



فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۳، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۶، صفحات ۲۸-۹

طراحی و تبیین مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران

عباس منوریان

استاد مدیریت دولتی دانشگاه تهران

طیبه عباسی

استادیار مدیریت دولتی دانشگاه تهران

غلامرضا سلیمانی

استادیار مدیریت بازاریابی واحد علوم دارویی دانشگاه آزاد اسلامی

علی آقامحسینی فشمی^۱

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۶/۹/۱۷ - تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۱/۱۶)

چکیده

هدف این پژوهش* طراحی مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار ایران است. برای طراحی مدل از روش تحقیق «نظریه داده بنیاد» استفاده شده است. بدین منظور با انجام مصاحبه با افراد مختلف و مطالعه اسناد سازمانی، منابع اطلاعاتی موردنیاز جمع‌آوری شد. سپس با انجام کدگذاری باز، محوری و گزینشی؛ مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه تدوین گردید. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد دلایل عمده‌ای که سیاستگذاران را به خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌ای رهنمون می‌سازد، جایگاه اقتصادی خوشه‌ها و ویژگی‌های ساختاری متفاوت آنها است. بر اساس یافته‌ها، توسعه خوشه متضمن ابعاد متعددی شامل ارتقای زنجیره ارزش، توسعه بازار، ارتقای فناوری و توسعه منابع انسانی است. همچنین اهم سیاست‌های توسعه خوشه‌ای را می‌توان در سطح ملی، فرهنگ-ساز و مشروعیت‌بخشی، در سطح استانی، شبکه‌سازی نهادی، شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌ها و در سطح خوشه، اعتمادسازی، BDS پروری و توسعه شبکه‌های کسب‌وکار برشمرد. مهم‌ترین پیامدهای توسعه خوشه نیز، هم‌افزایی سیاست‌ها و کاهش معضلات اجتماعی در سطح کلان است.

واژگان کلیدی: توسعه خوشه‌های کسب‌وکار، خط‌مشی‌گذاری، سیاست‌های خوشه‌ای، نظریه داده بنیاد

* Email: alimohseni@ut.ac.ir (نه‌سندده مسئله‌ل) 1-

* مقاله برگرفته از رساله دکتری و تحت حمایت مالی و معنوی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران انجام شده است.

مقدمه

خوشه‌های کسب‌وکار نقشی محوری در توسعه منطقه‌ای کشورها ایفا می‌کنند (Sonobe & Otsuka, 2006)، چراکه در درون خوشه نوآوری و کارآفرینی تسهیل و بنگاه‌های جدید با سهولت بیشتری ایجاد می‌شوند (Isaksen, 2003). باوجوداینکه بسیاری از بنگاه‌های عضو خوشه از نظر اندازه کوچک و متوسط هستند (Biswas, Roy, & Seshagiri, 2007)، خوشه‌ها سهم فراوانی در شاخص‌های اقتصادی همچون استخدام، تولید و صادرات بر عهده دارند (Thompson, 2005:pp1-2). با وجود این، به دلیل محدودیت‌های متعددی که بنگاه‌های عضو خوشه به دلیل اندازه کوچک و متوسط‌شان از جنبه‌های گوناگون بازاریابی، مالی و دانشی دست‌به‌گریبان هستند، سازمان‌های توسعه‌ای، حمایت از توسعه خوشه‌ها را در دستور کار خود قرار داده‌اند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴). توسعه خوشه‌های کسب‌وکار رویکردی مناسب برای توسعه سریع‌تر بنگاه‌های کوچک محلی و رفع محدودیت‌های رشد آنها به شمار می‌آید (Pitelis & Pseiridis, 2006). در برنامه توسعه خوشه‌ها بر توسعه بنگاه‌های کوچک و خرد و افزایش توان رقابتی این واحدها از طریق ارتقای سطح فعالیت‌های شبکه‌سازی بین بنگاه‌ها، ترکیب رقابت و همکاری به منظور تقویت یادگیری و نوآوری و فراهم آوردن بستر ارائه خدمات توسعه کسب‌وکار به بنگاه‌های عضو تأکید می‌شود (Karaev, Koh and Szamosi, 2007).

درک منافع بالقوه خوشه‌سازی، دولت‌ها و دیگر بازیگران عمومی را برای خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه، جلب کرده است (Andersson et al., 2004). همان‌گونه که سیاست‌های خوشه لزوماً برای یک مورد خاص طراحی می‌شوند، جای تعجب نیست که استفاده آنها در کشورهای در حال توسعه همیشه با کشورهای توسعه‌یافته متفاوت باشد (Commission, 2008a). خوشه از معدود سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی است که تمامی هنجارهای محلی و منطقه‌ای را در خود دارد، زیرا خوشه‌ها از زمان پیدایش با توجه به خصوصیات نهادینه‌شده آن منطقه شکل گرفته و گسترش می‌یابند. بنابراین استفاده از مدل‌های خط‌مشی‌گذاری توسعه‌ای سایر کشورها در ارتباط با خوشه‌های کسب‌وکار بدون در نظر گرفتن هنجارهای منطقه‌ای می‌تواند احتمال شکست سیاست‌ها را افزایش دهد. از این رو سیاست‌های هر خوشه باید بر اساس شرایط خاص آن خوشه تدوین و اجرا شود تا سطح موفقیت سیاست‌های خوشه‌ای ارتقا یابد. به منظور تدوین سیاست‌های مناسب، باید فرآیند خط‌مشی‌گذاری بین تمامی سطوح (محلی، منطقه‌ای، ملی) هماهنگی و هم‌افزایی به وجود آورد (Andersson et al., 2004). از آنجا که خوشه‌ها بر اساس مزیت‌های منطقه‌ای شکل گرفته و رشد یافته‌اند، از توان رقابت‌پذیری نسبتاً خوبی بهره‌مندند که در صورت توسعه و تقویت می‌توانند نقش قابل‌ملاحظه‌ای را در توسعه

صنعتی و تقویت توان صادراتی کشور ایفا کنند. در ایران ۳۵۸ خوشه کسب‌وکار با تعداد ۲۶۸ هزار بنگاه فعال شناسایی شده است که اشتغالی بالغ بر ۲ میلیون و ۷۲۰ هزار نفر را شامل می‌شوند. این آمار اهمیت توجه به توسعه خوشه را نزد سیاستگذاران دوچندان می‌کند. بنابراین انجام تحقیقی در زمینه طراحی و تبیین مدلی جهت خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به اینکه هدف اصلی این تحقیق طراحی و تبیین مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران است، به این سؤالات پاسخ داده خواهد شد: توسعه خوشه‌های دربرگیرنده چه ابعادی است؟ کدام شرایط علی بر خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار تأثیرگذار هستند؟ کدام شرایط زمینه‌ای فرآیند خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار را تسهیل می‌کنند؟ شرایط مداخله‌گر تأثیرگذار بر توسعه خوشه‌های کسب‌وکار کدامند؟ راهبردهای خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران کدامند؟ پیامدهایی که اقدامات خط‌مشی‌گذاری بر توسعه خوشه‌های کسب‌وکار دارند، کدامند؟

مبانی نظری

خوشه کسب‌وکار به مجموعه‌ای از بنگاه‌ها اطلاق می‌شود که در یک محدوده جغرافیایی تمرکز یافته‌اند و کالا و خدمات مشابه تولید می‌کنند (Romanelli & Khessina, 2005). وسعت جغرافیایی خوشه تا آنجایی است که دانش ضمنی^۱ مرکزیت خوشه بتواند در بین کارآفرینان جریان یابد (Anbumozhi et al., 2009). این بنگاه‌ها، از طریق مبادلات بازاری و غیر بازاری کالا، اطلاعات و کارکنان فعالیت یکدیگر را تکمیل می‌کنند و در نتیجه با چالش‌ها و فرصت‌های مشترکی مواجه هستند (Bettis-Outland, Felzensztein, Gimmon, & Aqueveque, 2012). این فرصت‌ها و تهدیدهای مشترک زمینه همکاری بین بنگاهی را فراهم می‌آورد، به نحوی که «همکاری در عین رقابت» یکی از ویژگی‌های خوشه‌های توسعه‌یافته به شمار می‌آید (Mihajlović, 2014).

