

بررسی تأثیر بهبود شاخص‌های محیط کسب و کار بر تأسیس بنگاه‌های کوچک و متوسط کشور در راستای تحقق پشتیبانی‌ها و مانع زدایی‌ها

مهدی ریاضی^۱

رضا بحرینی^{۲*}

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۱/۰۱/۰۲

چکیده

امروزه اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط تولیدی بیش از پیش برجسته شده است، چرا که این کسب و کارها سهم بسزایی در تولید ناخالص کشورها ایفا نموده و به نحوی موتور محرکه اقتصاد محسوب می‌شوند. بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که یکی از عمده‌ترین عواملی که می‌تواند در راه اندازی و تداوم عملکرد مطلوب کسب و کارهای کوچک و متوسط نقش ویژه‌ای ایفا کند، توسعه و بهبود محیط کسب و کار است. از این رو هدف این پژوهش شناسایی تأثیر بهبود شاخص‌های محیط کسب و کار بر راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌باشد. با توجه به این موضوع، در این پژوهش در بخش کیفی از ابزار مصاحبه و در بخش کمی از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها بهره برده شده است و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از کدگذاری و در بخش کمی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart PLS استفاده گردید.

نتایج پژوهش نشان داد که شروع کسب و کار، اخذ مجوزهای کسب و کار، دسترسی به برق، اخذ اعتبار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، اجرای قراردادهای، امنیت سرمایه‌گذاری، سطح فساد، دسترسی به اطلاعات، رقابت پذیری، تحریم، تعاملات بین‌المللی، سرمایه خارجی، تورم، مداخلات دولت، هماهنگی بین سازمان‌ها و خروج نخبگان تأثیر معناداری بر راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط داشته‌اند. این تحلیل نتوانست تأثیر بین شاخص‌های ثبت مالکیت، ورشکستگی و فضای مجازی بر راه اندازی بنگاه‌های کوچک و متوسط را تأیید نماید.

واژگان کلیدی: بنگاه‌های کوچک و متوسط، محیط کسب و کار، شاخص‌های شروع کسب و کار.

^۱ دکتری مدیریت تولید و عملیات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران.

(kolahdoz93@gmail.com)

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران. نویسنده

مسئول. (reza_bah@yahoo.com)

۱. مقدمه

فضای رقابتی عصر حاضر و وجود موانع و تحریم های گسترده، عملکرد واحدهای تولیدی را با چالش های اساسی روبه‌رو ساخته است. بر این اساس تعیین شعار سال های گذشته توسط مقام معظم رهبری بیانگر اهمیت توجه به تولید و نقش آن در توسعه اقتصادی کشور است. تأکید ویژه بر تولید و رفع موانع موجود در این مسیر و پشتیبانی هایی که در این امر باید صورت پذیرد، به همراه توجه به کارآفرینی و دانش بنیان بودن تولید خواهد توانست به توسعه اقتصادی کشور و مشکلات ناشی از آن کمک های شایانی نماید. بدین منظور و در راستای تحقق این شعار در سطح گسترده، بررسی کسب و کارهای کوچک و متوسط تولیدی بیش از پیش با اهمیت جلوه می کند. چرا که کسب و کارهای کوچک و متوسط سهم بسزایی در تولید ناخالص داخلی ایفا نموده و به نحوی موتور محرکه اقتصاد محسوب می شوند.

در کشور ما از مشکلات ساختاری اقتصاد و نامساعد بودن شرایط تولید به عنوان مشکلات اصلی بحث تولید نام برده می شود؛ اما تبیین جامع و مناسبی از این مشکلات ساختاری و شرایط نامناسب و نیز چگونگی بهبود آنها صورت نگرفته است. با وجود اهمیت فراوان بنگاه های کوچک و متوسط در اقتصاد و اشتغال، این شرکتها در کشورهای در حال توسعه، با مشکلات متعددی روبرو هستند و از ظرفیت آنها استفاده نمی شود. به علت نبود فضای مناسب کسب و کار و حمایت های قوی مالی، که در اقتصاد های بسته و اغلب دولتی از این بخش می شود، این بخش به شدت ناتوان شده است؛ اما نکته ای که نباید از نظر دور داشت، این است که جهان به سمت اقتصاد باز و ایجاد محیط رقابتی حرکت می کند. اگر این شرکت ها با یک روش علمی خود را آماده برخورد با چنین موقعیتی نکنند، نمی توانند در محیط رقابتی باقی بمانند. ماندگاری در یک اقتصاد رقابتی و باز، بستگی به عملکرد های کارآمد با تمرکز زیاد بر مشتری و رقابت دارد. بنابراین شرکت ها باید هر چه سریعتر قواعد بازی رقابت و عوامل مؤثر بر رقابت پذیری را بیاموزند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱).

بررسی های صورت گرفته نشان می دهد که یکی از عمده ترین عواملی که می تواند در راه اندازی و تداوم عملکرد مطلوب کسب و کارهای کوچک و متوسط نقش ویژه ای ایفا کند، توسعه و بهبود محیط کسب و کار است. محیط کسب و کار را مجموعه ای از سیاستها، شرایط حقوقی، نهادی و مقرراتی می توان تعریف کرد که بر فعالیت های کسب و کار حاکم است. بانک جهانی از سال ۲۰۰۵ گزارش هایی به طور سالیانه تحت عنوان «انجام کسب و کار»^۱ منتشر کرده است. در آخرین گزارش سال ۲۰۲۰ بانک جهانی، ایران در رتبه ۱۲۷ از میان ۱۹۱ کشور جهان قرار گرفته است. جایگاه منطقه ای ایران نیز در میان کشورهای موضوع سند چشم انداز با توجه به گزارش بانک جهانی رتبه ۱۶ از میان ۲۵ کشور است که از جایگاه نامناسب ایران حکایت دارد (اتاق بازرگانی ایران، ۱۳۹۹).

در ایران نیز دولت می بایست یکی از سیاست اصلی خود را بر محیط کسب و کار متمرکز کند تا بنگاه های کوچک و متوسط، بزرگ شده و در اقتصاد کشور نقش آفرینی نمایند. لذا با بهبود محیط کسب و کار، سرمایه

^۱ Doing business

گذاری برای بخش خصوصی مقرون به صرفه و جذاب تر خواهد شد. بی توجهی دولت ها به مسائلی همچون وجود هزینه‌های غیر مستقیم و پیچیدگی های فراوان راه‌اندازی یک کسب و کار موجب عدم رونق تولید برای اجرایی سازی اصلاحات اقتصادی در ایران شده است. تحقق این امر در گرو شناسایی و تحلیل عواملی است که در بهبود محیط کسب و کار بنگاه های کوچک و متوسط نقش بسزایی دارند. بنابراین، این مطالعه در پی شناسایی اثرگذاری بهبود شاخص های محیط کسب و کار بر راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌باشد تا بدین طریق و بر پایه نتایج حاصل شده بتوان راهکارهای مطلوبی را در راستای رفع موانع تولید ارائه نمود.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. مبانی نظری پژوهش

۲-۱-۱. محیط کسب و کار

شرایط حاکم بر فعالیت های اقتصادی در یک کشور اعم از تولید کالا و خدمات، توزیع، تبادلات مالی داخلی و بین المللی و تجارت فرامرزی از مهمترین علل توسعه یافتگی یا ناکامی های اقتصادی آن کشور است. ملاحظه این شرایط به عنوان آیینه تمام نمای اقتصاد یک جامعه و تبدیل آن به شاخص های عددی و قابل مقایسه امری است که امروزه از سوی تمامی صاحب نظران، کارشناسان و سرمایه گذاران مورد توجه قرار گرفته است. محیط کسب و کار را می توان از حوزه های استراتژیک توسعه صنعتی تلقی کرد، که عمدتاً ناشی از کلیه عوامل بیرونی بوده و عواملی چون بهره وری و اشتغال نیروی کار، سرمایه گذاری، آزادیهای اقتصادی تولیدکنندگان و ظرفیت های تولیدی را تحت تأثیر خود قرار می دهد.

کسب و کار به هر نوع فعالیت تکرار شونده و مشروع اقتصادی از قبیل تولید، خرید و فروش کالا و خدمات به قصد کسب منافع اقتصادی گفته می شود و محیط کسب و کار به مجموعه عوامل مؤثر بر اداره یا عملکرد بنگاه های تولیدی که خارج از کنترل مدیران آنها هستند، گفته می شود. هر آنچه را که بر روی فعالیت های واحد صنعتی تأثیر گذار باشد، اما جزئی از آن واحد نباشد را محیط کسب و کار گویند. این نظریه ای است که آندره کلارک^۱ نظریه پرداز و اقتصاددان در تعریفی از محیط کسب و کار بیان می کند و می توان گفت کامل ترین تعریفی است که در این باره وجود دارد (اشرفی، ۱۳۹۰). بهبود فضای کسب و کار به معنای بهبود رونق فضای تولید و در نتیجه محرک رشد اقتصادی است، به گونه ای که بهبود فضای کسب و کار زمینه مشارکت بخش خصوصی در عرصه اقتصاد، ارتقاء سطح اشتغال و تولید را فراهم می سازد. در نتیجه بهبود فضای کسب و کار از جمله مسائل اساسی در پیشبرد اهداف اقتصادی کشورها است و به عنوان پیش نیاز خصوصی سازی شناخته می شود؛ بهبود این شاخص، شرایط تولیدی را بهبود می بخشد و سرمایه گذاران را ترغیب به سرمایه گذاری در پروژه های صنعتی و تولیدی می کند. به ویژه این تأثیر در بخش بنگاه های کوچک و متوسط خود را بیشتر نمایان می کند (نیلی و همکاران، ۱۳۸۲).

