

# تکنسازان و راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی

بخش پایانی

نویسنده: سمیه جنگچی کاشانی

## آموزش کارآفرینی:

اواخر دهه ۵۰ میلادی اولین کشوری که در این زمینه به صورت کلاسیک کار کرد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را از سطح دبیرستان شروع کرد و آموزش‌هایی را ارائه داد کشور ژاپن بود. اولین موسسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۵۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان 'سربازان فداکار اقتصادی ژاپن' پیاده و اجرا کرد. بر اساس این طرح افراد از سطح دبیرستانها به مسأله کارآفرینی پرداختند و آموزش می‌دیدند که در حین تحصیل چگونه کار بکنند و به دنبال کسب سود باشند و چگونه کشورشان را از وابستگی صنعتی رهایی بدهند. مسأله کارآفرینی در ژاپن به سطح دانشگاه‌ها هم کشیده شد.

به طوری که اکنون در ژاپن ۲۵۰ موسسه بزرگ کارآفرینان وجود دارد که در زمینه کارآفرینی فعالیت می‌کند. آمارهایی که در این زمینه وجود دارد جالب است. بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۲ میلادی بیش از ۹۶ درصد نوآوری‌های صنعتی که توانست موفقیت ژاپن را در اقتصاد جهانی به یک موقعیت برجسته و برتر تبدیل کند توسط کارآفرینان صورت گرفت. البته سیاست‌گذاری‌های دولت در زمینه نقش مهمی داشت. کارآفرینان در یک اتاق خاص و در مرکز مجهز و مناسب کار می‌کردند و تشویق می‌شدند. و ابتکارات و اختراعات به اسم آن‌ها ثبت می‌شد و به عنوان قهرمانان ملی معرفی می‌شدند. هنوز هم در کشور ژاپن در شرکت‌های بزرگ مثل شرکت میتسوبیشی و چند شرکت دیگر افرادی استخدام می‌شدند و بدون داشتن هیچ نوع پست سازمانی در داخل اتاقها می‌نشینند و در زمینه نوآوری کار می‌کنند. سپس صاحب شرکت طی یک قراردادی علاوه بر حقوق ماهیانه نوآوری را نیز آن‌ها خریداری می‌کند. در حقیقت گرایش در سال‌های ۱۹۹۷ به بعد در شرکت‌های ژاپنی به تدریجی است که مهندسان خیره خود را مجبور به جدا شدن از سازمان می‌بینند تا بتوانند با نوآوری‌های خود به صنعت کمک کنند. اینجا لازم است اشاره کنیم که بطور اصولی کارآفرینان در محیط‌های صنعتی کوچک و متوسط رشد کرده‌اند. آماری از کشور آمریکا در دست است که اشاره دارد بیش از ۶۹ درصد از اختراعات و نوآوری‌ها توسط واحد‌های کارآفرینی کوچک و بزرگ انجام شده است.

در ارتباط با هندوستان توسعه کارآفرینی را در سه مرحله می‌توانیم ببینیم. مرحله اول آن اوایل دهه ۱۹۵۰ شروع شد که هندوستان تازه از استعمارها رها شده بود. و یک کشور بسیار فقیر و بدون منابع بود. اولین بحث این بود که چگونه ایجاد اشتغال شود و هرکس بتواند در زمینه‌های صنعتی و کشاورزی یک ایده جدیدی را که کمک به وضعیت اقتصاد میکند عرضه کند. دولت هندوستان در آن شرایط علی‌رغم کمبودها بیشترین کمک به کارآفرینان کرد و در قانون اساسی این کشور برای کارآفرینان جایگاه خاصی در نظر گرفته شد. در این مرحله فقط ایجاد اشتغال مطرح بود. البته بحث کارآفرینی فقط ایجاد اشتغال نیست. بلکه یکی از برکات کارآفرینی، اشتغال‌زایی است. در مرحله دوم یعنی در دهه‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ میلادی کمک به توسعه کارآفرینی و کارآفرینان مطرح شد که می‌توانند به توسعه صنعتی در هندوستان کمک بکنند. بنابر این مرحله بحث خود کفایی صنعتی مطرح شد. بین سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ یعنی ظرف ۲۰ سال ۵۰۰ موسسه ترویج کارآفرینی شروع به کار کردند تا کارآفرینان مجرب بتوانند نوآوری‌های صنعتی ایجاد کنند، در تامین نیازهای اساسی مردم کمک کنند و باعث جلوگیری از مهاجرت روستاییان و حاشیه‌نشینی به شهرها شوند. بنابراین ما ترویج کارآفرینی را در هند با سه ایده مختلف در سه نوع موسسات گوناگون و در سه مرحله دیدیم.