بنگاه‌های عضو خوشه به دلیل اینکه در یک مکان جغرافیایی قرار گرفته و در یک کسب‌وکار فعالیت می‌کنند، از مزایای هم‌مکانی بهره‌مند می‌شوند (Breschi & Malerba, 2005). مجاورت جغرافیایی مزایایی همچون دسترسی به نهاده‌های تخصصی نظیر مواد اولیه، ماشین‌آلات و خدمات توسعه کسب‌وکار با هزینه کمتر را برای اعضای خوشه به دنبال دارد (Bathelt, Malmberg, & Maskell, 2004). همچنین مجاورت جغرافیایی موجب سرریز دانش و تسهیل «نوآوری» در خوشه می‌گردد (Najib, & Kiminami, 2011). قطعاً سرریزهای دانش

و تسهیم دانش ضمنی در سطح خوشه، شبکه‌های محلی از نوآوران و نهادهای تحقیقاتی در ارتقای نوآوری در خوشه‌ها نقش بسزایی دارد (Das, & Das, 2011).

اکثر بنگاه‌های عضو خوشه کوچک و متوسط هستند (Herliana, 2015). بنگاه‌های کوچک و متوسط به خاطر ویژگی‌های ساختاری‌شان با محدودیت‌های مالی، بازاریابی و تولیدی مواجه هستند (Nazari et al., 2017). اندازه کوچک به این بنگاه‌ها اجازه نمی‌دهد تا در آموزش، تکنولوژی، کیفیت، تحقیق و توسعه، مطالعه بازار و ... سرمایه‌گذاری وسیعی انجام دهند. در بسیاری از مواقع این بنگاه‌ها قادر نیستند تخصص‌های شغلی موردنیاز برای انجام فعالیت‌های اساسی کسب‌وکار، مانند بازاریابی، حسابداری و مدیریت را استخدام کنند (Ceglie, 2003).

با توجه به محدودیت‌های ذاتی بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط، سیاست توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورها بر توسعه اقتصادی خوشه‌های کسب‌وکار به‌منظور توانمندسازی بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط و توسعه درون‌زای منطقه‌ای تأکید بیشتری دارد. چراکه، باوجود نقش کلیدی این دسته از بنگاه‌ها در اشتغال‌زایی، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات این کسب‌وکارها، نرخ بالای شکست آنها است (Nwankwo & Gbadamosi, 2010). به‌منظور توانمندسازی بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط باید این بنگاه‌ها با انجام فعالیت شبکه‌ای و اقدام جمعی محدودیت‌های خود را برطرف کنند (Gilmore, & Rocks, Bell, & Tracey, 2010). نتایج مطالعات نشان می‌دهد که همکاری میان بنگاه‌های کوچک و متوسط، بازدهی جمعی فعالان خوشه را از طریق کاهش هزینه‌های ارتباطی، تسریع نوآوری و یادگیری جمعی، حل سریع مشکلات و دستیابی به بازار بزرگ‌تر موجب خواهد شد (Lai et al., 2014). شبکه‌های فعال در خوشه باعث کاهش هزینه‌های فعالیت‌هایی مانند آموزش، تأمین منابع مالی، توسعه تکنولوژی، طراحی محصولات، بازاریابی، صادرات و توزیع می‌شوند. همچنین شبکه‌سازی می‌تواند باعث کاهش هزینه خدمات فنی قابل ارائه به اعضای شبکه گردد (Thornton, Henneberg, Naudé, 2013).

در درون خوشه کسب‌وکار بستر مناسبی برای تشریک‌مساعی و فعالیت شبکه‌ای وجود دارد، زیرا اشتراکات موجود در خوشه، منجر به تعاملات درونی و اعتمادسازی می‌شود که زمینه کارایی جمعی را از طریق شبکه‌سازی و فعالیت مشترک فراهم می‌آورد (Liao, 2010). به‌بیان‌دیگر، زمینه‌های فعالیت‌ها مشترکی بین بنگاه‌های فعال در خوشه وجود دارد، مانند خریدهای مشترک، استفاده از شبکه‌های توزیع مشترک، ارتباطات فناورانه، تحقیقات مشترک، آموزش مشترک، برنامه‌های استانداردسازی جمعی، مطالعات مشترک بازار، خرید فناوری‌های اشتراکی و نیز استفاده از بازار کار مشترک. درواقع ساختار تشکیلاتی خاص خوشه، نقطه قوت آن است که به‌واسطه آن شبکه‌های بین‌بنگاهی بر اساس اصول همکاری و رقابت شکل

می‌گیرد و هر واحد با تخصص‌گرایی، بخشی از فرآیند تولید یا توزیع را همراه با نوآوری‌های مختص به خود بر عهده می‌گیرد و در قسمت‌های دیگر نیز اثر می‌گذارد (Eisingerich, Bell, & Tracey, 2010). موفقیت بنگاه‌های مستقر در خوشه منوط به عملکرد خود بنگاه و سایر همکاران است و به‌طور کلی ویژگی بنیادی خوشه صنعتی، وابستگی بنگاه‌ها و سهمی بودن آنها در منافع است و موفقیت بنگاه‌ها ناشی از کار مشترک برای حل مشکلات جمعی در عین وجود رقابت است (Karlsson, 2010).

خط‌مشی خوشه‌ای و خط‌مشی‌گذاری خوشه از اوایل دهه ۱۹۹۰ پیاده‌سازی شد. از اواسط دهه ۲۰۰۰ به بعد اجرای خط‌مشی قبلی به علت نتایج موفق آمیز به‌طور فزاینده‌ای در بیشتر کشورها مورد توجه قرار گرفت. دیدگاه دولت‌ها از اینکه آیا خط‌مشی خوشه‌ای باید اجرا شود یا خیر، به اینکه چگونه سیاست‌های خوشه‌ای طرح‌ریزی و اجرا شوند، تغییر پیدا کرد (Konstantynova & Wilson, 2014).

پیشینه تحقیق

در پژوهش‌های پیشین به نقش مهم دولت در تسهیل توسعه خوشه‌ها به‌وسیله رفع موانع و کاهش محدودیت‌ها از قبیل محدودیت‌های منابع انسانی، زیرساختی و قانونی اشاره شده است (پورتر ۲۰۰۰). سیاست خوشه‌ای شامل تمام تلاش‌های دولت به‌تنهایی یا با همکاری شرکت‌ها، دانشگاه‌ها و دیگران است که باهدف افزایش رقابت‌پذیری خوشه‌های کسب‌وکار انجام می‌شود.

در آسیب‌شناسی توسعه خوشه‌های صنعتی در ایران مطالعه موردی خوشه صنعتی ادوات کشاورزی، از بین پنج شاخص بررسی شده، یعنی دولت و سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری و مالی، زیرساختی، دانش و ارتباط با دانشگاه و فرهنگ، عامل دولت و سیاست‌گذاری از جهت اهمیت در رتبه اول و از جهت وضعیت موجود در ایران در رتبه آخر قرار گرفته است (خامسی، ۱۳۹۲)، که خود نشان‌دهنده ضعف خط‌مشی‌گذاری در توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران و ضرورت توجه به این بعد مهم در توسعه خوشه است.

روانستان (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «چالش‌های مدیریتی توسعه خوشه‌های کسب‌وکار»، با مروری بر ادبیات موضوعی و تحقیقات گذشته مربوط به‌عنوان پژوهش، عمده چالش‌ها را شامل این موارد می‌داند؛ تمرکز جغرافیایی، تخصصی شدن به‌عنوان فصل مشترک همه خوشه‌ها، بازیگران خوشه، همکاری و پیوند درون خوشه یا رقابت و پویایی آن، حجم ضروری برای تولید، چرخه عمر خوشه، و نوآوری. محقق پیشنهاد می‌کند برای توسعه خوشه‌ها به‌عنوان سیاستی کارآمد در جهت حل برخی مشکلات و معضلات کنونی، تلاش در راستای کشف و

استفاده از مزیت‌های منطقه‌ای و شبکه‌سازی و ایجاد حلقه‌های هم‌افزایی در بین بنگاه‌ها به‌عنوان دو راهبرد استراتژیک در تمامی سیاست‌های کلان توسعه اقتصادی و صنعتی کشور مورد توجه و اهتمام قرار گیرد.

در خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه، علاوه بر تعیین حوزه‌های سیاستی از قبیل زیرساخت‌ها، بازار، فناوری و آموزش باید فرآیند تدوین سیاست‌های توسعه خوشه نیز مورد توجه قرار گیرد. با بررسی پیشینه تحقیق، مدلی جامع که به تمام جوانب توسعه خوشه توجه کند و کل فرآیند خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه را در سطوح ملی، منطقه‌ای و در سطح خود خوشه مورد بررسی قرار داده باشد، شناسایی نگردید.

روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش، با استفاده از راهبرد پژوهشی نظریه داده بنیاد^۱، داده‌ها جمع‌آوری و تحلیل شده و نظریه‌ای در زمینه خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران تدوین شده است. بنابراین، روش تحقیق این پژوهش کیفی-اکتشافی است (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2015). همچنین این پژوهش از نوع تحقیقات بنیادی به شمار می‌آید، زیرا هدف اصلی پژوهش حاضر درک عمیق‌تر پدیده توسعه خوشه‌های کسب‌وکار و ارائه چارچوبی برای خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌ها است (Bryman, & Bell, 2015). دلیل استفاده از روش تحقیق نظریه داده بنیاد در تحقیق حاضر این است که با استفاده از روش‌های تحقیق کمی نمی‌توان مدلی همه‌جانبه نگر و یکپارچه برای خط‌مشی‌گذاری توسعه سیستم‌های اجتماعی-اقتصادی پیچیده‌ای همچون خوشه کسب‌وکار تدوین کرد (Service, 2009). در واقع، روش‌های تحقیق کیفی، به‌ویژه روش نظریه داده بنیاد، مناسب نظریه‌پردازی در خصوص پدیده‌هایی است که عوامل بسیار گسترده و با روابط متراکم در آن حاکم است (Glaser, & Strauss, 2009). در پژوهش حاضر از شیوه سیستماتیک استراس و کوربین برای نظریه‌پردازی استفاده شده است، زیرا هم ساختاریافته است و هم به مدلی جامع و قابل کاربردی می‌انجامد (بازرگان، ۱۳۸۷، ص ۱۰۷).

در روش نظریه داده بنیاد، در مقایسه با مطالعات پدیدارشناختی، به‌ندرت از مصاحبه به‌عنوان تنها راه جمع‌آوری داده استفاده می‌شود (Charmaz, 2014). در واقع، تنوع روش‌های جمع‌آوری داده، ابزاری سودمند است که ما را از محدود شدن به یک روش یا به نوع خاصی از داده‌ها، بر حذر می‌دارد. از این‌رو، در پژوهش حاضر، اطلاعات لازم از طریق انجام مصاحبه

و همچنین بررسی اسناد و گزارش‌های مرتبط جمع‌آوری شده است. در انجام مصاحبه‌ها، از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد (Ritchie, et al., 2013). نظریه‌پردازی باید بر اساس داده‌هایی باشد که از مشارکت‌کنندگانی که این فرایند را تجربه کرده‌اند، جمع‌آوری شده باشد (Strauss & Corbin, 1998)، بنابراین در این پژوهش مهم‌ترین معیار در انتخاب نمونه‌ها، تجربه و تخصص مصاحبه‌شوندگان در حوزه سیاست‌گذاری و اجرای سیاست‌های توسعه خوشه‌ای بوده است. از این‌رو مدیران و کارشناسان سازمان صنایع کوچک و شرکت‌های تابعه استانی به عنوان متولی توسعه خوشه‌ها، عواملان توسعه خوشه، مشاوران و ناظران فنی و دیگر صاحب‌نظران این حوزه مورد مصاحبه قرار گرفتند. در این پژوهش از روش «نمونه‌گیری نظری»^۱ استفاده شده است که متداول‌ترین روش نمونه‌گیری در نظریه داده بنیاد است، به نحوی که تصمیمات در خصوص اینکه چه داده‌ای باید بعداً جمع‌آوری شود، به‌وسیله تئوری در حال ساخت مشخص می‌شود (Charmaz, 2011). همچنین فرآیند نمونه‌گیری تا زمانی ادامه یافت که کفایت نظری^۲ یافته‌ها محقق شد (استراس و کوربین، ۱۳۹۱). بر این اساس، پس از انجام ۱۶ مصاحبه و بررسی ۱۹ مستند، مقوله‌ها به حد اشباع رسیدند؛ یعنی در بررسی آخرین نمونه‌های مطالعه شده، ایده‌ها و مفاهیم جدید بیشتری شناسایی نشده و مفاهیم موجود به‌وسیله تحلیل بیشتر داده‌ها به چالش کشیده نمی‌شدند (McFerran & Saarikallio, 2014).

این تحقیق با استفاده از روش «مقایسه مستمر»، گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورت همزمان طی مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت (Creswell, 2007). بنابراین، همزمان با گردآوری داده‌ها، داده‌های کیفی شامل متن مصاحبه‌ها و گزارش‌ها، به‌نحوی که بعد از تحلیل (کدگذاری) داده‌های حاصل از هر مصاحبه یا گزارش، با مشخص شدن نقاط مبهم یا ضعف نظریه و مقوله‌ها، نمونه بعدی برای اصلاح و غنی‌تر کردن نظریه انتخاب می‌شد و نمونه‌گیری آن‌قدر ادامه یافت تا مقوله‌ها اشباع شدند (Guest, Bunce, & Johnson, 2006).

در پژوهش حاضر برای افزایش اعتبار و روایی تحقیق از راهبردهای پیشنهادی کرسول (۲۰۰۷) استفاده شده است. مهم‌ترین راهبردهایی که در این تحقیق، به منظور افزایش اعتبار و روایی تحقیق استفاده شده است، عبارتند از:

۱- مثلث‌سازی^۳: در این پژوهش برای تحقق راهبرد مثلث‌سازی، داده‌ها از منابع گوناگون، مشتمل بر مصاحبه و اسناد سازمانی جمع‌آوری شده است. همچنین به منظور کسب شناخت

1- Theoretical Sampling

2- Saturation

3- Triangulation

همه جانبه، با افراد متفاوتی، از جمله عواملان توسعه خوشه‌ها، مدیران سازمان‌های متولی و خبرگان دانشگاهی مصاحبه انجام شده است.

۲- داوران بیرونی: در این پژوهش مدل تدوین شده در خصوص خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار از سوی سه تن از خبرگان دانشگاهی که در حوزه توسعه خوشه‌ها از تجربه چندین ساله برخوردار هستند، مورد ارزیابی قرار گرفت. تمامی مقوله‌های مدل و روابط آنها توسط این صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفت و اصلاحات مدنظر آنها در خصوص مفاهیم و کدها در مدل اعمال و تأییدیه نهایی آنها اخذ شد.

۴- دریافت نظر مشارکت‌کنندگان: در این پژوهش به منظور تثبیت اعتبار مدل تحقیق، نظر شرکت‌کنندگان در پژوهش درباره اعتبار یافته‌ها و تفسیرها اخذ و در مدل و نظریه تدوین شده اعمال شد.

با توجه به اینکه کرسول (۲۰۰۷) معتقد است که در صورت رعایت دو راهبرد از بین راهبردهای هشت‌گانه پیشنهاد شده، می‌توان برای پژوهش کیفی اعتبار قابل قبولی تصور کرد (حسنقلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۱)، بنابراین می‌توان ادعا کرد که پژوهش حاضر اعتبار و روایی لازم را داراست.

یافته‌های تحقیق

در تحقیق حاضر با استفاده از رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد، منابع اطلاعاتی تحقیق شامل متن مصاحبه‌ها و مستندات با استفاده از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی، تحلیل شد و بر اساس مقوله‌ها و مفاهیم استخراج‌شده، نظریه خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار تدوین شد (Bryant, & Charmaz, 2007). سه مرحله اصلی کدگذاری در ادامه توضیح داده شده است.