¹ Andre clark

از سوی دیگر، توسعه اقتصادی بر پایه رقابت پذیری کشورها استوار است و سلامت محیط کسب و کار از عوامل مؤثر بر رقابت پذیری می باشد. محیط کسب و کار روشن و سالم که منتج از سلامت اقتصاد و سیاست درست کشورها است، منجر به نتیجه های مثبت اقتصادی از قبیل صادرات مفید، رشد اقتصادی و توسعه صنعتی می شود و از مواردی است که اکیداً باید در فهرست سیاست های اقتصادی دولت ها قرار بگیرد (پستما، ۲۰۰۵). فضای دیوانسالارانه و پرپیچ و خم قوانین و مقررات و مراحل اخذ مجوز آغاز یک فعالیت اقتصادی در کشور، باعث شده است تا به رغم اهتمام متولیان اقتصاد کلان در حمایت از بنگاه های اقتصادی به طرق مختلف از جمله افزایش تسهیلات بانکی و کاهش نرخ های بهره، افزایش و تزیق نقدینگی و کمک های صورت گرفته به جای ارتقاء تولید، از طریق نشت در کانال های غیرتولیدی به رشد تقاضا و افزایش سطح عمومی قیمتها منجر شود. در واقع نقدینگی تزریق شده به جامعه به جای افزایش تولید به افزایش قیمتها منجر شده و به رغم افزایش شدید نقدینگی، بخش مولد کشور همواره از کمبود نقدینگی گلایه مند است. آنچه مسلم است رشد نقدینگی چنانچه در مسیر تولید قرار نگیرد، از طریق سرعت گردش پول و تغییر در نرخ تورم مطابق رابطه مقداری پول در اقتصاد تخلیه می شود. به طور قطع یکی از دلایل مهم نشت نقدینگی به بخشهای غیرتولیدی، نامساعد بودن محیط کسب و کار و فضای سرمایه گذاری در اقتصاد کشور بوده است. وجود موانع و تنگناها در تولید و رتبه ضعیف ایران در شاخص های سهولت کسب و کار در عرصه جهانی و منطقه ای، دلیلی متقن برای تبیین ضریب همبستگی بالای میان رشد نقدینگی و تورم در اقتصاد ایران می باشد (نیلی، ۱۳۸۲).

در این میان شاهد این هستیم که برخی از رقبای منطقه ای با بهبود مستمر محیط کسب و کار در کشورشان، هم جایگاه مطلوبی در این رتبه بندی ها به دست آورده اند و هم با ایجاد محیط مناسب و جذاب برای سرمایه گذاری در کشورشان، رشد اقتصادی، اشتغال و رفاه بیشتری برای شهروندان خود ایجاد کرده اند. لازم به ذکر است که این اصطلاح نوظهور یعنی محیط کسب و کار، مفهومی چند بعدی است که عملکرد تقریباً همه دستگاه ها و نهادهای کشور در آن مؤثرند. از نیروی انتظامی و دادگستری گرفته تا شورای فرهنگ عمومی و نمایندگی های سیاسی کشور در خارج که آنها را در بر می گیرد (مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار، ۱۳۹۷).

بانک جهانی از سال ۲۰۰۰، گروه کسب و کار را تأسیس نموده و از سال ۲۰۰۴ به طور مرتب و سالانه گزارش هایی در این حیطه منتشر می کند. این گروه محیط کسب و کار را محیطی اداری و مقرراتی در نظر می گیرد که فعالان کسب و کار در مراحل مختلف فعالیت خود با آنها درگیرند و پیشرفت فعالیتشان در گرو سهولت انجام امور اداری و مقرراتی مذکور است. در این چارچوب، ۱۰ حوزه از محیط کسب و کار شناسایی شده و در هر مورد با اتکا به شاخص های مختلف، وضعیت حدود ۱۹۰ کشور جهان سنجش و مقایسه شده و بهترین رویه های تجربه شده مستندسازی و معرفی می گردد. این داده ها ارزیابی خوبی از شرایط واقعی کارآفرینی در کشورهای مختلف را ارائه می دهد. هرچه مراحل، هزینه ها و زمان انجام مراحل کسب و کار

¹ Postma

کمر باشد، هزینه های شروع و تداوم فعالیت اقتصادی کاهش و احتمال شکل گیری کسب و کارها افزایش می یابد (کانت^۱، ۲۰۰۶). بر این مبناء، گروه مذکور یک بانک اطلاعاتی وسیع تهیه نموده که وضع متغیرها و اجزای آن را در میان کشورهای جهان از جمله ایران و همچنین تغییرات آنها را در طول زمان نشان می دهد و خود مدعی این امر است که با بهبود شاخص ها، بهبود محسوسی در نرخ تشکیل بنگاه ها و توسعه ورود بخش غیر رسمی به بخش رسمی، کاهش بیکاری و فقر ایجاد می شود.

۲-۱-۲. مدل سهولت انجام کسب و کار

مطابق جدول شماره (۱) شاخص سهولت انجام کسب و کار بانک جهانی، ۱۰ نماگر درخصوص قانون گذاری و تنظیم مقررات شامل «شروع کسب و کار، اخذ مجوزهای ساخت، دسترسی به برق، ثبت مالکیت، اخذ اعتبار، حمایت از سرمایه گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، اجرای قراردادهای و ورشکستگی و پرداخت دیون» را ارائه می دهد.

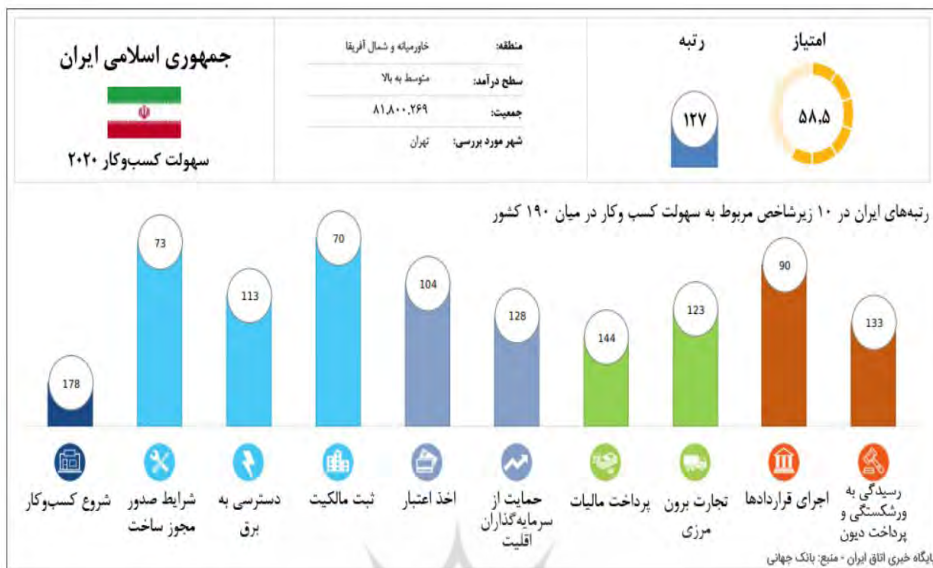
جدول شماره (۱) شاخص های محیط کسب و کار بانک جهانی

مراحل، زمان، هزینه، حداقل سرمایه	شروع کسب و کار
مراحل، زمان، هزینه تکمیل فرایندهای ساخت	اخذ مجوزهای ساخت
مراحل، زمان، هزینه اتصال به شبکه برق، قابلیت اطمینان عرضه برق و شفافیت تعرفه ها	دسترسی به برق
مراحل، زمان، هزینه انتقال مالکیت و کیفیت سیستم مدیریت زمین	ثبت مالکیت
قوانین وثایق منقول و سیستم های اطلاعات اعتباری	اخذ اعتبار
حقوق سهامداران خرد در معاملات با اشخاص وابسته در حاکمیت شرکتی	حمایت از سرمایه گذاران خرد
پرداخت ها، زمان، نرخ مالیات کل و سهم های اجباری برای مطابقت شرکت با قوانین مالیاتی	پرداخت مالیات
زمان و هزینه صادرات محصول دارای مزیت نسبی و واردات	تجارت فرامرزی
زمان و هزینه برای حل اختلاف تجاری و کیفیت فرایندهای قضایی	اجرای قراردادها
مراحل، زمان، هزینه و نرخ بازیابی ورشکستگی تجاری و قدرت چارچوب قانون ورشکستگی	ورشکستگی و پرداخت دیون

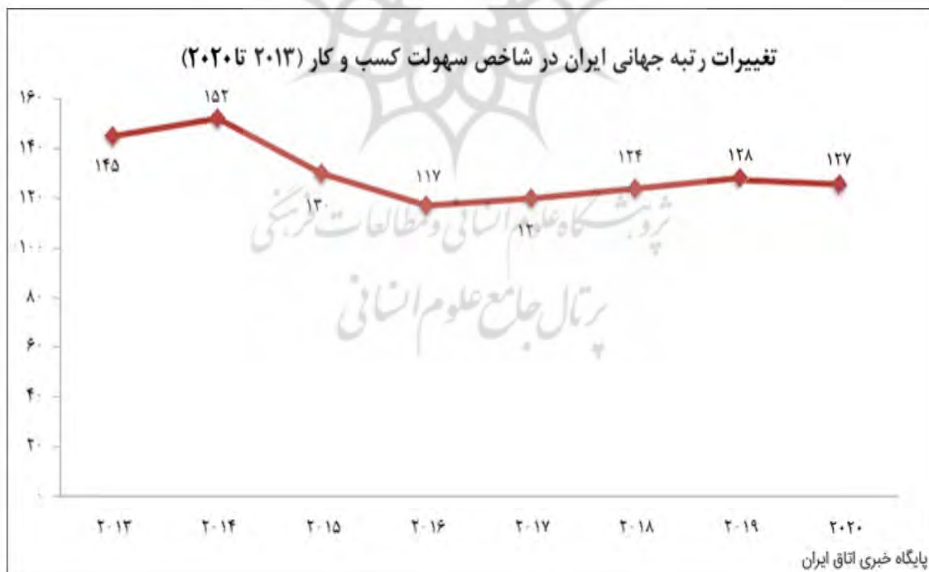
منبع: اتاق بازرگانی تهران، معاونت بررسیهای اقتصادی، ۲۰۲۰

طبق آخرین گزارش بانک جهانی (شکل شماره ۲)، رتبه کسب و کار ایران با یک پله بهبود نسبت به سال قبل به رتبه ۱۲۷ رسیده است که نشانگر رتبه کاملاً نامناسب برای کشور می باشد. در شکل شماره (۱)، شاخص های فرعی ده گانه محیط کسب و کار کشور نشان داده شده است. در این شکل شروع کسب و کار دارای بدترین رتبه و ثبت مالکیت دارای بهترین رتبه نسبت به سایر شاخص ها دارند.

