

بانکداری بنگاههای کوچک و متوسط

(Banking SME)

نویسنده : ملیحه دفنوک، کارشناس اداره مطالعات و برنامه‌ریزی

گرچه بانکها از گذشته‌های دور تا حدی به مشاغل کوچک ارائه خدمت می‌کردند، اما چندی بیش نیست که بانکداری بنگاههای کوچک و متوسط به عنوان صنعتی مجزا و متمایز شکل گرفته است. بنگاههای کوچک و متوسط نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد اشتغال، شکوفایی و رونق اقتصادی جوامع ایفا می‌کنند؛ به طوری که کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به ویژه در شرق و جنوب شرق آسیا، با در پیش گرفتن سیاست‌های منسجم و هماهنگ در این زمینه توانسته‌اند گام‌های بزرگی را در کاهش بحران‌های اقتصادی و اجتماعی بردارند. با توجه به اینکه بنگاههای کوچک و متوسط در قیاس با بنگاههای بزرگ از ابزارها و ساز و کارهای کمتری برای تامین مالی خود بهره‌مند بوده و برای دسترسی به این منابع با موانع بیشتری نیز روبرو هستند، توجه به این بخش به خصوص در حوزه تامین مالی به واسطه نظام بانکی بسیار حائز اهمیت است.

سیاستگذاران، اقتصاددانان و کارشناسان حوزه‌های مختلف کسب‌وکار در سراسر جهان از بنگاههای کوچک و متوسط به عنوان محرکی برای رشد اقتصادی یاد می‌کنند؛ چرا که به واسطه ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر، تولید محصولات با حجم بالاتر، افزایش صادرات و خلق کارآفرینی، کمک شایان توجهی به اقتصاد می‌کنند. بنگاههای کوچک و متوسط نه تنها در کشورهای در حال توسعه، بلکه در کشورهای توسعه یافته نیز نقش مهمی ایفا می‌کنند.

برای مثال، طبق بررسی‌های به عمل آمده بنگاههای کوچک و متوسط در برگیرنده بیش از ۹۹ درصد نهادهای کسب و کار در آمریکا بوده و بیش از ۸۰ درصد نیروی کار این کشور در این بنگاه‌ها مشغول به کار هستند. بنگاههای کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی از قبیل ژاپن، استرالیا، آلمان، فرانسه و کانادا نیز از اهمیت بالایی برخوردارند و به عنوان عامل مهمی در رشد اقتصادی و پیشرفت فناوری محسوب می‌شوند. همچنین این بنگاه‌ها به دلیل برخورداری از پتانسیل لازم جهت بهبود توزیع درآمد، ایجاد اشتغال، کاهش فقر، رشد صادرات و خلق کارآفرینی، نقشی حیاتی در کشورهای در حال توسعه ایفا می‌کنند. تردیدی وجود ندارد که عملکرد بنگاههای کوچک و متوسط برای توسعه اقتصادی بیشتر کشورهای در حال توسعه بسیار مهم است، به همین دلیل، این بنگاه‌ها همیشه تحت حمایت زیاد دولت خود قرار گرفته‌اند. علاوه بر آن، سازمان‌های بین‌المللی از قبیل بانک جهانی، سازمان توسعه صنعتی، سازمان ملل متحد و بسیاری دیگر از کشورها نیز از طریق همکاریهای دوجانبه کمک‌های زیادی از لحاظ مالی و فنی به بنگاههای کوچک و متوسط کرده‌اند تا جایگاه ارزشمند خود را در کشورهای در حال توسعه پیدا کنند.

تعریف بنگاههای کوچک و متوسط

باید به این نکته توجه کرد که تعریف واحدی برای بنگاههای کوچک و متوسط در سطح جهان وجود ندارد. در برخی از کشورها، این تعریف تنها بر اساس تعداد نیروی کار شکل می‌گیرد، در حالی که در برخی دیگر، متغیرهای مالی مانند گردش مالی و یا داراییها نیز در این تعریف گنجانده می‌شود. حتی در برخی کشورها مانند روسیه، برای بخشهای متفاوت تعاریف متفاوت وجود دارد. با این حال، مهمترین متغیری که مبنای تمامی تعاریف ارائه شده قرار می‌گیرد، تعداد کارکنان است که از این متغیر نیز در کشورهای مختلف و حتی در صنایع مختلف، تعاریف متفاوتی ارائه شده است.

