

جهانی شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط

م. الزین

مانیا سادات هاشمیان (دانش آموخته دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه)

کیومرث سهیلی (دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه رازی)

انتشارات کرمانشاه ۱۳۹۵

سرشناسه: هاشمیان، مائیا سادات، ۱۳۶۸
 عنوان و نام پدیدآور: جهانی شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط / تألیف مائیا سادات هاشمیان
 مشخصات نشر: کرمانشاه: انتشارات کرمانشاه، ۱۳۹۵
 مشخصات ظاهری: ۱۲۰ ص. مصور؛ ۱۴/۵ * ۲۱/۵ س.م.
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۸۷-۶۳-۳
 وضعیت فهرست نویسی: فیفا
 موضوع: کسب و کار خرد
 موضوع: Small business
 موضوع: Globalization
 موضوع: جهانی شدن
 رده بندی کنگره: ۹۱۳/۲ ح ۲۳۴۱/۱ HD
 رده بندی دی‌ی: ۳۲۰ ۶۴۲
 شماره کتاب سال ملی: ۴۲۶۴



نام کتاب: جهانی شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط
 مؤلفین: مائیا سادات هاشمیان (دانش آموخته دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه)
 کیومرث سهیلی (دانشیار گروه اقتصاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه رازی)
 ناشر: انتشارات کرمانشاه
 طراح جلد: احسان نظری
 صفحه آرا و حروف نگار: فرشته رحیمی
 قطع کتاب: رقی
 تیراژ: ۲۰۰ جلد
 تعداد صفحات: ۱۱۲+۸ صفحه
 قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان
 چاپ نخست: ۱۳۹۵
 شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۸۷-۶۳-۳

کتاب حاضر حاصل رساله دانشجویی با عنوان مطالعه و بررسی جهانی سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط با شناسایی عوامل بحرانی و موفقیت
 (مطالعه موردی کسریوم صادراتی محصولات لبنی استان کرمانشاه) و نمایی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به
 دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه است.

حق چاپ محفوظ است

انتشارات کرمانشاه: شهر که زاهدانری جنب دانشگاه آزاد اسلامی - گروه مهر

تلاکس: ۳۷۲۲۲۹۳۲ همراه ۹۱۸۸۳۶۳۰۶۴

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲.....	مقدمه
۷.....	عوامل موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط
۸.....	اهمیت و نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط
۱۰.....	نوآوری، تعارف و اثرگذاری
۱۲.....	ویژگی‌های نوآوری در بنگاه‌های کوچک و متوسط
۱۷.....	کارآفرینی
۱۸.....	کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۸.....	سرمایه‌های انسانی، مالی، فیزیکی و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۹.....	سیاستگذاری ایجاد اشتغال، طریق توسعه صنایع کوچک و متوسط
۲۱.....	نقش کسب و کارهای کوچک و متوسط در رشد اقتصادی
۲۲.....	کارآفرینی (بر اساس نظریه شپینر)
۲۳.....	اهمیت نیروی انسانی در صنایع کوچک
۲۴.....	مدیریت منابع انسانی در صنایع کوچک (بر اساس مدل دیسنزو و رایینز)
۲۵.....	به کار گماری در صنایع کوچک
۲۸.....	تعاریف ویژگی‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط
۳۰.....	مراحل ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک
۳۲.....	مهارت‌های مدیریتی تشکیلات اقتصادی کوچک
۳۲.....	فواید وجود کسب و کارهای کوچک در جامعه
۳۴.....	امنیت شغلی برای کسب و کارهای کوچک
۳۴.....	موانع توسعه کسب و کارهای کوچک
۳۶.....	موانع داخلی کنسرسیوم
۳۹.....	موانع خارجی کنسرسیوم
۴۰.....	مراحل ایجاد کنسرسیم صادراتی
۴۱.....	انگیزش و جبران خدمات در صنایع کوچک
۴۲.....	ارزیابی عملکرد و جبران خدمات در صنایع کوچک
۴۵.....	عوامل مؤثر بر ایجاد توانمندسازی در کارکنان
۴۶.....	توسعه صنایع کوچک
۴۷.....	پیامدهای توسعه صنایع کوچک
۴۸.....	چرخه حیات کسب و کارهای کوچک و متوسط
۵۰.....	مهارت‌های بازاریابی و فروش
۵۱.....	نظریات موجود درباره علل اقبال به بنگاه‌های کوچک و متوسط
۵۱.....	نظریه اقتصادهای حاشیه پهن روز

