

اتاق‌های بازرگانی و حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط

♦ دکتر ارغوان فرزین معتمد

محقق اقتصادی

مقدمه

کسب‌وکارهای خانگی، افراد خود اشتغال، کسب‌وکار در قالب بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط، همه از جمله فعالان اقتصادی هستند که بویژه در دهه‌های اخیر به دلیل نقشی که در رشد و توسعه اقتصادی و حتی حل مشکلات اجتماعی داشته‌اند، مورد توجه ویژه بوده‌اند. این کسب‌وکارها در عین آسیب‌پذیر بودن در مقابل شوک‌های اقتصادی، از انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری بیشتری نیز برخوردار هستند. نقش این کسب‌وکارها در اقتصاد از یک‌سو به دلیل ظرفیتی است که این نوع کسب‌وکارها در ایجاد اشتغال و ارزش‌افزوده با هزینه‌های کمتر و افزایش مشارکت افراد اعم از فقیر و غنی در فرایند رشد اقتصادی دارند و از سوی دیگر به دلیل قابلیت است

که در اتصال به صنایع بزرگ و تکمیل زنجیره‌های ارزش با هزینه‌های کمتر می‌توانند داشته باشند. این کسب‌وکارها ظرفیتی مهم در دستیابی به رشد فراگیر هستند که در آن تمرکز بر مشارکت بیشتر افراد جامعه در فرایند ایجاد رشد و بهره‌مندی از رشد است. در دنیای دیجیتال، ایجاد ارزش‌افزوده و جریان‌های پولی وارد یک فضای متفاوت چه به لحاظ محتوایی و فلسفی و چه به لحاظ عملیاتی شده است. از این‌رو برای ایجاد اشتغال، ارزش‌افزوده و رشد در چنین دنیایی الزاماً نیاز به تعداد زیادی از کارکنان و حتی دارایی و سرمایه بسیار برای ایجاد یک کسب‌وکار نیست. جدای از مباحث پیچیده اجتماعی پیش رو در چنین فضای اقتصادی- اجتماعی، آنچه این یادداشت بر آن است تا بدان پرداخته شود، اهمیت کسب‌وکارها در مقیاس‌های مورد اشاره، تجربه سایر کشورها در سیاست‌گذاری



معطوف به حمایت از این کسب‌وکارها با تمرکز بر نقش اتاق‌های بازرگانی، مروری بر تجارب ایران و نقشی است که اتاق بازرگانی در ایران می‌تواند در این حوزه داشته باشد.



تعریف کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط

پیش از ورود به بحث، مروری بر تعریف کسب‌وکارهای مورد اشاره کمک‌کننده است. به‌طورمعمول از عبارت بنگاه‌ها/ کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در سیاست‌گذاری استفاده می‌شود که مخفف عبارت Small and Medium Entrepreneurs SMEs است. تعریف کامل‌تر اما تعریفی است که کسب‌وکارهای خرد را نیز در برمی‌گیرد که با عبارت کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط شناخته می‌شود Micro-Small and Medium Entrepreneurs MSMEs. کشورهای مختلف تعاریف کم‌وبیش مشابهی برای این نوع کسب‌وکارها ارائه داده‌اند. به‌طورمعمول در تعریف این کسب‌وکارها دو بُعد تعداد کارکنان و میزان سرمایه مدنظر قرار می‌گیرد؛ اما آنچه معمول‌تر است تعداد کارکنان است. یکی از رایج‌ترین تعاریف، تعریف اتحادیه اروپا در این خصوص است. بر این اساس بنگاه‌هایی کمتر از ده نفر کارکن بنگاه خرد، بین ۱۰ تا ۴۹ بنگاه کوچک و بین ۵۰ تا ۲۵۰ بنگاه متوسط در نظر گرفته می‌شود. در ایران، همچنان تعریف یکسانی از بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط وجود ندارد، اما به نظر می‌رسد تعریفی که بانک مرکزی از این بنگاه‌ها دارد شبیه‌تر به تعاریف بین‌المللی است. بر اساس این تعریف بنگاه‌های کمتر از ده نفر کارکن در طبقه‌بندی خرد، بنگاه‌هایی با کارکنان بین ده تا ۴۹ نفر در طبقه کوچک، بنگاه‌هایی با تعداد کارکنان بین ۵۰ الی ۱۰۰ نفر در طبقه‌بندی متوسط و بنگاه‌هایی با تعداد کارکنان بیش از ۱۰۰ نفر در طبقه‌بندی بزرگ قرار می‌گیرند. جدای از این طبقه‌بندی در ایران مشاغل خانگی نیز رسمیت پیدا کرده و قانون حمایت از مشاغل خانگی نیز در سال ۸۹ به تصویب رسیده است و از آن زمان اجرا می‌شود. در خصوص اشتغال‌های متکی بر فضای مجازی، آزاد کارها (freelancers) و غیره همچنان تعریف رسمی و مقررات مشخصی در کشور ارائه نشده است. این در حالی است که این جنس از فعالیت‌ها نیز غالباً در مقیاس خرد به شمار می‌روند و اتفاقاً ظرفیت‌های بسیاری

