

## بررسی عوامل بازدارنده و پیشران در مسیر رشد

### و توسعه خوشه های صنعتی (مطالعه موردی خوشه نساجی یزد)

محمد ابویی اردکان<sup>۱</sup> - مهدیه معتمدی<sup>۲\*</sup>

(تاریخ دریافت ۱۳۹۱/۰۲/۱۰ تاریخ پذیرش ۱۳۹۱/۰۹/۰۸)

#### چکیده

رشد و توسعه خوشه های صنعتی بیش از دو دهه است که رهیافتی برای توسعه کسب و کارهای کوچک معرفی شده و شناخت جنبه های مختلف این رویکرد مورد بحث و توجه پژوهشگران و سیاستگذاران کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه قرار گرفته است. در این بررسی، با هدف شناسایی بیشتر عوامل بازدارنده و پیش برنده در مسیر رشد و بالندگی «خوشه نساجی یزد»، با نگاهی به شکل گیری و تحولات این صنعت در منطقه، ابتدا لیستی از عوامل مؤثر بر توسعه خوشه های صنعتی، با مطالعه ادبیات موجود و مرور پژوهشهای پیشین، استخراج گردید. از این لیست به عنوان چهارچوب نظری مبنا برای موردپژوهی عوامل مؤثر بر توسعه خوشه ای صنایع نساجی یزد استفاده شد و بر مبنای این عوامل که جمعاً ۳۱ مورد بودند، با آماده سازی طرح تحقیق، داده ها از منابع مختلف اطلاعاتی شامل ترکیبی از مطالعات کتابخانه ای و نیز انجام مطالعات میدانی مانند مصاحبه های فردی و گروه کانونی، بصورت نظام مند گردآوری شدند. تحلیل داده ها نیز به موازات گردآوری آنها و با استفاده از روش ویرایش و کدگذاری داده ها تا رسیدن به مرحله اشباع یافته ها ادامه پیدا نمود. بر اساس عوامل اصلی بررسی شده، نتایج این پژوهش نشان داد که در وضعیت کنونی ۱۴ مورد به عنوان عامل پیش برنده و ۲۵ مورد به عنوان عامل باز دارنده در جهت رشد و توسعه این خوشه عمل می کنند که دسته بندی مجدد آنها به تدوین چهارچوب نهایی این تحقیق منجر شد. همچنین به دلیل تنوع و حجم یافته های پژوهش و نیاز به یک ساختار مناسب برای ارائه، تشریح وضعیت این عوامل در قالب الگوی «الماس پورتر» صورت پذیرفت.

واژگان کلیدی: کارایی، خوشه های صنعتی، صنایع نساجی، عوامل پیش برنده و بازدارنده، رشد و توسعه،

الگوی الماس، استان یزد

۱- دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. abooyee@ut.ac.ir

۲- کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه تهران. mahd.motamedi@gmail.com

## ۱. مقدمه

تولیدکنندگان صنعتی با هدف استفاده بهینه از امکانات و جلوگیری از هدر رفتن منابع با ارزش خود در حرکت به سوی جهانی شدن بازارها، به تمهیداتی متوسل شده‌اند که نتیجه آن تغییر ساختار صنعتی است. از مشخصات اصلی این تغییر ساختار، ترویج بیش از پیش صنایع کوچک و متوسط است. واحدهای کوچک صنعتی و بازرگانی، بعنوان بخش مکمل و اساسی اقتصاد کشورها، بخصوص کشورهای در حال توسعه، شناخته شده‌اند ولی بدلیل تنگناهای خاص خود که از محدودیت منابع در دسترسشان نشأت می‌گیرد، توسعه آنها امری مشکل بنظر میرسد. خوشه‌سازی<sup>۱</sup> به بنگاههای کوچک و متوسط کمک می‌کند تا قدرتهایشان را با هم ترکیب کنند و بتوانند به کسب مزیت از فرصتهای بازار و حل مشکلات معمول از طریق اقدامات مشترک دست یابند [۲۹]. با تامین نیازهای ساختاری و عملکردی خوشه ها، می توان ضمن حفظ و تقویت وجوه مثبت بنگاه های عضو، ضعفهای موجود در صنایع کوچک منفرد را پوشانید. اشتیاق دستیابی به مزایای حاصل از توسعه خوشه ای بنگاههای مجتمع در یک حوزه جغرافیایی، موجب شده است که این روش توسعه ای مورد توجه برنامه ریزان و سیاستگذاران قرار گیرد. در سالهای اخیر، بحث توجه به صنایع کوچک و متوسط و توسعه خوشه های صنعتی در داخل کشور ما نیز مورد توجه قرار گرفته است، اما بنظر میرسد در سطح سیاستگذاری و پیاده سازی الگوی توسعه خوشه ای، کشور همچنان نیازمند حرکتهای بنیادی و پایه ای است. آنچه که رویکرد فعالیت در قالب خوشه های صنعتی<sup>۲</sup> را در ایران موجه می سازد، سابقه تاریخی کشور در توفیق در برخی از عرصه های صنعتی است که بررسیها نشان میدهند پیدایش و گسترش آنها در قالب خوشه هایی ناپخته و غیر رسمی بوده است [۹]. یکی از این صنایع صنعت نساجی می باشد که در گذشته‌های دور تاریخ، معیار شاخص در رونق اقتصادی یک کشور محسوب می شده است. کشور ایران در دوره های مختلف تاریخ گذشته خود سهم عمده ای در پیشرفت و تکامل صنعت نساجی در دنیا داشته است و استان کویری یزد نیز دارای یک سابقه فرهنگی و تاریخی عجین شده با بخش نساجی است و مردم یزد از بافنده‌های مهم پارچه در این کشور بوده‌اند. از آنجا که یک سری از شرایط، موقعیتهای و چالشها منجر به موفقیت یا شکست نهایی یک پروژه یا فعالیت می شوند، بنابراین شناخت کامل عوامل توسعه خوشه ای نیز اساس برنامه ریزی و سرمایه گذاری در جهت توسعه ملی فرض می شود و می تواند راهگشای تصمیمات خرد و کلان آتی

1- Clustering

2- Industrial Cluster

جهت حرکت به سمت جایگاه رقابتی شایسته تر برای کشور باشد.

## ۲. بررسی ادبیات و پیشینه تحقیقات انجام شده

مباحث مربوط به بنگاههای کوچک و متوسط بیش از یک سده است که قدمت دارند و نظریه پردازان کلاسیک آنها را مطرح کرده اند. ولی در دو یا سه دهه اخیر و همزمان با گسترش نفوذ نظریه پردازان نئوکلاسیک، مباحث مزبور در قالب کارآفرینی رونقی دو چندان پیدا کرده است. با فرصتهای بالقوه‌ای که جهانی شدن برای دسترسی به بازارهای جهانی بوجود می‌آورد، بنگاههای کوچک و متوسط بطور فزاینده‌ای برای قرار گرفتن در موقعیتی که بتوانند از این فرصتها مزیت کسب کنند، تحریک می‌شوند، اما به دلیل تنگناهای زیادی که دارند خود را از بهره مندی از این امکانات ناتوان می‌یابند [۱۳].

این واحدها در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ضمن دستیابی به اهداف اصلی توسعه، نقش تعیین‌کننده‌ای در گسترش و تنوع تولیدات صنعتی دارند و در اهتمام به یک سری اهداف بنیادین همچون ایجاد اشتغال، بهبود توزیع درآمد و برآوردن نیازهای اساسی کشور دارای نقش موثری هستند ولی باوجود اینکه صنایع کوچک توان بالایی برای رشد اقتصادی مداوم دارند، توسعه آنها امری مشکل است. شایع ترین مشکلات آنها در مسیر توسعه عبارتست از عدم دسترسی به اطلاعات بازار و فناوری های جدید، کیفیت پایین نیروی انسانی، کمبود دسترسی به سرمایه و خط مشی گذاری ضعیف [۱۰].

بحث های نظری متفاوتی در این مورد که چگونه مؤسسات کوچک می‌توانند به توسعه کمک کنند، توسط اقتصاددانان و صاحب نظران مختلف ارائه شده است. یک جمع بندی از این نظریات این است که شرکت های کوچک درعین حال که رقبای طبیعی یکدیگرند، اعضای یک شبکه مستقل داخلی هستند که توان مندی ایجاد شغل را دارند و همچنین فراهم کننده زمینه لازم برای ایجاد نوآوری و خلاقیت های فناورانه هستند اما جالب ترین نگرشی که به این گونه مؤسسات شده است مربوط به پدیده شبکه شدن و خوشه شدن یا بطور کلی تجمیع است. اغلب شرکت های کوچک گرایش به خوشه شدن و ارتباط با یکدیگر دارند و این پدیده بیشتر در مورد واحدهایی است که در یک محدوده جغرافیایی که در آن مهارت های نیروی انسانی وجود داشته باشد، شکل می‌گیرند [۱].

