

تأثیر عضویت ترکیه در اتحادیه اروپا بر شرکت‌های کوچک و متوسط (مطالعه موردی: اسکی شهیر)*

نکدت سکلم

ترجمه حبیبه فتحی

(فوق لیسانس مدیریت بازرگانی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی)

اختلاف‌های جدی در بازار نیروی کار ترکیه، الحاق موجب موج مهاجرت‌های گسترده از این کشور خواهد شد. در صورت پذیرش ترکیه، و با توجه به قوانین فعلی اتحادیه اروپا، این کشور جریان قابل ملاحظه آورده خالص سرمایه از اتحادیه اروپا را تجربه خواهد کرد. دسترسی شرکت‌های ترک به یک بازار ۵۷۰ میلیون نفری و امکان صادرات و سرمایه‌گذاری برای شرکت‌های اتحادیه اروپا از آثار پذیرش ترکیه خواهد بود.

مطالعه دیگر انجام شده در موسسه CPB هلند، نیز بر جنبه‌های دیگری تأکید دارد. (۲) این مطالعه آثار الحاق در حوزه‌هایی مانند بازار داخلی، اصلاحات داخلی اجتناب‌ناپذیر و جریان آزاد نیروی کار بین اتحادیه اروپا و ترکیه را مورد کنکاش قرار داده است. این مطالعه ادعان می‌کند که توجه به این سه حوزه ممکن است موجب غفلت از سایر تأثیرات اقتصادی بالقوه مهم مانند الحاق به اتحادیه پولی و اقتصادی اروپا (EMU)، اجرای سیاست کشاورزی و آثار تجاری ناشی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، شود.

این مطالعه، درباره آثار الحاق بر بازار داخلی به موانع اداری حوزه تجارت مانند رویه‌های گمرکی ترکیه اشاره دارد که باید یا حذف یا به حداقل کاهش یابد. ثانیاً کاهش در موانع فنی تجارت موجب کاهش ریسک و ناطمینانی و در نتیجه بهبود محیط کسب و کار ترکیه خواهد شد؛ در نهایت آنکه، ثبات کلان اقتصادی و سیاسی ترکیه نرخ ارز با ثبات و تورم پایین‌تر را به دنبال خواهد داشت. کاهش موانع جاری تجاری بین اتحادیه اروپا و ترکیه رفاهی به میزان سالیانه ۳/۵ میلیارد یورو در این کشور خواهد داشت؛ علاوه بر این، ضمن تخصصی شدن و خلق تجارت برای طرفین، ترکیه خواهد توانست از آثار الحاق در حوزه‌هایی بهره‌مند شود که در حال حاضر در آن مزیت رقابتی دارد. آثار الحاق برای ترکیه بیش از آثار آن برای اعضای فعلی اتحادیه اروپاست، چرا که در حال حاضر درصد اندکی از صادرات اتحادیه اروپا به سوی ترکیه است، حال آنکه بخش اعظم صادرات ترکیه به اتحادیه اروپا روانه می‌شود. انتظار می‌رود صادرات اتحادیه اروپا به ترکیه نیز ۱۹ درصد افزایش یابد. توسعه تولید و صادرات منسوجات ترکیه به میزان حداقل ۱۸ درصد و کاهش تولید منسوجات کشورهای مرکزی و شرق اروپا، به دلیل عدم توان رقابت با محصولات ترکیه، از دیگر تبعات الحاق خواهد بود. انجام اصلاحات نهادی، فساد کمتر و کارکرد بهتر دولت و موسسات دولتی از دیگر تبعات مثبتی است که الحاق برای ترکیه به ارمغان می‌آورد. این نهادها و موسسات که اثر به سزایی در تجارت دارند، چنانچه خود را به سطح قابل مقایسه با کشوری مانند پرتغال ارتقاء دهند می‌توانند در کنار سایر اصلاحات ساختاری موجب رشد ۵۰ درصدی تجارت ترکیه شوند. افزایش درآمد سرانه به میزان ۱۰ درصد و افزایش رفاه سالیانه

تأثیر ورود کشوری به اتحادیه یا نهاد جهانی بر منغیرهای کلان اقتصادی آن، از جمله نگرانی‌ها و دغدغه‌های سیاستگذاران محسوب می‌شود. این مقاله با مطالعه موردی یکی از شهرهای صنعتی ترکیه، اثر ورود این کشور به اتحادیه اروپا بر وضع اقتصاد ترکیه و به ویژه این منطقه صنعتی را بررسی می‌کند که می‌تواند چارچوب خوبی برای مطالعاتی از این دست باشد.

چکیده

«کمیسیون اجرایی اتحادیه اروپا» بر اساس مطالعه‌ای که در باره موضوع عضویت ترکیه در اتحادیه اروپا انجام داده است، می‌گوید: «ترکیه از الحاق به این اتحادیه نفع قابل ملاحظه‌ای خواهد برد، هر چند این منافع برای کشورهای عضو اتحادیه اندک خواهد بود.» (۱) ترکیه با جمعیتی بالغ بر ۷۱ میلیون نفر از سال ۱۹۶۳ به دنبال عضویت در اتحادیه اقتصادی اروپا بوده است؛ و به همین منظور، طی سال‌های گذشته اصلاحات متعدد اقتصادی و اجتماعی را برای تطابق با استانداردهای مورد نظر «کمیسیون اجرایی اتحادیه اروپا» انجام داده است که از آن جمله می‌توان به تغییرهایی در جهت کاهش تأثیر نظامیان در اداره کشور، منع استفاده از شکنجه و رعایت اصول حقوق بشر نام برد.

