



ایتالیا

کشور ایتالیا در قاره اروپا قرار دارد. جزو ۷ کشور صنعتی پیشرفته دنیا محسوب می‌شود. این کشور دارای ۵۷/۵ میلیون نفر جمعیت است و سرانه تولید ناخالص داخلی آن حدود ۲۳۰۰۰ دلار برای هر نفر و نرخ بیکاری در آن حدود ۱۲٪ می‌باشد.

بعضی از شاخصهای اقتصادی در این کشور در مقایسه با ۴۷ کشور دنیا به قرار ذیل است:

- سرانه تولید ناخالص داخلی به ازاء هر نفر شاغل حدود ۵۸۰۰۰ دلار آمریکا می‌باشد. (رتبه ۴ بین ۴۷ کشور)
- توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز برای توسعه کسب و کار دارای مقیاس حدود ۴/۵ درصد (از مقیاس یک تا ۱۰) است. (رتبه ۳۰ از بین ۴۷ کشور).
- میزان درک مدیران این کشور از کارآفرینی مقیاسی در حدود ۶/۳ (از مقیاس یک تا ۱۰) می‌باشد. (رتبه ۲۱ از بین ۴۷ کشور)
- هزینه کل تحقیقات در این کشور حدود ۱۲ میلیارد دلار می‌باشد. (رتبه ۶ از بین ۴۷ کشور)

۱- کارآفرینی در ایتالیا:

از نظر سنتی ساختار بهره‌وری ایتالیا با داشتن تعداد زیادی از شرکتهای کوچک معروف است. با توجه به طبیعت محصول، شرکتهای کوچک ایتالیایی بر روی بخشهای قدیمی متمرکز است و سطح تکنولوژی آنها در حد متوسط می‌باشد.

سطح درک فرصتها برای کسب و کار جدید در ایتالیا ۲۵٪ است که در بین کشورهای اتحادیه اروپا در رده دوم قرار دارد. علاوه بر آن نرخ شروع کسب و کار در میان افراد ۱۸ تا ۲۴ ساله ایتالیایی ۸٪ می‌باشد. که در مقام دوم بعد از آمریکا می‌باشد. این برآورد نشان دهنده این است که تعداد افراد خود اشتغال در ایتالیا افزایش یافته‌است و دلیل منطقی آن را می‌توان شرایط بازار کار جستجو کرد. ایتالیا پایین‌ترین سطح فعالیتهای فرشتگان کسب و کار را

داراست (۲/۲٪).

علاوه بر محدودیتهای مالی، کارآفرینان در ایتالیا با مشکلات و موانع دیگری مواجهند که عبارتند از سختی بازار کار، بوروکراسی اداری بالا به دلیل رعایت قوانین و مالیات ارزش افزوده نسبتاً بالا.

نتایج GEM نشان می‌دهد که در ایتالیا فعالیتهای کارآفرینانه در میان نسل جوانتر بیشتر است، بنابراین وجود این افراد جوانتر می‌تواند برای حفظ یک بخش کارآفرینانه نسبتاً بزرگ یک امر حیاتی باشد. افزایش مشارکت زنان برای کاستن این مشکل می‌تواند راه‌حلی محسوب شود.

ورود به فرهنگ محلی یک عامل مهم برای تقویت موفقیت شروع کسب و کارها محسوب می‌شود. در ایتالیا به دلیل اینکه مشارکت زنان در کارآفرینی نسبت به سایر کشورها کمتر است و جمعیت تا سال ۲۰۲۵، ۱۲٪ کاهش خواهد یافت و مقایسه خصوصیات اقتصادی - اجتماعی، هنوز هم تفاوتی ناحیه‌ای خیره‌کننده را نشان می‌دهد، الگوهای فعالیت کارآفرینانه دور از حد متوسط است.

۲- محیط کارآفرینی در ایتالیا:

۲-۱- محتوای اجتماعی کشور: بعضی از شاخصهای اجتماعی رابطه سیستماتیک و عمده‌ای را با میزان شروع کسب و کار نشان می‌دهند که می‌توان از آموزش، سطح درآمد و دموگرافی جمعیت نام برد.

