

نقش خدمات توسعه کسب و کار (BDS) در بهبود اشتغال از طریق پیشرفت شرکت‌های کوچک و متوسط

محمد خادمی کله‌لو*، میلاد پورزارع

* نویسنده مسئول، استادیار گروه جامعه و پشرفت، پژوهشکده مطالعات فناوری، تهران، ایران. (رایانامه: Khademi@tsi.ir).
پژوهشگر، پژوهشکده مطالعات فناوری، تهران، ایران (رایانامه: pourzare.milad@gmail.com).

چکیده

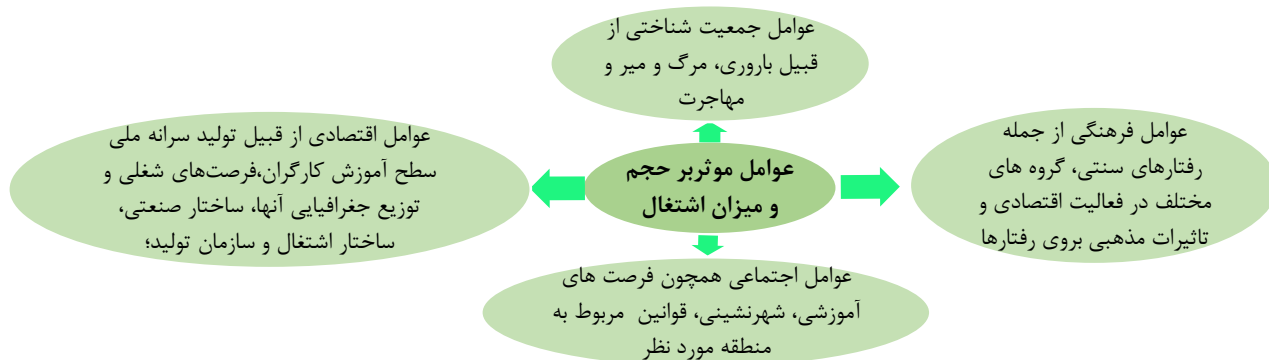
توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط یکی از راه‌های مقابله با فقر و افزایش اشتغال و از شاخص‌های تعیین‌کننده وضعیت اقتصادی هر کشوری است. خدمات توسعه کسب‌وکار یک ابزار بسیار مهم برای حمایت از توسعه و رشد اقتصادی شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط است. خدمات توسعه کسب‌وکار یک مفهوم کلی است و دامنه خدمات ارائه‌شده شامل خدمات عملیاتی، مشورتی و حمایتی می‌شود. کانال‌های خدمات کسب‌وکار به دو روش توسعه سنتی (واریز مستقیم پول جهت دریافت خدمات) و توسعه بازار (پرداخت یارانه جهت دریافت خدمات توسعه کسب‌وکار) به شرکت‌های کوچک و متوسط خدمات ارائه می‌کنند. بازیگران خدمات توسعه کسب‌وکار بسته به دیدگاه‌ها، وظایف و قابلیت‌های خود در قالب سازمان‌های دولتی، تأمین‌کننده‌های مالی، و ارائه‌دهندگان خصوصی خدمات توسعه کسب‌وکار، به ارائه خدمات به شرکت‌های کوچک و متوسط می‌پردازند، و این مداخلات در سطوح خرد، متوسط و کلان انجام می‌پذیرد. سازمان توسعه ملل متحد از اصلی‌ترین سازمان‌های حمایتی و برنامه‌ریزی‌کننده در این زمینه است که اکثر کشورها برنامه‌های توسعه خدمات کسب‌وکار خود را بر اساس چارچوب نظری ارائه‌شده توسط این سازمان پیش می‌برند. هدف از این مطالعه بررسی پژوهش‌های پیشین جهت آشنایی با خدمات توسعه کسب‌وکار و حمایت سازمان‌های دولتی و غیردولتی از آن‌هاست، تا میزان هدفمند بودن و همچنین موفقیت‌آمیز بودن فعالیت‌های آن‌ها مخصوصاً در مناطق کمتر توسعه‌یافته مشخص شود. تا در نتیجه آن با کمک مطالعات انجام‌شده بتوان سازوکاری منطق بر شرایط موجود و با پیروی از برنامه‌های ارائه‌شده توسط سازمان‌های بین‌المللی برای خدمات توسعه کسب‌وکار ارائه کرد، به‌نحوی که بهترین عملکرد را در جهت توسعه کسب‌وکارهای کوچک و افزایش اشتغال داشته باشد.

واژگان کلیدی: اشتغال، خدمات توسعه کسب‌وکار، BDS، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، SMEs

۱- مقدمه

اهمیت اشتغال

بیکاری یکی از بزرگ‌ترین معضلاتی است که توازن و تعادل جامعه را برهم می‌ریزد و باعث ایجاد بحران در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سلامتی و سیاسی می‌شود. از بارزترین اثرات بیکاری می‌توان به کاهش درآمد اشاره کرد (شریفی، ۱۳۹۰) و این فرایند علاوه بر خود فرد و خانواده کل جامعه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. (Pigou, 2013) در واقع شغل علاوه بر ایجاد مزایای اقتصادی یک معیار مهم از قشربندی اجتماعی به حساب می‌آید که نوع و کیفیت آن بر رفتارهای فردی و اجتماعی نیز اثرگذار است. (Richard, 1986; Murtagh 2019). در مجموع، جامع‌ترین تعریفی که از اشتغال‌پذیری می‌توان ارائه داد: توانایی شخص برای به دست آوردن اولین شغل، حفظ آن، جایجایی بین نقش‌ها و فعالیت‌های کاری در یک سازمان و در شکل بهینه آن تثبیت کار مناسب و انجام مؤثر آن است (باصری و یساقی، ۱۳۹۳). عوامل زیادی بر حجم و میزان اشتغال تأثیرگذار هستند (Hillage and pollard, 1998) که در این بین، چهار عامل اشاره‌شده در شکل ۱ از مهم‌ترین عوامل هستند



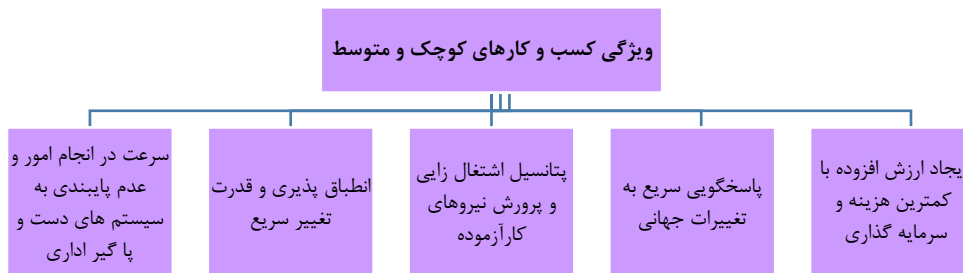
شکل ۱: اصلی ترین عوامل مؤثر بر حجم و میزان اشتغال (شایان، ۱۳۸۰)

تأثیر کسب و کارهای کوچک و متوسط در بهبود وضعیت اشتغال

از شاخص های تعیین کننده وضعیت اقتصادی هر کشوری میزان رونق کسب و کار آن است، کسب و کار در کشورها هر چه شفاف تر و رقابتی تر باشد منجر به افزایش سلامت اقتصادی کشورها و اتخاذ سیاست های مطلوب شده و روند بهبودی شاخص های اقتصادی را در پی خواهد داشت (Schmitt-Grohé and uribe, 2003). ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک یکی از این راهبردهاست که در سال های اخیر مورد توجه دولت مردان کشورهای مختلف قرار گرفته است (Simeon and Goldmark, 2009). کسب و کار کوچک، کسب و کاری است که معمولاً در اختیار بخش خصوصی باشد، تعداد شاغلین آن محدود و فروش تولیدات آن نیز کم است. (Masutha and Rogerson, 2015). در ایران نیز برای دسته بندی و تعریف، بنگاه ها را به ۴ گروه خرد (۱-۹ کارگر)، کوچک (۱۰-۴۹ کارگر)، متوسط (۵۰-۹۹ کارگر) و بزرگ (بیش از ۱۰۰ کارگر) تقسیم بندی کرده اند (کلانتری، ۱۳۷۵).

