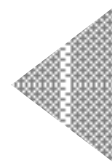


تحلیلی بر نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی



امیر ملکی نژاد^۱

چکیده

توسعه صنایع کوچک و متوسط، رمز توسعه اقتصادی دهه آینده است. پنروز در نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای خود، نظریه اکس و آدرش در تحول ساختار تقاضا و همچنین نظریه الگوی توسعه خوشه‌ای، همه به نوعی برتری صنایع کوچک را در راه توسعه اقتصادی کشورها بیان نموده‌اند. بررسی‌ها نشان داده است که صنایع کوچک و متوسط از طریق چهار کانال کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری، پویایی صنعت و در نهایت ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد بر اقتصاد جهانی تاثیر گذارند. به علاوه شدت یافتن رقابت جهانی، افزایش بی‌اطمینانی و تقاضای فزاینده برای محصولات متنوع باعث شده است که اقبال به این صنایع بیشتر شود.

هر چند صنایع بزرگ به جهت داشتن مزیت‌های ناشی از اثر مقیاس انبوه، اثر دامنه تولید، اثر تجربه و اثر سازماندهی، هنوز هم مورد توجه سیاست‌گذاران اقتصادی هستند؛ اما مزیت‌های صنایع کوچک و متوسط به علت وجود اثر حمل و نقل، اثر اندازه بازار، اثر تنظیم، مؤثر بودن انتخاب و اثر کنترل، این صنایع را در تولید اغلب کالاها به انتخاب اول مبدل ساخته است. در این نوشتار ضمن بررسی موارد فوق، وضعیت صنایع کوچک و متوسط در ایران تشریح شده و در نهایت راهبردهایی برای توسعه نقش آنها در جهت دستیابی به اهداف چشم‌انداز بیست‌ساله، بیان شده است.

کلید واژه‌ها: صنایع کوچک و متوسط، اندازه بنگاه‌ها، نوآوری، توسعه اقتصادی، توسعه صنعتی

مقدمه

در دو دهه اخیر تغییرات محتوایی و کیفی بسیار زیادی در بازارهای جهانی رخ داده است؛ حرکت به سوی منطقه‌ای شدن و جهانی شدن بازارها سرعت گرفته است؛ به موازات آن، دوره تولید محوری به انتهای حیات خود رسیده و دوره مشتری محوری در حال شکل‌گیری است. تولیدکنندگان صنعتی، با هدف استفاده بهینه از امکانات و جلوگیری از هدر رفتن منابع با ارزش، تمهیداتی اندیشیده‌اند که نتیجه آن تغییر در ساختار صنعتی خواهد بود.

یکی از مشخصات بارز و اصلی این تغییر ساختار، رشد و ترویج بیش از پیش صنایع کوچک و متوسط است. ما در این نوشتار کوشیده‌ایم عوامل ایجاد چنین تغییراتی را شناسایی و در مورد تاثیر این صنایع بر توسعه کشورهای مختلف بحث نماییم. در ابتدا، تعاریف موجود درباره صنایع کوچک و متوسط بیان شده است؛ سپس در بخش اول، بعد از ارائه نظریه‌های موجود در باب تغییر و تحولات جهانی، روند شکل‌گیری صنایع کوچک و متوسط را در درازمدت بررسی نموده‌ایم؛ در بخش دوم پیامدها و منافع که صنایع کوچک و متوسط برای اقتصاد جهانی داشته‌اند مطرح شده است؛ در بخش سوم از ضرورت و لزوم حرکت از صنایع بزرگ به صنایع کوچک و متوسط بحث نموده و در بخش چهارم مطالعه، بر عملکرد دو کشور ایتالیا و اندونزی (بعنوان دو کشور شاخص) در صنایع کوچک و متوسط متمرکز شده و بعد از ارائه نمایی کلی از وضعیت این دو کشور، به نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه این کشورها پرداخته‌ایم. در بخش پنجم و پایانی مقاله وضعیت صنایع کوچک و متوسط در ایران را در دو قسمت بررسی و تبیین خواهیم کرد: در قسمت اول وضعیت صنایع کوچک و متوسط در ایران بیان شده و در قسمت دوم بطور مفصل به ارائه راهبردهای توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران خواهیم پرداخت.

۱- ادبیات نظری

۱-۱- تعریف بنگاه‌های کوچک و متوسط

ادبیات مربوط به اشتغال واحدهای کوچک بسیار گسترده است و این گستردگی نیز باعث شده است که در کشورهای مختلف تعاریف گوناگونی برای این واحد ارائه شود؛ این تعاریف با توجه به ساختار سنی، جمعیتی، فرهنگی و درجه توسعه یافتگی متفاوت هستند (مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴: ۷)

بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای مختلف جهان دارای شباهتهای بسیاری هستند، اما با

وجود این، نمی‌توان تعریف واحد و یکسانی از آنها بدست آورد؛ هر کشور با توجه به شرایط خاص خود تعریفی از این کسب و کارها ارائه کرده است. بیشتر این تعریف‌ها بر اساس معیارهای کمی مانند تعداد کارکنان و میزان گردش مالی مطرح شده‌اند. برای روشن‌تر شدن موضوع تعاریف متفاوت چند کشور را بررسی نموده‌ایم:

تعریف صنایع کوچک و متوسط در ایران

بر اساس تعریف وزارت صنایع و معادن و وزارت جهاد کشاورزی، بنگاه‌های کوچک و متوسط، واحدهای صنعتی و خدماتی (شهری و روستایی) هستند که کمتر از ۵۰ نفر کارگر دارند (یونیدو، ۱۳۸۳: ۱۲۱). وزارت تعاون نیز بر حسب مورد، تعاریف وزارت صنایع و معادن و مرکز آمار ایران را در مورد این صنایع بکار می‌برد. مرکز آمار ایران کسب و کارها را به چهار گروه طبقه‌بندی کرده است؛ کسب و کارهای دارای ۹-۱ کارگر، ۴۹-۱۰ کارگر، ۹۹-۵۰ کارگر و بیش از ۱۰۰ کارگر (آمار سال ۱۳۷۸). هر چند این طبقه‌بندی ظاهراً شباهتی با تعاریف اتحادیه اروپا دارد ولی مرکز آمار ایران فقط کسب و کارهای کمتر از ۱۰ نفر نیروی کار را بنگاه‌های کوچک و متوسط محسوب می‌کند و سایر کسب و کارها را «کارخانجات صنعتی بزرگ» قلمداد می‌کند. بانک مرکزی ایران نیز کسب و کارهای زیر ۱۰۰ نفر نیروی کار را به عنوان بنگاه‌های کوچک و متوسط تلقی می‌کند.

تعریف صنایع کوچک و متوسط در اتحادیه اروپا

بنگاه‌های کوچک و متوسط در اتحادیه اروپا این گونه دسته‌بندی می‌شوند:

۱. بنگاه‌های خرد: ۹-۱ نفر نیروی کار
 ۲. بنگاه‌های کوچک: ۴۹-۱۰ نفر نیروی کار
 ۳. بنگاه‌های متوسط: ۲۴۹-۵۰ نفر نیروی کار
- بعلاوه گردش مالی سالانه آنها بایستی کمتر از ۴۰ میلیون یورو و تعادل ترازنامه کمتر از ۲۷ میلیون یورو باشد. از نظر اقتصادی باید مستقل بوده و بیش از ۵۰ درصد آن متعلق به بخش خصوصی باشد. در این نوشتار از صنایع کوچک و متوسط، طبق این تعریف یاد خواهیم کرد.

تعریف صنایع کوچک و متوسط در آمریکا

در آمریکا کسب و کارهایی را که کمتر از ۵۰۰ نفر پرسنل داشته باشند شرکت کوچک نامیده می‌شود.

تعریف صنایع کوچک و متوسط در آلمان

در آلمان کسب و کارهای کمتر از ۱۰ نفر پرسنل را کوچک؛ و از ۱۰ تا ۴۹۹ نفر را کسب و کارهای متوسط محسوب می‌کنند. از نظر گردش مالی، صنوف دارای تا ۲۵ میلیون یورو گردش مالی در سال را صنوف متوسط و صنوف دارای گردش مالی در حدود ۲۵۰ هزار یورو را صنوف کوچک به حساب می‌آورند.

در این نوشتار اغلب از تعریف اتحادیه اروپا استفاده می‌کنیم. اما با توجه به تعاریف گوناگون، گذشته از تعداد نیروی کار هر واحد، معمولاً کسب و کارهای کوچک و متوسط از سه ویژگی کیفی برخوردارند که این ویژگی‌ها به آنها ماهیتی متفاوت از صنایع بزرگ داده است. این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱. وحدت مالکیت و مدیریت

۲. مالکیت فردی و خانوادگی

۳. استقلال از سایر کسب و کارها

۱-۲- نظریه‌های موجود درباره علل اقبال به بنگاه‌های کوچک و متوسط

در یکی دو دهه اخیر، تغییرات اساسی و کیفی بسیار زیادی در همه حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بوجود آمده است. اقتصاددانان و نظریه‌پردازان سازمان‌ها و تشکیلات صنعتی، در توجیه این تغییرات نظریه‌هایی را ابراز داشته‌اند و تلاش کرده‌اند تا علل شکل‌گیری این تغییرات و پیامدهای آنها را موشکافی نمایند. نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای پن‌روز، نظریه اکس و آدرش و همچنین نظریه الگوی توسعه خوشه‌ای، از مهمترین نظریات در این مجال به شمار می‌آیند.

الف) نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای پن‌روز

پن‌روز، به عنوان یک اقتصاددان، در نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای خود اظهار می‌کند که «در شرایط شکوفایی و رونق اقتصادی، ایجاد فرصت‌های رشد برای صنایع کوچک و متوسط، ممکن‌الوصول‌تر و راحت‌تر از توسعه صنایع بزرگ است» (اکس، ۱۳۸۳: ۱۱).

