

# مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال

(مفاهیم جدید و چالش‌های معاصر)

تالیف: آدام جابلونسکی و مارک جابلونسکی

ترجمه: مسعود صادق‌پور ملک‌میان





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مدل‌های کسب و کار اجتماعی

در اقتصاد دیجیتال

(مفاهیم جدید و چالش‌های معاصر)

تالیف:

آدام جابلونسکی و مارک جابلونسکی

ترجمه:

مهندس مسعود صادق‌پور ملک‌میان



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)



سرشناسه: یابلونسکی، آدام – Jabłoński, Adam  
عنوان و نام پدیدآور: مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال (مفاهیم جدید و چالش‌های معاصر)/ تالیف آدام  
جابلونسکی و مارک جابلونسکی؛ ترجمه مسعود صادق پورملک‌میان.  
مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)، ۱۴۰۱.  
مشخصات ظاهری: ۲۲۹ص: مصور، جدول، نمودار.  
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۵۰۱-۶، ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۵۰۱-۶ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیپا  
یادداشت: عنوان اصلی: Social business models in the digital economy : new concepts and contemporary challenges, 2019.  
یادداشت: کتابنامه.

موضوع: برنامه‌ریزی سازمانی  
موضوع: Business planning  
موضوع: مسوولیت اجتماعی کسب و کار  
موضوع: Social responsibility of business  
موضوع: کارآفرینی اجتماعی  
موضوع: Social entrepreneurship  
شناسه افزوده: یابلونسکی، مارک  
شناسه افزوده: Jabłoński, Marek  
شناسه افزوده: صادق پورملک‌میان، مسعود، ۱۳۵۸-، مترجم  
رده بندی کنگره: HD ۳۰/۲۸  
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲  
شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۰۷۱۰۷



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)  
واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1  
تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۰۲۶۵۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳  
ایمیل: mojakpublication@yahoo.com  
سایت: www.mojak.ir اینستاگرام: mojakpublication

عنوان: مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال (مفاهیم جدید و چالش‌های معاصر)  
تالیف: آدام جابلونسکی و مارک جابلونسکی  
ترجمه: مهندس مسعود صادق پورملک‌میان  
مشخصات ظاهری: ۲۲۹ صفحه، قطع وزیری  
چاپ اول: تابستان ۱۴۰۱، تیراژ: ۵۰۰ جلد  
قیمت: ۱۷۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۵۰۱-۶  
کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

## تقدیم به:

روح پاک مادرم، فرشته فداکاری و عشق که وجودم برایش همه رنج و وجودش برایم همه مهر بود؛

روح مطهر برادر شهیدم که با ایثار خون خود، آرامش و امنیت را به کشور عزیزمان "ایران"، اهداء کرده است؛

پدرم که از نگاهش صلابت و از صبرش ایستادگی را آموخته‌ام؛

همسرم که سایه مهربانیش سایه‌سار زندگیم می‌باشد و

پسر عزیزتر از جانم (پارسا) که به او آموخته‌ام اهداف بزرگی داشته باشد و سخت تلاش کند، چون هیچ چیز ارزشمندی آسان به دست نمی‌آید.





