



# نقش بنگاههای کوچک و متوسط در بالاپردن صنعت نساجی صربستان در زمان بحران

ترجمه: مریم سیه پوش

چکیده

بحران اقتصادی جهانی موجود یکی از مخربترین بحرانها در قرن حاضر است. همینطور که این بحران روی سیستم اقتصادی کل دنیا اثر منفی دارد، اقتصادهای بین المللی را به تنهایی و خصوصا اقتصادهای در حال تحول (در حال گذار) چون صربستان را تحت تاثیر قرار میدهد. تجربه کشورهای توسعه یافته، اهمیت بنگاههای کوچک و متوسط را در فرآیند ترویج توسعه اقتصادی نشان میدهد. بحران اقتصادی موجود بر تحول اقتصادی در صربستان تاثیر منفی داشته است. صنعت نساجی آسیب پذیر ترین صنعت در برابر بحران است و خروجی باید در شمول سریع بنگاههای کوچک و متوسط در روند اقتصاد و ترغیب توسعه سریعتر جستجو شود. بنگاههای بازرگانی نساجی در بازار مدرن در صربستان خصوصا در زمان اقتصاد بحرانی با جنبه منفی که منعکس کننده شرایط ضعیف شرکتهای نساجی در بازار جهانی از نظر رقابت کاهش یافته، فقدان تکنولوژی، کارکنان آموزش دیده و استانداردها است شناخته می شوند. صنعت نساجی به عنوان شاخه ای از صنعت در جهت افزایش تولید و صادرات و برای غلبه بر بحران اقتصادی مناسب است چراکه بنگاههای کوچک و متوسط در صنعت نساجی مکانیسم مقاومتری در برابر بحران اقتصادی جهانی دارند.

برآوردهای انجام شده در بخش بنگاههای کوچک و متوسط در صربستان نیز تایید کردند که بعد از پذیرش مالی منشور اروپا برای بنگاههای کوچک، این موضوعات از مهمترین مسائلی هستند که کشور بعد از منشور اروپا با آنها روبرو شده است. پس از منشور، کمیته اروپایی (ژوئن ۲۰۰۸) یک قانون خاص در رابطه با بنگاههای کوچک را پذیرفت که این قانون اصول و اقداماتی را برای توسعه یکپارچه بخش بنگاههای کوچک و متوسط استقرار می دهد.

کمیته جمهوری صربستان لازمست تا انطباقی را بر این روند توسعه در اتحادیه اروپا انجام دهد. از آنجا که مقدمه توسعه صربستان بناگذاری و استقرار SMEها است لذا ما معتقدیم که استراتژی حمایتی رشد و توسعه بنگاههای متوسط یک اقدام منطقی است و مستلزم توجه سیاست گذاران بویژه تدارک شرایط مالی مساعد و مطلوب می باشد.

## جهت یابی راهبردی توسعه SMEها در صربستان

بنگاههای کوچک و متوسط یکی از نیروهای اولیه برای توسعه اقتصاد پایدار هر صنعتی هستند چراکه این بنگاهها مالکیت خصوصی و مهارتهای کارآفرینی را تشویق کرده و می توانند به سرعت با تغییرات بازار منطبق شده، ایجاد اشتغال نمایند، فعالیتهای اقتصادی متنوعی را ایجاد نموده، در صادرات و تجارت مشارکت کنند و بدین گونه یک ستون توسعه اقتصادی در تحول باشند. قبل از وقوع بحران اقتصادی دنیا نتایج بدست آمده از SMEها در توسعه پایدار اقتصاد صربستان یک روند صعودی را نشان میدهد و امید است که پس از سالها رکود در اقتصاد ما امکان مقایسه آن با سایر کشورهای اروپایی فراهم شود. مطالعه اقتصاد بعضی از کشورها نشان داده است که حتی قبل از ورود به اتحادیه اروپا، آنها سطح پایینتری از توسعه را نسبت به کشور ما داشته اند. در طول تغییر سریع در اقتصاد دنیا به خصوص در زمان بحران اقتصادی جهانی، سیاست اقتصادی می بایست بر اهمیت اقدامات توسعه ای ذیل تاکید کند:

یک باور پذیرفته شده کلی وجود دارد و آن اینست که تلاشهای اروپایی ها برای توسعه یک اقتصاد رقابتی جدید موفق خواهد بود اگر تمرکز بر بنگاههای کوچک و متوسط باشد. علاوه بر اعضای قدیمی اتحادیه اروپا، قواعد منشور اروپا توسط نروژ وده ایالت جدید اتحادیه اروپا پذیرفته شده است. جمهوری صربستان رسماً منشور اروپا را با احترام به بنگاههای در نقطه اوج، در سولونیکا در ژوئن ۲۰۰۳ با امضاء Thessalonika Decila پذیرفت. طی این اقدام صربستان متعهد بر آماده سازی و تهیه یک گزارش دستی درباره بخشهای بنگاههای کوچک شد. منشور اروپا ده قاعده هوشمندانه مدل یکپارچه را برای حمایت از بخش بنگاههای کوچک و متوسط پیش بینی کرده است:

