

نقش صنایع کوچک در توسعه اقتصادی ترکیه

منیر حضوری*

دانشجوی دکتری سیاستگذاری عمومی دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات تهران

چکیده

صنایع کوچک شرکت‌هایی هستند که شرایط و محدودیت‌های استخدام در آنها کم‌تر است. صناعی که به نیروی انسانی کمی نیاز دارند و اگر شرایط برای آنها فراهم باشد موجب رشد کارآفرینی، نوآوری، پویایی و فرصت‌های شغلی می‌شوند. تعداد هرچه بیشتر این صنایع و دخالت بخش بزرگی از نیروی کار می‌تواند رشد اقتصادی در یک کشور را تحریک کند. این صنایع در سیاست‌های عمومی کشورهای توسعه‌یافته و کشورهای در حال توسعه در راستای کاهش بیکاری و رشد اقتصادی جای گرفته‌اند. این مقاله وضعیت صنایع کوچک و سهم آن‌را در توسعه اقتصادی ترکیه بررسی می‌کند. در این مطالعه روشن می‌شود که می‌توان از صنایع کوچک و متوسط به‌عنوان کاتالیزور توسعه اقتصادی در ترکیه یاد کرد؛ چراکه این صنایع موجب رشد کارآفرینی، نوآوری، پویایی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش صادرات و در نهایت رشد اقتصادی این کشور شده است. در این مقاله بررسی می‌شود که هرچند در ترکیه صنایع کوچک و متوسط با مسائل حیاتی هم‌چون تنگنای مالی و مشکلات بروکراسی مقابله می‌کنند؛ اما بسیاری از طرح‌های استراتژیک و سیاسی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت برای حمایت از آینده صنایع کوچک و متوسط بوده است و این امر به رشد اقتصادی ترکیه کمک کرده است.

کلید واژه‌ها

صنایع کوچک، بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط، کارآفرینی، اشتغال، توسعه اقتصادی.

صنایع کوچک و نظریه‌ها

براساس تعاریف گوناگون صنایع کوچک به صناعی گفته می‌شود که به تخصص پیچیده و سرمایه‌گذاری کلان وابسته نیست. صناعی که در تولید و عرضه، پیچیدگی خاصی ندارند؛ به نیروی انسانی گسترده نیازمند نیست، مستقل در مدیریت است، موجب رشد کارآفرینی، نوآوری، پویایی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش صادرات و در نهایت رشد اقتصادی می‌شود. اتحادیه اروپا، صنایع کوچک و متوسط¹ را به سه دسته تقسیم می‌کند. نخست، بنگاه‌های خرد بین 9-1 نفر نیروی کار دوم، بنگاه‌های کوچک بین 49-10 نفر نیروی کار و سوم، بنگاه‌های متوسط بین 250-50 نفر نیروی کار (European Commission, 2005: 8-14).

نظریه‌پردازان در دهه 60 به صنایع کوچک توجه کرده‌اند. اجرای پروژه‌های کوچک صنعتی ایده شوماخر اقتصاددان آلمانی بود که در ادبیات اقتصادی مفهوم «کوچک زیباست» را مطرح کرد. او با اشاره به نرخ بالای بیکاری در کشورهای در حال توسعه و پیامد ناگزیر آن یعنی مهاجرت روستائیان به شهرها بر ضرورت تکیه بر صنایع کوچک تاکید کرد. این صنایع می‌توانست فرصت‌های ارزان اشتغال را در روستاها و شهرهای کوچک فراهم کند (رک، شوماخر، 1372). چون رایبسون استفاده از صنایع کوچک و متوسط را برای از میان بردن تدریجی بیکاری و بیکاری پنهان پیشنهاد می‌کند. او از چین، به‌عنوان کشوری نام می‌برد که با تمهیداتی در مورد صنایع کوچک روستایی، توانسته میزان بهره‌وری و اشتغال خود را افزایش دهد. رایبسون معتقد است که کشور چین به‌دلیل توجه به صنایع کوچک کاربر هیچ‌گاه احساس بیکاری نمی‌کند (رک، رایبسون، 1353).

