

## زنجیره های تولید در ناحیه های صنعتی ایتالیا

### پیشگفتار

نزدیکترین مفهوم به «زنجیره تولید» در ایتالیا مفهوم ناحیه های صنعتی تخصصی<sup>1</sup> است از اینرو، جهت تکمیل رهگیری زنجیره تولید یک کالا در ایتالیا ناچاریم دامنه تحقیق خود را وسیعتر از یک شهرک صنعتی گسترش دهیم و به مفهوم ناحیه صنعتی که خود شامل چندین شهرک صنعتی می باشد، برسیم. ناحیه های صنعتی در ایتالیا عموماً از شرکت های کوچک و متوسط در یک حوزه خاص برای نمونه پوشاک یا کفش و ... تشکیل شده اند و در یک بستر تاریخی و اجتماعی و جغرافیایی شکل گرفته اند. این ناحیه ها عموماً به صورت یک شهرک یا مجتمع صنعتی محصور نیستند، بلکه بیشتر به صورت تمرکز صنایع مختلف از یک زنجیره تولید در گستره یک ناحیه جغرافیایی خاص مانند یک استان یا چندین شهرستان می باشند. بسیاری از ناحیه های صنعتی ایتالیا حاصل روند تاریخی پیشرفت یک فعالیت اقتصادی در یک ناحیه خاص می باشند که البته در سال های پس از جنگ جهانی دوم با سیاست گذاری دولتی این روند پیشرفت سرعت گرفته و سازماندهی شده تر به پیش رفته است.

تجربه ایتالیا در زمینه ناحیه های صنعتی تخصصی یکی از مهمترین الگوهای جهانی هست که در منابع علمی مورد بررسی قرار می گیرد. در قرن گذشته ایتالیا به کمک این الگوی تولیدی توانست از دیگر رقبا در بسیاری از زمینه ها پیشی بگیرد و صادرات خود را به طور چشمگیری افزایش دهد.

این گزارش دارای دو بخش اصلی می باشد. در بخش نخست تلاش شده است تا مفهوم ناحیه های صنعتی به طور خلاصه ولی دقیق توضیح داده شود. گفتنی است بسیاری از ادبیات صنعتی جهان در زمینه ناحیه های صنعتی تجربه ایتالیا را در این زمینه بررسی می کنند. در بخش دوم از این گزارش تاریخچه ای از شکل گیری ناحیه های

---

<sup>1</sup> Specialized Industrial Districts

صنعتی تخصصی و حمایت‌های قانونی دولت ایتالیا از این نواحی برای ارائه درک کلی از این مدل مدیریت تولید به خواننده محترم ارائه شده است. یکی از بخش‌های بسیار سودمند این گزارش فهرست ناحیه‌های صنعتی پوشاک و کفش در ایتالیا است. همچنین در ادامه ناحیه صنعتی پراتو که یکی از مشهورترین ناحیه‌های صنعتی ایتالیا در سطح جهانی است، معرفی شده است. در بخش پایانی گزارش گریزی به کشورهای در حال توسعه و بیان تفاوت‌های بنیادی در شکل‌گیری ناحیه‌های صنعتی ایتالیا با ناحیه‌های صنعتی در کشورهای در حال توسعه زده شده است. در تهیه این گزارش از منابع معتبر علمی و کتاب‌های نویسندگان پیشرو و مرجع ایتالیایی در این حوزه و همچنین مشاهدات عینی اینجانب در بازدید از چندین واحد تولیدی استفاده شده است. در پایان گزارش فهرست منابع مورد استفاده در تهیه این گزارش آورده شده است. اینجانب خواننده گرامی به ویژه تصمیم‌سازان و سیاست‌گذاران محترم وزارت صمت در این حوزه را بمنظور درک عمیق‌تری از سازوکار ناحیه‌های صنعتی در ایتالیا به مطالعه کامل کتاب اقتصادها و همکاری‌های بیرونی در ناحیه‌های صنعتی<sup>۲</sup> دعوت می‌نمایم.

---

<sup>2</sup> External Economies and Cooperation in industrial districts

## بررسی مفهوم ناحیه های صنعتی در منابع معتبر علمی

### ۱-۱) معرفی کلی ناحیه های صنعتی

ویژگی های روشن ناحیه های صنعتی در ادبیات علمی موارد زیر می باشند:

عوامل محلی و فضایی:

مجموعه ای از شرکت های عمدتاً کوچک و متوسط که در یک زمینه تخصصی فعالیت می کنند و در یک محدوده

جغرافیایی مشخص متمرکز شده اند.

عوامل اجتماعی و فرهنگی:

پیشینه فرهنگی و اجتماعی قوی و نسبتاً همگن که عوامل اقتصادی را به هم پیوند می دهد و گونه ای از منشور

اخلاقی کسب و کار نانوشته میان فعالان اقتصادی آن ناحیه را شکل می دهد.

عوامل سازمانی و اقتصادی:

مجموعه فشرده ای از روابط کاری افقی میان فعالان اقتصادی بر پایه داد و ستد های بازاری و غیر بازاری خدمات،

اطلاعات و دانش

عوامل نهادی و سیاست گذاری:

شبکه ای از نهاد های دولتی و بخش خصوصی که فعالان اقتصادی را درون یک ناحیه جغرافیایی پشتیبانی و

حمایت می کنند.

ویژگی های مذکور باعث بوجود آمدن نوعی هم افزایی اقتصادی در ناحیه های صنعتی می شوند که به آنها « آثار همکاری و اقتصادهای بیرونی<sup>۳</sup> » گفته می شود و افزایش بازده و کارایی کنش گران اقتصادی درون ناحیه و نیز افزایش ظرفیت نوآورانه درون ناحیه را در پی دارد.

### ۲-۱) عوامل محلی و فضایی:

ناحیه های صنعتی به عنوان یک مفهوم اقتصادی و یا یک موجودیت اجتماعی - سرزمینی شناخته می شوند. بنابراین فضا در تعریف ناحیه صنعتی گنجانده شده است و ناحیه صنعتی به عنوان افزایش چگالی محلی شبکه ای از ارتباطات میان فعالان اقتصادی در یک زمینه خاص تعریف می شود. افزون بر این، در ناحیه های صنعتی نزدیکی جغرافیایی همواره با تخصصی شدن زمینه فعالیت همراه است به گونه ای که مجموعه ای از شرکت های فعال در یک صنعت خاص و یا صنایع وابسته به آن در یک محدوده جغرافیایی خاص متمرکز می شوند. نزدیکی جغرافیایی به روشنی آثار مثبتی در کاهش هزینه های حمل و نقل و هزینه های داد و ستد دارد و باعث افزایش انتقال اطلاعات به صورت رو در رو در میان فعالان اقتصادی می شود.

در مورد ایتالیا یکی از مهمترین ویژگی های عوامل فضایی محلی ناحیه های صنعتی اینست که شهر های درون ناحیه های صنعتی عموماً شهر های کوچک می باشند و این باعث کاهش هزینه های کارگری و زمین، افزایش ارتباطات نزدیک میان بانک های محلی و صنایع و به هم پیوستگی اجتماعی و ایجاد فرهنگ مشترک می گردد.

