



شناسایی و اولویت بندی موانع موجود در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط

جلال رضایی

گروه مدیریت اجرایی، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران
jalal_rezaei56@yahoo.com

بایرام پاکروان

استادیار گروه اقتصاد، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران
pakravan.b1360@yahoo.com

چکیده

این تحقیق در چارچوب بررسی موانع پیشرفت و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط تأکید دارد. لذا قصد دارد تا ضمن بررسی مهم ترین موانع و مشکلات بنگاه های کوچک و متوسط، کفایت یا عدم کفایت حمایت های به عمل آمده توسط دولت از واحدهای تولیدی کوچک و متوسط را تعیین و با شناسایی زمینه هایی که از نگاه نهادهای متولی دولت دور مانده است، راهکارهایی عملی برای حمایت از کارآفرینان و بنگاه های کوچک و متوسط فعال در کشور ارائه نماید. هدف تحقیق شناسایی و اولویت بندی موانع موجود در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط است. بر این اساس فرضیه هایی مطرح و مدل مفهومی برای تحقیق در نظر گرفته شد که در آن متغیر های موانع بازار، موانع سیاسی، موانع اقتصادی و عدم دسترسی به اطلاعات گوناگون به عنوان متغیرهای مستقل و توسعه و موانع موجود در پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که هر چهار مانع پیشنهادی در مدل پژوهش در توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط استان سمنان دخیل بوده و موانع بازار در اولویت اول پاسخ دهندگان قرار دارد.

واژگان کلیدی: صنایع کوچک و متوسط، کارآفرین، بازار



مقدمه

امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط از جنبه‌های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند و در بسیاری از کشورها این واحدها تأمین کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند. از طرف دیگر این بنگاه‌ها با صادرات قابل توجه نقش مؤثری در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کنند؛ بنگاه‌های کوچک و متوسط از جمله مؤثرترین عوامل در رشد و توسعه سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی هر کشور محسوب می‌شوند. از این رو مورد توجه مسئولین و دولت‌مردان کشورها قرار گرفته‌اند. در کشور ما با وجود این که بیش از ۹۵ درصد کل واحدهای تولیدی در گروه صنایع کوچک و متوسط قرار می‌گیرند، این بنگاه‌ها سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی و ایجاد ارزش افزوده کسب نموده و از کمبودهای شدیدی رنج می‌برند. به نظر می‌رسد کاهش موقعیت و مزیت بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به صنایع بزرگ، متأثر از عوامل درون بنگاهی و برون بنگاهی متعددی باشد (سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد، ۱۳۹۳).

وجود چالش‌های محیطی و تغییر در فرایندهای مدیریتی نیز نقش این مؤسسات را برجسته‌تر ساخته است و سیاست‌های کوچک-ساز، برون‌سپاری فعالیت‌ها، تجدید ساختار، مهندسی مجدد و به ویژه ترغیب کارآفرینی در عصر جهانی شدن، سرعت بخشیدن به ایجاد مؤسسات کارآفرینانه کوچک و متوسط را نهادینه ساخته است.

بیان مسئله

بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل ماهیت و ویژگی‌های خاص خود در مقایسه با شرکت‌های بزرگ، با مشکلات زیادی مواجه می‌باشند. این نوع شرکت‌ها جهت شروع به کار و فعالیت به سرمایه‌ی کمتری در مقایسه با شرکت‌های بزرگ نیازمند می‌باشند و از نظر نوع و حوزه فعالیت از توانایی اثربخشی زیادی بر توسعه فضای کسب و کار برخوردار می‌باشند. از این رو عموماً در کشورهای مختلف شیوه-های خاصی توسعه این نوع شرکت‌ها در نظر گرفته می‌شود. (اسوتلیکیک و همکاران، ۲۰۱۳)

در بیشتر کشورهای توسعه یافته جهان، اتخاذ سیاست‌های مربوط به حمایت از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط به منظور افزایش رشد، ایجاد درآمد و اشتغال و حتی کاهش فقر، از مهم‌ترین اولویت‌های اقتصادی-اجتماعی دولت‌ها محسوب می‌شود. دولت‌ها، صرف نظر از دستیابی به یک عزم ملی برای توسعه و رویارویی با فرایند جهانی شدن، در آغاز تعریفی متعارف یا قراردادی از بنگاه‌های کوچک و متوسط به دست داده‌اند که این تعریف عمدتاً متکی است بر شمار افراد شاغل در بنگاه‌ها است.

گام بعدی را در حقیقت باید در سطح سازمانی جستجو کرد. بدین معنی که دولت‌ها به طور معمول، با اعتقاد بر نظام اقتصادی بازار آزاد، یک سازمان دولتی را مسئول سیاست‌گذاری و اجرای مسایل مربوط به بنگاه‌های کوچک و متوسط کرده‌اند. این سیاست‌ها یک هدف مشخص را دنبال می‌کنند که عبارت است از تقویت و گسترش بنگاه‌های مزبور و فرهنگ کارآفرینی در کشور (برگر و یودل، ۲۰۱۳). با این حال در کشور ما بنگاه‌های کوچک و متوسط با معضلات و عقب ماندگی‌های روبه‌رو هستند که در زیر به برخی از آنها اشاره می-شود:

- ✓ فقدان مقیاس‌های لازم از جنبه‌های مختلف سرمایه، تولید و بازار
- ✓ فقدان محیط‌های مناسب رشد کسب و کار از جنبه‌های مختلف حقوقی، قانونی و...
- ✓ فقدان زیرساخت‌های نرم افزاری و تشکیلاتی
- ✓ تولید با فناوری‌های کهنه و عدم دسترسی به تکنولوژی‌های نوین
- ✓ فقدان ارتباط منسجم با شبکه‌های بانکی و مالی کشور
- ✓ عدم وجود شبکه‌های همکاری میان بنگاهی

به طور خلاصه عمده موانع توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران را می‌توان به چهار دسته زیر تقسیم بندی نمود:

۱. موانع بازار مثل وجود خریدهای انحصاری، نوسانات در عرضه و تقاضا، فضای کسب و کار، ساختار بازارها، خرید مواد اولیه در مقیاس‌های کم که به افزایش قیمت‌ها منجر می‌شود و ...



