



دانشگاه یزد  
دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری

تحلیلی بر چالش های شرکت های کوچک و متوسط (SME) ایران در  
مواجهه با جهانی شدن با رویکرد MADM فازی (مطالعه موردی: SME های  
منتخب در شهرستان همدان)

پایان نامه  
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - گرایش مدیریت تولید  
و عملیات

استاد راهنما: دکتر سعید سعیدا اردکانی

استاد مشاور: دکتر سید محمود زنجیرچی

تهیه و تنظیم: یاشار سلام زاده

تابستان ۱۳۸۸



## تقدیم به:

پدر و مادر فداکارم که آموخته هایم را همه مدیون آنها  
هستم و به قدر توان سپاسگذارشان .....

همسر مهربانم که همواره صمیمی و آرام در کنارم بوده و  
بودنش مایه آرامشی است به یاد ماندنی .....

## تشکر و قدردانی

چه بسیارند کسانی که شایسته قدردانی هستند و تمام حجم کاغذهای دنیا نیز برای تشکر از آنها کم می‌آید.... چه بسیارند کسانی که بی آنکه بدانیم برایمان چنان بوده اند که هیچ کس چنان نخواهد بود.... چه بارهای سنگینی از قدردانی و ارادت بر دوش داریم و باید بر دوش نگهداریم..... کاش می‌شد از همه قدردانی کرد، کاش می‌شد به همه خوبان عالم گفت که خوبیتان فراموش نمی‌شود.....

ولی به اجبار حجم محدود این برگ کاغذ می‌توان از برخی از این خوبان قدردانی کرد و بدین نسخ کسانی را که نامی از آنها نبرده‌ایم را نیز به یاد داشت.... ابتدا از استاد راهنمایم در این پایان نامه، جناب آقای دکتر سعید اردکانی بخاطر زحمات واقعا استادواری که برای من کشیده‌اند تشکر میکنم و از جناب آقای دکتر زنجیرچی استاد مشاور پایان نامه ام که در این چند ماه معنای واژه "یاری" برایم بوده اند نیز قدردانم، از جناب آقای دکتر نواب‌پور که پدران و به یادمانندی به من آموختنی‌هایی شگرف آموختند نیز صمیمانه ممنونم و از تمامی دیگر اساتید دانشگاه یزد که مجال نام بردن از تمام آنها نیست ولی بر گردن ما حق‌ها دارند نیز سپاسگذارم، پدر و مادر گرامی همسرم که در انجام این تحقیق لحظه به لحظه در کنارم بودند نیز شایسته گرمترین قدردانی‌ها هستند و لازم میدانم از خواهر عزیزم بخاطر همراهی‌هایش و تمامی دوستانم در دانشگاه یزد بالاخص آقایان رضا جمالی، سعید نجم روشن، ایوب بهرامیان و .... و مسئولین شرکت صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی استان همدان و بالاخص آقای مهندس هاشمی نیز صمیمانه قدردانی کنم و در آخر از تمامی خوبان و همراهانی که از آنها نامی نبرده‌ام نیز دوستانه و مخلصانه تشکر می‌کنم.....

## فهرست مطالب

| صفحه | عنوان   |
|------|---|
|      | چکیده   |
| ۱    | فصل اول : کلیات تحقیق .....   |
| ۲    | ۱-۱ مقدمه .....   |
| ۳    | ۲-۱ بیان مساله .....  |
| ۴    | ۳-۱ ضرورت و اهمیت تحقیق .....   |
| ۷    | ۴-۱ هدف تحقیق .....   |
| ۸    | ۵-۱ فرضیات تحقیق .....  |
| ۸    | ۶-۱ روش شناسی .....   |
| ۸    | ۱-۶-۱ روش تحقیق .....   |
| ۱۰   | ۲-۶-۱ جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه .....                           |
| ۱۰   | ۷-۱ محدودیت های تحقیق .....   |
| ۱۲   | فصل دوم : ادبیات تحقیق .....  |
| ۱۳   | ۱-۲ شرکت های کوچک و متوسط .....   |
| ۱۳   | ۱-۱-۲ تاریخچه مختصر صنایع کوچک و متوسط در جهان .....                          |
| ۱۴   | ۲-۱-۲ تعیین مشخصات صنایع کوچک و متوسط (SME) .....                             |
| ۱۵   | ۱-۲-۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط در ایالات متحده آمریکا .....              |
| ۱۶   | ۲-۲-۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط در انگلستان .....                         |
| ۱۷   | ۳-۲-۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط در فرانسه .....                           |
| ۱۷   | ۴-۲-۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط در ایتالیا .....                          |
| ۱۷   | ۵-۲-۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط در آلمان .....                            |
| ۱۸   | ۶-۲-۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط در ژاپن .....                             |
| ۱۸   | ۷-۲-۱-۲ تعریف صنایع کوچک و متوسط توسط اتحادیه اروپا (EU) .....                |
| ۲۰   | ۸-۲-۱-۲ تعریف صنایع کوچک و متوسط به وسیله سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ..... |
| ۲۱   | ۹-۲-۱-۲ تعریف صنایع کوچک و متوسط در مالزی .....                               |
| ۲۲   | ۱۰-۲-۱-۲ تعریف صنایع کوچک و متوسط در ایران .....                              |
| ۲۳   | ۳-۱-۲ دلایل اهمیت شرکت های کوچک و متوسط و خصوصیات منحصر بفرد آنها .....       |
| ۲۳   | ۱-۳-۱-۲ مشخصات منحصر به فرد شرکت های کوچک و متوسط .....                       |
| ۲۹   | ۲-۲ تعاریف مختلف جهانی شدن و دیدگاه‌های موجود نسبت به آن .....                |
| ۳۵   | ۳-۲ چالشهای شرکت‌های کوچک و متوسط در مواجهه با جهانی شدن .....                |
| ۶۴   | ۴-۲ ساختار اولیه پرسشنامه .....   |
| ۷۲   | فصل سوم : روش تحقیق .....   |
| ۷۳   | ۱-۳ روش تحقیق .....   |

