

طراحی مدل ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی

توحید اسکندرزاده فرد^۱، نادر بهلولی^{۲*}، کریم اسکندری^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۱۴

چکیده

دستیابی به آرمان‌های توسعه پایدار کشور، جایگاه شایسته‌ای در اقتصاد جهانی برای اقتصاد کشور فراهم می‌کند و همین‌طور حل مشکلات فعلی جامعه و دولت، از طریق اجرای استراتژی توسعه کارآفرینی امکان‌پذیر است. امروزه حرکت به سمت کسب و کارهای کوچک و متوسط نه تنها امری بهینه و سودآور، بلکه در شرایط فعلی کشور، امری لازم و ضروری برای رسیدن به توسعه پایدار بوده و از اهداف سند ۲۰ ساله محسوب می‌شود. هدف پژوهش حاضر طراحی مدل ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای در ایران برای حضور هر چه بیشتر در بازارهای بین‌المللی با تمرکز بر نقش دولت است. پژوهش حاضر، تحقیق آمیخته (کیفی - کمی) با رویکرد اکتشافی در گردآوری داده‌ها، به منظور شناسایی نقش‌های دولت به منظور ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی است. در بخش کیفی با مصاحبه‌های اکتشافی سازوکارهای دخالت دولت در جهت ارتقاء ظرفیت خوشه‌های کسب و کار در بازارهای بین‌المللی مورد بررسی و معین گردید و در بخش کمی نیز با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی، نقش‌های شناسایی شده مورد ارزیابی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که نقش دولت در توسعه خوشه‌های کسب و کار در سه دسته تنظیمی، شناختی و هنجاری تقسیم می‌شوند که تحلیل عاملی تأییدی نیز یافته‌های تحقیق را مورد تأیید قرارداد. نتایج تحقیق نیز حاکی از آن است که خط مشی گذاران، مجریان و به طور کلی متولیان خوشه‌ها، برنامه‌ریزان سازمان‌های دولتی و فعالان عرصه خوشه‌ها می‌تواند در این راستا اقدامات موثری انجام دهند.

واژه‌های کلیدی: کسب و کارهای خوشه‌ای، نقش تنظیمی، نقش شناختی، نقش هنجاری

طبقه‌بندی JEL: M31، M00، G15

^۱ دانشجوی دکتری گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی بناب، بناب، ایران.

^۲ استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی بناب، بناب، ایران. (نویسنده مسئول: nader.bohlooli@bonabiau.ac.ir)

^۳ استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۱- مقدمه

امروزه صنایع کوچک و متوسط در اکثر کشورهای جهان، از جنبه اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و همچنین خدمات نقش مهمی را ایفا می‌کنند. صنایع کوچک و متوسط عامل استراتژیک برای توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی و همچنین رقابت‌پذیری صنایع هستند. و این صنایع، منبعی برای اشتغال‌زایی، تحول و نوآوری و خلق فناوری‌های نوین هستند (بیک‌زاد و تیرانداز، ۱۳۸۸، ۴۹). نوآوری در دهه‌های اخیر مورد توجه مکاتب اقتصادی و خط مشی‌گذاران قرار گرفته است (نصری و نصرآبادی و قاضی‌نوری، ۱۳۹۹، ۶۳). از جمله مواردی که مورد توجه دولت‌ها است، کسب‌وکارهای خوشه‌ای است. از الگوهای موفق در زمینه سازمان‌دهی صنایع کوچک و متوسط خوشه‌های کسب‌وکار است که بدنبال تقویت تنوع و انعطاف‌پذیری است (پاسبان، ۱۳۸۷، ۱۱). درون خوشه‌ها، نوآوری، کارآفرینی و کسب‌وکارهای جدید به راحتی ایجاد می‌شود (ایساکسن^۱، ۲۰۰۸، ۲۴۸). پورتر^۲ (۱۹۹۸) خوشه‌های کسب‌وکار را به عنوان تراکم جغرافیایی شرکت‌های مرتبط به هم، تأمین‌کنندگان تخصصی، ارائه‌کنندگان خدمات، شرکت‌های مربوط به صنایع وابسته و نهادهای وابسته تعریف کرده است. از آن زمان تحقیقات مختلفی پیرامون اثرات خوشه‌های کسب‌وکار در توسعه منطقه‌ای انجام شده است و حتی چارچوب‌هایی برای دولت‌ها در ایجاد خوشه‌ها و مناطق صنعتی به عنوان خط مشی توسعه منطقه‌ای تدوین شده است (وولفی و گیرتلر^۳، ۲۰۰۴؛ بینورث و هنری^۴، ۲۰۰۴، ۱۰۱۵).