۲. موانع مالی مانند، مشکلات مربوط به ارائه ضمانت نامه‌های بانکی، تأخیر در دریافت درآمد حاصل از فروش، افزایش فشار نقدینگی بر بنگاه‌های کوچک و متوسط و ...
 ۳. عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات از جمله: اطلاعات بازاریابی در خصوص بازارهای داخلی و خارجی، اطلاعات در مورد وضعیت مالی و فناوری صنایع کوچک و متوسط برای کمک به سرمایه‌گذاران در انتخاب کسب و کارهای مناسب برای سرمایه-گذاری، اطلاعات فنی و عملیاتی، اطلاعات در مورد منابع تأمین مواد اولیه تولید و خریداران، و...
 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، تحریم‌های اقتصادی، قوانین و مقررات تجاری بین‌المللی و ...
- همچنین موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توانند به صورت نگرشی، ساختاری، عملیاتی و سایر محدودیت‌های تعریف شوند که توانایی یک شرکت را برای اجرا، توسعه یا تداوم عملیات بین‌المللی به تعویق می‌اندازند. در این تحقیق نیز سعی شده با ارزیابی و بررسی روش‌های مختلف طراحی شده در توسعه این نوع شرکت‌ها، راهکارهایی جهت رفع موانع موجود در توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه شود. در واقع این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سؤال اساسی زیر است:
- مهم‌ترین نقاط ضعف و تهدیدات پیش روی بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان کدامند؟ و با استفاده از کدام ساز و کارهای حمایتی می‌توان موجبات ارتقای جایگاه و موقعیت این بنگاه‌ها را در استان سمنان و کشور فراهم نمود؟

ضرورت و اهمیت موضوع

در سال‌های اخیر اهمیت و نقش صنایع کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه رو به افزایش بوده است. در دو دهه گذشته با ظهور فناوری‌های جدید در تولید و ارتباطات، تحولاتی در قابلیت‌های واحدهای صنعتی، روش‌های تولید و توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها پدید آمده که عموماً بر اهمیت واحدهای کوچک و متوسط افزوده است (به یان و ژانگ، ۲۰۱۳) افزایش رقابت و تمرکز شرکت‌ها بر فعالیت‌های محوری، موجب تفکیک عمودی شرکت‌ها، گسترش روابط پیمانکاری با تأمین کنندگان قطعات و مواد اولیه و تقویت روابط در زنجیره عرضه شده است. همه این تحولات بر اهمیت واحدهای کوچک افزوده است به‌علاوه چون فرآیند یادگیری در صنایع کوچک و متوسط موجب تربیت مدیران توانمند می‌شود و خارج شدن این صنایع از صحنه رقابت زیان کمتری را بر جامعه تحمیل می‌کند، لذا صنایع کوچک و متوسط به عنوان بستر مناسبی برای ایجاد صنایع رقابت پذیر و توانمند محسوب شده و در اکثر کشورها بر سیاست‌گذاری مناسب برای این صنایع تأکید شده است.

با توجه به موقعیت کنونی کشور و فقدان انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاری برای ایجاد صنایع بزرگ توسط بخش خصوصی از یک سو، و طرح‌های کاهش تصدی دولت در امور اقتصادی از سوی دیگر، به نظر می‌رسد که کمک به ادامه‌ی حیات واحدهای تولیدی کوچک و متوسط موجود و ایجاد شرایط مناسب برای راه‌اندازی واحدهای جدید توسط کارآفرینان بالقوه، از جمله راه‌های مؤثر برای تحرک بخشیدن به فعالیت‌های مولد، تأمین بخشی از نیازهای جامعه، حضور بیشتر در بازارهای جهانی و کاهش مشکلات ناشی از نرخ بیکاری در کشور می‌باشد.

علی‌رغم کمک دولت به این صنایع، واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در ایفای نقش مورد انتظار در اقتصاد کشور، رقابت با صنایع مشابه در خارج و صنایع بزرگ داخل و نیز کسب مزیت رقابتی که لازمه حضور جدی در بازارهای جهانی است با مشکل مواجه هستند. در کشور ما علیرغم حضور کمی قابل توجه صنایع کوچک و متوسط در ساختار صنعتی (حدود ۹۵ درصد)، این واحدها با مشکلاتی روبه‌رو هستند و بنگاه‌های کوچک ایران قادر نبوده‌اند دارای مزیت نسبی نسبت به بنگاه‌های بزرگ در توسعه صنعتی و اقتصادی کشور باشند. همچنین قدرت بازاریابی این بنگاه‌ها برای فروش محصولات خود به علت عدم اطلاع کافی از نیازهای بازار در اقصی نقاط کشور و همچنین بازارهای خارج از کشور به نسبت ضعیف بوده، و لذا این بنگاه‌ها با مشکل کمبود تقاضا برای محصولات خود مواجه شده و این امر در کاهش فروش و سود آنها مؤثر می‌باشد (فتاح، ۱۳۸۶).

در استان سمنان نیز با وجود اینکه بیش از ۹۵ درصد کل واحدهای تولیدی در گروه صنایع کوچک و متوسط قرار می‌گیرند، به دلیل نداشتن استراتژی توسعه مبتنی بر ساختارهای موجود صنعتی و رها کردن واحدهای کوچک تولیدی به حال خود، این بنگاه‌ها سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی و ایجاد ارزش افزوده کسب ننموده و از کمبودهای شدیدی در رنج هستند.



به نظر می‌رسد کاهش موقعیت و مزیت بنگاه‌های کوچک نسبت به صنایع بزرگ، متأثر از عوامل درون بنگاهی و برون بنگاهی متعددی باشد. همچنین راه‌اندازی واحدهای تولیدی کوچک و افزایش قابلیت‌های مورد اشاره، تابع متغیرهای دورن سازمانی و محیطی و نیز ساز و کارهای حمایتی مناسب است. تحت شرایط مطلوب و در صورت حمایت صحیح، واحدهای تولیدی کوچک و متوسط می‌توانند نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در پاسخگویی تولیدی کوچک و متوسط به همراه مطالعه آثار و نتایج سیاست‌های حمایتی دولت و شناسایی زمینه‌های حمایتی مورد نیاز آن‌ها به منظور برنامه‌ریزی و سیاستگذاری‌های صحیح و اصولی در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی استان و کشور و تحقق چشم‌انداز بیست ساله نظام از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا پژوهش حاضر قصد دارد تا ضمن بررسی مهم‌ترین موانع و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط استان سمنان، کفایت یا عدم کفایت حمایت‌های به عمل آمده توسط دولت از واحدهای تولیدی کوچک و متوسط را تعیین و با شناسایی زمینه‌هایی که از نگاه نهادهای متولی دولت دور مانده است، راهکارهایی عملی برای حمایت از کارآفرینان و بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در استان و کشور ارائه نماید.

اهداف تحقیق

هدف اصلی (کلی):

- شناسایی و اولویت بندی موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط

اهداف فرعی (اختصاصی):

- بررسی تأثیر موانع موجود در بازار در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط
- بررسی تأثیر موانع اقتصادی در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط
- بررسی تأثیر عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط
- بررسی تأثیر موانع سیاسی در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط

سوالهای تحقیق

سوال اصلی:

- چه عواملی بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط موثر هستند؟

سوال‌های فرعی (ویژه):

- آیا بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی از تسهیلات و حمایت‌های مالی کافی برخوردار می‌باشند؟
- آیا بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت‌های تجاری کافی برخوردار می‌باشند؟
- آیا بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت‌های فنی و اطلاع‌رسانی کافی برخوردار می‌باشند؟
- آیا بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی از حمایت‌های مدیریتی کافی برخوردار می‌باشند؟
- وضعیت قوانین و مقررات بازرگانی و تجاری در خصوص بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی چگونه است؟
- توانایی بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در زمینه شناخت بازارها و دانش بازاریابی در چه حدی می‌باشد؟

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی:

- عوامل اقتصادی، بازار، سیاسی و دسترسی به اطلاعات بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط موثر هستند.