تا به حال چهار دسته تحقیقات در زمینه کارآفرینی انجام شده است که عبارتند از: مطالعات در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان مطالعات در خصوص تشکیل شرکت نو پا مطالعات در خصوص ارتباط کارآفرینی با جامعه مطالعات در خصوص آزمایش، روش‌شناسی تحقیق و نقش دولت در کارآفرینی. اما از سال ۱۹۹۰ که پارادایم تازه‌ای در کارآفرینی شکل گرفت، تحقیقات جدیدی در خصوص کارآفرینی سازمانی انجام شد. که البته از مبانی نظری چندان جامع و مانعی برخوردار نیست. اما در رابطه با آموزش کارآفرینی باید گفت که بطور کلی در دنیا چهار نوع دوره برگزار می‌شود که از دوره‌های یک روزه هست تا دوره‌های چهار ساله. یکی دوره‌های آگاهی‌دهنده است که فقط جهت افزایش آگاهی فراگیران نسبت به کارآفرینان

طراحی می‌شود.

دیگری دوره‌های آموزشی مربوط به تاسیس شرکت است که موضوعاتی در زمینه تامین مالی، بازاریابی، استخدام، مکان، یابی و... جهت تاسیس یک شرکت جدید را به فراگیران آموزش می‌دهند.

نوع سوم دوره‌های است که برای رشد و بقای شرکت‌های کوچک طراحی می‌شود و نوع چهارم دوره‌های آموزشی کارآفرینی سازمانی است که برای سازمان‌های متوسط و بزرگ طراحی می‌شود. لازم به ذکر است که از سال ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۸ تعداد ۱۳۰ دانشکده کارآفرینی در آمریکا ایجاد شده است. بر اساس این آمار در سال ۱۹۸۵ تعداد ۲۵۳ دانشکده کارآفرینی در گرایش ایجاد شده است که تعداد ۲۱۲ گرایش در دانشکده‌های بازرگانی و تعداد ۴۱ گرایش در دانشکده‌های رشته مهندسی است. آموزش کارآفرینی در آمریکا، همیشه در دو سطح مهندسی با گرایش‌های مختلف و مدیریت بازرگانی مورد توجه بوده است. دهه ۱۹۹۰ این شتاب خیلی بیشتر شده است. بطوری که در این دهه تعداد ۵۰۰ دانشکده کارآفرینی در آمریکا دیده می‌شود. نام پاره‌ای از این دوره‌ها عبارتند از: اندیشه‌سازی مدیریت نوآوری ارزشیابی و تحلیل امکان‌سنجی و تامین مالی شرکت‌های نو پا که موضوع بسیار مهمی است و در واقع مشکل همه کارآفرینان این است که چگونه باید تامین مالی بشوند. به همین جهت در دانشکده‌ها دروس مختلفی نظیر استراتژی‌های بازاریابی در شرکت‌های نو پا، حسابداری و مالیات بندی در شرکت‌های نوپا و اقتصاد کارآفرینان تدریس می‌شود.

## نقش دولت در زمینه کارآفرینی

دولت در زمینه کارآفرینی و ترغیب فعالیت‌های کارآفرینانه دو گونه نقش می‌تواند ایفا کند. یک دسته نقش‌هایی هستند که از اعمال حاکمیت نشأت می‌گیرد، مانند صدور پرونده‌های مختلف که روابط اجتماعی و اقتصادی را تنظیم می‌کند. مقرراتی که در این باره وضع می‌شود، در فعالیت کارآفرینان تأثیر مستقیمی دارد.

اگر مقررات مورد بحث را بخواهیم خلاصه کنیم شامل ۳ دسته است:

یک دسته اعمالی هستند که از اعمال حاکمیت نشأت می‌گیرد. مانند صدور پروانه‌های مختلف که روابط اقتصادی و اجتماعی را تنظیم میکند. مقرراتی که در این باره وضع می‌شود در

فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر مهمی دارند.

اگر مطالب مورد بحث را بخواهیم خلاصه کنیم شامل سه دسته است:

دسته اول از لحاظ ورود افراد به قلمرو کارآفرینی موثر هستند و ممکن است نقش بازدارنده داشته باشد. برای مثال جوانی که می‌خواهد وارد دنیای کسب و کار شود وقتی مشکلات و مقررات پیچیده را می‌بیند ممکن است از کار خود پشیمان شود.

