

کسب‌شماره و بایدار ساز اشغال

در موسسات کوچک و متوسط

مهندس سید حسن هفده تن

قسمت پنجم

کارگران ماهر و مجرب، استفاده از مدیران لایق و کارآمد از جمله عوامل مهم و تعیین کننده ای است که در حداقل ساختن قیمت تمام شده محصولات نقشی اساسی ایفا می کنند.

۳-۷- آ تسهیل سازی دسترسی به کارگران ماهر و با انگیزه

• کارگران صاحب مهارت و با انگیزه اصلی ترین سرمایه کارگاه یا کارخانه محسوب می شوند. زیرا مهارت و انگیزه آنهاست که در حفظ و صیانت سرمایه کارفرمایان، افزایش آن و سود آوری کارگاه نقش اول را ایفا می کند.

• تنها، ورود یک کارگر فاقد مهارت، بی انگیزه و گستاخ برای نابودی یک کارگاه و سرمایه های آن کافی است.

• یکی از رموز بقاء، پایداری و سودآوری واحدهای صنعتی و کارخانجات تولیدی، دقت در انتخاب کارگران مطیع، دلسوز، علاقمند و با انگیزه کاری است.

• کارگرانی که بر اساس لیاقت و مهارت شغلی، مسئولیتی به آنها واگذار می شود از بهره وری مطلوب برخوردار بوده و در حفظ و صیانت کارگاه و افزایش سودآوری آن تلاش خواهند نمود. افرادی که حسب توصیه دوستان و یا سایر افراد ذی نفوذ به استخدام در می آیند، کار انجام شده توسط آنها از بهره وری بسیار ناالی برخوردار بوده و در مواقع بروز اختلافات نیز با اتکا به معرف بین خویش از اجرای دستورات مافوق سربیزی کرده و موجب اختلال در نظم و اداره کارگاه می شوند.

• وجود کارگران صاحب مهارت، مجرب و با احساس مسئولیت در هر شهر و یا منطقه ای یکی از مهمترین عوامل انگیزشی برای جلب و جذب سرمایه گذاری در بخش های تولید در آن شهر یا منطقه خواهد بود.

• ارتقاء مهارتهای حرفه ای عمده ترین زیر ساخت اشتغال در هر کشور است. زیرا فقط با وجود نیروی کار ماهر می توان به بهره وری و قابلیت رقابت لازم برای توسعه صادرات و نفوذ در بازار تجارت جهانی نائل شد. نتوانی در توسعه صادرات تهدیدی است جدی برای حیات واحدهای صنعتی و اشتغال یک کشور.

• برنامه ریزی استراتژیک برای توسعه و روزآمد نمودن مهارتهای فنی و حرفه ای متناسب با نیاز بازار کار داخلی و جهانی، اجرای آموزشهای حرفه ای حین کار و مادام العمر، طراحی و اجرای آموزشهای حرفه ای از راه دور (training Telc)، دسترسی آسان و رایگان به آموزشهای مهارتی خصوصا در رابطه با خانواده های کم در آمد از اهم مسئولیت های دولت و سازمان آموزش فنی و حرفه ای است که در صورت اجرای صحیح و متناسب با ظرفیت های مورد نیاز، شاهین عرضه و تقاضا را در بازار کار به حالت تعادل خواهد کشید.

• موثرترین ابزار در امر تبلیغات تجاری، کیفیت محصولات است که با زبان بی زبانی و بدون صرف میلیونها ریال هزینه های تبلیغاتی مشتریان را به مصرف کالاهای کیفی ترغیب و در صورت نازل بودن کیفیت آنان را دل زده خواهد کرد.

۳-۵- بهره گیری از محاسبات مهندسی برای سبک سازی محصولات

• امروزه سبک سازی محصولات تولیدی در تمامی عرصه های زندگی بشر از پوشاک به عنوان ساده ترین نیازمندیها گرفته تا تکنولوژی پیشرفته فضا نوردی، سبک سازی قطعات و اختراع آلیاژهای با کمترین وزن مخصوص و بالاترین استحکام محور تحقیقات دانشمندان و مهندسیین جهان است.

• سبک سازی محصولات همراه با حفظ استحکام و دوام کالاهای تولیدی همچنین زیبا سازی طرح محصولات تولیدی از اصلاح سه گانه مثلث استاندارد سازی کالا و موثرترین ابزار برای ورود به بازار مصرف داخلی و نفوذ در بازار تجارت جهانی است.