اگرچه بعضی از محققان، ریشه نظری خوشه صنعت را به لحاظ تاریخی به نظریه مارشال<sup>۱</sup> (۱۸۹۰-۱۹۲۰) در مورد تأثیر جانبی بنگاههای تخصصی ارتباط می‌دهند، برای اولین بار مایکل پورتر<sup>۲</sup> (۱۹۹۰) در کتابی

1- Marshall, A.

2- Porter, M.

تحت عنوان "مزیت نسبی ملتها" نظریه خوشه های صنعت را مشخصاً مطرح ساخت. او به خوشه ها بعنوان نتیجه یک بهبود در محیط کسب و کار نگاه می کند و توضیح می دهد که یک خوشه صنعتی حاصل نزدیکی جغرافیایی و اجتماعی گروهی از شرکتهای مرتبط به هم و نهادهای وابسته به آنها است که در یک زمینه خاص، کالاهای همانند یا مکمل تولید می کنند [۲۳].

همچنین همفری و اشمیتز<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) خوشه را چنین تعریف کرده اند: "تمرکز بخشی و جغرافیایی شرکت ها را خوشه می گویند. چنین تمرکزی باعث برخورداری از صرفه جوییهای بیرونی میشود. وجود خوشه همچنین باعث جذب کارگزاران بازارهای دوردست شده و به ظهور خدمات تخصصی در زمینه های فنی، مالی و حسابداری کمک می کند." آلتنبرگ و اشتامر<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) عقیده دارند که در مورد تعریف خوشه های صنعتی در میان صاحبان نظر اتفاق نظر وجود ندارد، اما می توان این گونه جمع بندی کرد که واژه خوشه در عامترین مفهوم، به تمرکز مکانی فعالیتهای اقتصادی در زمینه ای خاص اشاره می کند [۱۲].

آنچه سبب می شود که خوشه ها این چنین مورد توجه قرار گیرند، فرصت های مربوط به کارایی جمعی<sup>۳</sup> است که از صرفه های اقتصاد بیرونی<sup>۴</sup> و اقدامات جمعی<sup>۵</sup> سرچشمه می گیرد، به این ترتیب، صرفاً تجمع مکانی شرکت هایی که ارتباطی با یکدیگر ندارند، نمی توانند کارایی جمعی را افزایش دهد و این تعاملات و اثرات بیرونی است که مورد توجه است [۲۷]. در این میان آنچه به وضوح قابل تشخیص می باشد، این است که خوشه ها از لحاظ رشدیافتگی و میزان رسیدنشان به موفقیت و بالندگی بسیار متنوع هستند، در یک طرف طیف خوشه هایی وجود دارند که پویایی اندکی دارند و بنظر می رسد از توسعه یا نوآوری عاجز باشند و در سر دیگر طیف خوشه هایی توانسته اند توان رقابتیشان را افزایش دهند و به بازارهای بین المللی راه یابند.

شکل گیری خوشه یک پدیده خودانگیخته است که در هر دو گروه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مشاهده می شود. شرکت ها موجودیت های مرتبط با یکدیگرند و عوامل محلی، مهمترین فاکتورهای تعیین کننده برای رقابت در بازارهای جهانی هستند، ولی خوشه ها فقط در صورتی دستخوش رشد و بالندگی صنعتی می شوند که از طریق شبکه های تجاری کارآمد به بازار های به نسبت بزرگ و دور دست وصل شده باشند و بین شرکتهای اعتماد پایداری پدید آمده باشد [۲۶].

1- Humphrey, J. and Smiths, H.  
2- Altenburg, T and Stammer, M.  
3- Collective Efficiency  
4- External Economies  
5- Joint Actions

الگوی الماس<sup>۱</sup> پورتر (۱۹۹۰) بعنوان یک الگو پایه در تحلیل رقابت پذیری یک صنعت بومی، یکی از چند الگوی محدود در تحقیقات تجارت بین الملل است که نشان می دهد رقابت ملی در سطح صنعتی معین، شامل چه مواردی است. پورتر در این الگو، رقابت پذیری را حاصل تعامل و برهمکنش چهار عامل اصلی می داند:

عوامل درونی<sup>۲</sup>، شرایط تقاضای داخلی<sup>۳</sup>، صنایع مرتبط و حمایت کننده<sup>۴</sup>، راهبردی و ساختار و رقابت شرکت<sup>۵</sup>.

به اعتقاد پورتر (۱۹۹۰)، این عوامل چهارگانه به صورت متقابل بر یکدیگر تاثیر دارند و تغییرات در هر کدام از آنها می تواند بر شرایط بقیه فاکتورها مؤثر باشد. علاوه بر آن، دو عامل بیرونی دولت و اتفاقات پیش بینی نشده نیز بر عوامل چهارگانه تأثیر غیر مستقیم دارند و از طریق تاثیر بر آنها می توانند در رقابت پذیری نیز تاثیرگذار باشند.

مجموعه ای از عوامل مؤثر در تولید کالا یا خدمات، مانند مواد اولیه، کیفیت و میزان دسترسی به آن، نیروی انسانی بدون مهارت و یا ماهر و آموزش دیده، بهروری و خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی، زیرساخت ها، مسائل فناورانه، میزان سرمایه و دسترسی به آن، توان مندی ها و قابلیت های مدیریتی و ... که برای رقابت در عرصه بازارهای رقابتی ضروری است، عوامل درونی را تشکیل می دهند. اندازه و رشد تقاضا در رقابت پذیری صنایع تاثیر بسزایی دارد. پورتر (۱۹۹۰) معتقد است که وجود بازار داخلی بزرگ و در حال رشد موجب تشویق سرمایه گذاران برای توسعه فناوری و بهبود بهره وری گردیده است و این مسئله به عنوان مزیت رقابتی برای آن ملت محسوب می گردد. در مقابل، بازارهای داخلی کوچک که دارای رشد پایینی هستند، شرکت ها و صنایع را به دنبال فرصت های صادراتی می کشانند. صنایع مرتبط و حمایت کننده می تواند شامل تأمین کنندگان مواد اولیه یا تجهیزات و ابزارآلات، توزیع کنندگان و فروشندگان، سیستم های توزیع محصول، موسسات تحقیقاتی، سرویس های مالی مانند بانک ها و بورس اوراق بهادار، سیستم های حمل و نقل، دانشگاه ها، مراکز و مؤسسات تحقیقاتی و صناعی باشد که از یک نوع فناوری، مواد اولیه و امکانات آزمایشگاهی استفاده می کنند. ارتباط و همکاری با این صنایع و مراکز در توسعه سطح محصولات و خدمات و بهبود آنها و در نهایت ارتقای رقابت پذیری مؤثر است. شرایطی که طبیعت و جوهره رقابت را در سطح کلان اجتماع تحت کنترل دارد و همچنین راه و روشی که بنگاهها

1- Diamond Model.

2- Factor Conditions.

3- Demand Conditions.

4- Related & Supporting Industries.

5- Firm Structure ,Strategy & Rivalry.

و سازمانها تأسیس، سازماندهی و مدیریت می‌شوند بر رقابت پذیری تأثیر بسزایی دارد. بنابراین، ساختار و راهبردهایی که برای مدیریت و راهبری یک بنگاه یا صنعت تدوین و اجرا می‌گردد، تأثیری مستقیم بر عملکرد و رقابت‌پذیری آن دارد. علاوه بر این، پورتر (۱۹۹۰) معتقد است که با افزایش تعداد رقبا و شدت یافتن رقابت، رقابت‌پذیری کل صنعت و به تبع آن کل کشور افزایش خواهد یافت. دولت به عنوان یک نیروی عمده، همواره در رقابت‌پذیری مؤثر است و با مداخله خود در امور مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و اعمال قوانین و مقررات بر رقابت‌پذیری تأثیر مثبت و حتی منفی داشته است. سیاست‌های پولی، مالی و بازرگانی و قوانین مالیاتی، سیاست‌های حمایتی، سیاست‌های اداری و تشکیلاتی، قوانین مربوط به صادرات و واردات، نرخ ارز، حجم پول و نرخ بهره، تورم، هزینه‌های دولت و تصمیم‌گیری‌های دیگر در سطح اقتصاد خرد و کلان، توافق‌های رسمی و غیر رسمی مقامات سیاسی، برقراری یا توسعه روابط سیاسی تجاری و یا قطع روابط اقتصادی - تجاری با سایر کشورها، از جمله بارزترین عوامل تأثیر گذار بر رقابت‌پذیری بنگاه‌ها، صنایع و کشورها هستند که به طور مستقیم با دولت‌ها در ارتباطند. اتفاقات پیش‌بینی نشده حوادث و مسائلی هستند که بر رقابت‌پذیری تأثیر مثبت و یا منفی دارند ولی به صورت تصادفی و خارج از کنترل بنگاه‌ها، صنایع و حتی دولت‌ها رخ می‌دهند. حوادث غیر مترقبه، جنگ، تحریم‌های اقتصادی، شوک‌های نفتی، بحران‌های اقتصادی - سیاسی و یا نوآوری‌های عمیق فناورانه نمونه‌ای از اتفاقات پیش‌بینی نشده هستند [۲۴].

