



Research Paper

Identifying micro and small production centers in order to create employment and production leap and providing solutions for their development in Guilan ProvinceEsmail Malek Akhlagh¹  Mohammad Taleghani²  * Mehran Mehdizade³  Sahar Asadzadeh Manjili⁴ 

- 1- Associate Professor, Department of Management, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.
- 2- Associate Professor, Department of Industrial Management, Ra. C., Islamic Azad University, Rasht, Iran.
- 3- MA Industrial Management, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.
- 4- PhD in Business Management, Za. c., Islamic Azad University, Zanjan, Iran.

Receive: 09 Feb 2025

Revise: 06 Mar 2025

Accept: 14 Mar 2025

Published online:

20 Mar 2025




Keywords:

Micro and small production centers, production leap, job creation, development challenges and solutions, Guilan Province.

Abstract

Small production centers and workshops, as one of the ten priorities of the production leap, play a significant role in job creation; however, despite the appropriate capacities of the province of Guilan, the situation of these centers is undesirable and according to the pathology analysis, it has been determined that there are numerous challenges facing the development of small and micro production centers in Guilan in the areas of investment and financing, production and employment, marketing and sales, which require the provision of improvement and development solutions to overcome them. Therefore, the objectives of the article were to first identify the priority small and micro production centers in Guilan province and then explain the challenges and provide development solutions in line with job creation and the realization of the production leap. In this regard, in the first step, while reviewing the theoretical foundations using library studies and citing the system's macro and strategic policies and plans, a set of measures taken by various institutions to support micro and small manufacturing businesses was examined; in the second step, by examining the experiences of more than 10 developing and emerging economies in the field of supporting micro, small and medium businesses and in accordance with the priorities of the Gilan Province Planning Document, 16 priority centers were identified and introduced after the necessary studies; in the third step, for a precise diagnosis and identification of challenges and solutions to improve investment and financing, production and employment, marketing, survey forms were designed to collect information from experts and economic activists in the public, private and cooperative sectors and distributed among 82 experts and specialists from the public, private and cooperative sectors using a convenient sampling method; In the next step, using the method of content analysis and coding, 9 main challenges in the field of investment and financing; 9 main challenges in the field of production and employment; and 9 main challenges in the field of marketing, distribution and sales were classified and 9 improvement and development solutions were identified and introduced in accordance with each of them.

Please cite this article as (APA): Malek Akhlagh.E, Taleghani.M, Mehdizade.M, Asadzadeh Manjili.S. (2025). Identifying micro and small production centers in order to create employment and production leap and providing solutions for their development in Guilan Province. *Journal of Governance studies & development management*, 1 (2), 341-361.

Sponsored by: Institute of Somamos Publications	10.22034/jgsdm.2025.532073.1021	
Corresponding Author: MohaMmad Taleghani	https://orcid.org/0000-0001-6086-348X	
Email: M.Taleghani@iau.ac.ir	This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License .	

"The authors would like to acknowledge the financial support of Guilan Labour and Social Welfare Cooperative for this research under grant number 30807"



Extended Abstract

1. Introduction

One of the provinces that has a very high capacity in the three sectors of production, services, and agriculture is Guilan Province. According to the latest business environment monitoring reports of the Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines, and Agriculture (ICCIMA) and the investment security monitoring report of The Research Center of the Islamic Consultative Assembly, it has an unfavorable situation in the production area; in such a way that the production capacity of the province's production units has decreased and the issue of employment in its production sector has also been exposed to a serious crisis, which has had negative effects on the prosperity and leap of production. In such complex conditions where the province's economy is facing increasing problems, paying attention to small and micro production centers as a small production system with higher operational capacity, less space, and reduced consumption of resources and energy through miniaturization of production processes can be a solution; because small and micro production centers have revealed a new face of global and local production, and in Iran, their development has been mentioned as one of the ten priorities of the production leap, given its significant role in job creation; therefore, one of the policies of the production leap and job creation is the development of small and micro production centers and centers by relying on local advantages of production. Because today, on the one hand, the cost, risk, and capital required to set up large industries are high, and these industries face limitations in the area of customization and distribution systems, and on the other hand, previous research shows that more than 50 percent of consumers prefer customized purchases, and even the majority of them are willing to pay more for a customized product or service. This new consumer model provides huge opportunities to set up a network of smaller, more agile, and more flexible factories that are located closer to where customers are, and this is where micro and small manufacturing workshops come into play. Simply put, and with the approach of "think global, build local," companies must increasingly think globally in terms of emerging customer needs, but build locally in terms of fulfilling these needs.

Despite all these, there is no comprehensive and accurate database regarding priority micro and small production centers in Gilan province, and on the other hand, the challenges and development strategies for proper governance and management of the development of such centers are still unclear and ambiguous. On the other hand, a review of the policies announced by the Leader of the Revolution and the country's macro policies in the fields of production, employment, and entrepreneurship, the laws approved by the Islamic Consultative Assembly, and the strategies of the government and other institutions shows that although various measures have been taken over the past 10 years to realize the policies of the resistance economy and continuously improve the business environment and remove obstacles to production with a focus on small and medium-sized industries, in some cases it indicates parallel work by some institutions and the island-like performance of the apparatuses in formulating programs and policies, and sometimes in the field of implementation, some inconsistencies and lack of effective cooperation lead to the failure to achieve the goals of the policies and programs; While many steps still need to be taken to achieve the desired position of the country's business environment or in fact to improve the business environment through the realization of ease of business indicators, this will not be possible except through convergence, synergy, and the application of integrated management and supervision. Therefore, in order to identify priority production centers for the province in order to achieve the goals of production leap, including increasing the quantity and quality of production, creating employment, attracting domestic and foreign capital, launching new production workshops and revitalizing stagnant production workshops, creating production clusters in line with the country's needs, export-oriented and knowledge-based production, and in order to reduce the aforementioned threats, it was considered necessary to conduct research.

2. Background

Micro and small manufacturing centers represent a model of global yet local production and are defined as a network of smaller, more agile and flexible manufacturing units in which companies must think increasingly globally (in terms of emerging customer needs) but operate locally (in terms of fulfilling these needs). Or, micro manufacturing centers are defined as a set of small, small and



homogeneous manufacturing units and workshops that, in a given geographical area in accordance with the characteristics and capacities of that area, can operate as a value chain (units producing raw materials to units producing finished products) or can produce and supply raw materials to large industries or produce diverse finished products separately and outside the value chain. Of course, in a way, micro-manufacturing centers can be considered the same industrial clusters but on a smaller scale, with greater flexibility and innovation in production, less capital required, lower risk, as well as easier customization and less pollution, and the ability to respond appropriately to continuous economic changes, which can operate even in rural areas. The important point about the development of micro-manufacturing centers is that these centers can maximize the potential of small cities; because small-scale artisans and manufacturers offer tremendous economic opportunities for cities that are ready to use this creative and entrepreneurial energy. Small-scale manufacturers also give people a reason to come together. Some, like crafts, provide a place to gather. Others form a collective destination. They diversify the local economy, create community wealth, and provide good jobs for people with a wide range of skills. Even in rural areas that have seen decades of job and population decline, the formation of manufacturing hubs and the creation of small workshops with a mix of in-person and online sales are becoming a vital part of revitalizing local economies.

Regardless of the different definitions, the objectives of developing manufacturing hubs in all countries are: 1) to create large-scale employment opportunities for the unemployed quickly with relatively low investment; 2) to eradicate the problem of unemployment from the country; 3) to encourage the dispersion of economic enterprises throughout the country, including rural areas, smaller towns and economically underdeveloped areas; 4) to bring underdeveloped areas into the mainstream of national development; 5) to achieve balanced regional development throughout the country; 6) to ensure equitable distribution of wealth and national income; 7) to encourage effective mobilization of the country's untapped resources; 8) to improve the socio-economic conditions and living standards of the people; 9) to seize the huge opportunities created for small enterprises due to the government's liberalization and globalization policies; 10) to contribute to the country's vital foreign exchange earnings through the export of goods and 11) to generate more revenue through taxes for the government and the provinces. Also, the advantages of small and micro-manufacturing workshops compared to traditional production approaches or large production workshops include increased innovation, lower costs, higher productivity, support for custom production and ease of customization, ease of product distribution and supply, cheap labor, high profitability, and low capital for startup.

3. Methodology

3.1. Method

The present study is applied in terms of purpose; because it seeks to address the existing challenges facing the development of micro-production centers and small workshops based on pathology and recognition of existing problems and challenges, and to provide development-applied solutions in the fields of investment and financing; production and employment; marketing and sales for the formation and development of micro-production centers for Guilan province. In terms of data collection method, the present study is qualitative and in terms of nature it is descriptive-analytical.

3.2. Participants

The statistical population of the study included all managers and experts in the government sector, including (Department of Cooperatives, Labor and Social Welfare; General Directorate of Industry, Mines and Trade, Industrial Estates Company, Agricultural Jihad Organization, General Directorate of Economic Affairs and Finance of Guilan Province); private and cooperative sector activists, including (members of the Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture, managers of organizations and unions and production cooperatives, and managers of small, medium and large-scale production companies and workshops operating in Guilan Province). The research sample was determined to be about 100 public and private-cooperative sector activists to identify the challenges facing small and medium-scale production centers, as well as identify strategies for improving investment and financing; production and employment; marketing and sales. The available and

snowball methods were used for sampling, and survey forms were distributed among the sample individuals, and 83 of them were collected in completed form.

3.3. Instruments

Data and information collection method: In this study, in order to understand the literature and theoretical foundations of the subject under study, library and document studies have been used. In this study, an attempt has also been made to request the sample individuals through survey forms or researcher-made questionnaires to provide the researcher with the required data in open codes by answering open questions. The survey forms were designed as Table 1 and the experts were asked to first present the 5 basic problems or challenges in the areas of investment, production and employment, and marketing, supply and sales (domestic and foreign) that face the establishment and development of micro, small and medium-sized production workshops in Guilan province from their own perspective and subsequently present 5 basic solutions appropriate to each.

Table 1: Five major issues or obstacles and solutions to the establishment and development of micro and small manufacturing workshops

Question	In the field of investment and financing	In the field of production and employment	In the field of marketing, sales and Trade
Challenges)Issues and Obstacles(1.	1.	1.
	2.	2.	2.
	3.	3.	3.
	4.	4.	4.
	5.	5.	5.
Solutions	1.	1.	1.
	2.	2.	2.
	3.	3.	3.
	4.	4.	4.
	5.	5.	5.

3.4. Procedure

3.4.1. Comparative approach: In this method, comparative tables were used to explain new ideas of micro, small and medium businesses in emerging, developed and developing countries, and finally, after summarizing, priority production centers or activity categories were introduced and identified based on global experiences.

3.4.2. Thematic Analysis: In the qualitative part of the research, the Thematic Analysis method, which is a method for recognizing, analyzing and reporting patterns in qualitative data, was used. Content analysis is not just a specific qualitative method, but a process that can be used in most qualitative methods. The steps of Thematic Analysis are as follows and are briefly shown in Figure 1.