- ۱) تحصیل و آموزش برای کارآفرینان
  - ۲) راه اندازی سریعتر و مساعدتر
  - ۳) قانون گذاری منطقی تر و منظم تر
  - ۴) ظرفیتهای در دسترس
  - ۵) گسترش و امکان دسترسی بر خط
  - ۶) ترویج تجارت بنگاههای کوچک در بازارهای داخلی و بین المللی
  - ۷) موضوعات مالی و مالیاتی
  - ۸) افزایش ظرفیتهای تکنولوژیکی در بنگاههای کوچک
  - ۹) مدلهای تجارت الکترونیکی موفق برای پشتیبانی درجه یک تجارتهای کوچک
  - ۱۰) توسعه یک ارائه قویتر و موثرتر از انگیزه های بنگاههای کوچک
- عوامل کلیدی موفقیت یک محصول یا خدمت به عنوان یک پیش نیاز توسعه بنگاههای کوچک و متوسط که از موضوعات استراتژیکی پایه ای می باشند مطابق ذیل است:
- برتری و ارجحیت محصول /خدمت مورد مقایسه در رقابت، پیچیدگی، ابداعات و نوآوری، فعالیت و پویایی بازار، ماهیت بازار، توسعه و مدیریت فرآیند نوآوری یک محصول /خدمت، خصوصیات یک پروژه و مدیریت پروژه، توانمندی و منابع یک نگاه.



ارائه پشتیبانی برای فعالیتهای کارآفرینی

- تعیین مطلوبتر قیمت سرمایه

- ایجاد محیطی مساعد برای ابداعات و نوآوری ها

- تسلط یک بازار جدید برای گردش موفقیت آمیز کالا/خدمات

روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جمهوری صربستان نیاز به یک بهبود اقتصاد رقابتی بر پایه دانش، تکنولوژی و ابداعات دارد. برای دستیابی به این هدف خصوصا در کشور های در حال تحول مانند صربستان، از بنگاهها انتظار می رود که در ایجاد توسعه اقتصادی و اجتماعی مشارکت کنند. علاوه بر این رضایت SME ها برای رسیدن به توسعه سریع بازارهای اتحادیه اروپا در تطبیق استانداردهای لازم و کاهش سطح اختلافات در توسعه، اهمیت ویژه ای دارد. استراتژی توسعه رقابت پذیری و نوآوری بنگاههای کوچک و متوسط در سالهای ۲۰۰۸-۲۰۱۳ یک سند استراتژیک برای سیاست توسعه بنگاههای کوچک و متوسط است که مبنای ارجحیت و روشهای تشخیص آن در سالهای آتی را در قالب روشهای مفهومی و ثابت تعیین کرده است. این دوره زمانی که در ذهنها ماندگار شد مربوط به پایه گذاری استراتژی بود که در اواخر سال ۲۰۰۸ تطبیق یافت و بنا گذاری نهایی آن از سال ۲۰۰۹ شروع خواهد شد. هر چند این اسناد ظهور بحران اقتصادی را پیشبینی نمی کنند و از این رو چندان مورد ملاحظه قرار نگرفته اند اما با توجه به سطح توسعه اقتصادی مناسب در شرایط بحران، این اسناد می توانند در بعضی موضوعات کلیدی به ما آگاهی دهند.

استراتژی به پرسشهای حیاتی ذیل پاسخهای ممکن را می دهد:

۱) اکنون در کجا هستیم؟

۲) به کجا می خواهیم برسیم؟

۳) چگونه می توانیم به آن برسیم؟

البته همواره لازم است استراتژی جهت تشخیص مهمترین موضوع در پایداری و دوام بنگاهها و شرکتهای کوچک و متوسط در کشور ما مورد تحلیل و آنالیز قرار بگیرد. تجربه کشورهای توسعه یافته اهمیت بنگاههای کوچک و متوسط را در فرآیند حمایت از توسعه اقتصادی به عنوان یک ابزار کاهش بیکاری نشان می دهد. مشکل بیکاری خصوصا در زمان بحران اقتصادی جهانی ایجاد می گردد که OECD تخمین زد که تعداد بسیاری از کارگران مازاد خواهند بود.

ناکارآمدی اقتصاد داخلی موجب شده است که SME ها با مشکلات بیشتری برای بقاء تجارت خود روبرو شوند. هر چند ما نباید بحران اقتصادی دنیا را که روی بازارهای داخلی و سرمایه گذاری موثر بوده و موجب کاهش سرمایه گذاری خارجی می شود را نادیده بگیریم. علاوه بر این در مقایسه با دوره ۲۰۰۲-۲۰۰۶ درآمد خصوصی سازی که یک منبع بالقوه سرمایه برای SME ها می باشد کاهش یافته است. با اینکه می توان گفت صنعت نساجی تاثیر پذیرترین صنعت از بحران است اما خروجی آن می بایست از طریق شمول بنگاههای کوچک و متوسط در روند اقتصاد و انگیزش توسعه سریع آنها ردیابی شود. در سالهای اخیر ساختار شرکتهای نساجی صربستان در نتیجه فرآیند خصوصی سازی و تعدیل سازمانهای بزرگ و غیر منصف به تقاضای بازارهای جدید، تغییر یافته است. صنایع نساجی و پوشاک در قالب واحدهای صنعتی پوشاک ظاهر می شوند و بنگاههای کوچک و متوسط در آن جلودار کسب موفقیت هستند. از این رو در حال حاضر تعدادی SME های کوچکتر نساجی وجود دارند که با تلاشی عظیم در مدیریت آنها برای ایجاد بازارهای کوچک، برندهای وفادار و شناخته شده تشکیل شده اند. بعضی از آنها متأسفانه برای فروش محصولاتشان در اتحادیه اروپا و بازارهای روسی، به خصوص برای استفاده از مزایای خاص بدست آمده بر پایه قراردادهای امضاء شده برای همکاری، تلاش می کنند.

