



ضرورت توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط با نگاهی به هند^۱

مهدی محرمی بالان

مقدمه

بنگاه‌های کوچک و متوسط بیش از ۹۰ درصد شرکت‌های فعال در اقتصاد هند را تشکیل داده و علاوه بر اشتغال، سهم قابل توجهی در تحقق تولیدات صنعتی و صادرات این کشور دارند بطوری که ۴۵ درصد از تولیدات کارخانه‌ای و ۴۰ درصد از صادرات این کشور توسط این بنگاه‌ها تامین شده و در مجموع سهم بنگاه‌های SME از تولید ناخالص داخلی هند حدود ۸ درصد برآورد می‌شود. بنگاه‌های SME هند که به دو دسته بنگاه‌های تولید صنعتی و بنگاه‌های خدماتی تقسیم می‌شوند به واسطه فعالیت در بخش‌های متنوع تولیدی/خدماتی، متضمن پویایی در اقتصاد این کشور بوده و از اهرم‌های تحقق رشد اقتصادی به شمار می‌روند. سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته اخیر، رشد سریع اقتصادی هند و ظهور پدیده جهانی‌شدن، فرصت‌های جدیدی را برای SME‌ها پدید آورده است.

در پی فرایند آزادسازی و اصلاحات اقتصادی صورت گرفته در اقتصاد هند (که از اوایل دهه ۹۰ میلادی آغاز شد) و تشدید فضای رقابتی، بنگاه‌های این کشور در مواجهه با تهدیدها و فرصت‌های به وجود آمده درصدد طراحی خوشه‌های تولیدی و شبکه‌سازی برآمدند. در حال حاضر بیش از ۴۰۰ خوشه SME و حدود ۲۰۰۰ خوشه صنعتی در اقتصاد هند مشغول به فعالیت هستند.

چالش‌ها و موانع بنگاه‌های SME در هند

علیرغم فرصت‌های پیش رو، بنگاه‌های SME در انجام فعالیت‌های خود با چالش‌ها و مشکلات مختلفی روبرو هستند که از آنجمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- کمبود سرمایه یکی از تهدیدهای جدی SME‌ها و از موانع توسعه صنایع دانش‌بنیان است.

- ۲- عدم دسترسی کافی به منابع مالی، نا اطمینانی بانک‌ها نسبت به SME‌ها و هزینه مبادله بالا در اخذ وام
- ۳- عدم توان SME‌ها در تامین الزامات مربوط به مناقصه-های دولتی
- ۴- عدم برخورداری از صرفه‌های مقیاس در تامین مواد خام مورد نیاز SME‌ها
- ۵- نگهداری، طراحی و بسته‌بندی محصولات
- ۶- عدم دسترسی به بازارهای جهانی
- ۷- نبود زیرساخت‌های کافی از جمله برق، آب، جاده و همچنین زیرساخت‌های ICT
- ۸- سطح پایین فناوری، چالش جدی برای رقابت‌پذیری SME‌ها می‌باشد.
- ۹- عدم برخورداری از نیروی کار کافی و کمبود نیروی کار متخصص از دیگر تنگناهای SME‌ها می‌باشد.
- ۱۰- محدود بودن بودجه تبلیغات و عملکرد ناموفق در برندسازی برای محصولات نیز از موانع توسعه SME‌ها می‌باشد.

سیاست‌ها و اقدامات اجرایی

با توجه به نقش حیاتی SME‌ها در اقتصاد هند، دولت این کشور با هدف رفع چالش‌ها و موانع یاد شده و ارتقاء رقابت‌پذیری SME‌ها مجموعه سیاست‌هایی را در حوزه تامین مالی، ارتقاء فناوری، بازاریابی و توسعه کارآفرینی، طراحی و اجرا نموده و سه عامل تهدیدزا برای SME‌ها را شناسایی نموده که عبارتند از: فناوری، نیروی کار متخصص و تامین مالی. یافته‌ها نشان می‌دهد که بنگاه‌هایی که در درونزا نمودن فناوری اطلاعات و ارتباطات^۲ عملکرد موفق داشته‌اند، از رقبای خود پیشی گرفته‌اند. دولت هند همچنین در راستای تسهیل دسترسی به منابع مالی طرح‌های مختلفی از قبیل Performance & Credit Rating Scheme و Credit Guarantee Scheme را اجرا نموده و به یمن جهانی‌شدن، سرمایه‌های قابل توجهی در قالب بازار اوراق قرضه اولیه/ثانویه، بازار سرمایه جسورانه، استقراض تجاری

² - ICT interventions

¹ - Creating Competitive SMEs, Pricewaterhouse Coopers (PwC), October 2010



و استفاده صحیح از ابزارهای حقوق مالکیت فکری در پروژه-های نوآورانه اجرا می‌شود.