ویژگی های کسب و کارهای کوچک و متوسط

اهداف عمومی از تشکیل بنگاه های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مشترک است (Berisha and pula, 2015) اما دخالت یا عدم دخالت دولت و همچنین اهداف تخصصی بنگاه های کوچک و متوسط باعث ایجاد وجه تمایز آن ها از یکدیگر می شود (Abugu and Abuja, 2020). کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرین با داشتن ویژگی های منحصر به فرد (Berisha and pula, 2015) که در شکل ۲ به آن ها اشاره شده است نقش حیاتی برای نظام تصمیم سازی و تصمیم گیری (Kiseleva et al., 2016) در هر کشور به ویژه کشورهای در حال توسعه دارند (Wilkinson and Brouthers, 2006).



شکل ۲: ویژگی کسب و کارهای کوچک و متوسط

۲- روش پژوهش

این پژوهش به روش توصیفی و تحلیلی انجام شده است و برای گردآوری اطلاعات از روش اسنادی-کتابخانه‌ای استفاده شده است تا با بررسی اسناد و مقالات ارائه شده بتوان بیشتر با خدمات توسعه کسب و کار و ارائه دهندگان آن‌ها آشنا شد و همچنین درک درستی از چرایی و چگونگی فعالیت آن‌ها به دست آورد تا بدین وسیله نیازهای خوشه‌های صنعتی به عامل توسعه مشخص شود.

۳- مبانی نظری

خدمات توسعه کسب و کار^۱ (BDS) یک ابزار بسیار مهم برای حمایت از توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط است که به ایجاد اشتغال، درآمد (George, & Kirkpatrick, 2004) و کمک به توسعه و رشد اقتصادی مخصوصاً در مناطق فقیرنشین کمک می‌کند (Hobohm, 2001). در پی تحولات اقتصادی، اجتماعی و دموکراتیک، سازمان‌های مختلف بین‌المللی و تأمین‌کنندگان مالی مانند برنامه توسعه ملل متحد^۲ (UNDP)، انجمن توسعه بین‌الملل^۳ (IDA)، و سایر سازمان‌های مربوطه در ایجاد عامل خدمات توسعه کسب و کار فعال شدند، ولی با وجود اینکه اهداف عوامل توسعه‌دهنده کسب و کار در کشورهای مختلف تقریباً مشابه است ولی برنامه‌های اجرایی و همچنین ارگان‌ها حمایتی از آن‌ها متفاوت است که همین تفاوت‌ها منجر به نتایج متفاوت در کشورهای مختلف شده است. (Rubalcaba, 2012). افزایش کارایی شرکت‌های خدمات توسعه کسب و کار باهدف افزایش عملکرد، افزایش دسترسی به بازارها، بهبود رقابت‌پذیری و سودآوری آن‌ها انجام می‌شود. (Masutha, and Rogerson, 2014). رسیدن به این اهداف نیازمند طیف گسترده‌ای از پشتیبانی‌های غیرمالی از قبیل دسترسی به بازار، زیرساخت‌ها، حمایت از سیاست‌ها، مشاوره حقوقی، مشاوره حسابداری، تأمین ورودی، آموزش فنی، توسعه فناوری محصول، مکانیسم‌های جایگزین تأمین مالی و همچنین پشتیبانی از رشد کسب و کارها است (Tanburn, 2002).

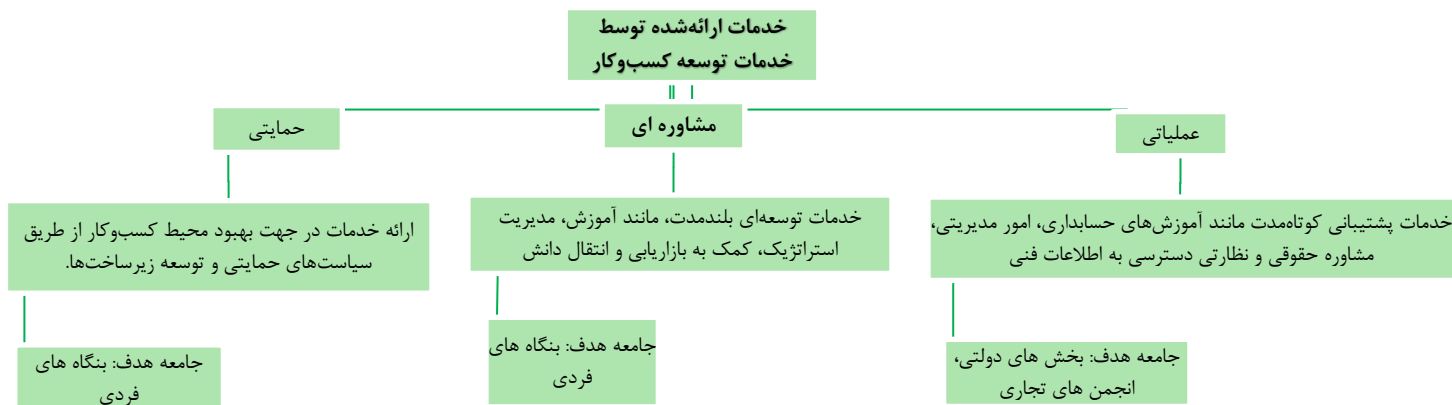
خدمات و اهداف خدمات توسعه کسب و کار

خدمات توسعه کسب و کار یک مفهوم جامع است که در جهت شناسایی فرصت‌های تجاری، ارائه به‌روز و قابل اعتماد اطلاعات، پشتیبانی و کمک به توسعه برنامه‌های تجاری، کمک به راه‌اندازی مشاغل توسط شرکت‌های کوچک و متوسط، بازاریابی محصولات و خدمات، تحقیق و توسعه، نوآوری‌ها و نوسازی فعالیت می‌کند. دامنه فعالیت‌های ارائه شده خدمات توسعه کسب و کارها متفاوت است و شامل خدمات عملیاتی، مشورتی و حمایتی می‌شود که در شکل ۳ به آن اشاره شده است و جوامع هدف آن‌ها نیز مشخص شده است. علاوه بر این در برخی کشورها در زمینه محیط‌زیست نیز به ارائه خدمات می‌پردازند. (Edgcom & Girardo, 2012; Ageze, 2006)

¹ Business development services

² United Nations Development Programme

³ International Development Association



شکل ۳: خدمات ارائه شده توسط خدمات توسعه کسب و کار

خدمات ذکر شده در شکل ۳ معمولاً به وسیله بخش دولتی، یا بنگاه های تجاری خصوصی انجام می گیرد و بیشتر در قالب حمایت های مالی، کمک به حذف موانع ورود به بازار، تسهیل قوانین مالکیت های معنوی و ترویج توسعه زیرساخت ها انجام می شود (Enterprises, 2020; Forsman, 2008). برخی از مدل های خدمات توسعه کسب کار در قالب های مشاوره ای و حمایتی که به بهبود قدرت رقابتی شرکت های کوچک و متوسط کمک می کند به طور خلاصه در جدول ۱ ارائه شده است

جدول ۱: خدمات مشاوره ای و حمایتی توسعه دهندگان کسب و کار (Enterprises, 2020; Forsman, 2008).

