

حائگاه بنگاه‌های کوچک و متوسط

در توسعه اقتصادی ایران

مؤلف:

دکتر عبدالله رحیم لوی بنیس

|                     |   |                                                                                         |
|---------------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : | رحیم لوی بنیس، عبدالله، ۱۳۵۰ -                                                          |
| عنوان و نام پدیدآور | : | جایگاه بنگاه‌های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی ایران                                    |
| مشخصات نشر          | : | تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۳.                                                   |
| مشخصات ظاهری        | : | ۲۰۰ ص.: مصور، جدول، نمودار.                                                             |
| شابک                | : | 978-964-468-444-9                                                                       |
| وضعیت فهرست نویسی   | : | فیبای مختصر                                                                             |
| یادداشت             | : | این مدرک در آدرس <a href="http://opac.nlai.ir">http://opac.nlai.ir</a> قابل دسترسی است. |
| شماره نزود          | : | شرکت چاپ و نشر بازرگانی                                                                 |
| شماره کتابشناسی ملی | : | ۳۷۵۹۹۶۰                                                                                 |

شابک: ۹-۴۴۴-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

نام کتاب: جایگاه بنگاه‌های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی ایران

مؤلف: دکتر عبدالله رحیم لوی بنیس

صفحه‌آرایی: متین

طراحی جلد: شاهرخ بهاری

چاپ اول: ۱۳۹۳

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

تمام حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، شماره ۱۲۰۱، تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹

وبسایت: [www.cppc.ir](http://www.cppc.ir)

## پیشگفتار

اصلاحات اقتصادی از نوعی تشکیل و راه‌اندازی بنگاه‌های کوچک و متوسط مقیاس در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به‌عنوان یک رویکرد راهبردی محسوب می‌شود و لزوم تغییر در سیاست، توانمندسازی بخش خصوصی، رقابت‌پذیری اقتصاد و تعامل با قواعد جهانی‌سازی و ... از انگذاری‌های مبتنی بر آزادسازی اقتصاد و تقویت بخش خصوصی را جهت توسعه فعال بخش خصوصی ضرورت می‌بخشد.

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 ادامه سیاست 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 فعالیت تولیدی و تأمین بخشی از نیازهای جامعه، حضور بیشتر در بازارهای جهانی و کاهش مشکلات ناشی از نرخ بیکاری در کشور می‌باشد.

اهمیت واحدهای کوچک و متوسط در ایران را از دو بعد کمی و کیفی می‌توان بررسی کرد. از بعد کمی، درصد بسیار بالایی از شرکت‌های موجود در کشور ما و بسیاری از کشورهای جهان را واحدهای کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند و تعداد شاغلان این واحدها قابل توجه است. همچنین ارزش افزوده‌ای که این واحدها تولید می‌کنند در کشورهای مختلف، چیزی بین یک سوم تا نیمی از ارزش افزوده کل کشور را تشکیل

می‌دهد. از بعد کیفی، این واحدها می‌توانند بخش خصوصی را در سرمایه‌گذاری‌ها تشویق کنند، چون بخش خصوصی معمولاً برای ایجاد واحدهای بزرگ امکانات کافی ندارند. این واحدها همچنین می‌توانند به‌عنوان ابزار مناسبی برای خصوصی‌سازی در نظر گرفته شوند. این واحدها امکان شناخت بازار را دارند و می‌توانند خود را با نیازهای بازار منطبق کنند و به‌خاطر کوچک بودن، فرایند تصمیم‌گیری در آنها بسیار سریع است. این واحدها می‌توانند قدرت ابتکار و خلاقیت بیشتری داشته باشند؛ در توزیع فناوری در سطح کشور موفق‌تر باشند و سریعاً خود را با فناوری‌های لازم تطبیق دهند و در یک نکته می‌توانند تخصصی عمل کنند که این امر، در واحدهای بزرگ کمتر اتفاق می‌افتد.

