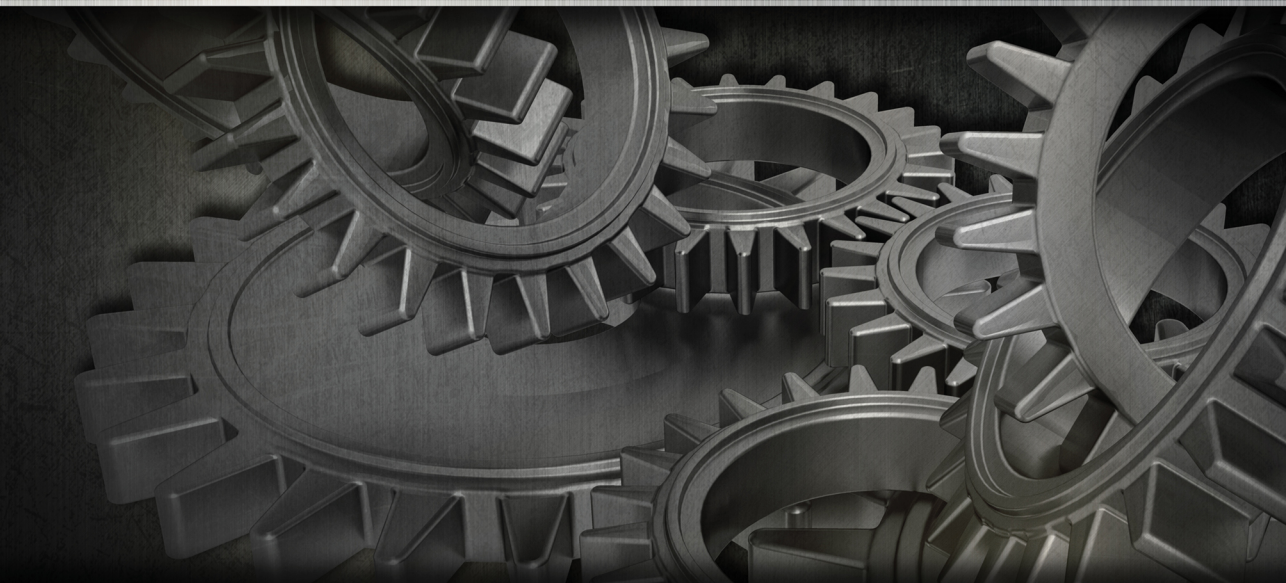


مروری بر تجربیات کشورهای منتخب در

حمایت از جهش تولید

با تمرکز بر توسعه مقیاس بنگاه‌های کوچک و متوسط



ترجمه و تألیف:

مرضیه شاوردی، محمدصادق صارمی، ابوالفضل باقری، مهدی الیاسی

بهار ۱۳۹۹

از مجموعه تجربیات

پیشگامان
اقتصاد
دانش‌پسندان

السلامة
الاجتماعية

مروری بر تجربیات کشورهای منتخب در حمایت از جهش تولید

با تمرکز بر توسعه مقیاس بنگاه‌های کوچک و متوسط

ترجمه و تألیف:

مرضیه شاوردی

محمدصادق صارمی (پژوهشکده مطالعات فناوری)

ابولفضل باقری (دانشگاه صنعتی مالک اشتر)

مهدی الیاسی (دانشگاه علامه طباطبایی)



سازمان ملی تحقیقات علمی و فناوری ریاست جمهوری
سازمان ملی تحقیقات علمی و فناوری ریاست جمهوری



ریاست جمهوری
سازمان علمی و فناوری

عنوان کتاب: مروری بر تجربیات کشورهای منتخب در حمایت از جهش تولید؛ با تمرکز بر توسعه مقیاس بنگاه‌های کوچک و متوسط

ترجمه و تألیف: مرضیه شاوردی، محمدصادق صارمی، ابولفضل باقری، مهدی الیاسی

ناشر: دانش‌بنیان فناور

نوبت چاپ: اول (بهار ۱۳۹۹)

شمارگان: ۵۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۹۰۵-۲۸-۲

نشانی: تهران، خیابان ملاصدرا، خیابان شیخ بهایی شمالی، کوچه لادن، پلاک ۲۰
کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر، متعلق به نشر دانش‌بنیان فناور است و هرگونه بهره‌برداری از مطالب آن با ذکر منبع، مجاز است.

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار.....
۳	مقدمه.....
۵	سیاست‌ها و برنامه‌های پیشنهادی در مطالعات پیشین.....
۹	سوئد.....
۱۵	برزیل.....
۳۱	کره جنوبی.....
۳۵	مالزی.....
۵۱	هند.....
۶۱	ژاپن.....
۶۷	سنگاپور.....
۷۳	چین و هنگ‌کنگ.....
۷۹	جمع‌بندی.....
۸۵	منابع.....

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱. فرایند اجرایی برنامه Startup Brasil ۱۸
- شکل ۲. حوزه‌های فعالیت برنامه Artemisia ۱۹
- شکل ۳. فرایند اجرایی برنامه StartOut ۲۵
- شکل ۴. خدمات سازمان بنگاه‌های کوچک و متوسط و نوآوری منطقه‌ای ژاپن به SME ها ... ۶۲
- شکل ۵. خدمات سازمان بنگاه‌های کوچک و متوسط و نوآوری منطقه‌ای ژاپن به SME ها ... ۶۳
- شکل ۶. چارچوب همکاری عمومی - خصوصی ژاپن برای اعطای تسهیلات به بنگاه‌های کوچک ۶۵
- شکل ۷. چارچوب مفهومی توسعه بنگاه در SPRING ۶۸

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱. تفاوت‌های اساسی بین سیاست عمومی حمایت از SMEها و سیاست حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد ۶
- جدول ۲. حمایت‌های دولت برزویل از برنامه StartOut ۲۰
- جدول ۳. نظام یکپارچه پشتیبانی از توسعه SMEها: کره جنوبی ۳۲
- جدول ۴. معیارهای انتخاب «ستاره‌های جهانی» کره جنوبی ۳۳
- جدول ۵. چالش‌های کلیدی پیش روی SMEهای مالزی ۳۵
- جدول ۶. برنامه‌های پرتأثیر مالزی برای SMEها ۳۶
- جدول ۷. اقدامات یکپارچه توسعه SMEها ۳۸
- جدول ۸. خدمات SME Corp ۴۰
- جدول ۹. برنامه‌ها و طرح‌های وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط ۵۳
- جدول ۱۰. پلت‌فرم‌های پشتیبانی اتاق توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هند از SMEها ۵۷
- جدول ۱۱. طرح‌های دولتی هنگ‌کنگ برای پشتیبانی از SMEها ۷۶
- جدول ۱۲: جمع بندی سیاست‌های حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد ۸۲

پیشگفتار

از اصلی‌ترین سیاست‌های دستیابی به جهش تولید، حمایت از توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME)^۱ و به ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط با رشد سریع^۲ است. در این کتاب به صورت خلاصه سیاست‌های حمایتی بعضی کشورهای منتخب در پشتیبانی از رشد و توسعه مقیاس این بنگاه‌ها شامل استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور تشریح شده است، تا با الگوبرداری از تجارب این کشورها، بتوان سیاست‌های مناسب برای دستیابی به جهش تولید به عنوان هدف راهبردی کشور را طراحی کرد.

از مهم‌ترین اصول حمایت از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های با رشد زیاد، می‌توان به رویکرد گزینشی این سیاست‌ها اشاره کرد. در این رویکرد سعی می‌شود شرکت‌های با پتانسیل بالا و افراد کارآفرین و مستعد شناسایی شود و از آن‌ها به صورت ویژه حمایت شود. در این رویکرد هدف افزایش تعداد شرکت‌ها نیست بلکه هدف رشد تصاعدی شرکت‌های خاص است. همچنین در این برنامه‌ها سازمان‌های حمایتی برای دستیابی به اهدافشان به صورت فعال و پیش‌دستانه عمل می‌کنند. حرفه‌ای بودن و شبکه‌ای بودن از ویژگی‌های اصلی سازمان‌های حمایتی مخصوص توسعه استارت‌آپ‌های با رشد سریع است و تأکید برنامه‌های آن‌ها بر توسعه مهارت‌های کارآفرینان مستعد است. در این رویکرد برطرف کردن مشکلات غیر مالی در اولویت است. سیاست‌ها به گونه‌ای طراحی شده است که در جهت کمک به دسترسی به

-
1. Small and Medium sized Enterprises (SMEs)
 2. High growth sme

بازارهای جهانی، تقویت دانش مدیریتی و مهارت‌های لازم باشد. همینطور در خصوص حمایت های مالی اعطای کمک هزینه‌های پژوهشی و سرمایه خطرپذیر و هوشمند، مؤثرتر از تسهیلات مالی است. بین‌المللی‌سازی و توسعه استارت‌آپ‌های جهانی در اولویت اصلی سازمان‌های حمایتی قرار دارد و تنها از این طریق می‌توان به جهش تولید و رشد بالا دست یافت. نکته اصلی در این حوزه این است که بسیاری از کارآفرینان تنها زمانی به بین‌المللی‌شدن فکر می‌کنند که شرکت آن‌ها بالغ شده است و باور آن‌ها این است که پیش از رسیدن به بلوغ در بازارهای داخلی نباید سراع صادرات و کار بین‌المللی بروند. اما مشکل اینجاست در آن زمان تغییرات و اصلاحات در مدل کسب‌وکار فرایندها به سختی صورت می‌پذیرد. از این رو، باید برای حل این معضل، بین‌المللی‌شدن را در هسته اصلی شرکت و در زمان شکل‌گیری و تولد آن در نظر گرفت. به این معنا که باید در الگوسازی اولیه کسب‌وکار، موضوع تجارت و ارتباط با دیگر شرکت‌های خارجی را پیش‌بینی کرد و مبتنی بر آن ساختارهایی را تعبیه کرد که در آینده بتواند با ارجاع به آن قابلیت بین‌المللی‌شدن را به منصفه ظهور برساند. این موضوع در کانون توجه بسیاری از سازمان‌های حمایتی قرار دارد و برای رسیدن به آن عمدتاً از شبکه گسترده مشاوران بین‌المللی و نیز نمایندگی‌های تخصصی و دولتی در خارج از کشور استفاده می‌شود. در این حوزه استفاده از ظرفیت شتاب‌دهنده‌های بین‌المللی، وزارت امور خارجه کشور و بسیاری از ظرفیت‌های مشابه در اولویت قرار دارد.

از آنجاکه جمعیت جوان و تحصیل‌کرده کشور پتانسیل بسیار زیادی برای کارآفرینی دارد، این موضوع در طراحی سیاست‌های توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط با رشد سریع در کشور ما نیز باید اعمال شود. به عنوان مثال بر اساس گزارش پایش کارآفرینی جهانی^۱ تمایل به کارآفرینی در میان ایرانیان در رتبه ۵ دنیا قرار دارد. اما عمده این سیاست‌ها به صورت عمومی و غیر هدفمند و متناسب با توسعه عمومی کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها است و به ویژه در حوزه توسعه استارت‌آپ‌های جهانی با خلا بزرگی روبه‌رو هستیم.

در پایان توجه به یک نکته ضروری است که سیاست‌های بیان‌شده در این گزارش، جزء سیاست‌های هدفمند و ویژه است که در کشورهای مختلف اثربخشی بالایی داشته است، اما این سیاست‌ها جایگزین توجه به موضوعات کلیدی کل کسب‌وکارها مانند «بهبود فضای کسب‌وکار»، «ثبات در روبه‌ها، قوانین و مقررات»، «ثبات در شاخص‌های کلان اقتصاد»، «بهبود تأمین مالی کارآفرینی»، و «بهبود نظام مالیات و بیمه» نمی‌شود. در فصل آخر این کتاب جمع بندی از سیاست‌ها و برنامه‌های پیشنهاد برای حمایت از کسب و کارهای با رشد سریع ارائه شده است.

مقدمه

بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEها) حدود ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی جهان و بیش از ۹۰ درصد اشتغال در سطح جهان را تشکیل می‌دهند. از سوی دیگر، بررسی‌های مختلف حاکی از آن است که SMEها در توسعه مقیاس خود، با موانعی مواجه‌اند که برخلاف تصور رایج، بخش عمده‌ای از این موانع و مشکلات، غیرمالی است. برخی چالش‌های مهم پیش روی این شرکت‌ها عبارت است از مهارت‌های ناکافی، دسترسی نداشتن به فناوری‌های بالا^۱، هزینه‌های زیاد معامله، حقوق مالکیت ضعیف، ضعف در دسترسی به بازار، نداشتن دانش مدیریتی مناسب.

با توجه به سهم و مشارکت SMEها در تولید ناخالص داخلی، ایجاد اشتغال، توسعه نوآوری و کاهش فقر از یک سو و مشکلات پیش روی توسعه آن‌ها از سوی دیگر، پشتیبانی از توسعه این بنگاه‌ها یکی از اهداف سیاستی مهم کشورهای مختلف است. دولت‌ها باید رویکردی یکپارچه برای توسعه SMEها اتخاذ کنند و با همکاری بخش خصوصی، زیست‌بوم پویای حمایت از رشد و پیشرفت SMEها را توسعه دهند. در این بین SMEهای با رشد سریع از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. این شرکت‌ها که عموماً شرکت‌های نوآور، مبتنی بر فناوری و استارت‌آپ‌ها هستند، بخش کوچکی از تعداد

1. high-tech

کل شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند، اما نزدیک به نیمی از مشاغل جدید (بیش از ۵۰ درصد) را در جامعه خلق می‌کنند. شناسایی و حمایت از این شرکت‌ها می‌تواند سیاستی مهم در دستیابی به جهش تولید و رشد اقتصادی باشد. با توجه به این نکته، بسیاری از پژوهشگران و سیاست‌گذاران در تلاش برای پاسخ‌گویی به این سوال هستند: چگونه شرکت‌های با رشد سریع بیشتری ایجاد کنیم؟ نمونه‌های فراوانی از تجربیات موفق کشورها در حمایت از SMEها و به ویژه SMEهای با رشد سریع وجود دارد و بررسی آن‌ها می‌تواند راهگشای تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی مناسب در کشور باشد. در این گزارش، برخی سیاست‌ها و برنامه‌های پیشنهادی در مطالعات پیشین و نیز تجربیات کشورهای منتخب زیر در زمینه پشتیبانی از توسعه SMEها بررسی شده است.

سازمان/برنامه	کشور	ردیف
Going global, leap accelerator, catalyst, outreach, co-lab	سوئد	۱
SEED, STARTUP Brazil, STARTOUT Brazil, Artemisia	برزیل	۲
SMBA	کره جنوبی	۳
SME Master Plan, SME Corp	مالزی	۴
M/o MSME, SME Chamber	هند	۵
SME Support	ژاپن	۶
SPRING, A*STAR	سنگاپور	۷
National Development and Reform Commission, China Coordination Center for Cooperation of SMEs with Foreign Countries, China Association of SMEs, local SMEs departments, SFGC, SGS, SERAP, MF, EMF, PSDAS, SDF	چین و هنگ‌کنگ	۸

سیاست‌ها و برنامه‌های پیشنهادی در مطالعات پیشین

آدیئو و همکاران (۲۰۰۷) با مطالعه سیاست‌های ۹ کشور درباره SME‌های دارای رشد زیاد، تحلیلی جامع از سیاست‌های حمایت از بنگاه‌های دارای رشد زیاد انجام داده‌اند و آموزه‌های زیر را در این زمینه ارائه کرده‌اند:

- **رویکرد گزینشی:** راهکارهایی که به دنبال تشویق رشد سریع است، باید کاملاً گزینشی باشد، زیرا سهم بسیار کمی از بنگاه‌ها خواستار دستیابی به رشد سریع هستند و می‌توانند رشدی سریع داشته باشند.
- **رویکرد پیش‌دستانه:** سازمان‌های حمایتی به جای اینکه منتظر مراجعه SME‌ها برای دریافت حمایت‌ها باشند، باید به‌منظور توسعه پشتیبانی‌های سفارشی برای بنگاه‌های بالقوه دارای رشد زیاد، با رویکردی فعال اقدام به پویس محیطی برای یافتن این بنگاه‌ها کنند.
- **همکاری با بخش خصوصی:** مشارکت فعال بازیگران بخش خصوصی، وجود مهارت‌های مبتنی بر تجربه در مدیریت رشد را تضمین می‌کند و اعتبار راهکارهای حمایتی را افزایش می‌دهد.
- **حرفه‌ای‌گرایی:** سازمان حمایتی باید حرفه‌ای‌گرایی، شایستگی و ویژگی‌های انحصاری خود را پرورش دهد تا بتواند ارزش واقعی ایجاد کند و برای شرکت‌ها قابل اعتماد باشد.

- **اقدامات پایدار:** از آنجاکه رشد نیازمند زمان است و بنگاه‌های دارای رشد زیاد ممکن است شکننده باشند، اجرای اقدامات پایدار ضروری است.
- **تمرکز روی مهارت‌ها:** از آنجاکه مدیریت رشد، دشوار است، سیاست باید بر توسعه شایستگی‌های مدیریتی در مدیران باتجربه تأکید داشته باشد.

آن‌ها همچنین تفاوت بین سیاست‌های عمومی حمایت از SMEها و سیاست‌های حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد را بیان کرده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱: تفاوت‌های اساسی بین سیاست عمومی حمایت از SMEها و سیاست حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد [۱]

سیاست عمومی حمایت از SMEها	سیاست حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد	
اهداف کلان سیاست		
اهداف مربوط به کارآفرینان	ترغیب تعداد بیشتری از افراد برای کارآفرینی	ترغیب افراد مناسب برای کارآفرینی
اهداف بنگاه‌های کارآفرینانه	افزایش تعداد بنگاه‌های کارآفرینانه جدید	افزایش رشد بنگاه‌های کارآفرینانه
اهداف مربوط به محیط عملیاتی	بهبود محیط برای عملیات کسب و کارهای کوچک	بهبود محیط برای رشد بنگاه‌های کارآفرینانه
فراهم‌سازی منابع		
منبع	عمدتاً از منابع عمومی	ترکیبی از منابع عمومی و خصوصی
نوع منابع مالی	کمک هزینه، یارانه، وام‌های کم‌بهره	وام‌های R&D و کمک هزینه‌های نوآوری، تأمین مالی توسط فرشتگان کسب و کار، تأمین مالی خطرپذیر، عرضه اولیه سهام
خدمت غالب	مشاوره پایه‌ای (استاندارد) برای ایجاد بنگاه، برنامه‌ریزی کسب و کار، عملیات کسب و کارهای کوچک	مشاوره مبتنی بر تجربه برای تأمین مالی خطرپذیر، برنامه‌ریزی راهبردی، بین‌المللی‌سازی، رشد سازمانی
اصل توزیع منابع	تضمین دسترسی برابر برای همه (بسط منابع)	گزینش بنگاه‌های نویدبخش (تمرکز منابع)

سیاست عمومی حمایت از SMEها	سیاست حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد	
تأکید رگولاتوری		
رفع گلوگاه‌های ورود کسب و کارهای جدید	رفع گلوگاه‌های رشد بنگاه‌های کارآفرینانه	تمرکز دوره عمر
کاهش هزینه پیروی از قوانین برای کسب و کارهای کوچک	روان‌سازی الزامات پیروی از قوانین برای بنگاه‌های در حال رشد	گلوگاه رفع شده در زمینه پیروی از قوانین
کاهش مالیات بر ارزش افزوده برای بنگاه‌های کوچک	ایجاد تغییرهای اساسی در مقیاس بنگاه	مقررات مالی
اجتناب از شکست، ورشکستگی	پذیرش شکست و ورشکستگی بنگاه و البته کاهش هزینه اقتصادی و اجتماعی آن	نگرشی نسبت به شکست
سیاست صنعتی، سیاست اجتماعی، سیاست نیروی کار	سیاست صنعتی، سیاست نوآوری، سیاست نیروی کار	ارتباط با سایر حوزه‌های سیاستی

کمیسیون اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل برای آسیا و اقیانوسیه (UNESCAP)^۱ در سال ۲۰۱۲، کتاب راهنمای سیاستی خود برای توسعه SMEها در آسیا و اقیانوسیه را منتشر کرد. UNESCAP با بررسی بهترین تجربیات تأمین مالی SMEها پیشنهادهای زیر را ارائه کرده است:

- اجتناب از شروع برنامه‌های اعطای اعتبار مستقیم یا اعطای وام‌های ترجیحی توسط بانک‌های دولتی
- جلوگیری از فعالیت مستقیم دولت در اجرای برنامه‌های کمک مالی به SMEها
- توجه به حقوق بستانکاران از طریق وضع مقررات مناسبی که از حقوق وام‌دهندگان در برابر نکول وام‌های SMEها محافظت می‌کند.
- اجرای طرح‌های رسمی تضمین اعتبار به منظور تشویق ایجاد نظام اعطای وام بدون وثیقه و تضمین طرف ثالث برای کمک به SMEها
- ترکیب آموزش کارآفرینی با اعطای وام به SMEها
- تشویق کسب و کارهای کوچک به حفظ و گزارش‌دهی اطلاعات قابل اطمینان از طریق بهبود شفافیت و همکاری با بازیگران تجاری برای اصلاح شکست بازار. برای مثال:

1. United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UNESCAP)

- ۱ برای از بین بردن شکاف سابقه اعتباری یا تأمین مالی SMEها، باید نظام گزارش‌دهی مالی و ثبت سوابق اعتباری بهتر برای SMEها ایجاد شود.
- از آنجاکه بسیاری از SMEها وثیقه مناسبی ندارند، باید به‌منظور افزایش دارایی‌های پذیرفتنی به‌عنوان وثیقه، حقوق مالکیت شفاف‌تری ایجاد شود یا انواع دیگری از تضمین برای برآوردن الزامات بانک‌ها در نظر گرفته شود.
 - با توجه به اینکه وام‌های بانکی منبع اصلی تأمین مالی SMEها است، باید در راستای افزایش دسترسی SMEها به اعتبار، متنوع‌سازی تأمین مالی غیربانکی از طریق راهکارهای بازار سهام، گسترش اعتبار تجاری و تأمین مالی خرد مدنظر قرار گیرد.

این گزارش، در زمینه بهبود دسترسی SMEها به بازار نیز اقداماتی را پیشنهاد داده است [۲]:

- توسعه زیرساخت صادراتی، شامل شهرک‌های صنعتی صادراتی و مناطق فرآوری صادراتی.
- تمرکز محصول‌محور روی شناسایی، طراحی، توسعه نمونه اولیه، تعدیل، تولید قالب، تولید محصول و مونتاژ
- پشتیبانی بازاریابی مانند اطلاعات و تحقیقات بازار، برندسازی، مشارکت در نمایشگاه‌های تجاری، تقویت کانال‌های بازاریابی و توزیع، همسان‌یابی خریدار - فروشنده، ارزیابی ارزش اعتباری واردکنندگان و ایجاد مجاری بازاریابی و تشکیل کنسرسیوم‌ها.
- انتشار اطلاعات درباره سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، مانند برنامه‌های آموزشی، تسهیلات و نمایشگاه‌های تجاری
- تأمین مالی تجارت، مانند پشتیبانی برای دسترسی به تأمین مالی تجارت و صادرات و تسهیل دسترسی به تأمین مالی برای بنگاه‌های کوچک بدون دریافت وثیقه
- شبکه‌سازی بین نهادهای مالی و سایر نهادهای پشتیبانی SME، مانند نهادهای تحقیق و توسعه، سازمان‌های بین‌المللی و نیز سازمان‌های پشتیبان SMEها در سایر کشورها، ایجاد ارتباط با شرکت‌های فراملی و SMEها، برقراری ارتباط با اداره‌های دولتی، اتحادیه‌های صنعتی و اتاق‌های بازرگانی.
- تشویق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، شامل سیاست‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که SMEهای داخلی را وارد زنجیره‌های تأمین جهانی می‌کند و می‌تواند مزیت رقابتی اقتصاد را ارتقا دهد.

سوئد

کسب و کار سوئد^۱ سازمانی است که به طور مشترک متعلق به دولت و اتاق بازرگانی سوئد است. هدف این سازمان کمک به شرکت‌های داخلی برای افزایش فروش جهانی و شرکت‌های بین‌المللی برای سرمایه‌گذاری در سوئد است. این سازمان در ژانویه ۲۰۱۳ در نتیجه ادغام سازمان دولتی سرمایه‌گذاری سوئد و سازمان تجارت اتحادیه سوئد شکل گرفت. این سازمان دفاتری در ۵۷ کشور و در مجموع ۵۰۰ نفر کارمند دارد. این مجموعه دولتی مانند شریکی توانمند به شرکت‌های سوئدی در توسعه کسب و کارشان کمک می‌کند تا در بازارهای بین‌المللی توسعه یابند.

برنامه حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و متوسط سوئدی

در برنامه حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و متوسط سوئدی هدف ارائه خدمات آماده‌سازی برای گسترش بازار به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و متوسط سوئدی است. در این برنامه به شرکت‌های متقاضی مشاوره‌هایی درباره چگونگی شروع کسب و کار بین‌المللی، نحوه انتخاب بازارهای هدف، قوانین مورد نیاز، راهبرد مناسب تجارت، فروش و بازاریابی برای این

1. business sweden

بازارها ارائه خواهد شد. در واقع به عنوان بخشی از وظایف دولتی این سازمان، مشاوران طراز اول و شبکه جهانی گسترده آن به شرکت‌ها کمک می‌کنند راهبرد رشد جهانی و برنامه صادراتی خود را تدوین و اجرایی کنند.

بر اساس آمارها، شرکت‌های مورد حمایت این سازمان، بعد از چهار سال، در مقایسه با سایر شرکت‌هایی که این برنامه را دنبال نکرده‌اند، با ۱۸ درصد افزایش فروش صادراتی مواجه شده‌اند و همچنین به طور متوسط ۱۰ کارمند بیشتر دارند.

