



Management & Development Process

چکیده

در پژوهش حاضر، بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در استان سمنان، آسیب‌شناسی و راهبردهای عملی برای حمایت از آنها بیان شده است. بر اساس بررسی‌های کتابخانه‌ای و تجربی، و مصاحبه با مسئولان دستگاه‌های اجرایی ذریع و بنگاه‌های کوچک و متوسط در استان سمنان، مهمترین مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط، با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش، مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان به تعداد ۱۶۰۹ واحد را شامل می‌شود. نمونه آماری نیز ۳۱۰ نفر از افراد مذکور است که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای- تصادفی انتخاب شده است. نتایج بررسی‌های آماری نشان داد که بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان، با آسیب‌ها و مشکلات درون‌بنگاہی و برون‌بنگاہی متعددی مواجه است. همچنین تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی انجام شده از بنگاه‌های مذکور در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی، و مدیریتی ناکافی بوده و نتوانسته است راهگشای مشکلات بنگاه‌های مذکور باشد. رتبه‌بندی حمایت‌های دولت از دیدگاه مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط نشان داد که حمایت‌های مالی دولت از بنگاه‌های مذکور، در درجه اول اهمیت قرار دارد و حمایت‌های مدیریتی، بازاریابی و فنی در رتبه‌های بعد است.

کلیدواژه‌ها: بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs)، آسیب‌شناسی، حمایت‌گری، راهبردهای حمایتی، استان سمنان

آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) و بیان راهبردهای عملی برای حمایت از آنها (بررسی موردی: استان سمنان)

علی‌اکبر امین‌بیدختی
سیدمجتبی زرگر

دریافت: ۱۳۹۰/۰۶/۱۳

پذیرش: ۱۳۹۰/۰۹/۰۶

مقاله برای اصلاح به مدت ۱۵ روز نزد پدیدآوران بوده است

آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) و بیان راهبردهای عملی برای حمایت از آنها (بررسی موردی: استان سمنان)

علی‌اکبر امین‌بیدختی^۱
سیدمجتبی زرگر^۲

مقدمه

در طول چند سال گذشته، کسب و کارهای کوچک و متوسط، به عنوان اصلی‌ترین منابع ایجاد شغل در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه شناخته شده است. کسب و کارهای مذکور به دلیل ماهیت و ویژگی‌های خاص خود و نیز به دلیل سهم مهمی که در میزان اشتغال در کشورها و افزایش رشد و توسعه اقتصادی جوامع دارد، برای دولت‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار است (Svetlicic, Gilmore & Cummins). شرکت‌های مذکور، به دلیل کوچکی و سادگی در ساختار سازمانی، از انعطاف‌پذیری فراوانی در برابر تغییرات، سرعت قابل قبولی در انجام فعالیت‌ها، قدرت رقابت در محیط بیرونی شرکت و نیز از توانایی و ظرفیت‌های فراوانی برای بهبود عملکرد خود و دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی شده شرکت با استفاده از منابع موجود برخوردار است (Wilkinson & Brouthers, 2008: 234).

در حال حاضر، در کشورهای مختلف جهان، سیاست‌های معطوف به گسترش صنایع کوچک و متوسط به سیاست‌های مهم و اساسی تبدیل شده است و

۱. استادیار و عضو هیأت علمی
دانشگاه سمنان دکتری مدیریت
a_aminbeidokhti@yahoo.com
۲. مدرس دانشگاه سمنان و کارمند
سازمان صنعت، معدن و تجارت
استان سمنان
mojtaba.zargar@gmail.com

بدین ترتیب، پیشرفت صنایع مذکور، نقش مهمی در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها دارد. در واقع، هر چه یک کشور به لحاظ توسعه اقتصادی در سطح بالاتری قرار داشته باشد، اتکاء توسعه صنعتی آن بیشتر بر صنایع کوچک و متوسط است و این موضوع بیانگر این است که در جهان کنونی، صنایع کوچک و متوسط را باید واقعیاتی انکارناپذیر در نظر گرفت و با سیاست‌گذاری‌های مناسب اقتصادی، برای پیشرفت و توسعه آنها تلاش کرد (فتحیان، ۱۳۸۷: ۲۲).

بر اساس تجارب بسیاری از کشورها، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند بنیان توسعه اقتصادی و منطقه‌ای باشند و زمینه را برای بسیج منابع کشور فراهم کنند که نتیجه آن، افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در سطوح ملی و منطقه‌ای است. علاوه بر این، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند نقش مهمی در جذب نیروی کار مازاد که ناشی از فعالیت‌های خصوصی‌سازی است، داشته باشند (ناصریخت، ۱۳۸۱: ۲۴). شرکت‌های کوچک و متوسط، نوآور هستند و با توجه به اینکه صنایع کوچک و متوسط در بسیاری از بخش‌ها، مزیت‌های نسبی فراوانی نسبت به صنایع بزرگ دارد، این امر آنها را قادر می‌کند که سریع‌تر و کارتر به تحولات فزاینده جهانی، عکس‌العمل نشان دهند و به دلیل انعطاف‌پذیری فراوان و توانایی انطباق با تغییرات بازار و سلیقه مشتریان، از مزیت‌های انکارناپذیری برخوردار هستند (عسگری و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۱). علاوه بر این، بنگاه‌های کوچک و متوسط، عامل جذب و اشتغال بخش عظیمی از جمعیت کشورها و آموزش نیروی کار ماهر هستند و تأمین نیروی انسانی متخصص برای شرکت‌های بزرگ، توسط آنها انجام می‌شود (کریمی و ثاقب، ۱۳۸۸: ۶۷).

از این رو، در بسیاری از کشورهای پیشرفته و تازه توسعه‌یافته جهان، ایجاد و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، یکی از اولویت‌های اساسی در برنامه توسعه اقتصادی برای مقابله با مشکلات اقتصادی به ویژه بیکاری محسوب می‌شود (UNIDO, 2008: 17).

بیان مسأله

بر اساس مباحث مذکور در قسمت پیشین، یکی از راهبردهای مؤثر در مواجهه با چالش‌های کسب و کار، استفاده از سرمایه‌های اقتصادی، ارتقای بهره‌وری و

توانمندسازی بنگاه‌های کسب و کار کوچک در کشور است. از این رو، بسیاری از دولت‌ها متقاعد شده‌اند که باید از طریق برنامه‌ریزی‌های صحیح و اصولی، بستر رشد را برای واحدهای کوچک و متوسط فراهم کنند و آنها را تا زمان تبدیل به شرکتی مستقل و توانمند مورد حمایت قرار دهند (شایقی، ۱۳۸۶: ۲۹).

در کشور ما با وجود تعداد فراوان صنایع کوچک و متوسط در ساختار صنعتی (حدود ۹۵٪)، واحدهای مذکور با معضله‌های متعدد و عقب‌ماندگی‌های فاحشی رو به رو است، به نحوی که از ایفای نقش راهبردی مورد انتظار خود همانند کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ناتوان مانده است. در واقع، طی ۱۵ سال گذشته، نقش و جایگاه بنگاه‌های کوچک و متوسط، با وجود حجم کم سرمایه مورد نیاز و میزان اشتغال‌زایی فراوان آنها در بخش صنعت و اقتصاد ایران، رو به کاهش بوده است و بنگاه‌های کوچک ایران قادر نبوده‌اند نسبت به بنگاه‌های بزرگ از مزیت نسبی در توسعه صنعتی و اقتصادی کشور برخوردار باشند. همچنین قدرت بازاریابی بنگاه‌های مذکور برای فروش محصولات خود به دلیل عدم اطلاع کافی از نیازهای بازار در اقصی نقاط کشور و نیز بازارهای خارج از کشور، نسبتاً ضعیف بوده است و از این رو، بنگاه‌های مذکور با مشکل کمبود تقاضا برای محصولات خود مواجه هستند و این وضعیت، در کاهش فروش و سود آنها مؤثر است (فتاح، ۱۳۸۶: ۱۳).

در استان سمنان نیز با اینکه بیش از ۹۵ درصد از کل واحدهای تولیدی در گروه صنایع کوچک و متوسط قرار می‌گیرد، به دلیل فقدان راهبرد توسعه مبتنی بر ساختارهای موجود صنعتی و رها کردن واحدهای کوچک تولیدی به حال خود، بنگاه‌های مذکور سهم فراوانی در تولید ناخالص ملی و ایجاد ارزش افزوده کسب نکردند و با کمبودهای شدیدی مواجه هستند.