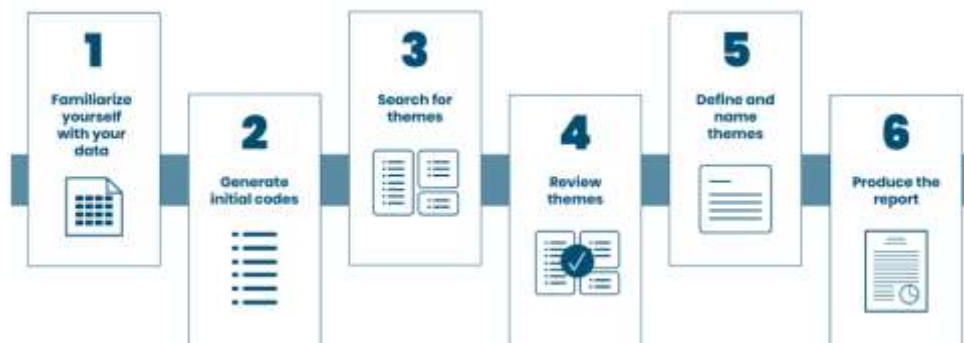


Fig 1. Phases of Thematic Analysis

Results

In the first section, the ideas of micro, small and medium-sized manufacturing businesses in 9 selected countries including Bangladesh, Pakistan, Malaysia, India, China, Hong Kong, Taiwan, Russia,

Turkey from 3 regions including Southeast Asia, South Asia and Eurasia were analyzed using a comparative comparison method to determine which category of activities these countries are most focused on. After examining the top ideas of micro, small and medium-sized manufacturing businesses in Bangladesh, India, China, Malaysia, Turkey, Taiwan and Hong Kong, Russia and Pakistan from the east and west of the country; more than 100 small-scale manufacturing business ideas were identified and categorized into 16 priority categories according to the type and nature of the activities.

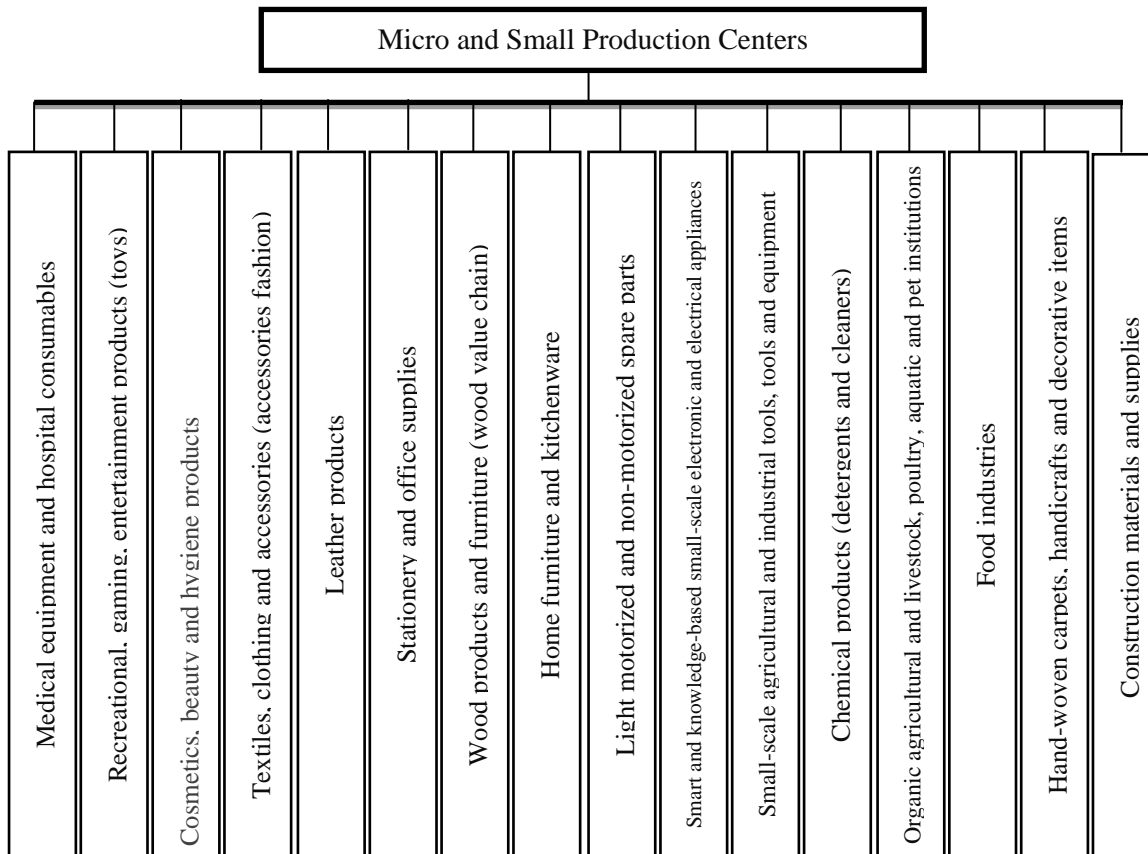


Fig. 2: 16 micro and small production centers

In the second section based on thematic analysis, from the perspective of experts and managers of government sectors and economic activists in the private and cooperative sectors, 269 open codes were identified for challenges related to the field of investment and financing; 266 open codes for challenges related to the field of production and employment; and 232 open codes for challenges related to the field of marketing and sales (trade). After categorizing and determining the main themes, finally 9 main challenges in the field of investment and financing; 9 main challenges in the field of production and employment; and 9 main challenges in the field of marketing and sales were introduced.

- Issues related to the banking system in terms of granting facilities were raised with 51 repetitions and a share of 19 percent at the top of the challenges facing investment and financing for setting up and running small and medium-sized businesses in Gilan Province.
- High production costs (wages, raw materials, energy carriers, transportation, etc.) were raised with 41 repetitions and a share of 15.4 percent at the top of the challenges facing production and employment of small and medium-sized businesses in Gilan Province.
- The lack of competitiveness of domestic products compared to similar foreign products was raised with 47 repetitions and a share of 20.3 percent at the top of the challenges facing marketing and selling products of small and medium-sized businesses in Gilan Province.



In the third section based on thematic analysis, from the perspective of experts and managers of government sectors and economic activists in the private and cooperative sectors, 269 open codes were identified for challenges related to the field of investment and financing; 266 open codes for challenges related to the field of production and employment; and 232 open codes for challenges related to the field of marketing and sales (trade). After categorizing and determining the main themes, finally 9 main challenges in the field of investment and financing; 9 main challenges in the field of production and employment; and 9 main challenges in the field of marketing and sales were introduced.

- Establishing a unified banking network to provide timely, targeted facilities, etc., was mentioned with 40 repetitions and a share of 18.9 percent at the top of the main strategies for improving investment and financing for setting up and running small and medium-sized businesses in Gilan Province.
- Creating a suitable platform for production and growth by improving the business environment was mentioned with 40 repetitions and a share of 19.4 percent at the top of the main strategies for improving production and employment of small and medium-sized businesses in Gilan Province.
- Concluding contracts with specialized companies in the fields of education, consulting, and marketing was mentioned with 29 repetitions and a share of 19.1 percent at the top of the main strategies for improving marketing and sales of products produced by small and medium-sized businesses in Gilan Province.

Discussion

As mentioned, many developing, developed, and emerging economies use small-scale businesses for their economic growth and development, and the World Economic Forum has also referred to them as the driving force and driver of economic development and local production. In Iran, during the 1990s, small, medium, and micro businesses were also mentioned as one of the important forms of business and were considered a priority in policies for the production and employment boom. Because micro and small production centers consisting of small-scale and homogeneous businesses and workshops play a significant role in the economic growth and development of urban and rural areas of each province and country, and due to advantages and characteristics such as flexibility, low operating costs, high rate of adaptation to conditions, and lower investment requirements compared to other forms of production that such centers have, they can be exploited to accelerate the economy, production boom, and job creation. However, during the surveys and diagnostics, it was found that the situation of these centers is not the same throughout the country and despite the advantages and high production and agricultural capacities, proximity to the Caspian Sea coast, border location, access to mainly agricultural raw materials, proximity to the commercial market, and tourist attractions, Gilan province has not been able to perform well. On the other hand, it was found that there is no accurate database regarding the priority categories for setting up small-scale and homogeneous production businesses, and in addition, there are various challenges facing the setting up and development of priority production centers. Therefore, in order to prepare the database, in the first step, using a comparative approach with neighboring and similar countries in Southeast Asia, South Asia, and the Eurasian region, and in accordance with the information contained in the statistical yearbook and land management plan of Gilan province, 16 priority production centers were identified and 230 product groups were classified in these 16 centers.

In the next step, through field studies and distribution of survey forms among activists and experts in the public and private-cooperative sectors, data collection and analysis using thematic analysis method, it was determined that there are 9 categories of challenges in the areas of investment and financing, 9 categories of challenges in the areas of employment and production, and 9 categories of challenges in the areas of marketing, sales, and trade in the areas of setting up and developing priority production centers. It was also determined that to address the challenges facing investment and financing; challenges in the areas of employment and production; and challenges in the areas of marketing, sales, and trade, 9 improvement and development strategies were presented, respectively. It is suggested that rulers and policymakers at the national level and officials of the provincial level use these strategies to address the aforementioned challenges and improve the conditions for setting up and developing micro and small production centers.

مقاله پژوهشی

شناسایی کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در راستای اشتغال آفرینی و جهش تولید و ارائه راهکارهای توسعه آن در استان گیلان

اسماعیل ملک‌اخلاق^۱ ID، محمد طالقانی*^۲ ID، مهران مهدی‌زاده^۳ ID، سحر اسدزاده منجیلی^۴ ID

۱- دانشیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۲- دانشیار گروه مدیریت صنعتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۳- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۴- دانش آموخته دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران.