مشورتی	حمایتی	
تعیین چارچوب مقررات برای فعالیتهای پیمانکاری، رویکرد مشترک تجاری و کنسرسیوم، مأموریت ها و جلسات تجاری، برقراری توافقنامه های تجارت آزاد و سرمایه گذاری، رفع موانع غیر تعرفه ای و تسهیل تجارت و تدارکات.	تحقیقات بازاریابی، هوش استراتژیک، توسعه کسب و کار، استفاده بهینه از فرصت های در حال ظهور و تحقیقات بازار، رفع موانع بازار، حضور در نمایشگاه های تجاری، بهبود بسته بندی و برند سازی، تبلیغات و توسعه محصول جدید.	دسترسی و توسعه بازار
زیرساخت های فیزیکی مانند، جاده ها و بندرها، منابع تغذیه و آب و برق در شهرک های صنعتی، انتقال آسان پول، دسترسی به اینترنت.	نیار و انبارداری، حمل و نقل و توزیع، برقراری زیرساخت های مخابراتی، خدمات کامپیوتری	زیرساخت های حمایتی
یجاد گروه های خرید عمده، اطلاعات در مورد منابع تأمین مواد اولیه	ارتباط شرکت های کوچک و متوسط با تأمین کنندگان مواد اولیه	تدارکات (حمایتی)
طراحی، مراکز رشد ملی نوآوری	ارتباط مراکز رشد فناوری و نوآوری، ارتباط با تأمین کنندگان فناوری، قیمت گذاری و انتقال فناوری و تجاری سازی، بهبود بهره وری محصولات، اجاره تجهیزات	فناوری و توسعه محصول

کانال های ارائه خدمات توسعه کسب و کار سنتی در مقابل بازار محور

کانال سنتی^۱ (TD) برای ارائه خدمات توسعه کسب و کار در کشورهای در حال توسعه معمولاً از طریق سازمان های دولتی، آژانس های توسعه، و سازمان های غیردولتی وابسته برنامه ریزی می شود. (Phare, 2000) به عبارت دیگر، این رویکرد شامل ایجاد سازمانی برای ارائه مستقیم خدمات توسعه کسب و کار به شرکت های کوچک و متوسط است؛ که معمولاً به شکل یک سازمان غیردولتی است (PROSPERITY, 2015; Sievers et al., 2003). از ویژگی های بارز این رویکرد نقش یارانه های دولتی در توانمندسازی شرکت های کوچک و متوسط برای دریافت خدمات توسعه کسب و کار بدون هیچ هزینه یا با هزینه بسیار کم است (Choudhary, 2003). اگرچه قصد عاملین خدمات توسعه کسب و کار در کاهش هزینه چنین خدماتی قابل تحسین است، اما مطالعات ارزیابی در بسیاری از کشورها تعدادی پیامدهای منفی ناخواسته را نیز نشان داده است که این پیامدها موجب ناپایداری

¹ Traditional development

برنامه‌های خدمات توسعه کسب و کار می‌شود. (UNDP, 2004A) از عوامل ایجاد این ناپایداری‌ها می‌توان به ۱: انحصاری کردن فعالیت ارائه خدمات توسعه کسب و کار و ممانعت از رقابت شرکت‌های خصوصی ۲: تأثیر منفی ارائه خدمات یارانه‌ای بر کیفیت خدمات ارائه شده ۳: عدم ایجاد حساسیت به سیگنال‌های بازار به دلیل افزایش فعالیت‌های عرضه محور خدمات کسب و کار نسبت به فعالیت‌های تقاضا محور ۴: ایجاد فرهنگ وابستگی در دو سطح شرکت‌ها و دولت، همچنین به فقدان قدرت استقلال و ابتکار عمل در شرکت‌های کوچک و متوسط اشاره کرد. به همین دلیل برخی از دولت‌ها برای رفع این مشکلات از رویکرد توسعه بازار^۱ (MT) استفاده می‌کنند که به‌عنوان پاسخی به ناپایداری‌ها ذکر شده در رویکرد سنتی محور مطرح شده است. (Miehlbradt, 2003). در روش توسعه بازار برخلاف ارائه مستقیم کمک‌های مالی، تأمین‌کننده‌ها و دولت به دنبال تسهیل افزایش پایدار تقاضا و عرضه خدمات هستند، جایی که یارانه‌ها درازای خدمات نهادهای ارائه‌دهنده خدمات توسعه کسب و کار به آن‌ها داده می‌شود. در این روش از ظرفیت ارگان‌های خصوصی استفاده می‌شود تا خدمات توسعه کسب و کار را به بخش مربوط به شرکت‌های کوچک و متوسط تحویل دهند. از آنجاکه این شرکت‌ها در رقابت مستقیم با یکدیگر هستند، با افزایش ارائه خدمات مربوط به توسعه کسب و کار پیشرفت سریع شرکت‌های کوچک و متوسط و عملیاتی شدن بهتر طرح‌های عاملین توسعه اتفاق می‌افتد (Harper, 2001) این رویکرد تعداد ارائه‌دهندگان و رقابت آن‌ها را به حداکثر می‌رساند. همچنین انگیزه سود بیشتر به ارائه‌دهندگان خدمات باعث ایجاد خدمات پایدار و باکیفیت عاملین توسعه کسب و کار مطابق با برنامه توسعه دولت‌ها و وام‌دهندگان می‌شود. در این زمینه، تأکید تأمین‌کنندگان مالی بیشتر بر کمک‌های اولیه مانند افزایش ظرفیت، افزایش آگاهی، انتشار اطلاعات، بازاریابی آزمایشی و توسعه خدمات و فعالیت‌های پس‌از آن، مانند بازخورد مشتری و نظارت و ارزیابی است. (Choudhary, 2003; UNDP, 2004A). جدول ۲ تفاوت‌های بین رویکردهای سنتی و بازار گرا را توضیح می‌دهد.

جدول ۲: تفاوت‌های بین رویکردهای سنتی و بازار گرا (Miehlbradt, 2003)

مداخلات توسعه سنتی	مداخله توسعه بازار	
یک سازمان غیرانتفاعی یا دولتی خدمات توسعه کسب و کار را به شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهد	بازار عمدتاً بخش خصوصی متشکل از تأمین‌کنندگان رقیب، خدمات مختلفی را به شرکت‌های کوچک و متوسط می‌فروشد	چشم‌انداز
راه‌اندازی شرکت‌های کوچک و متوسط می‌تواند از عهده آن برآیند	تشویق سایر نهادها به ارائه خدمات به شرکت‌های کوچک و متوسط	هدف
تشخیص نیازها، نظرسنجی‌ها	رزیابی بازار (تقاضا، عرضه، پتانسیل)	نقطه شروع
راه مستقیم از طریق یک نهاد واحد و محلی	تسهیل، تنظیم، توسعه محصولات و همکاری با بیش از یک تأمین‌کننده	نقطه مداخله
دائمی: اگر قرار است خدمات در اختیار شرکت‌های کوچک و متوسط قرار گیرد، برنامه‌های موقت: حمایت توسعه‌دهندگان با توسعه بازارها کنار گذاشته می‌شود	تأمین‌شده توسط اهداکنندگان باید ادامه یابد	مدت‌زمان مشارکت
پشتیبانی از خدمات رایگان یا کم‌هزینه به شرکت‌های کوچک و متوسط. در بلندمدت موجه	حمایت از تأمین‌کنندگان یا کمک‌های موقت به مشتریان.	یارانه‌ها
ست نمی‌توان انتظار داشت که شرکت‌های کوچک و متوسط هزینه‌های کامل را بپردازند	توسط یارانه و کمک‌های مالی حمایت‌کننده‌ها تأمین می‌شوند.	منابع
بناگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای درحال توسعه و شرکت‌های کوچک‌تر، ممکن است در پرداخت هزینه خدمات با مشکل مواجه شوند	بناگاه‌های کوچک و متوسط می‌توانند بدون پرداخت هزینه، اما نه برای مدت طولانی، پشتیبانی دریافت کنند	ظرفیت پرداخت بناگاه‌های کوچک و متوسط

باوجود مزیت‌های کانال‌های بازار گرا بر کانال‌های سنتی بخش دولتی، باید در نظر داشت کدام مورد در کدام مرحله توسعه، بیشتر باعث رشد می‌شود. از طرفی برخی از کشورهای درحال توسعه فاقد منابع انسانی لازم برای حمایت از ارائه‌دهندگان خصوصی خدمات توسعه کسب و کار می‌باشند و حمایت دولت و سازمان‌های تأمین‌کننده مالی ممکن است تنها گزینه باشد. همچنین

