

پلتفرمیفیکیشن

امیر مختاری

- سرشناسه : مختاری، امیر، ۱۳۷۱ -
- عنوان و نام پدیدآور : پلتفرمیفیکیشن / امیر مختاری.
- مشخصات نشر : تهران: امیر مختاری، ۱۳۹۷.
- مشخصات ظاهری : ۲۰۵ ص.: جدول، نمودار؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
- شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۰۰-۰۸۸۹-۷ :
- وضعیت فهرست : فیا :
- نویسی :
- یادداشت : کتاب :
- موضوع : بازاریابی اینترنتی :
- موضوع : Internet marketing :
- موضوع : برنامه‌ریزی راهبردی :
- موضوع : Strategic planning :
- موضوع : برنامه‌ریزی سازمانی :
- موضوع : Business planning :
- رده بندی کنگره : ۱۳۹۷ پ۳۷/م۱۲۶۵/۵۴۱۵ HF
- رده بندی دیویی : ۸۷۲/۶۵۸ :
- شماره کتابشناسی ملی : ۵۲۷۶۲۰۷ :

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

پلتفرم فیکشن
نویسنده: امیر مختاری
نوع: رمان
تاریخ چاپ: ۱۳۹۷
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
ناشر: امیر مختاری
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰۰-۰۸۸۹-۷
همه‌ی حقوق مادی و معنوی این اثر برای ناشر «امیر مختاری» محفوظ است.

نشر و چاپ این کتاب به‌هرگونه‌ای (چاپ، کتاب صوتی، پی‌دی‌اف، عکس و ...)، بدون اجازه‌ی ناشر (امیر مختاری)، جرم است و پیگرد قانونی در پی خواهد داشت.

فهرست

۶	یادداشت نویسنده.....
۱۱	فصل (۱) پلتفرم چیست.....
۴۳	فصل (۲) پلتفرم به عنوان مدل کسب و کار.....
۶۷	فصل (۳) اثر شبکه‌ای.....
۷۳	فصل (۴) اکوسیستم کسب و کار.....
۸۱	فصل (۵) پلتفرم و اثر شبکه‌ای.....
۹۵	فصل (۶) پیش از راه‌اندازی پلتفرم.....
۱۲۷	فصل (۷) مروری بر آنچه گذشت.....
۱۴۱	فصل (۸) راه‌اندازی پلتفرم.....
۱۵۱	فصل (۹) درآمدزایی از پلتفرم.....
۱۵۹	فصل (۱۰) پلتفرم و بازننگری در استراتژی.....
۱۷۵	فصل (۱۱) پس از دستیابی به اثر شبکه‌ای.....
۱۸۵	فصل (۱۲) و در آینده...؟.....

یادداشت نویسنده

دوره‌ای که در آن زیست می‌کنیم، دوره‌ای است که صاحب‌نظرها از آن با نام «انقلاب صنعتی چهارم» یاد می‌کنند. این دگردیدی که به دنبال پیدایش اینترنت و فناوری‌های وابسته به آن شکل گرفت، جریان‌های درآمدی و صنعت‌های نوینی را شکل داد که کسب‌وکارهای پلتفرم تنها بخش کوچکی از آن را در بر دارد. همین ماه گذشته بود که شرکت آمریکایی اپل با دستیابی به سرمایه‌ای معادل یک تریلیون دلار، هم سطح اقتصادهای بزرگی همچون اسپانیا و فرانسه قرار گرفت. درست در همین زمان بود که بفت‌دوس، موسس و مدیر پلتفرم آمازون، با دست‌یابی به سرمایه‌ای بیش از یک صد و بیست میلیون دلار، توانست عنوان ثروتمندترین مرد تاریخ را از آن خود نماید. اهمیت سود سریع وقتی رخ می‌نماید که بدانیم اپل تنها یکی از چند بازیگر آمریکایی قدرت‌مند دررصه کسب‌وکارهای پلتفرم است. آمازون، اوپرا، ایربی‌اندبی، فیس‌بوک، گوگل، لینکدین، ایدرسافت و یوتیوب از دیگر پیش‌تازهای این صنعت هستند که هر یک به تنهایی از سرمایه، گردش مالی و جمعیت کاربرهای قابل توجهی سود می‌برند. همه این‌ها از شکل‌گیر گونه‌ای جریان درآمدی خبر می‌دهند که می‌رود تا سرمایه، منبع‌های انسانی، دانش، فیزیکی و استراتژیکی را از دیگر صنعت‌ها، به این کسب‌وکار گذر دهد. کسب‌وکارهای پلتفرم بخشی از بازارهای نوپدید رسانه‌ای هستند به واسطه‌ی دگرگونی‌های ایجاد شده در فناوری، رسانه، قانون‌گذاری و جامعه پدید آمدند. گرچه تا پیش از این کسب‌وکارهای پلتفرم تنها گونه‌ای از دادوستد به‌شمار می‌آمدند، اما امروزه «پلتفرم»

