

کارآفرینی دیجیتال

مدیریت، سیستم‌ها و عمل

نویسنده:

وینچنزو مورابیتو

مترجمان:

علی نیک سرشت، نیما پیشوا، حسین عباسیان محمدی

مشخصات کتاب

سرشناسه: مورابیتو، وینچنتسو

Morabito, Vincenzo

عنوان و نام پدیدآور: کارآفرینی دیجیتال

(مدیریت، سیستم‌ها و عمل)

نویسنده: وینچنزو مورابیتو

مترجمان: علی نیک سرشت، نیما پیشوا،

حسین عباسیان محمدی

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۳۱۸ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۵۴-۲

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: کارآفرینی / تکنولوژی اطلاعات

موضوع: Digital entrepreneurship

management, systems and practice, 1 Edition,

۲۰۲۱.

رده بندی کنگره: HC۷۹

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۰۵

شماره کتابشناسی ملی: ۸۹۶۲۰۴۹

دست اندرکاران

صفحه آرا: گلنوش صلاحی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۶۰۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب‌های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

کارآفرینی دیجیتال

این کتاب یک راهنمای جامع در حوزه کارآفرینی دیجیتال، و پلی بین تحقیقات دانشگاهی و حوزه کاربردی و عملکرد صنعت می‌باشد. جناب مورایتو بررسی استراتژیکی از چالش‌ها و روندهای اصلی مرتبط با کارآفرینی دیجیتال را در کتاب حاضر و در سه بخش ارائه می‌دهد. بخش اول روی مسائل استراتژی و مدیریت تمرکز دارد، و خوانندگان را از طریق تئوری و شیوه ساخت، پیاده‌سازی و رشد سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال جدید راهنمایی می‌کند و مهارت‌هایی که برای موفقیت و رهبری کارآفرینان دیجیتال ضروری است را ترسیم می‌نماید. بخش دوم روی سیستم‌های کسب و کار دیجیتال تمرکز دارد و جنبه‌های تکنولوژیکی اصلی‌ای را توصیف می‌کند که زیرساخت اصلی کارآفرینی دیجیتال می‌باشند و از جمله رسانه‌های اجتماعی و اینترنت اشیا را پشتیبانی می‌کنند. در نهایت، بخش سوم تجزیه و تحلیل‌هایی از سه صنعت مهم یعنی فین‌تک، تولید و مد را ارائه می‌کند که در آن سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال اهمیت ویژه‌ای دارند. کارآفرینی دیجیتال برای دانشجویان و محققان در زمینه‌های استراتژی دیجیتال یا نوآوری و مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی جذاب و کاربردی خواهد بود. همچنین برای افراد خبره و متخصصینی که به دنبال توسعه یا نوآوری و سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال هستند، جالب و پراستفاده خواهد بود.

نویسنده این کتاب یعنی جناب وینچنزو مورایتو دانشیار گروه مدیریت و فناوری دانشگاه بوکنی شهر میلان ایتالیا است که این دانشگاه دارای رتبه ششم در جدول برترین دانشگاه‌های کسب و کار و علوم مدیریتی جهان در سال ۲۰۲۲ در سایت شاخص و مطرح topuniversities.com می‌باشد. همچنین جناب وینچنزو مورایتو در پروژه‌های تحقیقاتی مختلفی شرکت کرده که بسیاری از آنها توسط وزارت علوم، صنایع مرتبط با دانشگاه و تحقیقات علمی ایتالیا تأمین مالی می‌شوند.

فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۱۱	تقدیر و تشکر
۲۱	مقدمه مترجمان
۲۵	مقدمه
۲۹	بخش اول: استراتژی و مدیریت
۳۱	۱. کارآفرینی دیجیتال و کسب و کار دیجیتال
۶۱	۲. کارآفرینی دیجیتال و نوآوری
۸۹	۳. کارآفرینی دیجیتال و بازاریابی دیجیتال
۱۱۹	۴. مهارت‌ها و آموزش‌های کارآفرینی دیجیتال
۱۴۳	بخش دوم: سیستم‌های کسب و کار دیجیتال
۱۴۵	۵. چالش‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات کارآفرینی دیجیتال
۱۷۵	۶. کارآفرینی دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی
۱۹۵	۷. کارآفرینی دیجیتال و اینترنت اشیا
۲۱۵	۸. کارآفرینی دیجیتال و بلاک چین
۲۵۱	بخش سوم: صنایع
۲۵۳	۹. فین تک
۲۷۳	۱۰. تولید
۲۹۱	۱۱. مد
۳۱۳	۱۲. نتیجه‌گیری