• سبک سازی محصولات بدون بهره گیری از دانش روز و محاسبات مهندسی نتیجه ای جز کاهش استحکام و دوام کالاهای تولیدی و نهایتا کاستن از عمر اقتصادی محصولات را بدنبال نخواهد داشت.

• سبک سازی محصولات با بهره گیری از یافته های علمی و مبتنی بر محاسبات مهندسی در کاهش قیمت تمام شده محصولات و نهایتا تکمیل مثلث رقابت پذیری نامیده می شود، به طرز شگرفی موثر خواهد بود.

• استقرار واحد مهندسی طراحی و کنترل کیفیت در کارگاههای متوسط با بیش از ۲۰ نفر شاغل مکانیزم قابل اعتمادی است برای کشش پذیر کردن بازار مصرف داخلی و افزایش سهم SMEs از صادرات صنعتی و غیر نفتی کشور خواهد بود.

• برقراری ارتباط ساختاری بین دانشگاه ها و انجمن های صنفی و تخصصی کارفرمایان صنایع کوچک و متوسط تدریجا در ترغیب صاحبان این قبیل صنایع به سمت تحقیقات علمی - صنعتی و خوگیری آنها به توصیه دانشگاه ها مبنی بر به کار بستن محاسبات مهندسی از طریق استقرار و ایجاد دفتر طراحی - مهندسی راهگشا خواهد بود.

۳-۶- آ کمیته کردن قیمت تمام شده محصولات

• به حداقل رساندن قیمت تمام شده محصولات نیز سومین ضلع مثلث استاندارد سازی کالاهای تولیدی است که بدون تکمیل آن راه پیدا کردن به بازارهای رقابتی دشوار و در بسیاری از موارد غیرممکن خواهد بود.

• دسترسی به مواد اولیه ارزان، حذف واسطه ها در مسیر خرید مواد اولیه و فروش کالا، استفاده از تسهیلات بانکی با نرخ عادلانه و کم، بهره گیری از

زیبا سازی محصولات تولیدی بوده است.

۳-۴- آ بهینه سازی کیفیت برای تامین استحکام و افزایش عمر اقتصادی محصولات

• کارگاه یا کارخانه ای که محصولات و کالاهای بدون کیفیت به بازار عرضه کرده و به فروش می رساند، فقط یک بار موفق به فروش دلخواه می گردد.

• استقرار واحد کنترل کیفیت (Quality control) حتی در واحدهای بسیار کوچک تحت نظارت مهندسیین صاحب تجربه رمز تسخیر بازارهای مصرف داخلی و نفوذ در بازارهای منطقه ای و تجارت جهانی و پایداری فرصت های شغلی کارخانجات و کارگاههای صنعتی خواهد بود.

• تلاش برای ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی که منجر به استحکام بیشتر و افزایش عمر اقتصادی کالاهای تولیدی خواهد شد، بنوعی صرفه جویی در منابع مادی و معنوی تلقی گردیده و در افزایش تولید ناخالص جهان تاثیر گذار خواهد بود.

• در کشور چین کالاهای براساس کیفیت ترین آنها با کد های A, B, C, D تولید می شوند که کالاهای نوع D از ارزاترین و بی کیفیت ترین محصولات چین است. تولید کالاهای نوع D خصوصا از گروه کالاهای صنعتی لطمه های شدیدی به واحدهای صنعتی کشورهای در حال توسعه وارد کرده است. مصرف قطعات صنعتی از قبیل پلیرینگ ها و رولبرینگها از نوع D در خطوط تولید واحدهای صنعتی به علت طول عمر بسیار کوتاه آنها در مقایسه با قطعات مشابه از نوع A و یا تولید شده در سایر کشورهای صنعتی، به شدت هزینه های تعمیرات و نگهداری کارخانجات را افزایش داده که این امر نهایتا موجب افزایش قیمت تمام شده محصولات واحدهای صنعتی کشورهای طرف معامله چین گردیده است. هرچند که تولید قطعات صنعتی و سایر کالاهای مورد درخواست از نوع D برحسب تقاضای مشتری تولید می گردد، لیکن تولید آن در بی اعتبار ساختن سایر انواع محصولات چینی نیز تاثیر عمیقی داشته است.

• رمز موفقیت کشور چین در تخصیص و تصاحب سهمی بیش از ۱۰ درصد از تجارت جهانی عمدتا مرهون تولید کالاهای نوع A و B است که ضمن برخورداری از کیفیت مطلوب (۴۰٪) درصد کیفیت محصولات ژاپنی و کشورهای اروپایی (قیمت آنها نیز در پاره ی موارد تا ۱۰۰٪ درصد از کالاهای مشابه ژاپنی و اروپایی کمتر است.