بر اساس این نظریه، در مراحل ابتدایی بروز شرایط رشد عمومی و باز شدن افق‌های جدید توسعه و گسترش فعالیت‌های تولیدی، صنایع بزرگ به سبب محدود بودن زمینه‌های توسعه و اقتصادی نبودن نسبی افزایش ظرفیت‌ها (که مستلزم سرمایه‌گذاری‌های کلان است) به این فرصت‌ها در

برنامه‌ریزی خود، توجه کمتری دارند و ترجیح می‌دهند که سرمایه خود را در افزایش تولیدات جاری صرف نمایند، تا اینکه آنرا صرف سرمایه‌گذاری در تولیدات جدید نمایند؛ چرا که زمان ثمردهی آن طولانی بوده و هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی سنگینی را نیز به این صنایع تحمیل می‌کند. گرچه طیف گسترده‌ای از نوآوری‌ها در محصولات و فرآیند تولید با سرعت زیاد در حال وقوع است، ولی روش بکارگیری نوآوری‌ها در صنایع بزرگ، به سبب ساختار خاص این صنایع، با آرامش و طبق برنامه‌ریزی میان‌مدت و یا درازمدت صورت می‌پذیرد. در واقع در بنگاه‌های بزرگ، تنها نوآوری‌های متناسب با شرایط بازار و استراتژی بنگاه و قابلیت انعطاف ماشین‌آلات موجود به کار گرفته می‌شود و مدیران از به کارگیری دیگر نوآوری‌ها صرف‌نظر می‌کنند. در این بنگاه‌ها، شرط بکارگیری نوآوری، بخصوص در فرآیند تولید، مستهلک شدن ماشین‌آلات موجود، یا فرصت‌های درآمدی بالا، یا حفظ سهم شرکت‌های بزرگ از بازار است. برعکس در بنگاه‌های کوچک این نوع محدودیتها وجود ندارد، چرا که آنها با هزینه‌های عمومی کم و ظرفیت محدود ماشین‌آلات، انعطاف پذیری بیشتری دارند. به‌علاوه به کارگیری ماشین‌آلات جدید با فناوری پیشرفته، موجب افزایش این مزیت در آنها گشته و امکان رشد را در صنایع کوچک و متوسط به شدت افزایش می‌دهد.

ب) نظریه آکس و آدرش^۱

در دو دهه اخیر وحدت بازارها و افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان موجب تغییر در ساختار تقاضا گشته است. از آنجا که صنایع بزرگ به سبب ساختار خاص خود، انعطاف لازم را در جوابگویی به تنوع‌طلبی مصرف‌کنندگان ندارند، زمینه رشد صنایع کوچک، بیش از پیش، فراهم شده است. عوامل دیگری نیز در تحول ساختار تقاضا و حرکت به سمت صنایع کوچک و متوسط موثر بوده‌اند. مهمترین آنها عبارتند از:

۱. تمایل صنایع بزرگ در بازگشت به تخصص‌های اصلی خود و واگذاری بخش‌های دیگر تولیدی به صنایع کوچک و اقماری و تامین بخش قابل توجهی از نیازهای خود از طریق پیمانکاری
۲. کاهش اطمینان از روند بازار و هزینه‌های بالای نگهداری بخش‌های تولیدی
۳. نوآوری در تولید و فرآیند (همان: ۱۵)

ج) نظریه الگوی توسعه خوشه‌ای

از حدود سه دهه پیش، ساختار خوشه‌ای صنعتی در کشور ایتالیا، نظر دانشمندان توسعه را به خود جلب کرده است. در بعضی رشته‌های صنعتی و با تکیه بر مزیت‌های خاص برخاسته از مهارت‌ها و دانش‌ها (که بر اثر گذشت زمان تبدیل به سرمایه‌های اجتماعی مناطق شده‌اند)، این خوشه‌ها توانسته‌اند موجبات رشد اقتصادی را در بسترهای جغرافیایی خود فراهم آورند. هر خوشه صنعتی متشکل از تعدادی از صنایع کوچک و انواع شرکت‌های خدمات مالی، مشاوره‌ای، بازاریابی و... است. این صنایع با ایجاد شبکه‌های ارتباطاتی منظم و همکاری‌های سیستماتیک با یکدیگر، ضمن دستیابی به شاخصهای تولید انبوه، از مزیت‌های صنایع کوچک همچون نوآوری و تنوع نیز برخوردار هستند (همان).

ادمیرال^۱ معتقد است که در ترتیبات جدید، رابطه بین صنایع بزرگ و کوچک به شکل قابل توجهی در تغییر است. شاید دیگر درست نباشد که بنگاه‌های کوچک و بزرگ را مقابل هم در نظر بگیریم. دیگر موضوع در تغییرات نسبی مقداری خلاصه نمی‌شود، بلکه شاهد تغییراتی هوشمند در شبکه‌های همکاری هستیم که به واسطه آنها صنایع با مقیاس‌های مختلف، توانایی متخصص شدن در پروژه‌هایی را دارند که برای آن مناسبترین است. به عبارت دیگر صرف بزرگی یا کوچک بودن ایجاد مزیت نمی‌کند، بلکه تخصص و کارآیی است که بقای یک بنگاه را تضمین می‌کند. لذا بنگاه‌ها برای بقای در بازار نیازمند همکاری با یکدیگر هستند، در این بین بنگاه‌های بزرگ، بیشتر از بنگاه‌های کوچک نیازمند همکاری هستند.

۱-۳- شکل‌گیری صنایع کوچک و متوسط در درازمدت (برگرفته از همان، ۲۴)

سیاستها و اهداف کلان، در بسیاری از کشورها به نفع واحدهای بزرگ تولیدی و مرتبط با ساز و کارهای مالکیت مربوط به آنها بوده است. حتی با وجود تحولات گسترده، هنوز هم این اهداف، چه در اقتصادهای مبتنی بر بازار آزاد و چه در اقتصادهای برنامه‌ای و همچنین در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، پیگیری می‌شوند.

در الگوی توسعه سوسیالیستی، توجه عمیق به این اصل که «منافع اقتصادی زیادی از تولید انبوه ناشی می‌گردد» کاملاً مشهود است. از منظر این ایدئولوژی، واحدهای بزرگ تولیدی بیشترین کارآیی را در تبدیل داده‌ها به ستانده داشته و هرگونه انحرافی از تولید انبوه برای جامعه، هدر

۱- Admiral, P.H.

دادن منابع تلقی می‌شود (کورنی^۱، ۱۹۹۰). اعتقاد به توان درونی نظام تولید انبوه، حداقل به مارکس بر می‌گردد. وی با تلفیق نظریه تشکل‌های بزرگ، معتقد بود که ادامه فعالیت نظام سرمایه‌داری منجر به کاهش مستمر مراکز جذب سرمایه می‌شود و تمامی منافع ناشی از این تحول، به انحصار و استثمار افراد معدودی در خواهد آمد. در مرحله آخر، ممکن است دو حالت به وقوع بپیوندد: یا کل سرمایه اجتماعی در دست یک سرمایه‌دار متمرکز خواهد شد و یا در اختیار یک شرکت بزرگ قرار خواهد گرفت.

لنین نیز شیفته دست‌یابی به کارآیی زیاد، از طریق واحدهای تولیدی بزرگ بود. انتظارات وی درباره منافع ناشی از تمرکز برای نظام سوسیالیستی را استالین و کسانی که جنبه‌های اقتصادی این نظریه را مد نظر داشتند، برآورده ساختند. همانطور که ملاحظه می‌شود، زمانی وجود داشت که در آن کسب قدرت، هدف نهایی بود و تقریباً همه نهادهای اصلی جامعه برای اقتدار و پایداری مورد نیاز، در جهت توسعه تولید انبوه، در شرکت‌های عظیم فعال بودند. در واقع در این دوران، رشد بی‌سابقه و سریع تولیدات صنعتی در غرب، کمتر ناشی از فناوری و بیشتر مربوط به نیروهای اجتماعی و سیاسی و فعالیت‌های ایشان در جهت تامین بازار پایدار برای تولید انبوه بوده است. بنابراین در فاصله سالهای ۱۹۵۰ و دهه ۶۰ در غرب، تاکید بر واحدهای بزرگ تولیدی، در تضاد با نظریه‌های اقتصادی دوران معاصر به شمار نمی‌آید. لذا در شرق و غرب، پویایی فناوری تولید را در تولید انبوه می‌دانستند.

از اوایل دهه ۱۹۷۰، رفته رفته شکاف‌هایی در ساختار صنایع تولیدی بعضی کشورهای پیشرفته، از جمله بعضی از بزرگترین کارخانه‌ها و صنایع ظاهر شد. در همان زمان نشانه‌هایی دال بر اینکه بعضی صنایع کوچک از نظر عملکرد از رقبای بزرگ خود پیشی گرفته‌اند آشکار شد. شاید بهترین نمونه، صنعت فولاد ایالات متحده بود که در آن صنایع جدید در این رشته به شکل کارخانه‌های کوچک ذوب آهن و با اشتغالزایی محدود به بازار وارد می‌شدند. در حالی که کمپانی‌های بزرگ، کارخانه‌های خود را تعطیل می‌کردند و تعداد کارکنان خود را در چند کشور تقسیم می‌کردند؛ این موضوع پس از دو شوک نفتی، موجب دوباره قوت گرفتن نقش و اهمیت صنایع تولیدی کوچک و تفرق آراء در خصوص مقیاس صنایع شد.

۱- Kornai.

پایور و سابل^۱ بین بحران‌های دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۷۰ تمایز قایل‌اند و معتقدند که در سالهای ۷۰ بی‌نظمی بسیاری در چگونگی تنظیم فناوری‌ها، بازارها و سلسله مراتب وجود داشت. در واقع اگر بحران بزرگ سالهای ۲۹ و ۳۰ از نوع بحرانهای مرتبط با اقتصاد کلان بود، می‌توان مشکلات اقتصادی دو دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۹۰ را از مشکلات مرتبط با اقتصاد خرد دانست که کانون آن در انتخاب نوع فناوری‌ها، سازماندهی کارخانه‌ها، صنایع و بازارها بود. انگلیسی‌ها در درازمدت میل به تولیدات حجیم و نسبتاً استاندارد دارند؛ در حالی که آلمانی‌ها بر عکس، محصولات متنوعی با کیفیت بالا و حجم کم تولید می‌کنند. جای تعجب دارد که این راهبرد موجب کارآیی در تولیدات انگلیسی‌ها نشده است و بهره‌وری هر کارگر آلمانی تقریباً دو برابر کارگر انگلیسی است. به نظر می‌رسد دوره تولید انبوه به سر آمده است و این موضوع نظام صنعتی ما را متحول خواهد کرد.