برای ایجاد ارزش‌افزوده و اشتغال در دنیای رو به تغییر کنونی دارند.

اهمیت کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال و توسعه

فارغ از دامنه تعریف کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط آنچه حائز اهمیت است، نقشی است که این کسب‌وکارها در اقتصاد جوامع ایفا می‌نمایند. این کسب‌وکارها در شکل دادن به چشم‌انداز اقتصادی بازارهای نوظهور نقش اساسی دارند. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که عوامل متعددی به رشد سریع بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در بازارهای نوظهور کمک کرده که برخی از آن‌ها به شرح زیر است:

نوآوری

بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط به دلیل چابکی و توانایی در انطباق سریع با تقاضاهای بازار شناخته شده‌اند. این انعطاف‌پذیری آن‌ها را قادر می‌سازد تا محصولات یا خدمات جدید را معرفی کنند و نیازها و ترجیحات محلی را برآورده نمایند.

ایجاد اشتغال

بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط منابع مهم

اشتغال در بازارهای نوظهور هستند که به کاهش نرخ بیکاری کمک می‌کنند. آن‌ها اغلب به آموزش‌های رسمی کمتری نیاز دارند و این امر سبب می‌شود تا دامنه وسیع‌تری از افراد امکان اشتغال در این کسب‌وکارها را داشته باشند. به‌این‌ترتیب این نوع کسب‌وکارها می‌توانند یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌ها برای ایجاد اشتغال افراد فقیر نیز باشند.

تأثیر محلی

این بنگاه‌ها اغلب ریشه‌های عمیقی در جوامع محلی دارند و به توسعه و رشد منطقه‌ای کمک می‌کنند. آن‌ها رونق اقتصادی در سطح مردم را ترویج می‌کنند، سبب افزایش زنجیره‌های ارزش‌افزوده در سطح محله‌ها می‌شوند و بدین ترتیب تأثیر چند برابری در رونق بخشی به اقتصاد محلی و منطقه‌ای دارند.

نوع بازار

هر چند این کسب‌وکارها چالش‌هایی در بازاریابی و فروش محصولات دارند، اما به دلیل تنوع در انواع محصولات می‌توانند دامنه وسیع‌تری از بازارها را پوشش دهند.

رشد فراگیر

بنگاه‌ها یا کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط با ارائه فرصت‌هایی برای مشارکت اقتصادی و کارآفرینی برای گروه‌های به حاشیه رانده شده مانند زنان، جوانان، کم‌توانان، فقرا و جوامع محروم نه تنها زمینه لازم برای توانمندسازی این گروه‌ها را فراهم می‌آورند، بلکه سبب می‌شوند تا از طریق افزایش مشارکت اقتصادی، رشد اقتصادی فراگیر شود.

بر اساس گزارش سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی در بین کشورهای عضو این سازمان، بنگاه‌های کوچک و متوسط حدود ۹۹ درصد از کل بنگاه‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. این بنگاه‌ها منبع اصلی ایجاد اشتغال به شمار می‌روند. بر اساس تخمین‌ها، حدود ۶۰ درصد از مشاغل در بخش تولید و ۷۵ درصد از مشاغل در بخش خدمات توسط این بنگاه‌ها تأمین

بر اساس گزارش سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی در بین کشورهای عضو این سازمان، بنگاه‌های کوچک و متوسط حدود ۹۹ درصد از کل بنگاه‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. این بنگاه‌ها منبع اصلی ایجاد اشتغال به شمار می‌روند. بر اساس تخمین‌ها، حدود ۶۰ درصد از مشاغل در بخش تولید و ۷۵ درصد از مشاغل در بخش خدمات توسط این بنگاه‌ها تأمین می‌شود. بر اساس این گزارش، این بنگاه‌ها به‌طور متوسط بین ۵۰ تا ۶۰ درصد از ارزش‌افزوده را در اقتصاد ایجاد می‌نمایند. در اقتصادهای نوظهور، بنگاه‌های کوچک و متوسط تا ۴۵ درصد از کل اشتغال و ۳۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند.

