

عنوان مقاله:

اثر بخشی فرهنگ کار آفرینی اجتماعی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

معصومه اسدیان - دانشگاه زنجان

مهدی محمدی - دانشگاه قزوین

خلاصه مقاله:

هدف از کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع بمنظور بهره گیری از فرصتهاست. واژه کار آفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنا به تعریف واژه نامه دانشگاهی و بستر: کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. واژه کار آفرینی دیرزمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شکارآفرین فردی است که شرکتی را به منظور سود و رشد، تاسیس و مدیریت می نماید و از آن برای پیشبرد اهداف شخصی استفاده می کند که ویژگی اصلی او رفتار نو آورانه است و از تجربیات مدیریت استراتژیک در فعالیت خود استفاده می کند. کارآفرینی به عنوان پدیده ای نو ظهور، به تازگی در محافل علمی ایران مطرح شده است. احیای تحقیقات و عملیات کارآفرینی در دنیا به دهه 1980 میلادی باز می گردد؛ که آن را انقلاب کارآفرینانه نام گذاری کرده اند. جان تامپسون معتقد است رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان ها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) است (تامپسون، 1999، ص 281). (روش بدست آوردن اطلاعات این مقاله کتابخانه ای، اسنادی، مصاحبه و پرسش و جستجو از صاحب نظران. نتیجه کارآفرینی اجتماعی به عنوان مقوله ای متفاوت از دیگر اشکال کارآفرینی، به طور نسبی در ارتقای ارزش های اجتماعی و توسعه در مقابل کسب ارزش اقتصادی ارجحیت بیشتری را کسب می کند.

کلمات کلیدی:

کارآفرینی اجتماعی، آموزش و پرورش برای زندگی، اثربخشی مدیریت، ویژگی های رفتاری کارآفرینان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/587462>

