



کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات و کسب و کارهای اینترنتی نوظهور

www.ketab.ir

مؤلف:

دکتر حامد آرامش

هیات علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان

سرشناسه : آرامش، حامد، ۱۳۶۱
عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات و کسب و کارهای
اینترنتی نوظهور /مؤلف : حامد آرامش
مشخصات نشر: زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری: ۳۸۰ ص، مصور، جدول، وزیری، ۲۱۹.
شابک دوره: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۵۸-۱۰-۶
وضعیت فهرست نویسی: فیفا
یادداشت: کتابنامه
موضوع: کارآفرینی، بازرگانی الکترونیکی، بازاریابی اینترنتی
شناسه افزوده: دانشگاه سیستان و بلوچستان، مرکز چاپ و نشر
شناسه افزوده: University of Sistan and Baluchestan
رده بندی کنگره: ۶۱۵ HB
رده بندی دیویی: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی: ۸۷۸۲۸۲۶

www.ketab.ir

ناشر: انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان

کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات و کسب و کارهای اینترنتی نوظهور

مؤلف: دکتر حامد آرامش

چاپ: چاپخانه المهدی دانشگاه سیستان و بلوچستان

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰، قیمت: ۸۵۰۰۰ تومان، شمارگان: ۲۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۸۵۸-۱۰-۶

این کتاب با کاغذ حمایتی چاپ شده است.

تمام حقوق چاپ و نشر این اثر طبق قرارداد محفوظ است، هر گونه چاپ و تکرار از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ممنوع است، متخلفان به موجب قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

فهرست مطالب	۵
پیشگفتار	۱۱
فصل اول	۱۳
مقدمه	۱۵
۱-۱ تأثیرات اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی	۲۰
۲-۱ مهمترین نقشهای کارآفرینی در روند توسعه	۲۲
۳-۱ کارآفرینی و توسعه پایدار	۲۳
۴-۱ فن آوری اطلاعات و ارتباطات	۲۶
۵-۱ ضرورت به کارگیری فن آوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه کارآفرینی	۲۸
خلاصه فصل اول	۳۰
پرسشهای فصل اول	۳۱
جک ما ، موسس شرکت علی بابا چین	۳۲
فصل دوم	۴۳
مقدمه	۴۵
۱-۲ کارآفرینی دیجیتال	۴۵
۲-۲ مراحل ایجاد کسبوکار دیجیتال	۴۷
۳-۲ انواع کارآفرینی دیجیتال	۴۹
۴-۲ کاهش موانع کارآفرینی در عصر دیجیتال	۵۲
۵-۲ فرصت‌های جدید دیجیتال: آزمایش، داده و مقیاس	۵۳
۶-۲ مدلهای کسبوکار دیجیتال	۵۹
خلاصه فصل دوم	۶۲
پرسشهای فصل دوم	۶۳
تراویس کالانیک، موسس و عضو هیات مدیره اوبر (تاکسی اینترنتی)	۶۴
فصل سوم	۶۹
مقدمه	۷۱
۱-۳ کسبوکار الکترونیک	۷۲
۲-۳ تجارت الکترونیک	۷۴
۳-۳ تفاوت کسبوکار الکترونیک و تجارت الکترونیک	۷۵

۷۶	۴-۳ انواع کسبوکار الکترونیک
۷۷	۵-۳ تجارت الکترونیکی B2B
۷۹	۶-۳ شیوه‌های کسبوکار الکترونیک
۸۰	۷-۳ مزایای کسبوکار الکترونیک
۸۰	۸-۳ معایب کسبوکار الکترونیک
۸۱	۹-۳ انواع مدل‌های کسبوکار اینترنتی
۸۱	۱۰-۳ مزایای فروش محصولات به صورت فیزیکی
۸۲	۱۱-۳ معایب فروش محصولات به صورت فیزیکی
۸۳	۱۲-۳ مزایای فروش محصولات دانلودی یا آموزشی
۸۷	۱۳-۳ فریلنسینگ چیست؟
۹۲	خلاصه فصل سوم
۹۳	پرسشهای فصل سوم
۹۴	سعید و حمید محمدی، بنیانگذاران دیجی کالا
۱۰۳	فصل چهارم
۱۰۵	مقدمه
۱۰۶	۱-۴ سیر تکامل جوامع بشری
۱۰۶	۲-۴ ویژگیهای جامعه سنتی
۱۰۶	۳-۴ ویژگیهای جامعه صنعتی
۱۰۷	۴-۴ ویژگیهای جامعه فراصنعتی (اطلاعاتی)
۱۰۹	۵-۴ ارزشهای منحصر به فرد اینترنت
۱۱۰	۶-۴ مفهوم اکوسیستم کارآفرینی
۱۱۱	۷-۴ واژه شناسی اکوسیستم کارآفرینی
۱۱۱	۸-۴ تعریف اکوسیستم کارآفرینی
۱۱۴	۹-۴ اکوسیستم دیجیتال
۱۲۰	۱۰-۴ مراحل تکامل کسبوکارها
۱۲۲	۱۱-۴ اکوسیستم منابع انسانی دیجیتال
۱۲۲	خلاصه فصل چهارم
۱۲۴	پرسشهای فصل چهارم
۱۲۵	سام والتون، شرکت وال مارت
۱۳۱	فصل پنجم
۱۳۳	مقدمه