چکیده

کانون‌های تولیدی خرد و کارگاه‌های کوچک، به عنوان یکی از اولویت‌های ده‌گانه جهش تولید نقش قابل توجهی در اشتغال آفرینی دارد؛ اما علی‌رغم ظرفیت‌های مناسب استان گیلان، وضعیت این کانون‌ها نامطلوب بوده و طبق آسیب‌شناسی صورت گرفته مشخص شده که پیش‌روی توسعه کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در گیلان، در حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، تولید و اشتغال، بازاریابی و فروش چالش‌های متعددی وجود دارد که برای رفع آنها، ارائه راهکارهای بهبود و توسعه ضروری است. بنابراین اهداف مقاله، ابتدا شناسایی کانون‌های تولیدی خرد و کوچک اولویت‌دار در استان گیلان و سپس تبیین چالش‌ها و ارائه راهکارهای توسعه در راستای اشتغال آفرینی و تحقق جهش تولید در نظر گرفته شد. در این راستا، در گام نخست ضمن مروری بر مبانی نظری با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و استناد به سیاست‌ها و برنامه‌های کلان و راهبردی نظام، مجموعه اقدامات صورت گرفته نهادهای مختلف در راستای حمایت از کسب و کارهای تولیدی خرد و کوچک مورد بررسی قرار گرفت؛ در گام دوم، از طریق بررسی تجربیات بیش از ۱۰ کشور در حال توسعه و نوظهور اقتصادی در زمینه حمایت از کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط و متناسب با اولویت‌های سند آمایش استان گیلان، ۱۶ کانون اولویت‌دار پس از بررسی‌های لازم احصاء و معرفی گردید؛ در گام سوم، برای آسیب‌شناسی دقیق و احصاء چالش‌ها و راهکارهای بهبود سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، تولید و اشتغال، بازاریابی، توزیع فرم‌های نظرسنجی برای گردآوری اطلاعات از خبرگان و فعالان اقتصادی بخش دولتی، خصوصی و تعاونی طراحی و بین ۸۲ خبره و متخصص از بخش‌های دولتی، خصوصی و تعاونی به روش نمونه‌گیری در دسترس توزیع گردید؛ در گام بعد، به کمک روش تحلیل مضمون و کدگذاری آنها، در نهایت ۹ چالش اصلی در حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، ۹ چالش اصلی در حوزه تولید و اشتغال؛ و ۹ چالش اصلی در حوزه بازاریابی، توزیع و فروش طبقه‌بندی و متناسب با هر کدام از آنها، ۹ راهکار بهبود و توسعه شناسایی و معرفی گردید.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۱۱/۲۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۲/۱۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۲/۲۴




تاریخ انتشار آنلاین:

۱۴۰۳/۱۲/۳۰

کلید واژه‌ها:

کانون‌های تولیدی خرد و کوچک، جهش تولید، اشتغال آفرینی، چالش‌ها و راهکارهای توسعه، استان گیلان.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): ملک‌اخلاق، اسماعیل؛ طالقانی، محمد؛ مهدی‌زاده، مهران و اسدزاده منجیلی، سحر. (۱۴۰۳). شناسایی کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در راستای اشتغال آفرینی و جهش تولید و ارائه راهکارهای توسعه آن در استان گیلان. *دوفصلنامه مطالعات حکمرانی و مدیریت توسعه*، ۱(۲)، ۳۴۱-۳۶۱.

	10.22034/jgsdm.2025.532073.1021	تحت حمایت: موسسه انتشاراتی سماسوس
	https://orcid.org/0000-0001-6086-348X	نویسنده مسئول: محمد طالقانی
	این مقاله تحت شرایط https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.fa قابل بازنشر است.	ایمیل: M.Taleghani@iau.ac.ir

"این تحقیق با استفاده از اعتبارات پژوهشی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان و در قالب طرح پژوهشی شماره ۳۰۸۰۷ انجام شده است."

مقدمه

نگاهی به شاخص‌های کلان اقتصاد ایران در سال‌های اخیر نشان می‌دهد اقتصاد ایران و محیط کسب و کار در وضعیت مناسبی به سر نمی‌برد و افزایش نرخ تورم از یک سو و کاهش رشد اقتصادی و رکود حاکم از سوی دیگر به علل مختلفی از جمله اقتصادی، سیاسی و سومدیریتی، شرایط را برای تولید روز به روز سخت‌تر کرده‌اند. یکی از استان‌هایی که از ظرفیت بسیار بالایی در ۳ بخش تولیدی، خدماتی و کشاورزی برخوردار است، استان گیلان می‌باشد که براساس جدیدترین گزارش‌های پایش محیط کسب و کار اتاق بازرگانی و همچنین گزارش پایش امنیت سرمایه‌گذاری مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی از وضعیت نامطلوبی در حوزه تولیدی برخوردار است؛ به طوری که باعث گردیده ظرفیت تولیدی واحدهای تولیدی استان کاهش یابد و موضوع اشتغال بخش تولیدی آن نیز در معرض بحران جدی قرار گیرد که این امر تأثیرات منفی بر رونق و جهش تولید گذاشته و دستیابی به اهداف سال‌های اخیر از جمله جهش تولید، تولید دانش‌بنیان، رفع موانع، مهار تورم و غیره با چالش مواجه نموده است.

عدم ثبات سیاسی و قیمتی در بازار، تغییرات دولت و سیاست‌ها، دشواری امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی شرایط توسط فعالان به دلیل شرایط مبهم اقتصادی، عدم اتخاذ سیاست‌های اقتصادی مؤثر و بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب و کار، موانع در فرایندهای اداری و اخذ مجوزهای کسب و کار در دستگاه‌های اجرایی، رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات (مشکلاتی در سامانه مودیان مالیاتی)، دخالت‌های غیرمنطقی نهادهای حاکمیتی در تعیین قیمت‌ها در بازار، فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه‌های اجرایی، ناترازی انرژی و قطعی گسترده برق و آسیب رسیدن به دستگاه‌ها و مواد اولیه؛ افزایش رکود در سمت تقاضا و تسویه نشدن بدهی سفارشات و کمبود نقدینگی مشتریان، مشکل در زنجیره تأمین مواد اولیه و تولید، عدم تمایل اشتغال نیروی کار به دلیل سطح پایینی دستمزدها یا عدم تناسب حقوق و دستمزد با تورم و دشواری حفظ و نگهداری نیروی انسانی، متغیر بودن قیمت تمام شده محصولات و مشکل قیمت‌گذاری برای صادرات، عدم توان شرکت‌ها برای تأمین هزینه‌ها به خصوص بالا رفتن یا نوسان نرخ ارز و افزایش قیمت نهاده‌ها و مواد اولیه، و طولانی شدن و محدودیت‌های فرایند تخصیص ارز به تولیدکننده برای واردات مواد اولیه، دشواری تأمین مالی از بانک‌ها، تولید و عرضه نسبتاً آزاد کالاهای غیراستاندارد و تقلبی در بازار از جمله مسائل پیش روی محیط کسب و کار استان گیلان می‌باشد که باعث شده، نرخ مشارکت اقتصادی جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر استان گیلان روند نزولی داشته باشد؛ سهم استان گیلان از تولید ناخالص داخلی کشور با حدود ۲ درصد با توجه به ظرفیت‌های استان بسیار ناچیز و در بین ۱۰ استان برتر نباشد.

لذا در چنین شرایط پیچیده‌ای که اقتصاد استان با مشکلات فزاینده‌ای مواجه است، توجه به کانون‌های خرد و کوچک تولیدی به عنوان یک سیستم تولید کوچک با توان عملیاتی بالاتر با فضای کم و کاهش مصرف منابع و انرژی از طریق کوچک‌سازی فرایندهای تولید، می‌تواند راهگشا باشد؛ زیرا کانون‌های تولیدی خرد و کوچک، چهره جدیدی از تولید جهانی و در عین حال بومی را نمایان ساخته و در ایران از توسعه آنها با توجه به نقش قابل توجهی که در اشتغال‌آفرینی دارد، به عنوان یکی از اولویت‌های ده گانه جهش تولید، یاد شده است؛ از طرفی، با توجه به اهمیت یافتن نقش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در توسعه اقتصاد کشورهای نوظهور اقتصادی و در حال توسعه و افزایش سهم آنها در تولید ناخالص داخلی، در سال ۱۳۹۹، هشت سیاست جهت تسهیل تولید، سرمایه‌گذاری و اشتغال و از میان برداشتن موانع پیش پای فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان از جمله: کاهش فرایند صدور مجوزها، اشباع بازار داخلی و توسعه صادرات، بهره‌مندی از توانایی نخبگان در زنجیره تولید، گسترش صنایع تبدیلی در بخش کشاورزی، تکیه بر مزیت‌های بومی تولید، توسعه دولت الکترونیک، اصلاح ساختار تولید ملی و توسعه مراکز و کانون-



های تولیدی خرد بود تدوین و معرفی گردید. بنابراین، یکی از سیاست‌های جهش تولید و اشتغال آفرینی، توسعه مراکز و کانون‌های تولیدی خرد و کوچک با تکیه بر مزیت‌های بومی تولید است. زیرا امروزه از یک سو هزینه، ریسک و سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی صنایع بزرگ بالاست و این صنایع در حوزه سفارشی‌سازی و سیستم توزیع با محدودیت‌هایی مواجهند و از سوی دیگر تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که بیش از ۵۰ درصد از مصرف‌کنندگان خریدهای سفارشی‌شده را ترجیح می‌دهند، و حتی اکثریت آنها حاضرند برای یک محصول یا خدمات سفارشی هزینه بیشتری بپردازند. این الگوی جدید مصرف‌کننده فرصت‌های عظیمی را برای راه‌اندازی شبکه‌ای از کارخانه‌های کوچکتر، چابک‌تر و انعطاف‌پذیرتر را که نزدیکتر به محل حضور مشتریان قرار دارند فراهم می‌کند و اینجاست که کارگاه‌های تولیدی خرد و کوچک وارد عمل می‌شوند. به بیان ساده و با عنایت به رویکرد «جهانی بیندیشید، محلی بسازید»، شرکت‌ها باید از نظر نیازهای مشتریان در حال ظهور به طور فزاینده‌ای جهانی فکر کنند، اما از نظر اجرای این نیازها به صورت محلی بسازند (تولید کنند). نزدیکی جغرافیایی بیشتر به مشتریان همچنین به معنای نزدیکی بیشتر به سلیق و ترجیحات مشتری است. یک شرکت نه تنها می‌تواند محصول واقعی را بومی‌سازی کند تا با آن بازار خاص مطابقت داشته باشد، بلکه می‌تواند تلاش‌های بازاریابی خود را بر روی کالاهای طراحی و تولید محلی متمرکز کند - و به این تلاش‌ها افتخار کند. علاوه بر این، ردپای تولیدی کوچکتر به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به اهداف پایداری خود برسند.

به طور کلی، کارگاه‌های تولیدی خرد و کوچک سهم بسزایی از اشتغال‌زایی و درآمدزایی برای افراد جامعه دارند و از دیدگاه مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۱۹ کانون‌های تولیدی خرد یا کارگاه‌های کوچک، با هزینه‌های عملیاتی کمتری که دارند، فرایند تولید را آسان و در دسترس کارآفرینان، مخترعین و سازندگان قرار می‌دهند. پس با به در دسترس قرار دادن تولید برای همه مردم شاهد خواهیم بود که کانون‌های تولیدی خرد و کوچک مقرون به صرفه و موج جدیدی از نوآوری را در سراسر صنایع ایجاد می‌کنند و در این جهان در حال تغییر، یک رویکرد بومی‌سازی در تولید برای موفقیت و توسعه پایدار ضروری است (World Economic Forum, 2019).

