

گزارش شماره ۲ بولتن بررسی مسائل اقتصاد روز ایران:

## نقش اتاق‌های بازرگانی در برنامه‌های

### کار آفرینی جوانان و اشتغال

#### خلاصه مدیریتی

جوانان و اشتغال دو مفهومی هستند که در دهه گذشته بسیار مورد توجه واقع شده‌اند. در واقع با توجه به نرخ رشد بیکاری جوانان و افزایش این نرخ نسبت به بیکاری کل، نیاز به ارائه راهکاری برای حل این معضل و ایجاد شغل برای جوانان مورد توجه جدی واقع شده است.

فعالیت‌های کارآفرینانه در کنار رشد اقتصادی به ایجاد اشتغال نیز کمک می‌کند. در واقع نرخ بالای بیکاری موجب تمرکز دوباره دولت‌ها به فعالیت‌های کارآفرینی به منظور غلبه بر این مشکل شده است. در بسیاری از کشورها در کنار اقدامات و سیاست‌های دولتی، اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌های کسب و کار و مراکز رشد کسب و کار از جمله دیگر نهادهایی هستند که برنامه‌های حمایتی از رشد و توسعه کارآفرینی ارائه می‌دهند.

البته مشارکت در برنامه‌های کارآفرینی به جز کمک به رشد اقتصادی برای اتاق‌ها منافع دیگری نیز در بردارد. اتاق‌های بازرگانی از طریق برنامه‌های کارآفرینی برای جوانان می‌توانند تعداد اعضای خود را افزایش داده، به بخش خصوصی اجازه دهند در مسیر اقتصاد باثبات سرمایه‌گذاری کرده، ظرفیت جوانان را توسعه

بخشیده و نسل جدید کارآفرینان را ایجاد کنند. اتاق‌ها با آموزش جوانان کمک می‌کنند تا دسترسی راحت‌تری به نیروی کار یا از طریق ایجاد یک کسب و کار جدید و یا بوسیله پیوستن به یک کسب و کار موجود بوجود آید.

برنامه‌های اشتغال و کارآفرینی جوانان در اتاق‌های بازرگانی به اشکال مختلفی ارائه می‌شود. اتاق‌ها به دلیل شبکه ارتباطی قوی که با جامعه کسب و کار داشته و همچنین به دلیل طیف وسیع خدمات حمایتی که به کسب و کارها ارائه می‌دهند توانایی زیادی در توسعه مهارت‌های کارآفرینی و طرح و اجرای برنامه‌های مرتبط با این موضوع دارند. این برنامه‌ها از کارگاه‌های آموزشی تا رقابت کسب و کارها برای ارائه طرح‌هایی که با نیازهای کارآموزی جوانان یک منطقه منطبق باشد را شامل می‌شود.

به طور مثال بنیاد اتاق بازرگانی ایالات متحده که وابسته به اتاق بازرگانی این کشور است، با همکاری و حمایت مالی از آکادمی کارآفرینی جوانان در آمریکا یک سری برنامه‌های بعد از پایان تحصیل برای دانش‌آموزان مقطع راهنمایی و دبیرستان ارائه می‌دهد. از طریق این برنامه‌های یکساله، دانش‌آموزان در مقاطع تحصیلی ۶ تا ۱۲، ایده‌های تجاری خلق کرده، تحقیقات بازار انجام داده، طرح کسب و کار نوشته، به سرمایه‌گذاران وصل شده و در نهایت شرکت خود را دایر می‌کنند.

اتاق بازرگانی آمریکا در سال ۲۰۱۱ در جمهوری قرقیزستان، جلسات آموزشی را برای مقامات رسمی دانشگاهی در راستای ایجاد مراکز توسعه شغلی در بیشکک برگزار کرد. در نتیجه این ابتکار، در حال حاضر ۱۰ دانشگاه در بیشکک دارای مراکز شغلی جدید یا پیشرفته هستند. همچنین این اتاق در ترینیداد و توباگو انجمن ملی بهره‌وری جوانان را تاسیس کرد تا فعالیت‌های گوناگون دانشجویان از این طریق هماهنگ شده و برای تقویت مهارت‌هایشان به آنها کمک شود.

کارآفرینان شرکت‌های نوپا<sup>۱</sup> در ایتالیا می‌توانند از کمک‌های ۹۱ اتاق که به صورت تخصصی در زمینه کارآفرینی فعال هستند استفاده نمایند. در واقع در این اتاق‌ها باجه کمک به شرکت‌های نوپا وجود دارد که تحت برنامه "خدمات به شرکت‌های جدید" به ارائه کمک‌های رایگان به کارآفرینان می‌پردازند.

برنامه "نسل جدید" اتاق بازرگانی اوستیای شمالی در روسیه، یک برنامه مربوط به کارآفرینی برای جوانان فارغ‌التحصیل از مدارس فنی یا حرفه‌ای است که به دنبال راه‌اندازی کسب و کار خود بوده و به یاری اتاق‌های مذکور موفق به دریافت منابع مالی برای این کار شدند. اتاق بازرگانی و صنعت اوستیای شمالی با مشارکت

<sup>۱</sup> Startup

هفت اتاق منطقه‌ای، امکان دسترسی جوانان با مهارت را به سرمایه فراهم می‌کند تا آنها بتوانند کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند.

اتاق بازرگانی و صنعت یونان- استرالیا نیز طی یک برنامه کارآموزی، جوانان جویای کار را به کسب و کارها، اهالی حرفه و دیگر سازمان‌هایی که دوره‌های کارآموزی ارائه می‌دهند متصل می‌سازد. کارآموزان علاوه بر آموزش، تجربه کاری و مشاوره با سازمان‌های استخدام‌کننده، از حمایت و مشاوره اتاق در طول دوره کارآموزی خود منتفع می‌شوند.

به جز این نمونه‌های موفق از اتاق‌های بازرگانی دنیا، اتاق شیراز هم یک برنامه اثربخش در زمینه توسعه اشتغال اجرا کرده که این برنامه توانست در رقابت جهانی اتاق‌های بازرگانی در سال ۲۰۱۷ در بخش پروژه بهترین توسعه کسب و کار و اشتغال جزو ۵ نامزد نهایی این بخش شود. اتاق بازرگانی شیراز با همکاری برخی نهادها و با هدف توسعه گیاهان دارویی در استان فارس در نوامبر سال ۲۰۱۴ همراه با شکل‌گیری ستاد گیاهان دارویی، کمیته بازاریابی گیاهان دارویی را با بودجه ۹۷ هزار دلاری پایه‌گذاری کرد. هدف از این پروژه گسترش کشت گیاهان دارویی دارای مزیت نسبی برای تولید در استان فارس و جایگزینی آنها با محصولات با نیاز آبی بالا، رونق مجدد کشاورزی استان و به تبع آن ایجاد اشتغال پایدار و ارتقاء سطح معیشت روستائیان استان است. این طرح موفق شد در سال اول فعالیت خود برای ۷۱۰۰ نفر- روز و در سال دوم برای ۴۳۰۰ نفر- روز اشتغال ایجاد کند که این رقم تنها مربوط به بخش تولید گیاهان دارویی می‌باشد.

رشد پایدار اقتصادی در دنیا نیازمند کارآفرینی است. کارآفرینان شغل ایجاد کرده، به توسعه اقتصادی کمک و یک شریک موثر برای دولت‌ها به منظور حمایت از محیط اقتصادی سالم هستند. یک دغدغه مشترک جوامع مختلف در دنیا موضوع اشتغال است که از همین منظر نیز رشد نسل جدید کارآفرینان (هم کسانی که شغل ایجاد می‌کنند<sup>۱</sup> و هم کارفرمایان کارآفرین<sup>۲</sup>) اهمیت می‌یابد.

اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های کسب و کار نقش حیاتی در حمایت از کارآفرینی دارند. اینگونه نهادها به شکل منحصر به فردی در میان بدنه دولت قرار گرفته و به دنبال رشد اقتصادی و خواست بخش خصوصی در ایجاد نسل جدید کارفرمایان هستند. به عنوان صدای جامعه کسب و کار، اتاق‌ها توانایی حمایت از اصلاحات لازم به منظور تشویق اشتغال را دارند. در اغلب موارد، این اصلاحات با تکیه بر منافع نسل جوان در کشورها اتفاق می‌افتد.