در ادامه چهار برنامه Business Sweden در توسعه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فناور بین‌المللی معرفی شده است:

۱. برنامه توسعه کسب‌وکار جهانی

این برنامه با هدف حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط برای توسعه کسب‌وکار جهانی از طریق پروژه‌های یارانه‌ای انجام می‌شود. در این برنامه شرکت‌ها می‌توانند از حمایت‌های زیر برخوردار شوند:

- مطالعات بازار محلی و هدف
- حمایت از تأسیس شرکت در بازار جدید
- کمک به دسترسی به جریان‌های درآمدی جدید، کانال‌های فروش و شرکا
- حمایت از توزیع محصولات یا خدمات در بازارهای خارجی

در ذیل برنامه توسعه کسب‌وکار جهانی دو برنامه دیگر نیز وجود دارد:

۱. برنامه مختص بازارهای نوظهور که در آن، فرصتی برای شرکت‌های متوسط سوئدی ایجاد شده است تا تجارت خود را با ریسک کم در کشورهای BRIC (برزیل، روسیه، هند و چین) توسعه دهند. این برنامه نشان از اهمیت بازارهای نوظهور برای کسب‌وکارهای سوئدی دارد.

۲. برنامه توسعه کسب‌وکار جهانی در حوزه مواد غذایی نیز به صورت خاص فعال است و انواع و اقسام ابزارهای آنلاین و نیز مشاوره‌های تخصصی برای گسترش شرکت‌های سوئدی در این حوزه را ارائه می‌کند.

۲. برنامه شتاب‌دهنده جهش^۱

برنامه شتاب‌دهنده جهش (حمایت از جهش استارت‌آپ‌ها) یا Leap Accelerator برنامه‌ای است که برای حمایت از راه‌اندازی استارت‌آپ‌های بلندپروازانه و مقیاس‌پذیر جهانی در بخش‌های فناوری ایجاد شده است. این برنامه به شرکت‌های سوئدی کمک می‌کند تا برنامه و راهبردی مناسب برای بین‌المللی کردن شرکت خود تدوین کنند. این برنامه شامل پنج جلسه است که طی دو ماه اجرا می‌شود. متخصصین Business Sweden به شرکت‌ها کمک می‌کنند راهبرد کارآمدی برای بین‌المللی کردن شرکت طراحی کنند که برای مثال تعیین می‌کند در کدام بازارها و صنایع باید سرمایه‌گذاری کنند. این کار با تحلیل داده‌های مربوط به صنایع بین‌المللی مرتبط و بینش‌های زمینه‌ای از سوی کارشناسان محلی Business Sweden در سراسر جهان انجام می‌شود. در Leap Accelerator، که برای شرکت‌های پذیرفته‌شده رایگان است، هدف ایجاد دسترسی مستقیم به بازارهای هدف، سرمایه‌گذاران و مشتریان برای شرکت‌ها است.

ویژگی‌های برنامه Leap Accelerator

- بیش از دو ماه اجرا می‌شود
- پنج جلسه، سه کارگاه
- مربیان خبره و متخصص در زمینه فناوری و نوآوری
- رایگان

۳. برنامه کاتالیست^۲ (ده درصد برترین شرکت‌های فناوری سوئد)

کاتالیست، برنامه‌ای حمایتی برای برترین شرکت‌های فناوری سوئد است. این برنامه به ده درصد برترین شرکت‌های فناوری سوئدی کمک می‌کند تا تمرکز بر بازارهای اولویت‌دار و حمایت مربیان، مشاوران برتر، متخصصان صنایع مرتبط و کارشناسان محلی Business Sweden تجارت خود را در مقیاس جهانی گسترش دهند. این برنامه بخش‌های توسعه بازار و پروژه‌های شتاب فروش از طریق شبکه و منابع در دسترس Business Sweden را دربر دارد.

1. Leap Accelerator
2. Catalyst

ویژگی‌های برنامه کاتالیست

- مدت زمان این برنامه، سه ماه است.
- شرکت‌ها در کاتالیست از طریق سفرهای میدانی به بازار و مشتریان و شرکای بالقوه متصل می‌شوند.
- حمایت بین ۱۷۵۰۰۰ تا ۴۰۰۰۰۰ کرون است.
- طراحی کاملاً اختصاصی با تمرکز بر راهبرد ورود به بازار و رشد هر شرکت است.
- دسترسی به شبکه جهانی منحصربه‌فرد شامل مشاوران محلی و نیز دسترسی به شرکای خارجی ایجاد می‌شود.

مخاطب دو برنامه کاتالیست و شتاب‌دهنده جهش شرکت‌هایی با ویژگی‌های زیر است:

- شرکت با طرز فکر جهانی برای کسب‌وکار
- دارای مدل تجاری مقیاس‌پذیر
- هدف‌گذاری مشکل یا فرصتی جهانی
- بخشی از صنایع فناوری بالای سوئد
- دارای برنامه‌ریزی برای رشد بین‌المللی در آینده نزدیک
- راه‌اندازی اولیه ایده و دستیابی به بخش اول مشتریان
- تأمین بودجه حداقل در سطح سرمایه اولیه^۱ و استفاده از آن در بیش از ۱۲ ماه گذشته

۴. برنامه Outreach و co-lab

استکهلم، پایتخت این کشور، در دهه گذشته به «کارخانه تک‌شاخ^۲» معروف شد. یکی از دلایل اصلی آن ظهور استارت‌آپ‌های جهانی مانند Spotify، Klarna و Mojang بوده است. برای تکرار این دستاورد، فعالیت‌های رشددهی شرکت‌های سوئدی حول مفهوم Co-Lab شکل گرفته است که بر ضرورت همکاری برای حل مشکلات امروز دنیا تأکید می‌کند.

دولت سوئد پشتیبانی اصلی این برنامه است و هدف آن ارائه بستری برای پشتیبانی عملی و تبادل

1. seed capital
2. unicorn

ایده‌ها، میزبانی و ترویج طیفی گسترده از فعالیت‌های تبلیغاتی در دنیای استارت‌آپ‌ها است. سرمایه‌گذاران بین‌المللی، رهبران صنعت، سازمان‌های دولتی، مؤسسات دولتی و سفارت‌خانه‌های خارج از کشور در این برنامه مشارکت می‌کنند.

در برنامه co-lab، تمرکز بر عناصر اصلی رهبری، تجربه و به‌هم‌رسانی است. برای اجرا و عملیاتی‌سازی این ایده، Business Sweden رویدادهای بین‌المللی متنوعی را در سراسر دنیا برگزار می‌کند یا در آن‌ها مشارکت می‌کند.

در کنار برنامه Business Sweden، co-creation lab از ایجاد و شتابدهی نوآوری از طریق توسعه بستر تست ایده^۱ حمایت می‌کند. در این برنامه با گسترش بسترهای آزمایشگاهی، تلاش می‌شود تحقیق و توسعه شرکت‌ها به بازار متصل شود. نمونه‌سازی، آزمایش، اعتبارسنجی و اعطای گواهینامه، از جمله خدماتی است که از طریق شبکه‌های بستر تست ایده با Business Sweden به کسب‌وکارهای مختلف ارائه می‌شود.

موردکاوی شرکت ابیگو (Abigo Medical) سوئد

شرکت دارویی Abigo Medical از ابتدا چشم‌انداز بین‌المللی داشته است. این شرکت هم اکنون در ۷۵ کشور جهان فعال است و رشد خود را هم در سوئد و هم در خارج از کشور ادامه می‌دهد. Abigo Medical طیف گسترده‌ای از محصولات دارویی را تولید و ترویج می‌کند.

این نوع موفقیت به خودی خود اتفاق نمی‌افتد. شرکت‌های که خواستار ورود به بازارهای جدید هستند، با چالش‌های متنوعی مواجه می‌شوند. برای Abigo Medical نیز پیدا کردن شرکای مناسب دشوار بوده است و این یکی از اصلی‌ترین دلایل شکل‌گیری همکاری بلندمدن این شرکت با Business Sweden است.

یکی از اصلی‌ترین راهبردهای Abigo Medical دستیابی به پایداری است: از ارائه محیط کار مناسب به کارمندان و آگاهی از محیط زیست تا تمرکز بر پیشرفت‌های بلندمدت در بهداشت جهانی. یکی از اهداف اصلی این شرکت در رسیدن به رویکرد پایدار، انتشار محصولات است که به کاهش مصرف آنتی‌بیوتیک‌ها کمک می‌کند. Abigo Medical تعامل فعالانه‌ای نیز با سازمان‌هایی مانند سازمان ملل، صلیب سرخ و سازمان جهانی بهداشت داشته است.

این شرکت از همان ابتدا با ذهنیت بین‌المللی تأسیس شد. Business Sweden برای یافتن شرکای تجاری و تبیین راهبرد کمک شایان توجهی به این شرکت کرده است و شرکت با گسترش مشاغل به همسایگان اسکاندیناوی، رشد جهانی خود را آغاز کرده است. شبکه گسترده ارتباطی Business Sweden و تمرکز روی پایداری به Abigo Medical کمک کرد تا شرکا و توزیع‌کنندگان مناسبی پیدا کند. این شرکت با رشد سالانه ۱۵-۲۰ درصد توانسته است در سه سال گذشته ۶۵ میلیون کرون سرمایه‌گذاری کند.

برزیل

دو دهه گذشته برای برزیل، بزرگ‌ترین کشور آمریکای لاتین، دوره‌ای از فراز و نشیب‌های متنوع اقتصادی بوده است. از یک سو، این کشور دستخوش رشد و تحولی چشمگیر بوده که باعث شده است مجله فوربز در سال ۲۰۱۲ برزیل را «یکی از کارآفرین‌ترین کشورها در جهان» معرفی کند. از سوی دیگر طی پنج سال گذشته، برزیل رکود اقتصادی را تجربه کرده است. این رکود که نتیجه فساد در بالاترین سطح مشاغل دولتی بوده است، باعث تحولات سیاسی و اجتماعی بسیاری شده است. با وجود این موانع، هیچ مشکلی از نظر پتانسیل‌های موجود در کشور برای کارآفرینان در راستای ایفای نقش مثبت اقتصادی وجود ندارد. شرکت‌های نوپا در برزیل به بازاری با میزان اشباع کم و و بزرگ دسترسی دارند، که این موضوع به آن‌ها این امکان را می‌دهد که در گستره‌های مختلفی از محصولات و خدمات به فعالیت اقتصادی بپردازند. این امر باعث شده صندوق‌های حمایتی دولتی و بین‌المللی بسیاری برای حمایت از این استارت‌آپ‌ها شکل بگیرد. دولت کنونی برزیل هم، مسئله حمایت از کسب‌وکارهای نوپا و جدید را در اولویت اقدامات خود قرار داده است. در حالی که برزیل هنوز در حال بهبودی از رکود سال ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ و فساد اداری است، اما همچنان فرصت شکوفایی در فناوری و نوآوری فراهم است و به نظر می‌رسد اعتماد سرمایه‌گذاران

داخلی و خارجی در برزیل رو به افزایش است. این امر به گسترش بیشتر استعدادهای مورد نیاز شرکت‌های نوپای فناوری و نوآوری کمک می‌کند. در حال حاضر در برزیل شرایط عدم اطمینان شایان توجهی وجود دارد، اما با این حال، فرصت‌های زیادی هم وجود دارد. اگر وضعیت فعلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری در برزیل در مسیر رشد و پیشرفت قرار گیرد، این موضوع در نهایت به تقویت جایگاه این کشور به عنوان یکی از بازیگران کلیدی در صحنه جهانی منجر خواهد شد. در برزیل نهادهای حامی و برنامه‌های متنوعی برای حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط، دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها وجود دارد. در ادامه نهادهای حامی توسعه کسب‌وکارهای نوآور و برنامه‌های این نهادها برای گسترش دامنه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها معرفی خواهد شد.

۱. برنامه توسعه استارت‌آپ‌ها و زیست‌بوم کارآفرینی (SEED)^۱

دولت برزیل، برنامه SEED را در راستای توسعه زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی و به منظور حمایت از کارآفرینان ملی و بین‌المللی برای گسترش پروژه‌های مبتنی بر فناوری آغاز کرده است. این برنامه از سال ۲۰۱۳، فرهنگ کارآفرینی و زیست‌بوم نوآوری را در برزیل ارتقا می‌دهد. SEED تاکنون از ۱۱۲ پروژه کارآفرینی در ۱۲ کشور مختلف حمایت کرده است و در مجموع ۲۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری در این زمینه انجام شده است. این برنامه، طی شش ماه، ایده‌های ۴۰ استارت‌آپ برزیلی و بین‌المللی را تقویت، تبلیغ و پرورش داده است. این برنامه با هماهنگی دبیرخانه دولتی توسعه اقتصادی، علوم، فناوری و آموزش عالی (SEDECTES)^۲ و Minas Digital راه‌اندازی شده است. هدف دولت برزیل در این برنامه، تبدیل SEED به یکی از بزرگترین مراکز پیشرفت و توسعه زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی منطقه آمریکای لاتین است.

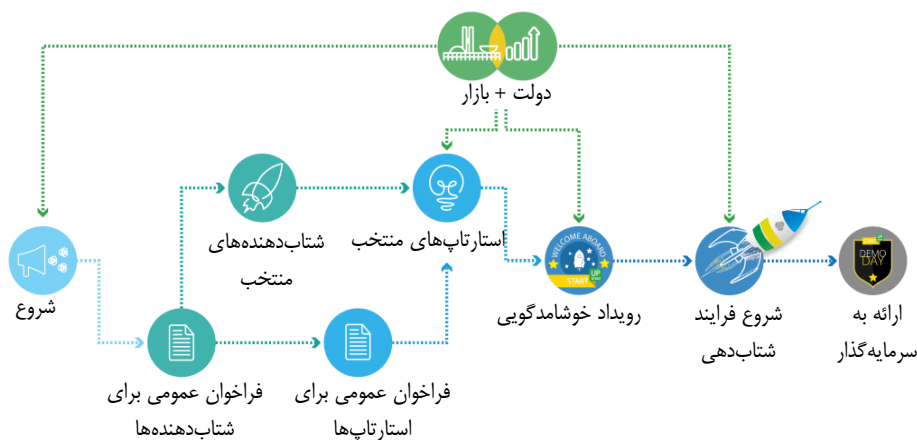
۲. برنامه Startup Brasil

Startup Brasil، برنامه شتاب‌دهی به توسعه زیست‌بوم نوآورانه و فناورانه در برزیل است که با ابتکار عمل دولت فدرال برزیل و توسط وزارت علوم، فناوری، نوآوری و ارتباطات این کشور

1. Startups and Entrepreneurship Ecosystem Development (SEED)

2. Secretaria de Desenvolvimento Econômico Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SEDECTES)

ایجاد شده است و با مدیریت Softex و مشارکت شتاب‌دهنده‌ها، برای حمایت از شرکت‌های نوپای مبتنی بر فناوری، فعالیت می‌کند. استارت‌آپ‌ها نقش بسیار مؤثری در توسعه دارند، اما برای توسعه و موفقیت، به محیط و زیست‌بومی سالم و پویا نیاز دارند. شتاب‌دهنده‌ها در این زمینه به عنوان عامل بازارمحور، معمولاً در بخش خصوصی و با ظرفیت سرمایه‌گذاری مالی، ایفای نقش می‌کنند و وظیفه هدایت، تقویت و توسعه استارت‌آپ‌ها را بر عهده دارند. این برنامه از طریق دو فراخوان در هر سال به دنبال سوژه‌های مدنظر خود می‌گردد. یک فراخوان برای ارزیابی و آموزش استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌ها و دیگری برای انتخاب از میان آن‌ها به منظور راه‌اندازی و عملیاتی کردن فرآیندها. در فاز اول، اعتبار متقاضیان بررسی می‌شود؛ در این مرحله، استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌ها طبق فرایندی خاص ارزیابی و وارد برنامه می‌شوند. اعتبارسنجی فرآیندی است که ضمن جداسازی استارت‌آپ‌ها بر اساس معیارهایی مشخص، مستعدترین آن‌ها در توسعه محصولات یا خدمات و مشاوره با مربیان، ارتباط با سرمایه‌گذاران و شبکه‌سازی در عرصه کسب‌وکار و حوزه فناوری گزینش می‌کند. در فاز دوم یعنی مرحله انتخاب، استارت‌آپ‌ها انتخاب می‌شوند تا بعد از فرآیند آموزشی، به شتاب‌دهنده‌ها متصل شوند. در این مرحله استارت‌آپ‌های ملی و بین‌المللی برای پشتیبانی توسط این برنامه انتخاب شده‌اند. این مرحله تا دو بار در سال و یک بار برای هر ترم اتفاق می‌افتد. در فاز سوم، فرآیند عملیات شتاب‌دهی استارت‌آپ‌ها آغاز می‌شود. طی مدت زمان حداکثر دو ماه، شرکت‌های نوپا به بودجه تحقیق و توسعه معینی دسترسی دارند تا آن را بین متخصصان خود توزیع کنند. آن‌ها همچنین در فعالیت‌های پیشنهاد شده توسط برنامه اصلی برای آموزش کارآفرینان و معرفی آن‌ها به مشتریان، سرمایه‌گذاران و مراکز بین‌المللی نیز شرکت می‌کنند. به علاوه، استارت‌آپ‌ها از شتاب‌دهنده‌ها سرمایه‌های مالی دریافت می‌کنند و در ازای درصد مشارکت سهام به خدماتی مانند زیرساخت، مشاوره و آموزش دسترسی می‌یابند. فرایند اجرایی این برنامه در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱: فرایند اجرایی برنامه Startup Brasil

۳. برنامه Artemisia

Artemisia برنامه‌ای غیرانتفاعی و خصوصی در حمایت از کسب‌وکارهای برزیل است. این برنامه پیشگام در انتشار، ترویج و حمایت از استارت‌آپ‌ها و مشاغل تأثیرگذار اجتماعی در برزیل است که جمعیت و قشر آسیب‌پذیر اقتصادی و اجتماعی برزیل را در اولویت حمایت قرار داده است. Artemisia راهکارها و راه‌حلهایی را برای مشکلات اجتماعی و محیط زیستی ایجاد می‌کند و از طریق نهادهای حمایتی و دستگاه‌های مرتبط به استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهایی کمک می‌کند که تأثیر مثبت اجتماعی دارند. مأموریت این برنامه، شناسایی و توانمندسازی کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار با تأثیرگذاری اجتماعی است که به ساخت زیست‌بوم نوآوری اخلاقی‌تر و منصفانه‌تر پای‌بند هستند. این برنامه تاکنون بیش از ۴۸۰ شرکت دانش‌بنیان و استارت‌آپ را در سراسر برزیل پشتیبانی کرده است و بیش از ۱۸۰ نوع شرکت نوپا را در مسیر تأثیرگذاری اجتماعی ایجاد کرده است یا به شکل‌گیری آن‌ها سرعت و قدرت بخشیده است. صندوق Potencia Ventures این برنامه را از سال ۲۰۰۴ آغاز کرده است و اثرگذاری و حضوری شایان توجه در عرصه ملی و حتی بین‌المللی دارد. حوزه‌های فعالیت این برنامه در شکل ۲ نشان داده شده است:



شکل ۲: حوزه‌های فعالیت برنامه Artemisia

در این برنامه تاکنون بیش از ۳۰۰ کسب‌وکار حمایت شده است، بیش از ۱۵۰ کسب‌وکار فرایند شتاب‌دهی را پشت سر گذاشته‌اند و بیش از ۹۴ سرمایه‌گذاری روی کسب‌وکارها انجام شده است.

۴. برنامه StartOut Brasil

از نظر بسیاری از افراد، اصطلاح بین‌المللی شدن، فقط منحصر به صادرات است. این تفکر ناقص باعث آسیب دیدن کسب‌وکار بسیاری از کارآفرینان می‌شود. زیرا کارآفرینان تنها زمانی به بین‌المللی شدن فکر می‌کنند که شرکت آن‌ها بالغ شده است و تغییرات و اصلاحات را به سختی می‌پذیرد. از این رو، باید برای حل این معضل، بین‌المللی شدن را در هسته اصلی شرکت و در زمان شکل‌گیری و تولد آن در نظر گرفت. به این معنا که باید در الگوسازی اولیه کسب‌وکار، موضوع تجارت و ارتباط با دیگر شرکت‌های خارجی را پیش‌بینی کرد و مبتنی بر آن ساختارهایی را تعبیه کرد که در آینده بتواند با ارجاع به آن قابلیت بین‌المللی شدن را به منصفه ظهور برساند. امروزه این شاید مناسب‌ترین و معقول‌ترین راه برای رفع موانع و چالش‌های ورود به اقتصاد پیچیده جهانی باشد. این شعار و توصیه برنامه StartOut Brasil برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپا است: «جهانی به دنیا بیایید!» به همین دلیل، متخصصان این برنامه توصیه می‌کنند استارت‌آپ‌ها از قبل باید با مفهوم بین‌المللی‌سازی در ارتباط باشند و مقدمات آن را در ریشه و جوهره استارت‌آپ در زمان تولدش، فراهم کنند. این راهبرد در مدیریت بین‌الملل، برای استارت‌آپ‌ها مزیت و ابتکار عملی را به منظور رقابتی‌تر شدن در بازار داخلی و جهانی ایجاد می‌کند. این برنامه در برزیل با عنوان «نیروی محرکه زنجیره کارآفرینی» در بین‌المللی‌سازی استارت‌آپ‌ها شناخته می‌شود. مجری برنامه StartOut دولت فدرال

برزیل است. دلیل وجودی این برنامه به شرح زیر بیان شده است:

- پرورش و تشویق زیست‌بوم کارآفرینی و همچنین تقویت اقتصاد محلی از طریق مرتبطسازی آن با زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری جهانی.
- استفاده از راهبردی فعال برای تعامل با بازارهای جدید.
- ایجاد محیطی که دائماً فرصت می‌سازد.
- برنامه‌ریزی بلندمدت برای اقتصاد دانش‌بنیان.
- ایجاد معیارهای روشن در رشد عملکرد.
- تعلیم تجارت بین‌الملل.
- آگاهی از جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی بازار و زیست‌بوم مقصد.
- ایجاد شرکای جهانی.

این برنامه از نظر سیاست‌های عمومی بسیار مؤثر بوده است، خطر شکست استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا را به طور شایان توجهی کاهش داده است و امکان دسترسی به شبکه‌ای از مدیران مجرب داخلی و خارجی را فراهم ساخته است. همچنین StartOut Brasil تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی برزیل داشته است و این کشور را ترغیب به رقابت بیشتر در سطح جهان می‌کند. حمایت‌های دولت برزیل از برنامه در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: حمایت‌های دولت برزیل از برنامه StartOut

بخش‌های تشویق تجاری (SECOMs) ^۱ و بخش‌های تشویق فناوری (SECTECs) ^۲	پلت‌فرم Land-To-Land	ابزار حمایت
<ul style="list-style-type: none"> • وزارت امور خارجه • سفارت‌خانه‌های راهبردی و مشاوران در پنج قاره 	<ul style="list-style-type: none"> • انجمن ملی نهادهای تشویق بنگاه‌های نوآور (Anprotec)^۳ • سازمان تشویق صادرات و سرمایه‌گذاری برزیل (Apex برزیل)^۴ 	ارائه‌دهندگان

1. Trade Promotion Sectors (SECOMs)
2. Technology Promotion Sectors (SECTECs)
3. National Association of Innovative Enterprises Promoting Entities (Anprotec)
4. Brazilian Export and Investment Promotion Agency (Apex – Brasil)

	<ul style="list-style-type: none"> • خدمات پشتیبانی کسب‌وکارهای خرد و کوچک برزیل (Sebrae)^۱ 	
<p>SECTEC و SECOM که در سفارت‌خانه‌ها و کنسولگری‌های راهبردی برزیل مستقر است، واحدهای حمایتی دولتی برای کارآفرینانی است که تمایل به سرمایه‌گذاری در خارج از کشور یا سرمایه‌پذیری از خارج از کشور و شروع به کار در کشوری دیگر یا صادرات محصولات یا خدمات دارند. هر دو واحد، اطلاعات مربوط به کسب‌وکارهای ملی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی را در منطقه مشخصی برای جامعه اقتصادی ملی جمع‌آوری و منتشر می‌کنند.</p> <p>وزارت امور خارجه برزیل از طریق این دو واحد، فرآیندهای زیر را دنبال می‌کند:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. جستجوی اولیه برای گردآوری اطلاعات درباره بازارهای خارجی و زیست‌بوم‌های نوآوری فعال و پویا؛ ۲. دسترسی به ثبت شرکت‌های واردکننده محلی؛ ۳. تسهیل ارتباط با بازرگانان و گروه‌های علمی و دانشی برزیلی که در بازار مقصد کار می‌کنند؛ ۴. تسهیل گفتگو با مؤسسات پژوهشی خارجی، اتاق‌های بازرگانی و سازمان‌های دولتی؛ ۵. تهیه دستور کار با سرمایه‌گذاران، مشتریان و شرکای احتمالی؛ ۶. شناسایی ارائه‌دهندگان خدمات محلی؛ ۷. حمایت از فرآیند دادرسی و شکایات تجاری و مسائل گمرکی. 	<p>این پلت‌فرم، ابزاری جامع برای راه‌اندازی کم‌خطر استارت‌آپ‌هاست که دولت به واسطه آن خطر ورود به بازارهای جدید را تقبل می‌کند تا شرکت‌های نوپا بتوان ایجاد کسب‌وکار و شروع رقابت را پیدا کنند.</p> <p>این پلت‌فرم شامل اقداماتی از قبیل راه‌اندازی کم‌خطر استارت‌آپ، جلسه‌های مربیگری و آموزش برای مدیران و کارآفرینان در محیط‌های نوآوری و همچنین ارائه تضمین مالی به آن‌ها برای شروع ماجراجویی اقتصادی است.</p> <p>این پلت‌فرم همچنین سهولت دسترسی به شبکه‌ای قابل اعتماد از پارک‌های فناوری، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و همکارانی فراهم می‌کند که در حال حاضر خدماتی را برای تسهیل در بین‌المللی‌سازی شرکت‌های نوآور ارائه می‌کنند.</p> <p>مطابق سیاست‌گذاری‌های انجام‌شده، این پلت‌فرم می‌تواند در ارزیابی میزان پذیرش محصول یا خدمتی خاص و شروع و راه‌اندازی مؤثر کسب‌وکار در بازار مدنظر کمک کند.</p>	توضیحات

StartOut Brasil برنامه‌ای غیرانتفاعی است که سازمان‌های دولتی و خصوصی برزیل حامی آن هستند و از واردشدن کسب‌وکارهای برزیلی در پویاترین و نویدبخش‌ترین زیست‌بوم‌های نوآوری در اقصی نقاط جهان پشتیبانی می‌کند. ابتکار عمل این برنامه در فراهم کردن تجربه کاملی است که در زمینه تمرین و آموزش به این کسب‌وکارها می‌دهد. در واقع StartOut برنامه‌ای برای حمایت از

اضافه شدن شرکت‌های نوپای برزیلی به زیست‌بوم‌ها و کانون‌های نوآوری شهرهای مختلف جهان است. در این برنامه حداکثر ۲۰ شرکت نوپا که قابلیت و پتانسیل بین‌المللی شدن را دارند، انتخاب می‌شوند تا برای ارائه عملی کردن ایده و کسب‌وکار خود به زیست‌بوم‌های نوآوری دنیا بروند. برنامه StartOut Brasil قصد دارد طرز تفکر شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپای برزیل را تغییر دهد تا بتوانند در عرصه جهانی وارد شوند و تولدی تازه در محیط بین‌الملل کسب‌وکار پیدا کنند. کارآفرین و صاحب کسب‌وکار با درگیر شدن در فرآیند این برنامه، شبیه‌سازی کاملی را از حضور در زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی جهانی تجربه می‌کند.