¹ kunt



شکل شماره (۱) وضعیت محیط کسب و کار ایران
 منبع: اتاق بازرگانی تهران، معاونت بررسیهای اقتصادی، ۲۰۲۰



شکل شماره (۲) رتبه و امتیاز ایران در شاخص کسب و کار
 منبع: اتاق بازرگانی تهران، معاونت بررسیهای اقتصادی، ۲۰۲۰

۲-۱-۳. بنگاه های کوچک و متوسط^۱

بنگاه های کوچک و متوسط نهادهای اقتصادی هستند که از طریق انباشت منابع مالی خرد، کارآفرینی و پیوند با صنایع، زمینه های توسعه اقتصادی را فراهم می آورند. این بنگاه ها در رشد اقتصادی، اشتغال، تولید ثروت و کاهش فقر کشورها نقش حیاتی ایفا می کنند (شریف زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

تلاشهای زیادی برای ارائه تعریف جامع و واحدی از بنگاه های کوچک و متوسط از سوی سازمانها و نهادهای اقتصادی بین المللی صورت گرفته است، لکن تاکنون تعریف جامع و واحدی از بنگاه های کوچک و متوسط در دست نیست. هر کشور، سازمان یا نهادی براساس معیارهای خاص خود بنگاه های کوچک و متوسط را تعریف کرده است. اهم معیارهایی که براساس آنها بنگاه های کوچک و متوسط شناسایی می شوند عبارتند از: تعداد کارکنان، میزان سرمایه، ارزش دارایی، میزان فروش سالیانه و نوع مالکیت است. با پیدایش ادبیات مربوط به بنگاه های کوچک و متوسط، کشورها عمدتاً بر مبنای تعداد کارکنان این بنگاه ها را دسته بندی می کردند، اما اکنون کشورها (به خصوص کشورهای توسعه یافته) بنگاه ها را براساس تلفیقی از شاخص ها دسته بندی می کنند. در ایران تعریف واحد و رسمی از بنگاه های کوچک و متوسط موجود نیست؛ همچنین همه تعاریف موجود از طرف سازمانهای رسمی بر مبنای تعداد کارکنان ارائه شده است. مهمترین تعاریف موجود در زمینه بنگاه های کوچک و متوسط از سوی نهادهای مختلف کشور در جدول زیر ارائه شده است (OECD, 2017).

جدول شماره (۲) تعاریف بنگاههای کوچک و متوسط در ایران

تعریف بنگاههای کوچک و متوسط	نام سازمان
بنگاه های کمتر از ۵۰ نفر کارکن جزء بنگاه های کوچک و متوسط تعریف می شوند.	وزارت صنعت، معدن و تجارت
کسب و کارها به چهار گروه طبقه بندی شده است: ۱-۹ کارکن «خرد»، ۱۰-۴۹ کارکن «کوچک»، ۵۰-۹۹ کارکن «متوسط» و بیش از ۱۰۰ کارکن «بزرگ»	مرکز آمار ایران
بنگاه های کمتر از ۵۰ نفر کارکن بنگاه های کوچک و متوسط تعریف می شوند.	وزارت جهاد کشاورزی
بنگاه های بین ۵ تا ۵۰ نفر بنگاه های کوچک و متوسط تعریف می شوند.	سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی
بنگاه های با کمتر از ۱۰ نفر کارکن «خرد»، ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن «کوچک»، ۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن «متوسط» و بالاتر از ۱۰۰ نفر کارکن «بزرگ» تعریف می شوند.	اداره آمار بانک مرکزی

منبع: نگارندگان پژوهش

توجه به نقش بنگاه های کوچک و متوسط تولیدی، اگرچه در بسیاری از کشورها توانسته است در ایجاد اشتغال کمک نماید، اما مطالعات متعدد انجام شده در کشورهای جهان نشان دهنده دو مطلب اصلی دیگر نیز بوده است. نخست آنکه از تعداد زیادی از بنگاه های کوچک و متوسط که در فعالیتهای اقتصادی وارد می شوند، تعداد زیادی نیز در سالهای اولیه ورود از گردونه فعالیتهای اقتصادی خارج می شوند. افزون بر این، در میان

¹ small and medium enterprises

بنگاه‌هایی که توانایی ادامه حیات اقتصادی می‌یابند تعداد و در نتیجه درصد بسیار معدودی - که تقریباً در تمامی دنیا کمتر از ۱۰ درصد را تشکیل می‌دهند - رشدی سریع را در طول دوره حیات خویش تجربه می‌نمایند. این گروه، با آنکه در تعداد از کل بنگاه‌ها اندک اند، اما با ویژگی اساسی خود، یعنی رشدی سریع، می‌توانند درصد بالایی از رشد اشتغال بخش معینی از اقتصاد مانند بخش صنعت را به خود اختصاص دهند. به همین علت این دسته از بنگاه‌ها همواره کانون توجه دولت و تصمیم‌گیران اقتصادی بوده‌اند (نیلی، ۱۳۸۲).

۲-۱-۴. نقش بنگاه های کوچک و متوسط در اقتصاد

۲-۱-۴-۱. نقش بنگاه های کوچک و متوسط در اشتغال

یکی از خصوصیات آنکه اغلب به بنگاه های کوچک و متوسط نسبت داده می‌شود، مشارکت بالای آنها در خلق اشتغال و در نتیجه ایجاد درآمد و رشد اقتصادی می‌باشد. در خصوص میزان اشتغال ایجاد شده توسط این بنگاه‌ها، در میان ۳۰ کشور پردرآمد، بنگاه های کوچک و متوسط، دو سوم اشتغال بخش رسمی را تشکیل می‌دهند. بیش از ۹۰ درصد از کسب و کارهای ثبت شده در جهان، بنگاه های کوچک و متوسط هستند. این رقم در اروپا بالغ بر ۹۵ درصد می‌باشد. ارزش افزوده تولید شده توسط این بنگاه‌ها در کشورهای توسعه یافته، بین یک سوم تا یک دوم از ارزش افزوده کل کشور می‌باشد. این نسبت در کشورهای کم درآمد به حدود ۱۵ درصد از تولید ناخالص ملی کاهش می‌یابد. بر اساس آخرین گزارش شرکت شهرک‌های صنعتی ایران، سهم بنگاه های کوچک و متوسط از کل صنعت در کشور، ۸۰ درصد می‌باشد. سهم واحدهای خرد (زیر ۱۰ نفر اشتغال) موجود در شهرک‌های صنعتی ۴۱ درصد، سهم واحدهای کوچک (زیر ۵۰ نفر اشتغال) ۵۲ درصد و سهم صنایع متوسط و بزرگ را به ترتیب ۶ و ۱ درصد می‌باشد. درصد اشتغال این بنگاه‌ها به کل اشتغال ایجاد شده توسط بنگاه های صنعتی، تقریباً ۳۰ درصد است. آنچه درباره این بنگاه‌ها حائز اهمیت است، ظرفیت آنها در خلق فرصتهای شغلی جدید و به کارگرفتن نیروهای بیکار در کشورها است. براساس آمار کمیسیون اروپا ۸۰ درصد از خلق فرصتهای شغلی جدید در اتحادیه اروپا بر عهده بنگاه های کوچک و متوسط بوده است (مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار، ۱۳۹۷).

۲-۱-۴-۲. نقش بنگاه های کوچک و متوسط در هدایت بخش غیررسمی به بخش مولد اقتصاد

یکی از راهبردهای مهم برای هدایت بخش غیر رسمی بازار به بخش مولد اقتصاد، توسعه و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط است. رونق این بنگاه‌ها منجر به کاهش نرخ مشارکت نیروی کار در شغل های کاذب و غیررسمی می‌شود. این راهبرد، به خصوص در مورد کشورهای کمتر توسعه یافته، به دلیل نسبت بالای بخش غیررسمی، می‌تواند مؤثر واقع شود. وظیفه نهادهای حاکمیتی به صرفه کردن فعالیتهای مولد نسبت به فعالیتهای غیرمولد با استفاده از سازوکارها و قوانین و سیاستگذاری است.

۲-۱-۴-۳. بنگاه های کوچک و متوسط در افزایش رقابت پذیری کالاها در بازار جهانی

رقابت پذیری در بازارهای جهانی کالا و خدمات یکی از مهمترین مزیت‌های تجارت بین المللی کشورها است

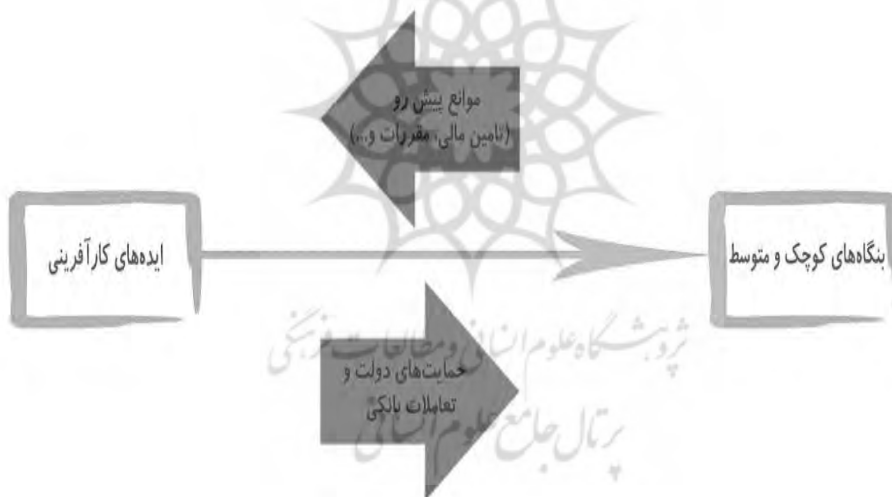
که بنگاه های کوچک و متوسط با تولید کالاهای جدید و متنوع در این باب نقش بی بدیلی بر عهده دارند. مطالعه دلایل رشد اقتصادهای نوظهور به وضوح نشان دهنده این بحث است که بنگاه های کوچک و متوسط نقش معناداری در رشد صادرات این کشورها داشته اند و بر این اساس مورد حمایت قرار گرفته اند.

۲-۱-۴. نقش بنگاه های کوچک و متوسط در تجمیع پس اندازهای خرد

خلق کانال های متنوع و کارا برای هدایت پس اندازهای خرد به سمت تولید در اقتصاد یکی از مهمترین دغدغه های اقتصادی دولت ها است. بنگاه های کوچک و متوسط به خوبی می توانند ضمن تجمیع پس اندازهای پراکنده در اقتصاد، زمینه های تزریق منابع مالی خرد به تولید را فراهم کنند.

۲-۱-۵. نقش بنگاه های کوچک و متوسط در کارآفرینی و خلق ایده های نو در تولید

ایده های کارآفرینی و دانش بنیان در بستر بنگاه های کوچک و متوسط رشد و گسترش پیدا می کنند. اگر کارآفرینی را یک فرایند در نظر بگیریم، بنگاه های کوچک و متوسط ابزار اجرایی آن در بخشهای مختلف اقتصاد هستند که حمایت از این بنگاه ها به رشد و گسترش کارآفرینی منجر خواهد شد.