نگاهی به فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و یا در حال توسعه، بیانگر نوع ارتباط تنگاتنگ و مؤثر میان پیشرفت اقتصادی-اجتماعی این کشورها با این بنگاه‌ها است. رشد رونق بنگاه‌های کوچک و متوسط در این کشورها و اتخاذ سیاست‌های حمایتی از سوی دولت، به همراه تدارک سازمان‌های بین‌المللی فعال در امور توسعه، جملگی بیانگر این مهم است که بنگاه‌های کوچک و متوسط فرصتی کم‌نظیر برای جامعه جهانی است که با اتکا به آن، فرآیند تولید ثروت ملی را ارتقاء بخشند.

در این کتاب موضوعاتی مانند توسعه اقتصادی، نظرها و راهبردهای توسعه، صنایع کوچک و کارآفرینی بررسی و نهایتاً به تحلیل نقش جایگاه شرکت‌های کوچک و متوسط در نظام اقتصادی کشور پرداخته شده است که امید است مورد توجه علاقمندان و صاحب‌نظران قرار گیرد.

در پایان لازم است از زحمات مولف محترم کتاب دکتر عبدالله رحیم‌لوی بنیس و نیز تمامی همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی که در چاپ و انتشار این کتاب نقش داشته‌اند، تقدیر و تشکر به عمل آید.

مجید نیک‌مهر

مدیرعامل شرکت چاپ و نشر بازرگانی

## فهرست مطالب

| عنوان                                                                                   | صفحه |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| مقدمه مولف .....                                                                        | ۱    |
| فصل اول: توسعه اقتصادی چیست؟ .....                                                      | ۱    |
| ۱-۱- مقدمه .....                                                                        | ۱    |
| ۲-۱- توسعه اقتصادی .....                                                                | ۶    |
| ۳-۱- هدف‌های اصلی توسعه اقتصادی .....                                                   | ۱۰   |
| ۴-۱- الزامات سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی در کشور .....                                    | ۱۱   |
| ۵-۱- جایگاه شرکت‌های کوچک و متوسط در توسعه اقتصاد کشور .....                            | ۱۲   |
| ۱-۵-۱- تعیین اندازه بنگاه‌های کوچک و متوسط .....                                        | ۱۳   |
| ۲-۵-۱- مشخصات بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران .....                                     | ۱۴   |
| ۳-۵-۱- درس‌هایی از عملکرد آیین‌نامه اجرایی گسترش بنگاه‌های زود برده و نارآزین .....     | ۱۶   |
| ۴-۵-۱- ملاحظات بانک مرکزی در تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط .....                    | ۱۹   |
| ۶-۱- نتایج مطالعات تطبیقی کشورهای موفق در زمینه صنایع کوچک .....                        | ۲۲   |
| ۱-۶-۱- توجه به صنایع کوچک به منظور رفع نواقص و برقراری ارتباط آنها با صنایع بزرگ .....  | ۲۲   |
| ۲-۶-۱- سوق دادن صنایع کوچک و متوسط به سمت صنایع با فناوری پیشرفته .....                 | ۲۳   |
| ۳-۶-۱- مورد توجه قرار دادن صنایع کوچک و متوسط به عنوان یکی از محورهای رشد و توسعه ..... | ۲۳   |
| فصل دوم: نظریه‌های توسعه اقتصادی .....                                                  | ۲۵   |
| ۱- نظریه آدام اسمیت (۱۷۹۰-۱۷۲۳) .....                                                   | ۲۵   |
| ۲- نظریه مالتوس (۱۸۲۳-۱۷۶۶) .....                                                       | ۲۶   |
| ۳- نظریه ریکاردو (۱۸۲۳-۱۷۷۲) .....                                                      | ۲۷   |