عدم برخورداری نسل جوان از توانمندی‌های لازم برای حضور و مشارکت آنها در چرخه اقتصادی کشورشان، یک مسئله جدی در سراسر دنیا است [۳]. بر طبق گزارش سازمان جهانی کار<sup>۳</sup>، در سال ۲۰۱۱ از هر ۸ جوان یک نفر بیکار بوده است. این آمار نشان‌دهنده ۷۵ میلیون جوان بیکار در سراسر دنیا است که ۴ میلیون بیشتر از سال ۲۰۰۷ است [۲]. سیستم آموزشی توسعه نیافته و شکاف‌های مهارتی ناشی از آن، موانع فرهنگی و سیاست‌های ناکارآمد همه و همه موانعی هستند که منجر به نرخ بالای بیکاری مستمر در جوانان و بالاتر بودن این نرخ نسبت به بیکاری کل در کشورها می‌شود که خود عامل بی‌ثباتی جامعه است.

با توجه به این چالش‌ها، کارآفرینی جوانان حوزه جدیدی را پیش روی اتاق‌ها و انجمن‌های کسب و کار در سراسر دنیا قرار داده، چرا که به نظر می‌رسد درگیر شدن در مقوله کارآفرینی برای جوانان منافع زیادی را در بر خواهد داشت.

اتاق‌های بازرگانی از طریق برنامه‌های کارآفرینی برای جوانان می‌توانند تعداد اعضای خود را بیشتر کرده، از جامعه کسب و کار حمایت و نسل بعدی رهبران کسب و کار را پرورش دهند. در واقع اتاق‌ها از طریق برنامه‌های کارآفرینی جوانان به بخش خصوصی اجازه می‌دهند در مسیر اقتصاد باثبات سرمایه‌گذاری کرده، ظرفیت جوانان را توسعه بخشیده و نسل جدید کارآفرینان را ایجاد کنند.

<sup>1</sup> Job creators

<sup>2</sup> Entrepreneurial employees

<sup>3</sup> International Labor Organization

اتاق ها با آموزش جوانان به آنها کمک می کنند تا راحت تر کار پیدا کنند که این موضوع می تواند با ایجاد یک کسب و کار جدید یا پیوستن به جوامع کسب و کار موجود صورت گیرد و در واقع یکی از راه هایی است که به واسطه آن اتاق ها و انجمن های کسب و کار، وظیفه شهروندی شرکتی<sup>۱</sup> خود را ایفاء می کنند.

وقتی جوانان از نظر اقتصادی قدرتمند می شوند، احتمال بیشتری وجود دارد که آنها در جامعه خود سرمایه گذاری کنند، رهبران فعال کسب و کار باشند و منافع کسب و کار جوانان را ارتقاء بخشند. کارآفرینی همچنین منجر به این می شود که جوانان بیشتر از قبل عضو اتاق ها و انجمن ها کسب و کار شده و تلاش کنند تا فضای بهتری برای نوآوری و خلاقیت در اختیار فعالان کسب و کار قرار گیرد.

## ۲- اهمیت برنامه های کارآفرینی جوانان برای اتاق ها و انجمن های کسب و کار

عوامل زیادی به چالش های اقتصادی که جوانان با آن روبرو هستند دامن می زند. از جمله آن می توان به رشد جمعیت، بحران اقتصادی جهانی، کمبود منابع و برخی موارد دیگر اشاره کرد. یکی از مهمترین این عوامل را باید ابزارهای سنتی اشتغال زایی عنوان کرد که در حال حاضر توانایی تطابق با تقاضا را ندارد. در بسیاری از کشورها بخش دولتی، به صورت سنتی موتور محرکه اشتغال است که دیگر توانایی جذب میلیون ها فارغ التحصیل نسل جدید را ندارد.

این موضوع سبب بیکاری مستمر نسل جوان یا اشتغال در مشاغل موقت و با بهره وری پایین می شود. کارآفرینی نه تنها برای کسانی که به دنبال شغل هستند فرصت های شغلی ارائه می دهد بلکه به اقتصاد کشورها نیرویی تازه می بخشد. توسعه پتانسیل های کارآفرینی در جوانان می تواند به ایجاد جایگزینی برای اشتغال دولتی کمک کرده و همزمان به جوانان ارزش استقلال و ابتکار عمل را آموزش دهد. سازمان هایی نظیر ادارات توسعه، ادارات دولتی و سازمان های غیرانتفاعی به دو دلیل حل مشکل بیکاری روزافزون جوانان و حمایت از شکوفایی اقتصادی، کارآفرینی جوانان را تشویق می کنند. بیشتر این برنامه ها شامل کارگاه های آموزشی، ایجاد فرصت برای گسترش شبکه ارتباطی و رقابت برای ارائه طرح های کسب و کار است که سبب تشویق و آموزش کارآفرینان جوان می شود.

هر یک از این برنامه ها بخشی از نیازهای کارآفرینی را در جامعه هدف قرار داده است، اما در نهایت این برنامه ها بخشی از راه حل هستند. با وجود آنکه سازمان های غیردولتی، ادارات توسعه و سازمان های مشابه

<sup>۱</sup> Corporate citizenship

اگر سازمان ها را «شهروندان» کشوری بدانیم که در آن مستقر هستند، شهروندی شرکتی به این معنا است که این سازمان ها مسوولیت های خاصی دارند که باید آنها را به انجام برسانند تا به عنوان شهروندانی خوب مورد پذیرش جامعه قرار گیرند.

چنین برنامه‌هایی را برای حمایت از کارآفرینی جوانان برگزار می‌کنند اما در نهایت هیچکدام مهارت کارشناسی و دانش اتاق‌های بازرگانی را در این زمینه ندارند.

طرح‌های کارآفرینی که توسط اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های کسب و کار بر عهده گرفته شده یک حلقه اتصال محکم میان نسل جدید و قدیم کارآفرینان است همچنان که بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط به تنهایی ظرفیت توسعه برنامه‌های خود را دارا نیستند. لذا به دلیل نقش بااهمیت اتاق‌های بازرگانی در میان جامعه کسب و کار برنامه‌های کارآفرینی ارائه شده توسط آنها بسیار متمایز از برنامه‌های سایر سازمان‌هاست.

برنامه‌های اشتغال و کارآفرینی جوانان در اتاق‌های بازرگانی به اشکال مختلفی ارائه می‌شود. اتاق‌ها به دلیل شبکه ارتباطی قوی که با جامعه کسب و کار داشته و همچنین به دلیل طیف وسیع خدمات حمایتی که از کسب و کارها ارائه می‌دهند توانایی خوبی در توسعه مهارت‌های کارآفرینی و طرح و اجرای برنامه‌های مرتبط با این موضوع دارند. این برنامه‌ها از کارگاه‌های آموزشی تا رقابت کسب و کارها برای ارائه طرح‌هایی که با نیازهای کارآموزی جوانان یک منطقه منطبق باشد را شامل می‌شود. انتخاب اینکه کدام نوع برنامه برای یک اتاق مناسب است بستگی به عوامل زیادی از جمله نیازهای جامعه و ظرفیت سازمانی دارد. برنامه‌ای که به درستی طراحی شده، مطابق با استراتژی‌های سازمان و مقتضیات محلی است. چنین برنامه‌ای می‌تواند اهداف را به نحو مناسبی تعیین و منابع را برای رسیدن به اهداف به‌طور موثری مورد استفاده قرار دهد. دو گام اولیه برای تحقق چنین برنامه‌ای لازم است: (۱) مشخص کردن تمرکز اصلی برنامه و (۲) طراحی برنامه‌ای که بتواند راه‌حل ارائه دهد و ریشه مسئله‌ای که جامعه کسب و کار با آن مواجه است را شناسایی کند.

