

روش‌های مختلف تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در مراحل مختلف دوره عمر

■ محسن وروانی
کارشناس ارشد مدیریت اجرایی
دانشگاه علامه طباطبائی
mohsen_varvani@yahoo.com

■ سمانه میراسدی
کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی بین‌الملل
samaneh_mirasadi@yahoo.com

■ محمد صدری‌نیا
کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل
دانشگاه علامه طباطبائی
m_sadriniya@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۰۴/۰۷
تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۰۵/۲۲

چکیده

امروزه بنگاه‌های کوچک و متوسط نقش انکارناپذیری در پیشرفت و شکوفایی کشورها دارند. از این رو مورد توجه دولتمردان و مسئولان قرار گرفته‌اند. یکی از ملزومات اساسی ایجاد و حفظ بنگاه‌های کوچک و متوسط، مسأله تأمین سرمایه مورد نیاز است. از این رو با بررسی روش‌های مختلف تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توان به کارآفرینان کمک کرد تا بقاء شرکت‌های خود را تضمین کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بنگاه‌های کوچک و متوسط در مراحل مختلف عمر خود از روش‌های مختلفی برای تأمین سرمایه مورد نیاز استفاده می‌کنند. منابعی مانند منابع داخلی، قرض و بدهی و ... در مراحل مختلف دوره عمر بنگاه‌های کوچک و متوسط مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در این مقاله سعی شده است ضمن معرفی اجمالی بنگاه‌های کوچک و متوسط، روش‌های مختلفی که صاحبان این بنگاه‌ها می‌توانند از آن برای تأمین مالی بنگاه‌های خود استفاده کنند مورد مطالعه قرار گیرد.

واژگان کلیدی

بنگاه‌های کوچک و متوسط، کارآفرین، تأمین مالی

مقدمه

و متوسط از جنبه‌های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش‌آفرینی هستند و در بسیاری از کشورها این صنایع تأمین‌کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند. از طرف دیگر این صنایع با صادرات قابل توجه نقش مؤثری در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کنند. به گونه‌ای که امروزه تقریباً همه کشورها سعی در توسعه این صنایع (بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط و کارآفرین) در ساختار صنعتی خود دارند و این صنایع نقش قابل ملاحظه‌ای را در اقتصاد این کشورها ایفا می‌کنند. وجود چالش‌های محیطی و تغییر در فرایندهای

کوچکی برای این بنگاه‌ها وجود دارد. گرچه شرکت‌های بزرگ بهترین بخش مجموعه فعالیت‌های اقتصادی در اغلب کشورهای توسعه‌یافته به شمار می‌آیند، اما SMEها نقش مهمتری را نسبت به سهمشان از کل استخدام افراد ایفا می‌کنند. در مقابل در کشورهای فقیرتر به طور متوسط حدود ۲/۳ افراد در شرکت‌های خیلی کوچک کار می‌کنند - شرکت‌هایی با کمتر از ۵ کارمند - و بقیه در شرکت‌های بزرگ‌تر با بیش از ۱۰۰ کارمند مشغول به کار هستند. بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد این کشورها حضور کمی دارند [۲]. امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک

پدیده جهانی شدن و لزوم ایجاد تحرک، انعطاف و سرعت در تصمیم‌گیری در مناسبات تجاری و اقتصادی جایگاه ویژه‌ای را برای مؤسسات کوچک و متوسط در سطح جهان فراهم ساخته است. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد افزایش مشاغل در کشورهای صنعتی در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی عمدتاً از طریق این مؤسسات پدید آمده است [۱].

در کشورهای توسعه یافته تقریباً ۲/۳ افراد در شرکت‌های بزرگ کار می‌کنند و بقیه افراد در بنگاه‌های کوچک و متوسط مشغول به کار هستند. در واقع در این کشورها بخش بسیار

1. Small and Medium Enterprise (SME)

مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته‌تر ساخته است و سیاست‌های کوچک‌سازی، برون‌سپاری فعالیت‌ها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به‌ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کارآفرینانه کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است [۳].

یکی از ملزومات اساسی برای ایجاد هر کسب و کار سرمایه و منابع مالی است. کمبود سرمایه و عدم دسترسی به منابع مالی از جمله بزرگترین مشکلاتی است که کارآفرینان برای ایجاد کسب و کار با آن مواجه هستند.

همانطور که بیان شد، اغلب بنگاه‌های کوچک و متوسط توسط یک یا چند کارآفرین ایجاد می‌شوند. از این رو این افراد برای تأسیس بنگاه خود عموماً با کمبود منابع مالی مواجه هستند. در این مقاله سعی می‌شود راه‌های مختلف تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط مورد بررسی قرار گیرد.

بیان مسأله

مسائل امروز کشورها و سازمان‌ها باراه‌حل‌های دیروز حل شدنی نیست و پیش‌بینی آینده، مشکلات آتی را حل نمی‌کند، بلکه باید برای ساختن آینده اقدام کرد. امروزه شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی پیچیده و مبهم شده که کشورها و سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با تغییرات اندک در روش‌ها، ساختار، فناوری و عواملی نظیر این، بقای بلندمدت خود را تضمین کنند.

شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورمان نیز به گونه‌ای است که لزوماً توجه به حل مشکلات و تنگناها در حال و آینده را طلب

می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز نیاز به درآمدزایی از طریق فعالیت‌های غیرنفتی از عواملی هستند که سیاست‌گذاران را به فکر ایجاد و توسعه بنگاه‌های متوسط انداخته است.

پدیده جهانی شدن و لزوم ایجاد تحرک، انعطاف‌پذیری و سرعت در تصمیم‌گیری در مناسبات تجاری اقتصادی جایگاه ویژه‌ای برای مؤسسات کوچک و متوسط در سطح جهان فراهم ساخته است. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که افزایش مشاغل در کشورهای صنعتی در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی عمدتاً از طریق این مؤسسات پدید آمده است. سهم این شرکت‌ها در ایجاد اشتغال در کشورهای در حال توسعه نیز بین ۶۰-۷۰ درصد معرفی شده است [۱].

