

رهیافت توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط تولیدی در قالب بازارچه های صنفی - صنعتی

نویسندگان :

ابوالفضل ریاحی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

رضا الهیاری سویی

کارشناس ارشد مهندسی صنایع

مدیریت فراد

فصلنامه

اطلاع رسانی، آموزشی و پژوهشی

بهار و تابستان ۸۳

چکیده

ایجاد بازارچه‌های صنفی - صنعتی بعنوان رهیافتی جهت توسعه صنایع کوچک و متوسط (SMEs) و اتصال آن به صنایع بزرگ و چند ملیتی است. در عرصه رقابت و جهانی شدن اقتصاد، صنایع کوچک و متوسط می‌توانند با تشکیل شبکه‌های بزرگ تولیدی و یا بعبارتی ایجاد بازارچه‌های صنفی - صنعتی، ضمن کاهش بسیاری از هزینه‌های مشترک و ایجاد ساختارهای مناسب تولیدی - صنعتی تولیدات با کیفیت را به بازار عرضه نمایند. تجربه سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه حکایت از موفقیت ایجاد خوشه‌های صنعتی در سطح دنیا دارد و می‌توان از این تجربه در جهت توسعه اصناف تولیدی در قالب بازارچه‌های صنفی - صنعتی در ایران بهره جست.

واژه‌های کلیدی

بازارچه های صنفی و صنعتی، صنایع کوچک و متوسط (SMEs)، خوشه های صنعتی (clusters)، کسب و کارهای تولیدی

مقدمه

فعالیت اصناف در ایران نیز مانند سایر کشورها با رونق تجارت و شهرنشینی آغاز شد، امروزه با وجود قدمت و گستردگی فراوان اصناف در ایران، رشد تخصصی و حرفه ای و توسعه کیفی آنان متناسب با توسعه کمی و همراه با نیازهای جامعه امروزی نیست و از آنجائی که اصناف پائین ترین لایه های اقتصادی - صنعتی کشور را تشکیل می دهند عقب ماندگی در این بخش، ضعف در جذب تکنولوژی و دانش فنی و مهارتهای حرفه ای در سطوح بالاتر را در پی خواهد داشت.

پس از انقلاب اسلامی نیز صنوف تولیدی، کمتر مورد توجه قرار گرفت و برنامه مشخصی برای رشد و توسعه کیفی آن وجود نداشت ولی در شرایط کنونی و بنا به ضرورتهای اجتماعی نظیر افزایش سطح اشتغال، توسعه کمی و کیفی آنها به منظور افزایش سهم تولیدات داخلی در تأمین نیازها سبب گشت مسئولین نظام درصدد برآیند تا از پتانسیل و امکانات این بخش از اجتماع در جهت رشد اقتصادی و اشتغال زائی استفاده نمایند. جامعه اصناف پس از کشاورزان و کارکنان دولت گسترده ترین قشر اجتماعی - اقتصادی کشور محسوب می گردند و به سبب برخورداری از ویژگی‌های زیر می‌توانند فرصتهای وسیعی را برای رشد و توسعه اقتصادی در سطح کشور فراهم آورند.

شناخت بیشتر نیازمندیهای داخلی و خارجی امری ضروری است با باز شدن درهای تجاری و ورود به سازمان تجارت جهانی (WTO)^۲، تولیدات صنوف تولیدی در قالبهای سنتی نمی‌تواند قابل رقابت با محصولات خارجی باشد چنانکه در حال حاضر نیز علی‌رغم وجود محدودیتهای فراوان برای ورود کالاهای خارجی . اغلب مصنوعات و فراورده‌های داخلی در مقابل رقبای خارجی خویش میدان را خالی نموده و عرصه حضور برای آنان بسیار محدود و تنگ می‌گردد.

ایجاد بازارچه‌های صنفی - صنعتی که متشکل از صنوف تولیدی و رسته‌های وابسته به آن می‌باشد بعنوان یک رهیافت مناسب برای خروج از وضعیت موجود می‌بایست مورد توجه مدیران و تصمیم‌گیرندگان کشور قرار گیرد تا از طریق این بازارچه‌ها ضمن توسعه کمی فعالیت‌های صنوف تولیدی، به توسعه کیفی آنان و ایجاد آمادگی بیشتر برای حضور در بازارهای داخلی و خارجی کمک نموده و زمینه توسعه این بخش از صنعت کشور را فراهم سازد.

برنامه توسعه خوشه‌های صنعتی و سرمایه‌گذاریهای فراگیر در بخش صنایع کوچک و متوسط یکی از برنامه‌هایی است که در اغلب کشورهای توسعه یافته و با در حال توسعه در قالب توسعه نیازها و مساعدتهای فنی (تکنولوژیکی) برای تأمین سرمایه‌گذاریها در بخش صنایع کوچک و متوسط به صورت شبکه‌های تولیدی و یا بازارچه‌های صنفی - صنعتی صورت گرفته است، تا رقابت بیشتر همراه با تقویت و توسعه سرمایه‌گذاریهای داخلی مرتبط با هم و روابط دوستانه و مساعدت آمیز با مؤسسات حمایتی منطقه‌ای بوجود آورد و با تلفیق سرمایه‌گذاریها در بخش صنایع کوچک و متوسط گامی در زمینه تقویت و اتصال آنها به یکدیگر برداشته و نتایج آن دستیابی به بازارهای جهانی و حل مشکلات رایج میان گروه‌های صنعتی خواهد بود.

بنگاه‌های بخش خصوصی در صنایع کوچک و متوسط بخصوص در سطح صنوف تولیدی هر چند تجارب مطلوبی در زمینه‌های تجهیزات (ماشین آلات)، مواد خام، مالی و خدمات مشاوره‌ای کسب کرده اند ولی اغلب از قابلیت حفظ بازارهای داخلی و بخصوص ورود به بازارهای جهانی به دلائل ذیل ناتوان هستند:

- به سبب گستردگی فراوان با کلیه لایه‌های اجتماعی - اقتصادی (شهر، شهرک، روستا) در ارتباط می‌باشند. قریب به هفتاد درصد صنایع کل کشور در قالب صنوف تولیدی فعالیت می‌نمایند.
- ایجاد اشتغال از طریق صنوف تولیدی ارزان تر و متنوع تر می‌باشد، بطوریکه متوسط سرمایه برای ایجاد یک فرصت شغلی از طریق اصناف کمتر از یک سوم آن در صنایع بزرگ و متوسط می‌باشد.
- به سبب بهره‌گیری از پس اندازهای کوچک خانواده‌ها دارای نقش بسیار بالایی در سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از منابع داخلی هستند.
- کوچک بودن اصناف می‌تواند عامل بسیار مهمی در چابکی و تحرک آنها در مقایسه با صنایع متوسط و بزرگ باشد و تغییر پذیری در فرآیند کار و مدیریت به سادگی امکان پذیر بوده و از این جهت دارای انعطاف پذیری بسیار بالایی است.
- و دلایل متعدد دیگری نیز وجود دارد که جزء خصوصیات و ویژگیهای اصناف بوده و نقش مؤثر آنها را در توسعه و رشد اقتصادی کشورها سبب می‌گردد.

بنگاه‌های بخش خصوصی در صنایع کوچک و متوسط

بخصوص در سطح صنوف تولیدی هر چند تجارب مطلوبی در زمینه‌های تجهیزات (ماشین آلات)، مواد خام، مالی و خدمات مشاوره‌ای کسب کرده اند ولی اغلب از قابلیت حفظ بازارهای داخلی و بخصوص ورود به بازارهای جهانی ناتوان هستند

با وجود فرصتهای مذکور برای اصناف کشور، در حال حاضر صنوف تولیدی فاقد ساختار هدفمند و برنامه‌ریزی شده می‌باشند و اغلب به صورت سنتی و استاد - شاگردی به فعالیت‌های تولیدی می‌پردازند که تداوم چنین وضعیتی نمی‌تواند بستر مناسبی برای توسعه صنعتی کشور فراهم سازد و لزوم ایجاد تغییرات اساسی ساختار صنوف تولیدی و هدایت آنها به

صنوف سنتی ایران فاصله زیادی با این برنامه ها

وجود دارد که بیشتر ناشی از کوچک بودن آنهاست

تجارب کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته حکایت از آن دارد که برقراری ارتباط بیشتر و نزدیکتر بین صنوف و صنایع کوچک و ایجاد تشکیلات مشترک در زمینه های مهندسی، بازاریابی، حفظ محیط زیست و ... می تواند در بسیاری از زمینه ها منجر به ترغیب و رشد و توسعه مؤسسات کوچک و متوسط SMEs شود و از سوی دیگر بعنوان یک زیر ساخت مهم در سیاستهای صنعتی کشور مطرح گردد.