فرضیه‌های فرعی (ویژه):

- (۱) موانع موجود در بازار در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیرگذارند.
- (۲) موانع اقتصادی در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیرگذارند.
- (۳) عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیرگذارند.



موانع سیاسی در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیر گذارند.

مبانی نظری

بی‌تردید وجود صنایع کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی کشورها از اهمیت زیادی برخوردار است. هر دو گروه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی لازم در صدد سازماندهی، رفع موانع و مشکلات، بهبود فضای کسب و کار و فراهم ساختن زمینه‌های لازم به منظور بهره‌گیری هر چه بیشتر از این صنایع در راستای توسعه کارآفرینی، حل معضل بیکاری، افزایش ارزش افزوده صادرات صنعتی، توسعه منطقه‌ای و کمک به بهبود توزیع درآمد در جامعه و مواردی از این قبیل هستند (تسفوم و لوتز، ۲۰۱۴).

با توجه به این که طی چند دهه اخیر، تجربیات بسیار خوب و ارزنده‌ای در زمینه‌ی برنامه‌ریزی و توسعه صنایع کوچک و متوسط در جهان کسب گردیده که کشور ما نیز می‌تواند تجربیات دیگران را مورد استفاده قرار دهد، لیکن جهت انجام مطالعات و بررسی‌های لازم از وضعیت موجود این صنایع در کشور و تحلیل و تبیین وضعیت آن‌ها، به منظور بهره‌گیری از تجربیات فوق‌گامی برداشته نشده در حالی که ضروری و اساسی است.

تعریف بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط

بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای دنیا دارای شباهت‌های بسیاری هستند، ولی با وجود این، نمی‌توان تعریف واحد و یکسانی برای همه ارائه داد و هر کشوری بر حسب شرایط خاص خودش تعریفی ارائه کرده است (ناطق، ۱۳۹۴). در ایران تعریف واحدی از بنگاه‌های کوچک و متوسط وجود ندارد و هر سازمانی تعریفی برای خود ارائه داده است. بر اساس تعریف وزارت صنایع و معادن و وزارت جهاد کشاورزی، بنگاه‌های کوچک و متوسط واحدهای صنعتی و خدماتی هستند که کمتر از ۵۰ نفر کارگر دارند. مرکز آمار ایران، مطابق کتاب آمار سال ۱۳۷۸ کسب و کارها را به چهار گروه طبقه‌بندی کرده است: کسب و کارهای ۹-۱ کارگر، ۴۹-۱۰ کارگر، ۹۹-۵۰ کارگر و بیش از ۱۰۰ نفر کارگر. (مجیدی، ۱۳۹۳). معمولاً بنگاه‌های کوچک و متوسط از سه ویژگی کیفی برخوردارند:

- وحدت مالکیت و مدیریت
- مالکیت فردی و خانوادگی
- استقلال از سایر بنگاه‌ها (ساختمان واحد)

فهرستی از مشکلات صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط

موانع درون سازمانی در کنترل بنگاه‌ها می‌باشند، ولی موانع برون سازمانی باید با اتخاذ تدابیر درست از طریق نهادهای مسئول برطرف شوند.

موانع درونی صادرات

دانش و اطلاعات بازاریابی

این مانع، فقدان اطلاعات و دانش در مورد بازار صادراتی را آشکار می‌سازد و به نظر می‌رسد که فقدان دانش لازم جهت شناخت فرصت‌های بازار از مهمترین موانع صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه است (کالکا و کاتسیکس، ۲۰۱۲). موانع مالی

بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه به دلیل فقدان سرمایه کافی در زمان مناسب، نه تنها بر هزینه‌هایشان افزوده می‌شود، بلکه ممکن است کل فعالیت تولیدشان در مخاطره قرار گیرد (هاکان و توکول، ۲۰۱۵).

موانع برونی صادرات

موانع بازار صادراتی

عدم مشابهت بین محیط قانونی و مقرراتی کشورهای صادر کننده و وارد کننده، همچنین عدم شناخت تولید کنندگان کشور خارجی، به عنوان موانع بازار صادرات ذکر شده است. (کدیا و چوکار، ۲۰۰۹).



عوامل سیاسی :

لویی به این نتیجه رسیده است که، سیاست های مربوط به نرخ ارز و در دسترس بودن ارزهای خارجی از عوامل تأثیر گذار بر صادرات است. توافقات تجاری امکان حضور بنگاه های کوچک و متوسط را در بازار خارجی فراهم می کنند و یا محدودیتی برای حضور در بازارها ایجاد کند. سیمپار معتقد است، مقررات مربوط به کالاهای تحت لیسانس، مانعی برای ورود تولیدکنندگان سایر کشورها به چین است (هاکان و توکول، ۲۰۱۵).

پیشینه تحقیق

مطالعات داخلی

میرهاشمی (۱۳۹۳)، بحران مالی جهانی، نرخ بهره بانکی و ندادن به موقع تسهیلات مورد نیاز بخش خصوصی، ضعف اتحادیه های حمایت از اعضای خویش و بالا بودن هزینه های تولید را از جمله مشکلات بنگاه های صنایع تکمیلی معرفی می کند. رجبی پور میبیدی (۱۳۹۴)، از محدودیت در تأمین منابع مالی در مقایسه با شرکت های بزرگ، ضعف در تأمین و حفظ نیروی انسانی کارآمد و نبود نهادهای متولی و حمایت کننده امور بازاریابی و صادرات را، از مشکلات رایج بنگاه ها یاد کرد.

