

قسمت اول

جایگاه بنگاههای کوچک و متوسط در توسعه، اشتغال و صادرات

محمدعلی دهقان دهنوی

دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس

چکیده:

مقاله حاضر سعی دارد به تبیین و تشریح نقش بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی بپردازد. امروزه در اکثر کشورها، اعم از توسعه یافته و در حال توسعه، جایگاه بنگاههای کوچک و متوسط در اقتصاد مورد توجه سیاستگذاران اقتصادی قرار گرفته و تلاش می‌شود تا از پتانسیلهای این گروه از بنگاهها برای تحقق اهداف کلان اقتصادی استفاده گردد. تقویت روحیه رقابت و کارآفرینی در اقتصاد، افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال سه ویژگی عمده بنگاههای کوچک و متوسط است که چنین جایگاهی به آنها بخشیده است. در ایران نیز اخیراً دولت نهم توجه ویژه‌ای به بنگاههای مذکور نموده و بخش قابل توجهی از تسهیلات بانکی را به حمایت از طرحهایی کوچک و زودبازده اقتصادی اختصاص داده است. بررسی سیاستهای اتخاذ شده در کشورهای مختلف نیز نشان می‌دهد بحث تأمین مالی SMEs بخش اصلی برنامه‌های حمایتی در این کشورها را تشکیل می‌دهد. لیکن باید توجه داشت که علاوه بر بحث تأمین مالی، سایر حوزه‌های سیاستگذاری از قبیل تسهیل قوانین و مقررات اجرایی، پرورش و تقویت فرهنگ کارآفرینی، تقویت نوآوری و افزایش سطح فن‌آوری، توسعه مشارکت در قالب خوشه‌ها و شبکه‌های صنعتی، امکان دسترسی به بازارهای جهانی و ترویج تجارت الکترونیکی نیز نه تنها نباید مورد غفلت واقع شوند بلکه در خیلی از موارد می‌توانند از روشهای معمول وام دهی، مؤثرتر باشند. در این مقاله برخی از راهکارهای حمایتی که می‌تواند موجب رشد و توسعه SMEs

و پیامد آن رشد و توسعه در سطح کلان اقتصادی را در بر داشته باشد تشریح می‌گردند.

مقدمه:

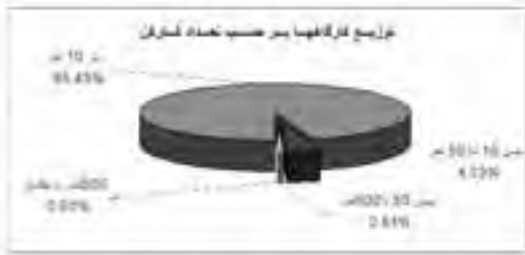
-تعریف بنگاههای کوچک و متوسط

تعاریف مختلفی در مورد معیار اندازه بنگاه به عنوان ملاکی برای تقسیم بندی شرکتهای به گروههای خرد، کوچک و متوسط ارائه شده است. تعریفی که بانک سرمایه‌گذاری و صندوق سرمایه‌گذاری اروپا در مورد شرکتهای کوچک و متوسط ارائه داده‌اند، در ادبیات اقتصادی جهان مورد پذیرش قرار گرفته و به عنوان یک تعریف استاندارد مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این تعریف که آخرین بار در سال ۲۰۰۳ مورد بازنگری و تعدیل قرار گرفته است، شرکتهای بر اساس سه خصوصیت تعداد کارمندان، حجم معاملات و ارزش کل داراییها تقسیم بندی شده‌اند.

طبق این تعریف شرکتهای با کمتر از ۱۰ نفر شاغل به عنوان شرکتهای خرد تعریف گردیده‌اند، شرکتهای دارای ۱۰ تا ۵۰ نفر شاغل در گروه شرکتهای کوچک قرار می‌گیرند و شرکتهایی که کارکنان آنها بین ۵۰ تا ۲۵۰ نفر می‌باشد گروه شرکتهای متوسط را تشکیل می‌دهند.

حجم معاملات (Turnover) و ارزش کل داراییها دو معیار مالی هستند که برای طبقه بندی شرکتهای کوچک و متوسط مورد استفاده قرار گرفته‌اند. بر اساس معیار حجم معاملات، شرکتهایی که حجم معاملات آنها کمتر از دو میلیون یورو می‌باشد در گروه شرکتهای خرد قرار می‌گیرند، شرکتهای با حجم

معاملات بین ۲ تا ۱۰ میلیون یورو به عنوان شرکتهای کوچک تلقی گردیده و شرکتهای دارای حجم معاملات بین ۱۰ تا ۵۰ میلیون یورو در گروه شرکتهای متوسط قرار می‌گیرند. معیار ارزش کل داراییها نیز برای سه گروه خرد، کوچک و متوسط به ترتیب ۲ میلیون، ۱۰ تا ۱۰ میلیون و ۴۳ تا ۱۰ میلیون یورو می‌باشد. تقسیم بندیهای مذکور به صورت خلاصه در جدول زیر نشان داده شده است: تعریف شرکتهای کوچک و متوسط در اتحادیه اروپا



مأخذ: مرکز آمار ایران

آمار کاملی در مورد سهم هریک از این طبقات در اشتغال کل در دسترس نیست ولی برخی آمار پراکنده حاکی از سهم ۵۰ درصدی صنایع کوچک در اشتغال صنعتی دارد. با استناد به این آمار و با توجه به اینکه اندازه بنگاههای اقتصادی در بخش کشاورزی و خدمات به طور متوسط کوچکتر از اندازه بنگاهها در بخش صنعت است، می‌توان اظهار نمود که در مجموع سهم بنگاههای کوچک از کل اشتغال کشور بیش از ۵۰ درصد می‌باشد.

از نظر وضع مالکیت نیز ۸۸ درصد کارگاهها به بخش خصوصی تعلق دارد و ۱۲ درصد نیز به بخش عمومی (دولت و نهادهای دولتی) متعلق است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۱).

همچنین وضعیت حقوقی مالکیتها که در نمودار زیر نمایش داده شده است؛ بیانگر سهم ۸۵ درصدی مالکیت فردی و شرکتهای غیر رسمی بر کارگاههای کشور می‌باشد و تنها ۵ درصد کارگاهها به شکل شرکتهای تعاونی، دولتی و یا خصوصی به ثبت رسیده‌اند.

