



دولت می‌باشد که بایستی به عنوان یک نیروی تقویت‌کننده اقدام کند نه به عنوان عاملی بازدارنده. در خاتمه می‌توان چنین گفت که کارآفرینی تأثیر مستقیمی روی توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه دارد و هر چه یک جامعه بیشتر در فعالیت‌های کارآفرینی شرکت کند سریع‌تر به توسعه دست می‌یابد.

### نوع‌شناسی کارآفرینی

اولین صاحب‌نظر پیشگام در زمینه طبقه‌بندی کارآفرینان، اسمیت است که این تقسیم‌بندی را بر اساس شخصیت، زمینه‌های اجتماعی و رفتاری، ارائه داده است.

اسمیت دو نوع از کارآفرینان را مورد شناسایی قرار داده است:

#### ۱. کارآفرینان افزارمند

#### ۲. کارآفرینان فرصت‌گرا

۱. کارآفرینان افزارمند: معمولاً از زمینه‌های کاری یقه آبی (کارگران سطوح عملیاتی) می‌آیند و دارای تسهیلات و تجربه مدیریتی محدودی هستند. آن‌ها کار فنی را به کار مدیریتی ترجیح می‌دهند. چنین کارآفرینانی نوعاً از سطح پایینی از آگاهی اجتماعی و مشارکت اجتماعی برخوردارند و مهارت‌های ارتباطی متقابل شخصی پایین‌تر از متوسط دارند و متمایل به اجتناب از ارتباطات هستند. این گروه از کارآفرینان معمولاً از سبک مدیریتی اتوکراتیک و با پدرسالارانه استفاده می‌کنند و تفویض اختیار نمی‌کنند. چنین کارآفرینانی دوست ندارند که ریسک کنند و معمولاً فاقد انعطاف‌پذیری و اعتماد به نفس هستند. کسب و کارهایی که به وسیله کارآفرینان صنعتگر انجام می‌گیرد، معمولاً برنامه‌های بلند مدت ندارند و نوعاً از نرخ رشد پایینی برخوردارند. معیار موفقیت کارآفرینان افزارمند یا صنعتگر، بیشتر رضایت مشتریان است.

۲. کارآفرینان فرصت‌گرا: با سطح عالی تحصیلات و تنوع وسیعی از تجربیات کاری تشخیص داده می‌شوند. آن‌ها تمایل دارند که دارای زمینه‌های اجتماعی طبقه متوسط باشند. چنین کارآفرینانی از سبک مدیریت نامتمرکز استفاده می‌کنند و موافق با ارزیابی هستند. کارآفرینان فرصت‌طلب سطح بالایی از آگاهی اجتماعی دارند و از مشارکت اجتماعی بالایی برخوردارند. آن‌ها گرایش زیادی به سمت آینده (با توجه به رویدادهای بازار و اقتصاد) و نرخ سازمانشان دارند. سود کسب و کار، درآمد شخصی (برای کسب و کارهای تجاری) و رشد سازمان، معیارهای موفقیت برای کارآفرینان فرصت‌گرا است.

## کارآفرینی پلی به سوی توسعه

اسماعیل قادری، بهزاد شناور

### مقدمه

بدون شک یکی از هدفهای اصلی ایجاد پارکهای فناوری کمک به کارآفرینی، خصوصاً برای متخصصین است. این به معنای افزایش قابلیت کارآفرینی و ایجاد کسب و کار مدیریت در بین افراد و در نتیجه کاهش اتکا به دولت است. لذا بسیاری از اندیشمندان معتقدند کارآفرینی یکی از ابزارهای اصلی است که فرآیند توسعه را تسهیل می‌کند.

در دهه اخیر مسئله توسعه از طریق گرایش به نیروهای بازار و کاستن از دخالت‌ها و کمک دولت موجب گردیده است تا نقش مدیران در توسعه، بیش از پیش محسوس گردد. اندیشمندی به نام لرد بائر عامل مهم در عدم توسعه کشورهای جهان سوم را همانا نبود قابلیت‌های مدیریت و ابتکار اقتصادی قلمداد می‌کند (الوانی، ۱۳۷۸، ص ۳۵۸).

