

# اهداف برنامه‌های توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک

سید علیرضا فیض بخش\*  
امیر تقی خان تجریشی  
روجا امینی

## چکیده

توسعه کارآفرینی مقوله مهمی است که دولت‌ها با طراحی و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌هایی در راستای آن گام برمی‌دارند. هر چند در هر کشوری بنا به مقتضیات آن، اهداف خاصی در راستای متابع آن کشور از توسعه کارآفرینی مدنظر قرار می‌گیرد، ولی در مجموع دولت‌ها اهداف همانندی را دنبال می‌کنند. از مهم‌ترین این اهداف می‌توان به افزایش اشتغال، توسعه اقتصادی، افزایش رقابت در اقتصاد و توسعه کارآیی بازار، افزایش نوآوری و توسعه انتشار فناوری، کمک به افزایش صادرات، دست‌پاچی به توسعه منطقه‌ای، کاهش انحصار شرکت‌های بزرگ و تمرکززدایی و افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد اشاره کرد. مقصود این مقاله شرح این اهداف و معرفی برخی مشکلات معمول کارآفرینان و شرکت‌های کوچک و متوسط با ذکر ارتباط بین دو مفهوم کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک است.

## کلیدواژه

توسعه کارآفرینی، کسب و کارهای کوچک، اهداف توسعه

## مقدمه

در بسیاری از کشورهای جهان - کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه - برنامه‌هایی در راستای توسعه کارآفرینی به اجرا درآمده است. در این برنامه‌های توسعه، حمایت دولت از کارآفرینی به معنای طراحی و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌هایی است که اهداف آن در گام اول افزایش تعداد افرادی است که دارای انگیزه، مهارت، ایده شغلی، فرصت و توانایی راه اندازی یک واحد تجاری متعلق به خود هستند و در گام دوم افزایش شانس

بقا و رشد کسب و کارها مورد نظر است [۱]. البته باید توجه داشت که اهداف فوق‌الذکر تنها اهداف برنامه‌های حمایتی نیستند و اهداف دیگری نیز به موازات آن‌ها دنبال می‌شود.

## کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک

در حالت کلی نمی‌توان مرز مشخصی بین دو مفهوم «کارآفرینی» و «مدیریت کسب و کارهای کوچک» قایل شد و این دو را به صورت مستقل از هم بررسی کرد. معیار تعریف کسب و کار کوچک در کشورهای مختلف، بر حسب شرایط و نیازهای آن کشور متفاوت می‌باشد. کسب و کارهای کوچک اغلب بر اساس تعداد کارکنان یا میزان درآمدهای سالیانه تعریف می‌شوند. کمیته توسعه اقتصادی امریکا کسب و کار کوچک را کسب و کاری معرفی می‌کند که دارای دست کم دو شرط از چهار شرط: مدیریت مستقل، تامین سرمایه از طریق یک نفر یا جمع معدودی از افراد، انجام فعالیت‌ها به صورت محلی و کوچک‌بودن در برابر بزرگترین رقیب باشد. جدول ۱ معیارهای تعریف کسب و کارهای کوچک را در چند کشور مختلف نشان می‌دهد [۱]. در مقابل کارآفرینی به عنوان یک مفهوم، به اندازه کسب و کار چندان ربطی ندارد. چراکه در ابعاد بزرگتر نیز مفهومی به نام کارآفرینی درون سازمانی مطرح می‌شود.