الف) کدگذاری باز: مرحله اول تحلیل داده‌های کیفی

کدگذاری باز اولین مرحله کدگذاری در رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد است. در مرحله کدگذاری باز مفاهیم و مقوله‌ها شناسایی و ویژگی‌ها و ابعاد آنها در داده‌ها استخراج می‌شود (Walker, & Myrick, 2006). کدگذاری باز شامل گام‌های ذیل است:

کدگذاری اولیه: در گام اول، با مطالعه سطر به سطر، جمله به جمله یا پاراگراف به پاراگراف متن مصاحبه‌ها و اسناد سازمانی، واژه‌ها و عبارات مرتبط با پدیده توسعه خوشه‌های کسب‌وکار استخراج شد. سپس به هریک از واژه‌ها و عبارات کد اولیه‌ای اختصاص داده شد (Smith, 2008). نمونه‌هایی از کدگذاری اولیه در جدول ۱ ارائه شده است.

طبقه‌بندی کدهای اولیه در قالب مفاهیم: در گام دوم، با مرور مکرر کدهای اولیه و مقایسه مستمر آنها شباهت‌ها و تفاوت‌های کدهای اولیه آشکار و کدهایی با محتوا و مفهوم مشترک تحت یک مفهوم طبقه‌بندی شد (Charmaz, & Belgrave, 2002). برای مثال، ۱۵ کد مشترکاً مفهوم «بهبود زنجیره ارزش» را شکل داده‌اند. در جدول شماره ۱ نمونه‌هایی از متون مصاحبه یا اسناد سازمانی و کدهای استخراج شده از آنها نشان داده شده است.

مقوله‌بندی: پس از تعیین مفاهیم، با مقایسه مستمر مفاهیم و کدها با یکدیگر، میان طبقات مفاهیم ارتباط برقرار شد تا بر اساس آن مفاهیم در قالب مقوله‌ها طبقه‌بندی شوند (Oktay, 2012). برای مثال، چهار مفهوم شرایط اجتماعی/ فرهنگی خوشه، شرایط نهادی، شرایط تاریخی و محدودیت‌های اجرایی، مقوله «بستر خوشه» را تشکیل داده‌اند. وقتی مقوله‌ها گردآوری شدند، مرحله کدگذاری باز به پایان رسید.

جدول ۱- نمونه‌هایی از کدگذاری اولیه

کدهای استخراج شده	متن مصاحبه یا سند سازمانی
توسعه بازار، زنجیره ارزش، موفقیت خوشه، توسعه تولید، توسعه خوشه، حلقه‌های مفقوده، زنجیره تأمین	برنامه‌های توسعه خوشه نباید فقط روی تولید متمرکز شود. توجه کردن به دیگر بخش‌ها مانند تأمین مواد اولیه، طراحی و بازاریابی نیز باید در دستور کار قرار بگیرد. در اکثر خوشه‌ها این موارد مورد توجه قرار نگرفته یا شناسایی نشده‌اند. توسعه تولید در خوشه به تنهایی هیچ‌گونه ضمانتی برای موفقیت برنامه توسعه خوشه ایجاد نمی‌کند.
توسعه همکاری، ایجاد اعتماد، ارتباط با نهادها، کار گروهی، حفظ ارتباطات، توسعه خوشه، نقش اعضا، تشکیل شبکه فراگیر	مهم‌ترین کار عامل توسعه خوشه ایجاد حس همکاری بین اعضای خوشه است، به نحوی که بعد از پایان برنامه توسعه خوشه خود اعضا بتوانند با تشکیل شبکه‌ای فراگیر، برنامه‌ها را به صورت گروهی ادامه داده و ارتباط را با سازمان‌هایی که می‌توانند به توسعه خوشه کمک کنند حفظ کنند.
سطوح سیاست‌گذاری، محدودیت منابع مالی، نقش اعضا، توسعه همکاری، ایجاد ارزش افزوده، اتلاف منابع، امکان‌سنجی توسعه، اولویت‌بندی خوشه‌ها، توسعه خوشه	باید کل تصمیم‌گیرندگان و ذینفعان از وزارتخانه و سازمان صنایع کوچک تا استاندار و شرکت شهرک‌های صنعتی و ... تا عامل توسعه و اعضای خوشه به صورت هماهنگ از توسعه خوشه حمایت کنند و وظایف خود را انجام دهند. برای مثال، اگر امکان‌سنجی و اولویت‌بندی خوشه‌ها که از وظایف شرکت شهرک‌های استان است ضعیف باشد، منابع محدود مالی که برای استان در نظر گرفته شده است، هدر می‌رود و به خوشه‌هایی که ارزش افزوده بالا ایجاد نمی‌کنند تعلق می‌گیرد.

ظرفیت نهادی، خدمات تخصصی، بهبود زنجیره ارزش، جذب حمایت‌ها، افزایش توان رقابتی	خوشه‌ها با استفاده از ظرفیت نهادهای دولتی از قبیل دانشگاه‌ها، مراکز علمی و ... خدمات تخصصی در زمینه بهبود تولید، بازاریابی، آموزش، تحقیقات و حمایت‌های فنی جذب می‌کنند که با این کار، می‌توانند به افزایش توان رقابتی صنایع کوچک و متوسط کمک کنند.
---	--

ب) کدگذاری محوری: مرحله دوم تحلیل داده‌های کیفی

در مرحله دوم تحلیل داده‌های کیفی، با استفاده از کدگذاری محوری، مقوله‌های مستخرج از مرحله کدگذاری باز، در قالب شرایط علی (علل ایجاد پدیده اصلی)، پدیده اصلی، راهبرد (کنش‌ها یا واکنش‌های اعضا که جهت کنترل، اداره، برخورد و پاسخ به پدیده اصلی انجام می‌شود)، زمینه (شرایط بسترساز مؤثر در راهبردها)، شرایط مداخله‌گر (ویژگی‌های مؤثر در راهبردها) و پیامدها (نتایج به‌کارگیری راهبردها) دسته‌بندی شدند (LaRossa, 2005). کدگذاری محوری «مدل خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران» در نمودار شماره ۱ نشان داده شده است.

ج) کدگذاری انتخابی: مرحله سوم تحلیل داده‌های کیفی

در مرحله کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها بهبود یافته و در قالب نظریه‌ای منسجم، یکپارچه شدند. کدگذاری انتخابی، مهم‌ترین مرحله نظریه‌پردازی است که محقق در آن مقوله اصلی را با مقوله‌های دیگر ارتباط می‌دهد و ارتباط آنها را اثبات و مقوله‌هایی را که احتیاج به بهبود و بازنگری دارد، اصلاح می‌کند (Harry, Sturges, & Klingner, 2005). در ادامه به تشریح مدل و مقوله‌های اصلی آن می‌پردازیم.

مقوله‌های علی: جایگاه خوشه

مقوله‌هایی که بر مقوله پدیده اصلی تأثیرگذارند، به‌عنوان مقوله‌های علی مدل انتخاب شدند، به‌بیان‌دیگر، این مقوله‌ها عواملی هستند که دولت‌ها را به سمت خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌ای رهنمون می‌سازند (استراس و کوربین، ۱۹۹۱). در جدول ۲ مقوله‌های علی و مفاهیم و کدهای مرتبط به آنها ارائه شده است.

جدول ۲- مقوله‌های علی مدل

مفاهیم و کدها	مقوله
صرفه‌های حاصل از مقیاس، هم‌افزایی فعالیت‌ها، هم‌جواری، فرهنگ مشترک، تجمیع جغرافیایی، همکاری بین نهادها، ایجاد مزیت رقابتی، کار گروهی، افزایش نوآوری، اثربخشی خط‌مشی‌ها، ایجاد اعتماد، تسهیم وظایف، توسعه روستاها، تراکم‌زدایی مناطق شهری، مزیت منطقه، کاهش هزینه‌های عملیاتی، کسب‌وکار خانوادگی، فعالیت مشترک، تسهیم دانش، دستیابی به فناوری، دستیابی به بازار، ریسک پایین، محصولات مشابه، چالش‌های مشترک	همین مقوله توسعه اقتصادی / اجتماعی

