

الگوی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط
۲. بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط:
تجربیات جهانی و راهکارهای توسعه در ایران

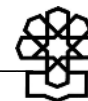
معاونت پژوهش‌های اقتصادی
دفتر: مطالعات اقتصادی

کد موضوعی: ۲۲۰
شماره مسلسل: ۱۴۳۵۴
مردادماه ۱۳۹۴

به نام خدا

فهرست مطالب

۱	چکیده
۲	مقدمه
۳	۱. تبیین اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد
۵	۲. سازوکار، چالش‌ها و راهکارهای جهانی در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۶	۱-۲. حساسیت و اهمیت تأمین مالی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۶	۲-۲. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و مفهوم «میان‌ه مفقوده»
۷	۲-۳. چالش‌های موجود و راهکارهای مقتضی در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۱۳	۳. عملکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در تجارب برخی کشورها
۱۳	۱-۳. ایالات متحده آمریکا
۱۴	۲-۳. انگلستان
۱۵	۳-۳. آلمان
۱۶	۳-۴. گروه استاندارد چارترد
۱۷	۳-۵. مالزی
۱۷	۳-۶. برزیل
۱۸	۳-۷. عمان
۱۸	۳-۸. اندونزی
۱۹	۳-۹. هندوستان
۲۰	۳-۱۰. تایلند
۲۱	۳-۱۱. تجربه برخی دیگر از کشورها
۲۲	۴. آسیب‌شناسی: نقش و عملکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد ایران
۲۲	۱-۴. جایگاه بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران
۲۹	۲-۴. سابقه بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط (در بانک صنعت و معدن)
۳۱	۳-۴. ریشه‌یابی تردیدها در خصوص تأسیس بانک (یا نهاد مالی) تخصصی، ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۳۳	جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها
۳۷	منابع و مأخذ



الگوی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط ۲. بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط: تجربیات جهانی و راهکارهای توسعه در ایران

چکیده

امروزه توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط به‌عنوان رمز توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده است. این کسب‌وکارها از طریق ایجاد کارآفرینی، خلق نوآوری و تحول در فناوری، پویایی بخشیدن به صنعت، ایجاد اشتغال و رشد درآمدها، بر اقتصاد ملی کشورها و متعاقباً بر اقتصاد جهانی تأثیرگذارند. با وجود این، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، با چالش‌های اساسی و دشواری‌هایی در زمینه تأمین مالی مواجهند. لذا با توجه به اهمیت نقش‌آفرینی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد، مرتفع ساختن تنگناهای موجود در حوزه تأمین مالی این کسب‌وکارها امری ضروری است و به‌منزله پیش‌نیاز اثربخشی فعالیت‌های آنها در اقتصاد محسوب می‌شود.

با توجه به بانک محور بودن نظام تأمین مالی تولید در ایران، توسعه بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌تواند با شناسایی دقیق نیازهای این بخش و ارائه مجموعه‌ای از خدمات (فراتر از صرفاً ارائه تسهیلات بانکی)، نقشی مؤثر در تأمین مالی این کسب‌وکارها ایفا کند. این در حالی است که بانک‌های تجاری به‌طور معمول، ارائه خدمات بانکی به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را امری پربیسک و چالش‌برانگیز تلقی می‌کنند. بدین ترتیب، تحقق بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مستلزم ریشه‌یابی مشکلات و مهیاسازی بسترسازی‌های اجرایی لازم است.

در گزارش حاضر، تلاش شده ضمن مروری بر تجارب موفق جهانی، سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بررسی و تصویری قابل درک از نحوه تعامل نظام بانکی و این کسب‌وکارها در ایران ترسیم شود. به‌نظر می‌رسد برای تسهیل و توسعه بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، پیش از هر اقدامی، باید بسته حمایتی قانونی و سیاستی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران تدوین و اجرا شود و محیط کسب‌وکار اصلاح گردد و نیز سازوکارهای مدیریتی بانک‌های تجاری در مواجهه با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مورد بازنگری واقع شوند تا باوری مشترک در خصوص قابلیت‌های این کسب‌وکارها حاصل آید. علاوه‌براین، تقویت زیرساخت‌های اطلاعاتی و گسترش بهره‌گیری از فناوری اطلاعات، کاستن از دیوان‌سالاری اداری، همچنین استفاده از ابزارهای مالی جدید پشتوانه‌هایی قدرتمند برای توسعه این نوع بانکداری محسوب می‌شوند. در مقابل، پایبندی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به تعهدات خود در قبال بانک‌ها، رابطه‌ای بلندمدت و اثربخش میان نظام بانکی و این بخش از نظام تولید به ارمغان خواهد آورد.

مقدمه

توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان موتور محرک اشتغال‌زایی و رمز توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده و اقتصاددانان برجسته دنیا همه به نوعی برتری این بخش را در راه توسعه اقتصادی بیان نموده‌اند.^۱ با این وجود، توسعه بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نه تنها با چالش‌های اساسی و خاص خود مواجه است، بلکه غالباً این کسب‌وکارها در دستیابی به رشد، با معضلات جدی‌تری (در قیاس با بنگاه‌های بزرگ) روبرو هستند.

فقدان دسترسی مناسب شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط به منابع تأمین مالی، به‌عنوان یکی از مهمترین چالش‌های رشد این شرکت‌ها تلقی می‌گردد.^۲ از آنجا که از نقطه‌نظر بانک‌های تجاری و مؤسسات تأمین مالی فعال در حوزه خدمات مالی کشورها، تأمین مالی و ارائه سایر خدمات مالی به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط غالباً پریسک‌تر و پرهزینه‌تر است، لذا معمولاً این شرکت‌ها با کم‌مهری و عدم امکان دریافت مناسب خدمات مالی از جانب نهادهای مالی مرسوم مواجه هستند.^۳ این در حالی است که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌طور خاص به خدمات بانکی نیاز دارند، زیرا آنها فاقد گردش مالی لازم برای انجام سرمایه‌گذاری‌های بزرگ هستند، قادر نیستند همانند کسب‌وکارهای بزرگ به بازارهای سرمایه دسترسی داشته باشند و غالباً از کارکنان ماهری در حوزه انجام کارکردهای مالی برخوردار نیستند.^۴ همچنین این کسب‌وکارها ممکن است به‌دلایلی چون صورت‌های مالی ناکافی یا عدم کفایت دارایی‌ها برای استفاده به‌عنوان وثیقه، با دشواری‌هایی در دریافت انواع وام‌ها مواجه شوند.^۵

یکی از ویژگی‌های اصلی تأمین منابع مالی در اقتصاد ایران، نقش محوری بانک‌ها در تأمین مالی بنگاه و کم‌توسعه‌یافتگی بازار سرمایه است.^۶ با وجود این، هنوز تأسیس یک بانک تخصصی مجزا برای ارائه خدمات بانکی، مشاوره‌ای، آموزشی، مدیریت وجوه و ... به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به مرحله اجرا نرسیده است. یافتن پاسخی مناسب در توضیح چرایی این موضوع، مستلزم انجام یک بررسی آسیب‌شناسانه در خصوص نحوه تعامل نظام بانکی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است که در گزارش حاضر به آن پرداخته شده است.

در همین راستا، بخش اول این گزارش به تبیین اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در

۱. شاهین شایان‌آرانی، بانکداری صنایع کوچک و متوسط، روزنامه تجارت، شماره ۳۳۷ دوشنبه ۲۴ آبان‌ماه ۱۳۹۳.

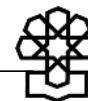
۲. همان.

۳. بانک صنعت و معدن، مطالعه امکان‌پذیری تأسیس بانک یا ایجاد واحد بانکداری شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در بانک صنعت و معدن، ویرایش پنجم، بهمن‌ماه ۱۳۹۲، ص ۲.

4. IFC (2010), The SME Banking Knowledge Guide (2010), IFC Advisory Services, Access to Finance, Washington, D.C.: IFC, p. 15.

5. Ibid, p. 16.

۶. نامه اتاق بازرگانی، نگاهی به چالش‌های تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی در ایران، سال ۸۵، ش ۸۱، مهر ۱۳۹۲، ص ۱۳.



اقتصاد اختصاص یافته است. در بخش دوم، سازوکار، چالش‌ها و راهکارهای جهانی در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ارائه شده است. در بخش سوم، به مروری بر عملکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در تجارب برخی کشورهای منتخب پرداخته شده است. در بخش چهارم، با ورود به اقتصاد ایران، آسیب‌شناسی بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، همچنین توصیف وضعیت کنونی این نوع بانکداری در ایران مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت، بخش پنجم به ارائه جمع‌بندی و ذکر نکات کلیدی گزارش حاضر اختصاص یافته است.

۱. تبیین اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد

در جهان امروز، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی به‌ویژه در اقتصادهای در حال توسعه پذیرفته شده‌اند. این بخش برای اقتصادهای ملی حائز اهمیت است، چون به‌طور معناداری به اشتغال و تولید ناخالص داخلی (GDP) کمک می‌کند. در ۳۰ کشور پردرآمد از اعضای سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD)، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، دوسوم اشتغال بخش رسمی را تشکیل می‌دهند.^۱ همچنین در تعدادی از کشورهای پردرآمد و نیز کشورهای با درآمد متوسط، این بخش بیش از نیمی از تولید ملی را بر عهده دارد.^۲ طبق برآوردها دستکم ۹۵ درصد از کسب‌وکارهای ثبت شده در سراسر جهان، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بوده‌اند، که این رقم در اروپا بالغ بر ۹۹ درصد است.^۳ این امر، مؤید نقش انکارناپذیر این کسب‌وکارها در عرصه اقتصادهای ملی و بین‌المللی است.

آثار مثبت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه بانکداری نیز مشهود است. برآورد گزارش مک‌کینزی (۲۰۱۲)^۴ حاکی از آن است که درآمدهای حاصل از بانکداری کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط (MSMEs)،^۵ از ۱۵۰ میلیارد دلار (در سال ۲۰۱۰)، با جهشی ۲۰ درصدی - معادل با ۲۱۷ میلیارد دلار - به ۳۶۷ میلیارد دلار (در سال ۲۰۱۵) افزایش خواهد یافت. همچنین بر مبنای گزارش مزبور، چالش‌های ذاتی سابق در ارائه خدمات به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط - یعنی

1. IFC (2010), p.11.

2. **Ibid**, p.11.

3. **Ibid**, p. 9.

برای مطالعه بیشتر ر.ک.:

OECD, The SME Financing Gap, Vol. I : Theory and Evidence. Paris: OECD, 2006.

4. Chironga, Mutsa, Jacob Dahi, Tony Goland, Gary Pinshaw and Marnus Sonnekus, Banking Practice; Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises in Emerging Markets: How Banks Can Grasp a \$350 Billion Opportunity? , McKinsey & Company, 2012, p.1.

این گزارش مؤسسه مک‌کینزی، حاصل مصاحبه با ۲۹ بانک پیشرو در ۶ ناحیه از اقتصادهای در حال توسعه - شامل آمریکای لاتین (۴ بانک)، آسیا (۶ بانک)، آفریقای شمالی (۲ بانک)، خاورمیانه (۱ بانک)، اروپای شمالی (۸ بانک) و صحرای آفریقا (۸ بانک) - است.

5. Micro-, Small and Medium-sized Enterprises (MSMEs)

کسب درآمد پایین‌تر به ازای هر مشتری (در مقایسه با درآمد مشابه در بانکداری شرکتی)، ریسک بالای از دست رفتن اعتبارات در مورد این قبیل کسب‌وکارها و نیاز به حضور فیزیکی در فرآیند اعطای وام- دیگر به شکل سابق مانع تلقی نمی‌شوند.^۱ بر همین اساس، بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، صنعتی در حال گذار به‌شمار می‌رود؛ (بدان معنا که) از قالب مفهوم بازاری که خدمات‌رسانی به آن بسیار دشوار تلقی می‌شد هم‌اکنون به هدف راهبردی بانک‌های سراسر جهان تبدیل شده است.^۲ در این قسمت، برای آشنایی بیشتر با ساختار کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط به تعریف بانک جهانی از این کسب‌وکارها استناد شده است. طبق طبقه‌بندی بانک جهانی، برای آنکه کسب‌وکاری، واجد شرایط یک کسب‌وکار خرد، کوچک یا متوسط (MSME) باشد، آن کسب‌وکار باید دو مورد از سه ویژگی ذکر شده در جدول زیر را دارا باشد.

جدول ۱. طبقه‌بندی بانک جهانی از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط

اندازه کسب‌وکار	تعداد کارکنان	حجم دارایی‌ها	فروش سالیانه
خرد	کمتر از ۱۰	کمتر از ۱۰۰ هزار دلار	کمتر از ۱۰۰ هزار دلار
کوچک	کمتر از ۵۰	کمتر از ۳ میلیون دلار	کمتر از ۳ میلیون دلار
متوسط	کمتر از ۳۰۰	کمتر از ۱۵ میلیون دلار	کمتر از ۱۵ میلیون دلار

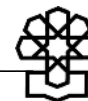
Source: International Finance Corporation (IFC), Second Edition, 2010.

امروزه تغییر رویکرد بانک‌ها نسبت به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط بنا به چند دلیل صورت پذیرفته است؛ نخست، با استناد به برخی شواهد، تعداد رو به رشدی از بانک‌های خصوصی در سراسر اقتصادهای در حال توسعه مبادرت به فعالیت در بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط ورزیده و تعداد زیادی از آنان، این اقدام را بسیار سودآور به انجام رسانیده‌اند. دوم، در حال حاضر بانک‌های سراسر جهان در پی فرصت‌های جدید برای رشد، به اقتصادهای در حال توسعه چشم دوخته‌اند. برای مثال طبق برآورد یکی از گزارش‌های مؤسسه مک‌کینزی، ۶۰ درصد از رشد درآمدهای بانکداری جهانی طی ۲۰۱۰-۲۰۲۰ از محل اقتصادهای در حال توسعه رقم خواهد خورد؛ حال آنکه در این کشورها بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط، بخشی است که کمتر از حد، تحت پوشش این‌گونه خدمات بانکداری قرار گرفته است^۳ و سوم آنکه، به‌واسطه توسعه نوآوری‌ها و فناوری‌ها، روش‌های ارزیابی ریسک به‌سرعت در حال شکل‌گیری و گسترش است. به‌نظر می‌رسد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط سریع‌ترین رشد را در «بازارهای

1. McKinsey & Company, 2012, p.2.

2. IFC, 2010, p.5.

3 McKinsey & Company, 2012, p.7.



نوظهور»^۱ (یعنی کشورهایی با درآمد پایین و متوسط یا کشورهای در حال توسعه) تجربه کرده است؛ از همین روی، بانک‌های بیشتر و بیشتری در اقتصادهای نوظهور، در حال توسعه راهبردها و تشکیل واحدهای مختص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند.^۲ براساس نتایج مطالعه مؤسسه مک‌کینزی، به‌کارگیری راهکارهای مناسب در بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک یا متوسط می‌تواند تأثیری بالقوه بر اقتصاد بانک‌ها داشته باشد؛ تا حدی که «سود صاحبان سهام^۳ را از ۱۴ درصد به ۳۳ درصد افزایش دهد».^۴ این اشتیاق روزافزون در توجه به کسب و کارهای کوچک و متوسط، ریشه در مزایای این کسب و کارها دارد. این مزایا را می‌توان در قالب موارد زیر برشمرد:

- انعطاف‌پذیری بالا، خلاقیت و نوآوری، کارآفرین‌محوری و امکان کنترل بیشتر بر کسب‌وکار،
- اشتغال‌زایی بیشتر و پرورش نیروهای متخصص،
- نیاز به سرمایه اولیه کمتر،
- توانمندسازی اقتصادی و کاهش فقر،
- توسعه صنعتی منطقه‌ای مبتنی بر مزیت‌های بومی،
- انعطاف و توان حضور مؤثرتر در بازارهای متنوع جهانی.