آنچه ذهن اندیشمندان اقتصادی را همواره به خود مشغول کرده، این است که عامل ایجادکننده ثروت و یا ارزش افزوده در جامعه چه کسی یا چه چیزی می‌باشد؟ این اندیشمندان به همراه صاحب‌نظران مدیریت و جامعه‌شناسی دغدغه دیگری نیز دارند و آن این است که در بین موفقیت‌های کشورهای پیشرفته چه نیرویی نهفته است و علت عقب‌ماندگی دیگر کشورها نسبت به اینان چیست؟ این اندیشمندان پس از تحقیقات فراوان دریافته‌اند که وجود افراد کارآمد و لایق که ایجاد «کار» می‌کنند و باعث به وجود آمدن کسب و کار و در نتیجه فعالیت و پویایی منابع (منظور تمامی بخش‌های سخت‌افزار و نرم‌افزار تولید و خدمات) شده‌اند، جواب تمامی این پرسش‌ها است. آنها نام این نیروهای خلاق را کارآفرین نهادند (عندلیب آذر، ۱۳۷۹، ص ۱۸۴).

کارآفرینان به گفته شومپتر موتور توسعه اقتصادی و به نظر دراگر الگوی جوانان آینده هستند (صمدآقایی، ۱۳۷۸، ص ۱۲).

کارآفرینان با مهارت‌های ویژه و خاص خود، موجب بهره‌ور شدن هر چه بیشتر این منابع و ثروت‌ها می‌شوند و این ثروت و منابع را در راستای توسعه و رشد اقتصادی کشور قرار می‌دهند. این مهارت‌ها برای کشورهایی از جمله کشور ما که دارای منابع طبیعی و ثروت‌های ملی زیادی می‌باشد به مدیرانی با مهارت‌های کارآفرینانه نیازمند می‌باشد که از اتلاف این منابع و ثروت‌ها جلوگیری کنند و با استفاده صحیح از این منابع و ثروت‌ها آنها را در راستای رشد و توسعه اقتصادی قرار دهند که البته این کار نیز نیازمند حمایت همه‌جانبه



## تقسیم بندی پروکوپنکو و پاولین

«پروکوپنکو و پاولین» بسته به میزان فعالیت کارآفرینی، انواع مختلف کارآفرینی را در قالب پنج نوع تقسیم می نمایند:

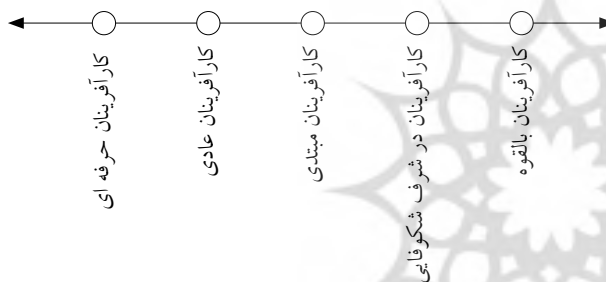
پیش نگری مدیران		پایین	متوسط	بالا
نوآورانه بودن سازمان	پایین	سازمانهای انطباقی (میتزبرگ، ۱۹۷۳)	سازمانهای انطباقی (میتزبرگ، ۱۹۷۳)	کارآفرینی آتش افروزانه (آدیزش، ۱۹۸۵)
	متوسط		مدل برنامه ریزی (میتزبرگ، ۱۹۷۳)	کارآفرینی نامحدود (کاوین و اسلویین، ۱۹۸۹، میلر ۱۹۸۳)
	بالا			

**(الف) کارآفرینی «اجرای»:** در این نوع کارآفرینی، توسعه تولیدات، فرآیندها و شیوه‌های جدید یا توسعه موارد موجود اولویت بالایی دارند و به عنوان سرمایه‌گذاری جدید میان پرسنل فنی - علمی و مدیران - مجریان محسوب می‌شوند. مدیریت باید منابع و امکانات را حفظ کنند و تکنسین‌ها باید برای ایده‌های جدید تلاش نمایند فرهنگ برای نوآوری ارزشی به مراتب بالاتر از شرایط بوروکراسی قائل است. کارآفرینی شامل مشخص نمودن کمبودها، کمک و توسعه است.

**(ب) کارآفرینی «فرصت طلبانه»:** این رویکرد برای ارزیابی و گسترش نوآوری‌های تکنولوژیکی داخلی و خارجی تأکید می‌کند، وجود یک محصول برتر نشانه رویکردی فرصت‌طلبانه در قبال کارآفرینی است.

### پیوستار کارآفرینان

«وستهد» و «رایت» در سال ۱۹۹۸ میلادی نوع‌شناسی کارآفرینانه را در قالب یک پیوستار ارائه کرده‌اند که شامل پنج نوع کارآفرین است.



