

خوشه‌های صنعتی راهبرد نوین حل مشکلات صنایع کوچک

رویا آل‌عمران^۱

حبیبه منصوری^۲

الناز باباپور^۳

با توجه به تغییرات محتوایی و کیفی بسیار زیادی که از چند دهه اخیر در بازارهای جهانی رخ داده و حرکت به سوی جهانی شدن بازارها شروع و به موازات آن دوره تولید محوری در انتهای حیات خود و مشتری محوری در حال نضج گرفتن است. تولیدکنندگان صنعتی با هدف استفاده بهینه از امکانات و جلوگیری از هدر رفتن منابع با ارزش به تمهیداتی اقدام نموده‌اند که نتیجه آن تغییر ساختار صنعتی است. از مشخصات اصلی این تغییر ساختار، ترویج بیش از پیش صنایع کوچک است. در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای به کوچک‌سازی شده و روند توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط افزایش یافته است. با وجود اینکه این بنگاه‌ها دارای مزایای بسیاری نسبت به صنایع بزرگ می‌باشند، کوچک بودن و حجم پایین منابع در دسترس موجب ایجاد محدودیت‌هایی برای این بنگاه‌ها می‌شود. بحث‌های نظری متفاوتی در این رابطه که چگونه بنگاه‌های کوچک می‌توانند بر مشکلات خود غلبه کرده و به توسعه کمک کنند توسط اقتصاددانان و صاحب‌نظران ارائه شده است، اما جالبترین نگرشی که به این بنگاه‌ها شده است مربوط به پدیده شبکه‌شدن و خوشه‌سازی یا به طور کلی تجمیع می‌باشد. در این مقاله نیز تلاش شده است با بررسی مشکلات صنایع کوچک و متوسط (به ویژه در ایران) به بحث خوشه‌های صنعتی به عنوان یکی از راه‌های کمک به بنگاه‌های کوچک و متوسط برای حل مشکلات آنها و مزایای این پدیده پرداخته شود.

واژه‌های کلیدی: صنایع کوچک و متوسط، خوشه‌های صنعتی.

re_aleemran@yahoo.com

ha.mansoori82@gmail.com

elnazbabapour@yahoo.com

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز.

۲. مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد ممقان.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد.

۱. مقدمه

توسعه، پدیده و اصطلاح جدیدی نیست و در کتب اقتصادی دانشمندان قرن ۱۹ اصطلاح توسعه اقتصادی گاهی عنوان می‌شد. چنانچه آدام اسمیت در چارچوب بحث تقسیم کار، تأثیر آن بر افزایش ثروت ملل را به منظور بسط و توسعه اقتصادی کشورها بیان کرده است یا رابرت مالتوس در چارچوب تحول جمعیت و دیوید ریکاردو در بحث قانون بازده نزولی به گونه‌ای به مسئله توسعه اشاره کرده‌اند.

امروزه توسعه اقتصادی عبارت است از رشد همراه با افزایش ظرفیت‌های تولیدی اعم از ظرفیت‌های فیزیکی، انسانی و اجتماعی. در توسعه اقتصادی، رشد کمی تولید حاصل خواهد شد، اما در کنار آن نهادهای اجتماعی متحول و نگرش‌ها تغییر خواهند کرد، توان بهره‌برداری از منابع موجود بصورت پویا افزایش یافته و هر روز نوآوری جدیدی صورت خواهد گرفت. بنابراین، توسعه پدیده‌ای کیفی، فراگیر و پویا و دینامیک است.

رشد اقتصادی به بیان ساده عبارت است از افزایش در تولید در یک سال خاص در مقایسه با مقدار آن در سال پایه. ماهیت رشد اقتصادی آثار آن را بر سطح رفاه مردم جامعه تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، در جریان رشد اقتصادی نه تنها می‌بایست به سهم نسبی بخش‌ها و فعالیت‌های اقتصادی در رشد حاصله توجه داشت بلکه نوع کالاها و خدماتی که تولید می‌شوند نیز از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشند.

رشد اقتصادی منابع مختلفی دارد. ابتدایی‌ترین منبع رشد افزایش تولید در اثر افزایش استفاده از نهاده‌ها می‌باشد. منبع دوم، افزایش کارایی اقتصاد می‌باشد. می‌توان گفت که این نوع رشد در اقتصادهای برخوردار از سطوح بالاتر تکنولوژی و سازمان‌دهی تولید رخ می‌دهد. نیل به رشد اقتصادی در اثر افزایش بهره‌وری یک منبع بی‌انتهای رشد می‌باشد، زیرا در دنیای امروز هیچ حدی برای افزایش بهره‌وری و کارایی وجود ندارد. سومین منبع رشد اقتصادی، بکارگیری ظرفیت‌های احتمالی خالی در یک اقتصاد می‌باشد. صاحب‌نظران برای دستیابی به این منابع و در نتیجه رسیدن به رشد اقتصادی، صنعتی شدن را بهترین و مهم‌ترین عامل می‌دانند، اما برای تبدیل شدن به کشوری صنعتی و پیشرفته برخلاف دهه‌های گذشته که برخورداری از صنایع بزرگ و عظیم شرط لازم بود امروزه توجه به صنایع کوچک و برقراری تعامل هرچه بیشتر این صنایع با صنایع بزرگ مورد ملاحظه کارشناسان قرار گرفته است. باوجود مزیت‌های بسیاری که صنایع کوچک و متوسط نصیب هر کشور می‌کنند، این بخش از اقتصاد دارای مشکلات فراوانی است که تلاش برای

رفع آنها طی سال‌های اخیر شدت گرفته است به گونه‌ای که اغلب کارشناسان و به ویژه اقتصاددانان برای کمک به این صنایع و بهبود عملکرد آنها نظریات مختلفی را ارائه داده‌اند که بهترین نظریه، نظریه خوشه‌سازی است.

در این مقاله تلاش شده تا با توجه به اهمیت صنایع کوچک و متوسط و نقش آنها در توسعه اقتصادی و نیز با عنایت به ضرورت شناسایی راه‌حل‌های رفع موانع پیشرفت این صنایع به معرفی خوشه‌های صنعتی و بیان منافع حاصل از خوشه‌سازی برای صنعت و در نتیجه اقتصاد پردازیم. به همین منظور مطالب موردنظر در شش بخش سازمان‌دهی شده است. بخش اول به ارائه تعاریف، بخش دوم به روند نمایان شدن اهمیت صنایع کوچک در اقتصاد، بخش سوم به بررسی مشکلات بنگاه‌های کوچک، بخش چهارم به ارائه مبانی نظری مورد استفاده در مقاله و بخش پنجم به بررسی وضعیت خوشه‌سازی در ایران اختصاص داده شده است. در نهایت در بخش ششم به جمع‌بندی و ارائه پیشنهاد پرداخته‌ایم.

۲. تعریف

۲-۱. تعریف صنعت

تعاریف مختلفی برای صنعت وجود دارد که یکی از معمولترین آنها مبتنی بر ماهیت فرایند تولید است. این تعریف، صنعت را به منزله طریق خاصی از سازمان‌دهی تولید می‌بیند و فرض می‌کند که در این رابطه، فرایند ثابتی از تغییر فنی و اجتماعی وجود دارد که به طور پیوسته توانایی جامعه را جهت تولید گستره وسیعی از کالاها افزایش می‌دهد. همچنین، صنعتی شدن عبارت است از روندی که طی آن یک کشور کمتر توسعه‌یافته به یک کشور صنعتی تبدیل می‌شود. اقتصاددانان معیارهای مختلفی را برای طبقه‌بندی کشورهای صنعتی و غیرصنعتی بکار گرفته‌اند و توافق قطعی بین اقتصاددانان وجود ندارد. به عنوان مثال، کوزنتس کشور یا منطقه‌ای را صنعتی می‌داند که یک روند پایدار افزایش در تولید کل صنعتی و یا نیروی کار و سرمایه مادی بکار گرفته شده در این بخش را تجربه کند.

