

## بررسی موانع موجود در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs) و ارائه چارچوب حمایت از این بنگاه ها

دکتر علی اکبر امین بیدختی<sup>۱</sup>، سید مجتبی زرگر<sup>۲</sup>

### چکیده

بنگاه های کوچک و متوسط از جمله مؤثرترین عوامل در رشد و توسعه سیستم های اقتصادی و اجتماعی هر کشوری محسوب می شوند. از این رو مورد توجه مسئولین و دولتمردان کشورها قرار گرفته اند. در کشور ما با وجود این که بیش از ۹۵ درصد کل واحدهای تولیدی در گروه صنایع کوچک و متوسط قرار می گیرند، این بنگاه ها سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی و ایجاد ارزش افزوده کسب ننموده و از کمبودهای شدیدی رنج می برند. به نظر می رسد کاهش موقیعت و مزیت بنگاه های کوچک و متوسط نسبت به صنایع بزرگ، متأثر از عوامل درون بنگاهی و برون بنگاهی متعددی باشد. لذا تحقیق حاضر به شناسایی مهمترین موانع موجود در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی و ارائه چارچوبی برای حمایت از این بنگاه ها پرداخته است. در این راستا بر اساس مطالعات کتابخانه ای و تجربی، و نتایج مصاحبه های به عمل آمده با مسئولین و کارشناسان دستگاه های اجرایی ذیربط و SMEها، مهمترین موانع و مشکلات بنگاههای کوچک و متوسط با استفاده از ابزار پرسشنامه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصله نشان داد که بنگاه های کوچک و متوسط با آسیبها و مشکلات درونی و بیرونی متعددی مواجه می باشند. همچنین تسهیلات و حمایتهای مالی و غیرمالی بعمل آمده از بنگاه های کوچک و متوسط در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی، و مدیریتی ناکافی بوده و نتوانسته است راهگشای مشکلات این دسته از بنگاه ها باشد.

**واژگان کلیدی:** بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs) - چارچوب حمایتی - استان سمنان.

### مقدمه

در سال های اخیر اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه رو به افزایش بوده است. در دو دهه گذشته با ظهور فناوری های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در قابلیت های واحدهای صنعتی، روش های تولید و توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه ها پدید آمده که عموماً بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است (یه یانگ و زنگ آ، ۲۰۰۵: ۱۴۶). افزایش رقابت و تمرکز شرکت ها بر فعالیت های محوری، موجب تفکیک عمودی شرکتها، گسترش روابط پیمانکاری با تأمین کنندگان

۱- دکتری مدیریت و عضو هیأت علمی دانشگاه سمنان

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی و مدرس دانشگاه سمنان.

قطعات و مواد اولیه و تقویت روابط در زنجیره عرضه شده است همه این تحولات بر اهمیت واحدهای کوچک افزوده است (صدری نیا و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴). به علاوه چون فرآیند یادگیری در صنایع کوچک و متوسط موجب تربیت مدیران توانمند می شود و خارج شدن این صنایع از صحنه رقابت زیان کمتری را بر جامعه تحمیل می کند، لذا صنایع کوچک و متوسط به عنوان بستر مناسبی برای ایجاد صنایع رقابت پذیر و توانمند محسوب شده و در اکثر کشورها بر سیاست گذاری مناسب برای این صنایع تأکید شده است (عسگری و همکاران، ۱۳۸۷: ۸۶). امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط از جنبه های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند و در بسیاری از کشورها این واحدها تأمین کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری های جدید هستند. از طرف دیگر این بنگاه ها با صادرات قابل توجه نقش مؤثری در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می کنند؛ به گونه ای که امروزه تقریباً همه کشورها سعی در توسعه این بنگاه ها در ساختار صنعتی خود دارند. وجود چالش های محیطی و تغییر در فرایندهای مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته تر ساخته است و سیاست های کوچک سازی، برون سپاری فعالیت ها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کارآفرینانه کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است (اسوتلیسیک و همکاران، ۲۰۰۶: ۳۸). با توجه به موقعیت کنونی کشور و فقدان انگیزه کافی برای سرمایه گذاری برای ایجاد صنایع بزرگ توسط بخش خصوصی از یک سو، و طرح های کاهش تصدی دولت در امور اقتصادی از سوی دیگر، به نظر می رسد که کمک به ادامه حیات واحدهای تولیدی کوچک و متوسط موجود و ایجاد شرایط مناسب برای راه اندازی واحدهای جدید توسط کارآفرینان بالقوه، از جمله راه های مؤثر برای تحرک بخشیدن به فعالیت های مولد، تأمین بخشی از نیازهای جامعه، حضور بیشتر در بازارهای جهانی و کاهش مشکلات ناشی از نرخ بیکاری در کشور می باشد (شایقی، ۱۳۸۶: ۳۶). با وجود مزیت های فوق و علی رغم کمک دولت به این صنایع، واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در ایفای نقش مورد انتظار در اقتصاد کشور، رقابت با صنایع مشابه در خارج و صنایع بزرگ داخل و نیز کسب مزیت رقابتی که لازمه حضور جدی در بازارهای جهانی است با مشکل مواجه هستند. در کشور ما علیرغم حضور کمی قابل توجه صنایع کوچک و متوسط در ساختار صنعتی (حدود ۹۵ درصد)، این واحدها با مشکلاتی رو به رو هستند و بنگاه های کوچک ایران قادر نبوده اند دارای مزیت نسبی نسبت به بنگاه های بزرگ در توسعه صنعتی و اقتصادی کشور باشند. همچنین قدرت بازاریابی این بنگاه ها برای فروش محصولات خود به علت عدم اطلاع کافی از نیازهای بازار در اقصی نقاط کشور و همچنین بازارهای خارج از کشور به نسبت ضعیف بوده، و لذا این بنگاه ها با مشکل کمبود تقاضا برای محصولات خود مواجه شده و این امر در کاهش فروش و سود آنها مؤثر می باشد (فتاح، ۱۳۸۶: ۱۳).

در استان سمنان نیز با وجود این که بیش از ۹۵ درصد کل واحدهای تولیدی در گروه صنایع کوچک و متوسط قرار می گیرند، به دلیل نداشتن استراتژی توسعه مبتنی بر ساختارهای موجود صنعتی و رها کردن واحدهای کوچک تولیدی به حال خود، این بنگاه ها سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی و ایجاد ارزش افزوده کسب ننموده و از کمبودهای شدیدی در رنج هستند.