**(ج) کارآفرینی «اکتسابی»:** در این مورد، کارآفرینی از طریق اکتساب توانایی‌های فنی دیگر شرکت‌ها به صورت همکاری، مشاوره و یا انعقاد قرارداد با آنها انجام می‌گیرد تا به دستاوردهای تکنولوژیکی آنها دست یابد.

**(د) کارآفرینی «پرورشگاهی»:** این امر نیازمند ایجاد واحدهای نیمه مستقل در شرکت‌های موجود برای اندیشیدن، آغاز کردن و تقویت شرکت‌های جدید است. با توجه به ریسک بالای نوآوری در فعالیت‌های تجاری، واحدهای نیمه مستقل به کارآفرینی درون سازمانی کمک می‌کنند.

**(ه) کارآفرینی «مقدماتی»:** در این رویکرد نوآوری محدود به تقلید یا ایجاد تغییرات ساده در بسته‌بندی یا طراحی است. (P. ۱۹۹۱, Prokopenko & Pavlin, ۱۹۹۰).

## تقسیم بندی ایال و اینبار

بکارگیری مدل تلفیقی از نیمرخ‌های مختلف کارآفرینانه از زمان شروع پژوهش‌های کارآفرینی مورد توجه صاحب‌نظران بوده است. «ایال» و «اینبار» مدلی ترکیبی از تئوری‌های مختلف در خصوص کارآفرینی با استفاده از دو بعد پیش‌نگر مدیران و نوآورانه بودن سازمان ارائه داده‌اند (Eyal & Innbar, ۲۰۰۳, P. ۲۳۰).

### ارتباط فرهنگ با کارآفرینی

«ورنون» و «ورتزل» بر این باورند که فرهنگ کارآفرینی حایز اهمیت است؛ چرا که فرهنگ تعیین‌کننده نگرش‌های افراد در جهت فعالیت کارآفرینانه است. هر زمانه‌ای مدل‌های خاص کارآفرینی را مطابق نیازهای خاص جامعه ایجاد می‌کند.

اخیراً واژه «فرهنگ کارآفرینانه» عمومیت پیدا نموده و بصورت بین‌المللی مورد پذیرش قرار گرفته است که عبارتست از شور و حال و نگرش مثبت به فعالیتهای بازرگانی در سطح سازمانی که فعالیت‌های کارآفرینانه را در سطح جامعه مورد حمایت قرار می‌دهد.

در سطح بین‌المللی، طیف وسیع و متنوعی از فرهنگ کارآفرینانه وجود دارد، که هر کدام از آنها رفتارهای کارآفرینانه را با درجات مختلفی تقویت و مورد حمایت قرار می‌دهد. بر طبق نظر «تیمونز» آنچه در محیط مطلوب کارآفرینانه مورد نیاز است، محیطی است که ویژگی‌های اجتماعی، سیاسی و آموزشی را با هم ترکیب نماید. بویژه این محیط نیازمند فرهنگی است که برای کارآفرینی ارزش قائل می‌شود، تحصیل مردم اجباری است، حکومت بطور جدی از علوم محض و کاربردی حمایت می‌کند، کارآفرینی را با خط‌مشی روشنفکرانه پرورش می‌دهد و دانش‌آموزان نخبه را در سطح دنیا تربیت می‌کند. (Morrison Alison, ۲۰۰۰, pp ۶۱-۶۲)



در خصوص ابراز وجود مؤسسات شخصی، خودکفایی و نوآوری تا آنجا که ضرورت دارد، باید مداخله نماید.

۳- «شواهد و نشانه‌ها»: عملیات ایدئولوژیکی یک جمعیت به الگوی تفکری اشاره دارد که مهمترین مؤلفه است. نگرش‌های فرهنگی، ارزش‌ها و باورهای غالب مردم در یک زمان مشخص در میزان توسعه رفتارهای کارآفرینانه در جامعه تأثیرگذار است. عبارت دیگر حادی که نگرش‌های فرهنگی، جمعی یا فردی باشد، برای کارآفرینی حایز اهمیت است.