|     |   |
|-----|---|
| ۷۴  | ..... ۱-۱-۳ جامعه آماری و روش نمونه گیری  |
| ۷۵  | ..... ۲-۱-۳ نمونه آماری   |
| ۷۷  | ..... ۳-۱-۳ روایی پرسشنامه  |
| ۷۸  | ..... ۴-۱-۳ پایایی یا قابلیت اعتماد پرسش نامه   |
| ۸۰  | ..... ۲-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها   |
| ۸۰  | ..... ۱-۲-۳ تحلیل عاملی   |
| ۸۰  | ..... ۱-۱-۲-۳ مقدمه   |
| ۸۱  | ..... ۱-۱-۱-۲-۳ تحلیل عاملی اکتشافی   |
| ۸۲  | ..... ۲-۱-۱-۲-۳ تحلیل عاملی تأییدی  |
| ۸۲  | ..... ۲-۱-۲-۳ مفاهیم کلیدی تحلیل عاملی  |
| ۸۵  | ..... ۲-۲-۳ ارزیابی و بررسی مدل‌های MADM  |
| ۸۷  | ..... ۱-۲-۲-۳ منطق فازی   |
|     | ..... ۲-۲-۲-۳ رتبه بندی چالشهای شرکتهای کوچک و متوسط در مواجهه با جهانی شدن با          |
| ۹۰  | ..... رویکرد تکنیک تاپسیس فازی  |
| ۹۴  | ..... ۳-۳ نتیجه گیری  |
| ۹۵  | ..... فصل چهارم : جمع آوری و تحلیل داده ها  |
| ۹۶  | ..... ۱-۴ مقدمه   |
| ۹۶  | ..... ۲-۴ مشخصات عمومی پاسخگویان و شرکتهای مورد مطالعه                                  |
| ۱۰۰ | ..... ۳-۴ آشنایی جامع تر با شرکتهای کوچک و متوسط مورد مطالعه                            |
| ۱۰۲ | ..... ۴-۴ روش تجزیه و تحلیل داده ها   |
| ۱۰۲ | ..... ۱-۴-۴ معرفی چالش‌های شناسایی شده  |
| ۱۰۶ | ..... ۲-۴-۴ آزمون کفایت داده ها   |
| ۱۰۷ | ..... ۳-۴-۴ دسته بندی چالش‌ها   |
| ۱۱۴ | ..... ۴-۴-۴ تحلیل پایایی پرسشنامه و ابعاد آن  |
| ۱۲۴ | ..... ۵-۴ رتبه بندی چالشهای شرکتهای کوچک و متوسط با استفاده از تاپسیس فازی              |
|     | ..... ۱-۵-۴ رتبه بندی چالشهای شرکتهای کوچک و متوسط در مقابله با جهانی شدن در حوزه صنایع |
| ۱۲۷ | ..... غذایی و آشامیدنی  |
|     | ..... ۲-۵-۴ رتبه بندی چالشهای شرکتهای کوچک و متوسط در مقابله با جهانی شدن در حوزه صنایع |
| ۱۳۳ | ..... کانی‌های غیر فلزی   |
| ۱۳۸ | ..... ۳-۵-۴ رتبه بندی ابعاد چالشها  |
| ۱۳۹ | ..... ۴-۵-۴ رتبه بندی چالشها بدون توجه به بعد آنها                                      |
| ۱۴۶ | ..... ۶-۴ تحلیل و سنجش اهمیت راهکارهای پیشنهادی   |
| ۱۴۶ | ..... ۱-۶-۴ تحلیل کلی راهکارهای ارائه شده برای صنایع غذایی و آشامیدنی                   |
| ۱۵۱ | ..... ۲-۶-۴ تحلیل کلی راهکارهای ارائه شده برای صنعت کانی‌های غیرفلزی                    |
| ۱۵۸ | ..... فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهاد ها  |