چنانچه در آینده موارد خواسته شده اروپا در ترکیه عملی شود، رهبران اتحادیه اروپا موعدی را برای آغاز مذاکرات الحاق تعیین خواهند کرد. در این مطالعه آمده است که ترکیه کشوری مهم است که عضویت آن برای کشورهای همسایه بالقوه بی‌ثبات در خاورمیانه، مدیترانه، سوریه و مرکز آسیا تأثیرگذار خواهد بود. این مطالعه هزینه عضویت ترکیه برای اتحادیه اروپا را از سال ۲۰۲۵ سالانه بین ۱۶۰۲۸ میلیارد یورو برآورد می‌کند که این رقم حدود ۰/۱۷۰/۱ درصد کل تولید ناخالص داخلی این بلوک اقتصادی است. این هزینه صرف پرداخت بارانه‌های کشاورزی و کمک‌های منطقه‌ای به مناطق داخلی فقیر آناتولی خواهد شد.

در پذیرش این که کشوری فقیر با جمعیتی مسلمان بتواند خود را با این بلوک تطبیق دهد. بلوکی که به عنوان کلپ مسیحیان شناخته می‌شود. هنوز تردیدهایی وجود دارد. این مطالعه می‌گوید که بخش کشاورزی در اقتصاد ترکیه کلیدی است ولی روند الحاق تبعات زیادی در این بخش ایجاد نخواهد کرد. این تبعات طی مذاکرات طولانی مدت الحاق و با تغییرهای احتمالی انجام گرفته در سیاست کشاورزی ترکیه و اتحادیه اروپا تعیین خواهد شد. با الحاق ترکیه، ۳۹ میلیون هکتار به اراضی کشاورزی اتحادیه اروپا اضافه می‌شود. هم‌اینک سه میلیون ترک در اتحادیه اروپا زندگی می‌کنند. نگرانی از آن است که در صورت عدم جلوگیری از



هفت میلیارد یورو، از دیگر نتایج این الحاق خواهد بود.

درباره مهاجرت انتظار می‌رود نبود توازن در سطح درآمد‌ها و استاندارد زندگی، محرک‌هایی را برای مردم ترکیه جهت مهاجرت به اتحادیه اروپا ایجاد کند. براساس مطالعه‌ای که در زمینه پتانسیل مهاجرت از کشورهای مرکزی و شرقی اروپا انجام شده پیش بینی می‌شود ۲/۷ میلیون نفر از اتباع این کشور به اتحادیه اروپا مهاجرت کنند؛ بخش اعظم آن‌ها به آلمان، کشوری که طی

دهه‌های قبل بیش از سه میلیون مهاجر ترک را پذیرا بوده، خواهند رفت. با این فرض که مهاجرین ترک را بیشتر افراد با مهارت‌های پایین تشکیل می‌دهند. مشابه آنچه در سال‌های قبل رخ داده. تولید ناخالص داخلی ترکیه کاهش و در مقابل اتحایه اروپا اندکی افزایش خواهد یافت. اگر مهاجران افرادی ماهر باشند، مهاجرت اثری بر توزیع دستمزدها نخواهد داشت در حالی که مهاجرین با مهارت‌های پایین موجب افزایش رقابت در این گونه مشاغل و اخلاص در توزیع دستمزدها خواهد شد.

تاثیر عضویت در اتحادیه اروپا بر شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه (مطالعه موردی اسکی شهیر)

گسترش اتحادیه اروپا از مهمترین چالش‌هایی است که کشورهای اروپایی در سال‌های آتی با آن مواجه خواهند بود. ارزیابی اثر اقتصادی این گسترش دشوار است. در حالی که این فرآیند گنج خواهد خورد. بنابراین تبعات آن به طور تدریجی در طول دوره بلندمدتی به ثمر خواهد رسید. در هر صورت، در این باره که اثر کلی در بلندمدت مثبت خواهد بود. البته، ابهام اندکی وجود دارد، این امر الزاماً برای تمامی بخش‌ها، به مناطق و نوع شرکت‌ها، به ویژه در مراحل اولیه الحاق اعضای جدید به اتحادیه اروپا مانند ترکیه، مصداق ندارد. این مطالعه اثرهای گسترش اتحادیه اروپا بر شرکت‌های کوچک و متوسط در منطقه اسکی شهیر ترکیه را مورد تحلیل قرار می‌دهد و توصیه‌هایی برای سیاست‌گذاری اتحادیه اروپا و ترکیه در مورد با شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهد.

مقدمه

یکی از مهمترین چالش‌های اتحادیه اروپا گسترش، آن است که شامل ترکیه و سایر کشورهای مدیترانه‌ای و کشورهای مرکزی و شرق اروپا می‌شود. این گسترش، بازار داخلی را به بیش از ۵۷۰ میلیون مصرف کننده توسعه می‌دهد که به دلیل نداشتن هیچگونه مرزی، کالاها، خدمات، سرمایه‌ها و اشخاص می‌توانند آزادانه گردش کنند. شورای اروپایی در هلستینکی منعقد کرده است که «ترکیه داوطلب خواهان الحاق به اتحادیه است که براساس معیارهای مشابه سایر کشورهای داوطلب می‌تواند درخواست خود را ارائه کند براساس راهبرد موجود اروپا، ترکیه مانند هر کشور داوطلب دیگری از راهبرد پیش از الحاق برای حمایت و تقویت اصلاحات خود سود خواهد برد.» در این مطالعه اثر گسترش در سطح منطقه‌ای و بخشی مورد تحلیل قرار گرفته است. این مطالعه به منظور یافتن آثار

گسترش بر شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه در منطقه صنعتی اسکی شهیر انجام شده است. ۶۰ درصد شرکت‌های کوچک و متوسط اتحادیه اروپا گسترش اتحادیه را به نفع خود ارزیابی کرده‌اند.

این نتایج از بررسی‌ای که در پایان سال گذشته در حدود چهارهزار کسب و کار اتحادیه اروپا در چارچوب بازار واحد اروپایی امتیازدهی شده، گرفته شده است. درصد مشابهی از شرکت‌های کوچک و متوسط موافق‌اند که شرایط بازار در کشورهای داوطلب در سال‌های اخیر بهبود یافته است.