فهرست جداول و تصاویر

- جدول ۱،۱ تعاریف کارآفرینی ۳۳
- تصویر ۱،۱ شرکت دیجیتال به عنوان ویژگی مشترک اقتصاد دیجیتال و فیزیکی ۳۵
- تصویر ۱،۲. نوآوری باز و ارتباط دهندگان ۴۲
- تصویر ۱،۳. موتور رشد اوپر ۵۹
- جدول ۲،۱. اصول نوآوری بسته و باز ۶۴
- تصویر ۲،۱. نگرش‌ها به سمت کار با چند شریک ۶۴
- جدول ۲،۲. مزایای همکاری برای شرکت‌های بزرگ ۶۵
- جدول ۲،۳. مزایای همکاری برای کارآفرینان ۶۵
- تصویر ۲،۲. سهم فناوری اطلاعات و ارتباطات در کل اقتصاد و سهم آن در نوآوری ۶۷
- تصویر ۲،۳. دیدگاه لایه‌ای از اکوسیستم نوآوری دیجیتال ۶۸
- تصویر ۲،۴. مسیر نوآوری باز ۷۰
- تصویر ۲،۵. مسیر نوآوری باز برای مراکز مولد ۷۳
- تصویر ۲،۶. چارچوب اقتصاد تسهیمی ۷۶
- تصویر ۲،۷. چارچوب مبتنی بر سادگی، در مفهوم سازی مدل کسب و کار ۷۷
- تصویر ۲،۸. الگوهای فرهنگی تطبیقی بین استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های بزرگ ۸۰
- تصویر ۳،۱. رسانه پولی، اکتسابی، مالکیت شخصی ۹۱
- تصویر ۳،۲. چرخه تعامل با مشتری ۹۵
- تصویر ۳،۳. ماتریس تعامل مشتری ۹۷
- تصویر ۳،۴. بازگشت سرمایه گذاری شبکه‌های اجتماعی ۱۰۶
- تصویر ۳،۵. نحوه فعالیت بازاریابی همکاری در فروش ۱۱۰
- تصویر ۳،۶. فرایند و ابزارهای مورد استفاده در سنجش عملکرد بازاریابی ۱۱۲
- تصویر ۳،۷. انواع داده‌های مختلف در سیستم مدیریت عملکرد برای بازاریابی اینترنت ۱۱۳

- تصویر ۴,۱. فرایند کارآفرینی ۱۲۱
- تصویر ۴,۲. کارآفرین، فرصت شناس و قهرمان پروژه ۱۲۲
- جدول ۴,۱. اهمیت آموزش کارآفرینی ۱۲۳
- تصویر ۴,۳. طبقه بندی آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل ۱۲۵
- تصویر ۴,۴. مدل نتایج و آموزش کارآفرینی ۱۲۶
- تصویر ۴,۵. سیستم آموزشی و کارآفرینی: اروپا در مقابل آمریکا ۱۲۹
- جدول ۴,۲. ویژگی های برنامه کارآفرینی ۱۳۱
- جدول ۴,۳. کانال های همکاری ۱۳۲
- تصویر ۴,۶. مهارت های رهبری الکترونیکی "اتومیوم" ۱۳۴
- جدول ۴,۴. بهترین شیوه ها و استراتژی هایی که مربیان کارآفرینی باید ترویج دهند. ۱۳۸
- تصویر ۴,۷. مدل یادگیری مبتنی بر مسئله، فرصت محور ۱۳۹
- جدول ۶,۱. تفاوت بین رسانه های سنتی و رسانه های اجتماعی ۱۸۵
- جدول ۷,۱. تفاوت انقلاب ها: توضیح و پیچیدگی ۱۹۸
- جدول ۸,۱. طبقه ها، سؤالات و رویکردهای بیت کوین ۲۱۷
- جدول ۸,۲. مشخصات اصلی طرح گواه اثبات کار، اثبات سهام و رویه های ترکیبی ۲۲۰
- جدول ۸,۳. شاخص های رقابتی لویال برای رسیدن زمان به بازار ۲۲۸
- جدول ۸,۴. شاخص های رقابتی اورلجر در زمان به بازار ۲۳۰
- جدول ۸,۵. شاخص های رقابتی جم هلث در زمان به بازار ۲۳۲
- جدول ۸,۶. شاخص های رقابتی ویود در زمان به بازار ۲۳۵
- جدول ۸,۷. شاخص های رقابتی ویم در زمان به بازار ۲۳۸
- جدول ۸,۷. شاخص های رقابتی سیویک در زمان به بازار ۲۴۱
- جدول ۸,۹. شاخص های رقابتی شوکارد در زمان به بازار ۲۴۴
- جدول ۸,۱۰. شاخص های رقابتی فکتوم در زمان به بازار ۲۴۶