دلیل اهمیت اولیه صنعتی‌شدن در تأثیری است که این امر بر افزایش بهره‌وری در بخش صنعت و سایر بخش‌ها از طریق نوآوری، پیشرفت تکنولوژی و بهبود در روش‌های مدیریت دارد که نتیجه بهبودهای فوق افزایش درآمد ملی می‌باشد. می‌توان گفت که هیچ‌یک از بخش‌های

کشاورزی و خدمات توانایی این بخش در زمینه‌های فوق را ندارند بلکه افزایش کارایی و بهره‌وری در آن بخش‌ها به میزان استفاده آن بخش از صنعت بستگی دارد.

۲-۲. تعریف صنایع کوچک

تعریف صنایع کوچک و متوسط به طور گسترده میان کشورها و مناطق مختلف جهان متفاوت می‌باشد و شرایط اقتصادی و صنعتی حاکم بر آن کشورها معرف صنایع کوچک و متوسط در آنها می‌باشد. برخی از شاخص‌هایی که معمولاً در تعریف صنایع کوچک و متوسط بکار می‌روند عبارتند از تعداد کارکنان، سرمایه، دارایی کل، حجم فروش و ظرفیت‌های تولیدی، اما رایج‌ترین شاخص برای تعریف صنایع کوچک و متوسط، استفاده از تعداد کارکنان می‌باشد. به عنوان مثال، در تایوان صنایع دارای کمتر از ۲۰۰ نفر کارمند و سرمایه کمتر از ۶۰ میلیون دلار تایوان به عنوان صنایع کوچک و متوسط شناخته می‌شود. صنایع کوچک و متوسط دارای یک مؤلفه برجسته می‌باشند که آنها را از صنایع بزرگ متمایز می‌کند و آن استقلال مدیریت آنها است.

بنگاه‌های صنعتی ایران بر حسب اندازه بنگاه و با توجه به آمارهای موجود به چهار اندازه متفاوت با ۴۹-۱۰ نفر کارکن، ۹۹-۵۰ نفر کارکن، ۱۴۹-۱۰۰ نفر کارکن و ۱۵۰ نفر کارکن و بیشتر تفکیک شده‌اند. بر اساس آخرین آمار، ۹۸/۴ درصد از کسب و کارهای ایران از نوع بنگاه‌های خرد (با نیروی کار ۱ تا ۹ نفر) هستند در حالی که نسبت کل بنگاه‌های کوچک (از ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن) تنها ۱/۴ درصد است.

۳. روند آشکار شدن اهمیت صنایع کوچک در اقتصاد

با وقوع انقلاب صنعتی در انگلستان که با کشف نیروی بخار همراه بود عصرسنتی به پایان رسید. یکی از نتایج این انقلاب، ایجاد تحولی عظیم در سیستم حمل و نقل انگلستان و به تدریج در سایر کشورهای اروپایی شد. توسعه حمل و نقل از یک سو موجب دسترسی انگلستان به مواد خام مورد نیاز صنعت در حال گسترش این کشور شد و از سوی دیگر، بازاری به بزرگی جهان برای فروش محصولات صنعتی خود فراروی این کشور گشود. تکنولوژی مدرن و دسترسی به عوامل تولید ارزان راه را برای صنعتی شدن موفقیت‌آمیز و توسعه اقتصادی سریع این کشورها فراهم نمود. در دوران رکود بزرگ (۱۹۲۹-۱۹۳۹) که بحران بیکاری سراسر جهان صنعتی را در بر گرفته بود، با ظهور رادیکالیسم در آلمان، ایتالیا و ژاپن گرایش به واحدهای کوچک تولیدی برای ساخت

قطعات و ابزارآلات تسلیحاتی معمول شد. در این دوران برای نخستین بار در ایتالیا نظام تولید اقماری مطرح گردید و کارگاه‌های کوچک تولیدی در رابطه با صنایع بزرگ به فعالیت پرداختند. این نظام به زودی به کشورهای آلمان و ژاپن تسری پیدا کرد. توسعه واحدهای کوچک صنعتی در این دوران این فرصت را برای صنعتگران جزء فراهم آورد تا به تکنولوژی و مهارت‌های فنی گسترده‌ای دست یافته و در دوران بعد از جنگ جهانی دوم در سایه کمک‌های مالی سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه و حمایت‌های دولت‌های غربی به بازارهای صادراتی گسترده‌ای دست یافته و بعضاً در دهه ۱۹۷۰ خود به غول‌های صنعتی تبدیل شوند مانند هوندا، ناسیونال، زنیط و غیره.

با توجه به تغییرات محتوایی و کیفی بسیاری که از چند دهه اخیر در بازارهای جهانی رخ داده و حرکت به سوی جهانی‌شدن بازارها شروع و به موازات آن دوره تولید محوری در انتهای حیات خود و مشتری محوری در حال قوت گرفتن است. تولیدکنندگان صنعتی با هدف استفاده بهینه از امکانات و جلوگیری از هدررفتن منابع با ارزش به تمهیداتی اقدام نموده‌اند که نتیجه آن تغییر ساختار صنعتی است. از مشخصات اصلی این تغییر ساختار، ترویج بیش از پیش صنایع کوچک است. در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای به کوچک‌سازی شده و روند توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط به طور چشمگیری افزایش یافته است. این بنگاه‌ها دارای مزایای بسیاری نسبت به صنایع بزرگ می‌باشند که از آن جمله ارزش افزوده، نوآوری، اشتغال‌آفرینی و انعطاف‌پذیری بیشتر نسبت به صنایع بزرگ می‌باشند، بنابراین لزوم توجه به این بخش از اقتصاد ضروری می‌باشد. از سوی دیگر، کوچک بودن این بنگاه‌ها و حجم پایین منابع در دسترس موجب ایجاد محدودیت‌هایی برای این بنگاه‌ها می‌شود که از آن جمله محدودیت‌های مالی، تحقیق و توسعه، بازاریابی و غیره می‌باشند.

از دهه ۱۹۷۰ به این سو به دلیل بروز بحران‌های متعدد در اقتصاد جهانی و به طور مشخص شوک‌های نفتی صنایع بزرگ به دلیل انعطاف‌پذیری کم زیان‌های وسیعی را متحمل شدند. این موضوع سبب شد که نگاه‌ها از صنایع بزرگ به صنایع کوچک و نقش آنها در رشد اقتصادی معطوف گردد. به طور دقیق‌تر می‌توان گفت که عوامل متعددی از جمله افزایش رقابت، نااطمینانی، تغییر سلیقه عمومی، توسعه فناوری تولید و تعامل صنایع کوچک و بزرگ نقش صنایع کوچک و متوسط را در اقتصاد جهانی پررنگ‌تر کرد. تغییر فناوری تولید در دهه‌های اخیر و فاصله گرفتن از تولید انبوه در صنایع بزرگ و گرایش به سمت تولید انعطاف‌پذیر در صنایع کوچک و متوسط هرچند توانایی رقابت فعالیت‌های صنعتی کوچک را افزایش داده و منجر به انتقال فعالیت‌های اقتصادی از صنایع بزرگ به سمت صنایع کوچک شده، اما به معنای حذف صنایع بزرگ و

جایگزینی آن با صنایع کوچک نبوده است بلکه روند حرکت به سوی تعامل هر چه بیشتر این دو با یکدیگر بوده است.