¹ marketing development

داشتن عاملین توسعه به اندازه کافی در کشورهای در حال توسعه در مراحل ابتدایی به حمایت نیاز دارد زیرا آن‌ها حتی تأمین منابع اولیه مالی مورد نیاز برای راه‌اندازی شرکت‌های خود را نیز به سختی فراهم می‌کنند. از طرفی وقتی ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار فاقد کارایی و تخصص لازم باشند از لحاظ قیمتی نیز برای شرکت‌های کوچک و متوسط که از لحاظ مالی مشکل دارند به صرفه‌تر است. ولی باید در نظر داشت که در اکثر موارد پایین بودن قیمت با کیفیت و میزان ارائه خدمات مطلوب ارتباط مستقیم دارد، در همین راستا حل این مشکل نیازمند سیاست‌گذاری و برنامه‌های ملی است. (UNDP2004A). بدین صورت که دولت بر اساس برنامه‌های تعریف شده اقدام به تربیت عاملین توسعه کرده و با پرداخت یارانه به شرکت‌های کوچک و متوسط منجر به دریافت خدمات مناسب توسعه کسب‌وکار می‌شود و شرکت‌های کوچک و متوسط زمانی که به سودآوری رسیده باشند از خدمات یارانه‌ای جدا شده و به سیستم خدمات توسعه کسب‌وکار مبتنی بر بازار منتقل می‌شوند (Goldmark, 1999). به نظر می‌رسد رویکرد توسعه بازار مزایای متعددی نسبت به روش توسعه سنتی دارد. باین حال، به دلیل این واقعیت که الگو و مدل جدید است، هنوز ارزیابی کاملی نسبت به اثرگذاری و پایداری آن انجام نشده است. هنوز روشن نیست که رویکرد توسعه بازار در خدمات کسب‌وکار در مناطق فقیرنشین و حومه‌ای که ارائه‌دهندگان خصوصی خدمات کسب‌وکار مانند مشاوره‌های تجاری، حسابداری و شرکت‌های حقوقی عمدتاً به دلیل قدرت مالی ضعیف شرکت‌های کوچک و متوسط فعالیت‌های خود را محدود می‌کنند تا چه اندازه مؤثر است (Choudhary, 2003). میزان پایداری ارائه‌دهندگان خدمات کسب‌وکار بستگی به نوع خدمات ارائه شده دارد (Harper, 2001; Van Heerden, 2012).

بازیگران خدمات توسعه کسب‌وکار و نقش آن‌ها

بازیگران خدمات توسعه کسب‌وکار بسته به دیدگاه‌ها، وظایف و قابلیت‌های خود نقش‌های متفاوتی دارند که در شکل ۴ به خلاصه‌ای از ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار و رابط آن‌ها با شرکت‌های کوچک و متوسط اشاره شده است.



شکل ۴. بازیگران خدمات توسعه کسب‌وکار و نقش آن‌ها (Abe et al., 2015)

تأمین کنندگان خدمات توسعه کسب‌وکار در چند دهه گذشته به طور فزاینده‌ای متنوع و پیچیده شده‌اند. اهمیت خدمات توسعه کسب‌وکار برای عملکرد و رقابت شرکت‌های کوچک و متوسط به طور روزافزون شناخته شده است که باعث افزایش تنوع بازیگران کلیدی در این زمینه شده است؛ که این افزایش تنوع باعث کاهش قیمت خدمات عاملین توسعه کسب‌وکار شده است (Abe et al., 2015)

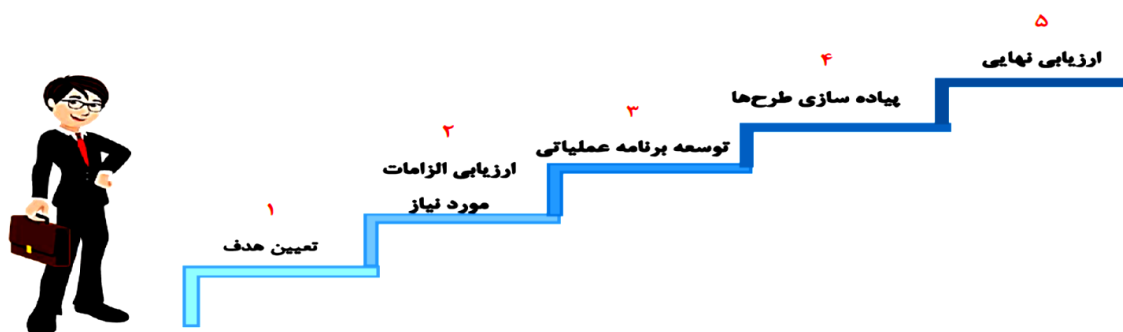
سطوح مداخلات ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار

سطوح متعددی برای مداخلات خدمات توسعه کسب‌وکار در هر بازاری وجود دارد. در این زمینه، یک ارتباط تنگاتنگ بین سطوح خرد، متوسط و کلان اقتصادی برای عامل موفق توسعه خدمات کسب‌وکار در جهت حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط موردنیاز است. هر یک از ذینفعان، مانند دولت، وام‌دهندگان، انجمن‌های تجاری یا سازمان‌های غیردولتی در بخش خدمات توسعه کسب‌وکار، برای پیاده‌سازی کارآمد خدمات خود و دستیابی به توسعه بخش شرکت‌های کوچک و متوسط باید از این محیط به‌هم‌پیوسته آگاه باشند. آژانس‌های توسعه‌دهنده شرکت‌های کوچک و متوسط در مورد عاملین توسعه کسب‌وکار یک طرح کلی از فعالیت‌های کلیدی در هر سطح ارائه می‌دهند که به‌طور خلاصه به آن اشاره شده است (Amha, 2006; Goyal et al., 2018)

۱: سطح خرد

آموزش: آموزش، رایج‌ترین روش ارائه‌دهندگان عاملین توسعه کسب‌وکار است، طیف وسیعی از فعالیت‌های آموزشی را برای تسهیل‌کنندگان، مربیان و گروه‌های کارآموزان ارائه می‌دهند.

مشاوره: این نوع مداخله خدمات توسعه کسب‌وکار اقدامات مشاوره‌ای را برای شرکت‌های کوچک و متوسط مستقل فراهم می‌کند. در واقع مشاوره ابزار سنتی جهت ارتقاء شرکت‌های کوچک و متوسط است و معمولاً با فعالیت‌های قبل از سرمایه‌گذاری و طرح‌های دریافت وام مرتبط است.



شکل ۵: اقدامات مشاوره‌ای در خدمات توسعه کسب‌وکار

<http://fpco-future-proofing-careers-and-organisations.finance4learning.com/business-development-consulting>

فرایند مشاوره از ۵ مرحله اصلی تشکیل شده است، ۱: تعیین هدف ۲: ارزیابی الزامات موردنیاز ۳: توسعه برنامه عملیاتی ۴: پیاده‌سازی طرح‌ها و ۵: ارزیابی نهایی. مراحل ذکر شده اصلی‌ترین مراحل مشاوره می‌باشند.

دسترسی به اطلاعات بازار: شرکت‌های کوچک و متوسط با دسترسی به اطلاعات بازار می‌توانند به راحتی به تغییرات آن پاسخ دهند، فرصت‌های جدید بازار را دنبال کرده و در نهایت رقابتی‌تر شوند. به همین دلیل تعدادی از فعالیت‌های حمایت‌کنندگان در جهت افزایش اطلاعات شرکت‌های کوچک و متوسط در این زمینه است. این فعالیت‌ها شامل افزایش ارتباطات با شرکت‌ها و انجمن‌های تجاری، فراهم کردن شرایط حضور در نمایشگاه‌های تجاری و جمع‌آوری اطلاعات بازار است.