شکل شماره (۳) نقش بنگاه های کوچک و متوسط در کارآفرینی و خلق ایده های نو در تولید

منبع: نیلی، ۱۳۸۲

۲-۱-۵. مزایای بنگاه های کوچک و متوسط

به طور خلاصه مزایای بنگاه های کوچک و متوسط را می توان به صورت زیر بیان کرد:

– چالاکي و انعطاف پذیری بیشتر در مقایسه با واحدهای بزرگ؛

- توان رقابتی بالا در شرایط عدم اطمینان؛
- کنترل و نظارت بیشتر بر نیروی کار؛
- کاهش حجم سرمایه گذاری اولیه و صرفه اقتصادی؛
- برخورداری از فرصتهای رشد سریع؛
- متنوع سازی محصولات با سرعت بالا بنا بر درخواست و نیاز بازار؛
- ایجاد نوآوری در فضای کسب و کار؛
- توانایی تصمیم گیری سریع؛
- توزیع ثروت در جامعه؛
- توسعه مناطق محروم و تمرکز زدایی و بومی سازی صنعت در مناطق محروم؛
- جلوگیری از مهاجرت روستاییان بسوی شهرها و تحقق اهداف آمایش سرزمینی؛
- بهبود شرایط منطقه ای نظیر متوازن نمودن اشتغال و رشد صنعتی در مناطق مختلف؛
- تأمین و تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر؛
- رشد واحدهای صنعتی کوچک از طریق برونسپاری از طرف صنایع بزرگ (رامکیسون، ۲۰۱۷).

۲-۱-۶. محدودیت های ذاتی بنگاه های کوچک و متوسط

شرکت های کوچک و متوسط دارای محدودیت های ذاتی هستند که خلاصه ای از آنها عبارتند از:

- مشکلات مالی و سرمایه ای؛
- کمبود دانش و تخصص؛
- کمبود سرمایه انسانی؛
- کمبود منابع اولیه؛
- عدم ساختار صحیح و جانشین مناسب برای کارآفرینان و مؤسسان در هنگام بازنشستگی؛
- نقص در تحقیقات بازار و بازاریابی؛
- تأثیر گذاری بیشتر مشکلات قوانین و مقررات؛
- کمبود اطلاعات؛
- فقدان منابع لازم برای جبران تصمیمات اشتباه (درمقایسه با شرکت های بزرگ)؛
- ضعف بازاریابی؛
- عدم توانایی در رقابت با شرکت های بزرگ تر (رامکیسون، ۲۰۱۷).

۲-۱-۷. موانع بیرونی بنگاه های کوچک و متوسط

شرکت ها در فضای کسب و کارشان دارای موانع و محدودیت هایی می باشند که بخشی از آنها از محیط خارجی بر آنها تحمیل می شود. از مهمترین موانع بیرونی که بر کسب و کارها تأثیرگذار است را می توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف) فضای کسب و کار نامناسب

کیفیت زیرساخت های کشور، کیفیت دستگاه های اجرایی، نظام وضع قوانین و مقررات، هزینه و امکان دسترسی به اطلاعات، ثبات اقتصاد کلان، آمار و فرهنگ و کار و عوامل دیگری از این دست، از جمله عواملی هستند که عملکرد واحدهای اقتصادی را تحت تأثیر قرار می دهند؛ در حالی که مدیران واحدهای اقتصادی نمی توانند تأثیر چندانی بر آنها بگذارند.

ب) اقتصاد دولتی

وجود حداکثری دولت در تمامی شئون اقتصادی کشور را می توان یکی از مهمترین دلایل عدم رشد و بالندگی بنگاه های کوچک و متوسط کشور دانست.

ج) عدم توسعه بازارهای مالی

یکی از مهمترین دلایل نامطلوب بودن وضعیت بنگاه های کوچک و متوسط کشور، نبود ابزارها و بسترهای مالی مناسب برای این بنگاه ها است. می توان گفت که در کشور هنوز بین بخش بانکی (به عنوان اصلی ترین نهاد تأمین مالی در کشور) و بخش تولید ارتباط سازنده ای برقرار نشده است. همچنین بانک محور بودن بازار مالی کشور و عدم رشد کافی سایر بازارهای مالی هم یکی از دلایل عدم تأمین مالی بنگاه های کوچک و متوسط بوده است. بررسی های بانک جهانی نشان می دهد در کشورهای با درآمد پایین، بیش از نیمی از بنگاه های کوچک و متوسط با محدودیت تأمین مالی مواجه هستند. در کشورهای توسعه یافته تأمین مالی شرکتهای بزرگ عموماً از طریق بازار سرمایه و تأمین مالی شرکتهای کوچک و متوسط از طریق بانک ها انجام می گیرد، اما در ایران به دلیل عدم پیشرفت بازارهای مالی، تأمین مالی شرکتهای بزرگ عمدتاً از طریق بانکها انجام می شود و از طرف دیگر به دلیل وجود تسهیلات تکلیفی، عملاً منابع ناچیزی برای تأمین مالی بنگاه های کوچک و متوسط باقی می ماند.

د) نبود چرخه حمایتی از بنگاه های کوچک و متوسط

با توجه به اینکه در اغلب کشورهای دنیا سازوکار معین و شفاف برای رشد و بلوغ اولیه بنگاه های کوچک وجود دارد، یکی از زمینه هایی که منجر به عدم رونق این بنگاه ها در کشور شده است، نبود سازوکار و چرخه حمایتی برای بنگاه های خرد و کوچک، به ویژه در سالهای اولیه فعالیت است که باعث شکل گیری فرهنگ انحصار بنگاه های بزرگ و تلاش برای حذف بنگاه های کوچک شده است (واحد مقدم، ۱۳۹۴).

۲-۲. پیشینه پژوهش

لی و کیم^۱ (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای به بررسی اثرگذاری تغییرات مثبت محیط کسب و کار بر عملکرد کسب و کار پرداختند. این مطالعه که با استفاده از روش فراترکیب و با بهره‌گیری از داده‌های حاصل از مطالعات تجربی پیشین در حوزه محیط کسب و کار صورت گرفت. یافته‌های این مطالعه با استفاده از تحلیل‌های کیفی نشان داد که محیط قانونی، فرهنگی و سیاسی از اصلی‌ترین عناصر تأثیر گذار بر محیط کسب و کار هستند. یافته‌های این مطالعه حاکی از آن است که دولت‌ها می‌بایست با بهره‌گیری از سیاست‌های حمایتی خود به ویژه در خصوص برقراری خط مشی‌های حمایتی از کسب و کارهای کوچک و متوسط و همچنین توسعه زیرساخت‌های مناسب بتوانند در راستای بهبود محیط کسب و کار گام برداشته و از این طریق حمایت‌های مطلوبی را از این قبیل کسب و کارها به عمل آورند.

کاکر و یان^۲ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای به بررسی اثرگذاری بهبود محیط کسب و کار بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداختند. این مطالعه که با روش توصیفی از نوع پیمایشی در میان ۳۵۰ نفر از مدیران کارآفرین در حوزه مواد غذایی و با روش نمونه‌گیری هدفمند انجام پذیرفت. نتیجه حاصل شده از این مطالعه نشان داد که محیط کسب و کار بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر معناداری دارد. همچنین یافته‌های این مطالعه نشان داد که محیط سیاسی و فرهنگی از توان اثرگذاری بالاتری نسبت به سایر وجوه محیط کسب و کار برخوردارند.

غلامرضا سلیمانی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای به بررسی نقش بهبود محیط کسب و کار در رشد اقتصادی با تأکید بر محیط کسب و کار استان همدان پرداختند. آگاهی از وضعیت فضای کسب و کار و تلاش جهت بهبود آن به عنوان یک راهبرد اقتصادی برای دولت‌ها شناخته می‌شود، زیرا بین بهبود این فضا و رشد تولید ملی و جذب سرمایه گذار خارجی همواره رابطه مستقیمی وجود دارد. درحقیقت بهبود محیط کسب و کار موجبات افزایش رشد اقتصادی و بهره‌وری را از طریق افزایش تولید و اشتغال، کاهش فساد، کاهش هزینه‌های تولید و قیمت تمام شده محصولات، افزایش امنیت اقتصادی، افزایش مشارکت‌های مالی و گسترش بخش رسمی فراهم می‌آورد. منظور از فضای کسب و کار، عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاه‌های حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و... است که تغییر دادن آنها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی است. برای کنترل وضعیت فضای کسب و کار هر کشوری از جهت توسعه، حفظ و بهبود، نیاز به ابزارکنترلی می‌باشد که تعریف و انتخاب این شاخص و اندازه‌گیری دوره‌های آن و بدنبال آن تعریف برنامه‌های بهبود و اجرای آن برنامه‌ها می‌تواند راهگشای بهبود وضعیت اقتصادی باشد. در این مطالعه سعی شده تا با ارائه مدل کلی به تحلیل نقاط ضعف و قوت محیط کسب و کار با تأکید استانی و در نهایت ارائه راهکار به منظور بیان تأثیر بهبود محیط کسب و کار بر رشد اقتصادی پرداخته شود.

¹ Lee & Kim

² Kakkar & Yan

اسلی^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای به بررسی اثرگذاری محیط کسب و کار بر عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط در ۴ کشور ایتالیا، لهستان، رومانی و اسپانیا پرداختند. این مطالعه که با استفاده از داده‌های ثانویه از مأخذ اتحادیه اروپا انجام گرفت، با استفاده از روش‌های کمی مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد که محیط کسب و کار در کشورهای عضو اتحادیه اروپا از اهمیت بالایی برخوردار است. بهبود محیط کسب و کار باعث می‌گردد تا سرمایه‌گذاران ترغیب به سرمایه‌گذاری در صنایع این کشورها شده و علاوه بر بهبود توسعه اقتصادی منجر به کاهش نرخ بیکاری نیز گردد. بر این اساس مطالعه حاضر نشان داد که حمایت‌های دولتی در قالب قوانین و تسهیلات مالی به طور معناداری می‌تواند شرایط را برای تحقق عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط فراهم سازد.

اشرفی و فهیمی فر (۱۳۹۰) طی تحقیقی با عنوان بررسی شاخص های بهبود فضای کسب و کار با تأکید بر جایگاه ایران، به بررسی و مقایسه شاخصهای مرتبط با بهبود فضای کسب و کار بین ایران و کشورهای همسایه پرداختند. بر اساس نتایج تحقیق، شاخصهای الزام آور بودن اجرای قراردادها، شروع یک کسب و کار، اخذ اعتبار، پرداخت مالیات، انحلال یک فعالیت، تجارت برون مرزی، ثبت و انتقال مالکیت، اخذ مجوز و در نهایت شاخص حمایت از سرمایه گذاران به ترتیب به طور میانگین دارای کمترین میزان رتبه در کشور ایران بوده اند.