می‌شود. بر اساس این گزارش، این بنگاه‌ها به‌طور متوسط بین ۵۰ تا ۶۰ درصد از ارزش‌افزوده را در اقتصاد ایجاد می‌نمایند. در اقتصادهای نوظهور، بنگاه‌های کوچک و متوسط تا ۴۵ درصد از کل اشتغال و ۳۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهند.

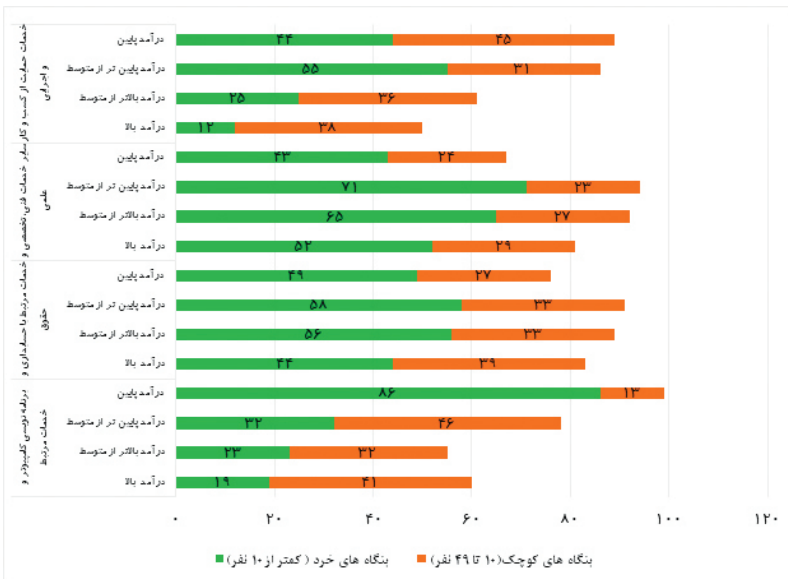
نتایج مطالعه‌ای توسط سازمان بین‌المللی کار در سال ۲۰۲۳ نشان می‌دهد که سهم بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال در صنایع مختلف و در کشورهای با درآمد بالا تا درآمد پایین بسیار قابل‌توجه بوده است. نتایج این گزارش به شرح نمودار شماره (۱) است.

چند نکته در خصوص نتایج مربوط به صنایع پوشاک و غذایی قابل‌تأمل است. نخست آنکه سهم اشتغال در این خوشه‌های صنعتی در بنگاه‌های خرد و کوچک (و نه متوسط به بالا) بیش از ۵۲ درصد بوده است. این سهم در کشورهای با درآمد بالا کمتر از کشورهای با درآمد پایین بوده است؛ اما سهم بالای ۵۰ درصد اشتغال در این خوشه‌ها در کشورهای با درآمد بالا نشان‌دهنده ظرفیت قابل‌توجه این نوع کسب‌وکارها چه از نظر کاهش هزینه و چه از نظر ایجاد ارزش‌افزوده است.

نکته مهم در نتایج به دست آمده ظرفیت قابل‌توجه بنگاه‌های خرد و کوچک در خوشه‌های صنایع وابسته به فناوری اطلاعات، ساخت‌وساز و غیره است. همان‌طور که از نمودار شماره (۲) و نمودار شماره (۳) مشخص است، سهم اشتغال در خوشه‌های مرتبط با رشته‌های فناوری اطلاعات در دامنه بالای ۵۰ درصد در کشورهای با درآمد بالا تا حدود ۱۰۰ درصد در کشورهای با درآمد پایین در نوسان است که خود به معنای ظرفیت حائز اهمیت این بنگاه‌ها در ایجاد اشتغال و ارزش‌افزوده اقتصادی است. همان‌طور که در نمودار شماره (۳) مشخص است در خوشه مربوط به فعالیت‌های حوزه ساختمان‌سازی، معماری و غیره نیز مشاهده می‌شود که در دامنه کشورهای با