دسته دیگر موانع رشد کسب و کار است. وقتی شما کسب و کاری را شروع می‌کنید توسعه امری الزامی می‌باشد اما همواره در این زمینه مشکلی می‌باشد. که مقررات مختلف از آن جمله‌اند. بطور مثال بانک‌ها طبق مقرراتی که دارند در مقابل وثیقه ملکی وام می‌دهند. و وثیقه فکری و یا قابلیت‌های کارآفرینی را پشتوانه وام قرار نمی‌دهند.

در عین حال موانعی هم برای خروج از کسب و کار وجود دارد. اگر کسی در کسب و کار خود موفق نباشد و بخواهد قلمرو خود را ترک کند و در زمینه دیگری فعالیت کند با مشکلات مختلف قانونی روبرو هستند. دولت می‌تواند با حذف مقررات زائد موانع را از سر راه بردارد. از سوی دیگر دولت می‌تواند نقش حمایتی مهمی برای کارآفرینان داشته باشد. زیرا کارآفرینان معمولاً از کسب و کار کوچک شروع می‌شود. صنایع و کسب و کارهای کوچک، قدرت مالی و انسانی گسترده‌ای ندارند که برای صنعت خود زیربنایی را فراهم نمایند. دولت با تامین خدمات زیربنایی به کارآفرینان کمک می‌کند که کوشش خود را متمرکز بر فعالیت‌های تولیدی بکنند. منظور از خدمات زیربنایی تنها آب و برق و تلفن و گاز و... راه و... نیست. در عصر حاضر خدمات اطلاع‌رسانی و پژوهش برای توسعه نیز از خدمات مهم مردم نیاز برای کارآفرینان می‌باشد.

در ارزیابی نقش دولت در ایران باید به این مسئله نیز پرداخت که کجا مقررات نقش بازدارنده دارد و در کجا نقش حمایتی دولت کافی نیست. در حقیقت کارآفرینی فرایندی بلند مدت و پرورشی است و در آن آموزش‌های کوتاه مدت مهارت‌ها را زیاد می‌کند. به عنوان مثال در مورد آقای مهندس رحیم زاده، به عنوان یک کارآفرین می‌توان گفت مجموعاً عواملی از قبیل الگوی نقش پدر کارآفرین تحصیل و حوادث و عوامل محیطی باعث شدند که ایشان با نظام مهندسی و طراحی آشنا شدند و بدون داشتن کاخانه آن فکر را به یک ایده تبدیل کردند. ایده ایشان با مراجعه به ساپکو به فرصت

تبدیل شد. فرصتی برای تولید دلکو بدون داشتن کارخانه این یک نوع کارآفرینی است.

### کارآفرینی سازمانی:

اما کارآفرینی فقط فردی نیست سازمانی هم میتواند باشد به عبارتی شرکت های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می توانند دست به کارآفرینی بزنند. مطالعه جهانی نشان می دهد که پس از انقلاب صنعتی و ایجاد شرکت های بزرگ و تولید انبوه و پیدا شدن مشکلات بروکراسی و ایجاد رقابتی شدید در صحنه بین المللی نیروهای خلاق و کارآفرین و مبتکر احساس خفگی کردند و مجبور شدند که سازمان را ترک نمایند. موضوع جدیدی پیش آمد که به مسأله (کوچک، زیباست) منجر شد. شرکت های کوچک و متوسط بوجود آمدند. کارآفرینان مستقل در این مرحله خیلی رشد کردند. اما یک دفعه شرکت های بزرگ متوجه شدند که نیرو هایشان از دست می رود لذا به فکر علاج افتادند. در دهه های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ سازمانهای کوچک و متوسط بزرگ شدند اما در دهه ۹۰ سازمان های بزرگ نتوانستند با شرکت های کوچک رقابت کنند. و به فکر کوچک سازی افتادند (DOWN SIZING) افتادند. شرکت های تحت پوشش خود مختار (SPIN OFF) تولید ناب (LEAN PRODUCTION) و تیم های موقعیت های ریسکی (VENTHRE TEAMES) و... افتادند. مثال معروف در این مورد بیل گیتس است. وی ابتدا پیشنهاد خود را به ای بی ام می دهد. اما این شرکت وی را یک فردی بی سواد دانسته و پیشنهادش را رد می کند. سپس وی پیشنهاد خود را با چند سرمایه گزار دیگر مطرح می کند و مورد قبول هیچکدام واقع نمی شود. سر انجام با سرمایه گزار دیگر کار جدیدی را آغاز می کند. که منجر به یک کارآفرینی کوچک و شرکت جدید می شود. بی مناسبت نیست همین جا چند آمار در مورد ارتباط با اهمیت شرکت های کوچک و متوسط در کشور های مختلف اشاره شود. به عنوان مثال ۸۲/۴ درصد از جمعیت ژاپن در سال ۱۹۸۱ در بخش صنایع کوچک شاغل بوده اند. و ۹۰ درصد از اشتغال زایی در فرانسه بین سالهای ۱۹۸۹ تا ۱۹۸۸ مربوط به صنایع کوچک بوده است. و یا در سال ۱۹۸۱، ۹۹ درصد از صنایع آلمان را واحدهای کوچک و متوسط تشکیل می دهند و از همه جالب تر اینکه بین سال های ۱۹۸۶ تا ۱۹۸۰ یعنی در عرض ۶ سال کارگاه های کوچک اقتصاد چین ۲۱۴ برابر شدند. یعنی ۵۶۰۰۰ واحد که بیش از ۱۲ میلیون واحد افزایش یافته است. آمار کشور خودمان نیز بیانگر این اهمیت این بخش می باشد.