کوبایاشی و کامیاما² با بررسی صنایع کوچک و متوسط، آن‌را به دو بخش خرد و کلان تقسیم کرده‌اند. براساس این دسته‌بندی مدل خرد شامل سه بخش، کمک مالی، اقتصاد دانش‌محور و بازاریابی است:

- **کمک مالی:** کمک مالی برای مدیریت صنایع کوچک مفید است؛ چراکه همیشه در این صنایع سرعت افزایش درآمد بالا و در مقابل سرعت هزینه‌ها و مخارج کند است. کمک مالی می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم باشد که از جمله می‌توان به مشوق‌های مالیاتی و معافیت‌های مالیاتی اشاره کرد. در این قسمت سوال مهم این است که ارائه‌دهندگان کمک‌های مالی چه کسانی هستند؟ آیا دولت‌ها در این میان نقش کلیدی دارند یا بازیگران دیگر هم می‌توانند وارد شوند؟ و در آخر اینکه تا چه حد کمک‌ها برای شرکت‌های کوچک و متوسط تاثیرگذار است؟
- **تاثیر اقتصاد دانش‌محور:** در ظاهر به‌نظر می‌رسد تاثیر دانش نسبت به کمک‌های مالی و کمک در بازاریابی کم‌تر است و اینکه دانش به‌تنهایی برای افزایش صنایع کوچک کافی نیست؛ اما در سال‌های اخیر توسعه مهارت‌های پیشرفته و اهمیت آن مانند دوره‌های مدیریت کسب‌وکار³ با همکاری دانشگاه‌ها و موسسات مورد توجه قرار گرفته است. در این بین نقش دولت کلیدی است؛ چراکه باید بر توسعه مهارت‌های اولیه و یا مهارت‌های پیشرفته تمرکز کند.

1- Small and medium enterprises (SMEs)

2- Kameyama Kobayashi&

3- Master of Business Administration (MBA)

- **کمک بازاریابی:** سود حاصل از شرکت‌های کوچک و متوسط به سهم بازار و رشد بازار تکیه دارد. بازاریابی اگر با افزایش سهم بازار و یا اندازه بازار همراه شود، مفید است. در اینجا این مسئله بررسی می‌شود که آیا بازاریابی و یا فعالیت تبلیغاتی کافی است؟ و اینکه چه فعالیت‌هایی برای بازاریابی باید صورت گیرد.

در ادامه مدل کلان، صنایع کوچک و متوسط را به دو بخش تقسیم می‌کند.

- **تمرکز در انباشت تولید ناخالص داخلی:** صنایع کوچک در تولید ناخالص داخلی نقش به‌سزایی دارند. در اینجا بررسی می‌شود که سیاست‌های تعدیلی چگونه کار می‌کند و چگونه بر تولید ناخالص داخلی تاثیر می‌گذارد.
- **تاثیر تعدیل ساختاری بر گروه‌های عمده زیر صنعتی:** سیاست‌های تعدیل ساختاری در بخش زیر صنعتی می‌تواند تاثیر خوبی را داشته باشد؛ چراکه تعدیل می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری هر کدام از بخش‌ها شود و مکانیسمی برای حفظ ارتباط بین بخش‌های خرد و کلان می‌شود (Nurrachmi & Abd Samad, 2012).

بررسی نقش صنایع کوچک در کشورهای توسعه یافته

صنایع کوچک بخش قابل توجهی از اقتصاد کشورهای توسعه یافته را شکل داده‌اند. برخی این صنایع را به‌عنوان ستون فقرات اقتصاد اروپا و آمریکا می‌شناسند. به‌طور مثال در حالی که شاید تصور کنیم غول‌های صنعتی مهم‌ترین عامل چرخش اقتصاد آمریکا هستند؛ اما این کسب‌وکارهای کوچک و متوسط‌اند که قلب اشتغال آمریکا را تشکیل می‌دهند. بیش از نیمی از نیروی کار این کشور در صنایع کوچک در قالب شرکت‌هایی با کمتر از 500 نفر مشغول به کار هستند. بدین ترتیب سهم این صنایع در اشتغال کشورهای پیشرفته بسیار بالا است و گاهی در برخی از اقتصادها این سهم به 93٪ هم می‌رسد. براساس آمار صنایع کوچک و متوسط با 250 کارمند یا کمتر حدود 86٪ مشاغل، 20 میلیون شرکت یعنی بیش از 98٪ شرکت‌ها، 58٪ از ارزش ناخالص افزوده را در بر می‌گیرند. امروز بیش از 95٪ این صنایع در منطقه سازمان همکاری اقتصادی و توسعه¹ قرار دارند و با سهم 60 درصدی از اشتغال بخش خصوصی، سهم زیادی از نوآوری و حمایت از توسعه منطقه‌ای و انسجام اجتماعی را برعهده دارند (Smid & Taskesen: 2002).