اندازه شرکتی	تعداد شرکتی	تعداد کارکنان	تعداد کارگاهها
کوچک	۱۰	۱۰	۱۰
متوسط	۲۰	۲۰	۲۰
بزرگ	۳۰	۳۰	۳۰

مأخذ: سایتهای اینترنتی کمیسیون اروپا

- وضعیت بنگاههای اقتصادی در ایران

جامع ترین آماری که راجع به بنگاههای اقتصادی وجود دارد مربوط به نتایج سرشماری عمومی کارگاههای کشور است که در سال ۱۳۸۱ توسط مرکز آمار ایران انجام شده است. بر اساس این آمار در سال ۱۳۸۱ تعداد ۲ میلیون و ۸۲۷ هزار و ۹۰۶ واحد کارگاهی در سراسر کشور شناسایی گردیده است و توزیع نسبی این کارگاهها بر اساس تعداد کارکن به صورت جدول زیر می‌باشد:

تعداد کارکن	تعداد کارگاهها	تعداد کارکن	تعداد کارگاهها
۱-۹ نفر	۱۳۱۴۳	۱۳۱۴۳	۱۳۱۴۳
۱۰-۹۹ نفر	۱۳۹۹۳۵۸	۱۳۹۹۳۵۸	۱۳۹۹۳۵۸
۱۰۰-۹۹۹ نفر	۸۱۲۱۶۳	۸۱۲۱۶۳	۸۱۲۱۶۳
۱۰۰۰-۹۹۹۹ نفر	۲۲۵۸۴۴	۲۲۵۸۴۴	۲۲۵۸۴۴
۱۰۰۰۰-۹۹۹۹۹ نفر	۹۱۳۶۶	۹۱۳۶۶	۹۱۳۶۶
۱۰۰۰۰۰-۹۹۹۹۹۹ نفر	۳۴۶۳۷	۳۴۶۳۷	۳۴۶۳۷
۱۰۰۰۰۰۰-۹۹۹۹۹۹۹ نفر	۸۵۱۹۵	۸۵۱۹۵	۸۵۱۹۵
۱۰۰۰۰۰۰۰-۹۹۹۹۹۹۹۹ نفر	۱۰۲۵۱	۱۰۲۵۱	۱۰۲۵۱

مأخذ: مرکز آمار ایران

در نمودار زیر توزیع کارگاههای کشور بر حسب تعداد کارکن به تصویر کشیده شده است. بخش بزرگی (بیش از ۹۵ درصد) از کارگاههای کشور شامل کارگاههایی با تعداد کارکن کمتر از ۱۰ نفر می‌باشد که در ادبیات اقتصادی اصطلاحاً به آنها بنگاههای خرد گفته می‌شود.

بعد از بنگاههای خرد، بنگاههای کوچک که تعداد کارکنان آنها بین ۱۰ تا ۵۰ نفر می‌باشند با ۴ درصد کل کارگاهها رتبه بعدی را به خود اختصاص داده است. واژه بنگاههای متوسط نیز معمولاً به بنگاههایی با تعداد کارکن بین ۵۰ تا ۲۵۰ نفر اطلاق می‌گردد ولی مرکز آمار ایران در طرح سرشماری خود از طبقه بندی ۵۰ تا ۵۰۰ نفر استفاده نموده است که این طبقه از بنگاهها نیز با حدود ۰/۵ درصد کل کارگاهها در رده بعدی قرار دارند و در نهایت تعداد کارگاههای بیش از ۵۰۰ نفر مجموعاً در حدود ۰/۰۳ درصد از کل کارگاهها را تشکیل می‌دهند.



مأخذ: مرکز آمار ایران

با توجه به آمار موجود در باره اندازه شرکتهای به نظر می‌رسد مقیاس اتحادیه اروپا برای تقسیم بندی بنگاههای اقتصادی در ایران چندان مناسب نمی‌باشد. به هر حال در این مقاله هر جا که از بنگاههای کوچک و متوسط SMEs

نام برده می شود در برگیرنده بنگاههای خرد (زیر ۱۰ نفر) نیز می باشد.

بخش اول: نقش و جایگاه SMEs در اقتصاد و توسعه اقتصادی

در دهه های اخیر شرکت های کوچک و متوسط به سبب برخورداری از خصوصیات ویژه نقش قابل توجهی در زمینه توسعه اقتصادی ایفا نموده اند. این امر موجب شده که این شرکتها به طور روز افزون در قانون توجه سیاستگذاران و مدیران اقتصادی کشورهای مختلف اعم از توسعه یافته و در حال توسعه قرار گیرند. برخی از مهمترین خصوصیات و مزیت های SMEs را می توان در قالب موارد زیر بیان نمود.

خصوصیات بنگاههای کوچک و متوسط

- ایفای نقش کلیدی در اقتصاد کشورها

در مطالعه ای که در باره نقش شرکت های کوچک و متوسط در اقتصاد کشورهای OECD صورت گرفته، مشخص گردیده است که شرکت های مذکور ۹۵ درصد از کل شرکت های این کشورها را شامل می شوند و بین ۶۰ تا ۷۰ درصد از فرصت های شغلی در این کشورها را فراهم آورده اند. اگر چه توزیع شرکت های کوچک و متوسط در کشورهای مختلف و در بخش های مختلف اقتصادی هریک از این کشورها متفاوت می باشد ولی قسمت اعظم این شرکتها و فرصت های شغلی که ایجاد نموده اند در بخش خدمات می باشد. در برخی از فعالیت های خدماتی نظیر عمده فروشی، خرده فروشی، هتلداری و رستوران ها تقریباً نزدیک به ۱۰۰ درصد شرکت های فعال، شرکت های کوچک و متوسط می باشند. از سوی دیگر در بخش های صنعتی که نیاز به فن آوری بالایی دارند نظیر بیو تکنولوژی، تولید نرم افزار و ICT نیز حضور شرکت های کوچک و متوسط در حال افزایش است.

نقش SMEs در افزایش سطح اشتغال در کشورهای OECD در حال افزایش است به نحوی که به عنوان نمونه در کشور آمریکا طی سالهای ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۵ بیش از ۶۰ درصد فرصت های جدید اشتغال در بخش شرکت های کوچک و متوسط فراهم گردیده است. این موضوع از یک سو به دلیل حضور گسترده و فعال شرکت های مذکور در حوزه ICT و از سوی دیگر به دلیل روندی است که شرکت های بزرگ در پیش گرفته اند، آنها مرتباً از حجم خود کاسته اند و بسیاری از فعالیت هایشان را به صورت برون سپاری (Outsourcing) از طریق شرکت های کوچک و متوسط به انجام می رسانند. این موضوع سبب گردیده است که SMEs بیش از پیش به صورت شرکت های تهیه کننده خدمات تجاری نظیر بازاریابی، آموزش کارکنان و تست های فنی برای سایر شرکتها و کارخانه ها عمل نمایند.

در اروپا نیز، شرکت های خرد، کوچک و متوسط ۹۹/۸ درصد از شرکتها را شامل می شوند و بیش از ۷۴ میلیون نفر در این شرکتها اشتغال دارند که معادل ۶۶ درصد کل استخدام خصوصی در اتحادیه اروپا می باشد و ۵۷ درصد از کل ارزش افزوده تولید در اتحادیه اروپا به این شرکتها تعلق دارد. از این جهت شرکت های مذکور نقشی مهمی در اقتصاد اتحادیه اروپا دارند و کشورهای اتحادیه اروپایی می کوشند از طریق برنامه های حمایتی مختلف نظیر کمک های دولتی، برنامه های اجتماعی حمایت از تحقیقات و نوآوری، صندوق های محلی، صندوق های سرمایه گذاری مخاطره آمیز (Capital Fund Venture) و ضمانت وام های دریافتی، زمینه فعالیت این شرکتها را تسهیل سازند.

- ساختار متفاوت اشتغال

گسترش شرکت های کوچک و متوسط ترکیب و ساختار اشتغال را نیز دگرگون ساخته است. به عنوان نمونه در کشور کانادا طی سالهای ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۶، اشتغال به صورت خویش فرما ۷۰ درصد رشد داشته است که در واقع ناشی از گسترش شرکت های کوچک و متوسط بوده است. اشتغال زنان نیز موضوع دیگری است که در نتیجه گسترش SMEs متحول گردیده است. در کشورهای عضو OECD مالکیت یک چهارم تا یک سوم شرکت های کوچک و متوسط متعلق به زنان می باشد و به عنوان نمونه در آمریکا، مالکیت زنان در شرکت های تجاری طی یک دهه گذشته، ۸۹ درصد (دو برابر سریعتر از رشد کل تجارت) افزایش داشته است.