پیوندهای تجاری: مداخلات خدمات توسعه کسب‌وکار برای بهبود ارتباطات تجاری بین شرکت‌های کوچک و متوسط و شرکت‌های بزرگ بر سه نوع اصلی متمرکز شده است: پیمانکاری فرعی، دادن حق رأی و خوشه‌های تجاری. این رویکردها به منظور پیوند یا ادغام شرکت‌های کوچک و متوسط در پروژه‌های شرکت‌های بزرگ است. پیمانکاری شامل قرارداد یک شرکت بزرگ با

تأمین کنندگان کوچک است و بر اساس آن تأمین کنندگان می توانند کار را با سایر شرکت های کوچک به صورت زیر قرارداد منعقد کنند. نوع دوم، دادن حق رأی، به زمانی اطلاق می شود که یک شرکت حق تولید یا فروش کالایی را تحت استانداردها و رویه های خاصی به شرکت دیگر بفروشد. نوع سوم، خوشه های تجاری، شامل تنظیمات تولید و عرضه در بخش های خوشه های صنعتی است.

۲: سطح متوسط

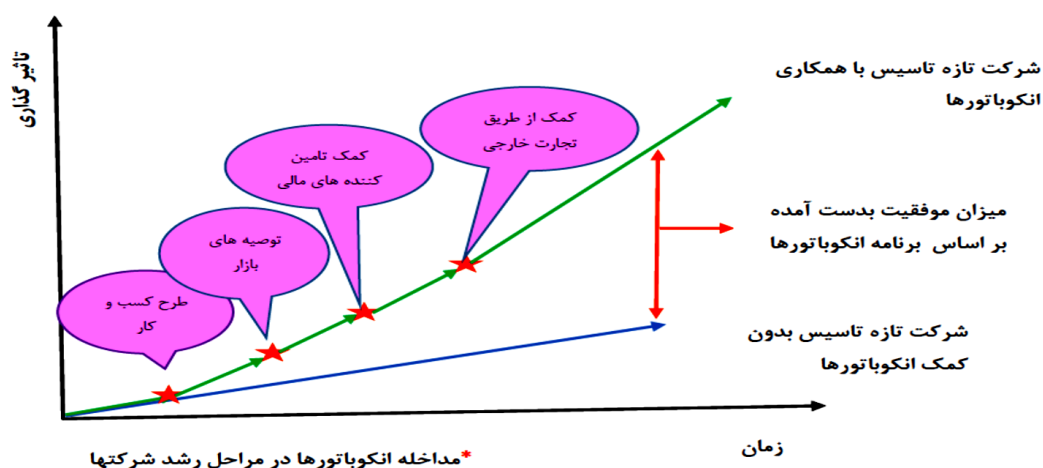
بیشتر بودجه تأمین کنندگان مستقیماً به شرکت ها تحویل داده نمی شود بلکه به سمت ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار محلی و ملی هدایت می شود. هدف از مداخلات سطح متوسط، بهبود ظرفیت ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار برای گسترش خدمات بهتر، افزودن محصولات جدید، گسترش گروه های هدف و تقویت سازمان های مرتبط است. این سازمان های سطح متوسط را می توان به دودسته تقسیم کرد: سازمان های عضو و سازمان های ارائه دهنده خدمات. سازمان های عضو مانند انجمن های تجاری، اتاق های بازرگانی و تعاونی ها که برای نشان دادن منافع خود و ارائه خدمات برای اعضا، توسط شرکت های کوچک و متوسط ایجاد شده یا متعلق به آنها است. در حالیکه سازمان های ارائه دهنده خدمات متعلق به سازمان های دولتی، غیردولتی و شرکت های خصوصی، مانند شرکت های مشاوره و مؤسسات آموزشی هستند. سازمان های عضو، مانند انجمن های تجاری توانایی بالقوه خود را برای حفظ منافع شرکت های کوچک و متوسط نشان داده اند، اما ظرفیت آنها توسعه نیافته است. که شامل شرکت های خصوصی در یک صنعت یا صنایع مختلف هستند که در زمینه تقویت بازار فعالیت دارند. از فعالیت های آنها می توان به مشاوره به بخش دولتی در زمینه تدوین سیاست ها، تلاش برای بهبود حقوق مالکیت و مقررات، تحت فشار قرار دادن بخش دولتی برای رسیدگی به زیرساخت های حیاتی، ارائه اطلاعات بازار و فعالیت های تبلیغاتی مرتبط، برگزاری جلسات آموزشی برای توسعه مهارت و ظرفیت، سازمان دهی همایش ها، نمایشگاه های تجاری و مدیریت انتقال فناوری از طریق همکاری بین شرکت ها اشاره کرد (Brimble, 2002; George 2020). در میان سازمان های ارائه دهنده خدمات، سازمان های دولتی به عنوان ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار به دلیل دخالت های سیاسی و سیستم های پیچیده اداری از تأثیر کمتری برخوردارند. از طرفی، سازمان های غیردولتی کار آیی خود را به عنوان ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار در بازار ثابت کرده اند. سازمان های تجاری با رویکرد تجاری خود و مستقل بودن از فعالیت های سیاسی این پتانسیل را دارند که موفق ترین ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار به شرکت های کوچک و متوسط باشند. با این حال، این خطر وجود دارد که ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار سودمحور بر مناطق خاصی از خدمات تمرکز کنند و سایر موارد مورد نیاز شرکت های کوچک و متوسط را نادیده گرفته شود. به عنوان مثال، در اندونزی، یک نظرسنجی نشان داد نهادهای خصوصی تنها ۱۰ الی ۱۵ درصد عاملین توسعه تجارت را ارائه می دهند و بیشتر در مناطق شهری فعال هستند، در حالیکه سازمان های حمایتی بیشترین فعالیت های خود را در مناطق روستایی انجام می دهند؛ که این از تأثیرات مثبت حمایت های دولتی در کانال های سنتی ارائه عاملین توسعه کسب و کار است (Niemann, 2001; Van der Kamp 2004).

۳: سطح کلان

همه ذینفعان یک اقتصاد بر اهمیت سیاست و مقررات سطح کلان در توسعه شرکت های کوچک و متوسط توافق دارند. محیط اقتصاد کلان که برای خدمات توسعه کسب و کار مناسب است بر چهارستون اصلی استوار است: ۱: اقتصاد کلان پایدار ۲: اقتصاد خرد رقابتی ۳: پیوندهای جهانی و ۴: سرمایه گذاری بروی نیروی انسانی. در این چارچوب ایجاد محیط مساعد برای توسعه شرکت های کوچک و متوسط و حمایت از مؤسسات مالی خرد در اولویت است (Van der Kamp, 2004; Caniels WT AL., 2006)

مراکز رشد (انکوباتورها)