• کسب اعتبار صنعتی برای واحدهای تولیدی و کارخانجات نیازمند سالها سخت کوشی، تلاش و سرمایه گذاری در تمامی عرصه ها است. لیکن برای از دست دادن این اعتبار کسب شده کافی است که فقط یکبار کالا با کیفیت بد و نازل به بازار های مصرف عرضه کنند.

۳-۳- آ - بهینه سازی طراحی با هدف زیبا سازی محصولات

• زیبایی طرح محصولات اولین مشخصه ای است که مشتری را جذب می کند. زیبا بی بر اساس سلیقه ها، آداب، رسوم، فرهنگها و سنن مختلف از تنوع و ظرافت های خاصی برخوردار است که طراح محصولات باید بر اساس شناخت ذائقه مردم هر منطقه و یا کشور، نسبت به این امر مهم و با استفاده از طراحان صاحب ذوق و یا سلیقه اهتمام ورزد.

• یک محصول هر چند که به لحاظ کیفیت، استحکام و سبک بودن دارای استاندارد های لازم باشد، لیکن بی دقتی در زیبا سازی طرح محصول، سایر ویژگیهای استاندارد کالاها را به شدت تحت تاثیر قرار داده و فروش محصولات را با مشکل مواجه می سازد.

• توجه به سلیق و ذائقه ملت ها و کشورها بدوی متفاوت و متغیر است که طرحی که در یک کشور خاص زیبا تشخیص داده می شود، ممکن است در کشور ثالثی فاقد زیبایی و جذابیت تشخیص داده شود. رعایت این نکته در امر صادرات خصوصا البسه، پای افزار و لباس های زنانه بسیار حائز اهمیت است.

• رعایت زیبا سازی در طراحی محصولات در افزایش قدرت رقابت تولید کنندگان، در عرصه صادرات و ارتقاء سود آوری محصولات در بازار مصرف داخلی فاکتوری تعیین کننده است.

• زیبایی آفریننده عشق است و انسناهیهای عاشق برای تصاحب زیبایی در طول تاریخ بهای سنگینی را پرداخته اند.

• زیبایی و زیباسازی، محصول و مخلوق ذوق سلیقه است، بنابراین افراد صاحب ذوق و با سلیقه با دقت و درایت باید شناسایی و در واحدهای طراحی بکار گرفته شوند. در صورتیکه ذوق و سلیقه طراحان با دانش و تکنولوژی نرم افزاری عینین گردد، معجزه خواهد آفرید.

• کالایی را که مشتری به خاطر زیبایی پسند کرده است، برای خرید آن سخاوت بیشتری به خرج خواهد داد.

• خاوند زیباست و زیبایی را دوست دارد.

• مصرف کالاهای زیبا در ایجاد نشاط و کاهش افسردگیهای روحی تسکین بخش و تاثیر گذار است.

• به همان اندازه که خودروهایی فرسوده و بد طرح در زشت سازی چهره خیابانها تاثیر گذارند، تردد خودروهایی زیبا، خوش طرح و نو نیز در زیبا سازی چهره خیابانها و شهرها دخیل خواهند بود.

• یکی از رموز موفقیت مردان صنعت که با دست خالی کار را در کارگاه های بسیار کوچک آغاز کرده و بعدها در ردیف نام آور ترین و ثروتمندترین کارخانه داران جهان قرار گرفته اند توجه خاص به استاندارد سازی محصولات خصوصا در بعد طراحی و

۴-۱- رقابتی کردن قیمت

۴-۱-۱- دسترسی آسان به اعتبارات بانکی برای تامین نقدینگی

• عدم دسترسی آسان و تبعیض آمیز واحدهای تولیدی به اعتبارات و تسهیلات بانکی برای تامین نقدینگی و خرید مواد اولیه مورد نیاز فصل مشترک عمده ترین مشکلات واحدهای تولیدی است که در بسیاری از موارد برخی از واحدهای مذکور را با بحرانهای جدی مواجه ساخته و آنان را در آستانه ورشکستگی قرار داده اند.