۱-۵ تحول دیجیتال	۱۳۳
۲-۵ تاریخچه توجه به اصطلاح تحول دیجیتال	۱۳۳
۳-۵ تعریف تحول دیجیتال	۱۳۴
۴-۵ تعریف سواد دیجیتال	۱۳۶
۵-۵ سواد دیجیتال برای چه افرادی لازم است؟	۱۳۸
۶-۵ برای اینکه باسواد دیجیتال شویم به چه مهارت‌هایی نیاز داریم؟	۱۳۸
۷-۵ سواد اطلاعاتی	۱۴۰
۸-۵ آیا آموزش الکترونیکی و روش‌های یادگیری دیجیتالی برای شما مناسب است؟	۱۴۳
۹-۵ سواد رسانه‌های دیجیتال	۱۴۳
۱۰-۵ هویت دیجیتال	۱۴۵
۱۱-۵ چگونه می‌توانید از هویت دیجیتالی خود محافظت کنید؟	۱۴۸
۱۲-۵ منابع انسانی دیجیتال	۱۵۰
۱۳-۵ ماتریس منابع انسانی دیجیتال	۱۵۳
۱۴-۵ استعداد دیجیتال	۱۵۹
خلاصه فصل پنجم	۱۶۴
پرسشهای فصل پنجم	۱۶۶
جف بزوس، بنیانگذار شرکت آمازون	۱۶۷
فصل ششم	۱۷۹
مقدمه	۱۸۱
۱-۶ اقتصاد دیجیتال	۱۸۱
۲-۶ ویژگیهای اقتصاد دیجیتال	۱۸۴
۳-۶ شکل‌گیری اقتصاد دیجیتال	۱۸۸
۴-۶ محاسبه حجم اقتصاد دیجیتال	۱۹۰
۵-۶ استفاده از انرژی	۱۹۳
۶-۶ جامعه بدون هزینه	۱۹۳
۷-۶ انقلاب صنعتی چهارم (اقتصاد دیجیتال)	۱۹۳
۸-۶ ارز دیجیتال	۱۹۳
۹-۶ بازارهای دیجیتال	۱۹۵
خلاصه فصل ششم	۱۹۶
پرسشهای فصل ششم	۱۹۷
دره سیلیکون‌ولی	۱۹۸

۲۰۷	فصل هفتم
۲۰۹	مقدمه
۲۰۹	۱-۷ تعریف دولت الکترونیک
۲۱۸	۲-۷ اهداف و مزایای دولت الکترونیک
۲۱۹	۳-۷ ارائه مراحل پنج‌گانه جهت استقرار دولت الکترونیک
۲۱۹	۴-۷ مدل Gartner
۲۱۹	۵-۷ دولت ۲/۰
۲۲۰	۶-۷ دولت الکترونیک ویژه فن آوری
۲۲۰	۷-۷ اختلاف نظرها
۲۲۱	۸-۷ شهروند الکترونیک
۲۲۲	۹-۷ شهروند الکترونیک زمینه‌ساز شهر الکترونیک
۲۲۳	خلاصه فصل هفتم
۲۲۴	پرسشهای فصل هفتم
۲۲۵	پیرامیدیار ، موسس eBay
۲۳۵	فصل هشتم
۲۳۷	مقدمه
۲۳۷	۱-۸ بازاریابی دیجیتال
۲۳۹	۲-۸ آمیخته بازاریابی دیجیتالی
۲۴۰	۳-۸ آیا دیجیتال مارکتینگ همان بازاریابی آنلاین یا اینترنتی است؟
۲۴۲	۴-۸ چالشهای بازاریابی دیجیتال
۲۴۳	۵-۸ استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال
۲۴۴	۶-۸ داده‌های بزرگ
۲۴۴	۷-۸ هوش مصنوعی و یادگیری ماشین
۲۴۵	۸-۸ هدف‌گذاری متنی
۲۴۵	۹-۸ هدف‌گیری نسل Z
۲۴۵	۱۰-۸ بازاریابی محتوا
۲۴۶	۱۱-۸ اهمیت بازاریابی دیجیتال
۲۴۶	۱۲-۸ انواع بازاریابی دیجیتال
۲۴۷	۱۳-۸ بهینه‌سازی موتور جستجو
۲۴۸	۱۴-۸ بازاریابی موتور جستجو و تبلیغات کلیکی
۲۴۹	۱۵-۸ بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

