در اثر ناآگاهی و سهل‌انگاری تبدیل به بحران شود، از بروز آن‌ها جلوگیری و یا در مقابله با آنان برنامه‌ریزی نمود.

به منظور تحقق اهداف، وضوح و شفافیت فرآیندهای داخلی، استفاده بهینه از موقعیت‌ها، جلوگیری و پیشگیرانه عمل نمودن به جای اصلاح خطاها، بهبود فعالیت‌ها و ارتقای کارایی در سازمان به جهت بروز عدم انطباق، رضایت کارکنان و مشتریان، صرفه جویی در هزینه و زمان، بهبود مستمر فرایندها رو به گسترش بوده و نهایتاً اینکه نظرسنجی از دیدگاه مشتریان می‌تواند تمامی برنامه‌های پیش‌گفت را تحت تاثیر قرار داده و یا دگرگون نماید.

واحدهای اجرایی و ارایه دهنده خدمات در هر طیف شغلی، مکلف هستند، جهت شفاف‌سازی فعالیت‌ها، نسبت به ارایه خدمات مطلوب و شایسته، اقدام نموده و به منظور بررسی میزان رضایتمندی آنان از نحوه ارایه خدمات شامل نوع خدمات قابل ارائه، مقررات مورد عمل و مراحل انجام کار، مدت زمان انجام کار، مدارک مورد نیاز و فرم‌های مورد عمل، عنوان واحد، محل استقرار، نام متصدی انجام کار و تعیین اوقات مراجعه، نوع فن آوری مورد استفاده و ... نظرسنجی به عمل آورند.



آشنایی با نظرسنجی و ضرورت و اهمیت آن

اطلاع از اینکه مردم به چه فکر می‌کنند و نظراتشان نسبت به مسائل چگونه است از اهمیت زیادی برخوردار است چرا که بدین وسیله نهادها، سازمان‌ها، موسسات، کارخانجات و شخصیت‌ها به مقبولیت خدمات خود پی می‌برند و از طریق بازسازی خود یا گاه با نفوذ بر افکار عمومی آن را جلب و یا به سمت منافع خود سوق می‌دهند. دیوید هیوم فیلسوف انگلیسی تا بدان حد افکار عمومی را موثر می‌دانست که معتقد بود: «افکار عمومی شکل دهنده دولت‌ها است.»

اگر افکار عمومی با سیاست‌ها و برنامه‌های کلان مسئولان هم‌نوايي نداشته باشد، بدون تردید امکان توفیق آنان بسیار کم خواهد شد. نظرسنجی یکی از معمول‌ترین شیوه‌های سنجش افکار است. نیازها و کمبودهای هر جامعه، با تحقیق و نظرسنجی روشن شده و بدین وسیله اندیشه‌ها و افکار پنهان جامعه به سطح آورده می‌شوند. این حرفه امروزه تبدیل به یک صنعت شده است و از این طریق بسیاری از پژوهشگران و علاقه مندان خصوصاً دانشجویان به تجارب عملی برای آشنایی با روش تحقیق در علوم تحقیق دست می‌یابند و حتی به کسب درآمد می‌پردازند.

نظرسنجی در دوران معاصر تبدیل به یکی از منابع عمده درآمد در موسسات تحقیقاتی و از ابزارهای مهم مورد استفاده تصمیم‌گیران و صاحبان اندیشه شده است. نظرسنجی‌ها نشانگر میزان علایق و دیدگاه‌های مردم یک کشور راجع به موضوعات مختلف است. از خصوصیات این روش آن است که در محیط طبیعی انجام می‌پذیرد و معمولاً اطلاعات در یک زمان کوتاه گردآوری می‌شود.



در کشور ما نیز مراکز تحقیقاتی معتبری برای نظرسنجی درباره مسائل و رویدادهای مختلف جامعه تاسیس شده است. این مراکز گاه با پیش‌بینی‌های نزدیک به واقع خود بر اعتبار نظرسنجی‌ها می‌افزایند.

نظرسنجی‌ها در عمل معمولا با مشکلاتی مواجه هستند؛ مشکلات حاصل از جنبه‌های فنی و روش‌شناسی، اوضاع و شرایط موجود در جامعه، حساسیت نسبت به نظرسنجی در بین مردم، بی‌توجهی و اهمیت نداشتن افکار عمومی برای مسئولان و مردم، ضعف در توجیه مردم در خصوص پژوهش نظرسنجی، استفاده از شیوه نمونه‌گیری و روش‌های آماری که اگر غلط باشد ممکن است نتایج غلطی را به بار بیاورند.

از سوی دیگر نتایج نظرسنجی‌ها زمانی قابل اطمینان و اعتبار است که محدودیتی در مقابل بیان افکار وجود نداشته باشد. زمانی که در جامعه فشار بر افکار وجود داشته باشد، مردم با احتیاط ناشی از ترس نظراتی می‌دهند که ممکن است با مکنونات قلبی آن‌ها فاصله داشته باشند. در این گونه مواقع نتایج نظرسنجی‌ها با واقعیات فاصله دارند و به عبارتی ما را فریب می‌دهند.

به عنوان نمونه در نظرسنجی‌های مربوط به انتخابات ممکن است با گذشت هر ساعت نظرات مردم تغییر یابد و نظری را که مثلا دیروز ابراز کرده‌اند بر اثر پیشامد و یا تبلیغات کاندیدها، امروز کاملا تغییر کند.