در اختیار قرار دادن تجربه توسعه SME ها به کشورهای همسایه این امکان را برای آنها

فراهم خواهد کرد که در دوره زمانی کوتاهتری این تجربیات را در راستای تولید رنج وسیعی از تولیدات خود به خصوص در محدوده زنجیره های کوچک به کار گیرند. بدیهی است که سرعت و کیفیت توسعه SME ها در صنعت نساجی نیاز به دارایی و سرمایه زیادی ندارد. در ابتدا لازم است تا محیط را با اصلاح قانون و قانونگذاری، استفاده از منابع موجود در زیر ساختها، افراد، سازمانها و بازارها فراهم کرد [۲]. استراتژی توسعه SME ها در صربستان با اصول و روح استراتژیک خودش با منشور اروپایی برای بنگاههای کوچک قابل قیاس است. توسعه بخش SME ها یکی از فاکتورهای کلیدی در فرایند یکپارچه سازی اروپایی صربستان محسوب می شود. SME ها از منابع مهم ارتباط بازرگانی با سایر کشورهای اروپایی هستند و به شکل قابل توجهی به فرایند یکپارچه سازی صربستان با سایر چارچوبهای اقتصادی اروپا کمک می کنند.

پیشنهادات کلیدی کنسولگری وزراء اتحادیه اروپا برای ارتقاء بیشتر سیاست SME ها در صربستان به نواحی مرکزی بستگی دارد به:

۱) بکارگیری اصول منشور اروپایی برای بنگاههای کوچک و کاهش موانع اداری، اجرایی

SME ها

۲) انطباق یک دوره سیاست توسعه ای میان مدت برای SME ها با برنامه عملیاتی

۳) تقویت شوراها برای SME ها

۴) افزایش نوآوری و رقابت در SME ها

### نقش و اهمیت رقابت پذیری از لحاظ بحران اقتصادی دنیا

رقابت پذیری اقتصاد صربستان (شامل SME ها) قبل از وقوع بحران اقتصادی در سطح پایینی بود. مطابق با گزارشات دیوان اقتصادی جهانی در سال ۲۰۰۸ شاخص رقابت پذیری جهانی برای صربستان ۳/۹٪ بوده که نشاندهنده پیشرفت آن در سه سال پیشین بوده است. در این گزارش از میان ۱۲۵ کشور، صربستان در موقعیت ۳/۴ و در جایگاه ۸۸ام قرار گرفته است [۳].

علت قدرت رقابت پذیری کم شرکتهای ما فقدان نوآوری، هزینه های بالای فرآیند تولید، سطح پایین تجهیزات تکنولوژیکی و ساختار بازار نا مطلوب، عدم وجود قوانین و حضور بازارهای سیاه و رشوه خواری می باشد. شرکتهای صربستان صادراتشان را (اگر وجود داشته باشد) براساس قیمت پایین محصولات ناشناخته بنا می نهند. نظر به آنکه پارامترهای تحلیل شده سطح پایینی از فعالیتهای ابداعی صربستان و موقعیت رقابتی ضعیف در بازارها را نشان می دهند به عنوان یک راه حل عقلانی پیشنهاد می شود که اصلاحات ریشه ای که بنای آنها توسط دستگاههای دولتی می بایست گذارده شود در کل روشهای بازرگانی صورت پذیرد. واضح است که شرایط بد شرکتهای صربستان در همه قلمرو سیستم اقتصادی آن وجود دارد. به علت عملکرد ناقص اقتصاد صربستان موقعیت صربستان در بازارهای بین المللی ضعیف است. یکی از نگرانیهای بزرگ سطح پایین رقابت پذیری بنگاهها و اقتصاد صربستان است لذا لازم است تا رقابت پذیری بهبود یافته و پروژه های ابداعی تا جاییکه ممکن است مورد تحلیل مجدد قرار بگیرند و ساختار استراتژیک توسعه اقتصاد صربستان تا سال ۲۰۱۲ ارائه شود. پروژه می بایست روی بهبود نتایج ما در راستای حذف اختلالاتی که از مدتها پیش موجود بوده اند هدف گذاری شده و منجر به بهبود نتایج شود به طوریکه صربستان بتواند در جایگاه بهتری از نظر رتبه بندی در مقایسه با سایر کشورها قرار بگیرد. در آینده تلاشهای خاصی می بایست در راستای تجاری سازی محصولات داخلی، معرفی تکنولوژیهای مدرن، تهییج فعالیتهای نوآورانه، ارتقاء انگیزه کارکنان، تولید سیستم پرداخت تشویقی، مدیریت ترفیع و سرمایه گذاری در پتانسیلهای دانش و هوش صورت پذیرد.