در دو دهه اخیر با ظهور فناوری‌های جدید و دستیابی همگان به شبکه اینترنت تحولاتی در توانایی‌های صنعتی، روش‌های تولید و توزیع و ساختار تشکیلاتی بنگاه‌ها ایجاد شده که عموماً بر اهمیت نقش واحدهای کوچک و متوسط در ساختار صنعتی کشورها افزوده است به گونه‌ای که واحدهای کوچک صنعتی و بازرگانی به عنوان بخش مکمل و اساسی اقتصاد هر کشور شناخته شده‌اند. این واحدها در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ضمن دستیابی به اهداف توسعه نقش تعیین‌کننده‌ای در گسترش و تنوع تولیدات صنعتی دارند و در اهتمام به یک سری اهداف بنیادین همچون ایجاد اشتغال، ریشه‌کن کردن فقر، بهبود توزیع درآمد و برآوردن نیازهای اساسی کشورهای در حال توسعه دارای نقش مؤثری هستند. صنایع کوچک در ماهیت عامل پرورش خلاقیت‌ها و ابتکارات فنی نوین و پویایی مدیریت تولید می‌باشند. این صنایع در مقیاس تناسب ضریب سرمایه به تولید عامل تجهیز سرمایه‌های اندک و جذب این سرمایه‌ها در جهت افزایش نرخ رشد تولیدات صنعتی می‌باشند.

۴. مسائل و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط

صنایع کوچک و متوسط مشکلات و محدودیت‌های ذاتی دارند که ناشی از اندازه، ماهیت و طبیعت اولیه، ثبات و محیط رقابتی، دسترسی به فناوری و خدمات، دیدگاه‌های کارآفرینی و نوآوری، نداشتن نقش برجسته و مهم در صنعت به صورت انفرادی، ابزارهای خط‌مشی‌گذاری ضعیف و عوامل مربوطه می‌باشد. علیرغم اینکه بنگاه‌های کوچک و متوسط توان بالایی برای ایجاد رشد اقتصادی مداوم دارند، اما توسعه آنها امری مشکل است. شایعترین مشکلات این بنگاه‌ها، عدم دسترسی به اطلاعات بازار، فناوری، کیفیت پایین نیروی انسانی و کمبود دسترسی به سرمایه است. اغلب این بنگاه‌ها نمی‌دانند بازار به چه کالاهایی نیاز دارد، وسعت آن به چه میزان است؟ و چه زمانی به کالاهای نیاز است و چگونه باید کالاهای را تحویل دهند؟ همچنین بنگاه‌های کوچک و متوسط ضعف‌هایی در قدرت چانه‌زنی به ویژه در معامله با خریداران عمده دارند حتی اگر بازار را بشناسند برخی مواقع با مشکلاتی در زمینه تأمین مواد اولیه چه از لحاظ دسترسی و چه قیمت مواجه می‌شوند.

در بررسی انجام شده توسط یونیدو موانع بسیاری که بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران در چالش برای ادامه حیات با آنها مواجه هستند را می‌توان به دسته‌های زیر تقسیم نمود:

- مشکلات کوچک بودن مقیاس

این دسته مشکلات مربوط به معایب ناشی از کوچک بودن اندازه بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌باشد. درجایی که فعالیت‌های تولیدی و بازاریابی صرفه‌جویی ناشی از مقیاس دارند، اندازه کوچک باعث افزایش هزینه‌ها و کاهش نوآوری در فعالیت این بنگاه‌ها می‌شود. اگرچه اینها جنبه‌های ساختاری زمینه‌های صنعتی می‌باشند، اما به این معنا است که این بنگاه‌ها می‌بایست در فعالیت و فرایندهای مختلف شرکت‌های بزرگ متخصص شوند. با انجام این کار آنها می‌توانند مزایای انعطاف‌پذیری و همکاری درونی خود را بهبود بخشیده و مورد استفاده قرار دهند.

- مشکلات مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط

دسترسی به منابع مالی تنها محدودیت این بنگاه‌ها جهت رشد نمی‌باشد، اما یکی از مشکلات اساسی توسعه آنها به شمار می‌رود. یک سوء تفاهم عمومی بین بانک‌ها در زمینه تأمین مالی بنگاه‌ها وجود دارد؛ زیرا تصور می‌کنند تأمین مالی آنها از لحاظ اقتصادی به نفع آنها نمی‌باشد. بنگاه‌های کوچک و متوسط که در زمینه رشد مداوم و کاهش فقر نقش مهمی دارند اغلب به سرمایه کافی جهت گردش کسب و کار خود دسترسی ندارند. برخی مشکلات در زمینه دسترسی به اعتبار مالی عبارتند از:

- نرخ بهره بالا

- الزامات دو طرفه تعهدات

- نگرش برخی بانک‌ها جهت تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط

- عدم دسترسی به سرمایه اولیه جهت شروع کار

- کمبود دانش سیستم‌های حسابداری

- فروش نسبی

برخی مواقع این بنگاه‌ها گاهی به دلیل رکود یا عدم وجود مشتری مجبور می‌شوند کالاهایشان را به صورت نسبی بفروشند و چون سرمایه کمی دارند نسبی فروختن ریسک شرکت را بالا می‌برد، در حالی که این مشکل برای شرکت‌های بزرگ یا وجود ندارد یا این حد مهم نمی‌باشد.

– ضعف مدیریت

اغلب شرکت‌های کوچک یک مالک دارند. تمام امور مدیریتی از جمله سازمان‌دهی، بازاریابی، تولید، حسابداری و غیره توسط خود مدیر صورت می‌گیرد. بار سنگین بر دوش این مدیران مانع از تدوین برنامه راهبردی می‌شود؛ زیرا تمام وقت خود را صرف انجام امور عادی شرکت می‌کنند. مهم‌ترین عامل داخلی شکست اغلب بنگاه‌ها به‌ویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط، ضعف مدیریت می‌باشد حتی تمام عوامل درونی دیگر به طور غیرقابل اجتناب به ضعف مدیریت مربوط می‌شوند. واضح است که شایستگی‌های مدیریتی برای بنگاه‌ها در تمام اندازه‌ها مهم می‌باشد؛ زیرا این مدیریت است که مسئول اخذ تصمیمات مهم بازرگانی در شرکت می‌باشد، اما هرچه شرکت کوچکتر باشد احتمال کمتری وجود دارد که در آن متخصصین با تجربه و دارای مهارت کافی جهت اخذ تصمیمات صحیح و در جهت منافع شرکت وجود داشته باشد.

– کمبود نوآوری

بر اساس مطالعات، بنگاه‌های کوچک و متوسط در بیشتر کشورها نوآوری کمی از خود نشان دادند. شرکت‌های تازه تأسیس اغلب کارهای دیگران را تکرار می‌کنند و نوآوری در ایده‌ها، فرایندهای تولید و بازارهای هدف ایجاد نمی‌نمایند که این موضوع برای شرکت‌های موجود نیز صدق می‌کند. محدودیت‌ها و مشکلات بازاریابی که مشکل اصلی بسیاری از کارآفرینان می‌باشد در واقع مربوط به خود محصول است که نیازهای مشتریان در زمینه‌های کیفیت، سلیقه، طرح و قیمت را برآورده نمی‌سازد.