تعداد اعضا، قومیت و فرهنگ متفاوت، محل جغرافیایی، زیرساخت‌های موجود، سطح فناوری، پراکندگی اعضا، تنوع محصولات، فناوری تولید، میزان همکاری، میزان کار گروهی، تعداد شبکه‌ها، تفاوت مشتریان، میزان فروش، میزان صادرات، ظرفیت نهادی، توانایی عامل توسعه، عمر خوشه، میزان ارزش افزوده، تعداد متخصصان	تعداد اعضا، قومیت و فرهنگ متفاوت، محل جغرافیایی، زیرساخت‌های موجود، سطح فناوری، پراکندگی اعضا، تنوع محصولات، فناوری تولید، میزان همکاری، میزان کار گروهی، تعداد شبکه‌ها، تفاوت مشتریان، میزان فروش، میزان صادرات، ظرفیت نهادی، توانایی عامل توسعه، عمر خوشه، میزان ارزش افزوده، تعداد متخصصان
---	---

به علت اهمیت بالای خوشه‌های کسب‌وکار به دلایل متعددی از جمله اهمیت اقتصادی/ اجتماعی خوشه‌ها، کشور ایران نیز باید اقدامات متنوعی را جهت شناسایی و توسعه خوشه‌های کسب‌وکار انجام دهد، همچنین با توجه به تفاوت‌های ساختاری خوشه‌ها با یکدیگر و تفاوت‌های ریشه‌ای کشورهای در سطح ملی و بین‌المللی، الگوبرداری صرف از سیاست‌های کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در حوزه توسعه خوشه‌ها کافی نبوده و نمی‌توان بسته‌ای واحد از سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها را برای تمامی خوشه‌ها به کار گرفت. بنابراین باید خط‌مشی‌ها با توجه به شرایط کشور و نیز شرایط هر خوشه مورد بازنگری قرار گرفته و به عبارت دقیق‌تر بومی‌سازی شوند.

مقوله پدیده اصلی: توسعه خوشه

مقوله‌ای اصلی است که به‌دفعات در داده‌ها ظاهر و تمامی مقوله‌های اصلی دیگر به آن مرتبط می‌شوند (استراس و کوربین، ۱۹۹۱). در این پژوهش توسعه خوشه‌های کسب‌وکار به‌عنوان پدیده اصلی در کانون داده‌ها قرار گرفت. همان‌گونه که مشخص است با انتخاب مقوله «توسعه خوشه‌های کسب‌وکار» به‌عنوان مقوله اصلی و ارتقای زنجیره ارزش، ارتقای فناوری، توسعه بازار و توسعه منابع انسانی به‌عنوان مقوله‌های فرعی، می‌توان تبیینی منطقی و سازگار از رابطه میان مقوله‌ها ارائه کرد که باعث می‌شود نظریه تدوین شده از نظر عمق و تبیین پدیده مورد مطالعه قوی‌تر شود (بازرگان، ۱۳۸۷، ص ۱۱۵). در جدول ۳ به برخی مقوله‌های علی و مفاهیم و کدهای مرتبط به آنها اشاره شده است.

جدول ۳- مقوله‌های اصلی مدل

مفاهیم و کدها	مقوله
حلقه‌های مفقوده، بازاریابی، طراحی محصول، بسته‌بندی مناسب، انبارداری، لجستیک، تأمین مواد اولیه، ایجاد ارزش افزوده، خدمات صنعتی، تکمیل زنجیره ارزش صنعت، مشاوران کسب‌وکار، تخصص تجارت، مشتری محوری، برندینگ، توزیع، مالکیت معنوی، سرمایه‌گذاری، اتصال به زنجیره جهانی	توسعه خوشه‌های کسب‌وکار
انتقال فناوری، زیرساخت‌های فناوری، دانش فنی، نیازهای فناوری، فناوری پیشرفته، نرم‌افزارهای تخصصی، واحدهای دانش‌بنیان، حمایت از پژوهش‌ها، خدمات فناوری، فرآیندهای جدید، مدیریت دانش، انتشار اطلاعات، سامانه مرکزی خوشه، فن بازارها، ارتباط با پارک فناوری	ارتقای فناوری

مفاهیم و کدها	مقوله
برندینگ، آموزش بازاریابی، شرکت مدیریت صادرات، کنسرسیوم صادراتی، پایانه صادراتی، بهبود بسته‌بندی، نمایشگاه‌های داخلی و خارجی، استراتژی بازاریابی، هیئت‌های تجاری، صادرات مشترک، سامانه B2B و B2C، تبلیغات مشترک، مشتری محوری، ایجاد بانک اطلاعاتی تجارت	بازاریابی
مهارت فنی، کارآفرینی، آموزش نیروی انسانی، آموزش مدیریت، آموزش حین خدمت، تجارب موفق، مدیریت تغییر، مهارت‌های شغلی، آموزش حرفه‌ای، بهره‌وری نیروی کار، مراکز کاریابی، تسهیم تجارب موفق، ساختار سازمانی، بیمه، مددکاری اجتماعی، نظام پرداخت	انسان‌ساز

مقوله‌های راهبردی: فعالیت‌های خط‌مشی‌گذاری

این مقوله‌ها برای اجرا، مدیریت و کنترل پدیده اصلی به کار گرفته می‌شوند (استراس و کوربین، ۱۹۹۱). اقدامات یا تعامل‌هایی که نهادهای درگیر در خط‌مشی‌گذاری حین تدوین و اجرای خط‌مشی توسعه خوشه‌های کسب‌وکار و مدیریت آن انجام می‌دهند، به‌عنوان مقوله‌های راهبردی شناخته می‌شوند. راهبردها در این پژوهش، همان سیاست‌های کلی توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران هستند. در جدول ۴ مفاهیم این مقوله آورده شده است.

جدول ۴- مقوله‌های راهبردی

مفاهیم	راهبرد
فرهنگ‌سازی، مشروعیت‌بخشی، نیروسازی عاملان و متخصصان توسعه خوشه، بومی‌سازی، نظارت و ارزیابی	فرهنگ‌سازی
شبکه‌سازی نهادی، شناسایی خوشه‌ها، اولویت‌بندی خوشه‌ها، امکان‌سنجی توسعه، انتخاب عامل توسعه	شبکه‌سازی
نهادسازی، ^۱ BDS (خدمات توسعه کسب و کار) پروری، اعتمادسازی / توسعه سرمایه اجتماعی، شبکه‌سازی / توسعه شبکه‌های کسب‌وکار، تشکیل شبکه فراگیر، آموزش و ارتقای مهارت	نهادسازی

این خط‌مشی‌ها در سه سطح ملی، استانی و خوشه قابل انجام هستند که در هر سطح نهادها، دستگاه‌های دولتی و غیردولتی، افراد حقیقی و حقوقی به امر تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری مبادرت می‌ورزند. وظایف خط‌مشی‌گذاران در سطح ملی، تدوین سیاست‌های کلان توسعه خوشه و مشروعیت‌بخشی به این سیاست‌ها است. نهادهای استانی باید خوشه‌های هر استان را شناسایی کنند و اقدامات لازم را برای توسعه خوشه‌های منتخب و اولویت‌دار انجام

^۱ - Business Development Services

دهند. مهم‌ترین سیاست‌های توسعه در سطح خوشه وضع می‌شود. در این سطح که بخش خصوصی سهم بسزایی در اجرای آن دارد، ذی‌نفعان داخل خوشه مهارت‌های لازم را دریافت می‌کنند، شبکه‌های موردنیاز ایجاد می‌شوند و نهادهای عمومی و خصوصی جهت پشتیبانی فعالیت‌های توسعه‌ای جذب می‌شوند.