نمودار شماره (۱) سهم اشتغال بنگاه‌های خرد و کوچک در صنایع تولیدی به تفکیک گروه درآمدی کشورها (منبع: سازمان بین‌المللی کار)



نمودار شماره (۲) سهم اشتغال بنگاه‌های خرد و کوچک در صنایع فناوری اطلاعات و ارتباطات به تفکیک گروه درآمدی کشورها برحسب درصد (منبع: سازمان بین‌المللی کار)

باید توجه داشت که کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس نه تنها می‌توانند موتور محرک برای ایجاد اشتغال در صنایع مختلف باشند، بلکه ظرفیتی مهم در حرکت به سمت رشد فراگیر اقتصادی و توسعه پایدار هستند. رویکرد کوچک‌مقیاس،

درآمد بالا تا کشورهای با درآمد پایین و در خوشه‌های مختلف اشتغال‌زایی در مقیاس خرد و کوچک در دامنه ۴۰ تا ۹۵ درصد است که خود نشان‌دهنده اهمیت و ظرفیت این بنگاه‌ها در فرایند تولید و ارائه خدمات است.

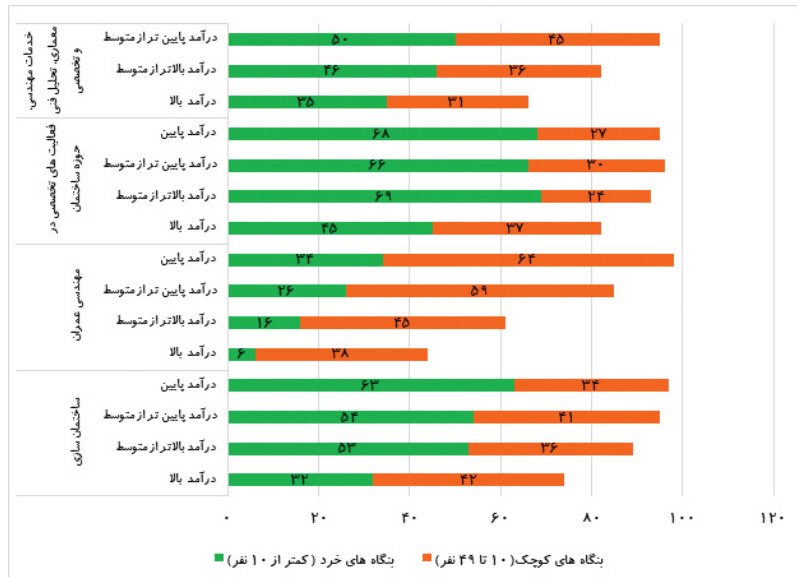
آینده نزدیک پیش‌بینی می‌شود که همه ناشی از تغییرات شکر در دنیای تکنولوژی است. همسو شدن با این تغییرات و عبور سلامت از این دوره گذار با پیچیدگی‌های بسیاری مواجه است. از مهارت‌های جدید که برای حضور در فضای کار جدید باید کسب کرد تا توجه به ابعاد اجتماعی بازار کار جدید، همگی مواردی است که باید توسط سیاست‌گذاران پیش‌بینی و برای آن چاره‌اندیشی شود. در غیر این صورت این تغییرات می‌تواند آغازی بر بحران‌های جدید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره باشد.

بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در ایران

مروری بر آمار اشتغال کشور نشان می‌دهد که بیش از نود درصد از اشتغال کشور در بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط و بیشتر در بنگاه‌های خرد تأمین می‌شود. همچنین در مطالعه مورد اشاره در سازمان بین‌المللی کار، ایران در زمره کشورهایی است که بیش از نود درصد اشتغال آن در بنگاه‌های کوچک و متوسط تأمین می‌شود. نتیجه این مطالعه در شکل شماره (۱) قابل مشاهده است.

