

کارآفرینی و توسعه آن در دانشگاه‌ها

رمضان جهانیان^۱، زهرا خوش نژاد^۲

^۱ دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد کرج

^۲ دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت آموزش عالی

چکیده

کارآفرینی به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور، به‌تازگی در محافل علمی ایران مطرح شده است. احیای تحقیقات و عملیات کارآفرینی در دنیا به دهه ۱۹۸۰ میلادی باز می‌گردد؛ که آن را "انقلاب کارآفرینانه" نام‌گذاری کرده‌اند. "جان تامپسون" معتقد است رفتار کارآفرینانه نیازی فراگیر و ضروری برای تمامی سازمان‌ها (دولتی، خصوصی، داوطلبانه و غیره) با هراندازه (بزرگ، متوسط و کوچک) است. این مقاله دیدگاهی از علم کارآفرینی، تحت عنوان "کارآفرینی اجتماعی" را به‌عنوان یک فرایند که تغییر اجتماعی را تسریع می‌کند و نیازهای مهم اجتماعی را مورد خطاب قرار می‌دهد، مطرح می‌کند. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان مقوله‌ای متفاوت از دیگر اشکال کارآفرینی، به‌طور نسبی در ارتقای ارزش‌های اجتماعی و توسعه در مقابل کسب ارزش اقتصادی ارجحیت بیشتری را کسب می‌کند. در این مقاله ابتدا مروری بر مفاهیم کلی کارآفرینی خواهیم داشت سپس سرمایه اجتماعی، مفاهیمی از کارآفرینی اجتماعی و چارچوب‌های نظری این مقوله جدید، جایگاه آن نسبت به سایر مقوله‌های کارآفرینی، ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان اجتماعی و درنهایت مدلی برای کارآفرینی اجتماعی مطرح می‌شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کسب و کار، سرمایه اجتماعی.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۷، صفحات ۱۷-۲۹