در واقع این برنامه در آغاز راه مسائل زیر را با کسب‌وکارها تمرین می‌کند:

- وارد شدن به عرصه کسب‌وکار بین‌الملل و ارتقای اتصالات به زیست‌بوم‌های نوآوری.
- هوش درک بازار و هوش اقتصادی.
- تجارت نوآورانه.
- شتاب‌دهی و گسترش فعالیت کسب‌وکارها به بازارهای جهانی.
- شبکه‌سازی با مشتریان، سرمایه‌گذاران و همکاران بالقوه.
- راه‌اندازی کنترل‌شده کسب‌وکار در ورود به بازار جدید به منظور تحمل هزینه و خطر کمتر.

این برنامه برای شرکت‌هایی است که ترجیحاً بیش از ۵۰۰۰۰۰ دلار درآمد دارند یا نوعی کمک هزینه^۱ سرمایه‌گذاری دریافت کرده‌اند. همچنین داشتن تیم تجاری ۱۰۰ درصد اختصاصی، تسلط به زبان انگلیسی و توانایی توسعه در سطح بین‌الملل بدون به خطر انداختن عملکرد شرکت در داخل کشور، اهمیت فراوانی دارد.

اهداف و فعالیت‌های برنامه

داشتن برند شناخته‌شده بین‌المللی، رؤیای بیشتر کارآفرینان است. اما انجام این کار در سایر کشورها ساده نیست و عوامل متعددی مانند بوروکراسی، تدارکات، کارآمدی و حتی اختلافات فرهنگی می‌تواند عامل تعیین‌کننده موفقیت یا شکست در توسعه بین‌المللی باشد. مطابق گزارش پایش

1. grant

مورد کاوی شرکت بيو سالویت (Biosolvit)

استارتاپ Biosolvit در سال ۲۰۱۸ به عنوان یکی از ۱۲ استارتاپ برتر در جهان شناخته شده است. مواد جاذب طبیعی ساخته شده توسط شرکت Biosolvit به عنوان بهترین جایگزین برای جذب نفت و مشتقات آن در دریا شناخته شده است. این شرکت محصول جدیدی را از منابع تجدیدپذیر تولید کرده است و از آن به عنوان راهکاری برای حل مسائل و معضلات زیست محیطی بشر استفاده می‌کند. زمانی که مواد شیمیایی روزانه از طریق دورریزهای شرکت‌ها وارد دریا یا خاک می‌شود، محیط زیست را آلوده می‌کند و حوادث خرد و کلان زیادی را سبب می‌شود. ترمیم محیطی این آلودگی‌ها، گاهی ناکارآمد است و شرکت‌ها هم جریمه‌های بسیار شدیدی در قبال آن متحمل می‌شوند و مهم‌تر از آن محیط زیست را در معرض خطر قرار می‌دهد. موادی که این شرکت تولید می‌کند، نقش جاذب مواد شیمیایی مضر را در خاک یا آب بازی می‌کند و با جذب آن‌ها به خود و اعمال اصلاحات شیمیایی، موادی را به عنوان برون‌داد تولید می‌کند که می‌توان از آن استفاده‌های صنعتی کرد. این ماده جاذب، با راندمان بسیار خوبی مواد آلوده را جذب و اصلاح می‌کند. این محصول کمترین هزینه کاربرد و دفع را دارد و تنها فناوری موجود در جهان است که امکان استفاده مجدد بیش از ۹۵ درصد مواد آلوده را فراهم می‌سازد.

برنامه StartOut به این شرکت دانش‌بنیان در سه زمینه کمک شایان توجهی کرده است: (۱) تحقیق و توسعه؛ (۲) صنعتی‌سازی محصولات؛ (۳) فراهم‌سازی فرصتی برای کارآمدتر و ارزان‌تر کردن محصولات نسبت به سایر رقبای جهانی و کسب سهمی در بازار و زیست‌بوم زیست‌فناوری جهانی.

برنامه StartOut با کمک به این شرکت دانش‌بنیان در سطح ملی و بین‌المللی موجب شده سهم بازار آن تا ۱۵۰ میلیارد دلار در سال افزایش یابد. به علاوه، با ایجاد فرصت‌های عالی در بازار خارجی و انجام آزمایش‌های بین‌المللی، ثابت شده است که فناوری این شرکت کارآمدترین فناوری در سطح جهان است. در حال حاضر شرکت به دنبال افزایش شرکای بین‌المللی و سرمایه‌گذاران با تجربه، برای گسترش پروژه خود در سطح جهانی است.

این شرکت با کمک برنامه StartOut، طی فرآیند تحقیق و توسعه خود در ۳۶ ماه گذشته، پنج محصول جدید را ساخته است. همچنین شرکت با حضور در برنامه StartOut، در فرآیند تجارت بین‌المللی و توسعه فناوری، سرعت و شتاب شایان توجهی پیدا کرده است، هم اکنون در حال مذاکره با یک شرکت نفتی فرانسوی برای استفاده از جاذب‌های خود است و اولین صادرات را هم به این شرکت انجام داده است.

به گفته بنیان‌گذار Biosolvit، «کنار کشیدن از صندلی تحقیق و تبدیل دانش به تجارتي سودآور در مقیاس جهانی، چالشی بزرگ بود. اما با کمک برنامه StartOut Brasil، ایجاد مهارت در کارآفرینی، مدیریت، بازاریابی، بین‌المللی‌سازی، محافظت از دارایی‌های فکری، دسترسی به میراث ژنتیکی و همکاری و توسعه مدل‌های تجاری در مقیاس جهانی امکان‌پذیر شد.»

کارآفرینی جهانی^۱ (مطالعه‌ای که پژوهشگران بیش از ۱۰۰ کشور انجام داده‌اند) برزیل یکی از کشورهایی است که کمترین سهم را در بازارهای جهانی و تعامل با زیست‌بوم‌های نوآوری دنیا دارد. برزیل با داشتن حدود ۲۵۰۰۰ صادرکننده، تنها ۳ درصد از بازار جهانی را در اختیار خود دارد. برای تغییر این واقعیت، StartOut Brasil با هدف حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، بنگاه‌های نوپا و استارت‌آپ‌های جدید کشور برزیل در ورود آن‌ها به زیست‌بوم‌های نوآوری برجسته جهان فعالیت می‌کند، که در نهایت توانسته است جایگاه این کشور را در میان رقبای ارتقا دهد و باعث افزایش تجارت خارجی شود. StartOut از طریق مشاوره، آموزش و راه‌اندازی، کارآفرینان را برای برقراری ارتباط با سرمایه‌گذاران، مشتریان و شرکای بالقوه در پرتددترین زیست‌بوم‌های جهانی نوآوری آماده می‌کند.

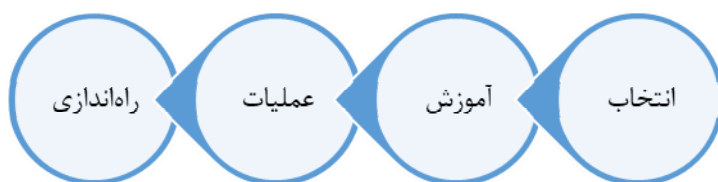
اهداف کلی این برنامه عبارت است از:

- یافتن برنامه‌هایی مشابه در جهان و همکاری با آن‌ها در زیست‌بوم‌های کارآفرینی و نوآوری جهان.
- تماس تنگاتنگ با افراد و شرکت‌هایی که چالش‌ها و فرصت‌های موجود در بازارهای مقصد را می‌شناسند و درک می‌کنند.
- شناسایی شرکت‌هایی با پتانسیل بین‌المللی شدن برای اتصال به زیست‌بوم جهانی نوآوری و کارآفرینی.
- مشاوره تخصصی به شرکت‌های دانش‌بنیان برای اتصال به زیست‌بوم جهانی نوآوری.
- برگزاری سمینار فرصت‌ها و چالش‌ها، نشست با تهیه‌کنندگان خدمات؛ جلسات با سرمایه‌گذاران خارجی.
- کمک به ساخت راهبرد نرم‌افزاری (نقش) شرکت‌ها در بازار هدف.
- مشاوره با متخصصان در بازار مقصد.
- کمک‌های ویژه در تدوین و انتخاب راهبرد بین‌المللی و امکان افتتاح شعبه در کشورهای دیگر.
- افزایش احتمال بین‌المللی شدن کسب‌وکارها و در نتیجه افزایش رشد در بازار داخلی.
- ترغیب سرمایه‌گذاران از طریق ارائه‌های کوتاه.

با دنبال کردن این اهداف شرکت‌ها می‌توانند در عرصه بین‌الملل سرمایه‌گذاری کنند یا سرمایه‌گذار پیدا کنند؛ بازار خود را رشد و توسعه دهند و اشتغال و درآمد ایجاد کنند. این امر، کمکی بزرگ برای کارآفرینان خرد و نوپا است که هنوز دانش قوی در زمینه بازار بین‌الملل ندارند. هدف نهایی برنامه هم تولید اشتغال و درآمد برای برزیل است.

فرایند اجرایی برنامه

این برنامه چهار مرحله را برای رسیدن به اهداف خود تعریف کرده است (شکل ۳):



شکل ۳: فرایند اجرایی برنامه StartOut

۱. فرآیند انتخاب

اولین گام این برنامه انتخاب استارت‌آپ‌هایی است که قابلیت بین‌المللی شدن را دارند، یعنی قادر به فعالیت در بازارها و زیست‌بوم‌های نوآور در سراسر جهان هستند. هیئت مدیره‌ای پیمایش‌گر و واجد شرایط، استارت‌آپ‌های ثبت‌نام‌شده در هر دوره را ارزیابی می‌کند و از میان آن‌ها ۲۰ شرکت برتر به منظور آماده‌سازی برای ورود به زیست‌بوم‌های خارجی انتخاب می‌شود. در فرآیند انتخاب، مدل کسب‌وکار استارت‌آپ، صلاحیت تیم، درجه نوآوری، بلوغ و اهدافی که برای ورود به عرصه بین‌الملل مشخص کرده است، ارزیابی می‌شود.

۲. فرآیند آموزش

اندکی پس از مشخص شدن نتایج انتخاب، استارت‌آپ‌ها روند آماده‌سازی مأموریت را آغاز می‌کنند که شش تا هشت هفته طول می‌کشد. کارآفرینان در این مرحله به بسته‌ای آموزشی شامل اقلام زیر

دسترسی خواهند داشت:

- مشاوره تخصصی در بین‌المللی‌سازی.
- دسترسی به گذرنامه و روادید از Apex-Brasil World.
- ارتباط با مربیان آشنا با زیست‌بوم مقصد.
- کارگاه حضوری در کشور مقصد.
- آموزش جلسات آنلاین.

استارت‌آپ‌ها باید در طول آموزش، با اختصاص ۳ ساعت در هفته مشارکتی فعال در فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده داشته باشند و در پایان آموزش، برنامه کسب‌وکار و راهبرد بازار هدف را تعریف کنند و دستور کار کامل و بدون اشکالی داشته باشند. مربی‌های StartOut در این مرحله با توجه به تجربه قبلی خود، راهنمایی‌های عملی و پیشنهادهایی درباره چگونگی بهبود کسب‌وکار و راهبرد راه‌اندازی و ارتباط آن‌ها با مخاطبان مرتبط در زیست‌بوم هدف را ارائه می‌دهند.

۳. فرآیند عملیات (مأموریت)

در این مرحله شرکت‌های نوپا قادر خواهند بود برخی از کنش‌گران و فعالان برتر آن کشور ارتباط برقرار کنند و چشم‌اندازی به فرصت‌های شغلی پیش رو داشته باشند. کارآفرینان در این مرحله به امکانات زیر دسترسی خواهند داشت:

- آموزش زمین بازی: نهادها، قوانین، خط‌مشی، روند، سیاست‌ها و الزامات فعالیت در عرصه بین‌الملل و زیست‌بوم نوآوری.
- سمینار فرصت‌ها و چالش‌ها.
- سلسله جلسات با ارائه‌دهندگان خدمات محلی.
- بازدید از شرکت‌هایی که راهبرد نوآوری باز دارند.
- بازدید از شتاب‌دهنده‌ها و استارت‌آپ‌های برجسته و دیگر بازیگران مهم زیست‌بوم.
- برنامه‌ریزی جلسات با شرکای تجاری احتمالی.

- ارتباط با کارآفرینان برزیلی در زیست‌بوم مقصد.
- امکان ارائه استارت‌آپ خود به سرمایه‌گذاران.
- وبینار با تیم مدیران برنامه و کارشناسان مهمان.
- جلسات مشاوره با کارشناسان توسعه بین‌المللی.
- تعامل با مربیان با تجربه.

تمامی فعالیت‌های تعبیه شده در این مرحله رایگان است. اما کارآفرینان باید هزینه‌های سفر و اقامت خود را تأمین کنند. در طول مأموریت، کارآفرین باید کاملاً برنامه‌ریزی شده اقدام کند و تیم سازمان‌دهنده برای جلسات با مشتری یا سرمایه‌گذار اولویت را در دستور کار خود قرار دهد.

۴. فرآیند راه‌اندازی

پس از بازگشت از مأموریت، استارت‌آپ‌ها باید به منظور ارتقای راهبرد توسعه خود و به حداکثر رساندن فرصت‌های مشخص شده در سفر، اقدامات پیگیری شخصی و ارتباط با طرف‌های خارجی را بر اساس ملاحظات که در جلسات مشاوره پیش از عملیات به طور جداگانه (با ویژگی‌های خاص برای هر شرکت) دریافت کرده‌اند، به درستی اجرا کنند. همچنین به همه استارت‌آپ‌ها امکان ارتقای صادرات محصول یا خدمات، نصب در کشور بازدیدشده، جذب سرمایه‌گذاری و ... نیز به صورت کاملاً رایگان داده می‌شود. برخی از خدمات در این مرحله عبارت است از:

- کمک از سفارت‌خانه‌های برزیل از طریق وزارت امور خارجه.
- پشتیبانی از خدمات Apex-Brasil و دفاتر آن در خارج از کشور.
- پشتیبانی از برنامه Land2Land از طریق همکاری با Anprotec، Apex-Brasil، Sebrae و امکان اتصال به شبکه بین‌المللی پارک‌های فناوری، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها.
- جلسات مشاوره پس از بازگشت از مأموریت برای پشتیبانی و راهنمایی.

از استارت‌آپ‌ها در این مرحله انتظار می‌رود، اقدامات زیر را انجام دهند:

- مشارکت فعال در جلسات مشاوره در راستای شناسایی هرچه بیشتر فرصت‌های موجود.

- به‌دست‌آوردن سرمایه‌گذار بین‌المللی.
- تحقق مشارکت فناورانه یا تجاری.
- فروش یا توزیع محصولات.
- افتتاح شعبه در خارج از کشور.
- ایجاد شبکه تماس از طریق اتصال به شتاب‌دهنده‌ها، پارک‌های فناوری، مراکز رشد.
- تهیه گزارشی از دستاوردهای سفر برای استفاده‌های بعدی.

فعالیت‌های انجام شده در برنامه StartOut

StartOut Brasil قرار است سالانه ۹۲۰ هزار دلار برای اتصال ۲۰ شرکت به زیست‌بوم جهانی سرمایه‌گذاری کند. این برنامه نتیجه تلاش چندین نهاد مختلف است که همگی متعهد به همکاری برای ادغام شدن استارت‌آپ‌های برزیل در زیست‌بوم‌های نوآوری و کارآفرینی کشورهای دیگر هستند. این مؤسسات شامل: دولت فدرال برزیل، وزارت اقتصاد، وزارت امور خارجه برزیل (MRE)، سازمان تشویق صادرات و سرمایه‌گذاری برزیل (Apex برزیل)، انجمن ملی نهادهای تشویق بنگاه‌های نوآور (Anprotec) و خدمات پشتیبانی کسب‌وکارهای خرد و کوچک برزیل (Sebrae) است. جمع‌آوری اطلاعات مربوط به این شرکت‌ها را وزارت صنعت، تجارت خارجی و خدمات برزیل انجام می‌دهد و درنهایت این خود کمیته StartOut است که با همکاری وزارت امور خارجه، سازمان تشویق صادرات و سرمایه‌گذاری برزیل، خدمات پشتیبانی کسب‌وکارهای خرد و کوچک برزیل و انجمن ملی نهادهای تشویق بنگاه‌های نوآور دست به انتخاب این ۲۰ شرکت می‌زند. دبیرخانه نوآوری و مشاغل جدید در وزارت صنعت برزیل، معیارهای انتخاب مقصد مأموریت را مستلزم تحلیل عمیق بازار کشورهای دیگر و انتخاب زیست‌بوم مناسب می‌داند. معیارهایی مانند بلوغ و قابلیت سرمایه‌گذاری زیست‌بوم تا چگالی سرمایه‌گذاران محلی و نوآوری‌های انجام‌شده بررسی می‌شود.

فعالیت‌هایی که این برنامه تا سال ۲۰۱۹ انجام داده است در زیست‌بوم‌های نوآوری شهرهای شانگهای، بوئنوس آیرس، پاریس، بوستون، سانتیاگو، تورنتو، لندن، لیسبون، میامی و برلین بوده است. در نتیجه این فعالیت‌ها، ۹۱ شرکت به زیست‌بوم‌های نوآوری در شهرهای مذکور متصل شده‌اند و فعالیت بین‌المللی خود را آغاز کرده‌اند. هدف این برنامه جهانی‌سازی ۲۴۰ شرکت تا سال ۲۰۲۱ است.

زمینه فعالیت شرکت‌هایی که تا کنون در زیست‌بوم شهرهای مذکور وارد شده‌اند، حوزه‌های زیر بوده است: صنعت لوازم خانگی؛ سرگرمی، فیلم سینمایی و انیمیشن؛ یادگیری و آموزش و پرورش؛ توسعه و اجرای راه‌حل‌های پایدار برای بازیافت و استفاده مجدد از زباله‌های صنعتی؛ هوش مصنوعی؛ توسعه کارکردهای شناختی؛ بیوانفورماتیک؛ صنعت غذا و دارو؛ مهندسی پزشکی؛ یادگیری عمیق، یادگیری ماشین، شبکه‌های عصبی و پردازش زبان طبیعی؛ توسعه راه‌حل‌های نوآورانه و فناورانه در بازار سهام؛ سامانه نظارت و مدیریت؛ صنایع نفت، پتروشیمی، گاز و انرژی پاک.

برنامه StartOut با بین‌المللی کردن برند و جایگاه شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا، دسترسی آن‌ها را به منابع جدید درآمدی در بازارهای جهانی میسر می‌سازد و آن‌ها را در برابر بی‌ثباتی اقتصادی و انواع خطرهای کسب‌وکار در سطح بین‌الملل محافظت و بیمه می‌کند. این برنامه به دلیل داشتن ارتباطات دیپلماتیک میان دولتی و با در اختیار داشتن اطلاعات کارآمد و مؤثر، منجر به کاهش بسیار زیاد هزینه و خطر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارها می‌شود.

مورد کاوی شرکت ATS

یکی از ۱۵ استارت‌آپی که StartOut در نیمسال دوم سال ۲۰۱۸ برای شرکت در رویداد ارتباط با زیست‌بوم جهانی شهر میامی آمریکا انتخاب کرد، شرکت ATS بود. این شرکت دانش‌بنیان راهکارهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نوآورانه‌ای را در صنعت هوا - فضا توسعه می‌دهد. ATS با انجام شبیه‌سازی‌هایی برای صنعت هوا فضا و ماشین‌آلات سنگین کار می‌کند. این شرکت در حال حاضر پایگاه مشتری بزرگ و شایان توجهی در بازار برزیل دارد؛ از جمله شرکت‌هایی مانند امبرائر، نیروی دریایی برزیل، نیروی هوایی برزیل، Avibrás، Braskem، Ultragás، Vale، Queiroz-Galvão و Petrobrás از مشتریان این شرکت دانش‌بنیان هستند.

اما این شرکت درصدد دستیابی به بازارهای بین‌المللی بود و این امر از طریق برنامه StartOut برای شرکت فراهم شد. مدیرعامل ATS می‌گوید: «رویداد میامی به ما امکان داد ورود خود را به بازار آمریکای شمالی آغاز کنیم و ابزاری را در اختیار ما قرار داد تا به واسطه آن، بهترین روش و راهبرد بازاریابی و فروش در آن بازار را کشف کنیم.» این امر موجب شد برند این استارت‌آپ تبدیل به نامی شناخته‌شده در زیست‌بوم صنعت هوا - فضا شود. او می‌افزاید: «ما به دلیل تجربه خوب همکاری با شرکت‌های بزرگ در بازار داخلی برزیل، مجوز ورود به بازار آمریکا را در ازای تخصص فنی و نوآورانه خود به دست آوردیم و به برنامه StartOut اثبات کردیم که می‌توانیم پاسخگوی نیاز بازارهای خارجی باشیم. این امر مهم است که توانایی خود را در دید مشتریان بین‌المللی بهبود دهیم و بدانیم در کجا و چگونه می‌توان آن‌ها را جست‌وجو کرد. درک بهتر از این بازار صرفاً از طریق این برنامه برای ما میسر

شد.» تجربه میامی، مزایای بسیاری را برای شرکت به ارمغان آورده است. این برنامه باعث شده است ATS بتواند افق خود را گسترش دهد، راهبردها را تعریف کند و ارتباطات شرکت را سازماندهی و بهبود بخشد.

به گفته بنیان‌گذار ATS، هنگامی که او در این برنامه ثبت‌نام کرد، هدفش آموزش نیروی انسانی و بهبود دانش شرکت در فرآیندهای اولیه تجارت بود، که این موضوع به راحتی محقق شد. او می‌گوید: «وقتی در برنامه StartOut ثبت‌نام کردیم، دقیقاً نمی‌دانستیم چه منفعتی برای ما خواهد داشت. اما من آن را فقط به عنوان فرصت رشد برای شرکت و شرکای آن دیدم. ولی زمانی که فهمیدم یکی از اهداف اصلی این برنامه، تضمین دادن و سرمایه‌گذاری خطرپذیر است، تعجب کردم. من در آن زمان حتی به سرمایه‌گذاری فکر هم نکرده بودم. اما این برنامه آن را برای ما فراهم ساخت و خطر ورود ما به بازار جهانی را به طور شایان توجهی کاهش داد.»

اکنون، این شرکت با بیش از ۱۵ مشتری برجسته در آمریکا، مترصد درآمدهای مکرر است. این درآمدها از طریق ارائه خدمات مهندسی، گسترش فروش نرم‌افزارهای طراحی و شبیه‌سازی یا توسعه محصول نرم‌افزاری مقیاس‌پذیر و راهکارهای سخت‌افزاری در صنعت هوا - فضا به دست آمده است. این شرکت هنوز هم مایل است برای ورود به دیگر زیست‌بوم‌های جهانی در دیگر کشورها، از خدمات StartOut استفاده کند. StartOut بوستون رویداد دیگری است که به‌تازگی شرکت ATS برای حضور در آن انتخاب شده است. آن‌ها مشتاقانه منتظر بهره‌مندی بیشتر از مشاوره و ارتباط با بازار هوا - فضای ایالات متحده آمریکا هستند. به اعتقاد مدیران ATS برنامه StartOut فرصتی شگفت‌انگیز برای برنامه‌ریزی در بین‌المللی‌سازی شرکت و پیشنهاد ایده‌های نوآورانه برای سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران بازار فراهم ساخته است.