در مجموع عوامل موثر بر رشد و توسعه خوشه‌های صنعتی تاکنون از جنبه‌ها و به شکل‌های مختلف بررسی شده‌اند. برخی از پژوهش‌ها عوامل موثر بر موفقیت خوشه‌ها را در فائق آمدن بر موانع و چالش‌های خاص در مقطعی از زمان بررسی کرده‌اند. برخی دیگر از این پژوهش‌ها به این عوامل در قلمرو موضوعی یا محیطی خاص توجه داشته‌اند و بعضی این عوامل را با در نظر گرفتن عملکرد پروژه‌های توسعه خوشه‌ای دسته‌بندی نموده‌اند. رویکردهای بکار گرفته شده در این پژوهش‌ها نیز به فراخور موضوع و زمینه کاری، عموماً کیفی/موردپژوهی است و روش و ابزار کار بصورت نظری/فراتحلیل و مصاحبه بوده است. در کشور ما نیز با توجه به جدید بودن و گستردگی موضوع توسعه خوشه‌ای، تحقیقات اکادمیک چندانی در این زمینه انجام نشده است، مثلاً نصیری (۱۳۸۵) به بررسی نقش خوشه‌سازی در افزایش رقابت‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط با محوریت بازاریابی پرداخته و

عطاردیان (۱۳۸۹) عوامل موثر بر توسعه صادرات خوشه سرامیک لالچین را مورد پژوهش قرار داده است که البته هیچ کدام بطور مستقیم به مساله مورد نظر این تحقیق نپرداخته اند. با نگاهی به خلاصه مطالعات انجام شده می توان دریافت که عوامل یافت شده برای زمینه های گوناگون تقریبا مشابه هستند، عوامل پیشبرنده بیشتر از موانع مورد بحث و توجه بوده اند، تعداد عوامل پیشبرنده و بازدارنده یافت شده نسبتا زیاد هستند، رشد حجم پژوهشهای انجام شده از دهه ۹۰ میلادی آغاز شده است و تاکنون الگو واحد و فراگیری برای تحلیل عوامل ارائه نشده است. عوامل تسهیل کننده رشد و بلوغ خوشه ها که در پژوهشهای پیشین یافت شده اند در مجموع در ۳۱ عنوان خلاصه و در جدول ۱ آورده شده اند.

جدول شماره ۱- مهمترین عوامل پیشران در رشد و توسعه خوشه های صنعتی

ردیف	عوامل	منبع	پوپلز (۱۹۹۰)	هسولی و انسیستور (۱۹۹۵)	پاک (۱۹۹۸)	انسیستور و ندوی (۱۹۹۹)	رابلی (۱۹۹۹)	پوپلز (۲۰۰۳)	انسیستور و انسیستور (۱۹۹۹)	نسیوری (۱۹۹۵)
۱	وجود ذخیره ای از نیروی کار ماهر و متخصص	✓								
۲	حضور تولیدکنندگان کالاهای واسطه ای	✓								
۳	شکل گیری خدمات کسب و کاری مرتبط همچون خدمات اعتباری، بازاریابی، بیمه ای، حقوقی، آموزشی، مشاوره ای و توزیع	✓								
۴	هنگاری افقی و عمودی که یادگیری غیر رسمی را به همراه دارد	✓								
۵	رقابت بین شرکت ها در زمینه کیفیت و نوآوری	✓								
۶	شکل گیری هویت اجتماعی-فرهنگی که در بردارنده ارزشهای مشترک است	✓								
۷	سازمان های خودیار فعال و شهرداری ها و حکومت های منطقه ای پشتیبان	✓								
۸	توافق کلی و اصولی بر روی اهداف اصلی مانند بالا بردن کارایی، تولید، افزایش درآمد، ایجاد نوآوری و ورود به بازارهای بزرگ	✓								
۹	تخصصی شدن بخشها و وجود شبکه ای قوی از شرکتهای کوچک که در یک زمینه خاص و مستقل تخصص دارند	✓								
۱۰	شناخت قوی از ویژگیهای صنعت مورد نظر و تمایل به بحث و تبادل نظر در جهت ارتقا آن در میان گروههای ذینفع	✓								
۱۱	وجود روحیه تجاری و کارآفرینی در منطقه	✓								
۱۲	وجود تقاضای بالا برای محصول	✓								
۱۳	رهبری سیاسی غیر متمرکز قوی و عدم تمرکز در قوانین و فضای قانونگذاری مناسب	✓								
۱۴	تبادل قوی اطلاعات بین شرکتهای، نهادها و افراد درون - خوشه ها که محیطی خلاق پدید آورد	✓								
۱۵	وجود شبکه های تجاری و بیندوهای تجاری کارآمد با بازارهای بزرگ و دور دست	✓								
۱۶	وجود زیرساختهای متنوع نهادی که پشتیبان فعالیتهای خاص در خوشه ها هستند	✓								
۱۷	وجود تحریمهای مؤثر علیه واحدهایی که به توافقات جمعی وقعی نمی نهند	✓								
۱۸	همجواری جغرافیایی و نزدیکی به منابع و مواد اولیه	✓								
۱۹	رشد متناسب زیرساختهای فیزیکی	✓								
۲۰	شرایط مناسب اقتصاد محلی، ملی و بین المللی و محیط ملی نوآور و تقویت دهنده مناسب	✓								
۲۱	اعتمادسازی و شناسایی منافع مشترک در برنامه های ترویج خوشه	✓								
۲۲	مشوق های مالی و بخشودگیهای مالیاتی	✓								
۲۳	تقاضای محوری و مشتری تکرر بودن نگاهها	✓								
۲۴	اهمیت دادن به دانش سازمانی و پیاده کردن ساز و کارهایی برای تضمین روند مستمر توسعه سازمانی	✓								
۲۵	مؤسسات آموزشی قوی که تجزیه و تحلیل های کاربردی، مهارتهای فنی و طراحی را عرضه می دارند	✓								
۲۶	وجود فرصتهای فنی برای تقسیم مراحل تولید و نبود موانع فنی برای ایجاد تغییرات در تولید	✓								
۲۷	مشارکت دولت و بخش خصوصی در تأمین اعتبار برنامه های توسعه	✓								
۲۸	وجود سرمایه گذاران مستقیم خارجی	✓								
۲۹	باز بودن خوشه از نظر ارتباطات بیرونی، ساختار و توانایی تطبیق آن با تغییرات	✓								
۳۰	آموزش مداوم و اشاعه اطلاعات مربوط به بهترین کارها در سطح خوشه	✓								
۳۱	حضور واحدهای بزرگ در منطقه	✓								

لوین<sup>۱</sup> (۱۹۴۳) نیروهای پیشبرنده را نیروهایی می داند که به اجرا و پیشرفت برنامه کمک می کنند و نیروهای بازدارنده را نیروهایی می داند که تمایل به حفظ وضعیت موجود دارند و در جهت مقابل نیروهای پیشبرنده برای تقلیل یا مهار آنها کار می کنند.

آنطور که از شواهد امر پیدا است، عدم وجود یا ضعف و کم رنگی هر کدام از عوامل پیشران، می تواند مانعی برای موفقیت در توسعه خوشه ای باشد.

1- Lewin, K.