در کشورهای توسعه یافته به این مهم توجه شده که صنایع کوچک موجب ایجاد اشتغال، توسعه کسب‌وکار، کارآفرینی، تولید ثروت و کمک به درآمد ملی می‌شوند. در این کشورها دولت نقش کارآفرینان را به رسمیت شناخته و درک کرده که رسیدن به اهداف توسعه توسط صنایع در مقیاس کوچک آسان‌تر است. در نتیجه با کمک سازمان‌های تخصصی مجموعه خدماتی را ارائه می‌دهد تا انگیزه کارآفرینان برای ایجاد سرمایه‌گذاری، استفاده از امکانات متنوع و در نتیجه رشد مناطق مختلف فراهم شود. این خدمات و مشوق‌های دولتی شامل کمک‌های مالی و اعتباری، حمایت‌های مالیاتی، وام‌های کم‌بهره، کمک در بازاریابی، بهبود زیرساخت‌ها، صدور مجوز و راهنمایی فنی و آموزشی است. بدین ترتیب دولت به‌صورت کوتاه‌مدت برای کارآفرینانی که به‌دنبال راه‌اندازی صنایع کوچک‌اند، ایجاد انگیزه می‌کند و در بلندمدت نیز پایه‌های کارآفرینی در اقتصاد کشور را تقویت می‌کند و کشور را به سمت توسعه پیش می‌برد (Baer: 2008).

ترکیه و صنایع کوچک؛ سیاست‌ها و برنامه‌ها

در اواخر دهه‌ی 80 ترکیه یک هدف سیاسی مهم را آغاز کرد و آن پرورش صنایع کوچک و کوچک‌سازی شرکت‌های بزرگ بود. به دلیل تلاش ترکیه برای عضویت در اتحادیه اروپا، صنایع کوچک دستورکار مفیدی برای سیاست‌گذاران اقتصادی این کشور بود. توجه به رشد اقتصادی از مواردی بود که موجب شد صنایع کوچک در سیاست‌ها مورد تأکید قرار گیرد. در راستای توجه به صنایع کوچک به‌عنوان یکی از استراتژی‌ها برای رسیدن به اهداف توسعه، به تدریج صنایع کوچک و متوسط مهم‌ترین ابزار برای توسعه اقتصادی، تولید ناخالص داخلی و حمایت از نیروی کار در این کشور شد. نقش دولت در حمایت از این صنایع پررنگ بود؛ چراکه شرکت‌های کوچک و متوسط از نظر اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مورد حمایت قرار گرفتند. هر دولتی که روی کار آمد؛ سیاست‌های متنوعی را برای تقویت این شرکت‌ها در پیش گرفت، سیاست‌ها و استراتژی‌هایی که همگی در جهت تسهیل مناسب محیط کسب و کار برای صنایع کوچک و متوسط بود. بدین ترتیب برنامه اقتصادی بلندمدت ترکیه به‌طور عمده به سیاست‌ها و استراتژی‌های گذشته و آینده تکیه داشت که منجر به تصمیمات و انتخاب‌هایی برای حفظ و تحولات در این صنایع شد. در برنامه چهارم (1973-1983) برای اولین بار به مفهوم «صنعت کوچک» اشاره شد؛ اما در این دوره به مفهوم شرکت‌های کوچک، متوسط و کارآفرینی توجهی نشد. در برنامه ششم (1990-1994)، اگر چه از اصطلاح «صنایع کوچک» استفاده شد؛ اما در اهداف و انگیزه‌ها به بخش خدمات و تجارت که طرح‌های محرک بودند، توجهی نداشت. در این میان ایجاد سازمان صنایع کوچک و متوسط¹ در 1990 دستاورد بسیار بزرگی بود؛ چراکه باعث تأسیس بنیاد کسب‌وکار کوچک و متوسط ترکیه² در 1990 و صندوق ضمانت اعتباری³ در 1992 شد. اینها نشانه‌هایی از افزایش علاقه به رشد صنایع کوچک و متوسط بود. در برنامه هفتم (1996-2000)، با تلاش‌هایی که برای هم‌سو کردن صنایع کوچک با تجربه اتحادیه اروپا صورت گرفت، مفهوم مشخص‌تر شد. در این برنامه به‌وضوح قابل مشاهده است که اصطلاح «شرکت‌های کوچک و متوسط» جایگزین عبارت سابق «صنعت کوچک» و «شرکت کوچک» شد. در برنامه پنج‌ساله هشتم (2001-2005) مفاهیمی مانند کارآفرینی، نوآوری، ارزش‌افزوده و غیره به‌شیوه‌ای جامع در رابطه با صنایع کوچک و متوسط به‌کار برده شد. اهدافی مانند «افزایش ظرفیت رقابتی شرکت‌های کوچک و متوسط»، «افزایش ارزش افزوده توسط شرکت‌های کوچک و متوسط» و «حفظ رشد پایدار» به‌وضوح در این طرح اعلام شد. در برنامه نهم (2007-2013) طرح توسعه کارآفرینی و بهبود محیط کسب‌وکار مورد توجه بیشتری قرار گرفت و در رتبه اول سیاست‌ها جای داده شد. در این دوره بر تسهیل دسترسی به منابع مالی به‌وسیله سرمایه‌گذاری، سرمایه‌هایی برای شروع کسب‌وکار و سیستم تضمین اعتبار تأکید می‌شود. بدین ترتیب در طول دهه 2000 رشد ترکیه به‌طور متوسط بیش از 5 درصد افزایش یافت، رشدی که حاصل دو تحول بزرگ در اشتغال و بهره‌وری بود (Nurrachmi & Abd Samad, foughali: 2012).