۳. روش شناسی پژوهش

۳-۱. روش تحقیق

می‌توان انواع تحقیق را بر حسب هدف تحقیق در علوم رفتاری با توجه به ملاک بنیادی، توسعه ای و کاربردی بودن تقسیم بندی نمود (حافظ نیا، ۱۳۸۹). با توجه به آنکه نتایج این تحقیق می‌تواند مورد استفاده سازمان ها و نهاد های اقتصادی، سیاسی، مالی و نهاد های برنامه ریزی کلان اقتصادی قرار بگیرد، این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد. روش تحقیق حاضر توصیفی و تحلیلی می‌باشد. همچنین پژوهش از نوع ترکیبی و با بهره‌برداری از روش‌های کیفی و کمی می‌باشد و در زمره پژوهش‌های تفسیری قرار می‌گیرد. هدف پژوهش اکتشافی است و افق زمانی آن تک مقطعی بوده و روش گردآوری داده‌ها نیز مصاحبه نیمه ساختاریافته به منظور بررسی نظرات کارشناسان در بخش کیفی و پرسشنامه در بخش کمی می‌باشد. این پژوهش در قلمرو زمانی سال ۱۴۰۰ انجام پذیرفته است و قلمرو مکانی آن در سطح ملی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد.

۳-۲. جامعه و نمونه ی آماری

در بخش کیفی افراد مورد مطالعه این پژوهش اساتید دانشگاه در حوزه‌های اقتصاد، مدیریت و کسب و کار هستند. تعیین مشارکت کنندگان در این پژوهش، با استفاده از نمونه گیری گلوله برفی، با راهنمایی خبرگان انجام شد. تکمیل نمونه تا رسیدن به اشباع تئوریک داده‌های گردآوری شده برای نتیجه‌گیری ادامه یافت. بر این اساس پس از مصاحبه با نفر پنجم، کد جدیدی استخراج نشد و فرایند مصاحبه خاتمه یافت. در بخش کمی

¹ Farole

نیز جامعه آماری مورد بررسی شامل صاحبان و مدیران فعال در حوزه کسب و کارهای کوچک و متوسط کشور می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس تعداد ۴۲ نفر به عنوان نمونه تعیین گردیدند.

۳-۳. ابزار جمع آوری داده‌ها

در این پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی به بررسی موضوع مورد مطالعه استفاده شده است. در روش کتابخانه‌ای از داده‌های موجود در کتب، مقالات، مجلات علمی و پایان‌نامه‌های مرتبط با پژوهش‌های گذشته پیرامون موضوع استفاده شده است. در روش میدانی نیز به دلیل ماهیت موضوع مورد بررسی برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه به صورت نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. از آن جا که با ابزار مصاحبه می‌توان بهتر به زبان خود شرکت‌کنندگان از تجربه آنان آگاه شد، در این تحقیق از مصاحبه‌ی عمیق به عنوان اصلی‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. در این خصوص، محقق خود به انجام تمامی مصاحبه‌ها اقدام نموده است. در بخش کمی، داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه بر مبنای عوامل شناسایی شده از طریق کدگذاری داده‌های مصاحبه بر مبنای طیف ۵ گزینه ای لیکرت جمع آوری گردید. این پرسشنامه شامل ۲۲ پرسش در حوزه محیط کسب و کار و بنگاه های کوچک و متوسط می باشد.

۳-۴. روش تحلیل داده‌ها

به دلیل ترکیبی بودن مطالعه (کمی و کیفی)، تجزیه و تحلیل داده ها نیز در دو مرحله و با روش های متفاوت انجام گردید. در مرحله کیفی با تحلیل مصاحبه های انجام شده با متخصصین امر، با استخراج مفاهیم اقدام به طبقه بندی و نتیجه گیری و ارائه راهکارها گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، از روش تحلیل کدگذاری استفاده شده است. هدف از این فرایند دستیابی به قصد واقعی مصاحبه شونده و در نهایت ارائه نتایج واقعی و ارائه راهکار می باشد.

پس از کدگذاری داده‌ها و شناسایی شاخص های و عوامل مورد نظر، جهت بررسی میزان و نحوه اثرگذاری این شاخص ها، از تحلیل داده های کمی استفاده شد. به این منظور، از روش های آماری توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از پرسشنامه های جمع آوری شده استفاده گردید. بخش تحلیل توصیفی با استناد به شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی شواهد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در تحلیل داده‌ها، جهت بررسی میزان و نحوه اثرگذاری این شاخص ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart Pls انجام گرفت.

۳-۵. سنجش روایی و پایایی

در این تحقیق برای مشخص شدن روایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات از روایی نمادی یا صوری استفاده گردیده است. بدین ترتیب ابتدا مطالعات زیادی از طریق مطالعه کتاب‌ها، مقاله‌ها و پایان‌نامه‌ها انجام شد تا به طور کامل مفاهیم و متغیرهای مهم مورد استفاده در تحقیق و چگونگی اندازه‌گیری آن‌ها روشن و سؤالات مناسبی را برای بررسی متغیرها مشخص نماییم. سپس پرسشنامه‌ها در اختیار خبرگان در این حوزه قرار گرفته، تا در

رابطه با اینکه سؤالات مطرح شده، آنچه را که مدنظر است را اندازه‌گیری می‌کند یا خیر، اظهار نظر نمایند. سپس نظرات اساتید و کارشناسان در پرسشنامه لحاظ و تغییرات لازم در سؤالات اعمال شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه این تحقیق، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. از مون آلفای کرونباخ برای کلیه متغیرها حاکی از پایایی خوب ابزار گردآوری داده‌ها است. آلفای کرونباخ برای سؤالات این پرسشنامه ۰/۹۳۱ می‌باشد که نشانگر پایایی بسیار خوب پرسشنامه می‌باشد. بنابراین ابزار گردآوری داده‌ها از پایایی و ثبات نتایج مناسب در طی زمان برخوردار است.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، بررسی اثرگذاری شاخص‌های محیط کسب و کار بر بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهت رفع موانع تولیدی بوده است. طراحی الگوی پژوهش با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده در مصاحبه با خیرگان و افراد آگاه به موضوع، انجام گردید. بر این اساس و اتکاء بر نظر خیرگان در مجموع پنج سوال در راستای دستیابی به اهداف پژوهش مورد تأیید قرار گرفت که به شرح زیر می‌باشند و سپس با ۵ نفر از نخبگان صنعت مصاحبه انجام گرفت. سؤال‌های مصاحبه به قرار زیر هستند:

- اهمیت محیط کسب و کار سالم بر بنگاه‌های اقتصادی به ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
- به نظر شما بهبود شاخص‌های محیط کسب و کار به چه میزان و چگونه بر رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیرگذار است؟
- به نظر شما تأثیرگذارترین شاخص‌های محیط کسب و کار بر بنگاه‌های کوچک و متوسط، کدام هستند؟
- بیشترین موانع بر سر راه بنگاه‌های کوچک و متوسط در محیط کسب و کار امروز را چه می‌دانید؟
- چه راهکارهایی برای پشتیبانی از بنگاه‌های کوچک و متوسط در محیط کسب و کار امروز پیشنهاد می‌کنید؟

سپس تجزیه و تحلیل داده‌ها در این بخش با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام گرفت. یافته‌های حاصل از کدگذاری داده‌ها با روش تحلیل مضمون در نهایت منجر به شناسایی ۲۲ شاخص اصلی محیط کسب و کار شد که این ۲۲ مقوله اصلی از میان ۱۴۸ مقوله فرعی حاصل از کدگذاری مصاحبه‌ها استخراج گردید. در جدول زیر مقولات فرعی و اصلی شناسایی شده که تحلیل نهایی این مطالعه در بخش کیفی محسوب می‌شوند، ارائه می‌گردد.

جدول شماره (۳) مقولات اصلی و فرعی پژوهش

ردیف	مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی
X1	شروع کسب و کار	مراحل، زمان، هزینه، حداقل سرمایه موردنیاز
X2	اخذ مجوزهای ساخت	زمان، فرایند اجرایی، هزینه
X3	دسترسی به برق	هزینه اتصال، زمان، فرایند دسترسی به برق
X4	ثبات مالکیت	زمان ثبت، مراحل ثبت، حداقل سرمایه موردنیاز، اطمینان

ردیف	مقوله اصلی	مقوله های فرعی
X5	اخذ اعتبار	قوانین مرتبط، وثیقه، اعتبارسنجی، سیستم های اعتباری
X6	حمایت از سرمایه گذاران خرد	حاکمیت شرکتی، حقوق سهامداران، توزیع سود، اعتبار سهامداران، فرایند جذب سرمایه گذار
X7	پرداخت مالیات	سطح پرداخت، هزینه صرف شده، فرایند پرداخت، سطح اجبار به پرداخت مالیات، فرار از پرداخت مالیات
X8	تجارت فرامرزی	شرایط صادرات، کیفیت مبادلات فرامرزی، هزینه صادرات
X9	اجرای قراردادهای	اختلافات تجاری، حقوق تجارت، ضمانت اجرای قراردادها
X10	ورشکستگی و پرداخت دیون	زمان پرداخت، شرایط ورشکستگی، نرخ بازیابی ورشکستگی، قانون ورشکستگی
X11	امنیت سرمایه گذاری	ثبات تجاری، سطح توسعه یافتگی اقتصاد، دوام شرایط اقتصادی، سیاست های حمایتی دولت، اطمینان بخشی اقتصاد
X12	سطح فساد	فساد سیستمی، سیاست های مقابله با فساد، رانت، عدم رقابت، فساد دولتی، ارتباطات غیرمجاز
X13	دسترسی به اطلاعات	دسترسی آسان به اطلاعات، دسترسی همه به اطلاعات، شفافیت اطلاعات، امکان پذیری اطلاعات، اطلاعات دست اول، اطلاعات دقیق، کاربردی بودن اطلاعات، رعایت عدالت در دسترسی به اطلاعات
X14	رقابت پذیری	انحصارزدایی صنعت، سطح رقابت بین بخش خصوصی، رقابت بخش دولتی با بخش خصوصی
X15	تحریم	تحریم های بین المللی، ممنوعیت واردات و صادرات با برخی کشورها، منع تجارت
X16	تعاملات بین المللی	تجارت بین المللی، دسترسی به بازارهای جهانی، سهولت قرارداد بین المللی، روابط با کشورهای تکنولوژی محور
X17	سرمایه خارجی	جذب سرمایه گذار، دیدگاه سرمایه گذاران خارجی به کشور، سهولت دسترسی به سرمایه گذار خارجی، مجوزهای ورود سرمایه گذاران خارجی
X18	تورم	سطح عمومی قیمتها، قیمت های مواد اولیه، افزایش سالانه قیمتها، نرخ تصاعدی هزینه ها
X19	مداخلات دولت	دخالت های بخش دولتی، تنظیم بازار، سیاست های حمایتی دولت، وضع قوانین و مقررات، خط مشی های عمومی بازار
X20	هماهنگی سازمان ها	هماهنگی دولت و بخش خصوصی، هماهنگی میان بخش خصوصی، هماهنگی درون صنعت، هماهنگی با بازارهای جهانی
X21	فضای مجازی	بستر آنلاین، سخت افزارهای مورد نیاز، دولت الکترونیک، سطح توسعه ابزارهای دیجیتالی
X22	خروج نخبگان	نیروی انسانی در دسترس، سطح اطلاعات نخبگان، دسترسی به افراد باتجربه

۴-۱. تحلیل جمعیت شناختی

ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه انتخابی پژوهش بر اساس سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کاری مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن به شرح ذیل ارائه شده است.