شرکتهای تولیدی متوسط و بزرگ معمولاً دارای برنامه های گسترده ای چون آموزش، تأمین رفاه مناسبی برای کارکنان، از بین بردن فقر، بالابردن سطح درآمدها، ارتقای فناوری می باشند، ولی در صنوف سنتی ایران فاصله زیادی با این برنامه ها وجود دارد که بیشتر ناشی از کوچک بودن آنهاست زیرا قادر به تحمل این هزینه ها نیستند، در حالیکه در شکل بازارچه های صنفی - صنعتی و در یک اشتراک کاری قادر به تأمین آن با هزینه پائین خواهند بود.

در کشورهای پیشرفته صنعتی، خوشه ها و شبکه ها (همانند بازارچه های صنفی - صنعتی) نقش محوری و مرکزی در چارچوب سازمان صنعتی و به ویژه ایجاد تخصص های انعطاف پذیر و رقابت پذیری جدید دارند. همکاری و مساعدت بین عوامل درونی خوشه ها و شبکه ها بدلیل مشارکت در اطلاعات، منابع، معلومات، اظهار نظرات فنی و دیگر اشکال فعالیتها مشترک، موجب کاهش هزینه ها در معاملات و بهینه سازی رقابتی که منجر به تسریع یادگیری و نوآوری فنی خواهد شد. از جمله میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

1. شرکتهای بزرگتر میتوانند اغلب نقش مهمی را در توسعه شبکه ها و خوشه های صنعتی ایفاء نمایند بطوری که شرکتهای بزرگ فقط نقش مونتاژ کننده را داشته و شرکتهای کوچکتر نقش تولید کننده قطعات تشکیل دهنده محصول نهایی شرکتهای بزرگتر را ایفاء می کنند. این امر دلالت بر توجه بیشتر به نحوه

- فقدان حمایت و پشتیبانی منظم و همه جانبه.
- ناتوانی در تولید انبوه.
- نداشتن استاندارد مشخص و معین در تولیدات مختلف.
- بی بهره بودن از امکانات مهندسی و تحقیق و توسعه و در نتیجه عقب ماندگی از اقتصاد جهانی.
- فقدان سیستمهای بازاریابی و فروش و مهارتهای لازم در جهت حضور در عرصه های جهانی.
- گسسته بودن زنجیره ارتباط بین صنوف تولیدی - صنایع متوسط و بزرگ و در نهایت صنایع و شرکتهای بین المللی.

صنایع کوچک نظیر اصناف تولیدی به سبب فقدان ساختار برنامه ریزی شده برای توسعه مهارت فنی و آموزشی، آگاهی از بازارهای داخلی و خارجی، ابداع تکنولوژی نوین و معرفی اختراعات و ابداعات رنج میبرند و این امر سبب میگردد تا حضور مداوم آنها در عرصه های اقتصادی مورد سؤال قرار گیرد و به سبب فقدان دانایی³ از محیط خویش ایزوله گشته و نتوانند ارتباط منطقی با محیط اطراف خویش برقرار سازند و از گردونه تولید و رقابت حذف گردند.

ایجاد شبکه های تولیدی در قالب بازارچه های صنفی - صنعتی راهی برای ایجاد پیوند مناسب بین زنجیره های مختلف تولید و هم افزائی آنان جهت تقویت یکدیگر در مسیر توسعه یافتگی و رشد اقتصادی و ایجاد زمینه های "دانایی" است رسیدن به توسعه با ثبات، ضمن افزایش در آمد سرانه سبب توسعه سرمایه گذاری جدید میگردد. توسعه و تجمع آنان در قالب بازارچه های صنفی - صنعتی سبب می گردد تا از یکدیگر بیشتر بیاموزند و با ارتقاء توان فنی و مهارتی بتوانند محصولات و فرآورده های با کیفیت را به بازارهای داخلی و خارجی عرضه نمایند.

شرکتهای تولیدی متوسط و بزرگ معمولاً دارای

برنامه های گسترده ای چون آموزش، تأمین رفاه مناسبی برای کارکنان، از بین بردن فقر، بالابردن سطح درآمدها، ارتقای فناوری می باشند، ولی در

مورد انتظار آنها همچون کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ناتوان مانده اند.

علاوه بر آن تحولات جدیدی همچون افزایش رقابت جهانی، پراکنده شدن فعالیت کشورهای چند ملیتی و گرایش کشورها بر فعالیتهای اقتصادی با ارزش افزوده بالاتر، می تواند بعنوان یکی از عوامل مؤثر در جهت گسترش برنامه های ایجاد و توسعه بنگاه ها در سطوح منطقه ای و محلی باشند. این برنامه ها عمدتاً بر صنایع کوچک و متوسط تأکید دارند که صنایع کوچک در ایران از اصناف تولیدی شکل می گیرند و به دلایل زیر دارای مزیت‌هایی نسبی بوده و می توانند عرضه اندام نمایند:

۱.۱. تمرکز زدائی

طی دو دهه اخیر میل بر تمرکز زدایی در سازمانهای صنعتی و واحدهای بزرگ افزایش چشمگیری داشته است و صنایع بزرگ به اشکال مختلف در ترغیب بر انتقال بخشی از فرآیندهای تولیدی خود به خارج از شرکت شده اند. علل تمایل بر این پدیده را میتوان به قرار ذیل ذکر نمود:

- ایجاد مانع در مقابل تمرکز بیش از حد کارگران در یک کارخانه.
- داشتن کنترل بر نیروی کار.
- انعطاف ناپذیری تکنیکی وساختاری در صنایع بزرگ و تلاش در جهت آماده کردن تشکیلات در پذیرش تغییرات لازم.
- محدودیتهای قابل توجه در ظرفیتهای مدیریتی و لزوم رشد همگون این ظرفیتهای با توسعه بخشهای دیگر صنایع بزرگ.

۲.۱. برخورداری از فرصتهای رشد بهتر و سریعتر

صنایع بزرگ در مراحل ابتدائی ایجاد شرایط رشد عمومی و باز شدن افق های جدید توسعه، گسترش فعالیتهای تولیدی به سبب محدود بودن زمینه های توسعه و اقتصادی نبودن افزایش

ارتباط بین شرکت های موجود در شبکه ها و خوشه ها دارد.

۲. توسعه شبکه ها و خوشه های^۲ صنعتی عمیقاً مرتبط با پویایی موجود بازارهایی است که چنین خوشه ها و شبکه های میتوانند آن را ایجاد نمایند. بنابراین عوامل بازار، بازرگانان محلی و خریداران خارجی همراه با مؤسسانه که تسهیل کننده ارتباط بین تولید کنندگان و بازار هستند اثر مهمی را در بهینه سازی جریان انتقال دانش فنی و بازرگانی دارند که این امر سبب گردش اطلاعات در مجموعه و ارائه کیفیت بهتر و بالاخره منجر به بهینه سازی رقابت بین تولیدکنندگان در خوشه ها و شبکه ها می شود.

۳. بنگاههای کوچک (SMEs) به منظور ادامه حیات در فضاهای آزاد تجارتي - رقابتي نیازمند خط مشی های سازمانی جهت تولید کار آمد و دوام پذیر میباشد تا علاوه بر ادامه حیات در این فضاها در زمینه رشد رقابتي نیز موفقیت‌هایی کسب کرده و این رشد نیز تداوم یابد.

۱. چگونگی ایجاد مجتمع های صنعتی و مزیت آنها

امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط از جنبه های مختلف اقتصادی، تولید صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی می باشند. در بسیاری از کشورها این صنایع تأمین کنندگان اصلی اشتغال، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع فناوری های جدید هستند. این صنایع با صادرات قابل توجه نقش مؤثری در توسعه اقتصادی کشورهای خود ایفا میکنند.