هاتن<sup>۱</sup> کارآفرینی را این گونه تبیین می‌کند که «کارآفرینی فرایند شناخت فرصت‌هایی است که برای آنها بازار وجود دارد و پذیرش ریسک برای ایجاد سازمانی در جهت رضای این نیاز». درحالی‌که مدیریت کسب و کار کوچک «فرایند مدام تصاحب و اداره یک کسب و کار ثبات یافته» است. استیونسون<sup>۲</sup>، رابرتز<sup>۳</sup> و گراسبک<sup>۴</sup> طیفی از رفتارهای مدیریتی را معرفی می‌کنند که در یک سر آن ترویج دهنده<sup>۵</sup> قرار دارد که از توان خود در به دست آوردن فرصت‌ها بدون توجه به منابع تحت کنترلش مطمئن است و در سر دیگر طیف متولی<sup>۶</sup> قرار دارد که بر استفاده کارا از منابع موجود تاکید دارد. در دیدگاه اینان کارآفرین بیشتر به سر ترویج دهنده طیف متمایل است و رفتارهای اجرایی که به مدیریت کسب و کارهای کوچک برمی‌گردد به سر متولی طیف نزدیک است. با این حال هر دوی اینها به این امر اذعان دارند که «کارآفرینی» و «مدیریت کسب و کارهای کوچک» در نکات بسیاری هم‌پوشانی دارند. نویسندگانی چون تیت<sup>۷</sup>، کاکس<sup>۸</sup>، هوی<sup>۹</sup>، اسکارپلو<sup>۱۰</sup> و استیوارت<sup>۱۱</sup> در سال ۱۹۹۲، اسکاربرگ<sup>۱۲</sup> و زیمر<sup>۱۳</sup> در سال ۱۹۹۶ بروم<sup>۱۴</sup> و لانگ‌نکر<sup>۱۵</sup> در سال ۱۹۷۵ و هادگتز<sup>۱۶</sup> در سال ۱۹۸۲ عبارات «کارآفرینی» و «مدیریت کسب و کارهای کوچک» را مترادف هم به کار برده‌اند [۲].

با این توضیحات و دلایلی چون:

— درصد قابل توجهی از کسب و کارها در گروه واحدهای کوچک و متوسط قرار دارند.

— واحدهای کوچک و متوسط معمولاً از نظر دستیابی به منابع مورد نیاز جهت استفاده در فرآیند کارآفرینی دچار مشکل می‌باشند. به طور مثال این واحدها با توجه به وضعیت مالی آنها در رقابت بر سر اعتبارات و منابع مالی در مقایسه با واحدهای بزرگ موقعیت مناسبی ندارند.

— فضای کلی و چارچوب قانونی و اداری معمولاً به واسطه قدرت چانه‌زنی صنایع بزرگ در جهت منافع این گروه از واحدها تدوین و تعیین می‌گردد.

تعجیبی ندارد که بسیاری از برنامه‌های توسعه کارآفرینی مخاطب اصلی خود را در بین واحدهای کوچک و متوسط انتخاب کرده باشند.

این نکته به طور بارز در تجربه ایالات متحده و در کشورهای در حال توسعه همانند کشورهای جنوب شرقی آسیا

و یا آفریقای جنوبی مشاهده می‌شود. از این رو برنامه‌های توسعه کارآفرینی در آن کشورها عملاً راه‌کارهایی حمایتی برای کسب و کارهای کوچک ارایه می‌کند. [۱، ۳ و ۴]

## جدول ۱ - معیارهای تعریف کسب و کارهای کوچک

در چند کشور جهان

کشور	معیارهای تعریف کسب و کارهای کوچک	تعداد شاغلین:
ارمنستان	زیر ۶ نفر شرکت‌های بسیار کوچک <sup>۱۷</sup> نامیده می‌شوند.	تعداد شاغلین: ۵۰-۶ نفر در بخش صنعت
ارمنستان		۲۰-۶ نفر در بخش حمل و نقل
		۲۵-۶ نفر در بخش ساختمان
		۱۵-۶ نفر در بخش خدمات
		۲۰-۶ نفر در بخش خرده‌فروشی
		۱۰-۶ نفر در بخش کشاورزی
		۲۰-۶ نفر سایر بخش‌ها
بلغارستان	کمتر از ۵۰ نفر پرسنل و سقف دارایی ترازنامه BLG <sup>۱۸</sup> ۲۵۴۷۰۰۰۰۰	کمتر از ۱۰۰ نفر پرسنل و سقف دارایی ترازنامه BLG ۵۰۹۴۰۰۰۰۰
استونی	کمتر از ۱۰۰ نفر پرسنل و گردش مالی سالیانه ۱۰۰ میلیون <sup>۱۹</sup> EEK	تعریف رسمی وجود ندارد.
لهستان	کمتر از ۵۰ نفر پرسنل	بین ۲۵۰-۵۰ نفر پرسنل