### ۳. روش تحقیق

#### ۱.۳. روش شناسی پژوهش

با توجه به اهمیت اساسی قلمرو یا زمینه فعالیت در موفقیت یا شکست توسعه خوشه های صنعتی، رویکرد کمی به این پژوهش ممکن است باعث نادیده انگاشتن برخی عوامل شود، چرا که ساخت چهارچوبهای نظری که مقدمه طرح فرضیه ها می باشد، پژوهش را در قالبهایی قرار می دهد که انعطاف لازم را برای برخورد با وضعیتهای جدید ندارند. در مقابل رویکرد کیفی موقعی به کار گرفته می شود که پژوهش در پی ساخت باشد و نه آزمون [۱۶]. در این پژوهش از روش "مطالعه موردی" برای تحقیق استفاده میشود که یکی از راهبردهای پژوهش کیفی در علوم اجتماعی و مدیریت است. با توجه به ماهیت این تحقیق و روش مورد استفاده، فرضیه های مشخصی در ابتدای کار مطرح نمی گردد و پژوهشگر بدنبال پیدا کردن جوابی برای این سوالات است:

- عوامل بازدارنده و پیشران در رشد و توسعه خوشه های صنعتی کدامند؟
  - با توجه به شرایط زمینه ای خاص ایران و نیز استان یزد، این عوامل کدامند و چه ویژگیهایی دارند؟
- هدف کلی در هر مطالعه موردی مشاهده تفصیلی ابعاد "مورد" تحت مطالعه و تفسیر مشاهده ها از دیدگاه کل گراست و نقطه قوت این روش بررسی فرایندهای اجتماعی در بستر جامعه می باشد. برای بالا بردن قابلیت اعتماد طرح از نظر ساختاری نیز از سه شیوه یا تدبیر استفاده می شود: نخست این که باید از چندین نوع مدرک استفاده کرد به گونه ای که بتوان به انواع پرسشها پاسخ داد، همچنین طرح مزبور باید دامنه وسیعی از بررسیهای همسو را در برگیرد. روش دوم، تعیین زنجیره ای از اسناد است که باید برای جمع آوری داده ها از آن استفاده کرد. سومین تدبیر این است که باید گزارشی از تحقیق نوشت و در آن اطلاعات اصلی و اساسی را ارائه کرد. در نهایت درستی پژوهش موردی با مراجعه به ادبیات تحقیق و تایید خبرگان به اثبات می رسد [۱۱]. نکته مهم در انتخاب یک "مورد" اینست که برای پژوهشگر باید امکان حضور و دسترسی کامل به موضوع تحت بررسی وجود داشته باشد که در این تحقیق سکونت یکی از نویسندگان مقاله حاضر در یزد و آشنایی با شبکه ارتباطی و افراد تاثیرگذار در خوشه نساجی بخوبی امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی و افراد خبره را فراهم نمود.

### ۲.۳. جامعه، نمونه و روشهای گردآوری اطلاعات

دسته بندی اولیه بازدارنده ها و پیشبرنده های رشد خوشه صنعتی (جدول ۱) به پژوهشگر می گوید کار را از کجا باید شروع کند و او را از غرق شدن در سیلی از اطلاعات نجات می دهد. در این بررسی چهارچوب پایه، همان ۳۱ عاملی هستند که از مطالعات پیشین استخراج شده اند و بعنوان راهنما در مطالعات و طراحی مصاحبه های کیفی مورد استفاده قرار می گیرند.

جامعه آماری را کلیه مدیران و افراد مسئول، مطلع و فعال در بحث خوشه ها و صنعت نساجی تشکیل میدهند و روش نمونه گیری غیراحتمالی (گلوله برفی) و قضاوتی با معرفی خبرگان صنعت می باشد. روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق ترکیبی است از جمع آوری داده ها از طریق مطالعات کتابخانه ای و نیز انجام مطالعات میدانی. این کار با مطالعه منابع مستند در دسترس مانند گزارش مطالعات شناختی خوشه نساجی یزد، گزارشات عملکرد پروژه توسعه خوشه و مجلات معتبر نساجی آغاز گردید. همچنین بازدید از چندین مرکز تولیدی محصولات مختلف نساجی یزد برای آشنایی با فرایندها و مسائل موجود این صنعت و شرکت در نمایشگاهها، تورها و همایشهای متعددی که با موضوعات مختلف در طول این دوره توسط کارگزاران پروژه توسعه خوشه<sup>۱</sup> برگزار می شد از راههای دیگر جمع آوری داده ها بودند. برگزاری جلسات مصاحبه به روش "گروه کانونی"<sup>۲</sup> یکی از اصلی ترین روشهای بدست آوردن اطلاعات مورد نیاز این تحقیق بود. در این جلسات تعدادی از صاحب نظران فعال در بخشهای مختلف خوشه نساجی یزد مانند دانشگاه، صنعت، مراکز خدمات طراحی، استانداری، شرکت شهرکها و پروژه توسعه خوشه نساجی حضور داشتند. لازم به توضیح است که "این شیوه روشی است برای بدست آوردن ذهنیت مشترک افراد، به عبارتی موقعی استفاده می شود که می خواهیم ببینیم یک جامعه در مجموع چگونه می اندیشد" [۱۸]. در این تحقیق همچنین لازم بود که برای روشن شدن برخی عوامل خاص رشد و توسعه خوشه نساجی یزد، مصاحبه های انفرادی و گفتگوهای رو در رو با برخی افراد حاضر در صنعت و نهادهای حمایتی که در زمینه مشخصی صاحب نظرات تخصصی بودند، صورت پذیرد.

### ۳.۳. روش تجزیه و تحلیل داده ها

در پژوهش موردی تحلیل داده ها و جمع آوری داده ها در یک فرآیند چرخه ای با یکدیگر ایجاد

1- Cluster Development Agents: CDAs.

2- Focus Group

می شوند. این امر می تواند اگر به ایجاد نظریه ای کمک کند که ریشه در شواهد تجربی دارد، نقطه قوت محسوب شود. در عین حال خطری که وجود دارد این است که پژوهشگر زود نتیجه گیری کند و بی جهت تحت تأثیر داده های نامعمول، جالب و روشن قرار گیرد. تجزیه و تحلیل مدارک تحقیق موردی کار بسیار مشکلی است، زیرا در گذشته نتوانسته اند راهبرد ها و روشهای لازم را بصورت کامل ارائه دهند. با این وجود هر پژوهشی باید با یک راهبرد تحلیلی کلی شروع شود و با توجه به آنچه مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد، علت انجام این کار و اولویت ها تعیین شود [۱۱].

در تحقیق موردی باید با بررسی، تلخیص، طبقه بندی یا ترکیب دیگری از مدارک بتوان به موضوع نخستین که مورد تحقیق است پرداخت. در این تحقیق با توجه به سوالات مصاحبه و میزان ساختار یافتگی مصاحبه، از رویکردهای زیر برای تحلیل داده ها، به موازات جمع آوری داده ها، استفاده می شود:

- کدنامه ای<sup>۱</sup>: در این رویکرد، متن از طریق استفاده از یک رهنمود کلی که مرکب از تعدادی از طبقه ها یا موضوعات مرتبط با سوالات پژوهش است تحلیل می شود.

- ویرایش کردن<sup>۲</sup>: این سبک ویرایش کردن نامیده می شود، زیرا مفسر مانند ویرایشگری که در پی بخشهای معنی دار، کم و زیاد کردن کلمات یا جملات، حذف کلمات غیرضروری در متن است وارد متن می شود [۱۴].

مطالعات موردی ممکن است در برخی موارد با یک نظریه مقدماتی یا نوعی چهارچوب اولیه آغاز شوند، ولی در انتهای پژوهش که داده ها غنی می شوند به تدوین چهارچوبهای نظری می انجامد که نه تنها حس منحصر به فرد بودن به مطالعه موردی می دهد بلکه آنچه را در پی آنیم نیز فراهم می کند [۶].

## ۴. هنر و صنعت نساجی در شهر یزد

### ۱.۴. نساجی یزد در گذر زمان

هنر نساجی یزد در ابتدا با وسایل بسیار ابتدایی در خانه شکل گرفت و زنان از این طریق بخشی از بار اقتصادی خانواده را به دوش گرفتند، ولی به تدریج، شعر بافی شغل اصلی مردان شد و زنان در کنار چرخ های نخریسی و مردان در کارگاههای سنتی، منسوجات متنوع و زیبایی را تولید میکردند و از پارچه های معمولی مانند کرباس و جیم گرفته تا پارچه های فاخری چون زری و ترمه را برای درباریان

1- Template Approach.  
2- Editing Approach

و امراء می یافتند. علاوه بر این انواع فرش و زیلو جهت مساجد و منازل، گونه های مختلف تولیدات این مردم زحمت کش را تشکیل می دادند که علاوه بر رفع نیازهای محلی، بخش عمده ای از آنها به اطراف و اکناف صادر میگردد. به مرور بافندگان یزدی نه تنها در بافته های هنری بلکه در طراحی و ساخت دستگاه ها، ابزار و طراحی پارچه، مهارت خاصی یافتند و با گذشت زمان بر زیبایی و کیفیت منسوجات یزد افزوده گشت [۷].