|     |  |
|-----|--|
| ۱۵۹ | ..... ۱-۵ مقدمه  |
|     | ..... ۲-۵ پیشنهاد راهکار بمنظور مقابله با چالشهای حاصل از جهانی شدن برای شرکتهای کوچک و متوسط  |
| ۱۵۹ | ..... مورد مطالعه  |
| ۱۶۰ | ..... ۱-۲-۵ ارائه راهکار برای ابعاد مشترک چالشهای حاصل از جهانی شدن در هر دو صنعت مورد مطالعه  |
| ۱۶۰ | ..... ۱-۱-۲-۵ ارائه راهکار برای چالشهای بعد مدیریت و سازمان                                    |
| ۱۶۲ | ..... ۲-۱-۲-۵ ارائه راهکار برای چالشهای بعد منابع انسانی                                       |
| ۱۶۴ | ..... ۲-۲-۵ ارائه راهکار برای چالشهای بعد دولت در صنایع غذایی و آشامیدنی                       |
| ۱۶۶ | ..... ۳-۲-۵ ارائه راهکار برای چالشهای بعد فرهنگ در صنعت کانیهای غیرفلزی                        |
| ۱۶۸ | ..... ۴-۲-۵ ارائه راهکار برای دیگر چالشهای با اهمیت در صنایع غذایی و آشامیدنی                  |
| ۱۷۱ | ..... ۵-۲-۵ ارائه راهکار برای دیگر چالشهای با اهمیت در صنعت کانیهای غیرفلزی                    |
| ۱۷۴ | ..... ۳-۵ ارائه راهکارهای نهایی و عملی برای صنایع مورد مطالعه و رتبه بندی آنها                 |
| ۱۸۷ | ..... ۱-۳-۵ رتبه بندی راهکارها در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی با توجه به میزان امکان پذیری آنها |
| ۱۸۹ | ..... ۲-۳-۵ رتبه بندی راهکارها در صنعت کانیهای غیرفلزی با توجه به میزان امکان پذیری آنها       |
| ۱۹۱ | ..... ۴-۵ نتیجه گیری   |
| ۱۹۲ | ..... ۵-۵ پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی  |
| ۱۹۴ | ..... ضمایم  |

