

عنوان مقاله:

بررسی شاخص های رفتار کارآفرینانه

محل انتشار:

کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

علی عبدی جمایران - دانشجوی دکتری تخصصی کارآفرینی و مدرس دانشگاه

الهه حسینی - دانشجوی دکتری منابع انسانی دانشگاه یزد

الهام محمدی برجرودی - کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

فاطمه حاتمی - کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران و مدرس دانشگاه

خلاصه مقاله:

در چند دهه ی اخیر، کارآفرینی و ترویج رفتار کارآفرینانه، یکی از اهداف اصلی برنامه های توسعه ی کشورها بوده است. در یک فضای کارآفرینانه، اشخاص به شناسایی فرصت ها و بسیج منابع و امکانات برای استفاده از این فرصت ها می پردازند. اشخاص برای موفق شدن در بازار رقابتی احتیاج به اطلاعات، منابع، شناخته شدن توسط دیگران و ... دارند، از اینرو، ارتباطات با دیگران و یا شبکه ها را می توان یکی از ابزار های اصلی کارآفرینان دانست که می توانند به واسطه ی آن، این نیازها را مرتفع کنند. و این ارتباطات، مانند پل هایاطلاعاتی، کارآفرین را در دسترسی به خروجی های متعددی همچون رفتار کارآفرینانه توانمند می کند؛ این مقاله با تجمیع مطالب دراین حوزه اندیشیده است تا به روش توصیفی به ادای مطلب بپردازد.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی، رفتار، ترویج کارآفرینی، توسعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/751359>