با توجه به اینکه خوشه‌ها بر اساس مزیت‌های منطقه‌ای شکل گرفته و رشد یافته‌اند، از توان رقابت‌پذیری نسبتاً خوبی بهره‌مند هستند که در صورت توسعه و تقویت می‌توانند، نقش قابل توجه‌ای را در توسعه صنعتی و توان صادراتی کشور ایفا کنند. در ایران تعداد ۳۵۸ خوشه کسب‌وکار با تعداد ۲۶۸ هزار بنگاه فعال شناسایی شده است که دارای میزان اشتغال‌زایی بالغ بر ۲ میلیون و ۷۲۰ هزار نفر را شامل می‌شوند (منوریان و همکاران، ۱۳۹۶، ۱۱). دولت‌ها برای پیشرو بودن در این امر کشورها اقدام به خط مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت کرده و مشوق‌ها و شرایطی را به وجود می‌آورند تا از پتانسیل‌های سازنده‌ی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای رسیدن به رشدی پایدار استفاده کنند. بنابراین به نظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین خط مشی و طراحی برنامه‌ها قرار دارد. دولت از طریق اعمال خط مشی می‌تواند در جهت توسعه خوشه‌های کسب‌وکار جهانی گام بردارد. بسیاری از خط مشی‌گذاران تلاش کرده‌اند تا به استفاده عملی از مفهوم خوشه‌ها بپردازند و هر یک به نتایج متفاوتی دست یافته‌اند (یحیی تبار و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه حرکت به سمت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نه تنها امری بهینه و سودآور، بلکه در شرایط فعلی کشور، امری لازم و ضروری برای رسیدن به توسعه پایدار و اهداف سند بیست ساله است. در ماده ۳۹ قانون برنامه چهارم توسعه، همچنین در موارد ۸۰، ۱۰۴، ۱۵۰ و ۱۴۰ قانون برنامه پنجم بر موضوع توسعه خوشه‌های کسب‌وکار تأکید شده است (سلیمانی و همکاران،

¹. Isaksen

². Porter

³. Wolfe & Gertler

⁴. Benneworth & Henry

۱۳۹۳، ۹۱). شرکت‌ها با رقابت شدیدی روبه‌رو هستند و آن‌هایی بقا می‌یابند که نیازمندی‌های مشتریان را درک کنند و نسبت به تأمین آن‌ها اقدام کنند (عزیزی بروجردی و همکاران، ۱۳۹۸، ۳۲).

امروزه هیچ کشوری در جدایی کامل از کشورهای دیگر زندگی نمی‌کند. منابع اقتصادی، تکنولوژی و سطح زندگی افراد یک کشور، بستگی نسبی به اقتصاد کشورهای دیگر دارد که به وسیله جریان پیچیده‌ای از کالاها، خدمات، سرمایه و تکنولوژی، به هم مربوط می‌شوند. حضور کسب و کارهای خوشه‌ای در بازارهای بین‌المللی، فرصت‌های مناسبی را برای کسب سود ایجاد می‌کند، با این وجود این شرکت‌ها فاقد تشکل‌های حمایت‌کننده در امور بازاریابی بین‌المللی و صادرات هستند و این امر هزینه‌های صادراتی و ریسک‌های مرتبط را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، حضور در بازارهای بین‌المللی، مزایای راهبردی مانند دسترسی به بازارهای جدید جذب مشتری، عرضه‌کنندگان جدید و شرکای جدید، به وجود می‌آورد. از سوی دیگر منجر به ساختن زیربنای قوی مشتریان در یک بازار جدید، روابط و آشنایی‌هایی را میسر می‌کند. اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۸) مؤلفه‌های علی‌منبع محور، شبکه محو و کارآفرین را برای حضور در بازارهای بین‌المللی عنوان کردند؛ محققین دیگری همچون یوسفی و قاضی‌زاده (۱۳۹۸)؛ روز و همکاران^۱ (۲۰۱۹) و بهزادینیا و همکاران (۱۳۹۸) بر نقش دولت‌ها به عنوان حامی شرکت‌ها به منظور بین‌المللی شدن تأکید دارد؛ بنابراین در هر کشوری، فعالیت و توسعه کسب و کارها، تحت تأثیر سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی و ... حاکم بر جامعه است، دولت‌ها با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب و اصولی می‌توانند موجب رونق کسب و کارهای خوشه‌ای برای بین‌المللی شدن یا مانع از آن شوند. بین‌المللی سازی خوشه‌های کسب و کار به خودی خود شکل نمی‌گیرد، بلکه نیازمند نقش دولت است. از آنجا که حضور کسب و کارهای خوشه‌ای در بازارهای بین‌المللی می‌توان موجب رونق اقتصادی و توسعه جوامع شوند، بسیاری از کارگزاران دولتی تلاش می‌کنند که از ظرفیت‌های این کسب و کارها به نحو احسن استفاده کنند تا با تدوین سیاست‌ها و طراحی برنامه‌ها در جهت توسعه خوشه‌های کسب و کار در سطح بین‌المللی گام بردارد. مصاحبه‌های انجام شده از فعالان حوزه کسب و کارهای خوشه‌ای نشان داد که دولت به صورت مطلوب نتوانسته است وظایف خود را به نحو مطلوبی در این حوزه انجام دهد. همچنین حضور در بازارهای بین‌المللی راهی برای توسعه این شرکت‌ها است. بنابراین ضرورت تحقیق پیرامون نقش دولت‌ها در توسعه کسب و کارهای خوشه‌ای احساس می‌شود بنابراین تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به سؤال زیر است: نقش دولت در توسعه کسب و کارهای خوشه‌ای چیست؟