الف) جنسیت پاسخ دهندگان

جدول شماره (۴) توزیع فراوانی و درصد پاسخ نمونه آماری به سؤال جنسیت

جنسیت	زن	مرد
فراوانی	۱۱	۳۱
درصد	۲۶٪	۷۴٪

منبع: یافته‌های پژوهش

ب) سن پاسخ دهندگان

جدول شماره (۵) توزیع فراوانی و درصد پاسخ نمونه آماری به سؤال سن پاسخ دهندگان

سن	کمتر از ۳۰ سال	بین ۳۰-۴۰ سال	بین ۴۰-۵۰ سال	بیشتر از ۵۰ سال
فراوانی	۸	۱۹	۷	۸
درصد	۱۹٪	۴۵٪	۱۷٪	۱۹٪

منبع: یافته‌های پژوهش

ج) تحصیلات پاسخ دهندگان

جدول شماره (۶) توزیع فراوانی و درصد پاسخ نمونه آماری به سؤال تحصیلات پاسخ دهندگان

تحصیلات	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری
فراوانی	۴	۲۹	۹
درصد	۱۰٪	۶۹٪	۲۱٪

منبع: یافته‌های پژوهش

د) سابقه خدمت پاسخ دهندگان

جدول شماره (۷) توزیع فراوانی و درصد پاسخ نمونه آماری به سؤال سابقه کاری پاسخ دهندگان

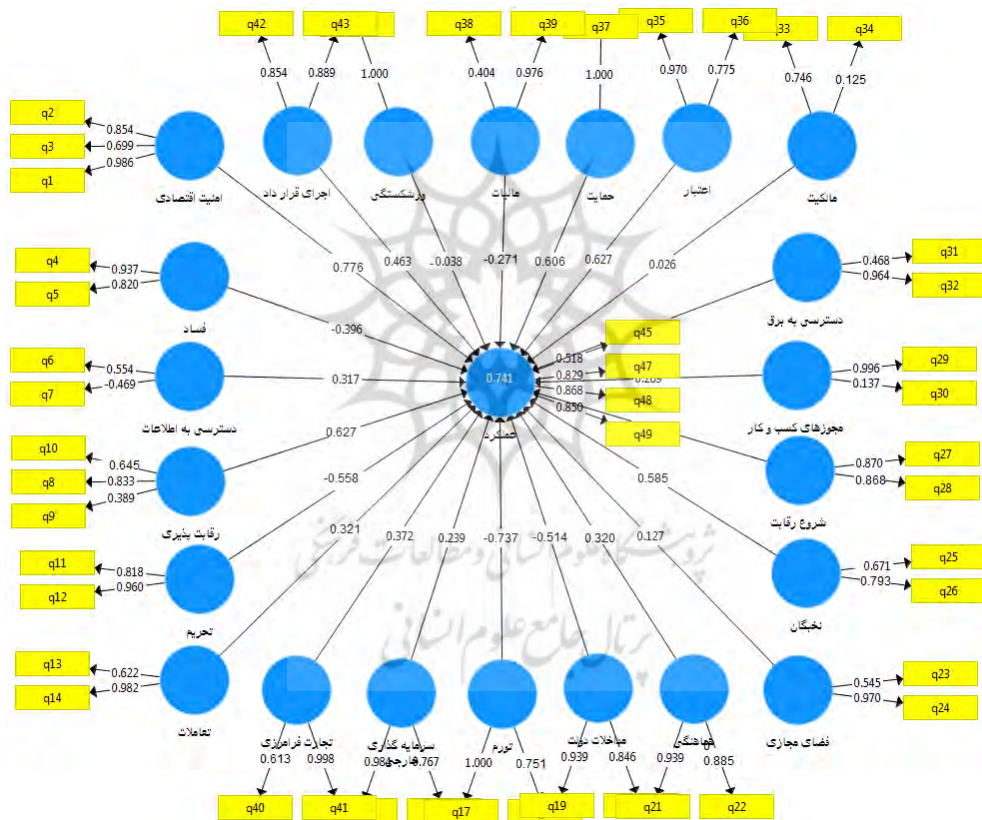
سابقه کاری	کمتر از ۱۰ سال	۱۰-۲۰ سال	بیشتر از ۲۰ سال
فراوانی	۷	۲۵	۱۰
درصد	۱۷٪	۶۰٪	۲۴٪

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی ویژگی های جمعیت شناختی نشان داد که بیشتر پاسخگویان در محدوده سنی بین ۳۰ تا ۴۰ سال با فراوانی ۱۹ نفر، اکثرا مرد با فراوانی ۳۱ نفر، دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد با فراوانی ۲۹ نفر و دارای سابقه کاری بین ۱۰ تا ۲۰ سال با فراوانی ۲۵ نفر هستند.

۴-۲. برازش مدل پژوهش

برازش مدل پژوهش با استفاده از شاخص های روایی همگرا، پایایی مرکب، روایی واگرا، ضریب تعیین، کوهن، استون-گیسر و نیکوئی برازش انجام گرفت. جهت نیل به این هدف، ابتدا بارهای عاملی هر یک از متغیرهای آشکار با استفاده از آزمون ضرایب مسیر بررسی گردید. مدل ضرایب مسیر پژوهش به شرح شکل شماره (۴) ارائه شده است.



شکل شماره (۴) مدل ضرایب استاندارد

منبع: یافته های پژوهش

همانگونه که در شکل مشاهده می‌شود، بار عاملی تمامی متغیرهای آشکار در مدل پژوهش بیشتر از ۰/۳ حاصل شده که نشان از مطلوبیت میزان بار عاملی سازه‌های مدل جهت ارزیابی شاخص‌های برازش مدل دارد. نتیجه به‌دست‌آمده از تحلیل شاخص‌های برازش مدل به شرح جدول شماره (۸) است.

جدول شماره (۸) شاخص‌های برازش مدل پژوهش

متغیر	AVE	CR	R ²	F ²	Q ²
شروع کسب و کار	۰/۶۳۶	۰/۹۱۱	-	۰/۳۰۱	-
اخذ مجوزهای کسب و کار	۰/۵۵۰	۰/۸۵۳	-	۰/۳۴۳	-
دسترسی به برق	۰/۶۸۲	۰/۹۰۳	-	۰/۲۱۱	-
ثبت مالکیت	۰/۵۷۷	۰/۸۵۴	-	۰/۲۹۲	-
اخذ اعتبار	۰/۵۹۹	۰/۷۱۴	-	۰/۳۰۲	-
حمایت از سرمایه‌گذاران خرد	۰/۶۰۱	۰/۷۰۲	-	۰/۳۴۷	-
پرداخت مالیات	۰/۶۱۱	۰/۷۳۶	-	۰/۶۱۱	-
تجارت فرامرزی	۰/۵۹۹	۰/۷۸۹	-	۰/۳۰۳	-
اجرای قراردادهای	۰/۵۵۴	۰/۸۱۴	-	۰/۲۶۹	-
ورشکستگی و پرداخت دیون	۰/۵۴۶	۰/۸۲۵	-	۰/۲۷۸	-
امنیت سرمایه‌گذاری	۰/۵۷۴	۰/۸۳۲	-	۰/۱۱۹	-
سطح فساد	۰/۵۱۱	۰/۸۶۹	-	۰/۱۰۹	-
دسترسی به اطلاعات	۰/۵۰۹	۰/۸۷۴	-	۰/۱۷۴	-
رقابت پذیری	۰/۶۳۳	۰/۹۱۱	-	۰/۲۹۸	-
تحریم	۰/۵۸۷	۰/۹۰۲	-	۰/۲۷۴	-
تعاملات بین‌المللی	۰/۵۳۸	۰/۹۲۳	-	۰/۳۰۶	-
سرمایه خارجی	۰/۶۴۷	۰/۹۴۷	-	۰/۲۷۴	-
تورم	۰/۶۲۳	۰/۸۶۵	-	۰/۲۳۶	-
مداخلات دولت	۰/۶۴۷	۰/۸۳۳	-	۰/۱۷۵	-
هماهنگی بین سازمان‌ها	۰/۵۷۸	۰/۸۵۸	-	۰/۳۵۲	-
فضای مجازی	۰/۵۵۲	۰/۷۹۹	-	۰/۳۰۲	-
خروج نخبگان	۰/۵۱۴	۰/۷۵۶	-	۰/۱۱۲	-
راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط	۰/۶۰۲	۰/۸۳۵	۰/۷۴۸	-	۰/۴۱۲

منبع: یافته‌های پژوهش

همانگونه که در جدول شماره (۸) نمایان است، مقدار روایی همگرا برای هر یک از متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۵ حاصل شده که نشان از مقدار مطلوب آن دارد. یعنی همبستگی سازه‌های آشکار هر متغیر در سطح مناسبی قرار دارد. همچنین مقدار پایایی مرکب برای متغیرها بیشتر از ۰/۷ به دست آمده که مطلوب بودن آن را تأیید می‌کند. مقدار ضریب تعیین مدل نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل این مطالعه به خوبی توانسته‌اند درصد قابل توجهی از تغییرات متغیرهای وابسته را تبیین نمایند. مقادیر شاخص F2 برای متغیرهای مستقل نشان می‌دهد زمانی که اثر آن متغیر حذف شود، همچنان درصد قابل توجهی از تغییرات متغیر وابسته توسط دیگر متغیر مستقل در مدل پژوهش تبیین می‌گردد. علاوه بر این، شاخص Q2 نشان می‌دهد که مدل پژوهش از قدرت پیش‌بینی مطلوبی برخوردار است.

در این مطالعه جهت سنجش برازش کلی مدل با استفاده از شاخص اشتراکی و ضریب تعیین، شاخص نیکوئی برازش محاسبه شد که نتیجه آن در جدول شماره (۹) مشاهده می‌گردد.

جدول شماره (۹) شاخص نیکوئی برازش

متغیر	ضریب تعیین	شاخص اشتراکی	نیکوئی برازش
راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط	۰/۷۴۸	۰/۲۱۱	۰/۳۹۷

منبع: یافته های پژوهش

$$GOF = \sqrt{\text{Communality}} \times R^2 = 0.397$$

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، شاخص نیکوئی برازش در مدل پژوهش برابر با ۰/۳۹۷ حاصل شده که قدرت بالای پیش‌بینی مدل پژوهش را نشان می‌دهد. بدین معنی که مدل مورد بررسی در پیش‌بینی متغیرهای پنهان وابسته موفق بوده است.