استوتزل می گوید: «اقلیت امروزی می‌تواند، اکثریت فردا باشد، زیرا تفسیر در نظر وجود دارد. چرا که تغییرات اجتماعی وجود دارد.» گراویتس می‌گوید که «موسسات نظرسنجی به تقاضای کسانی پاسخ می‌دهند که به آنها دستمزد می‌دهند. این وابستگی بخش مهمی از آزادی عمل آن‌ها را سلب می‌کند.» هر چند گراویتس در جای دیگر درصدد دفاع از نظرسنجی برمی‌آید و در مقابل کسانی است که «نظرسنجی را نوعی جادوگری و پیش‌بینی می‌دانند» می‌گوید: «پیش‌بینی مستلزم این است که نظرات ثبات داشته باشند در حالی که این طور نیست، اگر می‌بینیم که نظرسنجی‌ها روز به روز زیاد می‌شوند به این دلیل است که امکان می‌دهند خلاء ارتباطی میان حکام و مردم پر شوند.»

در مقابل برخی انتقاداتی که مطرح شد گروهی دیگر به تعریف و تمجید از نظرسنجی می‌پردازند. نظیر آنکه اگر روش‌های آماری، دقیق و درست باشد هیچ‌گونه مشکل حادی در افکارسنجی پیش نخواهد آمد.

اگر پرسش‌ها به گونه‌ای تدوین شود که شبهه‌ای ایجاد نکنند و یا به گونه‌ای نباشند که پاسخ‌ها را به سمت حمایت از گروه و یا موضوع خاصی سوق بدهند، تحقیق را با خطا مواجه نمی‌کنند. دسته‌ای از محققان تکثرگرا، رابطه افکارسنجی و تصمیمات اتخاذ شده به وسیله سیاست‌گزاران را چنان همبسته می‌بینند که ادعا می‌کنند امروزه سیاستمداران دیگر نمی‌توانند به روشنی در جهت مخالف افکار عمومی حرکت کنند.



باید اذعان داشت نظرسنجی مراحل مختلفی دارد که ممکن است در هر کدام از این مراحل بعضاً خطایی رخ دهد و به اشتباه در نتیجه‌گیری منجر شود. این ایرادات ممکن است در مرحله طرح سؤالات رخ بدهد و یا در مرحله جمع‌آوری اطلاعات که مثلاً پرسشگران برخی پرسشنامه‌ها را خودشان تکمیل کنند و به پاسخگویان مراجعه نکنند. اما موسسات نظرسنجی معمولاً سعی می‌کنند حداقل در مراحل اجرایی با استفاده از نظارت و کنترل پرسشگران چنین خطاهایی را به حداقل برسانند.

النور سینگر با تمجید از نظرسنجی می‌گوید: «نظرسنجی‌ها هر چه قدر هم برای اندازه‌گیری افکار عمومی منحرف‌کننده یا کم حاصل باشند از هر وسیله اندازه‌گیری دیگری که در اختیار داریم بهتر هستند. چرا که تنها در این صورت است که به نظرات مردم که به دلایلی ابراز نشده‌اند می‌توان دست یافت.» نظرسنجی‌ها امروزه به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده در توسعه به شمار می‌آیند حتی «توسعه سیاسی را در کشور تثبیت می‌کند»

خوشبختانه در سال‌های اخیر افکارسنجی به طرز چشم‌گیری روبه رشد بوده است. اما مردم اغلب با نظرسنجی آشنا نیستند آن‌ها هم که می‌دانند اهمیت اندکی برای آن قائلند. بعضی از مردم از نظرسنجی به عنوان یک امر بیهوده و بی فایده یاد می‌کنند. آنها معتقدند این نظرسنجی‌ها هیچ‌گونه تاثیری در مسئولان ندارند و دردی از مردم دوا نمی‌کنند.



برخی از مردم نیز همواره از پاسخ به سئوالات امتناع می‌ورزند و یا آنکه با احتیاط و دور از نظرات واقعی خودشان اظهارنظر می‌کنند. جامعه ما امروز شديدا نیازمند پژوهش برای آگاهی از نگرش‌ها و رفتار مردم است تا براساس آن تصمیمات به نحو بهتری اتخاذ شود. هر جامعه‌ای همواره نیازمند پژوهش برای آگاهی از نگرش‌ها، اطلاعات و رفتار مردم چه به شکل فردی و چه جمعی است.

با تحقیق و پژوهش می‌توان پیش از آنکه مشکلات و نارضایتی‌ها افزایش یابد آن را مورد شناسایی قرار داد و بدین ترتیب با تدبیر لازم در جهت حل و یا رفع آنها کوشید. در ده‌ها سال اخیر نظرسنجی یکی از ارکان اصلی دموکراسی بوده‌اند. این نکته را باید در نظر داشت که تحقیق نیازمند شفافیت و اجتناب از استتار حقیقت است و با نظرسنجی می‌توان به برخی نظرات مردم که به دلایلی ابراز نشده‌اند دست یافت.