به نظر می‌رسد کاهش موقعیت و مزیت بنگاه‌های کوچک نسبت به صنایع بزرگ، تحت تأثیر عوامل درون‌بنگاهی و برون‌بنگاهی متعددی باشد. همچنین راه‌اندازی واحدهای تولیدی کوچک و افزایش قابلیت‌های مذکور، تابع متغیرهای دورن‌سازمانی و محیطی و نیز سازوکارهای حمایتی مناسب است. تحت شرایط مطلوب و در صورت حمایت صحیح، واحدهای تولیدی کوچک و متوسط، می‌تواند نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در رفع نیازهای بازار داشته باشد. بنابراین،

بررسی مشکلات درون و برون‌بنگاهی واحدهای تولیدی کوچک و متوسط، همراه با بررسی آثار و نتایج سیاست‌های حمایتی دولت و شناسایی زمینه‌های حمایتی مورد نیاز آنها به منظور برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های صحیح و اصولی برای نیل به توسعه اقتصادی و اجتماعی استان و کشور و تحقق چشم‌انداز بیست‌ساله نظام، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

بدین ترتیب، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود ضمن بررسی مهمترین مسائل و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان، کفایت یا عدم کفایت حمایت‌های دولت از واحدهای تولیدی کوچک و متوسط تعیین شود و با شناسایی زمینه‌هایی که مورد توجه نهادهای متولی دولت نبوده است، راهکارهایی عملی برای حمایت از کارآفرینان و بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در استان و کشور بیان گردد. در واقع، در پژوهش حاضر پاسخ به پرسش اساسی زیر مورد توجه است: مهمترین ضعف‌ها و تهدیدهای پیش‌روی بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان کدام است و با استفاده از کدام سازوکارهای حمایتی، می‌توان موجبات ارتقای جایگاه و موقعیت بنگاه‌ها را در استان سمنان و کشور فراهم کرد؟

آسیب‌ها و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران

در کشور ما با وجود تعداد فراوان صنایع کوچک و متوسط در ساختار صنعتی (حدود ۹۵ درصد)، این واحدها با معضل‌های متعدد و عقب‌ماندگی‌های فراوانی روبه‌رو است، به نحوی که از ایفای نقش راهبردی مورد انتظار برای آنها همچون کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ناتوان مانده است و با کمبودهای شدیدی مواجه است (مظفری، ۱۳۸۶: ۱۱۵-۱۱۴). در زیر برخی از کمبودهای مذکور بیان می‌شود:

- فقدان مقیاس‌های لازم از جنبه‌های مختلف سرمایه، تولید و بازار
- فقدان محیط‌های مناسب رشد کسب و کار از جنبه‌های مختلف حقوقی، قانونی و غیره
- فقدان زیرساخت‌های نرم‌افزاری و تشکیلاتی
- تولید با فناوری‌های قدیمی و عدم دسترسی به فناوری‌های نوین
- فقدان ارتباط منسجم با شبکه‌های بانکی و مالی کشور

○ نبود شبکه‌های همکاری میان‌بنگاهی

○ عدم شناخت از بازارهای هدف

در مجموع، عمده موانع پیش‌روی بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران عبارت است از:

۱. موانع بازار مانند وجود خریدهای انحصاری، نوسان‌ها در عرضه و تقاضا، خرید مواد اولیه در مقیاس‌های کم که به افزایش قیمت‌ها منجر می‌شود و غیره.
 ۲. موانع مالی مانند مشکلات مربوط به ارائه ضمانت‌نامه‌های بانکی، تأخیر در دریافت درآمد حاصل از فروش، افزایش فشار نقدینگی بر بنگاه‌های کوچک، متوسط و غیره.
 ۳. عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات از جمله اطلاعات بازاریابی درباره بازارهای داخلی و خارجی، اطلاعات درباره وضعیت مالی و فناوری صنایع کوچک و متوسط برای کمک به سرمایه‌گذاران در انتخاب کسب و کارهای مناسب برای سرمایه‌گذاری، اطلاعات فنی و عملیاتی، اطلاعات درباره منابع تأمین مواد اولیه تولید و خریداران و غیره.
 ۴. سیاست‌های دولت مانند ناتوانی در ایجاد محیط توانمندساز برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، موانع اداری برای اخذ عوارض و فقدان نهادهای حل دعاوی احتمالی و غیره (عمید و غمخواری، ۱۳۸۸: ۱۸۷).
- با بررسی اولیه بنگاه‌های مذکور مشخص شد مشکلاتی که موجب کوتاهی مدت فعالیت آنها و ورشکستگی و از بین رفتن سرمایه‌های انسانی و مالی کشور شده است، به دو بخش درونی و بیرونی تقسیم می‌شود.

الف) بخش درونی

مؤسسات و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط، به طور ساختاری با محدودیت منابع، اعم از انسانی و مادی مواجه است. محدودیت منابع، مسایل خاصی را برای آنها ایجاد می‌کند که مهمترین آنها، توان کم برای تولید و ناهماهنگی با افت و خیزهای بازار است. در عین حال، بنگاه‌های مذکور به دلیل محدودیت در منابع انسانی، امکان جذب نیروهای متخصص را در همه بخش‌ها، به ویژه حوزه‌های اداری و اقتصادی ندارد. این ویژگی ساختاری موجب شده است

که سهم بنگاه‌های مذکور در تولید ثروت کاهش یابد و منابع درگیر با آنها زایل شود (Yeh-Yun Lin & Zhang, 2005: 148). علاوه بر این، بنگاه‌های کوچک و متوسط، حاصل اندیشه‌ای جدید برای تولید است که معمولاً افراد کارآفرین که از تخصص‌های خاصی برخوردار هستند، آنها را فعال می‌کنند. مؤسسات مذکور تأثیر زیادی در تولید و ارتقای محصول دارند، اما برای تداوم کار، به مجموعه‌ای همگن از بازاریابی، مدیریت، افزایش سرمایه، ارتقای فناوری و غیره نیاز است که محدودیت‌های ساختاری آنها، از موانع اصلی برای رفع این نیازها محسوب می‌شود (Knight, 2001: 158).

دومین عاملی که مؤسسات مذکور را با دشواری مواجه می‌کند، در اختیار نداشتن امکانات لازم برای توسعه محصولات است. مؤسسات مذکور معمولاً در دوره‌های نخست فعالیت، محصولی را تولید می‌کنند که مورد علاقه بازار است، اما به مرور زمان و به دلیل تنوع در تقاضا و ضرورت نوآوری، محصولات آنها، دیگر مانند گذشته رونق ندارد. ناکامی آنان در رقابت با سایر محصولات که به دلیل عدم بهره‌گیری از امکانات، ارتقای کیفیت محصول و مطالعه برای تولید مطلوب‌تر، پدید می‌آید، فرایند تداوم فعالیت را برای آنها دشوار می‌کند. در واقع، واحدهای پژوهش و توسعه (R&D) در مؤسسات اقتصادی بزرگ، این مشکل را برای آنها رفع می‌کند و از آنجایی که این مؤسسات در حوزه رقابت، قادر به تأمین هزینه‌های لازم برای این نوع واحدها در مجموعه خود نیستند، مجبور به خروج از بازار و در نهایت، تعطیلی می‌شوند (Hoffmann & Schlosser, 2001: 379).

از دیگر عوامل مؤثر حوزه درونی بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، عدم برخورداری از مهارت‌های مدیریت واحدهای اقتصادی است. این مؤسسات که معمولاً متخصصان و کارآفرینان (افراد فنی) به تأسیس آنها می‌پردازند، قادر به مدیریت منابع و هدایت جریان هزینه نیستند. برای صنایع کوچک و متوسط، نوع پیشرفته‌ای از مدیریت لازم است که در آن، قالب‌های نظم‌پذیری و نظم‌گیری، از شکل تصاعد حسابی به هندسی تغییر یافته است. در واقع، رشد منطبق بر تصاعد هندسی به منظور تولید و کسب سود مورد توجه قرار می‌گیرد، در حالی که در کانون‌های سنتی اقتصادی، رویکردی منطبق بر قواعد واسطه‌گری حاکم است (Berger & Udell, 2006: 2948). مدیریت مؤسسات کوچک و متوسط به سبک

کانون‌های اقتصادی واسطه‌گری یا تحت مدیریت فرد کارآفرین و متخصص، دچار چالش‌های بزرگی می‌شود که دور شدن از آنها، الزامی اساسی برای تداوم فعالیت محسوب می‌شود. از این رو، مدیریت در بنگاه‌های مذکور باید نوین شود. بنابراین استفاده از روش‌های جدید در مدیریت و سودآوری مبتنی بر فن، بنگاه‌های کوچک و متوسط را از رشد فراوانی برخوردار می‌کند (نیرون، ۲۰۰۵: ۱۷).

ب) عوامل بیرونی

در حال حاضر، فاصله عمیق میان صنایع بزرگ و کوچک، موجب حذف بنگاه‌های کوچک و متوسط از دایره فعالیت تولیدی شده است. با وجود کاربر بودن این صنایع و ظرفیت‌های بالقوه‌ای مانند تعلق بنگاهداران به فعالیت اقتصادی مورد نظر، کم‌هزینه بودن، افزایش ثروت اجتماعی و غیره، سهم این بنگاه‌ها در فرایند تولیدی کشور کاهش یافته است. محدودیت شرکت‌های مذکور، از موانع اصلی برای مقاومت در برابر نوسان‌های بازار است، به ویژه اینکه این محدودیت‌ها فقط در حوزه سرمایه و مالی نیست که فعالیت آنها را با دشواری مواجه می‌کند، بلکه آنها به دلایل متعدد، از جمله در اختیار نداشتن امکانات انبارداری، نیاز به بازگشت سرمایه به منظور چرخش تولید و غیره، با مشکلات جدی مواجه هستند.

پیوند مشترک مؤسسات کوچک و پربازده با صنایع بزرگ، می‌تواند فرصتی مطلوب برای تداوم فعالیت آنها و کاهش هزینه‌ها و بهبود وضعیت طرف دیگر این پیوند فراهم کند. خرید محصول، انبارداری، ارائه نتایج پژوهش و توسعه، واگذاری بخشی از وظایف واحدهای درگیر در شرکت‌های بزرگ و غیره، بخشی از خدمات متقابل است که این نوع مؤسسات می‌تواند از آن برخوردار شود (روزبه، ۱۳۸۳: ۲۶).