به نظر می رسد کاهش موقعیت و مزیت بنگاه های کوچک نسبت به صنایع بزرگ، متأثر از عوامل درون بنگاهی و برون بنگاهی متعددی باشد. همچنین راه اندازی واحدهای تولیدی کوچک و افزایش قابلیت های مورد اشاره، تابع متغیرهای دورن سازمانی و محیطی و نیز ساز و کارهای حمایتی مناسب است. تحت شرایط مطلوب و در صورت حمایت صحیح، واحدهای تولیدی کوچک و متوسط می توانند نقش مهم و تعیین کننده ای در پاسخگویی

به نیازهای بازار ایفا نمایند. بنابراین بررسی موانع و مشکلات درون و برون بنگاه‌های واحدهای تولیدی کوچک و متوسط به همراه مطالعه آثار و نتایج سیاست‌های حمایتی دولت و شناسایی زمینه‌های حمایتی مورد نیاز آنها به منظور برنامه ریزی و سیاست‌گذاری‌های صحیح و اصولی در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی استان و کشور و تحقق چشم انداز بیست ساله نظام از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در این راستا پژوهش حاضر قصد دارد تا ضمن بررسی مهمترین موانع و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان، کفایت یا عدم کفایت حمایت‌های به‌عمل آمده توسط دولت از واحدهای تولیدی کوچک و متوسط را تعیین و با شناسایی زمینه‌هایی که از نگاه نهادهای متولی دولت دور مانده است، راهکارهایی عملی برای حمایت از کارآفرینان و بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در استان و کشور ارائه نماید. در واقع این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سؤال اساسی زیر است: مهمترین نقاط ضعف و تهدیدات پیش روی بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان کدامند و با استفاده از کدام ساز و کارهای حمایتی می‌توان موجبات ارتقای جایگاه و موقعیت این بنگاه‌ها را در استان سمنان و کشور فراهم نمود؟

### مبانی نظری تحقیق

صنایع به‌طور کلی به صنایع بزرگ، صنایع متوسط و صنایع کوچک تقسیم می‌شوند. هر کشوری متناسب با شرایط خاص خود تعریفی در این خصوص ارائه کرده است (وازنت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳: ۲۲۷). در حقیقت شرایط اقتصادی و صنعتی حاکم بر هر کشور، معرف صنایع کوچک و متوسط آن است. این تعریف‌ها به‌طور عمده بر اساس معیارهای کمی از قبیل تعداد کارکنان و میزان گردش مالی مطرح شده است. هر چند تقسیم بندی بر اساس معیارهای کمی، تعریف‌ها را ساده تر می‌کند، اما همیشه این معیارها، ابزار مناسبی برای تقسیم بندی نیستند. بلکه مشخصات کیفی شرکت‌ها نیز در این تقسیم بندی حائز اهمیت می‌باشند (ادراکی، ۱۳۸۷: ۲۷). معمولاً بنگاه‌های کوچک و متوسط از سه ویژگی کیفی: مالکیت و مدیریت واحد، مالکیت فردی و خانوادگی، و استقلال از سایر بنگاه‌ها برخوردارند. این ویژگی‌های کیفی نیز می‌باید در تعریف جایگاه و کارکرد شرکتها به عنوان SMEs مورد توجه قرار گیرد. در غیر این صورت، تنها اکتفا کردن بر معیارهای کمی، اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های مربوط به SMEs را با مشکل مواجه خواهد نمود (صلواتی سرچشمه و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۱).

در ایران نیز تعاریف گوناگونی از شرکت‌های کوچک و متوسط در سازمان‌های مختلف وجود دارد. با این وجود در تحقیق حاضر بنا به استعلام بعمل آمده، بنگاه‌های تولیدی که دارای ۱۴۹ نفر کارکن و کمتر هستند، به عنوان بنگاه‌های کوچک و متوسط<sup>۲</sup> در نظر گرفته شده‌اند.

اهمیت واحدهای کوچک و متوسط در ایران را از دو بعد کمی و کیفی می‌توان بررسی کرد. از بعد کمی، درصد بسیار بالایی از شرکت‌های موجود در کشور ما و بسیاری از کشورهای جهان را واحدهای کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند و تعداد شاغلان این واحدها قابل توجه است. همچنین ارزش افزوده‌ای که این واحدها تولید می‌کنند در کشورهای مختلف، چیزی بین یک سوم تا نیمی از ارزش افزوده کل کشور را تشکیل می‌دهد. از بعد کیفی، این واحدها می‌توانند بخش خصوصی را در سرمایه‌گذاری‌ها تشویق کنند، چون بخش خصوصی معمولاً برای ایجاد واحدهای بزرگ امکانات کافی ندارند. این واحدها همچنین می‌توانند به عنوان ابزار مناسبی برای خصوصی سازی در نظر گرفته شوند. این واحدها امکان شناخت بازار را دارند و می‌توانند خود را با نیازهای بازار منطبق کنند و به خاطر کوچک بودن، فرایند

1- Vasant

2- Small and Medium Enterprise (SME)

تصمیم‌گیری در آنها بسیار سریع است. این واحدها می‌توانند قدرت ابتکار و خلاقیت بیشتری داشته باشند؛ در توزیع فناوری در سطح کشور می‌توانند موفق‌تر باشند و سریعاً خود را با فناوری‌های لازم تطبیق دهند و در یک نکته می‌توانند تخصصی عمل کنند که این امر، در واحدهای بزرگ کمتر اتفاق می‌افتد (کارلسون، ۱۳۸۳: ۴۷).

نگاهی به فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه، بیانگر نوعی ارتباط تنگاتنگ و مؤثر میان پیشرفت اقتصادی-اجتماعی این کشورها با این بنگاه‌ها است. رشد روز افزون بنگاه‌های کوچک و متوسط در این کشورها و اتخاذ سیاست‌های حمایتی از سوی دولت‌ها به همراه تدارک سازمان‌های بین‌المللی فعال در امور توسعه، جملگی بیانگر این مهم است که بنگاه‌های کوچک و متوسط فرصتی کم نظیر برای جامعه جهانی است که با اتکا به آن، فرآیند تولید ثروت ملی را ارتقاء بخشند (اکس زولتان، ۱۳۸۳: ۲۶).

مطالعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورها، به ویژه آنهایی که طی چند دهه اخیر دارای فعالیت‌های زیادی بوده‌اند و به عنوان نمادی از موفقیت در توسعه انگاشته شده‌اند، نشان می‌دهد که آنها به جای «تصدی‌گری» و «زعامت» دولتی و تأکید بر دیدگاه‌های نیمه نخست سده بیستم مبنی بر اقتصادی بودن بنگاه‌های بزرگ و کلان، بر کارآفرینان و بنگاه‌های کوچک و متوسط تکیه کرده‌اند. اگرچه ساختار اجتماعی-اقتصادی کشورهایی که بر بنگاه‌های کوچک و متوسط تأکید ورزیده‌اند، بسیار گوناگون است ولی تمام آنها بر پی‌ریزی فضای اقتصاد آزاد پای فشرده‌اند؛ یعنی جایی که نیروهای عرضه و تقاضا به دور از هرگونه رانت خواری و انحصارطلبی، بتوانند به گردش درآیند.

