

۱۹.۹۲۳۹

۱۳۳۳

کار آفرین و برند آفرین

تألیف

پروفسور محمد آهنجی

www.ketab.ir

تهران

۱۳۹۷

سازمان کتابخانه و اسناد



کارآفرین و برند آفرین

مؤلف	محمد آهنچی
صفحه آرا	پروانه خادمی
طراح جلد	مجید یکتا
ناشر	کلک سیمین
ناظر چاپ	اسداله معظمی گودرزی
لبنوگرافی، چاپ، صحافی	میراث مکتوب
نوبت چاپ	اول
سال چاپ	۱۳۹۷
تیراژ	۱۰۰۰
قیمت	۲۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۰۶-۵۱-۶

تهران: میدان فردوسی، خیابان شهید قرنی، نرسیده به پل کریم خان، کوچه آذرفر، پلاک ۷؛

kelke_simin@yahoo.com

تلفکس: ۶۰۶۰۵۴۵

Kelkesimin.com

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای ناشر محفوظ است.

سرشناسه	: آهنچی، محمد، ۱۳۰۴
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرین و برند آفرین / تألیف: محمد آهنچی
مشخصات نشر	: تهران: کلک سیمین، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۰ص: مصور، جدول
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۰۶-۵۱-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه: ص: ۱۹۹
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: برندسازی (بازاریابی)
موضوع	: Branding (marketing)
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ۵۲۸/۱۵/۱۹
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۲۲۸۹۰۸

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	مقدمه
۱۱	پیشگفتا
۱۵	فصل اول: سابقه تاریخی و سرگذشت کارآفرینان در طول زمان
۱۵	عصر اولیه
۱۵	عصر میانه
۱۶	قرن ۱۷
۱۶	قرن ۱۸
۱۹	فصل دوم: مطالعات نظری
۲۰	تعریف کارآفرین
۲۲	مشخصات کارآفرین
۲۴	نتیجه گیری
۲۵	فصل سوم: مدل پیشنهادی این نویسنده در ارتباط با کارآفرینان
۲۵	۱. ابتدا سؤال از خود؟
۲۶	۲. سؤال درباره کار
۲۶	۳. عواملی که روی کارآفرین تأثیر می گذارد.
۲۹	فصل چهارم: انواع کارآفرینی و مدل‌های مربوط
۲۹	مدل محتوایی (Content Models)
۳۰	مدل فرآیندی (Process Model)
۳۰	مدل برقراری (Model of Fray)
۳۷	کارآفرینی در کشورهای اروپایی
۳۹	فصل ششم: برند و برندآفرینان

۴۲	کارآفرینان و برندآفرینان
۴۵	فصل هفتم: تحقیق و تفحص
۴۵	مقدمه
۴۶	تحقیق چیست؟ و به چه منظور است؟
۴۹	انواع تحقیق
۵۴	پژوهشگر
۵۴	شرایط تحقیق
۵۷	طبقه بندی تحقیق
۵۸	نتیجه گیری
۶۳	توسعه
۶۸	تحقیقات در چند کشور جهان
۷۱	روش تحقیق در علوم اجتماعی
۷۲	اراده موضوع مورد مطالعه
۷۲	اتحاد عالم و معلوم
۷۳	تجربه پذیری همگانی
۷۴	ثبات نتیجه
۷۴	قابلیت اندازه گیری
۷۷	فصل هشتم: شناخت محیط و چارچوبی برای تحلیل و تدوین
۷۷	شناخت محیط داخلی و خارجی
۷۸	شناخت محیط خارجی
۸۰	نحوه اجرای استراتژی
۸۰	مدیریت کارآفرینی و استراتژیک در ارتباط با محیط
۸۳	ارائه چارچوبی به منظور تحلیل محیط
۸۳	محیط (Defining Environment)
۸۵	تحلیل بخشهای محیط
۸۷	پیش بینی تغییرات محیط
۸۸	تشخیص و تعیین نقاط کلیدی روابط بینابین روندها در درون هر قسمت
۸۹	توسعه تصویر راهکارهای دیگر
۹۰	شناسایی و تشخیص روابط فیما بین قسمتهای مختلف محیط
۹۱	تعیین و تشخیص موضوعهای اصلی محیط