بررسی های تاریخی نشان می دهد یکی از عمده ترین مناطق تأثیرگذار در ایران در زمینه تولید منسوجات شهر یزد میباشد و دو عامل عمده در گرایش مردم به این صنعت نقش داشته اند. کمبود نزولات جوی عدم رونق کشاورزی را در منطقه در پی داشته است و تولیدات صنعتی نظیر تولیدات منسوجات و سفال برای مردم در جهت امرار معاش از اهمیت فوق العاده ای برخوردار بوده اند. همچنین راه یکی از عمده ترین عوامل زیربنایی اقتصادی و تجارت یزد بشمار می رفته است و واقع شدن در مسیر جاده ابریشم، که یکی از شاهراههای اقتصادی دنیا محسوب می شده، سهم عمده ای در ترقی و پیشرفت شهر یزد داشته است.

کمیت و کیفیت منسوجات سنتی یزد از سال ۱۳۱۲ با ورود اولین ماشینهای بافندگی به یزد به تدریج رو به افول نهاد. در فاصله ۲۰ سال، کارخانجات ریسندگی و بافندگی بزرگ جایگزین کارگاههای خانگی شد و استفاده از الیاف مصنوعی بجای الیاف طبیعی افزایش یافت. در سه دهه اخیر واحدهای کوچک نساجی بدلائل متعددی از جمله صدور مجوزهای دولتی، تغییر فرهنگ مصرف و افزایش جمعیت رشد جهشی داشته اند. طی دو دهه پس از انقلاب که کشور ایران در دوران جنگ و بازسازیهای پس از آن بسر می برد، فناوری نساجی یزد هم عمدتاً دچار تغییر نشد ولی از اوایل دهه گذشته تکاپوی تازه ای در نساجی منطقه، با تعویض و روی آوردن به ماشین آلات مدرن و گسترش تولیدات جدیدی چون پارچه پرده ای و رومبلی، قابل مشاهده است [۵].

#### ۲.۴. نمای از وضعیت فعلی صنعت نساجی در یزد

نه تنها در گذشته صنعت نساجی هسته اصلی صنعتی و اقتصادی یزد به شمار می رفته است، بلکه در حال حاضر نیز مهمترین بخش صنعتی و اقتصادی استان یزد محسوب می شود. دومین حجم سرمایه

گذاری صنعتی در استان یزد با اشتغال ۲۵۰۰۰ نفر، مربوط به نساجی می باشد. در مجموع بالغ بر ۷۰۰ واحد صنعتی هسته اصلی خوشه را تشکیل می دهند. صنعت نساجی یزد در حدود ۵/۲۰ درصد از کل تعداد واحدها، ۳۲ درصد از کل اشتغال و ۸/۱۴ درصد از کل سرمایه گذاری صنعتی استان را در بر دارد [۲].

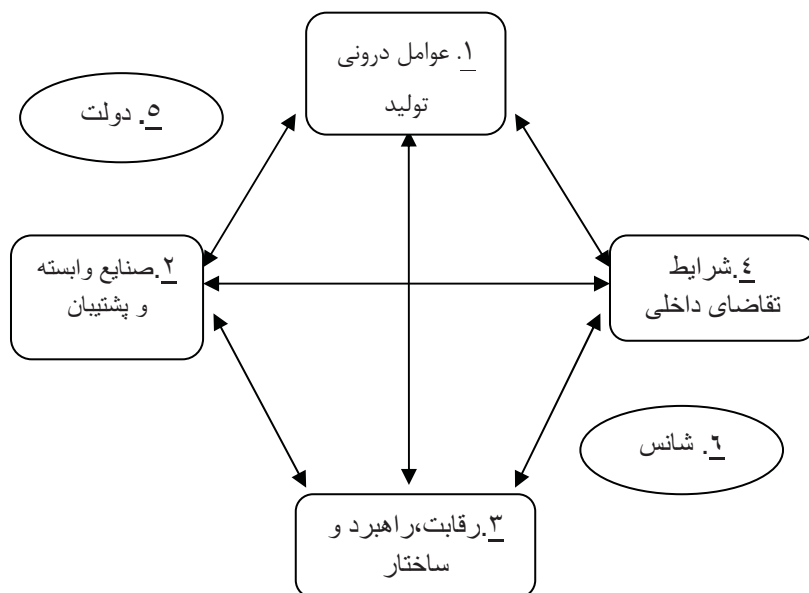
در حال حاضر یزد کاملترین تنوع در انواع رشته‌های نساجی را در کل ایران دارد و یکی از قطب‌های نساجی ایران به شمار می رود. یزد دارای رتبه دوم در تولید پارچه‌های پنبه‌ای و الیاف مصنوعی، دومین مقام از نظر تولید فرش ماشینی، مقام دوم در تولید پارچه فاستونی و رتبه اول در تولید پارچه رومبلی است. قدرت صنعت نساجی یزد در شاخه بافندگی تاری و پودی آن نهفته است و از شاخه‌های دیگر صنعت نساجی مانند تولید الیاف مصنوعی، بافندگی حلقوی و مهمتر از همه تولید پوشاک بهره بسیار کمی برده است. یزد دارای اولین رتبه در شاخه بافندگی و دومین جایگاه در شاخه ریسندگی در کل کشور است و در مجموع صنعت نساجی یزد را می‌توان متمرکزترین و قویترین بخش صنعت نساجی کشور محسوب نمود [۵].

## ۵. یافته‌های پژوهش

### ۵.۱. تشریح خلاصه دستاوردهای تحقیق

در این پژوهش به سبب حجم اطلاعات دریافتی و شناسایی عوامل در سطوح و زمینه‌های مختلف، برای اینکه در ارائه نتایج تحقیق دچار سردرگمی نشویم، باید به دنبال یک ساختار یا الگوی ذهنی برای دسته بندی و تشریح عوامل یافت شده می بودیم. طبق بررسیهای انجام شده، الگو الماس پورتر که شرح آن در پیشینه تحقیق آمد، بعنوان یک الگو پایه در تحلیل رقابت پذیری یک صنعت بومی، می تواند در این پژوهش به کمک ما بیاید.

بنابر این عوامل استخراج شده با تایید نظر خبرگان تحقیق تحت مولفه های زیر مورد توجه قرار گرفتند:



شکل شماره ۱- الگوی الماس (پورتر، ۱۹۹۸)

• **عوامل درونی تولید:** با توجه به اینکه صنعت نساجی یزد از قدمت و گستردگی زیادی برخوردار است و ذخیره ای از نیروی کاری محلی در این رشته وجود دارد، ولی این ذخیره از لحاظ مهارت و تخصص در سطح پایینی قرار دارند و به غیر از بافندگی در بخش های دیگر (عمدتا شامل مدیریت، فنی، ریسندگی، تکمیل، بازار و کیفیت) نسبتا ضعیف هستند. در یزد مزیت خاصی از نظر دسترسی به انرژی و نیروی کار ارزان تولید وجود ندارد و مواد اولیه ریسندگی را هم باید از خارج استان تهیه کرد، هرچند مواد اولیه بافندگی به وفور در دسترس هستند. در منطقه از نظر زیرساخت های فیزیکی لازم برای توسعه مشکل خاصی وجود ندارد. خوشه از نظر فناوری در سطح خوبی قرار دارد ولی سرمایه های فکری این رشته در حد قابل قبول نیستند. مدیریت بنگاه های کوچک بصورت سنتی انجام میشود و عموما با دانش توسعه سازمان بیگانه اند. عوامل اجتماعی-فرهنگی زیادی وجود دارند که دربردارنده ارزش های مشترک مردم منطقه اند و هویت آنها را می سازند، مانند روحیه سخت کوشی و کارآفرینی مردم یزد که بعنوان عوامل مثبت در رشد خوشه ای صنعت نساجی استان عمل می کنند، از طرف دیگر این مردم با هم

کمتر در تعاملند و در فعالیتهای گروهی ضعیف عمل می کنند. روحیه تجاری و بازرگانی کمتری دارند، نوعی نگرش منفی نسبت به سرمایه و کارخانه دار در بین مردم وجود دارد و بهره وری نیروی کار خیلی بالا نیست، از نظر مصرف کنندگان هم جنس خارجی نسبت به تولید داخلی از اولویت برخوردار است.