به طور مثال، از قدیم در ایالات متحده برنامه‌های کارآفرینی جوانان توسط شرکت‌های بخش خصوصی، سازمان‌های غیردولتی و موسسات آموزشی اداره می‌شود. بنیاد کافمن<sup>۱</sup> برنامه‌ای را برگزار می‌کند که طی آن کارآفرینان موفق و برتر از سراسر جهان به ایالات متحده دعوت می‌شوند. شرکت‌های بخش خصوصی مانند کاترپیلار<sup>۲</sup> با مشارکت نهادهای غیرانتفاعی از کسب و کارهای کوچک جوانان در هند و اندونزی حمایت می‌کند. همچنین کالج‌هایی در کالیفرنیا تلاش دارند که به دانشجویان چگونگی "ایجاد شغل" به جای "یافتن شغل" را آموزش دهند.

<sup>1</sup> Kauffman Foundation:

این بنیاد که در اواسط دهه ۱۹۶۰ توسط کارآفرین مشهور آمریکا اوینگ کافمن تأسیس شد یکی از بزرگترین بنیادهای خصوصی ایالات متحده با دارایی حدود میلیارد دلار است. هدف اصلی این بنیاد توسعه آموزش و کارآفرینی در کشور آمریکاست. (سایت بنیاد)

<sup>2</sup> Caterpillar

اما باید به این نکته هم توجه داشت که هیچ برنامه کارآفرینی واحدی برای همه کشورها وجود ندارد. یک برنامه موفق در یک منطقه و با ویژگی‌های خاص آن منطقه ممکن است که بی‌ارتباط با کشور یا منطقه دیگری باشد. در نهایت برخی ویژگی‌های مشترک در بسیاری از برنامه‌های کارآفرینی موفق برای جوانان دیده شده که می‌تواند الگویی برای سایرین باشد. از جمله این ویژگی‌ها آموزش، استفاده از مهارت، راهنمایی و مشاوره و ایجاد شبکه همتایان است.

آموزش به معنی فراگیری مهارت‌هایی است که شانس فرد را برای اشتغال یا کسب و کار شخصی افزایش می‌دهد. اما در حالیکه این آموزش‌ها فرد را از نظر تئوری برای حضور در محیط کار آماده می‌کند فرآیند استفاده از مهارت، نوعی کارآموزی در محیط عملی است. در کنار این دو مورد راهنمایی و مشاوره کمک می‌کنند تا جوانان اهداف خود را از طریق تخصص و حمایت افراد خبره به سرانجام رسانند. در آخر، ایجاد شبکه همتایان از اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان برخوردار است زیرا روابط بازرگانی سبب بوجود آمدن فرصت خلق ایده‌های جدید، خلاقیت و رشد است.

### ۳- برنامه‌های کارآفرینی موفق اتاق‌های بازرگانی

#### ۳-۱- روسیه: اتاق بازرگانی و صنعت اوستیای شمالی

برنامه‌های کارآفرینی جوانان در سراسر جهان توسط اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌های بازرگانی یا سازمان‌های وابسته به منظور بهبود محیط‌های کسب و کار اجرا می‌شوند. یکی از اتاق‌های بازرگانی اجرا کننده این برنامه، اتاق بازرگانی و صنعت اوستیای شمالی (CCINO)<sup>۱</sup> در روسیه است که برنامه جوانان خود را در سال ۲۰۰۹ آغاز کرد.

برنامه "نسل جدید"<sup>۲</sup> اتاق بازرگانی اوستیای شمالی، یک برنامه آموزشی و مختص جوانان است که با مشارکت مرکز بین‌المللی بنگاه‌های خصوصی روسیه (CIPE Russia)<sup>۳</sup> و هفت اتاق بازرگانی منطقه‌ای در قفقاز شمالی، راه‌اندازی شد. این برنامه مربوط به کارآفرینی برای جوانان فارغ‌التحصیل مدارس فنی یا حرفه‌ای است که به دنبال راه‌اندازی کسب و کار خود بوده و به یاری اتاق‌های مذکور موفق به دریافت منابع

<sup>1</sup> Chamber of Commerce and Industry of North Ossetia

<sup>2</sup> New Generation

<sup>3</sup> Center for International Private Enterprise:

مرکز بین‌المللی بنگاه‌های خصوصی در سراسر جهان از طریق بنگاه‌های خصوصی و اصلاحات بازارمحور موجب تقویت دموکراسی می‌شود. این مرکز یکی از چهار موسسه اصلی "بنیاد اعانه ملی برای دموکراسی (National Endowment for Democracy)" و وابسته به اتاق بازرگانی آمریکا است.

"بنیاد اعانه ملی برای دموکراسی (NED)" یک بنیاد خصوصی و غیرانتفاعی است که به رشد و تقویت نهادهای دموکراتیک در سراسر جهان اختصاص یافته است. NED سالانه بیش از ۱۰۰۰ فقره کمک مالی برای حمایت از پروژه گروه‌های غیر دولتی خارج از کشور در بیش از ۹۰ کشور دنیا که برای اهداف دموکراتیک فعالیت می‌کنند اعطا می‌کند (سایت بنیاد: <http://www.ned.org>).

مالی برای این کار شدند. در واقع اتاق بازرگانی و صنعت اوستیای شمالی با مشارکت هفت اتاق منطقه‌ای، امکان دسترسی جوانان با مهارت را به سرمایه فراهم می‌کند تا آنها بتوانند کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند. در ادامه به زمان مورد نیاز برای آموزش برنامه و مباحث آن، نحوه درخواست متقاضیان، حامیان مالی برنامه و اثرات اجرای آن به تفکیک پرداخته شده است.

### ۳-۱-۱- آموزش

مشارکت‌کنندگان برای آن که بتوانند به یک کارآفرین نمونه تبدیل شوند، نیاز به ۱۰۰ ساعت آموزش در زمینه موضوعات زیر دارند:

- ✓ برنامه‌ریزی استراتژیک کسب و کار و راه‌اندازی یک بنگاه جدید
- ✓ سواد مالی و اقتصادی
- ✓ کارآفرینی در یک جامعه دموکراتیک
- ✓ رهبری و رشد حرفه‌ای
- ✓ حقوق مالکیت و موسسات بازار آزاد
- ✓ نهادهای دموکراتیک و حاکمیت قانون

دانشجویان شرکت‌کننده در این برنامه آموزشی، جوانانی با مهارت‌های فنی و بازرگانی هستند که اگر این شرایط برای آنها مهیا نمی‌شد فرصتی برای آموزش‌های بازرگانی و علم اقتصاد نمی‌یافتند، هرچند قابلیت ارائه خدمات مورد نیاز را دارا بودند. این برنامه‌ها برای آنها به طور هم‌زمان، مهارت و سرمایه مورد نیاز برای ایجاد کسب و کار خود را ایجاد می‌کند و کمک می‌کند تا بتوانند به دنبال کسب و کار خود بروند.

### ۳-۱-۲- روند درخواست

برای شرکت در این برنامه، متقاضیان باید ضمن ارائه درخواست شرکت، دلایل خود را برای شرکت در این برنامه و این که بعد از آن، چه تلاش‌هایی را برای کارآفرینی تقبل خواهند کرد توضیح دهند. البته در عمل، اکثر آنها پذیرفته می‌شوند، زیرا که هدف تشویق کارآفرینی در بین نسل جوان است. در این مرحله تنها باید محرز شود که شخص متقاضی برآستی علاقمند کارآفرینی است.

### ۳-۱-۳- منابع مالی

برنامه "نسل جدید" به‌طور مشترک توسط "آژانس بین‌المللی توسعه آمریکا (USAID)"<sup>۱</sup>، "بنیاد اعانه ملی برای دموکراسی" و هفت اتاق بازرگانی تامین مالی و حمایت می‌شود.

<sup>۱</sup> United States Agency for International Development



این برنامه تاکنون موفق شده است تا بیش از ۷۰۰ جوان راغب به کارآفرینی را آموزش دهد. علاوه بر آن، یک گروه ۴ نفره از دانشجویان فارغ‌التحصیل شرکت‌کننده در این طرح، برنده جایزه ۱.۲ میلیون روبلی (۴۱۳۱۸ دلار) برای پرورش خیار و تبدیل آن به محصولاتمانند ترشیجات در محل مزرعه در روستای سانگزه (Sungzha) شدند [۳].