۲- مبانی نظری پژوهش

یکی از پدیده‌هایی که در عرصه کارآفرینی و اقتصادی شرکت‌ها صورت گرفته است، تجمع اقتصادی شرکت‌ها است که از آن به عنوان خوشه‌های کسب و کار یاد می‌شود که عامل مهمی در توسعه پایدار اجتماعی و اقتصادی یک منطقه است (پروخورووا و همکاران^۲، ۲۰۱۸، ۳). برانکو و کارلوس لوپس^۳ (۲۰۱۸)، بیان کردند که خوشه‌ها را مجموعه‌ی نسبتاً بزرگی از شرکت‌ها می‌دانند که در قلمرو جغرافیایی ویژه‌ای

^۱ . Ruiz

^۲ . Prokhorova

^۳ . Branco & Carlos Lopes

قرار دارند، دارای ثبته تخصصی مشخص هستند و در آن خوشه، تجارت میان شرکت‌ها و تخصص شرکت‌ها چشمگیر است. این دو، عقیده دارند که در خصوص تعریف خوشه میان صاحب‌نظران اتفاق نظر وجود ندارد، اما می‌توان این‌گونه جمع‌بندی نمود که واژه خوشه، به تمرکز جغرافیایی فعالیت‌های اقتصادی در یک زمینه اشاره دارد. خوشه‌ها عبارت است از شبکه‌ای تولیدی از بنگاه‌های متمرکز و وابسته به یکدیگر که در طول زنجیره ایجاد ارزش با یکدیگر در ارتباط هستند (براخت و همکاران^۱، ۲۰۱۱، ۴۲۲). "خوشه‌ها شامل مجموعه‌ای همگن از صنایع در یک منطقه جغرافیایی است که به سبب وجود مزیت‌های خاص و یا سرمایه‌های قوام یافته اجتماعی چون فن و مهارت با اهداف اقتصادی شکل گرفته است" (انوشه و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۵).

اساساً ادبیات مربوط به خوشه‌های کسب و کار تاکید بر ظرفیت آن‌ها به عنوان مکانی بر انتشار و تولید دانش تاکید دارد (جیولیانی و بل^۲، ۲۰۰۵، ۴۹). این خوشه‌ها بستر مناسبی برای تشریک مساعی و فعالیت شبکه‌ای وجود دارد، به این دلیل، اشتراکات موجود، منجر به تعاملات درونی و اعتمادسازی می‌شود که زمینه کارایی جمعی را از طریق شبکه‌سازی و فعالیت مشترک فراهم می‌آورد (لیاو^۳، ۲۰۱۰، ۱۶۵). به همین ترتیب، خوشه‌بندی مزیت کلیدی را در فرایندهای خلق و یادگیری دانش ایجاد می‌کند، زیرا خوشه‌ها سرعت آن را افزایش می‌دهد که کاربران بتوانند دانش ارزشمند را به وسیله ارتباطات متناوب انتقال دهند (کاتو و همکاران^۴، ۲۰۱۶، ۲۴۰؛ ایسینگریچ و همکاران^۵، ۲۰۱۰، ۶۵). به طور کلی، به دلیل نزدیکی جغرافیایی و اجتماعی، ایده‌های نوین به راحتی از یک شرکت به شرکت دیگر در خوشه صنعتی چرخش پیدا می‌کند (کاوالهپرو و براندائو^۶، ۲۰۱۷، ۹۹۶). در نتیجه آن‌ها بستری برای اشتراک دانش، بهبود فرایندها و نوآوری جمعی هستند (گیبریسیویس و موهن^۷، ۲۰۱۳، ۳۰۶). به این ترتیب پیکه و تامسون^۸ (۲۰۱۶) معتقدند که شرایط اجتماعی درون خوشه‌ها تحت تأثیر خط مشی‌های پولی، مالی، خط مشی‌های و قوانین تنظیمی نیروی کار و همچنین فرایندهای پویای شرکت‌ها میان بازیگران دولتی خوشه‌ها است. بدین ترتیب پویایی خوشه‌ها به شدت تحت تأثیر ترکیبی از شبکه‌ها، همکاری و رقابت می‌باشد (ابراهیم و امرو^۹، ۲۰۱۷، ۶۳۷). امروزه خوشه‌ها به عنوان ابزار مهمی برای ارتقا و توسعه کسب و کار، نوآوری، رقابت و رشد شناخته می‌شود، اگرچه معمولاً خوشه‌ها به واسطه تلاش‌های بنگاه‌های خصوصی و افراد فعال در صنعت شکل می‌گیرد، ولی آن‌ها در مسیر رشد و فعالیت خود به شدت تحت تأثیر کنشگران گوناگون و پرشماری از قبیل نهادهای دولتی، مالی و صنفی در سطح ملی و محلی قرار دارند (ریواس و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۸، ۱۷۳).