اکنون ATS به دنبال حرفه‌ای‌سازی روند جهانی‌شدن خود است و ارتباط دائم با برنامه StartOut، کمک شایان توجهی به آن‌ها خواهد کرد. خدماتی مانند ارائه ایده برای سرمایه‌گذاران، ایجاد مخاطبان جدید و شناسایی مسیر درست برای بین‌المللی‌شدن، موضوعی است که ATS از آن‌ها به عنوان پل ارتباطی خود با دیگر زیست‌بوم‌ها یاد می‌کند؛ پلی که برنامه StartOut آن را به دقت طراحی کرده است. مدیرعامل ATS می‌گوید: «برنامه StartOut، علاوه بر فراهم‌سازی فضای مساعد برای ورود به بازارهای جدید و زیست‌بوم‌های مختلف فناوری و نوآوری، اقدام به ایجاد پیمان‌های راهبردی می‌کند که این موضوع منجر به تقویت و افزایش تولید ناخالص داخلی برزیل می‌شود.» طبق گفته مدیران شرکت ATS، همکاری با شرکت‌هایی از ایالات متحده و انگلستان در بحث Aerothermal، به آن‌ها اجازه ساخت نمونه کار نوآورانه‌ای را داد که شامل شبیه‌سازی با نرم‌افزارهای پیشرفته و تست‌های سخت‌افزاری پیچیده‌ای است که غول‌های هوایمایی از جمله بوئینگ، امبرائر، ناسا و ایرباس از آن استفاده می‌کنند. در حال حاضر، نیروی کاری ماهر که از صنعت و دانشگاه‌های معتبر برزیل بیرون می‌آیند، از نظر ارزش نیروی انسانی و توانایی علمی و عملی با هند، ترکیه، ژاپن و چین رقابت می‌کنند، برنامه StartOut فرصت‌های نوآوری را برای آن‌ها فراهم کرده است و اراده جهانی‌شدن را به استارت‌آپ‌ها می‌دهد.

کره جنوبی

کره جنوبی در حمایت از توسعه SMEها روی کاهش شکست بازار برای این شرکتها از طریق راهکارهای زیر تمرکز داشته است [۳]:

- کاهش عدم تقارن اطلاعات در طرف تقاضا از طریق ارتقای تخصص نهادهای مالی درباره SMEها و بهبود پایگاه داده SMEها در طرف عرضه
- توسعه زیرساخت بازار سرمایه به ویژه برای خدمت رسانی به SMEها با در نظر گرفتن معیارهای ساده تر برای ورود به بازار سرمایه برای SMEهایی با عملکرد برتر
- ایجاد نظام قوی تجدیدساختار شرکت برای جداسازی SMEهای دارای عملکرد قوی از SMEهای ضعیف

«اداره کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMBA)» کره، بیش از ۱۰۰ راهکار برای ترویج رشد SMEها طراحی کرده است. سیاست این اداره، پرورش SMEهای رقابت پذیر و تبدیل SMEهای سنتی به SMEهایی با رشد قوی است. شعار سیاست های جدید «کسب و کار نوآور^۲» و «ستاره های

1. Small and Medium Business Administration (SMBA)
2. inno-biz

جهانی^۱ است. اقدامات سیاستی تقویت SMEهایی با رشد قوی، به سه دسته تقسیم می‌شود: (۱) سیاست‌های کارآفرینی، (۲) سیاست‌های نوآوری SME و (۳) سیاست‌های بین‌المللی‌سازی SME (جدول ۳).

جدول ۳: نظام یکپارچه پشتیبانی از توسعه SMEها: کره جنوبی [۳]

سیاست	برنامه‌ها
سیاست‌های کارآفرینی	<ul style="list-style-type: none"> • سخنرانی‌ها، برنامه‌های آموزشی و آموزش برای استارت‌آپ‌ها • گسترش و بهبود زیرساخت برای بنگاه‌های خلاق یک‌نفره به‌منظور ایجاد امکان فعالیت این استارت‌آپ‌های خانگی • راه‌اندازی ارائه‌دهندگان خدمات ارتباطی کسب‌وکار که خدمات پشتیبانی در محل را به SMEها ارائه می‌دهند
سیاست‌های نوآوری	<ul style="list-style-type: none"> • تأمین منابع مالی برای تأمین بخشی از هزینه‌های R&D فناوری و محصولات جدید که امکان تجاری‌سازی آن‌ها طی سه سال وجود دارد • تقویت ارتباط بین صنعت، دانشگاه و مؤسسه‌های پژوهشی. • «برنامه توسعه محصول جدید با تضمین خرید»: سازمان‌های عمومی و بنگاه‌های بزرگ به صورت داوطلبانه تقاضای خرید محصولاتی را مطرح می‌کنند که SMEها توسعه می‌دهند و بدین ترتیب خرید محصولات جدید در آینده را تضمین می‌کنند. • تقویت برنامه «کسب‌وکار نوآور» و سرمایه‌گذاری خطرپذیر
سیاست‌های بین‌المللی‌سازی	<ul style="list-style-type: none"> • ارتقای بنگاه‌های متوسط: پرورش بنگاه‌های صادرات‌محور و تبدیل آن‌ها به بنگاه‌های جهانی قوی • برنامه «ستاره‌های جهانی»: ارتقای بازیگران مستقل جهانی و پشتیبانی از آن‌ها با فناوری، تأمین مالی و شبکه‌سازی.

کره برای انتخاب «ستاره‌های جهانی» معیارهای مختلفی را منظر قرار می‌دهد. این معیارها و وزن هر کدام در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: معیارهای انتخاب «ستاره‌های جهانی» کره جنوبی [۳]

توانمندی فناورانه (%۴۰)	پتانسیل رشد (%۳۰)	توانمندی مدیرعامل (%۱۰)	ثبات مالی (%۲۰)
<ul style="list-style-type: none"> • سرمایه‌گذاری • توسعه فناورانه • مالکیت پتنت • توانمندی فناورانه • نوآور بودن شرکت 	<ul style="list-style-type: none"> • سهم بازار جهانی • پتانسیل رشد بازار • توانمندی جهانی شدن • طرح کسب‌وکار بلندمدت 	<ul style="list-style-type: none"> • دانش فنی • انگیزه رشد • تجربه کسب‌وکار • توانمندی مدیریتی 	<ul style="list-style-type: none"> • ارزیابی توسط نظام ارزیابی اعتبار بانک صادرات - واردات (اکسیم بانک) کره

موردکاوی شرکت دانگ‌هوا انتک (DongHwa Entec) کره جنوبی

شرکت دانگ‌هوا انتک، سازنده مبدل‌های حراری برای کشتی‌ها، نیروگاه‌ها، کارخانه‌های مواد غذایی و کشاورزی و نیز سازنده هواساز برای موتورهای دیزلی است. این شرکت در سال ۱۹۸۰ در شهر بوسان کره راه‌اندازی شده است و در سال‌های ابتدایی فعالیت، فناوری‌های این شرکت امکان رقابت بین‌المللی نداشت. این شرکت به‌منظور غلبه بر کاستی‌های توانمندی فناورانه خود اقدام به سرمایه‌گذاری روی R&D خود و نیز R&D مشارکتی کرد و شراکت‌های تحقیقاتی با «مؤسسه تحقیقات کشتی کره» و «صنایع سنگین سان‌جی‌یانگ» تشکیل داد. در سال ۲۰۰۲، دولت کره این شرکت را «شرکت خطرپذیر» و «کسب‌وکار نوآور» تشخیص داد. بدین ترتیب شرکت از طرح‌های حمایتی دولت بهره‌مند شد و جایزه صادراتی ۵ میلیارد دلاری را از دولت دریافت کرد. پس از آن شرکت راهبرد جهانی‌سازی را در پیش گرفت و اقدام به ایجاد همکاری‌های بین‌المللی با شرکت‌های انگلیسی و چینی مانند رولز - رویس، CBPVI و کرد اند رینر کلارک (Caird & Rayner Clark) کرد. دفتر و کارخانه شرکت در شانگهای چین با هدف ایجاد دسترسی به بازار چین، یعنی بازاری که بزرگ‌ترین رقبای شرکت حضور داشتند، راه‌اندازی شد. دولت کره، سرمایه لازم برای R&D این شرکت را طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ تأمین کرد. این حمایت‌ها امکان ورود زود هنگام شرکت به بازارهای ویژه و متمایزسازی سبد فناوری‌های نوآورانه را برای شرکت فراهم کرد. حمایت‌های دولتی همراه با راهبرد جهانی‌سازی شرکت، به افزایش مقیاس شرکت تا سال ۲۰۰۸ منجر شد. [۴]

مالزی

«طرح جامع SME ۲۰۱۲-۲۰۲۰» مالزی، جهت‌گیری سیاست‌های SME این کشور را مشخص کرده است و چالش‌های پیش روی SME‌های مالزی را در ۶ حوزه شناسایی کرده است (جدول ۵).

جدول ۵: چالش‌های کلیدی پیش روی SME‌های مالزی [۳]

چالش‌های کلیدی	دسته‌بندی چالش
<ul style="list-style-type: none">• نبود آمادگی شغلی در میان نیروی کار• بهره‌برداری اندک از آموزش‌های موجود• جوایز و مزایای غیررقابتی	توسعه سرمایه انسانی
<ul style="list-style-type: none">• دسترسی به نظام ملی نوآوری• R&D و تجاری‌سازی اندک• درک ضعیف فناوری	نوآوری و پذیرش فناوری
<ul style="list-style-type: none">• خرید توسط دولت و شرکت‌های بزرگ• موانع اطلاعاتی برای صادرات• تمرکز محدود روی بازاریابی و برندسازی• قدرت چانه‌زنی ضعیف	دسترسی به بازار
<ul style="list-style-type: none">• مسیرهای غیربانکی محدود برای تأمین مالی• شایستگی اعتباری ضعیف• نداشتن دانش فنی و منابع	دسترسی به منابع مالی

دسته‌بندی چالش	چالش‌های کلیدی
زیرساخت	<ul style="list-style-type: none"> • نظام تسهیل و ترخیص کالای تجاری • حجم کم و نادر تجارت
محیط حقوقی و رگولاتوری	<ul style="list-style-type: none"> • اعطای لیسانس / مجوزها • پیروی از مقررات • ایجاد و رشد قوانین بازدارنده

۱. طرح جامع مالزی

طرح جامع مالزی، دربردارنده ۶ برنامه پرتأثیر (HIP)^۱ (جدول ۶) و ۲۶ اقدام مکمل آن‌ها است.

جدول ۶: برنامه‌های پرتأثیر مالزی برای SMEها [۳]

عنوان برنامه	توضیح
HIP1: یکپارچه‌سازی ثبت و اعطای مجوز برای راه‌اندازی کسب‌وکار	ایجاد نقطه ثبت واحد از طریق ایجاد واسطی بین نظام ملی کنونی ثبت کسب‌وکار (myCoID) و نظام ملی اعطای مجوز کسب‌وکار (BLESS)
HIP2: پلت‌فرم تجاری‌سازی فناوری (TCP)	ایجاد شبکه‌ای ملی از پلت‌فرمی با مدیریت خصوصی برای ارتقای ایده‌های نوآورانه از اثبات مفهوم به مرحله تجاری‌سازی
HIP3: برنامه سرمایه‌گذاری SME (SIP)	تأمین مراحل مالی در مراحل اولیه کسب‌وکار از طریق ایجاد شرکت‌های سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذاری روی SMEهای بالقوه به صورت بدهی، سهام یا ترکیبی از این دو.
HIP4: برنامه صادراتی شدن (GoEx)	ارائه کمک سفارشی به صادرکنندگان جدید و SMEهایی که ریسک ورود به بازارهای جدید را تقبل می‌کنند. SMEهای آماده صادرات، می‌توانند از پشتیبانی جامع بهره‌مند شوند.
HIP5: برنامه کاتالیست	ایجاد قهرمانان خانگی از طریق رویکردی هدفمند با پشتیبانی در حوزه تأمین مالی، دسترسی به بازار و توسعه سرمایه انسانی
HIP6: نوآوری فراگیر	توانمندسازی گروه‌هایی با درآمد پایین (۴۰ درصد پایینی از نظر درآمد) برای بهره‌برداری از نوآوری‌ها از طریق تحول جامعه روستایی با رویکرد دستگیری

این طرح جامع مالزی، به جای تکیه صرف بر پشتیبانی دولتی، از مشارکت قوی بخش عمومی و دولتی حمایت می‌کند. دولت، کارآفرینی، نوآوری و سرمایه‌گذاری را تشویق می‌کند و به‌مثابه تسهیلگر و کاتالیزوری در مسیر خلق محیط توانمندساز برای پیشرفت SMEها عمل می‌کند.

موردکاوی شرکت وای جک تکنولوژی (YJack Technology Sdn. Bhd. (YJACK)؛

نوآوری در کلاس جهانی

شرکت YJACK برای ارائه خدمات تست شمع در صنعت ساختمان در سال ۲۰۱۴ تأسیس شد و روشی جدید برای تست شمع ارائه کرد که زمان آماده‌سازی آن تنها یک روز است و هزینه تست را ۵۰ درصد کاهش می‌دهد. پتنت فناوری این شرکت در مالزی و در سازمان جهانی مالکیت فکری ثبت شده است. این شرکت در سال ۲۰۱۵، یعنی در دومین سال فعالیت خود، به فینال جایزه بزرگ بین‌المللی نوآوری CIC در هنگ‌کنگ راه یافت و در بیست و ششمین نمایشگاه بین‌المللی اختراع، نوآوری و فناوری (اینکس) ۲۰۱۵ نیز با برتری نسبت به ۶۰ شرکت حوزه صنعت ساختمان به مدال طلا دست یافت. این شرکت برای کسب پذیرش در بازار و صحنه‌گذاری محصولات جدید خود، دست یاری به سوی پلت‌کام ونچرز (PlatCOM Ventures) دراز کرد و از طریق این شرکت در برنامه HIP 2 ثبت‌نام کرد. YJACK در قالب این برنامه توانست با سازمان‌های مرتبط مانند «هیئت توسعه صنعت ساختمان (CIDB)» ارتباط برقرار کند و این سازمان‌ها نوآوری شرکت را ارزیابی کنند. پس از صحنه‌گذاری فناوری شرکت، این شرکت توانست ۱۷۲۱۵۸ دلار کمک هزینه از «صندوق تأمین مالی پیش از تجاری‌سازی» دریافت کند. به‌علاوه، PlatCOM Ventures خدمات مشاوره و پایش بر اساس گزارش‌های ماهیانه نیز به این شرکت ارائه می‌کند. شرکت توانسته است با توسعه خدمات خود مشتریان بزرگی را جذب کند و یک توزیع‌کننده برای بازارهای شرق مالزی و بروئی انتخاب کرده است. با توجه به برنامه‌های شرکت برای ورود به بازارهای خارجی، PlatCOM Ventures هماهنگی لازم برای برگزاری جلسه بین YJACK و شرکت توسعه تجارت خارجی مالزی (MATRADE) را انجام داد تا شرکت بتواند از حمایت‌های برنامه HIP 4 (برنامه GoEx) نیز بهره‌مند شود. این برنامه امکان ورود تهاجمی شرکت به بازارهای خارجی را فراهم می‌کند. پس از آن، YJACK در مأموریت‌های تجاری حضور یافته است و در مجله «تازه‌های مالزی» که MATRADE منتشر می‌کند و در ۵۴ کشور توزیع می‌شود، معرفی شده است. همچنین با حمایت‌های برنامه GoEx، شرکت در نمایشگاه‌های تجاری حضور یافته است و به اطلاعات و هوشمندی بازار دست یافته است. [۵]

اقدامات یکپارچه مالزی برای توسعه SMEها در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷: اقدامات یکپارچه توسعه SMEها [۳]

طرح پشتیبانی عمومی	زیرساخت مالی	حقوقی و رگولاتوری
<ul style="list-style-type: none"> • طرح پرداخت بدهی‌های کوچک (تجدیدساختار وام برای SMEها) • برنامه سرمایه‌گذاری حمایتی برای کمک به استارت‌آپ‌ها در رسیدن به مرحله تجاری‌سازی • تأمین مالی از طریق سرمایه‌گذاری خطرپذیر MAVCAP • تسهیلات تأمین مالی پروژه‌ای و بدهی خطرپذیر برای شرکت‌های ICT و زیست‌فناوری • صندوق پرداخت^۱ برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر در استارت‌آپ‌های فناوری بالا با رشد زیاد • شرکت تضمین اعتبار مالزی • طرح تضمین کمک به SMEها • طرح تضمین سرمایه در گردش • توسعه چارچوب تأمین مالی خرد پایدار • برنامه‌های دسترسی برای ارتقای دسترسی MSMEها به منابع مالی • خدمات مشاوره کسب‌وکار برای SMEها • مشاوره مالی به SMEها توسط بانک مرکزی مالزی (نگارا)^۲ 	<ul style="list-style-type: none"> • رتبه‌بندی رقابت‌پذیری SMEها برای ارتقای آن‌ها (SCORE) • نظام مرکزی اطلاعات مرجع اعتباری (CCRIS) 	<ul style="list-style-type: none"> • چارچوب جامع توسعه SME

1. Perdana

2. Bank Negara Malaysia

موردکاوی نوآوری فراگیر حمید جاسمین مالزی؛ برنامه نوآوری فراگیر

حمید جاسمین، باغبان روستایی است که سامانه هیدرولیک هیبریدی کوچکی را برای حل مشکل برق روستای خود اختراع کرده است. این سامانه، با استفاده از آب رودخانه روستا، برق کافی برای ۲۰ خانوار این روستا را تولید می‌کند. جاسمین با حمایت‌های «بنیاد نوآوری مالزی» و برنامه 6 HIP (نوآوری فراگیر) نوآوری خود را بهبود داده است و این سامانه را برای سایر جوامع روستایی ایالت صباح و مالزی پنینسولار توسعه داده است. [۶]

۲. SME Corp

SME Corp مالزی، سازمان هماهنگ‌کننده مرکزی مسئول نظارت بر توسعه SME‌های مالزی از طریق تدوین سیاست‌ها و اجرای راهبردهای مرتبط است. این سازمان مرجع قانونی پژوهش، داده‌ها، برنامه‌ها و خدمات مشاوره برای SME‌ها است. این سازمان علاوه بر پایش و هماهنگی اجرای برنامه‌های مختلف مرتبط با SME‌ها که با مشارکت ۱۶ وزارتخانه و بیش از ۶۰ سازمان دیگر اجرا می‌شود، نقش دبیرخانه «شورای ملی توسعه SME» را نیز ایفا می‌کند.

چشم‌انداز SME Corp به شرح زیر است: سازمان برتر در توسعه SME‌های پیشرو برای ارتقای ثروت‌آفرینی و رفاه اجتماعی مردم. مأموریت این سازمان نیز تشویق توسعه SME‌های رقابتی، نوآور و تاب‌آور از طریق هماهنگی اثربخش و ارائه خدمات پشتیبانی کسب‌وکار تعریف شده است.

انواع خدمات SME Corp برای توسعه SME‌های مالزی در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸: خدمات SME Corp

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۱	رتبه‌بندی رقابت پذیری	رتبه‌بندی رقابت‌پذیری SME ها برای ارتقای آن‌ها (SCORE) ^۱	SCORE، یک ابزار عارضه‌یابی برای ارزیابی و رتبه‌بندی رقابت‌پذیری SME ها است. این ابزار، دربردارنده ارزیابی کمی قوت‌ها و ضعف‌های شرکت‌ها است و مبنایی است برای پیشنهاد اقدامات هدفمند در راستای ارتقای عملکرد شرکت‌ها بر مبنای نیازهای خاص شرکت. رقابت‌پذیری SME های شرکت‌کننده در SCORE از «صفر ستاره» تا «پنج ستاره» رتبه‌بندی می‌شود. شرکت‌های «صفر ستاره» تا «پنج ستاره» از فرصت مشارکت در برنامه‌های ظرفیت‌سازی ^۲ و توانمندسازی ^۳ SME Corp و سایر نهادهای دولتی بهره‌مند می‌شوند. شرکت‌های «سه ستاره» تا «پنج ستاره» نیز می‌توانند در برنامه‌های اتصال کسب‌وکارها و فعالیت‌های تشویق صادرات مشارکت کنند.
۲	رتبه‌بندی رقابت‌پذیری	رتبه‌بندی رقابت‌پذیری بنگاه‌های خرد برای ارتقای آن‌ها (M-CORE)	ابزار ساده ارزیابی رقابت‌پذیری برای بنگاه‌های خرد است. M-CORE شرکت‌ها را در سه سطح ۱ تا ۳ دسته‌بندی می‌کند. سطح ۱ نشان می‌دهد که شرکت در سطح عملیات پایه‌ای کسب‌وکار فعالیت می‌کند، سطح ۲ نشان می‌دهد شرکت پتانسیل رشد دارد و سطح ۳ نشان‌دهنده آمادگی شرکت برای تبدیل شدن به «بنگاه کوچک» است. برای این شرکت‌ها، برنامه‌های ارتقای مهارت‌ها برای افزایش توانمندی‌های کسب‌وکار ارائه می‌شود.

1. SME Competitiveness Rating for Enhancement (SCORE)
2. Capacity building
3. Capability building

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۳	ظرفیت سازی	برنامه شتاب‌دهنده کسب‌وکار (BAP) ^۱	BAP برنامه مساعدت یکپارچه برای ارتقای توانمندی‌های SMEها و بنگاه‌های خرد از طریق مشاوره کسب‌وکار و مساعدت مالی است. در این برنامه، مساعدت مالی به صورت کمک هزینه‌های انطباقی و وام‌های ترجیحی به SMEها ارائه می‌شود تا بتوانند از فرصت‌های جدید رشد کسب‌وکار استفاده کنند. این برنامه با ارزیابی SCORE آغاز می‌شود و بر مبنای نتایج آن برنامه‌های اجرایی متناسب با نیازهای هر شرکت تعریف می‌شود.
۴		برنامه SME@UNIVERSITY	هدف این راهکار، ایجاد فرصت یادگیری ساختاریافته در دانشگاه‌ها برای مدیران عامل و مالکان کسب‌وکار SMEها است تا دانش کارآفرینی را بیاموزند و با نظریه و روش‌شناسی ابزارهای کسب‌وکار آشنا شوند و مهارت‌های کاربردی مرتبط را کسب کنند.
۵		برنامه منتورینگ SME	SME Corp به منظور اجرای برنامه منتورینگ SME، اقدام به شراکت راهبردی با نستله (مالزی) و شرکت توسعه صنایع حلال (HDC) کرده است. هدف این برنامه، توسعه، افزایش توانمندی‌ها و بهبود عملکرد کسب‌وکار SMEهای محلی در صنایع غذایی و آشامیدنی حلال در راستای رقابتی شدن آنها در بازار جهانی است.
۶		برنامه پانل مشاوره خبرگان به SMEها (SEAP) ^۲	برنامه SEAP خبرگان بازنشسته از صنایع و سازمان‌های دولتی خاص را برای ارائه خدمات مشاوره فنی و کسب‌وکار به SMEها گرد هم می‌آورد. نقش این خبرگان، هدایت SMEها برای بازبینی و بهبود مستمر عملیات و الگوهای کسب‌وکار است.
۷	دسترسى به تأمین مالی	طرح وام‌های ترجیحی برای SMEها (SLSME)	این برنامه در سال ۲۰۰۱ برای تشویق توسعه SMEهای مالزی راه‌اندازی شد.

1. Business Accelerator Programme (BAP)
2. SME Expert Advisory Panel (SEAP)

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۸		طرح تأمین مالی شرعی SMEها (SSFS) ^۱	طرح SSFS برای ارائه مساعدت مالی به SMEهای مالزی آغاز شده است و در قالب آن برای SMEهای واجد شرایط، ۲ درصد تخفیف در نرخ بهره وامهای بانکهای اسلامی در نظر گرفته می‌شود و این تخفیف را دولت پرداخت می‌کند.
۹		تأمین مالی SMEها در شرایط اضطراری (SMEEF) ^۲	SMEEF مساعدت مالی SME Corp با همکاری شرکت تأمین مالی توسعه صنعتی مالزی (MIDF) ^۳ برای SMEهایی است که با حوادث ناگهانی مواجه شده‌اند تا به آنها امکان بازسازی کسب‌وکار خود را بدهد. SMEEF با تخصیص ۲,۴ میلیون دلار، منابع مالی تا سقف ۲۴۰۰۰ دلار برای هر شرکت را، بسته به نیاز و ظرفیت SMEها، به صورت ترکیبی از کمک هزینه و وامهای ترجیحی ارائه می‌کند.
۱۰	دسترسی به بازار	برنامه اتصال کسب‌وکار (BLing) ^۴	هدف برنامه Bling، تسهیل اتصال بین SMEها و شرکت‌های بزرگ، شرکت‌های چندملیتی (MNC) و شرکت‌های وابسته به دولت (GLC) است. مولفه اصلی این برنامه، نشست‌های همسان‌یابی کسب‌وکار است که سالیانه در نمایشگاه SMIDEX و در سایر پلت‌فرم‌هایی برگزار می‌شود که فرصت اتصال با شرکت‌های چندملیتی را فراهم می‌کنند. برای مثال، در سال ۲۰۱۶، تعداد ۴۴۳ SME از طریق ۷۸۶ اتصال با ارزش فروش بالقوه ۱۷۱,۷ میلیون دلار به شرکت‌های بزرگ، شرکت‌های چندملیتی و شرکت‌های وابسته به دولت متصل شده‌اند.