### ۳-۱) عوامل فرهنگی و اجتماعی

بیشتر ناحیه های صنعتی ایتالیا از تبدیل ناحیه های روستایی به ناحیه های صنعتی در یک فرآیند پیوسته و تدریجی و با انتقال نیروی کار از روستا ها به صنایع این کشور شکل گرفته اند. این موضوع آثار مثبت اجتماعی را با خود به همراه داشته است. نخست آنکه در جوامع روستایی خانواده نقش بسیار مهمی در سازماندهی فعالیت های اقتصادی بازی می کرد و این ویژگی در دوران صنعتی شدن نیز باقی ماند و باعث شد که شغل های صنعتی تازه مانند شغل های پیشین روستائیان میان افراد خانواده از جمله زنان و نوجوانان تقسیم بشود. افزون بر این، در

---

<sup>3</sup> External Economies and cooperation effects

خانواده ها گونه ای از پشتیبانی و امنیت شغلی برای کارگران فراهم می شد و مهارت ها و تجربه های اندوخته شده از نسلی در یک خانواده به نسل دیگر منتقل می شد. دوم آنکه ریشه روستایی مشترک کارکنان ناحیه های صنعتی باعث می شد که گونه ای از فضای همگن اجتماعی و فرهنگی پدید آید که ارتباط میان کارگران و کارآفرینان در آن به آسانی و با درک مشترک بالا صورت می گرفت. همچنین ارتباط درون این ناحیه های صنعتی از طریق جابجایی اجتماعی نیز بیش از پیش آسان می شد، چرا که کارگران به راحتی می توانستند درون ناحیه از یک شرکت به شرکت دیگر تغییر شغل بدهند و یا از جایگاه کارگر به جایگاه کار آفرین بروند و پس از مدتی دوباره کسب و کار را تعطیل و به جایگاه کارگری بازگردند.

#### ۴-۱) عوامل اقتصادی و سازمانی

از جمله مهمترین عوامل اقتصادی و سازمانی قابل شناسایی در ناحیه های صنعتی موارد زیر می باشند:

۱- تخصصی شدن مهارت های تولیدی در سطح محلی: تولید تخصصی محلی<sup>۴</sup> باعث افزایش

چشمگیر تولید در سطح ملی و نگاه تولیدکنندگان به بازارهای بین المللی می شود.

۲- سطح بالای تقسیم کار بین شرکت ها: فرآیند تولید به چندین مرحله تقسیم می شود و هر یک از

شرکت ها بخشی از کار را بر عهده می گیرند. این موضوع باعث می شود که شرکت ها بتوانند از نیروی

کار و ماشین آلات بسیار تخصصی بهره ببرند که باعث افزایش کارایی و کاهش هزینه تولید می شود.

۳- وجود تعداد بالای فعالان محلی بدون وجود یک شرکت غالب یا پیشرو: رابطه میان شرکت

ها توازنی میان رقابت و همکاری است. رقابت به صورت افقی میان شرکت های برابر روی می دهد.

به بیان دیگر شرکتها دارای محصول یکسان و فعالیت همانند هستند. از سوی دیگر همکاری میان

شرکت ها و پیمانکاران جز آن ها و یا میان خود شرکت ها صورت می گیرد.

---

<sup>4</sup> Specialized local production

۴- وجود یک نظام کارآمد ارتباطات: ارتباط رو در رو میان فعالان اقتصادی که گردش اطلاعات درباره فناوری، بازار و تامین کنندگان را آسان می نماید و هزینه های داد و ستد را کاهش می دهد.

۵- وجود شبکه ای از فعالان اقتصادی: این شبکه کالاهای نهایی تولید شده را به بازار های مصرف می رسانند. یک مورد شناخته شده در این زمینه، ناحیه صنعتی پراتو است که در آنجا شبکه ای از واسطه ها<sup>۵</sup> سفارش های بین المللی را دریافت می کنند و سپس آن را میان تولید کنندگان محلی تقسیم می کنند.

#### ۱-۵) عوامل نهادی و سیاست گذاری:

یک پرسش کلیدی در زمینه ناحیه های صنعتی اینست که آیا می توان این ناحیه ها را در اثر یک برنامه اقتصادی به وجود آورد یا اینکه سیاست گذاری های اقتصادی تنها می توانند به رشد و توسعه این ناحیه ها کمک کنند؟

برخی از اقتصاددانانی که این موضوع را بررسی کرده اند<sup>۶</sup> بر این باورند که ناحیه های صنعتی را باید به دو فاز تقسیم کرد. در فاز نخست ناحیه های صنعتی که در مرحله آغازین رشد خود قرار دارند که تا حد زیادی به صورت خودکار صورت می گیرد. در فاز دوم نیاز به نوعی پشتیبانی نهادی و ستادی است که یا پیش از آن وجود نداشته است و یا کمتر دیده و احساس شده است.

با بررسی دیدگاه های اقتصاد دانان گوناگون می توان چنین نتیجه گرفت که گرچه نمی توان ناحیه های صنعتی را از ابتدا با سیاست گذاری ایجاد کرد، اما هنگامی که توده ای پویا<sup>۷</sup> از تمرکز مهارت ها و شرکت ها در یک ناحیه جغرافیایی وجود دارد، پشتیبانی نهادی و سیاست گذاری می تواند نقش پررنگی در رشد نوآوری و صنعتی داشته باشد. بنابراین در اولین گام باید ویژگی های نهاد ها و بازیگرانی که قرار است در ناحیه های صنعتی سیاست گذاری کنند، را مورد بررسی قرار دهیم. در مورد ایتالیا آنچه که باید حتماً به آن توجه داشته باشیم اینست که دست کم تا سال ۱۹۹۱ هیچ گونه مداخله ای از جانب دولت مرکزی در شکل گیری ناحیه های صنعتی وجود نداشته است و

<sup>5</sup> Impannatori

<sup>6</sup> Brusco (1990)

<sup>7</sup> Critical Mass

در این سال با تصویب قانون مربوطه، این ناحیه های صنعتی به رسمیت شناخته شدند. با این وجود، شواهدی وجود دارند که گویای این حقیقت هستند که رشد و گسترش ناحیه های صنعتی در ایتالیا از مجموعه ای از قوانین و مقررات ملی که تسهیلات، امتیازات و استثنائاتی را برای صنعتگران فعال در این ناحیه های صنعتی در نظر می گیرند، بهره فراوان برده اند.