طبق تعریفی که بانک جهانی از بنگاههای کوچک و متوسط ارائه داده، این بنگاه‌ها به شرکت‌هایی اطلاق می‌شود که دارای حداکثر ۳۰۰ پرسنل بوده و فروش کل سالانه آن از ۱۵ میلیون دلار تجاوز نکند. بر اساس تعریف ارائه شده از سوی این بانک، چنین شرکت‌هایی را می‌توان به سه طبقه خرد، کوچک و متوسط تقسیم کرد. (جدول بالای صفحه)

در ایران نیز تعریف بنگاههای کوچک و متوسط از سازمانی به سازمان دیگر فرق می‌کند و تعریف واحد و مشترکی در این خصوص وجود ندارد. ارگان‌ها و سازمان‌های مختلف هر یک بنا به مقتضیات کاری خود، تعاریف و تقسیم‌بندی‌های متفاوتی ارائه داده‌اند. وزارتخانه‌های ذیربط اعم از وزارت صنعت، معدن و تجارت یک تعریف از این بنگاه‌ها دارند و بانک مرکزی و مرکز آمار تعریفی دیگر. شاخص‌های مختلفی برای تعریف این بنگاه‌ها وجود دارد اما شاخصی که در این تعاریف مشترک است، تعداد کارکنان بنگاههای کوچک و متوسط است. به عنوان نمونه در طبقه‌بندی اداره آمار بانک مرکزی واحدهای با کمتر از ۱۰ پرسنل "خرد"، ۱۰ تا ۴۹ پرسنل "کوچک"، ۵۰ تا ۹۹ پرسنل "متوسط" و بالاتر از ۱۰۰ پرسنل "بزرگ" نامیده می‌شوند.

اهمیت بنگاههای کوچک و متوسط در اقتصاد

بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط اهمیت زیادی برای اقتصاد کشورها دارد؛ چرا که کمک قابل توجهی به اشتغال و تولید ناخالص ملی کرده و رشد این بخش باعث رسمیت بخشیدن به اقتصاد می‌شود. در بسیاری از کشورها بیشتر مشاغل توسط این بنگاه‌ها ایجاد می‌شود. در ۳۰ کشوری که دارای بالاترین درآمد در سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) هستند، بیش از دو سوم افراد شاغل در بنگاه‌های کوچک و متوسط – شامل بنگاه‌های ثبت شده با حداکثر ۲۵۰ پرسنل – مشغول به کار هستند. ارائه خدمات بانکی به بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل اهمیت این بخش در تمامی کشورها از لحاظ اقتصادی نیز بسیار ارزشمند است. به خصوص در کشورهایی با درآمد پایین، بانک‌ها می‌توانند نقشی اساسی ایفا کنند؛ به طوریکه ارائه تسهیلات بانکی می‌تواند انگیزه کافی برای بخش غیر رسمی ایجاد کند تا برای دریافت این گونه تسهیلات تمایل بیشتری به ثبت بنگاه خود و رسمیت بخشیدن به آن داشته باشند.

تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط

علیرغم اهمیت بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط، شواهد موجود حاکی از آن است که این بنگاه‌ها هنوز به خدمات و محصولات مالی دسترسی کافی ندارند. در نظرسنجی‌های صورت گرفته در سطح جهان از جمله نظرسنجی بنگاه‌های بانک جهانی، بنگاه‌های کوچک و متوسط اظهار کرده‌اند که بزرگترین موانع آنها برای رشد و شکوفایی عبارتند از هزینه تامین مالی و دسترسی به آن. گرچه شدت این محدودیت‌ها در کشورهای در حال پیشرفت بیشتر است، اما تقریباً در تمامی کشورهای دنیا موانع مهمی برای رشد محسوب می‌شوند. در کشورهای با درآمد پایین، تقریباً نیمی از شرکت‌های کوچک اعلام کرده‌اند که مشکلات تامین مالی، آنها را به شدت محدود کرده است. بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به شرکت‌های بزرگ از منابع بیرونی بسیار کمتری برای تامین نیازهای مالی خود بهره می‌برند. برای مثال، گرچه بانک‌ها همواره مهم‌ترین منبع تامین مالی بیرونی برای شرکت‌های کوچک به شمار می‌روند، اما احتمال استفاده شرکت‌های بزرگ از تسهیلات بانکی برای سرمایه‌گذاری‌های جدید ۱۵۰ درصد بیشتر از شرکت‌های کوچک است.