علاوه بر این، ضعف فرهنگ کار جمعی در ایران که در پیوند با عامل اول نیز قابل طرح است، یکی دیگر از مشکلات بیرونی مؤسسات کوچک و متوسط کشور است. شرکت‌های کوچک و متوسط در افزایش کار جمعی مؤثر است، اما فقدان شبکه‌های ارتباطی میان مؤسسات مذکور و عدم بهره‌گیری آنان از توان تخصصی یکدیگر که ناشی از آموزه‌های گسترش‌نیافته فرهنگ کار جمعی است، دشواری‌ها را افزون و ادامه حیات را با اختلال مواجه کرده است. در نهایت، ترویج فرهنگ خدمت متقابل، فرصتی برای تقسیم منافع و استفاده از توان‌های جداافتاده است.

پایین بودن ضریب اعتماد عمومی نسبت به فعالیت این مؤسسات در بخش اجتماعی و حاکمیت نیز از دیگر چالش‌های آنها محسوب می‌شود. اعتماد اجتماعی خریداران نسبت به تولیدات این مؤسسات، به دلیل عدم وابستگی به علائم تجاری آشنا با ذهن یا دارای هویت درازمدت، مانع جذب محصولات آنها به بازار می‌شود. متقاضیان معمولاً با استفاده از آموزه‌های رسانه‌ها در تبلیغ و سهم گسترده شرکت‌ها در بازار محصولات، میزان تعلق خود را طبقه‌بندی می‌کنند و معمولاً برنده این میدان رقابت، شرکت‌های بزرگ دارای علائم تجاری خاص است.

در میان حوزه حاکمیت نیز به دلیل سوابق ذهنی ناشی از کم‌تجربگی این مؤسسات، محدودیت سرمایه، ناشناخته بودن مدیران این مؤسسات و غیره، گرایشی به حمایت یا حتی تبادل تجاری با آنها وجود ندارد. ساختار کلان حاکمیت و ویژگی خرد این مؤسسات، نمی‌تواند تلفیق فراوانی را برای بخش دولتی ایجاد کند که به عنوان کارفرمای بزرگ در صحنه اقتصادی کشور حضور دارد. از این رو، مشکلات این مؤسسات در حوزه دریافت و سفارش کار، افزایش می‌یابد (موسوی، ۱۳۸۷: ۱۵۲-۱۵۰).

حمایتگری از بنگاه‌های کوچک و متوسط

حمایتگری به سیاست‌های ملی حفاظت از فعالیت‌های معین در درون کشورها در مقابل رقبای خارجی اطلاق می‌شود که از طریق آن، از ورود کالاهای خارجی به داخل کشور جلوگیری می‌شود یا از طریق وضع تعرفه، کالاهای وارداتی نسبت به کالاهای مشابه داخلی، گرانتر عرضه می‌شود. در مقابل، انتظار می‌رود تولیدکنندگانی که از حمایت برخوردار می‌شوند، منافع حاصل از حمایت‌های دریافتی را در استنای منافع ملی صرف کنند. علائق ملی نیز در این حوزه می‌تواند موجب کسب نتایج مثبتی مانند حمایت اصولی از صنایع نوپا، بهبود امنیت ملی، حفظ و ارتقای سطح اشتغال و درآمد مردم، حفظ و تقویت تراز پرداخت‌ها، تنوع‌بخشی به تولید، ایجاد ثبات اقتصادی و افزایش نرخ رشد آن باشد (Lohrke & et al., 2006: 22).

نظریه سنتی اقتصاد ثابت کرد که در کنار نقش‌هایی مانند حفظ سازوکار بازار، اصلاح نارسایی‌های نظام بازار، کنترل تقاضای کل، حفظ و بهبود سطح درآمد

جامعه، استفاده از ابزارهای تعدیل اقتصادی در صورت لزوم، تنظیم نظام مالیاتی، تأمین کالاهای عمومی و استفاده از سیاست‌های کلان اقتصادی که بر عهده دولت است، مهمترین نقش دولت که در سال‌های اخیر توجه پژوهشگران و اقتصاددان‌ها را به خود معطوف کرده است، نقش ارشادی دولت در نظام بازار است. به دلیل این نقش، دولت برای کمک به اقتصاد و جهت دادن به آن در مسیر مورد نظر، محرک‌های لازم را فراهم کرده است و بین فعالیت‌های خود و بخش خصوصی، هماهنگی مؤثر را برقرار می‌کند. از جمله سیاست‌های مذکور می‌توان کمک به بخش خصوصی را برای توسعه صنعتی به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه، از طریق محرک‌هایی مانند استفاده از سیاست‌های توسعه صنعتی، کمک به ارتقای فعالیت‌های نوآورانه، تقویت نهادهای پژوهشی و توسعه‌ای در بخش غیردولتی و عرضه خدمات حمایتی نام برد (Saleh & Ndubishi, 2006: 5).

با توجه به نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد کشور و اصل ۴۴ قانون اساسی، عرضه حمایت‌های منطقی در چارچوب سیاست‌های حمایتگری، از نیازهای اساسی این بخش از اقتصاد محسوب می‌شود. بر اساس بررسی‌های پیشین، بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در کشورهای جهان سوم، به طرق مختلف توسط مؤسسات دولتی از بالا تحت کنترل قرار می‌گیرد و تلاش برای خودمحمور کردن آنها، نتایج مثبتی را پدید نیاورده است.

در حالی که در جوامع در حال توسعه، حمایت‌های منطقی دولت و استفاده از نظام‌های مدیریتی پیشرفته، باعث ارتقای عملکرد و کارآمدی بیشتر این شرکت‌ها خواهد شد (Andersen, 2005: 307). بدین ترتیب، حمایت‌های اصولی و برنامه‌ریزی شده دولت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، می‌تواند بستر توسعه و ارتقای موقعیت این شرکت‌ها را در بازارهای داخلی و خارجی فراهم کند و منافع فراوانی را برای کشور پدید آورد.

پیشینه پژوهش

پژوهشگران، دانشجویان و سازمان‌های ذیربط در داخل و خارج از کشور، درباره بنگاه‌های کوچک و متوسط، پژوهش‌های فراوانی انجام داده‌اند که برخی از آنها در ادامه به اختصار بیان می‌شود.

عبدالجمات مهاجر و جاسمانی بتی مهد یونس^۱ (۲۰۰۶) در پژوهشی، اثربخشی برنامه‌های حمایت از صادرات را در شرکت‌های کوچک و متوسط مالزی بررسی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که میزان آگاهی از برنامه‌های حمایت از صادرات در میان شرکت‌های کوچک و متوسط کم است. علاوه بر این، برنامه‌های نهادهای مختلف، چندان برای شرکت‌های کوچک و متوسط سودمند نیست. شرکت‌های استفاده‌کننده از برنامه‌های نهادهای مختل نیز ادراک‌های متفاوتی از مزایای برنامه‌های مذکور دارند.

در پژوهش دیگری که موها اسری عبدالله^۲ (۱۹۹۹) انجام داد، میزان دسترسی شرکت‌های کوچک و متوسط مالزی به برنامه‌های حمایتی دولت بررسی شد. در پژوهش مذکور، حمایت‌های دولت در پنج گروه اصلی دسته‌بندی شد: کمک‌های مالی و اعتباری، حمایت‌های آموزشی و فنی، حمایت‌های مشاوره‌ای و ترویجی، بازاریابی و حمایت‌های زیرساختی. بر اساس نتایج پژوهش، اکثر شرکت‌های مورد بررسی، هیچ حمایت دولتی دریافت نکرده‌اند و با اینکه سیاست‌های بی‌شماری برای ارتقاء شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی بیان شده است، هنوز دسترسی آنها به برنامه‌های حمایتی محدود است.

در پژوهشی که ناظمی در سال ۱۳۸۱ با عنوان "ارزشیابی راهبردهای حمایت از واحدهای تولیدی کوچک ایران" انجام داد، تجربه‌های حمایت از صنایع در ایران و هشت کشور دیگر، مورد نقد و بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش، بیانگر وجود تفاوت‌های آشکار بین حمایت‌های مورد انتظار واحدهای تولیدی کوچک و حمایت‌های نهادهای دولتی بود، به گونه‌ای که از نوزده کمک مورد درخواست مدیران صنایع تحت بررسی، از صنایع کوچک کشور فقط در حوزه واگذاری زمین و اعطای تسهیلات برای ایجاد امکانات فیزیکی، به میزان کافی حمایت شده است.