- ۲۵۴ تصویر ۹،۱. سه شرکت کننده اصلی در اکوسیستم فین تک
- ۲۵۶ تصویر ۹،۲. پذیرش جهانی فین تک در سال ۲۰۱۹، در بیست و هفت بازار (به طور)
- ۲۵۷ تصویر ۹،۳. مقایسه متداول ترین طبقه بندی خدمات فین تک مورد استفاده در
- ۲۶۶ جدول ۹،۱. شاخص های رقابتی مترومایل در زمان به بازار
- ۲۶۷ جدول ۹،۲. شاخص ارزش کاربر برای مترومایل
- ۲۶۹ جدول ۹،۳. شاخص های رقابتی کامپس در زمان به بازار
- ۲۷۱ جدول ۹،۴. شاخص ارزش کاربر برای کامپس
- ۲۷۷ تصویر ۱۰،۱. افزایش تدریجی سطح سخت گیری مقررات
- ۲۷۷ تصویر ۱۰،۲. افزایش سطح سخت گیری به یکباره
- ۲۷۸ تصویر ۱۰،۳. سطح انعطاف پذیری مورد نیاز برای رسیدن به نتیجه مطلوب مقررات
- ۲۸۰ تصویر ۱۰،۴. خروجی تولید و زمان فناوری های قدیمی و فناوری های جدید
- ۲۸۰ تصویر ۱۰،۵. افزایش خروجی تولید در چارچوب زمانی یکسان از فناوری های
- ۲۸۱ تصویر ۱۰،۶. خروجی تولید و هزینه فناوری های قدیمی و فناوری های جدید
- ۲۸۲ تصویر ۱۰،۷. افزایش در تولید خروجی با هزینه یکسان فناوری های قدیمی و فناوری های
- ۲۹۴ جدول ۱۱،۱. چگونه سازمان ها با دیجیتالی شدن تحت تأثیر قرار می گیرند
- ۳۰۰ تصویر ۱۱،۱. مقیاس های جهانی رشد درآمد دستگاه های قابل حمل، ۲۰۱۶-۲۰۲۲ (به
- ۳۰۳ تصویر ۱۱،۲. پلتفرم های اتاق های پرو مجازی

مقدمه مترجمان

در طریق عشق بازی امن و آسایش بلاست
ریش باد آن دل که با درد تو خواهد مرهمی
اهل کام و ناز را در کوی رندی راه نیست
رهروی باید جهان سوزی نه خامی بی غمی
آدمی در عالم خاکی نمی آید به دست
عالمی دیگر بیاید ساخت و از نو آدمی
خیز تا خاطر بدان ترک سمرقندی دهیم
کز نسیمش بوی جوی مولیان آید همی
گریه حافظ چه سنجد پیش استغناى عشق
کاندر این دریا نماید هفت دریا شبنمی

