

## گزارش نشست تخصصی «توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط براساس تجربه ایتالیا»

معاونت پژوهشی موسسه، نشست تخصصی «توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط براساس تجربه ایتالیا» را با سخنرانی آقای آندرا گلدستین، اقتصاددان مطرح ایتالیایی و با حضور جمعی از مدیران و کارشناسان ارشد دستگاه‌های اجرایی و استادان برجسته این حوزه، در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۵/۱/۲۵ در محل موسسه برگزار کرد. در ابتدا دکتر سعید نجفی‌توانا (دبیر جلسه) ضمن تاکید بر اهمیت توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در توسعه و رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، به معرفی آقای گلدستین به عنوان یکی از مدیران ارشد شرکت بین‌المللی Nomisma (تینک تنک فعال در حوزه پژوهش‌های اقتصادی و مشاوره کسب‌وکار) پرداخت و از ایشان دعوت به سخنرانی کرد.

گلدستین در مقدمه سخنان خود از روابط مثبت میان دو کشور ایران و ایتالیا سخن گفت و بر تمایل این کشور به منظور توسعه روابط اقتصادی با ایران تاکید کرد. او گفت: ایتالیا کشوری پیشرفته و حائز تجربیات باارزشی در حوزه سیاستگذاری است که می‌تواند برای ایران به منظور مشارکت بیشتر در اقتصاد جهانی قابل استفاده و راهگشا باشد. در این میان نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط در راستای ایجاد رشد و توسعه بسیار مهم بوده و بر این اساس کارآفرینان می‌توانند با امکانات بیشتری برای اقتصاد، ارزش‌آفرینی کنند.

گلدستین با بیان اینکه ایتالیا کشوری است که در حوزه بنگاه‌های کوچک و متوسط موفق بوده گفت: حدود یک چهارم از بنگاه‌های اقتصادی در این کشور، کمتر از ۹ نفر کارمند دارند که برابر با ۱۴ درصد در اتحادیه اروپاست. ضمن اینکه حدود ۳۱ درصد بنگاه‌ها بین ۱۰ تا ۵۰ نفر پرسنل دارند. همچنین وی به علل توسعه کارآفرینی در کشور خود پرداخت و گفت: در ایتالیا در زمینه آسان‌سازی مقررات و آیین‌نامه‌ها پیشرفت‌هایی حاصل شده و قوانین دست‌وپاگیر به منظور تاسیس بنگاه تجاری یا فعالیت اقتصادی معدود است. ایشان در گریزی به اقتصاد ایران، وابستگی آن را به نفت، عامل اصلی عدم توسعه کارآفرینی در کشور خواند و رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط را در گرو اعمال سیاست‌هایی دانست که مقررات کسب و کار را

ساده سازی می‌کند. وی همچنین اذعان داشت که رتبه ایران در این حوزه ۱۳۸ بوده و تنها شش کشور هستند که وضعیتی نامناسب تر از ایران دارند.

ایشان یکی از شاخصه های بنگاه‌های متوسط در ایتالیا را در مقایسه با تولیدکننده ها و شرکت‌های بزرگ ایتالیایی، عملکرد بهتر آنها در صادرات و فروش طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۳ برشمرد و گفت: این ویژگی منحصر به ایتالیا نیست و در کشورهای دیگری نظیر آلمان نیز مشاهده می‌شود، و همچنین نرخ بازگشت سرمایه و بازده حقوق صاحبان سهام، طی سال‌های مذکور، حاکی از آن است که عملکرد شرکت های متوسط نسبت به بنگاه های بزرگ تولیدی حائز برتری بوده است. در این کشورها گرایش شرکت های متوسط به صادرات است، زیرا شرکت ها در طول زمان به مهارت ها و تجربیاتی رسیده‌اند که آنها را در این امر یاری می‌کند. این امر زمانی برای شرکت های ایرانی امکان پذیر است که بازار بین‌المللی و به ویژه منطقه‌ای وجود داشته باشد تا شرکت ها به صادرات خود در بازار منطقه‌ای بپردازد و بدین ترتیب خود را برای ورود به بازار جهانی آماده کنند. گلدستین ادامه داد: شرکت های بزرگ اهمیت درخور توجهی برای تمامی کشورها دارد، اما توجه و تمرکز بر شرکت‌های بزرگ نیازمند تغییرات ساختاری است، زیرا توجه بیش از حد به این بنگاه ها به ویژه در اقتصاد های در حال توسعه، رقابت‌ها را کم‌رنگ کرده و شرکت های بزرگ را بر بازار مسلط می‌کند و بنگاه های کوچک و متوسط را از رشد و توسعه باز می‌دارد.