مطالعات خارجی

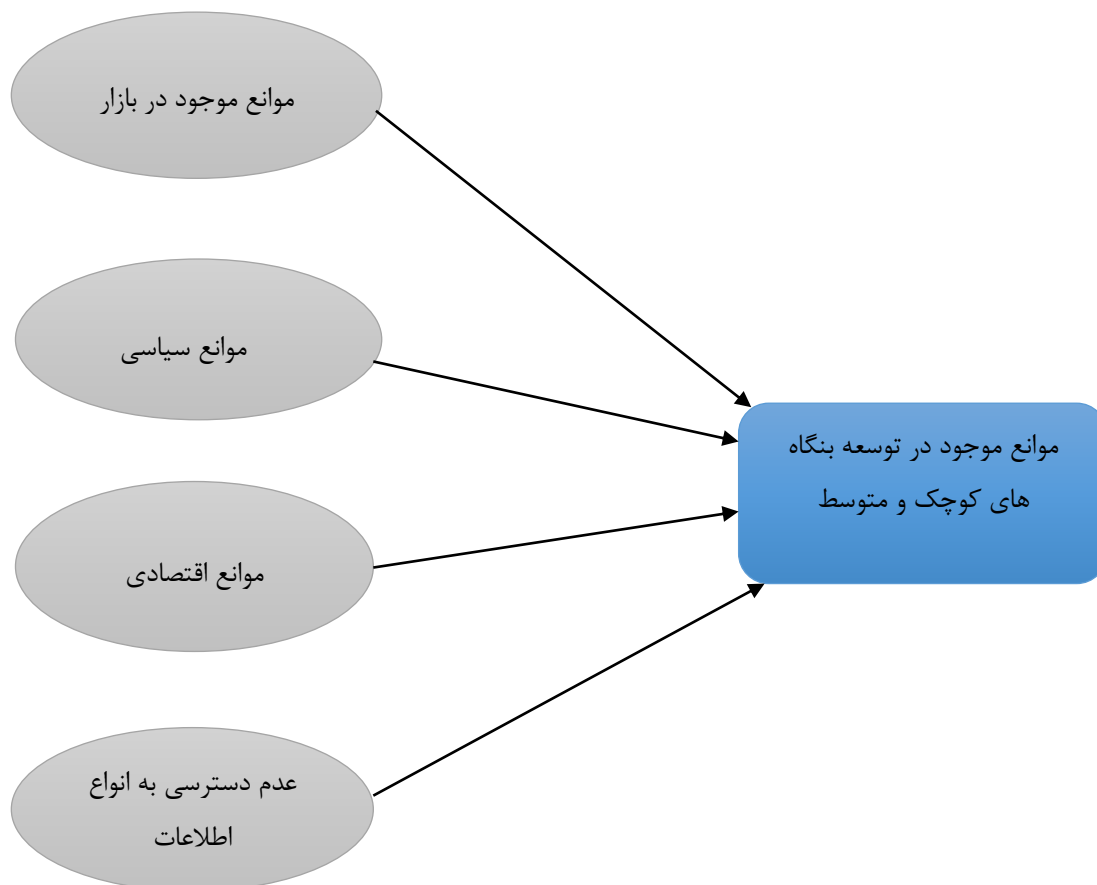
جیوانی (۲۰۱۴)، نیز مواردی نظیر ضعف در تأمین نیروی انسانی و نبود مدیران کارآمد و آموزش دیده، ضعف تجهیزات و فن اوریهای برداشت، بسته بندی و فرآوری، محدودیت در ارقام با کیفیت و نیز ضعف مطالعه ای را از مسائل پیش روی صنایع امارات متحده عربی معرفی می کند.

تامیونان (۲۰۱۵)، در اندونزی حکایت از آن دارد که نبود سرمایه، بالا بودن قیمت نهاده ها، هزینه ی زیاد نیروی کار، نبود فناوری مناسب و نبود پرسنل ماهر، از مهم ترین موانع توسعه ی بنگاه های کوچک و متوسط کارآفرین به شمار می روند.

مدل مفهومی تحقیق

عمده موانع موجود در توسعه ی بنگاه های کوچک و متوسط ایران را می توان به چهار دسته تقسیم کرد و مدل مفهومی تحقیق را بر اساس آن طراحی نمود. این موانع عبارت اند از:

۱. موانع بازار: مانند وجود خریدهای انحصاری، نوسان ها در عرضه و تقاضا، خرید مواد اولیه در مقیاس های کم که به افزایش قیمت ها منجر می شود و غیره.
۲. موانع مالی: مانند مشکلات مربوط به ارائه ضمانت نامه های بانکی، تأخیر در دریافت درآمد حاصل از فروش، افزایش فشار نقدینگی بر بنگاه های کوچک، متوسط و غیره.
۳. موانع 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 سرمایه گذاران در انتخاب کسب و کارهای مناسب برای سرمایه گذاری، اطلاعات فنی و عملیاتی، اطلاعات درباره منابع تأمین مواد اولیه تولید و خریداران و غیره.
۴. موانع سیاسی: این موانع شامل سیاست های دولت مانند ناتوانی در ایجاد محیط توانمندساز برای بنگاه های کوچک و متوسط و موانع اداری برای اخذ عوارض و فقدان نهادهای حل دعاوی احتمالی و غیره است (عمید و غمخواری، ۱۳۸۸).



روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی- پیمایشی است و از لحاظ زمانی، یک تحقیق مقطعی به حساب می آید؛ زیرا گردآوری اطلاعات و داده ها درباره یک یا چند متغیر در یک مقطع زمانی از طریق نمونه گیری از جامعه انجام می گیرد. همچنین از نظر هدف کاربردی (تحقیق کاربردی افراد را به سمت کاربرد علمی دانش هدایت می کند) و گردآوری اطلاعات توصیفی است.

جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارمندان، مدیران و مسئولین شرکت های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان (در محدوده داخل شهرک ها و نواحی صنعتی و محدوده خارج از آن) می باشند در حال حاضر طبق آخرین اطلاعات کسب شده از مراجع ذیربط، شرکت های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان بالغ بر ۱۶۰۹ واحد می باشند (سایت رسمی شرکت های صنعتی استان سمنان، ۱۳۹۶). این تعداد واحد در ۱۹ شهرک و ناحیه صنعتی استقرار یافته اند. بدین ترتیب حجم نمونه آماری تعداد ۳۱۰ نفر در نظر گرفته شده است. روش نمونه گیری به کار برده شده در این تحقیق روش طبقه ای- تصادفی است. در این راستا ابتدا بر



اساس فراوانی نسبی تعداد واحدهای تولیدی گروه‌های صنعتی ۹ گانه در جامعه (که بر اساس طبقه‌بندی بین‌المللی فعالیت‌های صنعتی ISIC تقسیم شده اند). 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 گردیده‌اند.

ابزار و روش اندازه‌گیری اطلاعات

جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق از طریق مراجعه مستقیم پژوهشگر به پاسخگویان و ارائه پرسشنامه به آنها انجام گرفته است. پرسشنامه تابع تعریف عملیاتی مفاهیم است. محتوای پرسشنامه را سنج‌های قابل مشاهده تشکیل می‌دهد. در پرسشنامه هر یک از معرف‌ها تبدیل به یک سوال می‌شوند. سوالات پرسشنامه به دو صورت سوالات بسته و سوالات باز ارائه می‌شوند. در این پژوهش، پژوهشگر نسبت به تهیه پرسشنامه‌ای ویژه توسط محقق دیگر (تک‌تاز، ۱۳۹۲) و همچنین نظرات چند نفر از اساتید دانشگاه اقدام نموده است. برای پایایی پرسشنامه طراحی شده در بین ۲۰ واحد از اعضای جامعه آماری توزیع و مقدار آلفای کرونباخ آن معادل ۰/۸۹ به دست آمد که از لحاظ آماری ضریب قابل قبولی به حساب می‌آید.

روش‌های آماری تجزیه و تحلیل اطلاعات

در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی به منظور سامان دادن، خلاصه کردن و طبقه‌بندی کردن داده‌های خام و نهایتاً نتیجه‌گیری و استنباط از اطلاعات جمع‌آوری شده، استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی، فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، نمودارها و جداول آورده شده است و در قسمت آمار استنباطی از آزمون کای دو (χ^2) و آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شده است. استفاده قرار گرفته است. سطح معنی‌داری آزمون ($p < 0/05$) در نظر گرفته شده است.