یک حرکت فوق العاده مهمی که می تواند توسط ایالت انجام شود تدارک همکاری در آموزش و تنفیذ مشوقهای مالیاتی است. با حذف بعضی از مالیاتها، ایالت می تواند به طور



فرآیند خصوصی سازی در صنعت پوشاک نسبت به نخ و پارچه با سرعت بیشتری شکل گرفته است و این به سبب تکمیل شدن کاراجرتی<sup>۱</sup> برای شرکاء اتحادیه اروپا است که برای صربستان نیز از نظر استفاده از ظرفیتهای صنعت پوشاک از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است و حضور آن در بازار می بایست تضمین شود. به دلیل شرایط دشواری که صنعت نساجی طی دهه گذشته با آن مواجه شده است این صنعت همچنین در بخشهای نخ و پارچه و پوشاک با کاهش جذب نیرو روبرو شده است (در بخش نساجی ۳۴۲۷۵ نفر اشتغال داشته اند) با وجود این روند منفی که از سال ۱۹۸۹ ادامه یافته است تعداد کارگران می تواند به ۱۵-۲۰۰۰۰ نفر کاهش پیدا کند [۵]. تعداد کارکنان طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۸ دائماً کاهش یافته است به طوری که تعداد آنها از ۶۷۶۲۸ کارگر در بخش نساجی در سال ۲۰۰۳ به ۳۴۲۷۵ نفر در پایان دوره (۳۳/۴۹٪) کاهش یافته است. این رویداد نتیجه کاهش فعالیتهای بازرگانی در این بخش و بسته شدن تعداد زیادی از شرکتهای در این زمینه بوده است.

تعداد کارکنان در صنعت نساجی صربستان در سال ۲۰۰۳ حدود ۴/۲٪، در سال ۲۰۰۴ به ۳/۵۹٪، در سال ۲۰۰۵ به ۳/۲٪ و در ۲۰۰۶ به ۲/۸۷٪ و در ۲۰۰۷ به ۲/۵۸٪ و در سال ۲۰۰۸ به ۲/۴٪ رسیده است (شکل ۱).

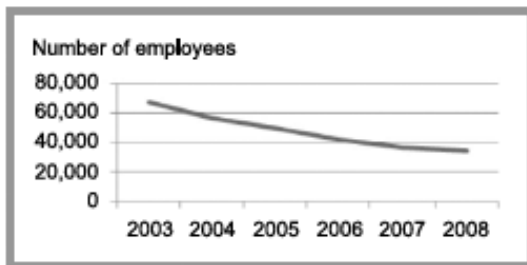
صنعت نساجی، صنعتی است متمرکز بر نیروی کار و نیروی کار یک عامل مهم در رقابت پذیری محسوب می شود. در سالهای آتی هزینه نیروی کار در صربستان به خصوص در صنعت نساجی کم خواهد شد و اثر مثبتی بر قیمت رقابتی صادرات در این بخش خواهد داشت. علاوه بر این مزایای رقابتی، ما نسبت به سایر کشورهای شرق دور به اتحادیه اروپا نزدیکتر شده ایم و تجربیاتمان را در تولید منسوجات و پوشاک برای بازارهای اروپایی افزایش داده ایم. ۱۴۸۹ شرکت به تولید نخهای نساجی، پارچه و لباس مشغولند که حدود ۲٪ کل شرکتهای را در بر می گیرند. با پیگیری دینامیک تولید صنعتی موقعیت صنعت نساجی را بهتر می توان مشاهده کرد همچنانکه ملاحظه می شود شاخص تولید منسوجات طی سالها با روند نزولی تغییر یافته است. کمبود در تولید یکی از مسلمترین عوامل آن در سال ۲۰۰۳ بوده است. بیشترین ناپایداری در تولیدات نیز در تولیدات نساجی و منسوجات و انواع خز بوده است (شکل ۲).

۱- تولید نخ و پارچه

۲- تولید منسوجات و محصولات نساجی

۳- تولید پوشاک و خز

صنعت نساجی تاثیر پذیرترین صنعت از بحران است هر چند سرمایه کاری و میانگین درآمد آن در صربستان حداقل می باشد. حتی قبل از بروز بحران نیز این بخش حداقل میانگین درآمد خالص را در صربستان داشت و با مشکلات بسیاری در شرایط رقابتی نامنصفانه ای عمل می کرد (سطح بازار سیاه در این بخش ۴/۴٪ از کل در سطح ملی است و در جنوب صربستان ۵/۵٪ از گردش کل را دارد) [۶]. میانگین درآمد خالص در آگوست ۲۰۰۸ به ۲۷۲۵۵ دینار رسید و میانگین درآمد خالص در بخش تولید پارچه و نخ ۱۲۵۸۹ دینار و تولید محصولات پوشاکی حدود ۱۲۰۱۹ دینار بود [۷].



شکل ۱ روند کارکنان در صنعت نساجی طی دوره ۲۰۰۳-۲۰۰۸

قابل توجهی در توسعه بنگاههای کوچک و متوسط و سیستم اقتصادی کل مشارکت کند. صربستان از نظر رقابت پذیری اقتصادی در رتبه ۸۵ جهان است و تنها راه رهایی آن از بحران، تقویت رقابت پذیری بنگاهها می باشد. دیدگاه عمومی پذیرفته شده اینست که بدون وجود یک رقابت سالم امکان بازیابی از بحران اقتصادی وجود نخواهد داشت. اگر ایالت محیط قانونی امنی را از طریق هماهنگی قوانین داخلی با قوانین اروپایی و نسخ سرحد موجود و محدودیتهای ایجاد کند این اطمینان وجود خواهد داشت که قطعیت قانونی برای سرمایه گذاری بلند مدت سرمایه گذاران خارجی، توافق کامل با قوانین و قواعد بازار رقابت و تساوی عملکرد با سرمایه گذاران داخلی و خارجی وجود دارد. زمانیکه در مورد جذب سرمایه گذاری صحبت می کنیم باید در ذهن اینگونه تداعی شود که موانع سرمایه گذاری سبز در کشور ما بسیار بیشتر از آن سرمایه گذاریهای خارجی در اکتساب سود و خصوصی سازی می باشد. علاوه بر آنچه در قبل در مورد رقابت پذیری کم در جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی بیان شد صربستان مشکل بزرگی با رقابت پذیری کالاها و خدماتش روی بازارهای آزاد دارد. تکنولوژی فرسوده، کیفیت پایین، بسته بندی غیر جذاب، محصولات فاقد گواهینامه، قابلیت پایین فروش اعتباری و قیمت بالا عمده ترین دلایل عدم توانایی رقابت محصولات در صربستان حتی با کشورهای منطقه می باشد. شاخص رقابت پذیری جهانی نشان می دهد که صربستان در رتبه ۸۵ از میان ۱۳۴ کشور قرار دارد. آیا صربستان (مانند سایر کشورهای پیشرفته متحول) خود را برای دستیابی به یک تغییر قابل توجه در ساختار صادرات خویش به سوی افزایش سهم محصولات و نگهداری نرخ بالای رشد صادرات مدیریت خواهد کرد؟ این رویداد بستگی به سطح سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI) و بخشی که به آن خواهد رسید دارد.