وجود چالش‌های محیطی و تغییر در فرایندهای مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته‌تر ساخته است و سیاست‌های کوچک‌سازی، برون‌سپاری فعالیت‌ها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به‌ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است [۳]. از طرف دیگر مستندات چشم‌انداز بلندمدت جمهوری اسلامی ایران نیز به اهمیت جایگاه مؤسسات کوچک و متوسط اشاره داشته و در گزارش شماره ۱۶ منتشر شده از سوی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، تعداد واحدهای صنعتی کشور قریب به ۴۰۰۰۰۰ واحد با حدود ۲۰۰۰۰۰۰ شاغل معرفی شده است. از این تعداد، نزدیک به ۳۰۰ واحد بزرگ و بقیه واحدهای متوسط و کوچک را شامل می‌گردند [۴].

توجه به مؤسسات کوچک و متوسط که بیشتر از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه موجودیت خود

را به دست آورده‌اند از چند جهت حائز اهمیت است:

- حفظ اشتغال‌های موجود؛
- ایجاد اشتغال‌های جدید؛
- بازدهی سریع و زود هنگام؛
- نیاز به مبالغ کم برای سرمایه‌گذاری.

اهمیت کارکرد فعالیت‌های فوق زمانی مهمتر می‌نماید که معضل بیکاری در کشورها را نیز بدان افزود. مشکل بیکاری هم اکنون یکی از مشکلات مهم کلیه جوامع در حال توسعه از جمله ایران است که می‌توان با توجه و اهمیت دادن به ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط این مشکلات را برطرف کرده و ضمن کمک به اشتغال، باعث رشد و شکوفایی اقتصاد کشور شد.

همان‌طور که بیان شد در دنیای امروز توجه به بنگاه‌های کوچک و متوسط بسیار ضروری است. ولی باید در نظر داشت این بنگاه‌ها بدون نقش حمایتی و پشتیبانی دولت و ارگان‌های ذیربط نسبت به فضا سازی و اقدامات عملی در حمایت از این واحدها به خوبی نمی‌تواند نقش اساسی و حیاتی خود را در اشتغال‌زایی و کمک به رشد اقتصادی ایفا کنند.

توجه به حمایت از واحدهای کوچک از اینجا نشأت می‌گیرد که بر اساس آمار موجود در بعضی کشورهای صنعتی، حدود ۳۳ درصد از واحدهای کوچک و فعالیت‌های خود اشتغال در سال اول فعالیت، بیش از ۵۰ درصد آنها در دو سال اول و تقریباً ۶۷ درصد در پایان سال پنجم از شروع فعالیت به دلایل مختلفی با ناکامی مواجه شده و ناچار به توقف فعالیت شده‌اند [۵].

شرکت‌های بزرگ مخصوصاً شرکت‌های سهامی برای تأمین مالی خود با مشکلات مالی کمتری مواجه هستند، زیرا این شرکت‌ها با فروش سهام

به راحتی می‌توانند سرمایه مورد نیاز خود را تأمین نمایند. از طرف دیگر دسترسی این شرکت‌ها به اعتبارات بانکی نیز با سهولت بیشتری امکان‌پذیر است. ولی بنگاه‌های کوچک و متوسط با محدودیت‌هایی برای تأمین سرمایه مورد نیاز خود مواجه هستند. از این رو بسیاری از کارآفرینان به دلیل محدودیت دسترسی به منابع مالی از ایجاد کسب و کارهای جدید منصرف می‌شوند و ایده‌های خود را عملی نمی‌کنند. از این رو بررسی روش‌های مختلف تأمین مالی و ارائه روش‌هایی برای تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط ضروری است. زیرا به این طریق می‌توان با کمک به کارآفرینان از مزایای این بنگاه‌ها بهره‌مند شد و کشور را به سوی رشد و شکوفایی سوق داد.

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

در پژوهشی که در طی سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۷ انجام شد مشخص گردیده است که سیاست‌های کوچک‌سازی، به بیکاری افزون بر ۴۳ میلیون نفر در سطح کشورها به ویژه کشورهای صنعتی انجام شده ولی در همین دوره ۷۳ میلیون شغل در آن کشورها ایجاد گردیده است که قریب به اتفاق آنها توسط مؤسسات کوچک و متوسط برده است [۶]. بین سال‌های ۱۹۹۹-۲۰۰۰ میلادی، ایجاد شغل از طریق توسعه یا تشکیل شرکت‌های کوچک بالغ بر ۱۰۸۰۰۰۰۰ نفر نیروی کار بوده است و علی‌رغم اعمال سیاست کوچک‌سازی شرکت‌های بزرگ و حذف حدود ۸۳۰۰۰۰۰ نفر از شاغلان، تغییرات خالص استخدام در شرکت‌های کوچک و متوسط ۲۵۰۰۰۰۰ نفر نیروی کار بوده است [۷]. مطالعات انجام گرفته در کشور هندوستان نیز حاکی از

آن است که طی سال‌های ۱۹۷۴ تا ۱۹۹۰ از طریق واحدهای کوچک صنعتی سطح اشتغال از ۳/۹۷۰ میلیون نفر به ۱۱/۹۰۰ میلیون نفر افزایش یافته است [۶]. همچنین آستین گرفت" و "راسل سوبل" (۲۰۰۳) بیان می‌کنند که کلید ارتباط بین آزادی اقتصادی و رشد اقتصادی، فعالیت‌های کارآفرینی است که عموماً از طریق فعالیت در بنگاه‌های کوچک و متوسط نمایان می‌گردد.