### ۳-۲- برنامه‌های کارآفرینی اتاق‌های بازرگانی در ایتالیا

اتحادیه اتاق‌های بازرگانی، صنعت، صنایع دستی و کشاورزی ایتالیا (Unioncamere)<sup>۱</sup> نمایندگی شبکه ملی ۱۰۵ اتاق را در ایتالیا به عهده دارد. یکی از وظایف اصلی این اتحادیه در ایتالیا، کاهش تعداد اتاق‌ها از طریق ادغام آنها با یکدیگر یا اعمال این قانون است که هیچ اتاقی نباید کمتر از ۸۰,۰۰۰ بنگاه عضو داشته باشد. ثبت‌نام و عضویت در اتاق‌ها یکی از بخش‌های اجباری فرآیند شروع یک شرکت نوپا در ایتالیا است. در واقع اتاق‌ها در ایتالیا کانون اصلی ارائه مشاوره و اطلاعات به بنگاه‌های جدید و قدیمی هستند.

کارآفرینان شرکت‌های نوپا می‌توانند از کمک‌های ۹۱ اتاق که به صورت تخصصی در زمینه کارآفرینی فعال هستند استفاده نمایند. در واقع در این اتاق‌ها باجه کمک به شرکت‌های نوپا وجود دارد که تحت برنامه "خدمات به شرکت‌های جدید"<sup>۲</sup> به ارائه کمک‌های رایگان به کارآفرینان می‌پردازند. این خدمات شامل ارائه اطلاعات، راهنمایی و مشاوره، نوشتن طرح کسب و کار و حمایت و کمک برای گرفتن اعتبار می‌شود. برخی از اتاق‌ها خود می‌توانند به کارآفرینان مستقیماً اعتباردهی کرده یا ضامن دریافت وام آنها شوند. هدف از این برنامه در اتاق ایتالیا توسعه فرهنگ کارآفرینی و تشویق به ایجاد و توسعه خوداشتغالی از طریق آموزش، راهنمایی و اطلاعات است.

علاوه بر انتشار اطلاعات و آموزش، اتاق‌ها دسترسی بنگاه‌های نوپا به منابع مالی را برای کارآفرینان جوان تسهیل می‌بخشند. به طور مثال کارآفرینان جوان می‌توانند از رابطه میان اتاق‌های محلی و بانک‌ها سود ببرند. در برخی مناطق بانک‌ها روابط نزدیکی با اتاق‌ها دارند که این موضوع سبب افزایش آگاهی جوانان این منطقه در رابطه با منابع مالی موجود می‌شود.

یکی دیگر از وظایف کلیدی اتاق‌های بازرگانی در ایتالیا آگاهی دادن به بنگاه‌های کوچک و متوسط و کارآفرینان جوان در رابطه با طرح‌های حمایتی و قوانین تنظیمی مرتبط با این بخش است. اتاق‌ها همچنین

<sup>1</sup> The Italian Union of Chambers of Commerce, Industry, Handicraft and Agriculture

<sup>2</sup> Servizio Nuove Imprese (New Enterprise Service)

ابزارهای آنلاین مختلفی را در اختیار کارآفرینان قرار می دهند. از جمله این ابزارها وبسایتی است که اطلاعات کامل شرکت‌ها، وضعیت حقوقی، موقعیت مکانی و سایر اطلاعات را در اختیار بازدیدکنندگان قرار می دهد.

برخی دیگر از اتاق‌ها در ایتالیا بسته‌هایی را با عنوان "کسب و کار خودت را شروع کن"<sup>۱</sup> را در اختیار جوانان قرار می دهند که حاوی اطلاعات و دستورالعمل‌های جامع برای شروع کسب و کار است.

در شهر میلان هم برنامه Formaper، از مهمترین اقدامات اتاق این شهر در راستای تشویق کارآفرینی است. Formaper، اداره آموزش اتاق بازرگانی، صنعت، صنایع دستی و کشاورزی میلان است. این اداره که در سال ۱۹۸۷ تاسیس شده است، از بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز حمایت می کند. هدف آن در سطح بین‌الملل، ارائه خدمات حمایتی و آموزش برای توسعه بخش خصوصی است [۴].

این اداره کمک‌های فنی و آموزشی برای کارخانه‌ها، آموزش بزرگسالان و خدمات توسعه منطقه‌ای ارائه می کند. در تقویم آموزشی این اداره برای شرکت‌های عضو اتاق بازرگانی میلان آموزش‌های تخصصی خاصی دیده شده است [۵].

### ۳-۳- آکادمی کارآفرینی جوانان در ایالات متحده

بنیاد اتاق بازرگانی ایالات متحده<sup>۲</sup> که وابسته به اتاق بازرگانی این کشور است، مسئولیت تقویت رقابت‌پذیری بلندمدت را در این کشور به عهده دارد. این بنیاد با همکاری و حمایت مالی از آکادمی کارآفرینی جوانان<sup>۳</sup> این فرصت را در اختیار اعضای اتاق‌های بازرگانی ایالتی قرار می دهد تا برنامه کارآفرینی جوانان را به منطقه خود برده و از این طریق سبب تقویت نیروهای جوان و رقابت‌پذیری اقتصاد این کشور شود.

روش کار به این ترتیب است که آکادمی کارآفرینی جوانان یک سری برنامه برای بعد از پایان تحصیل دانش‌آموزان مقطع راهنمایی و دبیرستان ارائه می دهد. از طریق این برنامه‌های یکساله، دانش‌آموزان در مقاطع تحصیلی ۶ تا ۱۲، ایده‌های تجاری خلق کرده، تحقیقات بازار انجام داده، طرح کسب و کار نوشته، به سرمایه‌گذاران وصل شده و در نهایت شرکت خود را دایر می کنند. در واقع در این برنامه دانش‌آموزان از طریق برگزاری سخنرانی مدیران موفق کسب و کارهای محلی و انجام بازدید از شرکت‌های منطقه چگونگی ایجاد و توسعه یک کسب و کار را آموزش می بینند.

آکادمی کارآفرینی جوانان در سال ۲۰۰۴ در دانشگاه روچستر و با حمایت بنیاد کافمن ایجاد شد. از جمله دیگر خدمات ارائه شده توسط این آکادمی یک برنامه در راستای تقاضای تامین مالی برای شرکت‌های نوپا

<sup>1</sup> Start Your Own

<sup>2</sup> The U.S. Chamber of Commerce Foundation (USCCF)

<sup>3</sup> The Young Entrepreneurs Academy (YEA!)

است. نحوه استفاده از این منبع مالی که به اتاق‌های ایالتی تعلق می‌گیرد و به منظور تشویق کارآفرینی در منطقه خود، آن را مورد استفاده قرار می‌دهند به این شکل است که به سایت بنیاد اتاق بازرگانی رفته و فرم تقاضا را پر می‌کنند. تنها شرایط لازم برای دریافت این وام آن است که اتاق ایالتی باید عضوی از اتاق بازرگانی ایالات متحده بوده یا در غیراین صورت عضو شود [۶].

البته دولت ایالات متحده هم اقدامات مختلفی برای توسعه کارآفرینی در این کشور انجام داده است. کنگره ایالات متحده اداره کسب و کارهای کوچک<sup>۱</sup> را راه‌اندازی کرد تا به کسب و کارهای کوچک در این کشور کمک شود. این اداره آموزش‌های آنلاین رایگان، ابزارهای ارزیابی و دستورالعمل‌های شروع کسب و کار را به کارآفرینان ارائه می‌کند. علاوه بر آن، وبسایت‌های مختلفی برای کارآفرینان جوان دارد که شامل صفحه مخصوص کارآفرینان جوان<sup>۲</sup> و لینک کسب و کارهای نوجوان<sup>۳</sup> است. در این وبسایت‌ها شرایط حقوقی مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار و مشاوره‌های دیگر توضیح داده شده است.

#### ۴- سایر اشکال برنامه‌های حمایتی اتاق‌های بازرگانی

اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های کسب و کار که مایل به بررسی مسئله‌ی بیکاری جوانان هستند معمولاً از روش‌های دیگری هم برای دستیابی به این هدف استفاده می‌کنند. از آن جمله می‌توان به آموزش و برنامه‌های توسعه فردی<sup>۴</sup>، برگزاری نمایشگاه‌های کار (فرصت‌های شغلی)<sup>۵</sup>، ارائه برنامه‌های تطبیق شغلی (انطباق و هماهنگی متقاضی شغل با مشاغل مورد نیاز)<sup>۶</sup> و توسعه اشتغال پایدار اشاره نمود.