## فهرست جداول

### عنوان

### صفحه

|     |   |
|-----|---|
| ۱۹  | جدول شماره ۱-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط به وسیلهٔ اتحادیهٔ اروپا .....   |
| ۲۰  | جدول شماره ۲-۲ تعریف شرکت های کوچک و متوسط به وسیلهٔ سازمان همکاری و توسعهٔ اقتصادی .....   |
| ۲۱  | جدول شماره ۳-۲ تعاریف تأیید شدهٔ شرکت های کوچک و متوسط در مالزی بر اساس تعداد کارکنان تمام وقت آنها<br>(بر اساس تعاریف سایت وزارت صنایع مالزی)..... |
| ۲۲  | جدول شماره ۴-۲ تعاریف تأیید شدهٔ شرکت های کوچک و متوسط در مالزی بر اساس گردش فروش سالیانه(بر اساس<br>تعاریف سایت وزارت صنایع مالزی).....            |
| ۲۵  | جدول شماره ۵-۲ خصوصیات منحصر به فرد شرکت های کوچک و متوسط.....  |
| ۳۴  | جدول شماره ۶-۲ تعاریف منتخب برای جهانی شدن شرکت های کوچک و متوسط، بر اساس رهیافت پژوهشی و<br>موضوع مورد توجه آنها.....                              |
| ۵۸  | جدول شماره ۷-۲ خلاصه یی از تفاوت موجود در بافت تیم های سنتی و تیم های جهانی.....  |
| ۶۴  | جدول شماره ۸-۲ چالشهای استخراج شده و منابع آنها.....  |
| ۷۶  | جدول شماره ۱-۳ مربوط به حجم نمونه مربوط به صنایع غذایی و آشامیدنی.....  |
| ۷۶  | جدول شماره ۲-۳ مربوط به حجم نمونه مربوط به صنعت کانی‌های غیر فلزی.....  |
| ۷۷  | جدول شماره ۳-۳ مربوط به حجم نمونه مجموع دو صنعت.....  |
| ۸۹  | جدول شماره ۴-۳ اعداد فازی چینگ و همکاریانش برای طیف ۵تایی.....  |
| ۹۷  | جدول شماره ۱-۴ مدرک تحصیلی پاسخگویان.....   |
| ۹۷  | جدول شماره ۲-۴ سابقه کار پاسخگویان.....   |
| ۹۸  | جدول شماره ۳-۴ نحوه مدیریت شرکت.....  |
| ۹۹  | جدول شماره ۴-۴ میزان تاثیرگذاری شرکتهای رقیب بر فعالیتهای آنها.....   |
| ۹۹  | جدول شماره ۵-۴ سابقه فعالیت شرکت‌های مورد مطالعه .....  |
| ۱۰۷ | جدول شماره ۶-۴ آزمون کفایت داده برای انجام تحلیل عاملی .....  |
| ۱۱۱ | جدول شماره ۷-۴ خروجی نهایی تحلیل عاملی چالشهای مربوط به پرسشنامه اولیه .....  |
| ۱۱۵ | جدول شماره ۸-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق.....   |
| ۱۱۶ | جدول شماره ۹-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه سرمایه و دادوستد .....  |
| ۱۱۷ | جدول شماره ۱۰-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه سیستمها و زیرساختها.....   |
| ۱۱۸ | جدول شماره ۱۱-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه فناوری و تحقیقات.....  |
| ۱۱۹ | جدول شماره ۱۲-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه دولت .....   |
| ۱۲۰ | جدول شماره ۱۳-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه مدیریت و سازمان .....  |
| ۱۲۱ | جدول شماره ۱۴-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه فرهنگ .....  |
| ۱۲۲ | جدول شماره ۱۵-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه قانون .....  |
| ۱۲۳ | جدول شماره ۱۶-۴ آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق در بعد مربوط به حوزه منابع انسانی .....   |
| ۱۲۸ | جدول شماره ۱۷-۴ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به سرمایه و دادوستد .....  |
| ۱۲۹ | جدول شماره ۱۸-۴ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به سیستمها و زیرساخت .....   |



- جدول شماره ۴-۱۹ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به فناوری و تحقیقات ..... ۱۳۰
- جدول شماره ۴-۲۰ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به دولت ..... ۱۳۰
- جدول شماره ۴-۲۱ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به مدیریت و سازمان ..... ۱۳۱
- جدول شماره ۴-۲۲ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به فرهنگ ..... ۱۳۱
- جدول شماره ۴-۲۳ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به قانون ..... ۱۳۲
- جدول شماره ۴-۲۴ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی در بعد مربوط به حوزه منابع انسانی ..... ۱۳۲
- جدول شماره ۴-۲۵ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به سرمایه و دادوستد ..... ۱۳۳
- جدول شماره ۴-۲۶ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به سیستمها و زیرساخت ..... ۱۳۴
- جدول شماره ۴-۲۷ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به فناوری و تحقیقات ..... ۱۳۵
- جدول شماره ۴-۲۸ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به دولت ..... ۱۳۵
- جدول شماره ۴-۲۹ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به مدیریت و سازمان ..... ۱۳۶
- جدول شماره ۴-۳۰ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به فرهنگ ..... ۱۳۶
- جدول شماره ۴-۳۱ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به حوزه قانون ..... ۱۳۷
- جدول شماره ۴-۳۲ رتبه بندی چالش‌ها در صنایع کانی‌های غیرفلزی در بعد مربوط به حوزه منابع انسانی ..... ۱۳۷
- جدول شماره ۴-۳۳ رتبه بندی ابعاد مختلف چالش‌ها در صنایع غذایی و آشامیدنی ..... ۱۳۸
- جدول شماره ۴-۳۴ رتبه بندی ابعاد مختلف چالش‌ها در صنعت کانی‌های غیرفلزی ..... ۱۳۹
- جدول شماره ۴-۳۵ رتبه بندی نهایی تمامی چالشهای مورد مطالعه در صنایع غذایی و آشامیدنی ..... ۱۴۰
- جدول شماره ۴-۳۶ رتبه بندی نهایی تمامی چالشهای مورد مطالعه در صنعت کانی‌های غیرفلزی ..... ۱۴۳
- جدول شماره ۴-۳۷ میزان فاصله مقدار امکانپذیری راهکارها در مقایسه با عبارات کلامی در صنایع غذایی و آشامیدنی... ۱۴۷
- جدول شماره ۴-۳۸ میزان فاصله مقدار امکانپذیری راهکارها در مقایسه با عبارات کلامی در صنعت کانیهای غیرفلزی... ۱۵۱
- جدول شماره ۵-۱ میزان عملی بودن راهکارهای ارائه شده در صنعت مواد غذایی و آشامیدنی از نظر خبرگان ..... ۱۷۵
- جدول شماره ۵-۲ میزان عملی بودن راهکارهای ارائه شده در صنعت کانی‌های غیرفلزی از نظر خبرگان ..... ۱۸۱