# فهرست مطالب

صفحه

عنوان

مقدمه مترجم ..... ۱۳

پیش گفتار ..... ۱۵

**فصل اول: مسائل اجتماعی و پایداری در تجارت معاصر ..... ۲۱**

۱-۱ مقدمه ..... ۲۱

۲-۱ جامعه و جامعه در شبکه یا جامعه شبکه‌ای ..... ۲۶

۳-۱ دیدگاه اجتماعی انجام فعالیت‌های تجاری در اقتصاد مدرن ..... ۲۷

۴-۱ چارچوب نظری جنبه‌های اجتماعی مدل‌های کسب و کار در اقتصاد دیجیتال ..... ۳۰

۵-۱ پتانسیل اقتصاد دیجیتال برای توسعه فعالیت‌های اجتماعی ..... ۳۳

۶-۱ مدل‌های کسب و کار - مفروضات استراتژیک در اقتصاد اجتماعی ..... ۳۴

۷-۱ شناسایی جنبه‌های اجتماعی منتخب مدل‌های کسب و کار در اقتصاد دیجیتال ..... ۳۶

۸-۱ مدل‌های کسب و کار پایدار و ترکیبی و توسعه مسائل اجتماعی ..... ۳۸

۹-۱ نتیجه‌گیری ..... ۴۱

۱۰-۱ مراجع ..... ۴۲

**فصل دوم: تاثیر انقلاب فناوری دیجیتال بر ایجاد بازارهای جدید و رفتار مردم ..... ۴۵**

۱-۲ مقدمه ..... ۴۵

۲-۲	عوامل تعیین کننده توسعه اقتصاد دیجیتال	۴۵
۳-۲	شرح مفاهیم کلیدی اقتصاد دیجیتال	۵۱
۴-۲	ویژگی های مدل های کسب و کار اجتماعی در دیدگاه شناختی اکوسیستم دیجیتال	۵۴
۵-۲	اکوسیستم کسب و کار دیجیتال به عنوان محیطی از مدل های تجاری انعطاف پذیر شرکت ها	۶۲
۶-۲	عملیاتی شدن مدل های کسب و کار انعطاف پذیر و قوی در اقتصاد دیجیتال	۶۴
۷-۲	نتیجه گیری	۶۵
۸-۲	مراجع	۶۶

## فصل سوم: مدل های کسب و کار جدید اقتصاد در مفاهیم کلان داده، اقتصاد

### اشتراکی و اقتصاد دورانی

۱-۳	مقدمه	۶۹
۲-۳	مفهوم "داده های باز" و مدل های کسب و کار	۷۱
۳-۳	فرضیه های مدل های کسب و کار اقتصاد اشتراک دیجیتال	۷۹
۴-۳	مدل های کسب و کار دورانی	۸۵
۵-۳	شاخص های سهام در شکل دادن به مدل های کسب و کار قوی در اقتصاد دورانی	۹۲
۱-۵-۳	شاخص دورانی	۹۳
۶-۳	نتیجه گیری	۹۶
۷-۳	مراجع	۹۸

## فصل چهارم: مدل های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال - نگاهی جدید به

### جنبه های اجتماعی کارآفرینی جدید

۱-۴	مقدمه	۱۰۳
۲-۴	ارزش و عوامل تعیین کننده اقتصاد دیجیتال در تجارت مدرن	۱۰۵
۳-۴	اعتماد و اعتماد دیجیتال در ساخت مدل های کسب و کار اجتماعی اقتصاد دیجیتال	۱۰۹

۴-۴ جنبه‌های اجتماعی مدل‌های کسب و کار معاصر.....	۱۱۲
۵-۴ نوآوری‌های دیجیتال اجتماعی در ساخت مدل‌های کسب و کار اجتماعی.....	۱۱۸
۶-۴ مدیریت ارزش پایدار و چشم انداز مدل‌های کسب و کار.....	۱۲۲
۷-۴ نتیجه‌گیری.....	۱۲۳
۸-۴ مراجع.....	۱۲۴

### فصل پنجم: اقتصاد ارزشی و تاثیر آن بر شکل‌دهی مدل‌های کسب و کار اجتماعی

۱-۵ مقدمه.....	۱۲۹
۲-۵ اقتصاد ارزشی در برابر پس‌زمینه یک واقعیت متناقض بهتر.....	۱۳۰
۳-۵ جنبه‌های اجتماعی به عنوان بخش مهمی از بنیاد یک جامعه.....	۱۳۱
۴-۵ نتیجه‌گیری.....	۱۳۷
۵-۵ مراجع.....	۱۳۹

### فصل ششم: ایجاد مدل‌های کسب و کار پایداری در اقتصاد دیجیتال و شبکه ..

۱-۶ مقدمه.....	۱۴۵
۲-۶ قوانین معاصر الگوی مدل کسب و کار پایدار.....	۱۴۹
۳-۶ نتیجه‌گیری.....	۱۵۰
۴-۶ مراجع.....	۱۵۱