برخی کشورها این فضا را به درجات متفاوت از توسعه یافتگی داشته‌اند و بنابراین در راه گسترش آن گام برداشته‌اند، ولی برخی دیگر (به ویژه در اروپای شرقی) از آن بی‌بهره بوده‌اند و از این رو آن را پی‌افکنده‌اند. این کار را باید یک اقدام اساسی و اصولی در راه خروج از «دور باطل» توسعه نیافتگی به شمار آورد؛ یعنی دور باطلی که در آن «کاست مدیریتی» برای حفظ منافع خود می‌کوشد تا از بازشدن آن جلوگیری کند. چنین می‌نماید که تضعیف و سپس از میان برداشتن این کاست - که همچون مانعی جدی در برابر هرگونه تغییر و همگامی با تحولات جهانی قد علم می‌کند- تنها از طریق رویکردی نو به بنگاه‌های کوچک و متوسط امکان پذیر باشد (روزبه، ۱۳۸۳: ۵۴-۵۱). اصولاً در بیشتر کشورهای توسعه یافته جهان، اتخاذ سیاست‌های مربوط به حمایت از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط به منظور افزایش رشد، ایجاد درآمد و اشتغال و حتی کاهش فقر، از مهم‌ترین اولویت‌های اقتصادی-اجتماعی دولت‌ها محسوب می‌شود. دولت‌ها، صرف نظر از دستیابی به یک عزم ملی برای توسعه و رویارویی با فرآیند جهانی شدن، در آغاز تعریفی متعارف یا قراردادی از بنگاه‌های کوچک و متوسط به دست داده‌اند که این تعریف عمدتاً متکی است بر شمار افراد شاغل در بنگاه‌ها است. گام بعدی را در حقیقت باید در سطح سازمانی جستجو کرد. بدین معنی که دولت‌ها به طور معمول، با اعتقاد بر نظام اقتصادی بازار آزاد، یک سازمان دولتی را مسئول سیاستگذاری و اجرای مسایل مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط کرده‌اند. این سیاست‌ها یک هدف مشخص را دنبال می‌کنند که عبارت است از تقویت و گسترش بنگاه‌های مزبور و فرهنگ کارآفرینی در کشور (برگر و ایدل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶: ۲۹۴۹). با این حال در کشور ما بنگاه‌های کوچک و متوسط با معضلات و عقب ماندگی‌های روبه‌رو هستند؛ (مظفری، ۱۳۸۶: ۱۱۵-۱۱۴) که در زیر به برخی از آنها اشاره می‌شود:

- فقدان مقیاس‌های لازم از جنبه‌های مختلف سرمایه، تولید و بازار
- فقدان محیط‌های مناسب رشد کسب و کار از جنبه‌های مختلف حقوقی، قانونی و...
- فقدان زیرساخت‌های نرم‌افزاری و تشکیلاتی

- تولید با فناوری های کهنه و عدم دسترسی به تکنولوژی های نوین
  - فقدان ارتباط منسجم با شبکه های بانکی و مالی کشور
  - عدم وجود شبکه های همکاری میان بنگاهی
- به طور خلاصه عمده موانع توسعه بنگاه های کوچک و متوسط در ایران را می توان به چهار دسته زیر تقسیم بندی نمود:**

۱. موانع بازار مثل وجود خریدهای انحصاری، نوسانات در عرضه و تقاضا، خرید مواد اولیه در مقیاس های کم که به افزایش قیمت ها منجر می شود و غیره.
۲. موانع مالی مانند، مشکلات مربوط به ارائه ضمانت نامه های بانکی، تأخیر در دریافت درآمد حاصل از فروش، افزایش فشار نقدینگی بر بنگاه های کوچک و متوسط و غیره.
۳. عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات از جمله: اطلاعات بازاریابی در خصوص بازارهای داخلی و خارجی، اطلاعات در مورد وضعیت مالی و فناوری صنایع کوچک و متوسط برای کمک به سرمایه گذاران در انتخاب کسب و کارهای مناسب برای سرمایه گذاری، اطلاعات فنی و عملیاتی، اطلاعات در مورد منابع تأمین مواد اولیه تولید و خریداران، و...
۴. سیاست های دولت، مانند: ناتوانی در ایجاد محیط توانمندساز برای بنگاه های کوچک و متوسط، موانع اداری برای اخذ عوارض و فقدان نهادهای حل دعاوی احتمالی و غیره. (عمید و غمخواری، ۱۳۸۸: ۱۸۷).

صاحبان شرکت های کوچک و متوسط در شناخت و تعیین کمک های مورد نیاز خود نیز مشکل دارند و به نظر می رسد این مشکل به دلیل پیچیدگی چالش های سازمانی پیش روی آنها می باشد. به علاوه ضعف ها و ناتوانی هایی چون کمبود منابع مالی و مشکلات موجود در بدست آوردن تسهیلات بانکی، کم بودن نیروی متخصص در صنایع و ناکافی بودن دانش و مهارت نیروی موجود، ماشین آلات کهنه و قدیمی، بالا بودن نرخ بهره تسهیلات، مبهم بودن برخی از قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری، افزایش واسطه های تولیدی، قاچاق گسترده کالا به کشور، تعداد زیاد رقبا، فعلی خارجی در بازار، استقبال مصرف کنندگان از محصولات خارجی، سنتی بودن فعالیتها در حوزه صنعت، و کمبود دانش اقتصادی، مالی و مدیریتی به ویژه در زمان تأسیس، به عنوان مانعی برای فعالیت بهینه بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی به شمار می آیند و برطرف شدن این موانع - که هم به خود شرکت ها و هم به دولت بر می گردد- تا حد زیادی می تواند فرصت های کارآفرینی فراوانی را در صنایع کوچک و متوسط فراهم نموده و توسعه متوازن و پایدار بخش تولید و صنعت کشور را به همراه داشته باشد.

### سؤال های تحقیق

- این تحقیق در پی پاسخگویی به سئوالات اساسی ذیل است:
- ۱- بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی تا چه حد با مشکلات مالی مواجه می باشند؟
  - ۲- استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی چگونه است؟
  - ۳- هزینه های تولید در بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی دارای چه وضعیتی است؟
  - ۴- توانایی بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی در زمینه شناخت بازارها و دانش بازاریابی در چه حدی می باشد؟
  - ۵- بسته بندی محصولات تولیدی بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی دارای چه وضعیتی است؟
  - ۶- ضعف سیستم حمل و نقل کالا تا چه حد موجب بروز مشکل برای بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی گردیده است؟
  - ۷- وضعیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری در خصوص بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی چگونه است؟

- ۸- مطلوبیت عوامل محیطی مؤثر بر فعالیت بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی چگونه است؟
- ۹- آیا بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی از تسهیلات و حمایت های مالی و غیرمالی کافی برخوردار می باشند؟
- ۹-۱) آیا بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی از تسهیلات و حمایت های مالی کافی برخوردار می باشند؟
- ۹-۲) آیا بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت های فنی و اطلاع رسانی کافی برخوردار می باشند؟
- ۹-۳) آیا بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت های تجاری کافی برخوردار می باشند؟
- ۹-۴) آیا بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت های مدیریتی کافی برخوردار می باشند؟