مقوله‌های مداخله‌گر: بستر خوشه

این مقوله‌ها زنجیره‌ای از شرایط خاص هستند که بر راهبردها تأثیر می‌گذارند (استراس و کوربین، ۱۹۹۱). بسترهای اجتماعی/ فرهنگی، نهادی، تاریخی و همچنین محدودیت‌های اجرای پروژه توسعه در خوشه مربوط از شرایط مداخله‌گر این پژوهش هستند، زیرا اقدامات و تعامل‌های فرآیند خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این مقوله‌ها یعنی فرهنگ حاکم بر محیط کسب‌وکار خوشه، وقایع تاریخی و برنامه‌ها و اقدامات نهادها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی فعال در خوشه، درگذر زمان و در بستر خود خوشه شکل گرفته و در نظر گرفتن آنها می‌تواند راهبردهای خط‌مشی‌گذاری را تحت تأثیر قرار دهد. برای مثال، هر چه سطح سرمایه اجتماعی خوشه بالاتر بوده و شبکه‌های اجتماعی فعالان خوشه گسترده‌تر باشد، اقداماتی نظیر فرهنگ‌سازی در سطح ملی و اعتمادسازی در سطح خوشه با شتاب بیشتر و هزینه کمتر انجام شده و اولویت خوشه را برای برنامه‌ریزی توسعه بالاتر می‌برد. مفاهیم و کدهای مربوط به مقوله‌های مداخله‌گر در جدول شماره ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵- مقوله‌های مداخله‌گر مدل

مقوله	مفاهیم و کدها
۱ ۲ ۳ ۴ ۵	سطح سرمایه اجتماعی، تنوع شبکه‌ها، فرهنگ کار گروهی، سطح روابط بین فردی، سطح اعتماد در خوشه، سطح اعتقاد دینی، هنجارها و ارزش‌ها، میزان انگیزه، فردگرایی یا جمع‌گرایی، میزان ملی‌گرایی، امید به آینده
۳ ۴ ۵	خریداران مشترک، انجمن، اتحادیه، نهادهای دولتی پشتیبان، نهادهای خصوصی، دانشگاه، سطح دانش محلی، بانک، همکاری با رقبای خارج از خوشه، تعاونی، مجتمع‌های تجاری، نمایشگاه‌های تجاری، اشتراک‌گذاری اطلاعات، قوانین دولتی، محصولات مشابه، فعالیت‌های مشابه
۳ ۴ ۵	پیشینه رقابت، سابقه همکاری، سابقه رفتارهای فرصت‌طلبانه، پیشینه انحصارطلبی، پیشینه تخریب رقبا، سابقه حفظ مالکیت معنوی، پیشینه کلاهبرداری

فقدان اطلاعات، محدودیت منابع مالی، فقدان نیروی متخصص، ضعف دانش، کمبود نقدینگی، کمبود بودجه دولتی، ترس از هزینه کردن در فعالیتهای خدماتی، رقابت منفی، محدودیت زمانی، اولویت‌بندی اشتباه خوشه‌ها، ترس از افشای اطلاعات	فصلنامه علمی - پژوهشی سیاستگذاری عمومی
--	--

مقوله‌های زمینه‌ای: عوامل محیطی کلان

آن دسته از شرایط محیطی که بر اقدامات و راهبردهای خط‌مشی‌گذاران تأثیر می‌گذارند، مقوله‌های زمینه‌ای مدل را شکل می‌دهند (استراس و کوربین، ۱۹۹۱). مقوله‌های زمینه‌ای در خارج از خوشه شکل گرفته و در زمره شرایط کلان تمامی خوشه‌های کسب‌وکار قرار می‌گیرند. اسناد بالادستی توسعه مانند چشم‌انداز ۱۴۰۴، برنامه ششم توسعه، سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری و اقتصاد مقاومتی از جمله برنامه‌های کلان توسعه و از مقوله‌های زمینه‌ای هستند. خوشه بر اساس مزیت‌هایی که در منطقه وجود دارد، شکل می‌گیرد و این مزیت‌های منطقه‌ای در کنار دیگر مطالعات آمایش سرزمین، تصویر روشنی را برای خط‌مشی‌گذاران در تمامی سطوح ایجاد خواهد کرد. همانند تمام مطالعات از این نوع، بررسی شرایط محیطی کلان مانند شرایط سیاسی، اقتصادی، تکنولوژیکی و ... از بسترهای مهم تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری است. هدف از برنامه و سیاست‌های توسعه در کل کشور و احتمالاً در هر خوشه متفاوت است. ممکن است هدف از توسعه، افزایش صادرات و فروش و یا هدف ایجاد اشتغال بالاتر باشد. همچنین هدف از توسعه خوشه می‌تواند توسعه افقی، توسعه عمودی، افزایش تعداد بنگاه‌ها، افزایش بهره‌وری در بنگاه‌های موجود، ارتقای کیفیت محصولات باشد که این زمینه‌ها در تصمیم‌گیری خط‌مشی‌گذاران و تدوین بسته سیاستی متناسب، تأثیر مستقیم خواهد داشت. مفاهیم و کدهای مقوله‌های زمینه‌ای به شرح جدول شماره ۶ است.

جدول ۶- مقوله‌های زمینه‌ای مدل

مقوله	مفاهیم و کدها
اسناد بالادستی	برنامه ششم توسعه، سیاست‌های ابلاغی، اقتصاد مقاومتی، توسعه ۵۴ خوشه کسب‌وکار، ایجاد خوشه-های صادراتی، توسعه صادرات غیرنفتی، ایجاد خوشه‌های صنعتی، مواد ۲۷ و ۳۳ برنامه ششم، اساسنامه سازمان صنایع کوچک، توسعه تشکل‌های تخصصی، سند چشم‌انداز، افزایش تولید داخلی نهاده‌ها، تسهیل مقررات، افزایش ارزش افزوده، ایجاد اشتغال مولد و کاهش نرخ بیکاری، رقابت‌پذیری کالاها در بازارهای داخلی و خارجی، گسترش و تسهیل تولید؛ صادرات کالا و خدمات، افزایش توان رقابت‌پذیری صنعت؛ رشد مستمر صادرات کالا و خدمات صنعتی، حمایت‌های مؤثر مالی و سیاسی و مقرراتی، اساسنامه سازمان صنایع کوچک، توسعه شبکه‌ها و خوشه‌ها، اهداف توسعه
مزیت‌های منطقه‌ای	آمایش سرزمین، اولویت‌بندی صنایع، فرصت‌های رقابتی، منابع موجود، شرایط اقلیمی، تمرکز بر مزیت-ها، نیاز منطقه، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، بودجه متناسب، توانمندی هر منطقه، دسترسی به منابع، هزینه‌های استان، بهره‌وری استان، توسعه متوازن، منابع طبیعی، مرزهای زیاد، موقعیت استراتژیک جغرافیایی
عوامل محیطی کلان	میزان بودجه، بازار کار، خصوصی سازی، قیمت ارز، ضریب جینی، دسترسی به بازار سرمایه، شدت تغییر فناوری، مالکیت معنوی، تجارت الکترونیک، قدرت خرید، قوانین دست‌وپا گیر، سیاست‌های پولی و مالی، مالیات و بیمه، گمرک، تحریم‌ها، پساتحریم، تفاوت رویکردها، شدت نوآوری، هزینه‌های تحقیق و توسعه، زیرساخت‌های ارتباطی، استاندارد، ارزش‌ها، هنجارها، فردگرایی، قاچاق، بازار داخلی، ظرفیت صادراتی، سیاسی کاری
اهداف توسعه منطقه	اشتغال‌زایی، صادرات، فروش داخلی، بهبود کیفیت، محرومیت‌زدایی، افزایش رقابت، توسعه روستاها، اهداف سیاسی، اهداف نظامی، افزایش نقش مردم در توسعه، توسعه گردشگری، انتقال فناوری، فرهنگ‌سازی، توسعه محصولات استراتژیک، توسعه محصولات کشاورزی، افزایش بهره‌وری، افزایش تعداد بنگاه‌ها

مقوله‌های پیامد: منافع حاصله

پیامدهایی که اقدامات خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار برای کشور، جامعه، شرکا و خوشه کسب‌وکار به همراه دارد، مقوله‌های پیامد مدل تحقیق را شکل می‌دهد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). منافع خط‌مشی‌گذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار را می‌توان در هم‌افزایی سیاست‌های نهادهای مختلف، کاهش معضلات اجتماعی/ فرهنگی و توسعه اقتصادی بررسی کرد. هرچند مزایای بی‌شماری را می‌توان در توسعه خوشه‌های کسب‌وکار شناسایی کرد اما دسته‌بندی ارائه شده بیشترین تکرار را در این تحقیق به همراه داشته است. جدول ۷ مقوله‌های پیامدی و مفاهیم و کدهای مربوط به آن را نشان می‌دهد.