همان طور که بیان شد بنگاه‌های کوچک و متوسط در رشد اقتصاد، اشتغال‌زایی و ... نقش حیاتی ایفا می‌کنند و در کشورهای صنعتی نیز روز به روز بر اهمیت آنها افزوده می‌شود. تجربیات نشان می‌دهد بنگاه‌های کوچک و متوسط بدون دسترسی به منابع مالی امکان ادامه حیات ندارند. عموماً شکست این نوع بنگاه‌ها در اثر مشکلات مالی می‌باشد. این نوع بنگاه‌ها بدون حمایت دولت و دیگر دستگاه‌های ذیربط نمی‌توانند پا بر جا مانده و نقش اساسی خود را به خوبی ایفا نمایند. به منظور پیشگیری و مواجهه منطقی با چنین رویدادهایی، راهبردها، حمایت‌ها و اقدامات عملی سایر کشورها در حمایت از نوآوران و کارآفرینان می‌تواند راهنمای عمل خوبی برای سایر کشورها باشد. برای مثال در آمریکا در سال ۱۹۸۳ حدود ۳۰ ایالت کمیته‌هایی را با عنوان کمیته ایجاد و حمایت از واحدهای کوچک تولیدی به وجود آوردند. در آلمان برخی مؤسسات کارآفرینی ایجاد شده است که مشاوره‌های شغلی و اطلاع‌رسانی به افراد نوآور می‌دهد. در فرانسه با اعمال سیاست‌های تخفیف مالیاتی، کاهش و حذف عوارض، واحدهای کوچک مورد حمایت قرار می‌گیرند. مالزی از معدود کشورهایی است که یک وزارتخانه تحت عنوان وزارت حمایت از

فعالیت‌های کوچک جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی دارد [۷]. اداره کسب و کارهای کوچک در آمریکا با نمایندگی‌های خود در سطح ایالت و مناطق محلی با قریب بر ۱۰۰۰ مرکز توسعه کسب و کارهای کوچک ارتباط دارد و آنها را مورد حمایت قرار می‌دهد. کار این مراکز این است که صاحبان کسب و کارهای کوچک را در بدو تأسیس و حین فعالیت مورد حمایت قرار می‌دهد [۸]. با عنایت به اهمیت روز افزونی که واحدهای کوچک در ایجاد اشتغال و رشد اقتصاد ملی و منطقه‌ای - به شرحی که گذشت - دارند، موضوع حمایت از این واحدها بیش از پیش روشن‌تر می‌شود. می‌توان ابعاد حمایت از کارآفرینان واحدهای کوچک و متوسط را در قالب چهار فعالیت به شرح زیر تقسیم‌بندی و ارائه نمود:

۱. خدمات اداری و حرفه‌ای؛
۲. کمک‌های مالی؛
۳. کمک‌های مدیریتی؛
۴. خدمات بازاریابی.

همان طور که ملاحظه می‌شود یکی از راه‌هایی که بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توانند به آن امید داشته باشند، حمایت‌های مالی دولتی است. علاوه بر آن این مؤسسات از روش‌های دیگری نیز می‌توانند برای تأمین سرمایه مورد نیاز خود استفاده کنند که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرند.

بنگاه‌های کوچک و متوسط

بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد و شکوفایی کشورها نقش انکارناپذیری ایفا می‌کنند. در اتحادیه اروپا ۲/۳ مشاغل به وسیله SMEها ارائه می‌شود. در ژاپن نیز حدود ۷۸ درصد مشاغل به وسیله چنین بنگاه‌هایی ارائه می‌شود [۷].

اهمیت این بنگاه‌ها همانند کارفرمایان و عرضه‌کنندگان بالا است. مطالعات بسیاری وجود دارد که نشان می‌دهد ایجاد این بنگاه‌ها تا چه حد برای اقتصاد کشورها سودآور است [۱۰]. اهمیت فزاینده بنگاه‌های کوچک و متوسط به وسیله کمیسیون‌های دولتی در رشد اقتصادی، ایجاد شغل، توسعه محلی و ناحیه‌ای تشخیص داده شده است [۷].

SME‌ها اغلب بر حسب اندازه، استقلال و مدیریت و همچنین میزان ریسک‌پذیری توصیف می‌شوند. برای مثال ممکن است برخی از SME‌ها سهم کوچکی از یک بازار تولید یا بازار محلی داشته باشند، اما نقش آنها در توسعه محلی کاملاً رضایت‌بخش باشد (مانند افزایش استخدام). SME‌ها ممکن است فرصت تولید در بازارهای مختلف را در اختیار داشته باشند، اما به وسیله رقابت از طریق واردات محصولات خارجی تهدید شوند، بدین معنی که بنگاه‌های کوچک و متوسط ممکن است در بازارهایی که بوسیله رقابت تعدیل شده است یا بازارهایی که موانع ورودی کمی دارند، فعالیت کنند [۹].

تأسیس بنگاه‌های کوچک و متوسط مزایایی به شرح ذیل به ارمغان می‌آورد: دولت از طریق بستن قرارداد با SME‌ها به نوآوری بسیاری دست پیدا می‌کند، باعث تشویق و دلگرمی کارفرمایان و کمک به ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی می‌شود. بنابراین بخش عمومی می‌تواند با خرید از SME‌ها تأثیر مثبتی بر اقتصاد محلی، بازاریابی محلی و منابع محلی داشته باشد. به SME‌ها به عنوان یک منبع خدمات شخصی نگاه می‌شود. آنها قادرند به تقاضاهای در حال تغییر بازار پاسخ دهند، منعطف هستند و نسبت به شرکت‌های بزرگ ارتباطات درونی کارآمدی دارند [۱۰].

این بنگاه‌ها به عنوان مکانی برای نوآوری در نظر گرفته می‌شوند. در واقع SME‌ها نسبت به شرکت‌های بزرگ توانایی بیشتری برای نوآوری و تولید محصولات جدید دارند. هیت^۱ بیان می‌کند برای اینکه SME‌ها قادر به رقابت در بازارهای داخلی و جهانی باشند، نیاز به نوآوری دارند. در واقع علت شهرت بنگاه‌های کوچک و متوسط خلاقیت و نوآوری آنها در تولید کالا و خدمات است [۲۹]. بنگاه‌های کوچک و متوسط تمایل دارند که نرخ رشد بالایی را نسبت به سازمان‌های بزرگ داشته باشند، اما در این مورد چندان موفق نیستند [۱۰]. SME‌ها در اغلب کشورها با موانع و مشکلات بسیاری نسبت به سازمان‌های بزرگ به علت ناکافی بودن دارایی‌های داخلی و همچنین فقدان مهارت مواجه هستند. بزرگترین مانع بر سر راه بنگاه‌های کوچک و متوسط، عدم دسترسی به سرمایه کافی است. SME‌ها از نظر مالی بسیار محدودتر از سازمان‌های بزرگ هستند و دسترسی کمی به دارایی‌های رسمی دارند.

