

عنوان مقاله:

از کارآفرینی اجتماعی تا کارآفرینی دینی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی انقلاب علوم انسانی اسلامی (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

سیدعلیرضا هاشمی نکو - استادیار گروه مدیریت فناوری و کارآفرینی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

خلاصه مقاله:

کارآفرینی فرآیندی است که پیامدهای آن از جمله رشد و توسعه اقتصادی همیشه مورد توجه محققان بوده است. از سوی دیگر کارآفرینی پدیده ای مبتنی بر زمینه بوده و موارد فرهنگی و ارزشی نقش مهمی در آن ایفا می کنند. از این رو لازمست تا مفهوم کارآفرینی با توجه به پیش فرض های دینی و فرهنگی برای کشور شخصی سازی گردد. در این مقاله تئوری کارآفرینی اجتماعی پورتر بعنوان مدل پایه ای برای این شخصی سازی استفاده شده و بر اساس خلق ارزش مشترک اقتصادی - اجتماعی و با توجه به مولفه های فرهنگی - دینی مفهوم کارآفرینی دینی از آن استخراج شده است. بر اساس مدل کارآفرینی دینی لازمست تا همزمان به رشد مادی و معنوی فرد و جامعه توجه شود. توازن منافع فرد و جامعه و ترسیم مسیر کمال و قرب الهی برای کارآفرین در کنار مسیر اقتصادی مهمترین اصولی هستند که به ایجاد مدل کارآفرینی دینی منجر شده اند و آن را از کسب و کار در پارادیم سرمایه داری و مارکسیسم متمایز می سازند. در انتهای مقاله نیز بر اساس مدل برل و مورگان به تحلیل پیش فرض های فلسفی کارآفرینی دینی از منظر قرآن پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، کسب و کار اسلامی، کارآفرینی دینی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2087426>

