

## عنوان مقاله:

هدایت جامعه به سمت خلق کسب و کار اجتماعی

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

مهدی راحمی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی،

مجید قنبری نژاد اسفخن سری - دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

## خلاصه مقاله:

کسب و کارهای اجتماعی غیر انتفاعی با اهداف اقتصادی، اجتماعی، و یا محیطی، حداقل بخشی از درآمد خود را از تجارت کسب می نمایند و شکاف بازار بین شرکت های خصوصی و تدارک بخش دولتی را پر کرده، و سیاست گذاران آنها را به عنوان عوامل ارزشمند در بازسازی و تجدید اجتماعی، اقتصادی، و محیطی مدنظر قرار می دهند. طبق گفته ی گارتنر 1985، خلق کسب و کار مخاطره ای جدید نتیجه پیوند افراد، محیط، و فرآیند می باشد. روند کلی، جوامع را به مسئولیت بیشتر برای توسعه اجتماعی و اقتصادی خود سوق می دهد. هدف این مقاله؛ بسط و گسترش درک فرآیند هدایت افراد جامعه به سمت خلق کسب و کار اجتماعی می باشد. خلق کسب و کار اجتماعی پتانسیل ارائه ی منافع بالاتر و پیامدهای مالی و اقتصادی بیشتری را داشته، زیرا با مردم از نزدیک، بواسطه ی داشتن منافع مشترک در ایجاد و مدیریت ارتباط تنگاتنگی را دارد.

## کلمات کلیدی:

کسب و کار اجتماعی، سرمایه گذاری مخاطره ای، شبکه های اجتماعی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409139>