- سیالیت منابع و انعطاف پذیری بالا

جریان منابع در SMEs سیالیت بالایی دارد و به سرعت بین شرکتها و بخش های مختلف حرکت می کند. این شرکتها معمولاً برای شروع فعالیت نیاز به سرمایه کمتری دارند و به دلیل حجم کوچکتر راحت تر می توانند رشته فعالیت خود را تغییر دهند و یا حتی سرمایه خود را از یک بخش اقتصادی به بخش دیگر منتقل نمایند. این انعطاف پذیری سبب افزایش کارایی سرمایه و تخصیص بهینه آن در فعالیتهای مولد و با سودآوری بالاتر می گردد.

- آسیب پذیری در برابر شوک های اقتصادی

هرچند حجم کوچک SMEs باعث افزایش قدرت انعطاف پذیری آنها می گردد اما از سوی دیگر توان آنها را در برابر شوک های اقتصادی کاهش می دهد. SMEs سرمایه کمتری دارند و جریان نقدینگی آنها نیز در سطح پایینی قرار دارد لذا در برابر فشارهای اقتصادی کم توان هستند و ممکن است با تغییر شرایط اقتصادی خیلی زود ورشکسته شوند یا توان رقابت و مزیت های نسبی خود را از دست بدهند.

- انگیزه های کارآفرینی و نوآوری

انگیزه نوآوری و ایجاد روش های جدید تولید در شرکت های کوچک و متوسط بیشتر است. اصولاً این شرکتها فاقد توان و سرمایه کافی برای شروع یک طرح تولیدی در مقیاس بزرگ هستند و از سوی دیگر برای ورود به بازار و شروع فعالیت بعضاً با رقبای بزرگی مواجه هستند که رقابت با آنها غیر ممکن است لذا آنها می کوشند با ارائه یک روش جدید، فرآیندها و روش های قبلی را بهبود بخشند، کارایی تولید را افزایش دهند و یا محصولات جدیدی معرفی نمایند تا از این طریق سهمی از بازار را به دست آورند یا اینکه بازاری برای محصولات جدیدشان ایجاد نمایند.

- وابستگی به منابع انسانی

SMEs به دلیل نوع فعالیتشان وابستگی زیادی به منابع انسانی دارند. در واقع ابزار اصلی رقابتی این شرکتها که نوآوری و خلاقیت می باشد کاملاً وابسته به منابع انسانی آنها می باشد لذا SMEs توجه زیادی به این موضوع دارند و حتی بسیاری از این گونه شرکتها در وهله اول بر اساس یک ایده نو و با تکیه بر منابع انسانی شکل می گیرند و به کارگیری منابع مالی نقش کمتری در شکل گیری آنها دارد.

مزیت های شرکت های کوچک و متوسط

- انعطاف پذیری بالا

انعطاف پذیری SMEs یک مزیت عمده هم برای این شرکتها و هم برای کل اقتصاد است. این امر باعث می شود منابع تولیدی اعم از کار و سرمایه بهبود در فعالیتهای ناکارا معطل نمانند و به سوی بخش های دیگر تولید که کارایی و بهره وری بالاتری دارند جریان یابند.

- نیاز به سرمایه کمتر و کارایی بالاتر سرمایه

کافی موانع عمده بر سر راه آنها می‌باشد. لذا توجه دولت به این موانع و ایجاد تسهیلات مناسب برای شرکتهای مذکور می‌تواند توسعه صادرات را تقویت نماید.

شرکتهای کوچک و متوسط برای شروع فعالیت نیاز به سرمایه کمتری دارند و نسبت به همین سرمایه کم ارزش افزوده بالاتری ایجاد می‌نمایند. به عنوان نمونه مطالعه‌ای که در چند کشور اروپایی و ژاپن صورت گرفته است، نسبت ارزش افزوده به سرمایه به کار گرفته شده در شرکتهای کوچک، متوسط و بزرگ در این کشورها به شرح جدول زیر بوده است:

نسبت ارزش افزوده به سرمایه به کار گرفته شده طی سالهای ۹۶-۱۹۹۰ (ارقام به درصد)

کشور	۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۵	۲۰۱۰
فرانسه	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
آلمان	۸۵	۸۵	۸۵	۸۵	۸۵
ایالات متحده	۷۵	۷۵	۷۵	۷۵	۷۵
ژاپن	۶۵	۶۵	۶۵	۶۵	۶۵

مأخذ: گزارش اتحادیه اروپا

با توجه به جدول فوق در تمام این کشورها نسبت ارزش افزوده به سرمایه به کار رفته در شرکتهای کوچک و متوسط به نحو قابل توجهی بالاتر از شرکتهای بزرگ است که این بیانگر کارایی بالاتر سرمایه در SMEs می‌باشد.

- خلاقیت و نوآوری

همان طور که قبلاً هم ذکر شد، خلاقیت و نوآوری یک ابزار مهم رقابتی برای شرکتهای کوچک و متوسط است که از طریق آن به دنبال کسب سهم خود از بازار هستند. این امر یک مزیت عمده هم برای آنها محسوب می‌شود زیرا با استفاده از نوآوری خود را از فضای رقابتی شرکتهای بزرگ خارج ساخته و زمینه لازم برای گسترش فعالیت خود را در کنار شرکتهای بزرگ و به عنوان ارائه دهنده خدمات جنبی به آنها ایجاد می‌نمایند.

- اشتغالزایی

اشتغالزایی SMEs مزیت بزرگی است که باعث شده دولتها نیز در امر سیاستگذاری توجه ویژه‌ای به شرکتهای مذکور داشته باشند. همان گونه که ذکر شد بخش قابل توجهی از مشاغل موجود در هر کشور مربوط به SMEs می‌باشد و همچنین در ایجاد فرصتهای شغلی جدید نیز نقش قابل توجهی دارند.

- اشتغال زنان و روستاییان

یکی دیگر از مزایای شرکتهای کوچک و متوسط جایگاه اشتغالزایی آنها در مورد زنان و روستاییان می‌باشد. ایجاد تولید و اشتغال در مناطق روستایی از طریق SMEs یکی از سیاستهای رایج در بسیاری از کشورهای در حال توسعه می‌باشد، شرکتهای کوچکی که با سرمایه کم روستاییان و کمکهای دولت شکل می‌گیرند و ضمن بالابردن درآمد روستاییان و کشاورزان، محصولات تولیدی قابل توجهی نیز ایجاد می‌نمایند. همچنین در مورد اشتغال زنان نیز آمار موجود نشان دهنده حضور چشمگیرتر زنان در عرصه شرکتهای کوچک و متوسط و به خصوص در مدیریت این شرکتهای می‌باشد.