#### ۴-۱- توسعه شغلی

برنامه‌های توسعه شغلی، بخش مهمی از برنامه‌های کارآفرینی جوانان است ولیکن می‌تواند هسته اصلی برنامه نیز قلمداد شود. برخلاف برنامه کارآفرینی، انتخاب یک برنامه آموزشی بستگی به آن دارد که سازمان در پی حل چه موضوعی است، قابلیت‌های سازمان تا چه اندازه است و نیازهای دو جامعه جوان و کسب و کار چیست.

<sup>1</sup> The U.S. Small Business Administration (SBA)

<sup>2</sup> <https://www.sba.gov/starting-business/how-start-business/business-types/young-entrepreneurs>

<sup>3</sup> <http://archive.sba.gov/teens/>

<sup>4</sup> Personal development programs:

بر اساس تعریف BusinessDictionary: توسعه فردی، روند پیشرفت فرد از طریق فعالیتهایی افزایش مهارت‌های شغلی، افزایش آگاهی و خلق ثروت است.

<sup>5</sup> Job fairs:

در بسیاری از کشورهای دنیا، شرکت‌های بزرگ به هنگام فارغ‌التحصیلی دانشجویان شروع به استخدام و جذب نیروی کار می‌کنند. این فرآیند عموماً در اواخر فصل تابستان و اوایل پاییز انجام می‌شود. دلیل اصلی این اقدام شرکت‌ها جذب نیروهای جوان و استفاده از پتانسیل و انرژی بالای آن‌ها است. متأسفانه در داخل ایران سیستمی یکپارچه برای انجام این فرآیند وجود ندارد اما به لطف دانشگاه صنعتی شریف، تا کنون هفت نمایشگاه تحت عنوان نمایشگاه کار برگزار شده که قدمی بزرگ در این زمینه بوده است. هدف اصلی نمایشگاه کار، اتصال حلقه گمشده زنجیر ارتباطی بین دانشگاه‌های کشور و شرکت‌ها است.

هشتمین نمایشگاه کار نیز مهرماه ۱۳۹۶ برگزار می‌شود (<http://jobfair.sharif.ir/>)

<sup>6</sup> Job-matching programs

#### ۴-۱-۱- اتاق بازرگانی آمریکا در جمهوری قرقیزستان: پیوند بین آموزش عالی و بخش خصوصی

آموزش عالی در جمهوری قرقیزستان، مهارت‌های مورد نیاز جذب شغل در کسب و کارهای خصوصی را به دانشجویان آموزش نمی‌دهد. به منظور پرداختن به این موضوع، در سال ۲۰۱۱، CIPE با مشارکت اتاق بازرگانی آمریکا در جمهوری قرقیزستان (AmCham) تلاش کردند با برگزاری میزگرد، شکاف بین آنچه دانشجویان در کلاس یاد می‌گیرند را با آنچه از آنها در بازار کار بخش خصوصی انتظار می‌رود، کاهش دهند [۳]. موضوع مورد بحث میزگرد آن بود که اصلاحات آموزش عالی در قرقیزستان چه باید باشد تا دانشجویان بتوانند توسط بازار کار بخش خصوصی جذب شوند. در این میزگرد بیش از ۵۰ مهمان حضور داشتند که مدیران شرکت‌های عضو اتاق بازرگانی آمریکا، روسای دانشگاه و کارمندان سفارت آمریکا بخشی از آنان بودند [۷].

جلسات آموزشی، هدایت کارآموزان و اصلاحات سیاست‌های آموزشی، سه جزء اصلی پروژه AmCham بودند. اتاق بازرگانی آمریکا در جمهوری قرقیزستان، جلسات آموزشی را برای مقامات رسمی دانشگاهی در راستای ایجاد مراکز توسعه شغلی در بیشکک برگزار کرد. در نتیجه این ابتکار، در حال حاضر ۱۰ دانشگاه در بیشکک دارای مراکز شغلی جدید یا پیشرفته هستند. دانشجویان نیز در سخنرانی‌های توسعه شغلی کارکنان AmCham در مدارسشان حضور بهم رسانده و از دفاتر شرکت‌های عضو AmCham نیز به منظور دیدار با مدیرانشان بازدید کردند. این بخش از برنامه به دلیل آنکه به نفع هر دو طرف بود بسیار مورد استقبال قرار گرفت: دانشجویان از ملاقات با مدیران موفق کسب و کار الهام گرفتند و به برخی از آنها فرصت‌های کارآموزی پیشنهاد شد. از طرف دیگر شرکت‌ها در معرض دید جوانان مستعد قرار گرفتند که این می‌توانست کمکی در آینده برای شرکت‌های آنها باشد.

در نهایت، AmCham موفق شد میان سیاست‌گذاران، دانشگاه‌ها و بخش خصوصی مذاکراتی را برقرار نموده و نشان دهد به منظور تجهیز دانشجویان به مهارت‌های مورد نیاز بخش خصوصی<sup>۱</sup>، لازم است این سه نهاد با هم کار کنند. این اولین باری بود که بخش‌های دولتی، خصوصی و مدنی جامعه برای مذاکره در خصوص شکاف آموزشی در جمهوری قرقیزستان یک صدا شدند.

#### ۴-۱-۲- اتاق بازرگانی آمریکا در ترینیداد و توباگو: انجمن ملی بهره‌وری جوانان

یک نمونه‌ی دیگر از برنامه‌های اشتغال جوانان، توسط اتاق بازرگانی آمریکا در ترینیداد و توباگو (AmCham T&T) اجرا شد. بدین صورت که اتاق مزبور متوجه افت بهره‌وری نیروی کار در جامعه کسب و کار شد و لذا به منظور جبران روند منفی توسعه، به این نتیجه رسید که بایستی یک تغییر فرهنگی در

<sup>۱</sup> Private sector-oriented skills

رفتارها و مهارت‌های توسعه صورت گیرد. بنابراین اتاق بازرگانی آمریکا در ترینیداد و توباگو در سال ۲۰۰۹، انجمن ملی بهره‌وری جوانان (NTPE)<sup>۱</sup> را در آغاز با جوانان ۱۶ تا ۱۹ ساله تاسیس کرد تا رقابت‌پذیری، بهره‌وری و اخلاق کاری در کشور را بهبود بخشد. برای حصول این هدف، AmCham T&T فعالیت‌های گوناگون دانشجویان را از طریق انجمن ملی بهره‌وری جوانان هماهنگ می‌کند تا برای تقویت مهارت‌هایشان به آنها کمک کند.

هر ساله انجمن ملی بهره‌وری جوانان، در خصوص یک موضوع خاص فعالیت‌هایش را سازماندهی می‌کند که اولین آن "بهره‌وری" بود. در اولین سال، ۷۰ دانشجو در این انجمن شرکت کردند. در پایان برنامه افتتاحیه، دانشجویان برتر، طرح "تعهد بهره‌وری"<sup>۲</sup> ارائه دادند. در این طرح که برای نشان دادن تعهد شخصی دانشجویان شرکت‌کننده در انجمن بود، شرکت‌کنندگان متعهد شدند که هم در خانه و هم مدرسه شهروند سازماندهی باشند. همچنین عهد کردند که به تعهدات‌شان حین تحصیل و بعدها در محل کار پایبند بمانند.

انجمن ملی بهره‌وری جوانان از سه جزء اصلی تشکیل شده است: میزگرد، انجمن الکترونیک (E-Forum)، و پروژه مدرسه یا کسب و کار. در خصوص میزگرد، ۲۰ مدرسه در مقطع متوسطه از مناطق شمالی، شرقی، جنوبی و مرکزی ترینیداد و توباگو در ۵ میزگرد ثبت‌نام و شرکت می‌کنند. این میزگردها شامل بحث‌های مقدماتی و همچنین بحث‌های نهایی می‌شود. اعضای میزگردهای نهایی، شامل بهترین گروه اجراکننده‌ی هر منطقه می‌باشند. جزء دوم، E-Forum یا صفحه فیس بوک انجمن است که امکان تعامل افراد جوان با یکدیگر را فراهم می‌کند و باعث توسعه مهارت‌های تحقیق و نوشتاری آنها می‌شود. بیش از ۸۰۰ دانشجو این صفحه را دنبال می‌کنند و ابزار بسیار مطلوبی برای برقراری ارتباط بین دانشجویان و اشتراک‌گذاری عقایدشان با یکدیگر است. در خصوص جزء سوم یا پروژه مدرسه نیز، مدارس با ارسال پروژه‌هایی که توسط دانش‌آموزانشان با موفقیت انجام شده است، در این انجمن مشارکت می‌کنند. اجرا و ارزیابی تاثیرات پروژه‌ها نیز همانند ارسال آنها، دانش‌آموزان را تشویق می‌کند تا متوجه بهره‌وری خود و قابلیت‌هایشان در رساندن کارها به موعد مقرر بشوند.