– مشکلات فناوری

یکی از عوامل اساسی که شکست یا موفقیت بنگاه‌های کوچک و متوسط را تحت تأثیر قرار می‌دهد فناوری می‌باشد. بدون شک می‌توان گفت که استفاده بهینه از فناوری باعث کاهش هزینه‌های تولید، تداوم کیفیت و بهبود بهره‌وری شده و در نهایت، رقابت‌پذیری بنگاه را بهبود می‌بخشد. اغلب کشورها به اهمیت فناوری پی برده‌اند، اما در فرایند انتقال آن با مشکل مواجه می‌شوند.

– مشکلات ناشی از سیاست‌های نادرست دولت

الف) دخالت‌های دولت در فعالیت‌های کسب و کار معمولاً در رابطه با پدیده‌های اجتماعی – اقتصادی دولت‌ها دچار دو اشتباه می‌شوند. یکی از اشتباهات مربوط به اقداماتی است که لازم است دولت‌ها به منظور اعتلاء محیط اجتماعی – اقتصادی اتخاذ کنند اما اتخاذ نمی‌کنند (اشتباهات اهمالی). نوع دوم اشتباهات مربوط به اقداماتی می‌شود که دولت‌ها اتخاذ می‌کنند اما می‌بایست از انجام آن خودداری نمایند زیرا این اقدامات اساساً ورای اختیارات قانونی و تخصصی آنان می‌باشند (اشتباهات ارتکابی). بنگاه‌های کوچک و متوسط با هر دو نوع اشتباه مواجه هستند. به منظور حمایت از صنایع کوچک دولت می‌بایست با مشورت نزدیک با بخش خصوصی، سیاست‌های توسعه بنگاه‌های بخش کوچک و متوسط و ابزارهای اجرایی را طراحی و گسترش دهد تا راه را برای رشد آنان هموار سازد. عدم توجه لازم به این عوامل باعث تأخیر و یا حتی توقف رشد این بنگاه‌ها خواهد شد.

ب) مقررات و دیوان‌سالاری اداری

مقررات دولتی و دیوان‌سالاری اداری مشکلات بیشتری برای بنگاه‌های کوچک و متوسط به وجود می‌آورند. صنایع کوچک و متوسط برای حل مشکلات خود باید به نهادهای مختلف مراجعه کنند و چون آنها از نیروی کار کافی یا مهارت‌های لازم برای مذاکره با این نهادها برخوردار نیستند قادر به حل مشکلات خود نیستند.

۵. مبانی نظری

بحث‌های نظری متفاوتی در این مورد که چگونه بنگاه‌های کوچک می‌توانند به مشکلات خود غلبه کرده و به توسعه کمک کنند توسط اقتصاددانان و صاحب‌نظران ارائه شده است. یک جمع‌بندی از این نظریات این است که شرکت‌های کوچک در عین حال که رقبای طبیعی یکدیگرند، اعضای یک شبکه مستقل داخلی هستند که توانمندی ایجاد شغل را دارند و فراهم‌کننده زمینه لازم برای ایجاد نوآوری و فعالیت‌های فناورانه می‌باشند، اما جالبترین نگرشی که به این بنگاه‌ها شده است مربوط به پدیده شبکه‌شدن و خوشه‌سازی یا به طور کلی تجمع می‌باشد. خوشه‌صنعتی عبارت است از مجموعه‌ای همگن از صنایع که در مناطق جغرافیایی به سبب وجود مزیت‌های خاص و یا سرمایه‌های قوام یافته اجتماعی چون فن و مهارت با اهداف اقتصادی شکل گرفته و همکاری توأم با رقابت با یکدیگر دارند. از طریق تجمع و همکاری شرکت‌ها در خوشه از صرفه‌جویی‌های بیرونی

کسب مزیت می‌کنند از جمله حضور عرضه‌کنندگان مواد اولیه، قطعات، ماشین‌آلات، دستگاه‌ها و نیز حضور کارگران با مهارت‌های ویژه. خوشه همچنین تجار فراوانی را جهت خرید محصولات و فروش آنها در بازارهای دوردست جذب می‌نماید. همچنین از آنجایی که ارائه خدمات و امکانات به شرکت‌ها به صورت انفرادی گران می‌باشد، خوشه‌سازی شرکت‌ها، ارائه خدمات توسط دولت، شرکت‌های بزرگ، دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌های پشتیبانی‌کننده توسعه را تسهیل می‌کند. کاهش هزینه مبادله، تقویت امنیت شغلی، دسترسی آسان به اطلاعات، جایگزینی رقابت کیفیتی به جای رقابت قیمتی، بهبود کارایی خرید، کاهش نیاز به ادغام عمودی، فشار به تولیدکننده و سایر عرضه‌کنندگان در زنجیره ارزش افزوده به منظور ارتقاء کارایی و از همه مهم‌تر افزایش توان رقابت‌پذیری از مزیت‌های خوشه محسوب می‌شود.

مفهوم خوشه‌های صنعتی به دلیل تازه‌بودن و عدم استحکام کافی در نظریه‌پردازی هنوز دارای ابهاماتی در تعریف و کاربرد است. هرچند ایده خوشه‌صنعتی توسط پورتر در ۱۹۹۰ (Porter, 1990) شروع شد اما پس از آن تعاریف متعددی از یک خوشه‌صنعتی ارائه گردید. خوشه‌های صنعتی عموماً به عنوان گروهی از بنگاه‌های جاری و سازمان‌های غیرتجاری تعریف می‌شوند، و عنصر کلیدی برای اعضای گروه، رقابتی عمل کردن آنهاست، آنچه این خوشه‌ها را به یکدیگر مرتبط می‌سازد، روابط متقابل بنگاه‌های عضو در آنها به عنوان خریدار و عرضه‌کننده نیازهای یکدیگر، استفاده از تکنولوژی‌های مشترک، خریداران مشترک، کانال‌های توزیع مشترک، مشاوره و ذخیره نیروی کار همگانی است. شرکت‌های رقابتی، خوشه‌های رقابتی را ایجاد می‌نمایند و جاذبه‌های اقتصادی در نهایت خوشه‌ها را به یکدیگر نزدیک خواهد نمود (Enright, 1996).

وجه تمایز خوشه‌های صنعتی با صنایع کوچک سازمان‌نیافته و منفرد در این است که با سازمان‌دهی صنایع پراکنده در خوشه‌های صنعتی و با تکیه بردانش فنی و محلی می‌توان این صنایع را تبدیل به اقتصادهای برون‌گرا و صادرکننده در مقیاس‌های انبوه کرد، ضمن آنکه برعکس تولیدکنندگان با مقیاس انبوه، خوشه‌ها علاوه بر رعایت استاندارد کیفیت بالا از تنوع و تعدد محصولات در کنار مقیاس بالا نیز بهره‌مند هستند که به آن مدل تخصص‌یابی منعطف می‌گویند.

براساس بررسی به عمل آمده در خصوص چگونگی ایجاد خوشه‌ها در کشورهای مختلف و برای صنایع گوناگون اگر چه مشترکاتی در این رابطه وجود دارد، اما علیرغم تمام مشابهت‌ها یک الگوی خاص، عمومی و مشترک برای تأسیس خوشه که جهان شمول بوده و در تمام کشورهای دنیا قابلیت پیاده‌سازی داشته باشد وجود ندارد. به عبارت دیگر، هر منطقه براساس خصوصیات و

پتانسیل‌های خود و با توجه به ویژگی‌های صنعت موردنظر می‌بایست برنامه خاص خود را برای ایجاد و توسعه خوشه‌ها به اجرا درآورد. محققان با مطالعه خوشه‌ها در کشورهای مختلف مراحل کلی را برای تشکیل خوشه ارائه کرده‌اند. مراحل و عوامل مهم در تشکیل خوشه از دیدگاه پورتر به شرح زیر است:

- انتخاب مکان: از آنجایی که هزینه‌های حمل و نقل بر قدرت تأثیر می‌گذارد، جهانی‌شدن و صادرات بنگاه‌ها را ترغیب می‌کند که در جایی که نهاده‌ها راحت‌تر حاصل می‌شوند، تمرکز یابند.