تأمین مالی در بنگاه‌های کوچک و متوسط

دسترسی به دارایی مالی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط بسیار دشوار است و نهادهای مالی و قانونی نقش مهمی در رابطه با این محدودیت بازی می‌کنند. تحقیقات بسیاری اهمیت نهادهای مالی و قانونی را نشان داده‌اند. این نهادها به شرکت‌های نیازمند به خصوص بنگاه‌های کوچک در دسترسی به منابع مالی و رشد اقتصادی کمک شایانی می‌کنند. در زمان فقدان این نهادها، زمانی که سرمایه‌گذاران خارجی نمی‌توانند از تملک سازمان یا شرکت توسط کارمندان داخلی جلوگیری کنند، برای بنگاه‌های کوچک و متوسط بهینه کردن اندازه‌شان و

دسترسی به منابع مالی مشکل‌تر است. تمرکز بر بهبود نهادها و غلبه بر محیط کسب و کار احتمالاً بیشترین تأثیر را در از میان برداشتن یا کاهش محدودیت‌های رشد SME‌ها و بالا بردن تسهیلات آنها برای افزایش سهمشان در رشد اقتصادی خواهد داشت. اما در این میان نوآوری در ابزارهای مالی می‌تواند به دسترسی به تسهیلات مالی برای این بنگاه‌ها حتی در زمان فقدان نهادهای خوب توسعه یافته، بسیار کمک کند [۱۱].

منابع سرمایه‌ای برای SME‌ها شامل موارد زیر است:

۱. درآمدهای تقسیم نشده، پذیرهنویسی داخلی؛
 ۲. بانک‌ها؛
 ۳. فروش سهام، دارایی خالص؛
 ۴. اعتبار تجاری، کارت اعتباری، توسعه پذیرهنویسی، اجاره‌داری؛
 ۵. سهم شرکت از دارایی خارجی [۱۲].
- طبق تحقیقی که توسط بانک جهانی انجام شد، مشخص شد که شرکت‌های بزرگ در همه جا نسبت به بنگاه‌های کوچک و متوسط، دسترسی بیشتری به اعتبارات بانکی چه در داخل و چه در خارج دارند. با این وجود مطالعات نشان می‌دهد که برای SME‌ها عدم تجانس مهمی در رابطه با منابع مالی در سراسر کشورها وجود دارد. حدود ۱/۴ بنگاه‌های کوچک بیش از ۱۰ درصد منابع مالی خود را از اعتبارات تجاری به دست می‌آورند. حدود ۴۰ درصد آنها سهم یکسانی از بانک‌های تجاری محلی به دست می‌آورند. علاوه بر این، کشورهایی که در آنها بنگاه‌های کوچک و متوسط به این نوع از منابع دسترسی دارند، کشورهایی با سیستم‌های مالی پیشرفته هستند [۱۲].

1. Hitt

در واقع بنگاه‌های کوچک و متوسط از دارایی‌های خارجی به خصوص دارایی بانک استفاده کمتری می‌کنند. این بنگاه‌ها بیشتر از همه از پشتیبانی حق مالکیت بر حسب دستیابی به منابع رسمی دارایی‌های خارجی به خصوص دارایی بانک سود می‌برند.

به نظر می‌رسد که مهمترین راه دسترسی بنگاه‌های کوچک و متوسط به دارایی‌های خارجی از طریق تجدید نظر سازمانی در نقاط ضعف سیستم‌های مالی و قانونی است. لازم به ذکر است که در اروپا و بسیاری از جاهای دیگر دولت به علت آنکه SMEها با محدودیت مالی مواجه هستند، آنها را به تهیه وام و به دست آوردن سرمایه لازم تشویق می‌کند [۱۳].

در کشورهایی با سیستم قانونی قوی که در آنها به حقوق مالکیت و به خصوص به حقوق سرمایه‌گذارها تأکید می‌شود، احتمالاً شرکت‌ها به دارایی خارجی متکی هستند. در کشورهایی که حقوق مالکیت در آنها ضعیف است، شکل‌های جانشین دارایی خارجی مثل اعتبار فروشنده یا توسعه بانک مالی و اعتبارات غیر رسمی استفاده می‌شود. SMEها به طور معنی داری از دارایی خارجی و دارایی‌های بانک نسبت به شرکت‌های بزرگ کمتر استفاده می‌کنند [۱۱].

همچنین می‌توان گفت بنگاه‌های کوچک و متوسط در مراحل مختلف چرخه عمر خود از روش‌های مختلفی برای تأمین منابع مالی مورد نیاز استفاده می‌کنند که در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد. بنگاه‌های کوچک و متوسط در دوره‌های مختلف عمر خود از منابع گوناگونی استفاده می‌کنند. در این قسمت روش‌های مختلف تأمین مالی در دوره‌های مختلف عمر خود مورد بررسی قرار می‌گیرد.

طیف گسترده‌ای از منابع تأمین مالی (با امکان‌پذیری و هزینه‌های گوناگون)، در دسترس کارآفرینان قرار دارد و روش‌های متفاوتی برای طبقه‌بندی آنها پیشنهاد شده است. در یک طبقه‌بندی از این منابع، دیکینز و فریل (۲۰۰۳) منابع مالی شرکت‌های کارآفرینی را به دو دسته درونی و برونی بخش‌بندی کرده‌اند. در گزارشی که توسط شرکت مالی «امکو» ارائه شده است، منابع مالی به سه دسته منابع سهام (حقوق صاحبان سهام)، منابع بدهی (استقراض) و دیگر منابع دسته‌بندی شده بودند در یک تقسیم‌بندی دیگر، کاردلو (۱۹۹۹) منابع مالی در دسترس کارآفرینان را به دو دسته تقسیم کرده است: منابع غیررسمی و منابع رسمی. در این مقاله با تلفیق تقسیم‌بندی‌های فوق، منابع به چهار دسته تقسیم شده است. این چهار دسته عبارتند از:

۱- منابع داخلی تأمین مالی

یک کسب و کار به نوبه خود ظرفیت ایجاد سرمایه را داراست. این نوع تأمین مالی برای هر

شرکت کوچکی در دسترس است.
- سود انباشته: در مراحل پسین تأمین مالی نظیر مرحله جوانی، رشد یا بلوغ، شرکت‌ها می‌توانند از منبع داخلی سود انباشته نیز برای تأمین مالی نیازمندی‌های مالی خود استفاده کنند. این منبع را می‌توان یکی از کم‌هزینه‌ترین منابع تأمین مالی دانست که برای تأمین نیازهای بلندمدت و توسعه‌ای شرکت به کار می‌رود. افزون بر همه این موارد، یک کسب و کار کوچک می‌تواند نیازمندی‌های سرمایه‌ای خود را با صرفه‌جویی در هزینه‌های ممکن به کمترین حد برساند. کارآفرین باید شیوه‌های صرفه‌جویی در خرج پول را مورد توجه قرار دهد.