ویژگی‌های شرکت‌های صنعتی کوچک و متوسط ترکیه

ارزیابی کلی در سطح ملی نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط جایگاه مهمی، بر حسب سه شاخص مهم تعداد شرکت‌ها، تعداد کارکنان و ارزش افزوده، در بافت اقتصادی و اجتماعی ترکیه دارند. این شرکت‌ها ۹۹/۵ درصد تعداد کل شرکت‌های صنعتی و ۶۷/۱ درصد از کل اشتغال این شرکت‌ها را در اختیار دارند. از نظر ارزش افزوده خلق شده سهم آن‌ها ۲۷/۳ درصد است. و طیف بسیار متنوعی از تولیدات با سرمایه‌گذاری اندک را دارند. شرکت‌های کوچک و متوسط ویژگی‌های زیر را دارند:

- با هزینه‌های سرمایه‌گذاری پایین تر ایجاد اشتغال می‌کنند؛
- به دلیل ساختار خود از نوسانات اقتصادی کمتر تاثیر می‌پذیرند؛
- دارای انعطاف بیشتری در پذیرش تغییرات و تنوع بخشیدن تقاضا هستند؛
- برای پذیرش نوآوری‌های فناوری‌های نوآوری آمادگی بیشتری دارند؛
- در توسعه درون منطقه‌ای مشارکت دارند؛
- آثار نامناسب الگوی توزیع درآمدی را کاهش می‌دهند؛
- در بویایی و هدایت پس اندازهای شخصی و تشویق آن‌ها مؤثرند؛
- حامی غیرقابل انکار و تکمیلی شرکت‌های صنعتی بزرگ هستند؛
- به عنوان عناصر متوازن و تثبیت کننده نظام‌های اجتماعی و سیاسی محسوب می‌شوند؛ و

- از مهمترین ضمانت‌های جامعه آزاد و اقتصاد آزاد هستند.
- در ترکیه، شرکت‌های کوچک و متوسط با مشکلات عمومی متعددی مواجه هستند که مهمترین آن‌ها عبارت‌اند از:
- نبود دسترسی به اعتبار؛
- نبود دسترسی عملی به تشویق‌های دولتی؛
- سطح پایین فناوری حاکم بر آن؛
- عدم قابلیت ارتقاء یا توسعه بازرگانی و عملیات فنی در کشور؛
- کمبود نیروی ماهر؛ و
- نیاز به ارتقاء رقابتی شدن خود در فرآیند الحاق به اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا.

البته محرک‌ها و تشویق‌های مفیدی از منظر حمایت از این شرکت‌ها

در جریان است. خدمات حمایتی برای شرکت‌های کوچک تجاری از قبیل شبکه‌ای از دارایی‌های صنعتی برای شرکت‌های کوچک، به خوبی توسعه یافته‌اند. اما اثر این شرکت‌ها بسیار محدود خواهد بود. چنانچه محیط کسب و کار بسیار با ثبات و قابل پیش‌بینی نباشد؛ دولت ترکیه باید برای بهبود شرایط این شرکت‌ها اقدام‌هایی را انجام دهد. ترکیه اقدام‌هایی برای تجدید حیات و بازبینی سیاست این شرکت‌ها و تجدید ساختار نظام‌های حمایتی دولتی برای ارتقاء بازرگانی انجام داده است؛ این اقدام‌ها شامل تعیین و به مرحله اجرا گذاشتن چارچوب برنامه عمل شرکت‌های کوچک و متوسط، با لحاظ برخی مشوق‌های مفید، است. برنامه اصلاح اقتصادی جدید پس از مشاوره با شرکای اجتماعی، دست‌اندرکاران اقتصادی شامل این شرکت‌ها، طراحی شده است. پیشرفت‌های محدودی با توجه به بهبود محیط کسب و کار تجاری می‌تواند گزارش شود.

دلایل انتخاب اسکی شهیر برای این مطالعه

آثار گسترش اتحادیه اروپا بر شرکت‌های کوچک و متوسط در مناطق گوناگون ترکیه متفاوت خواهد بود. در این مطالعه منطقه اسکی شهیر انتخاب شده به این دلیل که این منطقه نماینده نمای عمومی این کشور است. این منطقه در شمال غربی آناتولی مرکزی قرار گرفته و ۲۲ درصد آن کوهستانی است؛ ۲۶ درصد کل منطقه را زمین‌های پست پوشانده است. ۹۴ درصد زمین‌ها برای کشاورزی مناسب که ۴۱ درصد از آن مورد استفاده قرار گرفته است. جمعیت این ایالت ۶۵۸ هزار نفر است که ۴۸۳ هزار نفر از آن‌ها در مرکز ایالت زندگی می‌کنند. اسکی شهیر از نظر جغرافیایی مزیت دارد و به دلیل قرار گرفتن در تقاطع راه آهن و اتوبان و همینطور توسعه در بخش‌های کشاورزی و صنعت و برخورداری از ذخایر قابل توجه معدنی یک مرکز مهم اقتصادی است.

اسکی شهیر یکی از بالاترین سطوح تحصیلاتی کشور را دارد؛ میزان باسوادی ایالت به طور متوسط ۹۶ درصد است و دو دانشگاه در این شهر قرار دارد. اسکی شهیر رتبه ششم ایالت‌های پیشرفته را در میان ۷۶ ایالت ترکیه داراست. در گزارش توسعه اجتماعی سازمان ملل، رتبه سوم ایالت‌های پیشرفته ترکیه را حائز شده است.

اسکی شهیر به عنوان مرکز مهم صنعتی ترکیه، منطقه‌ای است که شرکت‌های صنعتی کوچک و متوسط در آن فعال هستند. این مطالعه نشان می‌دهد نه تنها یک بخش خاص بلکه تعدادی از بخش‌ها در این منطقه در حال گسترش هستند. ماشین‌آلات، فلزات و صنایع غذایی سهمی معادل ۷۲ درصد از کل صنعت را دارند. روندهای توسعه طی سال‌های اخیر نشان

می‌دهد که بخش‌های گل و سرامیک در آن در حال رشد بوده است. صنایع منسوجات سهمی معادل هفت درصد از کل صنایع را در اختیار دارند و سرمایه‌گذاری جدیدی در این بخش در سال‌های اخیر صورت گرفته است.