## اهداف برنامه‌های توسعه کارآفرینی

دولت‌ها براساس نیازها و شرایط کشورها نشان‌دهنده‌های مختلفی را از حمایت کارآفرینی دنبال می‌کنند. مهم‌ترین اهدافی که غالباً در برنامه‌های توسعه کارآفرینی آورده می‌شوند عبارتند از [۶]:

### ۱- افزایش اشتغال

از مهم‌ترین نتایج برنامه‌های توسعه کارآفرینی افزایش اشتغال در جامعه است. هر قدر امکان کارآفرینی در جامعه بالاتر رود به همان میزان افراد کارآفرین بیشتری می‌توانند بنگاه‌های متعلق به خود را تاسیس نموده و علاوه بر ایجاد اشتغال برای خود، تعدادی نیروی دیگر را نیز به خدمت گیرند. این رویکرد هزینه‌های بسیار کم‌تری در مقایسه با سرمایه‌گذاری مستقیم دولت برای ایجاد اشتغال دارد.

## ۲- توسعه اقتصادی

افزایش تعداد شرکت‌های فعال در اقتصاد یکی از معیارهای سنجش توسعه اقتصادی به شمار می‌رود. مطالعات نشان داده است که رابطه مثبتی بین تعداد شرکت‌های فعال در اقتصاد و میزان تولید ثروت در جامعه وجود دارد. به این ترتیب هر قدر تعداد شرکت‌ها و سازمان‌های فعال در اقتصاد افزوده شود تولید ثروت نیز افزایش خواهد یافت.

## ۳- افزایش رقابت در اقتصاد و توسعه کارایی بازار

هر قدر تعداد شرکت‌های فعال در اقتصاد بیشتر باشد رقابت در صنعت بیشتر شده و کارایی اقتصادی افزایش می‌یابد. افزایش رقابت موجب استفاده بهینه از منابع و بهبود قیمت و کیفیت خدمات و کالاهای ارائه شده به مشتریان می‌شود. همچنین تنوع شرکت‌های فعال در اقتصاد باعث می‌شود تا محصولات و خدمات ارائه شده متنوع‌تر شده و مشتریان از قدرت انتخاب بیشتری برخوردار شوند. از سوی دیگر افزایش رقابت موجب می‌شود تا شرکت‌ها نیز توانمندی‌های مدیریتی خود را افزایش داده و قابلیت رقابت در عرصه‌های جهانی را بهتر کسب نمایند.

## ۴- افزایش نوآوری و توسعه انتشار فناوری

تکنولوژی از طریق بنگاه‌های اقتصادی توسعه یافته و کاربردی می‌شود. توسعه کسب و کارهای کوچک باعث می‌شود تا استفاده خلاقانه و نوآورانه از فناوری بیشتر شده و فناوری نیز از طریق مسیر کاربردی انتشار بیشتری یابد.

## ۵- کمک به افزایش صادرات

کشورهایی که رویکرد افزایش صادرات را در اقتصاد خود دنبال می‌کنند از طریق حمایت از کسب و کارهای کوچک و واحدهای کارآفرینانه فرصت ورود به بازار بین‌المللی و عرضه محصولات و خدمات این نوع شرکت‌ها را تسهیل می‌کنند که در کل به نفع صادرات کشور است.

## ۶- دستیابی به توسعه منطقه‌ای

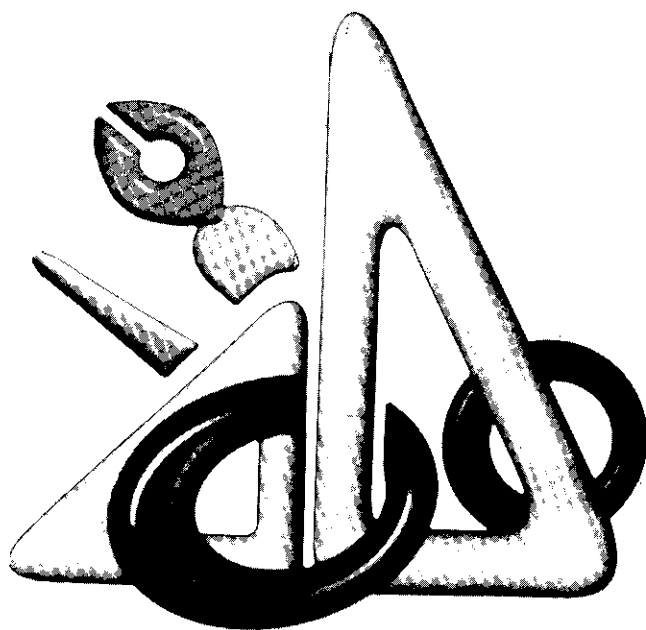
در برخی موارد دولت‌ها از ابزار توسعه کارآفرینی برای اهداف توسعه اقتصادی- اجتماعی منطقه‌ای (خصوصاً مناطق محروم) و رفع تبعیض بین افراد مختلف جامعه بهره می‌برند.