مهمترین مداخله ها در ناحیه های صنعتی در ایتالیا همواره به صورت محلی بوده اند که دولت و بخش خصوصی را همزمان شامل می شده اند. یک نقش بسیار مهم در این زمینه را موسسات مالی محلی<sup>۸</sup> ایفا کرده اند که در سال های دهه هفتاد تقریباً در همه ایتالیا شکل گرفتند و هدف آنها ترویج و پشتیبانی بخش تولید محلی از راه مشوق های مالی بود. از آغاز دهه هشتاد این موسسات مالی محلی از ایجاد کسب و کارها در ناحیه مربوط به خود پشتیبانی کرده اند. ناحیه امیلیا رومانیا در این زمینه جالب ترین نمونه است چرا که آژانس توسعه محلی آن با نام ERVET از ایجاد شبکه گسترده ای از مراکز خدماتی پشتیبانی کرده است که برخی از آنها تنها برای یک بخش خاص می باشند. برای نمونه ATER برای صنعت نساجی و پوشاک، CERCAL برای صنعت کفش و CESMA برای تولید ماشین آلات کشاورزی. در ناحیه های صنعتی ایتالیا این مراکز خدماتی به همراه انجمن های کارآفرینان و صنعتگران به عنوان ارائه دهندگان خدمات عمومی شناخته می شوند.

درس بسیار مهمی که می توان از تجربه ایتالیا در شکل گیری ناحیه های صنعتی گرفت اینست که خدمات ارائه شده به این نواحی به ندرت توسط خود دولت ها ارائه می شوند. به طور خلاصه در مورد دخالت دولت ها در ایجاد ناحیه های صنعتی می توان گفت:

۱- ناحیه های صنعتی را نمی توان با یک سیاست از بالا به پایین ایجاد نمود. ناحیه های صنعتی ایتالیا و نیز

دیگر کشور های اروپایی همگی به صورت محلی و در یک روند تدریجی از پایین به بالا ایجاد شده اند.

۲- در بسیاری از موارد اتحادیه ها و انجمن های تاسیس شده توسط خود فعالان اقتصادی نقش به سزایی در

ارائه خدمات به این ناحیه های صنعتی داشته اند.

---

<sup>۸</sup> لازم است خواننده گرامی توجه داشته باشد که ایتالیا از بیست ناحیه تشکیل شده است و هنگامی که از موسسات مالی محلی سخن می رود، منظور موسساتی هست که درون یک ناحیه شکل می گیرند و خدمات ارائه می دهند.

۳- همکاری میان دولت و بخش خصوصی برای تعریف و شناسایی نیاز شرکت ها و پیاده سازی سیاست های نهادی یکی از راه های مناسب حمایت دولت است.

## بخش دوم:

# ناحیه های صنعتی در ایتالیا

## ۱-۲) تاریخچه ناحیه های صنعتی در ایتالیا

ناحیه های صنعتی در ایتالیا به عنوان بخشی از تلاش های این کشور در سال های پس از جنگ جهانی دوم در ایتالیای ویران شده از جنگ پدیدار شدند و در سال های دهه ۷۰ میلادی موجب رشد و شکوفایی اقتصاد این کشور شدند، اما بسیاری سرآغاز شکل گیری ناحیه های صنعتی را به نوشته های آلفرد مارشال نسبت می دهند. وی در اثر بسیار مهم خود به نام اصول اقتصاد<sup>۹</sup> از تجمع کارگران ماهر در یک محیط محلی و کارکردن و معاشرت آنها با هم سخن می گوید. او ناحیه های صنعتی را به عنوان تجمع صنایع تخصصی در ناحیه های خاص معرفی می کند و بر ارتباط میان کسب و کار با پیشینه اقتصادی اجتماعی آن ناحیه تاکید می نماید. ناحیه های صنعتی مورد نظر مارشال از کسب و کارهای کوچک خصوصی تشکیل شده اند و ارتباط میان این کسب و کارها بیشتر با کسب و کارهای دیگر همان ناحیه است و ارتباط چندانی با فضای خارجی وجود ندارد. در این فضای صنعتی کارگران به آسانی از شرکتی به شرکت دیگر منتقل می شوند و بنابراین یک اجتماع صنعتی با دانش یکنواخت و پایدار پدید می آید. پس از جنگ جهانی دوم ایتالیا نیز مانند دیگر بخش های اروپا در شرایط بد اقتصادی قرار داشت. برای جلوگیری از تکرار اشتباه جنگ جهانی اول که در پی آن کشور های شکست خورده دچار وخامت اوضاع اقتصادی شدند و به اعتقاد بسیاری همین باعث شکل گیری جنگ جهانی دوم شد، برنامه های توسعه اقتصادی در نظر گرفته شدند. بخشی از برنامه های توسعه اقتصادی ایتالیا ناحیه های صنعتی مارشالی<sup>۱۰</sup> بودند. نمونه های آغازین این ناحیه های صنعتی از مدل های صنعتگری سنتی پیروی می کردند. در این مدل شرکت های صنعتی کوچک کالاها را برای

<sup>9</sup> Principles of Economics

<sup>10</sup> Marshallian Industrial Districts



بازار محلی تولید می نمودند، اما کم کم دریافتند که بسیاری از این شرکت های کوچک به ویژه در جنوب ایتالیا از کارآیی و بهره وری کمتری نسبت به شرکت های نسبتاً بزرگتر در شمال ایتالیا برخوردار بودند و در سایه آنها قرار می گرفتند. در سال های دهه ۷۰ میلادی ایتالیا نیز مانند دیگر بخش های اروپا با بحران نفت و رکود اقتصادی ناشی از آن روبرو شد. در پی این بحران مدل ناحیه های صنعتی به تکامل رسید و با دقت بیشتری پیاده سازی شد. در پایان دهه شصت و به ویژه در سال های آغازین دهه هفتاد ناحیه های مرکزی و شمالی ایتالیا دستخوش یک فرآیند صنعتی سازی سریع شدند که بر پایه شرکت های کوچک و متوسط قرار داشت که در ناحیه های صنعتی محلی قرار داشتند. در این میان، شرکت های کوچک و متوسط ایتالیایی در ناحیه های صنعتی دریافتند که با تکیه بر مهارت خود، توانایی تولید کالاهایی که بتوانند در بازار جهانی رقابت کنند را داشتند و افزون بر این هزینه کارگر در آن برهه زمانی در ایتالیا پایین بود و این امر یک مزیت رقابتی برای آنها ایجاد می نمود. همچنین این شرکت ها کم کم دریافتند که عوامل اجتماعی و فرهنگی ذاتی ناحیه های صنعتی مانند ارزش های مشترک، اعتماد دو سویه و ... امکان ایجاد یک توازن بسیار عالی میان حس رقابت و همکاری را فراهم می آورد که شرکت های بزرگ در آن زمان از آن بی بهره بودند. در نتیجه این توسعه صنعتی، نواحی خاصی در شمال و مرکز ایتالیا به نواحی با سطح بالای درآمد و استاندارد های بالای زندگی تبدیل شدند. در این شرایط یک حس همبستگی اجتماعی تازه به وجود آمد و آمار جرم و جنایت و بیکاری نیز در این مناطق پایین آمد.