در کشورهای همچون «کنیا»، «اسلوانی»، «آفریقای جنوبی» روحیه و ارزش‌های جمعی غالب هستند و ایجاد ثروت فردی از طریق کارآفرینی مورد حمایت قرار نمی‌گیرد؛ اما در کشورهای «آمریکای شمالی» و «استرالیا» که ارزش‌های فردگرایی قوی هستند، ایجاد ثروت فردی از طریق کارآفرینی کاملاً مورد حمایت قرار می‌گیرد (Morrison Alison, ۲۰۰۰, pp ۶۳-۶۶).

### نقش آموزش در کارآفرینی

مطرح شدن کاربرد آموزش در کارآفرینی را می‌توان پیرو نظر آقای پروفیسور شیگرو فوجی استاد دانشگاه کوبه ژاپن در سال ۱۹۳۸ دانست. در گذشته معتقد بودند که کارآفرینان دارای ویژگی ذاتی هستند و این ویژگی‌ها همواره با آنان متولد می‌شود مانند ابتکار، روحیه تهاجمی، تحرک، تمایل در بکارگیری ریسک، توان تحلیلی و مهارت در روابط انسانی است؛ بنابراین، مفروضه اساسی این بود که کارآفرینان از طریق آموزش و پرورش رشد نمی‌یابند و همواره بر ویژگی و خصوصیت کارآفرینان که ذاتی و غیر اکتسابی می‌باشد؛ تأکید می‌کردند، اما امروزه کارآفرینی به عنوان یک رشته علمی شناسایی شده است که بر هیچ فردی اهمیت نقش آموزش در آن پوشیده نیست و تمرکز صاحب نظران از ویژگی و خصوصیت به سمت مهارت که اکتسابی می‌باشد؛ تغییر جهت پیدا کرده است.

به طور کلی، آموزش در کارآفرینی می‌تواند به کسب دانش مربوطه، کسب مهارت در استفاده از فنون تحلیل فرصت‌های اقتصادی و ترکیب برنامه‌های عملیاتی، شناسایی و تحریک استعدادها و مهارت‌های کارآفرینانه و غیره منجر شود؛ حتی آموزش و برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرین مورد توجه است، این دوره‌ها برای رشد، بقا و کارآفرین نمودن سازمان‌های بزرگ طراحی می‌شوند و هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همان تربیت کردن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به طور کلی افرادی است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند آموزش کارآفرینی را می‌توان نقطه آغازی در بهبود و انگیزش گرایش‌های افراد همچون تمایل به استقلال، فرصت طلبی، ابتکار، تمایل به مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام دانست (هزار جریبی، ۱۳۸۴، ص ۱۴۲).

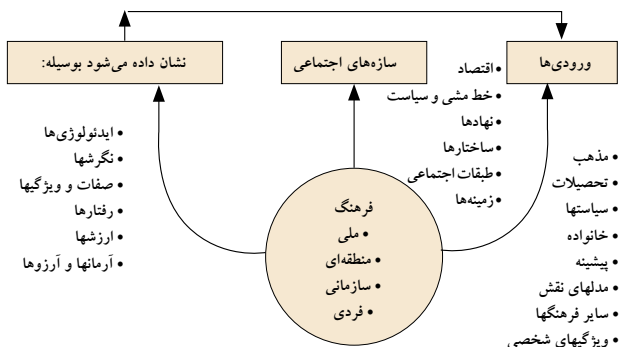
**(هسریچ و پیترز)** می‌گویند کارآفرینی امری مادر ذاتی نبوده و بلکه امری اکتسابی و قابل آموزش می‌باشد و لذا محیط، آموزشگاه‌ها و تمام سطوح آموزشی در این زمینه نقش مهم و اساسی دارند. (Hisrich, R.D & Peters, M.P, ۲۰۰۳, p ۱۳)

**(لازر)**، نیز عقیده دارد افراد با مهارت‌های متوازن و همچنین آشنا به انواع موضوعات و حرفه‌ها، بیشتر از سایرین احتمال دارد که کارآفرین شوند.

**(کاسی میرو)** مهارت‌های کارآفرینی را به ۴ طبقه تقسیم نمود:

• **مهارت‌های تکنیکی (فنی):** مهارت‌های تکنیکی (فنی) به همه دانش کسب شده از طریق فرآیند یادگیری شخصی مرتبط می‌باشد که عبارتند از بازاریابی،

نمودار زیر در سال ۱۹۹۶ میلادی که بوسیله «ون درهورست» ارائه شده، مشخصه‌های کلیدی مرتبط با فرهنگ را که بر میزان آمادگی برای شروع و یا حفظ کارآفرینی تأثیرگذار است، بصورت خلاصه شده نشان می‌دهد:



۱- «ورودی‌ها»: هر کارآفرین مجموعه منحصراً مفردی از انگیزه‌ها و ویژگی‌های شخصی برای تعامل با جامعه و محیط سازمانی خاص را با خودش می‌آورد که سپس به رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینانه تبدیل می‌شود.