۲۵۰	۱۶-۸ بازاریابی محتوا
۲۵۰	۱۷-۸ بازاریابی بورسانی
۲۵۱	۱۸-۸ بازاریابی تأثیرگذار
۲۵۲	۱۹-۸ بازاریابی ایمیلی
۲۵۲	۲۰-۸ بازاریابی ویروسی
۲۵۲	۲۱-۸ تبلیغات موبایلی
۲۵۳	۲۲-۸ بازاریابی دیجیتال آفلاین
۲۵۴	خلاصه فصل هشتم
۲۵۵	پرسشهای فصل هشتم
۲۵۶	استیو جابز، مؤسس شرکت اپل
۲۶۹	فصل نهم
۲۷۱	مقدمه
۲۷۲	۱-۹ تاریخچه کارآفرینی در کشور
۲۷۲	۲-۹ دلایل مطرح شدن طرح کارآ
۲۷۳	۳-۹ سیاستهای اجرایی طرح کارآ
۲۷۴	۴-۹ جایگاه کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور
۲۷۶	۵-۹ سیاستهای ایرانی در حوزه کارآفرینی
۲۷۷	۶-۹ اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴
۲۸۶	۷-۹ طرح فاوا
۲۸۷	خلاصه فصل نهم
۲۸۹	پرسشهای فصل نهم
۲۹۰	ساکچی و کیچیرو تویوتا ، موسسان تویوتا TOYOTA
۲۹۷	فصل دهم
۲۹۹	مقدمه
۲۹۹	۱-۱۰ اینترنت اشیاء
۳۱۳	۲-۱۰ رایانش ابری
۳۳۱	۳-۱۰ بیگ‌دیتا (Big Data)
۳۳۲	۴-۱۰ ویژگی‌ها و تعاریف مربوط به مبحث بیگ‌دیتا
۳۳۳	۵-۱۰ چرا بیگ‌دیتا مهم است؟
۳۳۷	۶-۱۰ منابع اصلی دسترسی به اطلاعات بیگ‌دیتا
۳۴۱	۷-۱۰ واقعیت مجازی و واقعیت افزوده

۳۴۱.....	۸-۱۰ تفاوت فن‌آوری‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی
۳۴۲.....	۹-۱۰ انواع واقعیت افزوده در اپلیکیشن‌ها
۳۴۳.....	۱۰-۱۰ انواع روش‌های مشاهده محتوای واقعیت مجازی
۳۴۳.....	۱۱-۱۰ کاربردهای واقعیت افزوده و واقعیت مجازی
۳۴۴.....	۱۲-۱۰ داده‌کاوی
۳۴۶.....	۱۳-۱۰ چستی داده‌کاوی
۳۵۲.....	۱۴-۱۰ بلاکچین چیست؟
۳۵۴.....	۱۵-۱۰ ویژگیهای بلاکچین
۳۵۶.....	خلاصه فصل دهم
۳۵۸.....	پرسشهای فصل دهم
۳۵۹.....	کشورهای برتر در حوزه اینترنت اشیا
۳۶۹.....	منابع و مآخذ

www.ketab.ir

پیش‌گفتار

امروزه کارآفرینی موتور محرک اقتصادی کشورهای پیشرفته و در حال توسعه است و تمایل به کارآفرینی و اقدامات کارآفرینانه با توجه به شرایط رقابتی بازار و تغییرات سریع محیطی، رشد روزافزونی دارد و بیشتر کشورها سرمایه‌گذاری‌های فراوانی در توسعه کارآفرینی می‌کنند و سعی در گسترش فن‌آوری اطلاعات در اقتصاد کشور خود دارند. لذا گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و اینترنت در تمام ابعاد آن به سطحی رسیده که بی‌توجهی به آن، جوامعی را که قادر به پذیرش توسعه نبوده و از لحاظ فن‌آوری عقب افتاده‌اند، با چالش‌های جدی در زمینه اقتصادی و در زمینه کارآفرینی، به خصوص کارآفرینی دیجیتال روبرو می‌سازد.