زیرا با همه این اوصاف، بانک اطلاعاتی جامع و دقیقی در رابطه با کانون‌های تولیدی خرد و کوچک اولویت‌دار در استان گیلان وجود نداشته و از طرفی چالش‌ها و راهکارهای توسعه جهت حکمرانی مناسب و مدیریت توسعه این گونه کانون‌ها همچنان نامشخص و مبهم است. از طرفی، مروری بر سیاست‌های ابلاغی رهبر انقلاب و سیاست-هایکلان کشور در حوزه تولید و اشتغال و کارآفرینی، قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی در حوزه بهبود فضای کسب و کار، برنامه‌ها و راهبردهای دولت با محوریت سازمان برنامه و بودجه، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، ستاد تسهیل و رفع موانع تولید در حوزه بهبود فضای کسب و کار و رفع موانع تولید، معاونت امور زنان در حوزه ایجاد اشتغال زنان سرپرست خانوار، کمیته امداد امام خمینی (ره) و بنیاد مستضعفان، ستاد فرمان اجرایی امام (ره)، انجمن حمایت زندانیان، دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های بانک مرکزی در راستای تأمین بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط؛ صندوق توسعه اشتغال برکت و سند تحول و طرح پایش بنگاه‌های تولیدی از سوی قوه قضائیه و اقدامات رسانه ملی (صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران) و همچنین طرح‌های متنوع صندوق کارآفرینی امید از جمله «هر روستا یک محصول»، «روستای بدون بیکار» و «صندوق‌های خرد محلی» برای تحقق اقتصاد مقاومتی در روستاها؛ نشان می‌دهد اگرچه طی ۱۰ سال اخیر اقدامات متنوعی در راستای تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و بهبود مستمر فضای کسب و کار و رفع موانع پیش روی تولید با تمرکز بر صنایع کوچک و متوسط، انجام گرفته اما در برخی موارد حاکی از انجام موازی کاری از سوی برخی نهادها و عملکرد جزیره‌ای دستگاه‌ها در تدوین برنامه‌ها و سیاست‌ها است و بعضاً در حوزه اجرا برخی از ناهماهنگی‌ها و عدم همکاری مؤثر منجر به عدم



تحقق اهداف سیاست‌ها و برنامه‌ها می‌شود؛ در حالی که برای رسیدن فضای کسب و کار کشور به جایگاه مطلوب یا در واقع بهبود فضای کسب و کار از طریق تحقق شاخص‌های سهولت کسب و کار، هنوز گام‌های بسیاری بایستی برداشته شود که این مهم جز در سایه همگرایی، هم‌افزایی و اعمال مدیریت و نظارت یکپارچه شدنی نخواهد بود. لذا در راستای شناسایی کانون‌های تولیدی اولویت‌دار برای استان به منظور تحقق اهداف جهش تولید از جمله افزایش کمی و کیفی تولید، ایجاد اشتغال، جذب سرمایه داخلی و خارجی، راه‌اندازی کارگاه‌های تولیدی جدید و احیا کارگاه‌های تولیدی راکد، ایجاد خوشه‌های تولیدی متناسب با نیاز کشور، تولیدات صادرات محور و دانش‌بنیان و در جهت کاهش تهدیدهای مذکور، انجام پژوهش ضروری تلقی می‌شد. پس این پژوهش در صدد پاسخ به این سؤالات است که «کانون‌های تولیدی خرد و کوچک اولویت‌دار برای استان گیلان کدامند؟» و «چالش‌ها پیش روی ایجاد و راه‌اندازی کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در استان گیلان کدامند و برای ایجاد و توسعه اینگونه کانون‌ها، چه راهکارهایی لازم است؟».

۲) مبانی نظری

۲-۱) کانون‌های تولیدی خرد و کوچک

کانون‌های تولیدی خرد و کوچک، مدلی از تولید جهانی و در عین حال بومی را نمایان می‌سازد و به عنوان شبکه‌ای از واحدهای تولیدی کوچکتر، چابک‌تر و انعطاف‌پذیرتر تعریف می‌شوند که در آن شرکت‌ها باید به طور فزاینده‌ای جهانی فکر کنند (از نظر نیازهای مشتریان در حال ظهور)، اما به صورت محلی (از نظر اجرای این نیازها) فعالیت دارند (Hanspal, 2019). یا اینکه کانون‌های تولیدی خرد، به عنوان مجموعه‌ای متشکل از واحدها و کارگاه‌های تولیدی خرد، کوچک و همگن تعریف می‌شوند که در یک محدوده جغرافیایی معین متناسب با ویژگی‌ها و ظرفیت‌های آن منطقه، هم می‌توانند به صورت یک زنجیره ارزش (واحدهای تولیدکننده مواد اولیه تا واحدهای تولیدکننده محصولات نهایی) فعالیت کنند و هم می‌توانند به صورت جداگانه و خارج از زنجیره ارزش به تولید و تأمین مواد اولیه صنایع بزرگ یا تولید محصولات نهایی متنوع بپردازند. البته به نوعی می‌توان کانون‌های تولیدی خرد را همان خوشه‌های صنعتی اما در مقیاس کوچک‌تر، با قابلیت انعطاف و نوآوری بیشتر در تولید، نیاز به سرمایه کمتر، ریسک پایین‌تر و همچنین قابلیت سفارشی‌سازی آسان‌تر و آلاینده‌گی کمتر و توانایی پاسخ مناسب به تغییرات مستمر اقتصادی دانست که حتی در مناطق روستایی نیز قابلیت فعالیت دارند.

نکته حائز اهمیت درباره توسعه کانون‌های تولیدی در مقیاس خرد و کوچک این است که این کانون‌ها می‌توانند پتانسیل شهرهای کوچک را به حداکثر برسانند؛ زیرا صنعتگران و تولیدکنندگان در مقیاس کوچک فرصت‌های اقتصادی فوق‌العاده‌ای را برای شهرهایی که آماده استفاده از این انرژی خلاقانه و کارآفرینی هستند، ارائه می‌کنند. همچنین تولیدکنندگان در مقیاس کوچک به مردم دلیلی برای دور هم جمع شدن می‌دهند. برخی، مانند صنایع دستی، محل تجمع را فراهم می‌کنند. دیگران یک مقصد جمعی را تشکیل می‌دهند. آنها اقتصاد محلی را متنوع می‌کنند، ثروت جامعه را ایجاد می‌کنند و مشاغل خوبی برای افرادی با طیف گسترده‌ای از مهارت‌ها فراهم می‌آورند. حتی در مناطق روستایی که دهه‌ها شاهد کاهش مشاغل و جمعیت بوده‌اند، شکل‌گیری کانون‌های تولیدی و ایجاد کارگاه‌های کوچک با ترکیبی از فروش حضوری و آنلاین در حال تبدیل شدن به بخشی حیاتی از احیای اقتصاد محلی هستند. البته با توجه به جهانی شدن و شدت رقابت در عصر حاضر، کارگاه‌های خرد و کوچکی در قالب کانون‌های تولیدی و توسعه آنها موفق خواهند بود که بتوانند متناسب با نیازهای بازارهای هدف داخلی و خارجی و طبق استانداردهای ملی و بین‌المللی به تولید بپردازند که لازمه این کار برخورداری از طرح‌ها و ایده‌های ناب و کاربردی،

نیروی کار ماهر، تیم‌های متخصص تحقیق و توسعه، فناوری‌های به روز بومی (حاصل طراحی کارآفرینان) یا وارداتی و تیم بازاریابی قوی است.

با این تفاسیر، اگر امروز کسی ایده‌ای برای یک محصول جدید دارد - حتی اگر مهارت‌های فنی برای انجام این کار را داشته باشد - نمی‌تواند آن محصول را در مقیاس بزرگ بدون سرمایه‌گذاری قابل توجه تولید کند اما با شکل‌گیری و توسعه کانون‌های تولیدی خرد ما شاهد کارخانجات کوچک مقرون به صرفه خواهیم بود که موج جدیدی از نوآوری را در سراسر صنایع هدایت می‌کنند، زیرا تولید برای همه مردم قابل دسترسی است. از سویی، احتمال وجود کارخانه‌های کوچک‌تر و پراکنده با اکوسیستم‌های همراه که به بازارهای منطقه خدمت می‌کنند، در مقایسه با یک مرکز تولید بزرگ که محصول را به سراسر جهان ارسال می‌کند، ممکن است برخلاف تصور صنعت به کارایی هزینه و مقیاس باشد زیرا بومی سازی در تولید، نه تنها نوآوری را امکان پذیر می‌کند، بلکه هزینه را کاهش و کارایی را ارتقا می‌دهد (Malek Akhlagh et al., 2023).

۲-۲) اهداف و مزایای ایجاد و توسعه کانون‌های تولیدی خرد و کوچک

فارغ از تعاریف مختلف برای کسب و کارهای خرد و کوچک مقیاس، هدف از ایجاد توسعه آنها در کلیه کشورها عبارتند از: (۱) ایجاد فرصت‌های اشتغال در مقیاس بزرگ برای بیکاران به سرعت با سرمایه‌گذاری نسبتاً کم؛ (۲) ریشه کن کردن مشکل بیکاری از کشور؛ (۳) تشویق به پراکندگی بنگاه‌های اقتصادی در سراسر کشور که مناطق روستایی، شهرهای کوچک‌تر و مناطق کم‌بهره اقتصادی؛ (۴) قرار دادن مناطق کم‌بهره در جریان اصلی توسعه ملی؛ (۵) توسعه متوازن منطقه‌ای در کل کشور؛ (۶) اطمینان از توزیع عادلانه ثروت و درآمد ملی؛ (۷) تشویق به بسیج مؤثر منابع دست نخورده کشور؛ (۸) بهبود شرایط اجتماعی - اقتصادی و سطح زندگی مردم؛ (۹) به دست آوردن فرصت‌های بزرگ ایجاد شده برای شرکت‌های کوچک به دلیل سیاست‌های آزادسازی و جهانی‌سازی دولت؛ (۱۰) برای کمک به درآمد ارزی حیاتی کشور از طریق صادرات کالا و (۱۱) درآمد بیشتر از طریق مالیات برای دولت و استان‌ها. نظر به اهمیت توجه به کسب و کارهای کوچک مقیاس، مقایسه‌ای تطبیقی بین رویکرد سنتی تولید در مقابل رویکرد کارگاه‌های تولیدی خرد در قالب جدول ۱ صورت گرفت که در واقع مزیت‌های صنایع کوچک مقیاس را در مقایسه با صنایع بزرگ در عصر حاضر نشان می‌دهد.

جدول ۱: رویکرد سنتی تولید در مقابل رویکرد کارگاه تولیدی خرد و کوچک

ویژگی	رویکرد تولید سنتی (بزرگ)	رویکرد کارگاه تولیدی خرد و کوچک
هزینه سرمایه مورد نیاز	بسیار زیاد	متوسط
هزینه سیستم توزیع	۲۵ تا ۴۰ درصد از قیمت نهایی محصولات	۵ تا ۱۰ درصد
سود	۳ تا ۵ درصد از قیمت نهایی محصولات	۲۰ تا ۲۵ درصد
ریسک	بالا	متوسط
سفارشی سازی	دشوار جهت اجرا	آسان
تأثیرات زیست محیطی	بالا	کم
مناسب برای سرمایه‌گذاری	بازار توسعه یافته	بازارهای نوظهور یا در حال ظهور
حجم نقطه سر به سر	بالا	کم
زمان تحویل محصول	بالا	کم

منبع: Future Bridge Analysis

طبق اطلاعات جدول ۱، از مزیت‌های کارگاه‌های تولیدی خرد و کوچک در مقایسه با رویکرد تولید سنتی یا کارگاه‌های تولید بزرگ می‌توان به افزایش نوآوری، هزینه کمتر، بهره‌وری بالاتر و حمایت از تولید سفارشی و سهولت سفارشی‌سازی، سهولت توزیع و عرضه محصول، نیروی کار ارزان، سودآوری بالا، سرمایه اندک برای راه‌اندازی اشاره نمود.