۲- «سازدهای اجتماعی»: حضور مستقیم دولت در تمامی جنبه‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی که دولت را بعنوان قدرت غالب در آورد، بدون شک بر فرهنگ یک ملت تأثیر خواهد داشت.

بطور مشخص، در دهه‌های اخیر، تلاش‌هایی توسط خط‌مشی‌گذاران صورت گرفته تا بطور مستقیم بر تغییر انگیزه‌ها و ارزش‌های نسل‌های آتی تأثیرگذار باشند. در این روش، هدف آنها ایجاد نظامی از طریق افراد بجای تشکیلات



دولتی است تا ارزش‌ها، ویژگی‌ها و کمک‌های کارآفرینان را ارج نهند. در تعدادی از کشورها، همچون «اسلوانی» این امر بصورت نامتجانس و ناهماهنگ بکار گرفته شده که باعث تأثیر محدود بر سطح رفتار کارآفرینانه شده است. در کشور «فنلاند» نمونه‌ای از تأمین مالی برای شروع کسب و کار صورت گرفته که موفقیت متوسطی در تحریک خلق کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید داشته است. این رویکردها در کشورهای «مکزیک»، «آمریکا» و «اسکاتلند» مورد ارزیابی قرار گرفته که نسبتاً قابل ملاحظه، استراتژیک و مؤثر بوده است؛ هر چند که در کشور «کنیا» تلاش‌های اولیه باعث ایجاد فرهنگ وابستگی شده است. در مجموع، دولت برای زمینه‌سازی

## نتیجه‌گیری:

جهان در اواخر قرن بیستم شاهد تغییر و تحولات بسیار گسترده‌ای در تمامی عرصه‌های کسب و کار بوده است. این تغییر و تحولات به حدی زیاد و گسترده بوده که باعث شده دنیای امروز را عصر آشوب بنامند. در این عصر (هزاره سوم)، بشر بیش از هر زمان دیگر اهمیت مدیریت و کارآفرینی را در امور مختلف حس می‌کند. واقعیت این است که برای اینکه صنایع بتوانند به بقا و رشد خود ادامه دهند بایستی اصول و راهکارهایی را همچون مشتری‌مداری، اعتماد سازی، اصلاح و بازسازی زنجیره تولید، تبلیغات و بازاریابی را در رأس فعالیت‌ها و برنامه‌ها خود قرار دهند. هر چند که اکثر کشورها این اصول و راهکارها را بعنوان راه حلی برای رشد و تصاحب بازار پذیرفته‌اند؛ دلیل موفقیت و عدم موفقیت این کشورها را می‌توان در استفاده صحیح و درست از مدیران و کارآفرینان دانست. مدیریت توانمند و کارا و همچنین برخورداری از کارآفرینان و فرهنگ کارآفرینی پیش‌نیاز و عامل اصلی موفقیت در تمامی این اصول و راهکارها می‌باشد. حضور مدیران و کارآفرینان به عنوان یک استراتژی نوین در صنایع، برای دستیابی به نوآوری و استفاده از فرصت‌ها، رشد و بقای صنایع اهمیت ویژه‌ای دارد. مخصوصاً در قرن حاضر که شاهد تغییرات چشم‌گیری نیز در دنیای تجارت و کسب و کار می‌باشیم. درک موقعیت استراتژیک کنونی فقط از توان مدیران توانمند و کارآفرین مقدور است. مدیران و کارآفرینان نقش و جایگاه ویژه‌ای در روند رشد و توسعه صنایع دارند، به این دلیل دولت‌ها تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقات، به پرورش مدیران کارا و توانمند بپردازند و همچنین شمار هر چه بیشتری از صنایع را که دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و ترغیب کنند.

در خاتمه می‌توان گفت که صنایع برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را تداوم بخشیده تا از رکود و نابودی خود جلوگیری کنند. برای اینکه صنایع بتوانند در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات خود ادامه دهند باید به نوآوری و خلاقیت روی آورده و ضمن شناخت تغییر و تحولات بازار برای رویارویی با آن‌ها پاسخ‌های بدیع و تازه تدارک ببینند و همراه تاثیرپذیری از این تحولات بر آن‌ها اثر بگذارند و بدان شکل دلخواه بدهند. موارد ذکر شده از جمله وظایفی هستند که تنها به دست توانمند مدیران خلاق و کارآفرین انجام شدنی است.