با توجه به توضیحات مقدماتی فوق، تا اینجا به آشنایی با نقش و اهمیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصادها پرداخته شد. در ادامه، سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و چالش‌های آن در سطح جهانی شرح داده شده و مباحث مرتبط با آن مطرح خواهد شد.

۲. سازوکار، چالش‌ها و راهکارهای جهانی در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

با وجود آنکه به‌نظر می‌رسد امروزه صنعت بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به سرعت در حال رشد است،^۵ اما بانک‌های تجاری، به‌طور سنتی بنا به دلایلی از قبیل عدم تقارن اطلاعات، فقدان وثیقه و هزینه بالاتر ارائه خدمات در معاملات کوچک‌تر، به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌عنوان یک چالش می‌نگرند.^۶ در قسمت‌های آتی، ضمن اشاره به حساسیت دسترسی به تأمین مالی در چرخه این

1. Emerging Markets

2. IFC, 2010, p.5.

3. Returns on Equity (ROE)

4. McKinsey & Company, 2012, p.28.

۵. برای مثال، یافته‌های یکی از بررسی‌های اخیر در مورد ۹۱ بانک در ۴۵ کشور توسعه‌یافته و در حال توسعه حاکی از آن است که بانک‌ها، بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را بازاری بزرگ با چشم‌اندازی خوب تشخیص داده‌اند (به نقل از: IFC (2010), p.16.

برای مطالعه بیشتر ر.ک.:

Beck, Thorsten, Asli Demirguc-Kunt, and Maria S. Martinez Peria (2008), Bank Financing for SMEs Around the World: Drivers, Obstacles, Business Models, and Lending Practices. Washington, D.C.: World Bank.

6. IFC, 2010, p.7.

کسب‌وکارها، به تفصیل به بررسی چالش‌های ارائه خدمات در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و راهکارهای مواجهه با آنها پرداخته شده است.

۱-۲. حساسیت و اهمیت تأمین مالی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

طبق بررسی‌های جهانی از جمله «نظرسنجی بنگاه‌ها و ارزشیابی محیط کسب‌وکار بانک جهانی»، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، هزینه تأمین مالی را بزرگ‌ترین مانع رشد خود و دسترسی به منابع تأمین مالی را مانعی دیگر گزارش کرده‌اند.^۱ این کسب‌وکارها نه تنها دشواری بیشتری در دسترسی به تأمین مالی دارند، بلکه این دشواری اثر منفی بیشتری (در قیاس با بنگاه‌های بزرگ) بر آنها خواهد داشت. علاوه بر این، دسترسی به تأمین مالی برای یک بنگاه کوچک در کشوری توسعه یافته، ساده‌تر از دسترسی (به تأمین مالی) برای بنگاهی در کشور در حال توسعه است؛ بر مبنای بررسی بانک جهانی، در کشورهای با درآمد پایین به‌طور متوسط ۴۳ درصد از کسب‌وکارهای دارای ۹۹-۲۰ کارکن، دسترسی به تأمین مالی یا هزینه تأمین مالی را به‌عنوان یک محدودیت اساسی در برابر عملکرد فعلی‌شان مطرح می‌کنند؛ اما در کشورهای با درآمد بالا تنها ۱۱ درصد از کسب‌وکارها (در مقیاس مشابه) دسترسی به تأمین مالی را محدودیتی اساسی می‌دانند.^۲

۲-۲. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و مفهوم «میان‌ه مفقوده»^۳

در حال حاضر، اجماعی روزافزون مبنی بر آنکه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قادرند بخشی سودآور برای بانک‌ها باشند حاصل شده است. با وجود این، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه به‌طور تاریخی فاقد دسترسی به محصولات و خدمات مالی بوده‌اند. از یک سو، نهادهای تأمین مالی خرد (MFIs)^۴ با هدف خدمات‌رسانی به کسب‌وکارهای کوچک ایجاد شده‌اند؛ از سوی دیگر، نهادهای بانکی عموماً بر شرکت‌های بزرگ تمرکز دارند. لذا کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بین این دو بازار قرار می‌گیرند، یعنی جایی که در آن، «شکاف تأمین مالی» به طور معمول تحت عنوان «میان‌ه مفقوده»^۵ توصیف می‌شود؛ به بیانی دیگر، نیازهای مالی کسب‌وکارهای

1. Ibid, p.12.

2. Dalberg, Report on Support to SMEs in Developing Countries Through Financial Intermediaries, November 2011, p.10
Online at: http://eudevdays.eu/sites/default/files/dalberg_sme-briefing-paper.pdf

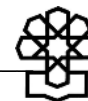
برای مطالعه بیشتر ر.ک.:

World Bank Group, Enterprise Surveys Database, 2010.; <http://www.enterprisesurveys.org>;
“World Business Environment Survey” (WBES) of More Than 10,000 Firms in 80 Countries.

3. IFC, 2010, pp.9-10.

4. Micro Finance Institutions (MFIs)

5. Missing Middle



کوچک و متوسط برای اغلب نهادهای تأمین مالی خرد، بسیار بزرگ قلمداد می‌شوند و در نظر بانک‌های تجاری سنتی، بسیار کوچک اما پر ریسک یا هزینه‌بر محسوب می‌شوند.

۲-۳. چالش‌های موجود و راهکارهای مقتضی در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط^۱

ابعاد چالش‌برانگیز متعددی در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط وجود دارد. در این راستا رویکرد بانک‌ها در مواجهه با این چالش‌ها مشتمل بر چندین مرحله است. به نظر می‌رسد بانک‌ها با مرتفع ساختن چند چالش عمده و انجام اقدامات مقتضی در هر مورد بتوانند شانس خود را در تسخیر فرصت‌های بالقوه در بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط تا حد قابل ملاحظه‌ای افزایش دهند. این چالش‌ها و راهکارها در قالب موارد زیر دسته‌بندی شده و در خلال آن، به تبیین سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز پرداخته شده است.

– چالش اول، پراکندگی مشتریان بانکی (از نوع کسب‌وکارهای کوچک و متوسط)

با توجه پراکندگی و متفرق بودن کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط، بانک‌ها باید تمرکز این کسب‌وکارها را به لحاظ جغرافیایی شناسایی کنند. حقیقت امر آن است که در کشورهای در حال توسعه، محل استقرار کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط عموماً از پراکندگی بیشتری در مقایسه با کسب‌وکارهای مشابه در کشورهای پیشرفته برخوردار است.^۲ به بیانی دقیق‌تر، (شاخص) اسکان در شهرها – نسبتی از جمعیت هر کشور که در شهرها زندگی می‌کنند- در کشورهای در حال توسعه و پیشرفته به ترتیب ۳۰ درصد در برابر ۸۰ درصد است.^۳ از همین روی، بانک‌ها باید به شناسایی نقاط جغرافیایی با تمرکز بالایی از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط بپردازند. همچنین تشخیص و درک درآمدهای بالقوه حاصل از بانکداری بخش‌های فعال در کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط و شناسایی نیازهای مالی آنها به همین اندازه از اهمیت برخوردار است.^۴ بر همین اساس، راهکار مناسب در رفع این چالش، «ایجاد و توسعه درکی دقیق از بازار کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط» عنوان شده است. به دلیل دشواری دستیابی به اطلاعات معتبر و قابل اعتماد پیرامون کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بهتر است بانک‌ها در توسعه درک خود از این بخش، خلاق باشند.^۵ بدین ترتیب باید تحقیقات

۱. مطالب این قسمت، عمدتاً برگرفته از منابع زیر است:

IFC, The SME Banking Knowledge Guide, IFC Advisory Services, Access to Finance, Washington, D.C.: IFC, 2010, pp. 27-55.
McKinsey & Company, 2012, pp. 18-28.
2. McKinsey & Company, 2012, p.18
3. *Ibid*, p.18.
4. *Ibid*, p.19.
5. IFC (2010), p.32.

اولیه در بررسی‌های بازاری را (برای مثال) از طریق مشاهدات مستقیم و تعامل از نزدیک با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در محل کسب‌وکارهایشان به انجام برسانند.^۱ برای مثال، یکی از بانک‌های برزیل به اهمیت دستیابی به درکی دقیق از مشتریان پی برده است؛ به گونه‌ای که از دیدگاه رئیس بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط این بانک، «مهمترین نکته در ارائه وام به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مشاهده آن کسب‌وکارها با چشم خودتان است».^۲

در این مرحله - که دستیابی به درک دقیق از بازار این کسب‌وکارها در دستور کار قرار می‌گیرد - «بانک‌ها می‌توانند به کمک ارزشیابی‌های اولیه، ریسک‌های بازار هدف را شناسایی کرده و در قالبی کمی درآورند. همچنین بانک‌ها درصدد شناسایی عوامل موفقیت در بازار کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند تا (این عوامل را) به‌عنوان داده‌ای در پیش‌بینی ریسک مرتبط با بنگاه‌هایی که به آنها خدمات ارائه می‌کنند منظور دارند. برای مثال، چنانچه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مورد هدف، به‌شدت وابسته به تجارت بین‌الملل باشند، توانایی آنها در بازپرداخت وام‌ها ممکن است با نرخ ارز همبستگی داشته باشد؛ بنابراین برای پیش‌بینی ریسک این قبیل کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، نوسانات ارزی باید مد نظر قرار گیرند».^۳

– چالش دوم، پایین بودن درآمد بانک به ازای هر یک از مشتریان کوچک و متوسط

به‌دلیل پایین بودن درآمد بانک به ازای هر یک از مشتریان خرد، کوچک و متوسط، بانک‌ها باید راهکارهایی کارآمد در ارائه خدمات به این کسب‌وکارها بیابند. این امر مستلزم شکل‌گیری تفکری جدید در حوزه طراحی محصولات و خدمات، نحوه توزیع و ... است. اگرچه ارائه وام، هسته اصلی خدمات در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است، اما طرقی که بانک‌ها قادر به پاسخگویی به نیازهای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند فراتر از صرفاً ارائه وام و تسهیلات است.^۴ برای مثال، در آمریکای لاتین برخی از خدمات در نظر گرفته شده برای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، شامل گشایش اعتبار (L.C.)،^۵ کارت اعتباری و خطوط اعتباری می‌شود.^۶ با وجود این، طراحی خدمات جدید باید مبتنی بر ارزیابی دقیق از هزینه‌ها و ریسک حاصل از ارائه آن خدمات باشد. در مواجهه با این چالش، بانک‌ها باید از این قابلیت برخوردار شوند که نیازهای مشتریان خود را در «کمترین هزینه‌های عملیاتی» ممکن پاسخگو باشند.

1. *Ibid*, p.32.

2. McKinsey & Company, 2012, p.21.

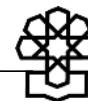
3. IFC, 2010, p.29.

4. *Ibid*, p.34.

5. Letter of Credit (L.C.)

۶. برگرفته از :

IFC, The SME Banking Knowledge Guide,, IFC Advisory Services, Access to Finance, Washington, D.C.: IFC, 2010, p.35.



یکی از راهکارها ایجاد شعب کم‌هزینه است. برای مثال، در یک بانک اندونزیایی، ارائه خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، متکی بر کارکرد ۱۳۰۰ شعبه کم‌هزینه است. هر یک از این واحدها کوچک-مقیاس (کمتر از ۱۰۰ مترمربع) بوده و دارای ۲ تا ۴ کارمند دائمی هستند (در مقایسه با میانگین ۸-۱۰ کارمند در شعب بانکی متعارف). در کاهش هزینه‌ها، به‌کارگیری «فناوری» به‌نوعی عرصه مبارزه تلقی می‌شود؛ یکی از بانک‌های نیجریه نیز با معرفی فرآیندی کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط را قادر ساخته تا درخواست‌های اعتبار، مراحل ارزشیابی (برای دریافت وام) و اخذ تأییدیه‌ها را کلاً به‌صورت آنلاین به انجام برسانند.^۱

علاوه‌براین، مبتکرترین بانک‌ها در زمینه ارائه خدمات به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط مدت‌هاست که رویه‌های طولانی از جمله استفاده از فرم‌های پیچیده حتی ۲۰ صفحه‌ای درخواست‌ها را که صورت‌های مالی، ارزش اعتباری و وثایق را مورد پرسش قرار می‌دهند کنار گذاشته‌اند؛ زیرا فرآیندهای پیچیده این بخش، نه ضروری است و نه به‌صرفه. در تأیید این مطلب، یک بانک آفریقایی از طریق کاهش دادن (صفحات) فرم‌های تقاضای خود به دو صفحه، به پس‌اندازی قریب به ۱۵ میلیون دلار دست یافته است.^۲

پیش از پرداختن به چالش سوم، باید در تکمیل موضوع به مطلبی اشاره داشت. براساس توضیحات فوق، مشخص شد که دو مرحله ابتدایی از سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به‌ترتیب، «دستیابی به درک دقیق از بازار» و «طراحی و توسعه محصولات با هزینه عملیاتی پایین» است. اما بررسی سازوکار بانکداری این کسب‌وکارها مستلزم توجه به ۳ مرحله دیگر نیز هست. در ادامه این سیر، مرحله سوم، یافتن مشتریان (از نوع) کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و غربالگری^۳ آنهاست. این مرحله، تحلیلی کامل از چشم‌انداز ریسک وام‌گیرندگان، درک محرک‌های کسب‌وکار، جریان نقدینگی و احتمال نکول ازسوی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را دربردارد.^۴ در این مرحله - به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه- مأموران بانک‌ها برای ارائه خدمات پیشنهادی بانک مربوطه، بر ملاقات‌های مستقیم با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تکیه می‌کنند. با وجود آنکه این اقدام، اقدامی کار-بر^۵ است، اما برای انتقال اطلاعات و پی‌ریزی اعتماد بین کسب‌وکارهای کوچک و متوسط - به‌ویژه آنها که پیش‌تر تعاملی با بانک‌های تجاری نداشته‌اند - ضروری است.^۶ بانک‌ها بجز اعزام کارکنان به محل کار کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در کانال‌های کسب اطلاعات درباره مشتریان تنوع ایجاد

1. McKinsey & Company, 2012, p.21.

2. **Ibid**, p.22

3. IFC, 2010, p.42.

4. **Ibid**, p.30.

5. Labor-intensive

فرآیند، صنعت یا فعالیتی که نسبت استفاده از نیروی کار (در مقایسه با سرمایه) در آن بیشتر است.