رحمانی (۱۳۹۳، ۴) بیان کرد که یک خوشه شامل سه عنصر اصلی است که در شکل ۱ نحوه تعامل و استمرار آنها نشان داده شده است.

¹ . Brachert & et al

² . Giuliani & Bell

³ . Liao

⁴ . Kato & et al

⁵ . Eisingerich & et al

⁶ . Cavalheiro & Brandao

⁷ . Gebreeyesus & Mohne

⁸ . Pyke and Lund-Thomsen

⁹ . Ibrahim & Amro

¹⁰ . Rivas & et al



شکل ۱: عناصر اصلی تشکیل دهنده خوشه و نحوه استقرار آن‌ها (رحمانی، ۱۳۹۳، ۶)

کلید موفقیت و هویت در یک خوشه وابستگی‌های درونی آن‌ها و نهادهای داخلی است. وابستگی میان بنگاه‌ها به وسیله واسطه‌ها و همکاری ایجاد می‌شود که تسهیل‌گر آن‌ها نهادهای عمومی، دولتی و یا محلی است، نقش راهبردی را در تامین زیرساخت‌های فیزیکی از جمله، ارائه خدمات و تسهیلات متعدد و هماهنگ کردن بخش‌های مختلف و نهادهای سیاسی و اقتصادی منطقه‌ای با تشکیل صنعتی و صنفی، بانک‌ها و سایر نهادها به وسیله نهادهای دولتی انجام می‌شود (رحمانی، ۱۳۹۶، ۶). بر اساس قانون پارتو، زمانی که بازارها در رقابت کامل عمل می‌کنند، ضرورت مداخله دولت‌ها وجود ندارد، در دنیای کاملاً رقابتی، بازار تضمین می‌کند که هزینه تولید برابر هزینه‌های واقعی اجتماعی است. (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲، ۵). به زعم مایکل^۱ (۲۰۰۱) شکست بازار دخالت دولت را توجیه می‌کند، چرا که عرضه کالاهای عمومی و تخصیص هزینه‌های اجتماعی، وظایفی هستند که فقط دولت‌ها می‌توانند به طور موثر آن را انجام دهند. هیوز (۱۳۸۶، ۸۵) نشان داد که بدون دخالت دولت، بازار قادر به کار نخواهد بود و بازار به تنهایی قادر به انجام همه وظایف اقتصاد نمی‌باشد.

خط مشی خوشه‌ای و خط مشی گذاری خوشه از اوایل دهه ۱۹۹۰ پیاده‌سازی شد. از اواسط دهه ۲۰۰۰ به بعد اجرای خط مشی قبلی به علت نتایج موفق آمیز به طور فزاینده‌ای در بیشتر کشورها مورد توجه قرار گرفت. دیدگاه دولت‌ها از اینکه آیا خط مشی باید اجرا شود یا خیر، به اینکه چگونه خط مشی‌های خوشه‌ای طرح‌ریزی و اجرا شوند، تغییر پیدا کرد (منوریان و همکاران، ۱۳۹۶). خامسی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که توسعه خوشه‌های کسب و کار دارای ابعاد پنج‌گانه دولت و خط مشی گذاری، سرمایه‌گذاری و مالی، زیرساختی، دانش و ارتباط با دانشگاه فرهنگ است. نکته بسیار مهم این است که شاخص دولت و خط مشی گذاری به لحاظ اهمیت در جایگاه نخست قرار دارد اما از جهت وضعیت موجود در جایگاه آخر قرار دارد. هیوز معتقد است که دولت‌ها دارای نقش‌های مختلفی هستند (هیوز، ۱۳۸۶، ۸۵). اما دانایی‌فرد و همکاران (۱۳۸۸) نقش‌های دولت را در سه دسته، طبقه‌بندی کرده است: نقش تنظیمی، نقش هنجاری