روندهای مشابهی در دیگر کشورها نیز مشهود است. اولاً تفاوت‌های بسیار در تعداد صنایع کوچک در بخش تولیدات صنعتی در کشورهای مختلف وجود دارد. در ایتالیا، ژاپن و فرانسه، صنایع کوچک و متوسط (با اشتغال کمتر از ۵۰۰ نفر) ۷۰ الی ۸۰ درصد اشتغال صنعتی را در بر می‌گیرند؛ در حالی که در کشورهای انگلستان، آلمان، و ایالات متحده این سهم کمتر از ۴۰ درصد است. این تفاوتها در سهم صنایع کوچک در دو گروه فوق، در طول زمان پایدار بوده است. در یک کرانه ژاپن و ایتالیا و در کرانه دیگر ایالات متحده و انگلستان جای دارند. بررسی این دو گروه نشان می‌دهد که وجود تفاوت‌های بین‌المللی، در نقش صنایع کوچک و همچنین در سهم آنها از بازار موثر است. به علاوه در مورد کشورهای اروپای شرقی به طور خاص، دو جنبه از صنایع کوچک و متوسط، قابل تمایز است:

۱. نقش صنایع کوچک در کشورهای اروپای شرقی در مقایسه با کشورهای اروپای غربی به شکل قابل ملاحظه‌ای محدود است. در حالی که سهم اشتغال صنایع کوچک در لهستان ۱۰ درصد نیروی کار صنعتی است، این سهم در چک-اسلواکی و مجارستان کمی بالاتر از ۱ درصد است.

۲. در شرایطی که همه کشورهای غربی در فعالیتهای اقتصادی صنعتی تغییر جهتی از صنایع بزرگ به طرف صنایع کوچک داشته‌اند، بر اساس آمار رسمی روند امور در

۱- Pior And Sable, 1984.

شرق اروپا دقیقاً در جهت مخالف بوده است. به نظر می‌رسد که دور شدن از صنایع کوچک و توجه به صنایع بزرگ در اروپای شرقی، ناشی از سیاست آگاهانه تمرکز در فعالیت‌های اقتصادی بوده است.

۲- منافع صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد جهانی

صنایع کوچک و متوسط حداقل از چهار جنبه بر اقتصاد جهانی تاثیر می‌گذارد: کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری، پویایی صنعت و ایجاد اشتغال و درآمد (اکس و آدرش^۱، ۱۹۹۱: ۱۵۰). در این قسمت نگاهی گذارا به هر یک از این جنبه‌ها خواهیم داشت.

۲-۱- رینی

به موازات تحولات فزاینده در دنیای امروز، توجه به مقوله کارآفرینی در بین اقتصاددانان، دولتمردان و مردم عادی بار دیگر رواج یافته است. از طرفی، اکثر مطالبی که اقتصاددانان بعد از جنگ جهانی در این خصوص گفته‌اند از نوع ایستا بوده است. تنها نظریات پویایی که هنوز هم از اعتبار زیادی برخوردارند، نظریه شومپیتر (از مدرسه آلمان) و نظریه نایت^۲ بوده است.

در نظریه توسعه اقتصادی شومپیتر که اولین بار در ۱۹۱۱ به زبان آلمانی منتشر شد، شومپیتر دیدگاه خود را در خصوص نقش کارآفرینان در مقابل برداشتهای قدیمی از توسعه اقتصادی مطرح نمود. دیدگاه شومپیتر از توسعه اقتصادی نه به عنوان چیزی اضافی به بدنه نظریه اقتصادی متعارف، بلکه به مثابه مبنایی برای نظرافکندن دوباره بر فرآیند حیاتی منشعب از روش بررسی اقتصادی نئوکلاسیک‌ها از تعادل عمومی و ایستا بود. شومپیتر با بکارگیری اقتصاد، جامعه‌شناسی و تاریخ، به برداشت منحصر به فرد خود در خصوص جریان دورانی حیات اقتصادی می‌رسد. او با مارکس در اینکه فرآیندهای اقتصادی سازمند^۳ هستند و تغییرات از درون نظام اقتصادی بر می‌آیند، موافق است. در نظریه وی نقش اجتماعی کارآفرین، نقش محوری است؛ به زعم او کارآفرین به عنوان عضوی از طبقه اجتماعی، موجب ادامه توسعه خودجوش می‌گردد؛ او فردی است که نوآوری خلق می‌کند. در این نظام، مراحل پیش‌تحلیلی شناخت یکی از سلسله مراتب اجتماعی است، که مبتکرانه توسط معدودی برگزیده، متوقف و دچار تحول می‌گردد.

هر چند که شومپیتر وجه تمایز بین کارآفرین و سرمایه‌دار را عملکرد مالی او می‌داند، به زعم

۱- Acs & Audretch.

۲- Knight.

۳- Organic

نایت عملکرد سرمایه‌دار و کارآفرین، به شکل غیر قابل تفکیکی به هم آمیخته‌اند. کارآفرینان باید تامین مالی کنند؛ خطر شکست را بپذیرند؛ و بنا به تعریف، دریافت کننده درآمد به دست آمده هستند.

شومپتر در کتاب کاپیتالیزم، سوسیالیزم و دموکراسی می‌نویسد: «از آنجا که صنعت کاپیتالیستی، به واسطه یافته‌های خود میل به خودکار کردن توسعه دارد، می‌توانیم نتیجه بگیریم که آن صنعت میل به بی‌نیازی دارد. واحدهای بسیار بزرگ صنعتی دیوان سالار، نه تنها صنایع کوچک و متوسط را از میدان به در می‌کنند، بلکه طبقه بورژوازی را از ثروت و حق اصلی خود محروم می‌کنند» (منقول در اکس، ۱۳۸۳: ۳۶).

با جایگذاری صنایع بزرگ به جای صنایع کوچک و متوسط، تمرکز اقتصادی اثرات منفی بر ارزش‌های کارآفرینی، نوآوری و تغییرات فناوری می‌گذارد. لذا در تصمیم‌گیری بین صنایع بزرگ و صنایع کوچک باید توجه داشت که نگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به هزینه‌های ثابت و متغیر پایین خود، به راحتی از عهده ایفای نقش کارآفرینی بر می‌آیند؛ شاهد این مدعا اینکه امروزه درصد زیادی از کارآفرینی در دنیا، از آن صنایع کوچک و متوسط است.

۲-۲- نوآوری و تغییر فناوری

آنچه به طور معمول در خصوص تغییر فناوری مقبولیت دارد، این عقیده است که نگاه‌های بزرگ به سبب پی‌جویی نفع فردی، قدرت‌های بازار و موتور تغییر فناوری هستند. در این نظریه، نوآوری‌ها دورن کارخانه‌ها صورت می‌گیرند و از اجزاء درونی الگو هستند. اما واقعیت این است که با جایگزینی صنایع بزرگ به جای صنایع کوچک و متوسط، پیشرفت فناوری (که به واسطه آن بازارهای جدید ایجاد می‌شوند) و در واقع توفان مداوم خلاقیت تخریبی (که با وزیدن به بادبان کشتی سرمایه‌داری موجب پویایی آن است)، از حرکت باز می‌ایستد. در توسعه درازمدت اقتصادی، وقتی که نرخ نوآوری برای مدتی قابل ملاحظه در حد پایینی باقی می‌ماند، دوران شکوفایی جای خود را به رکود می‌دهد.

شرر^۱ مزیت‌های ممکن صنایع کوچک در فعالیتهای نوآوری را اینگونه خلاصه می‌کند: نگاه‌های کوچکتر به سبب مزیت‌های متعددی که بر شرکت‌های بزرگ دارند، نقش قابل ملاحظه‌ای در نوآوری داشته‌اند. یکی از نقاط قوت ایشان در دیوان‌سالاری کمتر آنها نهفته است.

۱- Scherer.

در صنایع بزرگ، لایه‌های مقاومت مانع ابراز وجود تشکل‌های جدید و باعث محصور کردن آنها در ساختارهای تشکیلاتی پیچیده می‌گردند. دومین چیزی که اغلب مورد بی توجهی قرار می‌گیرد این است که بسیاری از پیشرفته‌ها در فناوری ناشی از اختراعات کوچک و در عین حال دقیق مربوط به تک تک قطعات، مواد و تکنیک‌های تولید است. لیکن چون بکارگیری و فروش اینگونه پیشرفته‌های کوچک و دقیق، برای صنایع و شرکت‌های غول‌پیکر قابل توجه اقتصادی نیست بلا استفاده می‌مانند. در مقابل، یک کارآفرین، محصول یا فرآیندی نو و برخوردار از چشم‌انداز فروش خوب را آنقدر مورد استفاده قرار می‌دهد تا درآمدی معادل میلیون‌ها دلار در سال برای او ایجاد کند. در حالی که چنین فرصت‌های سرمایه‌گذاری کوچک به سختی می‌توانند به ساختار شرکت‌های بزرگ راه یابند و در آنجا مستقر شوند. سومین ویژگی آن است که در سازمان کوچک، کنترل و هدایت احساسات به دلیل وجود ارتباط مستقیم بین چالشها، کارکنان و تشویقها راحت‌تر صورت می‌پذیرد و بهره‌وری به صورت تک به تک افزایش می‌یابد (شرر، ۱۹۸۸: ۴-۵)

۲-۳- پویایی صنعت

در طول تاریخ، صنایع کوچک و متوسط نقش مهمی در تحول صنعتی ایفا کرده‌اند. این فرآیند تحول صنعتی به «درختان جوان جنگل» تشبیه شده که در راه رسیدن به نور آفتاب باید بکوشند تا از سایه مرگبار رقبای مسن‌تر خود بگذرند.

بنگاه‌های جدید در هر صنعت، با تولیدات جدید خود موجب تحول آن می‌شوند و در نهایت قدرت بازار بنگاه‌های قوی را محدود می‌کنند. این عمل بنگاه‌های کوچک در دراز مدت به مثابه کمکی اساسی، در جهت بهبود و سلامت اقتصاد موثر می‌افتد. البته باید توجه داشت که نمی‌توانیم فرض خود را بر این بگذاریم که عملکرد عادی نیروهای بازار، بخش صنایع کوچک را الزاما آنقدر گسترش می‌دهد که آنها این وظیفه را در آینده و در هر موقعیتی نیز انجام دهند. لذا اهتمام و مساعدت دولت‌ها در این مجال، ضروری به نظر می‌رسد.

بین کشورهای مختلف از جهت سهم صنایع کوچک از کل فعالیتهای اقتصادی، تفاوت‌های اساسی وجود دارد. به همین دلیل است که نقش صنایع کوچک در توسعه صنعتی کشورهای مختلف، متفاوت است. بر اساس تحقیقات اکس (اکس و آدرش^۱، ۱۹۹۱)، در دهه ۱۹۸۰ سهم صنایع

1- Acs And Audresch.