• **تقاضای داخلی:** تقاضای داخلی دارای دو جنبه کمی و کیفی بازار است. اندازه تقاضای داخلی حداقل مقیاس اقتصادی فعالیتهای بنگاههای داخلی را تعیین می کند و آنها را قادر می سازد تا از یک تقاضای پایدار برخوردار گردند. اما باید توجه داشت که منافع اصلی تقاضای داخلی در رقابت پذیری از دیدگاه کیفی است. در مورد دسته های اصلی محصولات خوشه نساجی یزد (یعنی پارچه رومبلی و پرده ای، روفرشی، پارچه های سنتی، شال و روسری) بدلیل افزایش جمعیت و تغییر سلیقه مشتریان، هم اندازه و هم کیفیت تقاضای داخلی رو به رشد است و همین امر رقابت و پویایی را تا حدی در منطقه بوجود آورده است. محصولات نساجی یزد بیشتر مصرف داخلی دارند و کمتر صادر می شوند و همین بازار داخلی در حال رشد، موجب تشویق سرمایه گذاران برای توسعه فناوری و بهبود کیفیت و بهره وری تولیداتشان در سالهای اخیر بوده است.

• **صنایع مرتبط و پشتیبان:** استان یزد از نظر وجود مواد اولیه ریسندگی مزیت خاصی ندارد، بنابراین تولیدکنندگان این مواد در منطقه حضور ندارند و مواد مورد نیاز از خارج استان تهیه می شوند. اما تولیدکنندگان مواد اولیه بافندگی یا عبارتی واحدهای ریسندگی در سطح استان فراوانند. از طرفی واحدهای بخش رنگریزی و تکمیل بدلیل تخصصی بودن و نیاز به دانش فنی همچنین سرمایه بر بودنشان کمتر رشد یافته اند. تولید کنندگان پوشاک در سطح منطقه انگشت شمارند و از این حیث زنجیره ارزش محصولات نساجی یزد با وجود قدرت بافندگی در ابتدا و انتهای زنجیره تولید با مشکل مواجه است. سازندگان ماشین آلات نساجی در کشور اندک هستند و در کار خود موفق نبوده اند و دستگاههای مورد نیاز نساجی عموماً از خارج کشور تامین می شوند، اما تولیدکنندگان برخی قطعات یدکی نساجی در کشور و منطقه وجود دارند که از کیفیت نسبتاً خوبی هم برخوردارند.

از نظر زیرساختهای نهادی و خدمات کسب و کار برای پشتیبانی از فعالیتهای خاص در خوشه وضعیت خوبی وجود ندارد. عدم توسعه یافتگی و حرفه ای عمل نکردن نهادهای مرتبط با صنعت، همچنین عدم وجود مراکز تحقیقاتی نساجی و ارتباط ضعیف دانشگاهها و مراکز آموزشی از کاستیهای بزرگ خوشه نساجی یزد به شمار می رود. خدمات تخصصی توسعه کسب و کار مانند خدمات اعتباری، بیمه ای،

حقوقی، آموزشی و مشاوره ای در سطح پایینی قرار دارند و در زمینه بازاریابی و توزیع ضعف بسیار وجود دارد. از طرفی تعاملات کاری در سطح منطقه محدود است و تمایل به همکاری، تبادل اطلاعات و استفاده از مزایای همجواری جغرافیایی به ندرت به چشم می خورد.

• **راهبرد، ساختار و رقابت:** آنچه که در صنعت نساجی کشور ما مشهود است، نداشتن برنامه بلند مدت و راهبرد در سطح خرد و کلان و البته ضعف در مرحله اجرای برخی سیاست های تدوین شده است. نساجی ریشه در خاک و فرهنگ یزد دارد و این صنعت بیشتر ساختار موروثی دارد و بصورت سنتی اداره می شود. واحدهای کوچک نساجی عموماً تقاضامحور نیستند و اول تولید می کنند و بعد دنبال مشتری می گردند. کمتر سازمانی به سمت استفاده از تجارت الکترونیک رفته است و از نظر ارتباطات بیرونی و حضور در نمایشگاهها و انجمنهای مربوطه، رفت و آمدهایی بصورت محدود در سطح خوشه انجام می شود، ولی هنوز این برنامه ها نهادینه نشده اند. برای تخصصی شدن برخی بخش ها امکان و تمایلی برای برون سپاری وجود ندارد و حتی واحدهای کوچک هم به دلایل مختلف سعی می کنند تمامی مراحل تولید را خود داشته باشند. رقابت بین بنگاههای کوچک تا به حال بیشتر بر سر قیمت بوده تا کیفیت محصولات و البته در سطح خوشه واحدهای کوچک و بزرگ خوبی هم وجود دارند که در کیفیت های بالا می توانند با محصولات وارداتی رقابت کنند. همکاری افقی به دلیل رقابت به ندرت دیده می شود و همکاری عمودی مگر در مورد بعضی واحدهای بزرگتر وجود ندارد، چراکه اعتماد بین ذینفعان و شناسایی منافع مشترک هنوز شکل نگرفته است. با این وجود اجرای پروژه یا برنامه های ترویج خوشه در سالهای اخیر در برخی زمینه ها توانسته است تحول خوبی ایجاد کند و در جهت اعتمادسازی به نسبت موفق بوده است.

• **دولت:** در کشور ما از یک طرف سیاستگذاریها بصورت متمرکز انجام می شوند و اختیارات منطقه ای محدودند، از طرف دیگر اینگونه استنباط می شود که قوانین و مقررات دولتی کشور از ثبات لازم برخوردار نیست و همراستا با تولید و صنعت کشور تدوین یا اجرا نمی شوند و همین امر خطرپذیری تولید را در کشور بالا برده و رغبت سرمایه گذاری را پایین آورده است. امروزه دنیا به سمت تجارت جهانی در حرکت است و ایران هم باید لاجرم به این سمت حرکت کند ولی اکنون در بسترسازی برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی ضعفهای اساسی وجود دارد و در سیاست گذاری ها همسویی با جامعه جهانی



وجود ندارد. به سیستم های مالی و بانکی اشکالات زیادی وارد است که در راستای حمایت از صنایع کشور باید اصلاح شوند، طرح هدفمند سازی یارانه ها باید به دقت پیاده شود تا موجب ضعیف شدن بیشتر صنعت نگردد، مساله خصوصی سازی و قانون مالیات بر ارزش افزوده در راستای هدف درستی تعریف شده اند، ولی در اجرا با مشکل مواجه هستند. تثبیت نرخ ارز و پایین آوردن تعرفه ها در صنعت نساجی در دراز مدت می تواند تاثیرات مثبتی به همراه داشته باشد. هرچند باعث از بین رفتن برخی واحدهای غیر رقابتی است، ولی در مجموع محصولات خوشه نساجی یزد اگر بخواهند توان رقابت کیفی با رقبای خارجی را دارند. در مجموع انتظار می رود که دولت با حمایت و مداخله صحیح و کارشناسانه خود در رقابت پذیری بنگاهها و صنعت کشور بیشتر تاثیرگذار باشد.

• **اتفاقات پیش بینی نشده:** تحریمهای اقتصادی جهانی که در این سالها علیه کشور ما اعمال شده اند، مسلماً در جهت منفی رقابت پذیری تاثیر گذار بوده اند و موانع مسلمی را در رشد کسب و کار بوجود آورده اند. همچنین جنگ هشت ساله ایران و عراق بحران هایی در توسعه اقتصادی کشور بوجود آورد که یکی از آنها عقب افتادگی دانش و فناوری صنعت بود و این عامل در خوشه نساجی یزد نیز بعنوان یک عامل باز دارنده و بوجود آوردن وقفه در مسیر توسعه نقش داشته است.

همچنین یکی از عوامل تسهیل کننده توسعه خوشه که از مطالعات پیشینه تحقیق استخراج شده بود، حضور و مشارکت سرمایه گذار خارجی است. لازم به ذکر است که خوشه نساجی یزد با وجود قدمت و شهرتی که دارد، بنا به دلایل مختلف از این مهم بهره ای نبرده است. در حالیکه با توجه به اهمیت موضوع باید بطور جد به آن پرداخته شود.