بخش‌های ماشین‌آلات و اقلام آهنی مواد غذایی گل و سرامیک منسوجات سایر
۴۰درصد ۳۲درصد ۱۵درصد ۷درصد ۶درصد

برخی تولیدات این منطقه سهم قابل توجهی در بازار ترکیه دارد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که در تولید موتورهای هواپیما، دیزل لوکوموتیو و براکس کل تولید کشور در این منطقه صورت می‌گیرد. سهم سایر تولیدات در جدول (۱) آمده است. ذخایر براکس عرضه کل تقاضای کشور را جوابگوست و علاوه بر این‌ها بیشتر صادر می‌شود. ۶۰ درصد از کل ذخایر براکس در دنیا در منطقه اسکی شهیر قرار گرفته است.

قلمرو تحقیق

اتاق بازرگانی و صنایع اسکی شهیر، ۴۵۳ عضو در نه بخش مختلف دارد که به این صورت فعال‌اند: حدود ۹۶ عضو در بخش ماشین‌آلات، تجهیزات و صنایع گیرنده‌های الکترونیکی، ۷۴ عضو در صنایع فلزی، ۵۷ عضو در صنایع مبتنی بر سنگ و گل، ۵۶ نفر در صنایع مبلمان، کاغذ و چوب. ۵۳ نفر در صنایع غذایی و ۴۲ نفر در صنایع شیمیایی. نفت و صنایع کائوچو، ۳۰ نفر در بخش معدن، ۲۸ نفر در صنایع منسوجات و چرم و ۱۷ نفر در سایر صنایع.

آمار جمع‌آوری شده از ۱۷۱ شرکت صنعتی است. شرکت‌های نمونه‌گیری شده در این مطالعه با توجه به گردش مالی خود ۷۵ درصد از کل ۴۵۳ عضو را تشکیل می‌دهند. ۹۰ درصد این شرکت‌ها از شرکت‌های کوچک و متوسط هستند.

بخش‌های مطالعه شده

توزیع ۱۷۱ شرکت مورد مطالعه در بخش‌های مختلف به این صورت است: ۳۴ شرکت از صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات، ۲۹ شرکت از صنایع فلزی، ۲۳ شرکت از صنایع شیمیایی، نفت و کائوچو، ۲۳ شرکت از صنایع مبتنی بر سنگ و گل، ۱۷ شرکت از صنایع غذایی، ۱۶ شرکت از صنایع چوب و کاغذ، مبلمان، ۱۲ شرکت از بخش معدن، ۷ شرکت از صنایع گیرنده‌های الکترونیکی، ۷ شرکت از سایر صنایع و ۳ شرکت صنایع منسوجات و چرم.

جدول (۱): سهم اسکی شهیر در تولید ملی برخی تولید ترکیه

شرح	موتور هواپیما	دیزل لوکوموتیو	براکس	کمپرسور یخچال	یخچال	منگنز	اجاق‌گاز و لوازم آن	سرامیک (کف و دیواری)	بیسکویت و کیک	آجر و کاشی
سهم (درصد)	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۹۵	۶۰	۶۰	۴۰	۴۰	۳۵	۲۵

ظرفیت صنایع

درصد استفاده از ظرفیت در سال ۲۰۰۱ متوسط میزان ظرفیت مورد استفاده در تمامی شرکت‌های مورد بررسی در پایان سال ۲۰۰۱ در حدود ۵۷ درصد بوده است؛ گرچه تغییراتی بر حسب نوع شرکت‌ها وجود دارد.

در سال ۲۰۰۱ شرکت‌های صنعتی ترکیه از ۶۹/۹ درصد ظرفیت اسمی خود استفاده کرده‌اند. میزان ظرفیت استفاده شده در منطقه اسکی شهیر کمتر از کل ترکیه بوده است.

دلایل عدم استفاده از ظرفیت کامل

مهمترین دلایل عدم استفاده کامل

از ظرفیت اسمی، عبارت‌اند از: ناکافی بودن تقاضای داخلی (۵۷ درصد)؛ مشکلات مالی (۱۹ درصد)، ناکافی بودن تقاضای خارجی (۸ درصد)، مشکلات ناشی از مواد خام (۴ درصد)، مشکلات فصلی (۵ درصد) و مشکل ناشی از نیروی کار (۱/۲ درصد) و سایر مشکلات (۷ درصد).

کارکنان: در شرکت‌های مورد بررسی در سال ۲۰۰۲ بیش از ۱۸ هزار نفر به کار اشتغال داشته‌اند، یعنی از ۲۹ هزار نیروی کاری که در ۴۵۳ شرکت عضو اتاق بازرگانی و صنایع اسکی شهیر ۶۷ درصد آن‌ها مورد مطالعه قرار داشته‌اند. شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه از بحران مالی سال‌های اخیر به شدت تاثیر پذیرفته‌اند. در بین صنایع مختلف، بخش گیرنده‌های الکتریکی و ماشین‌آلات بیشترین سهم را در اشتغال داشته‌اند. سهم بخش‌ها در اشتغال به شرح زیر است:

تعداد شرکت‌ها	۵	۱۳	۳۶	۷۷	۳۷	۰
ظرفیت استفاده شده	۱-۱۰	۱۱-۳۰	۳۱-۵۰	۵۱-۸۰	۸۰-۱۰۰	۳
نرخ (درصد)						

- ماشین‌آلات و گیرنده‌های الکتریکی (۳۰ درصد)
- صنایع مبتنی بر سنگ و گل (۱۹ درصد)
- صنایع غذایی (۱۳ درصد)
- صنایع فلزی (۱۳ درصد)
- صنایع چرم و منسوجات (۱۰ درصد)
- معدن (۵ درصد)
- صنایع چوب و کاغذ و مبلمان (۵ درصد)
- صنایع شیمیایی (۵ درصد)

سطح تحصیلات کارکنان

ابتدایی	دبیرستان	دیپلم	دانشگاهی لیسانس	فوق لیسانس
۳۱ درصد	۱۶ درصد	۴۱ درصد	۱۱ درصد	۱ درصد

مهارت دانستن زبان خارجی

در حدود ۷۹۵ شاغل، زبان خارجی می‌دانند؛ که این به معنای آن است حدود چهار درصد از کل نیروی کار به زبان خارجی آشنایی دارند. این زبان‌ها بیشتر انگلیسی، آلمانی، فرانسه، روسی، ایتالیایی، اسپانیایی و بلغاری است. در ۱۸ شرکت هیچ یک از شاغلین به زبان خارجی آشنایی ندارند.