کوچک از اشتغال صنعتی در کشورهای اروپای شرقی به سبب عوامل سیاسی در طی ۳۰ یا ۴۰ سال اخیر، به شدت کاهش یافته و بین ۱ تا ۱۱ درصد در نوسان بوده است. عدم حضور یک طبقه کار آفرین نوآور در بخش صنایع کوچک، یکی از عوامل اصلی کندی رشد اقتصادی در این کشورها بوده است.

۲-۴- ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد

موضوع ایجاد فرصت‌های شغلی در محدوده صنایع کوچک برای اولین بار در ایالات متحده مورد توجه قرار گرفت. این مطلب در اواخر دهه ۱۹۷۰ و به دلیل انتشار مقاله دیوید بیرچ (بیرچ^۱)، ۱۹۸۷) بر روی صنایع کوچک به شکل گسترده‌ای در اخبار مطرح شد.

در سال ۱۹۸۱ بیرچ نتایج مطالعات طولانی خود را بر روی ایجاد فرصت‌های شغلی در ایالات متحده منتشر کرد. او با وجود رعایت تمام احتیاط‌های ممکن دریافت که دیگر، صنایع بزرگ ایجادکنندگان اصلی اشتغال در آمریکا نیستند و در عوض اکثر شغل‌های جدید را صنایع کوچک ایجاد می‌کنند. موثق‌ترین تصویر از اهمیت نسبی صنایع کوچک در ایجاد اشتغال حاکی از آن است که در فاصله سالهای ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۶ بنگاه‌های با کمتر از ۵۰۰ نفر شاغل، نیمی از کل فرصت‌های شغلی را تامین کرده‌اند، و تقریباً دو سوم فرصت‌های شغلی جدید در نتیجه ایجاد، ورشکستگی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط بوده است. آمارهای مراکز اطلاعاتی ایالات متحده نشان می‌دهد که ۵۰/۹ درصد اشتغال و ۶۳/۵ درصد رشد اشتغال، در بین سالهای ۱۹۸۰ و ۱۹۸۵ در کل اقتصاد، مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط بوده است.

صنایع کوچک و متوسط در سالهای اخیر سهم قابل ملاحظه‌ای در ایجاد شغل‌های جدید داشته‌اند. به بیان دیگر در دنیای مدرن کنونی، صنایع کوچک با مشخصات مخصوص به خود در متغیرهای مختلف و مهمی چون رشد اقتصادی، رقابت و همچنین حل بحران بیکاری همه گیر، اثرات قابل توجهی دارند. محققان هر رشته از علم اقتصاد عموماً متوجه مسائلی هستند که مستقیماً به حیطه تخصصی خود آنها باز می‌گردد. برای مثال اقتصاددانان مالی می‌دانند که الگوی بازارهای موثر مالی در صنایع کوچک جواب نمی‌دهد؛ و یا اقتصاددانان کار می‌دانند که صنایع کوچک برای کارهای مشابه به نسبت دستمزد کمتری را می‌پردازد؛ و اقتصاددانان صنعتی می‌دانند که صنایع کوچک، نرخ ورشکستگی بالاتر و در عین حال نرخ رشد سریعتری را نسبت به صنایع بزرگتر

۱- Birch, D.

دارند؛ ولی متأسفانه آنچه تاکنون مورد توجه قرار نگرفته اینست که این قانونمندی‌ها را می‌توان به شکل سیستماتیک به هم ارتباط داد. اقتصاد صنایع کوچک می‌تواند قانونمندی‌های مرتبط به مقیاس را به هم مربوط سازد.

۳- عوامل تسریع روند حرکت از صنایع بزرگ به سمت صنایع کوچک

طی دو دهه اخیر، سه تحول اساسی در اقتصاد جهانی رخ داد که موجبات رشد بیشتر فعالیت‌های اقتصادی کوچک را نسبت به فعالیت‌های بزرگ فراهم ساخت؛ این تغییرات عبارتند از:

الف) شدت یافتن رقابت جهانی، توسعه حمل و نقل، تحول در تبادل اطلاعات و فناوری ارتباطات که موجب افزایش مبادلات بازرگانی و وحدت اقتصاد جهانی شد.

ب) افزایش بی‌اطمینانی که تاثیر مستقیم بر رشد نرخ بهره، تورم و بیکاری، ناپایداری نرخ تسعیر ارز و افت شدید نرخ رشد کشورهای صنعتی داشت.

ج) تشدید تقسیم بازارها ناشی از رشد تقاضای مصرف‌کنندگان برای تولیدات متنوع که این تحول، صنایع را مجبور ساخت تا تاکید بیشتری بر تنوع محصولات داشته باشند. (کارلسون،

۱۳۸۳: ۷۴)

در ادامه به بررسی و تحلیل این سه تحول اساسی می‌پردازیم؛

۳-۱- شدت یافتن رقابت جهانی

تشدید رقابت جهانی پدیده‌ای است شناخته شده که ضرورتی ندارد در این مجال برای اثبات آن دلیلی ارائه نماییم. یادآوری این نکته کافی است که در دوره بعد از جنگ جهانی، رشد مبادلات بازرگانی در سطح جهانی سرعت بالاتری را نسبت به رشد تولید در کشورهای صنعتی داشته است. برای مثال در فاصله سالهای ۱۹۵۰ الی ۱۹۷۳ تولید ناخالص داخلی فرانسه، آلمان، ایتالیا، ژاپن، انگلستان و ایالات متحده، رشد متوسطی معادل ۵/۵ درصد در سال را داشته است؛ این در حالی است که نرخ رشد متوسط صادرات این کشورها در این دوره برابر با ۹/۷ درصد بوده است. همچنین در دوره بعدی (۱۹۷۳-۱۹۹۰) که مواجه با افت قابل ملاحظه رشد بوده‌ایم، رشد حجم صادرات و همچنین رشد تولید ناخالص به ترتیب معادل ۴/۷ درصد در مقابل ۲/۷ درصد بوده است. از منظر یک بنگاه متوسط، مطالب بالا را می‌توان به این شکل تفسیر نمود که نسبت به گذشته، بنگاه مواجه با رقابتی شدیدتر در بازارهای داخلی خود بوده است و به همین جهت برای فروش محصولات خود، به ناچار به دنبال سهم بیشتری از فروش در بازارهای جهانی است.

به‌علاوه بازارهای ملی نیز بیشتر از آنچه ارقام و آمار نشان می‌دهند، وحدت یافته‌اند. مویده این ادعا اینست که در سالهای اخیر سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی رشدی سریعتر از مبادلات بازرگانی داشته‌اند. نتیجه اینکه سهم قابل ملاحظه‌ای از بازرگانی در درون شرکت‌های بزرگ بین‌المللی صورت پذیرفته است.

افزایش رقابت ناشی از رشد، مبادلات بازرگانی خارجی و ادغام‌های اقتصادی، کمپانی‌ها را تخصصی‌تر کرده است. با گذشت زمان، رقابت در بازارها سخت‌تر شده و حتی رقابت هم‌زمان در بازارهای مختلف با وجود محصولات متنوع، بسیار دشوارتر گشته است. بنابراین بسیاری از شرکت‌ها، بازگشت به تولیدات اساسی و توانمندی‌های محوری خود را لازم یافته و فعالیتهای جنبی را کنار گذاشته‌اند. پیامد این تصمیمات، کوچکتر شدن و تجدید ساختار بنگاه است. تخصصی کردن امور می‌تواند شکل‌های مختلفی داشته باشد، چون: سازمان‌دهی مجدد داخلی، تمرکززدایی و انجام ترتیباتی با فروشندگان بیرونی، از طریق پیمانکاری و تامین نیاز از بیرون. در شق آخر آن یعنی تامین نیاز از بیرون، صنایع بزرگ با صنایع کوچک (اغلب بسیار کوچکتر از آنها) ولی متخصص در قسمتی از عملیات تولید و فروش، وارد همکاری می‌شوند. تغییرات مختلفی چون پیمانکاری، بازگشت به تخصص‌های اصلی، جدا کردن و فروش بخش‌های غیر محوری و... در نهایت به کاهش تنوع و کوچکتر شدن بنگاهها انجامیده است. به بیان دیگر در حالی که منطق حاکم، لازمه رقابت جهانی را واحدهای بزرگ می‌داند، شواهد و واقعیات دلالت بر روندی مخالف آن دارد.

۳-۲- افزایش بی اطمینانی

عامل دیگر در تغییر اقتصاد جهانی که حداقل بطور غیر مستقیم در بزرگی ساختار فعالیتهای اقتصادی موثر بوده، بی اطمینانی موجود در دو دهه اخیر است. از زمان الغاء نظام تسعیر ارز با سیستم نرخ ثابت موسوم به برتون وودز^۱ در سال ۱۹۶۹، نرخ‌های تبدیل به شکل قابل ملاحظه‌ای متغیر بوده‌اند. همراه با رشد سهم فعالیتهای اقتصادی مرتبط با بازرگانی جهانی (شامل کالا و خدمات) ناپایداری نرخ تبدیل ارز در تشدید ناپایداری و کاهش اطمینان در بازارهای جهانی موثر بوده است. از دیگر شاخص‌های ناپایداری، نرخهای بالای تورم و بهره در دو دهه اخیر، بخصوص در اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ است.

۱- Bretton Woods .

طبق گفته نایت، منظور از خطر (ریسک)، اتفاقات همگن و تکراری است که قابل محاسبه و اندازه گیری هستند و منظور از نبود اطمینان اتفاقاتی است که احتمال وقوع آنها قابل اندازه گیری و محاسبه نمی باشد. از آنجا که خطر قابل محاسبه است، امکان تجهیز کردن خود در مقابله با آن از طریق اعمال سیاست تنوع در تولیدات ممکن است، ولی با توجه به غیر قابل اندازه گیری بودن اطمینان، امکان بیمه شدن در مقابل نبود آن وجود ندارد. در طول چند دهه بعد از جنگ جهانی دوم، بنگاهها با تنوع بخشیدن به تولیدات خود به مقابله با خطر و ریسک پرداخته اند.