## ۵.۲. تدوین عوامل بازدارنده / پیش برنده توسعه خوشه نساجی یزد

نتایج تجربی بدست آمده از این پژوهش، با توجه به مولفه های شش گانه الماس پورتر در شکل ۱ (۱). عوامل درونی تولید ، ۲. صنایع وابسته و پشتیبان ۳. راهبرد و رقابت و ساختار، ۴. شرایط تقاضای داخلی، ۵. دولت، ۶. شانس یا اتفاقات پیش بینی نشده)، در دو دسته ذیل لیست می شوند که تسهیل کننده بودن یا مانع بودن این عوامل به مثبت یا منفی بودن این مولفه در جهت رشد خوشه بر می گردد :

● اهم عوامل پیش برنده در رشد و توسعه خوشه نساجی یزد، که به مولفه های الگوی الماس اشاره دارند، عبارتند از :

۱. در دسترس بودن ذخیره ای از نیروی کار محلی با توجه به قدمت و گستردگی این صنعت در منطقه (۱).
۲. حضور بافندگان ماهر و متبحر در خوشه با توجه به قدرت بخش بافندگی (۱).
۳. دسترسی آسان به مواد اولیه بافندگی در منطقه (۲).
۴. رشد متناسب زیرساختهای فیزیکی لازم برای توسعه (۲ و ۱).
۵. وضعیت مناسب رشد از نظر سطح فناوری ماشین آلات در دسترس (۱).
۶. عوامل اجتماعی-فرهنگی مانند سختکوشی مردم یزد و کارآفرین بودنشان (۱).
۷. اندازه و کیفیت رو به رشد تقاضای داخلی در مورد محصولات اصلی خوشه (۴).
۸. وجود مراکز آموزشی مرتبط برای تامین نیروی مورد نیاز صنعت (۲).
۹. حضور گسترده واحدهای ریسندگی کوچک و بزرگ در منطقه (۲ و ۱).
۱۰. وجود تولیدکنندگان برخی قطعات یدکی نساجی در کشور و استان (۲ و ۱).
۱۱. اجرای پروژه توسعه یا برنامه های ترویج خوشه با حمایت مالی دولت (۳ و ۵).
۱۲. ساختار موروثی صنعت و ریشه داشتن نساجی در بافت و فرهنگ یزد (۳ و ۱).
۱۳. خصوصی سازی، بالارفتن نرخ ارز و پایین آوردن برخی تعرفه ها که در دراز مدت می توانند تاثیرات مثبتی به همراه داشته باشند (۳ و ۵ و ۶).
۱۴. حضور واحدهای بزرگ نساجی در منطقه (۲ و ۱).

● همچنین مهمترین عوامل باز دارنده در توسعه خوشه نساجی یزد که دست کم به یکی از مولفه های الماس پورتر اشاره دارند عبارتند از :

۱. سطح پایین نیروی انسانی موجود از نظر مهارت و تخصصهای مورد نیاز، عمدتاً در بخشهای مدیریت، فنی، طراحی، ریسندگی، تکمیل و فروش (۱).
۲. عدم دسترسی به انرژی و نیروی کار ارزان تولید و مواد اولیه ریسندگی در منطقه (۱).

۳. کیفیت و قیمت بسیار متغیر بسیاری از مواد اولیه و کمکی صنعت بدلیل نیاز به تامین این مواد از خارج استان یا کشور (۲).
۴. مدیریتهای دولتی و سنتی بنگاه ها و بیگانگی آنها با دانش توسعه سازمان (۳و۵).
۵. عوامل اجتماعی-فرهنگی مانند تعامل محدود، تکروپها و ضعف در کارگروهی، نداشتن روحیه تجاری و بازرگانی، نگرش منفی نسبت به سرمایه و کارخانه دار، بهره وری پایین نیروی کار و ترجیح جنس خارجی از نظر مصرف کنندگان ایرانی (۱و۳و۴).
۶. توسعه نیافتگی واحدهای بخش رنگ ریزی و تکمیل بدلیل تخصصی بودن و نیاز به دانش فنی همچنین سرمایه بر بودنشان (۱و۲).
۷. عدم حضور تولیدکنندگان الیاف و تعداد محدود تولید کنندگان پوشاک در سطح منطقه و ضعف در ابتدا و انتهای زنجیره ارزش نساجی یزد (۲).
۸. عدم دسترسی به سازندگان ماشین آلات مدرن نساجی در کشور و نیاز به تامین دستگاههای مورد نیاز نساجی از خارج کشور (۲).
۹. عدم توسعه یافتگی و حرفه ای عمل نکردن انجمن ها و نهادهای پشتیبان و حمایتی مرتبط با صنعت (۱و۲).
۱۰. ارتباط ضعیف دانشگاه ها و مراکز آموزشی با صنعت و عدم وجود مراکز توسعه و تحقیقات نساجی در سطح استان و کشور (۲).
۱۱. سطح پایین خدمات تخصصی توسعه کسب و کار مانند خدمات اعتباری، بیمه ای، حقوقی، مشاوره ای، بازاریابی و توزیع (۲).
۱۲. ضعف در تدوین و اجرای راهبردهای بلند مدت در سطح خرد و کلان صنعت (۳).
۱۳. کم توجهی واحدهای کوچک به مشتری محوری در بازار (۴).
۱۴. عدم استفاده اکثر واحدها از مزایای تجارت الکترونیک در جهت رقابت پذیری (۳).
۱۵. باز نبودن خوسه از نظر ارتباطات بیرونی و حضور محدود و موردی در نمایشگاه ها و انجمنهای تخصصی (۳).
۱۶. عدم تمایل به برون سپاری قسمت هایی از فرایند تولید و تخصصی نبودن بخش ها (۳).

۱۷. قیمت شکنی بجای کیفیت و نوآوری در بین واحدهای کوچک منطقه (۳).
۱۸. نبود اعتماد بین ذینفعان و عدم شناخت منافع مشترک و همکاری های بسیار محدود افقی و عمودی (۳ و ۲).
۱۹. عدم ثبات قوانین و مقررات دولتی و همراستا نبودن با تولید و صنعت کشور (۵).
۲۰. سیاستگذاران متمرکز و اختیارات منطقه ای محدود و دخالت ندادن بخش خصوصی در تصمیم گیریها (۵ و ۶).
۲۱. ضعفهای اجرایی در برخی سیاستهای اقتصادی دولت مانند سیاستهای مالی و بانکی، هدفمند سازی یارانه ها، خصوصی سازی و مالیات بر ارزش افزوده و ... (۵).
۲۲. ضعف در بستر سازی برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی (۳ و ۵).
۲۳. تحریمهای اقتصادی علیه کشور و موانع بوجودآورده در رشد کسب و کار (۵ و ۶).
۲۴. جنگ هشت ساله ایران و عراق و عقب ماندگی فناوری صنعت نساجی (۵ و ۶).
۲۵. عدم حضور و مشارکت سرمایه گذار خارجی در منطقه (۳ و ۶).

## ۶. بحث ، نتیجه گیری و پیشنهادات

نقطه قوت هر مطالعه موردی بررسی فرایندهای اجتماعی در بستر جامعه می باشد و این تحقیق به دلیل ماهیت کیفی و اکتشافی آن روایی درونی بالا و روایی بیرونی پایینی دارد [۱۱]. در این بررسی برای بالا بردن قابلیت اعتماد طرح از نظر ساختاری و بهبود روایی درونی تدابیر لازم بکارگرفته شده است و اقدامات زیر را انجام داده ایم :

مطالعه منابع و مستندات، گردآوری داده ها از دیدگاههای مختلف و مکمل، تشکیل گروههای کانونی برای مباحثه و مصاحبه، مصاحبه های تکمیلی، بازدید از مراکز مختلف تولیدی و خدماتی خوشه و سفر به هندوستان به همراه عاملین توسعه خوشه نساجی یزد برای آشنایی بیشتر با خوشه های نساجی بالغ تر.

همانطور که قبلا گفته شد، عوامل موثر بر رشد و توسعه خوشه های صنعتی تاکنون از جنبه ها و به شکلهای مختلف بررسی شده اند. چهارچوب نهایی این تحقیق در اکثر عوامل یافت شده خود با چهارچوب پایه برابری میکند و البته موارد خاصی چون تحریمهای اقتصادی و جنگ هشت ساله ایران

هم، در نتایج این بررسی موردی یافت میشوند که به قلمرو محیطی تحقیق باز می گردند. همانطور که برخی عوامل مانند عدم حضور تامین کنندگان الیاف در منطقه و یا سطح پایین مهارتها در بخش ریسندگی و تکمیل مصادیقی هستند که مربوط به قلمرو موضوعی این تحقیق میشوند. همچنین خبرگان این پژوهش با مطالعه نتایج، بر درستی یافته های تحقیق صحه گذاشتند.