## فهرست اشکال

| صفحه | عنوان   |
|------|---|
| ۸۶   | شکل شماره ۱-۳ انواع مدل های تصمیم گیری در روش MADM..... |
| ۱۴۶  | شکل شماره ۱-۴ عبارات کلامی متناظر با اعداد فازی.....    |

## فهرست ضمائم

| صفحه | عنوان  |
|------|--|
| ۱۹۴  | ضمیمه شماره ۱ پرسشنامه مربوط به مدیران صنایع .....       |
| ۱۹۸  | ضمیمه شماره ۲ پرسشنامه مربوط به نظر سنجی از خبرگان ..... |

## چکیده :

امروزه جهانی شدن پدیده ای غیرقابل اجتناب است که تمامی صنایع و شاغلین آنها را در سرتاسر جهان تحت تاثیر قرار داده است. این روزها نیز نشانه هایی از این پدیده در صنایع ما مشاهده شده‌اند و در این تحقیق نیز بر آن بودیم که به تحلیل چالشهای شرکتهای کوچک و متوسط کشورمان در مواجهه با جهانی شدن بپردازیم. در این راستا نیز دو صنعت مواد غذایی و آشامیدنی و کانی‌های غیرفلزی در استان همدان را بعنوان نمونه مورد مطالعه این تحقیق مورد مطالعه قرار دادیم.

بمنظور انجام این تحقیق ابتدا مروری داشتیم بر ادبیات تحقیق جهانی شدن و در ادامه نیز با انجام تعدادی مصاحبه با خبرگان صنعت و اساتید دانشگاه چالشهای موجود را ادغام، حذف یا اضافه نمودیم و در نهایت به ترکیب نهایی چالشها دست پیدا کردیم. در ادامه نیز پرسشنامه بدست آمده را بین مدیران صنایع مورد مطالعه توزیع نمودیم و خواستیم که میزان اهمیت هر چالش را برای شرکت خودشان اعلام نمایند. سپس چالشها را با استفاده از تکنیک آماری تحلیل عاملی که به مادر روشهای آماری معروف است، به هشت دسته تقسیم نمودیم و سپس با استفاده از روش تاپسیس فازی این چالشها را رتبه بندی نمودیم. در نهایت نیز تعداد نود راهکار برای مقابله با مهمترین چالشها برای دو صنعت ارائه نمودیم، در نهایت نیز با استفاده از نظرات خبرگان میزان عملی بودن این راهکارها را بصورت فازی سنجیدیم و راهکارهای مناسب و متناسب با شرایط فرهنگی موجود کشورمان را برای استفاده متخصصان و مدیران ادارات صنایع، سیاستگذاران و مدیران شرکتهای کوچک و متوسط معرفی نمودیم.

به یاد داشته باشیم که اگر سوار بر موج جهانی شدن نشویم، خودمان را یکباره زیر این موج خواهیم یافت.

## کلمات کلیدی :

چالشها، جهانی شدن، تاپسیس فازی، شرکتهای کوچک و متوسط، استان همدان

فصل اول:  
کلیات تحقیق

## ۱-۱ مقدمه

جای بسی تأسف است که بسیاری از افراد در زمینه برخی از پدیده‌های عصر حاضر از قبیل جهانی‌شدن به نزاع با یکدیگر افتاده‌اند، بدون این که شناختی ولو نسبی از این پدیده‌های نوظهور داشته باشند. جهانی شدن نه چنان که طرفداران پر و پا قرص آن مطرح می‌کنند، نوشداروی همه دردهای قرن حاضر است و نه چنان که برخی باور دارند، توطئه و فاجعه نظامهای مبتنی بر دموکراسی. آنها غافل از آن‌اند که جهانی شدن حتی بدون اظهار نظر آنان نیز، به‌عنوان واقعیتی انکارناپذیر وجود و حضور دارد. آری جهانی شدن با ماست، چه باور کنیم، چه نکنیم، چه بپذیریم و چه نپذیریم و چه بپسندیم یا نپسندیم و تنها با شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای آن می‌توان، از فرصت‌هایش استفاده کرده و تا حد ممکن تهدیدهایش را خنثی نمود. نقطه آغازین این راه شناخت جهانی شدن است. شناخت بی‌غرض آن به شکل یک پدیده نوظهور. باید بدانیم که برچسب‌هایی که پیش از شناخت جهانی شدن بدان می‌زنیم، تغییری در تحقق آن به وجود نمی‌آورد و تنها ما را ناتوان‌تر می‌سازد، چرا که بدون شناختش توان مواجهه با آن را نیز از دست داده‌ایم. این تحقیق کوششی است در این راه، تا با شناختی نسبی از جهانی شدن، به تحولاتی که در عرصه صنایع کشورمان و جهان پدید می‌آورد، بپردازیم و در عین حال از تجارب سایر کشورها در این راه بهره‌مند شویم تا خود را در مواجهه با تحولات آن، توانا‌تر سازیم.