1. Shariah Compliant SME Financing Scheme (SSFS)
2. SME Emergency Fund (SMEEF)
3. Malaysian Industrial Development Finance Berhad (MIDF)
4. Business Linkage (BLing)

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۱۱		نمایشگاه سالانه SME (SMIDEX)	این رویداد، فرصت‌هایی برای اتصال SMEها به عملگرایان، خبرگان و رهبران فکری منطقه‌ای و جهانی در زمینه دانش، ابزارها و راه‌حل‌های جدید فراهم می‌کند. SMIDEX که پلت‌فرم منطقه‌ای مناسبی برای تعاملات کسب‌وکار و فرصت‌های رشد است، در سال ۲۰۱۶، ۱۰۶۴۷ بازدیدکننده تجاری داشت، ۲۹۲ نشست همسایگی کسب‌وکار در طول رویداد برگزار شد که ارزش فروش بالقوه‌ای معادل ۱۲۷ میلیون دلار ایجاد کرده است. این دستاوردها حاصل مشارکت ۱۱۳ SME، ۴۰ GLC، MNC و شرکت بزرگ از بخش‌های فوق ارزشمند با نوآوری فراوان و حضور جهانی قوی است.
۱۲		برنامه تشویق صادرات بومی تباران ^۱ (GEB) ^۲	این برنامه با همکاری شورای اعتماد مردمی (MARA) ^۳ ، شرکت توسعه تجارت خارجی مالزی (MATRADE) ^۴ و بانک صادرات - واردات اجرا می‌شود و درصدد ایجاد اتصال بین کسب‌وکارها در میان SMEهای بومی تباران و نیز کمک به آنها در بهره‌برداری از پتانسیل انجمن اقتصادی آسه‌آن (AEC) و تصاحب فرصت‌های خارجی است. مهم‌ترین اهداف برنامه GEB، ارتقای پتانسیل بازار صادراتی SMEها و افزایش تعداد SMEهای بومی تباران است که در بازارهای بین‌المللی نفوذ کرده‌اند.

1. Bumiputera

بومیان قدیمی مالزی، این واژه به معنای شاهدگان زمین است.

2. Galakan Eksport Bumiputera Programme (GEB)

3. Majlis Amanah Rakyat (MARA)

4. Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE)

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۱۳	توسعه برند SMEها	برنامه گواهی‌نامه نشان ملی برند مالزیایی	هدف این برنامه، ایجاد شرکت‌های رقابت‌پذیر جهانی از طریق تشویق آن‌ها به درک ارزش برندسازی برای موقعیت‌یابی متمایز در بازار است. همچنین این طرح راهبردی، درصدد ایجاد دسترسی به بازار برای SMEهای دارای پتانسیل زیاد است که قادر و متعهد به توسعه و بازاریابی محصولات و خدمات باکیفیت هستند. مزایایی که دریافت‌کنندگان نشان ملی برند مالزیایی به دست می‌آورند، عبارت است از مشوق‌های مالی برنامه شتاب‌دهنده کسب‌وکار «مسیر سبز»، دسترسی به فعالیت‌های تجاری ملی و بین‌المللی وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های دولتی، دعوت به فرصت‌های آموزشی خاص SME Corp و شرکای آن، پوشش رسانه‌ای برتر. به علاوه، SMEهای دارای گواهی‌نامه در پایگاه داده SME Corp جزء فهرست شرکت‌های برتر قرار می‌گیرند و از این فهرست برای برنامه‌های اتصال بین کسب‌وکارها و نیز فرصت‌های شبکه‌سازی کسب‌وکار استفاده می‌شود. در حال حاضر، نشان ملی برند مالزیایی، نشان‌های تجاری ثبت‌شده در مالزی، ژاپن، کره، هلند، تایلند، استرالیا و ایالات متحده دارد.
۱۴		گالری سیار برندسازی و بسته‌بندی («مبدل برند»)	طرح گالری سیار برندسازی و بسته‌بندی، برای دسترسی به SMEهای روستایی در سراسر کشور و با هدف افزایش آگاهی آن‌ها درباره اهمیت برندسازی و بسته‌بندی نوآورانه در برآورده کردن نیازهای بازار جهانی از طریق برنامه‌های مشارکتی و آموزشی آغاز شده است. SME Corp، این طرح را با مشارکت SIRIM QAS، شرکت مالکیت فکری مالزی (MyIPO) ^۱ ، فدراسیون تولیدکنندگان مالزیایی (FMM) ^۲ و مرکز توسعه طراحی مالزی (DDEC) ^۳ اجرا کرده است.

1. Intellectual Property Corporation of Malaysia (MyIPO)
2. Federation of Malaysian Manufacturers (FMM)
3. Malaysia Design Development Centre (DDEC)

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۱۵	فناوری و نوآوری	پروژه ۸ در نقطه ورود خدمات کسب و کار (EPP8): «توسعه SMEها در صنعت جهانی تولید در حوزه هوا - فضا»	پروژه EPP8 در راستای آماده‌سازی SMEهای مالزی برای ورود به بازار جهانی هوا - فضا آغاز شده است. SME Corp در قالب EPP8 مسئولیت پیشبرد برنامه ساختاریافته توسعه برای گسترش توانمندی SMEهای مالزی و یکپارچه‌سازی آن‌ها با زنجیره تأمین جهانی هوا - فضا را بر عهده دارد. در سال ۲۰۱۶ برای آغاز برنامه EPP8، SME ۱۰ دارای پتانسیل زیاد برای مساعدت از طریق ظرفیت‌سازی و توانمندسازی و نیز تسهیل نفوذ در بازارهای جدید و اتصال به بازیگران مهم صنعت هوا - فضا انتخاب شده است. یکی از برنامه‌های SME Corp، کمک به SMEهای شرکت‌کننده در این برنامه برای ارتقای وضعیت گواهی‌نامه‌هایی است که نقشی اساسی در عملیات و رقابت‌پذیری آن‌ها در صنعت هوا - فضا دارد. همچنین در قالب این برنامه و بر مبنای برنامه‌های راهبردی تدوین‌شده، از SMEها در زمینه تحول سازمانی، طرح‌های فناورانه و راهبرد بازاریابی در راستای ارتقای رقابت‌پذیری پشتیبانی می‌شود.
۱۶		برنامه ایجاد امکان پرداخت الکترونیک برای SMEها و بنگاه‌های خرد	هدف این طرح، تشویق SMEها و بنگاه‌های خرد به پذیرش پرداخت الکترونیک از طریق ساده‌سازی فرایند خرید و کاهش هزینه‌های خرید است.
۱۷		برنامه گواهی‌نامه نوآوری برای رتبه‌بندی و تحول بنگاه (1-InnoCERT)	این برنامه، که اجرای آن در سال ۲۰۱۰ آغاز شد، شرکت‌های نوآور را از طریق استاندارد بین‌المللی نوآوری (دستورالعمل اسلو) شناسایی و صحنه‌گذاری می‌کند. شرکت‌کنندگان در این برنامه، در دریافت مشوق‌های دولتی برای تأمین مالی و بازاریابی محصولات و خدمات خود در اولویت قرار می‌گیرند. همچنین مشوقی به ارزش حدود ۱۱ میلیون دلار به شکل کوپن‌های نوآوری به SMEهای دارای گواهی‌نامه 1-InnoCERT اختصاص می‌یابد تا فعالیت‌های کسب و کار آن‌ها (شامل تحقیق و توسعه، تبلیغ و ترویج، اخذ گواهی‌نامه‌ها و اجرای نظام مدیریت کیفیت، بسته‌بندی و ارتقای محصول، فرایند و ظرفیت تولید) را تسهیل کند.

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۱۸		برنامه تجارت الکترونیک	<p>در سال ۲۰۱۶ اجرای نقشه راه راهبردی تجارت الکترونیک (NeSR)^۱ به منظور افزایش سهم تجارت الکترونیک در تولید ناخالص داخلی و تسهیل گذار به عصر تجارت بدون مرز کالاها و خدمات آغاز شد. این نقشه راه بر ۶ حوزه کلیدی تأکید دارد و SME Corp مسئولیت هدایت اولین حوزه را بر عهده دارد: (۱) تسریع پذیرش تجارت الکترونیک در میان فروشندگان، (۲) افزایش پذیرش خرید الکترونیک در میان کسب و کارها، (۳) رفع موانع غیرتعرفه‌ای، (۴) همسوسازی مجدد مشوق‌های اقتصادی موجود، (۵) سرمایه‌گذاری راهبردی روی بازیگران منتخب تجارت الکترونیک، (۶) ترویج برند ملی برای ارتقای تجارت الکترونیک فرامرزی.</p> <p>SME Corp در این برنامه، اقدامات زیر را اجرا می‌کند: ترویج و تبلیغ تجارت الکترونیک در میان SMEها از طریق اجرای برنامه‌های مشترک با سازمان‌ها، شرکای تجارت الکترونیک و انجمن‌ها، راه‌اندازی پورتالی جامع و واحد برای SMEها به منظور تسهیل ثبت‌نام و آموزش، بهبود مقیاس و اثربخشی آموزش تجارت الکترونیک و توسعه استعدادها در میان SMEها، آموزش SMEها از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی</p>
۱۹	توسعه کارآفرینی در بومی تباران	برنامه ارتقای بنگاه بومی تباران (BEEP)	<p>هدف این برنامه بهبود رقابت‌پذیری SMEهای بومی تباران از طریق دستیاری یکپارچه است که اخذ گواهی‌نامه‌ها، بسته‌بندی، مجوز اجاره برای کارآفرینان جوان، خدمات مشاوره، کمک فنی، آموزش و پشتیبانی مالی را پوشش می‌دهد. کمک مالی به شکل کمک هزینه‌های انطباقی ارائه می‌شود.</p>

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۲۰		برنامه 3.0 TUBE ^۱	این برنامه یکی از راهکارهای دولت برای تشویق جوانان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خطرپذیر است. هدف این برنامه پرورش روحیه کارآفرینی در میان جوانان، کمک به جوانان در گذار از «کارمند» به «مالک یا اپراتور کسب‌وکار» و ایجاد اعتماد به نفس در میان جوانان در زمینه مدیریت کسب‌وکارهای خود است. در این برنامه آموزش‌هایی در زمینه افزایش توان ذهنی و فیزیکی و مواجهه با چالش‌های کسب‌وکار طی ۳ فاز ارائه می‌شود: فاز ۱) آزمون پشتکار ذهنی و توان فیزیکی؛ فاز ۲) افزایش دانش مربوط به عملیات اثربخش کسب‌وکار؛ فاز ۳) راهنمایی درباره عملیات اثربخش کسب‌وکار. به شرکت‌کنندگانی که فاز ۱ و ۲ را با موفقیت پشت سر بگذارند، ۳۷۰۰ دلار کمک هزینه برای راه‌اندازی کسب‌وکار اعطا می‌شود. طی دو سال ابتدایی اجرای این برنامه، ۱۴۳۶ نفر در آن شرکت کرده‌اند، ۱۴۲۵ نفر از آنان کسب‌وکارهای خود را ثبت کرده‌اند که تا سال ۲۰۱۶ فروش تجمعی ۹,۷۵ میلیون دلاری و اشتغال‌زایی ۳۳۰۶ نفری داشته‌اند.
۲۱		برنامه ارتقای شرکت محلی به جهانی (LGC) ۲۸۰۰	هدف این برنامه، تقویت مشارکت SME‌های بومی‌تباران در کسب‌وکار است. این برنامه یکی از پروژه‌های «دستور کار توانمندسازی اقتصادی بومی‌تباران (BEEA)» ^۲ است و در قالب آن عملکرد SME‌های منتخب بومی‌تباران بر مبنای توانمندی و ظرفیت آنان (برای مثال مشارکت در زنجیره ارزش اقتصادی، سرمایه‌گذاری‌ها و قراردادهای، دسترسی به بازارهای خارجی و سهام) ارزیابی می‌شود.

1. TUNAS USAHAWAN BELIA BUMIPUTERA (TUBE) 3.0
2. Local to Global Corporations (LGC) Ascend 800
3. Bumiputera Economic Empowerment Agenda (BEEA)

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۲۲		هفته SME	هفته SME، پلت فرمی منحصر به فرد است که در راستای اهداف زیر راه اندازی شده است: (۱) ترویج آگاهی از محصولات و خدمات SME های محلی و پذیرش آن در میان مردم و کسب و کارهای مالزی؛ (۲) سازمان دهی ارتباطات کسب و کار برای ایجاد کسب و کارهای خطرپذیر و فرصت های سرمایه گذاری برای SME ها؛ (۳) آموزش SME های شرکت کننده درباره جدیدترین برنامه های دستیاری و پشتیبانی دولت؛ (۴) بسیج اقدامات مشارکتی و پیگیری مشارکت فعال وزارت خانه ها و سازمان های مرتبط، شرکا و سرمایه گذاران بالقوه و مشتریان نهایی در ترویج SME ها و محصولات و خدمات آن ها؛ (۵) تقویت فرهنگ کار آفرینی
۲۳	افزایش دسترسی ^۱	پنجره واحد (ORC) ^۲	این مرکز که از سال ۲۰۱۱ راه اندازی شده است، شاهراه اطلاعاتی SME های سراسر کشور بوده است و اطلاعات و دانش متمرکز را برای توسعه آن ها ارائه کرده است. این مرکز به عنوان «مرکز جامع» برای خدمات مشاوره کسب و کار و انتشار اطلاعات مربوط به برنامه های پشتیبانی و دستیاری دولت عمل می کند. همچنین کانالی برای ارائه بازخورد درباره مسائل SME ها فراهم می کند و به عنوان مسیر ارتباطی جوامع داخلی و بین المللی درباره موضوعات مرتبط با SME ها عمل می کند. این مرکز با ماهیانه ۴۰۰ مراجعه حضوری، مرجعی برای کسب دانش و پشتیبانی کسب و کار، یادگیری بهترین تجربیات کسب و کار و کسب اطلاعات اساسی درباره جنبه های مختلف کسب و کار (شامل شرکت های نوپا، برنامه های توسعه، مشوق ها، منابع مالی، دسترسی به بازار و دانش فنی صنعت) است. بازه خدمات ORC شامل خدمات مشاوره کسب و کار، ارتباطات (میزهای ارائه اطلاعات توسط وزارت خانه ها، سازمان های مرتبط، بانک ها، نهادهای توسعه ای و انجمن ها)، مرکز اطلاعات (ایمیل، خط تلفن)، مرکز منابع، گالری محصولات SME ها و ORC مجازی (وبگاه SME Corp و پورتال اطلاعات SME ها) است.

1. Outreach
2. One Referral Centre (ORC)

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۲۴		راهکار دسترسی از طریق پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی	SME Corp از رسانه‌ها و پلتفرم‌های آنلاین و اجتماعی مختلف (وبگاه، برنامه کاربردی موبایل، فیس‌بوک و توئیتر) برای دسترسی به SMEها و انتشار اطلاعات مربوط به راهکارهای توسعه‌ای، خدمات، پشتیبانی‌ها و رویدادهای مرتبط با SMEها و برنامه‌های وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مختلف استفاده می‌کند.
۲۵		برنامه کاربردی موبایل رسمی	برنامه کاربردی SME Corp با دو هدف راه‌اندازی شده است: حرکت به سمت نوسازی و افزایش کارایی ارائه خدمات دولتی و جذب نسل جدید کارآفرینان و SMEهای دیجیتال. این برنامه امکان آگاهی از جدیدترین اخبار و رویدادهای مربوط به راهکارهای توسعه SMEها، اطلاعات مربوط به برنامه‌های مختلف توسعه و کمک‌های مالی وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مختلف و بانک‌ها را فراهم می‌کند.
۲۶		نشست مشترک با وزیر و معاونان وزیر صنعت و تجارت بین‌المللی	طی این نشست‌ها که با حضور وزیر، معاون وزیر، SMEها، انجمن SMEها، اتاق بازرگانی و نمایندگان سایر سازمان‌های مرتبط در شهرهای مختلف برگزار می‌شود، SMEها از برنامه‌های دولت آگاه می‌شوند و سازمان‌های دولتی نیز با مسائل و چالش‌های SMEها آشنا می‌شوند.
۲۷	جوایز	جایزه E50 ^۱	جایزه E50، جایزه‌ای سالیانه است که طی آن از دستاوردهای برجسته ۵۰ SME برتر مالزی تقدیر می‌شود. ارزیابی SMEها برای دریافت این جایزه بر اساس معیارهای مالی و غیرمالی انجام می‌شود. طی دو دهه اجرای این برنامه تا سال ۲۰۱۶، ۱۹۲۷ شرکت در جایزه E50 حضور یافته‌اند، ۶۶۴ شرکت برنده شده‌اند و حدود ۷۰ درصد برندگان E50 در سال ۲۰۱۶ شرکت‌های صادراتی بوده‌اند.

ردیف	نوع خدمت	نام خدمت	توضیحات
۲۸	توسعه کارآفرینی زنان	پانل کارآفرینی و بنگاه‌های خرد	این پانل در سال ۲۰۱۶ به‌عنوان بدنه مشورتی SME Corp در تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی و بنگاه‌های خرد تشکیل شده است. هدف پانل، تمرکز روی گروه‌های خاص، از جمله زنان کارآفرین است. ۲۰ نفر از نمایندگان بخش خصوصی و دولتی در پانل حضور دارند و درباره سیاست‌ها و برنامه‌های ضروری برای برآوردن نیازها و منافع گروه‌های هدف بحث و بررسی می‌کنند.
۲۹		نشست‌های گفت‌وگو و تسهیم اطلاعات با رؤسای انجمن‌های زنان کارآفرین	SME Corp این پلت‌فرم‌های نوآورانه را به منظور ساده‌سازی تسهیم اطلاعات، دانش و بینش برای الهام‌بخشی مشارکت بیشتر زنان کارآفرین در کسب‌وکار و جامعه اجرا می‌کند. در این نشست‌ها، مسائل حیاتی مربوط به کارآفرینی زنان بررسی می‌شود.

قانون توسعه بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط (MSME) هند در سال ۲۰۰۶ و به منظور رسیدگی به مسائل سیاستی تأثیرگذار بر بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط و نیز پوشش و سرمایه‌گذاری در این بخش، ابلاغ شد. این قانون به دنبال تسهیل توسعه این بنگاه‌ها و ارتقای رقابت‌پذیری آنها است و درصدد یکپارچه‌سازی سه لایه بنگاه‌ها (خرد، کوچک و متوسط) است. ایجاد صندوق‌های خاص برای ترویج، توسعه و ارتقای رقابت‌پذیری این بنگاه‌ها، اطلاع‌رسانی طرح‌ها/ برنامه‌های مختلف در همین راستا، سیاست‌ها و الگوهای اعتباری ته‌اجمی، اولویت دادن به محصولات و خدمات بنگاه‌های خرد و کوچک در خریدهای دولتی، سازوکارهای اثربخش‌تر برای رفع مشکلات پرداخت دیر هنگام به بنگاه‌های خرد و کوچک و تضمین اجرای طرحی برای تسهیل انحلال کسب‌وکار این بنگاه‌ها برخی از ویژگی‌های این قانون است [۹].

در ۹ می ۲۰۰۷، پس از اصلاح قوانین دولت هند، «وزارت صنایع کوچک مقیاس^۱» و «وزارت صنایع کشاورزی و روستایی^۲» با یکدیگر ادغام شد و «وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط^۳» تشکیل شد. اکنون این وزارت‌خانه با هدف کمک به بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط و کمک

-
1. Ministry of Small Scale Industries
 2. Ministry of Agro and Rural Industries
 3. Ministry of Micro, Small and Medium Enterprises (M/o MSME)

به توسعه مقیاس^۱ آن‌ها، سیاست‌های متنوعی را طراحی می‌کند، برنامه‌ها، پروژه‌ها و طرح‌های مختلف را اجرا می‌کند و بر اجرای آن‌ها نظارت می‌کند. هدف وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط، ایجاد بخش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط قوی از طریق ترویج رشد و توسعه این بخش با همکاری وزارت‌خانه‌ها/ دپارتمان‌های مرتبط، دولت‌های ایالتی و سایر ذی‌نفعان و از طریق پشتیبانی از بنگاه‌های موجود و تشویق ایجاد بنگاه‌های جدید است. بخش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط هند عمدتاً شامل لباس‌های سنتی (خادی)، صنایع روستایی و الیاف نارگیل است [۹].

مسئولیت اصلی ترویج و توسعه بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط بر عهده دولت‌های ایالتی هند است. اما دولت هند نیز اقدامات آن‌ها را از طریق راهکارهای مختلف تکمیل می‌کند. نقش وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط و سازمان‌های وابسته به آن، کمک به ایالت‌ها در تشویق کارآفرینی، ایجاد فرصت‌های اشتغال و تأمین معاش و ارتقای رقابت‌پذیری بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط است [۹].

طرح‌ها/ برنامه‌های این وزارت‌خانه و سازمان‌های وابسته به آن درصدد تسهیل/ ایجاد: (۱) جریان کافی اعتبار از مؤسسه‌های مالی/ بانک‌ها؛ (۲) پشتیبانی از ارتقای فناوری و نوسازی؛ (۳) تأسیسات زیرساختی یکپارچه؛ (۴) تأسیسات آزمایشگاهی نوین و گواهینامه‌های کیفیت؛ (۵) دسترسی به الگوهای مدیریتی نوین؛ (۶) توسعه کارآفرینی و ارتقای مهارت‌ها از طریق تسهیلات آموزشی مناسب؛ (۷) پشتیبانی از توسعه محصول، کمک به طراحی و بسته‌بندی؛ (۸) رفاه صنعت‌گران و کارگران؛ (۹) کمک به دسترسی بهتر به بازارهای داخلی و صادراتی؛ و (۱۰) اقداماتی در سطح خوشه‌ها برای ترویج ایجاد ظرفیت و توانمندسازی بنگاه‌ها و اجتماعات آن‌ها است [۹].

برنامه‌های وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط هند در ۶ دسته اصلی برای کسب‌وکارهای سنتی و نوآور هند طراحی و اجرا شده است که هر یک از آن‌ها شامل چندین طرح است. فهرست این برنامه‌ها و طرح‌ها همراه با توضیحات بیشتر راجع به برنامه‌های حوزه فناوری و نوآوری در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹: برنامه‌ها و طرح‌های وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط [۱۰]

ردیف	طرح
۱	برنامه نخست وزیر برای ایجاد اشتغال و سایر طرح‌های پشتیبانی اعتباری
۱-۱	برنامه نخست وزیر برای ایجاد اشتغال (PMEGP)
۲-۱	طرح رتبه‌بندی عملکرد و اعتبار: هدف این طرح، ارائه نظر طرف ثالث معتمد درباره توانمندی‌ها و اعتبار بنگاه‌های خرد و کوچک است تا بتواند آن‌ها را از قوت‌ها و ضعف‌های عملیات کنونی خود آگاه کند. این طرح به آن‌ها فرصت بهبود و ارتقای قوت‌های سازمانی و اعتبار خود را می‌دهد و آن‌ها می‌توانند با نرخ ارزان‌تر و شرایط سهل‌گیرانه‌تری به اعتبارات لازم دست یابند. این طرح همچنین پذیرش شرکت‌ها در میان مشتریان / خریداران و فروشندگان را تسهیل می‌کند. دولت با توجه به گردش مالی بنگاه، یارانه‌ای حداکثر تا ۷۵ درصد هزینه این رتبه‌بندی را به بنگاه‌های خرد و کوچک پرداخت می‌کند.
۳-۱	صندوق امانی تضمین اعتبار برای بنگاه‌های خرد و کوچک (CGTMSE): وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط و بانک توسعه صنایع کوچک هند (SIDBI) با مشارکت هم صندوق CGTMSE را راه‌اندازی کرده‌اند که ۷۵ درصد وام بانکی بنگاه‌های خرد و کوچک (جدید و موجود) را تضمین می‌کند.
۴-۱	گواهی شایستگی دریافت یارانه بهره وام (ISEC)
۲	توسعه صنایع لباس‌های سنتی (خادی)، روستایی و الیاف نارگیل
۱-۲	طرح ترویج و توسعه بازار (MPDA)
۲-۲	طرح نوسازی صندوقی برای بازسازی صنایع سنتی (SFURTI)
۳-۲	طرح توسعه الیاف نارگیل (CVY)
۱-۳-۲	طرح ارتقای فناوری صنعت الیاف نارگیل (CITUS)
۲-۳-۲	علم و فناوری برای الیاف نارگیل
۳-۳-۲	ارتقای مهارت و طرح الیاف نارگیل برای زنان (MCY)
۴-۳-۲	ترویج بازار صادراتی (EMP)
۵-۳-۲	طرح ترویج بازار داخلی (DMP)
۶-۳-۲	خدمات پشتیبانی وظیفه‌ای مرتبط با تجارت و صنعت (TIRFSS)
۷-۳-۴-۲	اقدامات رفاهی (طرح نخست وزیر برای بیمه تأمین) (PMSBY)