بعنوان یک نتیجه کلی شواهد حاصل از این خوشه صنعتی نشان می دهد که حمایت و برانگیختن گروهی از صنایع کوچک مستقر در یک منطقه جغرافیایی با کاستن یا از میان برداشتن موانع رایج آنها و تسهیل و تامین عوامل رشدشان، باعث خلق سرمایه اجتماعی می شود و سیاستهای یکپارچه اهرمهای دستیابی به نتایج اثربخش به سمت توسعه پایدار در یک محدوده جغرافیایی می باشند.

تکمیل و ادامه این پژوهش به عنوان اولین مطالعه موردی در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه خوشه های صنعتی نساجی در کشور و استخراج برخی آمارهای مربوط برای روایی بیشتر تحقیق، اعتباریابی بعضی عوامل در طول زمان با تکرار پژوهش در دوره های زمانی گوناگون بدلیل وابستگی نتایج به سطح رشد یافتگی خوشه، انجام پژوهشی مشابه در سطح خوشه های دیگر برای تبیین تفاوتهای میان خوشه ها از ابعاد گوناگون، بررسی این عوامل در درجات رشدیافتگی متفاوت برای تشخیص خصوصیات راهبردی هر مرحله و ارائه نقشه راهی جهت هدایت خوشه ها به مراحل بالاتری از بلوغ پیشنهاداتی برای پژوهشهای آتی می توانند باشند.

در نهایت شرایط موجود هرچه باشد، در صورت تصمیم به ارتقاء یک بخش صنعتی یا تعدادی از بخشها باید تغییرات قابل توجهی را به موازات خطوط مورد تأکید در این بررسی شکل داد، از جمله :

نهادینه کردن ساختار سه جانبه بحث و گفتگو و مذاکره در سطوح محلی و منطقه ای و ملی و دخالت دادن بخش خصوصی در تصمیم گیریها، تمرکز زدایی و دادن اختیارات منطقه ای بیشتر، تشویق به تعامل و همکاری میان بنگاهها با شناسایی منافع مشترک در سطح خوشه و شبکه ای کردن فعالیتهای تخصصی، گام برداشتن در جهت ارتقا مهارتها و تخصصهای مورد نیاز صنعت و اهمیت دادن به بحثهای دانشی و توسعه مستمر بنگاهها، تأسیس مراکز خدماتی مورد نیاز صنعت و کمک به توسعه و حرفه ای نمودن نهادهای مرتبط موجود مانند مراکز اعتباری، تحقیقاتی، مشاوره ای، حقوقی، بازاریابی و توزیع، توسعه مراکز آموزشی و دانشگاهی و ارتباط مؤثر آنها با صنعت در جهت اجرای برنامه های تحقیقاتی

که با نیازهای واقعی صنعت منطقه گره خورده باشند، اجرای برنامه های ترویج خوشه و ایجاد منابع تأمین مالی با مشارکت دولت و بخش خصوصی، ارتقا زنجیره ارزش صنعت و تشویق به ایجاد صنایعی که شکافهای مراحل از فرآیند تولید را پر کنند، اصلاح ضعفهای اطلاع رسانی و آگاهی صنایع کوچک از ضرورت استفاده از روشهای نوین تجارت و کسب و کار، تدوین قوانین و برنامه های بلند مدت و سیاستهای اقتصادی در سطوح مختلف که با نظام خوشه ای صنایع کوچک متناسب باشد و تلاش در جهت تثبیت و اجرای شایسته آنها، فراهم آوردن شرایط مناسب در سطح کشور و منطقه برای نگهداشتن سرمایه های بومی و جذب سرمایه گذار خارجی و نهایتاً فرهنگ سازی در جهت مقابله با برخی عوامل اجتماعی-فرهنگی که مانع رشد و توسعه کسب و کار بشمار می روند.

## References

## منابع

- [۱]. اشمیتز، هوبرت و ندوی، خالد. (۱۹۹۹). "خوشه های صنعتی رویکردی نوین در توسعه صنعتی". ترجمه عباس زندیاف و عباس مخبر(۱۳۸۱). تهران: طرح نو.
- [۲]. امین، محمد و نادرپور، فرزانه و پورشمسی، مجید. (۱۳۸۸-۱۳۹۰). "فایل گزارش عملکرد پروژه توسعه خوشه نساجی یزد".
- [۳]. پایک، فرانک. (؟). "همکاری صنایع، خوشه صنعتی، توسعه پایدار". ترجمه بهرام شادابی و جهانگیر مجیدی (۱۳۸۱). تهران: هزاران
- [۴]. سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران. (۱۳۸۳). "جزوات راهنمای توسعه خوشه های صنعتی ( رویکرد توسعه خوشه ای یونیدو)".
- [۵]. شرکت شهرکهای صنعتی یزد. دفتر خوشه های صنعتی. "فایل گزارش مطالعه شناختی خوشه نساجی یزد". (۱۳۸۶/۱۳۸۹ ویرایش)
- [۶]. دانایی فرد، حسن و الوانی، سید مهدی. ترجمه و تالیف. (چاپ سوم: ۱۳۸۸). "روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع". تهران: صفار-اشراقی.
- [۷]. رمضانخانی، صدیقه. (۱۳۸۷). "هنر نساجی در شهر یزد". تهران: سبحان نور.
- [۸]. عطاردیان، امیر. پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر حسنقلی پور. (۱۳۸۹). "شناسایی عوامل موثر بر توسعه صادرات خوشه سفال و سرامیک لالچین همدان". دانشگاه تهران: دانشکده مدیریت.
- [۹]. منصوری، عیسی و محالگو، حمید. (۱۳۸۸). "پروژه های توسعه خوشه ای (برنامه ها و دستاوردها)". ناشر:

امور ارتباطات سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران.

- [۱۰]. نصیری، نصرت اله: مسوول طرح . (۱۳۸۵). "نقش خوشه سازی در افزایش رقابت پذیری بنگاههای کوچک و متوسط با محوریت بازاریابی". تهران: مرکز مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- [۱۱]. ین، رابرت ک. (۱۹۹۴). "تحقیق موردی". ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی. (۱۳۸۱). تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.

[12]. Altenburg, T. and Meyer-Stammer, J. (1999), "How to promote Clusters: Policy Experiences from Latin America", *World Development*, Vol.27, No.9.

[13]. Asmelash Beyene. (2002), "Enhancing the competitiveness and productivity of Small and Medium scale Enterprises (SMEs) in African analysis of differential roles of national governments through improved support services". *Africa Development*, vol. XXVII, NO.3

[14]. Crabtree, B.F. & Miller, W.L. (1992). "A template approach to text analysis: Developing and using codebooks". Newbury Park, CA: Sage.

[15]. Eisenhardt, K.M. (1989). "Building theories from case study Research". *Academy of Management Review*, 14, pp.532-550

[16]. Hussey, Jill, and Roger Hussey. (1997). *Business Research*. London: MacMillan

[17]. Humphrey, J. and Smiths. (1995), "Principles for promoting Clusters Networks of SMEs", Institute of Development Studies, University of Sussex, U.K

[18]. Krueger, R.A. (1988). "Focus groups: A Practical guide for applied research". Newbury Park, CA: Sage.

[19]. Lewin K. (1943). Defining the "Field at a Given Time." *Psychological Review*. 50: 292-310. Republished in *Resolving Social Conflicts & Field Theory in Social Science*, Washington, D.C.: American Psychological Association, 1997

[20]. Marshall, A., (1920), "Principles of Economics" .8th Edition, London: Macmillan.

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

[22]. Porter, M. (1990). "The Competitive Advantage of Nations". New York, NY: The Free Press.

[23]. Porter, M. (1998). "Clusters and the new economics of competition". Harvard

Business Review. 76(6), pp. 77-90.

[24]. Rabellotti, R. (1995), "External Economies and Cooperation in Industrial Districts: A Comparison of Italy and Mexico, IDS D.Phil Thesis", University of Sussex, Brighton

[25]. Schmitz, Hubert and Nadvi, Khalid (1999), "Clustering and Industrialization Introduction", World Development, Vol.27, No.9.

[26]. Schmitz, H. (1999), "Global Competition and local cooperation: success and failure in the sinus valley, Brazil", World Development, Vol.27, No.9.-

[27]. Schmitz. (1995), "Collective Efficiency: Growth path for small-scale Industry". Journal of Development Studies 31 (4)12

[28]. UNIDO, (2003), "Development of clusters and Networks of SMEs: The UNIDO programmed a guide to export consortia", UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, Vienna