یکی از بهترین عاملین ارائه‌دهنده خدمات توسعه کسب‌وکارها برای فراهم کردن زمینه‌های رشد شرکت‌های کوچک و متوسط مراکز رشد و فناوری (انکوباتورها) هستند. مراکز رشد و فناوری در سراسر جهان به‌عنوان وسیله‌ای مؤثر برای ارتقاء و حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط در تبدیل شدن به کارآفرینان نوآور در تبدیل نتایج فناوری به محصولات و خدمات جدید مورد استفاده قرار گرفته‌اند. مراکز رشد و فناوری (انکوباتورها) کسب‌وکار به‌عنوان سازمانی که شرایط کنترل‌شده‌ای را توسعه می‌دهند، تعریف می‌شوند تا در پرورش شرکت‌های جدید با محوریت رشد یا نوآوری کمک کنند (Busler & Mubarak, 2011). تخمین زده است که تقریباً ۷۰۰۰ انکوباتور یا همان مراکز رشد تجاری و فناوری در سراسر جهان وجود دارد. یک انکوباتور یا مرکز رشد تجاری و فناوری می‌تواند یک سازمان انتفاعی یا غیرانتفاعی باشد که توسط مؤسسات دولتی، خصوصی یا دانشگاهی و یا از طریق مشارکت عمومی و خصوصی اداره می‌شود. اگرچه مراکز رشد می‌توانند انواع مختلفی از مشاغل را مورد هدف قرار دهند، بسیاری از آنها به سمت مشاغل تحت هدایت فناوری و ارائه خدمات مناسب، مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیست‌شناسی و علوم زیستی، انرژی، مواد اولیه و تجارت کشاورزی حرکت می‌کنند زیرا بسیاری از حامیان برنامه‌های مراکز رشد یا همان انکوباتورها از طریق نوآوری و تجاری‌سازی فناوری، سرعت بخشیدن به رشد صنعت و ایجاد شغل را هدف قرار می‌دهند. مراکز رشد یا همان انکوباتورها ایجاد مشاغل را تسهیل می‌کنند و به کارآفرینان تا بلوغ مالی آنها کمک می‌کنند، یعنی تا زمانی که آنها توانایی «زنده ماندن» در محیط رقابتی خارجی را دارا باشند (Wagner, 2006). انکوباتورها علاوه بر تسهیل دسترسی به سرمایه، تشخیص و درمان موضعی مشکلات تجاری را ارائه می‌دهند، بنابراین شکست اولیه را به میزان چشمگیری کاهش داده و عملکرد آنها را افزایش می‌دهند (Gerlach & Brem, 2015). شکل ۴ اهداف و چارچوب برنامه‌های مراکز رشد یا همان انکوباتورها را نشان می‌دهد.



شکل ۶: اهداف مراکز رشد و فناوری (انکوباتور) (Sridhar et al., 2013)

همان‌گونه که در شکل ۶ مشاهده می‌شود مراکز رشد یا همان انکوباتورها در تمامی مراحل رشد و پیشرفت شرکت‌ها در کنار آنها هستند، اقدامات مراکز رشد در شکل بالا در ۴ گام خلاصه شده است، در اولین گام آنها اقدام به ارائه نقشه راه به شرکت‌ها می‌کنند تا مجموعه‌های نوپا به‌طور صحیح در مسیر قرار بگیرند، در گام بعدی که با شروع رشد مجموعه نیز همراه است تمام

توصیه‌های مربوط به بازار را به آن‌ها ارائه می‌دهد، در گام سوم، رشد شرکت با توجه به نقشه راه با ورود تأمین‌کننده‌های مالی انجام می‌شود و در گام ۴ و نهایی در زمینه تجارت خارجی به کمک شرکت‌ها می‌آید (Sridhar et al., 2013).

برنامه سازمان توسعه ملل جهت بهبود خدمات توسعه‌دهندگان کسب‌وکار

سازمان توسعه ملل متحد جهت دستیابی به بهترین نتیجه و پایداری فعالیت‌ها مجموعه شش قانون طلایی در مورد خدمات توسعه کسب‌وکار را در قالب موارد زیر ارائه داده است.

۱: ضرورت هدف‌گذاری از طریق ارزیابی بازار. ۲: ضرورت رویکرد عمدتاً توسعه روستایی. ۳: ضرورت ترتیبات نهادی با تمرکز بر دستیابی به قابلیت پیشرفت و پایداری، ۴: ضرورت سرمایه‌انسانی باکیفیت بالا برای تسهیل و تحویل خدمات توسعه کسب‌وکار، ۵: ضرورت مشارکت‌های گسترده و فراگیر جهت برنامه‌ریزی خدمات توسعه کسب‌وکار، ۶: ضرورت نظارت و ارزیابی به‌عنوان یک جزء ذاتی خدمات توسعه کسب‌وکار (UNDP, 2004a).

ارزیابی بازار برای ورود ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار

هدف از ارزیابی بازار این است که اطمینان حاصل شود طراحان پروژه با درک نحوه عملکرد بازار خدمات توسعه کسب‌وکار را شروع می‌کنند، بنابراین محدودیت‌ها و فرصت‌ها را برای یافتن سازوکارهای جدید برجسته می‌شمارند. اگرچه تعداد زیادی تأمین‌کنندگان مالی و سازمان‌های اهداکننده چندجانبه در زمینه خدمات توسعه کسب‌وکار فعال هستند، اما چنین فعالیت‌هایی تمایل دارند در محیط‌های شهری متمرکز شوند، جایی که امکان دستیابی به رویکرد بازار محور بیشتر است. درعین‌حال، تمرکز بر توسعه شرکت‌های روستایی از اهمیت اساسی در دستیابی به اهداف توسعه برخوردار است. از برنامه‌های اصلی توسعه ملل متحد پشتیبانی بیشتر از خدمات توسعه کسب‌وکار در مناطق روستایی است. البته این بدان معنا نیست که پروژه‌های برنامه توسعه ملل متحد نباید تمرکز شهری داشته باشند، وظیفه برنامه توسعه ملل متحد بدین معناست که تمرکز ناگزیر بر مناطق شهری، به‌ویژه در زمینه‌های توسعه اقتصادی مانع از افزایش اشتغال و کاهش فقر در مناطق روستایی خواهد شد (Miehlbradt, 2003).

نحوه ارائه مداوم خدمات توسعه کسب‌وکار

نحوه ارائه مداوم و باثبات خدمات توسعه کسب‌وکار موردی است که همه دولت‌ها و اهداکنندگان در تلاش برای ایجاد ثبات در آن هستند، اما تاکنون با موفقیت کمی مواجه شده‌اند. هیچ دستورالعملی برای دستیابی به دوام و پایداری خدمات توسعه کسب‌وکار وجود ندارد. رویکرد بازار محور پاسخی مستقیم به این عدم موفقیت است (Hailey, 2002).

عوامل تأثیرگذار در پروژه‌ها و برنامه‌های خدمات توسعه کسب‌وکار

چندین جنبه نحوه فعالیت‌ها برای مدیریت پروژه وجود دارد که از مهم‌ترین موارد آن می‌توان به مشورت با ذینفعان، داشتن گروه مدیریتی منسجم و نیروی انسانی متعهد اشاره کرد. مشورت: ایجاد مشارکت‌های رسمی یک گام اساسی در ایجاد اجماع، اعتبار و پاسخگویی در پروژه‌های خدمات توسعه کسب‌وکار است؛ و این اطمینان را می‌دهد که نظرات ذینفعان محلی مورد توجه قرار می‌گیرد و فعالیت‌های پروژه و برنامه مشروعیت یافته و ریشه در اولویت‌های محلی دارد. این امر به‌نوبه خود چشم‌انداز زنده ماندن پروژه را افزایش می‌دهد. مدیریت: هیئت‌مدیره شرکتی خواستار ایجاد نوعی از نهاد نظارتی است که ارائه‌دهنده خدمات توسعه کسب‌وکار را مدیریت کند. در واقع پروژه‌ها و برنامه‌های موفق خدمات توسعه کسب‌وکار اغلب با رهبری و مدیریت قوی همراه است. سرمایه انسانی: موفقیت پروژه‌ها و برنامه‌های خدمات توسعه کسب‌وکار و همچنین ماندگاری و پایداری به کیفیت

و ظرفیت تسهیل کنندگان و ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار بستگی دارد. استخدام، سطح دستمزد، ظرفیت سازی و همچنین مدیریت و رهبری از عوامل مهم موفقیت در خدمات توسعه کسب و کار هستند (Maina, 2016; Mwangi2001).

نقش حکومت های دولتی و سازمان های محلی و منطقه ای در ارائه خدمات توسعه کسب و کار

هر سه سطح ملی، منطقه ای و محلی دولت نقش مهمی در توسعه پروژه های خدمات توسعه کسب و کار دارند و باید با سیاست های ملی و برنامه های سازمان توسعه ملل هماهنگ باشند. (UNDP, 2002). دولت های محلی بازیگران اصلی در ارتباط با خدمات توسعه کسب و کار هستند. با این حال، در مورد نقش آن ها در حمایت از خدمات توسعه کسب و کار نیاز به برنامه ریزی های دقیق تری است. عموماً دولت های محلی (و منطقه ای) نباید در ارائه واقعی خدمات تجاری و مشاوره ای مشارکت داشته باشند، فقط باید نقش تسهیل کننده را بر عهده بگیرند، زیرا عموماً فاقد ظرفیت ها و مهارت های لازم برای انجام مؤثر این امر هستند. (UNDP, 2004a).