1- Small and Medium Sized Industry Development Administration
 2- Turkish Foundation for Small and Medium Businesses (TOSYÖV)
 3- Credit Guarantee Fund (CGF)
 4 - Small and medium-sized enterprises

سه‌م شرکت‌های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی ترکیه

در ترکیه بنگاه‌های کوچک و متوسط براساس معیار اتحادیه اروپا تعریف شده‌اند. شرکت‌هایی که تعداد کارکنان آن کمتر از 250 نفر و گردش مالی سالانه و یا ترازنامه سالانه بیش از 25 میلیون لیر ترکیه نباشد را به‌عنوان کوچک و متوسط می‌شناسند. در این کشور، دهه اول قرن بیست و یکم به‌عنوان دهه بنگاه‌های کوچک و متوسط نام‌گذاری شد. بر اساس تحقیق صورت گرفته از سوی سازمان توسعه، صنایع کوچک و متوسط ترکیه امروز 99/5 درصد از تولیدات کارخانه‌ای را بنگاه‌های کوچک و متوسط تشکیل داده‌اند. باتوجه به آمارها در سال 2002 صنایع کوچک و متوسط 99,5٪ از شرکت‌ها، 61,1 درصد از اشتغال و 27,3٪ از ارزش افزوده را در ترکیه تشکیل می‌دادند. در سال 2004 این صنایع 77٪ از کل اشتغال، 27 درصد از ارزش افزوده؛ در سال 2008، 3,449,795 شرکت کوچک و متوسط و در مقابل 2,968 شرکت بزرگ وجود داشت. در این بین سهم صنایع کوچک در کسب و کار 99,90٪ شد. در سال 2010 این صنایع 80,57٪ اشتغال، 58,48٪ ارزش افزوده، 59,53٪ از ارزش کل تولیدات را تشکیل می‌دادند. در سال 2012 99,8٪ اشتغال، 63,3٪ گردش مالی، 54,2٪ ارزش افزوده، 60,4٪ از کل صادرات را تشکیل می‌دادند (Turkish Statistical Institute, 2014). در همین سال سهم شرکت‌های خرد در صادرات (1-9 نفر) 20,6٪، شرکت‌های کوچک (10-49 کارمند) 24,3٪، شرکت‌های متوسط بود (50-250 کارمند) 17,7٪ و شرکت‌های بزرگ (250+) 37,2٪ بوده است (Siemon & Taskesen, 2002).