در انتها، کمیته پرورش کسب و کار AmCham T&T و شرکت NEXT که یک شرکت مشاور است، یک برنامه آموزشی رایگان را در زمینه مطالعات کارآفرینی و نوشتن طرح کسب و کار ارائه می‌کنند. امکان دسترسی به این برنامه آموزشی برای تمامی کارآفرینان جوان آزاد است، حتی برای کسانی که در انجمن ملی بهره‌وری جوانان شرکت نکرده‌اند.

<sup>1</sup> National Youth Productivity Forum

<sup>2</sup> Productivity Pledge

اصلاحات و توسعه آموزشی در عین آن‌که از اهداف این پروژه‌ها می‌باشد، به صورت غیرمستقیم نیز از کارآفرینان جوان حمایت می‌کند. برنامه‌های آموزشی، نه تنها ابزاری است برای پیوستن جوانان به بازار کار بلکه اساس دسترسی آنها به مهارت‌های موردنیاز برای شروع کسب و کار را تشکیل می‌دهد. افزون بر آن، با توجه به جنبه‌های نهادی بیکاری جوانان، این برنامه به دنبال ایجاد محیط کسب و کار بهتر بطور یکسان برای کارکنان و کارفرمایان است و شامل کسب و کارهای جدید نیز می‌شود.

#### ۴-۲- نمایشگاه‌های کار (فرصت شغلی) و برنامه‌های تطبیق شغلی

با برقراری ارتباط بین کارفرمایان و جوانان واجد شرایط، به سادگی می‌توان به مسئله بیکاری جوانان رسیدگی کرد. رساندن این دو گروه به هم از طرق مختلف نظیر نمایشگاه کار، کارآموزی یا مشاوره شغلی تک به تک، فرصت مورد نیاز جوانان را در اختیارشان قرار می‌دهد و در عین حال به کسب و کارها کمک می‌کند تا متقاضیان خود را گسترش دهند و با استعدادترین‌ها را در بین آنها بیابند. غالباً اشتغال اولین گام به طرف کارآفرین یا صاحب کسب و کار شدن است. به این ترتیب نمایشگاه‌های کار و برنامه‌های مشابه در ایجاد محیط کسب و کار مساعدتر برای کارآفرینی ایفای نقش می‌کنند. در ادامه دو نمونه از اینگونه برنامه‌ها آمده است.

#### ۴-۲-۱- اتاق بازرگانی آمریکا در آلبانی

اتاق بازرگانی آمریکا در آلبانی (AmCham Albania)، از سال ۲۰۰۱ میزبان نمایشگاه‌های کار (فرصت شغلی) در شهر تیرانا<sup>۱</sup> پایتخت آلبانی بوده است. از آنجا که نمایشگاه‌های کار معمولاً در ماه می (May) برگزار می‌شوند، لذا فارغ‌التحصیلان دانشگاهی می‌توانند از این فرصت برای یافتن شغل استفاده کنند و تقریباً می‌توان گفت که هر ساله ۲۰ شرکت در این نمایشگاه‌ها مشارکت دارند.

برای راه‌اندازی نمایشگاه‌های کار، اتاق بازرگانی آمریکا در آلبانی به سراغ شرکت‌ها می‌رود تا متوجه شود چه نوع فرصت‌هایی در آنها وجود دارد و پس از یکدست کردن اطلاعات به دست آمده از شرکت‌ها، آنها را منتشر می‌سازد تا شرکت‌کنندگان بتوانند برای دیدار و مصاحبه ثبت‌نام کنند. شرکت‌ها برای مشارکت در نمایشگاه کار ۲۰۰ یورو می‌پردازند و محدودیتی برای تعداد غرفه‌هایی که هر شرکت در نمایشگاه می‌تواند داشته باشد وجود ندارد. نمایشگاه کار اتاق بازرگانی آمریکا معمولاً ارزان‌تر از نمایشگاه‌های کار مشابهی است که توسط دولت فدرال برگزار می‌شود که اینک در سال ۲۰۱۲ برای شرکت‌های مشارکت‌کننده تا ۱۷۰۰

<sup>۱</sup> Tirana

یورو هزینه داشته است. بعید به نظر می‌رسد که اتاق بازرگانی آمریکا در آلبانی بدنبال کسب سود از برگزاری نمایشگاه‌های کار باشد و اغلب اوقات از پول حامیان خصوصی، صرفاً برای جبران هزینه‌ها استفاده می‌کند.

پس از هر نمایشگاه، کمیته منابع انسانی اتاق بازرگانی آمریکا در آلبانی، جلسه بحث و تبادل نظری در خصوص درس‌های آموخته شده و تعیین استراتژی برای رویداد سال بعد دارد. در این جلسات، اتاق بازرگانی آمریکا نیاز به "آمادگی برای مصاحبه شغلی" را شناسایی و شروع به برگزاری کنفرانس سالانه در خصوص موضوعات منابع انسانی و برنامه آموزشی برای جوانانی می‌کند که در ارتباط با مصاحبه شغلی بی‌تجربه بودند. دانشجویان می‌توانند به صورت عملی نیز در مصاحبه‌ها شرکت کنند. برای آن‌ها که شرکت‌کنندگان آمادگی لازم را کسب کنند، برنامه آموزشی در روز قبل از نمایشگاه کار برگزار می‌شود. اتاق بازرگانی آمریکا، این برنامه را با کمک شرکت‌ها و نیز آژانس توسعه بین‌المللی ایالات متحده (USAID)<sup>۱</sup> و ۵۰ تا ۱۵۰ نفر از دانشجویان شرکت‌کننده میزبانی کرده است.

#### ۴-۲-۲- اتاق بازرگانی و صنعت یونان - استرالیا

اتاق بازرگانی و صنعت یونان - استرالیا (HACCI)<sup>۲</sup>، روابط اقتصادی و فرهنگی مابین دو کشور یونان و استرالیا را بهبود بخشیده و تقویت می‌کند. از اوایل دهه ۱۹۹۰، اتاق بازرگانی و صنعت یونان - استرالیا دامنه فعالیتش را فراتر از وظایف سنتی تجاری خود گسترش داده و در سال ۲۰۱۱، برنامه کارآموزی را شروع کرده است. برنامه کارآموزی اتاق، افراد جوان را که اکثراً یونانی هستند به کسب و کارها، اهالی حرفه و دیگر سازمان‌هایی که دوره‌های کارآموزی ارائه می‌دهند متصل می‌سازد. کارآموزان علاوه بر آموزش، تجربه کاری و مشاوره با سازمان‌های استخدام‌کننده، از حمایت و مشاوره اتاق در طول دوره کارآموزی خود منتفع می‌شوند. کارآموزان به منظور مشارکت، برای موقعیت‌های شغلی درخواست می‌دهند و رزومه (CV) آنها در وبسایت HACCI قرار می‌گیرد. کمیته برنامه کارآموزی<sup>۳</sup>، متقاضیان را دعوت به ملاقات حضوری برای مصاحبه غیررسمی با یکی از اعضای خود می‌کند. پس از مصاحبه، کارآموزان مناسب که معیارهای موردنظر سازمان میزبان را برآورده کرده‌اند، برای سنجش به سازمان میزبان فرستاده می‌شوند، در سازمان میزبان مشخص می‌شود که آیا تمایل به مصاحبه با کاندیدا وجود دارد یا خیر.