## ۲-۲) تاریخچه ناحیه های صنعتی در زمینه صنعت کفش ایتالیا

در آغاز دهه شصت میلادی صنعت کفش ایتالیا در اروپا جایگاه چهارم را پس از فرانسه، بریتانیا و آلمان داشت. در آن زمان تولید کفش در این کشور مختص مصرف داخلی بود و بیشتر تولید کنندگان شرکت های کوچک و متوسط بودند. در سه دهه پس از آن، جغرافیای تولید کفش در اروپا به شدت تغییر کرد و تولید آن در فرانسه، آلمان و انگلیس به شدت کاهش یافت و همزمان در ایتالیا رشد بسیار چشمگیری پیدا نمود. این رشد از همان سال های دهه شصت آغاز شد و تا سال ۱۹۸۵ به طور پیوسته ادامه یافت. صادرات کفش از ایتالیا که در سال های آغازین دهه ۵۰ میلادی نزدیک به ۳٫۷ درصد از تولید بود در ۱۹۷۰ به ۶۳ درصد و در ۱۹۸۵ به ۸۳ درصد و در ۱۹۹۳ به ۸۴ درصد از کل تولید رسید.

در نخستین فاز از این پیشرفت چشمگیر، ایتالیا از مزیت هزینه نیروی کار ارزانتر برای رشد بهره برد. اما پس از آن، تخصصی شدن نظام تولید کفش ایتالیا و شکل گیری چرخه های تولید<sup>۱۱</sup> و وجود شبکه ای از شرکت های به هم پیوسته<sup>۱۲</sup> که مواد خام و نهاده های تولید را برای این بخش تامین می کردند، مهمترین عامل رشد و پیشرفت این صنعت در ایتالیا گردید. سازماندهی تولید میان تولید کنندگان و تامین کنندگان در چند ناحیه تخصصی به صنعت کفش ایتالیا این امکان را داد که تا حد بالایی نسبت به تغییرات بازار انعطاف پذیر و انطباق پذیر گردد. بنابراین در بازار های بین المللی شرکت های کفش ایتالیایی به عنوان شرکت هایی بسیار قابل اعتماد که می توانند هر سفارشی را به سرعت تهیه کنند، شناخته شدند و به همین دلیل توانستند به سرعت سهم صادرات خود را افزایش دهند. پس از این دوران، بسیاری از کشور های دیگر از جمله اروپایی هایی مانند اسپانیا و پرتغال و یوگوسلاوی سابق و نیز کشور های در حال توسعه ای مانند برزیل، چین و هندوستان نیز سهم خود را در بازار افزایش دادند و به رقیب های جدی برای ایتالیا تبدیل شدند. بنابراین صنعت کفش ایتالیا در رویارویی با این چالش تلاش نمود تا با تکیه بر مد و طراحی های ویژه بخش عمده ای از بازار را هدف بگیرد و محصولات خود را از چنگال انعطاف قیمتی<sup>۱۳</sup> برهاند. در گذار از دهه هشتاد به دهه نود به گواهی آمار صادرات ایتالیا در بخش کفش های با قیمت پایین و متوسط به شدت کاهش یافته است و در مقابل صادرات در بخش کفش های با قیمت بالا به شدت افزایش یافته است. علت این چالش در برابر صنعت کفش ایتالیا به طور حیرت انگیزی همان امتیاز نیروی کار ارزانتر است که در سالهای نه چندان دور باعث آغاز رشد سریع صنعت کفش ایتالیا شده بود.

## ۲-۳) اصلی ترین زمینه های شکل گیری ناحیه های صنعتی در ایتالیا

تمرکز صنایع و نوع محصول در ناحیه های صنعتی عموماً به عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بستگی دارد که در آن ناحیه ریشه دارند. اغلب نواحی صنعتی ایتالیا بخشی از چهار زمینه صنعتی<sup>۱۴</sup> ذیل هستند که به عنوان زمینه های شاخص «ساخت ایتالیا» شناخته می شوند.

<sup>11</sup> Production Cycles

<sup>12</sup> Back-ward linked firms

<sup>13</sup> Price Elasticity

<sup>14</sup> این چهار زمینه صنعتی در ایتالیا که به عنوان ۴A شناخته می شوند

۱- پوشاک و مد

۲- مبلمان و لوازم خانگی

۳- خوردنی ها و نوشیدنی ها

۴- ماشین آلات و محصولات مهندسی

در سال ۲۰۱۴ نزدیک به ۲۸۷ ناحیه صنعتی در ایتالیا وجود داشتند. گرچه این ناحیه ها در سرتاسر ایتالیا پراکنده هستند اما بیشتر آنها در بخش های شمالی و مرکزی این کشور واقع شده اند. ناحیه های صنعتی در حال حاضر نیز یکی از مهمترین بخش های اقتصاد ایتالیا هستند و بیش از ۲۷ درصد از GDP ایتالیا و نزدیک به ۸۰ میلیارد دلار از صادرات این کشور مستقیماً حاصل فعالیت این ناحیه های صنعتی است. این مدل توسعه اقتصادی مورد تحسین بسیاری از اقتصاد دانان و صنعتگران واقع شده است و بسیاری از کشور ها تلاش داشته اند تا از مدل ناحیه های صنعتی ایتالیا الگو برداری کنند. از آن جمله می توان به بازدید بیل کلینتون از شرکت های کوچک و متوسط ناحیه مودنا و امیلیا رومانیا در زمانی که فرماندار آرکانزا بود، نام برد.

## ۲-۴) زیربنای قانونی ناحیه های صنعتی در ایتالیا

مهمترین قانونی که در زمینه ناحیه های صنعتی در ایتالیا وجود دارد قانون شماره ۳۱۷/۱۹۹۱ با عنوان قانون پشتیبانی از نوآوری و گسترش شرکت های کوچک<sup>۱۵</sup> است. ماده ۳۶ این قانون به طور خاص مربوط به شناسایی و حمایت از ناحیه های صنعتی می باشد.<sup>۱۶</sup> این قانون را برخی نخستین دخالت مستقیم دولت مرکزی ایتالیا در شکل گیری و پشتیبانی از ناحیه های صنعتی می دانند.

- 
- 1 Abbigliamento - Moda
  - 2 Arredo - Casa
  - 3 Allimentari e Bevande
  - 4 Automazione e Meccanica

<sup>15</sup> interventi per l'innovazione e lo sviluppo delle piccolo imprese

<sup>16</sup> Individuazione dei distretti industriali e dei sistemi produttivi locali manifatturieri