- ۴- مدل رشد کلاسیک ..... ۲۹
- ۵- نظریه کارل مارکس (۱۸۱۸-۱۸۸۳) ..... ۳۰
- ۶- مدل رشد اقتصادی سرمایه‌داری مارکس ..... ۳۱
- ۷- نظریه شومپتر (۱۸۷۰-۱۹۵۰) ..... ۳۲
- ۸- مدل توسعه لوئیس-فی-رانیس (L-F-R) ..... ۳۳
- ۹- نظریه نئوکلاسیکی ..... ۳۵
- ۱۰- نظریه رشد درون‌زا ..... ۳۶
- فصل دوم: راهبردهای توسعه اقتصادی ..... ۴۱
- ۱- راهبرد پولی ..... ۴۱
- ۲- راهبرد آزاد بازاری ..... ۴۲
- ۳- راهبرد صنعتی شدن ..... ۴۴
- ۴- راهبرد انقلاب سبز ..... ۴۵
- ۵- راهبرد توزیع مجدد ..... ۴۶
- ۶- راهبرد سوسیالیستی توسعه ..... ۴۷
- فصل چهارم: توسعه اقتصادی و صنایع کوچک ..... ۵۱
- مقدمه ..... ۵۱
- ۴-۱- توسعه اقتصادی و صنایع کوچک ..... ۵۲
- الف) نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای پن روز ..... ۵۲
- ب) نظریه میل به تمرکززدایی در صنایع بزرگ ..... ۵۴
- ج) مدل توسعه و پیشرفت بر اساس سیستم پیمانکاری ..... ۵۴
- د) نظریه اکس و آدرش ..... ۵۵
- هـ- الگوی توسعه خوشه‌ای ..... ۵۶
- ۴-۲- رتبه‌بندی قدرت رقابت‌پذیری صنایع کوچک و متوسط در ایران ..... ۵۸
- ۴-۲-۱- رقابت‌پذیری در سطح ملی و بنگاه‌ها ..... ۶۵
- ۴-۳- بین‌المللی کردن و توسعه صادرات (استراتژی‌های توسعه صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط) ..... ۶۶
- ۴-۳-۱- سازمان‌ها و تشکلهای صادراتی تولیدات صنایع کوچک و متوسط ..... ۶۶
- ۴-۳-۲- تقسیم‌بندی موانع و مشکلات توسعه صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط ..... ۷۱
- فصل پنجم: شناخت کارآفرینی و صنایع کوچک ..... ۷۳