۳) روش‌شناسی پژوهش

۳-۱) روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی است؛ زیرا به دنبال رفع چالش‌های موجود پیش‌روی توسعه کانون‌های تولیدی خرد و کارگاه‌های کوچک بر اساس آسیب‌شناسی و شناخت مسائل و چالش‌های موجود، ارائه راهکارهای توسعه‌ای- کاربردی در زمینه‌های سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ تولید و اشتغال؛ بازاریابی و فروش و تدوین استراتژی‌های مناسب برای شکل‌گیری و توسعه کانون‌های تولیدی خرد و کوچک برای استان گیلان است. از نظر روش گردآوری داده‌ها، پژوهش حاضر از نوع کیفی است و به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد.

۳-۲) جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان بخش دولتی اعم از (اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛ اداره کل صنعت، معدن و تجارت، شرکت شهرک‌های صنعتی، سازمان جهاد کشاورزی، اداره کل امور اقتصادی و دارایی استان گیلان)؛ فعالان بخش خصوصی و تعاونی اعم از (اعضای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، مدیران تشکلهای و اتحادیه‌ها و تعاونی‌های تولیدی و مدیران شرکت‌ها و کارگاه‌های تولیدی خرد، کوچک و متوسط فعال در استان گیلان) بود. نمونه پژوهش حدود ۱۰۰ نفر از فعالان بخش دولتی و خصوصی-تعاونی جهت احصا چالش‌های پیش‌روی کانون‌های تولید خرد و کوچک و همچنین احصا راهکارهای بهبود سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ تولید و اشتغال؛ بازاریابی و فروش تعیین شد و برای نمونه‌گیری از روش در دسترس و گلوله‌برفی استفاده شد و فرم‌های نظرسنجی بین افراد نمونه توزیع گردید و ۸۳ مورد از آنها به صورت تکمیل شده، گردآوری شد.

۳-۳) روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات

روش کتابخانه‌ای: در این پژوهش، به منظور شناخت ادبیات و مبانی نظری موضوع مورد بررسی، از روش کتابخانه‌ای و مطالعات اسنادی استفاده گردیده است. در این روش از مطالعات کتابخانه‌ای برای مروری بر مبانی نظری و همچنین ایده‌های کسب و کارهای خرد و کوچک کشورهای نوظهور اقتصادی، توسعه‌یافته و در حال توسعه جهت مقایسه تطبیقی و پاسخ به سؤال پژوهش استفاده گردیده است.

روش میدانی: در پژوهش حاضر تلاش شده تا با مراجعه به قلمرو مکانی مطالعه و توزیع فرم‌های نظرسنجی یا پرسشنامه محقق ساخته بین افراد نمونه، از آنان درخواست شود که با پاسخ به سؤالات باز، داده‌های مورد نیاز را به صورت کدهای باز در اختیار پژوهشگر قرار دهند. فرم‌های نظرسنجی به صورت جدول ۲ طراحی و از خبرگان درخواست شد ابتدا ۵ مشکل یا چالش اساسی حوزه‌های سرمایه‌گذاری، تولید و اشتغال و بازاریابی، عرضه و فروش

(داخلی و خارجی) که پیش روی راه‌اندازی و توسعه کارگاه‌های تولیدی خرد، کوچک و متوسط در استان گیلان وجود دارد را از دیدگاه خود مطرح کرده و متعاقباً ۵ راهکار اساسی را متناسب با هر یک ارائه نمایند.

جدول ۲: پنج مسأله یا مانع اساسی پیش روی ایجاد و توسعه کارگاه‌های تولیدی خرد و کوچک

سؤال	در حوزه سرمایه‌گذاری	در حوزه تولید و اشتغال	در حوزه بازاریابی، عرضه و فروش
چالش‌ها (مسائل و موانع)	-۱	-۱	-۱
	-۲	-۲	-۲
	-۳	-۳	-۳
	-۴	-۴	-۴
	-۵	-۵	-۵
راهکارها	-۱	-۱	-۱
	-۲	-۲	-۲
	-۳	-۳	-۳
	-۴	-۴	-۴
	-۵	-۵	-۵

۳-۴) روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات

رویکرد مقایسه تطبیقی: در این روش از جداول مقایسه‌ای برای تبیین ایده‌های نوین کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط کشورهای نوظهور، توسعه یافته و در حال توسعه بهره گرفته شد و در نهایت پس از جمع‌بندی، کانون‌های تولیدی یا رسته‌های فعالیت اولویت‌دار براساس تجارب جهانی معرفی و شناسایی گردید.

تحلیل مضمون: در بخش کیفی پژوهش، از روش تحلیل تحلیل مضمون که روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است، استفاده شده است. تحلیل مضمون، صرفاً روش کیفی خاصی نیست بلکه فرایندی است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی به کار رود. مراحل تحلیل مضمون به شرح ذیل است و به طور خلاصه در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱: مراحل تحلیل مضمون

۱. آشنا شدن با داده‌ها: هنگام شروع تحلیل مضمون، ممکن است خود پژوهشگر داده‌ها را جمع کند یا این که داده‌های تحقیق در اختیار او قرار گیرد. اگر خود پژوهشگر داده‌ها را (از طریق رسانه‌ها و منابع مختلف) جمع کند، به هنگام تحلیل، از دانش و مبنای تحلیلی اولیه برخوردار خواهد بود.
۲. ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری: گام دوم، زمانی آغاز می‌شود که پژوهشگر، داده‌ها را مطالعه کرده و با آن‌ها آشنا شده باشد. همچنین، فهرستی اولیه از ایده‌های موجود در داده‌ها و نکات جالب آن‌ها، تهیه کرده باشد؛ لذا این گام، مستلزم ایجاد کدهای اولیه از داده هاست.
۳. جست‌وجو و شناخت مضامین: گام سوم، وقتی شروع می‌شود که همه داده‌ها، کدگذاری اولیه و گردآوری شده باشد و فهرستی طولانی از کدهای مختلف در مجموعه داده‌ها، شناخته شده باشد. در این گام که به تحلیل در سطحی کلان‌تر از کدها تمرکز دارد کدهای مختلف در قالب مضامین مرتب می‌شود و همه داده‌های کدگذاشته مرتبط با هر یک از مضامین، شناخته و گردآوری می‌شود.
۴. ترسیم شبکه مضامین: گام چهارم وقتی شروع می‌شود که پژوهشگر، مجموعه‌ای از مضامین را پیشنهاد و بخواهد آن‌ها را پالایش کند. مضامین شناخته، منبع اصلی تشکیل شبکه‌های مضامین است. طی این گام، مشخص خواهد شد که برخی مضامین پیشنهادشده، واقعاً مضمون نیستند، برخی مضامین با همدیگر هم پوشانی دارد و ممکن است لازم باشد سایر مضامین به مضامین جداگانه‌ای تفکیک شود.
۵. تحلیل شبکه مضامین: گام پنجم وقتی شروع می‌شود که پژوهشگر به شبکه مضامین رضایت‌بخشی رسیده باشد. در این حالت، می‌تواند مضامین پیشنهادشده جهت تحلیل داده‌ها را تعریف و تعدیل، و داده‌ها را بر اساس آن‌ها تحلیل کند. در این گام، شبکه‌های مضامین رسم شده، بررسی و تجزیه و تحلیل می‌شود. همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد، شبکه‌های مضامین، ابزاری برای تحلیل هستند، نه خود تحلیل.
۶. تدوین گزارش: گام ششم، وقتی آغاز می‌شود که مجموعه کاملی از مضامین نهایی، فراهم شده باشد. در این مرحله، تحلیل و تدوین گزارش نهایی تحقیق، صورت می‌گیرد. هدف از نوشتن تحلیل مضمون این است که حکایت کامل و پیچیده موجود در داده‌ها را به گونه‌ای بیان شود که خواننده درباره اعتبار و صلاحیت تحلیل پژوهشگر، متقاعد شود.

۴ یافته‌ها

۴-۱) یافته‌های مربوط به مقایسه تطبیقی

نگاهی به اقتصاد برخی کشورهای توسعه‌یافته، در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور نیز نشان می‌دهد که اغلب آنها تمرکز خود را از کارگاه‌های بزرگ به سمت کارگاه‌های تولیدی خرد، کوچک، متوسط^۱ (MSMEs) سوق داده‌اند، به طوری که در اغلب اقتصادهای نوظهور و توسعه‌یافته اقتصادی از جمله قزاقستان (OECD, 2020)، جمهوری آذربایجان (OECD, 2020)، سریلانکا (Rajapakshe et al., 2020)، ترکیه (Erdin and Ozkaya, 2020)، هند (Confederation of Indian Industry, 2020; SME Chamber of India, 2021)، روسیه (OECD, 2020)، پاکستان (Ali et al., 2020) آفریقای جنوبی (Ali et al., 2020; World Bank Group, 2018)، (Annerie et al., 2020; Kalidas et al., 2020).

¹ Micro, Small and Medium Enterprises

بنگلادش (Biswas et al., 2017; Iqbal et al., 2020) و مالزی (Ambad et al., 2020) کارگاه های خرد و متوسط بیش از ۹۰ درصد کل از اقتصادهای آنها را تشکیل می دهد و بالاترین نرخ رشد اشتغال را ایجاد نموده و سهم عمده ای از تولیدات صنعتی و صادرات را تشکیل می دهند. اینگونه کارگاه های تولیدی زمانی تأثیر بسزایی بر اقتصاد کشور می گذارند که با توجه به ویژگی های جغرافیایی هر منطقه به صورت کانون های تولیدی خرد یا در واقع مجموعه ای از شرکت های تولیدی در یک رسته فعالیت اقتصادی شناسایی شده و بین شرکت های خرد و کوچک تولیدی برای انجام فعالیت های تکمیلی تقسیم کار صورت گیرد و محصولات و کالاهایی تولید شوند که متناسب با نیازهای استانی، ملی- منطقه ای و بین المللی باشند و از انجام فعالیت های اقتصادی اشباع شده که بازاری برای مصرف ندارند اجتناب شود. در این صورت، شناسایی کانون های سرمایه گذاری در حوزه، تولید، اشتغال و کارآفرینی، در جذب بهینه تسهیلات خرد و اشتغال زا با توجه به ظرفیت های استانی مؤثر خواهند بود و توسعه کانون های تولیدی خرد و کارگاه های کوچک و حمایت از آنان در شرایط کنونی کشور می تواند راهگشا باشد. در این بخش به روش مقایسه تطبیقی، ایده های کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط تولیدی در ۹ کشور منتخب شامل بنگلادش، پاکستان، مالزی، هند، چین، هنگ کنگ، تایوان، روسیه، ترکیه از ۳ منطقه اعم از جنوب شرق آسیا، جنوب آسیا و اوراسیا صورت گرفته تا مشخص شود که این کشورها بیشتر بر روی کدام رسته از فعالیت ها متمرکز شده اند.