## ۲-۵) ویژگی های برجسته ناحیه های صنعتی در ایتالیا

- ساختار کسب و کار بر پایه شرکت های کوچک خصوصی که دارای مالکان محلی هستند، می باشد
- برای هر مرحله از فرآیند تولید، اجتماعی از شرکت های کوچک وجود دارد
- داد و ستد بالایی میان شرکت های درون ناحیه وجود دارد
- مهمترین تصمیمات مربوط به سرمایه گذاری به صورت محلی گرفته می شوند
- قراردادهای بلند مدت همکاری و فروش میان تامین کنندگان و خریداران محلی وجود دارد
- میزان همکاری و پیوند میان شرکت های ناحیه صنعتی و شرکت های بیرون از ناحیه صنعتی بسیار کم است
- نزدیکی فیزیکی شرکت های درون ناحیه باعث به وجود آمدن سر ریز مثبت می شود
- انتقال دانش، ایده ها و اطلاعات میان شرکت های درون ناحیه صورت می گیرد
- کارگران ناحیه به آن ناحیه عرق و علاقه شدید دارند
- کارگرا می توانند از یک شرکت به شرکت دیگر در همان ناحیه جابجا شوند
- معمولا مهاجرت کارگران به بیرون از ناحیه بسیار اندک است
- بسیار رایج است که خریداران و تامین کنندگان کارمندان خود را با هم تبادل می کنند و از این طریق انتقال دانش و فناوری بین شرکتهای مستقر در یک ناحیه صورت می گیرد
- میزان همکاری میان شرکت های رقیب بسیار بالا هست و از این راه میزان ریسک کاهش می یابد
- درصد بالایی از کارگران در زمینه نوآوری و طراحی کار می کنند
- منابع تخصصی تامین مالی، کمک های فنی و خدمات مرتبط با کسب و کار در درون ناحیه و بیرون شرکت ها وجود دارند
- جامعه محلی در طول زمان مجموعه ارزش های مشترکی را ایجاد و باور کرده اند
- نقش دولت محلی در تنظیم مقررات و ترویج و تسهیل فعالیت صنایع اصلی پررنگ است
- نظام ارزش های همگون در زمینه اخلاق کار و نقش خانواده وجود دارد

- اتحادیه ها و انجمن های کارگری نیرومند وجود دارند که زیر ساخت مشترکی برای آموزش مدیریت، بازاریابی و کمک های فنی و مالی فراهم می کنند.

## ۲-۶) افول مقطعی ناحیه های صنعتی در ایتالیا

از سال های آغازین دهه هفتاد میلادی قرن گذشته ایتالیا به ناحیه های صنعتی به عنوان یک موتور محرکه برای توسعه اقتصاد های محلی و نیز گسترش کسب و کار های کوچک تکیه داشته است و همین موضوع به ایتالیا کمک نموده است تا به یکی از صادرکنندگان پیشرو در مقیاس جهانی تبدیل شود. ناحیه های صنعتی ایتالیا در سال های دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی نشان دادند که چگونه کسب و کار های کوچک و متوسط می توانند عملکرد موفقیت آمیزی داشته باشند و نیز در سطح جهانی به رقابت بپردازند. از پس این فرآیند، نوعی از کسب و کار و مدیریت فضای صنعتی در ایتالیا پدید آمده است که در ادبیات علمی با نام «ایتالیای سوم»<sup>۱۷</sup> شناخته می شود. ویژگی روشن این فضا آن است که صنایع کوچک که با ادغام افقی و غیر رسمی کسب و کار های کوچک شناخته می شوند، کالاهایی را تولید کردند که به بازارهای جهانی صادر شدند. اما از آغاز سال های دهه ۹۰ موفقیت ناحیه های صنعتی ایتالیا رو به افول گذاشت. شرکت های بزرگ دست به کار تولید خودکار و هر چه بیشتر مکانیزه زدند و با این تغییرات بازده و انعطاف پذیری خود را افزایش دادند. در حالی که شرکت های کوچک و متوسط مستقر در ناحیه های صنعتی به دلیل محدودیت های مالی توان گذار به این فناوری های نوین را نداشتند. در این میان شرکت های نوپا در عرصه های جهانی نیز میزان رقابت برای تولید کالاها با قیمت پایین را افزایش دادند. در همین شرایط، انعقاد پیمان ماستریخت و پذیرش واحد پول مشترک میان کشور های اروپایی باعث کاهش ارزش پول ملی و افزایش هزینه های تولید در ایتالیا شد. همه این عوامل در کنار ساختار اداری به شدت بروکراتیک ایتالیا که اجازه پاسخ سریع به تغییرات را نمی داد، باعث از دست رفتن مزیت های رقابتی ناحیه های صنعتی در ایتالیا شد. شرکت های مستقر در ناحیه های صنعتی روز به روز گردش مالی و موقعیت های شغلی خود را از دست می دادند. دو ناحیه از مهمترین ناحیه های صنعتی ایتالیا که از این فرآیند آسیب جدی دیدند پراتو و کومو می باشند که اولی در این

---

<sup>17</sup> Third Italy

بحران دو هزار شغل و دومی بیش از ۲۵ درصد از گردش مالی خود را از دست دادند. در پی آن بحران، صادرات ایتالیا به جهان نیز دستخوش کاهش شدیدی شد.

## ۲-۷) معرفی ناحیه صنعتی پوشاک پراتو

ناحیه پوشاک پراتو ۱۲ شهرستان را در بر می گیرد که در میان استان های پراتو ( شهر های پراتو، کانتاگالو، کارمینیانو، مونته مورولو، پوجوا کاییانو، وایانو و ورنینو )، استان پیستویا ( شهر های آلیانا، مونتاله، کواراتا) و استان فلورانس ( شهر های کاندنزانو و کمپی بیزنتزیو) قرار دارند. این ناحیه در کل مساحتی حدود ۷۰۰ کیلومتر مربع و جمعیتی حدود ۳۰۰ هزار نفر را در بر می گیرد. در خصوص پراتو، مرز های جغرافیایی این ناحیه همچنین توسط دولت محلی منطقه توسکانی در مصوبه شماره ۶۹ تاریخ ۲۱ فوریه سال ۲۰۰۰ میلادی مشخص شده و مورد توافق قرار گرفته است.

## فعالیت های تخصصی ناحیه صنعتی پراتو

پراتو یکی از بزرگترین ناحیه های صنعتی در ایتالیا و یکی از مهمترین مراکز تولیدی در سطح جهان برای تولید محصولات زیر است:

پارچه های نخی و پشمی، پارچه های مورد نیاز برای صنعت پوشاک، انواع پارچه ها و الیاف صنعتی، انواع پوشاک مردانه و زنانه، انواع پشم و پنبه، انواع الیاف مصنوعی، و نیز صنعت مد. از نکات جالب در مورد این ناحیه اینست که بیش از ۵۰ درصد از تولیدات آن به بیش از ۱۰۰ کشور جهان صادر می شوند. اطلاعات آماری از فعالیت های این ناحیه صنعتی در جدول زیر آمده است.

درصد تغییر نسبت به سال	۲۰۱۳		
شمار شرکت ها	۸۲۰۲	-	۰,۹۳
شمار شرکت های با کمتر از ۵۰	۶۶۷۰	-	۲,۶۷

		کارگر
۲,۳۲-	۳۱۸۰۸	تعداد کل کارگران در این ناحیه
۷,۶۵	۲۰۹۳	ارزش صادرات (میلیون یورو)
<b>آمار کلی از ناحیه صنعتی پراتو</b>		

### تاریخچه شکل گیری ناحیه صنعتی پراتو

پراتو یکی از نواحی ایتالیای مرکزی به سمت شمال شرق ( آنچه که اصطلاحاً ایتالیای سوم نامیده می شود) است که در آنجا مهارت های صنعتگرانی که قدمت چند صد ساله دارند با رشد صنعتی مدرن آمیخته شده است. این ناحیه که در آغاز قرن بیستم شکل گرفته است، در اثر فرآیند صنعتی سازی دست خوش شتاب بیشتری شد و در سال های دهه هفتاد میلادی ریشه های خود را مستحکم نمود. در طول این دوران توسعه پراتو تبدیل به یکی از مهمترین مراکز مد و صنعت نساجی اروپا شد. همچنین این ناحیه به عنوان مهمترین نمونه از سازماندهی تولید بر پایه مدلی که ناحیه های صنعتی خوانده می شوند، می باشد. یکی از مهمترین ویژگی های ناحیه های صنعتی و نیز ناحیه صنعتی پراتو تخصصی سازی و توزیع کار میان شرکت های کوچک است. این موضوع دارای ریشه های فرهنگی و اجتماعی نیز می باشد.