مولایی نیز در سال ۱۳۸۳، در پژوهشی با عنوان "ارزشیابی عوامل مؤثر بر سودآوری صنایع کوچک در ایران"، چهار متغیر کیفی (کیفیت نیروی کار، مدیریت صحیح، حمایت‌های دولت و مکان استقرار واحدهای تولیدی) و دو متغیر کمی (تعداد نیروی کار و موجودی سرمایه) را به عنوان عوامل مؤثر بر سودآوری صنایع کوچک شناسایی کرد و تأثیر آنها را بر سودآوری صنایع مذکور در ایران مورد بررسی قرار داد. نتایج پژوهش نشان داد که در بین متغیرهای مورد بررسی، مکان

1. Mahajar and Jasmani

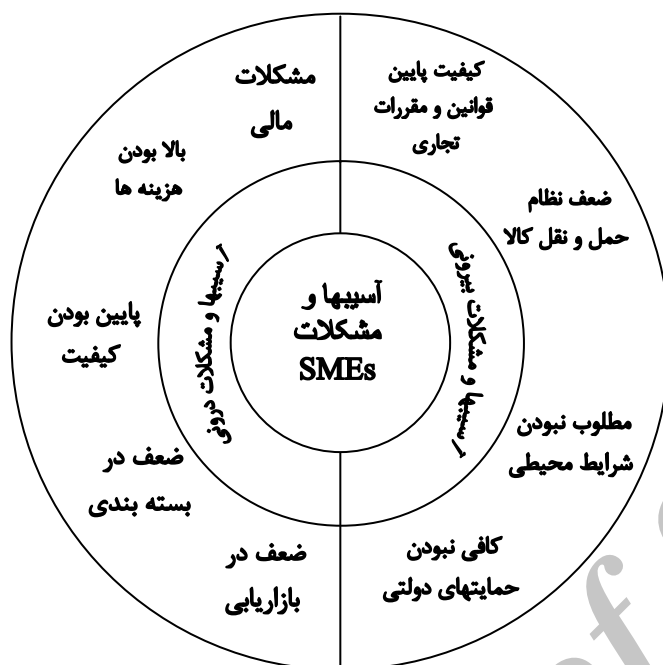
2. Moha

استقرار واحدهای تولیدی و برخورداری از حمایت‌های دولت، بیشتر از سایر متغیرها در سودآوری صنایع کوچک در ایران مؤثر است.

به طور کلی، تاکنون پژوهشگران حوزه‌های گوناگونی را برای بررسی بنگاه‌های کوچک و متوسط انتخاب کرده‌اند. لیکن آسیب‌شناسی فعالیت بنگاه‌های مذکور و بررسی سیاست‌ها و سازوکارهای حمایت از آنها کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. نتایج پژوهش حاضر می‌تواند ماهیت حمایت‌های مورد نیاز نوآوران و کارآفرینان متقاضی راه‌اندازی صنایع کوچک و متوسط و نیز واحدهای تولیدی فعال کشور را آشکار کند و به برنامه‌ریزان و مدیران کشور کمک کند تا با استفاده از یافته‌های این پژوهش و سایر پژوهش‌های مشابه به تدوین و اجرای برنامه‌های حمایتی معقول، هدفمند و پویا بپردازند.

فرضیه‌ها و الگوی پژوهش

برای تحقق اهداف پژوهش و تدوین فرضیه‌ها، از الگوی تحلیلی زیر استفاده شده است. الگوی مذکور که بر اساس بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی و مصاحبه با کارشناسان و خبرگان موضوع، تدوین شده است، بیانگر مهمترین آسیب‌ها و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی است. آسیب‌ها و مشکلات مذکور، به دو گروه کلی درونی و بیرونی تقسیم شده است. کافی نبودن حمایت‌های دولت از بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز به عنوان آسیبی بیرونی مورد توجه قرار گرفته است که تأثیر فراوانی بر وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط و مشکلات درونی آنها دارد. شایان ذکر است که در پژوهش حاضر، بر اساس مبانی نظری موضوع و پیشینه پژوهش (موها اسری عبدالله، ۱۹۹۹، ناظمی، ۱۳۸۱) حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط، در چهار گروه حمایت‌های مالی، فنی، تجاری و مدیریتی دسته‌بندی شده است که برای هر گروه از حمایت‌های مذکور، بر اساس بررسی‌های کتابخانه‌ای و تجربی و با استفاده از نظر خبرگان، تعدادی شاخص در نظر گرفته شده است. در مجموع نه آسیب درونی و بیرونی شناسایی شده است که تأثیر منفی بر موقعیت و توان رقابتی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی دارد. آسیب‌های مذکور در قالب الگوی مفهومی زیر (شکل ۱) ملاحظه می‌شود.



شکل (۱): الگوی مفهومی پژوهش

با توجه به الگوی فوق، فرضیه‌های ذیل تدوین گردید و مورد آزمون قرار گرفت:

- ۱- بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی با مشکلات مالی مواجه است.
- ۲- استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در سطح مطلوبی قرار ندارد.
- ۳- هزینه‌های تولید در بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در سطح مطلوبی قرار ندارد.
- ۴- توانایی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در حوزه شناخت بازارها و دانش بازاریابی، در سطح مطلوبی قرار ندارد.
- ۵- بسته‌بندی محصولات تولیدی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست.
- ۶- ضعف نظام حمل و نقل کالا در استان، مشکلاتی را برای بنگاه‌های کوچک

و متوسط صنعتی پدید آورده است.

۷- وضعیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری در خصوص بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، چندان مناسب نیست.

۸- عوامل محیط بیرونی مؤثر بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، از مطلوبیت چندان بر خوردار نیست.

۹- بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، از تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی کافی برخوردار نیست.

۹-۱) بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، از تسهیلات و حمایت‌های مالی کافی برخوردار نیست.

۹-۲) بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، از حمایت‌های فنی و اطلاع‌رسانی کافی برخوردار نیست.

۹-۳) بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، از حمایت‌های تجاری کافی برخوردار نیست.

۹-۴) بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی، از حمایت‌های مدیریتی کافی برخوردار نیست.

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی است که با روش مقطعی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش، مدیران و مسئولان شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان است که تعداد افراد شاغل در آنها، کمتر از ۱۵۰ نفر باشد. در حال حاضر، بر اساس آخرین اطلاعات کسب شده از مراجع ذیربط، شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان (با دارا بودن کمتر از ۱۵۰ نفر کارکن) بالغ بر ۱۶۰۹ واحد است. این تعداد واحد در نوزده شهرک و ناحیه صنعتی استقرار یافته است. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، از جدول کرجسی و مورگان^۱ برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است. بدین ترتیب، حجم نمونه آماری، ۳۱۰ نفر در نظر گرفته شده است. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در پژوهش حاضر، روش طبقه‌ای - تصادفی است. ابتدا بر اساس فراوانی نسبی تعداد واحدهای تولیدی در

1. Krejcie & Morgan

گروه‌های صنعتی (که بر اساس طبقه‌بندی بین‌المللی فعالیت‌های صنعتی ISIC تقسیم شده است) حجم نمونه در هر گروه صنعتی مشخص شده است. سپس با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد واحدهای صنعتی از هر فعالیت، با توجه به تعداد واحدهای مستقر در هر شهرستان انتخاب شده است.

در پژوهش حاضر، برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از روش مصاحبه منظم (هدایت شده)، فن دلفی، و پرسشنامه استفاده شده است. برای شناسایی و تحلیل مهمترین آسیب‌ها و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط، زمینه‌های حمایتی مورد نیاز بنگاه‌ها، ارزیابی سیاست‌های حمایتی دولت، و بیان راهکارهای عملی برای حمایت از بنگاه‌های مذکور، از آراء ۳۰ نفر از مدیران و کارشناسان دستگاه‌های اجرایی ذیربط و اساتید دانشگاه‌های سطح استان که درباره موضوع مورد بررسی اطلاعات کافی دارند، استفاده شده است. بدین منظور با طرح چند پرسش اصلی، از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا به نحو مشروح، نظر خود را درباره هر یک از پرسش‌ها بیان کنند (باز پاسخ) و در نهایت، با طبقه‌بندی پاسخ‌ها، تحلیل آنها با روش کیفی انجام شد.

در ادامه، بر اساس بررسی‌های کتابخانه‌ای و تجربی، و نتایج مصاحبه‌ها، ابتدا مهمترین مشکلات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی و نیز حمایت‌های انجام شده و مورد نیاز بنگاه‌های کوچک و متوسط استان همراه با مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هر یک از عوامل مذکور، شناسایی شد و بدین ترتیب، پرسشنامه اولیه تدوین گردید. سپس از روش دلفی برای اطمینان از روایی پرسشنامه پژوهش استفاده شد. در ابتدا نمونه‌ای از پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۱۰ نفر از خبرگان امر و صاحب‌نظران دانشگاهی قرار گرفت و از آنها خواسته شد تا نظر خود را درباره ظاهر پرسش‌ها و محتوای آنها به لحاظ جذاب و فهم‌پذیر بودن، برای پاسخ‌دهندگان بیان کنند. سپس مجموعه‌ای از آراء درباره پرسش‌های پرسشنامه جمع‌آوری شد و پس از اعمال آنها، پرسشنامه اصلاح شده مجدداً برای آنان ارسال و در یک جمع‌بندی، اصلاح نهایی گردید. بدین ترتیب، پرسشنامه پژوهش که از پنج قسمت اصلی به شرح ذیل تشکیل گردیده است، تدوین و بین نمونه آماری منتخب توزیع گردید.

- بخش اول پرسشنامه: شامل ویژگی‌های واحدهای صنعتی کوچک و متوسط

با هشت پرسش

- بخش دوم: شامل مهمترین مشکلات درون‌سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط با بیست و شش پرسش
 - بخش سوم: شامل مهمترین مشکلات برون‌سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط با بیست و هفت پرسش
 - بخش چهارم: شامل حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط استان با بیست و شش پرسش
 - بخش پنجم: شامل اهمیت حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط با بیست و شش پرسش
- در جدول (۱) مؤلفه‌های مذکور در بخش‌های دوم و سوم پرسشنامه و در جدول (۵) مؤلفه‌های مربوط به حوزه‌های حمایتی مورد نیاز شرکت‌های کوچک و متوسط بیان شده است.