تحلیل‌های توصیفی

به منظور تحلیل داده‌های بخش اول پرسشنامه که مربوط به ویژگی‌های عمومی سازمان‌های مورد مطالعه می‌باشد، از آمار توصیفی استفاده شده است. نتایج حاصل از این تحلیل، اطلاعاتی در مورد نحوه پراکندگی ویژگی‌هایی همچون تحصیلات پاسخ‌دهنده، سابقه فعالیت افراد و وضعیت استخدامی آن‌ها ارائه می‌دهد.

تحصیلات

در این بخش نتایج حاصل از تحلیل توصیفی تحصیلات پاسخ‌دهندگان در قالب جدول ۱-۴ ارائه شده است.

جدول (۱-۴): توزیع فراوانی تحصیلات پاسخ‌دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
دیپلم و زیر دیپلم	۳۵	۱۲/۵	۱۲/۵
فوق دیپلم	۵۱	۱۸/۲	۳۰/۷
لیسانس	۱۲۶	۴۵	۷۵/۷
فوق لیسانس و بالاتر	۶۸	۲۴/۳	۱۰۰
مجموع	۲۸۰	۱۰۰	-

منبع: یافته‌های تحقیق

سابقه فعالیت کارکنان

در این بخش نتایج حاصل از تحلیل توصیفی سابقه فعالیت کارکنان در قالب جدول ۲-۴ ارائه شده است.



جدول (۲-۴): توزیع فراوانی سابقه فعالیت کارکنان

سابقه فعالیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
زیر ۵ سال	۵۲	۱۸/۶	۱۸/۶
۵ الی ۱۰ سال	۱۰۸	۳۸/۶	۵۷/۱
۱۱ الی ۱۵ سال	۶۹	۲۴/۶	۸۱/۸
۱۶ الی ۲۰ سال	۳۵	۱۲/۵	۹۴/۳
بالای ۲۰ سال	۱۶	۵/۷	۱۰۰
مجموع	۲۸۰	۱۰۰	-

منبع: یافته های تحقیق

تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق

تحلیل های تک متغیره

این بخش شامل مطالعه شاخص های توصیفی متغیرها از قبیل انحراف معیار، چولگی، کشیدگی، آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، همچنین آزمون دو جمله ای و آزمون تحلیل رگرسیون است.

شاخص های توصیفی

از آنجاکه برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق از طیف ۵ سطحی لیکرت استفاده شده است، مقادیر میانگین در بازه ۱ تا ۵ قرار می گیرد. انحراف معیار نیز نشان دهنده نحوه پراکندگی مقادیر یک متغیر حول میانگین آن متغیر است و چولگی معیاری برای آگاهی از میزان انحراف از قرینگی در توزیع مقادیر یک متغیر می باشد. در یک توزیع کاملاً نرمال، مقدار چولگی صفر است از این رو می توان گفت در مقادیر چولگی جدول زیر، هر چه مقدار این شاخص به عدد صفر نزدیک تر باشد، نشان از توزیع متقارن تر آن متغیر دارد. همچنین از شاخص کشیدگی برای توصیف قلگی یا بلندی یک توزیع استفاده می شود. مقدار این شاخص در یک توزیع کاملاً نرمال صفر می باشد لذا تفسیر این شاخص نیز همانند چولگی است. در حالت کلی گفته می شود چنانچه مقادیر چولگی و کشیدگی یک توزیع در بازه ۲- تا ۲+ قرار گیرد، می توان ادعا کرد که این توزیع، نرمال است. همان گونه که مشاهده می شود، مقادیر جدول زیر شامل قاعده مذکور است لذا می توان گفت داده های تحقیق دارای توزیع نرمال هستند.

جدول (۳-۴): شاخص های توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
موانع بازار	۴/۱۱۷	۰/۵۵۱	-۰/۱۸۹	-۰/۳۵۱
موانع اقتصادی	۳/۷۰۸	۰/۷۵۱	-۰/۶۷۱	۰/۲۰۵
عدم دسترسی به اطلاعات	۳/۹۹۶	۰/۶۶۹	۰/۴۷۰	-۰/۳۵۴
موانع سیاسی	۳/۸۶۶	۰/۶۴۳	-۰/۴۴۴	۰/۲۷۵

منبع: یافته های تحقیق



بررسی نرمال بودن متغیرها

برای اجرای روش‌های آماری و محاسبه آماره آزمون مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش مهم‌ترین عمل قبل از هر اقدامی، انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است برای این منظور آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. برای همین منظور در این پژوهش از آزمون معتبر کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده است. آزمون کولموگروف اسمیرنوف که به افتخار دو آمار دان روسی به نام‌های ان. کولموگروف و ن. و اسمیرنوف به این نام خوانده می‌شود، روش ناپارامتری ساده‌ای برای تعیین همگونی اطلاعاتی تجربی با توزیع‌های آماری منتخب است، بنابراین آزمون کولموگروف اسمیرنوف روشی برای تشخیص نرمال بودن توزیع فراوانی مشاهدات جمع‌آوری شده است. این آزمون برای گرفتن مجوز لازم جهت استفاده از رگرسیون و ضریب همبستگی پیرسون بر متغیرهای مستقل و وابسته اعمال می‌گردد تا نرمال بودن اطلاعات اثبات گردد. با توجه به جدول آزمون اسمیرنوف کولموگروف اگر سطح معنی‌داری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته کوچک‌تر از سطح آزمون (0.05) باشد توزیع داده‌ها نرمال نمی‌باشد. البته می‌توان از قضیه حد مرکزی توزیع نرمال بودن متغیرها را سنجید. در این قضیه هرگاه حجم نمونه بزرگ‌تر از 30 باشد می‌توان توزیع داده‌ها را نرمال در نظر گرفت. با توجه به آزمون کولموگروف متغیرهای تحقیق نرمال نمی‌باشد.

جدول (۴-۴): آزمون کولموگروف اسمیرنوف

متغیر	آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معناداری
موانع بازار	0.120	280	0.000
موانع اقتصادی	0.125	280	0.000
عدم دسترسی به اطلاعات	0.120	280	0.000
موانع سیاسی	0.121	280	0.000

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون میانگین

با توجه نرمال نبودن توزیع متغیرهای تحقیق از آزمون دو جمله‌ای که معادل ناپارامتریک آزمون t تک نمونه است، استفاده شده است. به دلیل استفاده از طیف 5 سطحی لیکرت در پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه، عدد 3 به عنوان عدد وسط یا ممتنع تلقی شده و فرض صفر آزمون به این معناست که تعداد در هر دو حالت کمتر از 3 و بیشتر از سه برابر 0.5 است و فرض یک عبارت است از این که اکثریت به سمت خاصی تمایل دارند. با توجه به این که میانگین‌های به دست آمده از متغیرها نشان می‌دهد که بیشتر از 3 می‌باشند می‌خواهیم بررسی نماییم که آیا این اختلاف ناشی از شانس و تصادف نیست.