^۱ . Micheal

و نقش شناختی. در نقش تنظیمی دولت‌ها از طریق کاهش یا تخفیف مالیاتی، پرداخت وام‌های ضروری و دیگر برنامه‌های تنظیمی دیگر به حمایت از خوشه پرداخته، همچنین پشتیبانی مالی از شرکت‌های کوچک و متوسط یکی از معمول‌ترین رویکردها برای توسعه کسب و کارها می‌باشد. عزیز و نور هاشم^۱ (۲۰۰۸) تأکید کرد که خط مشی گذاری بر اساس خوشه‌ها موجب موفقیت در خوشه‌ها شده کاستی‌های صنایع کوچک و متوسط را بر طرف می‌کند. در نقش هنجاری برنامه‌هایی که بر اشاعه دانش مدیریت و مهارت‌های لازم برای توسعه کسب و کارها متمرکز است. برنامه‌های آموزشی لازم به شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌شود و شرکت‌ها را در توسعه مهارت‌های لازم کمک می‌کند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۸). پورتر (۲۰۰۰) نیز بر نقش همکاری شرکت‌ها و دانشگاه‌ها برای بهبود خوشه‌های کسب و کار تأکید داشت. مبانی تجربی پژوهش به مرور برخی از پژوهش‌هایی می‌پردازد که در خصوص نقش دولت‌ها نسبت به توسعه ظرفیت‌های کسب و کارهای خوشه‌ای به منظور ارتقاء حضور در بازارهای مختلف اختصاص می‌یابد.

۳. پیشینه پژوهش

عوامل متعددی در ورود به بازار بین‌المللی و کمک به این فرایند دخالت دارند که از جمله آن‌ها می‌توان به عوامل سازمانی، محیطی و مدیریتی اشاره کرد (کارادنیز و گوسو^۲، ۲۰۰۷). توسعه مرزهای کسب و کار و فعالیت آن در بازار خارجی یکی از مهم‌ترین شیوه‌های دستیابی به موفقیت برای کسب و کارها است (کوالاینن و همکاران^۳، ۲۰۱۲).

جدول ۱: پژوهش‌های انجام شده در زمینه نقش دولت‌ها در حمایت از کسب و کارهای خوشه‌ای

محقق و سال	هدف پژوهش	روش پژوهش	نتیجه
رحمانی (۱۳۹۲)	هدف پژوهش معرفی مناسب تر خوشه‌های صنعتی و توانمندی‌های آن‌ها در کسب مزیت رقابتی و توان صادراتی، زمینه شناخت بهتر این خوشه‌ها را فراهم آورد.	روش مطالعه تحلیل بنیادی به همراه یک مورد کاوی از خوشه‌های صنعتی در نساچی	نتایج این تحقیق عبارت است از تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری توسط دولت.
یحیی تبار و همکاران (۱۳۹۳)	در این مقاله ابتدا به مفهوم خوشه‌ها پرداخته شده است. سپس خوشه‌های کسب و کار، چالش‌های مدیریتی توسعه خوشه‌های کسب و کار، و در انتها نقش دولت در توسعه خوشه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است	روش پژوهش حاضر، توصیفی و پیمایشی و در زمره تحقیقات کاربردی است	دولت از طریق اعمال خط مشی می‌تواند در جهت توسعه خوشه‌های کسب و کار جهانی گام بردارد.
کریمی زارچی و همکاران (۱۳۹۸)	هدف پژوهش ارائه مدلی به منظور توسعه پایدار خوشه‌های کسب و کار است.	روش تئوری داده بنیاد و مدل‌سازی معادلات ساختاری،	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در زمینه صادرات
بهزادینیا و همکاران (۱۳۹۸)	هدف از این پژوهش بررسی تأثیر برنامه‌های تشویقی صادرات بر عملکرد صادراتی شرکت‌های بازرگانی بین‌المللی	از نظر هدف، کاربردی و هدف آن توسعه دانش کاربرد در یک زمینه خاص است	برنامه‌های تشویقی دولت