توسعه صنعت نساجی در پراتو دستخوش چندین مدل رقابتی بوده است که گرچه از نگاه بیرونی یک رشد خطی داشته است، اما در واقع یک مسیر ناپیوسته بوده است که دستخوش تغییرات راهبردی و نیز اصلاح سیاست ها شده است. این مدل های رقابتی نتیجه تطبیق با شرایط بیرونی بوده اند. اما همچنین به دلیل توانایی سیستم برای تولید ظرفیت کارآفرینی و نوآوری و در پی آن توانمندی های رقابتی تازه بوده است.

پراتو در قرن دوازدهم میلادی هنگامی که تولید پوشاک توسط صنف بازرگانان پشم مدیریت می شد آغاز به مهارت یافتن در صنعت نساجی کرد. ضعف سیاسی و اقتصادی که در ایتالیا در طول قرن شانزدهم و هفدهم میلادی تجربه شد، باعث افت فعالیت های نساجی شد که البته در سال ها پایانی قرن هجدهم تولید دوباره رونق گرفت. در ناحیه پراتو فعالیت های صنعتی در اواخر قرن نوزدهم با ورود سیستم های مکانیزه که مخترع محلی به نام جوانی

باتیستا ماتزونی کمک شایانی در معرفی آن داشت، آغاز شد. اوج گرفتن صنعتی در این ناحیه همچنین مدیون سرمایه گذاران خارجی مانند خانواده مایر از اتریش بود که شرکتی را ایجاد کردند که برای دهه ها دوام یافت و در ایتالیا به عنوان فابریکونه که به معنی کارخانه بزرگ است، شناخته می شد.

یکی از عوامل کمک کننده به توسعه این صنعت همچنین قیمت پایین پشم بود که در اثر افزایش تولید و بازیابی پشم از لباس های کهنه و ضایعات صنعتی بود. اساساً تا جنگ جهانی دوم صنعت نساجی پراتو به دو مدار تولید تقسیم شده بود. یکی بر پایه شرکت های بزرگ (نسبت به پراتو) که عموماً تولیدات استاندارد مانند انواع پتو های نظامی و قالیچه ها و غیره را برای بازار های فقیر تر تولید می کردند و دیگری گروه هایی بودند از شرکت هایی که در واقع به صورت پیمانکار جزء برای تولید در بازار فعالیت می کردند. پس از جنگ جهانی دوم تا سال های آغازین دهه ۵۰ تولیداتی که برای بازار های فقیر تر بودند، به سرعت ناپدید شدند و شرکت های بزرگ نیز به سرعت از بین رفتند. سیستم تولید دستخوش یک روند تکاملی سریع شد و کار تولید به طور گسترده ای میان شرکت های کوچک تقسیم شد. به این مفهوم اصطلاحاً ناحیه صنعتی می گویند.

در این فضا دو دسته شرکت وجود داشتند. یک شرکت های پیمانکاری که عمل اصلی تولید را انجام می دادند و دوم شرکت هایی که در زمینه سازماندهی فروش و بازاریابی فعالیت داشتند. این مدل بر پایه ناحیه با بسیاری از جنبه های نظام پیشین تولید همخوانی داشت، اما به طور خاص با ساختار جدید بازار هماهنگ بود. در این میان، مدل کسب و کار شاید تغییر زیادی نکرده بود اما به دلیل نوآوری ها از جمله تولید نایلون محصولات تولیدی رقابتی تر بودند.



## ۲-۸) فهرست ناحیه های صنعتی ایتالیا در زمینه پوشاک و کفش

نکته ای که پیش از هر چیز باید به آن توجه داشت، آنست که در ایتالیا ناحیه های صنعتی را عموماً در چهار دسته کلی که به نام ۴A شناخته می شوند، دسته بندی می کنند. کفش و پوشاک هر دو در گروه کلی ناحیه های صنعتی پوشاک و مد دسته بندی می شوند. معمولاً ناحیه های صنعتی که در زمینه کفش فعالیت دارند به روشنی از ناحیه های صنعتی که در زمینه پوشاک فعالیت دارند، قابل شناسایی و تفکیک می باشند، گرچه در چند مورد ناحیه های صنعتی همزمان در زمینه کفش و پوشاک فعال هستند.

### نام ناحیه صنعتی      زمینه فعالیت و تولیدی      محدوده جغرافیایی      اطلاعات آماری

۲۶۲۹	تعداد شرکت ها	میان استان پادوا و ونیز و به	در این ناحیه صنعتی	ناحیه صنعتی
۱۷۳۶	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	ویژه در محدوده ریویرا دل برنتا	بیشتر کفش های زنانه برای مهمترین برند های کفش ایتالیایی تولید می شود و بیش از ۹۱ درصد از تولیدات این ناحیه صنعتی صادر می شود.	کفش ریویرا دل برنتا
۱۴۳۲۵	تعداد کل کارکنان			
۱۳۵۲	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۷۰۲	تعداد شرکت ها	استان ونیز و رویگو	تولید انواع فرآورده های نساجی	ناحیه صنعتی پوشاک شرقی
۱۱۳۹	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۶۶۳۲	تعداد کل کارکنان			
۲۸۹	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۴۷۴	تعداد شرکت ها	استان ویچنزا در شهر های اسکویو، تینه و ولدنیو	مراحل گوناگون صنعت نساجی و تولید لباس.	ناحیه صنعتی اسکویو - تینه -
۱۰۴۶	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			

۱۳۱۵۲	تعداد کل کارکنان		بسیاری از برند های معتبر جهانی بخشی از تولیدات خود را از این ناحیه تامین می کنند که از آن دست می توان از دیور، مونکلر، گوچی و ... نام برد.	ولدنیو
۱۷۰۰	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۲۶۴	تعداد شرکت ها	استان های سبینا و توککا،	تولید انواع کالاهای چرمی	ناحیه صنعتی
۱۸۲	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	و تا حدودی استان	لوکس	چرم
۱۴۱۶	تعداد کل کارکنان	گروستو		کستنیانو
۱۱	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۶۵۲	تعداد شرکت ها	استان پروجا در اومبریا	تولید انواع پوشاک بافت و کشمیر و دیگر انواع پوشاک گرانقیمت	ناحیه صنعتی
۱۱۴۷	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			پوشاک پروجا
۸۴۴۶	تعداد کل کارکنان			
۴۰۶	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۲۷۵۲	تعداد شرکت ها	این ناحیه صنعتی در محدوده ای به وسعت نزدیک به ۱۶۰ کیلومتر مربع در برگیرنده ۲۳ شهر که در کاسترا و ناپلی می باشند قرار دارد.	تولید انواع پوشاک و کفش های مردانه و نیز زنانه	ناحیه صنعتی
۱۱۶۲	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			کفش ناپلی
۹۱۶۴	تعداد کل کارکنان			
۳۶۶	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۹۵۲	تعداد شرکت ها	این ناحیه در برگیرنده ۲۳	تولید انواع کفش های	ناحیه صنعتی