برنامه کارآموزی اتاق بازرگانی و صنعت یونان - استرالیا، فرآیند استخدام را برای سازمان میزبان تسهیل می‌بخشد زیرا اتاق مزبور قبل از سازمان میزبان، خود تمامی کاندیداها را مورد بررسی و مصاحبه قرار می‌دهد. این برنامه، دستیابی به تجارب و مهارت‌های کاری ارزشمند را برای کارآموزان آسان ساخته و

<sup>1</sup> United States Agency for International Development

<sup>2</sup> The Hellenic Australian Chamber of Commerce and Industry

<sup>3</sup> The Internship Program Committee

فرصت اخذ گواهی انجام کار<sup>۱</sup> در مراسم سالانه "جایزه لیاقت HACCI"<sup>۲</sup> را در اختیارشان قرار می‌دهد. ضمناً در این برنامه به طور هم زمان، از کسب و کارها و افراد به واسطه مزایا و کمک‌هایی که به جوامع یونانی کردند تقدیر می‌شود. در مراسم سالانه جایزه لیاقت HACCI، سازمان‌ها و افرادی که در حوزه‌های انتخابی خود موفق بوده‌اند، مورد قدردانی واقع شده و پاداش می‌گیرند.

همچنان که برنامه‌های کارآموزی گسترش می‌یابد، این اتاق نیز تمایل پیدا می‌کند تا برنامه‌های کارآموزی را با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و بواسطه ارتباطاتش با دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی در شبکه‌های دانشجویان یونانی افزایش دهد. نمایشگاه‌های کار و برنامه‌های تطبیق شغل نیز همانند برنامه‌های آموزشی، می‌توانند به مسئله بیکاری جوانان پردازند و پاسخگوی نیازهای هر دو جامعه جوانان و کسب و کار باشند.

همان‌گونه که در مواردی چون آلبانی و استرالیا دیده شد، آنها می‌توانند فرآیند کاریابی را برای کارفرمایان و کارکنان بالقوه تسهیل نمایند [۳].

#### ۴-۳- توسعه اشتغال پایدار

##### ۴-۳-۱- تجربه اتاق شیراز

اتاق شیراز هم از جمله اتاق‌هایی است که در ایران یک تجربه موفق در زمینه توسعه اشتغال داشته است. گرچه این تجربه به صورت تخصصی در حوزه کارآفرینی جوانان قرار نمی‌گیرد اما به دلیل نزدیکی موضوع کارآفرینی به اشتغال و تلاش‌های صورت گرفته برای مبحث آموزش در این پروژه که از عناصر اصلی کارآفرینی در دنیا محسوب می‌شود، اطلاع‌رسانی در رابطه با این تجربه اتاق شیراز هم مفید فایده است.

یکی دیگر از دلایل اهمیت این پروژه آن است که اتاق شیراز یکی از ۱۸ اتاقی است که به فینال رقابت جهانی اتاق‌های بازرگانی پروژه در بخش پروژه بهترین توسعه کسب و کار و اشتغال در سال ۲۰۱۷ رسید که می‌تواند برای اتاق‌های بازرگانی در ایران اتفاق مهمی به شمار رود.

اتاق بازرگانی شیراز با همکاری برخی نهادها از جمله سازمان جهاد کشاورزی استان فارس، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی فارس، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز، سازمان صنعت، معدن و تجارت و نمایندگان بخش خصوصی فعال در زمینه فرآوری گیاهان دارویی و با عزم بر توسعه گیاهان دارویی در استان فارس در نوامبر سال ۲۰۱۴ همراه با شکل‌گیری ستاد گیاهان دارویی، کمیته بازاریابی گیاهان دارویی را با بودجه ۹۷

<sup>1</sup> Certificate of completion

<sup>2</sup> HACCI Excellence Awards



هزار دلاری پایه‌گذاری کرد. هدف از این پروژه گسترش کشت گیاهان دارویی دارای مزیت نسبی برای تولید در استان فارس و جایگزینی آنها با محصولات با نیاز آبی بالا، رونق مجدد کشاورزی استان و به تبع آن ایجاد اشتغال پایدار و ارتقاء سطح معیشت روستائیان استان می‌باشد. مواردی که ستاد گیاهان دارویی در راه توسعه این محصولات در گام اول فعالیت خود مورد توجه ویژه قرار داد عبارت بودند از:

#### ۱. تشویق، آموزش و حمایت از کشاورزان:

شاید یکی از ضروری‌ترین و ابتدایی‌ترین مواردی که مورد توجه ستاد گیاهان دارویی قرار گرفت ترغیب و سوق دادن کشاورزان استان فارس به سمت کشت‌های کم‌آب‌بر گیاهان دارویی، آموزش آنها در مراحل مختلف کاشت، داشت و برداشت و حمایت از آنان در بازاریابی و فروش محصولاتشان بود.

#### ۲. اولویت‌بندی گیاهان دارویی:

تعیین اولویت به منظور انتخاب و کشت گیاهانی صورت می‌گیرد که علاوه بر سازگاری اقلیمی و قابلیت جایگزینی با گیاهان آب دوست در هر منطقه از استان فارس، از نظر اقتصادی نیز دارای مزیت باشند و درآمد مناسبی نیز برای کشاورزان ایجاد نمایند.

#### ۳. ضعف‌های موجود در اطلاع رسانی، فرهنگ‌سازی مصرف گیاهان دارویی:

سرانه مصرف سالانه گیاهان دارویی در ایران تنها ۲۵ گرم است، اما این سرانه در اروپا ۹۰۰ و در آمریکا ۲۵۰۰ گرم است. یکی از مشکلات موجود عدم آگاهی و آشنایی مردم از خواص گیاهان دارویی و اولویت استفاده از این گیاهان و فرآورده‌های آن در تامین سلامت است.

#### ۴. خام‌فروشی

برداشت گیاهان دارویی در اکثر نقاط کشور از جمله استان فارس اغلب به روش سنتی انجام شده و بیشتر محصولات به شکل خام و بدون بسته‌بندی مناسب و استفاده از صنعت فرآوری از استان خارج می‌شود، بنابراین ارزش افزوده کمی را ایجاد می‌نماید.

#### ۵. سیستم توزیع نامناسب:

سیستم تهیه و توزیع گیاهان دارویی نیز در استان فارس از شرایط مناسبی برخوردار نبود، به طوری که توزیع بیش از ۹۰ درصد این فرآورده‌ها بدون رعایت مسائل بهداشتی و تنها وابسته به عطاری‌ها صورت می‌گرفت. لذا آموزش به متقاضیان گشایش عطاری در بدو فعالیت و آموزش در حین فعالیت بسیار ضروری می‌نمود.

#### ۶. عملکرد ضعیف برخی از تجار:

گاهی عملکرد ضعیف برخی از تجار و صادرکنندگان ایرانی به دلیل عدم آشنایی آنها با نحوه جمع‌آوری، نگهداری، بسته‌بندی، حمل و نقل و فروش گیاهان دارویی منجر می‌شود که در سرما و گرما، محصولات

ایرانی در گوشه و کنار بنادر و در شرایط نامناسب نگهداری و حمل شوند. به طوری که پس از مدتی استاندارد لازم و قابلیت عرضه در بازارهای بین‌المللی را از دست می‌دهند. لذا آموزش بازرگانان و صادر کنندگان گیاهان دارویی نیز امری بسیار مهم به نظر می‌رسید.