## ۷- کاهش انحصار شرکت‌های بزرگ و تمرکززدایی

شرکت‌های کوچک، انحصار شرکت‌های بزرگ را کاهش داده، خدمات مکمل برای آنها ارائه می‌کنند و تلاطم‌های موجود در اقتصاد مدرن را کاهش می‌دهند. در کشورهایی که دارای اقتصاد متمرکز و دولتی بوده‌اند توسعه کسب و کارهای کوچک و افزایش کارآفرینی یک عامل محرک در حرکت به سمت بازار آزاد است. این موضوع در کشورهای اروپای شرقی مثل چک، لهستان و مجارستان کاملاً مشهود است.

## ۸- افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد

افزایش تعداد کسب و کارهای کوچک و متوسط‌ها باعث افزایش تعداد مالکین خصوصی شده و مشارکت عموم مردم را در اقتصاد افزایش می‌دهد.



## مشکلات معمول کسب و کارهای کوچک

برای دستیابی به اهداف فوق باید برنامه‌ها و سیاست‌های حمایتی جهت‌داری در سطح ملی به اجرا درآید. در اولین گام، طراحی برنامه‌ها و سیاست‌های حمایتی باید مبتنی بر شناخت دقیقی در مورد مشکلات و مسایل کسب و کارهای کوچک و کارآفرینان برای فعالیت در عرصه رقابت باشد. مطالعات انجام

شده نشان می‌دهد که مشکلات معمول کسب و کارهای کوچک را می‌توان شامل موارد زیر دانست:

**واحدهای کوچک و متوسط به خاطر انعطاف ساختاری و عملکرد و نیز وجود فشارهای رقابتی از فضای مناسب‌تری برای بروز و ظهور کارآفرینی و جلوه‌های مختلف آن نظیر نوآوری برخوردارند.**

### ۱- کمبود سرمایه و توسعه نیافتگی نهادهای مالی مربوط به کسب و کارهای کوچک

معمولا افراد کارآفرین کسانی هستند که خود توانایی مالی بالایی برای ایجاد و توسعه کسب و کارهای خود ندارند. این در حالی است که این میزان توانایی مالی پاسخ‌گوی بخش کوچکی از نیازهای یک کسب و کار توسعه یافته و موفق است. لذا معمولا لازم است که بخش عمده سرمایه مورد نیاز از طریق منابع غیر شخصی تامین شود. با توجه به توسعه نیافتگی بازارهای سرمایه و نهادهای مالی و همچنین فقدان نهادهای تخصصی ارائه دهنده خدمات مالی برای افراد کارآفرین و شرکت‌های کوچک، این نوع سازمان‌ها و افراد با مشکلات جدی برای تامین منابع مالی خود مواجه هستند.

نکته مهم و قابل توجه در این رابطه عدم تمایل بانک‌ها و موسسات تجاری مالی برای اعطای وام به کسب و کارهای کوچک است. چرا که این نوع نهادهای مالی معمولا تمایل دارند تا وام‌های خود را در اختیار شرکت‌های بزرگی که دارای ثبات مالی و برنامه روشن برای بازپرداخت و ضمانت کافی برای اطمینان از پرداخت به موقع تعهدات هستند قرار دهند و علاقه چندانی به اعطای وام به شرکت‌های کوچک بدون افق مالی روشن ندارند. این وضعیت باعث می‌شود تا دسترسی شرکت‌های کوچک به بازارهای سرمایه و اعتبار محدود شده و در نتیجه قدرت رقابت آن‌ها در مقابل رقبای بزرگ‌تر کاهش یابد. به عبارت دیگر کمبود سرمایه باعث می‌شود قابلیت تولید

صنعتی مطابق با استانداردهای صنایع بزرگ به دلیل کمبود تجهیزات کاهش یابد.