- عاملیت حساب‌های دریافتی و کارت‌های اعتباری: به جای نگهداری و ثبت فروش اعتباری در دفاتر شرکت (که برخی از این حساب‌ها هیچگاه وصول نمی‌شود)، یک کسب و کار کوچک می‌تواند حساب‌های دریافتی خود را یکجا به یک عامل بفروشد.

- اجاره به شرط تملیک یا اجاره (لیزینگ)

۲- منابع تأمین مالی از طریق بدهی و قرض

تأمین مالی از طریق بدهی شامل وجوهی است که مالکان کسب و کارهای کوچک و متوسط استقراض کرده‌اند و باید به همراه بهره آن را بازپرداخت کنند. بسیاری از کارآفرینان به نوعی از سرمایه ناشی از بدهی (استقراض) برای راه‌اندازی شرکت‌های خود بهره می‌برند. اگر چه وجوه قرض گرفته شده به کارآفرین این اجازه را می‌دهد که مالکیت کامل شرکت را در اختیار داشته باشد، با این حال او باید بدهی ایجاد شده در ترازنامه را تعهد کند و به همین ترتیب آن را به همراه بهره متعلق به آن، در آینده بازپرداخت

کند. افزون بر این، به دلیل ریسک بیشتر کسب و کارهای کوچک و متوسط، آنها باید نرخ بهره بیشتری را نیز پرداخت کنند. با وجود این، هزینه‌های تأمین مالی از طریق استقراض اغلب پایین‌تر از تأمین مالی از طریق سهام بوده و بر خلاف تأمین مالی از طریق سهام متضمن رقیق شدن مالکیت کارآفرینان در شرکت نیست. کارآفرین که بر جستجوی تأمین مالی از طریق استقراض است، به سرعت با دامنه گسترده‌ای از گزینه‌های اعتباری روبرو می‌شود. در ادامه منابع تأمین مالی از طریق بدهی (استقراض) مرور خواهد شد.

- بانک‌های تجاری و وام‌های کوتاه‌مدت میان‌مدت و بلندمدت: بانک‌های تجاری بیشترین تعداد و بیشترین تنوع وام‌های کسب و کارها، کوچک را ارائه می‌کنند. مالکان کسب و کارها، بانک‌ها را به عنوان اولین قرض‌دهندگان مدنظر قرار می‌دهند. بانک‌ها غالباً در فعالیتهای اعطای وام خود محافظه کارانه عمل می‌کنند و ترجیح می‌دهند در هنگام تخصیص وام‌های خود به کسب و کارهای کوچک و متوسط، آنها را به شرکت‌های در حال فعالیت اعطا کنند تا به یک شرکت نوپای با ریسک بالا. چنانچه بانکی در اعطای وام خود به یک شرکت دچار اشتباه شود، ترجیح می‌دهد که جریان وجه نقد کافی برای بازپرداخت وام موجود باشد. نخستین پرسشی که هنگام ارزیابی طرح کسب و کار کارآفرینان در ذهن بیشتر بانکداران نقش می‌بندد، این است که آیا این کسب و کار قادر به ایجاد وجه نقد کافی برای بازپرداخت وامی هست که دریافت کرده است؟ گرچه بانک‌ها برای تضمین وام‌هایشان بر وثیقه متکی هستند، ولی آنچه بازپرداخت وام را در موعد مقرر تضمین می‌کند،

جریان نقد کافی شرکت است. از سوی دیگر تهیه وثایق و راکد گذاردن آن نیز برای شرکت‌ها هزینه‌هایی را در بردارد.

وام‌های کوتاه‌مدت که برای کمتر از یکسال در نظر گرفته شده‌اند، رایج‌ترین نوع وام‌های تجاری اعطا شده به بنگاه‌های کوچک و متوسط است. این وجه نوعاً برای پرکردن حساب سرمایه در گردش برای تأمین مالی خرید موجودی بیشتر، بالا بردن برون‌داد (محصول)، تأمین مالی فروش اعتباری و یا بهره‌گیری از تنزیل نقدی به کار می‌رود. این وام هنگامی بازپرداخت می‌شود که موجودی به وجه نقد تبدیل شود. وام‌های میان‌مدت و بلندمدت برای مدت یک سال یا بیشتر ارائه می‌گردد و معمولاً در افزایش سرمایه ثابت به کار می‌رود. بانک‌ها این وام‌ها را برای راه‌اندازی و آغاز یک کسب و کار، ساخت یک کارخانه، خرید املاک و تجهیزات و تأمین وجه برای دیگر سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت اعطا می‌کنند. بازپرداخت این وام معمولاً ماهیانه یا فصلی تعیین می‌شود.

- خط‌های اعتباری و اعتبارات اسنادی: یک خط اعتباری به منظور حفظ جریان نقدی مثبت، وجه کوتاه‌مدتی را به شرکت ارائه می‌کند. سپس هنگامی که در مراحل بعد شرکت توانست مبالغ مورد نظر را به دست آورد، این وام بازپرداخت می‌گردد. یک مزیت خط اعتباری این است که تا زمانی که وجه باز پس گرفته نشود، بهره‌ای به آن تعلق نمی‌گیرد. در حالی که در زمان نیاز جریان نقدی این خط فوراً در دسترس قرار می‌گیرد. اعتبار اسنادی نیز می‌تواند در هنگام معامله با یک توزیع‌کننده جدید که ممکن است از نظر اعتباری شرکت دارای تضمین کافی نباشد، به کار گرفته شود. در چنین زمانی بانک می‌تواند

با ارائه یک اعتبار اسنادی، پرداخت به شرکت را ضمانت کند.