تاثیر محدودیتهای مالی بر این بنگاه‌ها نیز قابل تامل است. شرکت‌های کوچک نه تنها با مشکلات بیشتری برای دسترسی به منابع تامین مالی روبرو هستند، بلکه شدت تاثیر منفی این مشکلات بر آنها بیشتر از شرکت‌های بزرگ است. طبق بررسی‌های صورت گرفته، تاثیر منفی محدودیتهای مالی بر شرکت‌های کوچک حدود دو سوم بیشتر از تاثیر آن بر شرکت‌های بزرگ بوده است.

بنگاه‌های کوچک و متوسط نیاز مبرمی به خدمات بانکی دارند؛ چرا که فاقد نقدینگی لازم برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ بوده، به راحتی شرکت‌های بزرگ نمی‌توانند به بازارهای سرمایه دسترسی داشته باشند و اغلب فاقد پرسنل با صلاحیت لازم برای انجام فعالیتهای مالی خود هستند. لذا، این بنگاه‌ها می‌توانند با دریافت تسهیلات بلند مدت از بانک‌ها، بدون از دست دادن سهم مالکیت‌شان، سرمایه‌گذاری‌های خود را افزایش دهند. علاوه بر این، تسهیلات کوتاه مدت و سرمایه در گردش نیز به رشد تدریجی این بنگاه‌ها کمک می‌کند. در نهایت، محصولات تراکنشی و سپرده‌های بانکی می‌تواند کارایی عملیاتی آنها را بهبود بخشیده و آنها را قادر به برون سپاری فعالیتهای مالی خود کند.

فرصتهای بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط

بازار بنگاه‌های کوچک و متوسط در گذشته برای بانک‌ها پرریسک و پرهزینه بوده و ارائه خدمات به این بخش مشکل تلقی می‌شد. اما شواهد موجود حاکی از آن است که بانک‌ها در حال یافتن راه‌حلهایی موثر برای مقابله با چالشهایی از قبیل تعیین ریسک اعتباری و کاهش هزینه‌های عملیاتی بوده و ارائه خدمت به این بخش برای آنها سودآور است. در واقع، تقاضای بنگاه‌های کوچک و متوسط برای بهره‌مندی از خدمات مالی تبدیل به فرصتی برای بانک‌ها شده که بتوانند سهم بازار و سود خود را افزایش دهند.

نتایج مطالعات فراوانی که در این زمینه صورت گرفته نشان می‌دهد بانک‌ها نه تنها دیگر این بازار را نادیده نمی‌گیرند بلکه آن را بخش سودآوری در نظر می‌گیرند. برای مثال، طبق نظرسنجی ای که اخیراً در ۹۱ بانک در ۴۵ کشور توسعه یافته و در حال توسعه صورت گرفت، بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط از نظر بسیاری از بانک‌ها به عنوان بازاری بزرگ با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. عموماً تصور می‌شود بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط توسط بانک‌های محلی کوچکی صورت می‌گیرد که در بخشهای خاصی از بازار تخصص دارند. این بانک‌ها غالباً با توجه به روابطی که با مشتریان ایجاد کرده و اطلاعات کیفی که از طریق تماسهای شخصی با آنها گردآوری کرده‌اند، اقدام به اعطای تسهیلات می‌کنند. اما با توجه به سودآوری حاصل از بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط و همچنین رقابت موجود در سایر بخشهای بانکداری، بسیاری از بانک‌های بزرگ از جمله بانک‌های خصوصی و دولتی و بانک‌های خارجی نیز در این مسیر قرار گرفته و اقدام به ارائه خدمات به این بنگاه‌ها کرده‌اند.