۳-۴. مدل معادلات ساختاری

آزمون معناداری در پژوهش حاضر با استفاده از آماره T انجام گردید. بر این اساس چنانچه در سطح اطمینان ۹۵ درصد، مقدار آماره T برای هر فرضیه بیشتر از ۱/۹۶ یا کمتر از -۱/۹۶ حاصل شود، می‌توان بیان داشت که فرضیه موردنظر تأیید می‌گردد. نتیجه نهایی بررسی شاخص های پژوهش به شرح جدول شماره (۱۰) است.

جدول شماره (۱۰) شاخص های پژوهش

شاخص	ضریب مسیر	آماره تی	سطح معناداری	نتیجه
۱. شروع کسب و کار تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.	-۰/۵۲۶	۱۰/۱۰۱	۰/۰۰۰	تأیید
۲. اخذ مجوزهای کسب و کار تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.	۰/۳۲۷	۴/۲۴۱	۰/۰۲۱	تأیید
۳. دسترسی به برق تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.	۰/۶۰۶	۱۲/۷۴۱	۰/۰۰۰	تأیید

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	شاخص
عدم تأیید	۰/۱۲۳	۰/۱۲۱	۰/۰۶۳	۴. ثبت مالکیت تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۱۰/۵۴۷	۰/۵۷۶	۵. اخذ اعتبار تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۷/۲۳۱	۰/۶۰۶	۶. حمایت از سرمایه گذاران خرد تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۳۲	۳/۱۰۱	-۰/۲۷۱	۷. پرداخت مالیات تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۳۲	۳/۲۵۴	۰/۲۸۹	۸. تجارت فرامرزی تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۸/۵۲۰	۰/۴۷۲	۹. اجرای قراردادهای تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
عدم تأیید	۰/۰۹۵	۰/۵۶۳	-۰/۰۳۸	۱۰. ورشکستگی و پرداخت دیون تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۱۰/۱۴۷	۰/۷۷۶	۱۱. امنیت سرمایه گذاری تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۴۲	۶/۹۸۲	-۰/۳۹۶	۱۲. سطح فساد تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۲۱	۷/۶۵۸	۰/۳۱۷	۱۳. دسترسی به اطلاعات تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۱۰/۱۵۳	۰/۶۲۷	۱۴. رقابت پذیری تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۹/۰۲۱	-۰/۵۵۸	۱۵. تحریم تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۴/۱۰۱	۰/۳۲۱	۱۶. تعاملات بین المللی تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۳۵	۲/۷۳۲	۰/۲۳۹	۱۷. سرمایه خارجی تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۱۱/۳۲۱	-۰/۷۳۷	۱۸. تورم تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۲۳	۶/۹۶۵	-۰/۵۱۴	۱۹. مداخلات دولت تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۲۱	۴/۰۵۲	۰/۳۲۰	۲۰. هماهنگی بین سازمان ها تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.

نتیجه	سطح معناداری	آماره تی	ضریب مسیر	شاخص
عدم تأیید	۰/۰۶۵	۱/۱۱۴	۰/۱۴۵	۱۱. فضای مجازی تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.
تأیید	۰/۰۰۰	۹/۲۸۹	۰/۵۸۵	۲۲. خروج نخبگان تأثیر معناداری بر آغاز کسب و کارهای کوچک و متوسط دارد.

منبع: یافته های پژوهش

اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۱۰) و تحلیل های صورت گرفته نشان می دهد که در بین شاخص های محیط کسب و کار، شروع کسب و کار، اخذ مجوزهای کسب و کار، دسترسی به برق، اخذ اعتبار، حمایت از سرمایه گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، اجرای قراردادهای، امنیت سرمایه گذاری، سطح فساد، دسترسی به اطلاعات، رقابت پذیری، تحریم، تعاملات بین المللی، سرمایه خارجی، تورم، مداخلات دولت، هماهنگی بین سازمان ها و خروج نخبگان تأثیر معناداری بر راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط دارند. این تحلیل نتوانست تأثیر بین شاخص های ثبت مالکیت، ورشکستگی و فضای مجازی بر راه اندازی بنگاه های کوچک و متوسط را تأیید نماید.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

در انتها با توجه به مطالعات انجام شده در طی این پژوهش و بررسی های انجام گرفته، می توان بیان کرد که فضای کسب و کار و بنگاه های کوچک و متوسط کشور در شرایط مناسبی قرار ندارند. وجود نارسایی ها و مشکلات ساختاری در اقتصاد از گذشته تا به امروز از یک طرف و وجود تحریم های سنگین این سال ها علیه کشور از طرف دیگر، فشار مضاعفی را بر پایه های اقتصادی کشور وارد نموده است. به منظور رشد اقتصادی، بهبود محیط کسب و کار و رقابتی نمودن آن از الزامات مهم برای کشور است. نتیجه بهبود محیط کسب و کار، رغبت بخش خصوصی و سرمایه گذاران داخلی و خارجی به سرمایه گذاری و احداث و رونق بنگاه های کوچک و بزرگ اقتصادی است.

بنگاه های کوچک و متوسط در اقتصاد کشور، درصد بالایی از تعداد کل صنایع را تشکیل می دهند و نقش عمده ای در اقتصاد، اشتغال و محیط زیست دارند. براساس مباحث صورت گرفته، در شرایطی که کشور با بیکاری و رکود اقتصادی مواجه است، توجه به کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط به عنوان محور اصلی رونق تولید و خلق فرصتهای شغلی در فضای کسب و کار کشور ضروری است.

در راستای برطرف سازی چالش های مطرح شده، ابتدا شاخص های محیط کسب و کار در کسب و کارهای کوچک و متوسط با استفاده از مصاحبه با خبرگان شناسایی گردید. تحلیل محتوا و کدگذاری داده ها در این بخش منجر به شناسایی ۲۲ مقوله اصلی برای شاخص های محیط کسب و کار گردید. با توجه به این شاخص ها به عنوان شاخص های تأثیر گذار محیط کسب و کار، جهت بررسی میزان و نحوه اثرگذاری آنها بر راه اندازی

بنگاه های کوچک و متوسط از تحلیل های کمی به روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده گردید. اطلاعات نشان داد که شروع کسب و کار، اخذ مجوزهای کسب و کار، دسترسی به برق، اخذ اعتبار، حمایت از سرمایه گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، اجرای قراردادها، امنیت سرمایه گذاری، سطح فساد، دسترسی به اطلاعات، رقابت پذیری، تحریم، تعاملات بین المللی، سرمایه خارجی، تورم، مداخلات دولت، هماهنگی بین سازمان ها و خروج نخبگان تأثیر معناداری بر راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط داشته اند. این تحلیل نتوانست تأثیر بین شاخص های ثبت مالکیت، ورشکستگی و فضای مجازی بر راه اندازی بنگاه های کوچک و متوسط را تأیید نماید.

پیشنهادات زیر به منظور جمع بندی این پژوهش ارائه می گردد:

- اجرایی سازی سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی و استفاده از نیروی آحاد مردم موجب ایجاد ساختاری مقاوم در اقتصاد می شود و رونق بنگاه های کوچک و متوسط را در مسیر رشد و پیشرفت تضمین می کند.
- ورود بخش خصوصی و کارآفرینان به عرصه فعالیتهای اقتصادی مستلزم ایجاد بستر مطلوب کسب و کار می باشد. بهبود محیط کسب و کار به عنوان شرط رشد بخش خصوصی و ارتقای رشد اقتصادی تلقی می شود. در نتیجه اصلاح فضای کسب و کار کشور و کاستن از اخذ مجوزهای دولتی و بوروکراسی به منظور هموار سازی فعالیت بنگاه های کوچک و متوسط لازم می نماید.
- وظیفه نهادهای حاکمیتی، استفاده از سازوکارها و قوانین و سیاستگذاری ها برای به صرفه کردن فعالیتهای مولد نسبت به فعالیتهای غیرمولد است. تسهیل شرایط برای سرمایه گذاری و مساعدت های دولت جهت هدایت جریان نقدینگی سرمایه داران به سمت ایجاد بنگاه های تولیدی و خدماتی به جای سفته بازی و سرمایه گذاری در بازارهای کوتاه مدت مانند ارز و سکه می باشد.
- از مهمترین راهکارهای مؤثر برای توسعه بنگاه های کوچک و متوسط در فضای کسب و کار هر کشور، تدوین ساختار نهادی چابک، کارا و منسجم، با هدف حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط می باشد. این ساختار نهادی، ضمن مشخص نمودن سازوکار حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط، ارتباط بین ارکان تصمیم گیری و نهادهای اجرایی را تسهیل می کند.
- تسریع در ایجاد دولت الکترونیک، باز طراحی فرایندها، ساده سازی، یکپارچه سازی و اتصال بر خط سامانه های مرتبط با تمامی دستگاه های اقتصادی (مانند گمرک، وزارت اقتصاد و ...) به منظور کاهش زمان و هزینه های صادرات و واردات کالا و خدمات از جمله لازمه های رونق بنگاه های کشور می باشد. راه اندازی پنجره واحد الکترونیکی از جمله کاراترین روش های تسهیل فعالیت بنگاه ها می باشد که در کشورهای مختلف آزمایش شده و نتیجه بخش بوده است. پنجره واحد الکترونیکی با حذف مراجعات مکرر کارآفرین به نهادهای مختلف، مانع از اتلاف زمان و هزینه می شود.
- ایجاد بانک های اطلاعاتی الکترونیکی و سیستمی شدن فرایندها در نهادها و دستگاه های اجرایی کشور و مهمتر از آن هماهنگی وزارتخانه ها و نهادهای زیرمجموعه قوای مختلف برای تبادل اطلاعات