- توان صادراتی

SMEs در زمینه صادرات و تجارت خارجی کشورها نیز نقشی اساسی دارند به عنوان نمونه در کشور کانادا شرکتهای کوچک و متوسط ۸۷ درصد صادرکنندگان را تشکیل می‌دهند. وجود ظرفیتهای نوآوری و منابع قوی انسانی در شرکتهای کوچک و متوسط سبب می‌گردد پتانسیل خوبی برای توسعه صادرات داشته باشند لیکن حجم کوچک، توان مالی کم و عدم تجربه

بخش دوم: جایگاه SMEs در ایجاد اشتغال

اولین مطالعات مربوط به نقش SMEs در ایجاد اشتغال را می‌توان در کار مطالعاتی بیرچ (Birch 1979) مشاهده نمود. بررسی وی نشان می‌دهد که در طی دهه هفتاد میلادی ۸۰ درصد مشاغل ایجاد شده در آمریکا توسط بنگاههایی با اندازه کمتر از ۱۰۰ کارکن به وجود آمده است. البته ایراداتی به مطالعه بیرچ وارد شد مبنی بر اینکه وی بین بنگاههای کوچک و متوسط و شعب مستقل شرکتهای بزرگ تمایزی قایل نشده بود و به این نکته نیز توجه نشده بود که بخش بزرگی از مشاغل ایجاد شده توسط بخش کوچکی از بنگاهها (بنگاههای با رشد سریع) ایجاد شده بود. البته بیرچ در کتاب خود به موضوع دوم توجه نموده و واژه غزالها (Gazelles) را برای بنگاههایی که با رشد

سریع خود سهم بزرگی در ایجاد اشتغال دارند، ابداع نمود.

نتایج مطالعه مشابهی که توسط سازمان OECD (1999) در مورد فرانسه، ایتالیا، هلند، اسپانیا و کبک (کانادا) انجام گرفته نیز حاکی از آن است تنها ۲ تا ۱۰ درصد از بنگاههای کوچک و متوسط با ۲۰ تا ۵۰۰ کارکن در ابتدای تأسیس بنگاه موفق به دوبرابر کردن تعداد کارکنان خود شده‌اند و بقیه به نسبتهای پایینتر و یا منفی دست یافته‌اند. البته همین مطالعه نشان می‌دهد که بین ۴۸ تا ۸۸ درصد مشاغل ایجاد شده در طی دوره مورد بررسی مربوط به همین بخش کوچک از بنگاههای اقتصادی بوده است.

بانک جهانی و سایر نهادهای بین المللی نیز به نقش SMEs در رشد اقتصادی و کاهش فقر واقفند و برنامه‌های حمایتی زیادی در این رابطه به اجرا درآورده‌اند. به عنوان نمونه بانک جهانی طی ۵ سال منتهی به ۲۰۰۲ به تنهایی بیش از ۱۰ میلیارد دلار از منابع خود را به برنامه‌های حمایت از SMEs اختصاص داده است.

دیدگاههای حمایت از SMEs عمدتاً بر سه محور اصلی اهمیت و نقش آنها دلالت دارند؛

۱- SMEs عامل تقویت روحیه رقابت و کارآفرینی در اقتصاد هستند و از اینرو منافع زیادی در راستای افزایش کارایی، نوآوری و رشد بهره‌وری در کل اقتصاد دارند لذا برنامه‌های حمایتی دولت از SMEs به دلیل منافع اجتماعی آن که ناشی از افزایش رقابت و کارآفرینی است، توجیه پذیر می‌باشد.

خلاقیت و نوآوری یک ابزار مهم رقابتی برای شرکتهای کوچک و متوسط است که از طریق آن به دنبال کسب سهم خود از بازار هستند. این امر یک مزیت عمده هم برای آنها محسوب می‌شود زیرا با استفاده از نوآوری، خود را از فضای رقابتی شرکتهای بزرگ خارج ساخته و زمینه لازم برای گسترش فعالیت خود را در کنار شرکتهای بزرگ و به عنوان ارائه دهنده خدمات جنبی به آنها ایجاد می‌نمایند.

از سوی دیگر جریان منابع در SMEs سیالیت بالایی دارد و به سرعت بین شرکتهای و بخشهای مختلف حرکت می‌کند. این شرکتهای معمولاً برای شروع فعالیت نیاز به سرمایه کمتری دارند و به دلیل حجم کوچکتر راحت تر می‌توانند رشته فعالیت خود را تغییر دهند و یا حتی سرمایه خود را از یک بخش اقتصادی به بخش دیگر منتقل نمایند. این انعطاف پذیری سبب افزایش کارایی سرمایه و تخصیص بهینه آن در فعالیتهای مولد و با سودآوری

بالا تر می‌گردد

۲- برخی از کارشناسان عقیده دارند به طور کلی *SMEs* از بنگاههای بزرگ بهره‌ورترند ولی معضلات و موانع آنها در رابطه با بازار مالی و سایر نهادهای مرتبط مانع از توسعه آنها می‌گردد لذا برنامه‌های حمایتی دولت به خصوص در زمینه تأمین مالی *SMEs* می‌تواند رشد و توسعه اقتصادی را ارتقاء دهد.

شرکتهای کوچک و متوسط برای شروع فعالیت نیاز به سرمایه کمتری دارند و نسبت به همین سرمایه کم ارزش افزوده بالاتری ایجاد می‌نمایند. قابلیت‌های بالای شرکتهای کوچک و متوسط در مقایسه با شرکتهای بزرگ و رشد سریع این نوع شرکتهای در کشورهای توسعه یافته در دهه‌های اخیر کشورهای در حال توسعه را بر آن داشته تا به فکر رفع موانع گسترش این نوع شرکتهای باشند. گسترش شرکتهای کوچک و متوسط به علت پتانسیلهای اشتغال زایی بالا و احتیاج کمتر به منابع مالی می‌تواند راهگشای بسیاری از مسائلی باشد که این کشورها با آن مواجه هستند.

اگر چه هر یک از کشورها با مسایل خاص خود مواجه هستند اما از آنجا که اکثر کشورهای در حال توسعه در مرحله گسترش *SMEs* هستند بسیاری از مسایل مربوط به گسترش *SMEs* بین آنها مشترک است.

۳- برخی از دیدگاهها نیز بر این نکته تأکید دارد که *SMEs* نقش بزرگتری در ایجاد اشتغال دارند و به طور کلی بنگاههای کوچکتر نسبت به بنگاههای بزرگتر، کاربرتر (*Labor Intencive*) هستند لذا برنامه‌های حمایت از آنها می‌تواند موجبات کاهش بیکاری و پیرو آن کاهش فقر گردد.

اشتغالزایی *SMEs* مزیت بزرگی است که باعث شده دولتها نیز در امر سیاستگذاری توجه ویژه‌ای به شرکتهای مذکور داشته باشند. بخش قابل توجهی از مشاغل موجود در هر کشور مربوط به *SMEs* می‌باشد و همچنین در ایجاد فرصتهای شغلی جدید نیز نقش قابل توجهی دارند.

بنگاههای کوچک و متوسط بدون شک نقش مهمی در اشتغال به خصوص در کشورهای در حال توسعه دارند. بر اساس مطالعات انجام شده، بنگاههای کوچکتر نسبت به بنگاههای بزرگتر کاربری بیشتری دارند و معمولاً تولید یا ارزش افزوده آنها نسبت به سرمایه به کار گرفته شده بالاتر است. به عقیده برخی از محققین رشد سهم بنگاههای کوچک و متوسط در اقتصاد طی دو دهه اخیر ناشی از دو موضوع برون سپاری (*Outsourcine*) و کاهش اندازه بنگاههای بزرگ می‌باشد.

در اکثر کشورهای عضو سازمان OECD آمارها به خصوص از دهه ۸۰ به این سو، بیانگر افزایش سهم شرکتهای کوچک در کل اشتغال است. در بیشتر کشورهای در حال توسعه‌ای که آمار آنها قابل دسترس است نیز سهم بنگاههای کوچک در اشتغال افزایش یافته است. به عنوان مثال در آمریکای لاتین سهم بنگاههای کوچک (زیر ۲۰ نفر) و خود اشتغالی در کل اشتغال شهری از ۴۸ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۵۱ درصد در سال ۱۹۹۸ افزایش یافته است.