۵۲	نظریه اکس و آدرش
۵۳	نظریه الگوی توسعه خوشه‌ای
۵۴	مدل تالنت
۵۷	مدیریت فرآیندهای کسب و کار
۵۸	بررسی نقش فناوری اطلاعات در چابکی سازمان‌های کوچک و متوسط
۵۸	خوشه سازی صنایع کوچک و متوسط
۶۲	انحصار تشکیل دهنده خوشه‌های صنعتی
۶۳	مشکلات صنایع کوچک و متوسط
۶۴	مکانات مینو به بازاریابی
۶۵	مراحل توسعه خوشه (تجمیع صنایع کوچک و متوسط)
۶۸	مزایای توسعه رویکرد خوشه‌ای در کشور
۷۱	عوامل توسعه رونق گرفتن صنایع بزرگ به سمت صنایع کوچک و متوسط
۷۱	بررسی قابلیت‌ها و شکلات SME با استفاده از مدل SWOT
۷۴	روش‌های تأمین مالی بنگاه‌ها
۷۵	منافع صنایع کوچک و متوسط در اقتصاد جهانی
۷۶	کارآفرینی
۷۷	نوآوری و تغییر فناوری
۷۸	پویایی صنعت
۷۹	ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد
۸۱	شدت یافتن رقابت جهانی
۸۳	افزایش بی‌اطمینانی
۸۳	وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران
۸۴	بهره‌وری
۸۴	ارزش افزوده
۸۴	تسهیلات اعطایی
۸۵	تحلیلی بر نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی
۸۶	تقاضای فزاینده برای محصولات متنوع
۸۷	مزیت‌ها و منافع صنایع بزرگ
۸۷	اثر مقیاس انبوه
۸۸	اثر دامنه تولید
۸۸	اثر سازماندهی
۸۹	مزیت‌ها و منافع صنایع کوچک
۸۹	اثر حمل و نقل
۸۹	اثر اندازه بازار
۹۰	اثر تنظیم

۹۰.....	مؤثر بودن.....
۹۱.....	اثر کنترل.....
۹۲.....	صنایع با مقیاس کوچک و متوسط و چالش‌های روبه روی آنها.....
۹۴.....	اهمیت و ضرورت انتشار تکنولوژی.....
۹۶.....	اهداف انتشار تکنولوژی.....
۹۸.....	روش‌های افزایش توانایی‌های جذب تکنولوژی در SMEs.....
۱۰۰.....	نتیجه گیر.....

www.ketab.ir

پیشگفتار

تو مبین اندر درختی یا به چاه تو مرا بین، که منم مفتاح راه

مولانا

فرآیند جهانی شدن بنا به تحولات گسترده در زندگی بشری به ویژه در چند دهه اخیر رخ داده است و همچنان در حال رشد می باشد؛ جوامع مختلف جهانی علیرغم اختلاف در برخی دیدگاه ها به این سمت در حال حرکت هستند؛ این فرآیند به صورتی پیچیده در زمینه های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، فناوری و اقتصادی به سرعت رو به گسترش بوده و جلوه های تازه را در ابعاد مختلف و به ویژه در ابعاد سیاسی به روی همگان گشوده است. از جمله عوامل مؤثر، جهانی شدن اقتصاد در دو قرن اخیر می تواند افزایش حجم تجارت جهانی باشد. جنبه اصلی فرایند جهانی شدن اقتصاد، همانا روند ادغام و وابستگی متقابل کشورهای مختلف به یکدیگر است. و عامل مهم در مقوله جهانی شدن که دارای ارتباط مستقیم با یکدیگرند، بازارهای هدف جهانی و موضوع دولت - ملت می باشد که در اثر رقابت بازارهای جهانی با یکدیگر در روند ادغام ادغام شده است. در این رهگذر مناطق آزاد تجاری - صنعتی و ویژه اقتصادی می توانند سهم بسزایی در تحقق فرایند جهانی شدن اقتصاد کشورمان (به جای گریز از این پدیده جهان) در ایجاد بستر مناسب برای نیل به جایگاه واقعی اقتصاد ملی در اقتصاد جهانی فراهم نمایند، تهدیدات را به فرصت ها تبدیل کنند و با اعتقاد به اصل مشارکت در تولید جهانی سهم بیشتری را در اقتصاد بین المللی اختصاص دهند.