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 به لحاظ آماری، ضریب قابل قبولی است. شایان ذکر است در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار استنباطی شامل آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون تی استیودنت و آزمون فریدمن استفاده شده است.

جدول (۱): مؤلفه‌های مربوط به مشکلات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط

مشکلات درون‌سازمانی	مشکلات برون‌سازمانی
۱. مشکلات مالی شرکت‌ها	۶. ضعف نظام حمل و نقل کالا
میزان رشد درآمد شرکت در چند سال گذشته	فعال نبودن شرکت‌ها و مؤسسات حمل و نقل و باربری بین‌المللی
میزان درآمد شرکت در چند سال گذشته	نبود مراکز مشاوره معتبر در امور حمل و نقل و باربری
میزان رشد سودآوری شرکت در چند سال گذشته	بالا بودن هزینه حمل کالاها
میزان سودآوری شرکت در چند سال گذشته	کیفیت کم وسایط حمل و نقل
۲. مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات	فرسودگی ناوگان حمل و نقل کشور
تولیدی شرکت‌ها	۷. کیفیت کم قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری

ادامه جدول (۱): مؤلفه‌های مربوط به مشکلات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط

مشکلات درون‌سازمانی	مشکلات برون‌سازمانی
کیفیت کم کالاهای تولیدی شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی در مقایسه با کالاهای کشورهای توسعه‌یافته	عدم ثبات لازم در مقررات، ضوابط و سیاست‌های ارزی و تجاری
ناتوانی شرکت‌های کوچک و متوسط برای کسب استانداردهای اروپایی	ناهماهنگی بین مقررات و ضوابط بخش‌های اقتصادی کشور در خصوص واحدهای تولیدی و صنعتی
نامرغوب بودن منابع و مواد اولیه	وجود نظام‌ها و فرایندهای انعطاف‌ناپذیر اداری و دولتی در عرضه خدمات به شرکت‌ها
مجهز نبودن آزمایشگاه‌ها به ابزارهای کنترل کیفیت مطابق با استانداردهای جهانی	عدم اعمال بموقع سیاست‌های تشویقی دولت از قبیل معافیت مالیاتی، جوایز صادراتی و غیره
۳. بالا بودن هزینه‌های تولید در شرکت‌ها	عدم بازنگری در قوانین و مقررات صادراتی توسط وزارتخانه‌ها و سازمان‌های ذیربط
بالا بودن هزینه‌های دستمزد و نیروی انسانی	مبهم بودن برخی از قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری
بالا بودن هزینه‌های عملیات نگهداری و تعمیرات برای تولید کالاها با کیفیت مرغوب	هزینه بالای تأمین مواد اولیه مرغوب
بالا بودن سرمایه‌گذاری برای پژوهش و توسعه	۴. مطلوب نبودن توانایی شرکت‌ها در حوزه شناخت بازارها و دانش بازاریابی
۸. مطلوب نبودن وضعیت محیط بیرونی مؤثر بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط	ضعف در عرضه خدمات پس از فروش به مصرف‌کنندگان نهایی
بحران مالی جهانی	نبودن نگرش جامع و جهانی به بازارها در مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط
تشدید رقابت در حوزه بین‌المللی	فقدان برنامه‌ریزی برای تهیه و تولید محصولات مناسب بازارهای جهانی
عدم عضویت در WTO	آشنایی کم واحدهای صنعتی با عوامل آمیخته بازاریابی
ضعف قوانین مالکیت فکری در کشور	کمبود نیروهای متخصص بازاریابی در شرکت‌ها
اشکال‌ها در نظام پولی و مالی کشور و اتخاذ سیاست‌های ناموزون	عدم توجه به پژوهش‌های بازاریابی

ادامه جدول (۱): مؤلفه‌های مربوط به مشکلات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط

مشکلات درون‌سازمانی	مشکلات برون‌سازمانی
عدم شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها، نیازهای بازار و مشتریان توسط شرکت‌ها	عدم هماهنگی لازم
عدم توجه به آراء و سلیقه‌های مصرف‌کنندگان نهایی	دخالت‌های متعدد و غیرضروری دولت در امور اقتصادی و بازرگانی
عدم تبلیغات با هدف اطلاع‌رسانی به مشتریان و ارتباط با آنان	وجود تنش در روابط سیاسی و اقتصادی کشور با سایر کشورها
عدم مشارکت فعال در نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی	بالا بودن نرخ تورم در کشور
عدم اصلاح ساختارهای طراحی و تولید بر اساس جلب رضایت مشتریان داخلی و خارجی و بازارهای هدف	فاچاق گسترده کالا به کشور
۵. مطلوب نبودن بسته‌بندی محصولات تولیدی شرکت‌ها	تعداد زیاد رقبای فعلی خارجی در بازار
مطالعه و پژوهش درباره سلیقه مشتریان با هدف بسته‌بندی مطلوب	نبود فضای رقابت سالم در کشور
استفاده از فناوری‌های روز برای استقرار تشکیلات بسته‌بندی مطلوب	مشخص نبودن مزیت‌های نسبی و توانمندی‌های صادراتی به تفکیک بخش فعالیت
بسته‌بندی محصولات تولیدی با توجه به اصول مهندسی و بازاریابی	استقبال مصرف‌کنندگان از محصولات خارجی
	تبعیض آمیز بودن کمک‌ها و خدمات حمایت‌گرایانه دولت به صنایع

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، برای بررسی نرمال بودن متغیرها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. بر اساس نتایج آزمون مذکور، همه متغیرهای پژوهش، نرمال است. همچنین به منظور شناسایی آسیب‌ها و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان، از آزمون تی استیودنت استفاده گردید. همان‌طور که در جدول (۲) ملاحظه می‌شود، در مورد همه متغیرهای پژوهش، آماره آزمون (t) از مقدار بحرانی (۱/۶۴) بزرگتر و سطح معنی‌داری از سطح خطا (۰/۰۵) کوچکتر است. بنابراین، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که همه عوامل و متغیرهای مذکور در جدول (۲)، به عنوان

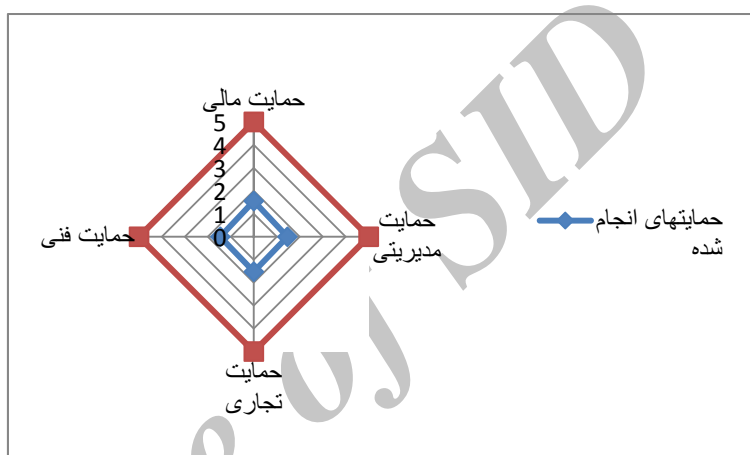
آسیب و مشکل درونی یا بیرونی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی محسوب می‌شود. در واقع، مشکلات مالی در بنگاه‌ها، بالا بودن هزینه‌های تولید، پایین بودن سطح استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی، عدم توانایی شرکت‌ها در حوزه شناخت بازارها و دانش بازاریابی، و بسته‌بندی نامطلوب محصولات تولیدی، از مسائل و مشکلات درون‌سازمانی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی است. در حالی که ضعف نظام حمل و نقل کالا، پایین بودن کیفیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری، و مطلوب نبودن وضعیت محیط بیرونی مؤثر بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، از موانع و مشکلات برون‌سازمانی آنها است که باید مورد توجه برنامه‌ریزان و مسئولان قرار گیرد. در مجموع، با توجه به آزمون فرضیه‌ها و نتایج به دست آمده، مدل مفهومی پژوهش پذیرفته می‌شود.

جدول (۲): نتایج آزمون تی استیودنت در مورد متغیرهای پژوهش

متغیرها	آماره آزمون (t)	سطح معنی‌داری
مشکلات مالی شرکت‌ها	۲۰/۶۶۸	۰/۰۰۰
مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی شرکت‌ها	۱۳/۹۳۷	۰/۰۰۰
بالا بودن هزینه‌های تولید در شرکت‌ها	۱۶/۱۴۸	۰/۰۰۰
عدم توانایی شرکت‌ها در حوزه شناخت بازارها و دانش بازاریابی	۳۱/۷۳۶	۰/۰۰۰
بسته‌بندی نامطلوب محصولات تولیدی شرکت‌ها	۱۵/۹۶۹	۰/۰۰۰
ضعف نظام حمل و نقل کالا	۱۷/۳۵۲	۰/۰۰۰
کیفیت کم قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری	۲۴/۹۲۳	۰/۰۰۰
مطلوب نبودن وضعیت محیط بیرونی مؤثر بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط	۳۲/۰۱۲	۰/۰۰۰
کافی نبودن تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی از SMEs	۱۵۸/۲۰۹	۰/۰۰۰
کافی نبودن تسهیلات و حمایت‌های مالی	۸۶/۵۵۳	۰/۰۰۰
کافی نبودن حمایت‌های فنی و اطلاع‌رسانی	۸۴/۸۶۶	۰/۰۰۰
کافی نبودن حمایت‌های تجاری	۸۸/۳۴۰	۰/۰۰۰
کافی نبودن حمایت‌های مدیریتی	۱۰۲/۹۶۵	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

علاوه بر این، نتایج آزمون تی استیودنت بیانگر آن است که تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی از بنگاه‌های کوچک و متوسط در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی، و مدیریتی ناکافی بوده و نتوانسته است راهگشای مشکلات بنگاه‌های مذکور باشد. برای درک بهتر از میزان شکاف موجود بین حمایت‌های انجام شده از بنگاه‌های کوچک و متوسط با حمایت‌های مورد انتظار (حد ایده‌آل)، میزان شکاف‌ها در قالب شکل (۲) بیان شده است.