- مهارت‌های استفاده از رایانه

۳۴۳۶ نفر به زبان رایانه آشنایی داشتند یعنی ۲۱ درصد از کل کارکنان می‌توانند از رایانه استفاده کنند.

- آموزش کارکنان

آموزش برای رشد شرکت و کیفیت تولید بسیار مهم است. داده‌ها نشان می‌دهد که ۹/۷ شرکت‌ها برای کارکنان خود امکانات آموزشی فراهم می‌کنند و ۴۸ درصد هیچ گونه برنامه آموزشی یا مهارتی در شرکت‌های خود ندارند.

تعداد شرکت‌ها

۷۶
۴۰
۳۶
۲۶
۱۴
۱۰

نهادها

برقراری دوره‌های عملی در شرکت
آموزش توسط شرکت فروشنده ماشین‌آلات
موسسات خصوصی
سازمان توسعه صنایع کوچک و متوسط
سایر موسسات دولتی
دانشگاه

نبود نیروی کار ماهر و آموزش‌دیده از مهمترین نقاط ضعف شرکت‌های کوچک و متوسط است. در واقع، این شرکت‌ها برای کارکنانی که به عنوان فراگیر استخدام کرده‌اند، به

عنوان نهادهای آموزشی حرفه‌ای عمل می‌کنند. رقابت اقتصادی و نیاز برای تطبیق با نوآوری‌های فناورانه مستلزم داشتن کارکنان آموزش‌دیده است. شرکت‌های کوچک و متوسط باید برای مشارکت و همکاری با دبیرستان‌ها و دانشگاه‌ها، موسسات خصوصی و دولتی ترغیب شوند.

تعداد اتحادیه‌های کارگری

۲۹ درصد از شاغلین عضو اتحادیه‌های کارگری هستند. در مجموع ۱۱ درصد از کل شرکت‌ها با اتحادیه کارگری کار می‌کنند. توسعه مهارت‌ها و نیروی کار قابل انعطاف از طریق سیاستی که توازن مناسب میان انعطاف و امنیت محیط کار را ترغیب کند باید حمایت شود.

بازاریابی و رقابت

۴۴ شرکت از میان گروه پاسخگو، ۲۶ درصد جامعه آماری، واحد بازاریابی فعال داشته‌اند. در مورد بافعالیت‌های تبلیغاتی، ۲۴۴ شرکت یکی از انواع فعالیت‌های تبلیغاتی بازاریابی را داشته‌اند که بیشتر به صورت بروشور و کاتالوگ، نمونه محصول، استفاده از اینترنت یا سایت شخصی شرکت، شرکت در نمایشگاه‌های داخلی، رسانه‌های گروهی، ترغیب خرده‌فروشان و عمده‌فروشان بوده است.

شیوه‌های تبلیغاتی

تعداد شرکت‌ها

۷۶	بروشور و کاتالوگ
۵۶	نمونه محصول
۵۵	اینترنت
۵۰	نمایشگاه داخلی
۴۳	روزنامه‌ها
۲۶	ترغیب خرده‌فروشان و عمده‌فروشان
۲۶	نمایشگاه خارجی

رقابت در بازار داخلی

شرکت‌های کوچک و متوسط از تقاضای داخلی کاهش یافته به شدت نفع می‌برند در حالی که موقعیت رقابتی آن‌ها به اندازه کافی قوی نیست که از مزیت ناشی از کاهش ارزش لیر ترکیه سود ببرند.

آن‌ها خود را در وضع رقابتی نامناسب در بهره‌برداری و کارایی از ظرفیت اسمی، تدارک مواد خام، هزینه‌های نیروی کار، خدمات پس از فروش، نیروی کار ماهر، قیمت محصول، سطح توسعه فناوری، امکان تغییر در نوع محصول و بی‌کفایتی در بهره‌وری می‌بینند. بیشتر آن‌ها نبود رقابت پذیری خود را در عواملی چون سیاست ارزی کشور، انگیزه‌ها و مشوق‌های دولتی، هزینه بالای انرژی، امکانات مالی، نبود فعالیت‌های تحقیق و توسعه کارایی در راهبردهای بازاریابی و سهم بازار می‌دانند.

رقابت پذیری با شرکت‌های مشابه در اتحادیه اروپا

۶۰ الی ۷۰ درصد شرکت‌ها در این بررسی خود را در عرصه رقابت با کشورهای اروپایی بر مبنای کیفیت محصول، هزینه نیروی کار، ظرفیت تولید و نیروی کار با کیفیت، توانمند ارزیابی کرده‌اند. آن‌ها خود را در عرصه‌هایی مانند سطح فناوری و هزینه مواد خام کمتر رقابت‌پذیر ارزیابی کرده‌اند. بیشتر آن‌ها اذعان دارند که نبود دانش از بازار خارجی، هزینه‌های بالای حمل و نقل، هزینه بالای سوخت و انرژی، امکانات مالی، تفاوت قوانین و سیاست ارزی کشور باعث رقابت‌پذیری کمتر شده است.