امروزه ضرورت جهانی شدن بنگاه ها و جوامع، واقعیتی پذیرفته شده و قابل انکار است. فرآیند جهانی شدن و در کنار تمهید الزامات و سرمایه های مادی لازم، ابزار موفقیت در فضای رقابتی شدید در مقیاس جهانی مجهز بود. نقش و جایگاه صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی و صنعتی در ملل مختلف برجسته گردیده است. انعطاف پذیری و قدرت تطبیق صنایع کوچک و متوسط برای پاسخ گویی به نیازهای در حال تغییر بازارها از عمده ترین مزیت های این صنایع است. این مزیت در صورتی که با رفع تنگناهای موجود بر سر راه توسعه آنان همراه گردد، شناسایی عوامل بحرانی موفقیت بنگاه های کوچک و متوسط در فرآیند جهانی شدن از اهمیت خاصی برخوردار است.

یکی از راه‌های توسعه صنعتی که در سال‌های اخیر مورد توجه کشورهای در حال توسعه و حتی توسعه یافته قرار گرفته، روی آوردن به کوچک سازی صنایع و اتکا به توسعه و گسترش صنایع کوچک و متوسط به عنوان موتور توسعه صنعتی و اقتصادی است.

در ایران، صنایع کوچک علی رغم این که از مزایا و امتیازات چشمگیری در توسعه صنعتی و اقتصادی کشور برخوردار است، اما با تنگناهای زیادی مواجه است که به شکستگی و تعطیلی این صنایع در سال‌های اخیر منجر شده است.

به تازگی پژوهشگران و پیریت استراتژیک، توجه اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط شده‌اند. شناخت اهمیت این بخش به عنوان یک عامل مهم در ایجاد شغل و رشد اقتصادی موجب افزایش تحقیقات در مورد جریدهای مختلف این نوع سازمان‌ها شده است.

این کتاب، به دنبال معرفی عوامل مؤثر به منظور اطمینان بخشیدن به بنگاه‌های کوچک و متوسط در احراز قابلیت رقابت در بازارهای ملی و کسب ویژگی‌های پویاتر شدن، پاسخ‌گو بودن و هم چنین انعطاف‌پذیری لازم در این عرصه می‌باشد.

اگرچه تمام تلاش‌ها برای این بوده است که کتاب عاری از عیب و نقص باشد، با این وجود بدون شک خالی از اشکال نخواهد بود لذا از تمامی افراد و نهادهای که این مجموعه را مطالعه می‌نمایند درخواست می‌شود که نظرات انتقادی و اصلاحی آنرا به دست‌نویس خود را جهت بهبود این مجموعه برای ما ارسال نمایند تا در چاپ‌های بعدی مورد استفاده قرار گیرد و با کمک به بهبود مستندسازی فرایند جهانی سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشور در این امر مهم سهیم باشند.

مقدمه

با توجه به تجربه‌ی موفق کشورهای تازه صنعتی شده، کارشناسان سیاست‌گذاران اقتصادی معتقدند که در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته بخش خصوصی بویژه صنایع کوچک و متوسط عامل مهمی در توسعه اقتصادی هستند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که این صنایع با کرافرینی نوآوری و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، بر رشد اقتصادی اثر می‌گذارند (علمی، گران: ۱۳۸۷). در مجموع با توجه به نقش ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال، رشد اقتصادی و کمک به ایجاد و حفظ ثبات اجتماعی و با عنایت به نقش ممتاز آن‌ها در افزایش صادرات و ایجاد اختراعات و نوآوری‌ها و دیگر کارکردهای بی‌بدیل صنایع کوچک و متوسط، به نظر می‌رسد که یکی از بهترین شیوه‌ها برای ایجاد تحول و توسعه هماهنگ اقتصادی و اجتماعی کشور، توجه خاص همه سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، نهادهای تسو و اجرای به اهمیت و نقش این دسته از بنگاه‌ها است. بنگاه‌های کوچک، نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها بر عهده دارند. آن‌ها در تمامی اقتصادها، اکثریت عظیم از بنگاه‌های تجاری را تشکیل می‌دهند که عهده‌دار ایجاد شغل در جامعه‌اند و یک سوم تا دو سوم حجم معاملات بخش خصوصی در این شرکت‌ها صورت می‌گیرد. اهمیتی که صنایع کوچک در توسعه اقتصادی کشورها دارند، توجه روز افزون سیاست‌گذاران را در جوامع مختلف دنیال داشته است.