حافظ

در عصر دیجیتال، کارآفرینی بیش از هر زمان دیگری مورد تقاضا و توجه است. با این حال، کارآفرینی دیجیتال به برگزاری جلسات آنلاین، دفاتر اداری بدون کاغذ یا ارتباطات در رسانه های اجتماعی محدود نمی شود. در عوض، باید به آن به عنوان رویکردی کل نگر و اصول در رابطه با تفکر نگاه شود که تمامی فرایندهای یک سازمان از جمله ارتباطات و ارائه خدمات را در بر می گیرد. اگر ما در «تفکر دیجیتالی»، مانند یکپارچه سازی پشتیبانی از فرایند دیجیتال و اعتمادسازی در همه سطوح موفق شویم، می توانیم پیروزی طولانی مدت را تجربه نموده و رقبای همیشه در حال ظهور را از خود دورنگه داریم.

داده، اطلاعات و دانش، عوامل جدید موفقیت هستند که از طریق ترکیب هوشمندانه و شبکه سازی آنها با عملکرد عملیاتی و ارائه خدمات، منجر به ایجاد فرصت ها و مدل های کسب و کار جدید در بازار می شوند. این عوامل و اقدامات از اقتصاد پلتفرم گرفته تا سیستم های پشتیبانی و اطلاعاتی و همچنین استفاده از فناوری های جدید برای مؤثرتر و

برازنده نمودن فرایندها را شامل می‌شود. این نتایج دقیقاً معادل کشف فرصت‌های امیدوارکننده و ایجاد ایده‌های منحصربه‌فردی است که به کارآفرینان دیجیتال، پتانسیل توسعه موفقیت‌آمیز کسب‌وکارشان را ارائه می‌دهد. طراحی مدل‌های کسب‌وکار، برنامه‌ریزی معماری اجزای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، و همچنین ذخیره داده، اطلاعات و اجزای دانش، هسته اصلی رویکرد جدید کارآفرینی دیجیتال را تشکیل می‌دهند.

بحث‌های زیادی در مورد چابکی، فرایندهای تحول‌گرا و سرعت فزاینده مداوم تحولات بازار وجود داشته است؛ بنابراین، شخصیت کارآفرین دیجیتال باید شایستگی‌های زیر را حفظ کند:

- خلاقیت، مهارت‌های سازمانی و احساس و ششم اقتصادی قوی داشتن برای استفاده حداکثری از فرصت‌های بازار
- دانش قوی از الزامات فنی و محیط رقابتی
- شهامت برای اعمال فرایند تخریب خلاقانه در کسب‌وکار خود یا فرایندهای آن در هر زمان و تطبیق‌پذیر بودن

در انجام این کار، ایده‌های جدید و اجرای آنها، همچنین ارائه خدمات شخصی‌سازی شده و نحوه ایجاد آنها باید در نظر گرفته شود. به طور خاص، الزامات مربوط به کیفیت، کارایی و سرعت فرایندها، کارآفرینی را هنگام به‌روزرسانی و بازنگری فرایندهای داخلی روبه‌جلو سوق می‌دهد.

این کتاب یک راهنمای جامع در حوزه کارآفرینی دیجیتال، و پلی بین تحقیقات و موارد دانشگاهی و حوزه کاربردی و عملکرد صنعت است. جناب مورایتو بررسی استراتژیکی‌ای از چالش‌ها و روندهای اصلی مرتبط با کارآفرینی دیجیتال را در کتاب حاضر و در سه بخش ارائه می‌دهد. بخش اول روی مسائل استراتژیک و مدیریتی تمرکز دارد، و خوانندگان را از طریق تئوری و شیوه ساخت، پیاده‌سازی و رشد سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال جدید راهنمایی می‌کند و مهارت‌هایی که برای موفقیت و رهبری کارآفرینان دیجیتال ضروری است را ترسیم می‌نماید. بخش دوم روی

سیستم های کسب و کار دیجیتال تمرکز دارد و جنبه های تکنولوژیکی اصلی ای را توصیف می کند که زیرساخت پایه کارآفرینی دیجیتال هستند و از جمله رسانه های اجتماعی و اینترنت اشیا را پشتیبانی می کنند. در نهایت، بخش سوم تجزیه و تحلیل هایی از سه صنعت مهم یعنی فین تک، تولید و مد را ارائه می کند که در آن سرمایه گذاری های دیجیتال اهمیت ویژه ای دارند.