بسیاری از کشورهای در حال توسعه، مشتاق توسعه یکپارچه از طریق شکل‌گیری شهرک صنعتی و یا منطقه صنعتی هستند. در مقیاس بزرگ یکپارچگی صنعتی شامل منسوجات، ماشین‌آلات و IT است که این امر در چین رونق یافته است. در کشورهای دیگر نیز همچون اندونزی، فیلیپین، بنگلادش و تایلند که به توسعه صادرات توجه کرده‌اند، شهرک صنعتی و تجارت توسعه‌یافته سهم زیادی را در کمک به افزایش صادرات داشته است. اما در ترکیه بخش نساجی، بزرگ‌ترین بخشی است که هدف شرکت‌های کوچک و متوسط، قرار گرفته است (Mdgfund, 2009). از 1980 بخش پوشاک و نساجی یکی از مهم‌ترین درآمدهای ارزی را در این کشور به‌خود اختصاص داده است و یک صنعت موفق در اقتصاد ترکیه بوده است. در حالی که در دهه نود، اقتصاد ترکیه با رشد متوسط 5,2 درصدی در سال روبرو بود، صنعت پارچه و پوشاک رشد متوسط 12,2 درصدی در سال را تجربه کرد. در سال 2000 ارزش کل صادرات نساجی و پوشاک 10 میلیارد دلار بود و 36,1 درصد از صادرات را به‌خود اختصاص داد. این درحالی است که در سال 2007 بخش پوشاک سهم 22 میلیارد دلاری در صادرات داشت. حمایت از صنایع کوچک و متوسط و رشد نوآوری به این کشور کمک کرد تا کسب‌وکارهای محلی را توسعه دهد و شاهد رشد رقابت‌پذیری پایدار و بهبود شرایط کار باشد. بدین ترتیب نساجی و پوشاک از نظر کمک به تولید ناخالص داخلی¹، ایجاد اشتغال و صادرات خالص یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در این کشور شد (Siemon & Taskesen, 2002).

محدودیت‌ها و پیشنهادات سازمان توسعه و همکاری اقتصادی

صنایع کوچک برای اینکه بتوانند رقابتی باقی بمانند باید سازنده‌تر، نوآورانه‌تر و پاسخگو به نیازهای مصرف‌کنندگان باشند. براساس یک مطالعه در سال 2010 صنایع کوچک و متوسط ترکیه از جهت مالی و برای تامین سرمایه‌گذاری بیش از دیگر کشورها به سرمایه‌بانک‌ها وابسته بودند. این امر به‌ویژه برای شرکت‌های متوسط صدق می‌کند که 47 درصد از

کل بودجه خود را از بانک‌ها تهیه می‌کردند. طبق مطالعات در سال 2011 شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه هنوز به دانش، نوآوری، رقابت‌پذیری بین‌المللی و رشدی که در کشورهای توسعه‌یافته وجود داشت، نرسیده بودند و از جهت توسعه صادرات و بازاریابی نسبت به اروپا دچار ضعف و محدودیت‌هایی بودند. بدین ترتیب با وجود درخشش و رشد صنایع کوچک و متوسط یک‌سری محدودیت هم برای توسعه آنها وجود داشت. در این بین دسترسی به منابع مالی به‌عنوان شدیدترین مانع برای صنایع کوچک و متوسط در نظر گرفته شده است. در سند استراتژی صنعتی ترکیه بیان شده که شرکت‌های کوچک و متوسط در به‌دست آوردن و دسترسی به منابع مالی مشکل عمده دارند. از جمله این مشکلات می‌توان به اعمال محدودیت اعتباری از سوی بخش بانکی به دلیل تغییر سیستم مالی در سال 2001، توسعه ناقص بازار سرمایه، ضعف ساختار صنایع کوچک و متوسط و موانع اداری و قانونی برای دسترسی به امور مالی، فقدان اطلاعات و در نهایت روبرو شدن با مشکلات در پیدا کردن وثیقه کافی اشاره کرد. اما مشکل مالی و محدودیت ظرفیت تولید تنها 30% این جریان را در بر می‌گرفت و جدای آن، محدودیت بوروکراتیک یکی دیگر از عواملی است که در این کشور مانع کسب‌وکارهای جدید می‌شود. کارآفرینان ادعا می‌کنند در ترکیه رونق یک کسب و کار حدوداً 2 سال طول می‌کشد و این امر برای کارآفرینانی که قصد تغییر فضای کاری خود را دارند، یک مانع بزرگ است. همچنین از دیگر عوامل داخلی می‌توان به آسیب‌پذیری در برابر شرایط ناپایدار اقتصادی، نیروی کار و گردش مالی کم‌تر در مقایسه با سایر کشورهای سازمان توسعه و همکاری اقتصادی و کشورهای عضو اتحادیه اروپا اشاره کرد (Nurrachmi & Abd Samad, 2012).