۲- دسترسی محدود و نابرابر به بازارهای سرمایه و اعتبار مشکل کمبود نهادهای تولیدی در کشورهای توسعه نیافته (مواد اولیه، ماشین‌آلات، نیروی کار متخصص، تسهیلات و غیره) باعث می‌شود تا بر سر دسترسی به چنین منابعی رقابت شدیدی وجود داشته باشد. در این رقابت معمولا شرکت‌های بزرگ که دارای توانایی مالی، شبکه ارتباطی، اعتبار و حجم خریدهای بالاتر هستند منابع بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند و در نتیجه شرکت‌های کوچک‌تر با مساله دسترسی نامطمئن و ناپایدار به منابع تولید مواجه هستند. این وضعیت علاوه بر ایجاد تلاطم در برنامه‌ریزی‌های این نوع بنگاه‌ها، هزینه‌های سربار تولید را نیز افزایش می‌دهد.

### ۳- ضعف شدید، گرانی و نابرابری در دسترسی به اطلاعات بازار، مشتریان و تامین‌کنندگان

اطلاعات مورد نیاز سازمان‌های تجاری شامل اطلاعات مربوط به بازارها و مشتریان، تامین‌کنندگان، قوانین و مقررات، برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی دولت و نظایر آن است که در مسیر برنامه‌ریزی سازمان‌ها تاثیر می‌گذارد. با توجه به روابط گسترده سازمان‌های بزرگ، تجربه قبلی این سازمان‌ها در بازارهای موجود و نیز توانایی‌های مالی و مدیریتی آن‌ها، دسترسی این نوع شرکت‌ها به اطلاعات مورد نیاز بسیار سهل‌تر از شرکت‌های کوچک صورت می‌گیرد که نتیجه آن کاهش کیفیت تصمیمات و برنامه‌های شرکت‌های کوچک و عقب افتادن آن‌ها در مسیر رقابت است.

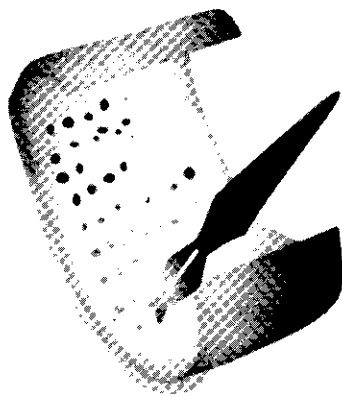
### ۴- ضعف مدیریت و مهارت‌ها و کمبود نیروی متخصص انسانی

کارآفرینان معمولا افراد خلاق و سخت‌کوشی هستند که در مسیر فعالیت‌های فنی و حرفه‌ای قرار دارند. این افراد عموما فرصت کم‌تری برای کسب تجارب و شایستگی‌های مدیریتی داشته و لذا ضعف مهارت‌های مدیریتی یکی از مسایل عمده و مهم

ضعف نظام ارتباطی و مخابراتی در کشور ایران یکی از موانع مهمی است که باعث کاهش رشد شرکت‌های کارآفرین در زمینه خدمات اینترنت و تجارت الکترونیک می‌شود.

#### ۷- موانع قانونی و حقوقی

نظام حقوقی و قانونی به عنوان بستری برای تسهیل فعالیت‌های اقتصادی عمل می‌نماید. متأسفانه در کشورهای در حال توسعه خصوصاً کشورهایی که به تازگی از نظام برنامه‌ریزی متمرکز و اقتصاد دولتی به سمت بازار آزاد حرکت می‌کنند، نظام‌های حقوقی و قانونی مشکلات و موانع مهمی را در راه کارآفرینی و تاسیس و اداره شرکت‌های کوچک ایجاد می‌نماید. اولین مساله در این زمینه عدم تعریف درست از مقوله مالکیت خصوصی و امنیت سرمایه است که به واسطه فرهنگ اقتصاد دولتی در جامعه وجود دارد. پیچیدگی فرآیندهای تاسیس شرکت، اخذ مجوزهای مربوط به واردات و صادرات کالاها، قوانین و مقررات پیچیده مالیاتی از جمله دیگر مواردی است که باعث افزایش هزینه‌های تاسیس و اداره شرکت‌های کوچک می‌شود. در این کشورها حتی عدم انسجام در تعریف قانونی کسب و کارهای کوچک نیز جزو مشکلاتی می‌باشد که هنوز به درستی حل نشده است.