ردیف	طرح
۳	ارتقای فناوری و گواهینامه کیفیت
۱-۳	پشتیبانی مالی از بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط در طرح گواهینامه ZED: هدف این طرح ایجاد آگاهی مناسب و القای الگوهای «نقص صفر و اثر صفر (ZED)» در فرایندهای تولیدی، تضمین بهبود مستمر و پشتیبانی از راهکار «ساخت هند» در بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط است. بنگاه‌ها پس از ارزیابی ZED می‌توانند: ضایعات را به میزان شایان توجهی کاهش دهند، بهره‌وری را افزایش دهند، بازار خود را گسترش دهند، فروشنده شرکت‌های عمومی شوند، حقوق مالکیت فکری بیشتری داشته باشند، محصولات و فرایندهای جدیدی توسعه دهند و ...
۲-۳	طرح ترویج نوآوری، صنعت و کارآفرینی روستایی (ASPIRE)
۳-۳	برنامه ملی رقابت‌پذیری تولیدی (NMCP)
۱-۳-۳	یارانه سرمایه‌ای متصل به اعتبار برای ارتقای فناوری (CLCSS): این طرح درصدد تسهیل ارتقای فناوری از طریق ارائه یارانه پیش‌پرداخت ۱۵ درصدی سرمایه به بنگاه‌های خرد و کوچک برای تزریق فناوری‌های تثبیت‌شده و بهبودیافته در محصولات/ زیربخش‌های مصوب این طرح است.
۲-۳-۳	پرداخت جبرانی برای دریافت گواهینامه ایزو ۹۰۰۰/ ایزو ۱۴۰۰۱: این طرح به‌منظور ارتقای قدرت رقابتی بنگاه‌های کوچک و متوسط، مشوق‌هایی به بنگاه‌های کوچک و متوسط/ قطعه‌سازانی ارائه می‌کند که گواهینامه ایزو ۹۰۰۰/ ایزو ۱۴۰۰۱ HACCP دریافت کرده‌اند.
۳-۳-۳	پشتیبانی/ کمک بازاریابی برای بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط (بارکد): وزارتخانه در قالب این طرح، سمینارهایی برگزار می‌کند و به‌منظور تشویق بنگاه‌های خرد و کوچک به استفاده از بارکدها، هزینه ثبت‌نام را بازپرداخت می‌کند.
۴-۳-۳	رقابت‌پذیری تولید ناب برای بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط: هدف این طرح، ارتقای رقابت‌پذیری تولیدی بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط از طریق به‌کارگیری فنون مختلف تولید ناب است.
۵-۳-۳	کلینیک طراحی برای تخصص طراحی در بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط: این طرح، درصدد افزایش رقابت‌پذیری بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط از طریق پذیرش طراحی و یادگیری آن است.
۶-۳-۳	پشتیبانی ارتقای فناوری و کیفیت برای بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط: این طرح حامی استفاده از فناوری‌های انرژی-کارآمد در واحدهای تولیدی برای کاهش هزینه تولید و پذیرش سازوکارهای توسعه پاک است

ردیف	طرح
۷-۳-۳	توسعه کارآفرینانه و مدیریتی بنگاه‌های کوچک و متوسط از طریق مراکز رشد: این طرح، کمک مالی برای راه‌اندازی مراکز رشد کسب‌وکار ارائه می‌کند و هدف آن تأمین منابع مالی در مراحل اولیه به‌منظور پرورش ایده‌های نوآورانه کسب‌وکار (فناوری، فرایندها، محصولات و رویه‌های بومی جدید) است که امکان تجاری‌سازی آن‌ها در یک سال وجود دارد.
۸-۳-۳	توانمندسازی بخش تولید برای رقابت‌پذیری از طریق استانداردهای مدیریت کیفیت و ابزارهای فناوری کیفیت: این طرح درصدد حساس کردن و تشویق بنگاه‌های خرد و کوچک برای درک و پذیرش جدیدترین استانداردهای مدیریت کیفیت و ابزارهای فناوری کیفیت است.
۹-۳-۳	آگاه‌سازی درباره حقوق مالکیت فکری (IPR): هدف این طرح، ارتقای آگاهی درباره حقوق مالکیت فکری در میان بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط است تا اقداماتی را برای حفاظت از ایده‌ها و راهبردهای کسب‌وکار خود انجام دهند. این طرح دربردارنده پشتیبانی مالی از اجرای برنامه‌های آگاه‌سازی/حساس‌سازی درباره حقوق مالکیت فکری، انجام مطالعات آزمایشی برای خوشه‌ها/گروه‌های صنعتی منتخب، برگزاری سمینارها/کارگاه‌های تعاملی، برگزاری آموزش‌های تخصصی درباره حقوق مالکیت فکری، کمک هزینه ثبت پتنت و راه‌اندازی مرکز مالکیت فکری است.
۴	طرح‌های ترویج بازاریابی
۱-۴	همکاری بین‌المللی: این طرح، فعالیت‌های زیر را پوشش می‌دهد: بازدید و مشارکت نمایندگان وزارت و بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط از سایر کشورها در نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی، کنفرانس‌ها/نشست‌ها/کارگاه‌ها، جلسه‌های خریدار - فروشنده در کشورهای خارجی؛ سازمان‌دهی برگزاری این رویدادها در هند توسط سازمان‌های دولتی/اتحادیه‌های صنعتی.
۲-۴	طرح کمک بازاریابی: این طرح به بنگاه‌ها و اتحادیه‌ها در سازمان‌دهی نمایشگاه‌ها در خارج از کشور و مشارکت در نمایشگاه‌ها/نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی؛ حمایت مشترک از نمایشگاه‌هایی که سایر سازمان‌ها/اتحادیه‌های صنعتی برگزار می‌کنند؛ و سازمان‌دهی جلسه‌های خریدار - فروشنده، کمپین‌ها و فعالیت‌های ترویجی بازاریابی کمک می‌کند.
۳-۴	کمک بازاریابی و ارتقای فناوری (MATU): تشویق بنگاه‌های خرد و کوچک تولیدی در ورود و توسعه بازارهای داخلی/خارجی، تسهیل ارتباطات بازاریابی از طریق «برنامه‌های توسعه فروشنده» و آموزش موضوعات مرتبط با بازاریابی از طریق سازمان‌دهی کارگاه/سمینارهای بین‌المللی و ملی.

ردیف	طرح
۵	برنامه کارآفرینی و توسعه مهارت
۱-۵	کمک به نهادهای آموزشی (ATI): این کمک هزینه به منظور خلق و تقویت زیرساخت و پشتیبانی از برنامه‌های توسعه کارآفرینی و آموزش برای توسعه مهارت‌ها به مؤسسات آموزشی در سطح ملی و ایالتی اعطا می‌شود که زیر نظر وزارت بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط فعالیت می‌کنند.
۶	برنامه توسعه زیرساخت
۱-۶	توسعه خوشه بنگاه‌های خرد و کوچک (MSE-CDP): این طرح از کمک مالی برای ایجاد تأسیسات مشترک (CFC) برای آزمایش، مراکز آموزشی، مراکز تحقیق و توسعه، تصفیه فاضلاب، انبارش مواد خام، تکمیل فرایندهای تولید و ایجاد/ ارتقای تأسیسات زیرساختی در نواحی صنعتی و خوشه‌های جدید/ موجود بنگاه‌های خرد و کوچک، بانک‌ها، مواد خام، انبارش و مجاری بازاریابی، تأسیسات خدماتی مشترک و خدمات پشتیبانی فناوری پشتیبانی می‌کند.

مؤسسه برنامه‌ریزی و مدیریت هند نیز در سال ۲۰۰۶، چالش‌های پیش روی SMEهای این کشور را به شرح زیر بیان کرده است [۳]:

- توانمندی‌های ضعیف در حوزه مدیریت ریسک
- تأمین کنندگان مالی با درک اندک از عملیات کسب‌وکار SME
- بانک‌هایی که تخصص مدیریتی و فنی لازم برای ارزیابی و پایش شرکت‌ها را ندارند
- زیرساخت نهادی ناکافی و نبود تخصص در تأمین مالی SMEها

«اتاق توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط» هند به منظور رفع کاستی‌های بیان شده، با ارائه خدمات مشاوره کسب‌وکار و صنعتی به نوسازی SMEها کمک می‌کند. این اتاق همچنین به SMEها در عرضه عمومی سهام و معرفی آن‌ها به شرکت‌های چندملیتی، خریداران خارجی، نهادهای مالی، دستگاه‌های دولتی، ارائه‌دهندگان فناوری و سازمان‌های ترویج تجارت کمک می‌کند. پلت‌فرم‌های پشتیبانی اتاق در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱. پلت‌فرم‌های پشتیبانی اتاق توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هند از SMEها [۳]

بخش‌های تجاری دوجانبه	راهکارها
<ul style="list-style-type: none"> • شورای کسب‌وکار SME هند - انگلستان • شورای کسب‌وکار SME هند - ایالات متحده آمریکا • شورای SME هند - چین • شورای SME هند - کانادا • شورای کسب‌وکار SME هند - ژاپن • شورای SME هند - شورای همکاری خلیج فارس (GCC) • شورای SME هند - کره جنوبی • شورای SME هند - زامبیا 	<ul style="list-style-type: none"> • شورای تشویق صادرات SME • مؤسسه مدیریت کسب‌وکار SME • شورای تشویق سرمایه‌گذاری و تأمین مالی SME • مجمع دانشی SME هند • مرکز توسعه فناوری SME • مجله SME Connect • مرکز پژوهشی SME و صنعتی هند (ISRCI) • باشگاه کسب‌وکار SME

در ادامه توضیحات اجمالی درباره راهکارهای اتاق توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و بخش‌های تجاری دوجانبه ارائه شده است.

• شورای تشویق صادرات SME

فعالیت این شورا، که در سال ۲۰۰۹ راه‌اندازی شده است، در راستای تشویق و رشد صادرات بخش SME هند شامل تولید، دارویی، سلامت، بسته‌بندی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، فناوری اطلاعات، فرآوری محصولات غذایی، مهندسی، نساجی و پوشاک، پلاستیک، مبلمان، ریخته‌گری، تولیدکنندگان کالاهای سرمایه‌ای و سایر بخش‌های وابسته به آسیا، اروپا، آفریقا، آمریکای شمالی و جنوبی، خاورمیانه، کره جنوبی، ژاپن، کانادا، استرالیا، نیوزیلند و سایر کشورها است. این شورا اطلاعات و پشتیبانی لازم برای شناسایی بازارهای صادراتی مطابق با نیازمندی‌های شرکت‌ها را فراهم می‌کند. شورا همچنین از SMEهای عضو، برای شناسایی بازارهای نوظهور، واردکنندگان و خریداران اصیل در بازارهای بالقوه، شناسایی سرمایه‌گذاران و شرکای سرمایه‌گذاری مشترک، شناسایی نمایندگان خرید و فروش در خارج از کشور و نیز برای تحقیقات بازار، بازاریابی، ترویج و توزیع گروهی، اتحادهای تجاری، همسان‌یابی کسب‌وکار و سایر همکاری‌ها پشتیبانی می‌کند [۱۷، ۱۸، ۱۹].

این شورا برای کمک به شرکت‌های خارجی نیز خدماتی شامل شناسایی تولیدکنندگان و شرکای هندی مناسب برای تأمین نیازمندی‌های شرکت‌های خارجی، سازمان‌دهی سرمایه‌گذاری‌های مشترک، تعیین نمایندگان یا عامل‌های منبع‌یابی در هند، سازمان‌دهی جلسه‌های خاص خریدار - فروشنده، تحقیقات بازار، مذاکره با صادرکنندگان و همسان‌یابی کسب‌وکار ارائه می‌کند [۲۰].

• مؤسسه مدیریت کسب‌وکار SME

این مؤسسه، با هدف توسعه فعالیت بهتر کسب‌وکارها، کمک به رشد پایدار و تقویت توانمندی‌ها، توسعه کسب‌وکار خانوادگی، خدمات مشاوره کسب‌وکار، توسعه ظرفیت‌ها و شایستگی‌های رقابتی بنگاه‌ها در بازارهای محلی و جهانی، دانش و آموزش را برای کارآفرینان موجود و بالقوه، استارت‌آپ‌ها، جوانان و زنان کارآفرین و نیز نیروی کار بنگاه‌های مختلف فراهم می‌کند [۲۱، ۲۲].

• مجمع دانشی SME هند

این مجمع در سال ۲۰۰۹، با همکاری اتاق توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و مرکز تجارت بین‌المللی هند راه‌اندازی شد. مجمع دانشی SME هند، خود را اندیشکده‌ای برای ارتقای دانش بخش SME معرفی می‌کند، سازمانی خصوصی است و به هیچ‌یک از سازمان‌های دولتی یا شبه‌دولتی هند وابسته نیست [۲۳]. فعالیت‌های این مجمع شامل برگزاری جلسه‌های منظم هیئت مشورتی مجمع به منظور درک مشکلات و مسائل SMEها، تحلیل پتانسیل SMEها برای رشد اقتصادی و صنعتی کشور، تعامل با مدیران ارشد بانک‌ها و نهادهای مالی و سازمان‌های دولتی به منظور اعطای وام به موقع به SMEها، تشویق تشکیل خوشه‌ها در سراسر کشور، ایجاد آگاهی درباره حقوق مالکیت فکری SMEها به منظور حفاظت از نوآوری‌ها و ایده‌های آن‌ها و تشویق SMEها به پذیرش حکمرانی خوب و اخلاق کسب‌وکار است [۲۴].

• مرکز توسعه فناوری SME

مرکز توسعه فناوری SME با مشارکت اتاق SME، مرکز تجارت بین‌المللی، انجمن صنایع بسته‌بندی و مؤسسه مدیریت کسب‌وکار SME هند و به منظور ارائه کمک و خدمات پشتیبانی به SMEهای

بخش‌های تولید و خدمات در راستای ایجاد ظرفیت، پذیرش فناوری‌های نوآورانه، اخذ جدیدترین ماشین‌آلات، تجهیزات و ابزارها از کشورهای صاحب فناوری راه‌اندازی شده است. این مرکز به SMEهای هندی در تقویت زیست‌بوم نوآوری از طریق شناسایی فرصت‌های همکاری و اتحادهای فنی برای تولید محصولات باکیفیت کمک می‌کند و بدین ترتیب به آنها امکان ارائه خدمات بهتر به بازارهای داخلی و بین‌المللی را می‌دهد. این مرکز همچنین برنامه‌های آموزشی و آگاه‌سازی در زمینه توسعه‌های فناورانه در بازارهای بین‌المللی و نیز فرصت‌های نوظهور کسب‌وکار را اجرا می‌کند. مهم‌ترین برنامه‌های این مرکز عبارت است از [۲۵]: برنامه‌های آموزشی در حوزه فناوری، ارزیابی شرکت‌ها برای تعیین سطح آمادگی صادراتی (CARE)^۱، خدمات اطلاعات بازار و صادرات، خدمات مشاوره در حوزه اکتساب فناوری، خدمات ترویجی.

• مجله SME Connect

این مجله که به صورت دوماهنامه منتشر می‌شود، اطلاعات مربوط به بخش SME هند را ارائه می‌کند و نیز برندسازی و ترویج فعالیت‌های پشتیبانی اتاق توسعه SME هند را انجام می‌دهد. این مجله، فرصتی منحصر به فرد برای کارآفرینان، SMEها، استارت‌آپ‌ها و جوانان و زنان کارآفرین ایجاد می‌کند تا بتوانند مفاهیم جدید کسب‌وکار و ایده‌های خود را معرفی کنند، برای محصولات و خدمات خود بازاریابی کنند، داستان‌های موفقیت خود را بازگو کنند. در این مجله همچنین گفت‌وگوها، مناظره‌ها، میزگردها منتشر می‌شود و امکان تعامل با سیاست‌گذاران برای SMEها فراهم می‌شود [۲۶].

• مرکز پژوهشی SME و صنعتی هند (ISRCI)

مرکز پژوهشی SME هند (SRCI)، پژوهش‌های جامع و باکیفیت برای بخش‌های صنعتی و SMEهای مختلف انجام می‌دهد. هدف این پژوهش‌ها، ارزش‌آفرینی برای سازمان‌های متولی توسعه SME و بخش‌های صنعتی است. این مرکز همچنین به منظور توسعه دسترسی SMEها به اطلاعات بازار، اطلاعات دست اول درباره بخش‌های صنعتی مختلف به آنها ارائه می‌کند [۲۷].

1. Company Assessment for Readiness for Exports (CARE)

خدمات این مرکز شامل پژوهش درباره SMEها، پژوهش صنعتی، گزارش‌های مطالعاتی مختلف، پیمایش بازار، مطالعات امکان‌سنجی فنی - اقتصادی، بازرسی پروژه‌ها، مطالعات ارزیابی، مدیریت پروژه، مطالعات مدیریت زیست‌محیطی، مطالعات و گزارش‌های آسیب‌شناسی، مشاوره مدیریت، مطالعات مربوط به توسعه زیرساخت‌ها، مطالعه آثار زیست‌محیطی پروژه‌ها است [۲۸].

• باشگاه کسب‌وکار SME

باشگاه کسب‌وکار SME در سال ۲۰۰۸ به منظور ایجاد پلت‌فرم منحصر به فرد کسب‌وکار برای SMEها راه‌اندازی شده است. SMEها می‌توانند در این باشگاه با کارآفرینان جدید و شرکای تجاری ملاقات کنند، محصولات و خدمات خود را معرفی کنند و نمایش دهند و برای آن‌ها بازاریابی کنند و نیز ایده‌ها، نوآوری‌ها، اختراعات، تخصص و دانش خود را با سایر شرکت‌ها به اشتراک بگذارند [۲۹].

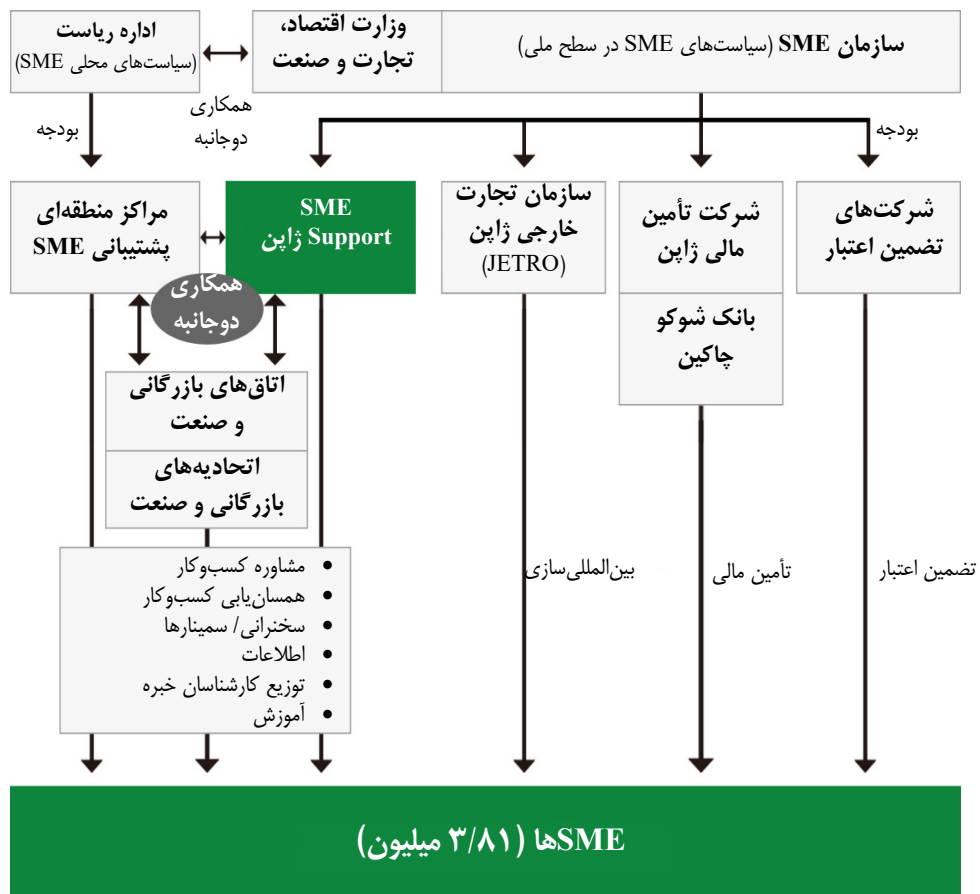
جلسه‌های این باشگاه یک بار در ماه در بمبئی و یک بار در ماه در سایر شهرها برگزار می‌شود. SMEها با حضور در این جلسه‌ها فرصت تعامل/ برقراری ارتباط با شرکای جدید کسب‌وکار، تأمین‌کنندگان، خریداران، سرمایه‌گذاران، شرکتهای سهامی خصوصی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، ارائه‌دهندگان فناوری، مشاوران مدیریت پروژه و پشتیبانی بازاریابی، سیاست‌گذاران، مدیران عامل شرکتهای چندملیتی، آشنایی با خدمات جدید فناوری اطلاعات، خدمات مفید منابع انسانی، راهنمایی‌های حرفه‌ای برای تحول و توسعه فعالیت‌های کسب‌وکار، ارتقای رشد کسب‌وکار، ارتقای صادرات، ارتقای بهره‌وری و رشد پایدار را به دست می‌آورند [۳۰].

• بخش‌های تجاری دوجانبه

شوراهای دوجانبه‌ای که بین هند و کشورهای مختلف تشکیل شده است، پلی است برای تبادل اطلاعات مربوط به کسب‌وکار، صادرات، واردات، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، انتقال فناوری، انعقاد قراردادهای تولیدی و سایر فرصت‌های کسب‌وکار در بخش‌های مختلف و نیز تشویق سرمایه‌گذاری در دو کشور. این شوراها همچنین در شناسایی شرکای کسب‌وکار، همکاری‌ها، اتحادها، ایجاد اتحادیه‌های صنعتی، نمایش محصولات و خدمات و انتقال مسائل به سازمان‌های مرتبط ایفای نقش می‌کنند [۳۱].

ژاپن

ژاپن، «سازمان بنگاه‌های کوچک و متوسط و نوآوری منطقه‌ای»^۱ را به‌عنوان سازمان اداری مستقل زیر نظر وزارت اقتصاد، تجارت و صنعت راه‌اندازی کرده است تا بتواند اقدامات پشتیبانی هدفمند از SMEها را با همکاری سازمان‌های دولتی، سازمان‌های پشتیبان SMEها، نهادهای مالی و پژوهشی اجرا کند. شبکه همکاران این سازمان، شامل ۹ دفتر منطقه‌ای و ۱ دفتر نمایندگی، ۹ مؤسسه آموزشی SME و حدود ۳۴۰۰ کارشناس خبره ثبت‌شده است. این سازمان همچنین تفاهم‌نامه‌های همکاری با ۱۶ سازمان خارجی دارد و از طریق همکاری با آنها از گسترش کسب‌وکار SMEهای ژاپنی و رشد SMEها در کشورهای شریک پشتیبانی می‌کند [۳]. ساختار اجرایی سیاست‌های پشتیبانی از SMEها در شکل ۴ ارائه شده است.



شکل ۴: خدمات سازمان بنگاه‌های کوچک و متوسط و نوآوری منطقه‌ای ژاپن به SMEها [۳۲]

این سازمان، خدمات متنوعی را برای کمک به SMEها در فازهای مختلف کسب‌وکار ارائه می‌کند (شکل ۵).



شکل ۵: خدمات سازمان بنگاه‌های کوچک و متوسط و نوآوری منطقه‌ای ژاپن به SMEها [۳۳]

در ادامه توضیحات اجمالی درباره این خدمات ارائه شده است [۳۳].

۱. خدمات فاز استارت‌آپ

- ⊇ **تسهیلات رشد:** سازمان با راه‌اندازی ۳۲ مرکز رشد در سطح کشور و ۲ قطب جدید خلق کسب‌وکار در توکیو، خدمات متنوعی را به استارت‌آپ‌های مرحله نوزادی ارائه می‌کند. این خدمات شامل فضای کاری، مشاوره مدیریت و برگزاری رویدادهای متنوع برای آشنایی با ایده‌های جدید کسب‌وکار، یادگیری مهارت‌ها و نیز شبکه‌سازی بین سازمان‌های حمایتی، سرمایه‌گذاران و شرکای بالقوه کسب‌وکار است.
- **بهره‌برداری از منابع منطقه‌ای / همکاری‌های کشاورزی - تجاری - صنعتی / شراکت‌های جدید:** این خدمات شامل پشتیبانی از SMEهایی است که خواستار توسعه محصولات و خدمات اصیل با استفاده از منابع منحصربه‌فرد محلی در صنایع مختلف هستند. این خدمات به ایجاد برند محلی کمک می‌کند.

۲. خدمات فاز رشد

- **توسعه بازار:** خدمات توسعه بازار از طریق برگزاری نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری و نیز پیشینه‌سازی منافع حاصل از تجارت الکترونیک برای SMEها ارائه می‌شود.

- **همسان‌یابی آنلاین^۱:** J-GoodTech وبگاهی است که برای متصل کردن SME‌های ژاپنی به شرکت‌های سراسر جهان راه‌اندازی شده است. سازمان همچنین وبگاه Rin crossing را برای صنایع دستی سنتی راه‌اندازی کرده است که صنعت کاران را به صورت آنلاین به خریداران متصل می‌کند.
- **توسعه کسب‌وکار در خارج از کشور:** خدمات مشاوره، رویدادهای همسان‌یابی و مطالعات امکان‌سنجی را دربر می‌گیرد. سازمان، خدمات توسعه کسب‌وکار در خارج از کشور را با همکاری سازمان تجارت خارجی ژاپن (JETRO) و سایر سازمان‌های پشتیبانی فعالیت در خارج از کشور ارائه می‌کند.

۳. فاز بلوغ

- **جانشینی کسب‌وکار:** سازمان، هماهنگ‌کنندگانی در سراسر کشور دارد که در زمینه جانشین‌پروری در کسب‌وکار تخصص دارند و به مالکان SME‌ها خدمات مشاوره می‌دهند. سازمان همچنین سمینارها و دوره‌های آموزشی بلندمدت برای مدیران و کارکنان جانشین برگزار می‌کند.
- **تحول کسب‌وکار:** سازمان خدمات متنوعی به مراکز پشتیبانی تحول کسب‌وکار SME‌ها ارائه می‌کند.
- **نوسازی مراکز شهری / زیرساخت‌ها:** سازمان از طریق همکاری با دولت‌های محلی در ارائه وام‌ها و مشاوره در ایجاد مراکز توزیع، پارک‌های صنعتی و تسهیلات تجاری برای SME‌ها به نوسازی مراکز شهری کمک می‌کند.