در کشور ما علی رغم حضور کمی قابل توجه صنایع کوچک در ساختار صنعتی آن، بدلیل نگرش یکسان در سیاستگذاری واحدهای تولیدی و فارغ از مقیاس آنها، صنایع کوچک و متوسط (که در اینجا ما آنها را در قالب اصناف تولیدی خواهیم آورد) با معضلات متعددی روبرو هستند به نحوی که از ایفاء نقش

• نوآوری

صنایع کوچک نقش مهمی در فرآیند تغییر فناوری برعهده دارند. آنها منبع قابل توجهی از فعالیتهای نوآوری هستند و سرعت تبدیل فعالیتهای به روشهای اجرای بسیار بالاست.

• پویایی صنعت

صنایع کوچک نقش مهمی در فرایند تحول صنعت بر عهده دارند و قادرند بسترهای صنعتی شدن و بومی سازی صنعتی را بخوبی فراهم سازند.

• ایجاد فرصتهای شغلی

نظر به گستردگی صنایع کوچک در شهرها و روستاها، زمینه مساعدی برای توسعه اشتغال در کشورها و از جمله ایران میباشد و این صنایع در پائین ترین لایه های اجتماعی حضور دارند و به راحتی قادرند ...؟

۲. تجربیات سازمان همکاری اقتصادی ملل متحد

(یونیدو)^۵

تجربیات سازمان توسعه صنایع ملل متحد یونیدو ارتباط با نحوه سرمایه گذاری بر روی صنایع کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه حاکی از آن است که قبل از سرمایه گذاری در جهت احداث این صنایع میبایستی مطالعات اولیه ای در راستای پیاده سازی و احداث آنها در یک منطقه (محدوده) صنعتی انجام شود، تا تمامی صنوف (صنایع کوچک و متوسط) راکه از لحاظ عملکرد و نوع فعالیت صنعتی، تشابهاتی با یکدیگر دارند به صورت یک زنجیره تکاملی در یک منطقه یا حوزه جغرافیائی قرار گیرند.

یونیدو این طرح را در کشورهای صنعتی توسعه یافته نظیر آمریکا، آلمان، ایتالیا و یا در حال توسعه مانند هند و کره، مجارستان و اجراء کرده و به نتایج چشمگیری دست یافته است. چنین طرحهایی از سوی یونیدو در قالب زنجیره های تولید طرح می شود، بنحویکه به دسته ای از این صنایع (کوچک و متوسط) که در منطقه یا حوزه جغرافیائی قرار گیرند،

ظرفیتهای (که مستلزم سرمایه گذاری کلان است)، در برنامه ریزیهای خود به این فرصتها توجه کمتری دارند و ترجیح میدهند سرمایه خود را در افزایش تولیدات جاری هزینه نمایند تا اینکه آنرا صرف سرمایه گذاری در تولیدات جدید نمایند. چراکه زمان ثمر دهی آن طولانی بوده و هزینه های تبلیغات و بازاریابی سنگینی را نیز بر این صنایع تحمیل میکند.

هر چند نوآوری های زیادی با رشد سریع در محصولات و فرایند تولید آنها در حال وقوع است ولی روش بکارگیری نوآوریها در صنایع بزرگ به سبب ساختار خاص این صنایع به کندی و طبق برنامه ریزی بلند مدت و یا میان مدت صورت می پذیرد در واقع بنگاههای بزرگ بعضی از نوآوری ها را با توجه به شرایط بازار و استراتژی خود و قابلیت انعطاف ماشین آلات موجود بکار می گیرند و از بعضی دیگر صرف نظر میکنند. بر عکس در بنگاههای کوچک این نوع محدودیتهای وجود ندارند، بلکه با هزینه های سرمایه ای کم، ظرفیت محدود ماشین آلات، انعطاف پذیری بیشتری در بکارگیری ماشین آلات جدید با فناوری های پیشرفته را دارا میباشد و این مزیت سبب رشد و توسعه آنها می گردد.

مسئله دیگر تنوع محصولات است، درست است که صنایع بزرگ تنوع محصولات را در سیاست های تولیدی خود اعمال میکنند ولی نیروی خود را صرف حفظ موقعیت خود در بازار و تقویت آن مینمایند. بدین ترتیب در حالی که استراتژی تولیدکنندگان بزرگ رقابت تنگاتنگ با رقبای دیگر و حفظ سهم خود از بازار است، صنایع کوچک بسادگی میتوانند در زمینه تولیدات جدید با سرعت اقدام نمایند در حالیکه امکان این تغییر و تحول در سازمانهای بزرگ طولانی و زمان بر خواهد بود، به نحوی که مطالعات انجام شده و تجربه کشورها نشان میدهد صنایع کوچک حداقل از چهار جنبه به اقتصاد جهانی کمک میکنند:

• کار آفرینی

صنایع کوچک با کمک به رشد روحیه کار آفرینی و ایفاء نقش به عنوان عامل تغییر در اقتصاد مدرن، بر رشد اقتصادی کمک میکنند.

قالب گروهی انجام میدهند ولی چون از تجربیات یکدیگر کمک نگرفته و به طور متمرکز تعیین موقعیت نشده اند و برای بقای خود در بازارهای جهانی کوشش نکرده اند، مسیر رشد خود را از دست داده و از ادامه کار باز مانده اند.

تحولات جدید جهانی، تأثیر قابل توجهی بر اقتصادهای محلی و منطقه‌ای دارد. فشار ادغامهای جهانی و رقابت بین‌المللی در حالی رو به فزونی است که برخی مزیت‌های رقابت سنتی در بسیاری از کشورها و مناطق (مانند هزینه‌های نسبتاً پایین نیروی کار و انرژی و امثالهم) گذرا تلقی می‌شود و پاسخگوی سرعت تغییر و تحولات روبه افزایش اقتصاد جهانی نمی‌باشند.

اقتصاد منطقه ای (در داخل کشورها) در مواجه شدن با این فشارها، نیاز بیشتری به یافتن روشهایی جهت افزایش ظرفیت پذیرش دانش و نشر آن، افزایش بهره‌وری، تشویق به ایجاد فعالیتهایی با ارزش افزوده بالاتر و تقویت ارتباط با بازارهای بین‌المللی دارند. در نتیجه تأکید فزاینده‌ای جهت تشویق شکل‌گیری زنجیره‌های تأمین کنندگان کالا، شبکه‌های افقی و خوشه‌های رشته‌ای در این اقتصادها قابل مشاهده است، که این مهم، مستلزم توسعه ساختار و فرایندهای غیر متمرکز و هدایت شده از پائین و همچنین برنامه‌ها و سازمانهای مناسب و انعطاف پذیر میباشد.

یونیدو استراتژی‌های ایجاد شبکه‌های جدید و خوشه‌های تولیدی را به همراه روشها و مکانیزمهایی در دست اجرا دارد که سازگار با نیازهای متغیر اجتماعی و اقتصادی (به عنوان مثال نیاز صنایع کوچک) باشند. بسیاری از کشورها بدنال روشهایی هستند تا موانع پولی و مالی را که از توسعه صنایع کوچک جلوگیری میکنند، کاهش دهند و یا با به رسمیت شناختن آنها، بخشی از اعتبارات مالی و پولی کشور به آنها تخصیص یابد. در رویکرد جدید، تأکید بر برنامه‌هایی است که بنگاههای مستقل را جزئی از یک شبکه و یا یک خوشه از بنگاهها تصور مینمایند. در واقع تفکر اولیه آن است که بنگاه زمانی مزیت قابل توجهی کسب می‌نماید که جزئی از یک شبکه و یا خوشه توانمند باشد. بنابراین لازم است سیاستها با هدف استحکام

”خوشه‌های صنعتی گفته می‌شود. که تعریف یونیدو، از خوشه یا مجموعه و مجتمع‌ها یا خوشه‌ها را بصورت زیر می‌باشد:

”سرمایه‌گذارهای انجام شده در یک بخش متمرکز یا در یک محدوده جغرافیایی بر روی صنعتی خاص از صنایع کوچک (به عبارتی ایجاد بازارچه‌های صنفی - صنعتی با فعالیتهای مشابه و یکسان) را خوشه یا مجموعه گویند.”