شرکت‌های کوچک و متوسط به دلیل اندازه کوچکشان با دشواری‌هایی برای حضور در عرصه‌ی صادرات در بازارهای خارجی مواجه هستند. فقدان دانش مورد نیاز و ابزارهای مالی موجب می‌شود که این شرکت‌ها نتوانند نیازمندی‌های نظارتی بازارهای خارجی را تأمین نمایند. همچنین کمیت و کیفیت محصولات تولیدی این شرکت‌ها برای خریداری

جذاب نیستند. از این رو شرکت‌های کوچک از طریق به اشتراک گذاشتن دانش، منابع مالی و ارتباطات خود با یکدیگر می‌توانند پتانسیل‌های صادراتی خود را به شکل قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشیده و ریسک و هزینه نفوذ در ابزارهای خارجی را کاهش دهند. اگرچه انواع متعددی از کنسرسیوم‌های صادرات به وجود آمده‌اند اما عامل اصلی تمایز این کنسرسیوم‌ها این است که آیا کنسرسیوم به تبلیغ محصولات اعضا می‌پردازد و یا مستقیماً در فروش همکاری می‌کند. در هر دو صورت طیف وسیعی از خدمات به اعضا ارائه می‌شود که این خدمات اجرایی پایه‌ای در فعالیت‌های تبلیغاتی گرفته تا بهبود عملیات تولید اعضا را شامل می‌شود. از طرف دیگر مدیریت منابع انسانی شامل استراتژی‌های مختلف و متفاوتی است. با گام‌های ساده اما کاربردی، قابل یادگیری است. در این قسمت قصد داریم؛ به بعضی از این گام‌های اساسی برای توسعه استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی، که چگونگی تأمین نیازها در طرفه سازمان و کارمندان به صورت مؤثر و کارا است؛ اگر سرمایه‌های یک سازمان را (پول، اطلاعات، امکانات و تجهیزات) در نظر بگیریم، در مقوله مدیریت، اداره کارها چندان سخت نیست.

در دو دهه اخیر تغییرات محتوایی و کیفی بسیار زیادی در بازاری جهانی رخ داده است؛ حرکت به سوی منطقه‌ای شدن و جهانی شدن بازارها سرعت گرفته است؛ به موازات آن دوره تولید محوری به انتهای حیات خود رسیده و دوره مصرف محوری در حال شکل‌گیری است. تولیدکنندگان صنعتی، با هدف استفاده بهینه از امکانات و جلوگیری از هدر رفتن منابع با ارزش، تمهیداتی اندیشیده‌اند که نتیجه آن تغییر در ساختار صنعتی خواهد بود.

یکی از مشخصات بارز و اصلی این تغییر ساختار، رشد و ترویج بیش از پیش صنایع کوچک و متوسط است.

توسعه صنایع کوچک و متوسط، رمز توسعه اقتصادی دهه آینده است. بن‌روز در نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای خود، نظریه اکس و آدرش در تحول ساختار تقاضا و همچنین نظریه الگوی توسعه خوشه‌ای، همه به نوعی برتری صنایع کوچک را در راه توسعه اقتصادی کشورها بیان نموده‌اند. بررسی‌ها نشان داده است که صنایع کوچک و متوسط از طریق چهار کانال کارآفرینی، نوآوری و تغییر فناوری، پویایی صنعت و در نهایت ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد بر اقتصاد جهانی تأثیر گذارند. به علاوه شدت یافتن رقابت جهانی، آرایش نامطمینانی و تقاضای فزاینده برای محصولات متنوع باعث شده است که اقبال به این صنایع بیشتر شود.