|                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ۵-۱- شناخت کارآفرین.....                                                                                        | ۷۳  |
| ۵-۲- صنایع کوچک.....                                                                                            | ۷۶  |
| ۵-۲-۱- تعاریف صنایع کوچک.....                                                                                   | ۷۶  |
| ۵-۲-۲- سازمان صنایع کوچک.....                                                                                   | ۷۹  |
| ۵-۲-۳- تعاریف ۱۴ کشور منتخب.....                                                                                | ۸۰  |
| ۵-۲-۴- منشاء شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط.....                                                               | ۸۵  |
| ۵-۲-۵- شکل‌گیری صنایع کوچک و متوسط در درازمدت.....                                                              | ۸۵  |
| ۵-۲-۶- مراحل ایجاد، رشد و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط.....                                                  | ۸۸  |
| ۵-۲-۷- دسته‌بندی صنایع کوچک و صنایع بزرگ.....                                                                   | ۹۰  |
| ۵-۲-۸- بررسی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران با عنایت به تجارب سایر کشورها.....                      | ۹۲  |
| ۵-۲-۱۰- موانع موجود برای توسعه کسب و کارهای کوچک.....                                                           | ۱۱۰ |
| ۵-۲-۱۲- از نهادی حمایت‌کننده از صنایع کوچک و متوسط.....                                                         | ۱۱۳ |
| ۵-۲-۱۳- رفع موانع مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط.....                                                            | ۱۱۶ |
| ۵-۲-۲- تسهیلات دولت.....                                                                                        | ۱۲۱ |
| ۵-۲-۵- کمک‌های بازاریابی.....                                                                                   | ۱۲۶ |
| ۵-۲-۶- برنامه‌های اقدام مشترک.....                                                                              | ۱۲۷ |
| ۵-۲-۷- اعمال اقداماتی جهت بهبود وضعیت صدور جواز کسب یا اقدامات و تشریفات اداری.....                             | ۱۲۸ |
| ۵-۲-۸- ایجاد تغییر و تحول در برخورد مسئولان ادارات با بنگاه‌های کوچک و متوسط.....                               | ۱۲۸ |
| ۵-۲-۹- ایجاد فرصت برای صاحبان بنگاه‌های کوچک و متوسط برای اظهار نظر راجع به ترسیم خطوط کلی قوانین و مقررات..... | ۱۲۹ |
| فصل ششم: نقش و جایگاه شرکت‌های کوچک و متوسط در نظام‌های اقتصادی.....                                            | ۱۳۱ |
| مقدمه.....                                                                                                      | ۱۳۱ |
| ۶-۱- نقش و جایگاه صنایع کوچک.....                                                                               | ۱۳۲ |
| ۶-۱-۱- نقش صنایع کوچک در صنعتی شدن.....                                                                         | ۱۳۲ |
| ۶-۱-۲- نقش صنایع کوچک در نوآوری.....                                                                            | ۱۳۵ |
| ۶-۱-۳- نقش صنایع کوچک در اشتغال‌زایی.....                                                                       | ۱۴۱ |
| ۶-۱-۴- کارآفرینی، نوآوری و بهره‌وری در SMEs.....                                                                | ۱۴۵ |
| ۶-۱-۵- نقش صنایع کوچک در توسعه اقتصادی.....                                                                     | ۱۴۸ |
| ۶-۱-۶- صنایع کوچک و بومیایی صنعت.....                                                                           | ۱۵۳ |
| ۶-۱-۷- نقش صنایع کوچک و کارآفرینی.....                                                                          | ۱۵۶ |
| ۶-۱-۸- نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME's) صنعتی در خلق فرصت‌های کارآفرینی.....                                  | ۱۵۹ |
| ضمیمه ۱: جایگاه و نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد ترکیه.....                                               | ۱۶۳ |
| خرده کسب و کار به سبک ترک‌ها.....                                                                               | ۱۶۳ |

- ویژگی‌ها و شاخص‌های کلان اقتصاد ترکیه ..... ۱۶۵
- بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصاد ترکیه ..... ۱۶۶
- قانون برنامه‌های توسعه پنج ساله و بنگاه‌های کوچک و متوسط ..... ۱۶۹
- سازمان‌های قانونی در مرتبط با بنگاه‌های کوچک و متوسط در ترکیه ..... ۱۷۲
- ضمیمه: کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشور چین ..... ۱۷۵
- اوضاع کنونی کسب و کارهای کوچک و متوسط چینی ..... ۱۷۵
- اگردهای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط چین ..... ۱۷۵
- سیاست‌ها و مشوق‌های اصلی ..... ۱۷۶
- ررسی نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط مقیاس ..... ۱۷۹
- در توسعه فعالیتهای اقتصادی کشور مالزی ..... ۱۷۹



## مقدمه مولف

امروزه اقتصاد هر کشوری ترکیبی از کشاورزی، صنعت و خدمات است که با توجه به دیدگاه‌های فلسفی و ایدئولوژیکی، رویکرد اساسی هر نظام اقتصادی در دولتی یا خصوصی بودن و یا ترکیبی از این دو، تعریف شده و شکل می‌گیرد.