• نرخ بهره بانکی همراه با جرائم تاخیر در پرداخت اقساط برای بخش تولید غیرقابل تحمل و با نرخ بانکها در کشورهای اروپایی فاصله زیادی دارد که این امر در افزایش قیمت تمام شده محصولات و نهایتاً کاهش قدرت رقابت پذیری واحدهای تولیدی در عرصه صادرات و نفوذ در بازار تجارت جهانی تاثیر بزرگی دارد.

• از آنجائی که نرخ بهره بانکی در تمامی دنیا از فرمول واحدی تبعیت می کند

(در پرداخت سود سپرده ها) سود عادلانه یا (در اعطای تسهیلات) کار مزد+ نرخ تورم = نرخ بهره بانکی. لذا به علت بالا بودن نرخ تورم در کشور (بالای درصد ۱۴) حتی اگر بانک ها با افزایش نرخ بهره وری، کار مزد را نیز به میزان ۳ تا ۲ درصد کاهش دهند، باز هم نرخ تسهیلات اعطایی در شرایط کنونی پایین تر از درصد ۱۶ در صد نخواهد بود. در چنین شرایطی بررسی راهکارهای دیگر از جمله تقبل پرداخت درصدی از نرخ بهره بانکی توسط دولت و صرفاً در رابطه با واحدهای تولیدی می تواند کار گشا باشد.

۴-۱-۲- بهره گیری از ظرفیت کامل تولیدی کارگاهها

• در شرایط رکود و کساد فروش محصولات، علاوه بر معطل ماندن ظرفیت کارگاه ها در راه اندازی شیفت‌های دوم و سوم، حتی در بسیاری از موارد واحدهای کوچک و متوسط تولیدی با کمتر از درصد ۷۰ ظرفیت تولیدی در یک شیفت کار می کنند که به لحاظ اقتصادی به هیچ وجه مقرون به صرفه نبوده و تاووم جنین روندی قیمت تمام شده محصولات را به شدت افزایش داده و رقابت پذیری واحدهای مذکور را در بازار فروش از قدرت و قابلیت لازم خواهد انداخت.

• عدم استفاده از ظرفیت کامل واحدهای تولیدی به منزله معطل مانده بخش عظیمی از سرمایه ملی مملکت است که در کاهش درآمد سرانه کشور و کاهش تولید ناخالص داخلی بسیار زیانبار است.

• عدم استفاده از ظرفیت کامل واحدهای تولیدی به منزله از دست دادن صدها هزار فرصت شغلی است که در صورت تحقق و بکارگیری می تواند در کاهش نرخ بیکاری و تقلیل آن به میزان کمتر از درصد ۱۰ تاثیر گذار باشد. بکارگیری ظرفیت کامل واحدهای صنعتی مستلزم شناسایی بازارهای جدید منطقه ای و جهانی، بازار سازی در مصرف داخلی، کشف ظرفیتهای جدید اقتصادی، اصلاح و بهینه سازی طرحها و مدلها، استاندارد سازی کالا و کاهش قیمت تمام شده محصولات است که درمان آسیب های یاد شده بدون

بهره گیری از کمک های مشاوره ای و کارشناسی شرکت های مادر تخصصی آشنا به فنون صادرات عملاً غیر مقدور است.

• وزارتخانه ها و نهادهای مسئول در هنگام صدور مجوزهای رسمی در رابطه با واحدهای تولیدی خصوصاً در شهرهای کوچک باید به این نکته کارشناسی توجه دقیق داشته باشند که در رابطه با یک تولید خاص و مشخص صدور مجوزها را بر اساس ظرفیت های شناسایی شده در بازارهای مصرف و فروش و با هدف بهینه سازی ظرفیت تولیدی کارگاهها محاسبه و محدود سازند. در دوره های بعد و در صورت انبساط بازار مصرف و فروش مجدداً می توان مجوزهای جدیدی را صادر نمود. اتخاذ چنین روشی ضمن پیشگیری از رکود و ورشکستگی کارگاهها و واحدهای تولیدی، در افزایش راندمان و بازدهی ظرفیت های تولیدی واحدهای صنعتی بسیار موثر و چون سوایب اطمینانی در وضعیت های اقبالی و انبساطی بازار مصرف و فروش عمل خواهد کرد.