^۱ . Aziz & Norhashim

^۲ . Karadeniz & Göçer

^۳ . Kuivalainen et al

محقق و سال	هدف پژوهش	روش پژوهش	نتیجه
	به صورت مستقیم و غیرمستقیم با نقش میانجی جذابیت‌های بازارهای خارجی و قابلیت‌های صادراتی شرکت است		
جعفر زاده و همکاران (۱۳۹۹)	هدف پژوهش ارائه الگوی به کارگیری استراتژی رقابت همکارانه در بین‌المللی - سازی خوشه‌های صادرات محور است	پژوهش حاضر رویکرد اکتشافی و بهره‌گیری از نظرات خبرگان این حوزه و استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری است	برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در حوزه صادرات
تامبون (۲۰۰۹)	صادرات محور خوشه‌های صنایع کوچک و متوسط در اندونزی	مقاله وی بر اساس یک تحقیق در حال پیشرفت در خصوص اهمیت شبکه‌ها در توسعه خوشه‌های SME صادرات گرا در اندونزی است. در این مقاله همچنین موارد مهم دیگر مربوط به توسعه SME ها در کشور، به اهمیت شبکه‌ها می‌پردازد.	آموزش و حمایت‌های مالی از کسب - و کارهای خوشه‌ای به منظور حضور در بازارهای بین‌المللی
کانونگو (۲۰۱۱)	در این مقاله الگوها و پیامدهای اقتصادی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را در زمینه نقش تکامل یافته یک شرکت در حال توسعه، یعنی شرکت چندملیتی در حال ظهور به عنوان عامل اصلی جهانی‌سازی اقتصادی، بررسی می‌شود	در این مقاله الگوها و پیامدهای اقتصادی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را در زمینه نقش تکامل یافته یک شرکت در حال توسعه، یعنی شرکت چندملیتی در حال ظهور به عنوان عامل اصلی جهانی‌سازی اقتصادی، بررسی می‌شود.	سیاست محدودکننده هند عامل مهمی در هدایت شرکت‌های هندی برای سرمایه‌گذاری در خارج از کشور
روز و همکاران (۲۰۱۹)	هدف این مقاله تمرکز بر تأثیر افتراقی اقدامات تبلیغی دولت و مالکیت دولت بر دو متغیر بین‌المللی سازی است: مکان و سرعت بین‌المللی سازی شرکت‌های چندملیتی در حال ظهور است	رویکرد تجربی این مقاله شرکت‌های چینی هستند که دارای سهام بین‌المللی هستند. نویسندگان از ۶۷۲ پاسخ جمع‌آوری شده توسط بنیاد آسیا و اقیانوسیه کانادا و شورای گسترش تجارت بین‌المللی چین استفاده کرده‌اند.	اقدام تبلیغاتی دولت، مشوق‌های مستقیم و برنامه‌استراتژیک دولت به منظور بین - المللی شدن شرکتها

۴- روش‌شناسی

تحقیق حاضر از منظر جهت‌گیری پژوهش توسعه‌ای، روش آمیخته (کیفی و کمی) است و از نوع ترکیبی اکتشافی است. تحقیق حاضر نیز شامل دو مرحله است. ابتدا در مرحله نخست، داده‌های کیفی، با استفاده از روش مصاحبه گردآوری می‌شوند و نقش‌ها و وظایف دولت در زمینه حضور خوشه‌های کسب و کار در بازارهای بین‌المللی در ایران مورد شناسایی قرار می‌گیرد. در ادامه نیز به منظور تعیین روابط داده‌های کیفی از داده‌های کمی استفاده می‌شود، بنابراین داده‌های کیفی، داده‌های کمی را می‌سازد. برای احصاء نقش‌های دولت در زمینه حضور خوشه‌های کسب و کار در بازارهای بین‌المللی، از میان طیف‌های مختلفی از افراد، که در زمینه خوشه‌های کسب و کار فعالیت دارند و همچنین صاحب‌نظران

آکادمیک مصاحبه به عمل آمد، که در جدول شماره ۲ به تفکیک حرفه و تحصیلات نشان داده شده است. انتخاب نمونه آماری در بخش کیفی به صورت ملاکی - نظری انجام گرفته است.