۳- جزء توسعه کارآفرینی و مدیریت SMEها از طریق اینکوباتورها با هدف پرورش ایده‌های نوآورانه در حوزه‌های فناوری، محصولات و فرایندها تولید که امکان تجاری‌سازی آن در یک بازه یک ساله وجود داشته، اجرا شده و مبلغ ۶۲۵ هزار روپیه به هر طرح جدید اختصاص می‌یابد. به موجب این طرح، ۲۵ موسسه با هدف پرورش ایده‌های نوآورانه کسب و کار که توسط SMEها ارائه شده احداث شده است.

۴- در چارچوب طرح NMCP، دولت جزء افزایش رقابت-پذیری صنایع کارخانه‌ای از طریق استاندارد مدیریت کیفیت (QMS^۹) را با هدف ارتقاء بهره‌وری در SMEها اجرا می-نماید.

۵- جزء "اتاق ابزار تحت همکاری مشترک دولت-بخش خصوصی" نیز در برنامه یازدهم توسعه هند (۲۰۱۲-۲۰۰۷) با هدف تامین ابزار، قالب، تجهیزات، ابزار دقیق و سایر آیتم-های مورد نیاز یک واحد تولیدی و تامین واردات آن اجرا می‌شود.

۶- در سال ۲۰۰۹ نیز جزء ششم طرح NMCP تحت عنوان برنامه رقابت‌پذیری صنایع کارخانه‌ای ناب^{۱۰} و با هدف کاهش هزینه‌های تولید از طریق مدیریت صحیح منابع انسانی، استفاده مناسب از فضای موجود، مدیریت علمی انبار و کاهش زمان مهندسی به اجرا درآمد. در ۴ جزء دیگر NMCP بر فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارایی انرژی تاکید شده است.

۷- جزء "ارتقاء ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات" با هدف شناسایی خوشه‌های SME با پتانسیل تولید با کیفیت و صادرات و حمایت از آنها در بهره‌گیری از نرم‌افزارهای

خارجی^۳ و خدمات فاکتورینگ^۴ به اقتصاد سرازیر شده است. لازمه گسترش منابع مالی مزبور عبارتند از:

● راه‌اندازی یک سکوی مبادلات تجاری مجزا برای بنگاه-های SME

● ارائه مشوق‌های بیشتر جهت جذب سرمایه‌های ریسک‌پذیر و صندوق‌های سهام خصوصی^۵

● محوریت بازار در تعیین "سقف هزینه مبادلات مالی"^۶ به منظور ترغیب استقراض تجاری خارجی و توسعه صندوق‌های کم‌هزینه برای SMEها

● تصویب قوانین ویژه برای خدمات فاکتورینگ

دولت هند تا کنون اقدامات مختلفی را در راستای ارتقاء رقابت‌پذیری SMEها ترتیب داده که از آنجمله می‌توان به قانون توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط اشاره کرد. دولت همچنین بسته جامع سیاستی را با هدف توسعه و حمایت از SMEها در حوزه‌های مالی، توسعه خوشه‌ها، زیرساخت-ها، فناوری و بازاریابی به اجرا درآورده است. علاوه بر این دولت طرح رقابت‌پذیری صنایع کارخانه‌ای NMCP^۷ حاوی ۱۰ جزء ذیل که در قالب همکاری مشترک بخش خصوصی و دولتی اجرا می‌شود را طراحی نمود:

۱- جزء اول این طرح عبارت است از ارائه پشتیبانی بازاریابی به SMEها که هدف آن همگانی کردن ثبت بارکد^۸ و ترغیب SMEها به اخذ گواهی بارکد و فروش محصولات در بازارهای جهانی و بهره جستن از قیمت‌های بالاتر صادراتی است. همچنین طی سه سال اول اجرای این طرح، ۷۵ درصد از هزینه سالانه ثبت و درج گواهی بارکد به SMEها مسترد می‌شود.

۲- جزء افزایش آگاهی نسبت به حقوق مالکیت فکری نیز با هدف ایجاد موقعیت مناسب برای SMEها در عرصه جهانی

۳ - external commercial borrowings یک ابزار تامین مالی در هند است که به بنگاه‌ها اجازه می‌دهد جهت تامین مالی فعالیت‌های تجاری از وام‌دهندگان خارجی که مقیم این کشور نیستند استقراض نمایند.