تاریخچه نظرسنجی

باگسترش و توسعه شبکه جهانی اینترنت، گمانه‌زنی و نظرسنجی‌های اینترنتی نیز رفته رفته جای خود را در میان روش‌های سنتی نظرسنجی باز کرد، تا جاییکه امروزه ده‌ها هزار سایت اینترنتی موضوعات مختلفی را مورد نظرسنجی از بازدیدکنندگان و مراجعه‌کنندگان خود قرار می‌دهند. سابقه استفاده از نظرسنجی الکترونیکی به دهه ۱۹۶۰ میلادی باز می‌گردد که در دانشگاه‌ها به کمک ماشین‌های پانچ انجام می‌شد.



یکی از رایج‌ترین کاربردهای نظرسنجی الکترونیکی را می‌توان در برگزاری انتخابات مشاهده کرد. در سال ۲۰۰۵، کشور هند با استفاده از کیوسک‌های نظرسنجی اینترنتی توانست قریب به ۵۰۰۰ تن در مصرف کاغذ صرفه‌جویی کند. میزان استفاده از روش‌های نظرسنجی الکترونیکی به سرعت رو به گسترش است. به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته و حتی کشورهای در حال توسعه، تا جاییکه برخی از کشورهای اروپایی و آمریکایی انتخابات خود را به صورت الکترونیکی بر بستر اینترنت برگزار می‌کنند.

نظرسنجی سنتی، در مجموع شامل کلیه نظرسنجی‌هایی می‌شود که به صورت مستقیم و چهره به چهره، ارسال پرسش‌نامه با پست، درج نظرسنجی در رسانه‌های نوشتاری مانند مطبوعات صورت می‌گیرد اما در نظرسنجی اینترنتی با بهره‌گیری از فضای مجازی و سرویس‌های مختلف در اینترنت این امر محقق می‌شود.

مزایای نظرسنجی اینترنتی

نظرسنجی اینترنتی در فضایی گسترده، با هزینه کم و با ظاهری حرفه‌ای و سرعت بالا در سطح وسیع در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. هزینه‌های جاری در نظرسنجی سنتی شامل استخدام پرسشگر، جابجایی‌ها، ارسال و جمع‌آوری پرسش‌نامه در نظرسنجی اینترنتی وجود ندارد.

کاربران در فضای مجازی می‌توانند به راحتی و بدون نگرانی از افشا اطلاعات جوابگو باشند.



تجربه و تحلیل، مطالعه و استخراج آمار نظرسنجی به راحتی و برخط انجام می‌شود و می‌توان در هر لحظه نتیجه را آنالیز نمود. می‌توان با تنظیم خودکار پرسشنامه‌ها متناسب با هدف، کنترل‌کننده خودکار اعتبار داده‌ها را تا حدی زیادی دریافت نمود.

امکان ارسال پرسشنامه به نقاط مختلف جهان و با سرعت بالا در نظرسنجی اینترنتی فراهم می‌شود، به عبارتی با بهره‌گیری از تبلیغات اینترنت، بنرها و اخبار مربوطه یا لینک در وبسایت‌های دیگر خیل عظیمی از مخاطبین خود را جلب نموده و از نظرات آنها بهره مند شد.

در نظرسنجی اینترنتی محدودیت خدمات وجود ندارد، به صورت آنلاین می‌توانید به هزاران نفر همزمان خدمات نظرسنجی ارائه دهید. می‌توان در یک زمان هزاران نفر را در نظرسنجی شرکت داد و به سرعت نتیجه را استخراج نمود.

در برخی از موارد، نظرسنجی به عنوان یک نمونه آماری تلقی می‌شود، مثلاً یک شرکت خدماتی می‌خواهد از میزان رضایت مشتریان از خدمات خود مطلع شود، بدون شک می‌توان با یک نظرسنجی، میزان محبوبیت و رضایت مشتریان را تا حد زیادی دریابد.

با توجه به هزینه اندک و استخراج آسان و سریع نتایج نظرسنجی، بسیاری از شرکت‌ها در وبسایت‌های مختلف، در دوره‌های کوتاه، موارد مختلفی را مورد سنجش کاربران و مخاطبین خود قرار می‌دهد و سعی می‌نماید تا در سیاست‌های کاری خود مطابق با نتایج تعدیل انجام دهد.



معایب نظرسنجی اینترنتی و راه‌حل‌های سرشمار

با تمام این اوصاف، برای نظرسنجی اینترنتی نسبت به نظرسنجی سنتی معایبی را هم می‌توان برشمرد که نظرسنجی اینترنتی را با چالش‌های جدی روبرو می‌کند و به عبارتی آن را فاقد ارزش می‌نماید که می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود.

1. در تمام نظرسنجی‌های اینترنتی، مخاطبین ما محدود هستند و شامل تمام مخاطبین مورد نظرمان نیست و این درحالی است که در نظرسنجی‌های سنتی، نمونه آماری قابل انتخاب است.

❖ **راه‌حل سرشمار:** به دلیل **تعداد بالای کاربران** استفاده‌کننده از سرشمار و توانایی تفکیک آنان بسته به نیاز، این مشکل حل شده و نمونه آماری در پلن‌های پیشرفته سرشمار توسط طراح سوال قابل انتخاب خواهد بود و سوالات تنها از نمونه آماری هدف پرسیده خواهد شد.

2. در نظرسنجی اینترنتی نمی‌توان مخاطب را انتخاب نمود، بلکه مخاطب ما را انتخاب می‌کند، یعنی ممکن است در یک نظر سنجی تمام بانوان شرکت کنند در حالی که ما تصمیم داریم نسبت جنسیت حدود پنجاه درصد و مساوی بین مردان و زنان باشند.