جدول (۴-۵): آزمون میانگین متغیرهای تحقیق

سطح معناداری	درصد فراوانی	تعداد	کوچکتر مساوی 3 بزرگتر از 3	موانع بازار
0.000	7 93	19 261	کوچکتر مساوی 3 بزرگتر از 3	
0.000	10 90	27 253	کوچکتر مساوی 3 بزرگتر از 3	موانع اقتصادی
0.000	21 79	59 221	کوچکتر مساوی 3 بزرگتر از 3	عدم دسترسی به اطلاعات
0.000	9 91	24 256	کوچکتر مساوی 3 بزرگتر از 3	موانع سیاسی

منبع: یافته‌های تحقیق



با توجه به نتایج آزمون توزیع دو جمله ای مشخص می گردد که همه میانگین ها بیشتر از میانگین فرضی جامعه (۳) بوده و این بیشتر بودن نیز از نظر آماری معنادار می باشد.

رگرسیون

برای آزمون فرضیه های این تحقیق ما از رگرسیون خطی استفاده کرده ایم. نتایج به دست آمده از رگرسیون در جدول زیر آمده است.

جدول (۴-۶): نتایج آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه

ضریب رگرسیون چندگانه (R)	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی داری	دوربین- واتسن
۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۹۳	۱۰۵۶/۵۴۰	۰/۰۰۰	۱/۹۷۵

منبع: یافته های تحقیق

در جدول (۴-۶) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون چندگانه به دست آمده (۰/۹۶) می باشد. مقدار F (۱۰۵۶/۴۰) در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است که این نشان دهنده معناداری میزان R به دست آمده می باشد. همچنین ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۹۳ می باشد. این به این معنا است که متغیرهای مستقل ۹۳ درصد تغییرات متغیر وابسته رو تبیین می کنند. همچنین آماره دوربین- واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می شود که این آماره هم باید بین ۱/۵ و ۲/۵ باشد که در اینجا ۱/۹۷۵ به دست آمده که قابل قبول می باشد.

جدول (۴-۷): ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		متغیرهای مستقل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۶۶۹	-۰/۴۲۷		۰/۰۷۰	-۰/۰۳۰	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	۲۲/۱۵۶	۰/۵۰۴	۰/۰۱۷	۰/۳۷۸	موانع بازار
۰/۰۰۰	۳/۶۵۰	۰/۰۸۱	۰/۰۱۹	۰/۰۷۱	موانع اقتصادی
۰/۰۰۰	۱۶/۶۰۱	۰/۳۴۱	۰/۰۱۷	۰/۲۸۶	عدم دسترسی به اطلاعات
۰/۰۰۰	۱۴/۶۹۲	۰/۲۵۱	۰/۰۱۷	۰/۲۵۶	موانع سیاسی

منبع: یافته های تحقیق

تجزیه و تحلیل استنباطی داده های آماری (آزمون فرضیه ها)

تحلیل های چند متغیره

در این بخش از روش کای دو برای تحلیل های چند متغیره و اظهار نظر در خصوص فرضیه های تحقیق استفاده شده است. آزمون مجذور کای بیش از سایر آزمون های ناپارامتریک در پژوهش های علوم انسانی بکار می رود. این آزمون زمانی به کار برده می شود که داده ها بصورت فراوانی و طبقه ای باشند. در این پژوهش به منظور شناسایی موانع و مشکلات شرکت ها و پاسخگویی به سوالات و فرضیه های پژوهش از این آزمون استفاده شده است. همانطور که در جدول ۴-۸ ملاحظه می شود در مورد تمامی متغیرها آماره کای دو محاسبه شده از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر بوده و سطح معناداری این آزمون نیز از ۰/۰۵ کمتر بوده و همه فرضیه های پژوهش مورد تایید قرار میگیرد به عبارت دیگر هر چهار مانع بازار، اقتصادی، دسترسی به اطلاعات و سیاسی به عنوان آسیب و مانعی برای توسعه شرکت ها می باشد.



جدول (۸-۴): نتایج آزمون تحلیل آزمون کای دو

سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره کای دو	متغیرها
۰/۰۰۰	۹	۱۱۸/۳۵۷	موانع بازار
۰/۰۰۰	۱۵	۹۶/۱۱۴	موانع اقتصادی
۰/۰۰۰	۱۱	۱۴۰/۶۰۰	عدم دسترسی به اطلاعات
۰/۰۰۰	۱۴	۱۴۳/۴۲۹	موانع سیاسی

منبع: یافته های تحقیق

تجزیه و تحلیل استنباطی داده های آماری (آزمون فرضیه ها)

تحلیل های چند متغیره

در این بخش از روش کای دو برای تحلیل های چند متغیره و اظهار نظر در خصوص فرضیه های تحقیق استفاده شده است. آزمون مجذور کای بیش از سایر آزمون های ناپارامتریک در پژوهش های علوم انسانی بکار می رود. این آزمون زمانی به کار برده می شود که داده ها بصورت فراوانی و طبقه ای باشند. در این پژوهش به منظور شناسایی موانع و مشکلات شرکت ها و پاسخگویی به سوالات و فرضیه های پژوهش از این آزمون استفاده شده است. همانطور که در جدول ۸-۴ ملاحظه می شود در مورد تمامی متغیرها آماره کای دو محاسبه شده از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر بوده و سطح معناداری این آزمون نیز از ۰/۰۵ کمتر بوده و همه فرضیه های پژوهش مورد تایید قرار میگیرد به عبارت دیگر هر چهار مانع بازار، اقتصادی، دسترسی به اطلاعات و سیاسی به عنوان آسیب و مانعی برای توسعه شرکت ها می باشد.

جدول (۸-۴): نتایج آزمون تحلیل آزمون کای دو

سطح معنی داری	درجه آزادی	آماره کای دو	متغیرها
۰/۰۰۰	۹	۱۱۸/۳۵۷	موانع بازار
۰/۰۰۰	۱۵	۹۶/۱۱۴	موانع اقتصادی
۰/۰۰۰	۱۱	۱۴۰/۶۰۰	عدم دسترسی به اطلاعات
۰/۰۰۰	۱۴	۱۴۳/۴۲۹	موانع سیاسی

منبع: یافته های تحقیق

فرضیه اصلی: این فرضیه عبارت است از اینکه عوامل اقتصادی، بازار، سیاسی و دسترسی به اطلاعات بر توسعه بنگاه های کوچک و متوسط موثر است. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون کای دو این فرضیه تایید می شود.

فرضیه های فرعی

فرضیه فرعی اول: این فرضیه عبارت است از اینکه موانع موجود در بازار در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون کای دو این فرضیه تایید می شود. آماره این آزمون برابر با ۱۱۸/۳۵۷ بوده که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر است و همچنین سطح معناداری این آزمون برابر با ۰/۰۰۰ بوده و تایید می شود.

فرضیه فرعی دوم: این فرضیه عبارت است از اینکه موانع اقتصادی در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون کای دو این فرضیه تایید می شود. آماره این آزمون برابر با ۹۶/۱۱۴ بوده که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر است و همچنین سطح معناداری این آزمون برابر با ۰/۰۰۰ بوده و تایید می شود.