شکل (۲): نمودار شکاف بین حمایت‌های انجام شده و حمایت‌های مورد انتظار بنگاه‌های کوچک و متوسط

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بین حمایت‌های انجام شده از بنگاه‌های کوچک و متوسط و نیاز واقعی آنها، شکاف عملکردی فراوانی وجود دارد و سیاست‌های حمایتی گذشته و سازوکارهای اجرایی آن، با شرایط ایده‌آل فاصله فراوانی دارد. یکی از یافته‌های مهم پژوهش حاضر، شناسایی میزان اهمیت هر یک از حوزه‌های حمایتی دولت است. گرچه انتظارات حمایت‌جویانه شرکت‌های کوچک و متوسط از دولت، طیف وسیعی از کمک‌های مالی و غیرمالی را شامل می‌شود، اما نتایج تحلیل‌ها با استفاده از آزمون فریدمن نشان داد که درجه اهمیت نیازها یکسان نیست (جدول ۳).

جدول (۳): نتایج آزمون فریدمن در مورد رتبه‌بندی زمینه‌های حمایتی با توجه به میزان اهمیت

آماره محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	میزان خطا
۳۵/۳۸۶	۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری از سطح خطا (۰/۰۵) کوچکتر است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که حداقل بین دو زوج از میانگین رتبه‌ها، اختلاف معناداری وجود دارد. نتایج رتبه‌بندی حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط، با استفاده از آزمون فریدمن در جدول (۴) بیان شده است.

نتایج جدول (۴) نشان می‌دهد که از دیدگاه مدیران و مسئولان شرکت‌های کوچک و متوسط، حمایت‌های مالی دولت از بنگاه‌های مذکور، در درجه اول اهمیت قرار دارد و تأثیر بیشتری بر رشد و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط استان خواهد داشت. در رتبه‌های بعد، حمایت‌های مدیریتی، بازاریابی و فنی، مورد انتظار مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط است.

جدول (۴): میانگین رتبه‌ها و اولویت‌بندی حمایت‌های دولت

اولویت	میانگین رتبه	فرضیه‌ها
۱	۳/۰۸	تسهیلات و حمایت‌های مالی
۲	۲/۴۴	حمایت‌های مدیریتی
۳	۲/۳۵	حمایت‌های تجاری
۴	۲/۱۳	حمایت‌های فنی و اطلاع‌رسانی

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه، از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به حمایت‌های دولت از شرکت‌های کوچک و متوسط استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۵) بیان شده است. نتایج جدول ذیل نشان می‌دهد که از نظر پاسخگویان، شاخص‌های دوم، سوم و هفتم در خصوص عرضه تسهیلات برای خرید و نوسازی ماشین‌آلات،

کمک به تأمین نقدینگی تولید، و تدوین سازوکارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی و ارزی، از بیشترین اهمیت برای مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط برخوردار است. در حالی که شاخص‌های یازدهم، بیست و دوم، و دوازدهم در خصوص کمک به راه‌اندازی واحد پژوهشی و تأمین پژوهشگر، کمک به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی، و کمک به نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات تولیدی، در بین شاخص‌ها و حمایت‌های مطرح شده، اولویت کمتری برای مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط استان سمنان دارد.

جدول (۵): رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به حوزه‌های حمایتی با توجه به میزان اهمیت

اولویت	میانگین رتبه	شاخص‌ها	اولویت	میانگین رتبه	شاخص‌ها
۱۴	۱۳/۳۸	۱۶. کمک به بهینه‌سازی خطوط تولید و کاهش هزینه‌ها (فنون مدیریت تولید)	۱	۱۶/۰۶	۲. عرضه تسهیلات برای خرید و نوسازی ماشین‌آلات
۱۵	۱۳/۳۸	۲۶. عرضه خدمات در حوزه تجارت الکترونیک	۲	۱۵/۷۶	۳. کمک به تأمین نقدینگی تولید
۱۶	۱۳/۲۵	۲۵. عرضه خدمات در حوزه پژوهش‌های بازاریابی	۳	۱۵/۵۳	۷. تدوین سازوکارهای مناسب برای بازپرداخت اقساط تسهیلات ریالی و ارزی
۱۷	۱۳/۰۷	۵. عرضه خدمات تضمینی و بیمه‌ای مورد نیاز شرکت‌ها با حداقل سپرده‌گذاری و کارمزد	۴	۱۴/۷۳	۱. عرضه تسهیلات برای تهیه زمین و ساختمان
۱۸	۱۲/۹۸	۱۷. کمک به استقرار و آموزش نظام کنترل کیفیت	۵	۱۴/۵۰	۱۵. کمک به تأمین مواد اولیه مرغوب
۱۹	۱۲/۷۷	۹. کمک به انتخاب فناوری مناسب	۶	۱۴/۱۷	۶. پرداخت تسهیلات ارزی برای واردات مواد اولیه مورد نیاز
۲۰	۱۲/۶۶	۱۳. ایجاد بانک‌های اطلاعاتی و مراکز اطلاع‌رسانی	۷	۱۴/۰۹	۱۴. کمک به ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی

ادامه جدول (۵): رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به حوزه‌های حمایتی با توجه به میزان اهمیت

اولویت	میانگین رتبه	شاخص‌ها	اولویت	میانگین رتبه	شاخص‌ها
۲۱	۱۲/۵۹	۱۹. عرضه خدمات مشاوره مالی	۸	۱۳/۸۲	۲۴. کمک به بهبود قابلیت‌های تجاری و ارتقاء فروش
۲۲	۱۲/۱۸	۲۱. کمک برای شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی	۹	۱۳/۸۲	۱۸. کمک به اجرای دوره‌های آموزشی
۲۳	۱۲/۱۰	۱۰. عرضه خدمات مشاوره‌ای در طراحی محصول و فرایندهای تولید	۱۰	۱۳/۸۰	۲۰. عرضه خدمات مشاوره حقوقی
۲۴	۱۲/۰۸	۱۲. کمک به نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات تولیدی	۱۱	۱۳/۶۹	۴. تخفیف یا معافیت مالیاتی
۲۵	۱۱/۹۵	۲۲. کمک به شناسایی بازارهای داخلی و خارجی	۱۲	۱۳/۶۲	۲۳. کمک به ارتقاء فعالیت‌های صادراتی و صدور محصولات به بازارهای خارجی
۲۶	۱۱/۵۶	۱۱. کمک به راه‌اندازی واحد پژوهشی و تأمین پژوهشگر	۱۳	۱۳/۴۵	۸. اطلاع‌رسانی درباره فناوری‌های جدید

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج

هدف پژوهش حاضر، آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در بخش صنعت استان سمنان و بیان راهکارهایی عملی برای حمایت از آنها بوده است. بر اساس بررسی کتابخانه‌ای و تجربی و نتایج مصاحبه‌های انجام شده با مسئولان و کارشناسان دستگاه‌های اجرایی ذیربط و بنگاه‌های کوچک و متوسط، مهمترین مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان با استفاده از ابزار پرسشنامه، مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از بررسی‌ها و تحلیل‌های آماری

نشان داد که بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان، با آسیب‌ها و مشکلات درون‌بنگاهی و برون‌بنگاهی متعددی نظیر کافی نبودن تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی از بنگاه‌های کوچک و متوسط، مشکلات مالی، بالا بودن هزینه‌های تولید، مطلوب نبودن استاندارد و کیفیت محصولات تولیدی، کم بودن توانایی شرکت‌ها در شناخت بازارها و دانش بازاریابی، مطلوب نبودن بسته‌بندی محصولات تولیدی، ضعف نظام حمل و نقل کالا، کیفیت کم قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری، و مطلوبیت کم عوامل محیط بیرونی مؤثر بر فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط مواجه هستند که موارد فوق، باید مورد توجه برنامه‌ریزان و مسئولان قرار گیرد.

علاوه بر این، نتایج تحلیل‌های آماری نشان داد که تسهیلات و حمایت‌های مالی و غیرمالی از بنگاه‌های کوچک و متوسط در چهار حوزه مالی، فنی، بازاریابی، و مدیریتی، ناکافی بوده است. در واقع، از نگاه مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط، عملکرد دولت و حمایت‌های عرضه شده به بنگاه‌های صنعتی، بسیار ناچیز است و آنها خواستار توجه و حمایت بیشتر دولت در این حوزه هستند. اما باید توجه کرد که شکاف منطقی بین انتظارات شرکت‌ها و حمایت‌های دولتی، بدیهی است. به عبارت دیگر، بنگاه‌های کوچک و متوسط، باید انتظارات خود را بر اساس واقعیت‌های حاکم بر فضای حمایت‌گری رشددهنده دولت تنظیم کنند و دولت نیز باید توجه کند که برای رشد و شکوفایی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی که می‌توانند در راستای سیاست‌های رشد و توسعه کشور، گام‌های مناسبی بردارند، حمایت بیشتر از بنگاه‌ها تا جایی توجیه‌پذیر است که آنها را نیازمند کمک‌های سهل‌الوصول دولتی نکنند.