اما یکی دیگر از راههای مواجهه با کاهش اطمینان، کوچکتر شدن و تمرکز بر فعالیتهای محوری در بنگاههای بزرگ است. استراتژی دیگری که معمولاً همراه با استراتژی کوچک سازی در پیش گرفته می شود این است که موقعیتی قابل دفاع در باقیمانده فعالیتها ایجاد شود که شامل تخصص های انعطاف پذیر نیز باشد. منظور از تخصص های انعطاف پذیر، وارد شدن در میادینی از فعالیتهای اقتصادی است که نیاز به توانایی های خاصی دارند و به راحتی از طرف رقبا قابل تقلید نیستند. بنابراین سیاستهای اتخاذ شده در بنگاهها برای مقابله با عدم اطمینان، عبارت بودند از:

۱- ورود به عرصه های جدید اقتصادی،

۲- حفظ آنها از طریق کسب توانایی های روزافزون و

۳- واکنش به فشارهای جدید محسوس و نامحسوس.

بنابراین افزایش بی اطمینانی نیاز به انعطاف پذیری افزونتر دارد. از طرفی به دلیل اینکه سازمانهای کوچک اغلب از انعطاف پذیری بیشتری نسبت به سازمانهای بزرگ برخوردارند، اقبال بیشتری نسبت به صنایع کوچک به وجود آمده است.

۳-۳- تقاضای فزاینده برای محصولات متنوع

سومین تحولی که در دنیای اقتصاد واقع شد، تقاضای فزاینده برای محصولات متنوع است که خود عاملی برای توسعه صنایع کوچک بوده است. به موازات ارتقاء سطح زندگی، تغییر ذائقه و تغییر در ساختار هزینه، تقاضای مصرف کنندگان از محصولات استاندارد فاصله گرفته و به محصولات پیچیده تر و متنوع تر نزدیک شده است. همزمان امکان دسترسی به محصولات متنوع افزایش یافته است؛ این خود دو دلیل دارد: یکی تشدید رقابت که بحث آن گذشت و دیگر تحولات در فناوری که موجب افزایش توانایی تولیدکنندگان در اعمال تنوع بیشتر در محصولاتشان شده است. مثلاً در سال ۱۹۸۰ تولیدکنندگان خودروی ژاپنی، ۴۶ مدل مختلف را تحت ۲۰ نام عرضه می کردند، در حالی که در سال ۱۹۸۵ این تعداد به ۷۴ مدل تحت ۳۴ نام

افزایش یافت. اما تا وقتی که تولید واقعی رشدی سریعتر از تعداد محصولات تولید شده نداشته باشد، حجم تولید از هر محصول به طور متوسط کاهش می‌یابد. معنی چنین وضعیتی این خواهد بود که هر چه زمان می‌گذرد، به کارگیری ابزار و دستگاههای پیچیده و تخصصی در ظرفیت کامل آنها، مشکل‌تر می‌گردد. با توجه به هزینه‌های بالای سرمایه درگیر در چنین سیستم‌هایی، سوددهی آنها به شکل زیادی تابع ظرفیت بکار گرفته شده می‌باشد و تغییر آنها نیز سخت و هزینه‌بر است. بنابراین ساخت خطوط تولید انعطاف‌پذیر و نو، برای جوابگویی به تقاضا برای محصولات متفاوت جدید و همچنین ایجاد یک سیستم تولید با قابلیت انعطاف بالا، مقرون به صرفه‌تر از تغییر خطهای تولید موجود است.

خلاصه اینکه هر یک از این تغییرات در دنیای اقتصادی باعث بروز واکنش‌هایی در سطح کوچک و محدود در صنایع گشته که تحت فشارهای موجود بازار، صنایع را مجبور به تنظیم و سازماندهی مجدد خود نموده‌است. تشدید رقابت جهانی منتهی به افزایش تخصص‌ها (یا بازگشت به تخصص‌های اصلی) شده، در حالی که نبود اطمینان و تقسیم بازار، بنگاهها را مجبور به افزایش انعطاف‌پذیری و جستجو برای راههای ایجاد تنوع در تولیداتشان کرده است.

۳-۴- مزیت‌ها و منافع صنایع بزرگ (توریک، ۱۳۸۳: ۱۲۲)

بزرگ بودن صنایع، مزایا و منافی برای تولیدکنندگان به همراه دارد. اثر مقیاس تولید، اثر دامنه محصولات، اثر تجربه و اثر سازماندهی، باعث مزیت‌یافتن صنایع بزرگ شده است. اما صنایع کوچک نیز دارای مزایایی هستند؛ در تحلیل‌های اقتصادی برای تولید یک محصول گاهی مزایای صنایع بزرگ بیشتر است و گاهی مزایای صنایع کوچک. بررسی‌ها نشان داده است که جز در برخی موارد (مثل تولید کالاهای پتروشیمی و مواد اولیه)، می‌توان از مزیت صنایع کوچک و متوسط برای تولید اغلب کالاها استفاده کرد. در ادامه به مزیت‌های صنایع بزرگ اشاره مختصری خواهیم داشت؛

۱- اثر مقیاس انبوه^۱

معمولا از این اثر، کاهش هزینه‌های متوسط همراه با افزایش حجم تولید برداشت می‌شود. این ساز و کار در بسیاری از فعالیتهای اقتصادی، از تولیدی گرفته تا امور اداری و در بسیاری از سطوح، چون واحدها، کارگاهها، کارخانه‌ها صادق بنظر می‌رسد.

منافع تولید انبوه شناخته شده هستند؛ شاخص ترین و اصلی ترین مزیت مقیاس بزرگ تولید اینست که هزینه های ثابت راه اندازی با افزایش سطح تولید تغییر نمی کند و در کل، هزینه تمام شده متوسط برای تولید یک کالا، پایین می آید.

۲- اثر دامنه تولید^۱

که عموماً از آن به عنوان کاهش هزینه های متوسط تولید به موازات افزایش تعداد مختلف کالاهای تولیدی تعبیر می شود. مزیت های ناشی از گسترش دامنه تولید مربوط به استفاده مشترک از منابع غیر قابل تقسیم، مکمل بودن کالاهای تولیدی و تعامل فرآیندهای تولید است. اکنون با وجود فناوری های جدید، تغییر خط تولید از یک محصول به محصول دیگر تقریباً بدون هزینه است.

۳- اثر تجربه^۲

اثر تجربه عبارت است از کاهش هزینه های متوسط همراه با افزایش حجم تولید؛ که این تجربه در طول زمان انباشته شده است و سرمایه انسانی نیروی کار، مدیران و کارآفرینان را بالا برده است.

۴- اثر سازماندهی^۳

اثر سازماندهی عبارت است از بکارگیری تولیدات بیرونی به عنوان داده های مورد نیاز به جای درونی کردن فرآیند تولید آنها. این اثر نیز هزینه های متوسط تولید را کاهش می دهد. بنگاه های بزرگ می توانند به جای تولید زنجیره وار مواد اولیه-واسطه-نهایی، با تمرکز بر تولید محصول نهایی و تخصص یافتن در تولید آن، هزینه تمام شده تولید را کاهش دهند.

۳-۵- مزیت ها و منافع صنایع کوچک (همان، ۱۲۵)

۱- اثر حمل و نقل^۴

هزینه های تولید و سازماندهی، فقط بخشی از هزینه کل را شامل می شوند. هزینه ارسال محصول به مشتری و یا آوردن مشتری به محل ارائه خدمات نیز وجود دارد که سهم قابل ملاحظه ای از هزینه تمام شده برای مصرف کننده را تشکیل می دهد. معمولاً مشتری ها هنگامی متوجه هزینه

۱- Effect Of Scope.

۲- Effect Of Experience.

۳- Effect Of Organization.

۴- Transportation Cost.

حمل و نقل می‌شوند که در جستجوی تامین‌کننده باشند. اگر پراکندگی جغرافیایی تقاضا با پراکندگی جغرافیایی عرضه همراه شود هزینه‌ها کاهش می‌یابد، اما اگر عرضه به صورت متمرکز و بدون توجه به پراکندگی تقاضا باشد، افراد برای تهیه کالای مورد نیاز خود مجبور خواهد بود که هزینه حمل و نقل تا محل عرضه را نیز متحمل شوند. بدین ترتیب کوچک بودن، حداقل در سطح بنگاه، کارخانه و مغازه شانس بیشتری برای موفقیت دارد.

۲- اثر اندازه بازار^۱

بازار کوچک، صنایع کوچک را طلب می‌کند. این بازارها در جاهایی وجود دارند که تولید انبوه معنی نداشته و یا غیر قابل دستیابی است. شاید هزینه‌های موشک آریان در صورتی که به جای ۲۰ موشک ۵۰ موشک تولید می‌شد کاهش می‌یافت، ولی به هر حال تقاضای آشکاری برای ۵۰ موشک وجود ندارد. از طرفی، امروزه با توجه به تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان و میل به سوی تنوع‌طلبی، جای کار را برای صنایع بزرگ با تولید انبوه تقریباً از بین برده و بنگاه‌های بزرگ در صورتی می‌توانند در بازار بمانند که از انعطاف‌پذیری فوق‌العاده‌ای برخوردار باشند، اما اغلب چنین نیست. نتیجه اینکه امتیاز خاصی برای صنایع بزرگ در بازارهای که به بخش‌های کوچکتری تقسیم شده‌اند، وجود ندارد.

۳- اثر تنظیم^۲

صنایع بزرگ می‌توانند با هزینه متوسط کمتری نسبت به صنایع کوچک تولید کنند، ولی صنایع کوچک می‌توانند با هزینه کمتری نسبت به صنایع بزرگ سطح تولید خود را "تنظیم" نمایند، چرا که آنها یا کارگرمحورند یا تجهیزات متفاوتی در اختیار دارند. این همان داستان دو شرکت حمل و نقل است که یکی با کامیون‌های بزرگ در یک بازار پویا و با تقاضای بالا برای حمل و نقل کار می‌کند و دیگری با کامیون‌های کوچک در بازاری با نوسانات زیاد و تقاضای متغیر برای کامیون، فعالیت دارد.

۴- مؤثر بودن^۳

مؤثر بودن، مبتنی بر این اصل است که محصولات و خدمات مختلف برای افراد مختلف معنی

۱- Market Size Effect.

۲- Adjustment Effect.

۳- Effectiveness.