نتایج یک مطالعه در مورد چند کشور اروپایی و غیراروپایی نشان می‌دهد در کشورهایی که GDP سرانه پایین‌تری دارند، سهم بنگاههای کوچک (کمتر از ۱۰ نفر) و بنگاههای بزرگ (بیش از ۵۰ نفر) در کل اشتغال بیشتر است ولی سهم بنگاههای متوسط (بین ۱۰ تا ۵۰ نفر) کمتر است. این یافته‌ها به خصوص با وضعیت کشورهای آفریقایی بیشتر تطابق دارد که ساختار اشتغال در آنها را میانه گمشده (*Missing Middle*) می‌نامند به نحوی که تمرکز اصلی نیروی کار در بنگاههای خرد و بزرگ است و بنگاههای متوسط کمتر

وجود دارند. در چنین توزیعی بنگاهها به دو گروه بنگاههای کوچک با رشد کم و بنگاههای بزرگ با رشد بالا تقسیم می‌شوند و حضور بنگاههای متوسط در اقتصاد بسیار ناچیز است. این موضوع از این جهت می‌تواند جالب باشد که نشان می‌دهد بنگاههای خرد با موانع زیادی مواجه هستند که از رشد آنها به سوی بنگاههای متوسط و بزرگ جلوگیری می‌کند.

البته داشتن سهم بیشتر در اشتغال به تنهایی نمی‌تواند بیانگر اهمیت نقش بنگاههای کوچک در ایجاد اشتغال باشد. عامل مهمتر در واقع سهم بنگاههای کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال است. شرکتهای کوچک و متوسط به دلیل سرعت بالای شکل‌گیری و تولد بنگاه، به صورت ناخالص نرخ ایجاد اشتغال بالایی دارند ولی از سوی دیگر نرخ بقای آنها نیز پایینتر است و هر ساله مشاغل زیادی بر اثر ورشکستگی یا انحلال بنگاههای کوچک و متوسط از بین می‌رود. لذا در این رابطه نرخ خالص ایجاد اشتغال باید مورد نظر قرار گیرد. آمار کشورهای OECD نشان دهنده آن است که بنگاههای کوچک هم به صورت خالص و هم ناخالص، نرخ ایجاد اشتغال بالاتری دارند.

مطالعه دیگری بر اساس اطلاعات مربوط به دوره ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۱ و در ۱۰ صنعت اصلی کشور تایوان نشان داد که نرخ خالص ایجاد اشتغال در بنگاههای کوچک بالاتر از بنگاههای بزرگ است به عبارت دیگر در تایوان برعکس آمریکا، بنگاههای کوچک منبع اصلی ایجاد اشتغال هستند. علاوه بر این در تحقیق مذکور مقایسه‌ای بین شرکتهای با بهره‌وری بالاتر و شرکتهای بزرگ هم انجام شده که نتایج حاکی از بالاتر بودن نرخ خالص ایجاد اشتغال در شرکتهای با بهره‌وری بالاتر می‌باشد. بر این اساس افزایش بهره‌وری را نیز می‌توان عامل ایجاد اشتغال دانست.

مطالعات سازمان OECD در سال ۱۹۹۶ نیز بیانگر آن است که در کشور روسیه و بسیاری از کشورهای عضو سازمان OECD نیز نرخ خالص ایجاد اشتغال در بنگاههای کوچک بیشتر از بنگاههای بزرگ است.

از دیگر موضوعاتی که در ارتباط با ایجاد اشتغال از طریق حمایت از *SMEs* مطرح شده، جایگاه شرکتهای تازه تأسیس (*Start-Ups*) و به طور کلی تأسیس بنگاههای اقتصادی جدید است. آمار موجود نشان دهنده آن است که در کشورهای در حال توسعه نرخ ایجاد بنگاههای جدید تقریباً دو برابر نرخ ایجاد بنگاهها در کشورهای صنعتی است. همچنین مطالعه‌ای در آفریقای جنوبی نشان می‌دهد بین ۷۵ تا ۸۰ درصد مشاغل ایجاد شده ناشی از تأسیس بنگاههای جدید و مابقی ناشی از توسعه بنگاههای موجود است. علاوه بر این نتایج دو مطالعه مذکور حاکی از آن است که بنگاههای جوان سریعتر رشد می‌کنند و بنگاههای کوچک و خرد نیز نسبت به بنگاههای بزرگ از سرعت رشد اولیه بالاتری برخوردارند ولی فقط یک درصد از بنگاههای خرد (بین ۱ تا ۵ نفر) موفق می‌شوند رشد خود را ادامه داده و تعداد کارکنان خود را به بیش از ۱۰ نفر برسانند.

یکی دیگر از مزایای شرکتهای کوچک و متوسط جایگاه اشتغالزایی آنها در مورد زنان و روستاییان می‌باشد. ایجاد تولید و اشتغال در مناطق روستایی از طریق *SMEs* یکی از سیاستهای رایج در بسیاری از کشورهای در حال توسعه می‌باشد، شرکتهای کوچکی که با سرمایه کم روستاییان و کمکهای دولت شکل می‌گیرند و ضمن بالابردن درآمد روستاییان و کشاورزان، محصولات تولیدی قابل توجهی نیز ایجاد می‌نمایند. همچنین در مورد اشتغال زنان نیز آمار موجود نشان دهنده حضور چشمگیرتر زنان در عرصه شرکتهای کوچک و متوسط و به خصوص در مدیریت این شرکتهای می‌باشد.

دیدگاه مخالفین حمایت از SMEs

در مقابل این دیدگاه، نظرات مخالفی نیز وجود دارد که حمایت از SMEs و ترجیح دادن آنها به بنگاههای بزرگ را فاقد توجیه اقتصادی و علمی می‌داند. نظرات مخالف عمدتاً حول محورهای زیر می‌باشد:

۱- بنگاههای بزرگ به منافع ناشی از اقتصاد اندازه (مقیاس اقتصادی تولید) دسترسی دارند و به علاوه قادرند هزینه‌های ثابت مربوط به تحقیق و توسعه را تأمین کنند در حالیکه SMEs چنین توانی ندارند.

۲- مشاغلی که توسط بنگاههای بزرگ ایجاد می‌شود از پایداری بیشتری برخوردار است و از لحاظ استانداردها و کیفیت کار، نسبت به مشاغل ایجاد شده در SMEs برتری دارند.

۳- برخی از مخالفین اساساً مبنای اندازه را برای حمایت از بنگاهها مورد تردید قرار می‌دهند و معتقدند موارد دیگری نظیر مقدار و نوع منابع طبیعی، سطح فن آوری، سیاستهای کلی اقتصاد و بنیادهای اجتماعی، اندازه بهینه بنگاهها را مشخص می‌سازد. به عنوان مثال ممکن است یک کشور در تولید کالاهای که توسط بنگاههای کوچک و متوسط انجام می‌شود دارای مزیت نسبی باشد و کشور دیگر در کالاهای تولیدی بنگاههای بزرگ. همچنین در کشورهایی که سیاستهای تجاری آزادتری دارند و بخش بزرگتری از اقتصادشان در مسایل تجارت جهانی دخیل است، اندازه بهینه بنگاههای اقتصادی بزرگتر خواهد بود. از دیدگاه نظری نیز اندازه بهینه یک بنگاه اقتصادی متأثر از اختلاف بین هزینه مبادلات داخل بنگاه (Cost of Intra-Firm Transactions) و هزینه مبادلات بازار (Cost of Market Transactions) می‌باشد و اگر هزینه مبادلات در بازار کمتر از هزینه مبادلات در داخل بنگاه اقتصادی باشد، اندازه بهینه کاهش می‌یابد. لذا بر این اساس برنامه‌های حمایتی موجب به هم خوردن اندازه بهینه اقتصادی بنگاهها شده و کارایی کل اقتصاد را کاهش می‌دهد.