در ایران دهه‌هاست که حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در شکل‌های مختلف در برنامه‌ها و سیاست‌های دولت‌ها قرار داشته است. از حمایت از اشتغال‌های خرد و خوداشتغالی در دولت اصلاحات تا طرح ضربتی اشتغال و حمایت از بنگاه‌های زودبازده در دولت نهم و دهم و طرح اشتغال فراگیر و اشتغال پایدار روستایی در دولت تدبیر و امید، همگی طرح‌هایی بوده‌اند که بر حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط تأکید داشته‌اند. باین‌حال و علیرغم آنکه در تمامی دولت‌ها برنامه‌هایی برای حمایت از کسب‌وکارهای خرد و کوچک وجود داشته است، شاهد رشد اشتغال قابل‌انتظار و رونق اقتصاد محلی با استفاده از این ظرفیت نبوده‌ایم.

سؤال‌ی که غالباً مطرح است این است



نمودار شماره (۳) سهم بنگاه‌های خرد و کوچک از اشتغال صنعت ساختمان و مهندسی به تفکیک گروه‌های درآمدی کشورها (منبع: سازمان بین‌المللی کار)

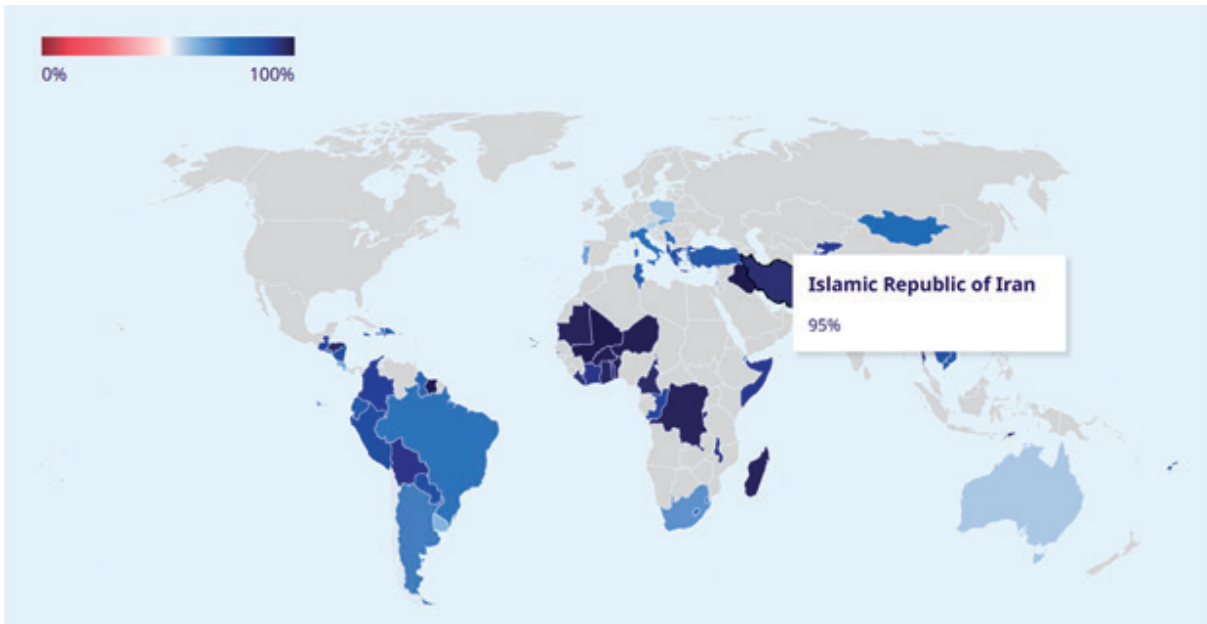
زمینه‌ای فراهم آورد تا از تکنولوژی در ابعاد اشکال وسیع‌تری استفاده شود و تحولات بسیاری در کسب‌وکارها فراهم آید. گویی کوید، پلی برای انتقال به عصر تکنولوژی بود. عصری که برای بقا در آن چاره‌ای جز هماهنگ شدن با تغییرات تکنولوژی نیست. بر اساس پیش‌بینی‌های بانک جهانی، در پنج سال آینده ۸۳ میلیون شغل از بین خواهد رفت و ۶۹ میلیون شغل جدید نیز ایجاد خواهد شد. به عبارتی حدود ۱۴ میلیون کمبود شغل در

کسب‌وکارهای کوچک مقیاس نه تنها می‌توانند موتور محرک برای ایجاد اشتغال در صنایع مختلف باشند، بلکه ظرفیتی مهم در حرکت به سمت رشد فراگیر اقتصادی و توسعه پایدار هستند. رویکرد کوچک مقیاس، رویکردی است که می‌تواند دامنه وسیعی از افراد از فقیر تا طبقه متوسط را در فضای کار و کارآفرینی قرار دهد و با ایجاد درآمد از طریق اشتغال و تولید، حرکت به سمت رشد و توسعه اقتصادی را تسهیل نماید.