در سال ۱۳۷۶-۱۳۷۵، ۹۴/۵ درصد از کل صنایع ایران، صنایع کوچک و متوسط بوده است. ضمن اینکه در همان سال ضایعات مواد اولیه در صنایع کوچک ۱۰/۵ درصد و در صنایع بزرگ ۲۳ درصد اعلام شد. بحث سازمانهای بزرگ در دنیا این است که فیل چگونه می تواند روی زمین یخی اسکی کند. به بیان دیگر سازمان های بزرگ با بدنه سنگین و متورم خود و با ساختار بوروکراتیک و ارتباط رسمی و خشک و... چطور می توانند با رقبای کوچک سریع منعطف و نو آور رقابت کنند، به خصوص در محیط چنان پویا، پیچیده و نامطمئن امروزی. لذا به این فکر افتادند که تغییر ایجاد کنند. ما در بنیاد مستضعفان کارآفرینی سازمانی را از مزمز شروع کرده و در لنینیات پاک و ایران کشمیر

و سینا کاشی و... ادامه دادیم. دولت می تواند در خیلی از بخش ها از کارآفرینان حمایت کند. مثلاً در بخش خصوصی دولت باید از طریق تشویق و توسعه فرهنگ کارآفرینی، زمینه رشد و ارتقای فرهنگ و کارآفرینی را ایجاد کند. و یا با ساز و کارهای خاص سرمایه گذاران ریسکی را فعال سازد تا بدین وسیله هم کارآفرینان بتوانند برای سرمایه گذاری خود تامین مالی کنند و هم بار مالی آن، به بخش عمومی منتقل نشود و یا مثل سایر کشورها به وسیله مرکزی به نام مرکز توسعه کارآفرینی،

طریق پژوهش تجربی رفتار کارآفرینان را بدون تحلیل تئوریک نسبت به نقش آن شغل، یعنی رفتار کارآفرینانه، تعریف کند یا به مشکل بر می خورد و یا اشتباه نتیجه می گیرد و برای روشن شدن موضوع، می افزاید، متصدیان مشاغل، ممکن است مطابق نقشی که برای آن شغل، احتیاج است یا تعریف شده است، رفتار نکنند. مثلاً موقعیت یک رفتگر در یک اجتماع، نقشی را تعریف می کند که عبارت است از "جمع آوری و حمل زباله" اما در عمل، چنانچه محقق هنگام مشاهده رفتار رفتگران

**ادبیات کارآفرینی، بیانگر آن است که به طور کلی "کارآفرینی" علیرغم اینکه از ابتدای خلقت بشر، همواره همراه با او بوده است و در تمام شئون زندگی انسان، حضور داشته و بنای تمامی تحولات و پیشرفتهای بشر بوده است و علیرغم تعاریف زیاد و متنوع آن، هنوز مفهوم و ماهیت اصلی و به عبارت دیگر جوهره و گسترهی آن، شناخته نیست و نمی توان تعریف استاندارد و جامع و مانعی از آن ارائه داد.**