رتبه‌بندی زمینه‌های حمایتی با توجه به درجه اهمیت آنها نشان داد که از دیدگاه مدیران و مسئولان شرکت‌های کوچک و متوسط، حمایت‌های مالی دولت از بنگاه‌های مذکور در درجه اول اهمیت است و در رتبه‌های بعد، حمایت‌های مدیریتی، بازاریابی و فنی، مورد انتظار مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط است. بنابراین، ضرورت دارد که حمایت‌های دولت از این شرکت‌ها با توجه به اولویت و ارجحیت این حمایت‌ها از دیدگاه مدیران شرکت‌ها انجام شود تا از اتلاف منابع و تلاش‌ها جلوگیری شود. برای این کار، ایجاد مراکزی برای گردآوری دوره‌ای

اطلاعات مربوط به نیازهای اصلی این شرکت‌ها در مقطع زمانی مشخص پیشنهاد می‌شود.

نتایج حاصل از پژوهش تطبیقی نشان داد که در اکثر کشورهای پیشرفته و کشورهای موفق در حوزه توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط، دولت برای ایجاد مراکز پژوهشی مشترک با دانشگاه‌ها، ایجاد مراکز اطلاعاتی، مراکز ارتقاء و انتقال فناوری، الزام نهادهای دولتی برای تأمین بخشی از نیازهای خود از صنایع کوچک و متوسط، کمک به جایگزینی ماشین‌آلات فرسوده و غیره، کمک‌های فراوانی به صنایع کوچک و متوسط خود کرده است. در حالی که سیاست‌های حمایتی و سازوکارهای اجرایی آن در کشور ما به گونه‌ای بوده است که حمایت‌ها - که اغلب به صورت پرداخت کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم مالی بوده است - به صنایع بزرگ کشور اختصاص یافته است. برای مثال، بررسی اسناد برنامه‌های پنج‌ساله و برنامه‌هایی که با عنوان مشوق‌های صنعتی تدوین شده، بیانگر این واقعیت است که حتی در سال‌های اخیر، در بخش‌های سیاست‌های مالیاتی و عوارض گمرکی، صنایع بزرگ از امتیازهای بیشتری نسبت به صنایع کوچک برخوردار شده است.

علاوه بر این، در کشور ما، راهبرد صنعتی منطبق بر توسعه صنایع کوچک و متوسط، بستر مناسبی برای توسعه فعالیت‌های این واحدها فراهم نکرده و به اعتقاد کارشناسان، علاقه دولت در ورود به همه امور اقتصادی و مهمتر از آن رقابت با بخش‌های تعاونی و خصوصی، محدودیت واحدهای کوچک و متوسط را دوچندان کرده است.

بر اساس بررسی‌های انجام شده، در ایران و نیز استان سمنان، صنایع کوچک و متوسط، همچنان با بی‌مهری و عدم اقبال روبرو است. یک دلیل بسیار مهم - که کمتر به آن توجه شده است - این است که "به علت ساختار رانتهی کشور، بازدهی همه فعالیت‌های اقتصادی، از بازدهی صنایع کوچک و متوسط بیشتر است"؛ این تفاوت بازدهی در بخش دلالی و مسکن به اوج خود می‌رسد. بدین ترتیب، طبیعی است که بخش خصوصی، انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری و ورود به صنایع کوچک و متوسط نداشته باشد.

در حالی که توسعه صنایع کوچک و متوسط، می‌تواند به عنوان راهبردی

مناسب برای استان سمنان مطرح باشد و از طریق رفع فقر، افزایش درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی انسانی غیرماهر، انباشت سرمایه از طریق افزایش بازدهی، بهبود بهره‌وری در بخش روستایی، و نیز از طریق جلوگیری از گسترش شهرنشینی و مهاجرت‌های بی‌رویه، به فرایند توسعه استان به لحاظ اقتصادی و اجتماعی کمک کند و رشد اقتصادی را تسریع بخشد.

بنابراین، با توجه به تجربه برنامه‌ریزی توسعه صنعتی در ایران، چالش‌ها و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل موجود در کشور، روند تحولات اقتصادی و اجتماعی کشورهای مختلف جهان و ظهور پارادایم‌های نوین توسعه در این بخش، باید سیاست‌های اصلی مورد توجه برای توسعه صنعتی در استان سمنان تبیین گردد. توجه به این سیاست‌ها در تدوین راهبردها و برنامه‌های اجرایی، می‌تواند نقطه عطفی برای تحول صنعتی استان باشد. با توجه به چالش‌ها و نواقص موجود در بخش صنعت استان و مجموعه سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در برنامه‌های توسعه قبلی، به نظر می‌رسد توسعه منابع فیزیکی و زیرساختی مورد نیاز صنعت به اندازه کافی در استان انجام شده است. از این رو، ضروری است که رویکرد کلی حاکم بر برنامه توسعه پنجم، رفع مشکلات و چالش‌های موجود در افزایش بهره‌وری و قدرت رقابت‌پذیری صنایع مختلف باشد. به عبارت دیگر، بهبود محیط کسب و کار فعالیت بخش صنعت و توسعه بخش نرم‌افزاری صنعت که نوآوری و خلاقیت، کارآفرینی، توسعه و مدیریت فناوری و غیره را شامل می‌شود، باید از اولویت‌های اساسی برنامه پنجم توسعه باشد.

خوشبختانه مطرح شدن اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی و واگذاری فعالیت‌های بخش دولتی به بخش خصوصی و تعاونی از سوی مقام معظم رهبری و نیز توجه دولت به اجرای طرح تحول اقتصادی، فضای سیاسی بسیار مناسبی را برای تحول همه‌جانبه در فضای کسب و کار کشور ایجاد کرده است. بنابراین، در برنامه پنجم توسعه می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب و علمی، گام‌هایی مؤثر و پایدار در رفع نواقص موجود در مسیر فعالیت بخش خصوصی و افزایش قدرت رقابت‌پذیری اقتصاد ایران برداشت. در حالی که صنایع کوچک و متوسط استان، قادر است با تقویت ظرفیت موجود و تلاش برای گسترش آنها، فرصت توسعه و پیشرفت اقتصادی را با خلق فرصت‌های کارآفرینی برای کشور دست‌یافتنی‌تر کند.

توصیه‌های سیاستی

همان‌طور که گفته شد، کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط در رونق و پیشبرد اهداف رشد و توسعه اقتصادی کشورها، بسیار مؤثر بوده است و ساختار پایدار و اتکاء‌پذیری را برای افزایش استانداردهای زندگی و کاهش فقر فراهم می‌کند. با وجود این، هنوز مشکلات و چالش‌های عمده‌ای در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، من جمله ایران در حمایت از این کسب و کارها وجود دارد. چالش‌های ورود به کسب و کاری جدید و ماندگاری و رشد در آن، فقدان منابع مالی کافی و مسائل مدیریتی کسب و کار همراه با محیط‌های پیچیده، از موانع بزرگ در این فرایند محسوب می‌شود. برای رفع این مشکلات و نیل به جایگاه و کارکردهای واقعی بنگاه‌های متوسط و کوچک، به بسترسازی، تدوین و اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی و توسعه‌ای منسجم و کارآمد برای حمایت و گسترش کسب‌وکارهای مذکور نیاز است. بدون شک، دستیابی به این مرحله، نیازمند صرف زمان، هزینه و استفاده از تجربه‌های ارزنده سایر کشورها در حوزه برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌های توسعه‌ای است. زیرا این نوع برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، بسیار مشکل و چالش‌برانگیز است. برنامه‌هایی که نه تنها در تضاد و تقابل با سایر برنامه‌ها نباشد، بلکه باید اهرمی برای اجرای موفق آنها باشد. بنابراین، طراحی و اجرای برنامه‌های بنگاه‌های متوسط و کوچک، از ظرافت و حساسیت خاصی برخوردار است.

برای دستیابی به صنایع کوچک و متوسط شکوفا و پایدار، بایستی دو عنصر اصلی محیط کسب و کار فراهم شود:

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

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

برای تحقق اولین عنصر لازم خواهد بود که به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توجه خاص شود تا بتوان محیطی توانمند برای توسعه کسب و کارها فراهم کرد. در تدوین برنامه‌ها و سیاست‌ها، باید تفاوت‌های اساسی صنایع به لحاظ اندازه یا

حجم فعالیت را مورد توجه قرار داد. سیاست‌های حمایتی باید به گونه‌ای تدوین شود که اولاً، در چارچوب سیاست‌های توسعه صنعتی باشد. دوم اینکه، در کنار توجه به تفاوت‌های صنایع کوچک، متوسط و بزرگ، اصل مهم مکمل بودن آنها نیز لحاظ شود.