رویگردی است که می‌تواند دامنه وسیعی از افراد از فقیر تا طبقه متوسط را در فضای کار و کارآفرینی قرار دهد و با ایجاد درآمد از طریق اشتغال و تولید، حرکت به سمت رشد و توسعه اقتصادی را تسهیل نماید. از آنجایی که این کسب‌وکارها ظرفیت بالایی در جذب گروه وسیعی از افراد - که الزاماً تخصص و سرمایه لازم برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار را ندارند - دارد، ایجاد زمینه‌های لازم برای افراد به‌منظور کسب مهارت‌های لازم در ایجاد کسب‌وکار و تأمین سرمایه در این مسیر ضروری است. به عبارتی سیاست‌گذاری‌های مناسب و مداخلات هدفمند توسط نهادهای سیاست‌گذار است که می‌تواند در رونق بخشی به این کسب‌وکارها و تسهیل فعالیت آن‌ها مؤثر باشد.

کوچک‌ها و تحولات تکنولوژی

کوید-۱۹ یکی از بحران‌های سال‌های اخیر بود که فعالیت بسیاری از کسب‌وکارها و بویژه کسب‌وکارهای خرد و کوچک را تحت تأثیر قرار داد. کوید-۱۹ در عین حال



شکل شماره (۱) سهم اشتغال در بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در سراسر جهان

بسیاری از کشورها نیز نشان‌دهنده اهمیت و تأثیر مهم ورود اتاق‌های بازرگانی به حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط است.

تجربه اتاق‌های بازرگانی در حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط

اتاق‌های بازرگانی در بسیاری از کشورها حمایت از کسب‌وکارهای خرد و کوچک را به دلیل اهمیت این کسب‌وکارها در رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال در برنامه‌های خود قرار داده‌اند. طبق گزارش ارائه‌شده در اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC)، کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط، ستون فقرات رشد اقتصادی در دنیا هستند و بیش از هشتاد درصد اشتغال میلیاردها نفر در سراسر جهان را تأمین می‌کنند. اتاق بازرگانی بین‌المللی اقدامات جسورانه‌ای انجام می‌دهد تا اطمینان حاصل کند که شرکت‌های کوچک و متوسط در سراسر جهان از حمایت و کمک موردنیاز برای نجات از شوک‌های خارجی و موفقیت در اقتصاد جهانی - که به‌سرعت در حال تغییر است- برخوردار هستند. ♦♦

کسب‌وکارها انجام شده نیز در سطح کلان نتایج قابل‌توجهی نداشته و منجر به اتصال کسب‌وکارها به بازار، اتصال آن‌ها به صنایع بزرگ و حتی مادر نشده است. تلاش‌ها برای بازار سازی محصولات این کسب‌وکارها نیز به‌طور معمول به برگزاری برخی نمایشگاه‌ها محدود می‌شود. به نظر می‌رسد این عدم توفیق به دلیل ضعف در اتصال ظرفیت‌های سیاست‌گذاری، یکپارچه‌سازی سیاست‌ها و در عین حال ضعف در برنامه‌ریزی، پایش و ارزیابی نتایج است. برای یکپارچه‌سازی سیاست‌ها ضروری است تا کل فرایند رونق بخشی به کسب‌وکارها در سطح کلان با حضور تمامی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته و سیاست‌گذاری یکپارچه با هدف هم‌افزایی نتایج انجام شود. در این رویکرد اتاق بازرگانی نقش بسیار مهمی می‌تواند ایفا کند. اتاق بازرگانی در حلقه‌های مربوط به آموزش‌های مهارتی، ایجاد بازار، اتصال کارفرمایان به نیروهای متخصص و غیره از ظرفیت‌های بسیار برخوردار است. تجربه اتاق‌های بازرگانی در

که چرا باوجود حمایت‌های صورت گرفته و ظرفیت‌های موجود، کسب‌وکارهای خرد و کوچک نتوانسته‌اند به‌صورت قابل‌توجهی در رشد و توسعه و کاهش بیکاری نقش داشته باشند. دلایل بسیاری برای این موضوع مطرح است، اما یکی از دلایل اصلی در عدم توفیق مورد انتظار در استفاده از چنین ظرفیتی، نداشتن سازوکاری یکپارچه در ایجاد زنجیره‌های شغلی و ارزش‌افزوده با استفاده از ظرفیت کوچک‌ها است. برای ایجاد چنین سازوکاری باید تمام نهادها در لایه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند.