❖ **راه‌حل سرشمار:** اتفاقاً یکی از مهم‌ترین مزایای سرشمار توانایی تعیین جامعه آماری برای پرسش از آنان است و علاوه بر این امکان مشاهده نتایج به تفکیک موضوعات گوناگون نیز وجود خواهد داشت.



3. در روش اینترنتی، به علت حضور کاربر در فضای مجازی و ناشناخته ماندن از اعتبار پایین‌تری برخوردار است. در برخی از موارد، شفافیت در آمار شرکت‌کنندگان برایمان مهم است، مثلاً در مورد یک کالای پوشاک، برایمان اهمیت دارد چند درصد از بانوان یا آقایان از کالای ما راضی هستند. درنظرسنجی الکترونیک این اختیار از ما گرفته می‌شود که به طور دقیق برصحت، مشخصات حیاتی نظارت داشته باشیم.

❖ **راه‌حل سرشمار:** برای افزایش اعتبار پاسخ‌ها در سرشمار، کاربران سطح‌بندی‌شده و توانایی تایید صحت اطلاعات شخصی وارد شده را مطابق سیاست‌های سرشمار خواهند داشت. بدین ترتیب سرشمار صحت اطلاعات کاربران خود را تضمین می‌کند.

4. تردید در تضمین امنیتی، هنگام استفاده از شبکه اینترنت از اعتبار نتایج نظرسنجی به شدت می‌کاهد. حملات نفوذگران به شبکه و تخریب نتایج، دستکاری یا تعدیل نتایج از دیگر معایب نظرسنجی اینترنتی است.

❖ **راه‌حل سرشمار:** امنیت هیچ‌گاه صد درصدی نبوده و نخواهد بود و این مورد محدود به اینترنت نیز نیست. تضمین امنیت و حفظ پاسخ‌های گرانبهای کاربران از وظایف اصلی سرشمار است و تمام تلاش ارمایل برای افزایش امنیت و افزایش هزینه نفوذ به سیستم خواهد بود. در هر حال از دید ما، امکان دستکاری در نتایج نظرسنجی‌های سنتی بسیار بیشتر از نمونه الکترونیکی آن در سرشمار است!



5. تاکنون نرم افزار تحت وبی طراحی نشده است که بتواند تضمین نماید که یک کاربر، تنها یک بار در نظرسنجی شرکت کند! این نیز از دقت نتیجه می‌کاهد، گرچه می‌توان با تمهیدات فنی، امکان مجدد یک فرد در نظرسنجی را به حداقل می‌رساند.

❖ **راه حل سرشمار:** علاوه بر انجام اقدامات فنی برای جلوگیری از رای چندباره کاربران به سوالات، کاربران ما به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند و نتایج نیز به تفکیک هر دسته قابل مشاهده است. گروه اول کاربران اعتبارسنجی شده و معتبر و گروه دوم کاربران عادی است. بدین ترتیب توانایی بررسی نتایج در هر دو گروه برای پرسش‌کننده میسر خواهد بود.

6. یکی از معایب نظرسنجی الکترونیکی، از دست دادن امکان گفت‌وگوی رو در رو با پاسخگویان به‌ویژه در مرحله مطالعات مقدماتی است. در بسیاری از موارد در نظرسنجی سنتی، سوال‌شونده ابهامات خود را بازگو می‌کند اما در نظرسنجی اینترنتی این امکان کمتر محقق می‌شود.

7. **راه حل سرشمار:** افزایش مهارت طراحی سوالات بدون ابهام، یکی از مهم‌ترین عوامل کاهش ابهامات پاسخ‌دهندگان به پرسش‌هاست. در مقیاس وسیع نمونه سنتی، این امکان بسیار ضعیف بوده و نمی‌توان روی آن تاکید کرد زیرا عوامل متشرکننده پرسش‌نامه‌ها دانش خاصی نداشته و نمی‌توانند پاسخ‌گویی مناسبی به سوالات داشته باشند. با این حال، می‌توان با تنظیم یک راهنمای مناسب، به سوالات رایج کاربران پاسخ داده و جوابگوی ابهامات آنان بود.



تشریح سرشمار

سرشمار یک سرویس نظرسنجی الکترونیکی مبتنی بر اینترنت مثل صدها نمونه دیگر موجود است! هدف اصلی دریافت نظرات کاربران است ولی به واسطه ویژگی‌های منحصر به فردی که در سرشمار ارائه می‌شود تعداد کاربران حاضر برای پاسخ‌گویی به سوالات از هر نمونه دیگری بیشتر بوده و این قدرت غیرقابل دستیابی را برای ما به ارمغان می‌آورد.

نظرسنجی نوعی روش تحقیق پیمایشی است که در آن دیدگاه گروهی از افراد در مورد یک موضوع مورد مطالعه قرار می‌گیرد. برای این کار، تعدادی پرسش محدود درباره موضوع مورد نظر تهیه شده و نظر نمونه‌ای از جامعه درباره آن‌ها پرسیده می‌شود.

دلیل انتخاب نام سرشمار

واژه **سرشمار** به عنوان نام تجاری این پروژه از سرشماری گرفته شده است که برای آشنایی بیشتر با مفهوم سرشماری به بخشی از تعریف ذکر شده در [ویکی‌پدیا](#) اشاره‌ای می‌کنیم.