۴ - Factoring services یک مبادله مالی است که طی آن بنگاه به منظور دسترسی به پول نقد، حساب‌های دریافتنی خود را با اعمال تخفیف به شخص ثالث (فاکتور) می‌فروشد.

۵ - Private Equity funds

۶ - All-in-Cost Ceilings

۷-National Manufacturing Competitiveness Program در سال ۲۰۰۸-۲۰۰۷ و با هدف ارتقاء رقابت‌پذیری و تعدیل فشار ناشی از آزادسازی تعرفه‌ها بر بنگاه‌های SME به اجرا درآمد و همچنان نیز ادامه دارد.

۸- با ثبت بارکد، محصول مشخصات اینترنتی دریافت کرده و با سرچ بارکد در موتورهای سرچ مانند گوگل، مشخصات کامل محصول قابل مشاهده خواهد بود.

۹ - Quality Management Standards

۱۰ - lean manufacturing



● با توجه به نقش حیاتی مراکز صنایع محلی^{۱۴} در تجهیز و توان بخشی کارآفرینان فعلی و بالقوه، دولت می‌تواند با ارائه امکانات مدرن IT به این مراکز و تربیت نیروی انسانی متخصص کارایی عملکرد آنها را افزایش دهد.

● دولت می‌تواند با تقویت ارزش پولی سهام شرکت‌های NSIC، طرف تقاضای بنگاه‌های SME را بهبود بخشیده و علاوه بر رفع مشکلات در بخش تامین مواد خام، در حوزه بازاریابی نیز به آنها کمک نموده و پیوندهای پسین و پیشین SMEها را تقویت نماید.

● طراحی و اجرای سیاست خرید دولتی از SMEها به استناد قانون توسعه بنگاه‌های SME در سال ۲۰۰۶. طبق این قانون بنگاه‌های دولتی می‌بایست در مدت زمان مقرر سهم خرید از SMEها را به ۲۰ درصد افزایش داده و اسناد مربوطه را در گزارشات سالانه خود قید نمایند

● استفاده از ابزارهای قانونی و بودجه‌ای جهت سازماندهی SMEها و ثبت حقوقی آنها و همچنین ترغیب سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه با تاکید بر توسعه همکاری با صنایع و موسسات آکادمیک.

● شکل گیری یک کمیته تجدیدنظر با هدف نظارت بر جریان اعتبارات مالی به SMEها و تلاش در جهت اختصاص منابع به واحدهای آسیب‌پذیر

● تشکیل خوشه‌های جدید به منظور تامین الزامات مربوط به رشد و توسعه و مداخله دولت در بروزرسانی مداوم زیرساخت‌های جدید برای SMEها و تشویق بخش خصوصی به مشارکت بیشتر در این حوزه

● اعمال تغییرات لازم در قانون کار به ویژه در موارد مرتبط با SMEها و تاکید بیشتر بر مباحث رفاهی کارگران فعال در واحدهای کوچک و متوسط

پیشنهادهای برای ایران

در ایران، بنگاه‌ها فارغ از میزان دارایی‌شان و صرفاً بر حسب تعداد شاغلان در چهار گروه **خرد** (اشتغال کمتر از ۱۰ نفر)، **کوچک** (اشتغال بین ۱۰ تا ۴۹ نفر)، **متوسط** (اشتغال بین ۵۰ تا ۱۴۹ نفر) و **بزرگ** طبقه‌بندی می‌شوند. علیرغم بالا بودن سهم بنگاه‌های کوچک و متوسط از کل بنگاه‌های فعال (خرد ۴۷ درصد، کوچک ۴۵ درصد) و متوسط (۶ درصد)،

مرتبط جهت افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای داخلی و جهانی طراحی شده است.

۸- علاوه بر این، " برنامه ایجاد کلینیک‌های طراحی برای SMEها^{۱۱} " درصدد همگام ساختن SMEها و متخصصان حوزه طراحی به منظور ارائه مشاوره و راهکارهای فنی برای حل مشکلات طراحی و همچنین ایجاد ارزش افزوده در محصولات کنونی است.

۹- جزء " پشتیبانی بازاریابی و بروز رسانی فناورانه " نیز ارتقاء رقابت‌پذیری SMEها را از طریق بهبود تکنیک‌ها و فناوری-های مربوطه در بازاریابی دنبال می‌کند.