عبور از این فاصله تکنولوژیکی بزرگ نیاز به یک رویکرد فعال برای سرمایه گذاری در راه حلهای تکنولوژیکی بهره ور، آموزش و نوآوری، حرکت به سمت رشد سریعتر تولید نسبت به رشد استخدام و افزایش بهره وری نیروی کار دارد. بخش بنگاههای کوچک و متوسط در توسعه اقتصاد داخلی نقش مهمی را بازی می کند و بیشتر شرکتهای فعال در بازار صربستان مطابق با شاخصهای مالی در گروه بنگاههای کوچک و متوسط طبقه بندی می شوند. در جمهوری صربستان بنگاههای کوچک و متوسط ۹۹/۸٪ از کل بنگاهها، ۶۵/۵٪ کارکنان، ۶۷/۶٪ از گردش مالی و حدود ۳۶٪ از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص می دهند. از نظر صادرات کل بخش SME ها، سهم ۵۰/۲٪ از واردات و ۶۴٪ از ۵۱/۲٪ سرمایه گذاری در بخش داخلی را داراست. بنگاههای کوچک (میکرو) حاکم در بخش SME ها سهم ۹۵/۶٪ از کل و استخدام نزدیک به ۵۰٪ کل نیروی کار را در سطح ملی شامل می شود [۴].

توسعه بخش SME ها به طور قابل توجهی رقابت پذیری اقتصاد ملی را که یکی از اولویتهای اصلی اقتصاد ملی است بهبود می بخشد. مهمترین نقش SME ها در توسعه رقابت پذیری در سطح اقتصاد ملی، در عملکرد ترفیع بازرگانی بین الملل اقتصاد ملی منعکس می شود.

دولت صربستان استراتژی توسعه ای را برای رقابت پذیری و نوآوری SME ها طی دوره ۲۰۰۸-۲۰۱۳ اتخاذ کرده است. این استراتژی باید در تقویت بیشتر و موثرتر استفاده از پتانسیلهای توسعه بخش SME ها که اثر مثبتی روی رشد اقتصادی در جمهوری صربستان داشته اند مشارکت نماید. چنین جهتگیری می بایست به افزایش رقابت پذیری و صادرات، تقویت بیشتر ظرفیت نوآوری بنگاهها، افزایش استخدام و توسعه دینامیکی متعادلتر پیشرفت منطقه ای یاری رساند [۴].

### تحلیل صنعت نساجی صربستان در زمان بحران

در سالهای اخیر ساختار شرکتهای نساجی در صربستان به سبب خصوصی سازی و تعدیل سازمانهای بزرگ و غیر معطف به تقاضای بازارهای جدید، تغییر یافته است.



۳) دستیابی به درجه بالایی از انعطاف پذیری در توسعه پتانسیلهای تولیدی شرکت مشکلات کیفیت تجارت و توانایی رقابت پذیری صنعت نساجی

فرایند تحول، مسائل مزمن در زمینه شرکتهای نساجی و پوشاک در صربستان را افزایش داده است. برای تعیین یک راهبرد برای ترویج و پیشبرد تجارت و بازرگانی در این بخش یک مطالعه موردی روی کشور صربستان انجام شد که هدفش دستیابی به ایده های صادرات مشاغل مختلف و عمکردها در حوزه نساجی و پوشاک، بازرگانی، آموزش، تحقیقات علمی و برقراری آنچه آینده نگری می شود از توسعه آینده صنعت نساجی و پوشاک و اهمیت آن در توسعه اقتصاد بین المللی بود. پرسشنامه ها به گونه ای طراحی شدند که موضوعات بازرگانی، پیشنهادات و توصیه ها در بهبود بخش نساجی توسعه بنگاههای کوچک و متوسط را پوشش دهند. در رابطه با دیدگاهها، نیاز به رقابت سازمانهای بازرگانی محلی با لیدرهای بازار و نیاز به ارزیابی سطح تکنولوژیکی سازمانهای بازرگانی داخلی اظهار شد. در واقع اکثر پاسخگویان سطح تکنولوژیکی سازمانهای داخلی را در سطح متوسط دانسته اند و بنابراین توانایی رقابتی سازمانهای داخلی صنایع نساجی قابل قیاس با کشورهای پیشرفته است. با این وجود کارشناسان (بیش از ۹۰٪) به شرکتهای نساجی صربستان امیدوار هستند. بیشترین تعداد پاسخگویان (۵۰٪) بر این باورند که سطح تکنولوژیکی سازمانهای داخلی متوسط است. ۲۶٪ به سطح پایین و درصد رضایت ۱۶٪، عدم رضایت ۶٪ نظر داده اند و تنها ۲٪ معتقدند که سطح آن بالا بوده است. بر اساس این ارزیابی بیشتر کارشناسان (۵۸٪) میزان رقابت پذیری صنعت نساجی ملی را متوسط با رضایتمندی ۲۲٪ و ۱۸٪ سطح رقابت پذیری را پایین و تنها ۲٪ آن را بالا دانسته اند [۸].