گلدستین در ادامه افزود: بنگاه های کوچک و متوسط در کشور ایتالیا تنها در برخی بخش‌ها تمرکز کرده‌اند که عمدتاً شامل صنایع سنتی از قبیل: مبلمان، کفش، چرم و جواهرات است و عموماً با فناوری و سرمایه نسبتاً پایین کار می‌کنند و نیز رقابت قابل توجهی با بازارهای نوظهور و کشورهای در حال توسعه دارند. تمرکز بر بخش‌های خاصی از بازار و سرمایه‌گذاری در بخش آموزش و طراحی باعث شده است که بنگاه های متوسط ظرف ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته به عنوان موتور محرکه اقتصاد ایتالیا شناخته شوند و رشدی درونزا برای این کشور را محقق کنند. وی همچنین بیان این نکته را خالی از لطف ندانست که: بهتر است کشور ایران به جای تولید محصولات متفاوت تنها بر چند بخش خاص تمرکز کند و همچنین سیاست هایش

باید با شرایط سازگاری داشته باشد و لزوماً نباید در بخش های با فناوری بالا سرمایه گذاری کند، بلکه می تواند با تولید محصولات با کیفیت سنتی که متناسب با شرایط، به روز می شوند به این مهم دست یابد.

وی در تعریف منطقه صنعتی عنوان کرد: یک ناحیه هنگامی می تواند به عنوان منطقه صنعتی تلقی شود که چنین خصوصیتی را داشته باشد: تولید در آن انعطاف پذیر باشد، بنگاه های کوچک و متوسط در آن ناحیه تمرکز بالایی داشته باشند، برخی از بنگاه های کوچک و متوسط محصولات خود را مستقیم به فروش برسانند و تمایزی میان تولیدکنندگان کالاهای نهایی و واسطه های وجود نداشته باشد.

گلدستین همچنین از سیاستگذاری هایی سخن به میان آورد که به سهولت کسب و کار و تسهیل فعالیت مناطق صنعتی کمک کرده است؛ از جمله تدوین شیوه قراردادی به نام «قرارداد شبکه» در سال ۲۰۱۰. این قرارداد، شیوه قانونی جدیدی بود که با حفظ استقلال، به شرکت ها اجازه توسعه شبکه های کاری را می داد. وی در ادامه افزود: این قرارداد شامل مواردی چون اهداف استراتژیک و فعالیت های مشترک به منظور ارائه سهم در نوآوری و رقابت در بازار، مدت زمان و برنامه کسب و کار است. از جمله مزایای این نوع قراردادها عبارتند از: بزرگ تر شدن سهام تامین بدون نیاز به سرمایه زیاد، اعمال سرمایه گذاری هایی که دور از توان هر بنگاه به تنهایی است، افزایش قدرت چانه زنی، بهبود دانش و بهینه سازی هزینه ها برای خدمات مشترک. این شبکه ها به دو گونه افقی و عمودی شکل می گیرند.

ایشان همچنین ضمن بیان اینکه تمرکز جغرافیایی تولید به رغم اصل جهانی شدن حائز اهمیت است، از انتقال برخی از صنایع ایتالیا به کشورهای دیگر از جمله رومانی سخن گفت و عنوان کرد: به دلایلی همچون کاهش هزینه ها این انتقال ها صورت می گیرد، اما خدمات و فعالیت های خاص در ایتالیا باقی می ماند. این انتقال ها نه تنها بیکاری را افزایش نداد، بلکه به اشتغال زایی در حوزه خدمات و بهبود کیفیت مشاغل نیز منجر شد. وی خاطرنشان کرد: در حال حاضر که برای دولت ایران و ایتالیا و سایر کشورهای اروپایی فرصت همکاری های تجاری محقق شده است، می توان به شناسایی و انتقال مراحل تولید به ایران اقدام کرد که این امر می تواند در مدیریت زنجیره ی تامین و تکنولوژی های آنها موثر باشد.

گلدستین در ادامه بیان کرد که در موفقیت شرکت های متوسط در ایتالیا، نهادهای محلی نقش بسزایی داشته‌اند. این نهادها در زمینه آموزش، تصمیم گیری، تحقیقات بازار، گواهینامه ها و حمایت از بین‌المللی سازی شرکت ها نقش مهمی ایفا می‌کنند.