جدول ۷- مقوله‌های پیامدهای مدل

مفاهیم و کدها	مقوله
جلوگیری از موازی‌کاری، همبستگی اجتماعی، عدم فعالیت جزیره‌ای، افزایش وزن کشور در مناسبات بین‌المللی، همکاری نهادها، تقسیم وظایف، همگرایی نهادها، وفاق ملی، نقشه راه مشترک، تأمین منافع ملی، انتقاد سازنده، کاهش اصطکاک سیاسی	توسعه منطقه
اتلاف منابع، مهاجرت روستایی، تبعیض، رقابت منفی، توان رقابتی پایین، هزینه‌های خدمات، ریسک صادرات، ریسک واردات، ریسک بازاریابی، کیفیت پایین محصولات، فقدان دانش تکنولوژیکی، بازارهای محلی محدود، قدرت چانه‌زنی پایین، عدم توانایی در معرفی محصولات	توسعه منطقه
توسعه روستایی، حفاظت از محیط زیست، توسعه منطقه‌ای، گسترش عدالت اجتماعی، تعادل منطقه‌ای، صیانت از منابع طبیعی، پدافند غیرعامل، نظارت راهبردی، توسعه پایدار، توزیع مناسب ثروت، استفاده از قابلیت‌ها، ارتقای کیفی، افزایش سهم بازار، یادگیری جمعی، افزایش اشتغال، افزایش صادرات و فروش، افزایش سطح سرمایه اجتماعی، رشد اقتصادی، ارتقای بهره‌وری، کارایی منابع، ارتقای نوآوری، ایجاد ارزش افزوده، افزایش درآمد و سود، جذب سرمایه‌گذاری	توسعه منطقه

نتیجه‌گیری

در این پژوهش فرآیند سیاستگذاری توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در ایران مورد مطالعه قرار گرفت. اهمیت بالای اقتصادی / اجتماعی خوشه‌ها و نقش آنها در توسعه متوازن کشورها، مناطق و روستاها و همچنین تفاوت‌های عمده در ویژگی‌های ساختاری خوشه‌ها با یکدیگر باعث می‌شود هر خوشه به‌عنوان موجودیتی مجزا مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته و خط‌مشی متناسب با آن تدوین و ارائه شود. دولت‌ها (با تدوین سیاست‌های مناسب) نقش عمده‌ای را در توسعه و ارتقای خوشه‌های کسب‌وکار بازی می‌کند (تیکاساپ، ۲۰۰۹). جهت سیاستگذاری مطلوب ابتدا باید خوشه را خوب شناخت و وضعیت حاکم بر بستر خوشه را تعیین کرد. شرایط اجتماعی / فرهنگی، شرایط نهادی، شرایط تاریخی و محدودیت‌های اجرایی در سطح یک خوشه وضعیت حاکم بر خوشه را مشخص می‌کنند. همچنین باید عوامل زمینه‌ای که می‌توانند سیاست‌ها را تحت تأثیر قرار دهند شناسایی و در خطرپذیری آنها را منظور کرد. آنچه مسلم است قوانین و مقررات، سیاست‌های بالادستی، مزیت‌های منطقه‌ای، عوامل محیطی کلان کشور و هدف از توسعه خوشه با توجه به اهداف توسعه منطقه باید مبنای سیاست‌گذاری باشند. خوشه طی سال‌ها بر اساس مزیت‌های منطقه‌ای شکل می‌گیرد و گسترش می‌یابد. این مزیت‌ها باید شناسایی شوند و وضعیت موجود و آتی آنها مورد تحلیل قرار بگیرند. مهم‌ترین ابعاد توسعه یک خوشه، توسعه بازار، توسعه منابع انسانی، توسعه

فناوری و توسعه زنجیره ارزش آن است. تقریباً تمامی بنگاه‌های حاضر در خوشه‌ها با توجه به اندازه کوچک و متوسط آنها و همچنین فعالیت به صورت سنتی، در توسعه این موارد ضعف عمده دارند. بنابراین خط‌مشی‌ها علاوه بر توسعه زیرساخت و توسعه مالی که همواره توسط نهادهای مختلف در حال انجام است، باید در راستای بهبود و ارتقای فناوری، بازار، زنجیره ارزش و منابع انسانی خوشه تدوین شوند. سطوح تصمیم‌گیری در خوشه متفاوت است و در نتیجه آن نوع راهبردها و حمایت‌ها متفاوت است. در سطح ملی نهادها و افراد، حمایت‌کنندگان اصلی و ناظران برنامه‌های توسعه خوشه هستند و افرادی را به‌عنوان عاملان توسعه خوشه جهت اجرای سیاست‌ها پرورش می‌دهند. همچنین در این سطح می‌بایست در راستای فرهنگ‌سازی، مشروعیت‌بخشی و بومی‌سازی نیز سیاست‌های متناسب وضع و اجرا گردد. در سطح استانی، پس از شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌ها، شورای راهبری خوشه که متشکل از سازمان‌ها و نهادهای تأثیرگذار در رشته صنعت فعالیت خوشه هستند، وظیفه انتخاب عامل، امکان‌سنجی و شبکه‌سازی نهادی را بر عهده دارند. در نهایت در سطح خوشه، پس از اعتمادسازی اعضا (بنگاه‌های موجود) از سوی عامل توسعه خوشه، نقاط فشار و حلقه‌های مفقوده شناسایی و برنامه‌هایی در راستای غلبه بر موانع و استفاده از فرصت‌ها با جذب حمایت نهادهای عمومی و خصوصی (نهادسازی) تدوین و اجرا می‌شود. این برنامه‌ها در راستای شبکه‌سازی و توسعه شبکه‌های کسب‌وکار، *BDS* پروری، آموزش و ارتقای مهارت هستند. اعضای خوشه با تشکیل شبکه فراگیر امکان ادامه برنامه‌ها را پس از اتمام پروژه توسعه خوشه پیگیری و اجرا خواهند کرد.

توصیه‌های سیاستی

یافته‌های پژوهش حاضر برای سیاست‌گذاران و متولیان توسعه خوشه، برنامه‌ریزان سازمان‌های دولتی و مدیران و مالکان بنگاه‌های حاضر در خوشه مفید است. مدل این امکان را برای خط‌مشی‌گذاران فراهم می‌آورد که سیاست‌های هر خوشه را متناسب با شرایط واقعی خرد و کلان آن تدوین و اجرایی کنند. بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادی ذیل جهت توسعه خوشه‌های کسب‌وکار به‌طور خلاصه ارائه می‌شود:

از آنجا که جهت توسعه یک خوشه نیاز است، کل زنجیره ارزش آن توسعه بیابد، در برخی از موارد تضادهایی در قوانین مربوط به تعیین متولی اصلی به چشم می‌خورد. پیشنهاد می‌شود قوانین مورد بازنگری قرار بگیرند و اصلاح شوند. اعتمادسازی و شبکه‌سازی نهادی از مهم‌ترین فعالیت‌های توسعه خوشه‌های کسب‌وکار است. بنابراین نیاز است فعالیت‌های بیشتری از طرف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران برای این منظور صورت

بگیرد و برنامه‌ها و استراتژی‌هایی در سطح ملی وضع گردد. پیشنهاد می‌شود این فعالیت‌ها قبل از شروع پروژه توسعه خوشه انجام شود. پیشنهاد می‌شود شاخص‌های ارزیابی پروژه توسعه خوشه با توجه به سیاست‌های متفاوت وضع شده برای هر خوشه، به شکل مجزا تدوین و اجرا شود. یافته‌ها نشان می‌دهد حمایت از توسعه خوشه فعالیتی فرآیندی، مستمر و یکپارچه است. بنابراین لازم است دستگاه متولی، انجام حمایت‌ها را به صورت فرآیندی و یکپارچه قبل، حین و بعد از اجرای پروژه توسعه خوشه پیگیری کند. به مدیران/ مالکان صنایع بنگاه‌های حاضر در خوشه توصیه می‌شود با مشارکت در طرح حمایت از توسعه خوشه، قابلیت‌های فناوری، بازاریابی و منابع انسانی خود را گسترش دهند و با مشارکت دیگر اعضای خوشه، زنجیره ارزش خوشه را ارتقا بخشند.