### فصل هفتم: هیبریداسیون به عنوان روشی جدید برای ساخت مدل‌های کسب و

کار اجتماعی.....	۱۵۳
۱-۷ مقدمه.....	۱۵۳
۲-۷ ویژگی خدمات عمومی.....	۱۵۴
۳-۷ خدمات عمومی هوشمند به عنوان حامل مدل‌های تجاری ترکیبی.....	۱۵۶

۴-۷	رویکرد ترکیبی در مدیریت استراتژیک یک سازمان	۱۵۶
۵-۷	مدیریت سازمان ترکیبی با استفاده از ترکیب استراتژیک	۱۵۹
۶-۷	مدل‌های تجاری ترکیبی - مفروضات	۱۶۵
۷-۷	نوآوری و مدل‌های کسب و کار	۱۶۶
۸-۷	مراجع	۱۷۰

## فصل هشتم: مفهوم‌سازی و عملیاتی‌سازی مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد

دیجیتال	۱۷۳
۱-۸ مقدمه	۱۷۳
۲-۸ روش‌شناسی	۱۷۳
۳-۸ نتیجه‌گیری	۱۷۸
۴-۸ مراجع	۱۷۹

## فصل نهم: بهترین شیوه‌های مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال

جهانی	۱۸۱
۱-۹ مقدمه	۱۸۱
۲-۹ روش‌شناسی	۱۸۵
۱-۲-۹ آمازون (Amazon)	۱۸۹
۲-۲-۹ نتفلیکس (Netflix)	۱۹۲
۳-۲-۹ انویدیا (NVIDIA)	۱۹۴
۴-۲-۹ Salesforce.com	۱۹۶
۵-۲-۹ ServiceNow	۲۰۰
۶-۲-۹ Square	۲۰۳
۷-۲-۹ دستگاه‌های آنالوگ (Analog Devices)	۲۰۶
۸-۲-۹ شبکه‌های پالو آلتو (Palo Alto Networks)	۲۰۹

۲۱۱	..... Splunk ۹-۲-۹
۲۱۴	..... Adobe سیستم‌های ۱۰-۲-۹
۲۱۶	..... تجزیه و تحلیل نتایج ۳-۹
۲۱۹	..... مراجع ۴-۹
۲۲۳	..... فصل دهم: نتیجه‌گیری



## مقدمه مترجم

کتاب حاضر برگردان متن:

### **Social Business Models in the Digital Economy** New Concepts and Contemporary Challenges

توسط آدام جابلونسکی و مارک جابلونسکی که از اساتید و محققین برجسته در زمینه اقتصاد می‌باشند به رشته تحریر در آمده است. این کتاب که در نوع خود در سطح بین‌المللی کم‌نظیر و در سطح کشور ما بی‌نظیر است، کلیه جنبه‌های مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال را به صورت جامع تجزیه و تحلیل کرده است. نویسندگان کتاب که خود در طی سالیان متمادی تدریس دروس علوم اقتصادی و مدیریت را بر عهده داشته‌اند، مطالب کتاب را به نحوی ارائه داده‌اند که برای کلیه دانشجویان در سطوح مختلف دانشگاه قابل استفاده خواهد بود و چون جنبه‌های کاربردی آن نیز جامع است، پژوهشگران اقتصادی و مدیریتی نیز می‌توانند از آن بهره‌مند شوند.

این کتاب شامل نه فصل است که موضوعات نظری و همچنین ماهیت کاربردی را پوشش می‌دهد و در قسمت آخر به نتیجه‌گیری مطالب ذکر شده در فصل‌ها می‌پردازد. امید است خوانندگان محترم با ارائه نظرات خود، ما را در بهبود ویرایش‌های بعدی این کتاب یاری نمایند.