#### ۸- عدم توانایی در دست‌یابی به فناوری مناسب

دست‌یابی مناسب به فناوری، نیازمند منابع مالی اطلاعاتی و مهارت‌های مدیریتی خاصی است که معمولاً کسب و کارهای کوچک فاقد آن هستند. لذا سطح فناوری در این نوع شرکت‌ها

شرکت‌های کوچک است که به عنوان نمونه‌هایی از آن می‌توان به ناآشنایی با مسایل مالیاتی و حقوقی، اصول سازماندهی و اداره نیروی انسانی در شرکت‌های تجاری، مسایل مربوط به کیفیت و مشتری‌گرایی، روش‌های تحقیق بازار و تهیه برنامه‌های مالی، بازاریابی و تجاری اشاره نمود. این ضعف‌منجربه پایین آمدن بهره‌وری اداره‌سازمان و نیز مانع رشد و توسعه شرکت در آینده می‌شود. همچنین به دلیل کمبود سرمایه و نریزی اعتمادی و بی‌ثباتی، این واحدها قادر به جذب نیروی متخصص و کارآمد نبوده و نمی‌توانند طبقه‌بندی مشاغل را در واحدهای خود انجام دهند.

#### ۵- ظرفیت مازاد

ظرفیت مازاد معمولاً به دلیل ضعف در بازاریابی محصولات، توسعه و تنوع محصولات و فقدان مهارت‌های مدیریتی برای برنامه‌ریزی و استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود سازمان ناشی می‌شود. این مساله باعث افزایش هزینه‌های سازمان، عدم بهره‌وری مناسب از سرمایه و افزایش قیمت تمام شده محصولات می‌شود که در نتیجه آن قدرت رقابت کسب و کارهای کوچک در بازار رقابت کاهش می‌یابد.

#### ۶- تسهیلات زیربنایی ناکافی

تسهیلات زیربنایی شامل مواردی مثل آب، برق، جاده، سیستم‌های ارتباطی و خطوط گاز است. در کنار این موارد باید مقوله امنیت فیزیکی و حذف جرائم و تعدی به افراد و شرکت‌ها را نیز اضافه نمود. در کشورهای در حال توسعه خصوصاً در بخش‌های محروم تر کشور معمولاً این نوع تسهیلات از کیفیت یا قیمت مناسبی برخوردار نیستند. کمبود این نوع تاسیسات باعث شده تا با وجود ظرفیت عظیم نیروی انسانی در مناطق روستایی و کم‌تر توسعه یافته فعالیت اقتصادی و کارآفرینی چندانی در آن‌ها ایجاد نشود. با توجه به اهمیت چنین زیرساخت‌هایی برای تولید و عرضه محصولات و خدمات، کمبود آن‌ها مانع بزرگی برای شرکت‌های کوچک به شمار می‌آید که نتایج خود را در قالب مواردی مثل افزایش هزینه‌های تولید، افزایش هزینه‌های سربار سازمان، کاهش کیفیت خدمات و محصولات و یا اساساً غیرممکن شدن تولید کالا و خدمت نشان می‌دهد. به عنوان نمونه‌ای از این موارد

از حد معمول پایین تر بوده و باعث می شود تا قیمت و کیفیت محصولات و خدمات این شرکت ها از لحاظ قابلیت رقابتی با رقبای حرفه ای دچار مشکل شود.

عدم توانایی در دست یابی به فناوری مناسب و ناآشنایی با مسایل کیفیت و استانداردها.