تجربه نشان داده است که حمایت از بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط بیشتر متکی بر ارائه تسهیلات - و نه الزاماً تأمین مالی با استفاده از الگوهای مناسب- و نیز ارائه برخی آموزش‌های مهارتی است. این مسئله سبب شده است که کسب‌وکارها در این مقیاس و در اقتصاد پرچالش کشور همواره با مشکلاتی در بازاریابی و فروش محصولات مواجه باشند؛ حتی ایده‌های مختلفی که برای حمایت از بازار این نوع

تجارب برخی اتاق‌های بازرگانی در حمایت از بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط

اتاق بازرگانی ایالات متحده آمریکا (US) (Chamber of Commerce)



شعار اتاق آمریکا این است که ما به رشد بنگاه‌های کوچک کمک می‌کنیم تا اقتصاد خود را تقویت کنیم. این اتاق برای حمایت از بنگاه‌های کوچک مقیاس تمرکز خود را بر سیاست‌گذاری و تنظیم مقررات به نفع کسب‌وکارهای کوچک گذاشته است. به عبارتی بر آن است تا صدای کسب‌وکارهای کوچک آمریکایی را بالا ببرد و نقشی که این کسب‌وکارها می‌توانند در اقتصاد کشور ایجاد کنند را برجسته سازد.

نود درصد اعضا اتاق آمریکا را بنگاه‌های کوچک تشکیل می‌دهند. اتاق آمریکا اقدامات بسیاری در راستای حمایت‌طلبی برای کسب‌وکارهای کوچک انجام می‌دهد. گفتمان سازی برای سیاست‌های معطوف به حمایت از بنگاه‌های کوچک در راستای حمایت‌طلبی، ایجاد کمپین‌های مختلف برای تقویت کسب‌وکارهای کوچک، معرفی کسب‌وکارهای موفق، راه‌اندازی سامانه اطلاعات کسب‌وکارهای کوچک و غیره تنها برخی از اقداماتی است که اتاق بازرگانی آمریکا در مسیر توسعه کسب‌وکارهای کوچک و تقویت اقتصاد آمریکا از این طریق انجام می‌دهد.

انجام داده است. این اتاق، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، شرکت‌های بزرگ، شرکت‌های چندملیتی، بانک‌ها، سرمایه‌گذاران، سیاست‌گذاران، کارآفرینان زن و جوان و استارت‌آپ‌ها را برای ایجاد و تقویت ارتباطات در مسیر رشد و توسعه کسب‌وکارها و رشد و توسعه اقتصادی هماهنگ و هم‌افزا می‌نماید. این اتاق در خط مقدم تغییرات سیاستی و اجرای سیاست‌هاست. تشویق شرکت‌های کوچک و متوسط به استفاده از مشوق‌های مختلف، طرح‌های دولتی و همچنین فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری از اقدامات این اتاق است. اتاق همچنین فعالیت‌های مختلفی را برای انتقال دانش و مهارت‌ها در مسیر توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط سازمان‌دهی می‌کند و بستری را برای ارتقای محصولات و خدمات، تقویت ارتباطات برای رشد کسب‌وکار، استفاده از امکانات منحصربه‌فرد بازاریابی و برند سازی، فناوری پیشرفته برای بهبود قابلیت‌ها و بهره‌وری و درنهایت تضمین کیفیت فراهم می‌کند. همچنین تسهیل در استفاده از ظرفیت‌ها و مزایای ادارات مختلف دولتی برای ارتقای تجارت داخلی و بازرگانی خارجی از دیگر اقدامات این اتاق است.



در این بخش به تجارب برخی اتاق‌های بازرگانی در حمایت از این بنگاه‌ها به اختصار پرداخته شده است. در انتخاب این اتاق‌ها تلاش شده است تا از آسیا و آمریکا مثال‌هایی آورده شود و تجربه اتاق بازرگانی بین‌المللی نیز بررسی شود.