۴-۱-۳- حذف واسطه ها در تامین مواد اولیه مورد نیاز واحدهای تولیدی

• تلاش برنامه ریزی شده مسئولین برای دسترسی بدون واسطه صاحبان صنایع کوچک و متوسط به مواد اولیه مورد نیاز با هدف حذف واسطه های متعدد که کوچکترین نقش مثبتی در پروسه تولید و خدمات مربوط به تولید نداشته و صرفاً از طریق زد و بند و آشنایی با مجاری رانت خواری در دستگاههای دولتی، مواد اولیه را با قیمتی گاه تا بیش از سه برابر قیمتهای رسمی تحویل کارفرمایان صنایع کوچک و متوسط می‌دهند، از اهم مواردی است که می بایست در کانون توجهات تمامی دستگاه های ذریبط قرار گیرد.

• به عنوان مثال مواد اولیه پلی اتیلن که از تولیدات عمده صنایع پتروشیمی کشور است و قیمت رسمی هر کیلوی آن حدوداً ۴۰۰ تومان است، بسیاری از صنایع کوچک و متوسط تولیدی کننده به علت عدم دسترسی به میادی رسمی برای خرید آن ناچاراً آن را در بازار آزاد و از طریق واسطه به قیمت هر کیلو بیش از ۱۲۰۰ تومان تهیه می کنند. تاووم چنین وضعیت ناسامانی در بسیاری از صنایع دیگر، واحدهای تولیدی را با مشکلات عدیده ای روبرو ساخته است.

• استمرار این چرخه خطر آفرین موجب گردیده است که به جای رشد کار فرمایان صنعت و بهبود وضعیت سرمایه و نقدینگی آنها، همچنین بهبود وضعیت معیشتی کارگران این قبیل واحدها، گروه سومی صاحب ثروت های نامشروع و باد آورده شوند که هیچ نقش اساسی در بازار جز تخریب و اختلال در بازار اقتصادی نداشته و بیوسه کردن در حاشیه بازارهای سرمایه و کار دیگران، بار سنگینی از هزینه‌ها را به مصرف کننده نهایی که مردم هستند، تحمیل نموده و از طرف دیگر توان رقابتی کشور را در عرصه صادرات قلع نمایند.

• رشد کارفرمایان واحدهای صنعتی و بهبود زندگی کارگران زحمتکش واحدهای مذکور هر دو قربانی زیاده خواهی دلالتان اقتصادی است. بر اساس آمارهای غیر

رسمی در سطح جهان بیش از ۸۵ درصد ثروت دنیا به کمتر از ۱۵ درصد افراد تعلق دارد که شکاف هولناک فقر و ثروت را به عمیق ترین وضعیت خود شکل داده است. برای مبارزه جدی با فقر و انجام موفقیت آمیز برنامه های فقر زدایی هیچ راهی جز بازنگری توزیع عادلانه درآمد و ثروتها نیست.

• خریداری مواد اولیه از بازارهای غیر رسمی و واسطه ها در افزایش قیمت تمام شده محصولات تولیدی بسیار موثر و امر فروش محصولات را هم در بازار مصرف داخلی و هم برای دسترسی به بازارهای تجارت منطقه ای و جهانی مشکل و در بسیاری از موارد غیر ممکن می سازد.

۴-۱-۴- حذف واسطه های غیر ضروری در فروش محصولات

• مشکلات نقدینگی واحدهای تولیدی خصوصاً در بخش صنایع تبدیلی، کشاورزی، باغ داری و همچنین در تنگنا قرار گرفتن آنها در مواقع بحرانی، موجب گردیده تا واسطه ها و دلالتان اقتصادی تولیدات این قبیل واحدها را به قیمت ناعادلانه و در برخی مواقع حتی زیر قیمت تمام شده خریداری، احکار و به قیمت چند برابر به فروش برسانند.

• ورود شرکتهای مادر تخصصی بر اساس مشارکت و با هدف آسیب درمانی واحدهای کوچک و متوسط تولیدی که خود کانون نخبگان صنعت، مدیریت، اقتصاد، بازرگانی و بازاریابی هستند، در حذف واسطه‌های بی دانشی که هیچ نقشی جز اختلال در بازار کشور ندارند عاملی تعیین کننده و ابزار کارساز خواهد بود.

• وجود واسطه های غیر ضروری در بازار فروش محصولات، سودآوری واحدهای تولیدی را آسیب پذیر نموده و علاوه بر کاهش قدرت مانور و ظرفیت اقتصادی واحدهای مذکور برای توسعه و تجهیز امکانات کارگاهی و رفاهی بیشتر برای کارگران، انگیزه‌های مثبت برای سرمایه گذاری در بخش تولیدی را تقلیل و تدریجاً تضعیف خواهد ساخت.