تفاوت سرشماری با آمارگیری در این است که در سرشماری تعداد کل اعضای جامعه مورد نظر تک به تک شمارش و کنترل می‌شوند. اما در آمارگیری معمولاً درصد کوچکی از جامعه مورد مطالعه به عنوان نمونه آماری مورد مطالعه قرار می‌گیرند و سپس نتایج حاصله به کل جامعه مورد نظر تعمیم داده می‌شود.

از آنجایی که از ابتدا به دلیل ماهیت این سرویس، تعداد بالای کاربران مدنظر بوده و به دلیل توانایی تنظیم جامعه هدف می‌توان به عنوان یک نوع سرشماری از آن نام برد، نام **سرشمار** برای این سرویس برگزیده شده است.



ویژگی‌های کلیدی

در ادامه به بررسی ویژگی‌های منحصر به فرد سرویس سرشمار می‌پردازیم.

بدون تبلیغات

ما از تبلیغات متنفریم، به همین دلیل در سرویس‌های ارائه شده توسط ما تبلیغات به شیوه مرسوم جایی نداشته و تلاش ما ارائه حس مطلوب به کاربران در استفاده از سرویس‌هایمان است. به همین دلیل تبلیغات متداول با ماهیت وجودی ما تناقض داشته و از آن بیزاریم!

رایگان برای کاربران عادی

این سرویس برای کاربران عادی رایگان است، محدودیت‌های اعمال شده به‌گونه‌ای خواهد بود که کاربران عادی مشکلی در استفاده از این سرویس نداشته باشند و بدون نیاز به هر گونه هزینه‌ای بتوانند یک نظرسنجی عادی را مشابه با سایر نمونه‌های موجود ولی با امکانات بیشتر و کیفیت بالاتر داشته باشند.

کسب درآمد برای کاربران

علاوه بر اینکه سرویس برای کاربران عادی رایگان است، آنان با پاسخ‌دهی به نظرسنجی‌ها، معرفی سرویس به دوستان خود و تایید هویت خود برای افزایش اعتبار سرشمار، توانایی کسب درآمد را نیز خواهند داشت که می‌توانند درآمد خود را پس از رسیدن به حدنصاب، نقد کرده و یا به عنوان هزینه استفاده از سرویس‌های پولی و به ازای خدمات دریافتی پرداخت نمایند. بدین ترتیب کاربران فعال خدمات مطلوب را بدون پرداخت هزینه دریافت خواهند کرد.



ارائه خدمات از طریق تلگرام

یکی از مهم‌ترین وجه تمایز این سرویس با سایر نمونه‌های موجود، ارائه از طریق تلگرام به زبان‌های گوناگون برای کاربران است. کاربران می‌توانند علاوه بر استفاده خصوصی، از ربات در گروه‌ها و کانال‌های خود برای نظرخواهی از سایرین استفاده کنند.

ربات تلگرام به عنوان یک شتابدهنده عالی برای ما عمل کرده و می‌تواند به عنوان یک مزیت رقابتی فوق‌العاده مورد استفاده قرار گیرد. کاربران به صورت خودکار ربات و در نتیجه سرویس ما را تبلیغ کرده و برای کسب درآمد بیشتر، آن را به اشتراک می‌گذارند. بدین ترتیب با سرعت سرسام‌آوری سرشمار رشد خواهد کرد.

تعیین جامعه آماری هدف

یکی دیگر از برجسته‌ترین امکانات ارائه شده در سرشمار امکان تعیین جامعه آماری هدف برای پرسش سوال از آنان است. به عنوان مثال می‌توان سوالی را تنها از زنان متاهل ۲۵ تا ۴۰ سال دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی‌ارشد ساکن استان تهران و کرج پرسید.

بدین ترتیب ما سوال یا پرسش‌نامه مورد نظر را از تنها از جامعه آماری مشخص شده می‌پرسیم و این مزیت برای بدست آوردن اطلاعات جامعه‌ای خاص به شدت مورد نیاز شرکت‌ها و سازمان‌هاست. علاوه بر این برای دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی نیز با اهمیت بوده تا بتوانند سوالات را از جامعه آماری مشخص شده داشته باشند.



مشاهده نتایج به تفکیک جامعه آماری

علاوه بر پرسیدن سوال از جامعه آماری هدف در اکثر مواقع نیاز به تحلیل نتایج سوالات به تفکیک گروه‌های متفاوت وجود دارد، به همین دلیل کلیه سوالات قابلیت بررسی نتایج بر اساس شرایط ذکر شده در زیر را خواهند داشت.

- سن
- عنوان شغل
- جنسیت
- وضعیت تاهل
- مدرک تحصیلی
- محل سکونت

نمودار و جداول اطلاعاتی به تفکیک کلیه موارد ذکرشده در بالا ارائه شده و بازدیدکنندگان سازمان‌ها می‌توانند نتایج را بسته به نیاز به طور کامل بررسی نمایند. همچنین برای برخی از سوالات خاص مقالات تحلیلی قبل و بعد از پرسش، توسط ما منتشر خواهد شد. تا بدین طریق از نظرسنجی‌های موجود ایجاد دانش نماییم.