- اعتبار تجاری و عرضه‌کنندگان تجهیزات: فروشندگان و عرضه‌کنندگان معمولاً خرید مواد اولیه و قطعات شرکت‌ها را به مدت ۳۰ تا ۹۰ روز یا بیشتر با نرخ بهره معین تأمین مالی می‌کنند. بیشتر فروشندگان تجهیزات از طریق ارائه تسهیلات خرید، مالکان کسب و کارها را تشویق می‌کنند تا تجهیزات مورد نیاز خود را از آنان خریداری کنند. این روش تأمین مالی تا حدود زیادی مشابه اعتبار تجاری است. معمولاً فروشندگان تجهیزات، یک شرایط اعتباری منطقی با پرداخت منصفانه که در طول عمر تجهیزات به طور متعادل تقسیط شده باشد را پیشنهاد می‌کنند.

- مؤسسات مالی و اعتباری و شرکت‌های بیمه: تخصص مؤسسات وام و پس‌انداز در ارائه وام‌هایی برای دارایی‌های واقعی است. علاوه بر نقش سنتی آنها در ارائه وام‌های رهنی برای مسکن، این مؤسسات منابع مالی را برای دارایی‌های تجاری و صنعتی نیز ارائه می‌کنند. در یک وام نوعی تجاری یا صنعتی، مؤسسات وام و پس‌انداز تا ۸۰ درصد از ارزش دارایی را با برنامه زمانی بازپرداخت تا ۳۰ سال قرض خواهند داد. در دیگر کشورها برای بسیاری از کارآفرینان، شرکت‌های بیمه عمر می‌توانند منبع مهم دستیابی به سرمایه کسب و کار تلقی شوند. شرکت‌های بیمه دو نوع اساسی وام را ارائه می‌کنند. وام‌های بیمه نامه‌ای و وام‌های رهنی. وام‌های بیمه نامه‌ای بر پایه مبالغی ایجاد شده است که از طریق حق بیمه پرداخت می‌شود.

- اتحادیه‌های اعتباری و عرضه‌های خصوصی: اتحادیه‌های اعتباری که تحت مالکیت اعضای

خود قرار دارند، شناخته‌شده‌ترین مؤسسات برای ارائه وام‌های مصرفی و خودرو به شمار می‌روند. با وجود این اکنون بسیاری از آنها خواهان آن هستند که وجوهی را برای راه‌اندازی کسب و کارها به اعضای خود قرض دهند. اتحادیه‌های اعتباری وام خود را به هر شخصی ارائه نمی‌دهند، بلکه یک کارآفرین جهت واجد شرایط شدن برای دریافت وام، باید به عضویت یک اتحادیه اعتباری درآید. عرضه خصوصی نیز فرایندی است که طی آن شرکت برای استقراض و صدور اسناد تعهدآور تنها به معدودی از وام‌دهندگان - معمولاً شرکت‌های بیمه یا صندوق‌های بازنشستگی - روی می‌آورد و استقراض از طریق انتشار عام اوراق انجام نمی‌گیرد. بدهی عرضه خصوصی پیوندی است میان یک وام معمولی و اوراق قرضه، چرا که به صورت ذاتی یک اوراق قرضه محسوب می‌شود اما شرایط آن مانند وام به نیازهای فردی قرض گیرنده بستگی دارد. اوراق بهاداری که به عرضه خصوصی تبدیل شده است، چندین مزیت را نسبت به وام‌های عادی بانکی داراست که از جمله آنها می‌توان به نرخ بهره ثابت، سررسید بلندمدت‌تر، محدودیت‌های کمتر و نهایتاً ریسک‌پذیری بیشتر سرمایه‌گذاران خصوصی اشاره کرد.

کمک‌های دولتی: در بسیاری از کشورها، دولت‌ها برای کمک به کارآفرینان در راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا و یا در حال رشدشان، تسهیلاتی را با نرخ بهره پایین یا بازپرداخت بلندمدت اعطا می‌کنند.

۳- منابع خصوصی تأمین مالی

اولین منبعی که کارآفرینان جهت تأمین وجوه

مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب و کارهایشان به آن رجوع می‌کنند، منابع خصوصی است. برای این گروه محاسبات ریسک و بازده مانند دیگر گروه‌ها دارای اولویت نخست نیست.

۱- منابع شخصی (پس‌اندازهای شخصی):

نخستین جایی که یک کارآفرین در جستجوی پول به سراغ آن می‌رود، منابع مالی شخصی اوست. این منبع ارزان‌ترین منبع مالی در دسترس است. ظاهراً کارآفرینان منافع خودکفایی را مشاهده نموده‌اند، به طوری که رایج‌ترین منبع تأمین وجوه سرمایه‌ای که برای کسب و کارهای کوچک و متوسط به کار می‌رود، از محل صندوق شخصی کارآفرینان تأمین می‌شود.

۲- دوستان و بستگان: پس از صرف وجوه شخصی، کارآفرین به دوستان و بستگانی روی می‌آورد که ممکن است تمایل داشته باشند تا در کسب‌وکار او سرمایه‌گذاری کنند. به دلیل روابط آنها با کارآفرین، احتمال زیادی وجود دارد که این افراد سرمایه‌گذاری کنند. آنها اغلب صبورتز از دیگر سرمایه‌گذاران هستند. با وجود این انتظارات غیر واقع‌گرایانه یا ریسک‌های درست درک‌نشده، از خطرهای این سرمایه‌گذاری‌های خانوادگی است. برای پرهیز از چنین مسائلی کارآفرینان باید صادقانه فرصت سرمایه‌گذاری و ریسک‌های آن را معرفی کنند تا در صورت شکست، دوستان و بستگان را با خود بیگانه نسازند.