6. IFC, 2010, p.43.

کرده‌اند؛ به‌طور خاص در مورد کسب‌وکارهای کوچک‌تر، بانک‌ها ممکن است از تکنیک‌های ارتباط جمعی از قبیل ایمیل و بازاریابی تلفنی برای یافتن مشتریان جدید بهره گیرند.^۱

در ادامه این مرحله، مرحله چهارم، مربوط به ارائه خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. این مرحله شامل فراهم‌سازی نیازهای مشتریان (یا کسب‌وکارهای کوچک و متوسط) فعلی و ترویج کسب‌وکارهای جدید است.^۲ دستاوردهای ارائه خدمات مؤثر، ایجاد روابطی پرمفعت بین بانک و مشتریان وفادارش خواهد بود؛ روابط بلندمدت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با بانک، درآمدهایی باثبات و روزافزون برای بانک‌ها به ارمغان می‌آورند و منابع اطلاعاتی ارزشمندی برای آنها محسوب می‌شوند.^۳ از دید کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، سهولت و سرعت ارائه خدمات، نوعی ارزش تلقی می‌شود.^۴ در همین راستا بانک‌ها می‌توانند راهکارهایی کم‌هزینه نظیر راه‌اندازی واحدهای پاسخگویی تلفنی و نیز بانکداری الکترونیکی را به کار گیرند.^۵ استفاده از این راهکارها می‌تواند نیروی انسانی مورد نیاز جهت ارائه خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را کاهش دهد.

در نهایت، مرحله پنجم، به مدیریت اطلاعات و آگاهی‌ها اختصاص دارد. بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حالت پایدار، مستلزم آن است که بانک‌ها به‌گونه‌ای مؤثر اطلاعات و آگاهی‌ها را مدیریت کنند؛ بدان معنا که باید هشیارانه از تجارب بیاموزند و سپس این آموزه‌ها را در چرخه برنامه‌ریزی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط انعکاس دهند.^۶ برای تحلیل داده‌های خیل عظیم مشتریان، «ظرفیت تکنولوژیکی» به عاملی مهم در حل مشکل سودآوری بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بدل شده است. گرچه نظام‌های فناوری اطلاعات (IT)،^۷ تنها به‌عنوان ابزارهایی تلقی می‌شوند، اما بانک‌ها نباید اهمیت توسعه این ابزارها را در راستای مدیریت کارآمد اطلاعات، کمتر از حد ارزیابی کنند.^۸ لذا مدیران عالیرتبه بانکی، باید سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات را به‌عنوان بخشی از هسته کسب‌وکار خود در ذهن بپروراند.

با توجه به سازوکار مطرح‌شده، اکنون با بینشی وسیع‌تر به تبیین سایر چالش‌های موجود در برابر سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته می‌شود.^۹

1. *Ibid*, p.43.

2. *Ibid*, p.48.

3. *Ibid*.

4. *Ibid*.

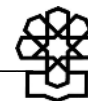
5. *Ibid*, p.49.

6. *Ibid*, p.54.

7. Information Technology (IT)

8. *Ibid*, p.55.

۹. یادآوری می‌شود دو چالش اولیه عبارت بودند از: پراکندگی مشتریان بانکی (از نوع کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط) و پایین بودن درآمد بانک به ازای هر یک از مشتریان خرد، کوچک و متوسط.



– چالش سوم، دسترسی ضعیف به داده‌ها

یکی از اساسی‌ترین چالش‌های پیش روی بانک‌ها در ارائه خدمات به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط کمبود یا نقص اطلاعات است که در مواجهه با آن از «مدیریت خلاقانه ریسک» به‌عنوان راهکار مقتضی یاد می‌شود. بدین منظور لازم است بانک‌ها به روش‌هایی جدید و مبتکرانه در ارزشیابی ریسک از قبیل آزمون‌های روان‌سنجی^۱ دست یابند. این آزمون‌های روان‌سنجی - روانشناسی، ویژگی‌هایی نظیر مجموعه خصوصیات روانشناسی کارآفرین، اخلاقیات، هوش و ذکاوت و مهارت‌های کسب‌وکار را مورد سنجش قرار می‌دهند.^۲ اجرای این قبیل تست‌ها می‌تواند نرخ نکول را ۲۵-۴۰ درصد کاهش دهد.^۳

– چالش چهارم، بی‌بهره بودن کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط از دانش مالی و بازرگانی کافی

کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه، از بی‌بهره بودن از دانش مالی و تجاری رنج می‌برند. این کسب‌وکارها غالباً آگاهی محدودی در زمینه بازاریابی، قیمتگذاری و سایر موارد زیرساختی دارند. دانش مالی ضعیف سبب می‌شود هزینه‌های مبادله به‌ویژه زمان مورد نیاز برای توضیح و تشریح خدمات، نرخ‌های بهره و سایر مباحث به مشتریان بانک‌ها افزایش یابد.^۴ در چنین شرایطی اقدام مؤثر، «توانمندسازی» کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط به‌لحاظ برخورداری از دانش و آگاهی‌های مالی و بازرگانی خواهد بود. بنابراین بانک‌ها باید اقداماتی نظیر سازماندهی سمینارهایی برای کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط را صورت دهند. برای مثال، یک بانک آفریقایی برای این قبیل کسب‌وکارها سمینارهایی برگزار می‌کند تا از این طریق به معرفی مهارت‌های کسب‌وکار، آشنایی با مدیریت موجودی و تنظیم صورت‌های مالی بپردازد.^۵

– چالش پنجم، محیط کسب‌وکار ضعیف

در اقتصادهای در حال توسعه، بانک‌ها در تلاش برای بهبود محیط کسب‌وکار، گاه نیازمند تعامل با دولت‌ها هستند. دولت‌ها می‌توانند (در برخی موارد) در فائق آمدن بر شرایط چالش‌برانگیز کسب‌وکار مفید واقع شوند؛ از این‌روی بانک‌ها می‌توانند برای مقاصد چون تقسیم ریسک (حاصل از ارائه خدمات به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط) یا جستجوی اطلاعات مرتبط با شناسایی مشتریانی که خدمات کمتری به آنان ارائه شده و یا خارج از پوشش خدمات هستند با دولت‌ها تعامل داشته باشند. این رویه‌ها مکمل یکدیگرند و بانک‌هایی که یک یا بیش از یک مورد از آنها را اجرایی سازند، بیشتر احتمال می‌رود که در رقابت برای تسخیر بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در

1. Psychometric Testing

2. McKinsey & Company, 2012, p.25.

3. Ibid, p.25.

4. Ibid, p.27.

5. Ibid.

اقتصادهای در حال توسعه توفیق یابند.^۱ براساس نتایج مطالعه مؤسسه مک‌کینزی، به‌کارگیری این راهکارها قادر است تأثیری بالقوه بر اقتصاد بانک‌ها داشته باشد؛ تا آنجا که سود صاحبان سهام^۲ را از ۱۴ درصد به ۳۳ درصد افزایش دهد.^۳

علاوه بر ۵ چالش عمده فوق، «موانع قانونگذاری»، «ضعف چارچوب‌های حقوقی» و «عوامل اقتصاد کلان»^۴ نیز به‌نوعی در زمره چالش‌های شناسایی شده در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قرار دارند.

«موانع قانونگذاری» می‌توانند به‌طور مستقیم سودآوری بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را کاهش دهند. برای مثال، تعیین سقف نرخ بهره - که سیاستی در راستای امکان‌پذیرتر ساختن دریافت وام از سوی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط محسوب می‌شود - در حقیقت قادر است در بُعد عرضه، قیمتگذاری رقابتی را با ناکامی مواجه ساخته و عرضه اعتبارات را کاهش دهد. از بعد تقاضا نیز موانع قانونگذاری ممکن است تمایل یا توانایی قرض گرفتن را برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط متأثر سازد؛ زیرا بنگاه‌ها باقی‌ماندن و توسل به بخش غیررسمی را برمی‌گزینند و در نتیجه، بانک‌پذیر^۵ نخواهند بود.

«چارچوب‌های حقوقی ضعیف» بانک‌ها را از ارائه خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط باز می‌دارند. اجرای غیرکارآمد قراردادهای مثالی بارز است. چنانچه ضعف در نظام حقوقی و قضایی، اجرای قراردادهای را با دشواری مواجه کند، این امر هزینه مبادله اخذ وام را افزایش می‌دهد. در نهایت، هزینه‌های مبادله بالاتر سبب کاهش جذابیت وام‌های کوچک مورد نیاز کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای بانک‌ها می‌شود. از سوی دیگر، کسب‌وکارهای کوچک و متوسطی که از حقوق قابل اجرا و اثربخش نسبت به دارایی‌های خود بی‌بهره باشند، ممکن است نتوانند وثایق لازم برای احراز شرایط وام بانکی را مهیا سازند.

از «عوامل اقتصاد کلان» تأثیرگذار بر بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز می‌توان به کلیه بی‌ثباتی‌ها و نرخ‌های بهره بالا (هزینه بالای استقراض سرمایه) اشاره داشت. در ادامه، نشان داده خواهد شد که علیرغم تعدد چالش‌های موجود، بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بسیاری از کشورها تجربه‌ای موفق و مؤثر بوده است.

1. *Ibid*, p.3.

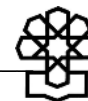
2. Returns on Equity (ROE)

3. McKinsey & Company, 2012, p.28.

۴. توضیحات این سه مورد، برگرفته از صفحات ۲۳ و ۲۶ منبع زیر است:

IFC, The SME Banking Knowledge Guide, IFC Advisory Services, Access to Finance, Washington, D.C.: IFC, 2010, pp. 23 , 26.

5. Bankable



۳. عملکرد بانکداری کسب و کارهای کوچک و متوسط در تجارب برخی کشورها^۱

ایجاد و حمایت از صنایع خرد، کوچک و متوسط یکی از اولویت‌های اساسی برنامه‌های توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته است. مهمترین عاملی که می‌تواند در راستای تأمین مالی (شامل خدمات اعتباری و غیراعتباری) به این بخش، کمک شایانی کند، وجود خدمات بانکی و یا بانک‌های تخصصی مربوطه است که امروزه در اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، تعداد زیادی از آنها مشغول به ارائه انواع خدمات متنوع مالی به این بخش هستند.^۲ شایان ذکر است اگرچه هیچ چارچوب منحصر به فردی برای حمایت اثربخش از کسب و کارهای کوچک و متوسط وجود ندارد، اما اغلب دولت‌ها از سیاست‌هایی در راستای حمایت از تأمین مالی این کسب و کارها برخوردارند.^۳ از این‌رو، لازم است به مروری بر تجارب برخی کشورها در زمینه بانکداری کسب و کارهای کوچک و متوسط و اعطای اعتبارات به آنها پرداخته شود.

۱-۳. ایالات متحده آمریکا

در ایالات متحده آمریکا - که کسب و کارهای کوچک و متوسط نزدیک به ۹۸ درصد از کل بنگاه‌های مشغول به کار را تشکیل می‌دهند- از سال ۱۹۹۴ تعداد وام‌های بنگاه‌های کوچک (وام‌های زیر ۱ میلیون دلار) با بیش از ۴ برابر افزایش، به ۲۷ میلیون وام با ارزشی در مجموع بیش از ۷۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۸ بالغ شده است. «ولز فارگو»^۴ با ۱/۳ تریلیون دلار دارایی، یکی از پنج بانک بزرگ ایالات متحده آمریکا به‌شمار می‌رود. دوسوم درآمدهای این بانک (یا ۲۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۸) از محل مشتریان خرد و کسب و کارهای کوچک با درآمدهایی تا ۲۰ میلیون دلار ایجاد شده است؛ که البته اغلب آنها به‌طرز قابل توجهی کوچک‌تر از این مقیاس هستند. ولز فارگو همواره رتبه نخست را در

۱. مطالب این بخش، برگرفته از منابع زیر است:

Ibid, pp. 16-52.

Chironga, Mutsa, Jacob Dahi, Tony Goland, Gary Pinshaw and Marnus Sonnekus, *Banking Practice; Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises in Emerging Markets: How Banks Can Grasp a \$350 Billion Opportunity?*, McKinsey & Company, 2012, pp. 13-56.

زهره سلطانی، زهرا خوشنود و طاهره اکبری آلاشتی، سازوکارهای تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، پژوهشکده پولی و بانکی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بهار ۱۳۹۰، صص ۳۷-۳۱.

مرتضی اکبری و حجت شکیبیا، وضعیت شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۳۰۲۲، خردادماه ۱۳۹۲.

موسی شهبازی غیائی، نقش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در اقتصاد هند و آموزه‌هایی برای سیاستگذاری در اقتصاد ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۲۴۱۲، خردادماه ۱۳۹۱.

۲. بانک صنعت و معدن، مطالعه امکانپذیری تأسیس بانک یا ایجاد واحد بانکداری شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در بانک صنعت و معدن، ویرایش پنجم، بهمن‌ماه ۱۳۹۲، ص ۹.

3. IFC, 2010, p. 19.

4. Wells Fargo

ایالات متحده به لحاظ ارائه وام‌های زیر ۱۰۰,۰۰۰ دلار به کسب‌وکارهای کوچک به خود اختصاص داده است.

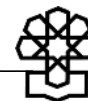
این بانک برای ارائه پیشنهادهای خود در رفع نیازهای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، روش‌های جدیدی را آزموده است. ایمیل‌های مستقیم و بازاریابی تلفنی از سوی شعب بانک‌های داخلی، به مؤثرترین شکل، بازار مشتریان را مورد هدف قرار داده‌اند. به‌طور همزمان، این بانک تماس مستقیم با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را از طریق برگزاری کنفرانس‌ها و دوره‌های آموزشی برای کسب‌وکارهای کوچک در خصوص گزینه‌های تأمین مالی، توسعه کسب‌وکارها، مدیریت و سایر موضوعات حائز اهمیت در موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در پیش گرفت. این کوشش‌ها، تعهدی را در قبال این بخش از بنگاه‌ها برای بانک ایجاد کرد و مشتریان جدیدی را به سوی ولز فارگو روانه ساخت.

۲-۳. انگلستان

طبق بررسی‌ها، (در انگلستان) بانک‌هایی مشاهده شده است که فرآیند ارائه وام به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط را تسهیل کرده‌اند.^۱ برای مثال، دولت انگلستان در راستای ارائه تسهیلات به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط، به خلق انواع مشوق‌ها برای بانک‌ها پرداخته است؛ از جمله تخصیص صندوق تضمین تأمین مالی کسب‌وکار^۲ (معادل با ۲ میلیارد پوند) که شامل ضمانت ۷۵ درصدی دولت در قبال بانک‌ها برای اعطای وام‌های بلندمدت (۱۰ ساله) به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط می‌شود.

علاوه بر این، صندوق‌های سرمایه‌ای کسب‌وکار،^۳ منابعی از سرمایه خطرپذیر تحت حمایت مالی دولت هستند که بخش‌های کلیدی را در حوزه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط پوشش می‌دهند. همچنین تعدادی از بانک‌های چندملیتی بنیانگذاری شده در لندن دارای حجم وسیعی از عملیات بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در آسیا، آفریقا و خاورمیانه هستند.

1. McKinsey & Company, 2012, p.13.
 2. Enterprise Finance Guarantee Fund
 3. Enterprise Capital Funds



۳-۳. آلمان^۱

– بانک دی. تی. ای. آلمان^۲

از آنجا که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ۷۰ درصد کل مشاغل آلمان را تأمین می‌کنند و نیمی از تولید ناخالص داخلی آلمان متعلق به تولیدات آنهاست، با راه‌اندازی این بانک تا حدودی نیاز به یک نهاد مالی تخصصی در این کشور برطرف شده است. مأموریت این بانک در چارچوب برنامه اقتصادی آلمان، کمک به کارآفرینان در راه اندازی کسب‌وکار کوچک یا متوسط است که در واقع تنها مأموریت این بانک محسوب می‌شود. این بانک شعبه‌های کشوری ندارد و به همین دلیل با بانک‌های محلی وارد قرارداد می‌شود تا از خدمات آنها در زمینه ارزیابی درخواست وام کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، تخصیص وام، دریافت اقساط وام و نظارت بر اعتبارات در سطح محلی بهره‌گیری کند. این بانک در ارزیابی درخواست وام، همانند سایر بانک‌ها عمل نمی‌کند و عمدتاً بر توانمندی‌های فرد کارآفرین و یا صاحب مؤسسه تمرکز دارد. بدیهی است کارآفرینان و مالکان ماهر و واجد شرایط که دارای طرح‌های دقیق و حساب شده باشند، موفق‌تر عمل خواهند کرد و بانک از آنها وثیقه دریافت نمی‌کند تا بتوانند کار خود را با پشتوانه سرمایه‌ای قوی‌تری آغاز کنند.