حال گردآوری تمامی این گروهها در کنار یکدیگر در یک منطقه جغرافیایی و ایجاد شبکه‌های زنجیره‌ای و تکاملی را خوشه‌های صنعتی گویند انجام یک چنین کار یعنی ایجاد این خوشه‌های صنعتی فرصتها و مزیت‌هایی را ایجاد خواهد کرد که مهمترین آنها عبارتند از:

- مشخص تر شدن تأمین کنندگان مواد خام، ابزارآلات و ماشین آلات
- توسعه مهارتی فنی و تخصصی در قالب فعالیتهای خاص تخصصی
- زمینه سازی برای توسعه همکاری‌ها بین گروهها (صنوف)
- تخصصی تر شدن و تمرکز فعالیتهای در مناطق خاص جغرافیایی
- متنوع نمودن تولیدات بومی همراه با ارتقاء کیفی پشتیبانی و حمایت از ابداعات و اختراعات داخلی
- ایجاد مجموعه‌های آموزشی
- کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری اضافی از جمله هزینه‌های مربوط به حفاظت محیط زیست
- بالا بردن توان صادراتی محصولات تولیدی
- مساعدت و همکاری خوشه‌ها جهت بهره‌وری از تکنیکهای فنی، خدمات مدیریتی و مالی و غیره

سرمایه‌گذارها بر روی صنایع کوچک چنانچه بر اساس اینگونه طرحها صورت پذیرد علاوه بر نزدیکی صنایع به یکدیگر، تمرکز آنها در یک منطقه^۷، میتواند سبب استفاده از تجربیات گروههای مختلف از یکدیگر شود. در مقابل ممکن است صناعی نیز پیدا شوند که فعالیتهای صنعتی خود را در

بخشیدن بر مجموعه توانایی های گروه های گسترده ای از شرکتها برنامه ریزی شود. همچنین این سیاستها باید در جهت کمک به واحدهای کوچک اعمال شود تا بتوانند حداکثر بهره برداری را از ارتباطشان با بنگاههای دیگر ببرند. در این راستا سه نوع برنامه را میتوان در نظر گرفت که عبارتند از تشویق به ایجاد شبکه های عمودی، شبکه های افقی و شبکه های رشته ای است که در اینجا به تشریح هر یک از آنها خواهیم پرداخت:

۱.۲. شبکه های افقی

هموار نمودن شرایط برای بنگاههای کوچک بنحوی که بتوانند در شرایط کم و بیش مساوی با یکدیگر همکاری نمایند موجب تشکیل شبکه های افقی می شود. که این همکاری میتواند شامل مسائل بسیار ساده تا موارد بسیار پیچیده باشد. از نمونه های همکاری ساده می توان به تبادل اطلاعات، هدف گیری مشترک روی اهداف تعیین شده و یادگیری مشترک اشاره نمود. که اینگونه همکاریهای ساده به نام شبکه های یادگیر^۸ شناخته می شوند. از نمونه های همکاری در سطح بالاتر انجام تحقیقات مشترک، برنامه های آموزشی مشترک، سهیم شدن در استفاده از خدمات، تقسیم هزینه راه اندازی نمایشگاههای تجاری و نگهداری دفاتر فروش در خارج از مرزها می باشند. حد نهایی اینگونه همکاریها میتواند خریدهای مشترک، بازاریابی، تحقیق و توسعه مشترک اشاره نمود. اهمیت رویارویی شرکتهای کوچک با واقعیت های رقابت جهانی، نیاز به افزایش ظرفیت نوآوری در این شرکتها و لزوم دستیابی به روشهایی جهت راه یابی به بازارهای جدید و همچنین پاسخگویی به انتظارات فزاینده مشتریان، نقش مهم شبکه های افقی را در شکل دادن به همکاری میان این شرکتها برجسته میکند. در برخی موارد شبکه های افقی و برنامه های توسعه دهنده آنها، برنامه های زنجیره تأمین کنندگی عمودی را تکمیل می کنند. در همین ارتباط نتایج اساسی که بعد از بهره برداری از اینگونه شبکه ها حاصل می گردد عبارتند از:

- رشد اقتصادی و افزایش قدرت فروش.
- کاهش هزینه های مواد اولیه بدلیل خرید یکجا.
- ورود به بازارهای جهانی بخاطر افزایش تقاضا محصول در اثر بهبود کیفیت.
- ترکیب و یکسان سازی تکنولوژیها.
- تسهیل در پذیرش روابط و قراردادهای برای سرمایه گذارها در صنایع بزرگ و غیره ...
- ارتقاء توانمندیها برای آموزش و اختراع (بطوریکه سرمایه گذارها آنها را پردازش کنند با فعالیتهای گروهی بهتر میتوان اطلاعات را کسب، انتخاب و فیلتر نمود)
- افزایش توان مدیریت استراتژیک تشکلهای صنفی میتواند در برنامه های کلان تأثیر گذار باشند.

۲.۲. شبکه های عمودی

این نوع شبکه دربرگیرنده شرکتهایی است که درون یک زنجیره تأمین^۹ فعالیت میکنند و در بسیاری از موارد توسط یک شرکت بزرگتر هدایت میشوند. هدف از برنامه های ایجاد کننده شبکه های عمودی، تقویت ارتباط میان این بنگاهها میباشد. نمونه ای از این تغییر ساختاری، افزایش قابل ملاحظه در تأمین منابع (قطعات، خدمات و غیره) از بیرون از بنگاه^{۱۰} میباشد. در کنار توسعه و ارتقاء زمینه های بالقوه برای سرمایه گذارها در بخش صنایع کوچک و متوسط، صنایع بزرگ نیز در کشورهای در حال توسعه بعنوان رهبران (پیشگامان) تکنولوژی میتوانند آموزشهای جذاب (آموزنده) و فرصتها و موقعیتهای جدیدی برای صنایع کوچکتر فراهم کنند. ایجاد شبکه های عمودی دارای امتیازاتی از جمله موارد ذیل می باشد:

- تسریع در زمان تحویل.
- پاسخگویی با ارائه به موقع خدمات به مشتری.
- هزینه های حمل و نقل.

- همکاری با حمایت کنندگان منطقه ای.
- تعیین سطح برنامه های موفقیت آمیز توسط خود صنایع.
- طراحی برنامه های توسعه از طریق مساعدتهای فنی - تکنولوژیکی.
- تمایل واسطه ها به منظور سرمایه گذاری بروی صنایع کوچک.

۳.۲. شبکه های رشته ای

برنامه تشویق شبکه های افقی و عمودی میتواند بخشی از استراتژی توسعه شبکه های رشته ای ، محسوب شود . این شبکه ها ، صدها و یا حتی هزارها بنگاه کوچک و متوسط و بعضاً بنگاههای بزرگتر که در یک رشته صنعتی فعالیت دارند را در بر میگیرند که همه در تولید و فروش کالاها و خدمات مرتبط و مکمل از قبیل خودرو ، تولیدات چرمی ، کامپیوتر و محصولات الکترونیکی و یا منسوجات کشفای فعالیت می نمایند. بعنوان مثال شبکه لباسهای کشفای در برگرنده بنگاههای تولید کننده لباسهای کشفای ، بنگاههای رنگرزی و نخ ریزی ، بنگاههای تولید کننده ماشین های نساجی، صنایع شیمیایی مرتبط با صنعت نساجی صنایع بسته بندی ، شرکتهای حمل و نقل و گروه های ارائه دهنده خدمات پشتیبانی می باشند . معمولاً همه بنگاههای یک شبکه در یک محدود جغرافیایی مستقر شده اند ، لیکن برنامه هایی نیز به منظور توسعه شبکه های رشته ای در سطح فراتر از منطقه و یا حتی در سطح ملی طراحی شده اند . نتیجتاً شبکه صنعتی که می توانند از تمرکز مجموعه ای از رشته های همگن (رسته های متعلق به هر یک از صنوف) در یک منطقه جغرافیایی با توجه بر توانمندیهای خاص صنعتی آن مناطق " کنار یکدیگر قرار گیرد و با ایجاد شبکه های ارتباطی منظم بین خود نه تنها قدرت چانه زنی مجموعه را در تأمین مواد اولیه ، قطعات و ماشین آلات بالا ببرند ، بلکه زمینه های فعال سازی فرایند یادگیری از یکدیگر ، ارتقاء کیفیت محصولات واسطه ای ، طراحی ماشین آلات جدیدو اعمال مداوم نوآوری در روشهای تولید و محصولات جدید از یکطرف و دستیابی