### روش تحقیق

تحقیق حاضر از حیث هدف تحقیقی کاربردی و از حیث نحوه گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی پیمایشی است که به شیوه مقطعی صورت می پذیرد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مدیران و مسئولین شرکت های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان (در محدوده داخل شهرکها و نواحی صنعتی و محدوده خارج از آن) می باشند که تعداد افراد شاغل در آنها کمتر از ۱۵۰ نفر باشد. در حال حاضر طبق آخرین اطلاعات کسب شده از مراجع ذیربط، شرکت های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان (با دارا بودن کمتر از ۱۵۰ نفر کارکن) بالغ بر ۱۶۰۹ واحد می باشند. این تعداد واحد در ۱۹ شهرک و ناحیه صنعتی استقرار یافته اند. با توجه به محدود بودن جامعه آماری از جدول کرجسی و مورگان برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است. بدین ترتیب حجم نمونه آماری تعداد ۳۱۰ نفر در نظر گرفته شده است. روش نمونه گیری به کار برده شده در این تحقیق روش طبقه ای- تصادفی است. در این راستا ابتدا بر اساس فراوانی نسبی تعداد واحدهای تولیدی گروه های صنعتی ۹ گانه در جامعه (که بر اساس طبقه بندی بین المللی فعالیت های صنعتی ISIC تقسیم شده اند) حجم نمونه در هر گروه صنعتی مشخص شده است. سپس با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده، تعداد واحدهای صنعتی از هر فعالیت، با توجه به تعداد واحدهای مستقر در هر شهرستان انتخاب گردیده اند. در این تحقیق برای جمع آوری داده های مورد نیاز از روش مصاحبه منظم (هدایت شده)، تکنیک دلفی، و پرسشنامه استفاده شده است. برای شناسایی و تحلیل مهم ترین آسیب ها و مشکلات بنگاه های کوچک و متوسط، زمینه های حمایتی مورد نیاز بنگاه ها، ارزیابی سیاست های حمایتی دولت، و ارائه راهکارهای عملی برای حمایت از این بنگاه ها، از نظرات ۳۰ نفر از مدیران و کارشناسان دستگاه های اجرایی ذیربط و از اساتید دانشگاه های سطح استان که در زمینه موضوع مورد بررسی دارای اطلاعات کافی می باشند، استفاده شده است. بدین منظور با طرح چند سؤال اصلی از مصاحبه شوندگان خواسته شد تا به صورت مشروح بیانات خود را در خصوص هر یک از سؤالات عرضه نمایند (باز پاسخ) و در نهایت با طبقه بندی پاسخها نسبت به تحلیل آنها به شیوه کیفی مبادرت گردید. در ادامه بر اساس مطالعات کتابخانه ای و تجربی، و نتایج مصاحبه های انجام شده، ابتدا مهم ترین مسائل و مشکلات درون سازمانی و برون سازمانی، همچنین حمایت های انجام شده و مورد نیاز بنگاه های کوچک و متوسط استان به همراه مؤلفه های تشکیل دهنده هر یک از این عوامل شناسایی و بدین ترتیب یک پرسشنامه اولیه طراحی گردید. سپس از روش دلفی برای اطمینان از روایی پرسشنامه تحقیق استفاده شد. در ابتدا نمونه ای از پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۱۰ نفر از خبرگان امر و صاحب نظران

دانشگاهی قرار گرفت و از آنها خواسته شد تا نظر خود را در رابطه با شکل و فرم تک تک سؤالات و محتوای آنها از لحاظ جذاب و قابل فهم بودن برای پاسخ دهندگان بیان کنند. سپس مجموعه ای از نظرات اخذ شده در باب سؤالات پرسشنامه جمع آوری و پس از اعمال آنها، پرسشنامه اصلاح شده مجدداً برای آنان ارسال و در یک جمع بندی، اصلاح نهایی گردید. بدین ترتیب پرسشنامه تحقیق که از چهار قسمت اصلی به شرح ذیل تشکیل گردیده است، طراحی و بین نمونه آماری منتخب توزیع گردید.

- بخش اول پرسشنامه: شامل مشخصات واحدهای صنعتی کوچک و متوسط با ۸ سؤال  
- بخش دوم: شامل مهم ترین مسائل و مشکلات درون سازمانی شرکت های کوچک و متوسط با ۲۶ سؤال

- بخش سوم: شامل مهم ترین مسائل و مشکلات برون سازمانی شرکت های کوچک و متوسط با ۲۷ سؤال

- بخش چهارم: شامل حمایت های به عمل آمده توسط دولت از شرکت های کوچک و متوسط استان با ۲۶ سؤال.

برای آزمون پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. بدین منظور پرسشنامه طراحی شده در بین ۲۰ واحد از اعضای جامعه آماری توزیع و مقدار آلفای کرونباخ آن معادل ۰/۸۳ به دست آمد که از لحاظ آماری ضریب قابل قبولی به حساب می آید. شایان ذکر است در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار استنباطی شامل آزمون کای دو ( $\chi^2$ ) و آزمون فریدمن استفاده شده است.

### تحلیل یافته ها

در این تحقیق به منظور شناسایی آسیب ها و مشکلات بنگاه های کوچک و متوسط استان سمنان از آزمون کای دو استفاده گردید. همانطور که در جدول شماره (۱) ملاحظه می شود در مورد تمامی متغیرها و مؤلفه های تحقیق، آماره آزمون کای دو محاسبه شده از مقدار بحرانی بزرگتر و سطح معنی داری از سطح خطا (۰/۰۵) کوچکتر است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت که تمامی عوامل و متغیرهای مورد اشاره در جدول (۱)، به عنوان آسیب و مانعی برای توسعه بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی به شمار می آیند.

در واقع وجود مشکلات مالی در بنگاه ها، بالابودن هزینه های تولید، پایین بودن سطح استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی، مطلوب نبودن توانایی شرکت ها در زمینه شناخت بازارها و دانش بازاریابی، و مطلوب نبودن بسته بندی محصولات تولیدی، از جمله مسائل و مشکلات درون سازمانی بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی به شمار می آیند. در حالی که ضعف سیستم حمل و نقل کالا، مطلوب نبودن قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری، و مطلوبیت کم عوامل محیطی مؤثر بر فعالیت بنگاه های کوچک و متوسط از جمله مشکلات برون سازمانی آنها می باشد که می بایست مورد توجه برنامه ریزان و مسئولین امر قرار گیرند. همچنین نتایج آزمون کای دو بیانگر آن است که تسهیلات و حمایت های مالی و غیرمالی به عمل آمده از بنگاه های کوچک و متوسط در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی، و مدیریتی ناکافی بوده و نتوانسته است راه گشای مشکلات این دسته از بنگاه ها باشد.

جدول (۱): نتایج آزمون کای دو ( $X^2$ ) در مورد مؤلفه های تحقیق

سطح معنی داری	آماره آزمون ( $X^2$ )	مؤلفه ها
۰/۰۰۰	۷۴/۳۸۷	۱. میزان رشد درآمد شرکت در چند سال گذشته
۰/۰۰۰	۶۱/۴۳۲	۲. میزان درآمد شرکت در چند سال گذشته
۰/۰۰۰	۳۴/۰۰۰	۳. میزان رشد سود آوری شرکت در چند سال گذشته
۰/۰۰۰	۶۹/۱۲۳	۴. میزان سود آوری شرکت در چند سال گذشته
۰/۰۰۰	۱۵۱/۶۴۵	مشکلات مالی شرکت ها
۰/۰۰۰	۲۶/۷۴۲	۵. پایین بودن کیفیت کالاهای تولیدی شرکتهای کوچک و متوسط داخلی در مقایسه با کالاهای کشورهای توسعه یافته
۰/۰۰۰	۵۹/۳۵۵	۶. ناتوانی شرکت های کوچک و متوسط استان برای کسب استانداردهای اروپایی
۰/۰۰۰	۷۷/۸۳۹	۷. نامرغوب بودن منابع و مواد اولیه
۰/۰۰۰	۸۲/۶۷۷	۸. مجهز نبودن آزمایشگاهها به ابزارهای کنترل کیفیت مطابق با استانداردهای جهانی
۰/۰۰۰	۱۱۳/۹۷۴	مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی شرکت ها
۰/۰۰۰	۸۶/۷۱۰	۹. بالا بودن هزینه های عملیات نگه داری و تعمیرات برای تولید کالاها با کیفیت مرغوب
۰/۰۰۰	۵۹/۷۷۴	۱۰. بالا بودن سرمایه گذاری برای تحقیق و توسعه
۰/۰۰۰	۱۲۸/۴۵۲	۱۱. هزینه بالای تأمین مواد اولیه مرغوب
۰/۰۰۰	۱۰۴/۹۶۸	۱۲. بالا بودن هزینه های دستمزد و نیروی انسانی
۰/۰۰۰	۱۱۱/۵۳۵	بالا بودن هزینه های تولید در شرکت ها
۰/۰۰۰	۲۱۳/۶۴۵	۱۳. ضعف در ارائه خدمات پس از فروش به مصرف کنندگان نهایی
۰/۰۰۰	۱۲۲/۳۵۵	۱۴. نبود نگرش جامع و جهانی به بازارها در مدیران شرکت های کوچک و متوسط
۰/۰۰۰	۲۶۱/۸۳۹	۱۵. فقدان برنامه ریزی جهت تهیه و تولید محصولات مناسب بازارهای جهانی
۰/۰۰۰	۹۴/۰۶۵	۱۶. آشنایی کم واحدهای صنعتی با عوامل آمیخته بازاریابی
۰/۰۰۰	۸۷/۲۲۶	۱۷. کمبود نیروهای متخصص بازاریابی در شرکت ها
۰/۰۰۰	۱۱۴/۳۵۵	۱۸. جدی نگرفتن تحقیقات بازاریابی
۰/۰۰۰	۱۸۱/۱۹۴	۱۹. عدم شناسایی فرصتها ، تهدیدها ، نیاز های بازار و مشتریان توسط شرکت ها
۰/۰۰۰	۱۷۵/۸۷۱	۲۰. عدم توجه به نظرات و سلیقه های مصرف کنندگان نهایی
۰/۰۰۰	۲۲۹/۱۲۹	۲۱. عدم تبلیغات با هدف اطلاع رسانی به مشتریان و ارتباط با آنان
۰/۰۰۰	۱۴۰/۶۱۳	۲۲. عدم مشارکت فعال در نمایشگاه های تخصصی و بین المللی



۰/۰۰۰	۱۵۵/۲۲۶	۲۳. عدم اصلاح ساختارهای طراحی و تولید بر اساس جلب رضایت مشتریان داخلی و خارجی و بازارهای هدف
۰/۰۰۰	۱۷۹/۱۳۵	مطلوب نبودن توانایی شرکتها در زمینه شناخت بازارها و دانش بازاریابی
۰/۰۰۰	۶۰/۴۵۲	۲۴. مطالعه و تحقیق در خصوص سلیقه مشتریان با هدف بسته بندی مطلوب
۰/۰۰۰	۶۵/۷۴۲	۲۵. استفاده از فناوری های روز جهت استقرار تشکیلات بسته بندی مطلوب
۰/۰۰۰	۱۵۳/۵۱۶	۲۶. بسته بندی محصولات تولیدی با توجه به اصول مهندسی و بازاریابی
۰/۰۰۰	۸۸/۹۰۳	مطلوب نبودن بسته بندی محصولات تولیدی شرکت ها
۰/۰۰۰	۶۸/۲۲۶	۲۷. فعال نبودن شرکتها و مؤسسات حمل و نقل و باربری بین المللی
۰/۰۰۰	۷۱/۰۰۰	۲۸. عدم وجود مراکز مشاوره معتبر در امور حمل و نقل و باربری
۰/۰۰۰	۱۱۰/۸۷۱	۲۹. بالا بودن هزینه حمل کالاها
۰/۰۰۰	۵۰/۴۱۶	۳۰. کیفیت پائین وسایط حمل و نقل
۰/۰۰۰	۷۱/۲۹۰	۳۱. فرسودگی ناوگان حمل و نقل کشور
۰/۰۰۰	۱۶۴/۲۱۹	ضعف سیستم حمل و نقل کالا
۰/۰۰۰	۱۷۲/۳۵۵	۳۲. عدم ثبات لازم در مقررات، ضوابط و سیاست های ارزی و تجاری
۰/۰۰۰	۲۰۸/۴۱۹	۳۳. ناهماهنگی بین مقررات و ضوابط بخشهای اقتصادی کشور در خصوص واحدهای تولیدی و صنعتی
۰/۰۰۰	۶۶/۱۲۹	۳۴. وجود سیستمها و فرایندهای غیرقابل انعطاف اداری و دولتی در ارائه خدمات به شرکتها
۰/۰۰۰	۲۰۷/۹۶۸	۳۵. عدم اعمال بموقع سیاستهای تشویقی دولت از قبیل معافیت مالیاتی، جواز صادراتی و...
۰/۰۰۰	۶۹/۰۶۵	۳۶. عدم بازنگری در قوانین و مقررات صادراتی توسط وزارتخانه ها و سازمانهای ذیربط
۰/۰۰۰	۱۰۴/۳۸۷	۳۷. مبهم بودن برخی از قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری
۰/۰۰۰	۱۵۴/۲۰۶	مناسب نبودن وضعیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری
۰/۰۰۰	۶۶/۱۶۱	۳۸. بحران مالی جهانی
۰/۰۰۰	۷۱/۱۶۱	۳۹. تشدید رقابت در عرصه بین المللی
۰/۰۰۰	۱۷۹/۴۸۴	۴۰. تحریم تجاری ایران
۰/۰۰۰	۵۹/۱۲۹	۴۱. عدم عضویت در WTO
۰/۰۰۰	۵۷/۲۹۰	۴۲. ضعف قوانین مالکیت فکری در کشور
۰/۰۰۰	۷۵/۷۷۴	۴۳. اشکالات در سیستم پولی و مالی کشور و اتخاذ سیاستهای ناموزون
۰/۰۰۰	۵۱/۴۵۲	۴۴. تعدد مراکز تصمیم گیری و عدم هماهنگی لازم
۰/۰۰۰	۱۵۸/۲۹۰	۴۵. دخالت های متعدد و غیرضروری دولت در امور اقتصادی و بازرگانی
۰/۰۰۰	۱۵۸/۳۵۵	۴۶. وجود تنش در روابط سیاسی و اقتصادی کشور با سایر کشورها
۰/۰۰۰	۱۲۳/۴۸۴	۴۷. بالا بودن نرخ تورم در کشور
۰/۰۰۰	۱۰۳/۰۰۰	۴۸. قاچاق گسترده کالا به کشور

۰/۰۰۰	۱۰۱/۰۶۵	۴۹. تعداد زیاد رقباى فعلى خارجى در بازار
۰/۰۰۰	۷۶/۹۰۳	۵۰. عدم وجود فضاى رقابت سالم در کشور
۰/۰۰۰	۷۶/۲۹۰	۵۱. مشخص نبودن مزىتهای نسبى و توانمندیهای صادراتى به تفکىک بخش فعلى
۰/۰۰۰	۴۲/۱۶۱	۵۲. استقبال مصرف کنندگان از محصولات خارجى
۰/۰۰۰	۶۴/۵۸۱	۵۳. تبعىض آمیز بودن کمکها و خدمات حمایتگرایانه ارائه شده از سوى دولت به صنایع
۰/۰۰۰	۱۶۹/۲۵۲	مطلوب نبودن عوامل محیطى مؤثر بر فعلى بنگاههای کوچک و متوسط

#### حمایت ها

۰/۰۰۰	۲۴۸/۹۴۲	۱. ارائه تسهیلات برای تهیه زمین و ساختمان
۰/۰۰۰	۲۰۳/۷۰۳	۲. ارائه تسهیلات برای خرید ونوسازى ماشین آلات
۰/۰۰۰	۱۹۰/۹۸۱	۳. کمک به تأمین نقدىنگى تولید
۰/۰۰۰	۲۸۰/۹۹۴	۴. تخفیف یا معافىت مالیاتى
۰/۰۰۰	۲۷۳/۸۷۱	۵. ارائه خدمات تضمینى و بیمه اى مود نیاز شرکتهای با حداقل سپرده گذارى و کارمزد
۰/۰۰۰	۲۹۲/۴۵۲	۶. پرداخت تسهیلات ارزى برای واردات مواد اولیه مورد نیاز
۰/۰۰۰	۲۵۱/۹۸۷	۷. تدوین ساز و کارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات رىالى و ارزى
۰/۰۰۰	۱۷۴/۲۸۴	کافى نبودن تسهیلات و حمایتهای مالی
۰/۰۰۰	۳۳۴/۵۹۴	۸. اطلاع رسانى در مورد تکنولوژیهای جدید و پیشرفته
۰/۰۰۰	۳۳۱/۶۰۰	۹. کمک به انتخاب فنآورى مناسب
۰/۰۰۰	۲۹۲/۸۱۳	۱۰. ارائه خدمت مشاوره اى در طراحی محصول و فرایندهای تولید
۰/۰۰۰	۳۵۳/۵۶۱	۱۱. کمک به راه اندازى واحد تحقیقاتى و تأمین محقق
۰/۰۰۰	۳۵۱/۴۴۵	۱۲. کمک به نصب و راه اندازى ماشین آلات تولیدى
۰/۰۰۰	۲۰۶/۰۰۰	۱۳. ایجاد بانکهای اطلاعاتى و مراکز اطلاع رسانى برای افزایش آگاهى شرکتهای تولیدى از آخرین تحولات اقتصادى و بازرگانى داخل و خارج کشور
۰/۰۰۰	۱۸۹/۲۲۶	کافى نبودن حمایتهای فنى و اطلاع رسانى

حمایت ها		
۰/۰۰۰	۲۸۵/۲۷۷	۱۴. کمک به ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی
۰/۰۰۰	۳۳۴/۳۶۱	۱۵. کمک به تأمین مواد اولیه مرغوب
۰/۰۰۰	۳۱۱/۷۰۳	۱۶. کمک به بهینه سازی خطوط تولید و کاهش هزینه ها (تکنیکهای مدیریت تولید)
۰/۰۰۰	۳۳۱/۴۱۹	۱۷. کمک به استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت
۰/۰۰۰	۲۶۹/۸۴۵	۱۸. کمک به اجرای دوره های آموزشی
۰/۰۰۰	۲۷۸/۲۰۶	۱۹. ارائه خدمات مشاوره مالی
۰/۰۰۰	۳۰۴/۵۵۵	۲۰. ارائه خدمات مشاوره حقوقی
۰/۰۰۰	۲۲۸/۰۰۶	کافی نبودن حمایت‌های مدیریتی
۰/۰۰۰	۲۴۵/۰۷۱	۲۱. کمک برای شرکت در نمایشگاه های داخلی و خارجی
۰/۰۰۰	۲۷۱/۸۰۶	۲۲. کمک به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی
۰/۰۰۰	۳۱۳/۴۵۸	۲۳. کمک به ارتقاء فعالیت های صادراتی و صدور محصولات به بازارهای خارجی
۰/۰۰۰	۳۰۴/۷۶۱	۲۴. کمک به بهبود قابلیت های تجاری و ارتقاء فروش
۰/۰۰۰	۳۱۶/۸۳۹	۲۵. ارائه خدمات در زمینه تحقیقات بازاریابی
۰/۰۰۰	۱۶۲/۰۷۷	۲۶. ارائه خدمات در زمینه تجارت الکترونیک
۰/۰۰۰	۱۹۲/۳۲۳	کافی نبودن حمایت‌های تجاری
۰/۰۰۰	۱۵۱/۷۸۷	کافی نبودن تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی بعمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط

به‌علاوه تجزیه و تحلیل‌های آماری پیرامون تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی به‌عمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی توسط دولت و نهادهای دولتی مواد ذیل را نشان می‌دهد<sup>۱</sup>:

- حدود ۱۱ درصد از شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی از تسهیلات و حمایت‌های مالی برخوردار بوده‌اند.
  - حدود ۷ درصد از شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت‌های فنی و اطلاع‌رسانی برخوردار بوده‌اند.
  - حدود ۹ درصد از شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت‌های تجاری و بازاریابی برخوردار بوده‌اند.
  - حدود ۷ درصد از شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت‌های مدیریتی برخوردار بوده‌اند.
- بدین ترتیب با توجه به داده‌های گردآوری شده ملاحظه می‌شود که عملکرد دولت و حمایت‌های ارائه شده به صنایع کوچک و متوسط ناچیز بوده و مدیران این شرکتها خواستار توجه و حمایت بیشتر دولت در این ارتباط می‌باشند. در این زمینه کمترین حمایت‌های به‌عمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان در حوزه‌های مدیریتی و فنی می‌باشد که این امر می‌بایست مورد توجه مسئولین و سیاستگذاران ذیربط استانی و کشوری قرار گیرد.

همچنین نتایج حاصله نشان داد که بیشترین حمایت‌های به‌عمل آمده توسط دولت و نهادهای دولتی از شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی به ترتیب مربوط به: ارائه تسهیلات برای تأمین نقدینگی تولید، ارائه تسهیلات خرید و نوسازی ماشین‌آلات تولیدی، ارائه خدمات در زمینه تجارت الکترونیک، و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی و مراکز اطلاع‌رسانی برای افزایش آگاهی شرکت‌های تولیدی از آخرین تحولات اقتصادی و بازرگانی بوده است.

در حالی‌که تسهیلات و حمایت‌های دولت در زمینه تهیه زمین و ساختمان مناسب، راه‌اندازی واحد تحقیقاتی و تأمین محقق، بهبود قابلیت‌های تجاری و فروش، استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت، و بهینه‌سازی خطوط تولید به زعم مدیران و مسئولین شرکت‌ها کم و ناکافی بوده است. در ادامه با استفاده از داده‌های حاصل از پرسشنامه و بکارگیری آزمون فریدمن به اولویت‌بندی موانع توسعه این بنگاه‌ها پرداخته شده است.

### جدول (۲): نتایج آزمون فریدمن در مورد اولویت‌بندی موانع توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط

آماره محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	میزان خطا
۵۸۱/۸۵۹	۳۱۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵

با توجه به این‌که سطح معنی‌داری از سطح خطا کوچکتر است لذا در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که حداقل بین دو زوج از رتبه میانگین‌ها اختلاف معناداری وجود دارد. جدول (۳) نتایج اولویت‌بندی موانع و مشکلات شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از آزمون فریدمن را نشان می‌دهد:

۱- اطلاعات مذکور بر اساس داده‌های مربوط به بخش چهارم پرسشنامه جمع‌آوری و تحلیل شده‌اند که به علت جلوگیری از افشای کلام از ارائه جدول حاوی اطلاعات مذکور خودداری گردیده است.

### جدول (۳): نتایج اولویت بندی موانع توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط

اولویت	میانگین رتبه	فرضیات
۱	۸/۳۹	کافی نبودن تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی به عمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط
۲	۵/۲۷	مطلوب نبودن توانایی شرکت‌ها در زمینه شناخت بازارها و دانش بازاریابی
۳	۴/۸۳	مناسب نبودن وضعیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری
۴	۴/۷۷	بالا بودن هزینه‌های تولید در شرکت‌ها
۵	۴/۷۵	مطلوب نبودن بسته بندی محصولات تولیدی شرکت‌ها
۶	۴/۳۱	ضعف سیستم حمل و نقل کالا
۷	۴/۲۹	مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی شرکت‌ها
۸	۴/۲۳	مشکلات مالی شرکت‌ها
۹	۴/۱۷	مطلوب نبودن عوامل محیطی مؤثر بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که با توجه به نظرات مدیران و مسئولین شرکت‌ها، مهم‌ترین مانع برای توسعه و ارتقای جایگاه شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی در وهله اول کافی نبودن تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی به عمل آمده و در رتبه‌های بعدی مطلوب نبودن توانایی شرکت‌ها در زمینه شناخت بازارها و دانش بازاریابی، مناسب نبودن وضعیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری، و بالا بودن هزینه‌های تولید در شرکت‌ها می‌باشند که می‌بایست بیش از سایر عوامل مورد توجه برنامه ریزان و مسئولین امر قرار گیرند.

#### نتیجه گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر به بررسی مهم‌ترین موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در بخش صنعت استان سمنان و ارائه چارچوبی برای حمایت از این بنگاه‌ها پرداخته است. نتایج حاصل از بررسی‌ها و تحلیل‌های آماری نشان داد که بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان با موانع و مشکلات درون بنگاهی و برون بنگاهی متعددی مواجه می‌باشند. به علاوه نتایج تحلیل‌های آماری نشان داد که تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی به عمل آمده از بنگاه‌های کوچک و متوسط در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی، و مدیریتی ناکافی بوده. لذا با توجه به مزایا و قابلیت‌های بسیار زیاد شرکت‌های کوچک و متوسط و نقش برجسته آنها در اقتصاد کشورها و با عنایت به مسائل و مشکلاتی که این گروه از بنگاه‌ها با آن روبرو هستند، حمایت‌های گوناگونی از این بنگاه‌ها مورد نیاز است تا کارایی آنها افزایش یافته و شاهد رشد و شکوفایی آنها در کشور و استان سمنان باشیم.

به اعتقاد کارشناسان، فرآیند شکل‌گیری و فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، هدایت بنگاه‌های نوپا و تازه تأسیس، اشتغال و تقویت زمینه‌های کارآفرینی در بنگاه‌های کوچک و متوسط، سه عامل ارتقاء کیفی محصولات و خدمات، نوآوری در ارائه محصولات جدید و بهبود شرایط ارائه عرضه محصولات و خدمات را می‌طلبد. علاوه بر این تکمیل زنجیره تولیدی و حذف حلقه‌های مفقوده، با توجه به تجارب کشورهای موفق مستلزم بهبود روش‌های مدیریت، ایجاد ارتباط منطقی با صنایع بزرگ، ارتقاء توان رقابت، توسعه قراردادهای پیمانکاری، رعایت استانداردهای قابل قبول برای محصولات و خدمات، ارتقاء سطح تخصصی

نیروی انسانی، ایجاد خوشه‌های صنعتی، تجلی شرایط مزیت نسبی، اخذ سهم مناسب از بازارهای داخلی و خارجی و توان ایجاد ارزش افزوده در شرکت های فعال در فضای کسب و کار می‌باشد. با توجه به این که در این مرحله انواع ریسک‌ها و مخاطرات متوجه شرکت های نوزاد و نوپا می‌شود راهکارها و سیاست های حمایتی می‌بایست از اثربخشی لازم برخوردار باشند.

در این بخش بر اساس مطالعات کتابخانه ای و تجربی، و با اتکا بر تجربیات کشورهای موفق در زمینه برنامه ریزی و توسعه سیاست‌های حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط، مجموعه اصول و قواعدی با عنوان چارچوب حمایت و توسعه SMEها ارائه می‌شود.

**۱. حمایت مالی از بنگاه های کوچک و متوسط:** بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری یکی از نهادهای مؤثر در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط بوده و می‌توانند خدمات متعددی در راستای ایجاد و توسعه این بنگاه ها ارائه کنند. در این زمینه تأسیس بانک توسعه بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط ایران با ارائه طیف وسیعی از خدمات گوناگون جهت تأمین مالی این شرکت ها و مدیریت آنها در تمام مراحل رشد کسب و کار، از مرحله شروع تا تبدیل شدن آن به کسب و کاری جهانی پیشنهاد می‌شود. این کار می‌تواند با همکاری سایر بانک ها و با نظارت وزارت امور اقتصادی و دارایی و یا بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، و بهره گیری از تجارب سایر کشورها در زمینه ایجاد مؤسسات مالی برای توسعه بنگاه های کوچک و متوسط صورت پذیرد.

**۲. حمایت در زمینه بکارگیری فناوری های جدید:** اکثر بنگاه های کوچک و متوسط به دلیل هزینه زیاد مکانیزه کردن و عدم آشنایی با فناوری های جدید در طول زمان، کیفیت محصولات و خدمات را از دست می‌دهند و توانایی آنها در حفظ موقعیت در سطح منطقه و جهان کاهش می‌یابد. لذا اعطای وام های لازم برای خرید و نصب سخت افزارها و تجهیزات مورد نیاز و ایجاد شبکه ارتباطی بین بنگاه های کوچک و متوسط با یکدیگر و با سازمان های حامی آنها از طریق فناوری های اطلاعاتی و شبکه های کامپیوتری باید مورد توجه دولت و نهادهای دولتی قرار گیرد.

**۳. حمایت از برنامه های کارآموزی و آموزش های پیشرفته:** تحقیقات نشان می‌دهد که آموزش یکی از چالش های مهم بنگاه های کوچک و متوسط است. بنابراین حمایت سازمان های ذیربط برای آموزش کارآفرینان و تربیت مدیران شایسته برای کسب و کارهای کوچک و متوسط به جهت رشد و بقای آنها ضروری است. این آموزش ها باید دوره های مربوط به کسب و کار و دوره های مدیریتی این بنگاه‌ها را پوشش دهد.

**۴. حمایت از طریق ایجاد خدمات مشاوره ای:** این بنگاه‌ها در زمینه شروع کسب و کار یا توسعه آن نیازمند راهنمایی و مشاوره هستند. بنابراین یکی از حمایت های مورد نیاز این بنگاه ها، امکان دستیابی آنها به خدمات مشاوره ای است که باید توسط کلیه مؤسسات ذیربط و گاهی به صورت تخصصی در زمینه‌های بازاریابی، مدیریت و هدایت کسب و کار، فناوری اطلاعات، مالی و حسابداری و حقوقی ارائه گردند.

**۵. حمایت هایی جهت دسترسی به بازارهای جهانی:** اغلب بنگاه های کوچک و متوسط به این دلیل که تنها بر بازارهای محلی تمرکز می‌کنند، از معاملات بین المللی و موقعیت هایی که این بازار در اختیار آنها قرار می‌دهد، غافل می‌مانند. بنابراین شناخت و معرفی بازارهای جهانی از حمایت‌های ضروری برای این بنگاه ها به شمار می‌آید. در این راستا، ایجاد شرایطی برای ارتباط صنایع کوچک و متوسط با صنایع بزرگتر داخلی و خارجی، شبکه سازی و خوشه سازی بنگاه های کوچک و متوسط باید مورد توجه و پیگیری جدی قرار گیرد.

**۶. هماهنگ سازی حمایت از SMEها:** نهادها و مراجع دولتی و قانون گذاری با وضع قوانین و یا تدوین بودجه و ارائه حمایت ها، تسهیلات و راهکارهای اجرایی می‌توانند نقش مهمی در جهت توسعه شرکت های کوچک و متوسط ایفا کنند. از عمده ترین حمایت های دولت می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- تربیت نیروی خلاق و ایجاد فضای کارآفرینی و ارتقای آن؛
- کاهش مالیات برای بنگاه های کوچک و متوسط و کارآفرین؛
- کاهش بوروکراسی اداری؛
- ایجاد مؤسسات پژوهشی و تحقیقاتی با همکاری صنایع و دانشگاه ها؛

- تخصیص وجوه دولتی (مشوق ها و جوایز) برای گروه های خاص مانند کارآفرینان، نخبگان، بنگاه های فعال در زمینه IT و ICT، برگزیدگان المپیادها و مسابقات کشوری و بین المللی. نکته مهم برای تأثیرگذاری و کارآمدی هر چه بیشتر این حمایت ها، هماهنگ سازی حمایت های ارائه شده توسط دولت نهادهای دولتی است؛ که می تواند از طریق ایجاد کمیته های میان وزارتخانه ای که وظیفه هماهنگی بین تصمیمات وزارتخانه های گوناگون را بر عهده دارند صورت پذیرد. در مجموع با توجه به نقش ویژه بنگاه های کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی و کمک به ایجاد و حفظ ثبات اجتماعی و با عنایت به نقش ممتاز آنها در افزایش صادرات و ایجاد اختراعات و نوآوری ها و دیگر کارکردهای بی بدیل صنایع کوچک و متوسط، به نظر می رسد که یکی از بهترین شیوه ها برای ایجاد تحول و توسعه همه جانبه اقتصادی و اجتماعی کشور، توجه خاص همه سیاست گذاران، برنامه ریزان، نهادهای قانون گذاری و اجرایی به اهمیت و نقش این دسته از بنگاه ها است.

### منابع:

۱. ادراکی، محمد رضا (۱۳۸۷)، «بانک توسعه بنگاه های کوچک و متوسط ایران»، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۱۲، صص ۲۶-۳۳.
۲. اکس، زولتان جی (۱۳۸۳)، صنایع کوچک و رشد اقتصادی، مقاله اول از کتاب «نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن»، ترجمه جهانگیر مجیدی، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.
۳. روزبه، حبیب (۱۳۸۳)، «تبیین چارچوب مدل تجاری رقابت پذیر کوچک ایران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۴. شایقی، محمد (۱۳۸۶)، «نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات کشور»، تهران: انتشارات آریا.
۵. صدری نیا، محمد؛ میر اسدی، سمانه و وروانی، محسن (۱۳۸۸)، «روش های مختلف تأمین مالی بنگاه های کوچک و متوسط در مراحل مختلف دوره عمر»، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۱۹، صص ۲۱-۱۳.
۶. صلواتی سرچشمه، بهرام؛ مداح، معصومه و یزدانی راد، احسان (۱۳۸۷)، «چارچوب سیاست گذاری و برنامه ریزی برای حمایت از ایجاد و توسعه بنگاه های کوچک و متوسط»، فصلنامه رشد فناوری، شماره ۱۲، صص ۴۹-۳۹.
۷. عسگری، منصور و همکاران (۱۳۸۷)، «چگونگی رقابتی کردن بنگاه های کوچک و متوسط در راستای توسعه صادرات»، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
۸. عمید، امین و غمخواری، سیده معصومه (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در ایران»، فصلنامه چشم انداز مدیریت، شماره ۳۲، پاییز ۱۳۸۸، صص ۲۰۲-۱۸۳.
۹. فتح، بهزاد (۱۳۸۶)، «سیاست های توسعه صنایع»، تهران: انتشارات آذر.
۱۰. کارلسون، بو (۱۳۸۳)، فعالیت های اقتصادی کوچک، فناوری منعطف و پویایی صنعتی، مقاله دوم از کتاب «نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن»، ترجمه جهانگیر مجیدی، تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.
۱۱. مظفری، مهدی (۱۳۸۶)، «صنایع کوچک در اقتصاد امروز»، تهران: انتشارات مازیار.
12. Berger, A. N., & Udell, G. F., (2006), "A more complete conceptual framework for SME finance", Journal of Banking & Finance, No.30, pp.2945-2966.
13. Svetlicic, M., & et al. (2007), "Internationalization of Small and Medium - size Enterprises from selected central European economies", Eastern European Economics, Vol.45, No.4, pp.36-65.
14. Vasant, Desai (2003), "Problems and Prospects of Small-Scale Industrial in India", Himalaya Publishing House, No.12, pp. 225-237.
15. Yeh-Yun Lin, & Zhang, J., (2005), "Changing Structures of SME Networks: Lessons from the Publishing Industry in Taiwan", Long Range Planning, No.38, pp.145-162.