فرضیه فرعی سوم: این فرضیه عبارت است از اینکه عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون کای دو این فرضیه تایید می شود. آماره این آزمون برابر با $140/600$ بوده که از مقدار بحرانی $1/96$ بیشتر است و همچنین سطح معناداری این آزمون برابر با $0/000$ بوده و تایید می شود.

فرضیه فرعی چهارم: این فرضیه عبارت است از اینکه موانع سیاسی در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون کای دو این فرضیه تایید می شود. آماره این آزمون برابر با $143/429$ بوده که از مقدار بحرانی $1/96$ بیشتر است و همچنین سطح معناداری این آزمون برابر با $0/000$ بوده و تایید می شود.

برای رتبه بندی و اولویت بندی موانع موجود در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط از آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج جدول اول آزمون فریدمن در زیر آمده است.

جدول (۹-۴): جدول اول آزمون فریدمن

کای دو	تعداد	درجه آزادی	سطح معناداری
۸۹/۰۹۵	۲۸۰	۳	۰/۰۰

منبع: یافته های تحقیق

با توجه به آماره کای دو و سطح معناداری کمتر از $0/05$ در سطح اطمینان $0/95$ می توان گفت که حداقل بین دو زوج از میانگین ها اختلاف معناداری وجود دارد. جدول ۱۰-۴ نتایج اولویت بندی موانع و مشکلات در توسعه شرکت های کوچک و متوسط را با استفاده از آزمون فریدمن نشان می دهد.

جدول (۱۰-۴): نتایج اولویت بندی آزمون فریدمن

اولویت	میانگین رتبه	متغیر
۱	۲/۸۵	موانع موجود در بازار
۲	۲/۸۲	عدم دسترسی به اطلاعات گوناگون
۳	۲/۲۸	موانع سیاسی
۴	۲/۰۵	موانع اقتصادی

منبع: یافته های تحقیق

نتایج فوق نشان می دهد که با توجه به نظرات مدیران، معاونین، مهندسين و کارکنان شرکت های کوچک و متوسط استان سمنان مهمترین مانع برای توسعه و پیشرفت موانع موجود در بازار بوده و در رتبه های بعدی به ترتیب عدم دسترسی به اطلاعات گوناگون، موانع سیاسی و موانع اقتصادی قرار دارند.

نتایج در راستای یافته های تحقیق

آمار توصیفی

در تحقیق حاضر از مدیران و کارکنان شرکت های کوچک و متوسط صنعتی مستقر در استان سمنان برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. از میان پاسخ دهندگان ۴۵ درصد آنها لیسانس و ۳۸ درصد آنها نیز بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه کار داشتند. یافته های توصیفی متغیرها

از میان متغیرهای تحقیق موانع بازار دارای بیشترین میانگین و موانع اقتصادی دارای کمترین میانگین بود. همچنین بر اساس آزمون دو جمله ای همه متغیرها در وضعیت نامطلوبی قرار دارند.

نتایج تحلیل های استنباطی پیرامون فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی تحقیق: این فرضیه عبارت است از اینکه عوامل اقتصادی، بازار، سیاسی و دسترسی به اطلاعات بر توسعه بنگاه های کوچک و متوسط موثر است. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون کای دو این فرضیه تایید می شود. به عبارت دیگر چهار مورد از موانع استخراج شده از مبانی نظری پژوهش از نظر کارکنان و مدیران شرکت های صنعتی کوچک و متوسط توسعه و پیشرفت شرکت را تحت



تاثیر قرار داده و مانع پیشرفت شرکت ها می شود. این یافته با یافته های چراغی و همکاران (۱۳۹۴)، جیوانی (۲۰۱۴) و تامبیونان (۲۰۱۵) همخوانی دارد.

فرضیه فرعی ۱: این فرضیه عبارت است از اینکه موانع موجود در بازار در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ این فرضیه رد نمی شود. آماره کای دو نیز برابر با ۱۱۸/۳۵۷ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر است. به عبارت دیگر می توان گفت موانع بازار در جامعه آماری مورد مطالعه بر پیشرفت و توسعه شرکت های صنعتی کوچک و متوسط تاثیر دارد و با توجه به آزمون فریدمن نیز این مانع در اولویت اول پاسخ دهندگان قرار دارد. به عبارت دیگر شرکت های کوچک و متوسط به دلیل نبود امکانات برای دسترسی به بازارهای متنوع و معطوف شدن به بازار محلی را مانعی برای پیشرفت خود می بینند. این یافته با یافته بیدختی و همکاران (۱۳۹۰) و لورنت (۲۰۱۱) همخوانی دارد.

فرضیه فرعی ۲: این فرضیه عبارت است از اینکه موانع اقتصادی در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها در فصل چهارم این فرضیه رد نشده است؛ با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ این فرضیه تایید می شود. آماره کای دو نیز برابر با ۹۶/۱۱۴ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر است. به عبارت دیگر می توان گفت موانع اقتصادی در جامعه آماری مورد مطالعه بر پیشرفت و توسعه شرکت های صنعتی کوچک و متوسط تاثیر دارد و با توجه به آزمون فریدمن نیز این مانع در اولویت چهارم پاسخ دهندگان قرار دارد. به عبارت دیگر شرکت های کوچک و متوسط به دلیل کمبود منابع مالی امکان گسترش کسب و کار و پیشرفت را ندارند. این یافته با یافته میرهاشمی (۱۳۹۳) و رجبی پور میبیدی (۱۳۹۴) همخوانی دارد.

فرضیه فرعی ۳: این فرضیه عبارت است از اینکه عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها در فصل چهارم این فرضیه رد نشده است؛ با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ این فرضیه تایید می شود. آماره کای دو نیز برابر با ۱۴۰/۶۰۰ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر است. به عبارت دیگر می توان گفت عدم دسترسی به انواع گوناگون اطلاعات در جامعه آماری مورد مطالعه بر پیشرفت و توسعه شرکت های صنعتی کوچک و متوسط تاثیر دارد و با توجه به آزمون فریدمن نیز این مانع در اولویت دوم پاسخ دهندگان قرار دارد. به عبارت دیگر شرکت های کوچک و متوسط به دلیل نداشتن رانت اطلاعاتی و عدم شفافیت اطلاعاتی در کشورهای در حال توسعه همچون ایران امکان توسعه و پیشرفت کمتری دارند. این یافته با یافته جیوانی (۲۰۱۴) و بیدختی و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

فرضیه فرعی ۴: این فرضیه عبارت است از اینکه موانع سیاسی در توسعه بنگاه های کوچک و متوسط تاثیر دارد. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها در فصل چهارم این فرضیه رد نشده است؛ با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ این فرضیه تایید می شود. آماره کای دو نیز برابر با ۱۴۳/۴۲۹ است که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر است. به عبارت دیگر می توان گفت موانع سیاسی در جامعه آماری مورد مطالعه بر پیشرفت و توسعه شرکت های صنعتی کوچک و متوسط تاثیر دارد و با توجه به آزمون فریدمن نیز این مانع در اولویت سوم پاسخ دهندگان قرار دارد. به عبارت دیگر شرکت های کوچک و متوسط به دلیل ناتوانی دولت ها در توانمندسازی شرکت های و عدم حمایت های مناسب قادر به پیشرفت مناسب نمی باشند. این یافته با یافته جیوانی (۲۰۱۴) و بیدختی و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد.