۱۰- جزء " به روز رسانی فناوری و کیفیت " نیز با هدف بروز رسانی فناوری‌های موجود و استفاده از فناوری‌های مصرف بهینه انرژی اجرا شده و سعی دارد علاوه بر کاهش نشر گازهای گلخانه‌ای، هزینه تولید را نیز به حداقل برساند.

در سال ۲۰۰۹ به منظور ارزیابی اقدامات صورت گرفته در چارچوب NMCP، کارگروهی تشکیل شد که در گزارش خود مجموعه پیشنهادهای را برای رفع نقایص و بهبود عملکرد طرح‌های اجرایی فوق‌الذکر ارائه کرد که در ادامه به موارد مهم آن اشاره می‌شود:

● لزوم شکل‌گیری یک سازمان جداگانه در سطح ملی جهت ارائه حمایت‌های مالی، مدیریتی، فناوری، بازاریابی و هماهنگی و نشر اطلاعات مربوط به SMEها. این در حالی است که هر یک از ابعاد حمایتی فوق توسط یک ارگان متفاوت ارائه می‌شود؛ به عنوان مثال بانک توسعه هند متولی ارائه کمک‌ها و تسهیلات مالی به SMEها بوده حال آنکه سازمان NSIC^{۱۲} وظیفه تجهیز SMEها برای تامین مواد خام مورد نیاز و همچنین بازاریابی محصولات آنها را بر عهده دارد. البته وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف می‌توانند سیاست‌های حمایتی و توسعه‌ای برای SMEها را در بخش‌های خود طراحی نمایند و سازمان ملی که متولی SMEها خواهد بود می‌تواند پس از اعمال تغییرات لازم، از طرح‌ها و چارچوب‌های ارائه شده بهره جوید. در این میان می‌توان از تجربه سایر کشورها از جمله سازمان کسب و کارهای کوچک^{۱۳} در آمریکا بهره جست.

14 - District Industries Centre با هدف ارتقاء صنایع کوچک و روستایی در یک منطقه خاص احداث شدند که وظیفه آنها تامین تمامی نیازمندی‌ها و تجهیزات مورد نیاز به صورت یکجا و در یک مکان می‌باشد و در همین راستا اختیارات مختلفی در حوزه تامین مالی و مدیریت نیز توسط دولت به آنها واگذار شده است.

11 - Design Clinics Scheme for SMEs

12 - National Small Industries Corporation Limited

13 - Small Business Administration



با توجه به کاستی‌های فوق، پیشنهاد می‌شود سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران به عنوان متولی اصلی SMEها اقدامات زیر را در دستور کار خود قرار دهد:

■ توجه جدی به صنایع کوچک و متوسط امری بسیار ضروری و روشن است اما با توجه به متفاوت بودن شرایط ایران و وجود پیچیدگی‌های خاص در کشور، اینکه ما نیز در جهت توسعه SMEها لزوماً نسبت به تدوین قانونی خاص و جداگانه اقدام کنیم یا با استفاده حداکثری از محیط قانونی موجود، به ارتقاء وضعیت SMEها بپردازیم، نیازمند مطالعه و پژوهشی عمیق و همه‌جانبه است.

■ با توجه به محدودیت‌های ناشی از مقیاس و ضعف بنیه مالی SMEها، ضرورت تدوین برنامه‌ای در جهت تغییر رویکرد صنایع کوچک و متوسط از حرکت انفرادی به حرکت جمعی و همچنین تغییر رویکرد به سمت بازارهای بیرونی با ایجاد حداقل‌های لازم در آنها به لحاظ ارتقاء کیفیت تولید کالا و خدمات، امکانات بازاریابی، دسترسی به توان طراحی، فناوری و ... در قالب خوشه‌ها و تشکلهای جمعی و یا شهرک‌های تخصصی محسوس است. البته لازم است ارزیابی مستقلی از دستاوردهای حاصل از برنامه خوشه‌ها از آغاز تا کنون صورت گیرد تا بتوان اصلاحات لازم را در این زمینه پیشنهاد نمود. رویکرد هند در مورد حمایت از شکل‌گیری تشکلهای SMEهای همگروه، با هدف استفاده از صرفه‌های مقیاس در خرید فناوری و مواد اولیه، برندسازی، تبلیغات، صادرات و تحقیق و توسعه مشترک، قابل توصیه در کشور می‌باشد.