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی با توجه به نقش مهم بنگاه‌های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی کشورها در دومین کنفرانس مرتبط با بنگاه‌های کوچک و متوسط در استانبول به بررسی وضعیت صنایع کوچک در این کشور پرداخت و راهکارهای لازم برای حمایت جدی‌تر از این نوع واحدها را مطرح کرد. در این کنفرانس که با رویکرد بررسی وضعیت توسعه واحدهای کوچک و متوسط هماهنگ با شرایط روز برگزار شد، سهم بنگاه‌های کوچک و متوسط ترکیه از کل صنایع این کشور حدود 95 درصد اعلام شد و بر فعالیت دانش‌محور این شرکت‌ها نسبت به سایر شرکت‌های فعال در این کشور و نقش کلیدی آنها در ایجاد فرصت‌های شغلی و رشد صادرات تأکید شد. در آخر تمامی کشورها متعهد به برداشتن موانع دسترسی بنگاه‌های کوچک و متوسط به بازارهای جهانی شدند. این کنفرانس برنامه‌هایی در خصوص چگونگی پیش‌برد سیستم ترکیه در برخی از مناطق بهبود یافته، توجه به چارچوب‌ها، سازگار با کشورهای پیشرفته در جهت نوآوری و رشد سرمایه‌گذاری داشت. حکم‌رانی خوب و حق دسترسی به اطلاعات با کیفیت بالا اصول کلیدی برای توسعه این چارچوب‌ها شناخته شده است. اما از جمله مسائل مورد تأکید برای توسعه چارچوب‌ها می‌توان به مواردی اشاره کرد.

1. **سیاست‌های تشویقی:** تشویق توسعه نهادها و سازمان‌های بخش خصوصی با تمرکز بر تشویق صنایع کوچک و متوسطی که منطبق با استانداردهای بین‌المللی است. در این روند با توجه به این سیاست‌ها از کسانی که سرمایه محدود دارند، حمایت می‌شود.
2. **اصلاح مقررات و قوانین:** بررسی قوانین و روش‌های حاکم بر مالکیت معنوی و تسهیل دسترسی به حقوق مالکیت معنوی.
3. **آموزش و پرورش:** تمرکز بر توسعه و ارتقاء آموزش و پرورش برای نوآوری و سرمایه‌گذاری است. این روند ضمن آنکه دانشگاه را تشویق به اجرای دوره‌های کارآفرینی برای دانشجویان و کارآفرینان بالقوه می‌کند به دانشگاهیان اجازه می‌دهد تا به ارائه خدمات برای شرکت‌های کوچک و متوسط بپردازند.

4. **بهبود دسترسی به اطلاعات:** در این روند جریان اطلاعات بین سازمان‌های مختلف و شرکت‌های متوسط در گردش است. هم‌چنین بر استفاده از رایانه‌های شخصی و اینترنت برای دسترسی به اطلاعات، حسابداری و تجارت الکترونیک تاکید می‌شود.

در ادامه شرکت‌های کوچک و متوسط پویا¹ مفهومی بود که سازمان توسعه و همکاری اقتصادی مورد توجه قرار داد. این مفهوم به خدمات، گردشگری، خرده‌فروشی و سایر موارد از این قبیل اشاره دارد. مطرح می‌شود که برای اشتغال تنها خدمات و کالاهای تولیدشده کافی نیست؛ بلکه از فن‌آوری و اقتصاد مبتنی بر دانش می‌توان به‌عنوان کلید توسعه یاد کرد که نقش حیاتی در ظهور نوآوری بازار دارد.

ترکیه در سال 2004 برای توسعه SMEها ده استراتژی مشخص کرد. مناطق و اهداف موردنظر به‌طور خلاصه عبارت بودند از:

- توجه به آموزش و پرورش برای رشد کارآفرینی
- توسعه پروسه‌های ارزان و سریع برای برپا کردن کسب‌وکار
- تصویب قوانین و مقررات بهتر
- آموزش جهت آماده کردن افراد متخصص
- بهبود دسترسی سریع به اینترنت و معامله از این طریق
- باز شدن بازارهای جدید
- بهبود مالیات و امور مالی
- توسعه ظرفیت تکنولوژیکی و نوآوری‌های کوچک و متوسط
- اطلاع‌رسانی شرکت‌های کوچک و متوسط در بهترین شیوه از طریق اینترنت و توسعه طرح‌های پشتیبانی SME
- نمایندگی موثر صنایع کوچک و متوسط در سطح ملی و بین‌المللی

بدین ترتیب با وجود رشد صنایع کوچک و متوسط، هم‌چنان به توسعه کارآفرینی، توسعه کسب‌وکار، یکپارچگی صنایع با بازارهای بین‌المللی، بهبود محیط کار، توسعه ظرفیت تکنولوژی و نوآوری تاکید می‌شود (Nurrachmi & Abd Samad, foughali: 2012)