چندزبانه بودن

سرویس سرشمار در ابتدا به دو زبان فارسی و انگلیسی ارائه خواهد شد و به مرور زمان، زبان‌های متفاوت بسته به میزان کاربران استفاده کننده از سرویس، اضافه خواهد شد. مهم‌ترین نکته در اضافه کردن زبان‌های جدید، توانایی ما در تولید و کنترل محتوا در آن زبان جدید خواهد بود.



درختواره سوالات

ویژگی دیگری که منجر به افزایش انعطاف‌پذیری در تعریف ساختار سوالات می‌گردد، امکان ثبت سلسله مراتبی سوالات است. این ویژگی به طراح سوال امکان می‌دهد که به صورت **درختواره سوالات** را طراحی نماید و همه سوالات را از کل جامعه آماری نپرسد. به عنوان نمونه سوال مربوط به بهترین فروشگاه اینترنتی ایرانی را از کاربرانی بپرسد که حداقل ماهی یک خرید اینترنتی داشته‌اند و در سوالات قبل به آن پاسخ داده‌اند. یا به صورت معکوس، همان سوال را از افرادی بپرسد که جوابی بجز خرید نکرده‌ام داده‌اند.

بدین ترتیب توانایی ساخت درختواره از سوالات به عنوان یک ویژگی منحصر به فرد در اختیار طراحان سوال قرار خواهد گرفت. ذکر این نکته هم قابل توجه خواهد بود که علاوه بر سوالات ثبت شده در پرسش‌نامه، امکان استفاده از سوالات سرشمار نیز به عنوان یک مزیت برتر در اختیار طراح سوال قرار خواهد گرفت.

سوالات تشریحی (سوالات باز)

علاوه بر سوالات معمول نظرسنجی که دارای گزینه‌هایی برای انتخاب هستند، امکان تعریف سوالات تشریحی برای دریافت مشروح نظرات مخاطبان در سرشمار تعبیه شده است. در این حالت به تعداد موردنیاز می‌توان سوالات باز طراحی کرد. پاسخ‌گو بدون محدودیت می‌تواند هر پاسخی را که مدنظرش باشد در مورد پرسش بنویسد و یا در آن زمینه توضیح دهد. در اینگونه سوالات، اطلاعات دقیق‌تر و کامل‌تر و دارای ارزش بیشتر هستند ولی طبقه‌بندی و نتیجه‌گیری از آنان مشکل‌تر بوده و به تجربه زیادی نیازمند است.



پرسش‌نامه

پرسشنامه یکی از ابزار پژوهش بوده که از مجموعه‌ای از سوالات تشکیل شده است و هدف جمع‌آوری اطلاعات از پاسخ‌دهندگان را دنبال می‌کند.

با اتصال چندین سوال به یکدیگر، پرسش‌نامه ایجاد می‌شود. در پرسش‌نامه غالباً نقطه نظر مخاطبان درباره‌ی یک موضوع خاص پرسیده می‌شود. برای سوالات گزینه‌ای چهار مقیاس پاسخ تعیین شده است.

- دوبخشی، که پاسخ‌دهنده دو گزینه در پیش رو دارد.
 - اسمی، که در آن پاسخ‌دهنده بیش از دو گزینه بدون نظم دارد.
 - ترتیبی، که در آن پاسخ‌دهنده بیش از دو گزینه منظم دارد.
 - مداوم (کران‌دار)، که در آن پاسخ‌دهنده با مقیاسی مداوم روبه‌رو می‌شود.
- به عنوان نمونه یک پرسشنامه تناوب غذایی، پرسشنامه‌ای است که انواع رژیم‌های غذایی مصرفی مردم را ارزیابی کرده و می‌توان از آن به عنوان یکی از ابزار مطالعه استفاده نمود.

شاید یکی از پرکاربردترین حوزه‌های پرسش‌نامه‌ها را بتوان تحقیقات آماری موجود برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانست. اغلب دانشجویان تحصیلات تکمیلی برای بدست آوردن آمار موردنیازشان از پرسش‌نامه‌های دستی استفاده می‌کنند که زحمت بسیاری برایشان داشته و در اکثر موارد نمی‌توان به نتایج آن به صورت دقیق تکیه کرد. سرشمار به عنوان یک ابزار مدرن به کمک این قشر آمده و نتایج دقیق و معتبر را به سرعت و با هزینه مناسب در اختیارشان قرار می‌دهد.



برگزاری آزمون آنلاین

توانایی برقرار آزمون آنلاین یکی دیگر از ویژگی‌های در نظر گرفته شده برای سرشمار است. کوئیز یا امتحان عباراتی است که در مکان‌های علمی بیشتر مورد استفاده قرار گرفته و سرشمار این امکان را برای مشتریان می‌سازد تا بتوانند به راحتی آزمون را در این پلتفرم طراحی نموده و در اختیار آزمون‌دهنده‌ها قرار داد.

در آزمون گزینه صحیح اهمیت داشته و در نهایت جمع نمرات در آن آزمون به آزمون‌گیرنده ارائه خواهد شد. این نوع آزمون می‌تواند مورد استفاده سازمان‌ها برای برگزاری آزمون‌های پایان دوره و یا برگزاری آزمون‌های ساده‌تر در نمونه‌های مشابه آن باشد.

خصوصی کردن نتایج

نتایج پرسش‌ها به صورت پیش‌فرض عمومی بوده و توسط کلیه کاربران قابل رویت و بررسی هستند. بنا به دلایلی ممکن است خصوصی‌سازی برخی از نتایج برای عموم مورد نیاز باشد که سرشمار این ویژگی را نیز به مشتریان خود ارائه می‌دهد.