### یادداشت ها:

- 1- Hatten
- 2- Stevenson
- 3- Roberts
- 4- Grousbeck
- 5- Promoter
- 6- Trustee
- 7- Tate
- 8- Cox
- 9- Hoy
- 10- Scarpello
- 11- Stewart
- 12- Scarborgh
- 13- Zimmer
- 14- Broom
- 15- Longenecker
- 16- Hodgetts
- 17- Micro Enterprise
- 18- BLG (واحد پول بلغارستان)
- 19- Kroon (واحد پول استونی)

### منابع و مآخذ:

- [۱]- تقی یاره، فتانه. گزارش نهایی پروژه مطالعه پدیده کارآفرینی، مرکز کارآفرینی شریف، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف، تابستان ۱۳۸۱.
- [۲]- فیض بخش، سیدعلیرضا. گزارش نهایی پروژه مراحل راه اندازی یک واحد جدید (کارآفرین)، مرکز کارآفرینی شریف، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف، تابستان ۱۳۸۱.
- [3]- Role of Government in Promoting SMEs in CITs <http://www.unecce.org/indust/sme/tr-study.htm>, May 2001.
- [4]- Characteristics of SMEs in the Countries in Transition. <http://www.unecce.org/indust/sme/smechr.htm>, May 2001.
- [5]- Simon Bridge, Ken O'neill & Stan Cromie, "Understanding Enterprise, Entrepreneurship & Small Business", Macmillan Business, 1998.
- [6]- Igor Pavlin, "Support To Small Business, Public Enterprise", vol 12, 13-24, 1992.
- [۷]- جایگاه صنایع کوچک در اقتصاد ملی و راه های افزایش بهره وری در این صنایع، موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۷۹.
- [8]- Structure and Impact of SMEs in Turkey, [www.unecce.org/indust/sme/tr-study.htm](http://www.unecce.org/indust/sme/tr-study.htm) April 2001.

### ۹- ناآشنایی با مسایل کیفیت و استانداردها

همانند مساله فناوری، حفظ سطح مناسب کیفیت و نیز استانداردهای حرفه ای و تجاری نیازمند دانش، مهارت و منابع مالی و اطلاعاتی خاصی است. با توجه به خصوصیات فرهنگی و زمینه های تاسیس شرکت های کوچک معمولاً این نوع مقوله ها در این شرکت ها کم تر مورد توجه قرار می گیرد و در نتیجه شرکت ها قابلیت رقابت خود را از دست می دهند. از سوی دیگر نیز فقدان یا کمبود آزمایشگاه ها و دستگاه های آزمون و کنترل که به این نوع کسب و کارها خدمت ارائه دهند مشکل را بیشتر می کند [۴ و ۶ و ۷ و ۸].

### جمع بندی

توسعه کارآفرینی مقوله مهمی است که دولتها با اجرای برنامه ها و سیاست هایی در راستای آن گام برمی دارند. هر چند در هر کشوری بنا به مقتضیات آن، اهداف خاصی در راستای منافع آن کشور از توسعه کارآفرینی مد نظر قرار می گیرد، ولی در مجموع دولت ها اهداف همانندی را دنبال می کنند. از مهم ترین این اهداف می توان به افزایش اشتغال، توسعه اقتصادی، افزایش رقابت در اقتصاد و توسعه کارآیی بازار، افزایش نوآوری و توسعه انتشار فناوری، کمک به افزایش صادرات، دست یابی به توسعه مطلقه ای، کاهش انحصار شرکت های بزرگ و تمرکززدایی و افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد اشاره کرد. برای دستیابی به این اهداف دولت ها باید شناخت کاملی از مشکلات کسب و کارهای کوچک داشته باشند. برخی از مشکلات سب و ارهای کوچک تقریباً در کشورهای در حال توسعه مشترک است. این مشکلات عبارتند از کمبود سرمایه و توسعه نیافتگی نهادهای مالی مربوط به کسب و کارهای کوچک، دسترسی محدود و نابرابر به بازارهای سرمایه و اعتبار، ضعف شدید، گرانی و نابرابری در دسترسی به اطلاعات بازار، مشتریان و تامین کنندگان، ظرفیت مازاد، تسهیلات زیربنایی ناکافی، ضعف مدیریت و مهارت ها، موانع قانونی و حقوقی،