پشتیبانی از گروه های هدف

استفاده بهینه از یارانه ها

زمانی که بازار خدمات توسعه کسب و کار توسعه نیافته باشد و شرکت های کوچک و متوسط نتوانند هزینه خدمات توسعه کسب و کار را با نرخ تجاری پرداخت کنند، اقتصادهای در حال گذار دارای یک مورد واضح از شکست بازار هستند. برای رفع این شکست بازار، حمایت از مؤسسات خدمات توسعه کسب و کار باید بخشی جدایی ناپذیر از سیاست های ملی باشد. به همین دلیل ایجاد و حفظ تعهد و حمایت بخش دولتی در سطح ملی و منطقه ای ضروری است (Smallbone, 2010). با این وجود، یارانه هایی که مستقیماً هزینه خدمات توسعه کسب و کار را کاهش می دهد ممکن است منجر به تحریف بازار شود، به همین دلیل است که تمرکز اهدا کنندگان به طور فزاینده ای بر استفاده از یارانه ها برای فعالیتهای خدمات توسعه کسب و کار قبل از تحویل (مانند افزایش ظرفیت، افزایش آگاهی، ارائه اطلاعات، بازاریابی آزمایشی، توسعه محصول و غیره) و فعالیتهای خدمات توسعه کسب و کار پس از تحویل (مانند بازخورد مصرف کنندگان، نظارت و ارزیابی) است (lee et al., 2011).

اندازه گیری اثر گذاری و عملکرد

بسیاری از تأمین کنندگان، از جمله برنامه توسعه ملل متحد، منابع قابل توجهی را در پروژه ها و برنامه های خدمات توسعه کسب و کار سرمایه گذاری کرده اند. با این حال، به نظر می رسد تعداد کمی از آن ها در موقعیتی هستند که نشان دهد فعالیتهای آن ها به طور مستقیم و غیرمستقیم منجر به نتایج مطلوبی مانند رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و کاهش فقر شده است. این امر عمدتاً به این دلیل است که با وجود اظهارات مخالف، تمرکز نسبتاً کمی بر تجزیه و تحلیل منظم، عینی و دقیق برنامه های توسعه گذاشته شده است. با این حال نظارت و ارزیابی و ایجاد پیوندهای واضح بین نتایج گذشته، حال و آینده، اثربخشی برنامه توسعه ملل متحد را افزایش می دهد (UNDP, 2002).

۴- نتیجه گیری

سازمان ها و شرکت های کوچک و بزرگ برای پیشبرد اهداف و رشد و ترقی نیازمند برنامه ای مشخص جهت پیشرفت هستند که بتواند نقشه اولیه، مسیر پیشرفت، موانع موجود و راهکارهای آن را نشان دهد. ارائه دهندگان خدمات توسعه کسب و کار با حمایت سازمان های دولتی، غیردولتی و شرکت های تجاری در این زمینه گام برمی دارند تا با هموار کردن مسیر مخصوصاً برای شرکت های کوچک و متوسط زمینه رشد، افزایش عملکرد، افزایش دسترسی به بازارها، بهبود رقابت پذیری و سودآوری برای آن ها فراهم شود. البته نیاز است تا این حمایت ها به صورت مداوم و با برنامه انجام گیرد تا در کنار پیشرفت شرکت های مورد نظر موجب

ایجاد استقلال و روند رو به رشد در آنها بشود. حمایت از ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار باید با حمایت دولت و سایر سازمان‌های خصوصی و بر اساس برنامه‌ای مدون صورت گیرد تا ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار توانایی پیاده‌سازی تمامی مراحل آموزشی، مشاوره‌ای و عملیاتی را داشته باشند. تنها در صورت حمایت‌های اصولی و برنامه‌ریزی صحیح امکان رشد و پیشرفت مخصوصاً برای شرکت‌های کوچک و متوسط فراهم می‌شود.

۵- پیشنهادها

۱. برگزاری دوره‌های منسجم برای شرکت‌های کوچک و متوسط جهت آشنایی با ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار
۲. حمایت از شرکت‌های روبه رشد جهت استفاده از خدمات توسعه کسب‌وکار
۳. برقراری ارتباط مؤثرتر بین شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط نواحی روستایی با مراکز رشد
۴. برنامه‌ریزی مناسب جهت ادامه‌دار بودن خدمات توسعه کسب‌وکار در طی زمان نیاز شرکت‌ها
۵. آموزش به ارائه‌دهندگان خدمات توسعه کسب‌وکار بر اساس الگوهای موفق
۶. نظارت بر اجرای خدمات توسعه کسب‌وکار مخصوصاً در مناطق روستایی

۶- منابع

۱. باصری، ب. و یساقی، ن. ر.، ۱۳۹۳. بررسی عوامل موثر بر اشتغال زایی صنایع کوچک در استان گلستان، فصلنامه علوم اقتصادی، سال ۸، شماره ۲۶.
۲. شریفی، ن.، ۱۳۹۰. اثرات مالیات غیرمستقیم و مخارج دولت بر اشتغال و تورم: یک تحلیل داده - ستانده، مجله تحقیقات اقتصادی، ۴۶(۲)، ۷۸-۵۹.
۳. شایان، الف.، ۱۳۸۰. تحلیل کمی روند رشد و تحولات اشتغال در استان خراسان در دو دهه ۶۵-۱۳۵۵ و ۷۵-۱۳۶۵، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، پیاپی ۶۱، ص ۷۳-۸۸.
۴. کلانتری، خ.، ۱۳۷۵. صنایع کوچک نابرابر منطق‌های و تجربه کشورهای در حال توسعه، ماهنامه جهاد، شماره ۱۸۸-۱۸۹.
1. Abe, M., Troilo, M., & Batsaikhan, O. (2015). Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*.
2. Abugu, Ike., and Abuja, Transcorp Hilton Hotel (2020), SME: Issues, challenges & prospects. In *Abuja International Conference on Financial System Strategy*.
3. Ageze, P. (2006). *Business Development Services (BDS) for Micro and Small Enterprises (MSEs): Performance and Sustainability of Selected Programs in Addis Ababa* (Doctoral dissertation, Addis Ababa University).
4. Amha, W., & Ageba, G. (2006). Business development services (BDS) in Ethiopia: Status, prospects and challenges in the micro and small enterprise sector. *International journal of emerging markets*.
5. Berisha, Gentrif, and Pula, Justina Shiroka (2015). Defining Small and Medium Enterprises: a critical review. *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences*, 1(1), 17-28.
6. Brimble, P., Oldfield, D., & Monsakul, M. (2002). Policies for SME recovery in Thailand. *The role of SMEs in national economies in East Asia*, 2, 202.
7. Busler, M., & Mubaraki, H. A. (2011). Critical activity of successful business incubation. *Int. j. emerg. sci*, 1(3), 455-464.
8. Caniëls, M. C., Romijn, H. A., & de Ruijter-De Wildt, M. (2006). Can Business Development Services practitioners learn from theories of innovation and services marketing?. *Development in Practice*, 16(5), 425-440.
9. Choudhary, V. (2003). Business development service (BDS) delivery to artisanal microenterprises: comparative case study of State, market, and third sector BDS providers from Rajasthan. *India Master project, Public Administration Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University*.