در شبکه های عمودی شرکتهای بزرگ و چند ملیتی از طریق برقراری ارتباط با صنایع کوچک و متوسط می توانند به رشد و تعالی این صنایع کمک فراوانی نمایند تسهیلاتی که صنایع چند ملیتی و بزرگ برای صنایع متوسط و کوچک فراهم می سازند سبب ایجاد پیوند قویتر بین آنان گشته و بصورت دانه های زنجیر به تقویت یکدیگر بپردازند در چنین مواردی اغلب زمان و سرمایه ای جهت ایجاد و توسعه چنین منابعی صرف نمی کنند. بدلیل اینکه آنها اغلب ترجیح می دهند که از حمایت کنندگان خارجی استفاده کرده تا تواناییهای صنایع منطقه ای را افزایش داده و در رفع احتیاجاتشان در مواردی چون کیفیت ، قابلیت اطمینان ، زمان تحویل و خرید با قیمتهای پائین رضایت آنها را جلب کنند و از تجربیات آنها استفاده کنند.

متدولوژی روش انجام کار یونیدو برای شبکه های عمودی ، بر مبنای افزایش توانمندی و مرتبط ساختن این صنایع و تسهیل در برقراری روابط همکاری میان سرمایه گذارها در بخش صنایع کوچک و بزرگ صورت می گیرد . هدف از این کار تأکید جهت ارتقاء توانمندیهای حمایت شوندهگان میباشد که این کار با نزدیکیتر و مرتبط تر شدن سرمایه گذارها صورت می گیرد ، بنحویکه موارد ذیل (مراحل) اصلی این فرآیند هستند :

- ارزیابی حمایت کنندگان فعلی و بالقوه.
- ایجاد جلسات مباحثه و تبادل نظر میان کارکنان و حمایت کنندگان صنایع.
- تجزیه و تحلیل جزئیات برای تشخیص محدوده اصلاح با در نظر گرفتن فعالیت حمایت کنندگان.
- پیاده سازی و اجرای برنامه های گروهی.
- مزیت های این نوع شبکه ها (شبکه های عمودی) را می توان به شرح ذیل برشمرد :
- برخورداری از حمایت کنندگان مشخص در سرمایه گذاریها در بخش صنایع کوچک و متوسط.

برمقیاسهای قابل رقابت در صحنه بین المللی را از طرف دیگر فراهم سازند. بنابراین استراتژی توسعه منطقه ای و استانی بر استراتژی توسعه تک تک رسته ها از طریق حضور در کلاسترها تأثیر گذاشته که در یک فرایند وابستگی و تعامل متقابل با ایجاد و تقویت روابط بین رسته ها، زمینه های جریان یافتن مستقیم و بدون واسطه اطلاعات بین رسته ها را فراهم ساخته و ترکیبی بسیار موفق از رقابت و همکاری را در این مجموعه های صنعتی را بوجود می آورند. بدین ترتیب با توسعه شبکه ها و تقسیم کار بین بنگاه ها براساس تخصصهای آنها، شبکه ها را تبدیل به نقاط جذب نوآوران و نیروی کار متخصص و دیگر کارگزاران اقتصادی کرده است، در نتیجه در شرایط کنونی کلید اساسی موفقیت اصناف تولیدی و توسعه، ظرفیت و قابلیت های آنان از طریق ایجاد بازارچه های صنفی - صنعتی بعنوان یک شبکه تولیدی است.

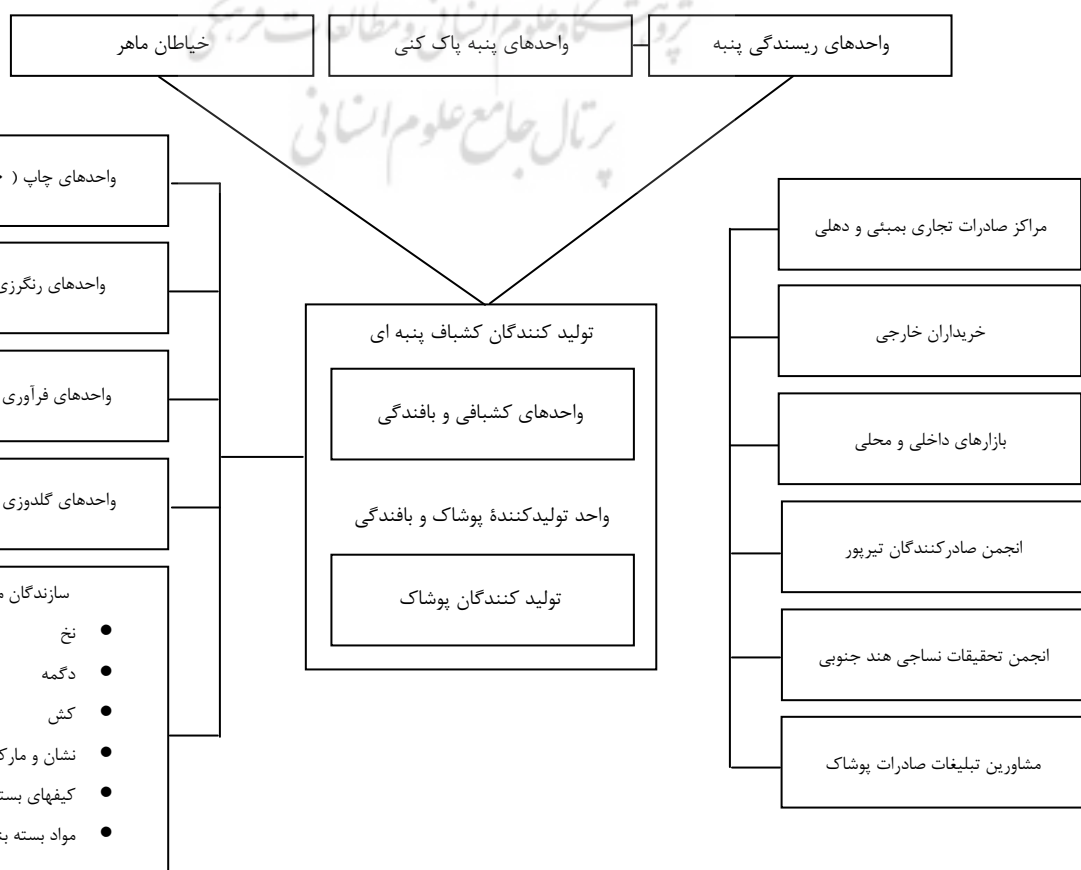
۴.۲. نمونه ای از تجربه یونیدو در ایجاد شبکه های

تولید

بخش کشباف هندوستان بعنوان زیر مجموعه مشخص از صنعت شناخته شده نساجی میباشد. لباسهایی با الیاف مصنوعی بطور عمده در دهلی و بمبئی تولید میگردند، در حالیکه صنایع

شکل ۱: خوشه صنعتی کشباف پنبه ای تیرپور - هندوستان

کشباف پشمی تقریباً در اکثر مناطق "لودهیانا" در ایالت پنجاب مستقر شده اند و بخش صنعت کشباف پنبه ای تحت نظر شرکتهای کوچکتر بوده و توانسته اند در زمینه صنعت نساجی گام اساسی بردارند. مراکز اصلی این صنعت شهری کوچک بنام "تیرپور" با جمعیت تقریبی ۲۳۵،۰۰۰ نفر در جنوب ایالت "تامیل نادو" و شهر بزرگ کلکته است. صادرات کشباف تیرپور در سال ۱۹۹۳ بالغ بر ۵۰۰ میلیون دلار رسید و با در نظر گرفتن صادرات غیر مستقیم این رقم شاید به ۹۰۰ میلیون دلار رسیده باشد، به نحوی که از تیرپور به عنوان یک شهر موفق یاد می شود که رشد آن به صنایع نساجی پنبه ای وابسته بود. اگرچه تولید کنندگان تیرپور از مزایای نیروی کار ارزان برخوردار بودند ولیکن رقابت کلی تیرپور در صنعت نساجی وابسته به سنتهای محلی و سیستم سازماندهی تولید براساس خوشه های رشته ای^{۱۳} میباشد تیرپور یک شهر نساجی ایده آل است که در قلب منطقه تولید پنبه قرارداد و دارای تاریخچه ای بس طولانی در رابطه با آماده سازی پنبه بعنوان ماده اولیه و اصلی برای بافندگی دستی و محلی به منظور تجارت پنبه است، به نحوی که ۸۴٪ از کارخانجات در تیرپور به نوعی به صنعت نساجی و بافندگی مربوط میشوند. شکل خوشه کشباف پنبه ای تیرپور^{۱۳}، هندوستان در شکل ۱ مشاهده میگردد:



۳. عوامل مؤثر در سازماندهی موفق خوشه های

صنعتی

خدمات صادراتی و علی‌الخصوص آموزش زمینه های رشد و توسعه خوشه را فراهم می آورد.