۴- گروهی از مخالفان نیز معتقدند تأکید اصلی برنامه‌های حمایتی به جای SMEs باید بر محیط کار و کسب (Business Environment) باشد. هزینه‌های پایین ورود به بازار، کاهش مقررات دست و پاگیر، تقویت حقوق مالکیت و دسترسی آسان بنگاهها به منابع مالی از خصوصیات یک محیط کسب و کار مناسب است که می‌تواند به هردوی SMEs و بنگاههای بزرگ کمک کند و حمایت از چنین محیطی از اعطای یارانه به SMEs مؤثرتر خواهد بود.

در واقع نظر مخالفان را چنین می‌توان تشریح نمود که هرچند همبستگی معنی داری بین سهم SMEs در اقتصاد و رشد اقتصادی وجود دارد ولی این به معنی رابطه علیتی بین این دو متغیر نیست. لذا ایشان بر این اساس و با استناد به عدم وجود رابطه علیتی بین سهم SMEs در اقتصاد با رشد بلند مدت و فقر، دیدگاه لزوم حمایت و اعطای یارانه به SMEs را رد نموده و چنین بیان می‌دارند که SMEs فقط نشانه و خصوصیت اقتصادهای با رشد سریع هستند و نه دلیل آن.

برخی مطالعات نشان می‌دهد هرچند هر دو نرخ ناخالص ایجاد اشتغال و از بین رفتن اشتغال در SMEs بالاتر از بنگاههای بزرگ می‌باشد ولی بین نرخ خالص ایجاد اشتغال (اختلاف دو نرخ فوق) و اندازه بنگاههای اقتصادی رابطه سیستماتیکی وجود ندارد. شواهد تجربی دیگر نیز حاکی از آن است که اندازه بنگاه معیار مناسبی برای تخمین کاربرد یا سرمایه بر بودن آن بنگاه نیست

و میزان کاربری در صنایع مختلف نسبت به معیار اندازه بنگاهها از گوناگونی بیشتری برخوردار می‌باشد. بر این اساس می‌توان گفت SMEs لزوماً گزینه مناسبی برای خصوصیت فراوانی نیروی کار و کمبود سرمایه در کشورهای در حال توسعه نمی‌باشد.

در مبحث کیفیت کار نیز مطالعات در سطح خرد بر علیه دیدگاه حمایت از SMEs می‌باشد. تحقیقات تجربی بیانگر این است که بنگاههای بزرگ هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه به دلیل شرایط استخدام و کار پایدارتر، دستمزدهای بالاتر و مزایای غیر دستمزدی، شرایط مطلوبتری نسبت به SMEs ایجاد می‌کنند و علاوه بر این کارکنان بنگاههای بزرگتر از مزایای جنبی دیگر نظیر امکان کسب آموزشهای حین خدمت و تجارب کاری گسترده‌تر نیز برخوردارند. برخی مطالعات انجام شده در آفریقا و آمریکای لاتین نشان می‌دهد بسیاری از بنگاههای کوچک در واقع به عنوان آخرین گزینه‌های اشتغال برای جویندگان کار مطرح هستند و این موضوع SMEs را با محدودیت رشد مواجه می‌کند.

در موضوع نوآوری نیز هرچند دیدگاه حمایت کننده SMEs بر این باور است که بنگاههای کوچکتر نرخ نوآوری بالاتری دارند ولی برخی از مطالعات تجربی حاکی از نتایج متفاتی است. در مورد بنگاههای کشور آمریکا نتایج تحقیقات حاکی از آن است که نرخ نوآوری SMEs در صنایع نیازمند مهارت و با فن آوری بالا (High Technology) بیشتر است ولی در صنایع با فن آوری پایینتر و نیازمند سرمایه بیشتر، نرخ نوآوری بنگاههای بزرگ است. در کشورهای در حال توسعه هم هرچند فعالیتهای تحقیق و توسعه کمتر است ولی تحقیقات نشان می‌دهد که بنگاههای بزرگ صادرکننده منبع اصلی انتقال فن آوری از خارج از کشور و سازگار شدن آن با محیط داخلی هستند. بر اساس این دیدگاه اندازه بنگاه نمی‌تواند دلیل محکمی برای حمایت از SMEs و اعطای یارانه به آنها باشد.

برخی دیگر از مطالعات، اندازه بنگاه را متأثر از شرایط اقتصادی نشان داده‌اند و در اینکه حمایت از SMEs بتواند اوضاع اقتصادی را بهبود بخشد تردید وارد نموده‌اند. به عنوان نمونه در کشورهایی که سیستم مالی توسعه بیشتری یافته است، اندازه بنگاههای اقتصادی نیز به طور متوسط بزرگتر است. به عبارت دیگر توسعه بازار مالی منجر به رفع مشکلات مالی همه بنگاهها گشته و موجبات رشد آنها را فراهم می‌آورد. همچنین در کشورهایی که دارای نهادهای بهتر (به طور اخص سیستم قضایی کاراتر) هستند، اندازه بنگاهها نیز بزرگتر است. بر اساس این مطالعات تمرکز بر بهبود محیط تجاری (کسب و کار) و عوامل آن نظیر دسترسی به منابع مالی، اعتباری و نهادهای و کارایی نهادها موجب رشد هر دو گروه بنگاههای کوچک و بزرگ شده و نیازی به ترجیح دادن یکی به دیگری وجود ندارد.

بخش سوم: سیاستها و برنامه‌های حمایت از SMEs

امروزه توسعه بنگاههای کوچک به صورت یک اصل مهم در استراتژیهای ایجاد اشتغال و کاهش فقر درآمده است. سازمان بین المللی کار (ILO) معتقد است یک محیط سیاستگذاری مناسب می‌تواند عامل مهمی در ایجاد اشتغال بیشتر و بهتر (در ابعاد کمی و کیفی) از طریق توسعه بنگاههای کوچک باشد. از نظر سازمان مذکور برای تقویت دانش سیاستگذاری مناسب در این راستا، موارد زیر باید حاصل شود:

۱- تعریف معیارهایی برای ارزیابی میزان مطلوب کمی و کیفی برنامه‌های

اشتغال در بنگاههای کوچک.

۲- تشخیص کانالهایی که محیط قانونی و سیاستی بر مشارکت بنگاههای کوچک در ایجاد اشتغال اثرات مثبت یا منفی دارد.

۳- شناخت فرایند تدوین سیاستها و کاربرد آن بر بهبود محیط قانونی و سیاستی.