خدمات آموزشی، مشاوره ای، سرمایه ای، فنی، اطلاعاتی و... را در اختیار کارآفرینان لایق قرار دهد. استعداد های خیلی خوبی در بخش خصوصی دیده می شود. بعد از انقلاب به لحاظ محدودیت نگرشی، بخش خصوصی توسعه پیدا نکرد و لذا باید به توسعه بخش خصوصی اهمیت دهیم. در بخش دولتی هم می توان به کارآفرینی های بزرگ دست زد. برای مثال: ایران خودرو، شرکتی است که به دوران پیری رسیده است. اما برای بقای خود سایکو را ایجاد کرده است تا زنجیره ارزشمند صنعتی را سازماندهی کند که خودرو ایجاد کند. پس شرکت به دنبال محصول جدید است. مثلاً محصولات لنینیات پاک هم رقبای جدید داشت. لذا برای بقای شرکت، کارآفرینی را مورد توجه قرار داد. در حال حاضر نیز بسیاری از شرکت ها هستند که کارایی، بهره وری و اثر بخشی ندارند و کار آفرینی باید به عنوان یک اصل و هدف استراتژیک مورد توجه قرار گیرد. در بخش خصوصی هم همین طور است، اما حمایتها را دولت باید انجام دهد. در کشورهای مختلف هم، حمایت های گوناگونی در رابطه با توسعه کارآفرینی صورت می گیرد.

### مفهوم و گسترده کارآفرینی نوین:

ادبیات کارآفرینی، بیانگر آن است که به طور کلی "کارآفرینی" علیرغم اینکه از ابتدای خلقت بشر، همواره همراه با او بوده است و در تمام شئون زندگی انسان، حضور داشته و بنای تمامی تحولات و پیشرفتهای بشر بوده است و علیرغم تعاریف زیاد و متنوع آن، هنوز مفهوم و ماهیت اصلی و به عبارت دیگر جوهره و گسترهی آن، شناخته نیست و نمی توان تعریف استاندارد و جامع و مانعی از آن ارائه داد.

مک کلند مشکل تعریف کارآفرینی و اختلاف نظرهای موجود در این خصوص را ناشی از مغشوش شدن نقشها و موقعیتها (Roles and status) می داند. وی معتقد است رفتار کارآفرینانه (entrepreneurial behavior) را باید از رفتار کارآفرینان (behavior of entrepreneurs) جدا دانست و چنانچه محقق بخواهد تنها

ببیند که عده ای از آن ها در طول ساعات کاری، دوزبازی می کنند! و بخواهند تنها از طریق آزمایش تجربی (مشاهده رفتار رفتگران) بدون تحلیل تئوریک نسبت به نقش مورد نیاز آن شغل رفتگران است. بنابراین مک کلند، نتیجه می گیرد که یک سیاستمدار، یک استاد دانشگاه، یک فزیکدان و یک چاهکن یا یک فرد نظامی، می تواند رفتار کارآفرینانه داشته باشد، ممکن است فردی در موقعیت و مقام کسب و کار (Business) و در مقام یک کارآفرین (صاحب کسب و کار) نباشد و همین طور بر عکس، ممکن است فردی در موقعیت و مقام کارآفرینی باشد (در زمینه اقتصادی، صاحب کسب و کار کوچک و یا متوسطی باشد) اما رفتاری کارآفرینانه نداشته باشد اگر چه تعداد زیادی افراد را به کار گماشته باشد. با وجود آنکه این مطلب را مک کلند در سال ۱۹۶۱ در کتاب خود مطرح نمود اما کمتر به آن توجه شد و همواره، کارآفرینی به روش استقرایی تعریف گردید، به عبارت دیگر یکسری از شاخص های رفتاری افراد موفق در کسب و کار، مورد مشاهده و شناسایی قرار گرفت و بر اساس آن، مولفه ها، ابعاد مفاهیم، فرضیه ها و مدل های کارآفرینی، تبیین و تعریف گردیدند. بنابر این، کارآفرینی فقط در حوزه اقتصاد و کسب کارهای کوچک، مطرح گردید.