■ لازم است ارزیابی برنامه‌ها و همچنین عملکرد وام‌های اعطایی و سنجش میزان اثربخشی و تغییر و تحولات ایجاد شده در زمینه اعطای تسهیلات و نحوه تسویه آن، توسط مجریان منتخب و مستقل بیرونی که مورد تایید سازمان برنامه و بودجه از سوی دولت و کمیسیون مربوطه از سوی مجلس شورای اسلامی باشند در مورد تسهیلات اعطایی طی دهه ۸۰ و ۹۰ صورت گیرد تا براساس نتایج حاصل از آن، امکان اعمال اصلاحات و جرح و تعدیل‌های لازم در مورد تامین مالی آنها میسر گردد.

■ بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و گسترش استفاده از امکانات ICT از طریق ایجاد زیرساخت‌های لازم در فعالیتهای تولید و بازاریابی SMEها در افزایش بهره‌وری و ارتقاء کارایی و توسعه فعالیتهای آنها راهگشا خواهد بود.

■ ضروری است SMEها در استفاده از زبان بین‌المللی در تجارت خصوصاً روش‌های متداول در بازارهای جهانی همچون بارکد GS1 و RFID تشویق، ترغیب و مورد حمایت واقع شوند تا کالاها به سهولت در بازارهای جهانی قابل عرضه باشند.

■ شناسایی خوشه‌های SME دارای پتانسیل تولید با کیفیت و صادراتی و حمایت از آنها در فعالیتهای بازاریابی و بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهت افزایش رقابت‌پذیری آنها در بازارهای داخلی و جهانی

سهم این بنگاه‌ها از ارزش آفرینی ۱۶٫۸ درصد، درآمدزایی ارزی ۱۰ درصد و اشتغالزایی ۴۲ درصد بوده که در قیاس با نقش آفرینی بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته بسیار ناچیز است. در دهه ۴۰ هجری شمسی با هدف توسعه سرمایه‌گذاری صنعتی «سازمان صنایع کوچک و نواحی صنعتی ایران» تاسیس شد، این سازمان در سال ۱۳۶۲ بدنبال ایجاد تغییراتی در نظام صنعتی کشور، در وزارت صنایع ادغام گردید و نهایتاً در سال ۱۳۸۴ «سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران» به منظور تدوین برنامه جامع توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و نیز ایجاد ارتباط صحیح بین این بنگاه‌ها با بنگاه‌های بزرگ تولیدی و خدماتی و ... فعالیت خود را آغاز نمود. از جمله مأموریت‌ها و وظایف این سازمان می‌توان به ایجاد و توسعه شهرک‌ها و مراکز خدمات فناوری، حمایت از ایجاد تشکلهای صنعتی و نهادهای پشتیبانی‌کننده از صنایع کوچک، توسعه خوشه‌های صنعتی، کمک به توسعه کارآفرینی، اصلاح نظام مدیریتی و مالکیتی شهرک‌ها و نواحی صنعتی، بهبود فضای کسب و کار از طریق ظرفیت‌سازی نهادی، هماهنگی و نظارت بر جذب و توزیع منابع بانکی و اعتبارات عمرانی، کمک به رشد صادرات صنایع کوچک، ایجاد بسترهای لازم جهت توسعه و انتقال فناوری-های جدید از طریق مشارکت با بخش غیر دولتی، برنامه‌ریزی و تلاش برای ساماندهی زنجیره تأمین صنایع، بستر سازی جذب سرمایه‌گذاری خارجی و مشارکت در ایجاد زیرساخت-های صنعتی و ... اشاره کرد.

علی‌رغم اقدامات صورت گرفته، بنگاه‌های SME در برخی ابعاد با چالش‌های جدی روبرو هستند که علل آنرا می‌توان در موارد زیر جستجو کرد:

- فقدان مراکز صنایع محلی در تجهیز و توان بخشی کارآفرینان فعلی و بالقوه و عدم دسترسی به امکانات زیر ساختی پیشرفته در زمینه IT
- عدم مشارکت بخش خصوصی در توسعه و انتقال فناوری‌های جدید بواسطه سرمایه‌گذاری و خطرپذیری بالا
- نبود یک نهاد متولی نظارت بر نحوه و کیفیت مصرف منابع مالی استقراض شده از نظام بانکی
- عدم الزام بنگاه‌ها و سازمان‌های دولتی جهت تامین بخشی از خردیهای خود از SMEها
- حضور کمرنگ بنگاه‌های SME در فرابورس و محدود بودن فرصت‌های تامین نیازهای مالی از این طریق
- عدم برخورداری از فناوری‌های مرتبط با بازاریابی پیشرفته و عدم استفاده از مزایای فناوریانه بارکد در فرایند تولید و فروش