در حالی که برخی از محققین عقیده دارند سیاستهای اقتصادی باید در جهت حمایت از بنگاههای کوچک برای رقابت با بنگاههای بزرگ باشد. سایرین معتقدند هیچ دلیل معتبری برای ترجیح دادن یک طبقه خاص از بنگاهها (از نظر اندازه) بر بنگاههای دیگر وجود ندارد. به جای این، وجود بازارهای نهاده و ستانده با عملکرد مناسب بهتر از ترجیح دادن شرکتها به یکدیگر است. به هر حال چنین نظری به مسأله انتخاب بهترین ابزار سیاستی برای مواردی که دخالت دولت در بازار لازم است، کمکی نمی‌کند. به عنوان مثال در مورد بازار اعتبارات و منابع مالی به خصوص در کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته به دلیل ضعف بازار و هزینه‌های بالای مبادلات، دولت برای رفع موانع پیش روی بنگاههای کوچک ناگزیر از دخالت در بازار است.

در بسیاری از کشورها، برنامه‌های حمایتی برای کمک به SMEs و در راستای تسهیل فعالیتها و بهبود عملکرد آنها طراحی و اجرا می‌شود ولی بسیاری از بنگاههای کوچک هرگز از اجرای چنین برنامه‌ای مطلع نمی‌شوند. به عنوان مثال در بنگلادش، نپال و فیلیپین بیش از ۷۰ درصد بنگاههای مورد مطالعه هیچ اطلاعی در مورد برنامه‌های کمک و حمایت از بنگاههای کوچک نداشتند. همچنین در برخی از کشورها برنامه‌های حمایتی از بنگاههای کوچک در حالی اجرا می‌شود که محیط کلی اقتصاد و تجارت بر اساس ترجیح دادن بنگاههای بزرگ بر کوچک قرار دارد.

از سوی دیگر یک برنامه حمایتی خاص می‌تواند باعث ایجاد انحراف در سیاستهای کلی اقتصاد کشور شود. بسیاری از بنگاههای کوچک را متحمل فشار و زیان ناشی از این انحراف سازد در حالیکه هیچ استفاده‌ای از آن برنامه حمایتی خاص نبرده‌اند. خطر دیگر ناشی از آن است که برخی از بنگاههای اقتصادی به دلیل منافع ناشی از یک برنامه حمایتی، از رشد و توسعه واحد خود جلوگیری کنند تا همچنان در شمول آن برنامه قرار داشته باشند و یا حتی این امکان وجود دارد که برخی از بنگاهها برای مشمول شدن در یک برنامه، تعداد کارکنان خود را کاهش دهند.

به طور کلی در حالی که تمام برنامه‌های حمایتی و سیاستی اثراتی بر بنگاههای کوچک و متوسط دارد فقط برنامه‌های خاص و تحت شرایط ویژه‌ای می‌تواند اثرات مثبتی بر این بنگاهها داشته باشد. لذا در طراحی همه سیاستها و برنامه‌های حمایتی باید به اثرات درونی و بیرونی آن برنامه بر فعالیت بنگاههای کوچکتر توجه داشت. سه اصل راهنمای ذیل می‌تواند معیار مناسبی برای این موضوع باشد:

■ سیاست حمایتی نباید منجر به ایجاد محدودیتی در فعالیتهای بنگاههای اقتصادی و به خصوص بنگاههای کوچکتر شود. همچنین باید توجه داشت که غالباً بین اهداف مختلف رابطه معاوضه‌ای (Trade-off) برقرار است مثلاً نشانه‌هایی مبنی بر معاوضه اهداف بین توسعه تجارت و استانداردهای کار وجود دارد.

■ محیط تجاری (کار و کسب) باید میدان عمل واحدی برای فعالیت همه بنگاهها ایجاد کند و تبعیضی بر علیه بنگاههای کوچکتر قابل نشود به عنوان

مثال در برخی از فرایندهای یکسان مانند ثبت شرکتها و یا ارائه گزارشات مالی به نهادهای قانونی، علیرغم اینکه قوانین برای همه شرکتها یکسان است ولی شرکتها کوچکتر نسبت به حجم گردش مالیشان، هزینه‌های بیشتری متحمل می‌شوند.

■ زمانی که یک برنامه سیاستی خاص برای حمایت از بنگاههای کوچک طراحی می‌شود باید هدفگذاری دقیق انجام شده و از ایجاد بوروکراسی بهبوده جلوگیری شود همچنین اطلاع رسانی کامل در مورد شرایط و ضوابط برنامه برای بنگاههای مشمول انجام شود.

در ادامه اصول کلی سیاستها و برنامه‌های حمایتی از SMEs در کشورهای مختلف ارائه گردیده است. این سیاستها به طور اخص مربوط به بررسی تجارب کشورهای عضو سازمان OECD می‌باشد و با توجه به طیف گسترده کشورهای عضو این سازمان که شامل کشورهای مختلف توسعه یافته و در حال توسعه می‌باشند، می‌تواند برای طراحی سیاستهای حمایتی در ایران نیز الگوی مناسبی باشد.

۱- تسهیل قوانین و مقررات اجرایی

تلاشهای زیادی در بسیاری از کشورها برای تسهیل قوانین و مقررات در مورد SMEs انجام شده است. بهبود چارچوب مقررات اجرایی و مالی، کاهش تشریفات اداری و حذف موارد زائد، افزایش انعطاف پذیری نهادهای مرتبط و ارائه خدمات فن آوری اطلاعات مانند دولت الکترونیک و پایگاههای اینترنتی مواردی هستند که از این طریق پیگیری شده‌اند.

در بحث قوانین و مقررات دو رویکرد پیش نگر و پس نگر مورد توجه قرار گرفته است. در رویکرد پیش نگر، قبل از تصویب هرگونه قانون و وضع مقررات جدید به اثرات آن بر SMEs و محیط تجاری فعالیت آنها توجه و سعی می‌شود تا هرگونه فشار احتمالی ناشی از وضع این قوانین بر SMEs حذف یا تعدیل گردد. رویکرد پس نگر نیز بر اساس ساده سازی و اطلاع رسانی شرکتها در مورد قوانین موجود و حذف مقررات زائد شکل گرفته است. همچنین ارائه تسهیلات اداری از طریق فرآیندهای فن آوری اطلاعات مانند پایگاههای اینترنتی، نقاط تجاری و خطوط پایدار و پرسرعت اینترنتی، راهی ساده و در عین حال کارآمد برای ساده سازی روندهای اجرایی و اداری مورد نیاز شرکتهای کوچک و متوسط می‌باشد که در اکثر قریب به اتفاق برنامه‌های حمایتی از SMEs در کشورهای مختلف پیگیری و اجرا شده است. به عنوان نمونه فرایند ثبت شرکتها در برخی از کشورها کاملاً به صورت آنلاین امکانپذیر می‌باشد.

تسهیل مقررات مالیاتی، ساختار بازار مالی و قانون ورشکستگی، زمینه‌های دیگری از فعالیت سیاستگذاران برای حمایت از SMEs هستند. در این مسیر شناسایی مشکلات قانونی و اجرایی که شرکتها با آن مواجه هستند و طراحی سازوکارهای مناسب برای حذف یا تسهیل این مشکلات باید مورد توجه اساسی قرار گیرد و ارزیابی نتایج حاصل از اجرای این گونه سیاستها به صورت علمی و گسترده در برنامه گنجانده شود.

یکی از حوزه‌های مهم در این زمینه، مخارج دولت و دستگاههای دولتی می‌باشد. از خودکاری که بر روی میز کارمندان دولت قرار دارد تا مناقصه طرحهای بزرگ عمرانی به ارزش چندین میلیارد دلار، کالاها و خدمات مصرفی دولت را تشکیل می‌دهند و هدایت محل تأمین این کالا و خدمات به سمت SMEs می‌تواند کمک زیادی به رشد و توسعه این بنگاهها بنماید.