کشورهای رقیب در بازار داخلی

مهمترین رقیب در بازار داخلی را کشورهای اتحادیه اروپا، خاور دور (چین) و در رتبه بعدی ایالات متحده و شرق اروپا و بالکان تشکیل می‌دهند.

عوامل رقابتی در بازار داخلی و خارجی

در زمینه اولویت در عوامل رقابت‌پذیری در بازارهای داخلی و خارجی شرکت‌ها خود را بر مبنای عوامل کیفیت تولید، هزینه نیروی کار، نوع محصول و نیروی کار با کیفیت رقابت‌پذیر و بر مبنای عوامل راهبرد بازاریابی، خدمات پس از فروش و سازماندهی در بازار خارجی، ناکارآرزیابی کرده‌اند.

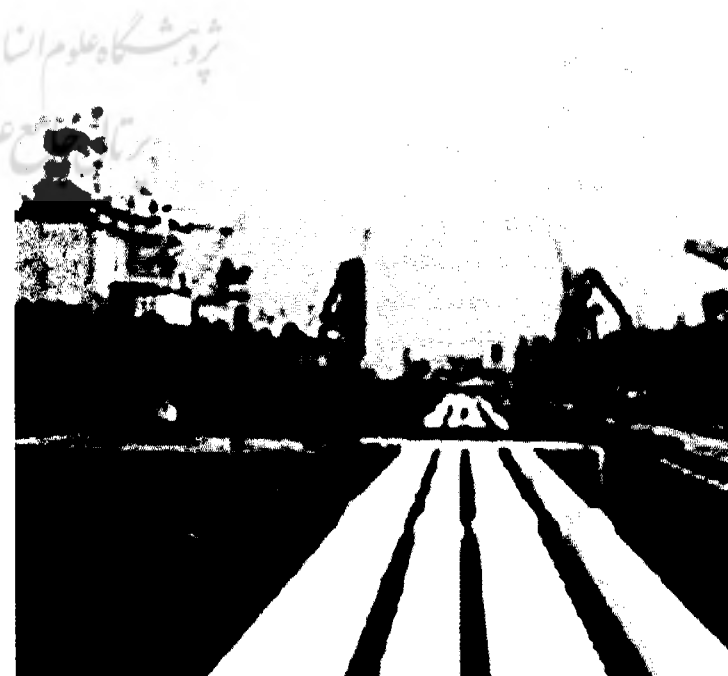
عرصه رقابت پذیری در بازار خارجی

در زمینه اولویت عوامل رقابت‌پذیری در بازارهای خارجی، شرکت‌ها خود را بر مبنای عوامل هزینه نیروی کار، بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌ها، کیفیت تولید، تنوع تولید، نیروی کار با کیفیت، تطابق با استانداردهای بین‌المللی، قیمت محصول، مناسب بودن قیمت‌ها و سطح بهره‌وری رقابت‌پذیر می‌دانند؛ حال آنکه بر مبنای عوامل راهبرد بازاریابی، تشریفات اداری حاکم، اطلاعات و دانش از بازارهای خارجی، علائم تجاری، نوآوری، تحقیق و توسعه و مشوق‌های دولتی کمتر رقابت‌پذیر می‌دانند.

صادرات: میزان صادرات شرکت‌های عضو اتاق بازرگانی و صنایع اسکی شهیر در سال ۲۰۰۰ بالغ بر ۵۴۴ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۱ در حدود ۶۳۹ میلیون دلار بوده است. نسبت صادرات سرانه در اسکی شهیر بالاتر از متوسط صادرات سرانه ترکیه است. ۵۳ درصد صادرات این منطقه به اتحادیه اروپا روانه می‌شود. ۳۴ درصد از کل شرکت‌های مورد بررسی در این مطالعه محصولات خود را صادر کرده‌اند. محصولات فلزی ۳۸ درصد، صنایع فلزی ۲۹/۸ درصد و مواد معدنی ۶/۸ درصد از کل صادرات منطقه را به خود اختصاص می‌دهند.

سطح فناوری

عمر ماشین‌آلات و تجهیزات: بسیاری از ماشین‌آلات و تجهیزات نصب شده در شرکت‌ها عمری بین یک تا چهار سال دارند و تقریباً نو محسوب می‌شوند. ۱۳۵ شرکت اطلاعات مرتبط با فناوری و نوآوری را تعقیب می‌کنند ولی در عین حال اذعان دارند که دولت باید شرکت‌ها را برای استفاده بهتر از تحقیقات و فناوری یاری کند. ۸۵ درصد شرکت‌ها اعلام داشته‌اند که فناوری‌های جدید و



جدول (۲) - دیدگاه شرکت‌ها نسبت به عوامل رقابت پذیری

بازار خارجی		بازار داخلی		عوامل رقابت
خیر	بلی	خیر	بلی	
۷۲	۷۹	۲۰	۱۳۳	کیفیت تولید
۹۰	۶۱	۵۲	۱۰۱	نوع تولید
۹۱	۶۰	۶۰	۹۴	نیروی کار ماهر
۸۳	۶۷	۶۶	۸۶	هزینه نیروی کار
۱۰۷	۴۴	۶۸	۸۵	خدمات پس از فروش
۱۲۸	۲۲	۸۸	۶۷	راهبرد بازاریابی

اعتبارات بانک‌های خصوصی و دولتی و نهادهای اعتباری خصوصی است. ۱۳۸ شرکت (۷۴ درصد از کل) از منابع سهامداران، ۱۲/۲ درصد از اعتبارات بانک‌های خصوصی، ۰/۹ درصد از اعتبارات بانک‌های دولتی بهره‌مند شده‌اند. شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه اغلب به منابع سرمایه‌ای خود و سهامداران خود در کل تامین مالی اتکا دارند. تنها چهار الی پنج درصد از آن‌ها مشوق‌های مالی دولتی است. بانک‌ها بر اساس طرح‌های توجیهی یا طرح‌های کاری در بدو کار شرکت‌های کوچک و متوسط به آنان پول یا وام نمی‌دهند. زمانی شروع به اعطای وام می‌کنند که مطمئن شوند که با تضمین‌هایی اعتبار آرایه شده برگشت داده خواهد شد.