۹۱	تجزیه و تحلیل استراتژی بر موضوعهای اصلی
۹۲	تعریف بعضی از واژه‌های کلیدی
۹۸	نحوه تجزیه و تحلیل فاکتورهای محیط
۱۰۱	تجزیه و تحلیل فاکتورهای محیط
۱۰۵	مفهوم محیط و تئوریهای آن
۱۱۱	فصل نهم: نوآوری
۱۱۱	مقدمه
۱۱۵	نوآور کیست؟ (Who Innovate)
۱۱۶	مدلهای ایستا (Static Models)
۱۱۸	نوآوری و انگیزه بر پایه گزینش استراتژیک
۱۱۹	توان و ظرفیتهای سازمانی (Organizational capabilities)
۱۲۰	نتیجه‌گیری
۱۲۱	اجرای نوآوری (Innovation Performance)
۱۲۲	تولید اطلاعات و دانش در ارتباط با نوآوری
۱۲۴	استراتژی (Strategy)
۱۲۴	رهبری (Leadership)
۱۲۵	افراد سازمان
۱۲۵	منابع (Resources)
۱۲۵	استراتژی تکنولوژی و تحصیل آن (Technology Strategy & Acquisition)
۱۲۶	فرآیندها و سیستمها (Systems & Processes)
۱۲۶	نوآوری، اثربخشی و سودمندی
۱۲۷	سرنوشت استراتژیهای موفقیت‌آمیز
۱۲۸	فرآیند نوآوری (Innovation Process)
۱۲۹	قابل‌پذیرش بودن بازار
۱۳۰	استراتژی نوآوری (Innovation Strategy)
۱۳۱	استراتژی بازاریابی
۱۳۲	استراتژی اختراع (Invention -LED Strategy)
۱۳۳	استراتژی بازار (Market-LED Strategy)
۱۳۵	فصل دهم: فن‌آوری اطلاعات (IT)

صفحه	عنوان
۱۳۷	سرگذشت تاریخی اینترنت
۱۴۲	کاربردهای اینترنت
۱۴۵	فصل یازدهم: تکنولوژی
۱۴۵	مقدمه
۱۴۶	تکنولوژی و صنعت
۱۴۸	راههای ارتقاء تکنولوژی
۱۵۳	فصل دهم: راههای انتقال تکنولوژی (The Methods of Technology Transfer)
۱۵۴	فضای تکنولوژی
۱۶۴	پیدا کردن رنج مناسب: مسأله شناخت و تحلیل (Scanning)
۱۶۵	دنبال کردن سرخ (Monitoring)
۱۶۶	پیشبینی (Forecasting)
۱۶۶	نیروهایی تغییر تکنولوژی
۱۶۶	سنجش و ارزیابی، سبب اجرا
۱۶۷	استنباط و اشاراتی در ارتباط با استراتژی مناسب و کار
۱۷۰	قراردادهای انتقال
۱۷۱	تکنولوژی مناسب
۱۷۶	مدلهای انتقال تکنولوژی
۱۷۹	فصل سیزدهم: سابقه انرژی و تکنولوژی هسته‌ای (Nuclear Energy & Technology)
۱۸۵	فصل چهاردهم: الگوبرداری
۱۸۵	انواع الگوبرداری
۱۸۹	لزوم حمایت مدیران عالی از الگوبرداری
۱۸۹	سازماندهی گروههای الگوبردار
۱۹۱	شیوه الگوبرداری
۱۹۲	نتیجه‌گیری
۱۹۵	فصل پانزدهم: ارزیابی کارآفرین
۱۹۹	فهرست منابع

مقدمه

تشکر و هزاران بار تشکر از محضر استادان، دانشمندان، نویسندگان و ارباب جرائد که از آثارشان با اجازه یا بدون اجازه (عدم دسترسی) بهره‌مند شدم، آموختم و استفاده کردم.