خروجی از نتایج

در صورت نیاز مشتریان به دریافت خروجی‌های گوناگون از داده‌های خام، این امکان در سرشمار فراهم شده و مشتریان توانایی دریافت خروجی‌های مرسوم را خواهند داشت.



برندینگ (White-label product)

امکان سفارشی‌سازی سرویس برای مشتریان تجاری یکی دیگر از مزیت‌های قابل بررسی برای ارائه در فازهای بعدی سرشمار خواهد بود. مفهومی که با عنوان وایت‌لیبل معروف است. در فاز اول سرشمار تنها امکان حذف نام سرشمار از بخش‌های پرکاربرد میسر خواهد بود.

وایت‌لیبل محصول یا کالایی است که توسط سازنده آن ارائه شده ولی به نام سایر سازمان‌های برندسازی مجدد شده و با نام جدید توسط مشتریان نهایی قابل مشاهده و استفاده خواهد بود.

برگزاری کمپین و مسابقات و قرعه‌کشی

از آنجایی که سرویس سرشمار در بخشی از عملکرد خود پیامک را کنار گذاشته و به عنوان جایگزین آن عمل می‌کند، امکان برگزاری کمپین‌های گوناگون به همراه مسابقات الکترونیکی و قرعه‌کشی پس از آن بر بستر اینترنت را دارا خواهد بود.

در مسابقات امکان تعریف روش مشخص‌سازی برندگان و تنظیم بازه زمانی برای شرکت در مسابقه به همراه نمودارهای زیبا از کاربران شرکت‌کننده و امکان قرعه‌کشی روی کدهای قرعه‌کشی منحصر به فرد از طریق سرویس سرشمار برای مشتریان فراهم خواهد شد.

بدین ترتیب مراسمات زنده و رسمی می‌توانند از سرشمار برای برگزاری مسابقات و قرعه‌کشی زنده استفاده نموده و در مجموع هزینه‌های برگزاری را کاهش دهند.



الگوریتم تخصصی امتیازدهی (تحقیقات علمی)

علاوه بر قابلیت‌های مرسوم برای کسب و کارهای مختلف یکی دیگر از نیازهای پیش‌بینی شده در سرشمار امکان تنظیم الگوریتم‌های تخصصی امتیازدهی بر اساس پاسخ‌های دریافتی از پاسخ‌دهندگان است. این سبک امتیازدهی معمولاً مورد نیاز محققان و اساتید دانشگاهی است. به عنوان نمونه می‌توان به روش‌های امتیازی متفاوت در تست‌های روانشناسی اشاره کرد که بر اساس پاسخ‌های داده شده به سوالات موجود در گروه‌های متفاوت، عملکردهای رفتاری پاسخ‌دهندگان به سوالات را امتیازدهی می‌کنند.

جزئیات نموداری

ارائه جزئیات نتایج سوالات به صورت نموداری و به تفکیک شش فاکتورهای معین که در گذشته به آن اشاره شد از قابلیت‌های زیبا و کاربردی سرشمار خواهد بود.

تحلیل تشریحی از نتایج

یکی از پیچیده‌ترین علوم رایانه تبدیل داده‌ها به مقادیر قابل لمس توسط انسان است. سرشمار بدین منظور نیز به صورت مرحله به مرحله و همزمان با رشد خود، تحلیل‌های متنی و تشریحی قابل لمس توسط انسان را ارائه خواهد کرد. این بخش نیاز به دانش بسیار بالایی در علوم رایانه و توانایی تحلیل داده‌ها خواهد داشت و همانطور که ذکر شد به صورت مرحله به مرحله همگام با رشد سرشمار، این بخش نیز توسعه خواهد یافت.



سوالات چندرسانه‌ای

امکان استفاده از محتوای چندرسانه‌ای در سوالات یکی از جذاب‌ترین ویژگی‌های ارائه شده توسط سرشمار است. به عنوان نمونه فرض کنید یک فیلم شصت ثانیه‌ای از موضوعی برای کاربر پخش شده و سپس نظر او را نسبت به آن خواهیم سنجید. یا به عنوان مثالی دیگر برای بررسی میزان بهره‌هوشی اشخاص از تصاویر برای درک صحیح و انتخاب گزینه صحیح استفاده خواهیم کرد.

تعیین محدودیت برای پاسخ‌دهی

بخش‌های ایجاد محدودیت به دلیل افزایش پیچیدگی پس از نیازسنجی و بررسی همه شرایط و رسیدن به راهکار مناسب برای نحوه‌ی ارائه در رابط کاربری به سرویس اضافه خواهند شد.

نوع اول محدودیت قابل پیاده‌سازی از نظر زمان است که سرشمار چند حالت متفاوت را ارائه خواهد داد.

- محدودیت زمانی بر روی زمان پاسخ‌دهی به هر سوال
- محدودیت زمانی برای پاسخ‌دهی به مجموعه سوالات
- تعیین بازه زمانی شروع و پایان نظرخواهی

علاوه بر زمان محدودیت بر روی تعداد عددی پاسخ‌ها نیز امکان پذیر است.