منابع تامین مالی شرکت‌ها در سال ۲۰۰۱-۲۰۰۰

شرکت‌ها در سال ۰۱ - ۲۰۰۰ از طریق منابع سهامداران، اعتبار بانک خصوصی، موسسات اعتباری خصوصی، و استقراض فامیلی تامین مالی شده‌اند. ۵۱ درصد شرکت‌ها با منابع سهامداران تامین مالی شده‌اند. مهمترین مشکل شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه همانا دسترسی به منابع تامین مالی است. این مشکل در شرایط فعلی اقتصادی ترکیه بیشتر حاد شده است. «هالک بانک» (Halk Bank)، تنها بانک دولتی است که برای اعطای اعتبارات به صنایع کوچک و متوسط و صنایع دستی با مزیت وام اعطا می‌کند. حتی در این مورد نیز امنیت بدهی یک مشکل اساسی برای این شرکت‌هاست، مشکلات نقدینگی شرکت‌های کوچک و متوسط، متاسفانه و با وقفه‌هایی که در پرداخت معاملات بازرگانی که در تمامی ترکیه در حال گسترش است بیشتر تشدید می‌شود. این شرکت‌ها نیاز به اعتبارات کوتاه و بلند مدت دارند. هر چند مهمترین عاملی که استفاده از این گونه اعتبارات را محدود می‌کند، هزینه بالای آن است.

اتحادیه اروپا

اطلاعات در مورد قوانین اتحادیه اروپا

۴۸ درصد شرکت‌ها اعلان کرده‌اند که به طور کامل از قوانین اتحادیه اروپا آگاهی ندارند. تنها ۱۵ شرکت به طور دقیق در مورد قوانین اتحادیه

نوآوری‌ها را در تولیدات خود دنبال می‌کنند. از حیث انطباق تولید با استانداردهای کیفیت ترکیه، بیش از نیمی از شرکت‌ها آن را رعایت می‌کنند و ۷۷ درصد آن‌ها گواهی‌های سری ایزو ۹۰۰۰ را اخذ کرده‌اند و کیفیت مدیریت جامع در ۷۹ درصد شرکت‌ها اجرا می‌شود.

۷۲ درصد شرکت‌ها به شبکه اینترنت متصل هستند و اعتقاد دارند که باید از مزیت ابزارهای جدید مانند تجارت الکترونیک که عامل مهمی در بازار جهانی است، بهره‌گیری کنند. این شرکت‌ها بر این باورند که به منظور بهره‌گیری از فرصت‌های آرایه شده شبکه‌های رایانه‌ای که موجب توسعه فعالیت‌های آن‌ها با هزینه‌های بسیار پایین و عقد قراردادهای خارجی با شرکای خارجی و تجارت الکترونیک می‌شوند، دولت باید استفاده از اینترنت را ترغیب کند.

۶۷/۲ درصد از این شرکت‌ها پست الکترونیک و ۳۲ درصد آن‌ها وب سایت مخصوص دارند؛ سایر شرکت‌ها یا از وب سایت خود به صورت کارآ استفاده نمی‌کنند و یا فاقد آن هستند.

استانداردها

اخذ استاندارد سری ایزو ۹۰۰۰ برای شرکت‌های ترکیه‌ای به سرعت اجباری شد. این گواهی‌ها مستقل از صنایع خاص یا بخش‌های اقتصادی عمومی محسوب می‌شوند. بیش از سه چهارم شرکت‌ها این گواهی‌ها را اخذ کرده‌اند و در مورد با گواهی‌های مدیریت محیط زیست، ایزو ۱۴۰۰۰، با توجه به نیازهای این شرکت‌ها به مستند سازی، آموزش، آشنایی با جنبه‌های زیست محیطی و تأثیرگذاری بر آن‌ها، ارزیابی عمر محصول و دستورالعمل‌های اجرایی مشکل آن، تنها پنج درصد از شرکت‌ها آن را اخذ کرده‌اند.

برای ساده سازی رویه‌ها و امکان دسترسی آسانتر به بازار، استفاده از ثبت نام، طراحی و علائم تجاری کالا توسط شرکت‌های کوچک و متوسط، به ویژه برای شرکت‌هایی که از عدم شهرت نام محصول رنج می‌برند، بهترین شیوه است.

مالیه

منابع تامین مالی تجهیزات سرمایه‌ای شرکت، منابع سهامداران،

اروپا آگاهی داشته‌اند. این نشان می‌دهد که تمامی شرکت‌ها باید به خوبی از قوانین مرتبط با قوانین جاری اتحادیه اروپا به خوبی اطلاع رسانی شوند. بسیاری از شرکت‌هایی که از قوانین اتحادیه اروپا در مورد محصول خود آگاهی داشته‌اند از منابع شخصی استفاده کرده‌اند. اتاق بازرگانی و صنایع، شرکت‌های مشاور داخلی، و موسسات دولتی از دیگر منابع دسترسی به اطلاعات مرتبط با قوانین اتحادیه اروپا بوده‌اند.

در مورد هماهنگ سازی قوانین میان اتحادیه اروپا و ترکیه در زمینه محصولات، بسیاری از شرکت‌ها اظهار تمایل کرده‌اند که این اقدام مرحله به مرحله ایجاد شود. تنها ۱۵ شرکت اعلام کرده‌اند که محصولات آن‌ها کاملاً مطابق استانداردهای اروپایی است. در باره با تأثیر هماهنگ سازی قوانین میان محصولات ترکیه با اتحادیه اروپا، تعداد اندکی از شرکت‌ها تأثیر را مثبت ارزیابی کرده‌اند و در مورد استفاده از علامت تجاری CE که علامت کیفیت اروپایی خوانده می‌شود و در بسیاری از کشورها جا افتاده است. بخش اعظم شرکت‌های مورد بررسی اعلام کرده‌اند که از این علامت استفاده نمی‌کنند. در باره با شراکت با شرکت‌های خارجی که برای شرکت‌ها و ادغام شدن در فرآیند جهانی شدن بسیار حیاتی است، ۷۷ درصد شرکت‌ها با این امر موافق نبوده‌اند.