پس از بررسی ایده های برتر کسب و کارهای تولیدی خرد، کوچک و متوسط کشورهای بنگلادش، هند، چین، مالزی، ترکیه، تایوان و هنگ کنگ، روسیه و پاکستان از شرق و غرب کشور؛ بیش از ۱۰۰ ایده کسب و کار تولیدی کوچک مقیاس شناسایی و با توجه به نوع و ماهیت فعالیت ها در قالب ۱۶ رسته اولویت دار دسته بندی و در قالب شکل ۲ نشان داده شد. شایان ذکر است، برخی از ایده های مذکور در سطح کشور و همچنین در سطح استان گیلان به صورت کم و بیش در حال انجام است.

۲. صنایع غذایی: فرآوری مواد غذایی (شیرینی و شکلات، بیسکوئیت، تنقلات، ...)، محصولات دام و طیور، شیلات و غذای دریایی، بسته‌بندی مواد غذایی آماده و منجمد، محصولات کشاورزی تازه و یا سرد، افزودنی-های غذایی، مواد غذایی شبیه گوشت گیاهی
۳. تولید نهاده‌های کشاورزی، غذا و خوراک دام و طیور
۴. صنعت مد، پوشاک و لوازم جانبی: تولیدی کیف و کفش و چکمه، پوشاک چهار فصل، پوشاک مجلسی، پوشاک ورزشی، پوشاک اداری، لوازم جانبی (دستبند، موبند، کمربند، دستکش، کلاه زمستانی، زیورآلات مو، جواهر آلات، پردازش فلزات گرانبها مثل طلا، جوارب، حوله و دستمال) ...
۵. تولیدی محصولات چرمی
۶. قطعات وسایل نقلیه موتوری و غیرموتوری: محصولات و قطعات خودرو، لوازم جانبی و یدکی خودرو، قطعات دوچرخه و موتورسیکلت
۷. محصولات بهداشتی و مراقبت زیبایی، مواد شیمیایی و دارویی، محصولات دارویی، محصولات مراقبت پوست و مو، زیبایی، محصولات شیمیایی مثل صابون مایع و جامد و ... پاک کننده سطوح
۸. لوازم و تجهیزات مصرفی پزشکی، (تجهیزات و لوازم دندان پزشکی، ابزار تشخیصی، تجهیزات بیمارستانی، اقلام یکبار مصرف پزشکی، محصولات ارتوپدی و مصنوعی)، تجهیزات علمی و آزمایشگاهی
۹. محصولات بیوشیمیایی و کود زیستی
۱۰. اقلام اداری و لوازم التحریر
۱۱. طراحی و تولید مبلمان (از پلاستیکی تا چوبی)
۱۲. محصولات پلاستیکی، مصنوعات و ظروف پلاستیکی
۱۳. تولید و لوازم آشپزخانه یا لوازم خانگی کوچک
۱۴. کارهای دستی و هنری و صنایع دستی (فرش، قالیچه، تابلوفرش، هدایا و کارهای هنری (نشان‌ها، پلاک‌ها، لوازم آرایشی، ظروف سرامیکی و چینی، دکوراسیون کریسمس (عید نوروز)، زنجیر کلید، صنایع دستی و ...)
۱۵. ادوات و تجهیزات کوچک مقیاس مربوط به کشاورزی، ابزارآلات و ساخت ابزار و قطعات کوچک ماشین آلات
۱۶. تولید اسباب بازی، وسایل سرگرمی و تفریحی و کالاهای ورزشی (پلاستیکی، چوبی، پارچه‌ای، الکترونیکی)



شکل ۲: رسته‌های فعالیت کسب و کارهای تولیدی خرد و کوچک ۹ کشور منتخب

پس از تبیین ۱۶ رسته فعالیت برای کانون‌های تولیدی از طریق مقایسه تطبیقی ۹ کشور، با توجه به سالنامه آماری استان گیلان که توسط سازمان برنامه و بودجه و مرکز ملی آمار ایران تهیه می‌گردد و همچنین با عنایت به اولویت‌های مندرج در سند آمایش استان گیلان و همچنین طرح تکاپوی مربوط به اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی، در نهایت برای استان گیلان نیز ۱۶ کانون اصلی تولید برای ایجاد، تقویت و احیاء و رشد و توسعه به صورت شکل ۳ تهیه گردید؛ با این تفاوت که گروه محصولات نسبت به خروجی مقایسه تطبیقی گسترش یافت و ۲۳۰ گروه محصول نیز معرفی شد.



شکل ۳: ۱۶ کانون تولیدی خرد و کوچک و ۲۳۰ گروه محصول

۴-۲) یافته‌های تحلیلی فرم‌های نظرسنجی

پس از تعیین کانون‌های تولیدی اولویت‌دار، ۱۰۰ فرم بین فعالان بخش دولتی و خصوصی توزیع گردید و در رابطه با چالش‌های پیش روی راه‌اندازی این ۱۶ کانون و راهکارهای رفع چالش‌های پیش روی ایجاد و توسعه کانون‌های تولیدی مورد نظر توزیع گردید و در مجموع ۸۳ فرم تکمیل و عودت داده شد که این یعنی نرخ بازگشت فرم‌های نظرسنجی ۸۳ درصد بوده است. با توجه به محدودیت‌ها، خلاصه نتایج مربوط به یافته‌های گردآوری شده به تفکیک چالش‌ها و راهکارهای بخش‌های سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ تولید و اشتغال؛ بازاریابی؛ توزیع، فروش داخلی و خارجی (صادرات) اشاره شده است.

۴-۲-۱) معرفی چالش‌های پیش روی راه‌اندازی و توسعه کانون‌های تولیدی در گیلان

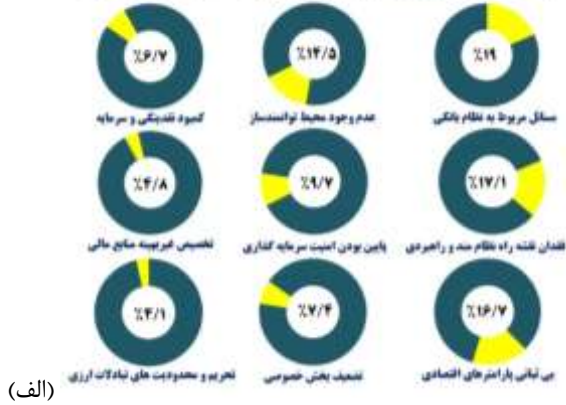
در شکل ۴، جمع‌بندی چالش‌های مربوط به سرمایه‌گذاری، تولید و فروش کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در استان گیلان اشاره شده است.



شکل ۴: جمع‌بندی چالش‌های سرمایه‌گذاری، تولید و فروش کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در استان گیلان

براساس اطلاعات شکل ۴، از دیدگاه خبرگان و مدیران بخش‌های دولتی و فعالان اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی، ۲۶۹ کُد باز برای چالش‌های مربوط به حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ ۲۶۶ کُد باز برای چالش‌های مربوط به حوزه تولید و اشتغال و ۲۳۲ کُد باز برای چالش‌های مربوط به حوزه بازاریابی و فروش (تجارت) احصاء گردید و پس از دسته‌بندی و تعیین مضامین اصلی، در نهایت ۹ چالش اصلی در حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ ۹ چالش اصلی در حوزه تولید و اشتغال و ۹ چالش اصلی در حوزه بازاریابی و فروش معرفی شد. در ادامه به تبیین چالش‌های هر یک از موارد سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ تولید و اشتغال؛ و بازاریابی و فروش به صورت تفصیلی و در قالب نمودارهای دایره‌ای و میله‌ای بر اساس بیشترین تکرار و فراوانی پرداخته شده است.

۹ چالش اصلی پیش روی سرمایه گذاری در حوزه کسب و کار استان گیلان

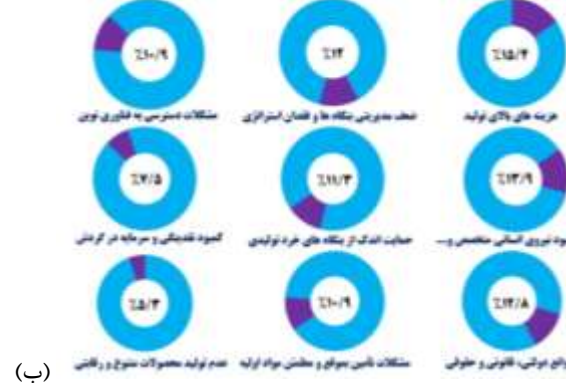


(الف)

۹ چالش اصلی در حوزه سرمایه گذاری و تأمین مالی

درصد	میزان تکرار	شرح
۱۹٪	۵۱	مسائل مربوط به نظام بانکی در راستای امکان تسهیلات بهنگام و با نرخ بهره بانکی
۱۷/۱٪	۴۶	فقدان نقش راه نظام مند و عدم جهت گیری راهبردی ملی از بُعد اطلاعاتی-زیربنایی
۱۴/۵٪	۴۵	تضعیف مستمر و بی ثباتی بازارهای خرد و کلان اقتصادی
۹/۷٪	۳۹	عدم وجود محیط نوآیندسازی و وجود بوناب دولتی، قانونی و حقوقی
۹/۷٪	۳۶	پایین بودن امنیت سرمایه گذاری داخلی و خارجی و ریسک بالای سرمایه گذاری
۷/۴٪	۲۰	محدودیت توانایی و پهنای و تضعیف پهنای اقتصادی
۴/۸٪	۱۸	کسود قدیمی و فقدان سرمایه از برای راه اندازی کسب و کار از سوی اکثر اقشار
۴/۸٪	۱۳	کسود معیاش ملی دولتی در توزیع معیاش ملی و تضعیف زیر بنای معیاش دولتی
۴/۱٪	۱۱	تخریب های سیاسی و اقتصادی و محدودیت های بنیادین مالی و تعاریف

۹ چالش اصلی پیش روی تولید و اشتغال در حوزه کسب و کار استان گیلان

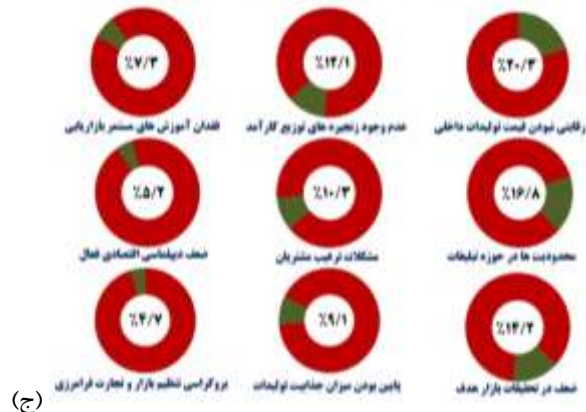


(ب)