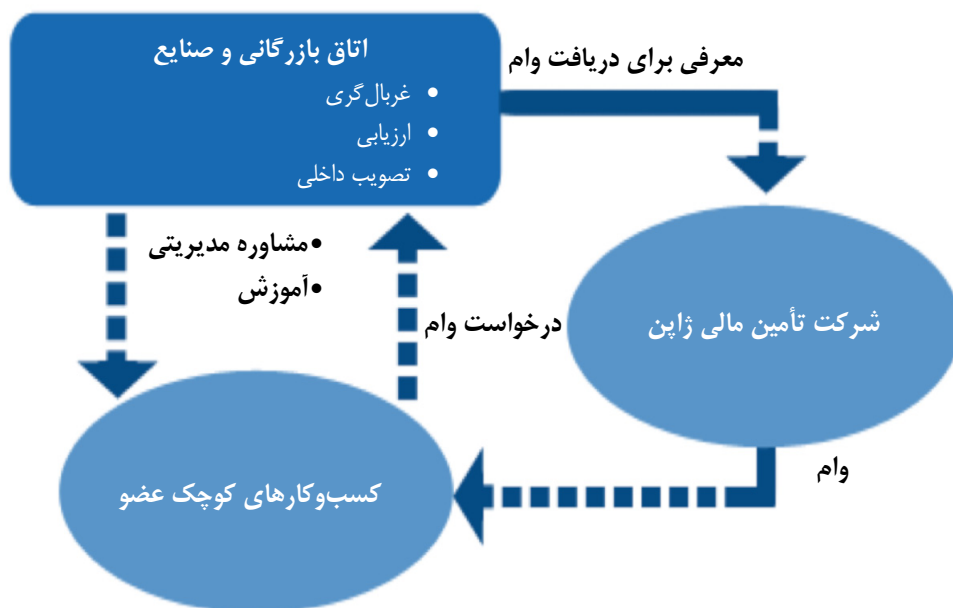
۴. همه فازها

- **خدمات مشاوره:** ارائه خدمات مشاوره‌ای رایگان به صورت تلفنی، آنلاین، حضوری.
- **توزیع کارشناسان خبره:** حدود ۳۴۰۰ کارشناس خبره ثبت‌شده برای رسیدگی به مسائل مدیریتی مختلف SME‌ها در بلندمدت.
- **توسعه استعدادهای برنامه‌های آموزشی متنوع** برای رفع نیازهای مدیریت SME‌ها در

1. Online matching

- مؤسسه آموزشی SMEها و برگزاری سمینارها در دفاتر سازمان در سراسر کشور.
- **اطلاعات:** ارائه اطلاعات مفید و به‌موقع از طریق ابزارهای مختلف برای کمک به حل مسائل SMEها.
- **تأمین مالی:** ارائه منابع مالی به SMEها از طریق صندوق‌های خاص استارت‌آپ‌ها، توسعه کسب‌وکار و تحول کسب‌وکار
- **پشتیبانی از سازمان‌های مرتبط با SMEها:** برنامه‌های آموزشی، برگزاری سمینارها و ارائه خدمات مشاوره‌ای به سازمان‌های پشتیبان SMEها

اتاق بازرگانی و صنایع ژاپن نیز وام‌های بدون وثیقه به کسب‌وکارهای کوچک عضو اتاق ارائه می‌کند. یکی از الزامات کلیدی دریافت این وام‌ها، شرکت در دوره‌های آموزشی و جلسه‌های مشاوره اتاق پیش از دریافت وام است. این فرایند، باعث می‌شود اتاق شرایط کسب‌وکارهای کوچک را بهتر از نهادهای مالی درک کند، در نتیجه بازپرداخت وام‌های بدون وثیقه آن‌ها را تضمین می‌کند و در عین حال ظرفیت شرکت‌های عضو را ارتقا می‌دهد. این چارچوب همکاری خصوصی - عمومی در شکل ۶ ارائه شده است.



شکل ۶: چارچوب همکاری عمومی - خصوصی ژاپن برای اعطای تسهیلات به بنگاه‌های کوچک [۳]

موردکاوی شرکت اپکس (Apex) ژاپن؛ تقویت همکاری‌ها از طریق J-GoodTech

شرکت اپکس، توسعه‌دهنده، تولیدکننده و فروشنده قطعات خودروی بازسازی‌شده است که قطعات سفارشی را نیز برای مدل‌های خاص خودروهای ورزشی تولید می‌کند. کسب‌وکار اصلی این شرکت، بازسازی قطعات خودرو با استفاده از سنجش سه‌بعدی و مهندسی معکوس است. با توجه به اینکه تنوع قطعات در این صنعت زیاد است، یکی از راه‌های افزایش کارایی در آن، برون‌سپاری و شبکه‌سازی با شرکای بیرونی است. از سوی دیگر یکی از مسائل مهم این صنعت نیاز به تولید با تنوع زیاد و حجم کم است که باعث می‌شود شرکت نتواند پیمانکاران فرعی مناسب برای چنین تولیدی را بیابد.

شرکت با حضور در جلسه‌های تجاری SME Support با خدمات J-GoodTech آشنا شد. J-GoodTech پلت‌فرمی است که SME Support ژاپن برای همسان‌یابی آنلاین کسب‌وکارها ایجاد کرده است و همکاری بین SMEها را تقویت می‌کند. این شرکت توانست با ثبت‌نام در سامانه J-GoodTech و اعلام نیازهای خود، پیمانکاران فرعی‌ای را بیابد که امکان تولید سفارشی با تنوع زیاد و حجم کم را برای شرکت فراهم می‌کنند. شرکت با ثبت‌نام در این سامانه و ارسال ویژگی‌ها و مشخصات پیمانکاری مدنظر خود، به پیمانکارانی از نقاط مختلف کشور و خارج از منطقه فعالیت خود دست یافت که پیش از این هیچ اطلاعاتی از آن‌ها نداشت. پلت‌فرم J-GoodTech همچنین امکان عضویت شرکت‌های خارجی، یافتن شرکای بین‌المللی، تبلیغات و بازاریابی را برای SMEها از جمله شرکت اپکس فراهم می‌کند. [۳۴]

سنگاپور

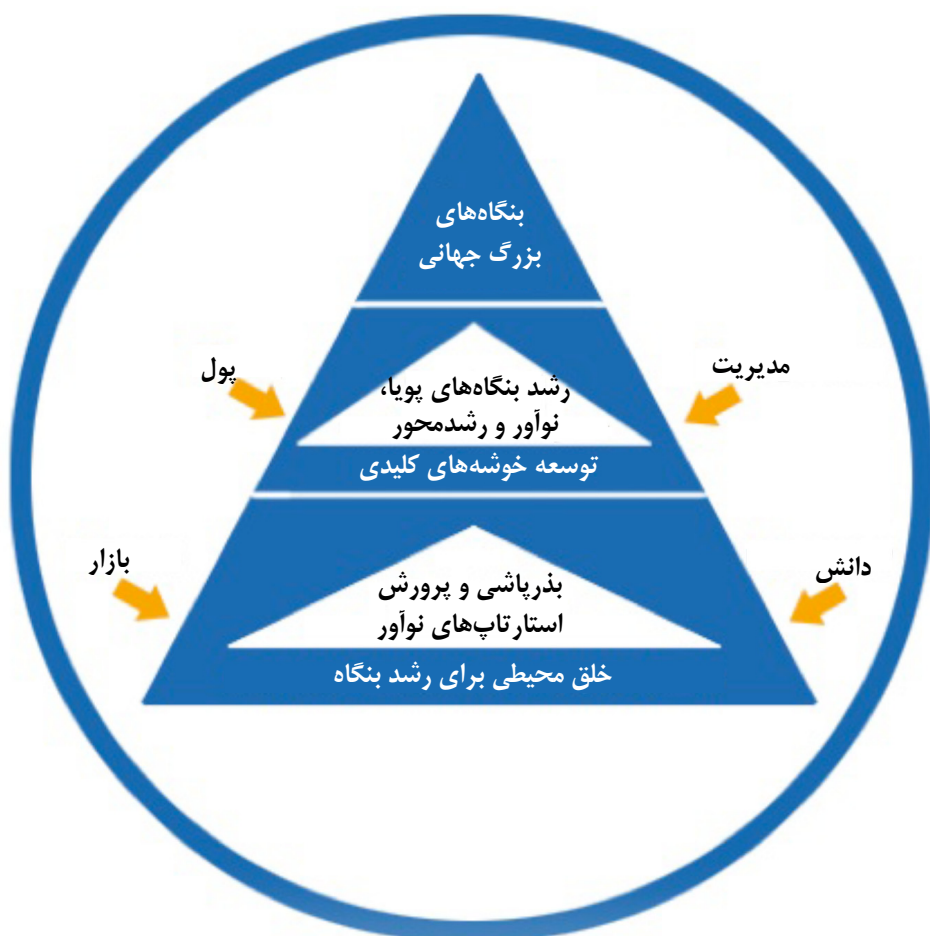
هدف دولت سنگاپور، پشتیبانی از توسعه محیطی پایدار برای SMEها است، به ویژه بخش‌های دارای رشد زیاد. وزارت تجارت و صنعت سنگاپور، دو سازمان برای حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد است [۳]:

- SPRING^۱: این سازمان از طریق تأمین مالی، توسعه توانمندی‌ها و مدیریت، پیشبرد فناوری، نوآوری و بین‌المللی‌سازی به SMEهای محلی کمک می‌کند. چارچوب مفهومی توسعه بنگاه در SPRING در شکل ۷ ارائه شده است.
- سازمان علم، فناوری و پژوهش (A*STAR)^۲ به روش‌های مختلف از بنگاه‌های محلی پشتیبانی می‌کند؛ از R&D بلندمدت با گروه‌های صنعتی تا R&D ای که به ارتقای شایستگی فناوری شرکت‌ها کمک می‌کند. برخی از راهکارهای A*STAR به شرح زیر است [۳۵]:

○ انبار فناوری^۳: پلتفرمی متمرکز در پورتال SPRING SME که دربردارنده راه‌حل‌های فناورانه آماده در حوزه‌های مختلف است که برای پذیرش آسان در SMEها به منظور بهبود

1. Standards, Productivity and Innovation for Growth (SPRING)
2. Agency for Science, Technology and research (A*STAR)
3. TECH DEPOT

کارآیی و بهره‌وری کسب‌وکار آن‌ها طراحی شده است. بیش از ۲۵ راه‌حل فناورانه در صنایع مختلف و در زمینه وظایف متنوع کسب‌وکار در TECH DEPOT عرضه شده است. SMEها می‌توانند با نوآوری و بهره‌برداری از این فناوری‌ها، بهره‌وری خود را ارتقا دهند و کسب‌وکارشان را متحول کنند. در صورت تأیید درخواست SMEها برای خرید این راه‌حل‌های فناورانه در Enterprise Singapore، بخشی از هزینه خرید آن‌ها از طریق منابع مالی آن سازمان تأمین می‌شود [۳۶].



شکل ۷: چارچوب مفهومی توسعه بنگاه در SPRING [۳]

موردکاوی شرکت میکرو یونایتد نتورک (Micro United Network)

سنگاپور؛ راهکار رهبران کسب و کار

شرکت میکرو یونایتد نتورک، با مسئولیت محدود، خدمات مکالمه، ویدئو و دیتا را از طریق پروتکل اینترنتی برای شرکت‌های چندملیتی ارائه می‌کند. این شرکت در سال ۱۹۹۹ با همکاری یک شرکت فناوری محور هندی تشکیل شد که سال‌ها تجربه در زمینه توزیع محصولات و راه‌حل‌های اینترنتی داشت. این شرکت، نمایندگانی در کشورهای سنگاپور، مالزی، تایلند، فیلیپین، اندونزی، هند، سریلانکا، نپال و بنگلادش دارد. مدیرعامل شرکت از طریق طرح مدیریت پیشرفته SPRING وارد برنامه آموزشی مدیریت اجرایی برای مدیران آسیا - اقیانوسیه در دانشگاه ملی سنگاپور شد. او توانست با استفاده از آموخته‌های خود در این دوره، فرایند مذاکره شرکت را تغییر دهد. با ایجاد این تغییر، شرکت در سال ۲۰۰۸ رشد ۴۰ درصدی را تجربه کرد. قرارداد ۱/۳ میلیون دلاری این شرکت با یک شرکت چندملیتی نیز رشد ۱۰۰ درصدی شرکت در سال مالی ۲۰۰۹ را در پی داشت. [۴]

- دسترسی به فناوری؛^۱ هدف اصلی این راهکار، گسترش فناوری‌های بالا در بنگاه است و به‌منظور پشتیبانی از نوآوری بنگاه‌ها از طریق ایجاد دسترسی به تجهیزات، آموزش و مشاوره برای بهینه‌سازی اثربخشی تجهیزات [۳۷]:
- امکان دسترسی SMEها به پایگاه تجهیزات/ تأسیسات تولیدی پیشرفته و تخصص A*STAR را فراهم خواهد کرد.
- امکان یادگیری، آزمایش و تولید نمونه اولیه را فراهم خواهد کرد.
- «رشد بنگاه‌ها از طریق ارتقای فناوری (GET-Up)^۲»: این راهکار دربردارنده بخش‌های زیر است:
- «تهیه نقشه راه عملیات و فناوری (OTR)^۳»: طی این برنامه، تسهیلگران حرفه‌ای آموزش دیده در زمینه روش‌شناسی تدوین نقشه راه، ۵ نشست نیم‌روزه با مدیران ارشد شرکت‌ها برگزار می‌کنند و به شرکت‌ها در تدوین نقشه راه فناوری و عملیات همسو با راهبرد/اهداف کلان کسب و کار کمک می‌کنند. هزینه این خدمت برای بنگاه‌ها ۲۵۰۰۰ دلار سنگاپور است و SMEهای واجد شرایط می‌توانند تا ۷۰ درصد این هزینه را به صورت کمک هزینه از SPRING دریافت کنند [۳۸].

1. Tech Access
2. Growing Enterprises through Technology Upgrade (GET-Up)
3. Operation & Technology Roadmapping

موردکاوی شرکت گرین پک (Greenpac) سنگاپور؛ برنامه مشاوران کسب و کار

گرین پک، شرکتی دانش بنیان است که در سال ۲۰۰۲ راه اندازی شده است و راه حل های بسته بندی سفارشی، مقرون به صرفه و دوست دار محیط زیست را طراحی و ارائه می کند. شرکت به منظور همگام شدن با تقاضای فزاینده مشتریان خود، خدمات تحلیل و مشاوره را گسترش داده است، اقدام به مهندسی مجدد سامانه بسته بندی و تحلیل کارآیی ارسال خود کرده است تا مدیریت برنامه، خدمات انبارداری، خدمات بسته بندی حرفه ای، خدمات بسته بندی بار و بسته بندی قراردادی را دربرگیرد. برخی از بزرگترین شرکت های چندملیتی جهان نیز در میان مشتریان وفادار این شرکت حضور دارند. این شرکت از طریق برنامه مشاوران کسب و کار SPRING، افراد حرفه ای با دانش فنی عملیاتی و مالی را برای پشتیبانی از طرح های توسعه جهانی خود به کار گرفته است. [۴]

- OTR کنسرسیومی: A*STAR با تکیه بر موفقیت راهکار OTR، راهکاری با عنوان OTRهای «کنسرسیومی» را به منظور تدوین نقشه راه های فناوری برای گروهی از شرکت های محلی فعال در زیربخش های یکسان راه اندازی کرده است. این راهکار امکان همکاری A*STAR با شرکای صنعتی از جمله «اتحادیه ها و اتاق های تجاری (TAC)ها»^۱ برای دسترسی به بنگاه های محلی بیشتر و حرکت در مسیر تقویت نوآوری گسترده در اقتصاد را فراهم می کند. نقشه راه های کنسرسیومی به شرکت ها در تصمیم گیری های آگاهانه تر در راهبردهای نوآوری بنگاهی کمک می کند؛ نشان می دهد اعضای کنسرسیوم در چه حوزه هایی با همکاری هم می توانند توانمندی های عمیق تری برای نوآوری توسعه دهند و جایگاه خود را در زنجیره ارزش ارتقا دهند؛ به مثابه پلت فرمی برای «مؤسسه های عالی یادگیری (IHL)ها»^۲ عمل می کند تا پژوهش های خود را به سمت نیازهای صنعت هدایت کنند [۳۸].
- «فناوری برای ارتقای توانمندی بنگاه (T-UP)»^۳: استعداد های R&D (مهندسان و دانشمندان پژوهشگر) مؤسسه های پژوهشی را به شرکت ها مأمور می کند تا توانمندی های R&D / فنی داخلی را در شرکت ایجاد کنند. این توانمندی ها شامل توسعه محصول / فرایند جدید؛ راه اندازی اداره فنی جدید؛ انتقال فناوری از خارج از کشور

1. Trade Associations and Chambers (TACs)
 2. Institute of Higher Learning (IHLs)
 3. Technology For Enterprise Capability Upgrading (T-UP)

است. مالکیت فکری ای که با کمک این افراد ایجاد می‌شود، متعلق به شرکت است و SMEهای محلی واجد شرایط تنها ۳۰ درصد هزینه این نیروهای انسانی را خواهند پرداخت [۳۹].

- «مشاوره فنی (TA) ۱»: دانشمندان / پژوهشگران ارشد A*STAR را به‌عنوان مشاوران فنی شرکت‌ها طی دوره ۲۴ ماهه (نیم‌روز در ماه) منصوب می‌کند. نقش اصلی این مشاوران، مشاوره در زمینه راهبرد ارتقای فناوری شرکت، طرح‌های فناوری و سایر حوزه‌های فنی است. همچنین مشاور فنی به تقویت همکاری بین شرکت و مؤسسه‌های پژوهشی A*STAR کمک می‌کند [۴۰].

- «بازار تجارت مشارکتی A*STAR (ACCM) ۲»: ACCM، پورتال آنلاین رایگان برای کسب‌وکارهای جدید و شراکت‌ها است. هدف این راهکار ایجاد پایگاه داده‌ای از توانمندی شرکت‌ها و بازارهای سنگاپور است که همکاری‌های تجاری بین شرکت‌های چندملیتی، شرکت‌های محلی، سازمان‌های دولتی و IHLها را تشویق می‌کند. این پورتال، نظامی یکپارچه است که توانمندی‌های شرکت‌های تولیدی محلی و فناوری‌های ارائه‌شده توسط مؤسسه‌های پژوهشی A*STAR برای شرکت‌های چندملیتی را ارائه می‌کند تا بتوانند بدون دردسر، همسان‌یابی نیازمندی‌های خود با تأمین‌کنندگان تولیدی محلی را انجام دهند، فرصت‌هایی برای همکاری پژوهشی فراهم کنند و شراکت‌هایی بین شرکت‌های محلی و بنگاه‌های بزرگ چندملیتی ایجاد کنند. مزایای حاصل از این راهکار برای شرکت‌ها عبارت است از: امکان جست‌وجوی شریک مناسب؛ تشکیل کنسرسیوم‌ها و خوشه‌ها برای رفع نیازمندی‌های پیچیده کارفرمایان؛ گفت‌وگوهای گروهی درباره روندهای بازار و فناوری‌های نو ظهور؛ ایجاد فرصت‌های همکاری و مشارکت [۴۱].

- زمان عرضه به بازار سریع‌تر: این راهکار دربردارنده دو بخش است [۴۲]:

- ساده‌سازی اعطای لیسانس مالکیت فکری به SMEها: این راهکار با استانداردسازی و ساده‌سازی توافق‌نامه‌های لیسانس برای ایجاد شفافیت بیشتر همراه با شرایط کسب‌وکارپسند و تسریع انجام معامله، پذیرش فناوری و زمان عرضه به بازار را شتاب

1. Technical Advisory (TA)

2. A*STAR Collaborative Commerce Marketplace (ACCM)

می‌بخشد. A*STAR برای راه‌حل‌های فناورانه آماده استفاده، توافق‌نامه ساده ۲-۳ صفحه‌ای با شرایط استاندارد آماده کرده است. برای اعطای لیسانس فناوری‌هایی که نیازمند توسعه و سفارشی‌سازی است، توافق‌نامه ۳-۵ صفحه‌ای (در مقایسه با توافق‌نامه ۱۵-۱۷ صفحه‌ای قبلی) تهیه شده است.

▪ SME: HEADSTART: SME‌هایی که وارد «توافق‌نامه همکاری پژوهشی (RCA)»^۱ با A*STAR می‌شوند، می‌توانند از لیسانس انحصاری و بدون دریافت حق امتیاز برای مالکیت فکری حاصل از این همکاری، به مدت ۳۶ ماه بهره‌مند شوند. پس از دریافت بازخورد مثبت از صنعت و دارندگان این لیسانس، امکان تمدید ۱۸ ماهه این دوره انحصاری وجود خواهد داشت.

موردکاوی شرکت رزین اند پیگمنت (Resin and Pigment (R&P))

سنگاپور؛ فناوری برای ارتقای توانمندی بنگاه

شرکت رزین اند پیگمنت، با مسئولیت محدود، از سال ۱۹۸۹ تأسیس شده است و تأمین‌کننده و تولیدکننده ترکیبات رنگ و پلیمرهای مهندسی است. دفتر این شرکت در سنگاپور و چین محصولات پلیمری خود را به بازارهای جهانی عرضه می‌کند.

این شرکت برای حفظ رقابت‌پذیری خود، تصمیم به استفاده از فرایندهای نوآورانه و ایجاد توانمندی‌های فنی و دانشی از طریق R&D گرفته است. در قالب برنامه GET-Up، دو مهندس پژوهشگر به این شرکت مأمور شدند تا به راه‌اندازی تأسیسات پژوهش و تست و نیز توسعه فرایندهای تولید مواد پلیمری جدید کمک کنند. در نتیجه حضور این پژوهشگران در شرکت، میانگین درآمد ماهیانه شرکت در سال ۲۰۰۹، به میزان ۱۰۲۴۴۸ دلار افزایش یافت، شرکت پتنت یک محصول را ثبت کرد و یک قرارداد تجاری با اکسون‌موبیل منعقد کرد. این قرارداد، اولین قراردادی بود که یک شرکت آسیایی حوزه پلیمر با اکسون‌موبیل منعقد می‌کرد. [۴]

چین و هنگ‌کنگ

در چین، چهار سازمان دولتی مسئولیت نظارت و حمایت از SMEها را بر عهده دارند: (۱) کمیسیون ملی توسعه و اصلاحات؛ (۲) مرکز هماهنگی چین برای همکاری SMEها با کشورهای خارجی؛ (۳) اتحادیه SMEهای چین؛ و (۴) اداره SMEهای محلی در هر استان. سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای حاکم بر SMEها در سال ۲۰۰۳ وضع شد [۴۳].

دولت چین به روش‌های مختلف از SMEها پشتیبانی می‌کند [۴۳]:

۱. قانون تشویق SMEها که در ژانویه سال ۲۰۰۳ تصویب شد و زمینه را برای پشتیبانی عمومی از بنگاه‌های کوچک و متوسط فراهم می‌کند. تحت این قانون، دولت از سرمایه‌گذاری‌های قانونی SMEها و سرمایه‌گذاران در سهام آنها محافظت می‌کند. اداره‌های دولتی از حقوق قانونی SMEها از جمله حقوق رقابت منصفانه و تجارت منصفانه حمایت می‌کنند.
۲. از سال ۲۰۰۵، دولت سندی با عنوان «شورای ایالتی تشویق، پشتیبانی و هدایت توسعه شرکت‌های خصوصی و سایر شرکت‌های غیردولتی» را منتشر کرد که شرایط دسترسی شرکت‌های غیردولتی به بازار را تسهیل می‌کند.
۳. دولت «پروژه رشد SME» را در سال ۲۰۰۶ منتشر کرد. هدف این پروژه عبارت است از:

- تشویق ایجاد نظام سیاست و مقررات برای SMEها
- پرورش نظام خدمات اجتماعی SMEها
- تسهیل تعدیل ساختاری SMEها
- پایدارسازی اصلاحات SMEها
- تقویت آموزش SMEها
- بهبود توانایی نوآورانه
- حل و فصل مشکلات مالی تأثیرگذار بر SMEها
- تشویق SMEها به گسترش در خارج از کشور از طریق فراهم‌سازی مشوق‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
- بهبود نظارت کلی بر SMEها

دولت همچنین اقدامات تشویقی دیگری برای پشتیبانی از SMEها اجرا کرده است. برخی از این اقدامات به شرح زیر است [۴۳]:

- ✓ تأمین مالی برای توسعه SMEها: بودجه دولتی برای تأمین مالی SMEها شامل بودجه‌ای برای پشتیبانی از توسعه SMEها است. همچنین یک صندوق توسعه SME برای تشویق SMEها راه‌اندازی شده است. دولت همچنین نهادهای مالی را به بهبود محیط تأمین مالی برای SMEها و تقویت پشتیبانی خود از SMEها از طریق ارتقای کانال‌های اعتباری و تأمین مالی مستقیم ملزم کرده است. دولت همچنین با اعطای مشوق‌های مالیاتی، انواع مختلف سرمایه‌گذاران خطرپذیر را به افزایش سرمایه‌گذاری روی SMEها تشویق می‌کند.
- تأمین مالی SMEها: اداره‌های دولتی مرتبط، ایجاد نظام تضمین اعتبار برای SMEها را فعالانه دنبال کرده‌اند و برای تشویق ایجاد و رشد SMEها، مشوق‌های مالیاتی ارائه کرده‌اند. به SMEهایی که تعداد شغل تعیین شده توسط دولت در هر سال را ایجاد می‌کنند، SMEهایی که در نواحی کمتر توسعه‌یافته یا فقیرنشین فعالیت می‌کنند و SMEهایی که افراد کم‌توان جسمی را استخدام می‌کنند، مشوق‌هایی شامل کاهش مالیات و لغو مالیات بر درآمد دریافت می‌کنند.
- دسترسی به بازار: دولت از طریق ارتقای مهارت‌های SMEها، به آن‌ها در بهبود دسترسی به

بازار کمک می‌کند. نظام خریدهای دولتی چین نیز حامی محصولات و خدمات تولیدی SMEها است. دولت با اجرای سیاست‌های مالی مانند اعطای اعتبار صادراتی و وارداتی و بیمه اعتبار صادراتی، SMEها را به توسعه بازارهای خود تشویق می‌کند و SMEهای باکیفیت را به سرمایه‌گذاری در بازارهای خارجی مقید می‌کند.