**The First National Conference
of Economics, Management
and Financial Engineering
with emphasis on Production,
support and Elimination of
Obstacles.**



اولین همایش ملی

اقتصاد، مدیریت و مهندسی مالی با تاکید
بر تولید، پشتیبانی ها و مانع زدایی ها
۱۸ مهر ۱۴۰۰ - ارومیه

10. Edgcomb, E., & Girardo, W. (2012). The state of business development services. *Washington, DC: Microenterprise Fund for Innovation, Effectiveness, Learning and Dissemination.*
11. Enterprises, Z. (2020). Business Development Consulting Service.
12. Forsman, H. (2008). Business development success in SMEs: a case study approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development.*
13. George, W. (2020). *Business development services and performance of micro, small and medium enterprises: mediating effect of attitudes and perceptions of owners in Dodoma city* (Doctoral dissertation, The University of Dodoma).
14. George, C., & Kirkpatrick, C. (2003). A Practical Guide to strategic impact assessment for enterprise development. *University of Manchester.*
15. Gerlach, S., & Brem, A. (2015). What determines a successful business incubator? Introduction to an incubator guide. *International Journal of Entrepreneurial Venturing, 7(3), 286-307.*
16. Goldmark, L. (1999, March). Sorting out the truth: The financial viability of business development services. In *International Conference on Building a Modern and Effective BDS Industry, Rio de Janeiro* (pp. 3-5).
17. Goyal, S., Sergi, B. S., & Esposito, M. (2018). Business development services for micro, small and medium enterprises—literature review of past trends and future directions. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 14(3), 312-332.*
18. Hailey, J. (1991). Small Business Development in the Developing World: an overview of contemporary issues in enterprise development.
19. Harper, M. (2001). Business development services for micro-enterprises. *Enterprise Development Impact Assessment Information Service (EDIAIS), Application Guidance Notes.*
20. Hillage, Jim, and Pollard, Emma (1998), Employability: Developing A Framework for Policy Analysis, Department for Education and Employment). *Department for education and employment*
21. Hobohm, S. (2001). Small and medium-sized enterprises in economic development: The UNIDO experience. *Journal of Economic Cooperation, 22(1), 1-42.*
22. Kiseleva, Natalia V., Panichkina, Marina V., Klochko Elena N., Nikonorova, Alla V., and Kireev, Sergey V. Kireev (2016), Creation of clusters of small enterprises of the region. *International Journal of Economics and Financial Issues, 6(2S).*
23. <http://fpc-future-proofing-careers-and-organisations.finance4learning.com/business-development-consulting>
24. Lee, J. H., Sohn, S. Y., & Ju, Y. H. (2011). How effective is government support for Korean women entrepreneurs in small and medium enterprises?. *Journal of Small Business Management, 49(4), 599-616.*
25. Maina, C. W. (2016). *Factors Influencing the Success of Youth Entrepreneurship Business Startups: A Case of Technoserve Stryde Program in Nyeri County* (Doctoral dissertation, United States International University-Africa).
26. Masutha, Mukovhe, and Rogerson, Christian M (2015), Business incubation for small enterprise development: South African pathways. In *Urban Forum* (Vol. 26, No. 2, pp. 223-241). Springer Netherlands.
27. Masutha, M., and Rogerson, C. M. (2014). Small enterprise development in South Africa: The role of business incubators. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series, (26), 141-155.*
28. Miehlbradt, A. O., & McVay, M. (2003, September). BDS primer. In *Prepared for fourth annual BDS seminar, Turin, Italy, September. Geneva, Switzerland: ILO.*
29. Murtagh, Michelle Johanne (2019), *Employee self-confidence: an exploration of interventions. (Doctoral dissertation, Kingston University).*
30. Mwangi, B. W. (2001). Factors affecting provision of non-financial business development services by non-governmental organizations' to micro and small enterprises in Nairobi (Doctoral dissertation).
31. NIEMANN, F. (2001). ADB SME DEVELOPMENT TA.
32. Phare, E. U. (2000). An evaluation of Phare-financed programmes in support of SMEs.
33. Pigou, Arthur Cecil (2013), Theory of unemployment. *Routledge.*
34. PROSPERITY, A. E. (2015). TD Economics.

**The First National Conference
of Economics, Management
and Financial Engineering
with emphasis on Production,
support and Elimination of
Obstacles.**



اولین همایش ملی

اقتصاد، مدیریت و مهندسی مالی با تاکید
بر تولید، پشتیبانی ها و مانع زدایی ها
۱۸ مهر ۱۴۰۰ - ارومیه

35. Richard, C. S. T (1986), [Work and Personality: An Inquiry into the Impact of Social Stratification, Melvin L. Kohn, Carmi Schooler]. *Political Psychology*, 7(3), 605-607. doi:10.2307/3791262
36. Rubalcaba, L. (2012). Business services in European economic growth. *Strategic Direction*.
37. Sievers, M., Haftendorn, K., & Bessler, A. (2003). *Business centres for small enterprise development: experiences and lessons from Eastern Europe* (No. 993627243402676). International Labour Organization.
38. Schmitt-Grohé, Stephanie, and Uribe, Martin (2003), closing small open economy models, *Journal of international Economics*, 61(1), 163-185.
39. Simeon, Nichter and Goldmark, Lara (2009), Small firm growth in developing countries. *World development*, Vol. 37, Issue 9, September, PP. 1453-1464.
40. Sridhar, M., Arunkumar, N., Burji, S., & Saiyed, T. (2013). An Overview on Technology Nurturing and Incubation from a Life Science Perspective. *Emerging Dimensions of Technology Management*, 63-71.
41. Smallbone, D., Welter, F., Voytovich, A., & Egorov, I. (2010). Government and entrepreneurship in transition economies: the case of small firms in business services in Ukraine. *The service industries Journal*, 30(5), 655-670.
42. Tanburn, J. (2002). Developing commercial markets for Business Development Services-highlights of the Turin seminar, September 2001. *Enterprise development & microfinance*, 13(1), 58-64.
43. UNDP (2002) Handbook on Monitoring and Evaluation for Results, UNDP
44. UNDP (2004a) Unleashing Entrepreneurship: Making Business Work for the Poor, Commission on Private Sector & Development, UNDP.
45. Van Heerden, G. W. (2012). *Constraints to the implementation of a Market Development Approach to the delivery of Business Development Services within the Makana municipal area* (Doctoral dissertation, Rhodes University).
46. Van der Kamp, R. (2004). Micro, small and medium-sized enterprises (SME) and business development services (BDS) in Nicaragua. *Nicaragua: Nitlapán-UCA*.
47. Wagner, K. V. (2006). *Business development incubator programs: An assessment of performance in Missouri* (Doctoral dissertation, Capella University).
48. Wilkinson, Timothy. And Brouters, Lance Eliot (2006), Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15:233-252.

The First National Conference
of Economics, Management
and Financial Engineering
with emphasis on Production,
support and Elimination of
Obstacles.



اولین همایش ملی

اقتصاد، مدیریت و مهندسی مالی با تاکید
بر تولید، پشتیبانی ها و مانع زدایی ها
۱۸ مهر ۱۴۰۰ - ارومیه

The role of business development services (BDS) in improving employment through the development of small and medium enterprises

Abstract

The development of small and medium-sized businesses is one of the ways to deal with poverty and increase employment, and is one of the indicators that determine the economic situation of any country. Business development services (BDS) are a very important tool to support the development and economic growth of SMEs. Business development services are a general concept, the domain of services includes operational, consulting, and support services. Business service channels provide services to SMEs in two ways: traditional development (Direct deposit of money to receive services) and market development (Pay subsidies to receive business development services). BDS actors Depending on their perspectives, tasks and capabilities in the template of government agencies, financiers and private BDS providers, provide services to SMEs and these interventions done at the micro, medium and macro levels. The UNIDO is one of the main advocacy and planning organizations in this field, and most countries develop their BDS programs based on the theoretical framework provided by this organization. The purpose of this study is to review previous research to be familiarity with BDS and support of governmental and non-governmental organizations, to determine the amount of purposefulness and success of their activities, especially in less developed areas. As a result, with the help of studies, a logic mechanism can be provided based on the existing conditions and by following the programs provided by international organizations for BDS, so that have a best performance for development of SMEs and increase employment.

Key words: Employment, Business development services, BDS, Small and medium enterprise, SMEs