۲-۲- شریط کسب و کار ملی: رشد تولید ناخالص داخلی و میزان بیکاری را برای ارزیابی شرایط کسب و کار یک جامعه مورد استفاده قرار می‌دهند. در ایتالیا بین سالهای ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۸ رشد تولید ناخالص داخلی به طور متوسط ۱/۲٪ بوده‌است که در سال ۱۹۹۹ تا حدی کاهش یافته‌است. میزان بیکاری در ایتالیا ۱۲/۵٪ می‌باشد که نسبت به سایر کشورها بالا است. نرخ بالای بیکاری تاحدی به دلیل سختی بازار کار ایتالیا می‌باشد.

۲-۳- شرایط چارچوب کاری کارآفرینانه: هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، توانایی دستیابی به منابع مالی یکسان، دسترسی به خدمات شغلی، انتقال مؤثر تحقیق و توسعه و وجود آموزش مفید از جمله عواملی هستند که دارای همبستگی مثبت، با فعالیتهای کارآفرینانه می‌باشد.

در ایتالیا نامربوطترین جنبه‌های محیط کارآفرینانه عبارتند از:

کمی انتخاب روشهای تأمین مالی، فقدان R&D و انتقال‌های تکنولوژیکی می‌باشد.

در ایتالیا شرکتهای کوچکتر سودآورتر از شرکتهای بزرگتر هستند. با وجود این برخلاف کاهش میزان بهره، درآمدهای حاصل از مزیت‌های بهره‌وری از طریق هزینه‌های تأمین مالی عمده، از بین می‌رود. این هزینه‌های تأمین مالی برای شرکتهای کوچک ۱/۳ سود ناخالص و برای شرکتهای بزرگ در حدود ۱۷٪ می‌باشد. شرکتهای کوچک از نظر تأمین مالی شکننده‌تر هستند و بیشتر در معرض وضعیت نامشخص چرخه کسب و کار قرار می‌گیرند. ایتالیا از نظر سرمایه‌گذاران غیررسمی از بقیه کشورها به جز ژاپن کمتر است. در ایتالیا انتقال تکنولوژی نسبت به سایر کشورهای GEM ضعیف‌تر است چون از منابع مانند دانشگاهها، شرکتهای بزرگ، شرکتهای کارآفرینانه و آزمایشگاههای دولتی سرمایه‌زنده و هنوز هیچکدام از نوآوریهای ایجاد شده در دانشگاهها به صورت تجاری در نیامده‌اند.

۳- بخش کارآفرینانه ایتالیا:

۱-۳- درک فرصتهای کارآفرینانه:

کارشناسان عقیده‌دارند که فرصتهای خوبی در چندین سال اخیر در ایتالیا وجود داشته است و این مسأله می‌تواند امیدوارکننده باشد.

۲-۳- انگیزه و ظرفیت کارآفرینانه:

فعالیت کارآفرینانه فقط در صورتی به وقوع می‌پیوندد که افراد علاوه بر آگاهی و درک موقعیتهای دارای ظرفیت بهره‌برداری از این فرصتها باشند. ظرفیت کارآفرینانه نیازمند وجود مهارتهای مناسب می‌باشد.

۳-۳- اختلافات جغرافیایی:

وجود تفاوتیهای عمده در میان ۲۰ ناحیه ایتالیا یک موضوع دیرینه و شناخته شده است. در ایتالیا حدود ۲۰۰ ناحیه (۱۲۵ مورد در شمال شرق و مرکز کشور، ۵۹ مورد در شمال غرب، ۱۵ مورد در مزوگرونو) وجود دارد. در سال ۱۹۹۴ شرکتهایی که در این نواحی فعالیت داشته‌اند ۴۲٪ از نیروی کار را در اختیار داشته‌اند. این درصد در ناحیه شمال شرق ۶۰ درصد و جنوب ۱۰٪ می‌باشد.