• تئوری اقتصادی کشور و مکانیزمهای اجرایی آن باید به گونه ای عمل کنند که بازار کالا و مواد اولیه به برخی اقتصادی برای واسطه های غیر ضروری تبدیل گردیده و به تدریج انگیزه های لازم را در آنان به طرف سرمایه گذاری های مولد ایجاد کند.

• عمده ترین دلیل برای رشد قارچ گونه واسطه‌ها و افزایش قدرت مافیایی آنها در بازار کالا برای تصمیم‌سازی در تعیین قیمتها، ضعف شدید مالی و کمبود نقدینگی واحدهای کوچک و متوسط تولیدی است که در طول دهه های گذشته به شدت این قبیل واحدها را آسیب پذیر نموده است.

۴-۱-۵- اعطای تسهیلات بانکی با بهره کم

• اعطای تسهیلات بانکی با بهره کم به واحدهای کوچک و متوسط تولیدی با بهره کم که در افزایش ضریب سودآوری واحدهای تولیدی از عوامل تعیین کننده و در ترغیب سرمایه های سرگردان به سمت فعالیتهای مولد اهرمی تاثیر گذار است، در بند ۴-۱-۱-۴ زیر مجموعه بهره وری سرمایه مورد تاکید قرار گرفته

است.

۴-۱-۶- بهینه سازی واحد طراحی - مهندسی کارگاه

• استقرار واحد طراحی - مهندسی از توانمندترین بازوان مدیریت کارگاه برای استانداردسازی محصولات تولیدی خصوصاً در زمینه های سرنوشت سازی همچون زیاسازی و سبک سازی محصولات به عنوان پر جاذبه‌ترین اجزاء تعیین کننده در بازار مصرف مورد توجه خاص می باشند، همچنین بهبود کیفیت و استحکام تولیدات صنعتی از دیگر مولفه های ارزشمندی است که اصولاً نیازمند محاسبات و طراحی مهندسی است.

• پیش بینی و استقرار واحدهای طراحی - مهندسی در واحدهای تولیدی با بیش از ۳۰ نفر بویژه در تولید محصولات استراتژیک که از مزیت های رقابتی در امر صادرات برخوردار می باشند، حاکی از خرد ورزی مدیریت کارگاه است. استقرار واحد طراحی مهندسی کلیدی است برای گشودن بازارهای مصرف و صادرات و ابزار موثری است برای توانمند سازی واحد در عرصه رقابت پذیری.

• امروزه بیش از ۹۰ درصد واحدهای کوچک و متوسط تولیدی کشورهای صنعتی با استفاده از تکنولوژی نرم افزار CT در واحدهای طراحی مهندسی از مهمترین تولیدکنندگان اقماری صنایع استراتژیک و واحدهای بزرگ صنعتی هستند.

• واحد طراحی - مهندسی مغز متفکر واحدهای تولیدی است که در جهت یابی ها و جهت گیریهای اقتصادی از کمترین ضریب خطا پذیری برخوردار بوده و در ایجاد ارتباط بین محافل علمی - پژوهشی خصوصاً دانشگاه ها با واحدهای کوچک و متوسط تولیدی نقش حائز اهمیتی را ایفا می کند.

• آمارهای غیر رسمی حاکی از آن است که تمامی واحدهای کوچک و متوسط تولیدی که دچار بحران گردیده و یا در آستانه ورشکستگی قرار گرفته اند بدون استثناء فاقد واحدهای طراحی - مهندسی و یا مشاور مجرب فنی بوده اند.

فصل پنجم:

دسترسی به اطلاعات بازار تجارت منطقه ای

و جهانی

دسترسی به اطلاعات بازار تجارت منطقه ای

و جهانی:

از مهمترین راهبردهای زیر برای دسترسی به بازارهای تجارت منطقه ای و جهانی می توان بهره برد.

۱-۱-۳- ساماندهی انجمنهای صنفی - تخصصی کار فرمای

• بدون ساماندهی انجمنهای صنفی - تخصصی کار فرمای دسترسی به اطلاعات طبقه بندی شده و سیستماتیک که بیانگر مشکلات عمده ساختاری و کلیدی واحدهای کوچک و متوسط تولیدی باشد، عملاً غیر ممکن است. هرچند که کنفدراسیون صنعت ایران و کانون عالی کارفرمایان کشور با وضعیت نسبتاً مطلوبی شماری از انجمنهای صنفی - صنعتی را تحت پوشش دارند، لیکن به دلایلی از جمله عدم تفکیک صنایع زیر دستی محاط در عرصه SMEs شرط لازم