۴- منابع تأمین مالی از طریق سرمایه و سهام

اتکاء صرف بر بدهی و استقراض برای تأمین مالی راه‌اندازی و یا رشد و توسعه شرکت، ممکن است مشکلات بی‌شماری را به وجود آورد. سرمایه به دست آمده از استقراض، سرمایه‌صوری نیست. مدت زمان وام‌های آن به ندرت از ۳ تا ۵ سال

فراتر می‌رود. از سوی دیگر سرمایه ناشی از بدهی (استقراض)، سرمایه متعهدی نیست. بدهی بازپرداخت‌های دوره‌ای بهره (فرع وام) و پرداخت نهایی اصل وام را ایجاب می‌کند. این عامل باعث می‌شود که در هنگام افت فروش یا دیگر فشارهایی که بر روی سودآوری و به ویژه بر روی جریان نقدی وارد می‌شود، شرکت در معرض تهدید قرار گیرد. در چنین مواقعی که شرکت از بازپرداخت‌های بدهی ناتوان می‌شود، بانک‌ها ممکن است به عنوان آخرین راه‌چاره دارایی‌ها را به مالکیت خود درآورند و یا شرکت را مجبور به انحلال سازند. به همین دلیل صاحب نظران توصیه می‌کنند که برای شرکت‌ها یا دست کم شرکت‌های با پتانسیل رشد بالا، سرمایه‌های ریسکی متعهد و صبور که بازدهی آن پس از موفقیت قریب‌الوقوع شرکت پرداخت می‌گردد، مناسب‌ترین انتخاب خواهند بود. این گونه منابع مالی برای کسب و کارهای جدید مطلوب محسوب می‌شوند، چرا که این منابع عمدتاً بر چشم‌انداز آتی شرکت تمرکز می‌کنند، در حالی که بانک‌ها اغلب عملکرد گذشته شرکت را به عنوان معیار اصلی مدنظر قرار می‌دهند. در تأمین مالی از طریق سرمایه (سهام)، سرمایه‌گذار مالک شرکت می‌شود. در این روش ضمن اینکه ریسک تقسیم می‌شود، عایدات بالقوه آن نیز تقسیم می‌گردد. برخی از منابع رایج تأمین سرمایه از طریق سهام را در این بخش مرور می‌کنیم.

۱- فرشتگان کسب و کار: این اصطلاح برای توصیف سرمایه‌گذارانی به کار می‌رود که سرمایه اولیه شرکت‌های پرریسک که در مرحله آغازین قرار دارند را فراهم می‌سازند. فرشتگان کسب و کار، افراد ثروتمندی هستند که سرمایه‌گذاری مستقیمی را در شرکت‌هایی که

در ابتدای راه هستند و هنوز قیمتی برای آنها تعیین نشده است، انجام می‌دهند. این در حالی است که هیچ‌گونه ارتباط خویشاوندی نیز با کارآفرین ندارند. در اغلب موارد فرشتگان کسب و کار در جستجوی فعالیت‌هایی هستند که درباره آن تاحدودی چیزهایی را بدانند و بیشتر انتظار دارند تا دانش، تجربه و انرژی خود را همانند پول، در یک شرکت سرمایه‌گذاری کنند. فرشتگان کسب و کار شکاف تأمین مالی موجود میان سرمایه‌های به دست آمده از منابع خصوصی و مرحله‌ای که سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر نهادی تمایل به سرمایه‌گذاری خواهند داشت را پر می‌کنند.

- شرکا: یک کارآفرین می‌تواند برای گسترش سرمایه کسب و کار پیشنهادی، شریکی را انتخاب کند. دو نوع اصلی از شرکا وجود دارد: ۱- شرکای کلی (عمومی) که شخصاً مسئول کل بدهی‌های کسب و کار هستند. ۲- شرکای محدود که مسئولیت محدود آنها داری‌هایشان را از ادعای اعتباردهندگان و بستانکاران شرکت محفوظ نگه می‌دارد.

- شرکت‌های سهامی بزرگ: بسیاری از شرکت‌های بزرگ در سراسر دنیا (مانند Intel)، صندوق‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیرشان را برای تأمین مالی پروژه‌هایی همراه با کسب و کارهای کوچک و متوسط ایجاد کرده‌اند. هدف از این سرمایه‌گذاری‌ها، بیشتر پیگیری اهداف راهبردی شرکت است (همانند دستیابی به فناوری نوین)، تا اینکه صرفاً دستیابی به منافع مالی حاصل از آن مدنظر باشد.

- شرکت‌های سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر: شرکت‌های خصوصی و سودطلبی هستند که سرمایه خود را در فعالیت‌های پرریسک یا نوپا

سرمایه‌گذاری می‌کنند. سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر می‌تواند سرمایه‌گذاری در شرکت‌هایی تعریف شود که هنوز قیمتی برای آنها تعیین نشده است و دارای پتانسیل رشد چشمگیری هستند. در تعریفی دیگر سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت با ریسک ارزش‌گذاری نشده در سهام شرکت‌های جدید معرفی شده است که پاداش آن عبارت است از سود سرمایه‌ای (افزایش قیمت سهام) محتمل به علاوه بازده نقدی حاصل از سود تقسیمی سهام، بازده ناشی از سود سرمایه آن با ریسک مازاد و غیر نقدینه بودن (توان نقد شوندگی پایین) سرمایه‌گذاری همراه است که نمی‌تواند در طول مدت تعهد به کسب و کار آزادانه مورد مبادله قرار گیرد. بیش از یک سوم از سرمایه‌گذاری‌های سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر منتج به شکست و زیان می‌شود. سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر غالباً در شرکت‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که هنوز هیچ‌گونه درآمدی را ایجاد نکرده‌اند و محصولی را در جریان تولید ندارند و از یک تیم کامل مدیریتی و با تجربه نیز بهره‌مند نیستند. میسون و هریسون (۱۹۹۹) معتقدند «هدف سرمایه‌گذاران مخاطره‌پذیر به جای آنکه معطوف به بهره و یا درآمد حاصل از سود تقسیمی باشد، به دست آوردن بازده بالای سرمایه‌گذاری در قالب سود سرمایه‌ای است که از طریق خروج از سرمایه‌گذاری حاصل می‌شود و این خروج عموماً از مسیر عرضه عمومی اولیه (IPO) انجام می‌گیرد.»