۴-۳- خود اشتغالی در مقابل کارآفرینی:

تمایل کشور به سوی ایجاد تعداد زیادی از شرکتهای کوچک در خودکفایی بیشتر از رشد تمرکز دارد. این مسأله با یافته‌هایی که نشان می‌دهد ایتالیا فاقد انتقال



تکنولوژیکی بین تحقیق و فعالیت تجاری است، سازگار می‌باشد. همچنین نشان می‌دهد که هر چند ایتالیا تعداد زیادی شرکتهای کوچک ایجاد می‌کند، ولی فقط تعداد کمی از آنها پیشرفت می‌کنند.

۴- آینده کارآفرینی در ایتالیا:

- چهار عامل اصلی برای تعیین سطح فعالیت کارآفرینی عبارتست از:
- وجود یک فرهنگ مطلوب برای قانونی کردن کارآفرینی به عنوان یک فعالیت مورد احترام
 - وجود درک برای استفاده از موقعیتهای کارآفرینانه
 - وجود افرادی با مهارتهای مورد نیاز برای استفاده از فرصتهای تشخیص داده شده و یک سیستم محرک انگیزه‌های بالقوه کارآفرینانه
 - وجود روشها و انتخابهای سرمایه‌گذاری خارجی کافی
- در مقابل این زمینه عمومی باید عملکرد ایتالیا را مورد ارزیابی قرار داد، در ایتالیا مسائلی وجود دارد نظیر:
- تجاری سازی تکنولوژی و انتقالهای R&D هر دو بسیار پایین می‌باشد و هیچگونه ارتباطی بین صنعت و مؤسسات تحقیقاتی وجود ندارد.
 - تفاوتهای اقتصادی - اجتماعی عمده‌ای هنوز بین نواحی کشور وجود دارد.
 - ساختار غیرقابل انعطاف بازار نیروی کار باعث کاهش محرکهای کارآفرینانه می‌شود.
 - شروع بسیاری از کسب و کارها بیشتر به منظور خودکفایی صورت می‌گیرد.
 - کاهش مورد انتظار عمده‌ای که در نرخ جمعیت بوجود خواهد آمد، کشور را برای افزایش یا حفظ سطوح جاری کارآفرینی تهدید خواهد کرد.
 - تمایلات کارآفرینانه در نسل جوان موج می‌زند.
 - دولت از افراد کارآفرین حمایت می‌کند.
 - طبق تعریف، کارآفرینی مربوط به ایجاد شرکتهای کسب و کارهای جدید به منظور بهره‌وری می‌باشد و این اقدام در جایی صورت می‌گیرد که یک موقعیت برای بهره‌وری از طریق توانایی کارآفرین برای ایجاد نوآوری محصولات و سازمانها ایجاد شده‌است.
 - یک چارچوب محرک قوی نشان می‌دهد که دولت در قبال کارآفرینان متعهد می‌باشد و وجود چنین سیستمی می‌تواند باعث افزایش انگیزه کارآفرینانه شود.

در واقع در میان کشورهای GEM آنهايي که از سطح بالای فعالیتهای کارآفرینانه دارا می‌باشند، دولتهایی دارند که نسبت به تدارک شبکه‌های ایمنی تأکید زیادی بر عوامل محرک برای نوآوری دارند.

در ایتالیا تمایلات به سمت حمایت از ابتکارات بوده اما مدرکی دال بر تغییر این سیاست توسط دولتهای اخیر وجود دارد. متأسفانه عدم ثبات دولتهای ایتالیا ارزیابی این تغییرات را مشکل می‌سازد.

لازم است ایتالیا در موارد زیر تقویت شود:

- انتقالهای R&D و تکنولوژی
 - انتخابهای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی
 - قابلیت‌انعطاف بازار نیروی کار
 - تفاوتی ناحیه‌ای
 - ساختار جمعیت
 - توسعه یک فرهنگ رشدگرا
- در مقابل خوداشتغالی یک رهیافت گسترده برای این موضوع توصیه می‌شود:

- ۱- دولت باید بر ایجاد یک محیط کسب و کار از طریق عوامل انگیزشی قوی تأکید بیشتری داشته‌باشد.
- ۲- افزایش سطح ظرفیت کارآفرینانه نیازمند تعهد اساسی دولت برای معرفی کارآفرینی به درون سطح سوم آموزش (دانشگاه) بویژه در میان دانشجویان علوم و مهندسی می‌باشد.
- ۳- افزایش سطح ظرفیت کارآفرینانه نیازمند تعهد اساسی دولت برای ارتقاء R&D و انتقال دانش فنی بین مؤسسات تحقیقاتی و دنیای کسب و کار می‌باشد.
- ۴- به دلیل روند دموگرافیک ایتالیا، افزایش سطح

ظرفیت کارآفرینانه به تعهد اساسی دولت برای معرفی قوانین مناسب مهاجرت و افزایش مشارکت زنان در کارآفرینی نیازمند می‌باشد.

۵- دولت نقش عمده‌ای در ارتقاء و تدوین یک رفورم عمده در سیستم سرمایه‌گذاری دارد.

۶- دولت نقش عمده‌ای در ارتقاء رفورم بازار نیروی کار دارد.

۷- دولت نقش عمده‌ای در شفاف‌سازی و ترویج یک ذهنیت رشدگرا دارد.

۵- اقدامات دولت ایتالیا برای ارتقاء کارآفرینی :

- آموزش یک جامعه کارآفرینانه
- دسترسی به منابع مالی برای شرکتهای کوچکتر و در یک مرحله زودتر و منابع مالی برای شرکتهای در حال توسعه و تکنولوژیکی
- دسترسی به تحقیق و نوآوری و استفاده بهتر از پتنت‌های توسط SME ها
- بهبود دیدگاه خدمات حمایتی
- بهبود امور اداری
- بهبود انتقال و شرایط کاری

۶- معرفی سازمانهای حامی کارآفرینانه در ایتالیا:

Confapi -

CAN -

Confartigianato -

CASA -

- اتاق بازرگانی

- سازمان کارآفرینی جوانان

- سازمان Confidi

- صندوق تضمینی مرکزی برای SME

- وزارت تحقیقات و علوم

- وزارت صنایع

- مؤسسه G.Tagliacarne

- اتحادیه ملی اتاقهای بازرگانی

- مؤسسه suiluppo Italia

- AIFI (انجمن سرمایه‌گذاران مخاطره آمیز ایتالیا)

۷- کارآفرینی در دانشگاههای ایتالیا:

وزارت علوم ایتالیا برنامه‌ای طراحی کرده تا با همکاری دانشگاهی و دانشجویان در توسعه یک ایده اساسی کمک و همراهی نماید که کارآفرینی در دانشگاههای ایتالیا به صورت ذیل مطرح می‌شود:

۱-۷- دانشگاه بولوگنا: برنامه این دانشگاه شامل آموزش، تحقیق و مشاوره و... می‌باشد. هدف این دانشگاه از کارآفرینی کاربرد تکنولوژی و تأسیس شرکت می‌باشد.

۲-۷- انستیتو پلی تکنیک میلان: در این دانشگاه هدف از کارآفرینی شامل موارد زیر است:

- ایجاد فضای مناسب در دانشگاه و هماهنگ کردن سیستم
- فراهم نمودن ارتباط با افراد نوآور در صنعت
- همکاری و ارتباط با برگزارکنندگان سمینارهایی در رشته‌های اقتصاد، ساخت و نوآوری و کارآفرینی

۳-۷- انستیتو دانشجویی: هدف آن تربیت و حمایت از مؤسسين شرکتهای مؤسسات تحقیقاتی است که فعالیتهای این انستیتو برای شرکت عبارتند از:

- مشاوره و اطلاعات برای پیشبرد برنامه‌ها
- آگاهی در جهت‌گیری به سوی کارآفرینی
- رشد دادن کارآفرینان در شرکتهای کوچک
- توسعه و ایجاد کارآفرینی در درون مؤسسات
- دانشگاه تورنتو: فعالیت این دانشگاه در زمینه آموزش، تحقیقات و مشاوره و... می‌باشد.

- دانشگاه باکونی: این دانشگاه فعالیتهایی در زمینه آموزشی، تحقیقاتی و مشاوره و... در زمینه کارآفرینی را ارائه می‌دهد.