متفاوت دارند. برای مثال یک پیراهن معمولی که در بازار به صورت آماده موجود است، با پیراهنی که خیاط برای فرد مشخصی به صورت سفارشی دوخته است، یکی نیست. طبیعتاً یک کارخانه پیراهن‌دوزی می‌تواند پیراهنهای نوع اول را به قیمتی ارزان‌تر از خیاط بدوزد، ولی افراد می‌توانند پیراهن‌های مخصوص را بطور موثرتری از خیاط تهیه کنند. پس در بازار پیراهن، وجود خیاط در کنار کارخانه فقط زمانی توجیه می‌شود که تولید بر اساس واحد موثر پیراهن مورد توجه قرار گیرد و نه فقط بر اساس صرف پیراهن.

۵- اثر کنترل

در بین اثرات ذکر شده برای صنایع کوچک، برای اثر «کنترل» کمتر از دیگر اثرها مستندسازی انجام شده است. چرا که این اثر یک متغیر به شدت رفتاری بوده و به سختی قابل اندازه‌گیری است. یک تعریف قابل بحث از صنعت کوچک این است که بنگاه، تحت «کنترل» یک نفر باشد یا به اصطلاح، مهر و امضای یک نفر بر اسناد آن باشد؛ در محیط‌های کوچک، انرژی کارآفرینی (که بحث آن قبلاً گذشت) و تکاپوی سازمانی را می‌توان به شکل بهتر و مطلوب‌تری «کنترل» و به خوبی «هدایت» کرد؛ بسیاری از مدیران با تکیه بر این جنبه درآمدهای خوبی کسب کرده‌اند.

حال برتری نقش «کوچک بودن» در ارائه محصولات و خدمات نو را بر صنایعی که محصولات و خدمات «کمتر مطلوب» تولید می‌کنند را می‌توان اینگونه توصیف کرد:

اثرات مثبت «مقیاس»، «دامنه تولید» و «تجربه» که باعث تثبیت صنایع بزرگ موجود می‌شود، به راحتی در مورد اغلب کالاها، میدان را به اثر «بزرگی بازار»، «تنظیم» و «موثر بودن» رقبای جدید اما کوچک واگذار می‌کنند؛ به عبارت دیگر اگر عامل مکان مطرح باشد، اثر «تولید انبوه» و «دامنه تولید» صنایع بزرگ، در مقابل «حمل و نقل» و «بزرگی بازار» خنثی می‌شوند و در این صورت کوچکی صنایع قابل توضیح و اثبات است؛ اگر عامل زمان را دخالت دهیم مزیت «تجربه» صنایع بزرگ، در مقابل «تنظیم» و «موثر بودن» قرار می‌گیرد و دوباره مزیت کوچک بودن صنایع قابل تبیین می‌شود. البته برتری صنایع کوچک در مورد صنایع مختلف قابل مناقشه است. مثلاً در مورد مواد اولیه همچون صنایع پتروشیمی، شکل‌گیری صنایع کوچک هیچگونه امکان عملی ندارد.

۴- مورد کاوی نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه

تفاوت‌های اساسی کشورهای مختلف از جهت سهم صنایع کوچک و متوسط از کل فعالیت‌های

اقتصادی، باعث تفاوت نقش این صنایع در توسعه صنعتی کشورهای مختلف شده است. در این بخش به بررسی علل تاثیرگذاری صنایع کوچک در توسعه دو کشور منتخب (ایتالیا و اندونزی) پرداخته‌ایم.

۴-۱- صنایع کوچک و متوسط در کشور ایتالیا

ایتالیا با جمعیتی نزدیک به ۵۸ میلیون نفر، درآمد سرانه‌ای حدود ۲۵ هزار دلار دارد. از این جمعیت حدود ۲۳ میلیون نفر، نیروی کار این کشور را تشکیل می‌دهند. کسب و کارهای کوچک و متوسط چه در تولید و چه در صادرات اهمیت زیادی در اقتصاد ایتالیا دارد. فرآیند جهانی شدن در کنار «اتکا به خلاقیت»، «ابداع»، «طراحی» و... اثرات مثبتی بر توسعه کسب و کارهای کوچک و مستقل بر جای گذاشته است، چراکه با آزادسازی تجاری، دسترسی کسب و کارهای کوچک به بازارهای خارجی آسان‌تر شده است. صنوف ایتالیایی به دلیل نوع تولیدی که در آن مزیت دارند متکی بر «کیفیت»، «طراحی»، «تنوع» و «بسته‌بندی» خود می‌باشد، این خصوصیات باعث شده است که کسب و کارهای کوچک پوشاک، چرم و... قادر باشند مستقل از کسب و کارهای فراملیتی فعالیت کنند؛ در ایتالیا ۴۰٪ از صنوف، پاییند بازارهای موجود می‌باشند، در حالی که بیش از ۶۰٪ آنان قصد دارند با تولید کالاهای جدید که بخشی از مصرف‌کنندگان جدید را راضی می‌نماید، به بازارهای نوری آورند؛ به عبارت دیگر این ۶۰٪ به دنبال خلق بازارهای جدید هستند. تقریباً دو سوم کسب و کارهای کوچک در جنوب ایتالیا کاملاً فهمیده‌اند که توجه به کیفیت، تنها راه تقویت موفقیت آنان در بازار است؛ به همین جهت همواره علیرغم اینکه از نام و نشان‌های بزرگ برخوردار نیستند، لیکن توانسته‌اند بازار خود را حفظ کنند. موسسه‌های جنوب ایتالیا، علاوه بر کیفیت، بر عامل خلاقیت به عنوان راه موفقیت و بقا در بازار، متمرکز شده‌اند.

سیاست‌های دولت ایتالیا در مورد کسب و کارهای کوچک و متوسط بیشتر از راه ارائه تسهیلات و حمایت‌های مالی با نرخ بهره پایین‌تر - برای کاستن از معایب تولید در مقیاس کوچک - صورت می‌پذیرد. این کمک‌ها معمولاً حداکثر تا ۷۰ درصد حجم سرمایه‌گذاریها را پوشش می‌دهد. اما نکته مهمتر از حمایت‌های مالی، ایجاد ساختارهای قانونی و بسترهای حقوقی مناسب برای فعالیت بخش خصوصی در کسب و کارهای کوچک و متوسط است. در همین راستا، دولت ایتالیا برای توسعه و حمایت از کسب و کارهای کوچک قوانینی را تدوین کرده که مهمترین آنها عبارتند از:

- قانون حمایت از نوآوری و توسعه صنوف
 - قانون حمایت از تعاونیها و اقدامات اضطراری در زمینه اشتغال
 - قانون حمایت از کارآفرینان جوان
 - قانون حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط در مناطق کمتر توسعه یافته
- در مجموع می‌توان گفت که علت موفقیت صنایع کوچک و متوسط در ایتالیا، ناشی از دو چیز است:

۱- توجه کارآفرینان بخش کسب و کارهای کوچک به کیفیت در کنار خلاقیت و خلق بازارهای نو

۲- توجه دولت به توسعه بسترهای قانونی و حمایت‌های مالی (مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۸۴: ۵۴)

۴-۲- صنایع کوچک و متوسط در کشور اندونزی (همان، ۵۸)

کشور اندونزی بیش از ۲۳۴ میلیون نفر جمعیت دارد. جمعیت این کشور عمدتاً جوان می‌باشد که درآمد سرانه‌ای حدود ۳۱۰۰ دلار دارند. این کشور علاوه بر بدهی خارجی کلان و تورم ۹/۱۱ درصدی، با گروه گسترده‌ای از بیکاران (با نرخ بیکاری بیش از ۱۰٪) نیز مواجه است. کسب و کارهای کوچک جایگاه بسیار مهمی در اقتصاد اندونزی دارند. این بخش در دو بُعد ایجاد اشتغال و افزایش درآمدها (به‌خصوص در مناطق کمتر توسعه‌یافته) سهم بسزایی دارد؛ کسب و کارهای کوچکی که از «فناوری برتر» استفاده می‌کنند، توانسته‌اند همکاریهای تولیدی خوبی با کسب و کارهای بزرگ در اندونزی داشته باشند. در اندونزی واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط، عمدتاً در بخش‌های مربوط به کشاورزی فعالیت دارند (۶۰٪ به کشاورزی اختصاص دارد). سهم آن‌ها در سایر بخش‌ها به ترتیب ۳۲/۵ درصد در بخش بازرگانی و ۶/۷ درصد در بخش تولید صنعتی است. در جهت افزایش کارایی کسب و کارهای کوچک و متوسط، یکی از مهمترین اقدامات انجام شده ایجاد ارتباط میان کسب و کارهای کوچک و صنایع بزرگ، از طریق مشارکت واحدهای بزرگ و واحدهای کوچک و متوسط در زمینه‌های بازاریابی، مدیریت، فناوری تولید و سایر موارد می‌باشد. لازم به ذکر است که این همکاریها از سه طریق پیمانکاری مستقیم، پیمانکاری شبکه‌ای و همکاری تولیدی مشترک انجام می‌گیرد.

البته کشور اندونزی از سال ۱۹۹۵ میلادی، مدل دیگری از همکاریهای پیمانکاری بین واحدهای کوچک را به اجرا درآورد. بر اساس این مدل واحدهای کوچک نسبت به ایجاد کسب و

کارهای تولیدی با مالکیت سهامی اقدام می‌کنند که ۴۰٪ از سرمایه لازم برای کسب و کار، توسط عرضه سهام و فروش به افراد حقیقی و ۶۰٪ مابقی توسط سرمایه‌گذاران اصلی (واحدهای کوچک) تأمین می‌شود.

در تدوین راهبردی برای سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۴ سیاستهای اتخاذ شده در جهت ایجاد فضای مناسب و مساعد برای فعالیت کسب و کارهای کوچک و متوسط اندونزی تلاش شد مواردی از قبیل اصلاحات قانونی، تحول و اصلاح سیاست‌های پولی، مالی و بانکی، توسعه تجارت در کنار صنعت و سرمایه‌گذاری، گسترش فعالیت موسسات تقویت رقابت، افزایش مشارکت تجاری و ... گنجانده شود، که آثار مثبت اجرای آنها در حال ظهور است.

در مجموع، با توجه به تجربه اندونزی، می‌توان دو راهکار مهم برای کمک به توسعه صنایع کوچک مطرح نمود:

۱. ایجاد همکاری بین صنایع کوچک و صنایع بزرگ
۲. توسعه کانال‌های قانونی ممکن برای تأمین مالی (عرضه سهام در بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذاری، تعاونی‌ها و...).