به طور کلی با توجه به مجموعه نکات ذکر شده، بر آن شدیم تا این کتاب ارزشمند انتشارات دانشگاه کمبریج را پس از خرید آن از آمازون ترجمه کنیم و در اختیار خبرگان، دانشجویان، دستداران علم و مخصوصاً افرادی که در حوزه مدیریت نوین و کارآفرینی دیجیتال فعالیت دارند و یا به طور کلی از علاقه مندان دنیای تحول و دیجیتالی امروز هستند، قرار دهیم. نکات بسیار زیادی برای بیان کردن وجود دارد، اما مجال گفتن آن ها بیش از این در مقدمه نیست و ما شما خوانندگان عزیز را به خواندن کتاب حاضر تشویق می کنیم. سعی و هدف ما در ترجمه این کتاب، این بود که چون کتابی در زمینه کارآفرینی دیجیتال در کشور عزیزمان وجود ندارد، با نگاهی دقیق تر مبحث دیجیتالی شدن را در مدیریت و مخصوصاً جنبه کارآفرینی بررسی نموده آن را برای مخاطبان و مطالعه کنندگان گرامی فراهم آوریم. امیدواریم کتاب حاضر بتواند به سهم خود در ارتقای دانش حوزه کارآفرینی دیجیتال و رویکردهای نوین در مدیریت در میان مدیران، دانشجویان، فعالان عرصه کارآفرینی و به طور کلی علاقه مندان مفید و مؤثر واقع شود.

ضمناً آرزویم آنست که مرجع اصلی ارزیابی هر اثر، مخاطبان آن هستند، از خوانندگان عزیز تقاضا داریم نظرات و سؤالات خود را در مورد کتاب از طریق نشانی های ایمیلی که در ذیل آورده شده اند، با ما در میان بگذارند.

امید است که همگی ذره ذره ظلمات وجود خود را به روشنایی منور کنیم.

نشانی های ایمیلی:

۱- علی نیک سرشت

محقق، مشاور و مدرس حوزه مهندسی برق، کامپیوتر (هوش مصنوعی و علم داده) و مدیریت

AL.Nikseresht@mail.sbu.ac.ir

۲- نیما پیشوا

مدرس و مشاور حوزه مدیریت بازاریابی، هوش مصنوعی و آموزش

n.pishva@mail.sbu.ac.ir

۳- حسین عباسیان محمدی

محقق، مشاور و مدرس حوزه مهندسی برق (مخابرات) و هوش مصنوعی

h.abbasian.m@aut.ac.ir

مقدمه

دیجیتالی شدن^۱ عامل دگرگونی در تجارت و جامعه بوده است و منجر به تغییرات اساسی در ایده‌ها و شکل چిستی کارها، چيستی سازمان‌ها و به دست آوردن ارزش شده است. یکی از موضوعات مهم در زمینه دیجیتالی شدن ظرفیت آن در اعمال اکوسیستم‌های جدید و در نتیجه ظهور نسل جدیدی از کارآفرینان و سرمایه‌گذاری‌هایی است که از فرصت‌های کسب و کار دیجیتالی استفاده می‌کنند؛ بنابراین، این کتاب چالش‌ها و گرایش‌های مهم و اصلی در ارتباط با کارآفرینی دیجیتال^۲ را به مخاطبان مدیر و صاحب‌نظر خود ارائه و مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. علاوه بر این، هدف این کتاب با در نظر گرفتن موضوعات مهم در زمینه استراتژی و مدیریت و همچنین نقش فناوری در توسعه سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال جدید، ارائه یک بررسی یکپارچه از عملکرد و کار علمی فعلی در مورد این موضوع است؛ بنابراین، مانند کتاب‌های قبلی خود، دیدگاه‌های مختلف، از جمله سیستم‌های اطلاعاتی، مدیریت فناوری و تحقیقات نوآوری گرفته تا استراتژی و بازاریابی و سایر موارد، در نظر خواهیم گرفت. بر این اساس، این کتاب با هدف ایجاد پل ارتباطی بین صنعت و دانشگاه، شیوه‌هایی ارائه می‌دهد که استفاده از آنها در کسب و کارها و توسط کارآفرینان دیجیتال از دریچه کار آکادمیک مناسب است. این کتاب با ارائه ابزار و "غذای فکری" به متخصصان مسیر کتاب‌های قبلی را ادامه می‌دهد؛ بنابراین، مانند کارهای قبلی، هر موضوع از جنبه‌های فنی و مدیریتی خود و با استفاده از مطالعات موردی و مثال‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت.