خدمات و محصولات قابل ارائه به بنگاه‌های کوچک و متوسط

بنگاه‌های کوچک و متوسط نیازهای عملیاتی مهمی دارند که بانک‌ها می‌توانند با ارائه محصولات غیر تسهیلاتی مانند سپرده، پس‌انداز، محصولات تراکنشی و خدمات مشاوره‌ای پاسخگوی نیاز آنها باشند. به منظور توسعه و ایجاد محصولات کارآمد، ابتدا باید طیف و گستره محصولات و خدماتی که بانک می‌تواند به بنگاه‌های کوچک و متوسط ارائه کند، مشخص شود. در حالی که اعطای تسهیلات یکی از خدمات حیاتی در بانکداری بنگاه‌های کوچک و متوسط به شمار می‌رود، اما بانک‌ها می‌توانند از راه‌ها و روشهای بیشمار دیگری (غیر از تسهیلات) برای پاسخگویی به نیاز این بنگاه‌ها استفاده کنند. تصویر مقابل بیانگر برخی از محصولات و خدمات بانکی است که بنگاه‌های کوچک و متوسط از آنها استفاده می‌کنند. هرچند این اطلاعات در خصوص آمریکای لاتین تهیه شده است، اما خلاصه‌ای از محصولاتی را به تصویر می‌کشد که عمده‌تاً در سراسر مناطق جهان قابل تعمیم است.

بانک‌ها متوجه شده‌اند که در صورت درک نیاز بنگاه‌های کوچک و متوسط و پاسخگویی به آن، احتمال زیادی وجود دارد که این بنگاه‌ها به مشتریان وفادار آنها بپیوندند. افزایش سهم کیف پول و وفاداری مشتریان، در بسیاری موارد، بستگی به افزایش تعداد محصولاتی دارد که توسط هر یک از بنگاه‌ها استفاده می‌شود. بانک‌ها می‌توانند از این آمارها به عنوان معیاری کلیدی در ارزیابی اثربخشی کلی خود استفاده کنند. به عنوان مثال، ولز فارگو هدف خود را ارائه هشت محصول به هر یک از مشتریان خود قرار داده است. هرچند افزایش سهم کیف پول عمده‌تاً از طریق فروش متقاطع برای جذب و ارائه خدمت به مشتریان صورت می‌پذیرد، اما توسعه محصولات و خدمات نیز نقشی مهم در این

راستا ایفا می‌کند. بانک‌ها در حال حاضر به منظور افزایش و حفظ مشتریان خود در این بازار، طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات را متناسب با نیازهای مختلف بنگاه‌های کوچک و متوسط ایجاد و این محصولات و خدمات را به صورت بسته‌های خدماتی عرضه کرده‌اند. نتایج مطالعاتی که در سال ۲۰۰۷ در این زمینه صورت گرفته بیانگر آن است که بسیاری از بانک‌های پیشرو کار خود را ابتدا با ارائه محصولات محدودی، به خصوص به مشاغل کوچک، آغاز کرده و فعالیت خود را به تدریج با شناخت بیشتر از این بازار، افزایش داده‌اند. این بانک‌ها همچنین اعلام کرده‌اند که با توجه به نیاز بنگاه‌های کوچک و متوسط، در آینده قصد ارائه خدمات بیشتری به آنها دارند.

جمع‌بندی

همانطور که ذکر شد، بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل نقشی که در ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید محصولات داخلی بیشتر، افزایش صادرات و خلق کارآفرینی ایفا می‌کنند، کمک قابل ملاحظه‌ای به اقتصاد می‌کنند. از طرف دیگر، نیاز این بنگاه‌ها به منابع تامین مالی، فرصت‌های مناسبی را در اختیار بانک‌ها قرار داده است تا علاوه بر ارائه خدمات اعتباری و تسهیلاتی، بسته‌های خدماتی متنوع زیادی را در اختیار این بنگاه‌ها قرار دهند. این امر برای بانک تجارت نیز فرصت مناسبی است تا در زمانی که بیشتر بانک‌ها به دنبال مشتریان کلان شرکتی بوده و توجه زیادی معطوف بنگاه‌های کوچک و متوسط نیست، از این بازار نسبتاً بکر، نهایت بهره را برده و خدمات خود را متناسب با نیاز آنها طراحی و ارائه کند.