را به نام «مدل کسب‌وکار» می‌شناسیم که از خاستگاه‌اش (فناوری اطلاعات) فزاینده‌تر رفته و به بخش اساسی هر کسب‌وکاری (حتی کسب‌وکارهای سنتی)، بدل شده است.

کتاب پیش رو در تلاش است تا با داشتن نگاهی به تاریخچه و سیر پیدایش کسب‌وکارهای پلتفرم، دستاوردها، چالش‌ها و مفهوم‌های آن، به تحلیل این صنعت قدرت‌مند و پویا بپردازد. در فصل‌های نخست سیر پیدایش کسب‌وکارهای پلتفرم را از نگاه می‌گذرانی، سپس به استراتژی‌های ورود به عرصه‌ی پلتفرم می‌پردازیم. مفهوم‌هایی چون اثر شبکه‌ای، مدل‌های کسب‌وکار رایج در پلتفرم و استراتژی‌های درآمدزایی، از موضوع‌های مهمی هستند که مورد بحث قرار می‌گیرند.

مخاطب‌های این کتاب به دو دسته‌ی مخاطب عمومی و مخاطب تخصصی بخش می‌شوند. از نگاه عمومی، نگارنده هیچ شخصی را از مطالعه‌ی این کتاب بی‌نیاز نمی‌داند. شرایط جامعه‌ی سبب شده تا امروزه هر شخصی با گونه‌ای با پلتفرم‌های گوناگون سروکار داشته باشد. پلتفرم‌ها همه‌ی مردم را - بی‌نیادهای دولتی و غیردولتی را با خود همراه ساخته‌اند و با استقبال و بهره‌گیری که مردم از سوی مردم جهان روبه‌رو شده‌اند. گذشته از اندروید، اینستاگرام، توئیتر و فیس‌بوک که جامعه‌ی کاربرهای‌شان گستره‌ای جهانی دارد، آپارات، اسنپ، بیپ‌تونز، بوکینگ و...، تیسوال، طاقچه و نواک، از نمونه‌های موفق ایرانی هستند که مسیری مشابه با نمونه‌های جهانی را پشت سر نهاده‌اند که اهمیت کتاب پیش‌رو را دوچندان می‌نماید. نگارنده بر این باور است که مخاطب، گرداننده، مهندس نرم‌افزار، سیاست‌گذار و هر

شخصی که با پلتفرم سروکار دارد، به میزان سهم، دانش و نیازش، می‌تواند از مطلب‌های این کتاب بهره‌مند شود. از نگاه تخصصی، استادهای دانشگاه، دانشجویان و پژوهش‌گرهای همدی مقطع‌های تحصیلی (به‌ویژه کارشناسی ارشد و دکترا) در رشته‌های مدیریت رسانه، ارتباطات، مدیریت کسب‌وکار، مدیریت استراتژیک و فناوری اطلاعات، می‌توانند از مطلب‌های نوین و مفید این کتاب بهره‌مند شوند.

در پایان بر خود لازم می‌دانم تا از فرد فرد کسانی که به‌هرگونه‌ای در به‌سرانجام رساندن کتاب پیش‌در نقش داشتند، سپاس‌گزاری نمایم. امید دارم مطلب‌های مفید و جالب این کتاب، مورد پسند و استفاده‌ی خواننده‌های عزیز قرار بگیرد.

امیر مختاری

تهران، تیر ماه ۱۳۹۷