

شرط لازم بقا و افزایش رقابت پذیری شرکت های کوچک و متوسط،

حمایت از بزرگ شدن آنها و عدم تکثرگرایی بیش از حد (مطالعه موردی صنعت محصولات لبنی)[□]

طبق گزارش مرکز آمار ایران، بخش عمده اشتغال (۵۹,۲) صنعتی کشور طی سال ۱۳۹۰ در بنگاه‌هایی با کارکنان کمتر از ۴۰۰ نفر متمرکز بوده است. با این حال، متأسفانه در چند سال اخیر، به علل مختلفی، بنگاه‌های کوچک و متوسط به سمت تعطیلی و نیمه‌تعطیلی پیش‌رفته‌اند. بر اساس اطلاعات برآمده از گزارش مذکور، حداقل ۶۰ درصد بنگاه‌های تولیدی که اغلب بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند، تعطیل شده‌اند. تا اواخر فرودین سال ۱۳۹۵، ۵۰ درصد واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی با ۲۵ درصد ظرفیت خود فعالیت می‌کردند و این در حالی است که در خوشبینانه‌ترین حالت ۱۰ هزار واحد تولیدی تعطیل شده‌اند.

۱۰۰

با توجه به جایگاه و اهمیت ویژه شرکت های کوچک و متوسط در اقتصاد و نظر به آمار نگران کننده ای که در زمینه میزان تعطیلی این واحدها و یا فعالیت در شرایط رو به افول آنها وجود دارد، ضرورت بررسی دلایلی که می توانند زمینه های حذف شرکت های کوچک و متوسط را فراهم آورند بیش از پیش احساس می شود.

ورود بنگاه های اقتصادی به عرصه اقتصاد همواره به عنوان معیاری اصلی برای سنجش عملکرد هر بخش یا منطقه محسوب می شود. در حالیکه برخی که ورود شرکت ها در اندازه کوچک پیشنهاد می نمایند، گروهی دیگر بر این باورند که شرکت های بزرگ به دلیل استفاده از صرفه های ناشی از مقیاس بر بنگاه های کوچک ارجحیت دارند. در اقتصاد، ساختار بازار یکی از ابتدایی ترین مبانی می باشد که بر مبنای آن هر بازار در طیفی بین رقابت کامل تا انحصار کامل قرار می گیرد و اندازه بهینه تولید مفهومی است که با توجه به ساختار بازاری که در آن قرار گرفته است تعیین می شود. اهمیت اندازه بهینه از آن جهت است که با مقایسه اندازه موجود در هر بنگاه با اندازه بهینه می توان به ظرفیت های ممکن از حیث اشتغال، تولید و ارزش افزوده دست یافت. در ادبیات اقتصادی سطحی از تولید که در آن از صرف های مقیاس به طور کامل استفاده می شود و هزینه متوسط در حداقل خود باشد را سطح تولید بهینه یا حداقل اندازه کارا (Minimum Efficient Scale) می نامند. برای تعیین میزان اندازه تولید بهینه در صنعت محصولات لبنی از روش کومانور-ویلسون استفاده شده است و به منظور بررسی میزان آسیب و یا تهدیدی که برای شرکت های کوچک و متوسط در این صنعت وجود دارد میزان سهم بازار این شرکت ها طی سال های ۹۰ - ۹۴ مورد بررسی قرار گرفته است.

صنعت محصولات لبنی به دلیل شرایط آب و هوایی ایران به عنوان یکی از مزیت های نسبی ورود به عرصه های تجارت بین الملل قلمداد می شود. اما این صنعت نتوانسته است متناسب با این مزیت جایگاه شایسته خود را در بین کشورها کسب نماید. تولید در اندازه هایی کمتر از اندازه بهینه از اصلی ترین دلیل این موضوع محسوب می شود. به این منظور تعداد ۲۱ شرکت در گروه محصولات لبنی جهت مطالعه در طی سال های ۹۰ - ۹۴ انتخاب شده اند و اطلاعات آنها از پایگاه داده مورد استفاده شبکه بهینه کاوی ایران (www.irbn.ir) گرفته شده است. پایگاه داده مذکور بزرگترین پایگاه اطلاعاتی در زمینه شاخص های مالی،

اقتصادی و بهره‌وری است که اطلاعات بیش از ۵۰۰۰ بنگاه اقتصادی را از سال ۱۳۸۲ تاکنون در قالب ۶۰ گروه تولیدی و خدماتی و بازرگانی در اختیار دارد. این اطلاعات شامل ۱۸۰ شاخص عملکردی بنگاه‌ها می‌باشد که هر سال داده‌های خام آنها از صورت‌های مالی حسابرسی شده گرفته شده و به دو نرخ جاری و تورم‌زدایی شده محاسبه شده‌اند. بر این اساس در طی سال‌های مورد بررسی مقادیر ارزش افزوده این شرکت‌ها جهت مقایسه با یکدیگر مورد استفاده قرار گرفته است که به صورت جدول زیر می‌باشد:

درصد سهم بازار					مقادیر ارزش افزوده (ارقام به میلیارد ریال)						رتبه	نام شرکت
۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰			
۳۹,۶	۳۵,۸	۳۴,۶	۲۱,۵	۲۲,۳	۳۸۵۱	۲۷۹۳	۲۲۱۲	۱۰۳۰	۷۴۹	۱	شرکت ۱*	
۱۷,۹	۱۵,۷	۱۵,۷	۱۶,۸	۱۶,۷	۱۷۳۹	۱۲۲۳	۱۰۰۲	۸۰۳	۵۶۰	۲	لبنیات پاستوریزه پاک	
۷,۳	۷,۸	۷,۸	۶,۴	۸,۳	۷۰۸	۶۰۵	۴۹۷	۳۰۷	۲۷۹	۳	شرکت ۲	
۴,۸	۶,۰	۸,۰	۱۰,۷	۶,۴	۴۶۵	۴۶۹	۵۱۳	۵۱۰	۲۱۴	۴	شیر پاستوریزه پگاه فارس	
۴,۷	۵,۳	۴,۱	۹,۰	۸,۳	۴۵۴	۴۱۱	۲۶۴	۴۳۱	۲۸۰	۵	شیر پاستوریزه پگاه اصفهان	
۳,۵	۴,۱	۳,۹	۴,۵	۵,۰	۳۳۹	۳۲۲	۲۵۰	۲۱۴	۱۶۹	۶	شیر پاستوریزه پگاه آذربایجان شرقی	
۳,۵	۳,۴	۳,۵	۴,۵	۴,۹	۳۳۷	۲۶۳	۲۲۴	۲۱۵	۱۶۴	۷	شیر پاستوریزه پگاه گلپایگان	
۳,۲	۳,۴	۳,۳	۳,۴	۳,۳	۳۱۴	۲۶۳	۲۱۲	۱۶۱	۱۱۰	۸	شرکت ۳	
۲,۹	۲,۸	۲,۶	۲,۹	۳,۶	۲۸۴	۲۱۸	۱۶۴	۱۳۶	۱۲۰	۹	شیر پاستوریزه پگاه گلستان	
۲,۶	۲,۳	۲,۰	۳,۲	۳,۹	۲۵۱	۱۷۶	۱۲۹	۱۵۴	۱۳۲	۱۰	شرکت ۴	
۲,۴	۴,۵	۳,۹	۴,۶	۵,۳	۲۳۱	۳۵۰	۲۴۹	۲۲۰	۱۷۷	۱۱	شیر پاستوریزه پگاه خراسان	
۲,۲	۲,۱	۲,۱	۳,۱	۳,۶	۲۱۰	۱۶۷	۱۳۲	۱۴۷	۱۱۹	۱۲	شیر پگاه آذربایجان غربی	
۲,۰	۳,۱	۳,۹	۴,۵	۲,۲	۱۹۱	۲۳۹	۲۵۰	۲۱۶	۷۴	۱۳	لبنیات کالبر	
۱,۳	۱,۱	۱,۳	۱,۲	۲,۲	۱۲۶	۸۶	۸۵	۵۹	۷۳	۱۴	شرکت ۵	
۰,۷	۰,۷	۰,۷	۰,۷	۰,۵	۷۲	۵۸	۴۴	۳۲	۱۵	۱۵	صنایع لبنی اراک-صلا	
۰,۶	۰,۶	۰,۷	۰,۹	۰,۶	۵۶	۴۴	۴۷	۴۴	۲۲	۱۶	شرکت ۶	
۰,۶	۱,۰	۰,۸	۱,۱	۱,۶	۵۶	۷۵	۵۱	۵۱	۵۵	۱۷	شرکت ۷	
۰,۲	۰,۲	۰,۳	۰,۳	۰,۴	۲۰	۱۸	۱۷	۱۵	۱۴	۱۸	شرکت ۸	
۰,۱	۰,۲	۰,۳	۰,۲	۰,۳	۱۰	۱۳	۲۲	۱۱	۱۱	۱۹	شرکت ۹	
۰,۱	۰,۱	۰,۱	۰,۳	۰,۳	۹	۱۰	۸	۱۶	۸	۲۰	شرکت ۱۰	
۰,۱	۰,۱	۰,۲	۰,۲	۰,۲	۵	۶	۱۴	۱۰	۷	۲۱	شرکت ۱۱	

*- شرکت‌هایی که اسامی آنها با شماره آمده است، شرکت‌هایی هستند که به دلیل اینکه بورسی نیستند، اسامی آنها ذکر نشده است.