- تعهد و الزام محلی: لازم است عامل یا نیرویی در خوشه وجود داشته باشد که موجب اتصال بنگاه‌ها و ایجاد خوشه گردد. این عامل می‌تواند تشویق دولت، تجربیات و پیشینه منطقه یا عوامل دیگر باشد.

- پویایی خوشه: خوشه می‌بایست در طول زمان در حال رشد و تحول بوده و قابلیت تطبیق با شرایط و مسائل روز را داشته باشد.

- کارگروهي: روش فعالیت خوشه می‌بایست به گونه‌ای باشد که کارگروهي در بخش خصوصی جزء برنامه‌هایش باشد.

علاوه بر عوامل فوق، پورتر اشاره کرد که نقش بنگاه‌های رهبر، نهادها و دولت در تشکیل خوشه بسیار مهم است. نقش دولت عمدتاً در ارتباط با آماده‌سازی زیرساخت‌ها، قوانین و مقررات و اتصال بنگاه‌ها به یکدیگر می‌باشد. وی معتقد است که خوشه‌های صنعتی دیالوگ یک طرفه بین دولت و بنگاه‌ها را به دیالوگ و ارتباط دوطرفه و متقابل تغییر می‌دهند.

راهنمای ایجاد توسعه خوشه صنعتی براساس تجربیات بین‌المللی یک فرایند هشت مرحله‌ای را برای خوشه‌سازی ارائه می‌نماید (کلاستر نوپکیتورز، ۲۰۰۱). این مراحل عبارتند از:

- تجزیه و تحلیل اقتصاد محلی و منطقه‌ای

- بررسی و ارزیابی اولیه خوشه

- ایجاد گروه راهبری

- تدوین راهکار توسعه خوشه

- شناسایی و تعیین گام‌های عمده و اصلی راهکار خوشه

- تدوین برنامه عملیاتی

- نهادسازی

- بروز سازی برنامه راهبردی

۵-۱. ویژگی‌های کلیدی و منافع خوشه‌های صنعتی

خوشه‌ها، بنگاه‌های کوچک و متوسطی را پرورش می‌دهند که حداقل دارای مزایای اقتصادی بیرونی شامل صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس و فرصت‌های متعدد باشند. همکاری و تشریک مساعی بین عوامل درونی خوشه‌ها و شبکه‌ها به دلیل مشارکت در اطلاعات، منابع و معلومات، اظهارنظرات فنی و دیگر افعال فعالیت مشترک موجب کاهش هزینه‌ها در معاملات و بهینه‌سازی رقابت است که منجر به تسریع یادگیری و نوآوری می‌شود. پورتر منافع زیر را برای خوشه‌های صنعتی برشمارد:

• خوشه‌ها و دسترسی به نهاده‌ها و کارکنان تخصصی

قرار گرفتن در یک خوشه می‌تواند موجب دسترسی بهتر یا کم‌هزینه‌تر به نهاده‌های تخصصی از قبیل قطعات، ماشین‌آلات، خدمات بازرگانی و کارکنان نسبت به گزینه‌هایی همچون ادغام عمودی، روابط رسمی با خارج از بنگاه یا شرکت یا وارد کردن نهاده‌ها از محل‌های دور شود. ادغام عمودی مستلزم صرف نیروهای مدیریتی است که بهتر است در جای دیگر از آنها استفاده شود. در مقابل، تهیه نهاده‌ها از یک عرضه‌کننده نزدیک که روابط آشنا و خاصی با بنگاه دارد واجد مزایای هزینه‌ای و نیز کیفی می‌باشد. در نظام اقتصادی پیشرفته امروز بزرگتر شدن عمق و تخصص عرضه‌کنندگان در یک خوشه ناشی از آسان‌تر شدن شناسایی فرصت‌های بازار و کاهش مخاطرات است که به دلیل وجود چندین مشتری محلی رخ می‌دهد. علاوه بر این، خوشه‌های توسعه‌یافته تنها از یک صنعت منفرد تشکیل نشده‌اند بلکه مشتمل بر تعدادی از صنایع مرتبط می‌باشند. چنین صناعی معمولاً از نهاده‌های یکسان یا مشابه استفاده کرده و به این ترتیب، فرصت‌های پیش روی عرضه‌کنندگان را افزایش می‌دهد. به همین دلیل و به دلیل اهمیت آثار بیرونی و سرریزهای موجود در هر خوشه گستردگی و عمق یک خوشه بیش از اندازه بنگاه‌ها یا صنایع منفرد موجود در آن خوشه در مزیت رقابتی آن سهم دارد.

• دسترسی به اطلاعات

اطلاعات فراوانی در خصوص بازار، مسائل فنی و سایر موارد تخصصی در بنگاه‌ها و نهادهای محلی یک خوشه انباشته می‌گردد. این اطلاعات در داخل خوشه با هزینه کمتر و با سهولت بیشتر قابل دسترسی بوده و بنگاه‌های خوشه‌ای را قادر به ارتقاء بهره‌وری و نزدیک شدن به مرزهای نهایی بهره‌وری می‌کنند. چنین تأثیری در جابجایی اطلاعات بین واحدهای یک شرکت نیز صادق است.

نزدیکی مکانی، پیوندهای عرضه‌ای و فناورانه و برقراری روابط شخصی مکرر و علایق جامعه محلی از طریق گسترش اعتماد جابجایی اطلاعات در داخل خوشه‌ها را راحت می‌سازد.

• مکمل بودن

یک خوشه، بهره‌وری را نه تنها از طریق تملک و گرد هم آوردن نهاده‌ها بلکه با تسهیل وجوه تکمیل‌کننده بین فعالیت‌های اعضاء خوشه ارتقاء می‌دهد. بخش‌های یک خوشه دارای وابستگی متقابل به یکدیگر هستند و عملکرد ضعیف یکی از بخش‌ها می‌تواند توفیق دیگران را کاهش دهد. مکمل بودن نه تنها در محصولات بلکه در طراحی، پشتیبانی و خدمات پس از فروش کالاها وجود داشته و به ایجاد ارزش نزد خریداران می‌انجامد. هماهنگی و فشارهای درونی از سوی اعضاء خوشه برای بهبود نتایج از طریق هم محلی میسر شده و می‌تواند در نهایت کیفیت یا کارایی کلی را افزایش دهد. هم محل بودن دستیابی به پیوندهای فناورانه و همکاری مداوم را تسهیل می‌کند. بازاریابی یکی دیگر از وجوه تکمیل‌کنندگی در خوشه‌هاست. وجود گروهی از بنگاه‌ها و صنایع مرتبط با یکدیگر در یک محل موجب بروز کارایی در بازاریابی مشترک (به عنوان مثال در مراجعات مشتریان، نمایشگاه‌های تجاری، نشریات تجاری و مذاکرات بازاریابی) می‌گردد.