جدول ۲: فهرست مصاحبه شونده‌گان به تفکیک تحصیلات و حرفه

ردیف	تخصص	مدرک تحصیلی	تعداد
۱	استاد دانشگاه	دکتر	۸
۲	مدیر کسب و کار	دکتر	۱
۳	مدیر کسب و کار	کارشناسی ارشد	۷
۴	مشاور کسب و کارهای خوشه‌ای	کارشناس ارشد	۳
۵	کارمند سازمان صنعت و معدن	کارشناسی ارشد	۴
	جمع کل		۲۳

برای گردآوری داده‌های کیفی با مصاحبه با افراد صاحب‌نظر در حوزه کسب و کارهای خوشه‌ای پرداخته شد. مصاحبه‌ها به روش نیمه ساختار یافته انجام گرفت و مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافته است که پژوهشگر احساس کرده، داده‌ها تکراری و به حد اشباع رسیده است. در شروع مصاحبه، به مصاحبه شونده‌گان بیان گردید که هدف از این پژوهش تعیین نقش‌های دولت در جهت ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای در ایران به منظور حضور در بازارهای بین‌المللی است. سپس اهمیت و ضرورت این پژوهش و همچنین یک تعریف کلی از نقش‌های دولت در زمینه کسب و کارهای خوشه‌ای جهت حضور در بازارهای بین‌المللی ارائه گردید. پس از آن از مصاحبه شونده‌گان درخواست شد دیدگاه‌ها و نظرات خود را در این باب مطرح نمایند. برخی مواقع نیز سؤالات در خصوص برخی از نقش‌های خاص بیان می‌شد تا مصاحبه شونده‌گان توضیحات بیشتر و جزئی‌تری را بیان نمایند. مدت زمان مصاحبه از ۱۵ تا ۴۰ دقیقه متغیر بود. روش گردآوری داده‌ها به صورت‌های زیر می‌باشد:

الف) بخش کیفی: به منظور گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. در این بخش گردآوری داده در دو مرحله صورت گرفت. بدین صورت که ابتدا برای گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات از منابع کتابخانه‌ای، پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج از کشور و همچنین مقالات انتشار یافته در وب سایت‌های معتبر استفاده شد.

در مرحله دوم، به منظور گردآوری داده‌های کیفی با خبرگان ... مصاحبه انجام شده، با توجه به اهداف پژوهش، از مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شد. زمان مصاحبه ۲۵ ساعت و حدود یک ماه طول کشید که در فرایند آن از مصاحبه‌ها ضبط و همچنین نکات کلیدی یادداشت می‌شد. بدین ترتیب موارد یادداشت شده و مصاحبه‌های ضبط شده داده‌های بخش کیفی را تشکیل دادند.

ب) بخش کمی: برای گردآوری داده‌ها در بخش کمی نیز از پرسشنامه استفاده شد. در این بخش، با توجه به تحلیل‌های انجام شده بر روی داده‌های کیفی، نقش‌های دولت به منظور ارتقاء ظرفیت خوشه‌های کسب و کار برای حضور در بازارهای بین‌المللی شناسایی شد، بنابراین پرسشنامه‌ای در این زمینه طراحی گردید که شامل ۴۸ سؤال بود که از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. برای برآورد روایی پرسشنامه

علاوه بر روایی محتوا که نظر خیرگان در خصوص اعتبار گویه‌های پرسشنامه بررسی شد، از روایی همگرا نیز استفاده گردید. بدین ترتیب که میانگین واریانس استخراج شده برای هر نقش دولت بالاتر از ۰/۵ است. همچنین برای پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که میانگین آلفای کرونباخ بدست آمده در این پرسشنامه ۰/۸۴۵ بدست آمد که در جدول شماره ۳ نشان داده شده است و نتایج بدست آمده نشان داد که پرسشنامه از اعتبار و روایی بالایی برخوردار است.

جدول ۳: پایایی شاخص‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ

بعد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	روایی سازه
نقش‌های دولت	۴۸	۰/۸۴۵	۰/۷۳
نقش تنظیمی	۲۴	۰/۸۷۳	۰/۸۴
نقش هنجاری	۱۲	۰/۸۱۲	۰/۶۵
نقش شناختی	۹	۰/۸۱۸	۰/۵۶

۵- یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در دو دسته کیفی و کمی و به شرح ذیل انجام شده است:

الف) تحلیل داده‌های کیفی: برای تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌های اکتشافی از رویکرد ویرایشی استفاده شد. در این سبک، مفسر مانند ویرایش‌گری که در پی بخش‌های معنی‌دار، کم و زیاد کردن کلمات یا جملات، حذف کلمات غیرضروری در متن است، وارد متن می‌شود. در این روش برای استخراج مفاهیم از میان اطلاعاتی که در طول مصاحبه بدست آمده، عمل کدگذاری انجام می‌گیرد. در این تحقیق برای شکل‌گیری مفاهیم و مقوله‌ها از کدگذاری اولیه و ثانویه و خلق معانی و مفاهیم استفاده شده است. بدین ترتیب برای تحلیل مصاحبه‌ها مراحل زیر انجام شده است:

۱. تحلیل و تلخیص داده‌ها: در این مرحله نمونه‌گیری باید به حد وسیع انجام شود تا پژوهشگر قادر به کشف مفاهیم در موقعیت واقعی باشد. ممکن است از درون یک مصاحبه کدهای زیادی استخراج شود. داده‌ها به طور مرتب مورد بازنگری قرار می‌گیرند، کدهای جدید احصاء و کدهای نهایی مشخص می‌شوند.