خوشه ها مدلی از سازماندهی روابط بین رسته ها می باشد که با همکاری و هماهنگی بین رسته ها بر نیازهای کارآفرینان ، مشکل اشتغال و همچنین جهانی شدن رقابت پاسخ میدهند و در مناطق جغرافیایی مختلف و با توجه بر استراتژی توسعه استانی شکل میگیرند . از آنجا که خوشه ها ساختارهای صنعتی منبعث از خاستگاه‌های خاص جغرافیایی هستند جنبه‌های تاریخی ، فرهنگی و اجتماعی در آنها قوی بوده و بنابراین در الگوبرداری و انتقال تجربیات بایستی بر عوامل فوق الذکر توجه خاص مبذول داشت . لازم بذکر است که عوامل و ارکان موفقیت خوشه ها به قرار ذیل می باشد:

۴. استفاده از تجارب یونیدو در ایجاد بازارچه های

صنعتی - صنعتی

با توجه به مطالب مطروحه در ارتباط با خوشه‌ها و شبکه‌ها و تجارب کاری یونیدو در این زمینه، اصناف تولیدی می‌توانند در قالب بازارچه های صنعتی - صنعتی (خوشه های صنعتی - صنعتی) در ایران طراحی گشته و با تعریف روابط کاری میان آنها و برنامه‌ریزی و کنترل حین کار مداوم فعالیتهای، به نتایج چشمگیری چون موارد ذیل دست یابند :

- مجتمع‌های صنعتی - صنعتی مکان ارتقاء صناعی است که از توانمندیهای لازم چون سرمایه های اجتماعی ، فیزیکی و انسانی برخوردار می‌باشند. همانطور که میدانیم اصناف دارای مزیت بومی هستند و سرمایه های اجتماعی، فیزیکی و انسانی آنان نیز در فعالیتهای بومی صرف می‌گردد.
- ضمن فعال کردن فرآیند یادگیری تعاملی رسته ها^{۱۵} از یکدیگر موجب تسریع و تبدیل آن به فرهنگ حاکم بر تولید می‌شوند . بدین صورت که رسته های واقع در یک خوشه پس از قرارگیری در کنار یکدیگر تشویق به همکاری و یادگیری از یکدیگر میشوند تا مشکلات و خلاء های خود را برطرف سازند .
- منطق حاکم بر بازار، صنایع بزرگ را مجبور می‌سازد تا هزینه های سنگینی را برای نگهداری مراکز بزرگ تحقیق و توسعه، هزینه تبلیغات و بازاریابی و روابط عمومی متقبل شوند، چیزی که در خوشه‌ها به شکل محدودی وجود دارد بدین صورت است که اینگونه هزینه ها در قالب خوشه و برای تمام رسته های موجود در یک خوشه ها و بصورت یکجا صرف می‌شود و درنهایت با سرشکن کردن هزینه ها بر تعداد رسته

- تقویت زمینه های همکاری بین رسته های اتحادیه و تشویق آنها بر تشکیل تشکلهای صنعتی - صنعتی و اقتصادی.
- توجه بر نوآوری به عنوان پدیده ای اجتماعی، که ثمره فعال شدن روابط میان رسته ها و فرایند یادگیری از یکدیگر و محیط اطراف است.
- با ایجاد یا فعال کردن کانالهای ارتباطی بین بخش خصوصی و بخش دولتی از طریق این راهکار ، فرایند تصمیم گیری از پائین به بالا فعال می‌شود و ضمن اینکه سیاستهای اتخاذ شده از طرف مسئولین به سبب لحاظ نمودن خواسته های بخش خصوصی و صنایع از قوام و پختگی و اثرگذاری بیشتری برخوردار خواهدشد و علاوه بر آن سیاستهای قبلی نیز مورد نقد و بررسی قرار گرفته و حین اجرا تصحیح میگیرند.
- ایجاد و تقویت نهادهای واسطه ای با مرتبط ساختن تشکلهای به نهادهایی چون شوراهای مشارکتی، شوراهای محلی و مراکز نو آوری کسب و کار^{۱۶} (BIC) از طریق ارائه تسهیلات مالی و اعتباری ،

صنعتی - صنعتی (خوشه‌ها) به عنوان رقیب یکدیگر تلقی می‌گردند زیرا رسته‌ها و یا اصنافی که دارای توان فنی و تخصصی لازم در عرضه محصولات با کیفیت و قابل قبول مشتری باشد میتواند عرصه حضور را برای رسته‌هایی که فاقد چنین توانایی می‌باشند تنگ نموده و آنها را از گردونه حضور حذف نمایند بنابراین صنوف و رسته‌هایی قادر به حضور قوی در بازارچه‌های صنعتی - صنعتی خواهند بود که بتوانند در یک محیط رقابتی عرضه اندام نموده و کالای تولیدی خویش را با کیفیت مناسب به بازارهای مصرف عرضه نمایند.

- در خوشه‌ها شبکه اطلاع رسانی نقش مهمی را ایفاء می‌کنند. قابلیت شبکه‌های کامپیوتری و ارتباطی مدرن و نیز ظهور استانداردها در زمینه تبادل داده‌ها نه تنها ایجاد مزایای رقابتی می‌کند بلکه ایجاد مزایای رقابتی با استفاده از حلقه‌های ارتباطی پایدار و سودمند با تأمین کنندگان، توزیع کنندگان و غیره را تسهیل می‌کند.

۵. ابزارهای ترغیب در ایجاد بازارچه‌های صنعتی -

صنعتی

ویژگیهای صنوف تولیدی بگونه‌ای است که بر مبنای منافع فردی و مشخص و متناسب با امکانات مالی و مطلوبیتهای مالک کسب و کار شکل گرفته است. این وضعیت در شرایط کنونی برای برخی از صنوف خدماتی که مستقیماً باید در ارتباط با مشتریان و مصرف کنندگان باشند گریز ناپذیر می‌نماید، ولی برای صنوف تولیدی که میتوانند تولیدات خویش را در حوزه‌های دیگر جغرافیایی عرضه نمایند ضرورتی نخواهد داشت بلکه باید در مسیری حرکت نمود که بواسطه آن بتوان با کاهش هزینه‌های تولید به افزایش کیفیت و کمیت تولید پرداخت و شرایط تولید را متناسب با فرآیندهای تغییر در دنیا سازگار نمود.

های هر کلاستر، سهم هر کدام از رسته‌ها از این هزینه بدست می‌آید که در مقایسه با مبلغ اولیه بسیار ناچیز است و در نهایت این هزینه بر قیمت محصولات رسته‌ها سرشکن می‌شود و این خود سبب کاهش قیمت تمام شده محصولات تولیدی می‌شود. در این شرایط تولیدکنندگان بزرگ خود را در وضعیتی می‌یابند که قیمت بعضی از تولیداتشان بسیار بالاتر از محصولات مشابه تولیدی کلاسترها است.