امروزه صنایع کشور ما به صورتی بسیار قابل توجه در معرض پدیده جهانی شدن قرار گرفته‌اند و بیشتر آنها بدون اینکه بدانند و متوجه باشند در حال دست و پنجه نرم کردن با این پدیده هستند، این تحقیق نیز با رویکردی کاملاً علمی و سیستماتیک در جهت شناسایی چالش‌های حاصل از جهانی شدن برای شرکتهای کوچک و متوسط کشورمان در حوزه ای محدود و روی صنایع منتخب تلاش می‌نماید.

## ۱-۲ بیان مساله :

به گفته آلوین تافلر شش کلید آینده عبارتند از: «تعامل، تغییرپذیری، تبدیل پذیری، اتصال مستمر، حضور همه جانبه و جهانی سازی.» در قرن ۲۱ اکثر سازمان‌ها مجبور می‌شوند هم از لحاظ اجرایی و هم از لحاظ عرصه فعالیت وارد مرحله جهانی شدن شوند. با جان گرفتن مفهوم جهانی گرایی، شرکت‌ها، مؤسسه‌ها، سازمان‌ها و غیره به اجبار دچار دگرگونی با ماهیت دگردیسی می‌شوند. بنابراین ضروری است خود را برای آن آماده کنند (الوین تافلر، ۱۳۸۲، ص ۴۶).

در عصر رقابتی کنونی، مقوله جهانی شدن، مرزهای اقتصادی میان جوامع را کم رنگ نموده و صنایع کشورها را تحت تأثیر قرار داده است (امامی میبیدی، ۱۳۷۹، ص ۱۲)، در کشور ما نیز با توجه به قرار گرفتن صنایع در معرض موج جهانی شدن و مشکلات و فرصتهای احتمالی بسیار زیادی که از این فرایند بوجود می‌آید و تغییرات سریع حاصل از جهانی شدن، باید اقدامی در جهت رفع این مشکلات و فرصتهای بالقوه صورت گیرد و باید در نظر داشت که شرکتهای کوچک و متوسط در اکثر کشورها به عنوان عناصر مهم در پیشرفتهای اقتصادی- اجتماعی شناخته شده اند و خصوصاً در ایجاد فرصتهای شغلی با سرمایه گذاری های پائین، توسعه های منطقه ای، که از ملزومات ایجاد شرکتهای بزرگ محسوب می‌شوند، توسعه های سازمانی شرکتهای متکی بر اصول تکنولوژی، بدعت محصولات و روشهای نوین اهمیت بسزایی دارند و بقا و پیشرفت این صنایع می‌تواند منجر به بهبود وضعیت صنعتی و اقتصادی کشورمان گردد.

ولی علیرغم اهمیت این مطالعه در کشور ما تا به امروز هیچ کار پژوهشی مدونی روی آن انجام نگردیده است و به همین دلیل انجام این تحقیق ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین هدف اصلی این تحقیق این است که با شناسایی و اولویت بندی چالش های پیش روی صنایع کوچک و متوسط کشورمان، با استفاده از نظرات مدیران و دست اندرکاران شرکت های کوچک و متوسط، این صنایع

بتوانند با دسترسی به اهمیت چالش هایی که پیش رو دارند و با توجه به محدودیت منابع شان و اینکه مقابله با تمامی چالش ها برای این شرکت ها مقدور نمی باشد، چشم اندازی روشن تر پیش روی خود داشته باشند و در تصمیم گیری های خود آگاهانه تر اقدام نمایند. به علاوه با توجه به اهمیت این شرکت ها در وضعیت اقتصادی کشور، سیاست گذاران نیز می توانند از نتایج این مطالعه بهره مند گردند. شایان ذکر است که شناسایی این چالش ها و بررسی تفاوت اولویت بندی آنها در صنایع مختلف نیز اهداف فرعی این تحقیق به شمار می روند.