از آنجا که بسیاری از مؤسسات کوچک، درخواست وام‌های محدود دارند، این بانک اعطای این گروه از وام‌ها را نیز بر عهده می‌گیرد. نرخ موفقیت شرکت‌ها و مؤسساتی که بنا بر ضوابط این بانک راه‌اندازی شده‌اند و یا ادامه فعالیت می‌دهند بیش از ۹۰ درصد است و عمدتاً بیش از ۵ سال در بازار دوام دارند. این بانک علاوه بر تسهیلات مالی، به ارائه مشاوره مدیریتی به صاحبان بنگاه نیز می‌پردازد و در ارتباط تنگاتنگ با سایر نهادهای مرتبط با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعالیت می‌کند.

– بانک کی. اف. دبلیو آلمان^۳

به غیر از بانک دی. تی. ای. که در حقیقت یک بانک تخصصی در امور کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به شمار می‌رود، بانک کی. اف. دبلیو نیز در آلمان عهده‌دار بخشی از امور مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. در راستای خط‌مشی دولت جهت پشتیبانی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در آلمان، این بانک با اعطای وام‌های کوتاه‌مدت مبتنی بر طرح کسب‌وکار شرکت‌ها، مشارکت، ارائه تضمین‌های لازم، ارائه مشاوره‌های مالی و ایجاد آژانس‌های مشارکتی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به بهبود وضع اقتصادی کشور کمک می‌کند. برای تحقق این هدف، این بانک در زمینه ایجاد بنگاه‌های جدید، کمک به رشد آنها و حمایت از نوآوری‌های فنی در این بنگاه‌ها خدماتی ارائه

۱. زهرا سلطانی، زهرا خوشنود و طاهره اکبری آلاشتی، سازوکارهای تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، پژوهشکده پولی و بانکی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بهار ۱۳۹۰، صص ۳۷-۳۵.

2. Deutsche Ausgleichsbank (DTA)

3. Kreditanstalt Fur Wiederaufbau (KfW)

می‌کند. این بانک در ۱۰ سال گذشته، ۵۰۰ هزار مورد کمک مالی برای تأسیس بنگاه‌های جدید اعطا کرده است که حاصل آن ایجاد ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار شغل جدید بوده است. بانک مذکور نه تنها به ارائه تسهیلات مالی می‌پردازد، بلکه به ارتقای فرهنگ کارآفرینی نیز کمک می‌کند؛ در حالی که تصور می‌شود این امر جزء وظایف بانک‌ها نباشد.

یکی دیگر از راه‌های کمک به حفظ و توسعه کسب‌وکار بنگاه‌های کوچک و متوسط، حفظ اطلاعات مربوط به این بنگاه‌ها در بانک اطلاعاتی این بانک است. از این طریق بانک می‌داند که صاحبان یا مدیران چه بنگاه‌هایی به سن بازنشستگی رسیده‌اند و می‌خواهند شرکت‌های خود را واگذار نمایند، یا چه کسانی می‌خواهند کسب‌وکارهای تازه‌ای را شروع کنند. با استفاده از این اطلاعات، بانک کی.اف.دبلیو تلاش می‌کند که این دو گروه را به یکدیگر نزدیک سازد. یکی از اصلی‌ترین شرایط این بانک برای واگذاری تسهیلات مالی به بنگاه‌ها، ارائه طرح کسب‌وکار از سوی آنهاست. این برنامه به دقت بررسی می‌شود و در صورت به صرفه بودن آن از لحاظ اقتصادی، ایجاد اشتغال و نوآوری، مبنای ارائه تسهیلات از طرف این بانک قرار می‌گیرد. در این راستا لازم به ذکر است که براساس آمارهای موجود، به طور متوسط حدود ۳۰ درصد بنگاه‌های جدید در پنج سال اول فعالیت خود ورشکست می‌شوند. این در حالی است که آمار مربوطه در خصوص بنگاه‌هایی که از تسهیلات بانک کی.اف.دبلیو استفاده می‌کنند، فقط ۱۰ درصد است.

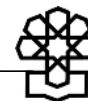
۳-۴. گروه استاندارد چارترد^۱

گروه استاندارد چارترد^۲ در بیش از ۷۰ کشور جهان فعال است و بالغ بر ۹۰ درصد از سود آن از محل تجارت با کشورهای در حال توسعه در آسیا، آفریقا و خاورمیانه تأمین می‌شود. استاندارد چارترد عملیات بانکی خود را در دو حوزه - بانکداری عمده‌فروشی و مصرفی^۳ - تفکیک ساخته است که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در قالب بانکداری مصرفی مدیریت می‌شوند. این کسب‌وکارها نیز خود به دو دسته قابل تقسیم‌اند: کسب‌وکارهای کوچک با فروش سالیانه کمتر از ۱۰ میلیون دلار، و کسب‌وکارهای متوسط با فروش سالیانه کمتر از ۲۵ میلیون دلار. این بانک، عملکرد موفق خود در حوزه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را تا حدی مرهون جداسازی بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به‌عنوان یک بخش مجزا می‌داند. استاندارد چارترد در حال حاضر در مرحله توسعه یک نظام جهانی برای مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)^۴ به‌صورت کاملاً یکپارچه است.

IFC, 2010, pp. 52-53.

۱. مطالب این قسمت، برگرفته از منبع روبرو است:

2. Standard Chartered Group
3. Wholesale and Consumer Banking
4. Customer Relationship Management (CRM)



۵-۳. مالزی

شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی از سهم قابل توجهی در توسعه اقتصادی این کشور برخوردارند و ۹۳/۸ درصد از شرکت‌های فعال در بخش صنعت را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین در سال ۲۰۰۶ بیش از ۹۵ درصد کسب‌وکارها متعلق به شرکت‌های کوچک و متوسط بوده است.^۱ سرمایه اصلی شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی از طریق بانک‌های خصوصی تأمین می‌شود؛ با وجود این اکثر بانک‌ها از جمله بانک‌های تجاری و شرکت‌های مالی، تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط را بر عهده دارند. همچنین ۶ بانک^۲ متعلق به دولت، تأمین منابع مالی مورد نیاز ۱۸۰۰۰ شرکت را به ارزش ۶/۹ میلیارد رینگیت^۳ تأیید کرده‌اند. این تأمین مالی توسط بانک‌های دولتی به‌عنوان مکمل تأمین مالی مؤسسات بانکی خصوصی عنوان شده است.^۴ در ادامه، برخی از نمونه‌های بارز کمک‌های مالی ارائه شده در کشور مالزی (در حوزه بانکی) معرفی شده است:^۵

- وجوه ویژه بانک Negara: وام‌های آسان ارائه شده توسط بانک Negara یکی از انواع کمک‌های مالی ارائه شده توسط وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی در کشور مالزی است. وام‌های آسان، وام‌هایی با نرخ بهره ۳/۷۵ تا ۶ درصد است که نسبت به بازار نرخ بهره کمتری دارند. این وام به‌عنوان سرمایه در گردش برای کسب‌وکار در نظر گرفته شده است.

- بودجه احیا و بازسازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط: این بودجه در چارچوب طرح احیای بدهی‌های کوچک، به بازسازی و یا فراهم کردن وام جدید برای شرکت‌های کوچک و متوسطی که در حلقه فصل بدهی‌های خود با دشواری مواجه هستند اختصاص می‌یابد و به‌عنوان سرمایه در گردش برای گسترش کسب‌وکار مورد استفاده قرار می‌گیرد. تقاضا برای این وام به بانک Negara ارجاع داده می‌شود.

۶-۳. برزیل

یک بانک برزیلی، واحدی را برای کسب‌وکارهای خرد دایر کرده که از سال ۲۰۰۳ به ارائه تأمین مالی برای کسب‌وکارهایی با درآمد پایین پرداخته است.^۶ کارگزاران اعطاکننده وام، به درون جامعه می‌روند،

۱. مرتضی اکبری و حجت شکیبیا، وضعیت شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۳۰۲۲، خردادماه ۱۳۹۲، ص ۱.

۲. نام این بانک‌ها عبارتست از:

SME Bank, EXIM Bank, Simpanan Nasional, Kerjasama Rakyat Malaysia Berhad, Pembangunan Malaysia Berhad, Pertanian Malaysia Bank.

۳. هر دلار، معادل ۳/۵۴۷ رینگیت است. (منبع: www.bloomberg.com/quote/USDMYR:CUR)

۴. اکبری، مرتضی و حجت شکیبیا، «وضعیت شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۳۰۲۲، خردادماه ۱۳۹۲، ص ۱۷.

۵. همان.

6. McKinsey & Company, 2012, p.56.

مشتریان بالقوه را شناسایی، کسب‌وکارها را ارزشیابی و اعتبارات را براساس نیازهایشان^۱ اعطا می‌کنند. یکی از مهمترین آموزه‌های کلیدی برگرفته از عملکرد این بانک آن است که برخورداری از تماس مستقیم (با کسب‌وکارها) در بخش اعتبارات خرد، حائز اهمیت است. همچنین ماحصل سرمایه‌گذاری‌های خرد، به ارمغان آمدن کارآفرینانی است که از آموزش‌های پایه‌ای در حسابداری، مدیریت کسب‌وکار و استفاده مسئولانه از اعتبارات، برخوردارند.

۷-۳. عمان^۲

در سال ۲۰۰۶ بانک مسقط^۳ به طرز موفقیت‌آمیز ۴۰-۴۵ درصد از سهم بازاری^۴ بانکداری تجاری در عمان را به تسخیر خود درآورد. اما این بانک توجه داشت که تا آن زمان، بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هیچ‌گاه مورد هدف قرار نگرفته بوده است. از همین روی فرصت را در آن یافت تا خود، نخستین بانک برای ارائه خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط باشد. بانک مسقط از نیاز به دانش و آگاهی پیرامون بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مطلع بود؛ به همین منظور، تحقیقات و مطالعات بازاری را گردآوری کرد و در جستجوی سرمایه‌گذاری و کمک‌های مشاوره‌ای از سوی آی.اف.سی بود. این بانک همچنین تیمی را برای مشاهده عملکرد بانک‌های برجسته در حوزه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به اروپا اعزام کرد. براساس دستاوردهای ایجاد شده، بانک مسقط عملیات خود را در راستای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به اجرا درآورد.

۸-۳. اندونزی^۵

بانکی در اندونزی، با هدف تمرکز بر ارائه خدمات به کسب‌وکارهای خرد و افراد خوداشتغال، اقدام به ایجاد بانکداری کسب‌وکارهای خرد مقیاس کرده است. شعب کوچک این بانک در فواصل ۲-۳ کیلومتری بازار هدف واقع شده‌اند و کارکنان آن متشکل از مأموران - مسئولین رابطه‌ای^۶ است. این مأموران، جامعه مورد نظر را به خوبی می‌شناسند و تعاملشان با مشتریان - بنگاه‌ها - کسب‌وکارها - غیررسمی و بسیار مکرر است. عملکرد این بانک، دربردارنده آموزه‌هایی کلیدی است؛ از جمله آنکه بانک مزبور به تجار بازارهای کوچک در یک محدوده جغرافیایی فشرده خدمات‌رسانی می‌کند. دیگر آنکه

۱. مقصود، نیازهای کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط است.

2. IFC, 2010, p.31.

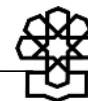
3. Bank Muscat

4. Market Share

5. McKinsey & Company, 2012, pp. 54-55.

6. Relationship Officers (ROs)

این مأموران، از نزدیک با بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در ارتباط هستند.



مأموران رابطه‌ای، با مشتریان بانک و کسب‌وکار آنها به‌خوبی آشنایی دارند و حضور فیزیکی آنها در بازارها امکان نظارت از نزدیک و تسهیل گردآوری اطلاعات را میسر می‌سازد. همچنین فرم‌های درخواست (یا تقاضانامه‌ها) ساده و کوتاه تنظیم شده‌اند و تصمیمات اعتباری به‌صورت متمرکز و مبتنی بر ضوابط معین اتخاذ می‌شوند.

یکی دیگر از بانک‌های اندونزی، بانکی کاملاً مستقل را برای پاسخگویی به نیازهای بخش کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط راه‌اندازی کرده است. در راستای تمرکز بر رشد و توانمندسازی مشتریان بانک، برنامه‌ای در ترغیب به فراگیری دانش مالی و کسب‌وکار به مرحله اجرا درآمد. بر این اساس، در سال ۲۰۱۰، تعداد ۶۶۰۰ کلاس آموزشی برای بیش از ۱۰۰,۰۰۰ شرکت‌کننده برگزار شد. کارکنانی با هدف ایجاد تعامل ویژه با کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط به استخدام درآمد، تحت تعلیم قرار گرفته و تجهیز شدند. بانک مورد نظر، بر ارائه سطوح عالی خدمات به مشتریان، تأکید داشت و کارکنان آن برحسب میزان ابقا (حفظ) مشتری و نیز سطوح خدمات ارائه شده مورد سنجش قرار می‌گیرند. این بانک اندونزیایی ۲۰۰,۰۰۰ کسب‌وکار خرد، کوچک و متوسط را در شبکه‌ای با ۵۶۰ شعبه، تحت پوشش ارائه خدمات قرار می‌دهد. آموزه کلیدی برگرفته از عملکرد این بانک آن است که پی‌ریزی روابطی بلندمدت با کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط، تضمینی است بر آنکه بانک مورد نظر، تنها عرضه‌کننده خدمات مالی به آن کسب‌وکار باقی خواهد ماند.