مهندس مسعود صادق‌پور مُلک‌میان

تابستان ۱۴۰۱





## پیش‌گفتار

در سال‌های اخیر، موضوع مدل‌های کسب و کار موضوع بسیاری از بحث‌های نظری و عملی بوده است. علاقه‌مندان به مدیریت کسب و کار به دنبال راه‌حل‌های مؤثر و کارآمدی هستند که نه تنها تاثیر مثبتی بر موفقیت شرکت‌ها داشته باشد، بلکه هدف آن حفظ هم‌افزایی با محیط بیرونی و داخلی است. ایجاد روابط مثبت با اکوسیستم کسب و کار شرط تضمین توسعه بلندمدت و پایدار شرکت‌های مدرن است. جنبه‌های اجتماعی در عصر دسترسی جهانی به اطلاعات و دانش از اهمیت کلیدی برخوردار است. جذابیت مدل‌های کسب و کار تا حد زیادی به پذیرش اجتماعی راه‌حل‌های پیشنهادی بستگی دارد. در مورد نوآوری‌ها در زمینه مدل‌های کسب و کار دیجیتال، دو حوزه مربوط به مسائل اجتماعی نقش کلیدی دارند. شرط کسب درآمد از مدل‌های کسب و کار دیجیتال، جمع‌آوری جامعه کاربری است که جریان دائمی اطلاعات، دانش و پول را در اطراف محرک ایدئولوژیک مدل کسب و کار تضمین می‌کند. ساخت مدل‌های کسب و کار دیجیتال به شدت به اندازه جامعه اطراف آنها بستگی دارد. اولین و مهم‌ترین هدف طراحی مدل‌های کسب و کار دیجیتال، ایجاد جامعه‌ای بر اساس ارزش پیشنهادی جذاب برای جوامع است. باید به طور گسترده از نظر اجتماعی پذیرفته شود تا بتواند بدون توجه به عوامل فرهنگی مشکلات را به روشی جهانی حل نماید. حوزه دوم در مورد مسائل اجتماعی اطمینان از تمرکز مثبت بر عملکرد شرکت‌ها با استفاده از مدل‌های کسب و کار اجتماعی است که نیازهای اقتصاد جهانی را برآورده می‌کند و امکان دستیابی به نتایج مالی مورد انتظار را فراهم می‌کند و در عین حال به جنبه‌های اخلاقی و محیطی احترام می‌گذارند. همچنین از طریق انواع ارزش خلق شده که در چارچوب اقتصاد ارزشی تعبیه شده‌اند، با انتظارات اجتماعی همخوانی دارند. تنها ایده‌های قابل قبول اجتماعی که نتایج مثبتی از نظر اخلاق تجاری ایجاد می‌کنند، شانس حضور در فضای کسب و کار مدرن را دارا می‌باشند. ایجاد مدل‌های کسب و کار اجتماعی در واقعیت‌های اقتصاد دیجیتال، نیازهای اجتماعی را برجسته می‌کند

که می‌توان آنها را از طریق استفاده از فناوری‌های نوآورانه برآورده کرد. این فناوری‌ها که زیربنای ایجاد برنامه‌های دیجیتال مدرن هستند، ارائه یک پیشنهاد ارزش اجتماعی جذاب را به گیرندگان امکان‌پذیر می‌سازند. سفیران مثبت مدل‌های کسب و کار پیشنهادی می‌توانند کاربران نرم‌افزار و همچنین کاربران بالقوه باشند. توصیه‌های جوامع وجود مدل‌های کسب و کار نوآورانه را مشخص می‌کند. بنابراین، سازندگان مدل‌های کسب و کار فعلی، ایده‌های خود را به سمت دریافت‌کنندگان انبوهی سوق می‌دهند که انتظارات و دیدگاه‌های اجتماعی مشابهی در مورد کیفیت زندگی در دنیای مدرن دارند. مفاهیم اقتصاد اشتراکی، کلان‌داده و اقتصاد دورانی؛ فرصت‌هایی را برای طراحی مدل‌های کسب و کار اجتماعی که متناسب با نیازهای فعلی گیرندگان و جوامع است، ایجاد می‌نماید. پلتفرم‌های دیجیتال امکان مفهوم‌سازی و عملیاتی‌سازی مدل‌های کسب و کار دیجیتال را فراهم می‌کنند. فناوری اطلاعات ارائه ارزش پیشنهادی را تضمین می‌نماید. در کل مدل ایدئولوژیک، بوم‌های اجتماعی توسط رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال توسعه و تحریک می‌گردند. انسان بر اساس انتظارات اجتماعی با ماشین‌ها تعامل می‌کند و این ماشین‌ها دسترسی آسان‌تری به کالاها برای آنها فراهم می‌کند. اجتماعی شدن اقتصاد از این جنبه با جایگزینی مدل‌های کسب و کار سنتی با مدل‌های کسب و کار دیجیتال، بر اساس عوامل اجتماعی تحریک‌شده توسط مفاهیم اقتصاد اشتراکی و اقتصاد دورانی، تحریک می‌گردد. مدل‌های تجاری ترکیبی در مرزهای کسب و کار و خدمات عمومی ایجاد می‌شوند. رویکرد گسترده به مفهوم پایداری به صورت پویا در حال توسعه است. ایجاد تعادل در اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در روندهای فعلی اقتصاد دیجیتال گنجانده شده است.