همانگونه که ملاحظه می‌شود در سال ۹۰ تنها ۳ شرکت از مقدار حداقل اندازه کارا بالاتر بوده‌اند و در سال‌های بعد نیز شرکت سوم کمتر از مقدار مربوط به حداقل اندازه کارا قرار گرفته است و در سال‌های بعد نیز از این مقدار فاصله می‌گیرد. این موضوع

نشان دهنده آن است که دو شرکت برتر در حال تصاحب نسبی بازار می باشند به گونه ای که هر سال مقدار ارزش افزوده بیشتری نسبت به حداقل اندازه کارا تولید می کنند و اندازه شرکت آنها در حال رشد می باشد.

به منظور بررسی تاثیر فعالیت شرکت های مورد بررسی در کمتر از حداقل اندازه کارا در این صنعت سهم بازار این شرکت ها در طی سال های ۹۰ - ۹۴ مقایسه شده است.

همانگونه که در جدول مربوط به درصد سهم بازار شرکت های مورد بررسی قابل ملاحظه می باشد، عموماً شرکت هایی که از حداقل اندازه کارا برخوردار بوده اند درصد سهم بازار آنها نیز در حال افزایش می باشد که البته شاخص درصد سهم بازار به عنوان یکی از شاخص های امید به تداوم فعالیت شرکت و توان رقابت با سایر شرکت های همگروه در نظر گرفته شده است و لزوماً شرکت هایی که درصد سهم بازار آنها در حال کاهش می باشد، به معنای کاهش توان رقابت پذیری آنها می تواند نباشد. بنابراین همانطور که پیشتر هم عنوان شد با توجه به اینکه صنعت محصولات لبنی به عنوان یکی از مزیت های رقابتی در اقتصاد کشور مطرح می باشد و با توجه به ماهیت این صنعت که واحدهای تولیدی آن بیشتر باید به مصرف کننده نزدیک باشند می تواند فرصت مناسبی را برای رقابت در منطقه نیز فراهم نماید. بنابراین در ارتباط با موضوع شرکت های کوچک و متوسط یکی از مهمترین نکاتی که به آن پرداخته شود، تداوم فعالیت های آنها در صنعت مربوطه می باشد. یکی از مباحثی که در ارتباط با شرکت های کوچک و متوسط بیشتر مطرح می شود تاسیس و راه اندازی و تکثیرگرایی بیش از حد شرکت های کوچک و متوسط در صنایع مختلف به منظور اشتغالزایی و کاهش نرخ بیکاری در شهرهای مختلف در کشور می باشد. اما نکته مهمی که باید به آن توجه نمود تداوم حیات این شرکت ها پس از تاسیس می باشد چرا که اگر پس از مدتی فعالیت به حالت تعطیل و یا نیمه تعطیل درآیند بخش عمده ای از نفقات به کار گرفته شده به جمع بیکاران آن منطقه افزوده خواهند شد و با توجه به برنامه ریزی هایی که این اشخاص تازه بیکار شده برای زندگی شخصی خود بر اساس فعالیت در آن واحد تولیدی برای انجام داده اند و اکنون با وضعیت ورشکستگی بنگاه مواجه شده اند می توانند تبعات زیان بار بیشتری نسبت به بیکاری اولیه به بار آورد. بنابراین ضروری است بنگاه های اقتصادی و همچنین سیاستگذاران نسبت به موضوع بزرگ شدن یک شرکت که حتی در اندازه کوچک و متوسط نباشد اما هنوز در اندازه حداقل کارا فعالیت نمی نمایند توجه بیشتری نمایند.

برای بنگاه های کوچک و متوسط ضروری است با توجه به اینکه در چه صنعتی در حال فعالیت هستند با تشخیص اندازه بهینه تولید در زمینه فعالیتی خود در جهت رسیدن به این اندازه تلاش نمایند تا بتوانند از ویژگی های صرفه به مقیاس تولید در صنعت خود بهره مند شوند. در غیر اینصورت شرکت های بزرگتری که در این حیطه فعالیت می نمایند عرصه را بر آنها تنگ می نمایند و با گذشت زمان بازار به سمت انحصار بیشتر حرکت نموده و بنگاه های کوچک با تهدیدهای جدی مواجه خواهند شد.

۱- احسان جنتی فرد، مدیرعامل شبکه بهینه کاوی ایران

۲- سایت رسمی مرکز امار ایران