به‌صورتی که عزیزان می‌دانند و بر آن واقفند، کشف، الهام گرفتن، شناخت، گردآوری داده‌ها، تحلیل، هنجار، یکپارچه‌سازی و نتیجه‌گیری قطعاً کار ساده‌ای نیست و نیاز به صرف وقت، تجربه و مطالعات نظری گسترده و فشرده دارد تا بتواند مورد استفاده دانش‌پژوهان و به‌طور کلی جامعه را گرفته و قادر باشد که مشکلی از مشکلات متعدد جامعه را به عنوان راهنما برطرف کند.

باید اذعان کنم که در تدوین، تألیف این اثر بسیار خوش شانس بودم که این فرصت را یافتم که از کمکها، مشاوره‌ها، کتابها، مستندات و نقطه‌نظرهای بسیاری از دانشمندان و نویسندگان داخلی و خارجی و همین‌طور از تجربیات ۶۰ سال تدریس در دانشگاههای داخلی و خارجی امداد بگیرم و این کتاب را تحریر کنم.

خوانندگان محترم نتیجه تلاشها را در جمع آوری، یکپارچه سازی، ارتباط مطالب و همچنین آماده سازی و مقدمات لازم را برای مطالعه و پیگیری موضوعها و فصلهای کتاب فراهم کردم. کمکها و پیشنهادات صاحب نظرها و نویسندگان راهنما و راهگشای من بسیار مفید و گویا در تهیه و تألیف این کتاب براساس نیاز دانشگاهها و دستگاهها بود.

صرفاً در این کتاب با توجه به اینکه تماس حضوری و گاهی نیز دسترسی به کتاب دانشمندان میسر نبود؛ لذا از نوشته‌های آنها استفاده کردم، چون عقیده دارم دانش بشری متعلق به تمام آحاد جامعه است و باید به هر نحو و به هر ترتیب از آنها استفاده شود؛ بنابراین لازم می‌دانم با نگاشتن نام آنها اعم از داخلی یا خارجی و تشکر بی‌پایان از آنها دین خود را ادا کرده باشم. اینکه در دنباله این بحث به معرفی نام آنها می‌پردازم و اگر فردی از قلم افتاده است خاضعانه پوزش می‌طلبم.

دکتر طالب؛ دکتر سرابی؛ شهبازی؛ معین؛ کاظمی پور؛ معتمدی؛ سام آرا؛ تو آغاج؛ شجاعی فرد؛ سازمان برنامه؛ توفیق؛ میرسلیم؛ موسوی؛ سهراب زاده؛ کهن؛ میرطاهری؛ جوان؛ پاکباز؛ ورهرام؛ متعکف؛ نراقی؛ میردال؛ رضا اسلامی؛ دانشمندان تجارت بین الملل؛ دامن پور؛ مورو گوش من؛ شوماخر؛ تنکاسی؛ مهرمن؛ روتن؛ هیانی؛ آلون مکاری؛ احمد قریب؛ جمشید کمالی؛ سازمان انرژی اتمی؛ وظیفه دوست؛ مایکل همر؛ دانشمندان تجارت بین الملل؛ دامن پور؛ مورو گوش من؛ شوماخر؛ تنکاسی؛ مهرمن؛ روتن؛ هیانی؛ آلون مکاری؛ احمد قریب؛ جمشید کمالی.

Ethridge; Philipce; Eterbeach; Turaer; Senge; Kelinjer; Best; Brose; Poper; Peter eleslender; Kelinger; H. R. Bakh; Jan Dewie; Blaxter; Lounk; Okly; Bross; Inou; Fered divid; Berta lenfy; Barnard; Simon; Churchman; George humans; Belding; Bendel; Narayman; Bayr veshet; Loghen; Scat; Alderige; Meandelin; Emery; Trist; Ansof; Vernon; Weber; Teestra; Porter; Schampeter; Mostek; Intel; Karlor; Spendoling; Koel; Kolon; Bench scales; Quinn; Muler; Sahal; Magnon; Hinton.

محمد آهنگچی