با شروع انقلاب صنعتی دوم در دهه ۱۹۸۰، ساختار کلاسیک تقسیمات بازار جهانی کالاهای صنعتی که به نحوی در انحصار کشورهای پیشرفته صنعتی بود، تغییر کرد. به دلیل تورم شدید در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ گرایش مصرف‌کنندگان به طرف خرید محصولات ارزان قیمت در کشورهای صنعتی تغییر یافت. اما با پیدایش تحولات در اقتصاد جهانی و شروع دور جدید اقتصادی در دهه ۱۹۹۰، گرایش مصرف‌کنندگان به «قیمت» به عنوان مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده در انتخاب کالا کاهش یافت و مصرف‌کنندگان خواهان کیفیت بیشتر با قیمت مناسب‌تر شدند.

روند رو به رشد این گرایش جدید در بازار موجب شد تا کشورهای صنعتی در جهت پاسخگویی به بازار، سرمایه‌گذاری‌های عظیمی در نو سازی صنایع به عمل آورند. عمده تلاش حمایتی دولت‌ها از صنایع، بر تقویت بخش خصوصی و ویژه بر صنایع کوچک متمرکز بوده است. در دور نوین اقتصادی، کشورهای پیشرفته صنعتی در حال توسعه، سیاست‌های مختلفی را در جهت حمایت از صنایع کوچک انجام دادند که هدف اصلی آنها ارتقاء سطح بهره‌وری، کیفیت و قدرت رقابتی این صنایع در عرصه اقتصاد جهانی بوده است.

در سال‌های اخیر، اهمیت و نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط، هم در کشورهای صنعتی و هم در کشورهای در حال توسعه رو به افزایش بوده است. با ظهور فناوری‌های جدید که در تولید، تحولاتی در روش‌های تولید، توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها پدید آمده است، به اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط افزوده است.

دولت‌ها به منظور تضمین رقابت در بازار آزاد و جلوگیری از انحصار بنگاه‌های بزرگ، همیشه سیاست‌های ویژه‌ای را برای ارتقاء بنگاه‌های کوچک و متوسط اتخاذ نموده‌اند.

به گونه‌ای که بنگاه‌های کوچک و متوسط، خود می‌توانند بستری مناسبی برای ایجاد صنایع رقابت‌پذیر محسوب شوند. ایجاد و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط یکی از اولویت‌های اساسی در برنامه‌های رشد و توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورهای پیشرفته و در حال توسعه است.

امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط (SMEs) از جنبه‌های مختلف اجتماعی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند. در بسیاری از کشورها این صنایع تأمین‌کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری‌های جدید هستند. این صنایع با صادرات قابل توجه خود نقش محوری در توسعه اقتصادی کشور را ایفاء می‌کنند.

در این موضوع که صنایع تولیدی بر شاخص‌های اقتصادی و رشد اقتصادی تأثیر دارند، نمی‌توان شک نمود، لکن آنچه کمتر می‌تواند مورد سوال واقع شود تفاوت میزان تأثیرگذاری بخش‌های مختلف صنایع بر شاخص‌های اقتصادی و یافتن آنها در اقتصاد یک منطقه یا کشور است.

اکثر کشورهای جهان حمایت قابل توجهی از بنگاه‌های اقتصادی به عمل آورده و در جهت گسترش و تقویت آنها، سیاست‌های افصادی متعددی را تدوین نموده‌اند و در این بین، کمتر کشوری را می‌توان یافت که در آن قانون حمایت‌فراینی برای حمایت از صنایع کوچک وجود نداشته باشد و در برخی از این کشورها چنین به نظر می‌رسد که اقتصاد ملی بر پایه بنگاه‌های اقتصادی کوچک بنا شده است. مثلاً در کشور تایوان بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در نظام اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود، به طوری که تایوان از نظر دارا بودن تعداد شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی در بین کشورهای جهان در جایگاه بالایی قرار داد و نزدیک به ۹۸ درصد از کل شرکت‌های صنعتی تایوان را بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند، به طوری که نزدیک به ۷۸ درصد از مجموع افرادی که سالانه جذب بازار کار می‌شوند به استخدام بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادی درمی‌آیند. با نگاهی به آمارهای منتشر شده در مورد وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در تایوان، متوجه می‌شویم که این بنگاه‌ها