۵۱۸	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	شهرستان در منطقه پولیا می شود که عموماً منطقه ی جنوب شرقی لچچه قرار گرفته اند.	چرمی کلاسیک مردانه	کفش کاسارانو
۴۰۶۹	تعداد کل کارکنان			
۷۰	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۵۳۷	تعداد شرکت ها	قسمت شمال غربی ناحیه ابروتزو در استان ترامو. در این ناحیه صنعتی ۲۰ شهر قرار دارند.	در این ناحیه از دوران باستان صنعت نساجی از کشت کف تا تبدیل آن به پوشاک رواج داشته است. کشت پنبه بیشتر در ترامو انجام می شود.	ناحیه صنعتی پوشاک و نساجی ویبراتا، توردینو و وومانو
۹۱۷	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۶۳۶۰	تعداد کل کارکنان			
۱۸۹	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۵۹۸	تعداد شرکت ها	شهر های اوربانیای سنت انجلو این وادو، دره ی چزانو	انواع پارچه های جین	ناحیه صنعتی پوشاک و نساجی اوربانیای
۹۸۹	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۸۶۴۷	تعداد کل کارکنان			
۴۱۱	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۵۸۶	تعداد شرکت ها	چیویتا نووا مارکه، مونته کوزارو، پوتنتزا پیچنا	تولید چرم و کفش های چرمی ( همه گروه های کفش و همه اجزای کفش در این ناحیه تولید می شوند)	ناحیه صنعتی چرم و کفش چیویتا نووا - مارکه
۱۰۶۶	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۹۰۰۸	تعداد کل کارکنان			
۶۱۹	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۳۱۷۴	تعداد شرکت ها	استان های فرمو و ماچراتا در ناحیه مارکه	این ناحیه صنعتی بزرگترین مرکز تجمع	ناحیه صنعتی چرم فرمو
۲۳۷۵	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			

۱۹۵۸۲	تعداد کل کارکنان		شرکت های تولید کفش و	
۱۴۱۵	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)		چرم در ایتالیا است کفش های مردانه، زنانه و بچگانه در این ناحیه تولید می شوند.	
۷۱۲۱	تعداد شرکت ها	این ناحیه ده شهر را در	تولید انواع کالا های	ناحیه صنعتی
۵۰۳۳	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	منطقه ی مرکزی توسکانی در بر می گیرد	چرمی از کفش گرفته تا پالتو و کت و ...	کفش و لوازم جانبی چرمی امپولی
۲۹۰۳۴	تعداد کل کارکنان			
۴۵۵۴	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۸۰۲۲	تعداد شرکت ها	در برگیرنده ۱۲ شهر در	یکی از بزرگترین ناحیه	ناحیه صنعتی
۶۶۷۰	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	استان های پراتو، پیستویا و فلورانس	های صنعتی ایتالیا است و یکی از مهمترین مراکز تولید پوشاک و مراحل گوناگون صنعت نساجی است.	پوشاک پراتو
۳۱۸۰۸	تعداد کل کارکنان			
۲۰۹۳	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۵۸۲	تعداد شرکت ها	شهر های سن ماورو	تولید انواع کفش های با کیفیت متوسط به بالا	ناحیه صنعتی کفش سن ماورو پسکولی
۳۹۷	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	پسکولی، سوینیانو سول روبیگونه، گتئو		
۴۴۸۴	تعداد کل کارکنان			
۴۶۴	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۳۵۷	تعداد شرکت ها	این ناحیه صنعتی بیش از	تولید انواع کفش و پوشاک ورزشی	ناحیه صنعتی مونته بللونا
۹۰۲	تعداد شرکت های	۳۲۰ کیلومتر مربع و ۲۲		

	کوچک تر از ۵۰ نفر	شهر را در بر می گیرد		اسپرت سیستم
۱۰۳۵۷	تعداد کل کارکنان			
۱۶۱۳	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۲۱۵۸	تعداد شرکت ها	این ناحیه هشت شهر از ناحیه پاویا در لمباردی را در بر می گیرد	تولید انواع کفش و محصولات چرمی تولید انواع ماشین آلات مور نیاز در صنعت کفش و چرم	ناحیه صنعتی ویگوانو
۱۴۴۲	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۲۲۳۳	تعداد کل کارکنان			
۱۰۴۳	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۶۲۲۵	تعداد شرکت ها	منطقه ای به وسعت ۱۲۴ کیلومتر مربع در شمال میلان تا مرز سوییس شامل ۹ شهر	انواع پوشاک و لوازم جانبی و صنایع نساجی	ناحیه صنعتی پوشاک گلر تزه
۳۳۱۲	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۳۲۳۳۵	تعداد کل کارکنان			
۴۱۹۳	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۲۹۴	تعداد شرکت ها	ناحیه صنعتی ولکاولینا اویو که شامل ۲۳۰ کیلومتر مربع و ۲۶ شهر در استان های برگامو و برشا می شود. و ناحیه صنعتی والسریانا که دربرگیرنده ۱۲۰ کیلومتر مربع و ده شهر در استان برگامو می شود.	پوشاک، صنعت نساجی و چرم	ناحیه صنعتی برگاماسکا ولکاولینا اویو
۹۶۸	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۲۱۰۶	تعداد کل کارکنان			
۸۷۰	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			

۴۵۵	تعداد شرکت ها	ناحیه ای به مساحت ۱۷۰	کفش و چرم	ناحیه صنعتی کفش ولدینیوله
۳۱۱	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	کیلومتر مربع در شمال توسکانی		
۲۲۸۰	تعداد کل کارکنان			
۱۷۳	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۴۶	تعداد شرکت ها	کل استان بلونو	انواع عینک و تجهیزات مربوط به عینک	ناحیه صنعتی دل اککیال دی بلونو
۵	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۸۸	تعداد کل کارکنان			
۴	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۴۴۷	تعداد شرکت ها	منطقه کومو	پوشاک و صنعت نساجی	ناحیه صنعتی سریکو کوماسکو
۹۱۰	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۴۵۵۰	تعداد کل کارکنان			
۱۴۷۶	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۳۳۱	تعداد شرکت ها	استان های برشا، کرمونا و مانتوا	کفش و ماشین آلات مربوطه	ناحیه صنعتی کفش و پوشاک کاستل گفردو
۹۶۹	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۲۵۲۷	تعداد کل کارکنان			
۸۴۵	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۶۷۷	تعداد شرکت ها	ده شهر از استان برشا و دو	پوشاک	ناحیه صنعتی بسا بریشانا
۱۲۱۶	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر	شهر از استان کرمونا جمعا		