- خوشه‌ها موجب افزایش فرآیند تطبیق با نوآوریها و روحیه ابداع می‌گردند. در کنار هم بودن رسته‌های همگن در خوشه‌ها موجب می‌شود تا آنها درصد بالا بردن توان علمی خود برآیند که این خود موجبات نوآوری و ابداع را فراهم می‌سازد.
- خوشه‌ها موجب بروز و رشد فعالیتهای گروهی رسته‌ها در عرصه تولید و تبدیل آن به فرهنگ عمومی می‌گردند.
- خوشه‌ها توان رقابت صنایع را افزایش میدهد و باعث می‌شود با گردهم آمدن رسته‌های هر کدام از اصناف در قالب یک خوشه و با همکاری و رقابت با یکدیگر و همچنین با یادگیری از یکدیگر بتوانند هزینه‌های تولید محصولاتشان را کاهش داده و در نهایت با صنایع بزرگ رقابت کنند.
- خوشه‌ها بستر مناسب همکاری بین بخش خصوصی و سازمانهای پشتیبانی کننده عمومی در پیاده کردن استراتژی توسعه منطقه‌ای را فراهم می‌سازند.
- درخوشه‌ها تقسیم‌کاربین رسته براساس تخصصهای آنها صورت می‌گیرد که از این طریق رسته‌های واقع در خوشه‌ها می‌توانند با یکدیگر همکاری کنند که این امر خود باعث می‌شود تا از تخصصهای موجود باعث رشد و توسعه یکدیگر و درنهایت خوشه‌ها شوند.
- رسته‌های موجود در خوشه‌ها ضمن همکاری با یکدیگر، دارای نوعی رقابت در انجام فعالیتها می‌باشند زیرا رسته‌های مشابه در یک بازارچه‌های

- شرایط نوین اقتصادی در جهان و رقابتهای شدید در بین تولید کنندگان در عرصه های اقتصادی ایجاب می نماید تا تولیدات ضمن برخورداری از قیمت مناسب دارای کیفیت مورد پسند مشتریان باشند و در عصر "مشتري محوري" بتوان به نیازهای مشتریان پاسخ گفت و تولید محصول مطابق با نیاز مشتری امری اتفاقی و تصادفی نخواهد بود. بنابراین جهت دستیابی به این اهداف باید ابزارها و مکانیزمهای لازم جهت سنجش نیاز مشتریان را فراهم ساخت که این امر از طریق برقراری ارتباط با مشتریان و بازاریابی و بازار سنجی امکانپذیر خواهد بود.
- امر بازاریابی علاوه بر نیاز تخصصی و تکنیکی مستلزم صرف هزینه هائی است که صنوف تولیدی هریک به تنهایی فاقد چنین توان مالی و فنی و تخصصی می باشند ، بنابراین تجمع این فعالیتها در قالب یک بازارچه می تواند هزینه هریک از صنوف را به شدت کاهش داده و فرآیند عرضه و بازاریابی را براساس مطالعات علمی و تخصصی فراهم ساخته و مسیر حضور بیشتر آنان در بازارهای داخلی و خارجی را هموار سازد.
- تنوع نیاز مشتریان و مصرف کنندگان در بازارهای امروزی یک امر پذیرفته شده است . پاسخگویی به این تنوع مستلزم انجام فعالیتهای پژوهشی و مهندسی است تا ضمن دریافت نیازهای واقعی مصرف کنندگان، بتوان این نیازها را بر مبنای محصولات با کیفیت پاسخگو بود بنابراین وجود واحدهای تحقیقاتی و مهندسی امری اجتناب ناپذیر خواهد بود تا تغییرات در محصول را بر مبنای اصول مهندسی و هدفمند هدایت نماید و تجهیز چنین امکاناتی در توان هیچیک از کسب و کارهای تولیدی به صورت انفرادی نخواهد بود و مستلزم وجود اشتراک در این زمینه در جهت توزیع هزینه های مربوط خواهد بود.
- حفظ محیط زیست در انجام فعالیتهای صنعتی و تولیدی یک امر برجسته و قابل اهمیت در جهان امروز طبیعت تولید بگونه ای است که در بسیاری از موارد برای هریک از فرآیندها استفاده از ابزار و تجهیزات خاص ضروری است و تأمین این ابزار و تجهیزات بر مبنای حجم تولید واحد صنعتی اقتصادی نخواهد بود در حالیکه در شرایط فعلی این امر از سوی بسیاری از صنوف تولیدی مورد توجه قرار نمی گیرد مثلاً در یک کارگاه تولید قطعه سازی دستگاه پرسی وجود دارد که از ظرفیت آن در سال به اندازه دو روز مفید بیشتر استفاده نمی شود بنابراین هزینه سرمایه ای ناشی از چنین تجهیزاتی سبب افزایش قیمت تولیدات کارگاه خواهد شد لذا تفکر اقتصادی در بازار رقابتی ایجاب می نماید تا این هزینه ها کاملاً مورد توجه قرار گرفته و انتخاب هر وسیله یا تجهیزات بر مبنای اصول اقتصادی صورت پذیرد و از هرز بردن منابع و امکانات جلوگیری و از سرمایه گذاری انجام شده به صورت بهینه استفاده شود . بنابراین ایجاد بازارچه های صنفی - صنعتی می تواند مزایای فراوانی را برای واحدهای موجود در آن فراهم سازد که مهمترین آنها عبارتند از :
 - اقتصادی نمودن استفاده از ابزار و تجهیزات موجود در هر کسب و کار بر مبنای ارتباط زنجیره ای بین صنوف و کارگاههای فعال که این امر سبب میگردد تا از ظرفیتهای موجود حداکثر استفاده به عمل آید.
 - حضور در بازارچه های صنفی- صنعتی زمینه های لازم برای تولید انبوه و متنوع محصولات را بر مبنای اشتراک منافع ایجاد نموده و سبب میگردد تا واحدهای کوچک تولیدی بتوانند با واحدهای بزرگ صنعتی ارتباط برقرار نموده و از این طریق به کمیت و کیفیت تولیدات خویش بیفزایند.
 - با برقراری ارتباط با واحدهای بزرگ صنعتی ، زمینه های لازم برای اتصال به شبکه های بزرگ تولید و عرضه کالا در دنیافراهم گشته و صنوف تولیدی و کارگاههای کوچک نیز می توانند از طریق بازارچه های صنفی - صنعتی به شبکه های تولید جهانی کالا متصل گشته و به توان فنی و اقتصادی خویش بیفزایند.

با سازمان منسجم و مشخص در ارتباط باشند ، حضور اصناف در بازارچه های صنفی - صنعتی و ایجاد تشکلهای اقتصادی - پولی می تواند زمینه مساعدی برای جذب اعتبارات فراهم سازد.

نتیجه گیری

تجربیات کشورهای در حال توسعه نظیر هند، مالزی، اندونزی، کره جنوبی، تایوان، سنگاپور، ترکیه و ... در حوزه های صنعتی، بیانگر توجه آنان به صنایع کوچک و متوسط در رسیدن به اهداف توسعه صنعتی است و تجربیات این کشور حاکمی، از وجود مسیرهای مشترکی است که این مسیرها در بعد زمان و مکان خویش دارای نوسانات متفاوتی است ولی اصول و راهبردهای اصلی آن یکسان میباشد که این اشتراکات را می توان در قالب اصول زیر خلاصه نمود:

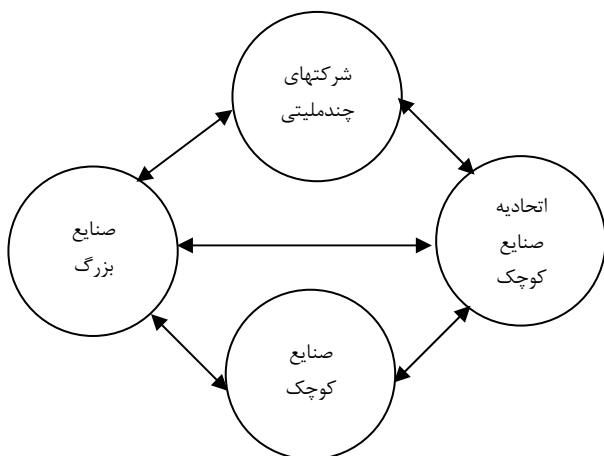
- ایجاد فضای مناسب برای انجام فعالیتهای صنعتی در حوزه صنایع کوچک که از جمله آن ایجاد مجتمع ها و بازارچه ها صنفی - صنعتی (خوشه ها) است
- برقراری مکانیزمهای حمایتی از سوی دولت در مراحل اولیه شکل گیری این بازارچه ها به منظور ترغیب و تشویق صنعتگران و صنوف تولیدی برای حضور در این بازارچه ها از جمله:
 - برقراری تخفیفهای مالیاتی برای بازارچه های صنفی - صنعتی
 - ایجاد تسهیلات در برخورداری از اعتبارات بانکی و وام با نرخ بهره پائین تر
 - حمایتهای مالی از ایجاد بازارچه ها از طریق در اختیار قرار دادن زمین ارزان، امکانات زیر بنایی با نرخهای تعدیل شده نظیر آب، برق، گاز و

میباشد و سازمانهای دولتی و خصوصی زیادی در این زمینه فعال بوده و به امر حفظ محیط زیست سالم نظارت می نمایند در حالیکه بسیاری از فعالیتهای صنعتی بطور طبیعی دارای پسابها و ضایعات صنعتی میباشد که اثرات نامطلوبی به محیط زیست خواهد گذارد.