نتیجه گیری کلی و بحث

این تحقیق در چارچوب بررسی موانع پیشرفت و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط تأکید دارد. هدف تحقیق پاسخ به این سؤال است که چه عواملی در پیشرفت و توسعه شرکت های کوچک و متوسط موثر است؟ بر این اساس فرضیه هایی مطرح و مدل مفهومی برای تحقیق در نظر گرفته شد که در آن متغیرهای موانع بازار، موانع سیاسی، موانع اقتصادی و عدم دسترسی به اطلاعات گوناگون به عنوان متغیرهای مستقل و توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. جهت بررسی هدف تحقیق، جامعه آماری تحقیق، مدیران و کارکنان شرکت های کوچک و متوسط صنعتی فعال در استان سمنان انتخاب شدند. با توجه به فرمول تعیین حجم نمونه کوکران حجم نمونه برابر با ۳۱۰ نفر بود که با توزیع ۳۱۰ پرسشنامه و با نرخ بازگشت ۹۰ درصدی ۲۸۰ پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل به دست آمد که نتایج با استفاده از نرم افزارهای SPSS تحلیل شدند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که هر چهار مانع پیشنهادی در مدل پژوهش در توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط استان سمنان دخیل بوده و موانع بازار در اولویت اول پاسخ دهندگان قرار دارد. در پایان ذکر این نکته ضروری به نظر می رسد که این پژوهش ادعا ندارد توانسته



همه موانع دخیل در توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط را در الگوی پیشنهادی خود دخالت دهد، با این وجود تلاش کرده با یک نگاه جامع موانع توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط صنعتی، تنها با برداشتن گام های اولیه، راه را برای علاقه مندان به پژوهش در موانع پیشرفت و توسعه شرکت ها در سطح خرد، هموار سازد.

پیشنهادات تحقیق

پیشنهادات کاربردی

با توجه به یافته های حاصل از تحلیل داده ها و مباحث مطرح شده در قسمت بحث و نتیجه گیری، پیشنهادهای کاربردی زیر به مدیران سازمان های مورد مطالعه ارائه می شود.

(۱) با توجه به تأیید فرضیه اول تحقیق مبنی بر تاثیر موانع بازار در پیشرفت و توسعه شرکت های کوچک و متوسط پیشنهاد می شود دولت ها با حمایت های لازم در زمینه حضور فعال شرکت ها در بازار مناطق ختلف و همچنین هموار سازی زمینه صادرات و اتخاذ معافیت ها و تخفیفات گمرکی برای شرکت های کوچک و متوسط صنعتی زمینه رشد و توسعه آن ها را فراهم آورند.

(۲) با توجه به تأیید فرضیه فرعی دوم تحقیق به مسئولان دولتی و مدیران بانک ها پیشنهاد می شود با حمایت های مالی و فنی و اعطای تسهیلات کم بهره به این بنگاه ها زمینه پیشرفت و توسعه آن ها را فراهم آورند.

(۳) با توجه به فرضیه فرعی سوم تحقیق مبنی بر تاثیر دسترسی به اطلاعات بر توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط پیشنهاد می شود با ایجاد بانک های اطلاعاتی یکپارچه و دسترسی آسان همه به این بانک ها از رانت اطلاعاتی افراد و شرکت های خاص جلوگیری کرده و موجبات توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط را فراهم آورند.

(۴) با توجه به وجود تاثیر موانع سیاسی بر توسعه و پیشرفت شرکت های کوچک و متوسط به مدیران دولتی پیشنهاد می شود با آسان سازی فضای کسب و کار و برگزاری همایش ها و کلاس های توجیهی برای مدیران شرکت های جوان و کوچک زمینه رشد این شرکت ها را فراهم آورند.

پیشنهادات برای تحقیقات آتی

به محققین آینده پیشنهاد می شود که به بررسی موانع توسعه و پیشرفت شرکت های مادر بپردازند. پیشنهاد می شود برای تحقیق آینده از مدل یابی معادلات ساختاری به بررسی تاثیر هر یک از موانع بر توسعه و پیشرفت شرکت ها بپردازند.

پیشنهاد می شود با استفاده از سایر روش های آماری همچون دلفی به شناسایی این عوامل بپردازند. پیشنهاد می شود علاوه بر پرسشنامه از سایر ابزارها از جمله مصاحبه و گزارش های شخصی نیز استفاده شود.



منابع :

سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد. (۱۳۹۳). "استراتژی های توسعه و مدرنیزه کردن واحدهای کوچک صنعتی و بازرگانی"، (وزارت صنایع، مترجم). تهران: وزارت صنایع.
عمید، امین و غمخواری، سیده معصومه. (۱۳۸۸)، "بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه صادرات صنایع کوچک و متوسط در ایران"، فصلنامه چشم انداز مدیریت، شماره ۳۲، پاییز ۱۳۸۸، صص ۲۰۲-۱۸۳.
فتاح، بهزاد. (۱۳۸۶)، "سیاست های توسعه صنایع"، تهران: انتشارات آذر مجیدی، جهانگیر، (۱۳۹۳)، نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن، تهران: مؤسسه فرهنگی هنری رسا، چاپ دوم
ناطق، محمد. (۱۳۹۴) نقش خوشه سازی در افزایش رقابت پذیری بنگاه های کوچک و متوسط با محوریت توسعه بازاریابی.
تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
سایت رسمی شرکت های صنعتی استان سمنان. (۱۳۹۶).

Berger, A. N., & Udell, G. F., (2013), "A more complete conceptual framework for SME finance", *Journal of Banking & Finance*, No.30, pp.2945-2966.

Hakan, Murat. Tokol, Tuncer. (2015), The effects of export barriers on perceived export performance, *Journal of business*, Vol. 2. No.1, pp.36-56.

Kaleka, A. and Katsikeas, C. (2012), Exporting problems: the relevance of export development, *Journal of Marketing Management*, Vol. 11 No. 5, pp. 499-515.

Kedia, B.L. and Chhokar, J. (2009), Factors inhibiting performance of firms: an empirical investigation, *Management International Review*, Vol. 26, pp. 33-43.

Svetlicic, M., & et al. (2013), "Internationalization of Small and Medium – size Enterprises from selected central European economies", *Eastern European Economics*, Vol.45, No.4, pp.36-65.

Tambunan, t. (2015). «Women entrepreneurship in Asian developing countries: Their development and main constraints», *Journal of Development and Agricultural Economics*, May, 2009. Vol: 1(2), PP. 27 - .

8. Tesfom, G. Lutz, C. (2014), A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries, *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 1. No 3, pp 262-281

Yeh-Yun Lin, & Zhang, J., (2013), "Changing Structures of SME Networks: Lessons from the Publishing Industry in Taiwan", *Long Range Planning*, No.38, pp.145-162.