

عنوان مقاله:
کارآفرینی فرهنگی

محل انتشار:
کنگره بین المللی مدیریت ، اقتصاد و توسعه کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:
الهام صابری فر - کارشناسی ارشد علوم تربیتی گرایش برنامه ریزی درسی

خلاصه مقاله:

کارآفرینی فرهنگی به معنای فرآیند تولید کالاها و خدمات فرهنگی با استفاده از عوامل مختلف تولید و خدمات است و می تواند به گونه ای ویژه، ایده های فرهنگی ر به سرانجام برساند. براساس رویکرد قیاسی، تعریف کارآفرینی فرهنگی عبارت است از ارزش آفرینی فرهنگی و کارآفرین فرهنگ کسی است که بتواند ارزشی را در فرهنگ جامعه خلق نماید، چه ارزش مادی و چه ارزش معنوی. به دلیل اهمیت موسسه های فرهنگی- هنری کشور ما که از دیرباز مهد فرهنگ و ادب بوده است و سرپا نگه داشتن این گونه موسسه ها، نیاز به کارآفرینان فرهنگی و کارآفرین نمودن این گونه موسسه ها احساس می شود. برای تحقق اهداف از پیش تعیین شده هم نیاز به برنامه ریزی دقیق و تبیین استراتژی است که همواره به دنبال اجرای هر استراتژی، ارزیابی آن مطرح است. در کنار واژه ی مرکب کارآفرینی فرهنگی، می توان از کارآفرینی بومی یاد کرد. چنین می نماید که آنچه کارآفرینی فرهنگی را موفق می سازد، کارآفرینی بومی است. هرگونه تعریف از کارآفرینی بومی، نیازمند آمیختگی شناخت پویایی محیطی و آگاهی از شرایط اجتماعی و اقتصادی است. کارآفرینی بومی بر ایجاد، اداره و گسترش فعالیت های تازه کارآفرینانه و مخاطره آمیز برای بهره گیری افراد بومی دلالت دارد. پشتیبانی از ایده ی کارآفرینی بومی به نگه داشت هویت و پاسداشت میراث فرهنگی می انجامد.

کلمات کلیدی:
کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی، کارآفرینی بومی، ارزش آفرینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/440734>