این کتاب به شناسایی مشکلات کلیدی تجارت مدرن بر اساس شرایط اجتماعی قوی می‌پردازد و شامل نه فصل است که موضوعات نظری و همچنین ماهیت کاربردی را پوشش می‌دهد.

فصل اول با عنوان «مسائل اجتماعی و پایداری در کسب و کار معاصر»، مبنای نظری برای درک ایده پروژه انتشارات مورد نظر است. این نشان‌دهنده نقش جوامع در شکل دادن به مدل‌های کسب و کار فعال در اقتصاد دیجیتال می‌باشد. این فصل به عنوان مقدمه‌ای برای بحث بیشتر در مورد تعبیه موضوعات اجتماعی در اقتصاد دیجیتال، در زمینه شرایط عملکرد مفهوم مدل‌های کسب و کار عمل می‌کند.

فصل دوم به تاثیر فناوری دیجیتال بر ایجاد بازارهای جدید و رفتار مردم می‌پردازد. این امر به ویژه در شناسایی عوامل تعیین‌کننده توسعه اقتصاد دیجیتال و امکاناتی که برای معماران کسب و کار مدرن ایجاد می‌کند، اهمیت دارد. توضیح پدیده اقتصاد دیجیتال امکان درک بهتر فصل‌های بعدی را فراهم می‌نماید.

فصل سوم مدل‌های کسب و کار اقتصادی جدید را در مفاهیم کلان‌داده، اقتصاد اشتراکی و اقتصاد دورانی برجسته می‌کند. بحث کامل در مورد این مفاهیم امکان شناسایی فرصت‌هایی را برای شکل دادن به مدل‌های کسب و کار دیجیتال بر اساس مفروضات آنها فراهم می‌نماید. ساختار این مفاهیم به ما اجازه می‌دهد تا کل خانواده راه‌حل‌های تجاری را شکل دهیم که اصول استفاده از منابع، حرکت، گذراندن اوقات فراغت، زندگی، برقراری ارتباط، یادگیری، ایجاد روابط و در نتیجه شیوه زندگی را تغییر می‌دهد.

فصل چهارم به فرضیه‌های مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال اشاره دارد (نگاهی جدید به جنبه‌های اجتماعی کارآفرینی جدید). موضوعاتی که در این فصل به آنها پرداخته می‌شود بر حوزه‌هایی مانند ارزش و عوامل تعیین‌کننده آن در تجارت معاصر، اعتماد دیجیتال و همچنین نوآوری‌های اجتماعی که رفتار کارآفرینانه را تشکیل می‌دهند و تحریک می‌کنند، متمرکز هستند. فصل پنجم یک عنصر مهم از رویکرد اجتماعی به طراحی مدل‌های کسب و کار، یعنی اقتصاد ارزشی و تاثیر آن در شکل دادن به مدل‌های کسب و کار اجتماعی را ارائه می‌دهد. اقتصاد ارزشی می‌تواند عنصر مهمی در توسعه یک رویکرد اجتماعی برای شکل دادن به مدل‌های کسب و کار دیجیتال بر اساس عوامل اجتماعی باشد.