رویکرد استقرایی، موضوع کارآفرینی را به آنجا کشاندند که هر کس، شرکتی را تأسیس می کرد، کارآفرینی شناخته می شد و آمار شرکت های جدیدالتأسیس به منزله آمار کارآفرینی، تلقی می گردید. ابعاد گسترده کارآفرینی، بسیار وسیع تر می شد و کارآفرینی در ابعاد سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیز وارد می شد و همه فعالیت های انسان را در بر می گرفت، از شعر گفتن گرفته تا رهبری در یک جنگ، در آن صورت، کارآفرینی منحصر به شرکت های کوچک و جدیدالتأسیس نمی شد و کارآفرینی فقط در حوزه کسب و کار اقتصاد، مطرح نمی بود، بلکه به عنوان یک فرهنگ و سبک زندگی در تمام شئون زندگی فردی و اجتماعی بشر، وارد می شد. آنچه امروز به عنوان پارادایم جدید کارآفرینی، شاهد هستیم در واقع، تغییر جهت کارآفرینی از رویکرد استقرایی

به رویکرد قیاسی است، اما این تغییر جهت به دلیل تغییرات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است که در سطوح جهانی، ملی و محلی، شکل گرفته است. به طور کلی، می توان گفت کارآفرینی اجتماعی که امروز، مطرح است به عنوان یک رویکرد خلاقانه برای برخورد با نیازهای پیچیده اجتماعی، شناخته می شود.

کارآفرینان اجتماعی با زدودن مرزها و محدودیتهای سنتی بین حوزه های عمومی (دولتی)، خصوصی و بخش غیر انتفاعی و تأکید بر مدل های چندگانه یا پیوندی و مختلط بین آن ها باعث ایجاد همکاری و اشتراک و هم افزایی، جهت حل مشکلات اجتماعی می شوند. به بیانی دیگر، می توان گفت تغییرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در ده سال اخیر در سطوح جهانی، ملی و محلی شکل گرفته است، باعث شده نه تنها مرزهای جغرافیایی، کمربند تر شوند، نیز کمربند گردند و به طور طبیعی، کارآفرینان اقتصادی وارد حوزه های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی شوند. از همین رو هنوز عده ای از صاحب نظران، کارآفرینی اجتماعی را به معنی انتقال مهارت های کسب و کاری و مدیریت، به بخش غیر انتفاعی می دانند. و عده ای دیگر، آن را وسیعتر از آن دانسته و تعاریف متفاوتی برای آن، ارائه داده اند. از آنجایی که کارآفرینی اجتماعی، موضوع جدیدی است، لازم است ابتدا این مفهوم و تعاریف ارائه شده، مطرح گردد تا زمینه لازم جهت ادامه بحث ایجاد شود.

### توسعه کارآفرینی، تنگناها و راهکارها

ذکر این نکته بسیار ضروری است که بر خلاف آنچه متصور می شود در امریکا بیش از ۶۹ درصد از کل فعالیتهای صنعتی و ۷۹ درصد از فعالیتهای خدماتی را کارآفرینان بخش بنگاه های کوچک و متوسط تشکیل می دهد و به دنبال آن کنگره این کشور در سال ۱۹۹۸ میلادی طی یک برنامه مفصل بلند مدت خواهان تربیت ۹ میلیون کارآفرین شده است. در کشور شاهد تفکرات کارآفرینی بسیار ارزشمند، همانند نوآوری های دوران هشت سال دفاع مقدس هستیم. شرایط محیطی ایجاد می کرد چنین مقدمات کارآفرینی انجام گیرد.

### پیشنهادهای

اکنون در دوران سازندگی قرار داریم و از طرفی دیگر بحران اقتصادی را در پیش داریم، تقویت و ایجاد شرایط محیطی برای رشد کارآفرینان در سطح کلان ضرورت دارد. در این ارتباط این پیشنهادها را برای تحقیق آن اعلام می دارد:

شناخت لازم، اعتقاد راسخ و جدی دولتمردان محترم در خصوص فرهنگ کارآفرینی و تاثیرات آن بر روی نظام اقتصادی-اجتماعی. برنامه ریزی کلان برای ترویج فرهنگ کارآفرینی میان نوجوانان و جوانان کشور با توجه به این نکته که فرهنگ کارآفرینی، خود اشتغالی از زمان نوجوانی قابل شکل گیری است، لازم است تغییراتی در نظام آموزش و پرورش و دانشگاه ها به همین منظور شروع کرد.

پرورش مروجان و مربیان کارآفرینی توسط سازمان تخصصی در امر تربیت مدیریت اقتصادی کشور نظیر سازمان مدیریت صنعتی. تنظیم و تدوین سیاست های بلند مدت و میان مدت در خصوص حمایت از فعالیت های کارآفرینی و کارآفرینان نوپا. تدوین سیاست های حمایتی از کارآفرینان فعلی کشور (مدیران واحد صنعتی فعال). تربیت فرهنگ خوداشتغالی و تشویق ایجاد تشکلهای کارآفرینی.