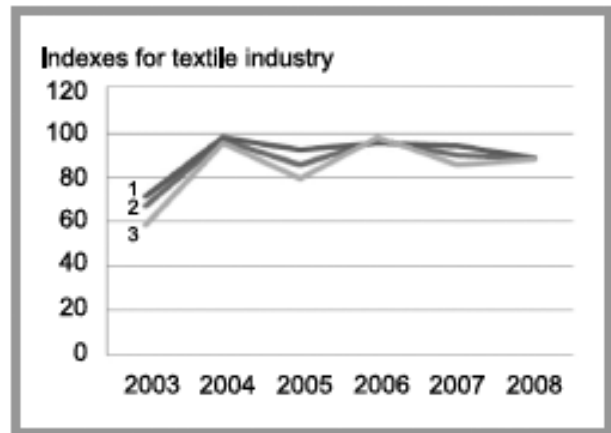
تحقیق نسبتاً به مسائلی که سازمانهای داخلی صنعت نساجی با آنها روبرو می شوند مربوط می شد. کارشناسان معتقدند قابل توجه ترین مسائلی که صنعت با آنها روبرو است شامل تجهیزات فرسوده و غیر قابل استفاده (۲۷/۵۴٪)، فقدان سرمایه (۱۷/۳۹٪)، فقدان آموزش حرفه ای کارکنان (۱۶/۶۷٪)، فقدان نوآوری (۱۰/۳۴٪) و استفاده ناقص از تکنولوژی اطلاعات (۱۰/۱۴٪) می باشد. بنگاههای کوچک و متوسط بخشی از اقتصاد هستند که پتانسیل قابل توجهی را در خود دارند. توسعه کارآفرینی و نوآوری امکان تشکیل سرمایه گذاری خصوصی را فراهم می کند و این در حالست که توسعه بنگاههای کوچک و متوسط شرایطی برای توسعه سریعتر داخلی، تقویت مالکیت خصوصی، حل مسائل بزرگ اقتصادی خاص مانند بیکاری را میسر می سازد. به این دلیل بیشتر کارشناسان (۹۸٪) رشد صربستان را در توسعه بنگاههای کوچک و متوسط میدانند. با این حال لازم است مزایا و معایب ممکن تشکیل شرکتهای در زمینه نساجی را ذکر کنیم:

#### مزایای مسلم آن عبارتند از:

- ۱) بازگشت سریع سرمایه
- ۲) دامنه انتخاب وسیع در سری بنگاههای کوچک
- ۳) سازگاری سریع و موفق نسبت به هر تغییر بازار
- ۴) مصرف بهینه منابع بر حسب زیر ساختارهای موجود (ساختارهای متروک، ادارات در تاسیسات بسته شده به عنوان بخشی از بازسازی شرکت بزرگتر)
- ۵) محصولات غیر استاندارد، سریهای ویژه و...
- ۶) پذیرش همکاری با شرکاء خارجی و داخلی در بخش کارهای اجرتی
- ۷) توانایی مختصر سازی و ساده سازی تحول از یک فعالیت به فعالیت دیگر
- ۸) حداکثر استفاده از تجربیات عملی و ایده های افراد و تیمهای حرفه ای

#### اما معایب:

- ۱) یک تجارت با ریسک بالاست زیرا حضور کمی در بازار دارد.
- ۲) ارزش اعتباری کم بانکها و پتانسیل بنیانگذارها
- ۳) اغلب شرایط پایتتری از نهادهای دولتی دارند



شکل ۲ شاخصهای تولید صنعت نساجی طی سالهای ۲۰۰۳-۲۰۰۸

تجارت مدرن بازار شرکتهای نساجی در صربستان علی الخصوص از حیث بحران اقتصادی با جنبه های منفی که منعکس کننده شرایط ضعیف شرکتهای نساجی در صحنه بازار جهانی، رقابت پذیری کاهش یافته، فقدان تکنولوژی و پرسنل آموزش دیده و استانداردها است شناخته شده اند. مطابق با شاخصهای مالی بخش قابل توجهی از تولید کنندگان منسوجات داخلی و صنعت نساجی در گروه بنگاههای کوچک و متوسط طبقه بندی می شوند. این شرکتهای که اغلب خصوصی هستند شرایط خوبی را برای عملکرد موفق بازار خلق می کنند. بنگاههای کوچک و متوسط خوشه های استراتژیکی را برای بهبود رقابت پذیری در بازار تشکیل می دهند. این خوشه های متشکل از SMEها برای جبران آنچه اغلب شرکتهای نادرند مانند پرسنل، وام، مواد اولیه، دانش جدید، تکنولوژی و... تلاش می کنند.