برای تحقق دومین عامل، لازم خواهد بود که ظرفیت صنایع تقویت شود و توسعه یابد تا بتواند قدرت رقابت خود را افزایش دهد. این کار به رشد کسب و کار آنان، افزایش صادرات محصولات صنعتی و اشتغال‌زایی منجر خواهد شد. در این راستا، ایجاد یک ساختار سازمانی مسئول برای عرضه خدمات حمایتی و کمک‌های آموزشی و مشاوره‌ای به صورت شبکه‌ای فراگیر، به منظور رشد و توسعه واحدهای کوچک و متوسط اجتناب‌ناپذیر است. این شبکه باید بتواند خدمات متنوعی را با استفاده از مراکز مشاوره‌ای و کمیته‌های تخصصی در سراسر کشور و در اسرع وقت با هزینه اندک به واحدهای تولیدی کوچک متقاضی عرضه کند. ساختار مورد نظر باید توانایی ایفای نقش هماهنگ‌کننده برای استفاده از ظرفیت‌های علمی، آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی صنایع و وزارتخانه‌ها، مراکز فنی و حرفه‌ای کشور و سایر نهادهای مشابه را داشته باشد.

پیشنهادهای راهبردهای حمایتی

برخی از راهبردها و پیشنهادهای کاربردی برای رفع آسیب‌ها و ارتقای جایگاه و موقعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی به شرح زیر است:

- ایجاد مؤسسات مادر تخصصی از درون بنگاه‌ها با تقویت شبکه ارتباطی، فارغ از کارکردهای تراست‌ها و کارتل‌هایی که با برخورداری از رانت دولتی، قادر به بهره‌گیری از این امکانات هستند، در قالب شرکت‌های توسعه و پیشرفت برای عرضه خدمات جانبی به این بنگاه‌ها؛

- ایجاد نظام کیفیت به منظور نظارت مداوم و ارتقای سطح کیفی تولیدات در این مؤسسات؛

- هماهنگ کردن و نظارت بر کمک‌های مالی که در اختیار بنگاه‌های کوچک و متوسط قرار می‌گیرد؛

- همکاری با سایر نهادهای داخلی و بین‌المللی که در حوزه توسعه بنگاه‌های

کوچک و متوسط فعالیت می‌کنند و الگو گرفتن از کشورهای موفق در حوزه توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط؛

- تدوین برنامه‌ای جامع برای همکاری بنگاه‌های کوچک و متوسط با صنایع بزرگ؛

- کمک به بنگاه‌های کوچک و متوسط برای خرید استیجاری ماشین‌آلات جدید و مطابق با فناوری‌های جدید؛

- تسهیل روند عرضه خدمات به شرکت‌های مذکور از طریق حذف قوانین و مقررات اداری ناکارآمد؛

- ایجاد صندوق‌های ضمانت برای حمایت مالی از شرکت‌های کوچک و متوسط؛

- عرضه تسهیلات بانکی به شرکت‌های کوچک و متوسط برای خرید و نوسازی تجهیزات و انجام فعالیت‌های پژوهش و توسعه؛

- برگزاری کارگاه‌های خاص مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط برای انتقال اطلاعات مورد نیاز این گونه مدیران.

- آشنا کردن بنگاه‌های کوچک و متوسط با استانداردهای جهانی و نظام‌های مدیریت کیفیت برای رقابت در بازارهای جهانی؛

- تشویق صنایع کوچک و متوسط به ارتقای فناوری تولید و آموزش کارکنان از طریق مشوق‌های مالیاتی؛

- تشویق و ترغیب مدیران صنایع برای راه‌اندازی واحدهای پژوهش و توسعه (R&D) و اعمال سیاست‌های تسهیلاتی در این حوزه به شرکت‌ها؛

- کمک به ایجاد مؤسسات غیردولتی پشتیبان صنایع کوچک و متوسط نظیر مراکز رشد، مؤسسات پیمانکاری و مؤسسات مشاوره‌ای و بانک توسعه بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط در ایران.

محدودیت‌ها و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های در آینده

با وجود تلاش‌های بسیار برای انجام پژوهش حاضر، محدودیت‌هایی نیز وجود دارد. از این رو، برای تعبیر و تفسیر یافته‌های آن، توجه به محدودیت‌های مذکور لازم است. اولاً، نمونه این بررسی، نسبتاً کوچک و محدود به تعدادی از بنگاه‌های

کوچک و متوسط در یکی از استان‌های کشور است. بنابراین، برای افزایش اعتبار بیرونی پژوهش، پیشنهاد می‌شود که مدل پژوهش در نمونه‌ها و صنایع مختلف مورد آزمون قرار گیرد. علاوه بر این، در پژوهش حاضر پنج عامل درونی و چهار عامل بیرونی، به عنوان مهمترین آسیب‌ها و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط، شناسایی و مورد بررسی قرار گرفته است. در صورتی که متغیرهای دیگری نیز می‌تواند بر رقابت‌پذیری و موفقیت بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیر بگذارد. از این رو، برای افزایش غنای مدل، متغیرهای دیگر از قبیل ضعف مدیریتی، عدم ریسک‌پذیری، عدم تنوع و نوآوری در عرضه محصولات جدید و غیره نیز می‌تواند به الگوی مفهومی پژوهش اضافه شود و تأثیر آنها بر وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، در پژوهش‌های آینده مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

الف) فارسی

- روزبه، حبیب (۱۳۸۳). تبیین چارچوب مدل تجاری رقابت‌پذیر کوچک ایران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- شایقی، محمد (۱۳۸۶). نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه صادرات کشور. تهران: انتشارات آریا.
- عسگری، منصور و همکاران (۱۳۸۷). چگونگی رقابتی کردن بنگاه‌های کوچک و متوسط در راستای توسعه صادرات. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- عمید، امین و سیده معصومه غمخواری (۱۳۸۸). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در ایران. چشم‌انداز مدیریت، ۳۲، ۲۰۲-۱۸۳.
- فتاح، بهزاد (۱۳۸۶). سیاست‌های توسعه صنایع. تهران: آذر.
- فتحیان، محمد (۱۳۸۷). شناسایی عوامل مؤثر بر آمادگی الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط خدماتی. شریف ویژه علوم مهندسی، ۴۳، ۲۹-۲۱.
- کریمی، فرزاد و ثاقب، حسن (۱۳۸۸). بررسی وضعیت و جایگاه صنایع کوچک استان اصفهان در کشور. دو ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، ۷(۳۷)، ۸۲-۶۴.

- مظفری، مهدی (۱۳۸۶). صنایع کوچک در اقتصاد امروز. تهران: مازیار.
- موسوی، سید نصراله (۱۳۸۷). تجارت جهانی و توسعه. تهران: ماری.
- مولایی، محمد (۱۳۸۳). بررسی عوامل مؤثر بر سودآوری صنایع کوچک در ایران (رساله دکتری) تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- ناصریخت، جواد (۱۳۸۱). بنگاه‌های کوچک و متوسط: شکل‌گیری، قابلیت‌ها و سیاست‌ها. صنایع، ۱۰(۳۳)، ۲۶-۲۱.
- ناظمی، شمس‌الدین (۱۳۸۱). ارزشیابی راهبردهای حمایت از واحدهای تولیدی کوچک ایران (رساله دکتری) تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- یونیدو (۱۳۸۳). استراتژی افزایش مشارکت مؤثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد جمهوری اسلامی ایران. ترجمه عبدالرضا شقاقی و مسعود شفیعی. تهران: مؤسسه فرهنگی رسا.

ب) انگلیسی

- Andersen, T. J. & Foss, N. J. (2005). Strategic opportunity and economic performance in multinational enterprises: The role and effects of information and communication technology. *Journal of International Management*, 11, 293-310.
- Berger, A. N. & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30, 2945-2966.
- Hoffmann W. H. & Schlosser, R. (2001). Success Factors of Strategic Alliances in Small and Medium-sized Enterprises: An Empirical Survey. *Long Range Planning*, 34, 357-381.
- Lohrke, F. T. & Stoner, R. C. & Goffee, R. (2006). The influence of current firm performance on future SME alliance formation intentions: A six-country study. *Journal of Business Research*, 59, 19-27.
- Knight, G. A. (2001). Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of International Management*, 7, 155-171.
- Mahajar, A. J. & Jasmani B. M. Y. (2006). *The effectiveness of government export assistance programs on Malaysia Small & Medium enterprises (SMEs)*. problems and perspectives in management. Available at: <http://www.sciencedirect.com>.
- Moha, A. A. (1999). The accessibility of the government-sponsored support programmes for small and medium-sized enterprises in Penang Cities. *Journal of Small Business Management*, 16(2), 83-92.
- Nyroun, B. (2005). *Management for small and medium sized enterprises*. Natioanal University of Singapor.
- UNIDO (2008). *Small and medium sized enterprises*. available at <http://www.unido.org>.
- Saleh, A. S. & Ndubishi, N. O. (2006). An Evaluation of SME Development in Malaysia. *International Review of Business Research Papers*, 2(1), 1-14.
- Svetlicic, M. & Gilmore, A. & Cummins, D. (2007). Internationalization of Small and Medium – size Enterprises from selected central European economies. *Eastern European Economics*, 45(4), 36-65.
- Wilkinson, T. & Brouthers, L. E. (2006). Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15, 233-252.

آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و ... / علی‌اکبر امین‌بیدختی و مجتبی زرگر

Yeh-Yun Lin & Zhang, J. (2005). Changing Structures of SME Networks: Lessons from the Publishing Industry in Taiwan. *Long Range Planning*, 38, 145-162.

Archive of SID