ویژگی منحصر به فرد قرن جدید که از آن به عنوان عصر اطلاعات یاد می‌کنند، نوآوری و تغییر با سرعت غیر قابل پیش‌بینی است. به طوریکه عرصه‌های مختلف زندگی بشر با چالش بزرگ سازگاری پویا مواجه است. آنچنان که هرگونه تعللی در پاسخ سریع و به موقع به چالش‌ها می‌تواند زیان‌های جبران ناپذیری برای آن عرصه ایجاد کند. نوآوری در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات که یکی از عناصر اقتصاد دانش‌محور می‌باشد، نقطه عطف تحولات پایان قرن بیستم است. برای توسعه و گسترش اقتصاد دانش‌محور و فعالیتهای اقتصادی آن، تولید و بهره‌برداری از دانش به عنوان موتور رشد اقتصادی در اقتصادهای بازاری توسعه یافته، عنصر محوری است، چنان‌که سبب تغییر و دگرگونی در تمامی ابعاد توسعه و توافقات اجتماعی بشریت شده است.

بسیاری از اقتصاددانان و متخصصان معتقدند که جهان وارد «عصر اطلاعات» شده و همراه با این ورود، بسیاری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را نیز دستخوش تحولاتی عمیق نموده است که یکی از ابعاد این تحول، تغییرات عمیقی است که در فن‌آوری اطلاعات به وجود آمده است. استفاده از فن‌آوری‌های نوین خصوصاً فن‌آوری اطلاعات، به توسعه فرصت‌های نوین کارآفرینی کمک می‌کند. در کشورهای پیشرفته یکی از مهم‌ترین ابزارهای کارآفرینان اینترنت است. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات را که همان شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی است، توسعه دهد و امکان دسترسی آسان همه به این شبکه را فراهم کند.

از آنجا که کارآفرینی نیازمند شناسایی فرصت‌هاست و حوزه فن‌آوری اطلاعات نیز سرشار از فرصت‌ها و خلأها می‌باشد، لذا کارآفرینی در حوزه فن‌آوری اطلاعات بستر مناسبی برای فعالیت کارآفرینان می‌باشد.

در وضعیت کنونی کسب‌وکار که با افزایش رقابت، جهانی شدن، تغییرات سریع تکنولوژی، کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و تغییر مرزهای صنعت همراه است، کارآفرینی چه در سطح فردی و چه در سطح سازمانی، بیش از گذشته برای سودآوری و رشد اقتصادی اهمیت پیدا کرده است و امید آن می‌رود که اهمیت به این موضوع نیز جزو اولویت‌های اقتصادی کشورمان گردد. کتابی که پیش روی دارید علاوه بر برآورده کردن نیاز تخصصی دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی، برای مطالعه عموم و خصوصاً کارآفرینان جوان نیز بسیار مفید می‌باشد.

در فصول اولیه این کتاب نخست کلیاتی در زمینه کارآفرینی در بستر فن‌آوری اطلاعات بیان شده و سپس کارآفرینی دیجیتال و انواع کسب‌وکارهای الکترونیک به صورت مبسوط توضیح داده شده است. در فصول پایانی کتاب، بازاریابی دیجیتال و چگونگی تغییر بازاریابی سنتی به دیجیتال بیان شده و به سیاست‌های کلان ایران در حوزه فن‌آوری اطلاعات پرداخته شده و اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ بیان می‌شود.

امید است که این کتاب بتواند برای دانشجویان و علاقمندان محترم، کتابی مفید باشد و مطالعه آن دریچه‌ای روشن در مسیر پیش روی کارآفرینان جوان باز کرده و اهمیت فن‌آوری اطلاعات در این عرصه را نشان دهد.

دکتر حامد آرامش (عضو هیأت علمی دانشگاه سیستان و بلوچستان)