با این حال ایالت در فرایند تشکیل خوشه ها نقش مهمی دارد. در سال ۲۰۰۸ صنعت نساجی به عنوان شاخه ای از اقتصاد بیش از یک میلیارد دلار صادرات داشته است و صادرات پوشاک در سال ۲۰۰۸ سومین و بزرگترین در صربستان بوده است. این بخش از اقتصاد شانس بزرگی برای غلبه بر بحران اقتصادی و تولید مداوم به سمت رشد دارد اما از بین بردن بازارهای سیاه، قطع مالیاتها، افزایش سرعت نقدینگی و بکارگیری مجموعه ای از توانمندیها برای ممانعت از فروپاشی شرکتهای تولیدی نساجی لازم می باشد. برای جلوگیری از واردات غیر قانونی و بیش از حد کالاهای چینی ما می بایست تدبیر با ارزشی برای محافظت از صنعت نساجی ملی ارائه دهیم. تمایل به پیوستن به اتحادیه اروپا نیاز به تعدادی تغییرات و اصلاحات در مسیر تجارت و تعریف مجدد اهداف و خط مشی در این صنعت دارد. در کنار استراتژیهای توسعه، بازگشایی و ایجاد پیش زمینه برای پیاده سازی آنها از اهمیت ویژه ای برخوردار است. فرایند استاندارد سازی، ارائه یک صنعت کامل که با استانداردهای اتحادیه اروپا همسو است را در بر می گیرد. رقابت غالب در صنعت نساجی دنیا در ابتدای قرن ۲۱ نیاز اجتناب ناپذیری به ارائه یک خط مشی شفاف از چگونگی منحصر به فرد شدن یک شرکت در کلاس خود و نیز چگونگی جلب رضایت مشتریان خود نسبت به سایر رقبا دارد.

برای ایجاد شرایط یک بازار با ثبات و برقراری شرایطی برای رشد غیر مختل و توسعه، شرکتهای نساجی نیازمند دستیابی سطح بالایی از مشارکت بین عملکردهای درونی تجاری هستند. یک لیدر جهانی شدن در حوزه ای خاص از تجارت نیاز به تلاش مضاعفی برای بهینه سازی بازاریابی، تحقیق و توسعه و کیفیت عملکرد ارتباطی آنها دارد که مطابق با ذیل منعکس می شود:

- ۱) دستیابی به درجه کیفیت جهانی تولیدات و خدمات
- ۲) توسعه یک برنامه ریزی تولید بر اساس نتایج بدست آمده از بهبودها

**جدول ۱ عوامل دستیابی به رقابت پذیری در شرکتهای نساجی**

فاکتورهای رقابت پذیری	%
بهبود سطح دانش کارکنان	۳۲/۲۹
خصوصی سازی	۱۸/۷۵
بکارگیری مفهوم مدیریت کیفیت	۱۶/۶۷
جذب سرمایه گذاری خارجی	۱۲/۵۰
توسعه بنگاههای کوچک و متوسط	۱۱/۴۶
توسعه خوشه ها وانجمنها	۷/۲۹
سازگاری سریع با روند	۱/۰۴
جمع	۱۰۰

در نتیجه بخشی از فعالیتهای برای ترویج مزایای SMEهای بیشتر، تجربه مثبت کشورها در فرایند تحول موفق مثال خوبی است که به درک اهمیت ایجاد شبکه SMEهایی که مزایای بسیاری را در زمینه آموزش، تحصیلات و تولید منعطف زنجیره های کوچک از حوزه های مختلف را ارائه میدهند کمک بسیاری می کند. بنگاههای کوچک و متوسط یک لینک استراتژیک در خوشه ها برای بهبود رقابت پذیری در صنعت نساجی سرستان تشکیل می دهند. هرچند سرستان یک خوشه در صنعت نساجی برقرار کرده است اما فعالیتهای آن می بایست به شکل قابل توجهی برای ایجاد نوعی از همکاری که تلاشهای مورد انتظار را بر آورده کند بهبود یابد. عوامل اصلی مربوط به دستیابی به رقابت پذیری در شرکتهای نساجی در جدول ۱ نشان داده شده است.

در سایر کشورهای متحول، تولید پوشاک بسیار مهمتر از تولید نخ و پارچه است. علت فرسودگی و عقب افتادگی تجهیزات شرکتهای تولید نخ و پارچه از تکنولوژی مدرن می باشد. تولید نخ و پارچه گرایش تکنولوژیکی بیشتری نسبت به تولید لباس دارد بنابراین نسبت به اختلاف در سطح ظرفیتهای تجهیزات تکنولوژیکی حساس تر است. در طول ۱۵ سال اخیر برای دستیابی بهتر به بهره وری و کارایی بیشتر استفاده از انرژی و مواد اولیه و معرفی مواد جدید، تجهیزات تخصصی تر شده اند. از این رو لازمست سرمایه گذاری در داراییهای ثابت برای افزایش تولید نخ و پارچه در سرستان و رقابتی ساختن آنها در بازارهای داخلی و بین المللی به شکل قابل توجهی انجام شود. در مورد تولید پوشاک، کیفیت تجهیزات و سطح ظرفیت بلا استفاده که امکان افزایش تولید قابل توجهی را در این بخش در کوتاه مدت فراهم می کند از اهمیت ویژه ای برخوردار است. مسئله مدرنیزه شدن تجهیزات در این بخش با تدارک ماشین الات اضافی که به تجهیزات موجود افزوده می شود قابل حل است [۱۰].