- کسب و کارها می بایست مورد توجه جدی قرار گیرد. در این صورت قطعاً شاهد جهش صعودی جایگاه کشور در گزارش انجام کسب و کار در سالهای آینده خواهیم بود.
- سرمایه گذاری مستمر دولت در امور زیربنایی آب و برق و جذب سرمایه گذاری های داخلی و خارجی به منظور پاسخگویی سریع به نیازهای کسب و کارها نیاز می باشد تا فعالیتهای برنامه ریزی شده با توقف یا کندی همراه نگردد.
- طراحی سیستم های مالیاتی منعطف توسط دولت و اصلاح نرخ و مساعدت در نحوه پرداخت مالیات بنگاه های کوچک و متوسط به ویژه در سال های ابتدای تأسیس بنگاه ها که نیاز به مساعدت دارند، به منظور تشویق بنگاه ها به سرمایه گذاری در تولید کالا و خدمات مناسب می باشد. همچنین شناسایی بخش های مغفول و پنهان کسب و کارهایی که فرار مالیاتی دارند جهت افزایش پایه مالیاتی و کاهش مالیات بنگاه های تازه تأسیس می تواند راهگشا باشد.
- ارائه حمایت ها و مشوق ها به بنگاه های در معرض ورشکستگی، جهت جلوگیری از تعطیلی آنها و در صورت نبود راهکار، تسریع در فرایندهای ورشکستگی، جهت آزاد سازی هر چه سریعتر سرمایه ها و نیرو های انسانی جهت استفاده در سایر حوزه های مولد، باید مورد توجه قرار گیرد.
- حمایت قانونی و مالی از تأسیس شرکت های نو پا و کوچک و واگذاری اعتبارات ارزان قیمت به فعالیت های تولیدی از راهکار های مناسب جهت تقویت بنگاه های کوچک و متوسط می باشد. با توجه به اینکه بخش اعظم این بنگاه ها توسط جوانان تأسیس می شود، مهیا کردن شرایط استفاده این بنگاه ها از مشاوران خبره و افرادی که سابقه راه اندازی کسب و کار را داشته اند می تواند به میزان زیادی نرخ شکست این بنگاه ها را کاهش دهد.
- نزدیکی بین پژوهشگاه ها و محیط های علمی با صنعت ضروری است. در این میان شرکت های دانش بنیان، موجب افزایش علم و ثروت، توسعه اقتصادی بر پایه دانش و تحقق اهداف علمی و اقتصادی در راستای گسترش اختراع و نوآوری و در نهایت تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری های برتر و با ارزش افزوده فراوان می شوند. ارائه تسهیلات کافی و ارزان قیمت به شرکت های نوآور که عموماً شامل بنگاه های کوچک و متوسط می باشند می بایست مد نظر جدی قانون گذاران قرار گیرد.
- یکی از مهمترین مدلهای حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط، گسترش خوشه های کسب و کار است. خوشه های کسب و کار تجمعی از بنگاه های اقتصادی در فضای جغرافیایی است که رابطه میان آنها به صورت ترکیبی از رقابت و همکاری بوده و بر همین اساس تولید در خوشه به صورت مستقیم و غیرمستقیم تسهیل می شود. با تجمیع این شرکتها امکان استفاده از تجربیات و امکانات همدیگر، امکان ایجاد امکانات مشترک و انجام امور به صورت اشتراکی به وجود می آید. در کنار این عوامل بحث انتقال سریع دانش و نوآوری های موجود در خوشه نیز یکی از مزایای اصلی آن است. توسعه خوشه های صنعتی دارای بازدهی و مزیت بیشتری نسبت به سایر مدلهای توسعه شبکه ای است و به

عنوان یک الگوی موفق برای سازماندهی بنگاه های کوچک و متوسط از طرف سازمانهای بین المللی توصیه می شود.

گسترش شبکه های خانگی نیز می تواند در بحث کسب و کارهای کوچک مؤثر واقع شود. در این مدل از ساماندهی کسب و کارهای کوچک، زیستگاه های کاری، به جای کارخانه در منازل شکل می گیرد و نیروی کار در منزل به عنوان حلقه ای از تولید تعریف می شود. بهترین شکل این مدل در کشور چین به وجود آمده است و تاثیر بسزایی در تولید و ساماندهی کسب و کارهای کوچک داشته است. برای مثال در این مدل برای تولید و عرضه پوشاک، در یک منزل لباس دوخته می شود و در منزل دیگر بسته بندی می شود. سازمانهای حمایتگر کسب و کارهای کوچک در این مدل وظیفه ایجاد ارتباط بین حلقه های مختلف تولید محصول را بر عهده دارند.

در شرایطی که سرمایه گذاری خارجی و ورود سرمایه به داخل کشور به علت وجود تحریم ها و عدم جذابیت بازار داخل صورت نمی گیرد، فرار سرمایه های داخل کشور می تواند برای کشور و ایجاد بنگاه ها به شدت خطرناک باشد. می بایست از فرار سرمایه های کشور و ارز به خارج از کشور جلوگیری به عمل آید.

ساماندهی پیمانکاران فرعی از راه های حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط می باشد. در این مدل، یک بنگاه بزرگ در رأس قرار گرفته و شبکه ای از بنگاه های کوچک و متوسط را به صورت زیرمجموعه خود تعریف کرده و این بنگاه ها برای بنگاه بزرگ تولید می کنند. سازمانهای متولی در حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط برای گسترش و توسعه این مدل نقش مؤثری دارند و ایجاد حلقه های بین بنگاه های بزرگ در صنعت و خدمات، وظیفه اصلی سازمانهای حمایتگر بنگاه های کوچک و متوسط می باشد.

حمایت بیشتر از شرکت های خصوصی و خصوصی سازی شرکت های دولتی از راهبرد های بسیار مناسب در جهت رونق بنگاه های تولیدی و خدماتی می باشد. به طور مشخص نتیجه محیط کسب و کار مناسب، ترغیب بخش خصوصی به ایجاد بنگاه های تولیدی و سرمایه گذاری در این حیطه می باشد. خصوصی سازی موجب افزایش بهره وری و صرف درست سرمایه در بنگاه ها می گردد.

آگاه سازی عامه مردم و به ویژه جوانان نسبت به تبعات و مشکلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مهاجرت به خارج از کشور، جهت جلوگیری از خروج نخبگان و اصلاح طرز تفکر افراد نسبت به خروج از کشور و در نتیجه تشویق افراد به ایجاد کسب و کار در داخل کشور نیاز می باشد.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی ایران، معاونت بررسی های اقتصادی (۱۳۹۹). پایش ملی محیط کسب و کار ایران، معاونت اقتصادی مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی.
- اتاق بازرگانی صنایع و معادن تهران (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر سنجش و بهبود فضای کسب و کار در ایران، معاونت اقتصادی مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: انتشارات پردیس.
- احمدی، سید وحید (۱۳۸۲). بررسی مقایسه ای شاخص های فضای کسب و کار در ایران و جهان، اداره بررسی ها و سیاست های اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- اشرفی، یکتا و فهیمی فر، فاطمه (۱۳۹۰). بررسی شاخص های بهبود فضای کسب و کار با تأکید بر جایگاه ایران، ماهنامه بررسی مسائل و سیاستهای اقتصادی، دوره ۱۱، شماره ۱۱، ص ۷-۲۴.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۹)، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت.
- خاکی، غلامرضا (۱۳۹۳). روش تحقیق (با رویکرد پایان نامه نویسی)، تهران: انتشارات فوژان.
- سلیمانی، غلامرضا؛ عزیزمحمدلو، حمید؛ وحدت، سیاوش؛ انوشه، مرتضی و موسوی نقابی، سید مجتبی (۱۳۹۴)، رویکردها و مدلهای توسعه صنایع کوچک در ایران، قم: انتشارات آیین محمود.
- شریف زاده، محمدشریف؛ عبدالله زاده، غلامحسین؛ جیوار، رقیه و دیوسالار، اسداله (۱۳۹۷). نقش خوشه های صنعتی کشاورزی در توسعه کسب و کارهای روستایی استان مازندران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۷، شماره ۲۴، ص ۲۲۷-۲۴۷.
- مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار (۱۳۹۷)، گزارش بررسی وضعیت ایران در شاخص سهولت انجام کسب و کار سال ۲۰۱۹ میلادی بانک جهانی، وزارت امور اقتصادی و دارایی، معاونت امور اقتصادی.
- نیلی، مسعود و درگاهی، حسن (۱۳۸۲). استراتژی توسعه صنعتی کشور، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف موسسه انتشارات علمی.
- واحد مقدم، حسن و کیخا، حمید رضا (۱۳۹۴). بررسی نقش صنایع کوچک و متوسط و توسعه اقتصادی، کنفرانس بین المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی.
- یوسفی، محمد و قاضی زاده، مصطفی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر شبکه های تجاری و اجتماعی بر عملکرد شرکتهای کوچک تا متوسط در بازارهای بین المللی با نقش میانجی دانش بازار. مدیریت بازرگانی، دوره ۴، شماره ۱۱، ص ۸۶۹-۸۹۴.

منابع لاتین

- Kakkar, V., & Yan, I. (2014). Determinants of real exchange rates: An empirical investigation, Discussion Paper, No. 1/2014. Available at: <http://hdl.handle.net/10419/212787>.
- Lim, H. (2008), SMEs Development Policy Environment and Challenges in Singapore, in Lim, H. (ed.), SME in Asia and Globalization, ERIA Research Project Report 2007-5, pp.267-286. Available at: <http://www.eria.org/SMEs%20Development%20Policy%20Environment%20and%20Challenges%20in%20Singapore.pdf>.
- OECD, (2017). Financing SMEs and Entrepreneurs.
- Postma, J. B. M. Theo. (2005). How to Improve Scenario Analysis as a Strategic Management Tool?, *Technological Forecasting & Social Change*, 72(2):161-173
- Ramkissoon-Babwah, N., & David, J. (2017). Implementing Public Policy for Business Development: The National Entrepreneurship Development Company. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 5(1): pp 140–156.
- www.doingbusiness.org
- www.tccim.ir

The Impact of Improving Business Environment Indicators on the Development of Small and Medium Enterprises

Mahdi Riazi¹
Reza Bahraini^{2*}

Abstract

In current economic environment small and medium-sized manufacturing businesses - due to the significant role these businesses play as the driving force behind GDP - have assumed greater importance. Current studies indicate that improving business environment is a crucial factor behind incentivizing the establishment and development of new businesses, as well as, facilitating the optimal performance of such businesses.

This paper seeks to identify the effects of improving business environment indicators on starting small and medium-sized businesses in order to provide solutions for eliminating barriers to production.

By utilizing survey methods and a questionnaire, the paper seeks to evaluate the extent and manner of the impact of identified factors on the establishment of small and medium businesses. The subjects and the statistical population of this study in qualitative sections includes academics in the fields of management, economics, and business, as well as industry experts, including senior managers of small and medium businesses. For analyzing the data gathered, the paper relies on coding methods for the qualitative component of the study, and structural equation modeling method with a partial least squares approach (with the help of Smart PLS software) for the quantitative component of this study. Based on this analysis, the paper ends with providing some practical solutions to ease the establishment and improving the performance of small and medium enterprises.

Keywords: SMEs, business environment, business start-up indicators.

¹ PhD in Production and Operations management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (kolahdoz93@gmail.com)

² Ph.D. Student in Marketing Management, Faculty of Management, Islamic Azad University, Qazvin Branch, Qazvin, Iran. Corresponding Author. (Reza_bah@yahoo.com)