نتیجه گیری

برای موسسات خصوصی، فرصت‌های جدید و همچنین چالش‌های رقابتی پس از گسترش اتحادیه اروپا هم در اتحادیه اروپا و هم در کشورهای داوطلب ظهور پیدا خواهد کرد. شرکت‌های کوچک و متوسط ترکیه قادرند که از مزایای یک بازار واحد اروپایی بزرگ‌تر بهره‌مند شوند و به سوی این بازارهای جدید حرکت کنند و در رشد تولید و اشتغال مشارکت کنند. اما برای ادغام این شرکت‌های ترکیه‌ای در اتحادیه اروپا، بازگشایی بیشتر به سوی فناوری‌های جدید، انواع جدید سازماندهی و همکاری میان شبکه‌های شرکت‌ها و همچنین تمرکز قوی‌تر بر مواردی نظیر کیفیت، طراحی، بازاریابی، تحقیق و آموزش ضروری است.

ترکیه باید شرکت‌های کوچک و متوسط را برای بهبود رقابت‌پذیری، خلق رشد و ایجاد فرصت‌های شغلی در کشور ارتقاء دهد. این اقدام باید در موارد کلیدی زیر برای حمایت و ترغیب این شرکت‌ها صورت پذیرد:

آموزش و کارآموزی برای کارآفرینان و آموزش کارکنان؛

راه اندازی ارزانتر و سریعتر؛

قوانین و مقررات بهتر برای هماهنگی با قوانین اتحادیه اروپا؛

در دسترس بودن مهارت‌ها؛

بهبود دسترسی به هنگام و استفاده از الگوهای موفق تجارت الکترونیک و توسعه و حمایت بخش خصوصی در رده بالا؛

توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط با تامین منابع مالی، مالیات‌گیری و سایر مشوق‌ها؛

تقویت ظرفیت فناوری این شرکت‌ها؛

توسعه شرکت‌های قدرتمندتر، بسیار کارآ با علائق کار در سطح اتحادیه اروپا و ملی؛

دسترسی به منابع مالی در مرحله اولیه و ابتدایی تاسیس و تامین مالی

برای توسعه و کسب فناوری بالا؛

بهبود خدمات حمایتی قابل رویت؛

دسترسی به تحقیق و نوآوری، استفاده بهتر از حق ثبت، افزایش

مشارکت در برنامه‌های اتحادیه اروپا؛

بهبود امور اجرایی دولتی؛

بهبود شرایط کاری و استخدام؛

ترکیه باید اهداف کلان اقتصادی اصلی را تشخیص دهد و یک محیط

مناسب برای فعالیت شرکت‌های کوچک و متوسط را در ترکیه خلق کند؛

مهارت‌تورم (تورم بیشتر بار را بر شرکت‌های کوچک و متوسط تحمیل می‌کند

و مانع گسترش آن‌ها می‌شود و حتی گاه بقاء آنان را به خطر می‌اندازد. در شرایط

نورمی بسیار مشکل است که آن‌ها سرمایه‌فرسایشی خود را حفظ کنند)؛

ترغیب رشد و پایدار نگاه داشتن مسیر رشد؛

حفظ توازن حساب جاری نزدیک به صفر؛ و

سیاست‌های ساختاری باید بتواند بحران‌های اخیر را حذف کند، تاکید

ویژه بر تجدید ساختار بانک‌های خصوصی و افزایش شفافیت مدیریت

اقتصادی و ارتقای نقش این شرکت‌ها در اقتصاد کشور.

پی‌نوشت‌ها:

* منبع:

Impact of Membership of the European Union on Small and Medium-Sized Enterprises in Turkey: A Case Study in the Eskishir Region, Necdet Saglam, <http://cide.univ.szczecin.pl/mec3/>

1. Yves clarisse Eu study back Turkey membership 30 Sep. 2004.

2. CPB, Assessing the economic implications of the Turkish accession to the EU, CPB Document 56- 2004.

منابع:

- <http://www.kobinet.org.tr/kosgebabm/>
- <http://www.kosgeb.gov.tr/index2.htm>
- Mehmet Atilla SOGUT, experience in promotion of SME s in Turkey. <http://www.unecce.org/indust/sme/tr-study.htm>
- <http://www.unecce.org/indust/sme/tr-study.htm>
- Mustafa H. Colako?lu, KOBİ Rehberi 2002, Yorum Matbaa, Ankara 2002.
- Dunya Gazetesi, Eskisehir Supplement 16-11-2001.
- Commissioner Frits Bolkestein, Enlargement: Together again, Europe Conference organised by the SME-Union of the EPP Brussels, 1 March 2001.
- http://europa.eu.int/comm/enlargement/report2001/tu_en.pdf
- http://europa.eu.int/comm/economy_finance/publications/enlargement_papers/2002/elp07en.pdf- <http://www.eso.org.tr/en-Yeni-Ufuklar>, Eskisehir Chamber of Industry, January-March 2002.
- Rheinisch-Westfalisches Institut Fur Wirtschaftsforschung, in Co-operation with European Policies Research Centre, University of Strathelde Glasgow, Impact of the Enlargement of the European Union on Small and Medium-sized Enterprises in the Union, Final Report to the European Commission DG Enterprise, Essen and Galsgow, November 2000
- Saglam, N., Aydin, D., Hepkul, A., ESO KOBİ Envanteri, Eskisehir, 2002. - European Commission, SMEs in Europa, including a first glance at EU candidate countries, Observatory of European SMEs 2002/ No:2, Belgium, 2002.
- European Commission, Highlights from the 2001 Survey, Observatory of European SMEs 2002/ No:1, Belgium, 2002.