- شبکه‌سازی با سایر بنگاه‌ها: دولت، بنگاه‌های باکیفیت را به توسعه شبکه‌های خود تشویق می‌کند. همچنین دولت تخصصی‌سازی و هماهنگ‌سازی در میان SMEها را تشویق می‌کند تا بتوانند در راستای توسعه بازار، توسعه جمعی تأمین مواد، تولید، فروش و نوآوری فناورانه را انجام دهند. دولت همچنین فعالیت‌های ادغام و اکتساب در میان SMEها همراه با سازمان‌دهی مجدد و بهره‌برداری بهینه از منابع را تشویق می‌کند. دولت به منظور پشتیبانی و تشویق نوآوری‌های فناورانه SMEها از طریق همکاری با بنگاه‌های بزرگ، کمک هزینه یا وام‌های مرتبط ارائه می‌کند.
- نظارت کارآمد بر SMEها: با توجه به ویژگی‌های تولیدی و مدیریتی SMEها، دولت در راستای ایجاد نظام مدیریتی بهتر نیز گام برمی‌دارد. همچنین به منظور جلوگیری از تحمیل هزینه‌های غیرضروری به SMEها، اقداماتی برای استانداردسازی هزینه‌های دریافتی سازمان‌ها و نهادهای عمومی صورت گرفته است.
- بهبود خدمات عمومی برای SMEها: دولت انواع مختلف سازمان‌های واسطه‌ای خدمات اجتماعی را توسعه می‌دهد، پشتیبانی سیاستی برای تأمین مالی، پشتیبانی از آموزش کارکنان بنگاه‌ها، تقویت خدمات برای توسعه علم و نوآوری‌های فناورانه، پشتیبانی از بنگاه‌ها در ورود به بازارهای داخلی و خارجی و اقدامات فعال برای خلق نظام اعتباری بنگاه‌ها را انجام می‌دهد.
- ایجاد خوشه‌های صنعتی: یکی از جنبه‌های مهم توسعه SMEها ایجاد خوشه‌های صنعتی است. خوشه SMEها می‌تواند با تکیه بر سرمایه‌گذاری‌های مشترک، همکاری‌ها و اتحادها، دسترسی منطقه‌ای برای تولید و بازاریابی را بیشینه کند. بخش‌بندی تخصصی در خوشه‌ها به بنگاه‌ها کمک می‌کند علاوه بر تأمین محصولات متنوع برای مشتریان، با ایجاد شبکه‌های تجاری و بهره‌برداری از دسترسی منطقه‌ای، هزینه‌های کسب‌وکار خود را کاهش دهند و در نتیجه رقابت‌پذیری خود را افزایش دهند.
- اقدامات دیگر دولت برای پشتیبانی از توسعه SMEها، که در سال ۲۰۰۴ آغاز شده است، به

شرح زیر است:

- ایجاد صندوق‌های نوآوری برای SMEهای فناوری بنیان
- مدیریت اجرایی توسعه شرکت‌های خصوصی و غیردولتی
- تأمین مالی SMEهای فناوری بنیان
- تنظیم مقررات ورود سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی به صنایع فرهنگی
- هدایت توسعه و اصلاح SMEهای تجاری

به‌طور کلی، خدمات دولت برای توسعه رقابت‌پذیری SMEها شامل مشاوره، کمک هزینه، توسعه مهارت‌ها و آموزش، پشتیبانی ویژه از تولیدکنندگان داخلی، مانند خدمات مشاوره تولید است. طرح‌های دولتی هنگ‌کنگ نیز به دنبال تسهیل دسترسی به منابع مالی، تشویق صادرات و پشتیبانی از آموزش مهارت‌ها برای SMEها است. طرح‌های هنگ‌کنگ در چهار دسته طراحی و اجرا شده است (جدول ۱۱):

جدول ۱۱: طرح‌های دولتی هنگ‌کنگ برای پشتیبانی از SMEها [۳، ۷، ۸]

عنوان طرح	توضیحات
تضمین‌های دولتی برای وام‌های بانکی	<ul style="list-style-type: none"> • طرح تضمین تأمین مالی SME (SFGC): هدف این طرح کمک به تأمین مالی SMEها برای برآوردن نیازهای کسب‌وکار در راستای ارتقای بهره‌وری و رقابت‌پذیری است. شرکت بیمه HKMCI در قالب این طرح، پوشش ضمانت ۵۰، ۶۰ یا ۷۰ درصدی تسهیلات مصوب بنگاه‌های واجد شرایط را تأمین می‌کند. • طرح تضمین وام SME (SGS): وام‌هایی تا سقف ۱۵۳۰۰۰۰ دلار با نرخ ترجیحی، که بانک عمومی^۱ هنگ‌کنگ با همکاری دولت به‌منظور کمک به SMEهای ثبت‌شده در هنگ‌کنگ برای خرید تجهیزات کسب‌وکار یا تأمین سرمایه در گردش ارائه می‌کند.
پشتیبانی برای تأمین سرمایه اولیه و سهام	<ul style="list-style-type: none"> • برنامه کمک پژوهشی برای کارآفرینان کوچک (SERAP) منابع مالی را برای پشتیبانی از شرکت‌های کوچک، فناوری بنیان و

1. Public Bank

توضیحات	عنوان طرح
<p>کارآفرین محور ارائه می‌کند تا بتوانند پژوهش‌های کسب‌وکاری را در مرحله پیش از سرمایه‌گذاری خطرپذیر انجام دهند.</p> <ul style="list-style-type: none"> • طرح آزمایشی تأمین مالی خرد (MF) به شرکت‌هایی کمک می‌کند که می‌خواهند کسب‌وکار خود را شروع کنند اما ابزارهای مالی را در اختیار ندارد یا در دریافت وام با مشکلاتی مواجه‌اند. 	
<ul style="list-style-type: none"> • صندوق بازاریابی صادراتی SME (EMF) فعالیت‌های تشویق صادرات را برای کمک به SMEها در توسعه کسب‌وکارهای خود اجرا می‌کند. <p>طرح کمک به توسعه خدمات حرفه‌ای (PSDAS) برای ترویج پروژیهایی پشتیبانی مالی ارائه می‌کند که می‌توانند رقابت‌پذیری بخش خدمات حرفه‌ای هنگ‌کنگ را افزایش دهند یا منجر به ارتقای رقابت‌پذیری بخش‌های خاص هنگ‌کنگ در بازارهای خارجی، از جمله بازار چین، شوند.</p>	<p>پشتیبانی توسعه‌ای از طریق کمک هزینه‌ها و برنامه‌های مشاوره‌ای</p>
<ul style="list-style-type: none"> • صندوق توسعه SME (SDF) به منظور ترویج پژوهش در SMEها در راستای ارتقای رقابت‌پذیری آنها در هنگ‌کنگ، از پروژه‌های توسعه SME که سازمان‌های غیرانتفاعی (مانند سازمان‌های تجاری و صنعتی، دستگاه‌های حرفه‌ای یا مؤسسه‌های پژوهشی) اجرا می‌کنند، پشتیبانی مالی می‌کند. 	<p>آموزش مهارت‌ها و دانش</p>

جمع‌بندی

شواهد بسیار محکمی وجود دارد که تعداد کمی از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های کوچک و متوسط توانایی ایجاد اشتغال، صادرات و درآمدزایی بالا برای کشورها را دارند. از سوی دیگر، این سهم کوچک از بنگاه‌ها، توانایی افزایش بهره‌وری اقتصاد به عنوان مهم‌ترین عامل رشد اقتصادی را دارند. این شرکت‌ها در ادبیات حوزه نوآوری و توسعه به شرکت‌های کوچک و متوسط با رشد بالا، غزال‌ها یا تک‌شاخ‌ها^۱ معروفند که عمدتاً استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر فناوری و نوآوری هستند. به خاطر اثرات مثبت این شرکت‌ها در اقتصاد کشورها، پشتیبانی و حمایت از آن‌ها در دستور کار بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه در سراسر جهان قرار گرفته است و دولت‌ها سیاست‌ها و برنامه‌های متنوعی برای حمایت از آن‌ها دارند.

از مهم‌ترین اصول حمایت از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های با رشد زیاد، می‌توان به رویکرد گزینشی این سیاست‌ها اشاره کرد. در این رویکرد سعی می‌شود شرکت‌های با پتانسیل بالا و افراد کارآفرین و مستعد شناسایی شود و از آن‌ها به صورت ویژه حمایت شود. در این رویکرد هدف افزایش تعداد شرکت‌ها نیست، بلکه هدف رشد تصاعدی شرکت‌های خاص است. همچنین، در این برنامه‌ها سازمان‌های حمایتی برای دستیابی به اهدافشان به صورت فعال و پیش‌دستانه عمل می‌کنند. البته باید توجه داشت سیاست‌گذاران در بسیاری از مواقع در انتخاب شرکت‌های مستعد دچار مشکل می‌شوند و بودجه دولت به صورت غیر بهینه مصرف می‌شود. این انتخاب غلط اگر چه ممکن است به خاطر پیوندهای سیاسی باشد، فارغ از موارد این‌چنینی نیز حتی سرمایه‌گذاران با تجربه هم برای

تشخیص استارت‌آپ‌های موفق دچار مشکل می‌شوند. این موضوع در واقع یکی از چالشی‌ترین اجزای به‌کارگیری سیاست‌های گزینشی برای شرکت‌های با رشد سریع است.

حمایت دولت از شرکت‌های با رشد سریع را می‌توان با صنعت سرمایه‌گذاری خطرپذیر مقایسه کرد. از یک سو، بازدهی بالای شرکت‌های موفق را شاهدیم و از سوی دیگر، شرکت‌های متعددی شکست می‌خورند. البته کار دولت‌ها از سرمایه‌گذاران خطرپذیر نیز سخت‌تر است، احتمالاً برای سرمایه‌گذار خطرپذیر مبنای اصلی فقط سودآوری است، اما برای سیاست‌گذار بسیار مهم است که مجموعه هدف آن گسترده‌تر باشد و سرریز اجتماعی - اقتصادی فناوری و نیز اشتغال را در نظر بگیرد. به واسطه همین چالش‌ها، بعضی نهادهای توسعه‌ای بین‌المللی مانند بانک جهانی، به رویکرد گزینشی در حمایت‌های دولتی انتقادهایی را وارد می‌کنند و تأکید می‌کنند بهبود کارایی تخصصی، تشویق سرریزهای تجاری و تقویت توانایی‌های شرکت‌ها باید از جمله اهداف سیاست‌گذاران در حمایت از شرکت‌های با رشد سریع باشد.

بررسی تجربیات کشورهای مختلف، حاکی از آن است که وزارت‌خانه‌ها یا سازمان‌هایی خاص در سطح ملی، متولی حمایت از رشد و توسعه مقیاس SMEها هستند. این نهادها در کشورهای مختلف برنامه‌های متنوعی را برای پشتیبانی از SMEها اجرا می‌کنند.

حرفه‌ای بودن و شبکه‌ای بودن از ویژگی‌های اصلی سازمان‌های حمایتی مخصوص توسعه استارت‌آپ‌های با رشد سریع است. بسیاری از مشاوران این سازمان‌ها خود تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار موفق و با رشد بالا را داشته‌اند.

همین‌طور از دیگر ویژگی‌های این سازمان‌ها، رویکرد بخشی و تخصصی است. بسیاری از این سازمان‌ها روی بخش‌های مشخص اقتصادی تمرکز کرده‌اند که با توجه به قابلیت‌های آن کشور از پتانسیل بالاتری برای رشد برخوردار است. اتخاذ رویکرد بخشی، به ارتقای کارایی و اثربخشی توانمندی‌های تخصصی و مشاوره‌های ارائه‌شده منجر می‌شود.

با توجه به رویکرد بین‌المللی و توسعه صادرات، این سازمان‌ها، بعضاً در دیگر کشورهای دنیا شعبه یا شبکه بین‌المللی دارند که به آن‌ها امکان ارائه خدمات تخصصی در حوزه بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط را می‌دهد.

در میان حمایت‌های مالی متنوع، اعطای کمک هزینه‌های پژوهشی و سرمایه خطرپذیر و هوشمند، مؤثرتر از تسهیلات مالی است. البته نهادهای حمایتی طیف وسیعی از حمایت‌های مالی مانند کمک

هزینه، وام‌های ترجیحی، معافیت‌های مالیاتی، خرید سهام و سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها را ارائه می‌کنند. ارائه جایزه در صورت دستیابی به اهداف مشخص و از پیش تعیین‌شده نیز جزء برنامه‌های سازمان‌های حمایتی است. در حوزه منابع مالی، خدمت محوری برای شرکت‌های با رشد سریع، مشاوره مبتنی بر تجربه برای تأمین مالی خطرپذیر و برنامه‌ریزی راهبردی و تأمین مالی با هدف بین‌المللی‌سازی است.

در حوزه رگولاتوری و قانون‌گذاری برای حمایت از شرکت‌های با رشد سریع، مهم‌ترین مسئله، روان‌سازی الزامات پیروی از قوانین برای بنگاه‌های در حال رشد با هدف ایجاد تغییرهای اساسی در مقیاس بنگاه است. در این بین خریدهای دولتی و ارائه مشوق‌ها و ترجیحات مشخص برای شرکت‌ها از اهمیت فراوانی برخوردار است.

توسعه خوشه‌های صنعتی و شبکه‌سازی از دیگر سیاست‌های مهم است. در توسعه خوشه‌ها سعی می‌شود با متمرکز کردن SME‌های هر حوزه در مناطق جغرافیایی خاص و سپس ارائه خدمات استقرار در مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری و شهرک‌های صنعتی، به شبکه‌سازی و توسعه قابلیت‌های بنگاه‌ها و سرریز دانش کمک شود.

تأکید برنامه‌های بررسی‌شده بر توسعه مهارت‌های کارآفرینان مستعد، تقویت دانش مدیریتی و مهارت‌های لازم از طریق ارائه خدمات منتورینگ است. سیاست‌ها به گونه‌ای طراحی شده است که در راستای کمک به دسترسی به بازارهای جهانی، خدمات توسعه بازار حمایت از صادرات، حمایت از حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و برندسازی باشد.

ارائه خدمات حرفه‌ای مانند مشاوره برای توسعه فناوری و توسعه زنجیره تأمین، ارائه اطلاعات و دسترسی به شبکه، خدمات مشاوره کسب‌وکار، خدمات مشاوره فنی و مدیریت فناوری (مانند توسعه فناوری، تدوین نقشه راه فناوری)، ارتقای مهارت‌های نیروی انسانی (آموزش، حمایت از حضور در کنفرانس‌ها و سمینارها، خدمات جانشین‌پروری)، ارتقای شایستگی‌های فناوری بنگاه‌ها، حمایت از اخذ استانداردها و تأییدیه‌های فنی، خدمات حفاظت از مالکیت فکری (آموزش و توسعه قوانین مرتبط)، از دیگر حوزه‌های مهم در حمایت از توسعه شرکت‌های با رشد سریع است.

اجرای این برنامه‌ها، الزامات مختلفی دارد؛ از جمله توسعه زیرساخت مرتبط با پایگاه داده‌های

SMEهای کشور و ایجاد زیرساخت‌هایی برای شناسایی شرکت‌ها با رشد سریع. خلاصه سیاست‌های بررسی شده همراه با مثال‌هایی از کشورها و برنامه‌های مطالعه‌شده، در جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول ۱۲: جمع بندی سیاست‌های حمایت از SMEهای دارای رشد زیاد

ابعاد	اجزا	توضیح	مثال
رویکرد حمایتی و سیاست‌گذاری	رویکرد	پیش‌دستانه/گزینشی	عمده برنامه‌ها
	هدف‌گذاری رشد	افزایش رشد بنگاه‌های کارآفرینانه	عمده برنامه‌ها
	رویکرد بخشی	تمرکز بر حوزه‌های خاص	M/o Artemisia MSME
کمک‌های مالی	کمک هزینه	اعطای گرنٹ	،SPRING ،SMBA برنامه‌های دولت هنگ کنگ
	تأمین مالی (وام)	وام‌های تحقیق و توسعه و صادراتی، وام‌های ترجیحی	SME ،SMBA ،M/o MSME ،Corp ،SME Support برنامه‌های دولت چین و هنگ کنگ
	جایزه	ارائه جایزه در صورت دستیابی به اهداف مشخص	SME ،Artemisia Corp
	مشاوره	مشاوره مبتنی بر تجربه برای تأمین مالی خطرپذیر، برنامه‌ریزی راهبردی خدمت محوری، بین‌المللی‌سازی، رشد سازمانی	SME ،SEED SME ،Master Plan Corp
	تأمین مالی (سرمایه‌گذار ی)	خرید سهام و سرمایه‌گذاری، تأمین مالی توسط فرشتگان کسب‌وکار، تأمین مالی خطرپذیر، عرضه اولیه سهام	SME Master Plan
شبکه‌سازی و استقرار	خریدهای دولتی	ارائه مشوق‌ها و ترجیحات در خرید دولتی، توسعه برنامه‌های خرید دولتی محصولات SMEها، تضمین خرید	SMBA
	خدمات استقرار	توسعه خوشه‌ها (تمرکز SMEهای هر حوزه در مناطق جغرافیایی خاص)	برنامه‌های دولت چین
	مراکز رشد،	شبکه‌سازی و ارائه خدمات شتاب‌دهی در	،Startup Brazil

امثال	توضیح	اجزا	ابعاد
M/o MSME	مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری	ثبت‌بدهنده	
A*STAR		توسعه کنسرسیونرها	
Leap Accelerator SME Chamber A*STAR	توسعه پایگاه داده‌های SMEهای کشور و توانمندی‌های آنها	زیرساخت داده برای SME	هوشمندسازی سیاست‌گذاری
برنامه توسعه کسب‌وکار جهانی، Startout brazil SME، Going global SME، Master Plan SME، Corp Chamber، برنامه‌های دولت چین	تعیین سطح آمادگی صادراتی، توسعه استارت‌آپ‌های صادراتی	ثبت‌بدهی صادراتی	بین‌المللی‌سازی
برنامه توسعه کسب‌وکار جهانی، SME Corp، SME Support برنامه‌های دولت چین	برگزاری نمایشگاه‌های دائمی محصولات SMEها، حمایت از صادرات، حمایت از حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، برندسازی	خدمات توسعه بازار	
Leap Accelerator SMBA، SEED M/o، SME Corp SME، MSME SME، Chamber Support، SPRING، A*STAR، برنامه‌های دولت چین و هنگ‌کنگ	ارائه مشاوره برای توسعه فناوری و توسعه زنجیره تأمین ارائه خدمات منتورینگ ارائه اطلاعات و دسترسی به شبکه خدمات مشاوره کسب‌وکار خدمات مشاوره فنی و مدیریت فناوری ارتقای مهارت‌های نیروی انسانی ارتقای شایستگی‌های فناوری بنگاه‌ها حمایت از اخذ استانداردها و تأییدیه‌های فنی خدمات حفاظت از مالکیت فکری		ارائه خدمات حرفه‌ای

منابع

1. Autio Erkko, Kronlund Mathias, Kovalainen Anne, 2007, High-Growth SME support initiatives in nine countries: analysis, categorisation, and recommendations. Report prepared for the Finnish Ministry of Trade and Industry. MTI Publications 1/2007
2. UNESCAP, 2012, Policy Guidebook For SME Development In Asia And The Pacific, United Nations publication, Thailand
3. Yao Wang, 2014, Unleashing the Full Potential of SMEs: Beyond Financing, Finance Working Paper, Fung Global Institute
4. Lilischkis Stefan, 2011, Policies in support of high-growth innovative SMEs V 1.6, empirica GmbH, INNO-Grips – Global Review of Innovation Policy Studies
5. National SME Development Council, 2016, SME Annual Report 2015/16
6. Yayasan Inovasi Malaysia, 2016, Hamid Jasmin, innovator of Micro Hydro, [Internet] Available at: <http://lifelonglearningachievement.blogspot.com/2016/07/hamid-jasmin-innovator-of-micro-hydro.html>, [Accessed 06.08.2018]
7. Public Bank (Hong Kong), 2018, SME Loan Guarantee Scheme (SGS), [Internet] Available at: <https://www.publicbank.com.hk/en/commercial/smeloan/guarantee>, [Accessed 25.07.2018]
8. HKMCI, 2018, SME Financing Guarantee Scheme Leaflet

9. MSME, 2018a, About the Ministry, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/about-us/about-us-ministry>, [Accessed 25.07.2018]
10. MSME, 2018b, All Schemes, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/all-schemes>, [Accessed 25.07.2018]
11. MSME, 2018c, 1. Prime Minister's Employment Generation Programme (PMEGP), [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/node/1763>, [Accessed 25.07.2018]
12. MSME, 2018d, 2. Development of Khadi, Village and Coir Industries, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/node/1764>, [Accessed 25.07.2018]
13. MSME, 2018e, 3. Technology Upgradation and Quality Certification, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/node/1765>, [Accessed 25.07.2018]
14. MSME, 2018f, 4. Marketing Promotion Schemes, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/node/1766>, [Accessed 25.07.2018]
15. MSME, 2018g, 5. Entrepreneurship and Skill Development Programme, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/node/1767>, [Accessed 25.07.2018]
16. MSME, 2018h, 6. Infrastructure Development Programme, [Internet] Available at: <https://msme.gov.in/node/1768>, [Accessed 25.07.2018]
17. SME Export Promotion Council, Introduction, [Internet] Available at: <http://smeepcofindia.com>, [Accessed 06.08.2018]
18. SME Export Promotion Council, Activities of the Council, [Internet] Available at: <http://smeepcofindia.com/activities.aspx>, [Accessed 06.08.2018]
19. SME Export Promotion Council, Support Services To Indian SMEs, [Internet] Available at: <http://smeepcofindia.com/services.aspx>, [Accessed 06.08.2018]
20. SME Export Promotion Council, Assistance To Overseas Buyers, Importers & Manufacturers, [Internet] Available at: http://smeepcofindia.com/services_Overseas.aspx, [Accessed 06.08.2018]
21. SME Business Management Institute, 2018, About The Institute, [Internet] Available at: <http://smeinstituteofindia.com>, [Accessed 06.08.2018]
22. SME Business Management Institute, 2018, Activities, [Internet] Available at: <http://smeinstituteofindia.com/activities.php>, [Accessed 06.08.2018]
23. Indian SME Knowledge Forum, About the Forum, [Internet] Available at: <http://smeknowledgeforum.com>, [Accessed 06.08.2018]
24. Indian SME Knowledge Forum, Activities, [Internet] Available at: <http://smeknowledgeforum.com/activities.aspx>, [Accessed 06.08.2018]
25. SME Technology Development Center, About Center, [Internet] Available at: http://www.empowertosme.com/about_us.aspx, [Accessed 06.08.2018]
26. SME Connect, Introduction, [Internet] Available at: <http://smeconnect.in>, [Accessed 06.08.2018]
27. SRCI, About SRCI, [Internet] Available at: <http://smereasearchcentre.com/Default.aspx#>, [Accessed 06.08.2018]
28. SRCI, Our Services, [Internet] Available at: <http://smereasearchcentre.com/Services.aspx>, [Accessed 06.08.2018]

29. SME Business Club, Introduction, [Internet] Available at: <http://smebusinessclub.in>, [Accessed 06.08.2018]
30. SME Business Club, Activities, [Internet] Available at: <http://smebusinessclub.in/Activities.php>, [Accessed 06.08.2018]
31. India - Japan SME Business Council, About the Council, [Internet] Available at: http://indiajapanbizcouncil.com/About_Council.html, [Accessed 06.08.2018]
32. SME Support, 2017, How SME policies are implemented in Japan, [Internet] Available at: <http://www.smrj.go.jp/english/about>, [Accessed 30.07.2018]
33. SME Support, 2017, Activities, [Internet] Available at: <http://www.smrj.go.jp/english/activities>, [Accessed 30.07.2018]
34. J-Goodtech, 2017, Benchmark Stories, [Internet] Available at: <https://jgoodtech.jp/pub/en/featured/benchmark/trengthen-collaboration-between-sems.html>, [Accessed 07.08.2018]
35. A*STAR, 2018a, Programmes for SMEs Overview, [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Overview>, [Accessed 30.07.2018]
36. A*STAR, 2018b, TECH DEPOT, [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Tech-Depot>, [Accessed 30.07.2018]
37. A*STAR, 2018c, TECH ACCESS, [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Tech-Access>, [Accessed 30.07.2018]
38. A*STAR, 2018d, Operation & Technology Roadmapping (OTR), [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Operation-Technology-Roadmapping>, [Accessed 30.07.2018]
39. A*STAR, 2018e, Technology for Enterprise Capability Upgrading (T-UP), [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Technology-for-Enterprise-Capability-Upgrading>, [Accessed 30.07.2018]
40. A*STAR, 2018f, Technical Advisory (TA), [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Technical-Advisory>, [Accessed 30.07.2018]
41. A*STAR, 2018g, A*STAR Collaborative Commerce Marketplace (ACCM), [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/A-STAR-Collaborative-Commerce-Marketplace>, [Accessed 30.07.2018]
42. A*STAR, 2018h, Faster Time to Market, [Internet] Available at: <https://www.a-star.edu.sg/Collaborate/Programmes-for-SMEs/Faster-Time-to-Market>, [Accessed 30.07.2018]
43. Liu, X., 2008, SME Development in China: A Policy Perspective on SME Industrial Clustering, in Lim, H. (ed.), SMEs in Asia and Globalization, ERIA Research Project Report 2007-5, pp.37-68
44. SME Corp, 2017, Pioneering business transformation; Transforming to better serve the nation, Annual Report 2016

