

ب: مشارکت آنها در ارتباط با توسعه اجتماعی، اقتصادی محلی و منطقه‌ای
 ج: انقاي نقش مکمل و مستقل داخلی و تأثیرگذاری بر صنایع کوچک و بزرگ
 د: نقش ویژه در ایجاد و تثبیت نوآوریها و انطباق آنها با تکنولوژی جدید

به علاوه، اثرات اقتصادی - اجتماعی SMEs و سهم آنها در اشتغالزایی، انسجام اجتماعی، توزیع درآمد و تسج موفق منابع برآکنده سرمایه و مهارت‌های تخصصی، به این نتیجه منتج گردیده است که ارائه بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs) در توسعه منابع انسانی کشورهای در حال توسعه، اهمی درخور توجه دارد.
 در برتو مسائل ذکر شده، کشورهای در حال توسعه با وجود اختلافات عمیق اجتماعی - سیاسی و -اختارهای فرهنگی متفاوت به اهمیت فرایند بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs) پی برده‌اند.

علاوه بر این موارد، عم‌اکثون در بیان راهکارهای اصلی پیشنهاد شده برای اقتصاد کشورهای در حال توسعه، که به شدت تحت تأثیر چالشهای اقتصادی جهانی به ویژه در مقوله آزادسازی، جهانی شدن و در حاشیه قرار دادن توسعه یافته‌ترین کشورهای در اقتصاد جهانی قرار گرفته‌اند، حساسیت، تقویت و ارتقاء سطح کیفی و کمی بنگاههای کوچک و متوسط از جمله مهم‌ترین راهکارهای پیشنهادی محسوب می‌شوند.



اثرات جهانی شدن بر بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs)

اجلاس کارشناسی G15 برای همکاری بین کشورهای عضو
 سخنان "مونیر ظهران" نماینده ویژه ریاست جمهوری مصر

February 19th 2001 Cairo (اول اسفندماه، ۷۹)

ترجمه: محمود رجیبی

۲- SMEs و جهانی شدن:

جهانی شدن که از ویژگیهای عمده آن در اقتصاد جهان تجارتی رو به رشد و آزادسازی مالی، خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی و سهیل افزایش سریع و غیرقابل برگشت در اطلاع‌رسانی و تکنولوژیهای ارتباطات می‌باشد، منجر به خلق حرکت‌های جدید توسعه تجاری و بنگاههای تجاری و ظهور شکل تازه‌ای از رقابت در دنیای تجارت و داد و ستدهای بازرگانی شده است.
 در همین مقوله، بنگاههای کوچک و

لحاظ تنوع و مشارکت، بلکه به دلایل زیر، عناصر کلیدی حیات اقتصادی نلفی می‌گردند:

الف: مشارکت در هر یک از جنبه‌های اقتصاد و نقش تأثیرگذار آنها در بازاری سازی ساختار اقتصادی، ایجاد محرک‌های بازار در راستای رشد اقتصادی، توسعه صنایع و مبارزه با فقر

بیش درآمدی بر بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط SME در کشورهای در حال توسعه

اساساً بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs)، در اقتصاد کشورهای G15 (گروه پانزده) و همچنین دیگر کشورهای در حال توسعه، نقشی در خور و شایسته ایفا می‌نمایند. در کشورهای مذکور نه تنها به

متوسط در کشورهای گروه ۱۵ و سایر کشورهای در حال توسعه، که سابقاً از حمایت‌های بازارهای محلی برخوردار بوده‌اند، در حال حاضر مواجه با نوعی رقابت بین‌المللی بیرحم می‌باشند که توسعه اقتصادی و یوآی‌تی تکنولوژیکی خود به ویژه تلاش برای دسترسی به منابع مالی، مشاوره‌های تخصصی، اطلاع‌رسانی، مهارت‌های تخصصی، تکنولوژی و بازار را به مخاطره انداخته‌اند.

از سوی دیگر، فرایند جهانی شدن، تردید نسبت به فرصت‌های بالقوه بنگاه‌های کوچک و متوسط SMEs جهت افزایش فعالیتهای رقابتی و کسب منافع واقعی ناشی از اقتصاد مبتنی بر دانش و تخصص را گسترش داده است.

بنابراین، توسعه یک راهبرد کارآمد، جامع و یکپارچه که به بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط کشورهای گروه ۱۵ درخصوص گسترش، بهبود و ایفای نقش ویژه و منحصر به فرد در زمینه استغالی، فقرزدایی و توسعه اقتصادی احتماعی، کمک‌های مؤثری ارائه نماید، ضرورتی انکارناپذیر محسوب می‌شود.

چنین استراتژی خاصی به منظور تقویت توانمندی‌های SMEs جهت نیل به منافع ناشی از جهانی شدن و آزادسازی تجاری، باید لزوماً به سه محور مهم، غنایی درخور توجه داشته باشد. این سه محور (پس‌زمینه عبارتند از: رقابت، نوآوری و توسعه فعالیتهای تجاری بازرگانی.

۱- رقابت:

اساساً استراتژی توسعه بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط گروه ۱۵ باید بر مبنای افزایش توان رقابتی این قبیل بنگاهها باشد. در همین زمینه، در کنفرانسها و ملاقاتهای وزرای کشورهای گروه ۱۵، غالباً به اهمیت پروژه‌های مشترک دو یا چند جانبه در درون گروه ۱۵ به منظور افزایش توانمندی بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی و بهبود رقابت در آنها، اشاره و تأکید داشته‌اند.

این گردهمایی تخصصی، کارشناسی با توجه به موارد زیر به عنوان اقدامی ملموس در دستیابی به اهداف مورد نظر می‌باشد:

الف: تنظیم و انجام تساهل‌های کوتاه، متوسط و بلندمدت به منظور اصلاح ساختارهای کلان اقتصادی، جهانی شدن و آزادسازی اقتصادی بر مبنای توسعه و رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی.

ب: حمایت از روابط داخلی دولتهای عضو گروه ۱۵، بخش‌های خصوصی و سازمانهای توسعه ملی به منظور تبیین تعیین چارچوب خط‌مشی بهبود و افزایش توان رقابت بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی.

ج: تأکید بر اهمیت مشارکت سازمانهای بین‌المللی بویژه آنکاد UNCTAD، ونیدو UNIDO و ILO دفتر بین‌المللی کار و همچنین سازمان تجارت جهانی WTO و همچنین مرکز تجارت بین‌المللی ITC در چارچوب دستورالعملهای مربوطه و استفاده از ابزار نوآوری برای افزایش توان رقابت بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی.

علاوه بر موارد فوق، بسیاری از کشورهای عضو گروه ۱۵، از جمله الجزایر، آرژانتین، برزیل، نیلی، مصر، هند، اندونزی و مکزیک، در اولین کنفرانس وزرای مسئول بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی و وزرای صنایع که با همکاری مشترک (OECD) سازمان توسعه همکاریهای اقتصادی و اسنالیبا در منطقه بولونیا Bologna در ژوئن ۲۰۰۰، برگزار گردید، شرکت کردند. کشورهای مذکور، از آن پس با بکارگیری عملی توصیه‌های مطرح شده در بیانیه بولونیا برای تبیین خط‌مشی بنگاه‌های کوچک و متوسط تجاری که طی کنفرانس یاد شده به تعیین راهکارهای اجرایی و افزایش توان رقابتی در میان بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی با در نظر گرفتن اولوئتهای ذیل پرداخته بود اقدام کردند.

الف: تأمین فضای قانونمند با پرهیز از تحمیل اقدامات زائد و فشارهای موردی بر بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی و فراهم نمودن عوامل رشد و نوآوری در بنگاه‌های مذکور؛

ب: آموزش منابع انسانی و تکمیل روشهای مدیریت و ترویج فرهنگ مشارکت در ایجاد نوآوری، تشویق و عوامل مؤثر در بسیج منابع انسانی و کاهش نابرابری سطح مهارت و تخصص از طریق افزایش میزان دانش و کارایی با توجه به تقاضا در بازار کار و تولید؛

ج: ایجاد تسهیلات لازم برای دسترسی به خدمات مالی از جمله استفاده از منابع مالی جدید به منظور کاهش خطرات و هزینه‌های خدمات و نیز استقراری توسط



بنگاههای کوچک و متوسط تجاری

در حمایت از توسعه و ترویج تکنولوژیهای جدید برای بهبود کار و تولید در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی براساس دانش و آگاهیهای روز علم و اقتصاد. همچنین تقویت مشارکتهای دولتی - خصوصی به عنوان ابزار تبادل اطلاعات و بهره گیری از دانش روز و نهایتاً هماهنگی در خط مشیها؛ حصول اطمینان از سودمندی و کم هزینه بودن روشهای اجرایی SMEs و سازگاری و ثبات آنها در ترکیب طرحهای مشارکتی با دیگر سازمانهای ملی به ویژه در انتخاب و اجرای سیاستهای ملی همانند برنامههای بین المللی موجود.

۲- نوآوریها:

یکی از ابعاد مهم جهانی شدن، تحول فزاینده و سریع در تولید و خدمات رسانی به ویژه در زمینه تکنولوژی اطلاعات می باشد. بنابراین، استراتژی توسعه بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط در کشورهای گروه ۱۵ و دیگر کشورهای در حال توسعه باید بر مبنای فشار روزافزون بر بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی جهت انطباق سریع با آخرین دستاوردهای توسعه و عوامل مؤثر در فعالیتهای تجاری تولیدی آنان، تنظیم شود. دستیابی به این امر مهم صرفاً از طریق سناسایی ظرفیتهای نوآوری به عنوان عاملی بسیار مهم برای موفقیت، بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی و بهبود روشهای اجرایی آنها در اقتصاد جهانی امروز، مبرر خواهد بود.

نوآوری را می توان در خلق یا بازبینی روشهای فنی تولید و خدمات در رویارویی یا تقاضاهای جدید بازار، معرفی مراحل نوین افزایش بهره وری، گسترش یا بکارگیری تکنیکهای جدید بازاریابی به منظور توسعه فرصتهای فروش خدمات و تولیدات بیشتر و مشارکت در تبیین اشکال جدید سیستمهای مدیریت و بهبود کیفیت عملیات، مشاهده نمود.

یکی از اهداف اولیه و اولویت دار

بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی در دسترسی به منابع مالی مناسب، اهمیت دادن به محصولات و گسترش نوآوری در حیطه منابع محدود اما قابل دسترسی بنگاههای مذکور است. بنابراین، انطباق با سیاستها و برنامه های عمومی کشورهای دیگر ۱۵ به خصوص برنامه های ویژه سایع مالی و تأمین نازهای مالی بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی برای انجام صحفیات و توسعه (برای مثال افزایش محرکهای مالیاتی) کاملاً ضروریست. در این زمینه، تحریبات صندوق توسعه اجتماعی مصر از جمله موارد قابل مطالعه و نسبتاً سودمند می باشد. به علاوه، یکی از بهترین راههای گسترش و تعمیق نوآوری در SMEs حصول اطمینان از بهره گیری از سایع و دستاوردهای تحقیقات انجام شده در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی توسط خود آنان است. در این راستا، قوانین و مقررات جدید و کارآمد برای حفاظت و نگهداری از منابع انسانی فرهیخته و متخصص به منظور رویارویی با عوامل آسیب پذیری بنگاههای کوچک و متوسط در ارتباط با قوانین پیچیده و انحصاری دنیای تجارت و همچنین حفاظت از توانمندیهای فنی با استفاده از تصویب قوانین مناسب، کاملاً ضروریست. تعیین یک نظام ویژه برای بنگاههای کوچک و متوسط نه منظور سهیل مراحل ثبت و آغاز فعالیتهای تولیدی، توصیه می شود.

در این زمینه از سازمان جهانی شردهای فکری و علمی WIPO که ما در این گردهمایی تخصصی از مشارکت آن بهره مند شده ایم، دعوت می نمایم تا در خصوص افزایش توانمندیهای کشورهای گروه ۱۵ و کسب تجربه های بیشتر در این مورد بسیار مهم، نقشی سه مراتب پویاتر ایفا نماید. خوشبختانه، سازمان WIPO نسبت به طراحی و تنظیم طرح توسعه همکاریهای فنی یا کشورهای در حال توسعه و همچنین طرحهای دیگر همکاری با این کشورها در قالب برنامه های توسعه از سوی سازمان تجارت جهانی WTO و موافقتنامه

همکاریهای موسوم TRIPS از سال ۱۹۹۴ تاکنون اقدام نموده است.

در ارتباط با انعام نوآوری در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی و افزایش نوآوریها به نکته مهمی باید توجه داشت و آن دسترسی محدود این قبیل بنگاهها به تکنولوژی و دانش های نوین است. به بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط باید در زمینه دستیابی هریجه بسیار به منابع اطلاعاتی و درستهای استفاده از این منابع به ویژه در خصوص خدمات اینترنت و دریافت سهم بیشتری از برنامه ریزیهای اطلاعاتی، کمک نمود. در این راستا، بهره مندی از تجربه های UNIDO و ANCTAD در ارتقاء سطح همکاری بین کشورهای گروه ۱۵ در این زمینه، بسیار کارساز و سودمند خواهد بود.

و سرانجام مقوله آموزش و تعلیم در ارتباط با گسترش و تعمیق ظرفیتهای نوآوری در بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی از اهمیتی فراوان برخوردار است. SMEs در ایجاد کارایی و تأثیرگذاری در برنامه های آموزشی و تربیتی محلی و ملی که با هدف دستیابی به مهارتهای مدیریتی و فنی به اجرا در می آیند، نقشی حیاتی و سهمی ویژه دارند. و لذا باید توجه داشت که به منظور قادر ساختن بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی برای بهره مندی از منافع و دستاوردهای جدید ناشی از توسعه تجاری و فعالیتهای تولیدی، آموزش از نیازهای اساسی محسوب می شود. در این جهت، یونیدو UNIDO در کنار دیگر مؤسسات آموزشی مربوطه، سهم بسیار مهمی را برعهده دارد. همچنین ANCTAD و ویپو WIPO در ایسن زمینه، از تجربیات ارزنده و گرانقدری برخوردار می باشند.

۳- تجارت الکترونیک:

توان بین المللی بالقوه بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی به لحاظ وسعت، کمبود منابع انسانی و قدرت محدود برای معرفی و کار کردن با مشتریان و تولیدکنندگان جدید،

درون مرزهای کشورها، همواره تحت فشار بوده است. با این حال، تکنولوژی اطلاعات، فرصتهای تازه‌ای را برای روشن کردن و به تصویر کشیدن این آسیب‌ها پیش‌روی بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی قرار داده است.

بنابراین، استراتژی کشورهای گروه ۱۵ جهت تعقیب و ارتقاء بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی باید طرحهای مؤثر و کارآمد را در راستای تقویت و توانبخشی بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی برای هدایت فعالیتهای تجاری در محیطی تابع تکنولوژی ارائه و در عمل به اجرا درآورد. نیل به این هدف مهم، مستلزم استفاده از

اینترنت به عنوان شکلی از جامعه اطلاعاتی مدرن، جهت فراهم نمودن فرصتهای نوآوری، افزایش کیفیت، قانونمندی و گسترش فعالیتهای تجاری - بازرگانی به منظور دستیابی به بازارهای جدید، اعم از داخل و با خارج از کشور می‌باشد.

تمام ارزیابیها و برآوردها حکایت از آن دارد که دستیابی و بهره‌برداری از اینترنت در سرتاسر جهان به سرعت در حال افزایش بوده و تقریباً بیش از نهم میلیارد نفر از جامعه اماری، در رمره استفاده‌کنندگان از این سیستم اطلاعاتی می‌باشند. یارهای از عظالمات تحصصاتی بانگر این است که حجم

فروش به مشتریان دائمی تا سال ۲۰۰۲ رقمی بالغ بر ۴۰۰ میلیارد دلار آمریکا خواهد بود.

تجار و بازرگانان شاغل در تنگانههای کوچک و متوسط اقتصادی می‌توانند از اینترنت نه تنها برای حضوری‌گسترده در بازارهای وسیع جدید و نیز دستیابی به درک بهتر و بیشتر از ذائقه و اولویتهای مشتریان استفاده کنند بلکه در راستای تعرفه‌بندی کالا و خدمات، جهت پاسخگویی به تقاضاهای فزاینده محلی و بین‌المللی، همچنین هدایت و مدیریت مراحل مختلف تولید، ذخیره و تعیین موجودی کالا، نظارت و کنترل هزینه‌های تولید و کیفیت محصولات و نهایتاً بهره‌برداری از جامعه جدید اطلاعاتی برای ایجاد تحول در تمام ابعاد فعالیتهای تجاری بازرگانی، استفاده بهینه ببرند.

بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی در کشورهای گروه ۱۵ و دیگر کشورهای در حال توسعه، همچنان باید نسبت به ساسایی کامل و تبیین استعدادهای بالقوه جامعه اماری، اطلاعاتی جدید و دستیابی به دانش پایه و مهارتهای فنی مورد نیاز برای تکمیل و به کارگیری استراتژیهای مؤثر و سودمند تجارت الکترونیک، اقدام نمایند.

لکن، حتی در میان آن دسته از بنگاههای کوچک و متوسط اقتصادی که موفق به شناسایی و تبیین توانمندیهای بالقوه ارائه شده توسط تجارت الکترونیک گردیده‌اند، بسیاری از آنها تحت‌تأثیر ناپایداری و بی‌ثباتی مربوط به جارجیوهای حقوقی، قانونمندی و نظام مالیاتی قرار دارند و همواره نگرانی خویش را درباره آیسنی معاملات انجام شده در خارج از شبکه بنگاههای مذکور و زیرساختهای حقوقی سیستم تجارت الکترونیک بیان نموده‌اند.

بنابراین به منظور کاهش هزینه‌های نسبتاً بالای استفاده از اینترنت دولتهای عضو گروه باید نسبت به افزایش آگاهیهای این قبیل مؤسسات درخصوص بهره‌برداری از اینترنت و موقعیتهایی که در قالب تجارت الکترونیک برای بنگاههای اقتصادی SMES



فراهم می‌شود. اقدام جدیدی نباشد. به علاوه برای ایجاد فضایی روشن، برای فعالیت بنگاههای SMEs و ایجاد چارچوبی قانونمند جهت بکارگیری تجارت الکترونیک که با سرحد امکان طرح دعوی حقوقی در داخل و خارج از سیستم تجارت جهانی WTO را فراهم می‌نماید، باید قوانین و مقررات صحیح، شفاف و سودمند برای استفاده و گسترش فرهنگ تجارت الکترونیک وضع و تثبیت گردد.

یکی دیگر از مشکلات عمده فراروی رشد و توسعه فرهنگ تجارت الکترونیک در بین بنگاههای SMEs را، بسترسازی ناکافی سیستم روابط الکترونیک از راه دور باید نامید. پاسخ به این مشکل را می‌توان در دستیابی به سیستم‌های مؤثر و کارآمد (رقابتی) ارتباط از راه دور یافت که به گشودن بازارهای جدید از طریق دسترسی بیشتر به اینترنت توسط مشتریان آینده کمک خواهد نمود. در این راستا، از امکانات بالقوه اتحادیه محابرات ملل متحد^۱ باید به طور کامل بهره‌برداری شود.

در زمینه تجارت الکترونیک در مجموعه داد و سندهای بنگاههای SMEs موضوع مالیات و عوارض گمرکی از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این زمینه، سازمان تجارت جهانی، WTO در مهلت قانونی ماه می ۱۹۹۸ در خصوص عوارض گمرکی نقل و انتقالات الکترونیک^۲ به گونه‌ای شاخص، اقدامات مربوط به ارتقاء و گسترش، اینترنت^۳ به عنوان ابزاری جهت تجارت بین‌الملل را از شمول قطعنامه تعیین مهلت قانونی پرداخت عوارض گمرکی خارج ساخت، به ویژه توجیه این چنین بود که هیچ کشوری در جهان به دنبال تسهیل و تثبیت عوارض گمرکی برای تجارت الکترونیک نیست، پس اساساً چرا باید بعضی از کشورهای پیشرفته در این مورد، هیاهوی فراوان راه بیندازند؟

۳- بنگاههای تجاری کوچک و متوسط و "ادغام و تحصیل سود"

روشهای مختلف خرید شرکتهای تجاری و ادغام بنگاههای SMEs

تحولات جهانی در انعام مختلف به ویژه در خصوص آزادسازی تجاری، بهبود روشهای مالی و سرمایه‌گذاری همراه و همزمان تکنولوژیک، فضای را خلق نموده است که در آن ادغام با دیگر شرکتهای قصد سودنایی هم در داخل و هم در خارج از مرزها، با سرعت و سهولت بیشتری انجام می‌شود.

در نتیجه و با انگیزه تسلط ناسر بر بازارهای جهانی، طی سالهای اخیر ادغام خرید شرکتهای تجاری بین سطوح مختلف بنگاههای اقتصادی به منظور تشکیل گروههای بزرگ غالب، ایجاد شده است.

در سال ۱۹۹۰، تنها ۴٪ از شرکتهای بزرگ و اصلی، صاحبان خود را تغییر دادند. تا اواخر دهه ۱۹۹۰ این رقم به ۱۰٪ نزدیک شد. بین سالهای ۱۹۹۸-۱۹۹۱ میزان سالیانه خارجی به بیش از ۶ برابر افزایش یافت. مثلاً از ۸۵ میلیارد دلار آمریکا به ۵۵۸ میلیارد دلار رسید.

این مرحله از تمرکز، بخشهای مختلف اقتصادی به ویژه صنایع خودگردان، بانکداری و امور مالی، خدمات تجاری، رسانه‌های گروهی، شرکتهای مخابرات و ارتباطات از راه دور، صنایع شیمیایی و دارویی و نهایتاً تجارت خرده‌فروشی را تحت تأثیر قرار داده است.

۴- عوامل و انگیزه‌های مؤثر در انتخاب

روشهای ادغام و خرید شرکتهای تجاری به طور کلی، عوامل مؤثر در انگیزش برای ادغام و طرحهای خرید شرکتهای تجاری را به طور خلاصه می‌توان در قالب تحقیقات جهت نیل به کارایی و بهره‌وری بیشتر، بهبود و گسترش فضای رقابت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌های توسعه و تحقیقات، دستیابی به بازارهای جهانی و نیز انجام تحقیقات پیرامون قدرت بازار از طریق افزایش صادرات، برشمرد.

- در این زمینه، ادغام شرکتهای خرید

شرکتهای تجاری مربوط به واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs) در کشورهای عضو گروه ۱۵ و بستررفته‌ترین کشورهای جهان، شامل دسترسی بیشتر به بازارهای خارجی و شبکه‌های تولیدات جهانی، کاهش هزینه‌ها، بهبود و اصلاح روشهای مدیریتی و در نهایت بازسازی و افزایش توان رقابتی، می‌باشند.

۵- اثرات ادغام و خرید شرکتهای تجاری

بر واحدهای کوچک و متوسط اقتصادی ادغام و طرحهای خرید شرکتهای کوچک اعم از موارد داخلی و با ماوراء مرزها، و نیز اثرگذاریهای آنها، در استراتژی رشد و توسعه شرکتهای، چه کوچک، بزرگ و یا متوسط، عاملی حیاتی و تعیین‌کننده ارزیابی می‌شوند. ادغام و خرید شرکتهای تجاری به ویژه در آن سوی مرزها، موجب چالشهای رویاروی SMEs در کشورهای گروه ۱۵ و دیگر کشورهای در حال رشد، همراه با منافع و موقیتهای مشخص می‌شوند.

- از طرفی، بعضی از دولتهای ممالک در حال توسعه به تشویق طرح ادغام در بین شرکتهای بومی و خارجی و نیز پیمانهای استراتژیک در میان بنگاههای کوچک و متوسط SMEs به منظور تسهیل دسترسی بیشتر به منابع مالی خارجی و بهبود توان رقابتی پرداخته و باعث تقویت آنها می‌گردند.

