

عنوان مقاله:

کارآفرینی اجتماعی : الگوها و مفاهیم

محل انتشار:

اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مهدی پاک راد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی- دانشگاه تهران

محمد هادی علیپور مطلق - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی- دانشگاه تهران

سیداحمد حسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

کارآفرینی اجتماعی عبارت است از کشف و اجرای روش های نوآورانه در ایجاد و تقویت ارزش های اجتماعی برای بهبود و توسعه کیفیت زندگی مردم در جامعه. لزوم توجه به این مقوله از آن جهت است که صاحب نظران، کارآفرینی اجتماعی را به عنوان ابزاری برای حل ناسازگاری ها و معضلات اجتماعی قلمداد کرده اند. از آنجایی که شباهت های نزدیکی بین مفاهیم و الگوهای کارآفرینی در بخش اقتصادی و اجتماعی وجود دارد و همچنین چارچوب منسجمی در ادبیات این مقوله از کارآفرینی وجود ندارد؛ توجه به رویکردهای کارآفرینی اجتماعی در جهت توسعه جوامع از منظر اجتماعی و اقتصادی ضروری به نظر می رسد. در این مقاله ضمن بررسی مبانی نظری کارآفرینی اجتماعی و رویکردهای آن، سعی شده است تا مفاهیم و الگوهای جامع موجود در کارآفرینی اجتماعی با رویکردی تحلیلی به روش کتابخانه ای و مروری، تشریح و تبیین گردد. لذا شناسایی و بهینه سازی عوامل پیش برنده یا بازدارنده ایی که کارآفرینان اجتماعی در اجرا با آنها مواجه هستند، می تواند در جهت تقویت انگیزه و مهارت های خلاقانه آنان در خلق نوآورانه ارزش های اجتماعی که به عنوان مهمترین دستاورد این مقوله از کارآفرینی محسوب می گردد، بسیار تأثیر گذار و تأثیر محور باشد.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، ارزش اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/185988>