اتاق بازرگانی بین‌المللی (International) (Chamber of Commerce)



در اتاق بازرگانی بین‌المللی بخش‌های مختلفی به‌منظور ارائه خدمات به بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط وجود دارد. مرکز کارآفرینی اتاق (ICC Centre of Entrepreneurship)، بزرگ‌ترین اکوسیستم به‌هم‌پیوسته مبتنی بر کسب‌وکار برای کارآفرینان محلی است. همچنین پلت فرم آنلاین (SME360X) ابزاری برای کمک به این کسب‌وکارها است تا بتوانند مدیریت بهتری در فضای حیات و پیشرفت خود داشته باشند. در بخش دیگری این اتاق خدمات حمایتی برای تجاری‌سازی محصولات این کسب‌وکارها را ارائه می‌دهد.

اتاق بازرگانی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هند (SME Chamber of India)

اتاق کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط هند، در ۳۱ سال گذشته برای توسعه این بنگاه‌ها در بخش‌های تولیدی، خدماتی و بخش‌های صنعتی / تجاری وابسته اقدامات بسیاری



و کوچک هستند، عدم توجه و برنامه‌ریزی منسجم برای حمایت از این کسب‌وکارها در اتاق به معنای عدم توجه به ظرفیت بسیار عظیمی است که می‌تواند در اقتصاد تحریم زده ایران به‌عنوان موتور محرک در رشد اقتصادی، کاهش فقر و توسعه پایدار ایفای نقش نماید. ♦♦

منابع

- مرکز آمار ایران
- گزارش سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی با عناوین:
- SMEs are key for more inclusive growth; Written by: Angel Gurra, Secretary-General of the OECD; 2020
- OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023; 2023
- سازمان بین‌المللی کار: «بنگاهای خرد، کوچک و متوسط، موتور برای ایجاد اشتغال»، ۲۰۲۳ قابل دسترس در سایت: <https://ilostat.ilo.org/blog/micro-and-small-enterprises-engines-of-job-creation>

به این کسب‌وکارها در فضای تأمین مالی، مهارت افزایی، برند سازی، بازار سازی، بازاریابی، فروش، قوانین و مقررات و غیره به دلیل ماهیت این نوع کسب‌وکارها باید متفاوت از کسب‌وکارها در مقیاس کلان و مبتنی بر رویکردهای علمی و به‌روز باشد. - یکپارچه‌سازی سیاست‌ها ضروری است. سیاست‌گذاری در کشور همچنان به‌صورت جزیره‌ای است و همین مسئله سبب کاهش کارایی و بهره‌وری و اقدامات موازی و بعضاً کم اثر می‌شود.

و در پایان به‌عنوان نکته کلیدی:

همان‌طور که در تجارب برخی کشورها مشاهده شد، اتاق‌های بازرگانی تمرکز ویژه بر کسب‌وکارهای کوچک دارند. این در حالی است که در ایران همچنان چنین نگاهی در اتاق بازرگانی کشور وجود ندارد. بسیار ضروری است که اتاق بازرگانی به طراحی سازوکار حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط بپردازد. اتاق‌های بازرگانی باید صدای تمامی کسب‌وکارها باشند و زمانی که بخش عمده‌ای از کسب‌وکارها خرد

جمع‌بندی

همان‌طور که در این نوشتار مورد بررسی قرار گرفت، بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط ستون فقرات اشتغال و رشد از محل اشتغال هستند. کشورهای مختلف در تقویت این کسب‌وکارها سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مختلفی انجام داده‌اند. به‌عنوان یک جمع‌بندی توجه به موارد زیر در مسیر توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط ضروری است:

- پیش از هر چیز باور سیاست‌گذاران و برنامه ریزان به ظرفیت نقش‌آفرینی کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال، کاهش فقر، تقویت اقتصاد و بویژه حرکت به سمت رشد فراگیر و توسعه پایدار حائز اهمیت است. تا زمانی که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به چگونگی نقش‌آفرینی این کسب‌وکارها در رشد و توسعه اقتصادی علم و باور نداشته باشند، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌ها معطوف به حمایت‌هایی در مسیر رشد و توسعه نخواهد شد.
- نوع حمایت و سیاست‌گذاری معطوف