- عرضه عمومی سهام (IPO): در مراحل پسین تأمین مالی، کارآفرینان می‌توانند از طریق فروش سهام شرکت به عموم سرمایه‌گذاران،

به یک شرکت عمومی (سهامی عام) تبدیل شوند. این روش یک روش کارا برای دستیابی به سرمایه مورد نیاز است، اما مستلزم فرایندی هزینه‌زا و زمان‌بر است. عمومی شدن برای هر کسب و کار کوچکی امکان‌پذیر نیست و در واقع تنها تعداد کمی از کارآفرینان قادرند تا شرکت‌های نوپای خود را عمومی کنند.

نتیجه‌گیری

بنگاه‌های کوچک و متوسط یکی از عوامل مؤثر در رشد و شکوفایی اقتصادی کشورها و افزایش سطح زندگی افراد جامعه و همچنین افزایش اشتغال و کاهش بیکاری است. از این رو در کشورهای مختلف توجه زیادی به ایجاد این بنگاه‌ها و حمایت از آنها می‌شود. از طرف دیگر باید در نظر داشت که بنگاه‌های کوچک و متوسط عموماً به وسیله کارآفرینانی که فکر خلاق دارند ایجاد می‌شود. در برخی موارد این کارآفرینان منابع مالی کافی برای راه‌اندازی و ادامه حیات بنگاه خود ندارند. از این رو بسیاری از ایده‌ها به دلیل عدم دسترسی به منابع مالی کافی به منتهی ظهور نمی‌رسد. روش‌های زیادی برای تأمین منابع مالی مورد نیاز بنگاه‌های کوچک و متوسط وجود دارد که عبارتند از:

- منابع تأمین مالی از طریق بدهی و قرض؛
- منابع خصوصی تأمین مالی؛
- منابع داخلی تأمین مالی؛
- منابع تأمین مالی از طریق سرمایه و سهام.

هر کدام از روش‌های فوق دارای مزایا و معایبی است و کارآفرینان باید با توجه به مزایا و معایب این روش‌ها بهترین روش را در دوره‌های مختلف عمر بنگاه انتخاب کنند.

References

1. Judite, Payne a. (2001), e-commerce readiness for Smes in developing countries: a cuede for development professionals, Acadey education development, USA.
2. Cull, Robert, Davis, Lance E., Lamoreaux, Naomi R., Rosenthal, Jean-Laurent (2006), Historical financing of small-and medium-size enterprises, Journal of Banking & Finance.
3. Robbins, Stephen P. (1997), managing today, Mc Graw-Hill.
4. The management and Planning Organization (1382), long-term outlook Islamic Republic of Iran, the report number of 16. (in persion)
5. Rezaian, Ali (1380), Fundamentals of organization and Management, publications of samt. (in persion)
6. Helms, Marilyn m. (2000), Encyclopedia of management, glae group Hisrich, Robert d. and peters, Michael p.(1998), entrepreneurship, 4thed.irwin, mcgraw-hill
7. Bernroider, Edward (2002), Factor in Swot Analysis Applied To Micro, Small-to-Medium and Large Software Enterprises: An Austrian Study, European Management Journal, Vol.20, No.5.
8. Shermerhorn, John R. (2000), Management, Johnwiely and sons. Inc.
9. Bagchi-Sen, Sharmistha (2001), Product innovation and competitive advantage in an area of industrial decline: the Niagara region of Canada, Technovation.
10. Karjalainen, K., Kempainen, K.(2007), The involvement of small-and medium-sized enterprises in public procurement: Impact of resource perceptions, electronic systems and enterprise size, Journal of Purchasing & Supply Management.
11. Beck, Thorsten, Demircuc-Kunt, Asli (2006), Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint, Journal of Banking& Finance.
12. Bigdelo,mehdi (1383), various sources of financial entrepreneurs, a collection of essays of the first national conference VC on Tehran university. (in persion)
13. Kaivanto, Kim, Stoneman, Paul (2007), Public provision of sale contingent claims backed finance to SMEs: A policy alternative, Research Policy36.
14. Ahmadpour dariani, mahmoud. (1379): entrepreneurship, definition, theories and patterns.(in persion)
15. Samadaghai, Jalil (1378), Entrepreneurship organizations, Tehran, the center of instruction public management. (in persion)
16. Mahdavi, MOhamad Hossin (1378), The study of survey of labor market and development strategies of the employment of SME and enduring, the Management and Planning Organization, Ferdosi university of Mashhad. (in persion)
17. Mortazavi, Saeed, Maharati, YAGHOB (1383), The survey and analysis support aspects of small units active in basic metals industry with emphasis on the entrepreneurial approach, Science development Magazine, No, 15. (in persion)
18. Koratko, Donald f.,(1383), the contemporary attitude on entrepreneurship, Mashhad, publications Ferdosi University of Mashhad. (in persion)
19. Nabieeyan, Mohamad Sadegh (1374), Entrepreneurship, 3 edition, Labor International office. (in persion)
20. Aldrich, h., zimmer, c. (1986), Entrepreneurship: through social network Cambridge.
21. Atkinson, j and meager, n (1986), changing patterns at work, ims / oecd, London.
22. Bandura , a. (1997), self-efficacy: the exercise of control, w.h.freeman and co, new York.
23. Baumback, Clifford and mancuso, joseph r., (1987), entrepreneurship and venture management, second edition, Prentice hill.
24. Beck,Thorsten, , Demircuc-Kunt, Asli, Maksimovic, Vojislav (2008), Financing patterns around the world: are small firms different?, Journal of Finance Economics.
25. Brockhaus , Robert (1980), risk-taking propensity of entrepreneurs, academy of management journal, Vol 23, no. 3.
26. Bruderl, j. and preisenddorfer, p. (1998), Network support and success of newly founded business, small business (10).
27. Cable, d.m judge, t.a. (1996), person-organization fit, job choice decisions and organizational entry, organizational of human decision processes (67), 3.
28. European council (2003), summary report: the public debate following the green paper, entrepreneurship in Europe.
29. Harper, m (1983), selection of training for entrepreneurship development, ilo.geneva.
30. Kristof, AL., (1996), Person-Organization fit: An Integrative Review of its conceptualization, Measurement and Implications, personal psychology (49), 1.
31. Regan, Nicholas O, Ghobadian, Abby, Sims, Martin (2006), Fast tracking innovation in manufacturing SMEs, Technovation26.
32. Timmons, J (1985), New Venture Creation, Irwin. Inc. p.183.