از اواسط دهه ۱۹۶۰ نظریه‌پردازان اقتصاد توسعه، جهت‌دهی به یک راه حل مطلوب برای مقابله با بحران بیکاری در کشورهای کمتر رشد یافته به عنوان یک عامل اشتغال‌زا توجه خود را به بنگاه‌های کوچک معطوف داشتند (شوماخر، ۱۳۷۷). بحث بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) به اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۶۰ میلادی یعنی زمانی که بحث‌های توسعه مطرح می‌شود بر می‌گردد. علت اصلی توجه به SME‌ها بیشتر مسأله ایجاد اشتغال و کاهش فقر است. همه کشورها در مقطع خاصی به این بنگاه‌ها توجه داشته‌اند. کشورهای آمریکای لاتین زمانی که بحث توسعه مطرح شد با کشورهای سوسیالیستی زمانی که خود خواستند بازارشان را به بازار آزاد تبدیل کنند و حتی کشورهای توسعه یافته‌ای مانند ژاپن، آلمان، فرانسه در یک مقطع خاصی توجه‌شان به سمت بنگاه‌های کوچک و متوسط بوده است (آرامنش، ۱۳۸۵، ۱۲).

بنگاه‌های کوچک و متوسط امروزه به عنوان عامل عمده رشد ساختار صنعتی بسیاری کشورها محسوب می‌شوند و این گونه صنایع برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه بسیار حائز اهمیت است (عسگری، ۱۳۸۸). بنگاه‌های کوچک و متوسط عامل جذب و

اشتغال بخش عظیمی از جمعیت کشورها و آموزش و تربیت نیروی کار ماهر هستند. به عنوان مثال در آلمان، ۸۰ درصد از نیروی کار ابتدا جذب صنایع کوچک و متوسط می‌شوند و آموزش‌های لازم و مهارت‌های حرفه‌ای مورد نیاز را کسب می‌کنند، به گونه‌ای که این صنایع برای دانش آموزان و دانشجویان به کارگاهی برای کسب مهارت‌های فنی و حرفه‌ای تبدیل شده‌اند.

اگرچه این تفکر طی چندین دهه رونق گرفت و برپایه آن شرکت‌های غول پیکری هم پدیدار شدند، ولی تحولات اخیر و به ویژه فشارهای جمعیتی، نوآوری‌های لحظه به لحظه، پیچیده‌تر شدن فرآیندهای مدیریتی و تصمیم‌گیری، و نیاز به تصمیم‌گیری‌های آنی موجب به وجود آمدن تغییرات اساسی در ساختار این سازمان‌های غول پیکر گردیده است. به همین جهت امروزه اصلاحات اساسی از نوع تشکیل و راه‌اندازی بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) در بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به عنوان یک رویکرد راهبردی محسوب می‌شود و لزوم تغییر نقش دولت، توانمندسازی بخش خصوصی، رقابت‌پذیری اقتصاد و تناسل با قواعد جهانی سازی و... سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر آزادسازی اقتصاد و تربیت بخش خصوصی را جهت توسعه فعالیت‌های اقتصادی ضرورت می‌بخشد.

کارآفرینی یک راه‌حل مناسب برای توسعه اقتصادی در دوره رکود اقتصادی، نرخ بالای بیکاری و افزایش رقابت و انفجار اطلاعات می‌باشد. از طرفی تشکیل شرکت‌های کوچک و متوسط به عنوان سیاستی مهم در ایجاد مشاغل جدید محسوب می‌شود (نرگسی و کلانتریان، ۱۳۹۱).

در دهه‌های اخیر با تغییر در ساختار صنعتی کشورها، رشد و گسترش صنایع کوچک و متوسط در استراتژی توسعه‌ی صنعتی کشورها از جایگاه خاصی برخوردار شده است (علمی و دیگران، ۱۳۸۷).