۹-۳. هندوستان

در دهه‌های اخیر بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط به یکی از بخش‌های فعال و پویا در اقتصاد هند تبدیل شده است. بانک آی.سی.آی.سی.آی (ICICI)^۱ هندوستان با دارایی بالغ بر ۷۴ میلیارد دلار، بزرگ‌ترین بانک خصوصی و در مجموع، دومین بانک بزرگ این کشور است.^۲ این بانک با ارائه خدماتی نظیر مدیریت نقدینگی و خدمات مشاوره‌ای، در مرتفع ساختن نیازهای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از جایگاه خوبی برخوردار است. بانک مذکور، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را در آینده اقتصاد هندوستان و نیز آتیه خود، محوری می‌داند؛ از این‌رو به‌صورت راهبردی یک واحد بانکداری را با الزام به ارائه خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مجزا ساخته و متعاقباً به سرمایه‌گذاری‌های عظیم در درک و شناسایی صنایعی پرداخته است که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هندوستان بیشترین حضور را در آنها دارند. بانک مورد نظر ۱۶۵ صنعت موجود را با هدف شناسایی ۱۲ صنعت اولویت‌دار در سطح ملی تفکیک و دسته‌بندی کرده؛ پس از آن به توسعه عمیق‌تر تخصص‌ها در ارائه

1. Industrial Credit and Investment Corporation of India (ICICI)

2. IFC, 2010, p.40.

خدمات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط این صنایع پرداخته است.^۱ همچنین از سیاست‌های اعتباری این کشور در ارتباط با بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط می‌توان به «طرح تضمین اعتبار» اشاره داشت که دولت هند در سال ۲۰۰۰ برای بنگاه‌های خرد و کوچک به راه انداخت. به بیانی شفاف‌تر، بانک مرکزی هند به‌منظور حمایت اعتباری از بنگاه‌های کوچک و متوسط سیاست‌هایی را به بانک‌های دولتی جهت تضمین تخصیص ۲۰ درصد اعتبارات به بنگاه‌های کوچک و متوسط ابلاغ کرد. این طرح با پوشش تسهیلات بی‌نیاز از وثیقه، تا سقف ۲۵۰ هزار دلار به بنگاه‌های کوچک جدید و موجود تسهیلات پرداخت می‌کند.^۲

۱۰-۳. تایلند^۳

در سال ۱۹۶۴ پیرو اجرای طرح تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از سوی دولت تایلند، اداره مربوط به امور این طرح، تحت نظارت سازمان حمایت صنعتی که وابسته به وزارت صنایع بود، تشکیل شد که بعدها به عنوان اداره تأمین مالی صنایع کوچک^۴ شناخته شد. در سال ۱۹۹۱ به دلیل تنوع وظایف محوله به این اداره، شرکت تأمین مالی صنایع کوچک^۵ جایگزین آن شد که در سال ۲۰۰۲ براساس قانون بانکداری تبدیل به «بانک توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تایلند»^۶ شد. وظایف اصلی این بانک گسترش و بهبود فعالیت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به وسیله تهیه وام‌های ضروری، ضمانت‌های لازم، تهیه سرمایه‌های مخاطره‌ای، ارائه مشاوره و سایر خدمات ضروری است. وام‌های اعطایی این بانک به دو دسته وام‌های عمومی و تخصصی تقسیم‌بندی می‌شوند.

در حوزه وام‌های عمومی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- **اعتبارات عمومی:**^۷ این اعتبارات به منظور تأسیس، گسترش و یا بازسازی فعالیت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اعطا می‌شوند. بازپرداخت آنها نیز حداکثر ۱۵ سال است.
- **اعتبار عاملیت:**^۸ این اعتبار برای حل مشکلات ناشی از کمبود سرمایه جاری و به جهت افزایش نقدینگی اعطا می‌شود.

۱. همان، ص ۳۳.

۲. موسی شهبازی گیائی، نقش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در اقتصاد هند و آموزه‌هایی برای سیاستگذاری در اقتصاد ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۲۴۱۲، خردادماه ۱۳۹۱، ص ۱۷.

۳. زهرا سلطانی، زهرا خوشنود و طاهره اکبری آلاشتی، سازوکارهای تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، پژوهشکده پولی و بانکی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بهار ۱۳۹۰، صص ۳۲-۳۱.

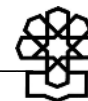
4. Small Industries Finance Office (SIFO)

5. Small Industries Finance Corporation (SIFC)

6. Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand

7. General Credit

8. Factoring Credit



- اعتبار خرید اقساطی و اجاره‌ای^۱: این اعتبار برای استفاده از ماشین‌آلات و ابزار کار به صورت اجاره‌ای در نظر گرفته شده است. هدف از اعطای این اعتبار، دسترسی آسان‌تر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به فناوری‌های جدیدتر است.

- صدور ضمانتنامه^۲: ارائه این ضمانتنامه‌ها به منظور تضمین اعتبارات اعطایی به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط صورت می‌پذیرد و طول دوره آن بیشتر از یک سال نیست. البته ارزش این ضمانتنامه از سطوح حداقل و حداکثری برخوردار است.

در حوزه اعطای وام‌های تخصصی نیز می‌توان به «وام‌های اعطایی به گروهی خاص از تولیدکنندگان فعال در بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط» اشاره داشت؛ یعنی وام‌های اعطایی به کشاورزان که با همکاری تعاونی‌های کشاورزی و بانک کشاورزی صورت می‌گیرد. با وجود این، خدمات این بانک تنها به اعطای وام و تسهیلات ختم نمی‌شود. این بانک در حوزه آموزش و مشاوره به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فعالیت‌های گسترده‌ای دارد. ارائه تسهیلات نرم‌افزاری و آشنایی با نظام‌های نوین حسابداری، بازآموزی قوانین مالیاتی و تحقیقات بازاری از جمله این فعالیت‌هاست.

۱۱-۳. تجربه برخی دیگر از کشورها

علاوه بر کشورهای نامبرده در قسمت قبل، در برخی دیگر از نقاط جهان نیز تجاری در حوزه خدمات بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط حاصل شده است. از بانک‌هایی که به طور خاص بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را مورد هدف قرار داده‌اند می‌توان به تعدادی از بانک‌های بنیانگذاری شده در روسیه، اروپای شرقی و آسیای مرکزی پس از فروپاشی کمونیسم اشاره داشت. برخی از این بانک‌ها نظیر «همکور بانک»^۳ از بکستان عملیات موفق‌تری در حوزه بنگاه‌های کوچک و متوسط به انجام رسانده‌اند.

همچنین، دولت چین از طریق تسهیم و به اشتراک‌گذاری اطلاعات مرتبط با مکان‌های استقرار کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط در راستای ارائه تسهیلات به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط و ارزش اعتباری آنها بانک‌ها را به ارائه تسهیلات به این کسب‌وکارها ترغیب کرده است.^۴ در حوزه آمریکای لاتین، یکی از بررسی انجام شده در مورد بانک‌های آمریکای لاتین در سال ۲۰۰۸ نشان داده است که «نزدیک سه چهارم بانک‌های بزرگ و متوسط و نیمی از بانک‌های کوچک همچنان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را بخشی راهبردی از کسب‌وکار بانکی مد نظر قرار می‌دهند.

1. Leasing and Hire- Purchase Credit

2. Letter of Guarantee

3. H.amkorbank in Uzbekistan IFC, 2010, p.22.

4. McKinsey & Company, 2012, p.13.

علاوه بر این، حدود ۹۰ درصد از بانک‌های بزرگ و متوسط (آمریکای لاتین) دارای سیاست‌هایی فعال در حوزه تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند.^۱

در منطقه آفریقا نیز دولت نیجریه اخیراً صندوقی معادل ۵۰۰ میلیون دلار را برای تسهیم ریسک با بانک‌هایی که به بخش کشاورزی (شامل تعداد کثیری از کسب‌وکارهای کوچک) وام اعطا می‌کنند راه‌اندازی کرده است.^۲

مطالبی که تاکنون ارائه شد، دلالت بر فراگیر بودن مقوله بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در گستره جهانی دارد. در بخش بعدی عملکرد این نوع خاص از بانکداری در ایران، آسیب‌شناسی و مطالعه می‌شود.

۴. آسیب‌شناسی: نقش و عملکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد ایران

در بخش‌های پیشین، با استناد به تجارب جهانی و گزارش‌های بین‌المللی به تبیین ویژگی‌ها و سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، چالش‌های آن و راهکارهای مقتضی برای رفع آن چالش‌ها پرداخته شد. مروری بر تجارب موفق، دلالت بر آن دارد که در ایران نیز برای اثربخش ساختن کارکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، باید ضمن بهره‌گیری از تجارب موفق جهانی، به تلاش در جهت پیاده‌سازی آن اقدامات، متناسب با شرایط ساختاری اقتصاد ایران پرداخته شود.

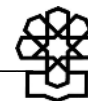
۴-۱. جایگاه بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران

در این بخش به تشریح وضعیت فعلی بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد ایران، تبیین دیدگاه‌های قابل طرح و چالش‌های موجود پرداخته می‌شود. از آنجا که در رابطه دو سویه میان نظام بانکی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، هر یک از طرفین دارای استدلال‌ها و نقطه‌نظراتی هستند، لذا برای اجتناب از وقوع جانبداری در تحلیل رابطه موجود میان آنها، بهتر است از دو زاویه به این قضیه نگریست؛ بدان معنا که هم دیدگاه‌های شبکه بانکی مد نظر قرار گیرند و هم به انتظارات و نیازهای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بها داده شود.

بنگاه‌های کوچک و متوسط به حمایت‌های مالی دولت و پشتیبانی مؤسسات مالی خصوصی و دولتی و انواع خدمات مالی مرتبط نیازمندند. در حال حاضر، بخشی از این نیازها توسط نهادهای مالی موجود ارائه می‌شود. اما از یک سو هیچ کدام از نهادهای مالی موجود در این زمینه متمرکز و متخصص

1. IFC, 2010, p.16.

2. McKinsey & Company, 2012, p.13.



نبوده و از سوی دیگر، قادر به ارائه خدمات جامع و کافی به شرکت‌های فعال در این بخش نیستند.^۱ در اقتصاد ایران، سهم ناچیز بازار سرمایه در تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، سبب پررنگ‌تر شدن نقش بانک‌ها در حوزه تأمین مالی این قبیل کسب‌وکارها شده است. به بیانی دیگر، بانک - محور بودن نظام تأمین مالی در ایران، در خصوص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌گونه‌ای مضاعف نمود پیدا کرده است.

غالب کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در برخورد با رویه‌های پر تعداد و پیچیده نظام بانکی، با مشکلاتی روبرو و در بسیاری از موارد، تقاضاهای آنها با عدم پذیرش مواجه می‌شوند. این کسب‌وکارها به‌طور معمول باید مدت زمان زیادی در انتظار تأییدیه‌ها و یا نتیجه نهایی درخواست‌هایشان بمانند. این تأخیر در رسیدگی، سبب می‌شود کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بعضاً برای استقراض به بازار آزاد متوسل شوند که در این شرایط، هنگام بازپرداخت به‌ناچار نرخ‌های سود بالاتری را در مقایسه با نرخ‌های بانکی متحمل خواهند شد. جالب آنکه حتی در این وضعیت نیز برخی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، علیرغم تحمل هزینه‌هایی از این دست، همچنان به حیات خود ادامه می‌دهند و به سودآوری می‌رسند؛ این امر می‌تواند گواهی بر درآمدزایی این کسب‌وکارها باشد.

شبکه بانکی در ارائه تسهیلات مورد نیاز کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، «ویژگی‌ها»های منحصربه‌فرد را برای این کسب‌وکارها قائل می‌شود؛ ویژگی‌هایی که بی‌میلی بانک‌ها برای ارائه تسهیلات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را در پی دارد. ویژگی اول، ریسک بالای اعطای تسهیلات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عنوان می‌شود که می‌تواند نشئت گرفته از آورده سرمایه‌ای اندک متقاضی باشد. این امر، ممکن است سبب افزایش ریسک طرح پیشنهادی در ارزیابی بانک و متعاقباً کاهش رغبت بانک برای سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شود. ویژگی دوم از نظر شبکه بانکی مربوط به توانایی ضعیف یا ناتوانایی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ارائه وثیقه‌های لازم به بانک‌هاست. ویژگی سوم نیز به درآمدزایی کمتر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای بانک (البته در قیاس با کسب‌وکارهای بزرگ) مربوط می‌شود. با وجود این صاحب‌نظران حوزه بانکی بر این باورند که بانک‌ها به‌عنوان نمایندگان شبکه بانکی کشور، نسبت به انجام وظایف خود در حیطه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط متعهد بوده و وظایف محوله را تا حد امکان و به اقتضای ضوابط موجود، به انجام رسانیده و مطابق با قوانین و مقررات مربوطه به اعطای تسهیلات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداخته‌اند. با وجود این، بنگاه‌های اقتصادی بعضاً ناگزیر به استقراض از بازارهای غیررسمی - به‌عنوان منبع مالی خارج از بنگاه - می‌شوند که هزینه‌های به مراتب بالاتری

۱. بانک صنعت و معدن، مطالعه امکان‌پذیری تأسیس بانک یا ایجاد واحد بانکداری شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در بانک صنعت و معدن، ویرایش پنجم، بهمن‌ماه ۱۳۹۲، ص ۱۴.

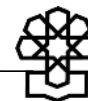
(نسبت به سود تسهیلات بانکی) بر فعالان اقتصادی تحمیل می‌کند.^۱

به عقیده کارشناسان این حوزه، کوشش‌ها و حمایت‌های مناسب سبب دمیدن روح تازه‌ای در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌شود و به گسترش آن کمک می‌کند. استمرار این روند موجب ایجاد رابطه‌ای متعهدانه بین بانک و مشتریان (کسب‌وکارهای کوچک و متوسط) می‌شود که شکل‌گیری این رابطه خود، ابزاری مفید برای کنترل ریسک در این نوع بانکداری خواهد بود. با وجود این، مسئله تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از طریق نظام بانکی در ایران، همچنان امری چالش‌برانگیز است. در حالی که بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از این قابلیت برخوردار است که به‌عنوان یکی از محورهای اقتصاد مقاومتی وارد عرصه شود و با تقویت روحیه کارآفرینی در بخش خصوصی، گامی به سمت تحقق اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برداشته شود.

چالش‌های اساسی در توسعه بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در دو محور زیر قابل طرح است: اول، فقدان چرخه حمایتی و در اولویت نبودن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ساختار صنعتی و تولیدی کشور؛ زمانی تلاش‌ها برای رفع مشکلات تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌تواند به ثمر برسد که بسته قانونگذاری و سیاستگذاری حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران تدوین و اجرا شود. در حال حاضر، بنگاه‌های کوچک و متوسط در ساختار صنعتی و تولیدی کشور به عنوان موتور رشد و توسعه نگریسته نمی‌شوند، بلکه از دیرباز این باور در مسئولین کشور وجود داشته که سرمایه‌گذاری‌ها از محل درآمدهای نفتی برای ایجاد و توسعه بنگاه‌های بزرگ عامل رشد اقتصادی و رفع بیکاری خواهد بود. لذا زنجیره تولید به نحوی که بنگاه‌های کوچک و متوسط بتوانند نیاز بنگاه‌های بزرگ را در زمینه تأمین مواد اولیه و واسطه‌ای تأمین کنند و بازار مناسبی برای فروش محصولات داشته باشند هنوز به خوبی شکل نگرفته و این نیاز معمولاً با واردات ارزان‌تر تأمین می‌شود. محیط کسب‌وکار نامساعد فشارهای هزینه‌ای همه‌جانبه‌ای را به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط وارد می‌آورد بدون آنکه از حمایت‌های دولتی همانند بنگاه‌های بزرگ بهره‌مند باشند. در چنین فضایی توسعه سازوکارهای تأمین مالی به‌عنوان یکی از مهمترین چالش‌های پیش‌روی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، ممکن است به نتیجه نهایی مطلوب ختم نگردد.

دوم، غالب بودن پارادایم یا تفکر مدیریتی مرسوم در بانکداری شرکتی،^۲ و مینا قرار دادن آن برای بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است؛ حال آنکه چنین تفکری اصولاً با سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همخوانی ندارد. الگوی ارائه خدمات در بانکداری شرکتی، به‌طور

۱. نامه اتاق بازرگانی، نگاهی به چالش‌های تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی در ایران، سال ۸۵، ش ۸۱، مهر ۱۳۹۲، ص ۱۴.



مرسوم بر پایه ارکانی همچون تنظیم صورت‌های مالی شفاف، تکمیل فرم‌های خاص در شبکه بانکی، ارائه برنامه‌های مدون کسب‌وکار، بهره‌گیری از کمک تیم‌های کارشناسی متعدد، ارزیابی ریسک اعتبارات^۱ و ... استوار است. اما الگوی بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، دارای چندین وجه تمایز اساسی با الگوی بانکداری شرکتی است.