• دسترسی به نهاده‌ها و کالاهای عمومی

در خوشه‌ها نهاده‌های بسیاری تولید می‌شود که در غیر اینصورت فراهم کردن آنها به صورت کالاهای عمومی یا شبه عمومی بسیار گران تمام می‌شود. به عنوان مثال، امکان استخدام مجدد کارکنانی که در برنامه‌های محلی آموزش دیده‌اند به حذف یا کاهش هزینه‌های آموزش درون بنگاهی می‌انجامد. بنگاه‌ها همواره به مزایایی همچون زیربنای پیشرفته و تخصصی یا مشاوره‌های تخصصی از سوی مؤسسات محلی با هزینه‌های اندک دسترسی دارند. در واقع، اطلاعات موجود در یک خوشه را می‌توان همچون یک کالای شبه عمومی دانست. کالاهای عمومی موجود در خوشه‌ها را می‌توان با اصطلاحی مناسبتر کالاهای شبه عمومی نامید زیرا دسترسی به آنها مستلزم صرف هزینه اندکی - بسیار کمتر از هزینه معمول - می‌باشد.

• انگیزه‌ها و ارزیابی عملکرد

خوشه‌ها نسبت به بنگاه‌های منفرد یا بنگاه‌های ادغام شده در حل یا تخفیف برخی از مشکلات بنگاه‌ها بیشتر کمک می‌کنند. خوشه‌ها به چند دلیل، انگیزه شرکت‌ها برای دستیابی به بهره‌وری بیشتر را تقویت می‌کنند. مهم‌تر از تمام این دلایل، فشار رقابت است. رقابت با رقبای مستقر در محل

به دلیل امکان مقایسه دایمی و مکرر و به دلیل وجود شرایط عمومی تقریباً مشابه (مثلاً هزینه‌های نیروی کار و دسترسی به بازارهای محلی) برای تمام فعالان یک خوشه امری بسیار اثربخش است. به این ترتیب باید رقابت بر سر شرایط غیرعمومی صورت گیرد. خوشه‌ها، ارزیابی و اندازه‌گیری عملکرد فعالیت‌های انجام شده در محل را نیز آسان می‌کنند، زیرا در آنها بیشتر بنگاه‌های محلی به فعالیت‌های مشابهی می‌پردازند. مدیران بنگاه‌ها برای مقایسه هزینه‌های داخلی خود در معاملات مطمئن فرصت بیشتری برای مقایسه داشته و از طریق بررسی عملکرد کارکنان سایر نهادهای محلی هزینه‌های نظارت بر کارکنان خود را کاهش می‌دهند.

• خوشه‌ها و نوآوری

مزایای خوشه‌ها- در مقایسه با بنگاه‌های منفرد- از لحاظ نوآوری و رشد بهره‌وری بسیار مهم‌تر از مزایای آن در بهره‌وری ایستا می‌باشد که البته در این مورد مخاطراتی نیز وجود دارد. برخی از ویژگی‌های خوشه‌ها در نوآوری بیش از بهبود بهره‌وری جاری تأثیر دارد. بنگاه‌هایی که درون خوشه‌ها فعالیت می‌کنند معمولاً با شفافیت و سرعت بیشتری قادر به شناسایی نیازهای خریداران هستند. بنگاه‌های موجود در یک خوشه علاوه بر آگاهی از نیازهای فعلی خریداران به دلیل تمرکز خود و کنار هم قرار گرفتن بنگاه‌هایی که به صنایع مرتبط با یکدیگر تعلق دارند به دلیل تمرکز مؤسسات تخصصی جمع‌آوری اطلاعات و به دلیل پیشرفته‌تر بودن روال کار خریداران صاحب مزیت هستند. بنگاه‌های خوشه‌ای معمولاً روند تغییرات رفتار خریداران را سریع‌تر از بنگاه‌های منفرد تشخیص می‌دهند. عضویت در خوشه‌ها در شناسایی و درک امکانات جدید فناورانه، عملیاتی یا تحویل کالاها نیز از مزایایی بهره‌مند است. اعضای خوشه به طور مداوم و در اسرع وقت در خصوص فناوری‌های کاملتر، قطعات و ماشین‌آلات موجود، مفاهیم خدماتی و بازاریابی و مواردی از این قبیل مطالب فراوانی یاد می‌گیرند که این یادگیری سریع در نتیجه روابط مداوم با سایر اعضا خوشه، سهولت بازرسی و مشاهده سایر بنگاه‌ها و تماس چهره به چهره دایمی میسر می‌شود، اما یک بنگاه منفرد باید هزینه‌های بیشتر و موانع سخت‌تری را تحمل کند تا به اطلاعاتی مشابه دست یابد و به همین دلیل نیازی فزاینده برای تخصیص منابعی احساس می‌کند که برای تولید دانش مزبور در درون بنگاه خود لازم دارد.

• خوشه‌ها و شکل‌گیری کسب و کارهای جدید

بسیاری از کسب و کارهای جدید (دفتر مرکزی آنها و نه شعبات یا تأسیسات و امکانات فرعی آنها) به جای آنکه به صورت منفرد شکل گیرند در همان خوشه‌های موجود تأسیس می‌شوند. به چند دلیل اینگونه است. نخست اینکه خوشه‌ها از طریق اطلاع‌رسانی مناسبتر در مورد فرصت‌ها، انگیزه‌های ورود را برای متقاضیان ورود فراهم می‌کنند. وجود یک خوشه خود دلیلی برای وجود فرصت است. بنگاه‌ها و افرادی که درون خوشه‌ها یا نزدیک به آنها به کار مشغولند از کاستی‌ها و خلأهای تولید و خدمات بیشتر اطلاع دارند. با چنین شناختی آنها بنگاه‌های قدیمی و باسابقه را آسانتر رها می‌کنند تا کسب و کار جدیدی را برای جبران کاستی‌های موجود راه‌اندازی کنند. فرصت‌های شناسایی‌شده در خوشه‌ها ردیابی می‌شود زیرا موانع ورود به خوشه‌ها کمتر از هر جای دیگری است. دارایی‌ها، نهاده‌ها، مهارت و کارکنان لازم همگی در محل خوشه وجود دارند و برای راه‌اندازی یک شرکت جدید به راحتی می‌توان آنها را گردآوری کرد. مؤسسات مالی محلی و سرمایه‌گذاران حاضر در محیط که قبلاً با خوشه آشنا شده‌اند احتمالاً قیمت کمتری بابت مخاطره سرمایه خود طلب می‌کنند. علاوه بر این، خود خوشه نیز معمولاً بازار محلی قابل توجهی دارد. کارآفرینی که به دنبال کسب سود از روابط ریشه‌دار و دیرینه است معمولاً ترجیح می‌دهد که در همان جامعه محلی خود باقی بماند. تمام این عوامل یعنی موانع محدودتر برای ورود، مشتریان محلی متعدد بالقوه، روابط دیرینه و حضور سایر بنگاه‌های محلی که کارها را سامان داده‌اند مخاطرات شناخته شده ورود به خوشه را کاهش می‌دهند. موانع خروج از خوشه نیز به دلیل کاهش نیاز به سرمایه‌گذاری تخصصی و بازارهای جا افتاده‌تر برای دارایی‌ها تخصصی و سایر عوامل کمتر است. ماینچ (۱۹۹۹) ضمن اشاره به اینکه خوشه‌های صنعتی راه مؤثری برای رسیدن به رشد اقتصادی است، منافع حاصل از خوشه‌سازی را به صورت زیر دسته‌بندی و تشریح می‌کند:

• منافع برای توسعه پایدار اقتصادی

خوشه‌های صنعتی به بخش عمومی کمک می‌کنند که به صورت کاراتر تری تخصیص بهینه منابع را کنترل نمایند. در واقع، خوشه صنعتی رابطه دولت را با صنایع زیاد نموده و لذا موجب استفاده مناسبتر از منابع شده و به توسعه پایدار کمک می‌نماید.

• منافع برای بخش عمومی

با وجود خوشه صنعتی، سازمان‌های موجود در جامعه می‌توانند خدمات خود را به گروه بزرگتر و به صورت کاراتری ارائه دهند. به عنوان مثال، خدمات آموزشی ترویجی و زیرساختی راحت‌تر انجام می‌شود.