در ایران به منظور توسعه‌ی فعالیت‌های اشتغال‌زا، بنگاه‌های خرد و متوسط مورد توجه قرار گرفته‌اند. علاوه بر این، با توجه به این که درصد بالایی از واحدهای صنعتی کشور، کوچک و متوسط هستند و بیش از نیمی از شاغلان بخش صنعت را در خود جای داده‌اند این صنایع از اهمیت به سزایی برخوردار شدند و می‌توانند نقش اساسی در برنامه‌های توسعه‌ی اقتصادی کشور داشته باشند (علمی و دیگران، ۱۳۸۷).

در این پژوهش سعی می‌شود با شناسایی و درک عوامل مؤثر بر جهانی شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط و به‌طور ویژه بنگاه‌های فعال در زمینه محصولات لبنی در استان کرمانشاه می‌پردازیم. در این راستا راهکارهای مناسب به ورود موفق و عملکرد پایدار و مؤثر این شرکت‌ها در بازارهای خارجی کمک کنیم.

عوامل موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط

شرکت‌های کوچک و متوسط فناوری به چنان منبع - انی برای موفقیت نیاز دارند؛ توانمندی در پژوهش‌های فناوری و توسعه خلاقیت، یکایم‌های مالی، بستری از منابع انسانی رقابتی با خصوصیت کارآفرینی و توانمندی‌های بازاریابی درجه بالایی از انعطاف‌پذیری و سازگاری.

علی‌رغم این که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توان بالایی برای ایجاد رشد اقتصادی مداوم دارند، اما توسعه آن‌ها امری مشکل است. شایع‌ترین مشکلات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عبارتند از: عدم دسترسی به اطلاعات بازار، فناوری، کیفیت پایین نیروی انسانی و کمبود دسترسی به سرمایه.

هرچند ایجاد یک کسب‌وکار کوچک و متوسط موفق در هر بخشی از صنعت و تجارت کار دشوار و پیچیده‌ای است، اما این چالش‌ها و مشکلات برای کسانی که به دنبال برپایی

یک کسب و کار کوچک مبتنی بر فناوری هستند، به دلیل پویایی و تغییر سریع بازار و دوره‌ی کوتاه عمر محصول دشوارتر و متعددتر هستند. این امر ضرورت بررسی دقیق و موشکافانه عوامل موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط را به وضوح نشان می‌دهد. در تعریف شرکت‌های کوچک و متوسط فناوری مطابق آنچه که در پارک‌های علم و فناوری شناخته می‌شود شرکت‌هایی هستند که از نظر گردش مالی جز ۲۰ درصد اول شرکت‌های بزرگ کشور نبوده و اکثریت سهام آنها متعلق به شرکت‌های مذکور نباشند. این واحد با دارا بودن حقیقت حقوقی مستقل بوده که با توجه به اساسنامه و یا سایر اسناد قانونی در زمینه پژوهش و توسعه فعالیت می‌نمایند. این واحدها شامل شرکت‌های خصوصی، واحدهای پژوهش و توسعه صنایع و مراکز پژوهش‌های وابسته به دانشگاه‌ها و یا دستگاه‌های اجرایی می‌باشند و بر آنند از نظر حقوقی مؤسسه در حال تشکیل یا موجود (به ثبت رسیده) باشند.

اهمیت و نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط

نگاهی کوتاه به ساختار اقتصادی کشورهای مختلف ما را با اهمیت و جایگاه شرکت‌ها و بنگاه‌های کوچک و متوسط بیشتر آشنا می‌کند. در خصوص همین شرکت‌ها، همین بس که حداقل ۲/۳ میلیون مؤسسه کوچک و متوسط در آلمان وجود دارد که تعداد کارکنان آن‌ها ۲۰ میلیون نفر است و ۷۰ درصد کل شاغلان این کشور را در خود جای داده‌اند.

در ایالات متحده نیز حدود ۲۵ میلیون بنگاه کوچک و متوسط وجود دارد که بیش از ۵۰ درصد نیروی کار بخش خصوصی را در اختیار دارند. این بنگاه‌ها به تنهایی نیمی از تولید ناخالص داخلی ایالات متحده را تأمین کرده و ۹۶ درصد از کل صادرات این کشور نیز توسط این شرکت‌ها تولید می‌شوند.