1 Digitalization

2 Digital entrepreneurship

طرح کلی کتاب

مباحث این کتاب حول سه محور اصلی است و ساختار مشابه ساختار کتاب‌های قبلی من را دارند [۱-۳]، به این ترتیب، ابتدا [بخش اول] مسائل استراتژی و مدیریت در کارآفرینی دیجیتال؛ پس از آن [بخش دوم]، نقش فناوری، تمرکز بر سیستم‌های مهم کسب و کار دیجیتالی مناسب برای کمک و توجه به کارآفرینان و سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال؛ و در نهایت [بخش سوم]، چالش‌ها و توسعه کارآفرینی دیجیتال در سه صنعت مهم [فاین تک^۱، تولید و مد]، با ارائه و بررسی مطالعات موردی در سطح جهانی، را در نظر می‌گیرند.

در بخش اول، ابتدا ویژگی‌ها و انواع اصلی کارآفرینی دیجیتال [فصل ۱] را قبل از بررسی رابطه آن با نوآوری و چالش‌های مرتبط در سرمایه‌گذاری‌های جدید و همچنین انواع مختلف سازمان‌ها جدا از استارت‌آپ‌ها^۲ [فصل ۲] مورد بحث قرار می‌دهم. به طور خاص بر بازاریابی دیجیتال به عنوان یک جنبه اصلی و مهم کارآفرینان دیجیتالی که می‌خواهند مشتریان خود را با موفقیت هدف قرار دهند و مدیریت کنند، تمرکز می‌کنم [فصل ۳]. بخش اول کتاب با تجزیه و تحلیل آموزش و مهارت‌های مورد نیاز در کارآفرینی دیجیتال به پایان می‌برم [فصل ۴]. بخش دوم را با بررسی چالش‌های کلیدی فناوری اطلاعات و ارتباطات^۳ دیجیتال [فصل ۵] آغاز می‌کنم. سپس سه فناوری مهم دیجیتال در کارآفرینی دیجیتال را به تفصیل در نظر می‌گیرم: رسانه‌های اجتماعی^۴ [فصل ۶]، اینترنت اشیا^۵ [فصل ۷] و بلاک چین^۱ [فصل ۸]. در نهایت، همان‌طور که قبلاً ذکر شد، در قسمت سوم، چالش‌ها و توسعه کارآفرینی دیجیتال در صنایع فاین تک، تولید و مد را کنار بحث و تحلیل مطالعات موردی در سطح جهانی بررسی می‌کنم.

1 Fintech

2 Start-ups

3 Information and communication technologies [ICT]

4 Social media

5 The Internet of Things (IoT)

6 Blockchain

همانند کتاب‌های قبلی خود [۱-۴]، در این کتاب، برای شناخت و اقدام از طریق سرمایه‌گذاری‌های جدید در محیط‌های رقابتی دیجیتال کنونی، رویکردی علمی و موضوعی مشخص برای معرفی ویژگی‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی دیجیتال را باهدف ارائه بینش‌ها و "ابزار" اتخاذ می‌کنم. از این رو، این کتاب باهدف ترکیب موضوعات و کمک به مدیران و دانش‌پژوهان به درک موضوعات مهم در نوآوری در تجارت دیجیتال، با کتاب‌های قبلی من در زمینه چالش‌ها و روندهای دیجیتال و همچنین کلان‌داده^۱ و تجزیه و تحلیل [۱-۳] مرتبط است.