نه تنها از نظر تعداد و ایجاد اشتغال مهم هستند، بلکه نقش بسیار مهمی در امر تولید و صادرات این کشور دارند. در سال‌های اخیر بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط نزدیک به ۳۰ درصد از کل فروش شرکت‌ها و ۲۵ درصد از مجموع صادرات مستقیم این کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه سیاست‌گذاری‌ها در جهت حمایت هر چه بیشتر از صنایع کوچک است و بنگاه‌های کوچک به شدت مورد توجه قرار گرفته‌اند تا جایی که به‌عنوان مثال در قانون اساسی کره جنوبی بر حمایت و پشتیبانی هر چه بیشتر از این صنایع تأکید شده است. یا در ژاپن صنایع کوچک با سامان‌دهی بسیار قوی نقش مهمی در تحولات صنعتی و خردآوایی این کشور ایفا می‌کنند.

به هر شکل، باید پذیرفت که صنایع کوچک و متوسط دارای ویژگی‌های منحصر به فردی هستند که در اقتصاد ملی نقش‌آزایی می‌کنند. برخی از برتری‌های SMEs عبارتند از:

۱. **نوآوری:** SMEها، در صناعی که نوآوری زیادی داشته و نیروی کار فنی در آنها نسبتاً مهم است، در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ، دارای مزیت نسبی در نوآوری هستند.

۲. **کارآفرینی و توسعه اقتصادی:** پرچم‌داران ایجاد فرصت‌های شغلی، اشتغال و درآمدزایی عمدتاً بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند.

۳. **پویایی صنعتی:** صنایع کوچک نقش مهمی در تحول صنعتی ایفا کرده‌اند. بنگاه‌های جدید، و بالطبع کوچک، در هر صنعت با تولیدات خود موجب تحول آن صنعت می‌شوند و در نهایت قدرت بازار بنگاه‌های قوی را محدود می‌سازد.

در ایران، براساس اعلام UNIDO در سال ۲۰۰۹، بالغ بر ۴/۹۸ درصد کل کسب و کارها در سه حوزه خدمات، ساخت و تولید و معدن متعلق به SMEهای دارای کمتر از ۱۰ نفر کارمند (بنگاه‌های خرد<sup>۱</sup>) می‌باشد.

این واقعیات، مبین واقعیت مهم دیگری است و آن، نیاز اقتصاد یک کشور به SMEها برای رشد، پویایی و بالندگی است.

ناگفته پیداست که کسب و کارهایی با این ابعاد و ویژگی‌ها، به میزان فراوانی نیازمند هستند که در مقابل عواملی که بقای آنها را تهدید می‌کند، مورد پشتیبانی قرار گیرند. با توجه به موارد ذکر شده، بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال و فراهم کردن بستر مناسب برای نوآوری نقش مهمی دارند. ایجاد اشتغال به‌عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران اقتصادی است که توجه به آن گامی اساسی در تحقق اهداف اشتغال‌زایی بخش صنعت تلقی می‌شود. اما ایجاد اشتغال به تنهایی نمی‌تواند به‌عنوان هدف در تأسیس بنگاه‌های کوچک و متوسط تلقی شود. بنابراین نمی‌توان از متغیرهای اقتصادی دیگر، مانند تولیدات و ارزش افزوده<sup>۱</sup> صرف نظر کرد. این مجموعه می‌کوشد به‌منظور تدوین راهبردها و سیاست‌های مناسب جهت تقویت بنگاه‌های کوچک و متوسط، این بنگاه‌ها را با معیارها، تعداد بنگاه، اشتغال، ارزش تولیدات و ارزش افزوده مورد بررسی قرار دهد.

و ما التوفیق الا بالله

دکتر رحیم‌لوی بنیس