• منافع برای تأسیس یا استقرار صنایع

خوشه می‌تواند با تأکید بر نیازهای صنعتی، بخش خصوصی و دولتی را به برآورده شدن خواسته‌های خود ترغیب نماید. همچنین بنگاه‌های موجود در خوشه با تخصص یافتن، بالا بردن قدرت چانه‌زنی، دسترسی مناسب‌تر به منابع و داشتن شبکه اطلاعات و اخبار تخصصی، به استقرار مناسب‌تر صنایع کمک نمایند.

• منافع برای سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی

خوشه می‌تواند با ترغیب مؤسسات علمی، نیروی مورد نیاز خود را به طور تخصص یافته‌تری در اختیار بگیرد. در واقع خوشه‌ها موجب سرمایه‌گذاری بیشتر در نیروی انسانی می‌شوند.

• منافع برای اجتماع

با وجود خوشه، مؤسسات خدماتی بهتر می‌توانند خدمات خود را ارائه دهند. به عنوان مثال، تأمین اجتماعی و سایر سازمان‌های خدماتی می‌توانند راحت‌تر نیروی کار را مورد حمایت قرار داده و باعث رشد و توزیع مناسب‌تر درآمد در جامعه شود.

۶. بررسی توسعه خوشه‌های صنعتی در ایران

۶-۱. مسائل و معضلات

شکل‌دادن به خوشه‌های صنعتی به معنای ایجاد شرایط مساعد در جهت کنارهم قرار گرفتن واقعی یا مجازی واحدهای مرتبط و ایجاد حلقه‌های هم‌افزایی میان آنها از جمله راهبردهای موفق در توسعه منطقه‌ای و نهایتاً توسعه ملی محسوب می‌شود. در این میان باید توجه داشت که نگاه صرفاً محلی و منطقه‌ای به خوشه‌ها و بی‌توجهی به ارتباطات آنها و یا جایگاه خوشه‌های صنعتی در نظام صنعتی و اقتصادی کشور بحث خوشه‌های صنعتی را در کشور ابتر خواهد گذاشت.

نخستین قدم در مسیر توسعه خوشه‌های صنعتی در مناطق مستعد کشور، شناسایی مشکلات و تنگنایی است که در سطوح مختلف، ایجاد و توسعه خوشه‌های صنعتی و یا به عبارت دیگر، فرایند خوشه‌سازی صنعتی را با مشکل مواجه می‌سازد:

۱. یکی از اساسی‌ترین این مشکلات، ضعف فرهنگ همکاری و کارگروهی در کشور است. این مسئله امکان نزدیکی و اعتمادسازی بین عاملان اقتصادی را با مشکل مواجه می‌سازد. حل این معضل به فرهنگ‌سازی و معرفی منافع گسترده حاصل از همکاری احتیاج دارد.

۲. مسأله دیگر، ضعف مطالعات بوم‌شناسی و آمایش منطقه‌ای در کشور است که حل آن نیز به فعال کردن دانشگاه‌ها و تربیت نیروی انسانی در این جهت احتیاج دارد.

۳. مسأله دیگر، عدم برخورداری از زیرساخت‌های لازم در جهت توسعه خوشه‌های صنعتی در کشور است. ما هنوز بر تعریف صنایع کوچک و متوسط و یا متولی این بخش عظیم از صنعت کشور در سطح نظام اجرایی کشور به یک جمع‌بندی نرسیده‌ایم و همین مسأله موجب پاره‌ای ناهماهنگی‌ها و موازی‌کاری‌ها شده است.

۴. علاوه بر این، با توجه به وجود انواع مختلفی از خوشه‌های صنعتی (همچون خوشه‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته یا خوشه‌هایی که در آنها به صنایع کاربر تأکید می‌شود) لازم است با ملاحظه شرایط خاص کشور نوع خوشه‌های صنعتی متناسب با وضعیت ایران تعیین شود.

۲-۶. الزامات

برای توسعه خوشه‌های صنعتی در کشور لازم است از نگاه ذره‌ای کنونی که قادر نیست با ایجاد حلقه‌های هم‌افزایی توان خوشه‌های صنعتی را در خدمت توسعه یک‌دیگر و نهایتاً در جهت توسعه ملی قرار دهد فراتر رفته و با ایجاد یک حرکت عمومی بین مسئولان و سیاستگذاران کشور مجموعه حمایت‌ها و ابزارهای عمرانی، مالیاتی، قانونی و در یک جمله تمام توان و امکانات دولت را در خدمت پیشبرد این هدف قرار داد. در این زمینه می‌بایست این اقدامات صورت گیرد:

- تدوین استراتژی بلندمدت خوشه‌سازی

اولاً باید براساس یک راهبرد کلی و بلندمدت جایگاه اساسی خوشه‌ها در نظام صنعت کشور تعریف شده و با یک عزم عمومی و ملی و در قالب یک طرح کلی که تمام امکانات دولتی را در جهتی خاص بسیج می‌کند موانع توسعه خوشه‌های صنعتی در کشور مرتفع گردد. ثانیاً باید جایگاه خوشه‌های صنعتی در سیاست صنعتی کشور تعیین شود یعنی در سطح ملی به روشنی بدانیم که کدام

بخش از تولیدات و خدمات می‌بایست درخوشه‌ها شکل گیرد و مسیر زمانی و اولویت‌های توسعه آنها نیز مشخص گردد. همچنین، نقش دولت در این زمینه روشن باشد که آیا دولت خود به توسعه خوشه‌ها اقدام می‌کند (نگاه بالا به پایین) و یا اینکه صرفاً نقش حمایت و پشتیبانی بی‌طرف را دارد.

– سازمان‌دهی صنایع موجود

ایجاد خوشه‌های صنعتی به دو عامل نیاز دارد. یکی تلاش برای تمرکز جغرافیایی واحدهای همگن و دیگری اتخاذ تعبیری در جهت ایجاد ارتباط و هم‌افزایی این بنگاه‌ها و سازمان‌دادن به آنها در قالب مجموعه‌ای واحد. با توجه به وجود خوشه‌های جنینی و ناقص در بسیاری از مناطق کشور به نظر می‌رسد اقدام در جهت سازماندهی این واحدها در قالب خوشه‌های صنعتی از طریق اعطاء کمک‌های مشاوره‌ای و ایجاد نهادهای خدماتی و پشتیبان می‌تواند به رشد این مجموعه‌ها و افزایش ارتباطات هم‌افزایی بین آنها بیانجامد.

– گسترش رقابت توأم با همکاری

برای موفقیت در بازارهای داخلی و خارجی به دو چیز احتیاج داریم: رقابت و همکاری که هیچکدام هم‌اکنون در ساختار صنعت کشور موجود نیست. در ادبیات اصطلاحاً گفته می‌شود: رقابت برای همکاری و همکاری برای رقابت. هر یک بدون دیگری ناکارآمد است. مسأله اصلی، سازمان‌دهی همکاری‌ها و تعاملات اقتصادی و صنعتی است البته با حفظ و تقویت رقابت.