علیرغم آنکه تأمین مالی، یکی از چالش‌های جدی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شناخته شده است، اما این کسب‌وکارها افزون بر نیازهای مالی، نیازهای دیگری نیز دارند که مرتفع شدن آنها می‌تواند نویدبخش پویایی بیشتر در حوزه تولید، اشتغال و نوآوری باشد. این نیازها صرفاً از جنس نیاز به خدمات بانکی نیست، بلکه تنوع نیازهای آنان، بسته‌ای جامع از خدمات را طلب می‌کند. حال چنانچه کلیه خدمات مورد نیاز کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در قالب یک بسته یا مجموعه در نظر گرفته شوند، به‌نظر می‌رسد مهمترین عامل در تسریع فرآیند تأمین مالی و تحقق عملیاتی شدن ارائه این خدمات، آن است که شبکه بانکی و نهادهای مالی مربوطه، «باور» و «پذیرش» لازم در زمینه اجرایی شدن این اقدامات را در خود تقویت کنند. البته در تکمیل این فرآیند، دسترسی کافی به ابزارهای مالی از جمله ابزارهای متعددی برای تأمین سرمایه در گردش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز مورد نیاز خواهد بود.^۲

آنچه باید مورد پذیرش قرار گیرد آن است که امروزه مفهوم بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فراتر از صرفاً اعطای وام و تسهیلات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. مجموعه گسترده خدمات قابل ارائه به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در ۶ گروه عمده قابل دسته‌بندی است که در جدول زیر به آنها اشاره شده است.

۱. ریسک اعتبار، ناظر به دو نوع احتمال است؛ احتمال تأخیر (Delay) در بازپرداخت تسهیلات، و احتمال عدم بازپرداخت (Default) تسهیلات. در صورتی که احتمال ریسک اعتبار، کم باشد بانک مطابق با استانداردهای تعریف شده خود به اعطای وام می‌پردازد.

۲. البته برای این منظور، برخی ابزارهای مالی مناسب نظیر «اوراق مرابحه» طراحی و ابلاغ شده است، لکن در حال حاضر عملاً اجرا نمی‌شوند. از این‌روی، ابزارهای مالی، در برخی موارد آن‌چنان که انتظار می‌رود کافی به‌نظر نمی‌رسند.

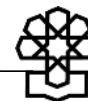
جدول ۲. خدمات ۶ گانه بانکی به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط^۱

نوع خدمت	توضیحات
حمایت‌های مالی	تسهیلات مالی جهت ایجاد اولیه واحد، خرید مواد اولیه، ارتقای کیفیت تولیدات، انجام تحقیقات، افزایش بهره‌وری، صادرات و ...
حمایت‌های قانونی	کمک به بهبود فضای کسب‌وکار و اصلاح قوانین و مقررات مرتبط، توسعه فناوری و تجارت الکترونیک، توسعه مجتمع‌ها و شرکت‌های صنعتی، کمک به ایجاد فرصت‌های صادراتی و ...
حمایت‌های آموزشی	آموزش‌های سطوح مدیریت، مرتبط با استاندارد کردن محصولات و خدمات، اصول اداره شرکت، بازاریابی و صادرات، مقررات تجاری و مالی و ...
حمایت‌های مشاوره‌ای	ارائه خدمات مشاوره مدیریت، مشاوره مالی، مشاوره تجاری، مشاوره حقوقی و ...
حمایت‌های اطلاع‌رسانی	خدمات اطلاع‌رسانی تجاری، مدیریت، فنی و ...
حمایت‌های فنی و تکنولوژیکی	مطالعه، بررسی و معرفی تکنولوژی‌های جدید و ...

یکی از اساسی‌ترین نیازهای کسب‌وکارها در بحث بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، «خدمات مشاوره‌ای» است. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مایلند نهادی در کنارشان حضور داشته باشد تا اولاً، به موازات فعالیت این کسب‌وکارها، در موارد لازم از مشاوره‌ها و راهنمایی‌های آن بهره‌مند شوند، ثانیاً عملکرد این نهاد مالی به گونه‌ای باشد که تا «انتهای کار»، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را همراهی کند. این نهاد می‌تواند در قالب بانک و نظام بانکی ورود پیدا کند، اما بنا به برخی دلایل، بانک‌ها از ارائه خدماتی از این دست اجتناب می‌ورزند. به بیانی روشن‌تر، از آنجا که چارچوب مشخصی برای خدمات مشاوره مالی تعریف نشده است، همچنین در حال حاضر بانک‌ها کارمزدی بابت ارائه این گونه خدمات دریافت نمی‌کنند، ارائه مشاوره‌های مالی به نوعی یک خدمت «کیفی» تلقی می‌شود. از همین روی، بانک‌ها عملاً رغبت چندانی نسبت به ارائه مشاوره به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از خود نشان نمی‌دهند.

این در حالی است که ارائه این قبیل خدمات مشاوره‌ای، می‌تواند یک منبع درآمدی مهم برای بانک‌ها محسوب شود و شرایط را به گونه‌ای رقم زند که بانک و کارآفرین، عملاً به عنوان شریک یکدیگر و سهم در درآمدها به فعالیت بپردازند. به بیان دیگر، ساختار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دربرگیرنده مفهوم مشارکت اسلامی (در سود و زیان) است و با روح بانکداری اسلامی سازگاری دارد. بدیهی است کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز باید جدای از بحث انتظارات معمولشان، نسبت به انجام تعهداتشان در قبال بانک‌ها جدیت کافی اعمال کنند تا برآیند آن، شکل‌گیری رابطه‌ای مثبت، مؤثر و بلندمدت بین طرفین باشد.

۱. شاهین شایان‌آرانی، بانکداری صنایع کوچک و متوسط، روزنامه تجارت، ش ۳۳۷، دوشنبه ۲۴ آبان‌ماه ۱۳۹۳، ص ۴.



ارائه «خدمات مشاوره‌ای و آموزشی» به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به موازات اعطای اعتبارات و تسهیلات، از ارکان اساسی این نوع بانکداری شناخته شده است. ضرورت ارائه بسته‌های خدمات مشاوره‌ای، به‌نوعی به ساختار کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برمی‌گردد. زیرا همان‌گونه که پیش‌تر عنوان شد، در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (بر خلاف کسب‌وکارهای بزرگ)، مدیریت و مالکیت به‌صورت توأمان از آن یک فرد و یا یک خانواده است؛ که عموماً از دانش لازم در حوزه‌های مرتبط برخوردار نیستند. بدیهی است در این شرایط، نیاز کسب‌وکارهای کوچک و متوسط صرفاً دریافت وام و تسهیلات نخواهد بود، بلکه طالب نوعی مشارکت کلی در فرآیند ساخت و بهره‌برداری نیز هستند. عدم توجه کافی به این مفهوم را شاید بتوان از نکات مغفول مانده در مورد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران به‌شمار آورد. بدین ترتیب، کنکاش در نحوه تعامل این دو گروه - نظام بانکی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط - مفهوم بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را به‌عنوان پارادایمی که اخیراً مورد توجه قرار گرفته است، بیش از پیش قابل درک خواهد ساخت.

در همین راستا یکی از موضوعات قابل طرح، بحث «نظارت» است. به‌طور معمول در صورتی که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، موفق به دریافت تسهیلات شوند از آن پس، بانک‌ها پیگیری و نظارت چندانی در خصوص نحوه استفاده از این تسهیلات انجام نمی‌دهند؛ این در حالی است که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (برخلاف کسب‌وکارهای بزرگ) آشنایی چندانی با برخی مسائل مالی مرتبط ندارند و چه بسا ممکن است دریافت تسهیلات صرف، حاصلی جز افزایش بدهی‌های جاری - که به‌صورت ناخواسته بر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تحمیل شده است - در پی نداشته باشد.

به‌نظر می‌رسد از دید بانک‌ها نظارت بر یک کسب‌وکار بزرگ، در مجموع ساده‌تر از نظارت بر چندین و چند کسب‌وکار کوچک یا متوسط است؛ مضاف بر آن، نظارت بر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در هر حال، مستلزم به‌کارگیری همان زمان و نیروی متخصصی است که در حالت معمول به پیگیری امور کسب‌وکارهای بزرگ می‌پردازند؛ با این تفاوت که آن انرژی و تخصص را به‌جای پیگیری امور یک کسب‌وکار بزرگ، باید صرف امور کسب‌وکاری کوچک یا متوسط با چالش‌های مختص آن کنند. باید توجه داشت که معیارهای اعتبارسنجی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، ماهیتاً با معیارهای اعتبارسنجی کسب‌وکارهای بزرگ متفاوت است. اما متأسفانه، تمایز قائل نشدن بین این معیارها سبب شده است اعتبارسنجی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، در زمره چالش‌های حوزه بانکداری ویژه این کسب‌وکارها به‌شمار آید.

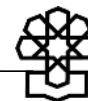
به‌طور معمول برای اعتبارسنجی کسب‌وکارهای بزرگ، معیارهایی چون «سوابق کاری یا پیشینه فعالیت» و «سوابق بانکی» این کسب‌وکارها مبنا قرار می‌گیرند. در حقیقت، آنچه در خصوص کسب‌وکارهای بزرگ بیش از سایر موارد حائز اهمیت است، مباحث مالی است؛ برای مثال، باید به‌طور شفاف مشخص شود که سابقه آن کسب‌وکار بزرگ در بازپرداخت تسهیلات قبلی چگونه بوده است،

بیان مالی فعلی‌اش در چه وضعیتی قرار دارد، نتیجه ارزیابی‌ها از پیش‌بینی جریان نقدینگی آتی آن چیست و اینکه آیا از توان مالی کافی برای بازپرداخت اقساط مربوطه برخوردار است یا خیر؟ یافتن پاسخ این قبیل پرسش‌ها در بانکداری شرکتی مرسوم برای کسب‌وکارهای بزرگ امری متعارف است. حال آنکه وضعیت در بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌گونه‌ای دیگر است. از آنجا که در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مدیریت و مالکیت از یکدیگر، تفکیک‌پذیر نیستند لذا برخی خصوصیات و ویژگی‌های شخصیتی مالک - مدیر آن کسب‌وکار کوچک یا متوسط باید به‌عنوان معیار لحاظ شوند. در این شرایط، میزان علاقمندی و اصطلاحاً «این‌کاره بودن فرد» است که وزن و اهمیت بیشتری می‌یابد. یکی از راهکارهای دستیابی به این خصوصیات، انجام تست‌های روانشناسی^۱ است. نتایج این تست‌ها روشن خواهند ساخت که آیا فرد مورد نظر واقعاً از قابلیت و توان لازم برای انجام فعالیت مورد تقاضا برخوردار است یا خیر؛ به بیانی دقیق‌تر، از تحلیل این قبیل سنجش‌ها می‌توان دریافت که آیا فرد مورد نظر زمینه‌های اجرایی لازم را به لحاظ شخصیتی داراست یا اینکه برعکس، گفته‌هایش تنها نوعی ادعا به‌نظر می‌رسد.

دستیابی به چنین شناختی، مستلزم پی‌ریزی ارتباطی قوی بین بانک‌ها و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. به‌منظور تحقق این امر نیاز به مدیران و کارشناسانی است که برای همین هدف، تحت تعلیم قرار گیرند تا تعامل از نزدیک و به‌صورت چهره به چهره با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را شکل دهند. به‌دلیل ارتباط نزدیک این مدیران با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، اصطلاحاً به آنان «مدیران ارتباطی»^۲ اطلاق می‌شود. مدیر ارتباطی، در وهله اول، نیازهای بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را به دقت شناسایی می‌کند. سپس موظف است به‌طور شفاف به شرح مسئله برای واحدهای عملیاتی بانک مربوطه بپردازد و راهکارهای پیشنهادی خود را ارائه دهد تا بر آن اساس، بانک قادر به ارائه خدمات مناسب به کسب‌وکار مورد نظر باشد. مدیران ارتباطی، در حقیقت به امور عملیاتی نمی‌پردازند، بلکه در یک کلام، شنونده گفته‌ها و چه بسا درد دل‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند. لذا در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، عملاً این بانک‌ها هستند که به سراغ مشتریان (یعنی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط) می‌روند تا به شناسایی نیازهای آنان و گره‌گشایی از مشکلات آنها بپردازند.

در مجموع با توجه به پتانسیل موجود در بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، نظام مدیریتی در بانکداری ویژه این کسب‌وکارها باید به‌گونه‌ای طراحی شود که تنها بر ارائه خدمات مالی متمرکز نباشد؛ بلکه فراتر از آن، قادر باشد تحت لوای تیم‌های تخصصی کارشناسی و به‌طور مستقل، به ارائه مشاوره‌های فنی، حقوقی، قانونی، مدیریت وجوه، خدمات سپرده‌پذیری، خدمات اینترنتی، انجام امور حواله و ... به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بپردازد.

1. Psychometric Tests
2. Relationship Managers (RMs)



۴-۲. سابقه بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط (در بانک صنعت و معدن)

بانک صنعت و معدن به‌عنوان مهمترین بانک توسعه‌ای و تخصصی کشور در بخش صنایع و معادن، اقداماتی را صورت داده است که بر پایه آنها، ضرورت ایجاد یک واحد تخصصی بانکداری شرکت‌های کوچک و متوسط، اهداف اصلی آن و انواع خدمات مالی و غیرمالی قابل عرضه، تبیین شده است.

در حال حاضر، تحت لوای هیئت مدیره بانک صنعت و معدن، دو واحد راهبردی کسب‌وکار^۱ مشغول به فعالیت هستند. یکی از این دو واحد، بانکداری شرکتی را بر عهده دارد و واحد دیگر، در حقیقت گروهی مجزا مشتمل بر شعب زیرمجموعه استان‌هاست که خدمات بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را در اختیار متقاضیان قرار می‌دهد. در بانک صنعت و معدن، کمیته‌ای مجازی مرتبط با حوزه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال شده است که گزارش امور را در اختیار هیئت مدیره بانک قرار می‌دهد. برخی از اعضای هیئت مدیره این بانک، جزء اعضای این کمیته نیز هستند؛ گویی بانک، اختیارات خود را به این کمیته تفویض کرده است. به‌نظر می‌رسد در شرایط فعلی، فعالیت این بخش از بانک به همین منوال تداوم یابد تا با فرا رسیدن زمان مناسب و پس از ایجاد بسترهای اجرایی لازم، در قالب بدنه‌ای جداگانه به فعالیت خود بپردازد. البته تحقق این امر، با برخی چالش‌ها نیز همراه بوده است که از مهمترین آنها می‌توان به «آموزش روش‌های جدید به کارکنان» و «ایجاد نظام حسابداری مستقل برای این واحد تخصصی» اشاره داشت. در این راستا کوشش شده است تا از طریق برگزاری سمینارها و دوره‌های آموزشی در شهرهای مختلف، به آموزش شیوه‌های جدید و معرفی سازوکارها پرداخته شود.