### ۱-۳ ضرورت و اهمیت تحقیق

اساساً برای بنگاه های کوچک یا کسب و کارهای کوچک تعریف مشخصی که مورد قبول عام باشد، وجود ندارد. با وجود شباهت نسبی بنگاه های کوچک و متوسط در کشورهای مختلف دنیا، نمی توان تعریف واحد و یکسانی از آنها به دست داد و در هر کشور با توجه به شرایط خاص آن کشور، تعریفی از این بنگاه ها ارایه شده است. بیشتر این تعریف ها براساس معیارهای کمی مانند تعداد کارکنان و میزان گردش مالی سالیانه مطرح شده اند. مثلاً در ایالات متحده، بنگاه هایی را که کمتر از ۵۰۰ نفر پرسنل داشته باشند، شرکت های کوچک می نامند. در حالی که در اروپا شرکت هایی را که دارای کمتر از ۱۰ نفر پرسنل باشند، خرد، شرکت های دارای ۱۰ تا ۴۹ نفر را شرکت های کوچک و شرکتهای دارای ۵۰ تا ۲۴۹ نفر کارکن را شرکت های متوسط محسوب می کنند. در ایران نیز تعاریف نسبتاً متفاوتی از صنایع کوچک وجود دارد. برای مثال، در تعریف مرکز آمار ایران، واحدهای تولیدی که تعداد شاغلان آنها از ۱۰ نفر تجاوز نکند، واحدهای تولیدی کوچک نامیده می شوند و از دیدگاه سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران نیز واحدهای تولیدی کوچک، صناعی هستند که میزان



اشتغال آنها حداکثر ۵۰ نفر باشد، جنبه هنری نداشته باشد و سرمایه آنها کاملاً ایرانی باشد و واحد های تولیدی متوسط نیز تا ۲۵۰ نفر کارکن دارند.

البته معمولاً علاوه بر این فاکتور برای مشخص کردن SME ها از عواملی چون حجم گردش مالی سالانه و میزان دارایی و بدهیهای بنگاه نیز استفاده می‌گردد (سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل، ۲۰۰۰، ص ۷۷).

از جهانی شدن نیز تعاریف متعددی بیان شده است، برای مثال، جهانی شدن همانا وابستگی رو به رشد اقتصادهای جهانی، شامل مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، تامین‌کنندگان و دولت‌های کشورهای مختلف می‌باشد (Dunning, ۱۹۹۳). جهانی شدن انعکاس دهنده روند های شرکت ها در فروش و توزیع محصولات و برند ها در کشورهای متعدد در سراسر دنیا می باشد (Knight, ۲۰۰۰). در زمینه آثار و پیامدهای جهانی شدن و تاثیرات آن بر شرکتهای کوچک و متوسط تحقیقات بسیاری انجام شده است، اما در تعداد اندکی از آنها به رتبه بندی نتایج، اقدام شده است. در اکثر موارد نیز این آثار و پیامدهای مرتبط با حوزه ای خاص مثل بازاریابی، تولید یا مالی سنجیده شده اند و در واقع مطالعه جامعی در این زمینه صورت نگرفته است، که این امر وجه تمایز این تحقیق با تحقیقات پیشین می باشد، ذیلاً به چند مورد از تحقیقات انجام شده پیرامون آثار و پیامدهای جهانی شدن اشاره می شود.

در یکی از تحقیقات چالش های احتمالی حاصل از جهانی شدن روی صنایع در موارد زیر خلاصه شده اند: دسترسی بیشتر به بازار، سرمایه، تکنولوژی و اطلاعات (Monsod, ۲۰۰۰).

سازمان ملل متحد گزارشی پیرامون چالشهای جهانی شدن در صنایع کوچک و متوسط گرجستان ارائه کرده است که در آن چالش ها در دسته ها و زیر مجموعه های زیر خلاصه شده اند:

- ۱- مالیات ها و حقوق گمرکی شامل زیر مجموعه هایی چون بالا بودن مالیات ها، عدم دریافت خدمات

متقابل از دولت، رقابت با کالاهای قاچاق و ... ۲- قوانین و دولت شامل فرایند طولانی ثبت شرکت، عدم وضوح فرایند ها، فساد، اجرای دلخواه قوانین ۳- مالی شامل عدم اعتماد بانک ها به شرکت ها و عدم اطلاع از نحوه جذب سرمایه خارجی ۴- دیگر موارد مانند ابزارهای قدیمی، کمبود قدرت خرید داخلی، مخارج بالای تولید، کمبود اطلاعات از بازار های خارجی و ..... (USAID, ۲۰۰۰).

در تحقیقی دیگر کشورهای کره، تایوان و ژاپن با یکدیگر مقایسه شده اند و تاثیر جهانی شدن روی هر کدام از آنها به همراه استراتژی های اتخاذ شده توسط آنها تحلیل گردیده است ( Bernard, ۲۰۰۶).

در مطالعه دیگری نیز چالش های جهانی شدن در دسته های تجاری، مالی، ارتباطات، حمل و نقل، درآمد و جدایی های منطقه ای طبقه بندی شده اند (Khan, ۲۰۰۳).