۹ چالش اصلی در حوزه تولید و اشتغال

درصد	میزان تکرار	شرح
۱۵/۴٪	۴۱	خرجه های بالای تولید (سرمه، مواد اولیه، اجناس انرژی، حمل و نقل، تجهیزات و ...)
۱۴٪	۳۴	مشکلات مربوط به نیروی انسانی آموزش و مهارت، بهره‌وری، آشنایی
۱۴/۸٪	۳۳	مواد و مشکلات قانونی، حقوقی و دولتی
۱۴٪	۳۳	تضعیف مدیریت شبکه‌ها و نبود برندهای رقابتی و استراتژی‌های توسعه‌گرا
۱۱/۴٪	۳۰	محدودیت توانایی و پهنای اقتصادی خرد و کوچک تولیدی با در اولویت بودن معیاش از آن
۱۰/۹٪	۲۹	کسود مواد اولیه مربوط و با کیفیت و مشکلات تأمین مواد و معیاش آن
۱۰/۹٪	۲۹	عدم دسترسی به فناوری‌های نوین و مشکلات خرید ماشین آلات با کیفیت به دلیل تحریم
۹/۷٪	۲۰	محدودیت توانایی و سرمایه در گردش و بازاریابی بودن با عدم دسترسی به تسهیلات
۵/۳٪	۱۴	پایین بودن توان رقابتی به دلیل عدم تولیدات متنوع، با کیفیت و در تراز جهانی

۹ چالش اصلی پیش روی بازارهای، عرضه و فروش در حوزه کسب و کار استان گیلان



(ج)

۹ چالش اصلی در حوزه بازارهای، عرضه و فروش داخلی و خارجی

درصد	میزان تکرار	شرح
۲۰/۴٪	۳۶	رقابتی بودن قیمت محصولات داخلی در مقایسه با محصولات مشابه خارجی
۱۹/۸٪	۳۹	محدودیت های بسیار در حوزه تبلیغات آگهی از دانشی، زیربنایی، قانونی و مالی
۱۴/۱٪	۳۳	تضعیف در حوزه حکم و تعقیبات بازارهای هدف داخلی و خارجی
۱۳/۱٪	۲۸	عدم وجود زیربنای برای توزیع و پهنای کارآمد و تضعیف در شبکه های حمل و نقل
۱۰/۳٪	۲۲	مشکلات ترقیب مشتریان آمو از مشکلات اقتصادی- معیشتی و فرهنگی
۹/۱٪	۲۱	پایین بودن میزان حمایت محصولات تولیدی در مقایسه با محصولات مشابه بازار
۷/۴٪	۱۷	فقدان آموزش مستعد بازارهای، عرضه کننده کار و فروشندگان طبق استاندارد جهانی روز
۵/۲٪	۱۴	تضعیف دیپلماسی سیاسی اقتصادی برای رفع تعریض و محدودیت های تعاریف و بانکی
۴/۷٪	۱۱	تضعیف دیپلماسی سیاسی اقتصادی برای رفع تعریض و محدودیت های تعاریف و بانکی

شکل ۵: چالش های پیش روی راه اندازی و توسعه کانون های تولید خرد و کوچک در استان گیلان

براساس اطلاعات مندرج در شکل ۵-الف:

• مسائل مربوط به نظام بانکی در راستای اعطای تسهیلات با ۵۱ بار تکرار و سهمی معادل ۱۹ درصد در صدر چالش‌های پیش روی سرمایه‌گذاری و تأمین مالی برای راه‌اندازی و اداره کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد. شایان ذکر است که چالش‌های مالی فقط شامل همین یک مورد نیست بلکه، مجموع مسائل مربوط به نظام بانکی، کمبود نقدینگی و فقدان سرمایه لازم (آورده سرمایه‌گذار و فعال اقتصادی یا کارآفرین)، کمبود حمایت‌های مالی در توزیع منابع مالی از سوی دولت و همچنین تغییرات پارامترهای کلان اقتصادی از جمله نرخ تورم، نوسان نرخ ارز نیز در صورت تجمیع سهم چالش‌های مالی و اقتصادی را به بیش از ۴۷/۲ درصد می‌رساند.

• همچنین تحریم‌های سیاسی و اقتصادی و محدودیت‌های تبادلات مالی و تجاری با ۱۱ بار تکرار و سهمی ۴/۱ درصد به عنوان نهمین چالش مهم پیش روی سرمایه‌گذاری و تأمین مالی برای راه‌اندازی و اداره کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

براساس اطلاعات مندرج در شکل ۵-ب:

• هزینه‌های بالای تولید (دستمزد، مواد اولیه، حامل انرژی، حمل و نقل و ...) با ۴۱ بار تکرار و سهمی معادل ۱۵/۴ درصد در صدر چالش‌های پیش روی تولید و اشتغال کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

• همچنین پایین بودن توان رقابتی به دلیل عدم تولیدات متنوع، باکیفیت و در تراز جهانی با ۱۴ بار تکرار و سهمی ۵/۳ درصد به عنوان نهمین چالش مهم پیش روی تولید و اشتغال کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

براساس اطلاعات مندرج در شکل ۵-ج:

• رقابتی نبودن قیمت محصولات داخلی در مقایسه با محصولات مشابه خارجی با ۴۷ بار تکرار و سهمی معادل ۲۰/۳ درصد در صدر چالش‌های پیش روی بازاریابی و فروش محصولات کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

• همچنین بروکراسی اداری و مشکلات تنظیم بازار و تجارت فرامرزی با ۱۱ بار تکرار و سهمی ۴/۷ درصد به عنوان نهمین چالش مهم پیش روی بازاریابی و فروش محصولات تولیدی کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان در سطح بازار داخلی و بازاریابی خارجی (تجارت بین‌المللی) مطرح شد.

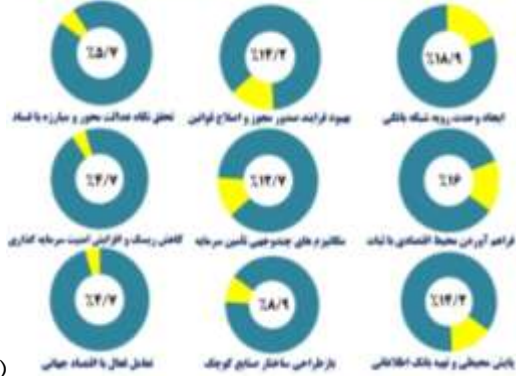
۴-۲-۲) معرفی راهکارهای رفع چالش‌ها، راه‌اندازی و توسعه کانون‌های تولیدی در گیلان

در شکل ۶، جمع‌بندی راهکارهای مربوط به سرمایه‌گذاری، تولید و فروش کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در استان گیلان اشاره شده است.



شکل ۶: جمع‌بندی راهکارهای سرمایه‌گذاری، تولید و فروش کانون‌های تولیدی خرد و کوچک در استان گیلان براساس اطلاعات شکل ۶، از دیدگاه خبرگان و مدیران بخش‌های دولتی و فعالان اقتصادی بخش خصوصی و تعاونی، ۲۱۲ کُد باز برای راهکارهای مربوط به حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ ۲۰۶ کُد باز برای راهکارهای مربوط به حوزه تولید و اشتغال و ۱۵۲ کُد باز برای راهکارهای مربوط به حوزه بازاریابی و فروش (تجارت) احصاء گردید و پس از دسته‌بندی و تعیین مضامین اصلی، در نهایت ۹ راهکار اصلی در حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ ۹ راهکار اصلی در حوزه تولید و اشتغال و ۹ راهکار اصلی در حوزه بازاریابی و فروش معرفی شد. در ادامه به تبیین راهکارهای هر یک از موارد سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ تولید و اشتغال؛ و بازاریابی و فروش به صورت تفصیلی و در قالب نمودارهای دایره‌ای و میله‌ای بر اساس بیشترین تکرار و فراوانی پرداخته شده است.

۹ راهکار اصلی بهبود سرمایه گذاری و تأمین مالی در حوزه کسب و کار استان گیلان



(الف)

۹ راهکار اصلی بهبود در حوزه سرمایه گذاری و تأمین مالی

درصد	میزان تکرار	توضیحات
۳۰٪	۳۰	ایجاد وحدت رویه شبکه بانکی جهت امکان تسهیلات بانکی، ضمانت و قفل شدن فرآیند آزرین محیط اقتصادی با نهاد و امکان پیوسته‌های متنوع جهت فراهم کردن
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان

۹ راهکار اصلی بهبود تولید و اشتغال در حوزه کسب و کار استان گیلان

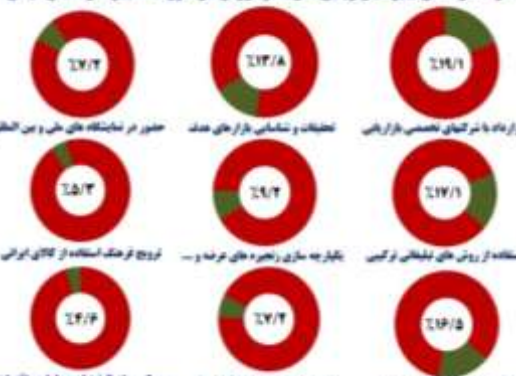


(ب)

۹ راهکار اصلی بهبود در حوزه تولید و اشتغال

درصد	میزان تکرار	توضیحات
۳۰٪	۳۰	ایجاد یمن و محیط مناسب برای تولید و رشد اقتصادی از طریق بهبود فضای کسب و کار
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان

۹ راهکار اصلی بهبود بازاریابی، عرضه و فروش در حوزه کسب و کار استان گیلان



(ج)

۹ راهکار اصلی بهبود در حوزه بازاریابی، عرضه و فروش داخلی و خارجی

درصد	میزان تکرار	توضیحات
۳۰٪	۳۰	ایجاد فرآیند بازاریابی تخصصی ملی و بین‌المللی در حوزه آموزش، مشاوره و بازاریابی
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان
۲۳٪	۲۳	بازرسی مجدد وضعیت مالی و سرمایه‌های موجود در استان گیلان

شکل ۷: راهکارهای رفع موانع، راه‌اندازی و توسعه کانون‌های تولید خرد و کوچک در استان گیلان

براساس اطلاعات مندرج در شکل ۷-الف:

- ایجاد وحدت رویه شبکه بانکی جهت اعطای تسهیلات بهنگام، هدفمند و غیره با ۴۰ بار تکرار و سهمی معادل ۱۸/۹ درصد در صدر راهکارهای اصلی بهبود سرمایه‌گذاری و تأمین مالی برای راه‌اندازی و اداره کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.
- همچنین تعامل با اقتصاد جهانی به منظور جذب سرمایه‌گذاری خارجی و مبادلات ارزی با ۱۰ بار تکرار و سهمی ۴/۷ درصد به عنوان نهمین راهکار بهبود سرمایه‌گذاری و تأمین مالی برای راه‌اندازی و اداره کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

براساس اطلاعات مندرج در شکل ۷-ب:

- ایجاد بستر مناسب برای تولید و رشد از طریق بهبود فضای کسب و کار با ۴۰ بار تکرار و سهمی معادل ۱۹/۴ درصد در صدر راهکارهای اصلی بهبود تولید و اشتغال کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.
- همچنین تعامل با اقتصاد جهانی به منظور جذب سرمایه‌گذاری خارجی و مبادلات ارزی با ۵ بار تکرار و سهمی ۲/۴ درصد به عنوان نهمین راهکار بهبود تولید و اشتغال کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

براساس اطلاعات مندرج در شکل ۷-ج:

- انعقاد قرارداد با شرکت‌های تخصصی در حوزه آموزش، مشاوره و بازاریابی با ۲۹ بار تکرار و سهمی معادل ۱۹/۱ درصد در صدر راهکارهای اصلی بهبود بازاریابی و فروش محصولات تولیدی کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.
- همچنین بهره‌گیری از ظرفیت‌های دیپلماسی فعال اقتصادی و بکارگیری رایزنان بازرگانی و فرهنگی با ۷ بار تکرار و سهمی ۴/۶ درصد به عنوان نهمین راهکار اصلی بهبود بازاریابی و فروش محصولات تولیدی کسب و کارهای خرد و کوچک در استان گیلان مطرح شد.