لذا ترکیه از دهه 80 به‌تغییر نگرش اقتصادی از نیمه‌دولتی به اقتصاد باز و بین‌المللی دست زده است. امروز این کشور با تمرکز بر رشد صنایع کوچک و متوسط خود را از رتبه 47 کشورهای صنعتی جهان به رتبه 16 رسانده است و اکنون در زمره بیست کشور بزرگ صنعتی جهان قرار دارد. براساس داده‌های سازمان آمار ترکیه، در دهه اول سال 2010، عراق با واردات سه میلیارد و 747 میلیون دلار کالا در ردیف سومین کشور بزرگ واردکننده کالاهای ترکیه بوده است و ایران با واردات یک میلیارد و 754 و سوریه با واردات یک میلیارد و 138 میلیون دلار کالا از ترکیه در ردیف‌های دوازدهم و هفدهم جدول بیست کشور مهم واردکننده کالا قرار دارند (راز رشد اقتصاد ترکیه، 1389).

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

توجه به صنایع کوچک به دلیل ایجاد اشتغال، توسعه کسب‌وکار، کارآفرینی، تولید ثروت و کمک به درآمد ملی کشورها برای رسیدن به رشد اقتصادی بسیار کلیدی است. صنایعی که موجب درون‌زایی اقتصاد محلی، کنترل جمعیت، تامین نیاز بازار مصرف داخلی، کمک به گروه‌های آسیب‌پذیر، جوانان بی‌کار و در نهایت رشد توسعه اقتصادی می‌شود. در کشورهای توسعه‌یافته اهمیت این مسئله از سوی دولت درک شده و این مهم مورد توجه قرار گرفته است که رسیدن به اهداف توسعه با حمایت از صنایع در مقیاس کوچک آسان‌تر است. در نتیجه دولت با کاهش نقش خود شرایط و خدماتی را برای رشد صنایع کوچک و فعالیت کارآفرینان فراهم کرده است. در ترکیه از دهه 80 تا به امروز به این مهم توجه شده است. مطالعات انجام شده روشن می‌سازد که صنایع کوچک و متوسط محوریت اساسی در رشد اقتصادی ترکیه داشته است. با آگاهی از اینکه این صنایع سهم بزرگی از کل صنایع ترکیه و سهم بزرگی از کل اشتغال را به خود اختصاص داده است، اهمیت توجه به آن برای رشد اقتصادی این کشور، دو چندان می‌شود. با بررسی برنامه‌های توسعه ترکیه و با توجه به سیاست‌ها متوجه می‌شویم که جهت‌گیری سیاست‌گذاری به سمت کاهش مداخله‌گری دولت و فراهم کردن شرایط برای رشد صنایع کوچک و متوسط بوده است. بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک با ایده یک فرد شروع می‌شود؛ خالق یک کارآفرین است که نقاط شکاف در بازار یا فرصت‌های تجاری را دیده و ایده خود را به محصول قابل عرضه در بازار و یا خدمات قابل ارائه تبدیل می‌کند. از آنجایی که کارآفرینان ستون اصلی خلاقیت و تولید را تشکیل می‌دهند و کسب‌وکارهای کوچک برای موفقیت اقتصاد حیاتی است؛ لذا بدون کمک و نقش‌آفرینی دولت این صنایع به سمت کوچک شدن و انزوا پیش می‌روند. لذا دولت ملزم به همراهی، مشاوره و حمایت از طرح‌هایی است که کارآفرینان ارائه می‌دهند.

پیشنهادات

در ادامه به چند مسئله‌ای که در ترکیه مورد توجه قرار گرفته است و می‌تواند برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران کلیدی باشد، به صورت موردی اشاره می‌شود.