البته هدف این نیست که دولت بنگاههای بزرگ را از دور رقابت خارج سازد بلکه تسهیل مقررات برای بنگاههای کوچکتر جهت حضور در مزایده‌ها و مناقصه‌های دولتی می‌تواند عامل تقویت حضور آنها در این حوزه باشد. همچنین ارائه مشوقهایی برای بنگاههای بزرگتر که بخش بزرگتری از کارهای خود را به صورت برون سپاری و از طریق SMEs انجام می‌دهند، نیز مثر ثمر خواهد بود. جدول زیر مقایسه بین مخارج مصرفی دولت و تسهیلات اعطایی بانکها و مؤسسات اعتباری به بخش غیردولتی را نشان می‌دهد.

سال	میزان مخارج دولت	مجموع GDP	نسبت به GDP	نسبت به تسهیلات اعطایی دولت
1380	14,700	13,770	107%	16%
1381	11,400	12,700	90%	16%
1382	13,377	12,700	105%	16%
1383	14,900	13,700	109%	16%

مأخذ: آمار بانک مرکزی (ارقام به میلیارد ریال)

همان طور که ملاحظه می‌شود طی ۴ سال اخیر هزینه‌های مصرفی دولت از نظر مقایسه‌ای معادل یک چهارم تا یک سوم تسهیلات اعطایی به بخش غیردولتی می‌باشد. این در حالیست که دولت از اختصاص سهم ۲۰ درصدی تسهیلات بانکها (و ۵۰ درصد تا سالهای آینده) به بنگاههای زیر ۵۰ نفر به عنوان یک ابزار حمایتی استفاده می‌کند لذا در کنار برنامه مذکور، دولت می‌تواند با توجه بیشتر به نحوه مخارج مصرفی خود و هدایت آن در جهت حمایت از بنگاههای کوچکتر، یک برنامه قوی و با هزینه‌های کمتر اجرا نماید.

۲- پرورش و تقویت فرهنگ کارآفرینی

انگیزه نوآوری و ایجاد روشهای جدید تولید در شرکتهای کوچک و متوسط بیشتر است. همان طور که قبلاً ذکر شد، این شرکتهای فاقد توان و سرمایه کافی برای شروع یک طرح تولیدی در مقیاس بزرگ هستند و از سوی دیگر برای ورود به بازار و شروع فعالیت بعضاً با رقبای بزرگی مواجه هستند که رقابت با آنها غیر ممکن است لذا آنها می‌کوشند با ارائه یک روش جدید، فرایندها و روشهای قبلی را بهبود بخشند، کارایی تولید را افزایش دهند و یا محصولات جدیدی معرفی نمایند تا از این طریق سهمی از بازار را به دست آورند یا اینکه بازاری برای محصولات جدیدشان ایجاد نمایند. کارآفرینی و خلاقیت جوهره وجودی و مبدأ فعالیت شرکتهای کوچک و متوسط است و در واقع بخش بزرگی از داراییهای این شرکتهای به شکل داراییهای نامحسوسی است که در نتیجه ایده‌های خلاق صاحبان و کارکنان شرکتهای مزبور به وجود آمده‌اند. لذا توجه به آموزش مداوم و بالا بردن سطح دانش در میان این افراد یکی از مهمترین سیاستهای توسعه و تقویت شرکتهای کوچک و متوسط می‌باشد.

SMEs به دلیل نوع فعالیتشان وابستگی زیادی به منابع انسانی دارند. در واقع ابزار اصلی رقابتی این شرکتهای که نوآوری و خلاقیت می‌باشد کاملاً وابسته به منابع انسانی آنها می‌باشد لذا SMEs توجه زیادی به این موضوع دارند و حتی بسیاری از این گونه شرکتهای در وهله اول بر اساس یک ایده نو و با تکیه بر منابع انسانی شکل می‌گیرند و تجمع و به کارگیری منابع مالی نقش کمتری در شکل گیری آنها دارد.

لذا پی ریزی یک نظام جامع و سیستماتیک برای آموزش مداوم اصول کارآفرینی و همکاری نهادهای مختلف دولتی در این راستا یک اصل کلیدی

برای موفقیت برنامه مذکور می‌باشد. همچنین برگزاری کارگاههای آموزشی، اردوهای علمی و اعطای جایزه به کارآفرینان هم از دیگر برنامه‌های تشویقی برای تقویت بنیه علمی و پرورش فرهنگ کارآفرینی در میان SMEs می‌باشد. از نظر وزارت امور اقتصادی هلند برای توسعه کارآفرینی و ایجاد بنگاههای جدید و نوآور شرایط زیر باید تأمین گردد:

- محیط تجاری مناسب
- دسترسی به منابع مالی
- دسترسی به نیروی کار ماهر
- دسترسی به دانش

وزارت امور اقتصادی هلند پارادوکسی را در مورد فعالیتهای کارآفرینی در کشور هلند (Dutch Paradox) به نام پارادوکس هلندی مطرح می‌کند که مربوط به برهمکنش (Introduction) ضعیف بخشهای تحقیقات و تجاری این کشور می‌باشد. هلند از لحاظ تحقیقات آکادمیک در سطح بالایی قرار دارد و معمولاً از لحاظ شاخصهای تحقیقاتی در بین ۱۰ کشور اول دنیا قرار می‌گیرد ولی این دانش آکادمیک در سطح کم و محدودی کاربردی می‌شود. جدول زیر شاخص فعالیت کل کارآفرینی (Total Entrepreneur) و نسبت هزینه‌های تحقیقاتی به تولید ناخالص داخلی چند کشور اروپایی و آمریکا را مورد مقایسه قرار می‌دهد. شاخص فعالیت کل کارآفرینی به صورت تعداد کارآفرینان نوظهور (Nascent Entrepreneur) و صاحبان بنگاههای جوان در بین هر ۱۰۰ نفر از جمعیت فعال بین ۱۸ تا ۶۴ سال تعریف می‌شود. بر اساس این تعریف، کارآفرینان نوظهور به کسانی اطلاق می‌گردد که در مرحله تأسیس یک بنگاه اقتصادی قرار دارند و بنگاههای جوان نیز به بنگاههایی گفته می‌شود که کمتر از ۴۲ ماه از تأسیس آنها گذشته باشد.

کشور	شاخص فعالیت کل کارآفرینی (%)	نسبت هزینه‌های تحقیقاتی به GDP (%)
آمریکا	10/5	3/7
هلند	4/6	3/10
سوئیت	3	2/11
فرانسه	3/2	2/13
آلمان	5/4	1/87
دانمارک	6/8	2/17
سوئد	4	-
ایرلند	5/2	2/32
ایتالیا	9/1	-
فنلاند	4/6	3/66

مأخذ: سایت اینترنتی وزارت امور اقتصادی هلند

همان گونه که از جدول پیداست در حالیکه نسبت هزینه‌های تحقیقاتی در هلند در سطح بالایی قرار دارد ولی شاخص فعالیت کل کارآفرینی در این کشور نسبت به کشورهای نظیر آمریکا، دانمارک و ایرلند در سطح پایینی قرار دارد.

وزارت امور اقتصادی هلند یکی از دلایل اصلی این امر را اختلاف در ماهیت عمومی یا خصوصی بودن این هزینه‌های تحقیقاتی می‌داند. جدول زیر سهم تحقیقات بخش عمومی و بخش خصوصی را از کل هزینه‌های تحقیقاتی نشان می‌دهد.

ادامه در شماره بعد