مقدمات شکل‌گیری این نوع نگاه، ریشه در فعالیت‌های سالیان گذشته بانک مذکور دارد که تا کنون نیز استمرار یافته است. بررسی‌های فعلی حاکی از آن است که سهم شرکت‌های کوچک (با مبلغ تسهیلات مالی دریافتی کمتر از ۵ میلیارد ریال) از کل تعداد شرکت‌های موجود در پورتفوی بانک صنعت و معدن بیش از ۷۵ درصد بوده که رقمی قابل توجه است. اما از سوی دیگر، سهم شرکت‌های مزبور از کل مبلغ تسهیلات مالی پرداختی توسط این بانک صرفاً حدود ۳/۵ درصد بوده است. بیان آماری این مطلب در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۳. مانده مطالبات جاری و غیرجاری مشتریان در بانک صنعت و معدن (به تاریخ ۱۳۹۲/۱۰/۳۰)^۱

تعداد مشتریان (نفر)	اصل مبلغ تسهیلات پرداختی (میلیارد ریال)
۴۲۱	بیش از ۵۰
۲۵۴	بین ۳۰ تا ۵۰
۲۳۹۵	بین ۵ تا ۳۰
۹۶۴۶	کمتر از ۵
۱۲۷۱۶	جمع کل

این موضوع نشان می‌دهد بانک، پتانسیل همکاری با شرکت‌های کوچک و متوسط را دارد، ولی ارتباط مالی مستحکمی با آنان ندارد.^۲ از این‌روی، برای تقویت همه‌جانبه این ارتباط باید مجموعه‌ای از خدمات «مالی»، «بانکی» و «مشاوره‌ای» قابل ارائه به این شرکت‌ها را شناسایی و در چارچوب واحد تخصصی بانکداری شرکت‌های کوچک و متوسط به آنها ارائه کرد. به همین منظور، بانک صنعت و معدن ارائه خدمات مشاوره حقوقی و فنی را نیز (به موازات ارائه خدمات مالی) در شعب استانی خود در پیش گرفته است تا بدین طریق، هم به کارآفرینان یاری رساند و هم به تجهیز منابع مالی خود بپردازد.

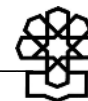
اگرچه تأسیس یک نهاد یا واحد بانکداری تخصصی، برای رفع تنگناهای مالی و مشاوره‌ای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌تواند پشتوانه‌ای مفید برای تسهیل فعالیت‌های این کسب‌وکارها باشد؛ اما ریشه‌یابی دلایل برخی مخالفت‌ها با تحقق این امر نیز ضروری به نظر می‌رسد. به بیانی شفاف‌تر، در پی ادغام صندوق ضمانت صنعتی در بانک صنعت و معدن به منظور حمایت از صنایع کوچک و واحدهای تولیدی کارگاهی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق مختلف کشور و حمایت از کارآفرینان با سرمایه کم، از فروردین‌ماه ۱۳۶۷، واحد جدید و مجزایی تحت عنوان «مدیریت اعتباری صنایع کوچک» در بانک صنعت و معدن ایجاد شد.^۳ مقرر بود تا این مدیریت، دارای یک ستاد مرکزی در تهران و ۹ شعبه در مراکز برخی استان‌های کشور باشد و امور کارشناسی و بررسی و نظارت بر طرح‌ها را رأساً انجام داده و در موارد لازم، از مجموعه کارشناسی بانک استفاده کند.^۴ همچنین پس از آن و طی دهه‌های اخیر، در چند مقطع زمانی مجزا (یک مقطع در سال ۱۳۷۵ و مقطع دیگر در سال ۱۳۸۷) طی مطالعات کارشناسی بانک صنعت و معدن، موضوع ضرورت ایجاد یک واحد تخصصی

۱. بانک صنعت و معدن، مطالعه امکان‌پذیری تأسیس بانک یا ایجاد واحد بانکداری شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در بانک صنعت و معدن، ویرایش پنجم، بهمن‌ماه ۱۳۹۲، ص ۱۴.

۲. همان.

۳. همان، ص ۱۵.

۴. همان.



و مجزا جهت ارائه خدمات مالی به صنایع کوچک را در دهه‌های اخیر (در مقاطع زمانی مختلف) نیز توسط بدنه کارشناسی بانک صنعت و معدن مورد بررسی قرار داده و خلأ آن را احساس و در برنامه‌های راهبردی بانک گنجانده شده بود؛ اما متأسفانه واحدهای مورد نظر یا اصولاً تشکیل نگردیدند و یا پس از مدت زمان کوتاهی دچار رکود شده و در بلندمدت منحل شدند.^۱

حقیقت امر آن است که اگرچه بانک صنعت و معدن اقداماتی را برای تأسیس واحد تخصصی بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به انجام رسانده است، اما به نظر می‌رسد کسب مجوز بانک مرکزی برای ایجاد چنین واحدی، با دشواری‌هایی همراه باشد. در ادامه به دلایلی که احتمال می‌رود زمینه‌ساز این دشواری‌ها بوده‌اند اشاره می‌شود.

۳-۴. ریشه‌یابی تردیدها در خصوص تأسیس بانک (یا نهاد مالی) تخصصی، ویژه

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

طی سال‌های اخیر، اقتصاد ایران شاهد رشد قابل توجه در تعداد مؤسسات تأمین مالی بوده است. این موضوع، به خودی خود، مشکل‌ساز به نظر نمی‌رسد؛ اما مشکل اصلی از آنجا نشئت می‌گیرد که «برخی» از این مؤسسات به‌طور غیرقانونی به فعالیت‌های خود ادامه دادند و از چارچوب‌های تعریف شده توسط بانک مرکزی تخطی کردند. از آنجا که فعالیت مؤسسات مالی غیرمجاز، تهدیدی در برابر سیاست‌های اقتصاد کلان و همچنین در تعارض با رویکرد اخیر بانک مرکزی مبنی بر شفاف‌سازی عملیات بانکی محسوب می‌شود،^۲ حساسیت بانک مرکزی نسبت به اعمال نظارت دقیق بر این‌گونه مؤسسات شدت یافته است. بدین ترتیب با افزایش دامنه نقش‌آفرینی مؤسسات تأمین مالی، بر نگرانی‌های بانک مرکزی نسبت به گسترش فعالیت این‌گونه مؤسسات -از جمله نهادهای تأمین مالی خرد^۳- افزوده شد. فراتر از حیطه مؤسسات تأمین مالی خرد، دغدغه بانک مرکزی در خصوص صدور مجوز برای تأسیس بانک ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، عموماً ضعف این کسب‌وکارها در انجام تعهدات و تکالیفشان در قبال بانک‌ها عنوان می‌شود. لذا بعضاً ممکن است برخی از طرح‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، از نگاه تحلیلگران بانک مرکزی، تجاری ناموفق پنداشته شوند. با وجود این، به نظر می‌رسد بانک مرکزی طی سالیان گذشته، منابعی را به این‌گونه کسب‌وکارها و

۱. همان، صص ۱۶-۱۵.

۲. به گفته دکتر کیمیجانی -قائم مقام بانک مرکزی- در چهارمین همایش سیاست‌های پولی و چالش‌های بانکداری و تولید، «با وجود اینکه آمار دقیقی از مؤسسات پولی و اعتباری غیرمجاز وجود ندارد و حتی تعداد صندوق‌های قرض‌الحسنه نیز به‌طور دقیقی مشخص نیست، ۶ مؤسسه مالی غیرمجاز حدود ۹۴ هزار میلیارد تومان از سپرده‌های مردم را در اختیار دارند که حدود ۱۵/۱ درصد از منابع سپرده کشور را دربرمی‌گیرد که این رقم به‌تنهایی می‌تواند نقش برهم‌زننده‌ای در بازار پولی کشور داشته باشد». (برگرفته از مطالب ارائه شده در چهارمین همایش سیاست‌های پولی و چالش‌های بانکداری و تولید، مؤسسه آموزش عالی بانکداری، ۸ و ۹ دی‌ماه ۱۳۹۳)

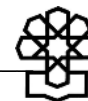
3. Micro-financ Institutions (MFIs)

طرح‌های آنها اختصاص داده است، اما از آنجا که بخش عمده‌ای از منابع تخصیص یافته، به نظام بانکی بازگشت داده نشد، حجم عظیمی از تکالیف و تعهدات بر عهده نظام بانکی قرار گرفت. به بیانی دقیق‌تر، بخشی از این منابع، پیش از آنکه طرح‌ها به مرحله تولید یا بهره‌برداری برسند در جای دیگری به مصرف رسیده و مصارف تسهیلات دریافتی، در تعارض با هدف تبیین شده هنگام توجیه طرح‌ها بوده است. این امر سبب شده بانک مرکزی، ناگزیر تجارب و ذهنیت نامطلوب پیشین را در تصمیم‌گیری‌ها ملحوظ داشته و لذا چندان راغب به صدور مجوز برای تأسیس واحد تخصصی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نباشد.

آن‌گونه که به نظر می‌رسد، ضعف مشاهده شده در عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در انجام تعهدات بانکی، بعضاً ممکن است ناشی از عدم توان (یا حتی عدم تمایل به) بازپرداخت به‌موقع ازسوی برخی از این کسب‌وکارها و یا حتی در پاره‌ای موارد، ناشی از ضعف نظارت ازسوی نظام بانکی بوده باشد. اما آنچه روشن است آن است که در هر یک از این حالات، بخشی از منابع شبکه بانکی و در رأس آنها بانک مرکزی، آن‌گونه که باید و شاید، به مصرف نرسیده است. بر همین اساس، مقامات بانک مرکزی برای اجتناب از وقوع مجدد تنگناهای مرتبط با تأمین مالی از حوزه بانکی، بر انجام مطالعات دقیق کارشناسی در مورد امکان بازگشت منابع به شبکه بانکی، تأکید دارند و آن را از ضرورت‌ها برمی‌شمارند.

اما در سمت دیگر، صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکار بر این باورند که آنچه مسئله‌ساز بوده است عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نبوده، بلکه سازوکار اعطای تسهیلات به این کسب‌وکارها نارسایی‌هایی داشته است؛ بدان معنا که الزامات و نحوه برخورد نظام بانکی با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به‌مانند الزامات در نظر گرفته شده برای کسب‌وکارهای بزرگ طراحی شده است.^۱ نکته مهم دیگر تأثیر سایر عوامل نامساعد محیط کسب‌وکار ایران به‌ویژه برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است که تلاش بسیار این کسب‌وکارها و حمایت‌های تأمین مالی از آنها را می‌تواند به ناکامی بکشاند. مشخص نبودن استراتژی صنعتی و تولیدی و در اولویت نبودن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در برنامه‌ریزی‌های کلان کشور موجب شده تا زنجیره حمایتی همه‌جانبه‌ای برای رشد و شکوفایی این کسب‌وکارها در ایران شکل نگیرد و هزینه‌های محیطی مانع از به ثمر رسیدن حمایت‌های تک‌بعدی و مقطعی شوند.

۱. برای مثال، «در بخشنامه بانک مرکزی تأکید شده بنگاهی مجاز است تسهیلات بگیرد که ۲۵ درصد سرمایه از محل حقوق صاحبان سهام، منابع داشته باشد، همچنین بنگاه باید صورت‌های مالی حسابرسی شده داشته باشد تا بانک بتواند به صورت‌های مالی ارائه شده اتکا کند» (برگرفته از مطالب ارائه شده در چهارمین همایش سیاست‌های پولی و چالش‌های بانکداری و تولید، مؤسسه آموزش عالی بانکداری، ۸ و ۹ دی‌ماه ۱۳۹۳).



جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها

امروزه توسعه کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط به‌عنوان رمز توسعه اقتصادی کشورها شناخته شده است. این کسب‌وکارها از طریق ایجاد کارآفرینی، خلق نوآوری و تحول در فناوری، ایجاد اشتغال و رشد درآمدها، بر اقتصاد ملی کشورها و متعاقباً بر اقتصاد جهانی تأثیرگذارند. با وجود این، فقدان دسترسی مناسب بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط به منابع تأمین مالی، یکی از مهمترین چالش‌های رشد این کسب‌وکارها محسوب می‌شود. اما چون از نظر بانک‌های تجاری و مؤسسات تأمین مالی فعال در حوزه خدمات مالی کشورها، تأمین مالی و ارائه سایر خدمات مالی به کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط غالباً پریسک‌تر و پرهزینه‌تر است، لذا معمولاً این کسب‌وکارها با کم‌مهری و عدم امکان دریافت مناسب خدمات مالی از جانب نهادهای مالی مرسوم مواجه هستند.

مهمترین چالش‌هایی که در ارزیابی عملکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در جهان شناسایی شده‌اند عبارتست از:

۱. پراکندگی مشتریان بانکی (از نوع کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط)،
۲. پایین بودن درآمد بانک به ازای هر یک از مشتریان خرد، کوچک و متوسط،
۳. دسترسی ضعیف به داده‌ها،
۴. بی‌بهره بودن کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط از دانش مالی و بازرگانی،
۵. محیط کسب‌وکار ضعیف.

علاوه بر این ۵ چالش عمده، «موانع قانونگذاری»، «ضعف چارچوب‌های حقوقی» و «عوامل اقتصاد کلان» نیز خود در زمره چالش‌های شناسایی شده در حوزه در بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط قرار دارند.

ازسوی دیگر، مواجهه با چالش‌های موجود و همچنین کلید موفقیت در بانکداری کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط، مستلزم توجه کافی به برخی آموزه‌هاست؛ از جمله درک و شناخت دقیق از شرایط جغرافیایی و فضای کسب‌وکار بنگاه‌های کوچک و متوسط، کاهش هزینه‌های عملیاتی ارائه خدمات مالی از طریق دارا بودن حداقل شعب و حداکثر استفاده از بانکداری الکترونیکی، خلاقیت در حوزه شناسایی و مدیریت ریسک و استفاده از روش‌های روانشناسانه^۱، همراه و شریک بودن در جهت ظرفیت‌سازی و توانمندسازی مشتریان با رویکردی بلندمدت و در نهایت، مشارکت با حاکمیت برای تأثیرگذاری بیشتر (به‌دلیل مشترک بودن منافع در راستای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط).

اگرچه چارچوب منحصر به‌فردی برای حمایت اثربخش از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط وجود ندارد، اما اغلب دولت‌ها از سیاست‌هایی در راستای حمایت از تأمین مالی این کسب‌وکارها برخوردارند.

تجارب موفق برخی کشورها در حوزه بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، نشانگر مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب آنها در رویارویی با چالش‌هاست. از کشورهای مورد بررسی در این گزارش، می‌توان به ایالات متحده، انگلستان، آلمان، مالزی، برزیل، عمان، اندونزی، هندوستان و تایلند اشاره داشت. مروری بر این تجارب موفق، به وضوح دلالت بر آن دارد که در ایران نیز برای اثربخش ساختن کارکرد بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، باید ضمن بهره‌گیری از تجارب جهانی، به تلاش در جهت پیاده‌سازی آن اقدامات، متناسب با شرایط ساختاری اقتصادی ایران پرداخته شود.

یکی از ویژگی‌های اصلی تأمین منابع مالی در اقتصاد ایران، نقش محوری بانک‌ها در تأمین مالی بنگاه و کم‌توسعه‌یافتگی بازار سرمایه است. با وجود این، هنوز، تأسیس یک بانک تخصصی مجزا برای ارائه خدمات بانکی، مشاوره‌ای، آموزشی، مدیریت وجوه و ... به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به مرحله اجرا نرسیده است. یافتن پاسخی مناسب در توضیح چرایی این موضوع، مستلزم انجام یک بررسی آسیب‌شناسانه پیرامون نحوه تعامل نظام بانکی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. در این خصوص به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های اساسی در توسعه بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران، غالب بودن پارادایم یا تفکر مدیریتی مرسوم در بانکداری شرکتی و مینا قرار دادن آن برای بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است؛ حال آنکه چنین تفکری اصولاً با سازوکار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همخوانی ندارد. چالش اساسی‌تر که در سطحی بالاتر، مانع توسعه انواع سازوکارهای تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است، محیط کسب‌وکار نامساعد برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و عدم اولویت‌گذاری برای حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ایران است که سبب شکست این کسب‌وکارها حتی در صورت حمایت‌های تأمین مالی می‌شوند.