- 1. تقویت فرصت‌ها:** تقویت فرصت‌های تجاری برای صنایع کوچک شامل مواردی از جمله حمایت از کارآفرینان برای رقابت در داخل، ترویج شرایط لازم برای صادرات، امکان دسترسی بیشتر به بازارها، برداشتن موانع دست‌وپاگیر است. الزامات غیرقابل توجیه و یا غیرمعقول ضمن اینکه پرهزینه و وقت‌گیر است، می‌تواند کسب‌وکار کوچک را از رقابت در بازارهای داخلی و خارجی دور کند.
- 2. حمایت‌های مالی:** دولت می‌تواند بانک‌ها را به همراهی با تازه‌کارها تشویق کند و شرایطی را فراهم کند تا از سوی موسسات مالی - اعتباری وام‌هایی با نرخ پایین بهره، به صاحبان کسب‌وکار کوچک داده شود. همچنین معافیت‌های مالیاتی در این خصوص می‌تواند موثر باشد.
- 3. آموزش و پرورش:** برای اطمینان از کسب‌وکار مناسب به نیروی ماهر و آموزش‌دیده نیاز است. در این خصوص نحوه آموزش و پرورش کودکان دیروز و جوانان فردا بسیار کلیدی است.
- 4. حمایت از مالکیت معنوی:** در همکاری با شرکای تجاری باید برای کارآفرینان اطمینان حاصل شود که از حقوق مالکیت معنوی مانند اختراعات، علائم تجاری و مواردی از این قبیل محافظت می‌شود. بدین ترتیب هزینه‌ها تنها زمانی ارزشمند هستند که حفاظت کافی از مالکیت معنوی صورت گیرد.

5. **حمایت از پژوهشکده‌ها و موسسات تحقیقاتی:** دولت می‌تواند به موسسات تحقیقاتی و دانشگاه‌ها کمک مالی کند تا در جهت توسعه تکنولوژی‌های جدید که به نفع صنعت است، تحقیق کنند. در برخی موارد این حمایت‌ها می‌تواند به ساخت یک محصول جدید و یا خدماتی جدید کمک کند و یک مسئله حیاتی اقتصاد مانند حمل‌ونقل، انرژی، کشاورزی و ارتباطات را بهبود بخشد. به این ترتیب پروژه‌های تحقیقاتی، توسعه سرمایه‌گذاری، کار با سرمایه‌گذاران خصوصی موثر است.
6. **اصلاح زیرساخت‌ها:** دولت‌ها در کمک به بهبود زیرساخت‌های مورد نیاز صنایع کوچک نقش مهمی دارند چراکه می‌توانند موانع را برداشته و شرایط را برای رشد آنها فراهم کنند. مواردی از جمله خطوط انتقال انرژی و سیستم‌های ارتباط از راه دور که برای سرمایه‌گذاری در هر کسب و کاری بیش از حد پرهزینه است باید از سوی دولت برطرف شود و زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای رشد صنایع کوچک فراهم شود.
- بدین ترتیب ایران نیز با توجه به داشتن جمعیت جوان خلاق و گسترده، می‌تواند در این راستا به طور موفق گام بردارد. در این روند الگوبرداری از مدل ترکیه، توجه به رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط و خروج آنها از حالت حاشیه‌ای می‌تواند در رشد اقتصادی کشور مفید باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

الف) فارسی

1. رایبسون، جون (1353)، *مقدمه‌ای بر نظریه اشتغال*، احمد شهشهانی، تهران: جامعه و اقتصاد.
2. شوماخر، ای. اف (1372)، *اقتصاد با ابعاد سازمانی، کوچک زیباست*، ترجمه علی رامین، تهران: انتشارات سروش.
3. راز رشد اقتصاد ترکیه (1389)، قابل دسترسی در: <http://www.ecasb.com/fa/article/933>

ب) لاتین

1. **European Commission** (2005), "The new SME definition User guide and model declaration", ENTERPRISE AND INDUSTRY PUBLICATIONS, Available At: <http://daviddeghany.blogfa.com/page/onlinekochakzibast.aspx>
2. **MDG fund** (2009), "Harnessing Sustainable Linkages for SMEs in Turkey's Textile Sector", Available At: <http://www.mdgfund.org/node/742>
3. Baer, Meryl (2008), "Definition of Small& Medium Scale Industries", Available At: <http://smallbusiness.chron.com/definition-small-medium-scale-industries-15213.html>
4. Nurrachmi, Rininta & Abd Samad, Khairunnisa& Foughali, Ibrahim (2012), "The Development of SMEs in Turkey", Available At: http://mpira.ub.uni-muenchen.de/46817/1/MPRA_paper_46817.pdf
5. Siemon, Smid&Taskesen Fatma (2002), "Study on the situation of enterprises, the industry and the service sectors in Turkey", Cyprus and Malta, , available at: <http://www.dto.org.tr/en/data/TR'DE%20TEKST%C4%B0L-EN.pdf>
6. **Turkish Statistical Institute** (2014), "Small and Medium Size Enterprises Statistics", available at: <http://www.turkstat.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18521>