نتیجه‌گیری

همانطور که اشاره شد، بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته و نوظهور اقتصادی از کسب و کارهای کوچک مقیاس برای رشد و توسعه اقتصادی خود استفاده می‌کنند و مجمع جهانی اقتصاد نیز از آنها به عنوان موتور محرکه و پیشران توسعه اقتصادی و تولید بومی یاد کرده است. در ایران نیز طی دهه ۹۰ از کسب و کارهای کوچک و متوسط و خرد به عنوان یکی از اشکال کسب و کار مهم یاد شد و در سیاست‌های جهش تولید و اشتغال از آن به عنوان اولویت یاد شد. زیرا کانون‌های تولیدی خرد و کوچک متشکل از کسب و کارها و کارگاه‌های تولیدی کوچک مقیاس و همگن در رشد و توسعه اقتصادی مناطق شهری و روستایی هر استان و کشور سهم بسزایی دارد و به واسطه مزیت‌ها و ویژگی‌هایی از جمله انعطاف‌پذیری، هزینه عملیاتی پایین، نرخ بالای سازگاری با شرایط، نیاز به سرمایه‌گذاری پایین‌تر نسبت به سایر اشکال تولیدی که این گونه کانون‌ها دارند، می‌توان از آنها برای شتاب بخشیدن به اقتصاد، جهش تولید و اشتغال‌زایی بهره‌برداری نمود. اما طی بررسی‌ها و آسیب‌شناسی‌ها مشخص شد که وضعیت این کانون‌ها در سرتاسر کشور یکسان نبوده و استان گیلان علی‌رغم مزیت‌ها و ظرفیت‌های بالای تولیدی و کشاورزی و نزدیکی به سواحل دریای خزر، مرزی بودن، دسترسی به مواد اولیه عمدتاً کشاورزی و نزدیکی به بازار تجاری و برخورداری از جاذبه‌های گردشگری نتوانسته است عملکرد مطلوبی داشته باشد. از طرفی مشخص شد که بانک اطلاعاتی دقیقی در رابطه با رسته‌های اولویت‌دار راه‌اندازی کسب و کارهای تولیدی کوچک مقیاس و همگن وجود



ندارد و علاوه بر آن، چالش‌های مختلفی پیش روی راه‌اندازی و توسعه کانون‌های تولیدی اولویت‌دار وجود دارد. لذا برای تهیه بانک اطلاعاتی در گام نخست با بهره‌گیری از رویکرد مقایسه تطبیقی با کشورهای همسایه و مشابه در جنوب شرق آسیا، جنوب آسیا و منطقه اوراسیا و متناسب با اطلاعات مندرج در سالنامه آماری و طرح آمایش سرزمین استان گیلان ۱۶ کانون تولیدی اولویت‌دار شناسایی و ۲۳۰ گروه محصول تولیدی در این ۱۶ کانون طبقه‌بندی گردید.

در گام بعد، با مطالعات میدانی و توزیع فرم‌های نظرسنجی بین فعالان و کارشناسان بخش دولتی و خصوصی - تعاونی، گردآوری و تحلیل داده‌ها به روش تحلیل مضمون مشخص شد که پیش روی راه‌اندازی و توسعه کانون‌های تولیدی اولویت‌دار، ۹ دسته چالش در حوزه سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، ۹ دسته چالش در حوزه اشتغال و تولید و ۹ دسته چالش در حوزه بازاریابی، فروش و تجارت وجود دارد. همچنین مشخص شد که برای رفع چالش‌های پیش روی سرمایه‌گذاری و تأمین مالی؛ چالش‌های حوزه اشتغال و تولید و چالش‌های حوزه بازاریابی، فروش و تجارت به ترتیب ۹ راهکار بهبود و توسعه‌ای ارائه شد که پیشنهاد می‌گردد حکمرانان و سیاستگذاران در سطح ملی و مسئولان دستگاه‌ها در سطح استانی از این راهکارها برای رفع چالش‌های مذکور و بهبود شرایط جهت راه‌اندازی و توسعه کانون‌های تولیدی خرد و کوچک بهره‌گیرند.

منابع

- Ali, S., Bilal, H., Ahmad, A. and Hussain, J. (2020). Major Barriers to Manufacturing SMEs Growth and Survival: Evidence from Emerging Economy Pakistan. *Review of Economics and Development Studies*, 6 (4), pp. 845-856.
- Ambad, S. N. A., Andrew, J. V. and Amit, D. H. D. A. (2020). Growth Challenges of SMEs: Empirical Evidence in Sabah, Malaysia. *ASEAN Entrepreneurship Journal (AEJ)*, 16(1), pp. 8-14.
- Annerie Botha, Sharon Ann Smulders, Hermanus Adriaan Combrink & Jacolize Meiring (2020): Challenges, barriers and policy development for South African SMMs – does size matter?, *Development Southern Africa*, DOI: 10.1080/0376835X.2020.1732872
- Biswas, S., Khan, A. and Sultana, T. (2017). Challenges of Internationalisation for the SMEs of Bangladesh. *The International Journal Of Business & Management*, 5(7), pp. 23-36.
- Confederation of Indian Industry (2020). Micro, Medium & Small Scale Industry/ www.cii.in
- Erdin, C. and Ozkaya, G. (2020). Contribution of small and medium enterprises to economic development and quality of life in Turkey. *Heliyon*, 6, e03215, pp. 1-14.
- Financing SMEs and Entrepreneurs 2020 : An OECD Scoreboard- Kazakhstan <https://www.oecd-ilibrary.org/>
- Financing SMEs and Entrepreneurs 2020 : An OECD Scoreboard- Russian Federation/ www.oecd-ilibrary.org
- Hanspal, A. (2019). Localized microfactories - the new face of globalized manufacturing. *World Economic Forum*
- Helal uz Zaman, A.K.M. and Jahirul Islam, Md. (2019). SMEs Development in Bangladesh: Problems and Prospects.
- Iqbal, K., Toufique, K. A., Iqbal, Z. and Ferdous Pabon, N. (2020). A Comparative Study on Clusters and non-Clusters Based SME Development in Bangladesh. *Bangladesh Institute of Development Studies (BIDS)- Small and Medium Enterprise Foundation (SMEF)*.
- Iran Chamber Research Center (1403). National Monitoring of Iran's Business Environment. Tehran: Center for Economic Statistics and Information and Monitoring of Principle 44.
- Iran Chamber Research Center (1403). Purchasing Managers Index Project. Tehran: Center for Economic Statistics and Information and Monitoring of Principle 44. (in Persian).
- Kalidas, S., Magwentshu, N. and Rajagopaul, A. (2020). How South African SMEs can survive and thrive post COVID-19. *McKinsey & Company*.
- Kianpour, Tolai, Leila (2018). Investigating the Role of Small and Medium-Sized Enterprises in the Development of Economic Activities in Malaysia. *Technological Growth*, Year 10, Issue 38, pp. 25-37. (in Persian).
- Malek Akhlagh, E.; Mehdizade, M.; Asadzadeh Manjili, S. (2023). Designing strategies for the development of micro-production centers and small workshops in line with job creation and production leap in Gilan Province. Research project, employer: General Directorate of Cooperatives, Labor and Social Welfare of Gilan Province. (in Persian).
- Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare (2017). Summary of studies and actions of the Sustainable Business and Employment Development Plan (Takapo) of Gilan Province. Tehran: Deputy of Entrepreneurship and Employment Development - Secretariat of the Takapo Plan. (in Persian).
- Ministry of Industry, Mine and Trade (1400). Iran's Industrial Policy Document in the Horizon of 1404 (at the Cross-Sectoral and Inter-Sectoral Levels) - Third Edition. Tehran: Deputy of Planning and Planning, Policy and Planning Office. (in Persian).
- OECD (2020). SME Policy Index: Eastern Partner Countries 2020 : Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe- Chapter 8. Azerbaijan: Small Business Act country profile- <https://www.oecd-ilibrary.org/>
- Rajapakshe, P.S.K., Jayasundara, JMSB., Prasanna, RPIR., Ekanayake, EMS. Gamage, N., Kumara, S., Abeyrathne, GAKNJ., Aravinda, MAKN., Bandara, KBTUK. and Senarath, BTDN. (2020). Investigation of Institutional and Legislative Barriers and Drivers for Sustainable Transition



- Development of SMEs in Sri Lanka: A Literature Review. Munich Personal RePEc Archive (MPRA), pp. 1-17.
- Razul Razali, A. and Qin, Y. (2013). A Review on Micro-manufacturing, Micro-forming and their Key Issues. *Procedia Engineering* 53, pp. 665–672.
- Research Center of the Islamic Consultative Assembly (1403). Investment Security Monitoring. Tehran: Center for Economic Statistics and Information and Monitoring of Principle 44.
- Sakhdari, Kamal and Aghili, Zahra (2018). Entrepreneurship Development; A Look at Small Businesses (Case Study: China). First National Conference on Research and Development in Management and Resistance Economy, Tehran, Institute of Culture and Art, Institute of Management and Development. (in Persian).
- SME Chamber of India (2021). About SMEs in India. www.smechamberofindia.com
- Statista (2021). Share of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) as part of India's GDP from financial year 2015 to 2019/ www.statista.com
- World Bank Group (2018). The unseen sector a report on the MSME opportunity in South Africa. International Finance Corporation. Pennsylvania Avenue, N.W.
- World Economic Forum (2019). Localized microfactories - the new face of globalized manufacturing.