منابع

الف) فارسی

- ۱- استراس، انسلم، کوربین، جولیت، (۱۳۹۱)، مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- ۲- بازرگان، عباس (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته؛ رویکردهای متداول در علوم رفتاری، تهران: دیدار، چاپ اول.
- ۳- حسنقلی‌پور، طهمورث، اشکان الهیاری، مجتبی براری (مترجمان)، (۱۳۹۱)، روش و طرح تحقیق کیفی «انتخاب از میان پنج رویکرد تحقیق کیفی»، جان دبلیو کرسول، انتشارات نگاه دانش: تهران.
- ۴- خامسی، سید جعفر. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی توسعه خوشه‌های صنعتی در ایران مورد مطالعه خوشه ادوات کشاورزی جویبار. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۵- روانستان، کاظم. (۱۳۹۱). چالش‌های مدیریتی توسعه خوشه‌های کسب‌وکار. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان. مازندران.
- ۶- سلیمانی، غلامرضا، عزیزمحمدلو، حمید، وحدت، سیاوش، (۱۳۹۴)، خوشه‌های کسب‌وکار شناسایی شده در ایران: نقشه کشوری خوشه‌های کسب‌وکار، تهران: آئین محمود، چاپ اول.
- ۷- موسوی نقابی، سید مجتبی؛ محسن نظری؛ طهمورث حسنقلی‌پور؛ غلامرضا سلیمانی؛ عزت‌الله عباسیان (۱۳۹۴)، طراحی مدل شبکه‌سازی فعالیت‌های بازاریابی بنگاه‌های فعال در خوشه‌های صنعتی ایران. فصلنامه علوم مدیریت ایران. دوره ۱۰، شماره ۳۷، صفحه ۵۱-۷۸.

ب) انگلیسی

- 8- Anbumozhi, V., Gunjima, T., Ananth, A. P., & Visvanathan, C. (2010). An assessment of inter-firm networks in a wood biomass industrial cluster: lessons for integrated policymaking. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 12(4), 365-372.
- 9- Andersson, T., Serger, S. S., Sörvik, J., VINNOVA., S., innovationssystem, S. V. f., & Hansson, E. W. (2004). *The Cluster Policies Whitebook: International*
- 10- Bathelt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in human geography*, 28(1), 31-56.
- 11- Bettis-Outland, H., Felzensztein, C., Gimmon, E., & Aqueveque, C. (2012). Clusters or un-clustered industries? Where inter-firm marketing cooperation matters. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 27(5), 392-402.
- 12- Biswas, S., Roy, S., & Seshagiri, S. (2007). Collaboration in Indian SME clusters: a case study. Paper presented at the 3rd International Conference on Communities and Technologies, p28-30.
- 13- Breschi, S., & Malerba, F. (2005). *Clusters, networks and innovation: Oxford University Press.*
- 14- Bryant, A., & Charmaz, K. (Eds.). (2007). *The Sage handbook of grounded theory.* Sage.
- 15- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods.* Oxford University Press, USA.
- 16- Ceglie, G. (2003, September). Cluster and network development: examples and lessons from UNIDO experience. In *Proceedings of the Conference on Clusters, Industrial Districts and Firms: The Challenge of Globalization, University of Modena and Reggio Emilia, Modena* (pp. 12-13).
- 17- Charmaz, K., & Belgrave, L. (2002). Qualitative interviewing and grounded theory analysis. *The SAGE handbook of interview research: The complexity of the craft*, 2(2002).
- 18- Charmaz, K. (2011). Grounded theory methods in social justice research. *The Sage handbook of qualitative research*, 4, 359-380.
- 19- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory.* Sage.
- 20- Commission, E. (2008a). *The concept of clusters and cluster policies and their role for competitiveness and innovation: Main statistical results and lessons learned.* Luxembourg.
- 21- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design-Choosing among Five Approaches: Sage Publications, Thousand Oaks, California.*
- 22- Das, R., & Das, A. K. (2011). Industrial cluster: an approach for rural development in North East India. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(2), 161.
- 23- Eisingerich, A. B., Bell, S. J., & Tracey, P. (2010). How can clusters sustain performance? The role of network strength, network openness, and environmental uncertainty. *Research Policy*, 39(2), 239-253.
- 24- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2009). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research.* Transaction publishers.
- 25- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82.
- 26- Harry, B., Sturges, K. M., & Klingner, J. K. (2005). Mapping the process: An exemplar of process and challenge in grounded theory analysis. *Educational researcher*, 34(2), 3-13.
- 27- Herliana, S. (2015). Regional Innovation Cluster for Small and Medium Enterprises (SME): A Triple Helix Concept. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 151-160.
- 28- Isaksen, A. (2003). 'Lock-in' of regional clusters: the case of offshore engineering in the Oslo region. *Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*, Edward Elgar. Cheltenham and Northampton, MA, 247-273.
- 29- Karaev, A., Lenny Koh, S. C., & Szamosi, L. T. (2007). The cluster approach and SME competitiveness: a review. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 18(7), 818-835.
- 30- Karlsson, C. (2010). *Handbook of Research on Cluster Theory: Edward Elgar Publishing, Incorporated.*
- 31- Konstantynova, A., & Wilson, J. (2014). *Comparing Cluster Policies: An Analytical Framework.* Lai, Y. L., Hsu, M. S., Lin, F. J., Chen, Y. M., & Lin, Y. H. (2014). The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance. *Journal of Business Research*, 67(5), 734-739.
- 32- LaRossa, R. (2005). Grounded theory methods and qualitative family research. *Journal of marriage and Family*, 67(4), 837-857.
- 33- Liao, T. J. (2010). Cluster and performance in foreign firms: The role of resources, knowledge, and trust. *Industrial Marketing Management*, 39(1), 161-169.

- 34- McFerran, K. S., & Saarikallio, S. (2014). Depending on music to feel better: Being conscious of responsibility when appropriating the power of music. *The Arts in Psychotherapy*, 41(1), 89-97.
- 35- Mihajlović, I. (2014). Possibilities for development of business cluster network between SMEs from Visegrad countries and Serbia. *Serbian Journal of Management*, 9(2), 145-148.
- 36- Najib, M., & Kiminami, A. (2011). Innovation, cooperation and business performance: Some evidence from Indonesian small food processing cluster. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1(1), 75-96.
- 37- Nazari, M., Hasangholipour, T., Soleimani, G., Abbasian, E., & Moussavi Neghabi, S. M. (2017). Investigation of the Productivity of Networking Activities and Improvement Projects on the Sales and Employment of Iranian Agricultural Clusters. *Iranian Economic Review*, 21(1), 45-70.
- 38- Norman, Victor D., and Anthony J. Venables. 2004. *Industrial Clusters: Equilibrium, Welfare and Policy*. *Economica* 71 (284):543-558.
- 39- Nwankwo, S., & Gbadamosi, T. (2010). *Entrepreneurship marketing: principles and practice of SME marketing*: Routledge.
- 40- Oktay, J. S. (2012). *Grounded theory*: Oxford University Press.
- 41- Pitelis, C., & Pseiridis, A. (2006). A conceptual framework for firm cooperation and clusters, and their impact on productivity. *Clusters and Globalisation: The Development of Urban and Regional Economies*, 17-60.
- 42- Porter, Michael E. 2000. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly* 14 (1).
- 43- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. Sage.
- 44- Romanelli, E., & Khessina, O. M. (2005). Regional industrial identity: Cluster configurations and economic development. *Organization science*, 16(4), 344-358.
- 45- Service, R. W. (2009). Book Review: Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage. *Organizational Research Methods*, 12(3), 614-617.
- 46- Smith, K. (2008). A Grounded Theory Analysis of how College Students Search for Health Information on the Internet: The Case of HIV/AIDS: ProQuest.
- 47- Sonobe, T., & Ōtsuka, K. (2006). *Cluster-based industrial development*: Palgrave Macmillan New York.
- 48- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. SAGE Publications, Thousand Oaks, USA.
- 49- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource*. John Wiley & Sons.
- 50- Teekasap, P. (2009, July). Cluster formation and government policy: system dynamics approach. In *Proceedings of the 27th International Conference of the System Dynamics Society, Albuquerque, New Mexico, USA*.
- 51- Thompson, T. M. (2005). *Essays on cooperation in developing country industrial clusters*.
- 52- Thornton, S. C., Henneberg, S. C., & Naudé, P. (2013). Understanding types of organizational networking behaviors in the UK manufacturing sector. *Industrial Marketing Management*, 42(7), 1154-1166.
- 53- Walker, D., & Myrick, F. (2006). Grounded theory: An exploration of process and procedure. *Qualitative health research*, 16(4), 547-559.