## منابع:

- الوانی، سید مهدی، مدیریت عمومی، نشر نی، ۱۳۷۸.  
 - صمد آقایی، جلیل، سازمان‌های کارآفرین، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ دوم، ۱۳۷۸.  
 - عندلیب آذر، مجتبی، کارآفرینان و نقش آنان در رشد و توسعه اقتصادی، نشریه مدیریت، ۱۳۷۹.  
 - Anderson, Alistair & Pyysiainen, Jarkko & Mcelwoo, Gerard & Vesala Kari (۲۰۰۶). «Developing the entrepreneurial skills of farmers», international journal of entrepreneurial behavior & research, Vol.۱۲, No.۱.  
 - Elsa, Casimiro (۲۰۰۳). Entrepreneurial Skills assessment (A new approach supported by electronic contents. XX ISP World conference on science and technology parks.

برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت تولید و مدیریت کیفیت.

- **مهارت‌های اجتماعی:** این مهارت‌ها نتیجه مستقیم از فرآیندهای اجتماعی افراد می‌باشد و شامل ارتباطات، مذاکره، کارگروهی، تصمیم‌گیری و حل مسأله می‌باشد.
- **مهارت‌های ابزاری:** این مهارت‌ها نتیجه فرآیند تعامل پیچیده میان افراد، دانش فرآیند (ضمنی) و تمایل به عملی کردن آن می‌باشد و شامل نوآوری و ابتکارپذیری می‌باشد.
- **مهارت‌های مدیریتی:** این مهارت‌ها شامل سازماندهی، مهارت‌های مدیریت منابع انسانی و فعالیت‌های مالی و تجاری می‌باشد. (Elsa, Casimiro, ۲۰۰۳, p.۳).

(آندرسون و دیگران) مهارت‌های کارآفرینی را در سه طبقه قرار دادند:

- ۱- **مهارت‌های فردی:** مهارت‌های فردی از قبیل نوآوری، ریسک‌پذیری، توانایی رویارویی با ناشناخته‌ها، پذیرفتن چالش‌ها، مسؤولیت پذیرفتن و جستجوی فرصت‌های تغییر می‌باشد.
- ۲- **مهارت‌های ارتباطی:** مهارت‌های بین فردی شامل تعامل مؤثر با دیگران، ارتباطات مؤثر، مذاکره (چانه زنی) نفوذ و رهبری اثرگذار می‌باشد.
- ۳- **مهارت‌های فرآیندی:** مهارت‌های فرآیندی شامل توانایی برنامه ریزی و سازماندهی، توانایی در تجزیه و تحلیل محیط و ارزیابی آن، توانایی اجرای برنامه‌ها می‌باشد. (Anderson, Alistair & Pyysiainen, Jarkko, Mcelwoo, Gerard & Vesala, Kari, ۲۰۰۶, p.۲۴)

سه موضوع و قالب مهم در مورد نوآوری و کارآفرینان عبارتند از: دانش، مهارت و نگرش.

در اکثر آموزش‌های رسمی، به شکلی جامع و تحلیلی به موضوع اول پرداخته می‌شود؛ موضوع دوم به شکلی ناقص مورد توجه قرار می‌گیرد و به راحتی نمی‌توان آنرا در سیستم‌های آموزش رسمی دید؛ و به موضوع سوم اصلاً پرداخته نمی‌شود.

مهم‌ترین اهداف ذکر شده در مورد آموزش کارآفرینی و برنامه‌های آموزشی عبارتند از:

- دستیابی به دانش لازم در خصوص کارآفرینی
- دستیابی به مهارت‌های لازم برای استفاده از تکنیک‌ها، تجزیه و تحلیل موقعیت‌های کسب و کار و هم پیمانی با دیگر طرح‌های اقدام
- شناسایی و تهییج انگیزه، استعداد و مهارت‌های کارآفرینی
- کمک و حمایت از تمامی ابعاد منحصر به فرد کارآفرینی
- هدایت نگرش به سمت تغییر و تحولات (Thomas N. Garavan & Barra Cinneide, ۱۹۹۴, p.۴).