در پژوهشی دیگر چالش های مربوط به تولید و تکنولوژی، چالش های مالی، چالش های بازاریابی، چالش های قانونی و چالش های مدیریتی مورد تحلیل قرار گرفته اند، در نهایت نیز علاوه بر رتبه بندی چالش ها، راهبردهایی نیز با توجه به نقاط ضعف این شرکت ها در کشور مذکور، به منظور مقابله با جهانی شدن ارائه گردیده است (Recai Coskun, ۲۰۰۲).

در یکی دیگر از پژوهشهای انجام شده نیز چالش ها به سه دسته اقتصادی (۳۶٪)، اجتماعی (۳۸٪) و سیاسی (۲۵٪) تقسیم، و زیر مجموعه هایی برای آنها تعریف و اوزان آنها نیز معین شده است. (Dreher et al, ۲۰۰۸).

## ۱-۴ هدف تحقیق

در کشور ما نیز با توجه به قرار گرفتن صنایع در معرض موج جهانی شدن و تهدیدها و فرصتهای احتمالی بسیار زیادی که از این فرایند بوجود می آید و تغییرات سریع حاصل از جهانی شدن، باید اقدامی در جهت رفع این تهدیدها و استفاده از فرصتهای بالقوه صورت گیرد، لازم به ذکر است که علیرغم اهمیت این مطالعه تا امروز هیچ کار پژوهشی مدونی روی آن انجام نگردیده است. لذا انجام این تحقیق ضروری به نظر می رسد. بنابراین هدف اصلی این تحقیق این است که با شناسایی و اولویت بندی چالش های پیش روی صنایع کوچک و متوسط کشورمان، با استفاده از نظرات مدیران و دست اندرکاران شرکت های کوچک و متوسط، این صنایع بتوانند با دسترسی به اهمیت چالش هایی که پیش رو دارند و با توجه به محدودیت منابع شان و اینکه مقابله با تمامی چالش ها برای این شرکت ها مقدور نمی باشد، چشم اندازی روشن تر پیش روی خود داشته باشند و در تصمیم گیری های خود آگاهانه تر اقدام نمایند، به علاوه با توجه به اهمیت این شرکت ها در وضعیت اقتصادی کشور، سیاست گذاران نیز می توانند از نتایج این مطالعه بهره مند گردند. شایان ذکر است که شناسایی این چالش ها و بررسی تفاوت اولویت بندی آنها در صنایع مختلف نیز اهداف فرعی این تحقیق به شمار می روند.

همانطور که ذکر گردید مهمترین کاربرد و دستاورد این تحقیق کمک به آگاهی صاحبان صنایع نسبت به یکی از مهمترین چالش های پیش روی کسب و کار آنها، یعنی جهانی شدن و بدست آوردن دیدی روشن تر نسبت به ابعاد این چالش، برای اتخاذ استراتژی مناسب مقابله با جهانی شدن می باشد. چرا که مقابله صحیح با چالش های حاصل از جهانی شدن باعث بقای صنایع کوچک و متوسط می گردد.

## ۵-۱ فرضیات تحقیق

سوال های پژوهشی اصلی این پژوهش عبارتند از:

- ۱- چالشهای جهانی شدن SME های منتخب در شهرستان همدان کدامند؟
- ۲- رتبه بندی چالش های ناشی از جهانی شدن در SME های منتخب شهرستان همدان به چه ترتیبی است؟
- ۳- راهکارهای مواجهه با چالشهای شناسایی شده در SME های منتخب شهرستان همدان کدامند؟

## ۶-۱ روش شناسی

### ۱-۶-۱ روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از نوع کاربردی و از نظر زمان تک مقطعی است و ماهیت روش تحقیق مورد استفاده، پیمایشی به حساب می آید. به منظور جمع آوری اطلاعات آمیزه‌ای از روش های تحقیق کتابخانه ای و میدانی استفاده می شود. از روش کتابخانه ای، عمدتاً به منظور مطالعه ادبیات موضوع و بررسی سابقه تحقیق و آشنایی با چالش های جهانی شدن در موسسات تجاری کوچک و متوسط داخل و خارج از ایران استفاده شده است، در ادامه به منظور شناسایی چالشهای مربوط به جهانی شدن در محیط داخلی کشورمان و شرایط کنونی آن و شناسایی درجه انطباق چالشهای شناسایی شده تا این مرحله با حقیقت موجود در صنایع کشورمان ۲۳ جلسه با مدیران صنعت برگزار نمودیم و با توجه به حیطه کاری هریک از آنها (۱۳ نفر) تعدادی از مهمترین چالشهای احتمالی جهانی شدن در حوزه های مختلف با ترکیب یا حذف تعدادی از چالشها و در بعضی موارد با اضافه شدن چالشهای جدیدتر