فصل ششم موضوع مهم ایجاد مدل‌های کسب و کار پایدار در اقتصاد دیجیتال و شبکه را پوشش می‌دهد. مفهوم مدل‌های کسب و کار پایدار در حال تبدیل شدن به موضوعی بسیار مهم با ماهیت بین‌رشته‌ای است که بر موضوعات متعدد، نه تنها اجتماعی، بلکه فنی نیز تاثیر می‌گذارد.

فصل هفتم فراتر از اقتصاد دیجیتال است اما چیزهای زیادی برای ارائه دارد، به ویژه در زمینه جستجوی هم‌افزایی بین کسب و کار و مدیریت دولتی برای دستیابی به نتایج کاری رضایت‌بخش متمرکز بر ساکنان شهری و روستایی به منظور بهبود کیفیت خدمات عمومی از طریق شرکت‌های

مدیریت شده موثر. این راه‌حل‌ها می‌توانند از نظر منافع اجتماعی به جای انحراف متقابل، پشتیبان یکدیگر باشند.

فصل هشتم ماهیت کاربردی دارد. یک رویکرد پیکربندی برای مدل پیشنهادی استفاده گردیده است که در آن عوامل اجتماعی و اقدامات با هدف اجرای اهداف اجتماعی مورد تاکید قرار گرفتند. فصل نهم صرفاً سودمند است، فصلی که ایده ارائه بهترین شیوه‌های مدل‌های کسب و کار اجتماعی در زمینه اقتصاد دیجیتال جهانی می‌باشد. پنج حوزه که دو رکن کلیدی فعالیت اقتصاد دیجیتال، یعنی ستون‌های اقتصادی و اجتماعی را شکل می‌دهند، در مدل هدف پیشنهادی تعریف شده‌اند. جنبه کلیدی ایجاد ارزش حاصل از معیار اجتماعی ارزیابی مدل کسب و کار، تعریف متغیرهایی است که مدل‌های کسب و کار را در این معیار موضوعی توصیف می‌کنند. پنج حوزه بر اساس بررسی ادبیات مربوطه انتخاب شد که بر اساس پنج سوال کلیدی زیر می‌باشد:

۱. ایده چیست - مفروضات کلیدی مدل کسب و کار یک شرکت معین چیست؟
۲. مدل کسب و کار بر اساس کدام بستر فناوری (محیط چند پلتفرمی) عمل می‌کند؟
۳. مدل کسب و کار چگونه بر ساخت جامعه تاثیر می‌گذارد؟
۴. مدل کسب و کار چگونه یک اثر اجتماعی ایجاد و چه چیزی را بیان می‌کند؟
۵. یک شرکت اقتصادی بر اساس مدل کسب و کار اتخاذ شده - سرمایه، سود، شاخص‌های نرخ ارز یا موارد دیگر، به چه اثر اقتصادی دست می‌یابد؟

مدل تحقیق اتخاذ شده، به عنوان بخشی از استفاده از داده‌های ثانویه، بر اساس داده‌های رتبه‌بندی فوربس از شرکت‌های دیجیتال برتر جهانی است. در ۲۰ سپتامبر ۲۰۱۸، فوربس رتبه‌بندی ۱۰۰ شرکت دولتی برتر که اقتصاد دیجیتال را شکل می‌دهند را منتشر کرد. این فهرست نگاه دقیق‌تری به شرکت‌هایی از فناوری، رسانه، تجارت دیجیتال و صنایع مخابراتی که دنیای دیجیتال را شکل می‌دهند، ارائه می‌کند. این شرکت‌ها برای توسعه یک چارچوب اصلی برای توصیف مدل‌های کسب و کار بر اساس عوامل اجتماعی استفاده شدند. به منظور انجام تجزیه و تحلیل دقیق از مدل‌های کسب و کار دیجیتال برای ارزیابی جایگاه و نقش عوامل اجتماعی، ۱۰ شرکت برتر در رتبه‌بندی فوربس انتخاب گردیدند. مشخص شد که چنین نمونه تحقیقی امکان ارزیابی تاثیر تجارت دیجیتال