امروزه، مفهوم بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، فراتر از صرفاً اعطای وام و تسهیلات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تعریف شده و مجموعه گسترده خدمات قابل ارائه به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مشتمل بر ۶ گروه عمده شناسایی شده است؛ خدماتی چون:

۱. حمایت‌های مالی،

۲. حمایت‌های قانونی،

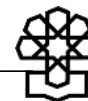
۳. حمایت‌های آموزشی،

۴. حمایت‌های مشاوره‌ای،

۵. حمایت‌های اطلاع‌رسانی،

۶. حمایت‌های فنی و تکنولوژیکی.

این در حالی است که بنا به برخی دلایل، بانک‌ها از ارائه خدماتی از این دست اجتناب می‌ورزند. به نظر می‌رسد از آنجا که چارچوب مشخصی برای خدمات مشاوره مالی تعریف نشده است، همچنین



در حال حاضر بانک‌ها کارمزدی بابت ارائه این گونه خدمات دریافت نمی‌کنند، ارائه مشاوره‌های مالی به‌نوعی یک خدمت «کیفی» تلقی می‌شود. از همین روی، بانک‌ها عملاً رغبت چندانی نسبت به ارائه مشاوره به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از خود نشان نمی‌دهند. در حالی که ارائه این قبیل خدمات می‌تواند یک منبع درآمدی مهم برای بانک‌ها محسوب شود و شرایط را به‌گونه‌ای رقم زند که بانک و کارآفرین، عملاً به‌عنوان شریک یکدیگر و سهام درآمدها به فعالیت بپردازند. به بیان دیگر، ساختار بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دربرگیرنده مفهوم مشارکت اسلامی (در سود و زیان) است و با روح بانکداری اسلامی سازگاری دارد. بدیهی است کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز باید جدای از بحث انتظارات معمولشان، نسبت به انجام تعهداتشان در قبال بانک‌ها جدیت کافی اعمال کنند تا برآیند آن، شکل‌گیری رابطه‌ای مثبت، مؤثر و بلندمدت بین طرفین باشد.

یکی از موضوعات قابل طرح در کنکاش این موضوع، بحث «نظارت» است. به‌طور معمول در صورتی که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، موفق به دریافت تسهیلات شوند از آن پس، بانک‌ها پیگیری و نظارت چندانی در خصوص نحوه استفاده از این تسهیلات انجام نمی‌دهند؛ این در حالی است که ممکن است دریافت تسهیلات صرف، (بدون نظارت و همراهی) حاصلی جز افزایش بدهی‌های جاری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در پی نداشته باشد. دستیابی به شناخت دقیق و کسب اطلاعات مورد نیاز بانک‌ها، مستلزم پی‌ریزی ارتباطی مستحکم بین بانک‌ها و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. به‌منظور تحقق این امر نیاز به مدیران و کارشناسانی است که برای همین هدف، تحت تعلیم قرار گیرند تا تعامل از نزدیک و به‌صورت چهره به چهره با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را شکل دهند. به‌دلیل ارتباط نزدیک مدیران با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، اصطلاحاً به آنان «مدیران ارتباطی» اطلاق می‌شود. مدیران ارتباطی، در حقیقت به امور عملیاتی نمی‌پردازند، بلکه در یک کلام، شنونده مشکلات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند؛ نه صرفاً مسئول اعطای وام و تسهیلات به آنها.

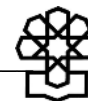
در راستای توسعه خدمات‌رسانی به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بانک صنعت و معدن اقداماتی را صورت داده است که بر پایه آنها، ضرورت ایجاد یک واحد تخصصی بانکداری شرکت‌های کوچک و متوسط، اهداف اصلی آن و انواع خدمات مالی و غیرمالی قابل عرضه، تبیین شده است. اما به‌نظر می‌رسد کسب مجوز بانک مرکزی برای ایجاد چنین واحدی، با دشواری‌هایی همراه باشد. بدین ترتیب، اگرچه تأسیس یک نهاد یا واحد بانکداری تخصصی، برای رفع مشکلات مالی و مشاوره‌ای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌تواند پشتوانه‌ای مفید برای تسهیل فعالیت‌های این کسب‌وکارها باشد؛ اما ریشه‌یابی دلایل برخی مخالفت‌ها با تحقق این امر نیز ضروری به‌نظر می‌رسد.

در تحلیل این موضوع، باید چندین جنبه را در نظر گرفت. طبق مشاهدات صاحب‌نظران حوزه بانکی، اقتصاد ایران طی سال‌های اخیر شاهد رشد قابل توجه در تعداد مؤسسات تأمین مالی بوده است. این موضوع، به خودی خود، مشکل‌ساز به‌نظر نمی‌رسد؛ اما مشکل اصلی از آنجا نشئت می‌گیرد

که «برخی» از این مؤسسات به‌طور غیرقانونی به فعالیت‌های خود ادامه دادند و از چارچوب‌های تعریف شده توسط بانک مرکزی تخطی نمودند. از آنجا که فعالیت مؤسسات مالی غیرمجاز، تهدیدی در برابر سیاست‌های اقتصاد کلان و همچنین در تعارض با رویکرد اخیر بانک مرکزی مبنی بر شفاف‌سازی عملیات بانکی محسوب می‌شود، حساسیت بانک مرکزی نسبت به اعمال نظارت دقیق بر این‌گونه مؤسسات شدت یافته است. بدین ترتیب با افزایش دامنه نقش‌آفرینی مؤسسات تأمین مالی، بر نگرانی‌های بانک مرکزی نسبت به گسترش فعالیت این‌گونه مؤسسات - از جمله نهادهای تأمین مالی خرد- افزوده شد. فراتر از حیطه مؤسسات تأمین مالی خرد، دغدغه بانک مرکزی در خصوص صدور مجوز برای تأسیس بانک ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، عموماً ضعف این کسب‌وکارها در انجام تعهدات و تکالیفشان در قبال بانک‌ها عنوان می‌شود. لذا بعضاً ممکن است برخی از طرح‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، از نگاه تحلیلگران بانک مرکزی، تجاربی ناموفق پنداشته شوند. اما در سمت دیگر، صاحب‌نظران حوزه کسب‌وکار بر این باورند که آنچه مسئله‌ساز بوده است عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نبوده، بلکه سازوکار اعطای تسهیلات به این کسب‌وکارها نارسایی‌هایی داشته است؛ بدان معنا که الزامات و نحوه برخورد نظام بانکی با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به‌مانند الزامات در نظر گرفته شده برای کسب‌وکارهای بزرگ طراحی شده است.^۱ نکته مهم دیگر تأثیر سایر عوامل نامساعد محیط کسب‌وکار ایران به‌ویژه برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است که تلاش بسیار این کسب‌وکارها و حمایت‌های تأمین مالی از آنها را می‌تواند به ناکامی بکشاند. مشخص نبودن استراتژی صنعتی و تولیدی و در اولویت نبودن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در برنامه‌ریزی‌های کلان کشور موجب شده تا زنجیره حمایتی همه‌جانبه‌ای برای رشد و شکوفایی این کسب‌وکارها در ایران شکل نگیرد و هزینه‌های محیطی مانع از به ثمر رسیدن حمایت‌های تک‌بعدی و مقطعی شوند.

با این تفاسیر، به‌نظر می‌رسد برای بهبود و افزایش اثربخشی عملکرد نظام بانکی و همچنین نهادهای مالی مرتبط با فرآیند تأمین مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بهتر است پاره‌ای ملاحظات صورت گیرد. خاطر نشان می‌شود در اولویت قرار دادن رشد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در برنامه‌ریزی‌های کلان و بهبود محیط کسب‌وکار و نیز اشاعه باور صحیح نسبت به ماهیت و عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و منفک ساختن تفکر بانکداری شرکتی مرسوم از بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، کلیدی‌ترین عوامل تسریع در فرآیند تأمین مالی و به‌طور خاص

۱. برای مثال، «در بخشنامه بانک مرکزی تأکید شده بنگاهی مجاز است تسهیلات بگیرد که ۲۵ درصد سرمایه از محل حقوق صاحبان سهام، منابع داشته باشد، همچنین بنگاه باید صورت‌های مالی حسابرسی شده داشته باشد تا بانک بتواند به‌صورت‌های مالی ارائه شده اتکا کند» (برگرفته از مطالب ارائه شده در چهارمین همایش سیاست‌های پولی و چالش‌های بانکداری و تولید، مؤسسه آموزش عالی بانکداری، ۸ و ۹ دی‌ماه ۱۳۹۳).



بانکداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به شمار می‌روند. همچنین اعمال اصلاحاتی در قوانین کلی پذیرهنویسی در فراپورس با هدف تسهیل ورود کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مفید به نظر می‌رسد. به بیانی دیگر، بهتر است نحوه احراز صلاحیت این کسب‌وکارها مورد بازبینی قرار گیرد و مختص همین کسب‌وکارها طراحی شود. نگاهی به تجارب موفق جهانی دلالت بر آن دارد که برای ایجاد بهبود در روند مدیریت اعطای تسهیلات به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، باید از بوروکراسی‌های این بخش کاسته شود. به‌طور قطع، تقویت زیرساخت‌های اطلاعاتی و گسترش استفاده از مزایای فناوری اطلاعات (IT)، بانکداری اینترنتی، بانکداری از طریق پیامک و به‌طور کلی، ترویج روش‌های غیرحضوری، می‌تواند با کاهش هزینه‌های عملیاتی بانک‌ها آنان را ترغیب به توجه بیشتر به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط سازد. از آنجا که بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایران، در مناطق گوناگون جغرافیایی (به‌ویژه در برخی مناطق محروم) پراکنده هستند، ضرورت سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و تقویت نظام اطلاعاتی قابل توجه به نظر می‌رسد.

با عنایت به آنکه صیانت از منابع مالی کشور، همچنین برقراری امنیت، شفافیت و انضباط در نظام بانکی و بازارهای مالی، از وظایف مهم بانک مرکزی تلقی می‌شود، از این بانک انتظار می‌رود تا برای پرهیز از بروز اختلال در فعالیت‌های بانکی و ایجاد همسویی بین اهداف نظام بانکی و بخش کسب‌وکارها، وزارتخانه‌ها و نهادهای مرتبط با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، کلیه طرح‌های پیشنهادی خود را بر پایه مطالعات کارشناسی دقیق در خصوص ابعاد تأمین مالی و بازگشت منابع ارائه نمایند. همچنین تقویت نظارت‌های مؤثر، می‌تواند سلامت عملکرد نظام بانکی را ارتقا بخشد.

منابع و مأخذ

1. IFC, The SME Banking Knowledge Guide, IFC Advisory Services, Access to Finance, Washington, D.C.: IFC, 2010.
2. Chironga, Mutsa, Jacob Dahi, Tony Goland, Gary Pinshaw and Marnus Sonnekus, Banking Practice; Micro-, Small and Medium-Sized Enterprises in Emerging Markets: How Banks Can Grasp a \$350 Billion Opportunity? , McKinsey & Company, 2012.
3. OECD, The SME Financing Gap, Vol. I : Theory and Evidence. Paris: OECD, 2006.
4. Beck, Thorsten, Asli Demircug-Kunt, and Maria S. Martinez Peria, Bank Financing for SMEs around the World: Drivers, Obstacles, Business Models, and Lending Practices. Washington, D.C.: World Bank, 2008.
5. Dalberg, Report on Support to SMEs in Developing Countries through Financial Intermediaries, November 2011. Online at: http://eudevdays.eu/sites/default/files/dalberg_sme-briefing-paper.pdf
6. World Bank Group, Enterprise Surveys Database, 2010.; <http://www.enterprisesurveys.org>; “World Business Environment Survey” (WBES) of more than 10,000 firms in 80 countries.

7. Rym Ayadi, Beat Bernet and Simone Westerfeld, Tom Franck and Nancy Huyghebaert, Vitor Gaspar, Simona Bovha-Padilla and Reinhilde Veugelers, Financing Smes In Europe, Edited by Morten Balling, Beat Bernet and Ernest Gnan, SUERF – The European Money and Finance Forum, Vienna 2009.
8. www.bloomberg.com/quote/USDMYR:CUR
۹. نامه اتاق بازرگانی، نگاهی به چالش‌های تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی در ایران، سال ۱۳۸۵، ش ۸۱، مهر ۱۳۹۲.
۱۰. شایان آرانی، شاهین. بانکداری صنایع کوچک و متوسط، روزنامه تجارت، شماره ۳۳۷، دوشنبه ۲۴ آبان ۱۳۹۳.
۱۱. شایان آرانی، شاهین. بانکداری مشتری‌مدار به‌جای شرکت‌مدار، روزنامه ایران، سال بیستم، شماره ۵۷۹۵، سه‌شنبه ۲۷ آبان‌ماه ۱۳۹۳.
۱۲. بانک صنعت و معدن مطالعه امکان‌پذیری تأسیس بانک یا ایجاد واحد بانکداری شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط در بانک صنعت و معدن، ویرایش پنجم، بهمن‌ماه ۱۳۹۲.
۱۳. سلطانی، زهرا و زهرا، خوشنود و طاهره، اکبری آلاشتی. گزارش پژوهشی: سازوکارهای تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط، پژوهشکده پولی و بانکی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بهار ۱۳۹۰.
۱۴. مطالب و سخنرانی‌های ارائه شده در چهارمین همایش سیاست‌های پولی و چالش‌های بانکداری و تولید، مؤسسه آموزش عالی بانکداری، ۸ و ۹ دی‌ماه ۱۳۹۳.
۱۵. اکبری، مرتضی و حجت، شکیبا. وضعیت شرکت‌های کوچک و متوسط در مالزی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۳۰۲۲، خردادماه ۱۳۹۲.
۱۶. شهبازی غیائی، موسی. نقش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در اقتصاد هند و آموزه‌هایی برای سیاستگذاری در اقتصاد ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۲۴۱۲، خردادماه ۱۳۹۱.
۱۷. آقابابایی، رضا. تحلیل مسائل نهادی مالیه خرد برای ارائه سازوکار عملیاتی آن در ایران، رساله دکتری به راهنمایی دکتر محمود متوسلی، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، آبان ماه ۱۳۸۶.
۱۸. نصیری‌اقدام، علی. هزینه‌های مبادلاتی تأمین مالی بنگاه‌های تولید (مطالعه موردی ۴۰ بنگاه کوچک)، رساله کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر الیاس نادران، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، شهریورماه ۱۳۸۰.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۱۴۳۵۴

عنوان گزارش: الگوی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط ۲. بانکداری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط: تجربیات جهانی و راهکارهای توسعه در ایران

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه مطالعات محیط کسب‌وکار)

تهیه و تدوین: هدیه ستایش

ناظران علمی: سید امیر سیاح، صمد عزیزنژاد

اظهار نظر کنندگان داخل مرکز: موسی شهبازی غیائی، سیدعلی روحانی

متقاضی: معاونت پژوهش‌های اقتصادی

ویراستار تخصصی: مریم احمدیان

واژه‌های کلیدی:

۱. کسب‌وکار

۲. بانکداری

۳. بنگاه کوچک و متوسط



تاریخ انتشار: ۱۳۹۴/۵/۱۲