– ارتباط صنایع جامع (مادر) و خوشه‌سازی

یکی از خواستگاه‌های مهم خوشه‌سازی، صنایع جامع یا مادر است. صنایع جامع آنهایی هستند که با تعداد وسیعی از تکنولوژی‌ها سر و کار دارند، مقدار حجم و قطعات مورد استفاده در آنها بسیار است و با صنایع دیگر ارتباطات بسیاری دارند. به عبارت دیگر، این صنایع لوکوموتیو حرکت بسیاری از صنایع دیگر است. این صنایع عمده‌تأ بازار بزرگ و مطمئنی دارند. تعداد این صنایع زیاد نیست و عمده‌تأ صنایع بخش حمل و نقل می‌باشند از جمله صنعت خودرو، صنعت هوا فضا و صنعت دریا. در کشور ما هم‌اکنون صنعت خودرو به حدی رسیده است که می‌توان گفت تمام بازیگران قابل تعریف در این صنعت را در خود جای داده است و این موفقیت بزرگی محسوب می‌شود.

- خوشه‌سازی با رویکرد هدفگیری

راهبرد خوشه‌سازی در کشور ما باید با توجه به رویکرد هدفگیری انتخابی باشد یعنی دولت تصمیم بگیرد که در چه صنایعی و در چه مناطقی خوشه‌سازی شود یا خوشه‌های موجود مورد حمایت قرار گیرند.

- دانشی کردن خوشه‌ها

اساس خوشه‌سازی یعنی داشتن چشم‌انداز و ارزش‌های مشترک بین بنگاه‌ها. تجمع فیزیکی بنگاه‌ها به تنهایی کافی نیست و باید دارای روابط ارزش‌آفرین و انسجام‌زا باشند. بنیادی‌ترین ارزش در خوشه‌سازی، سرریز دانش است. به عبارت دیگر، ایجاد اقتصاد دانش‌بنیان، متکی بر ایجاد خوشه‌های دانش‌بنیان است.

- توجه به فاکتورهای موفقیت خوشه

فاکتورهای اساسی موفقیت خوشه‌های صنعتی عبارتند از ترسیم چشم‌اندازی عمومی و مشترک، ایجاد اعتماد و هماهنگی میان بنگاه‌ها، توصیه بهترین الگوها و تجربه‌های موفق، بهینه‌سازی چارچوب همکاری بین بخش‌های خصوصی، دولتی و مردمی (تشکل‌ها و نهادهای اجتماعی)، بهینه‌سازی بهره‌برداری از منابع موجود، ایجاد انگیزه در بخش خصوصی، توانمندسازی بنگاه‌ها، استفاده از دانش‌ها و ابزارهای پیشرفته و کارآمد، حفظ خود مدیریتی و استقلال مالی بنگاه‌ها و نهایتاً وارد کردن بنگاه‌های کوچک در زنجیره جهانی ارزش.

۷. جمع‌بندی و پیشنهاد

بنگاه‌های کوچک و متوسط در هر کشوری نشان‌دهنده میزان کارآفرینی و مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد آن جامعه می‌باشد، لذا هر چه تعداد آنها بیشتر باشد می‌توان گفت که آن کشور اقتصاد پویاتری خواهد داشت. البته این بنگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به ماهیت ساختاری خود دارای مزایا و همچنین محدودیت‌هایی می‌باشند.

یکی از دلایل تمرکز بر بنگاه‌های کوچک و متوسط و نقش دولت در توسعه آنها حجم بالای این بنگاه‌ها در کشورمان می‌باشد، لذا در صورت عدم برنامه‌ریزی مناسب و با توجه به تشدید جو رقابتی جهان ممکن است بخش عمده‌ای از صنعت کشور از بین رفته و از صحنه رقابت محو شود. آنچه در این مقاله ارائه شد مروری بر موضوع بنگاه‌های کوچک و متوسط، منافع و مشکلات آنها و

از سوی دیگر، بحث خوشه‌سازی و منافع آن در جهت حل مشکلات و تقویت صنایع کوچک و متوسط بود. با دقت در این مباحث درمی‌یابیم که هم‌اکنون خوشه‌سازی در کشور اگر کاراترین راهبرد در توسعه صنعتی نباشد یقیناً یکی از محوری‌ترین راهبردهای ممکن خواهد بود که متأسفانه به اندازه راهبردهای دیگر (همچون توسعه سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد بنگاه‌های بزرگ) مورد توجه نبوده است.

در مجموع، مطالعات نشان‌دهنده این است که راهکار بسیاری از مشکلات اساسی بنگاه‌ها می‌تواند تجمیع و خوشه‌سازی این بنگاه‌ها باشد. بنابراین، لزوم حرکت به سمت بکارگیری این مفهوم در بنگاه‌های کوچک و متوسط احساس می‌شود. حاصل مطالعات محققان و تجربیات متخصصین در خصوص چگونگی حرکت به سمت خوشه‌سازی و شاید اقدامات اساسی، توصیه‌های سیاستی زیر است که می‌تواند در این زمینه توسط دولت انجام گیرد:

- شناسایی قابلیت‌های کشور در زمینه توسعه خوشه
- فرهنگ‌سازی و افزایش آگاهی و انگیزه عمومی برای مشارکت و توسعه خوشه‌های صنعتی
- آموزش فراگیر بنگاه‌های کوچک و متوسط در زمینه خوشه و مزایای آن
- آموزش کارگزاران خوشه‌سازی
- خبررسانی مستمر در خصوص اقدامات صورت گرفته در زمینه خوشه‌سازی در کشور
- ادغام اصناف و صنایع کوچک و متوسط و تعیین یک متولی واحد برای آن
- حذف موازی‌کاری‌ها در زمینه خوشه‌ها
- تدوین برنامه راهبردی توسعه خوشه‌ها
- ایجاد بانک اطلاعاتی بنگاه‌های کوچک و متوسط و خوشه، قابل دسترس همگان
- حمایت‌های ویژه از خوشه‌ها توسط دولت
- تأمین اعتبار و تضمین قراردادهای خوشه‌ها
- نظارت و پیگیری در اجرای صحیح برنامه‌ها

منابع

- ایزدخواه، روح‌الله، "خوشه‌های صنعتی؛ راهبرد اساسی ایجاد مزیت‌های منطقه‌ای در کشور و نقش دولت در گسترش آنها"، پایگاه اینترنتی مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، www.itsr.ir.
- مخبر، عباس و عباس زندباف (۱۳۸۱)، خوشه‌های صنعتی رویکردی نوین در توسعه صنعتی، تهران: انتشارات طرح نو.
- سلیمی‌فر، مصطفی (۱۳۸۲)، اقتصاد توسعه، مشهد: انتشارات موحد.

شقافی، عبدالرضا و مسعود شفیعی (۱۳۸۴)، *استراتژی افزایش مشارکت مؤثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط*، انتشارات رسا.

صحرائیان، سیدمهدی (۱۳۸۰)، *اقتصاد ایران سازمان‌دهی صنایع کوچک*، انتشارات معارف.
مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۳۸۵)، *نقش خوشه‌سازی در افزایش رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط*، با محوریت توسعه بازاریابی.

Douglas, Woodward (2005), "Porter's Cluster Strategy Versus Industrial Targeting", University of South Carolina.

Khalid Nadvi (1995), "Industrial Clusters and Networks: Case Studies of SME Growth and Innovation", UNIDO.

Rodríguez-Clare, A. (2007), "Clusters and Comparative Advantage: Implications for Industrial Policy", *Journal of Development Economics*, Vol. 82, Issue 1, January.

Fleisher, B., Dinghuan Hu & W. McGuire (2010), "The Evolution of an Industrial Cluster in China", *China Economic Review*, Vol. 21, Issue 3, September.

Morosini, P. (2004), "Industrial Clusters, Knowledge Integration and Performance", *World Development*, Vol. 32, Issue 2, February.

Iammarino, S. & P.H. McCann (2006), "The Structure and Evolution of Industrial Clusters: Transactions", *Technology and Knowledge Spillovers Research Policy*, Vol. 35, Issue 7, September.