۵- بررسی و تبیین جایگاه صنایع کوچک و متوسط در کشور ایران

۵-۱- وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران

در این بخش با توجه به برخی متغیرهای مهم، به ارائه برخی آمار و ارقامی که نشان‌دهنده وضع فعلی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌باشد، پرداخته شده است. (یونیدو، ۲۰۰۳: ۱۲۲)

تعداد بنگاه‌ها: طبق آمار سال ۱۳۷۵، ۹۸/۴٪ کلیه کسب و کارهای کشور، بنگاه‌های خرد^۱ با نیروی کار بین ۹-۱ نفر هستند، که به رقمی در حدود یک میلیون و دویست هزار واحد می‌رسد (به نظر می‌رسد، این نسبت در سال ۸۵ نیز تغییر شدیدی نداشته است). کل کسب و کارهای کوچک دارای نیروی کار ۴۹-۱۰ نفر بالغ بر ۱/۴٪ تعداد بنگاه‌ها (۲۳ هزار واحد) می‌شود. بدیهی است که عدم تعادل آشکاری، بین تعداد بسیار زیاد بنگاه‌های خرد و تعداد کم بنگاه‌های کوچک و متوسط وجود دارد. تجربه دنیا نشان داده است که کم‌بودن قابل توجه تعداد بنگاه‌های متوسط (دارای ۵۰ تا ۲۴۹ کارگر) که تعداد آنها نسبت به کل بنگاه‌ها فقط ۰/۱٪ است، تاثیر منفی بر قدرت تولید صادراتی کشور و همچنین اشتغال دارد. از نظر بین‌المللی به اثبات رسیده

۱- طبق تعریف اتحادیه اروپا

است که کسب و کارهای متوسط با نیروی کار ۲۴۹-۵۰ نفر، به جهت توانایی و آمادگی بیشتر برای استفاده از «کارشناسی فنی»، «نیروی کار»، «مهارت‌های بازار» و «منابع مالی» برای مشارکت در کسب و کارهای بین‌المللی، بطور اصولی سهم بزرگی در صادرات کشورها و اشتغال ایشان دارند. لیکن در ایران، همچنان این صنایع با بی‌مهری و بی‌اقبالیتی روبرو هستند. یک علت بسیار مهم، که کمتر به آن توجه شده است این است که «به علت ساختار رانتی کشور، بازدهی همه فعالیت‌های اقتصادی از بازدهی صنایع متوسط بیشتر است»؛ این تفاوت بازدهی در بخش دلالتی و مسکن به اوج خود می‌رسد. به این ترتیب طبیعی است که بخش خصوصی هیچ انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری و ورود به صنایع متوسط نداشته باشد.

بهره‌وری: نکته قابل توجه این است که بهره‌وری در صنایع کوچک بیشتر از صنایع متوسط و در صنایع متوسط بیشتر از صنایع بزرگ است (توریک ۱۳۸۳: ۱۲۴)؛ به عبارت دیگر صنایع بزرگ نتوانسته‌اند از اثر «تولید انبوه» و «دامنه تولید» صنایع بزرگ ناشی از مزیت‌های اقتصاد مقیاس، به درستی و در جهت بهبود بهره‌وری استفاده کنند. مقایسه آمار بهره‌وری، برتری صنایع کوچک و متوسط را در این زمینه نشان می‌دهد.

ارزش افزوده: آمار مربوط به ارزش افزوده بر اساس طبقه‌بندی بنگاهها، حاکی از اینست که بنگاه‌های کوچک دارای ۱-۴۹ نفر نیروی کار، ۳۴٪ در ارزش افزوده و ۴۴٪ در اشتغال صنعتی سهم دارند، در حالیکه صنایع متوسط و بزرگ که فقط ۵۵٪ اشتغال صنعتی را تشکیل می‌دهند، ۶۶٪ در ارزش افزوده سهم هستند، اما نسبت ارزش افزوده به اشتغال در صنایع متوسط، به جهت بهره‌وری بالاتر، بیشتر از صنایع بزرگ است.

تسهیلات اعطایی: حجم وام‌های اعطایی از سوی بانک صنعت و معدن به صنایع کوچک و متوسط، از سال ۱۳۷۵، بصورت مستمر افزایش یافته است. وامها به ترتیب در بخشهای فلز کاری (۳۳٪)، شیمیایی (۲۱٪) و صنایع غذایی (۱۹٪) دریافت شده است. شایان ذکر است که ۹۰٪ وام‌های اعطایی از سوی بانک صنعت و معدن به بنگاه‌های صنعتی کوچک (با ۴۹-۱۰) و خرد (کمتر از ۱۰ نفر) اختصاص یافته است. بنگاه‌های متوسط فقط ۱۰٪ از کل وامها را دریافت کرده‌اند. با توجه به سیاست بانک، مبنی بر اعطای وام به بنگاه‌های سودآور و دارای سهم خوب از بازار، می‌توان استنتاج نمود که کسب و کارهای کوچک بر حسب ظاهر امر باید از بنگاه‌های متوسط سودآوری بیشتری نیز داشته باشند.

روند رشد و توسعه: پس از جنگ مسیر برنامه‌های دولت برای افزایش رفاه، از تشویق مصرف و تولیدات صنعتی بسیار بزرگ شروع می‌شد. اما این تولیدات با نیازهای مصرفی ایجاد شده همخوانی نداشت. یکی از علل عدم توسعه بنگاه‌های متوسط این بود که این بنگاه‌ها نتوانستند از افزایش تقاضای ایجاد شده، بهره‌برداری نمایند. درست بعد از جنگ با عراق و طی سالهای بین ۱۳۷۰ و ۱۳۷۴، کشور رشد سریع تقاضا برای کالاها و محصولات مختلف را تجربه کرد. این امر فرصتهای خوب فزاینده‌ای را برای کارآفرینان مهیا ساخت. زیرا شرکتهای بزرگ صنعتی با کمبود نقدینگی برای بازسازی تاسیسات و ماشین‌آلات خود مواجه بودند و در نتیجه سهم مهمی از تولید می‌توانست به عهده صنایع کوچک باشد. هر چند که اختصاص وام به طرحهای صنایع کوچک با محدودیتهایی همراه بود، وانگهی کمبود نقدینگی موجب می‌شد که بنگاه‌های کوچک و متوسط قادر به تهیه تجهیزات تولیدی مورد نیاز خود نباشند و سودآوری آنها کاهش یابد. همچنین کیفیت پایین و استانداردهای محصولاتشان بر سودآوری تاثیر می‌گذاشت، زیرا به جهت بالا رفتن انتظارات مصرفی مردم در این دوران، بازار آمادگی قبول تولیدات با کیفیت پایین را نداشت. بدین ترتیب مصرف‌کنندگان همچنان ترجیح می‌دادند که کالاهای خارجی را خریداری نمایند. بی‌برنامگی دولت در بهبود فناوری در صنایع نیز مزید بر علت شد. نتیجه برنامه‌های دولت و افزایش انتظارات مردم این بود که بر طبق آمار، میانگین سودآوری بنگاه‌های کمتر از ۵۰ نفر کارگر طی ۱۳۷۵ تا ۱۳۷۸ به رقم ۷/۵٪ محدود شد.

روابط پیشین: همانطور که اشاره شد بعد از جنگ عراق، صنعت خودروسازی با تقاضای زیادی مواجه شد؛ ولی این صنایع به دلیل فقدان سرمایه و سایر مشکلات فنی و مالی، قادر به افزایش توان تولید خود برای پاسخگویی به این حجم تقاضا نبودند. این امر موجب شد صنایع خودروسازی شروع به برون‌سپاری^۱ برخی از تولیدات خود به بنگاه‌های صنعتی کوچک و متوسط از سال ۱۳۷۲ کنند. ایران خودرو، یکی از صنایع بزرگ خودروسازی، شروع به انعقاد قراردادهای پیمانکاری فرعی با ۷۵ بنگاه کوچک و ۲۵ بنگاه متوسط صنعتی نمود. از آن زمان افزایش قابل توجهی در برون‌سپاری قطعه‌سازی به صنایع کوچک و متوسط ایجاد شده است. در حال حاضر در حدود ۶۰۰ بنگاه کوچک و متوسط حدود ۷۸٪ کل قطعات لازم برای تولید ۱۷۵ هزار خودرو را می‌سازند.

۱- Outsourcing.

روابط پسین: در ایران ارتباطات پسین به خوبی ارتباطات پیشین، بین صنایع بزرگ و صنایع کوچک و متوسط توسعه نیافته است. بیشتر ارتباطات پسین مربوط به صنایع غذایی، فلزات، نساجی و صنایع چوب (مبلمان) می‌شود. چنین روابطی بطور اصولی به دو شکل است: پخش تولیدات صنایع بزرگ از یک سو و تعمیر و نگهداری تجهیزات و تاسیسات صنایع بزرگ از سوی دیگر. ارزیابی شده‌است که بیش از ۴۵۰ بنگاه متوسط صنایع غذایی در ایران وجود دارد که ارتباطات پسین را با بنگاه‌های کوچک و متوسط گسترش داده‌اند. صنایع بزرگ نیز تقریباً به همین تعداد برای فعالیتهای مربوط به پخش محصولات و حفظ و نگهداری تاسیسات با بنگاه‌های کوچک و متوسط همکاری می‌کنند.

۵-۲- راهبردهای توسعه و بهبود وضعیت صنایع کوچک و متوسط در ایران

با توجه به آنچه تاکنون بیان نموده‌ایم، به نظر می‌رسد ایران نیز می‌تواند از پتانسیل صنایع کوچک و متوسط خود برای دستیابی به اهداف چشم‌انداز بیست ساله استفاده کند. به این منظور لازم است، یک سری اصلاحات کلی انجام پذیرد. برخی از راهبردهای پیشنهادی در این بخش بیان شده است:

۱- **کاهش وابستگی نفتی:** اقتصاد ایران بصورت بارز و گسترده‌ای با شرکتهای بزرگ دولتی و شبه دولتی تعریف می‌شود که بیش از ۸۰٪ اقتصاد کشور را تحت کنترل دارند. این امر بویژه در مورد فعالیت‌های اقتصادی مربوط به استخراج، فنآوری و تجارت نفت خام، محصولات پتروشیمی و گاز طبیعی صدق می‌کند؛ این فعالیت‌ها حدود ۸۰٪ درآمدهای صادراتی ایران و حدود ۴۰ درصد بودجه دولت را تامین می‌کند. این موضوع وابستگی شدیدی در این بخش از اقتصاد و بخصوص شرکتهای بزرگ دولتی ایجاد کرده است. در حالیکه بخش اعظم اقتصاد ایران متعلق به طبقه صنایع خرد، کوچک و متوسط می‌باشد.