به عنوان مثال، یک شرکت کوچک یا متوسط از یک کشور در حال رشد و یا توسعه یافته، شرکت دیگری را برای همکاری در نظر گرفته، و عملاً در سایه تلاش برای تحصیل منافع مشترک از طریق ادغام با یک شعبه جهانی، به بازار جهانی وسیعتری دست می‌یابد.

- از طرف دیگر، انجام طرحهای ادغام و خرید شرکتهای تجاری در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، به کاهش عمده در تعداد شرکتهای بومی، از بین رفتن مشاغل و افزایش تمرکز صنعتی منجر شده به نحویکه تعدادی از رقبای محلی آنها از

نیارها و در واقع بیس‌زمینه‌های تحقق چنین ساسانهایی، این است که در کشورهای عضو گروه ۱۵، راهبرد جامع استخدام مطابق با استانداردهای سازمان بین‌المللی کار شکل گرفته و عملاً به اجرا درآیند. این راهبرد به کشورهای در حال توسعه برای انطباق با نتایج و دستاوردهای سریع اجتماعی اقتصادی در سطوح مختلف بحرانهای مؤثر و مرتبط با مقوله استخدام، کمک شایانی می‌نماید.

- علاوه بر موارد گفته شده، دهمین اجلاس کشورهای گروه یازده در قاهره، روتن ۲۰۰۰ همچنین نسبت به دعوت از مؤسسه بین‌المللی مرتبط با موضوع اجلاس از جمله UNCTAD, WTO, ILO, UNIDO برای انجام طرحهای مطالعاتی در چارچوب برنامه‌های مربوطه با هدف تعیین اثرات ادغام و طرح خرید شرکتها بر مقوله استخدام و رقابت در SMEs.

بطور قطع، چنین همکاری بین سازمانهای بین‌المللی موجب خواهد شد که کوشش‌های جمعی گروه ۱۵ در راستای حذف و تعدیل اثرات منفی ادغام طرح خرید شرکتها SMEs متمرکز واقع شده و همچنین بینگانهای کوچک و متوسط اقتصادی را قادر می‌نمایند که تا حد امکان از منافع و مزایای ممکن این همکاری جهانی، بهره‌مند شوند.

کشورهای عضو گروه ۱۵ با علاقمندی فراوان دستاوردهای ناشی از مطالعات انجام شده در این سازمانها را به منظور انطباق سیاستهای خویش با ارتقاء سطح کمی و کیفی فعالیتها در بینگانهای اقتصادی کوچک و متوسط SMEs همراه می‌نمایند.

پی‌نوشت‌ها:

- 1- Inadequate Telecommunications Infrastructure
- 2- International Telecommunications Union
- 3- Custom Duties on Electronic Transmissions

سهامداران و کارگران، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان.

- بنابراین، سیاستهای کشورهای عضو گروه ۱۵ برای ارتقاء سطح SMEs باید نتایج و دستاوردهای ناشی از ادغام و اجرای طرحهای خرید شرکتهای تجاری را در زمینه فشار بر نیروهای کار و تولید به ویژه در مورد از دست دادن احتمالی شغل و نیز در راستای نسبت دستمزد و بدتر شدن شرایط کار همراه با بازتابهای سیاسی - اجتماعی، آن مورد ارزیابی قرار دهند.

- در این مقوله، یکی از ضروری‌ترین

گردونه داد و ستد بینگانهای کوچک و متوسط (SMEs) به بیرون پرتاب شدند. به این ترتیب ساسانهای عمومی در برخی از کشورهای در حال توسعه، تأمین شرایط ادغام بین رفیای محلی در قالب اقداماتی جهت اجتناب و جلوگیری از اشباع بازار توسط شرکتهای خارجی رقیب، مشاهده و ارزیابی شده‌اند.

- در این زمینه، و با اجرای طرح ادغام خرید شرکتهای تجاری بازده اقتصادی اجتماعی منفی بر SMEs ها بوضوح، به ویژه سا در نظر گرفتن علل و منافع فردی