۹۷۱۹	تعداد کل کارکنان	مساحتی بیش از ۲۱۰ کیلومتر مربع.		
۴۵۹	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو )			
۱۰۱۶	تعداد شرکت ها	استان ویچنزا	چرم و دباغی	ویچنتینو دلا کونچا
۶۵۲	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۱۱۳۶	تعداد کل کارکنان			
۲۴۰۱	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو )			
۱۰۷۴	تعداد شرکت ها	بخش های غربی و شرقی استان ورونا شامل چندین شهر	تولید انواع کفش زنانه و مردانه و چرم و ودباغی	ناحیه صنعتی کفش ورونزه
۶۳۰	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۶۱۷۶	تعداد کل کارکنان			
۱۱۷۲	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو )			
۴۳۸	تعداد شرکت ها	درون مثلث فلورانس (چهار شهر) ، ارتزو ( نه شهر)، سینا	تولید چرم و کفش	ناحیه صنعتی چرم و کفش ولدرنو
۳۰۵	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۶۳۴۰	تعداد کل کارکنان			
۷۷۴	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو )			
۷۱۰	تعداد شرکت ها	استان ارتزو	پوشاک و نساجی	ناحیه صنعتی پوشاک و نساجی چزنتینو - ول تیرینا
۴۸۹	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۴۸۰۱	تعداد کل کارکنان			
۳۴۹	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو )			

۱۹۲۲	تعداد شرکت ها	استان پیزا و فلورانس به طور کلی در برگیرنده ناحیه به مساحت ۳۳۰ کیلومتر مربع	چرم و دباغی و کفش	ناحیه صنعتی سننا کووره سول ارنو
۱۲۶۳	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۰۹۴۲	تعداد کل کارکنان			
۹۹۱	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۲۶۵۶	تعداد شرکت ها	چندین شهر در شمال ناحیه پولیا	همه گروه های کفش از زنانه و مردانه و بچه گانه	ناحیه صنعتی بارلتتا
۹۱۷	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۰۴۹۰	تعداد کل کارکنان			
۴۶۰	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۴۵۶۲	تعداد شرکت ها	منطقه ای به مساحت کلی ۱۱۰ کیلومتر مربع در برگیرنده نه شهر در استان ناپلی	پوشاک و مراحل گوناگون صنعت نساجی	ناحیه صنعتی سن جوزپه وزوویانو
۲۳۸۷	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۰۵۴۳	تعداد کل کارکنان			
۵۲۹	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			
۱۶۷۳	تعداد شرکت ها	این ناحیه یکی از مهمترین مراکز جهانی در زمینه صنعت نساجی است و در ناحیه به مساحت نزدیک به ۹۰۰ کیلومتر مربع در شمال پیمونت قرار دارد.	صنعت پوشاک و نساجی و تولید ماشین آلات مربوط به این صنایع	ناحیه صنعتی پوشاک بیه لا
۱۰۰۰	تعداد شرکت های کوچک تر از ۵۰ نفر			
۱۸۳۹۳	تعداد کل کارکنان			
۲۰۹۸	میزان صادرات سالانه ( میلیون یورو)			



## تفاوت‌های اساسی بین ناحیه های صنعتی در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه

بر اساس پژوهش های صورت گرفته ناحیه های صنعتی به همان صورتی که در کشورهای توسعه یافته وجود دارند با شمار کمتر در کشورهای در حال توسعه نیز قابل شناسایی هستند. بدین معنی که در این کشورها نیز می توان گرد آمدن شرکت هایی در یک زمینه تخصصی را در یک محدوده جغرافیایی مشاهده نمود، اما به روشنی این ناحیه های صنعتی از کارآیی لازم و نیز توده پویای لازم برای اوج گرفتن و کمک به توسعه اقتصادی منطقه برخوردار نیستند. برخی از کاستی های این ناحیه ها در کشورهای در حال توسعه عبارتند از:

### ۱- محیط اجتماعی نامساعد

نقش عوامل اجتماعی - فرهنگی در توسعه ناحیه های صنعتی در کشورهای در حال توسعه دست کم گرفته می شود و هنوز دانش کافی درباره آن در این کشورها وجود ندارد. در این شرایط عوامل فرهنگی اقتصادی که در اروپا منجر به شکوفایی و رشد ناحیه های صنعتی می شوند در برخی موارد در کشورهای در حال توسعه به مانعی در این راه تبدیل می شوند. یک نمونه در این زمینه ناحیه صنعتی اگرآ در هندوستان است که در زمینه کفش فعال است و شکاف های فرهنگی میان جمعیت هندو و جمعیت مسلمان مانع از هم افزایی و یکپارچگی فعالیت های اقتصادی و اوج گرفتن اقتصادی آن ناحیه می شود. البته یکی از نتایج جالب که از برخی پژوهش ها بدست آمده است، اینست که عوامل اجتماعی و فرهنگی در طول زمان تاثیر متفاوتی از خود برجای می گذارند و خود نیز دست خوش تغییر می شوند.

### ۲- عدم ناحیه بندی صنعتی

ناحیه های صنعتی و گردآمدن شرکت هایی که کالاهای یکسان یا همانند تولید می کنند به خودی خود دارای منافع اندک است. تنها در صورتی که میان این شرکت های نوعی تقسیم کار و تخصصی شدن تولید صورت بگیرد می توان انتظار منافع اقتصادی از جمله افزایش بهره وری و کارآیی را داشت. اما در زمینه میزان تقسیم کار در ناحیه های صنعتی در کشورهای در حال توسعه گاهی تقسیم کار در مراحل مختلف تولید میان تولید کنندگان

گوناگون با مانعی مانند هزینه بالای داد و ستد<sup>18</sup> رو به رو می شود. توسعه نیافتگی تامین کنندگان کیفیت پایین کالا های تولیدی آنها و قابل اعتماد نبودن تولیدات آنها باعث می شود که شرکت ها ادغام عمودی را به همکاری با شرکت های دیگر ترجیح دهند.

### منابع این پژوهش:

- 1- Carlo Pietrobelli, Prof. Michele Bagella, Dr. Leonardo Becchetti, The Competitive Advantage of Industrial Districts\_ Theoretical and Empirical Analysis
- 2- Giacomo Becattini, Fiorenza Belussi, Giorgio Gottardi, Enzo Rullani- The Technological Evolution of Industrial Districts
- 3- Giacomo Becattini\_ Marco Bellandi\_ Lisa De Propris- A Handbook of Industrial Districts-Edgar Elgar (2009)
- 4- Giulio Cainelli, Roberto Zoboli auth., Prof. Giulio Cainelli, Prof. Roberto Zoboli , The Evolution of Industrial Districts Changing Governance, Innovation and Internationalisation of Local Capitalism in Italy
- 5- Attilio Mucelli, Alessandra Micozzi, Arthur Rubens, Gary Jackson, A case study of Italy's Marche Region Industrial Districts: A model of transformation and change
- 6- Roberta Rabelloti, External Economics and cooperation in industrial districts
- 7- Osservatorio Nazionale distretti italiani, <http://www.osservatoriodistretti.org/>

---

<sup>18</sup> Transaction Cost