- محدودیت در تعداد گزینه‌های صحیح
- محدودیت در تعداد کل پاسخ‌ها



منابع کسب درآمد

مشتریان ما در سرشمار به سه دسته‌ی زیر تقسیم خواهند شد و برای هر کدام روش‌های متفاوتی برای کسب درآمد در نظر گرفته شده است.

مشتریان عادی

مفهوم مشتریان عادی به معنای افراد یا سازمان‌هایی است که به صورت دوره‌ای از سرویس ما استفاده می‌کنند. این گروه، بزرگترین بخش مشتریان ما را تشکیل می‌دهند و برای راحتی این گروه از مشتریان سبک خاصی از پلن مالی برای آنان تدارک دیده‌ایم.

برای کسب درآمد در این سرشمار مبنای اصلی تعداد پاسخ‌دهندگان به سوالات هستند و به ازای هر کدام از امکانات موردنیاز هزینه‌ای به قیمت پایه افزوده خواهد شد. از آنجایی که طراحی سوال به صورت پیش‌فرض رایگان است، هزینه از مشتریان بابت ظرفیت‌های بالاتر دریافت خواهد شد.

به عنوان مثال هزینه هر پاسخ‌دهنده را یک واحد در نظر می‌گیریم. به ازای هر کدام از ویژگی‌های سرویس درصدی به هزینه ثابت اضافه خواهد شد و در نهایت درصد‌های اضافه شده به مبلغ پایه افزوده خواهد شد. کلیه ویژگی‌های ارائه شده هنگام ارسال نظرسنجی نمایش داده می‌شود که به دو بخش ویژگی‌های قبل از ارسال و بعد از ارسال تقسیم خواهد شد. ویژگی‌های بعد از ارسال، هم‌چون دریافت خروجی هر زمانی که مشتری مایل باشد قابل افزایش خواهد بود.



مشتریان تجاری

مشتریان تجاری مشتریانی هستند که به صورت مکرر از سرشمار استفاده می‌کنند که برای آنان به جای دریافت هزینه بابت هر نظرسنجی، به صورت پلن ماهیانه یا سالیانه سرویس ارائه خواهد شد، در پلن سالیانه هزینه‌ها با تخفیف خواهد بود.

مشتریان تجاری نیز بسته به نیاز می‌توانند یکی از پلن‌های ارائه شده را برای مصرف خود انتخاب نمایند. این سبک به دلیل راحتی در پرداخت هزینه‌ها مناسب سازمان‌های بزرگ بخصوص دولتی خواهد بود. برای مشاهده پلن‌ها می‌توانید به آدرس sarshomar.com/business مشاهده کنید.

رایگان	پرطرفدار	حرفه‌ای
1*	2*	4*
تا ۱۰۰ پاسخ‌دهنده	تا ۱۰,۰۰۰ پاسخ‌دهنده	نامحدود پاسخ‌دهنده
جزئیات نموداری	جزئیات نموداری	جزئیات نموداری
دریافت خروجی	دریافت خروجی	دریافت خروجی
اعمال محدودیت روی سوالات	اعمال محدودیت روی سوالات	اعمال محدودیت روی سوالات
سوالات تشریحی	سوالات تشریحی	سوالات تشریحی
خصوصی‌سازی نتایج	خصوصی‌سازی نتایج	خصوصی‌سازی نتایج
سوال چندرسانه‌ای	سوال چندرسانه‌ای	سوال چندرسانه‌ای
درختواره سوالات	درختواره سوالات	درختواره سوالات
برندینگ سوالات	برندینگ سوالات	برندینگ سوالات
تعریف الگوریتم امتیازدهی	تعریف الگوریتم امتیازدهی	تعریف الگوریتم امتیازدهی
انتخاب جامعه هدف	انتخاب جامعه هدف	انتخاب جامعه هدف
تحلیل تشریحی	تحلیل تشریحی	تحلیل تشریحی
انتخاب	انتخاب	انتخاب



مشتریان سازمانی

مشتریان سازمانی منحصر به فرد و انگشت شمار بوده و هزینه بسته مورد نیاز آنان پس از مذاکره مشخص شده و قراردادهای تجاری عقد خواهد شد. به همین دلیل درآمد حاصله از این بخش از مشتریان قابل پیش‌بینی نیست.

سوابق مشابه

اولین اقدام عملی برای سرویس سرشمار در تاریخ ۱۱ بهمن ۱۳۹۴ کلید خورد. هرچند پیش از این بر روی ایده و نام آن فکر شده بود. ایده اولیه این سرویس نیز از نمونه متوقف‌شده‌ی **دیدما** گرفته شده است دیدما در هفت ماه فعالیت خود از مهر ۱۳۹۱ تا اردیبهشت ۱۳۹۲ توانست کمتر از ۷۰۰ کاربر را جذب نماید.

برای نظرسنجی در تلگرام در حال حاضر تنها ربات نظرسنجی خود تلگرام مورد استفاده قرار می‌گیرد و نمونه دیگری تاکنون یافت نشده است. در دنیای وب فارسی نیز نظرسنجی اهمیت خاصی نداشته و بجز دیدما نمونه برجسته دیگری یافت نشده است.

اما در نمونه‌های بین‌المللی چند نمونه موفق وجود دارد ولی هیچ‌یک از آنان انتخاب جامعه هدف و گزارش به تفکیک جامعه آماری را بدین شکل در نظر گرفته شده در سرشمار ندارند.