۲- **منطقی‌ساختن بازدهی در بخش‌های مختلف اقتصادی:** تعداد بنگاه‌های صنعتی به استثنای واحدهای بازرگانی و خدماتی که رسماً به ثبت رسیده‌اند، بالغ بر ۳۶۷۲۵۰ واحد می‌باشد که ۹۵/۸ درصد آن مربوط به صنایع خرد (نیروی کار بین ۹-۱ نفر)، می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۵). همانگونه که مطالعات موجود نشان می‌دهد حدود ۱/۳ میلیون نفر از کل ۱۵/۶ میلیون نفر نیروی کار، در بخش صنایع کوچک و متوسط به کار اشتغال دارند. سایر نیروی کار شاغل (۱۴/۳ میلیون نفر) بیشتر در فعالیتهای اقتصادی عمده فروشی و خرده فروشی شاغل می‌باشند که ظاهراً بازدهی بالاتری دارند. هر چند فعالیتهای بازرگانی و خدماتی برای کارکرد

موفقیت آمیز اقتصاد حائز اهمیت هستند، بخش تولیدات صنعتی و صنایع کوچک و متوسط نیز جهت افزایش ارزش افزوده صنعتی و صادرات بسیار اهمیت دارند. مطالعات انجام شده روشن می‌سازد که بخش صنایع کوچک و متوسط، محوریت اساسی در رشد اقتصادی ایران داشته و در پی آن توانایی بالقوه زیادی برای ایجاد اشتغال دارد. لذا توجه به این بخش، از طریق کاهش دادن رانت‌ها در دیگر بخش‌ها ضروری است.

۳- بسترسازی: به هر حال برای از قوه به فعل تبدیل کردن این توانایی، برخی شرایط ضروری بایستی فراهم گردند. بررسی بهترین عملکردها در اقتصادهای گوناگون (توسعه یافته، در حال توسعه، در حال گذار) نشان می‌دهد که برای دستیابی به یک بخش صنایع کوچک و متوسط شکوفا و پایدار، بایستی دو عنصر اصلی محیط کسب و کار فراهم شوند:

۱- یک ساختار حقوقی مناسب برای صنایع کوچک و متوسط که در حیطه وظایف دولت می‌باشد.

۲- یک ساختار حمایتی نهادینه و مناسب برای صنایع کوچک و متوسط که شامل خدمات مشاوره کسب و کار، تامین اطلاعات، آموزش، خدمات مالی و امثال آن می‌باشد و در حیطه وظایف مشترک دولت و بخش خصوصی است.

برای تحقق اولین عنصر لازم خواهد بود که به امر تدوین و سیاستگذاری توجه خاص شود تا بتوان یک محیط توانمند برای توسعه کسب و کار فراهم کرد؛ برای تحقق دومین عامل لازم خواهد بود که ظرفیت صنایع تقویت و توسعه یابد تا قدرت رقابت خود را افزایش دهند؛ این امر به رشد کسب و کار آنان، افزایش صادرات محصولات صنعتی و اشتغالزایی منجر خواهد شد.

۴- سیاست‌گذاری ایجاد اشتغال از طریق توسعه صنایع کوچک و متوسط:

اشتغالزایی یکی از مسائل بسیار مهم در ایران است. بر اساس آمار منتشره توسط مرکز آمار ایران حدود ۳ میلیون نفر در سال ۱۳۷۹ بصورت رسمی به عنوان بیکار ثبت شده اند که این رقم در حال افزایش است. هر ساله ۸۰۰ هزار نفر جویای کار وارد بازار کار می‌شوند که دولت فقط برای ۵۰۰ هزار نفر می‌تواند کار فراهم کند. در نتیجه هر سال ۳۰۰ هزار نفر بیکار از جمله زنان، جوانان و تحصیلکرده به جمع بیکاران اضافه می‌شود. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه که «سازمان توسعه صنعتی ملل متحد» در آنها فعالیت می‌کند، ثابت شده است که بخش صنایع کوچک و متوسط می‌تواند نقش کلیدی در اشتغالزایی ایفا کند و نه تنها می‌تواند نیروی کار ناشی

از رشد طبیعی را جذب کند، بلکه نیروی کار مازاد شرکتهای دولتی ناشی از تعدیل اقتصادی با خصوصی‌سازی را نیز مشغول به کار خواهد کرد. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد که بخش صنایع کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته نیز به عنوان موتور محرک اصلی اشتغال محسوب می‌شود.

۵- ایجاد محیط رقابتی: در همین راستا، افزایش رقابت پذیری صنایع کوچک و متوسط به یک مسأله حیاتی تبدیل می‌شود. بدون یک بخش صنایع کوچک و متوسط رقابتی، امکان تسریع در اشتغالزایی که بطور جدی برای معکوس کردن روند فزاینده بیکاری در کشور مورد نیاز است ممکن نخواهد بود. بدیهی است رقابت‌پذیری ارتباط مستقیم با «افزایش تولید»، «مدیریت کیفیت جامع» و مجموعه‌ای از سایر عوامل دارد. رقابت‌پذیری موجب بهره‌وری نیروی کار نیز می‌شود. در نتیجه هزینه کمتر و سود بیشتری به همراه دارد. وانگهی شانس موفقیت در بازارهای صادراتی را افزایش می‌دهد که به نوبه خود مسئله حائز اهمیت دیگری برای اقتصاد ایران است.

نتیجه

همانطور که از مباحث صورت گرفته در این مقاله ملاحظه می‌شود حرکت به سمت صنایع کوچک و متوسط نه تنها امری بهینه و سودآور بلکه در شرایط فعلی کشور، امری لازم و ضروری است. در سه دهه پیش نگاه اقتصاددانان به صنایع بزرگ به عنوان موتور رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال، نوآوری و رقابت جهانی بود. روند رو به افزایش تمرکز، تقریباً در هر کشور توسعه یافته‌ای موجب نگرانی اقتصاددانان شد که اعلام نگرانی در مورد خطر از دست رفتن مردم‌سالاری را در پی داشت. بنابراین درک این واقعیت توسط بعضی اقتصاددانان صاحب‌نظر، مبنی بر اینکه تحولی اساسی در فعالیتهای اقتصادی با فاصله گرفتن از صنایع بزرگ و فعال شدن صنایع کوچک و متوسط در حال وقوع است، همه توجه‌ها را به خود جلب کرد. بخصوص در ایالات متحده، صنایع کوچک نه تنها جایگزین صنایع بزرگ در ایجاد ۱۸ میلیون شغل جدید در دهه ۱۹۸۰ شده بودند، بلکه گوی سبقت را در اکثر فعالیتهای نوآوری و رقابت‌های بین‌المللی صنایع بزرگ ربودند.

در انقلاب اخیر فناوری که موجب شکل‌گیری صنایع جدیدی چون نرم افزار و رایانه، بیوتکنولوژی و رباتیک گشت اروپا عموماً نظاره‌گر و منفعل بوده است، زیرا این صنایع احتیاج به بنگاه‌هایی دارند که ساختار منعطف داشته، محصولات جدید تولید کنند و روشهای تولید جدید را به کار گیرند. احتمالاً راه حل بیکاری و مشکل رقابت اروپا را نیز باید در صنایع

کوچک و منعطف جستجو کرد.

از طرفی در مورد کشورهای در حال توسعه، بطور خلاصه می توان نتیجه گرفت که توسعه صنایع کوچک و تکنولوژی های متوسط، می تواند به عنوان استراتژی مناسب برای این کشورها مطرح باشد و از طریق رفع فقر، افزایش درآمد، ایجاد فرصت های شغلی برای نیروی انسانی غیر ماهر، انباشت سرمایه از طریق افزایش بازدهی، بهبود بهره وری در بخش روستایی، و همچنین از طریق جلوگیری از گسترش شهر نشینی و مهاجرت های بی رویه، به فرآیند توسعه کشورهای جهان سوم از ابعاد اقتصادی و اجتماعی کمک نموده و رشد اقتصادی این کشورها را تسریع بخشد.



منابع

- اکبری، نعمت الله (۱۳۷۸)، «مباحثی از توسعه در ایران»، اصفهان: نشر هشت بهشت.
- آکس، زولتان جی (۱۳۸۳)، **صنایع کوچک و رشد اقتصادی**، مقاله اول از کتاب «نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن»، مترجم: جهانگیر مجیدی، چاپ دوم، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.
- تودارو، مایکل (۱۳۸۴)، «توسعه اقتصادی در جهان سوم»، مترجم: غلامعلی فرجادی، چاپ سیزدهم، جلد اول، تهران: انتشارات کوهسار.
- توریک، روی (۱۳۸۳)، **صنایع کوچک، کارآفرینی و رشد اقتصادی**، مقاله سوم از کتاب «نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن»، مترجم: جهانگیر مجیدی، چاپ دوم، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.
- شوماخر، ای. اف (۱۳۷۲)، «کوچک زیباست»، مترجم: علی رامین، تهران: انتشارات سروش.
- قره باغیان مرتضی (۱۳۷۲)، «اقتصاد و رشد و توسعه»، جلد دوم، تهران: نشر نی.
- کارلسون، بو (۱۳۸۳)، **فعالیت‌های اقتصادی کوچک، فناوری منعطف و پویایی صنعتی**، مقاله دوم از کتاب «نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن»، مترجم: جهانگیر مجیدی، چاپ دوم، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.
- مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۸۴)، «ایجاد و توسعه فرصت‌های شغلی در صنوف تولیدی و خدماتی فنی کشور»، چاپ اول.
- یونیدو (۲۰۰۳)، «استراتژی افزایش مشارکت مؤثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط در اقتصادی و صنعتی جمهوری اسلامی ایران»، مترجم: عبدالرضا شقاقی و مسعود شفیعی (۱۳۸۳)، چاپ اول، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.
- Acs, Z. J. and Audresch, D. B. (1990) , *The Economic of Small Firms: A European Challenge*, kluwer.
- Birch, D.,(1987) *Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put The Most People to Work*, New York, Free Press.
- Kornai, J. (1990), *The Road to Free Society: Shifting from a Socialist System*, New York, Norton.

- Pior, M. J. and Sable C. F. (1984), *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, New York, Basic book.
- Shcerer, F. M. (1990), *Changing Perspectives on the Firm Size Problem*, Ann Arbon, University of Michigan Press.



پروپشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی