

پرسی موانع و مشکلات بنگاه‌های کوچک اقتصادی در ایران

محمد مهدی بهمنی

بنگاه‌های کوچک و متوسط وزود بازده تمایل دارد که توجه به این بنگاه‌ها در شرق آسیا و توفیقات آنها در این راه گواه این مدعاست. در ایران صنایع کوچک ۹۳ در صد کل واحدهای صنعتی کشور را تشکیل می‌دهد و بطور متوسط ۴۵ در صد اشتغال بخش صنعت توسط صنایع کوچک شده است.

سازمان صنایع کوچک و صنعتی ایران متولی بستر سازی و ایجاد زیر ساخت‌های مورد نیاز برای استقرار صنایع در داخل شهرک‌های صنعتی است. همچنین تهیه و تدوین خط‌مشی‌های اجرایی برای ایجاد و توسعه صنایع کوچک، ایجاد زمینه لازم برای راه‌اندازی، هدایت و توسعه سرمایه‌گذاری بخش‌های غیر دولتی در مناطق کمتر توسعه یافته، ساماندهی و پشتیبانی از توسعه کارآفرینی، تامین منابع مالی، توسعه فناوری و ارتقاء بهره‌وری و افزایش کیفیت محصولات تولیدی، از مهمترین وظایف این سازمان است.

البته ادغام سازمان صنایع کوچک با شرکت شهرک‌های صنعتی ایران و تشکیل یک سازمان واحد زمینه و پشتوانه مناسبی برای توجه بیشتر به صنایع کوچک فراهم نموده و می‌توان به افزایش اشتغال و رشد استعدادهای مناطق مختلف کشور کمک نماید در این میان کمک فکری و نرم‌افزاری به واحدهای کوچک، ارائه وام‌های کم‌بهره، رفع دغدغه فروش محصولات آنها و آموزش نیروی انسانی توسط دولت و تقویت ارتباط صنایع کوچک با صنایع بزرگ و موسسات علمی و آموزشی، ضمن افزایش بهره‌وری در این کارگاه‌ها بخش خصوصی را در توسعه کشور یاری می‌دهد. اما در این بین راه‌اندازی خوشه‌های صنعتی و ایجاد شبکه همکاری بین صنایع کوچک نیز راهکار دیگری برای ساماندهی این صنایع می‌باشد. خوشه‌های صنعتی با فراهم کردن شرایط توسعه بازار، افزایش تولید، صرفه‌جویی‌های ناشی از تجمیع، ارتقاء تکنولوژی از طریق همکاری و رقابت و تبادل تجربه شرایط مطلوبی را برای گسترش هر چه بیشتر صنایع کوچک در کشور فراهم می‌کند.

در این مقاله ضمن تعریف بنگاه‌های کوچک و مستندات قانونی ایجاد این بنگاه‌ها در چارچوب قوانین نظام جمهوری اسلامی به بررسی موانع و مشکلات فراروی این بنگاه‌ها پرداخته و پیرامون انواع پیشنهادها و راهکارهای اجرایی در جهت توسعه اقتصادی کشور با استفاده از تقویت جایگاه بنگاه‌های کوچک بحث و بررسی گردیده است.

چالش‌های اشتغال با موضوع کار و بیکاری نه فقط یکی از مهمترین مسایل اجتماعی روز در کشور به شمار می‌آید. بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته می‌توان آن را مهمترین چالش اجتماعی چند دهه آینده نیز به حساب آورد. بیکاری از پیچیده‌ترین مشکلاتی است که در زمان حاضر وجود دارد و علیرغم توجه مسئولان برای ایجاد کار، ایران همواره با انبوهی از دانش‌آموختگان جویای کار مواجه است. از آنجا که این امر مشکلی اجتماعی و اقتصادی است و ممکن است در آینده به یک «بحران» تبدیل شود برای برطرف کردن آن به یک برنامه ریزی درست و هماهنگ نیازمندیم.

برای رسیدن به این مهم با ظهور فناوری‌های نوین در عرصه‌های تولید و کارآفرینی، تحولات عظیمی در روش‌های تولید، توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها بوجود آمده است. از یکسو، افزایش رقابت در بازارهای داخلی و خارجی، شرکتها را ملزم نموده تا فعالیت‌های خود را بر تولیدات اساسی متمرکز نموده، و با ایجاد گرایش به استفاده از پیمانکاران، تامین نیاز از بیرون، بازگشت به تخصص‌های اولیه، جدا کردن و فروش بخش‌های غیر محوری به توسعه بنگاه‌های کوچک متمایل شوند و از سوی دیگر افزایش درآمد سرانه در کشور های صنعتی منجر به تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان و تغییر هزینه حمل‌وساز کالا در کشورها گردیده و مشتریان خواستار کالاهای جدید تر با عملکردهای متنوع تر و پیچیده تر شده‌اند. این شرایط موجب تقسیم بازارها به

اجزای کوچکتر شده و بازارهای کوچکتر شده و بازارهای کوچکتر نیز بنگاه‌های کوچک را ایجاد و توسعه داده‌اند.

بهره‌برداری از ساز و کار انتقال سریع در ایران، ملهم از تجربیات جهانی ویژگی‌های جدید عرصه‌های تولید و تجارت بر توسعه صنایع کوچک بالاخص «صنایع دانش بنیان» تاکید دارد، زیرا مدل توسعه کشورهای در حال توسعه تاکید بر شکل‌گیری و گسترش بنگاه‌های کوچک دارد.

امروزه بنگاه‌های کوچک در بسیاری از کشورهای جهان به عنوان مهمترین برنامه اجرایی برای دستیابی به توزیع عادلانه درآمد و ثروت، ایجاد اشتغال، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی محسوب شده و با فراهم کردن بستر مناسب برای کارآفرینی و نوآوری، علل جذب و هدایت سرمایه‌ها در مسیر توسعه اقتصادی کشور به حساب می‌آیند.

در حال حاضر سرمایه‌گذاری در اکثر کشورهای دنیا به سمت



هر جایگزین ماشین آلات و تکنولوژی پیچیده می‌گردد. با توجه به اینکه در بنگاه‌های کوچک اقتصادی، افراد معدودی شاغل هستند، لذا بهره‌وری سرمایه و کارکنان، امر ملموسی بوده و هر کدام از این نیروها امکان ارزیابی بهره‌وری خودشان را دارند.

مستندات قانونی ایجاد و توسعه بنگاه‌های کوچک

چشم‌انداز جمهوری اسلامی در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی رهبر معظم انقلاب اسلامی با ابلاغ سند نهایی چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران به سران سه قوه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام، افق روشن ایران در سال ۱۴۰۴ هجری شمسی ترسیم کردند. متن سند نهایی چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران به این شرح است:

- بر خور داری از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی - دستیابی به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری، در سطح منطقه آسیای جنوب غربی (شامل آسیای میانه، قفقاز، خاورمیانه و کشورهای همسایه) با تاکید بر جنبش نرم افزاری و تولید علم؛

- رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی؛

- ارتقای نسبی سطح در آمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل؛

- توسعه صنعت بر پایه دانایی و و با سه محور: پایداری، رقابت پذیری جهانی و فناوری های پیشرفته روز؛

- دست یافتن به رتبه نخست صنعتی و فناوری در منطقه و پیدا

نمودن جایگاه شایسته در جهان؛

سیاست‌های کلی برنامه چهارم توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلام در رابطه با توسعه اقتصادی و صنعتی:

بند ۳- فرهنگ سازی برای استفاده از تولیدات داخلی، افزایش تولید و صادرات کالا و خدمات

بند ۷- اطلاع رسانی مناسب برای تحقق ویژگی های مورد نظر در افق چشم انداز

بند ۳۱- تلاش برای تبدیل مجموعه کشورهای اسلامی و کشورهای دوست منطقه به یک قطب منطقه ای اقتصادی، علمی، فن آوری و صنعتی.

بند ۳۴- تحقق رشد اقتصادی پیوسته، با ثبات و پرشتاب متناسب

تعریف شرکتهای کوچک

در کشورهای مختلف تعریف شرکتهای کوچک متفاوت است و به عواملی چون وسعت کشور، سطح اقتصادی آن و از آن مهمتر به هدف و منظوری که از متمایز بودن شرکتهای کوچک از شرکتهای بزرگ وجود دارد، بستگی پیدا می‌کند. تعریف شرکتهای کوچک با اصطلاحات آماری برای کلیه کشورها بصورتی که دارای مفهومی کامل و جامع باشد، دشوار است. این شرکتهای به هر صورت از روی کیفیت و مشخصات معینی که دارند شناخته و متمایز می‌گردند.

بطور نسبی در مدیریت شرکتهای کوچک، تخصص در سطح کمی وجود دارد و تماس بین مدیریت، کارکنان، عرضه کنندگان و مشتریان معمولاً خصوصی و رو در رو می‌باشد. بطور کلی در تعریف شرکتهای کوچک دو ضابطه اصلی وجود دارد. یکی از آنها بر اساس مجموع سرمایه گذاری شرکت در قالب کارگاه و ماشین آلات و دیگری بر تعداد کارکنان می‌باشد. در بعضی موارد تلفیقی از این دو ضابطه نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. این اساس بنگاه‌های کوچک اقتصادی، واحدهای صنعتی، کشاورزی و خدماتی هستند که کمتر از ۵۰ نفر کارگر دارند.

با روی کار آمدن دولت فهم بحث کوچک با عنوان بنگاه‌های کوچک اقتصادی زود بازده و کار آفرین بیش از پیش اهمیت یافته که با پرداختن جدی به این مساله، مشکلات بیکاری، توسعه اشتغال، توسعه عدالت اجتماعی و افزایش رفاه عمومی محل حل خواهد گردید.

بنگاه‌های کوچک اقتصادی زود بازده و کار آفرین به واحدهای تولیدی (کالا و خدمات) گفته می‌شود که میزان اشتغال آنها کمتر از ۵۰ نفر باشد. منظور از طرح زود بازده طرحی است که مدت زمان اجرای آن کمتر یا برابر ۲۴ ماه باشد. دامنه‌ی شمول این بنگاه‌ها شامل تمامی اشخاص حقیقی و حقوقی که در بخش‌های کشاورزی، صنعت معدن، خدمات و فرهنگی و آموزشی فعالیت خواهند داشت، می‌باشد. تعریف دیگر بنگاه‌های کوچک بر اساس ضابطه دوم یعنی مجموع سرمایه گذاری شرکت می‌باشد. اساساً بنگاه‌های کوچک به لحاظ اتکاء محدودتر به سرمایه، قابلیت اجرا در هر منطقه‌ای را دارد، فقط کافی است بازاریابی محصول و دسترسی به بازار مصرف مورد شناسایی قرار گیرد. در بنگاه‌های کوچک عملاً نیروی انسانی ما

با اهداف چشم انداز ایجاد اشتغال مولد و کاهش نرخ بیکاری.
 بند ۳۵- فراهم نمودن زمینه های لازم برای تحقق رقابت پذیری کالاها و خدمات کشور در سطح بازارهای داخلی و خارجی و ایجاد سازو کارهای مناسب برای رفع موانع توسعه صادرات غیر نفتی .

بند ۳۶- تلاش برای دستیابی به اقتصاد متنوع بر منابع دانش و آگاهی، سرمایه انسانی و فناوری نوین

بند ۳۷- ایجاد سازو کارهای مناسب برای رشد بهره وری عوامل تولید (انرژی، سرمایه، نیروی کار، آب، خاک و ...) پشتیبانی از کار آفرینی، نو آوری و استعدادهای فنی و پژوهش.

بند ۴۳- ارتقای سطح در آمد و زندگی و روستاییان و کشاورزان و رفع فقر، با تقویت زیر ساخت های مناسب تولید و تنوع بخشی و گسترش فعالیت های مکمل، به ویژه صنایع تبدیلی و کوچک و خدمات نوین، با تاکید بر اصلاح نظام قیمت گذاری محصولات.

بند ۴۴- هم افزایی و گسترش فعالیت های اقتصادی در زمینه هایی که دارای مزیت نسبی هستند، از جمله صنعت، معدن، تجارت، مخابرات، حمل و نقل و گردشگری، به ویژه صنایع نفت، گاز و پتروشیمی و خدمات مهندسی پشتیبان آن، صنایع انرژی بر و جزیره پایین دستی آنها، با اولویت سرمایه گذاری در ایجاد زیر بناها و زیر ساخت های مورد نیاز و ساماندهی سواحل و جزایر ایرانی خلیج فارس در چارچوب سیاستهای آمایش سرزمین.

بند ۴۵- تثبیت فضای اطمینان بخش برای فعالان اقتصادی و سرمایه گذاران با اتکا به مزیت های نسبی و رقابتی و خلق مزیت های جدید و حمایت از مالکیت و کلیه حقوق ناشی از آن.

ماده ۱۰۱ (بند ۱۰): اشتغال مولد (ظرفیت سازی برای اشتغال در واحدهای کوچک و متوسط، آموزشهای هدف دار و معطوف به اشتغال، برنامه ریزی آموزشی با جهت گیری اشتغال، آموزشهای کار آفرینی، جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات بازار کار، ارتباط و همبستگی کامل آموزش و اشتغال، رفع موانع بیکاری ساختاری، توسعه آموزشهای مهارت فنی و حرفه ای معطوف، نیاز بازار کار).

همچنین هیات وزیران در جلسه مورخ ۸۴/۸/۱۹ به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی و قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، آیین نامه اجرایی گسترش بنگاههای کوچک اقتصادی زود بازده و کار آفرین را تصویب نمود. هدف از این آیین نامه ساماندهی فعالیتها و حمایتهای دولت در زمینه گسترش بنگاههای کوچک اقتصادی زود بازده و کار آفرین به منظور دستیابی به مقاصد زیر می باشد:

۱- توزیع عادلانه منابع در مناطق به ویژه در مناطق محروم؛
 ۲- توزیع عادلانه منابع بین اقشار مختلف مردم به ویژه مردم محرومتر؛

۳- افزایش صادرات و غیر نفتی؛

۴- تقویت تحرک اقتصادی؛

۵- افزایش کار آیی تسهیلات بانکی؛
 ۶- تقویت کار آفرینی، اشتغالزایی و افزایش فرصتهای شغلی جدید.

موانع و مشکلات بنگاههای کوچک اقتصادی:

توجه و روی آوردن به رشد و گسترش صنایع کوچک، زود بازده و کار آفرین به عنوان یکی از راههای توسعه اقتصادی طی سه دهه اخیر همواره مورد توجه کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه بوده است نیاز به سرمایه اندک بازده بالا، انعطاف پذیری، توجه اقتصادی صنایع کوچک را بیش از پیش نمایان می کند. اما متأسفانه با وجود امتیازات چشمگیر و نقش مهم بنگاههای کوچک در توسعه اقتصادی کشورمان، موانع و مشکلات فراوانی بر سر این بنگاهها قرار دارد که متضروبین اصلی این امر سرمایه گذاران هستند. در اینجا به برخی از مهمترین موانع و مشکلات فرا روی بنگاههای کوچک اشاره خواهیم کرد:

الف) موانع بازار

نیاز به بازار یابی برای بنگاههای کوچک جهت دسترسی به منابع مختلف بازار ضروری است. در اینجا دو زیر گروه مهم و مجزا برای بنگاههای کوچک می توان تعریف کرد که از نظر اقتصادی دو نقش مشخص ایفا می کنند:

یکی بنگاههای کوچکی که نیازهای عمومی مصرف کنندگان را تامین می کنند. اینگونه بنگاهها معمولاً یک ساختار سنتی داشته و اساساً بر فناوری های ساده استوار می باشند و محصولات آنها در بازارهای محلی جذب می شوند. اغلب این بنگاهها بوسیله یک نفر صاحب کار اداره می شود و افراد شاغل در آنها فاقد آموزشهای لازم و مهارتهای مدیریتی هستند.

نوع دوم بنگاههای کوچک بنگاههایی هستند که کالاها و مواد واسطه ای را برای صنایع بزرگ تامین می کنند. بر خلاف صنایع کوچک سنتی فوق الذکر، این بنگاهها از فناوری بسیار پیشرفته استفاده کرده و کارکنان خود را از میان افراد آموزش دیده و متخصص استخدام می کنند. آنها ورای یک بازار محلی و در مقیاس ملی فعالیت می کنند، اما معمولاً فاقد قابلیت بار آفرینی بین المللی هستند. این دو گروه از بنگاههای کوچک در ایران با مشکلات و موانع ویژه زیر مواجه هستند:

۱) وجود خریدهای انحصاری (انحصار طلبی): از آنجایی

که شرکتهای بزرگ، کنترل زیادی روی بازارها دارند، شرکتهای کوچکتر به طور چشمگیری وابسته به این بازارها انحصاری هستند که فضای مانور آنها را محدود می کند فروش آنها از فروش دولتی متأثر می شود و بالطبع از تغییر قابل ملاحظه آن نیز تبعیت می کند

۲) قرار دادهای غیر قابل تغییر: که بنگاههای کوچک

باید با بنگاههای بزرگ امضا کنند، آنها را شدیداً به شرکتهای بزرگ

مجلس شواری اسلامی رسیده و به بانکها هم ابلاغ گردیده ولی متقاضیان استفاده از تسهیلات عملاً از سپردن سایر منابع معتبر، بدلیل عدم دسترسی به آنها، معذورند. به همین دلیل اکثر شرکتهای کوچک بدلیل عدم ارائه اسناد معتبر غیر منقول، صلاحیت لازم برای اخذ وام را پیدا نمی کنند. با این مشکلات واحدهای کوچک مجبور می شوند به بازارهای مالی غیر رسمی خیلی گران متوسل شوند که خود مشکلات عدیده ای را برای آنها بوجود می آورد.

۳) عدم دریافت به موقع درآمد حاصل از فروش محصولات بنگاههای کوچک: این امر نه تنها باعث افزایش قیمت تمام شده تولیدات می شود بلکه همچنین باعث آسیب به ساختار تولیدی این شرکتهای می شود کلیه ملاحظات صنایع تولیدی نهایتاً به مساله نقدینگی بر می گردد و مشکلات نقدینگی عدم اعتماد قابل ملاحظه ای را برای صنایع تولیدی بوجود می آورد: عدم پرداخت به موقع اقساط بانکها، تاخیر در تحول محصولات، ناتوانی در تهیه مواد خام اولیه که منجر به تاخیر در تحویل می شود که به نوبه خود باعث تشدید مشکلات نقدینگی می گردد در نهایت منجر به ورشکستگی واحدهای کوچک می شود.

۴) فقدان سرمایه گذار یه های مشترک خارجی در ایران: بدلیل عدم آشنایی با فرهنگ بین المللی کسب و کار و عدم دسترسی به زیر ساختهای مناسب، واحدهای کوچک قادر به ایجاد ارتباط و همکاری با سرمایه گذاری خارجی نیستند.

ج) موانع ناشی از عدم دسترسی به اطلاعات
هزینه جمع آوری و فرآوری اطلاعات می تواند قابل ملاحظه باشد و با توجه به اینکه اطلاعات همیشه نمی تواند در آمدز باشد، در نتیجه بنگاههای کوچک الویت زیادی به دسترسی به اطلاعات نمی دهند. عدم وجود اطلاعات معمولاً منجر به تصمیم گیریهای غلط در مورد کیفیت و کمیت تولیدات، افزایش قیمتها و احتمالاً ورشکستگی های غیر ضروری می شود.

لذا زمینه های اطلاعاتی زیر به عنوان ضرورتی برای رشد بنگاههای کوچک شناسایی شده اند:

۱) کسب اطلاعات بازاریابی: بنگاههای کوچک دائماً باید درباره برگزاری نمایشگاههای داخلی و بین المللی اطلاعات لازم را کسب کنند، که از طریق سایتهای اینترنتی و شرکتهای تبلیغاتی قابل دسترسی است.

۲) کسب اطلاعات سرمایه گذاری: به منظور افزایش شفافیت بازار و افزایش سرمایه گذاری در بنگاههای کوچک، سرمایه گذاران خارجی نیاز به اطلاعات تفصیلی از شرکتهای موجود دارند. ایران امر مدیران را قادر به تخمین شرایط عرضه و تقاضا به منظور ارزیابی چشم اندازهای جدید سرمایه گذاری می کند. در این راستا استانداردها و ستاد سرمایه گذاری خارجی نقش مهمی را می توانند ایفا کنند.

وابسته می کنند. با توجه به قدرت آنها و مامله شرکتهای بزرگ و واحدهای کوچک یک جانبه بوده و از آنجایی که واحدهای کوچک به بازارهای دیگری دسترسی ندارند، چاره ای جز تسلیم شدن ندارند.

۳) وجود بازارهای انحصاری در بخشهای مختلف: که شرکتهای کوچک قادر به رقابت موثر نیستند و از این رو باید متحمل ضررهای مالی هنگفت شده یا به سود کم حاشیه ای قناعت کنند.

۴) رقابت یارانه ای از سوی شرکتهای دولتی: در بازار کالاها اکثر شرکتهای بزرگ دولتی بوده و بوسیله دولت حمایت مالی می شوند، از آنجایی که آنها بازارها را قبضه کرده اند، بالطبع اعمال نفوذ قابل توجهی در اجرای خواسته های مورد علاقه خود دارند. آنها از طریق کنترل تولیدات یا انبار کردن کالاها، حاکم بر بازی قوانین بازار هستند. بدین سبب بنگاههای کوچک چون قادر به رقابت اقتصادی با آنها نیستند، از این رو همواره تحت سیطره شرکتهای بزرگ قرار می گیرند.

۵) فقدان مکانیزمهای بازار و عدم دسترسی به کانالهای توزیع ملی بین المللی: در ایران بنگاههای کوچک به شرکتهای تبلیغاتی دسترسی نداشته و اگر سعی در رسیدن به بازارهای خارجی را داشته باشند، عملاً با موانع دست و پاگیر روبرو خواهند شد.

۶) بنگاههای کوچک مواد خام را در مقادیر کم خریداری نموده و در نتیجه هزینه بیشتری را پرداخت می کنند: بنا بر این قیمت تمام شده تولیدات آنها بیشتر از بنگاههای بزرگ است. از این رو در موقعیت رقابتی آنها در بازار اثر می گذارد. مشکل زمانی بزرگ جلوه می کند که واحدهای کوچک مجبور به وارد کردن کالاهای خام از خارج باشند.

ب) موانع مالی
مهمترین موانع و مشکلات مالی فراوری بنگاههای کوچک عبارتند از:

۱) عدم وجود بانکهای تخصصی جهت پرداخت تسهیلات به بنگاههای کوچک: شرایط اعطای وام برای کلیه بنگاهها در هر اندازه ای یکسان است، یعنی هر دو بنگاههای کوچک و بزرگ دسترسی یکسانی به وام دارند اما در واقع این امر به ضرر واحدهای کوچک است. چون بانکها همان سیاستهایی را که برای شرکتهای بزرگ دارند، برای شرکتهای کوچک هم اعمال می کنند و هیچگونه سیاست ترجیحی برای بنگاههای کوچک وجود ندارد.

۲) بنگاههای کوچک مشکلات بیشتری برای ارائه وثیقه های بانکی برای اخذ وام دارند: سیاستهای اخذ ضمانتهای بانکی مضاعف توسط بانکها، به طور چشمگیری در جهت در رهن قرار دادن دارایی های غیر منقول می باشد (از قبیل خانه یا زمین). هر چند قانون عدم الزام سپردن وثیقه ملکی به تصویب

۳) کسب اطلاعات علمی و تکمیلی: بنگاههای کوچک نیاز به اطلاعاتی دارند که بتواند آنها را در انتخاب فناوریهای مفید، بدون متحمل شدن مخارج سنگین یاری نماید. دسترسی به استانداردها و مشخصات فنی و نوآوریها و تولیدات تکنولوژیک جدید می تواند به بنگاههای کوچک در توسعه ی سطح فناوری و رقابت پذیری کمک نماید. اطلاعات مربوط به این موارد به طور وسیعی پراکنده بوده و اطلاعاتی هم که وجود دارد به آسانی در دسترس این بنگاهها قرار نمی گیرد.

۴) اطلاعات در مورد تامین کنندگان مواد خام و خریداران احتمالی آنان: متأسفانه مدیران بنگاههای کوچک به اینگونه اطلاعات دسترسی نداشته و فقدان این منابع آنها را از وارد شدن به بازارهای رقابتی محروم ساخته و مانع از قیمت گذاری مناسب می شود. وجود دلایلهای واسطه گریهای فروشنده مواد خام بصورت غیر قانونی در بازار مصرف کننده باعث عدم ثبیت قیمت مواد خام در بازار گردیده که با قیمتتهای بالاتری نسبت به شرکتهای دولتی عرضه می شوند چون دریافت مواد خام از شرکتهای دولتی علاوه بر واریز وجه نقد به حساب شرکت، مدت زمان زیادی را برای دریافت مواد خام می طلبند و معمولاً بنگاههای کوچک به بازار آزاد مراجعه می کنند.

د) موانع ناشی از سایندهای دولت:

۱) دخالتهای دولت در فعالیتهای کسب و کار:

منظور حمایت از بنگاههای کوچک، دولت بایستی با مشورت نزدیک با بخش خصوصی، سیاست های توسعه ی بنگاههای کوچک و ابزارهای اجرایی را طراحی و گسترش دهد تا راه را برای رشد آنان هموار سازد.

دخالتهای دولت در حوزه کسب و کار بایستی منجر به موقعیت نامطلوب برای بنگاههای کوچک شود. مثلاً کمکهای یارانه ای به شرکتهای دولتی باعث می شود که شرکتهای دولتی تسلط کامل بر اقتصاد ملی داشته باشند و نسبت به رقابت پذیری بنگاههای کوچک در جهت تلاش برای توسعه بیشتر بخش خصوصی تبعیض وجود داشته باشد. که برای حل این مشکل تمکین و اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی را از طرف دولت می طلبد که با ابلاغ و اجرای این اصل از سوی مقام معظم رهبری مقدمات واگذاری شرکتهای بزرگ دولتی به بخش خصوصی فراهم گردیده است. ولی روند رو به کندی را می گذارند.

۲) مقررات و دیوان سالاری اداری: بنگاههای کوچک

برای حل مشکلات خود باید به نهادهای مختلف مراجعه کنند و چون آنها از نیروی کار کافی یا مهارتهای لازم برای مذاکره با این نهادها برخوردار نیستند، قادر به حل مشکلات خود نیستند. نکته دیگر که شایان توجه است، این است که میانگین مالیات پرداخت شده توسط شرکتهای ایران زیاد نیست هر چقدر شرکتهای

شفاف تر عمل می کنند. مالیاتهای بیشتری از آنها اخذ می شود این موضوع موجب تشویق فرارهای مالیاتی کلان می شود. بنابراین از یک طرف مالیاتها و عوارض مختلفی بر بنگاههای کوچک تحمیل می شود و از سوی دیگر چون این بنگاهها معمولاً در یک بازار رقابتی فعالیت می کنند، نمی توانند این عوارض را به مشتریان خود تحمیل کنند. و آنها باید خودشان این عوارض را پرداخت کنند.

۳) مشکل ثبت: بنگاههای کوچک و متوسط و کلیه صنایع باید برای فعالیت، شرکتی را تشکیل و ثبت بنمایند. برای اینکه شرکتی قادر به اخذ وام یا شرکت در مناقصه ای باشد، بایستی به عنوان شرکت سهامی در سازمان ثبت شرکتهای ثبت رسیده باشد. اخیراً نیز برخی از طرحهای اقتصادی می بایست در چارچوب تشکیل یک شرکت تعاونی ارائه گردد تا از مزایای تسهیلات بانکی بهره ای بهره مند شوند. این ضرورت قانونی ثبت باعث برخی مشکلات برای بنگاههای کوچک می شود، زیرا به فعالیتها و روابطی کشیده می شوند که بسیار فراتر از ظرفیت و توانایی آنها هستند. آنها بایستی بیش از ۵۰ قانون در مسائل قانون تجارت را رعایت نمایند. که برای شرکتهای بزرگ و کوچک یکسان می باشند. بنابراین چون هیچ تناسبی بین موضوع قانون و اندازه شرکتهای وجود ندارد، اجرای این قوانین باعث مشکلات جدی برای شرکتهای کوچکتر می شود و مدیران آنها مجبور هستند زمان و نیروی قابل ملاحظه ای را صرف تطبیق دادن خود با قوانین پیچیده تجارت نمایند.

اهم پیشنهادها و راهکارهای اجرایی جهت تقویت

و توسعه هر چه بیشتر بنگاههای کوچک

- ۱) جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی؛
- ۲) تعدیل سیاستها برای افزایش سهم بنگاههای کوچک در تولید ناخالص داخلی بویژه در خصوص زنانکار آفرین؛
- ۳) افزایش تلاشها برای ایجاد اشتغال از طریق توسعه خود اشتغالی، فعالیتهای کار آفرینی و فعالیتهای اقتصادی گروهی در مناطق روستایی
- ۴) توسعه منابع مالی داخلی برای افزایش سرمایه گذاریها و اشتغالزایی از طریق ارائه مشوقها به سرمایه گذاران و پس انداز کنندگان کوچک؛
- ۵) توسعه بخش تعاونی و تشویق فعالیتهای کار آفرینی در این بخش با ارائه نظامهای حمایتی گسترده و موثر؛
- ۶) ساده سازی چارچوب مقررات سرمایه گذاری در بخش تولیدات صنعتی؛
- ۷) کاهش نرخ مالیات؛
- ۸) ممنوعیت وضع هر گونه مالیات و عوارض اضافی از قبیل مالیات شهرداریها بر شرکتهای؛
- ۹) اعطای تسهیلات ارزی به بخش خصوصی؛
- ۱۰) افزایش وامها و سایر تسهیلات مالی بوسیله ساده سازی

نظام بانکی؛

۱۱) اعطای معافیت از مالیاتها و عوارض دولتی به سرمایه گذاران در مناطق محروم؛

۱۲) تلاش برای نوسازی صنایع از طریق بهینه سازی ماشین آلات، تجهیزات و نظام مالی، نیروی کار، مدیریت و فناوری بنگاههای کوچک؛

۱۳) بالا بردن سطح مهارتی کارگران شاغل در بنگاهها؛

۱۴) تشکیل سازمان صنایع کوچک به منظور افزایش اشتغال صنعتی و حمایت از واحدهای کوچک بخش خصوصی در مناطق کمتر توسعه یافته؛

۱۵) طراحی شبکه های فناوری اطلاعات (IT) جدید و تخصصی جهت دسترسی بهتر بنگاههای کوچک به منابع اطلاعاتی بین المللی، اینترنتی، شبکه داخلی و تجارت الکترونیک؛

۱۶) ارائه تعاریف برای گروههای مختلف صنایع و بنگاههای کوچک، از جمله واحدهای صنعتی کوچک واحدهای کوچک غیر تولیدی، واحدهای کوچک صنایع کشاورزی و واحدهای خرد؛

۱۷) به حداقل رساندن کمبود مواد اولیه استراتژیک و تجهیزات و شروع تجدید ساختار نظارتی توزیع؛

۱۸) کمک به توسعه زیرساختهای صنعتی از قبیل آزمایشگاههای کیفیت، آموزشی و فناوری و ...؛

۱۹) تقویت خوشه های صنعتی در اصناف مختلف: خوشه صنعتی به مجموعه ای از واحدهای کسب و کار گفته می شود که در یک منطقه جغرافیایی و یک گرایش صنعتی متمرکز شده و با همکاری و تکمیل فعالیتهای یکدیگر، به تولید و عرضه تعدادی کالا و خدمات می پردازند، و از چالشها و فرصتهای مشترک برخوردارند. این خوشه ها با فراهم کردن شرایط بازار، افزایش تولید، صرفه جویی ناشی از تجمع، ارتقاء تکنولوژی از طریق همکاری و رقابت و تبادل تجربه، شرایط مطلوبی را برای گسترش هر چه بیشتر صنایع کوچک در کشور فراهم می کند؛

۲۰) تاسیس مراکز زاد پروری کسب و کار (ارائه روشهای سود آور)؛

۲۱) توسعه و پیاده سازی زیر ساخت معیارها و اصول کسب و کار بین المللی از قبیل اندازه گیری استانداردها، آزمایش و کیفیت؛

۲۲) راه اندازی خدمات مشاوران، کسب و کار برای بنگاههای کوچک و همچنین آموزش و نظارت بر مشاوران بویژه در رابطه با مشکلات این بنگاهها؛

۲۳) تبدیل کسب و کارهای نوآوری و تجربی و مراکز انتقال فناوری و تحقیق و توسعه به واحدهای قدرتمند برای پشتیبانی بنگاههای کوچک؛

۲۴) بهینه سازی دسترسی کار آفرینان به اطلاعات مطلوب و مورد نیاز و شروع برنامه توسعه کار آفرینی؛

۲۵) تاسیس مراکز علمی و فناوری؛

۲۶) انتخاب و دعوت از آژانس های توسعه بین المللی برای ارائه پیشنهادات برای فعالیتهای مورد نظر به وزارت خانه مسئول توسعه بنگاههای کوچک؛

۲۷) تشکیل یک شورای مشورتی سیاستگذاری بنگاههای کوچک، شامل اعضای جامعه کسب و کار (از جمله زنان کار آفرین)، سازمانهای حمایتی کسب و کار، بانکها، سازمانهای غیر دولتی، مقامات محلی، اتحادیه های کارگری و انجمنهای صنفی به عنوان شریک دولت در طراحی سیاستهای جدید؛

۲۸) انتشار نشریات به منظور پخش اطلاعات در مورد اهمیت توسعه بنگاههای کوچک و دستاوردهای حاصله؛

۲۹) ایجاد صندوق ضمانت وام با اعمال نرخ بهره حداقل در مقایسه با سطح وامهای جاری و مختص مناطق کمتر توسعه یافته توسط دولت.

جمع بندی نتایج و ارائه پیشنهادات

طی ۱۵ سال گذشته نقش و جایگاه بنگاههای کوچک، علی رغم حجم کم سرمایه مورد نیاز و میزان اشتغالزایی بالای آنها، خصوصاً در بخش صنعت و اقتصاد ایران رو به کاهش بوده است بنابراین بنگاههای کوچک ایران قادر نبوده اند دارای مزیت نسبی نسبت به بنگاههای بزرگ در توسعه صنعتی و اقتصادی کشور باشند. به نظر می رسد که کاهش مزیت بنگاههای کوچک نسبت به صنایع بزرگ، متأثر از عوامل درون بنگاهی و برون بنگاهی آنها می باشد عوامل درون بنگاهی مرتبط با کار آیی تکنیکی و اقتصادی یک واحد تولیدی است و به چگونگی ترکیب مناسب عوامل تولید و نوع تکنولوژی مورد استفاده و مدیریت بکار گیری بهینه عوامل تولید در فرآیند تولید بستگی دارد. متأسفانه در بیشتر بنگاههای کوچک ایران، مدیریت سنتی و تکنولوژی مورد استفاده قدیمی و کهنه می باشد. ضمن آنکه نیروی کار در بنگاههای کوچک اکثرآ از تحصیلات و مهارت بالایی برخوردار نبوده و لذا دارای بهره وری پایین می باشد. لذا بیشتر محصولات بنگاههای کوچک، قدرت رقابت با بنگاههای بزرگ را از نظر کیفیت و قیمت ندارند.

عوامل برون بنگاهی، شامل انواع حمایتهای مالی، فنی و اطلاعاتی دولت و همچنین سیاستگذاری هایی می باشد که در فعال بودن و گسترش بنگاههای کوچک موثر می باشد. متأسفانه بنگاههای کوچک در سالهای اخیر از تسهیلات کافی مالی، فنی و اطلاعاتی دولت چندان برخوردار نبوده و لذا بر احوالی قادر به رفع مشکل کمبود سرمایه خرید ماشین آلات مدرن و تامین قطعات یدکی خود نمی باشند.

ضمناً قدرت بازاریابی این بنگاهها برای فروش محصولات خود به علت عدم اطلاع کافی از نیازهای بازار در اقصی نقاط کشور و همچنین بازار های خارج از کشور بسیار ضعیف بوده و لذا این بنگاهها با مشکل کمبود تقاضا برای محصولات خود مواجه بوده و این امر در

کاهش فروش و سود دهی آنها موثر می باشد.

در حال حاضر با مطرح شدن و اجرای آیین نامه بنگاههای کوچک اقتصادی زودبازده و کار آفرین و اختصاص ۳۵ درصد از منابع داخلی بانکها در سال ۸۵ به این بنگاهها مشکلات فراوانی در مورد جذب این طرحها خصوصاً در بانکهای عامل وجود دارد. با توجه به مصوبه مجلس شورای اسلامی مبنی بر اینکه بانکها و موسسات مالی بدون اخذ وثیقه ملکی آورده تولید کنندگان را به عنوان وثیقه در نظر بگیرند، اما متأسفانه بانکها در این زمینه کوتاهی نموده و برای اطمینان به بازگشت سرمایه خود، از تولید کنندگان وثیقه های کلان در خواست می نمایند.

یکی دیگر از مشکلات طرحهای بنگاههای کوچک اقتصادی زودبازده که مربوط بانکها می باشد، عدم اعتبار لازم از سوی بانکها برای پرداخت کلیه طرحهای بررسی شده در بانکها می باشد. با عنایت به اینکه اعتبار اینگونه طرحها از منابع داخلی بانکها تامین می گردد اکثر بانکهای عامل مساله وصول مطالبات را مشکل اصلی دانسته و بحث «منابع و مصارف» را مطرح می نمایند که این موضوع باعث سردرگمی اکثر متقاضیان استفاده از این تسهیلات گردیده است.

در حال حاضر بنگاههای کوچک، جایگاه فرهنگی خود را در جامعه اقتصادی کشور باز کرده است و باید حمایت ها از این بنگاهها افزایش یابد. بنگاههای کوچک زمانی موفق خواهند بود که با حمایت دولت و متناسب با شرایط منطقه طراحی شوند و با توجه به اولویتهایی نظیر تخصص، تجربه و انگیزه تقسیم بندی گردند و دولت با ایجاد سهولت در دریافت تسهیلات و حذف و تایق و کمک به بازاریابی واحد ها، آنها را در جهت تولید بیشتر و بهتر حمایت کند تا موفق تر عمل کنند. زیرا بنگاههای کوچک عامل جذب و اشتغال بخش عظیمی از جمعیت کشور و آموزش و تربیت نیروی کار ماهر بوده و تامین نیروی انسانی متخصص برای بنگاههای بزرگ غالباً توسط بنگاههای کوچک صورت می پذیرد که با آموزش این دسته از نیروی کار می توان به افزایش بهره وری نیز امیدوار بود اما برای موفقیت بیشتر این بنگاهها نگاه دولت باید به محصول نهایی این بنگاهها معطوف باشد.

به طور کلی در یک جمع بندی نهایی، اگر مشکل و ثقیه بانکی و اخذ ضمانتهای مضاعف و تامین اعتبار طرحهای بنگاههای کوچک (با تاکید بر بنگاههای کوچک اقتصادی زودبازده و کار آفرین) در بانکها حل شده و شهرکهای صنعتی نیز به صورت خوشه های صنعتی وارد عمل شوند، دولت می تواند با تسهیلاتی بلند مدت و در گردش و ساماندهی بازار و بازاریابی محصولات تولیدی، به بنگاههای کوچک کمک کرده و از این بنگاهها به عنوان عامل مهمی در راه پیشرفت جامعه و رسیدن آن به قدرت اول منطقه بهره گیرد.

منابع و ماخذ

۱) سازمان توسعه صنعتی ملل متحد؛ ترجمه عبدالرضا شقاقی و مسعود شفیعی، «استراتژی افزایش مشارکت موثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و

متوسط» (تهران: رسا، ۱۳۸۴) ص ۱۲۲ - ۱۲۱، ۵۶ - ۳۴، ۲۹۸ - ۲۷۹.

۲) سازمان توسعه صنعتی ملل متحد؛ ترجمه وزارت صنایع صنایع کوچک؛ «استراتژی توسعه و مدرنیزه کردن واحدهای کوچک صنعتی و بازرگانی» (تهران: صنایع کوچک ۱۳۷۳) ص ۱۴ - ۶، ص ۲۱۲.

۳) موسسه مطالعات و برنامه ریزی آموزشی سازمان گسترش؛ «مجموعه مقالات سمینار نقش و جایگاه واحدهای کوچک صنعتی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور» (تهران: صنایع کوچک، ۱۳۷۳) ص ۱۲۲ - ۱۱۴، ۱۳۲ - ۱۳۴.

۴) زولتان جی آکس، بوکار لسون، روی توریک؛ ترجمه جهانگیر مجیدی؛ «نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن» (تهران: خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۱) ص ۱۳۴، ۱۳۲.

۵) سازمان صنایع کوچک ایران؛ «سیاستهای موفق توسعه صنایع کوچک در ۲۰ کشور صنعتی» (تهران، کارآفرینان بصیر، ۱۳۸۰) ص ۳ - ۱.
۶) راهنمای تهیه طرح کسب و کار (طرح جامع تدوین چشم انداز پروژه قبل از اجرا) «ترجمه مسعود شفیعی» (تهران خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۳) ص ۳۶ - ۲۹.

۷) محمدخان، مرتضی و عباسپور، مجید؛ «فرایند انتقال تکنولوژی در بخش صنایع سبک در ایران» (تهران: وزارت اقتصاد و دارایی، ۱۳۷۳) ص ۱۱۷ - ۱۱۵.

۸) مولایی، محمد؛ «ارزیابی عوامل موثر بر سود آوری و عملکرد صنایع کوچک در ایران» (رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۲)، ص ۸۷ - ۸۵.

۹) هاشمیان اصفهانی، مسعود؛ «تعیین الیتهای سرمایه گذاری صنعتی» (تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، ۱۳۷۷) ص ۳۱ - ۲۷.

۱۰) قره باغیان، مرتضی؛ «اقتصاد رشد و توسعه» (تهران: نی، ۱۳۷۱) ص ۴۷ - ۴۳.

۱۱) صحرائیان، سید مهدی؛ «سازمان دهی صنایع کوچک» (تهران: معارف، ۱۳۸۰) ص ۳۷ - ۲۲.

۱۲) شریف النسبی، مرتضی؛ «چرخه توسعه راهنمای رشد ستابان» (تهران: خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۷۵) ص ۶۷ - ۶۱.

۱۳) مولایی، محمد، بررسی نقش صنایع کوچک در توسعه صنعتی و اقتصادی ایران؛ (نشریه صنعت ساز سازمان صنایع کوچک شهرپور مهر ۱۳۸۵) ص ۱۶.

۱۴) منصور، عیسی؛ «آشنایی با خوشه صنعتی» (تهران امور ارتباطات سازمان صنایع کوچک، ۱۳۸۵) ص ۱۰ - ۹.

۱۵) جزوه مدیریت صنایع کوچک وزارت صنایع کوچک؛ «مدرنیزه کردن و افزایش راندمان صنایع کوچک» ص ۱۰ - ۷.

۱۶) قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱ مجلس شورای اسلامی؛ (تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، مرکز مدارک علمی موزه و انتشارات، ۱۳۸۳) ص ۷۰ - ۶۳.

۱۷) سند چشم انداز ملی جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی.

۱۸) بهمنی، محمد مهدی؛ «جزوه دستیابی آسان به اطلاعات بنگاههای کوچک اقتصادی زودبازده و کار آفرین» (استاندارد مرکزی، فرمانداری کمیجان، اردیبهشت ماه ۱۳۸۵) ص ۳ - ۱.