گلدستین ادغام عمودی در زنجیره غذایی کشاورزی را یک دارایی بسیار مهم در سیستم غذا و کشاورزی ایتالیا و اروپا برشمرد و گفت: این عامل منافع اقتصادی از قبیل بهینه‌سازی هزینه ها، افزایش کیفیت کالا، تحقیق و توسعه و آموزش فنی، کنترل بهداشتی موثرتر، لجستیک و تحویل موثر و سهولت دسترسی به بازار، برای کشاورزان، صنایع غذایی و مصرف کنندگان محصولات کشاورزی به همراه خواهد داشت. به عنوان مثال در زنجیره تامین گوشت، صنایع مختلفی از جمله کشاورزی، مرغداری، خوراک دام، دامپزشکی، حمل‌ونقل و... دخیل هستند. حال اگر این شبکه به صورت ادغام عمودی فعالیت داشته باشد، تمامی مزایای یادشده نصیب عوامل مختلف این زنجیره می‌شود. چنان‌که برای مزرعه‌داران؛ بازار گارانتی‌شده خالی از ریسک، برای صنایع؛ امکان برنامه ریزی به منظور ارتقای کیفیت، کمیت و نوآوری، و برای مصرف‌کننده؛ غذای سالم و باکیفیت حاصل می‌شود.

وی در خصوص نقش تعاونی‌ها در ایتالیا گفت: نقش این گونه بنگاه ها در اقتصاد ایتالیا کمرنگ نیست و البته سهم تعیین‌کننده‌ای نیز ندارند. چنان‌که در سال ۲۰۱۳، گردش مالی آنها در حدود ۳۷ میلیارد یورو بوده و حدود ۹۲ هزار نفر در آنها شاغل بوده‌اند. تعاونی ها در کسب و کار کشاورزی سهم ۲۴ درصدی دارند. این سوءتفاهم وجود دارد که تعاونی ها اهداف اجتماعی دارند، اما آنها برخلاف این موضوع به‌طور جدی به دنبال بازارهای جهانی و صادرات هستند. ایشان همچنین خاطرنشان شد: ایران می‌تواند از طریق تعاونی ها فعالیت‌های کشاورزی خود را توسعه داده و بازارهای بین‌المللی را به ویژه در بخش تولید لبنیات مد نظر داشته باشد.

ایشان در خاتمه گزارش خود عنوان کرد: بنگاه های کوچک و متوسط به طور کلی بسیار متکی به اعتبار بانکی هستند. حال اینکه برخلاف رویه های دیگر، در تامین مالی برخی مقررات دست و پاگیر وجود دارد که

به همراه مدت زمان اخذ تسهیلات و هزینه دریافت آن، در این حوزه رتبه خوبی برای این کشور حاصل نکرده است. چالش دیگری که در ایتالیا وجود دارد، کندی روند رویه تصمیم سازی دولتی است که دسترسی بنگاه های کوچک و متوسط را به منابع مالی با کمی مشکل رویه رو کرده است. البته مقدمات لازم به منظور استقرار دولت الکترونیک ایجاد شده و این نقیصه به زودی در ایتالیا برطرف خواهد شد. یکی از مشکلات دیگری که در ایتالیا وجود دارد این است که مقبولیت دولت در این کشور به کندی صورت می گیرد و پژوهش ها نشان داده است که هر چقدر مقبولیت دولت افزایش می یابد، میزان موفقیت در مقابله با فساد و دیگر پدیده های موسوم در اقتصاد نوظهور بیشتر می شود، پس کشورها باید در این زمینه بیشتر کوشا باشند. یکی از اولویت های دیگر برای ایتالیا و ایران موضوع نرخ مالیات است که برای شرکت های کوچک و متوسط موضوع نگران کننده ای است، همچنین در ایران در زمینه روش های اجرای قراردادها و زمان های مورد نیاز آنها مشکلاتی وجود دارد که باید مرتفع شود و به نظر می رسد در ایران اصلاح چنین مواردی در اولویت قرار دارد. با توجه به اینکه در ایران بخش قابل توجهی از جمعیت بیکار را فارغ التحصیلان دانشگاهی تشکیل می دهند، بایستی رابطه میان صنعت و دانشگاه به عنوان یکی از اولویت ها بیش از پیش تقویت شود و نوآوری بیشتر مورد حمایت قرار گیرد. جامعه ایرانی خارج از کشور نیز منابع و دانش قابل توجهی دارند که می توانند به رونق کسب و کار در ایران کمک نمایند و لزوم ارتباط موثر و ورود سرمایه آنان به کشور نیز می تواند یک سیاست مهم باشد.