

۲۲۱۴۱۸۲



ابعاد اجتماعی کارآفرینی

نویسندگان:

احمد دانش پرور

www.ketab.ir





سرشناسه	: دانش پرور، امید، ۱۳۷۱-
عنوان و نام پدیدآور	: ابعاد اجتماعی کارآفرینی/نویسنده امید دانش پرور.
مشخصات نشر	: تهران: زلال سبز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۷۱ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۶۲۷-۵۳-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: کارآفرینی اجتماعی
موضوع	: کارآفرینی اجتماعی
موضوع	: کارآفرینی -- جنبه های اجتماعی
موضوع	: کارآفرینی - جنبه های اجتماعی
رده بندی کنگره	: ۶۰HD
رده بندی دیویی	: ۷۶۵/۶۴۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۶۵/۶۴۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

عنوان: ابعاد اجتماعی کارآفرینی

نویسندگان: امید دانش پرور

نشر و پخش: موسسه فرهنگی انتشاراتی زلال سبز

نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: آبان

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۶۲۷-۵۳-۴

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
فصل اول: مبانی کارآفرینی.....	۴
تاریخچه کارآفرینی.....	۵
کارآفرینی.....	۵
برخی ویژگی‌های کارآفرینان.....	۱۰
کارآفرینی به عنوان فرایندی شامل شش مرحله اصلی توصیف شده است:	۱۲
(۱) شناسایی یک فرصت.....	۱۲
(۲) تصمیم برای راه اندازی یک سرمایه گذاری.....	۱۲
(۳) جمع آوری منابع.....	۱۲
(۴) راه اندازی واقعی سرمایه گذاری جدید.....	۱۲

۱۲	ایجاد یک تجارت موفق.....
۱۲	برداشت جوایز.....
۲۷	فصل دوم: کارآفرینی اجتماعی.....
۲۷	مقدمه.....
۳۹	رویکرد روش های تجاری.....
۴۶	کارآفرینی اجتماعی.....
۵۷	انواع کار آفرین.....
۶۱	مفهوم کسب و کار نوآور.....
۶۳	مفهوم سرمایه اجتماعی.....
۶۴	کارآفرینی اجتماعی.....
۶۷	تعاریفی از کارآفرینی اجتماعی.....
۷۲	پیامدهای کارآفرینانه.....
۷۴	ویژگیهای شخصیتی کارآفرینی اجتماعی.....
۷۷	سازمانهای کارآفرین اجتماعی.....
۷۸	مراحل فرایند کارآفرینی اجتماعی.....
۷۹	کارآفرین اجتماعی: یافته های تحقیقی جدید.....

پیشگفتار

واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی آن به زبان امروزی پدید آید در زبان فرانسه ابداع شده است. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی که در کار هدایت ماموریت‌های نظامی بودند کارآفرین می‌نامیدند. بعد از قرن هفتم تا اوایل قرن بیستم کارآفرین از دیگر بازیگران صحنه اقتصادی متمایز می‌شود، طوری که کسی سرمایه را تامین می‌کند با کسی که خطر می‌کند متفاوت است. در ده‌های میانی قرن بیستم، مفهوم نوآوری می‌تواند شامل هر چیزی از محصول جدید گرفته تا ایجاد سیستم توزیع جدید و یا حتی ایجاد یک ساختار سازمانی جدید برای امور باشد. هرانجلم از سال ۱۹۸۰ به بعد این مفهوم از توجه اقتصاد دانان خارج شده و نظر جامعه‌شناسان و روان‌شناسان را به خود جلب نموده است.

کارآفرینی اجتماعی جذب‌کننده استعدادها، پول و توجه می‌باشد اما محبوبیت فزاینده‌اش به تنهایی قطعیت کمی را درباره آنچه یک کارآفرین اجتماعی هست و کاری که انجام می‌دهد در پی دارد. در نتیجه همه انواع فعالیت‌های که هم اکنون انجام می‌گیرند کارآفرینی اجتماعی نامیده می‌شوند. برخی می‌گویند که یک واژه فراگیر برای همه چیزهای خوب است اما نویسندگان معتقدند که تعریف آن دشوار است. حوزه نوظهور کارآفرینی اجتماعی به شدت در حال رشد نمودن است و توجهات زیادی را از بخش‌های مختلف به خود جلب نموده است. این واژه به کرات از طریق رسانه‌ها مطرح شد، از بخش عمومی منشأ یافت، از پردیس‌های دانشگاهی شروع گردید و حکایت از راهبردهای متعالی سازمان‌های اجتماعی همچون «آشوکا» و «شواب» و «موسسه اسکول» دارد. دلایل محبوبیت و شهرت کارآفرینی اجتماعی فراوانند.