به دلیل این واقعیت که بیشتر SMEها علی الخصوص آن بنگاههایی که در خوشه ها هستند در حوزه پوشاک فعالند اکثر کارشناسان و حدود ۶۲٪ از پاسخگویان بر این باورند که صنعت نساجی لازمست به سمت تولید پوشاک حرکت کند. برای دستیابی به توسعه در بخش نساجی (رشد GDP، افزایش رقابت پذیری، قرارگیری در موقعیت استراتژیکی بهتر، تکنولوژی، تجارت، سایر پیشرفتهای ... ) به کارکنانی با مهارتهای مدرن نیاز است و لذا آموزش کارکنان یک پیش نیاز برای دستیابی به اثر تجاری بهتر و مقدماتاً بهبود بهره وری است. برخورداری از موقعیت بازاری ثابت و ایجاد شرایطی برای رشد غیر مختل و توسعه مستلزم آنست که شرکتهای نساجی به سطح بالایی از مشارکت بین عملکرد تجاری داخلی برسند. یک لیدر جهانی شدن در حوزه ای خاص از تجارت نیاز به تلاش مضاعفی برای بهینه سازی بازاریابی، تحقیق و توسعه و کیفیت عملکرد ارتباطی آنها دارد که مطابق با ذیل منعکس می شود:

۱) دستیابی به درجه کیفیت جهانی تولیدات و خدمات

۲) توسعه یک برنامه ریزی تولید بر اساس نتایج بدست آمده از بهبودها

۳) دستیابی به درجه بالایی از انعطاف پذیری در توسعه پتانسیلهای تولیدی شرکت

در آینده، صنعت نساجی و پوشاک قادر خواهد بود تنها با تغییر سیاست تجاری خود به عملکرد موفقیت آمیزی دست یابد. سیاست تجارت باید علاقه مندرت به تقاضا، انعطاف پذیرتر با تغییرات احتمالی، پاسخگویی به نیازهای خاص و الزامات، برخورداری از امکان سریع و آسان آرایش مجدد بین انواع محصولات، پیش تکنولوژی جدید، مدیریت و سایر نوآوریها باشد.

### نتیجه گیری:

رقابت پذیری اقتصاد سرستان (شامل SMEها) قبل از شروع بحران اقتصادی در سطح پایینی قرار داشت و لذا به آن، حداقل برای ایجاد شرایط بهتر پس از دوره بحران، می بایست اولویت بالایی داده شود. علاوه بر رقابت پذیری پایین، صادرات سرستان با صنعت نساجی نا مطلوب و ساختار جغرافیایی آن شناخته شده است. مطابق با ساختار بخش، در مراحل پایتیر تولید خصوصاً مواد اولیه و محصولات تکمیل شده استیلایی وجود دارد که نشاندهنده نامساعدی ساختار بخش صادرات سرستان است. ساختار جغرافیایی صادرات سرستان (قرارگیری در بازارهای شلوغ) نیز نا مساعد است و یک چالش کلیدی در آینده می بایست افزایش درجه تکمیل محصولات و تنوع جغرافیایی برنامه صادرات باشد.

تجربه حاصل از شرکتهای نساجی و پوشاک در دوره جهانی شدن یک سرمایه برای زمانی که در جستجوی راهی برای فرار از بحران هستیم محسوب می شود. البته در زمان بحران راه حل منحصر بفردی برای رفع مشکلات وجود ندارد. با توجه به اثرات فعالیت اقتصادی کل می توان گفت صنعت نساجی سرستان یکی از بخشهای اقتصادی استراتژیک است و شاخه ای از اقتصاد موثر بر افزایش صادرات و غلبه بر بحران اقتصادی است چراکه بنگاههای کوچک و متوسط برخلاف بنگاههای بزرگ مکانیزم مقاومتری در برابر بحران اقتصادی دارند. توسعه کارآفرینی ابتکاری امکان اطلاعات سرمایه گذاری خصوصی بومی و توسعه بنگاههای کوچک و متوسط را فراهم می کند این بنگاهها شرایطی را برای توسعه محلی، تقویت دیدگاه مالکیت خصوصی و حل مسائل بزرگ اقتصادی خاص مانند بیکاری را ایجاد می کنند. در نتیجه بخشی از فعالیتهای ترویج مزایای SMEهای بیشتر، تجربه مثبت کشورها در فرایند تحول موفق برای درک اهمیت ایجاد شبکه SMEها می بایست مورد مطالعه قرار گیرد.

### ویژگیهای توسعه ای پایه برای شرکتهای بخش نساجی می بایست شامل:

- تطبیق استراتژی که نوآوری و کارآفرینی توسعه ای را در SMEها شبیه سازی کند. این انطباق می بایست توسط بدنه های دولت انجام شود.
- ایجاد یک کمک هزینه خاص برای سرمایه گذاری در صنعت نساجی
- تشویق به سرمایه گذاری سبز در صنعت نساجی با جهت گیری صادرات به روسیه چرا که یک پروتکل برای تجارت آزاد بین سرستان و روسیه وجود دارد.
- ایجاد یک کمک هزینه پاداشی برای خرید کالاهای نساجی تولید شده در سرستان (تاسطح لغو VAT)
- بازسازی شرکتهای به سمت برپایی شرکتهای قدیمی مشترک و افزایش موقعیت بازار در افزایش بهره وری و رقابت پذیری
- استفاده از کانالهای توزیع موجود شرکتهای اتحادیه اروپا
- مساعدسازی شرایط صادرات شرکتهای توسط ایالت
- ترک جهتگیری انحصاری به کارهای کارمزدی
- تنوع تولیدی و جغرافیایی صادرات