- ایجاد تجهیزات لازم برای حفظ محیط زیست نیز هزینه بر بوده و مستلزم حجم سرمایه گذاری بالایی است و تحمل این هزینه برای صنوف مربوط، به تنهایی غیرممکن میباشد در حالیکه تجمع آن در یک محیط میتواند از امکانات پاکسازی و سالم سازی مشترک بهره جسته و فعالیتهایی که از این بابت با محدودیتهای زیست محیطی مواجهه میباشند قادر خواهند بود در یک محیط مشترک، هزینه های سالم سازی محیط را به حداقل کاهش دهند. مثلاً هزینه پاکسازی صنایع چرم در منطقه ای از پاکستان ماهانه حدود ۸۰۰ دلار برآورد میگردد که تحمل این هزینه برای واحدهای صنفی امکانپذیر نمی نمودولی با همکاری و مساعی ۲۰۰ واحد صنعتی مستقر در منطقه این هزینه برای هر واحد به ۴ دلار کاهش یافت که پرداخت این مبلغ برای هر واحد صنفی مشکل ایجاد نخواهد نمود.
- ایجاد بازارچه های صنفی - صنعتی ضمن توسعه فعالیتهای تولیدی و افزایش کمی و کیفی عامل بسیار مهمی در ایجاد اشتغال در هر منطقه خواهند بود زیرا ایجاد بازارچه های صنفی - صنعتی در مناطق مختلف ضمن بکارگیری نیروی انسانی مستقیم تولید میتواند سبب توسعه فعالیتهای خدماتی و پشتیبانی در منطقه شود که این امر خود به بسط اشتغال در مناطق کمک قابل توجهی خواهد نمود.
- استفاده از تسهیلات و اعتبارات بانکی و مالی زمانی امکانپذیر خواهد بود که اصناف تولیدی بتوانند جایگاه لازم در اقتصاد کشور را پیدا نمایند و بانکهای کارگزار نیز در جهت اطمینان از باز پرداخت تسهیلات

- ایجاد صندوقهای حمایتی و مراکز اعتباری به منظور تأمین اعتبارات مالی با نرخ بهره پائین

- برقراری ارتباط با شرکتهای چند ملیتی^{۱۷} و استفاده از تجربیات کشورهای پیشرفته و پیشرو (شکل ۲)



- سازماندهی و هدایت خودکار صنایع کوچک در جهت افزایش توانمندی مدیریتی و مهارتی از طریق:
 - ارائه خدمات مشاوره ای و تخصصی در جهت بروزآوری صنعت و فعالیت مرتبط
 - برقراری دوره های آموزشی بخصوص آموزشهای مدیریتی نوین و کار آفرینی
 - برقراری ارتباط با مراکز تحقیقات کاربردی و استفاده از امکانات و توانمندیهای مراکز تحقیقاتی
 - ایجاد مراکز اطلاع رسانی

- طراحی زیر ساختارهای مناسب^{۱۶} به منظور استفاده از امکانات و تجربیات صنایع بزرگ شامل:

- برقراری ارتباط پیمانکاری با صنایع بزرگ
- استفاده از امکانات آموزشی و تحقیقاتی آنان
- استفاده از دانش فنی و تکنولوژی صنایع بزرگ
- توسعه حوزه نفوذ در بازاربایی
- توسعه زمینه های خود اشتغالی در کشور از طریق:

- حمایت از کار آفرینان و صنعتگران فاقد سرمایه یا کم سرمایه
- استفاده از امکانات پارکهای تکنولوژی و امکانات تحقیقاتی
- ایجاد صندوق حمایتی از کار آفرینان
- معرفی کار آفرینان و خود اشتغال گران به صنایع بزرگ و متوسط
- برقراری مشوقهای مالیاتی، مالی و اعتباری

شکل ۲: نقش صنایع کوچک در صحنه های رقابت بین المللی

ایجاد حلقه های همکاری بین صنایع کوچک و متوسط با صنایع بزرگ و شرکتهای چند ملیتی می تواند موفقیتهای قابل توجهی در زمینه هایی چون کاهش خطرات رقابت غیر متعادل بین صنایع کوچک و متوسط با صنایع بزرگ، افزایش توانمندیهای فنی - مهندسی صنایع کوچک و متوسط، رقابتی و جهانی شدن کالاهای ساخت صنایع کوچک و متوسط در پی داشته باشد و در نهایت تحقق این هدف منجر گردد که صنایع کوچک و متوسط ترغیب به ساخت کالاهای با ارزش افزوده بالا شوند.

مقاله تهیه شده بعنوان قدم اول در معرفی بازارچه های صنفی - صنعتی و بعنوان یکی از ابزارهای کارآمد و مفید، که تجربه آن در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته به اثبات رسید، در صدد است تا بتواند یکی از مبانی لازم برای بسترسازی و ایجاد ساختاری مناسب را در کشور فراهم سازد.

ایجاد بازارچه های صنفی - صنعتی که نمونه آن خوشه های صنعتی در کشورهای مشابه میباشد انتقال دهنده اثر بخشی این

۱۱. Embedded Knowledge
۱۲. Sectoral Clusters
۱۳. Tiruppur
۱۴. Business Innovation Centers
۱۵. Interactive Learning
۱۶. Infra Structure
۱۷. Multi-National

گروه‌ها در رشد اقتصادی - صنعتی و درگیر نمودن صنایع کوچک در عرصه های اقتصادی است.

بازارچه های صنفی - صنعتی بعنوان باشگاهی است که در آن انواع بازیکنها ضمن آموزشهای تئوریک مهارت اجرای فنون را تمرین کرده، تا در یک حرکت تیمی بتوانند موفقیت‌هایی را برای باشگاه و نهایتاً کل کشور فراهم سازند. بنابراین موفقیت‌های این باشگاه ورزشی - علاوه بر برخورداری از بازیکنهای ماهر و توانمند، مستلزم کادر مدیریت قوی است که مجموعه آن بتوانند زمینه های موفقیت و استمرار پیروزیها را فراهم سازند. بنابراین میتوان گفت: "بازارچه های صنفی - صنعتی باشگاه رسته ها و یا صنوف تولیدی است."

منابع

۱. سیاست موفق توسعه صنایع کوچک (در ۲۰ کشور صنتی و در حال توسعه) تدوین سازمان صنایع کوچک
۲. کتاب توسعه تکنولوژی در کشورهای در حال رشد اثر هیونگ ساپ چوی انتشارات سازمان صنایع کوچک
۳. کتاب راهنمای جامع اصناف جلد ۱ و ۲ (بانک اطلاعاتی صنوف تولیدی و خدماتی فنی دارای پروانه کسب تهران بزرگ) انتشارات فجر آرمین، سال ۱۳۷۶
۴. پیش نویس لایحه نظام صنفی کشور (اداره کل قوانین) مرداد ۱۳۸۱

۵. Development of Clusters and Networks of SMEs - The UNIDO Programme - Vienna ۲۰۰۱
۶. SME Cluster and Network Development in Developing Countries - The Experience of UNIDO

پی نوشت

۱. Small and Medium Enterprises
۲. World Trade Organization
۳. Knowledge
۴. Time
۵. United Nation Industrial Development Organization
۶. Clusters
۷. Concentrated Clusters
۸. Learning Networks
۹. Supply Chain
۱۰. Outsourcing