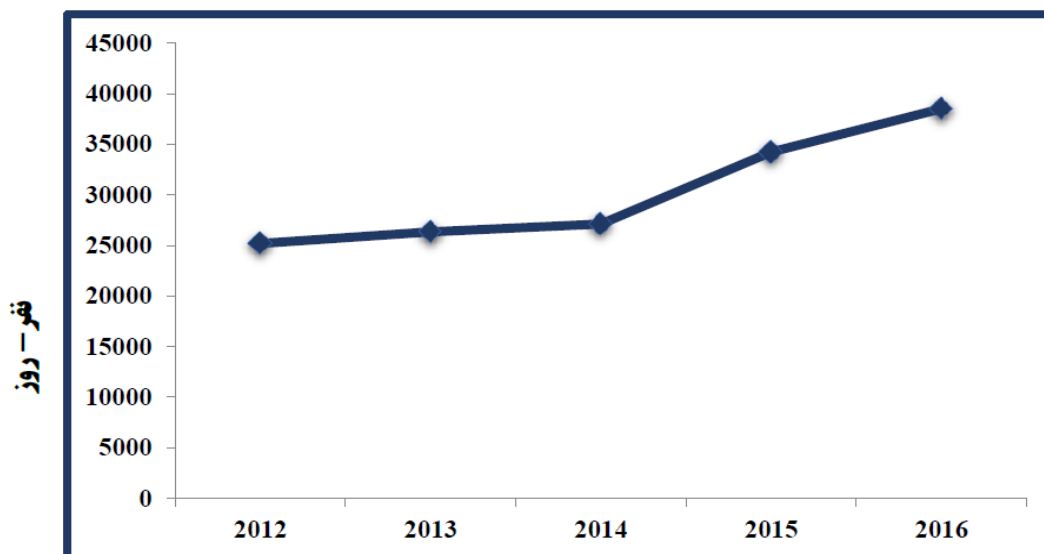
#### اقدامات اتاق شیراز در راستای توسعه پروژه

- برگزاری نخستین همایش گیاهان دارویی استان فارس در ۲۴ ژانویه ۲۰۱۷ با هدف تبیین و ترویج کشت گیاهان دارویی و حمایت از توسعه نوآوری‌های علمی و فنی در تولید و عرضه فرآورده‌های حاصل از گیاهان دارویی
- برپایی غرفه گیاهان دارویی در دوازدهمین نمایشگاه گل و گیاه در تاریخ ۲۴ تا ۲۷ ژانویه ۲۰۱۷ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس واقع در شیراز
- تهیه بانک اطلاعاتی جامع متشکل از واحدهای فعال در سطح استان فارس و به تفکیک شهرستان و نوع فعالیت از جمله تولیدکنندگان، فرآوری‌کنندگان و تجار
- بررسی نیاز بازار
- تشکیل ۱۵ جلسه توجیهی از سوی کمیته بازاریابی گیاهان دارویی با واحدهای فعال در زمینه گیاهان دارویی شامل: تولید، صادرات و فراوری جهت بررسی موانع و مشکلات موجود و اخذ راهکارهای مناسب
- برگزاری ۵۸ کارگاه آموزشی عملی و تئوری به صورت تخصصی در زمینه کاشت، داشت و برداشت گیاهان دارویی اولویت‌دار در ۳۰ شهرستان استان فارس و همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی اجباری ۳ ماهه تحت عنوان "شناخت گیاهان دارویی و مزاج شناسی" با همکاری اتاق اصناف و دانشگاه علوم پزشکی شیراز

#### نتایج پروژه

اولین و مهمترین رسالت ستاد گیاهان دارویی اشتغالزایی برای روستائیان در سراسر نقاط استان فارس بوده است. این ستاد با تلاش در راستای افزایش سطح زیر کشت گیاهان دارویی و ترغیب کشاورزان برای کشت این محصولات و کمک به بازاریابی و بازار رسانی آنها، در سال اول فعالیت خود موفق شد برای ۷۱۰۰ نفر-روز و در سال دوم برای ۴۳۰۰ نفر-روز ایجاد اشتغال نماید که این رقم تنها مربوط به بخش تولید گیاهان دارویی می‌باشد.

نمودار شماره ۱: روند ۵ ساله اشتغال در بخش تولید گیاهان دارویی استان فارس



از دیگر نتایج این پروژه باید به افزایش اشتغال در واحدهای صنایع تبدیلی و فرآوری گیاهان دارویی اشاره کرد. در حال حاضر تعداد ۳۲ واحد صنایع تبدیلی و فرآوری گیاهان دارویی در استان فارس در حال فعالیت هستند. در سال ۲۰۱۴ تعداد ۸۴۳ نفر در این واحدها فعالیت داشتند. لیکن به دنبال افزایش ظرفیت تولید این واحدها در نتیجه اقدامات کمیته بازاریابی از یک سو و تأمین مواد خام مورد نیاز از داخل استان با قیمت مناسب از سوی دیگر، تعداد شاغلین در این واحدها طی ۲ سال اخیر به ۱۰۱۹ نفر رسیده است [۱].

## ۵- نتیجه گیری

حمایت از کارآفرینی جوانان در کشورهای مختلف تحت لوای برنامه‌های گوناگونی انجام و بازیگران مختلفی نیز در آن دخیل هستند. اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های کسب و کار از کلیدی‌ترین بازیگران عرصه کارآفرینی جوانان هستند که معمولاً فعالیت‌های زیادی را در این راستا انجام می‌دهند. برنامه‌های اشتغال و کارآفرینی جوانان در اتاق‌های بازرگانی به اشکال مختلفی ارائه می‌شود. البته باید به این نکته هم توجه داشت که هیچ برنامه کارآفرینی واحدی برای همه کشورها وجود ندارد. یک برنامه موفق در یک منطقه و با ویژگی‌های خاص آن منطقه ممکن است که بی‌ارتباط با کشور یا منطقه دیگری باشد. در نهایت برخی ویژگی‌های مشترک در بسیاری از برنامه‌های کارآفرینی موفق برای جوانان دیده شده که می‌تواند الگویی برای سایرین باشد. از جمله این ویژگی‌ها آموزش، استفاده از مهارت، مشاوره و راهنمایی و ایجاد شبکه همتایان است که با اولویت‌های حمایتی که اکثر کارآفرینان در شروع کسب و کار خود به آن نیاز دارند هماهنگی دارد [۳].

این اولویت‌ها شامل موارد زیر هستند:

- ضمانت وام و کمک‌های مالی
- آموزش در زمینه‌هایی مانند بازاریابی، قوانین استخدام و اخراج، مدیریت و بودجه‌ریزی
- مشاوره در رابطه با نوشتن طرح‌های کسب و کار و اداره سازمان
- گسترش شبکه ارتباطی با مشتریان، تامین‌کنندگان، شرکا و مشاوران خبره
- فرصت یادگیری از شبکه همتایان
- کمک به ثبت اختراع [۸].

یکی از توصیه‌های مهم در راستای توسعه کارآفرینی در یک کشور مشارکت میان مدارس فنی و حرفه‌ای، مراکز آموزشی، موسسات تحصیلات عالی و اتاق‌های بازرگانی است. این موضوع سبب ایجاد کانال‌های قوی برای پخش و دسترسی به اطلاعات مربوط به کارآفرینی، آموزش و بنگاه‌های نوپا می‌شود. همچنین اهمیت این هماهنگی از آن جهت است که نیاز به ترکیب برنامه آموزش فنی و حرفه‌ای با آموزش‌های کارآفرینی وجود دارد.

از سوی دیگر ارتباط میان کارآفرینان و کسب و کارهای کوچک با شهرداری‌ها، ادارات استانی و مقامات محلی به منظور بهبود فرآیندهای اداری و پاسخگویی بهتر به نیازهایشان، هم بسیار مهم است. اتاق‌های بازرگانی ایالتی و استانی در این مورد نقش حیاتی را ایفا می‌کنند.

در آخر، اتاق‌های بازرگانی به عنوان مشاور دولت می‌توانند با آگاهی از نیازهای ضروری کارآفرینان، به دولت برای ارائه یک برنامه هدفمند، سودمند و توأم با خدمات مناسب برای کارآفرینان راهنمایی و کمک کنند [۹].



## ۶- منابع و مآخذ

۱. حمایت از تولید و بازاریابی گیاهان دارویی در راستای یاری کشاورزان آسیب دیده از خشکسالی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شیراز
2. Global employment trends for youth 2012, ILO
3. Guide to Youth Entrepreneurship Programs for Chambers of Commerce and Business Associations, 2013
4. [www.italtrade.com](http://www.italtrade.com)
5. SUPPORTING YOUTH, ENTREPRENEURSHIP IN ITALY, A REVIEW OF POLICIES AND PROGRAMMES, Local Economic and Employment Development (LEED), OECD 2015
6. <http://drudev.uschamberfoundation.org/form/apply-startup-funds>
7. <http://www.cipe.org/topic/detail/weekly-update-0>
8. <https://secure.acce.org/wiki/entrepreneurship/>
9. J. Katie McConnell | Christiana McFarland | Brett Common, Supporting Entrepreneurs and Small Business, A Tool Kit for Local Leaders, The National League of Cities (NLC) 2012