بر تاثیر اجتماعی را فراهم می‌نماید. کار با نتیجه‌گیری به پایان می‌رسد که خلاصه‌ای از بحث‌های این کتاب می‌باشد

هدف این کتاب ارائه عوامل تعیین‌کننده امروزی طراحی مدل‌های کسب و کار اجتماعی در زمینه توسعه پویای اقتصاد دیجیتال است

لازم به ذکر است که مخاطبان این کتاب باید علاقه‌مندان به موضوع شکل‌گیری مدل‌های کسب و کار معاصر بر اساس عوامل اجتماعی باشند یعنی محققان، مدیران و دانشجویان رشته‌های تحصیلی اجتماعی و اقتصادی، به ویژه کسانی که با مسائل مدیریتی در محیط آشفته تجاری معاصر سر و کار دارند. این کار می‌تواند الهام‌بخش تحقیقات بیشتر و همچنین جستجوی روندهای جدید و شکاف‌های شناختی در علوم اقتصادی باشد. این کتاب به شناخت بهتر موضوع مدل‌های کسب و کار اجتماعی در اقتصاد دیجیتال، مفاهیم جدید و چالش‌های معاصر کمک می‌نماید. نویسندگان امیدوارند که این موضوع مورد توجه خوانندگان قرار گیرد و امکان توضیح مجموعه‌ای از مسائل، چالش‌ها و روندهای اقتصاد دیجیتال مدرن را که در حال حاضر از نظر عوامل تعیین‌کننده اجتماعی مورد بحث قرار می‌گیرند، فراهم کند.

# Social business models in the digital economy

## new concepts and contemporary challenges

**Author: Adam Jablonski and Mark Jablonski**

**Translation: Engineer Masoud Sadeghpour Molkmiyan**

اولین و مهم‌ترین هدف طراحی مدل‌های کسب و کار دیجیتال، ایجاد جامعه‌ای بر اساس ارزش پیشنهادی جذاب برای جوامع است. باید به طور گسترده از نظر اجتماعی پذیرفته شود تا بتواند بدون توجه به عوامل فرهنگی مشکلات را به روشی جهانی حل نماید. حوزه دوم در مورد مسائل اجتماعی اطمینان از تمرکز مثبت بر عملکرد شرکت‌ها با استفاده از مدل‌های کسب و کار اجتماعی است که نیازهای اقتصاد جهانی را برآورده می‌کند و امکان دستیابی به نتایج مالی مورد انتظار را فراهم می‌کنند و در عین حال به جنبه‌های اخلاقی و محیطی احترام می‌گذارند. همچنین از طریق انواع ارزش خلق شده که در چارچوب اقتصاد ارزشی تعبیه شده‌اند، با انتظارات اجتماعی همخوانی دارند. تنها ایده‌های قابل قبول اجتماعی که نتایج مثبتی از نظر اخلاق تجاری ایجاد می‌کنند، شانس حضور در فضای کسب و کار مدرن را دارا می‌باشند. ایجاد مدل‌های کسب و کار اجتماعی در واقعیت‌های اقتصاد دیجیتال، نیازهای اجتماعی را برجسته می‌کند که می‌توان آنها را از طریق استفاده از فناوری‌های نوآورانه برآورده کرد. این فناوری‌ها که زیربنای ایجاد برنامه‌های دیجیتال مدرن هستند، ارائه یک پیشنهاد ارزش اجتماعی جذاب را به گیرندگان امکان‌پذیر می‌سازند. سفیران مثبت مدل‌های کسب و کار پیشنهادی می‌توانند کاربران نرم‌افزار و همچنین کاربران بالقوه باشند. توصیه‌های جوامع وجود مدل‌های کسب و کار نوآورانه را مشخص می‌کند.