۲. آماده‌سازی داده‌ها: پس از نسخه‌برداری جدولی تهیه شد که پاسخ سؤال‌ها برای هر مصاحبه شونده مشخص شد.

۳. کشف مقوله‌ها: در این مرحله مفاهیم بر اساس ارتباط با موضوعات مشابه طبقه‌بندی می‌شوند که به این کار مقوله‌پردازی گفته می‌شود. مقولات دارای قدرت مفهومی بالایی هستند زیرا می‌توانند مفاهیم را بر محور خود جمع کنند.

۴. کدگذاری اولیه: در مرحله کدگذاری اولیه، مفاهیم کلیدی گفته‌های مصاحبه‌شوندگان تدوین شد. عنوان‌های انتخابی توسط خود محقق انتخاب شده است و تلاش بر این بوده تا بیش‌ترین ارتباط و هم‌خوانی را با داده‌هایی که نمایانگر آن است، داشته باشند که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: نمونه‌ای از کدگذاری اولیه

متن مصاحبه شده	کدهای استخراج شده
ایجاد حلقه اتصال بین بخش خصوصی و دولتی که سرمایه‌گذاری یکی از آن‌ها است.	تأسیس شرکت‌های سرمایه‌گذاری
اعطای کمک‌های مالی و تسهیلات دولتی از طریق ایجاد صندوق‌های مالی	تأسیس صندوق توسعه کسب و کار
تدوین سیاست‌های کلی دولت برای توسعه خط مشی‌های خوشه‌های کسب و کار	تدوین خط مشی‌های ملی خوشه‌های کسب و کار
معرفی قطب‌های مستعد که دارای پتانسیل بالایی برای سرمایه‌گذاری	معرفی مناطق مستعد کسب و کار برای سرمایه‌گذاران.
معرفی دستگاه‌های اجرایی که مسئول و متولی خوشه‌های کسب و کار هستند.	معرفی متولی خوشه‌های کسب و کار
امروزه مناطق آزاد تجاری قابلیت زیادی برای توسعه خوشه‌ها دارد لذا نیازمند وجود تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد سرمایه‌گذاری در این بخش می‌باشد.	وجود تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد تجاری.

۵. کدگذاری ثانویه یا محوری: در این مرحله، به مجموعه‌ای از مفاهیم مشترک، عنوانی تعلق می‌گیرد (جدول شماره ۵).

جدول ۵: کدگذاری ثانویه مصاحبه‌های انجام شده بر اساس مؤلفه‌ها و نتایج کدگذاری

مؤلفه‌ها	کدهای ثانویه
برنامه‌ریزی و خط مشی‌های کارآفرینی	تدوین خط مشی ملی رونق خوشه‌های کسب و کار مطالعه و شناسایی بازارهای هدف برنامه‌ریزی استراتژیک خوشه‌های کسب و کار ثبات اقتصادی کلان ایجاد شرایط لازم به منظور هم‌افزایی صنایع اصلاحات نهادی بازار
راهبردهای حمایت‌های آموزشی و مشاوره‌ای	معرفی سازمان‌های متولی توسعه خوشه‌ها ایجاد و تقویت مراکز مشاوره‌ای برای رونق خوشه‌ها حمایت از شکل‌گیری تشکل‌های صنفی و خوشه‌ها توسعه مراکز و خدمات آموزش فنی و حرفه‌ای
راهبردهای حمایت‌های مالی	تک‌نرخ شدن قیمت ارز متناسب‌سازی نرخ بیمه برای خوشه‌های کسب و کار حمایت بانک‌ها از خوشه‌های کسب و کار تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری ارائه تخفیفات مالیاتی برای خوشه‌های کسب و کار اعطاء وام با بهره‌های کم به خوشه‌های کسب و کار اعطاء تخفیفات زیرساختی از جمله آب و برق معافیت‌های مالیاتی چندین ساله در زمان شروع فعالیت خوشه‌ها اعطاء تسهیلات برای خوشه‌های مشکل‌دار جهت رونق مجدد خرید به قیمت‌های تضمینی توسط دولت نسبت به محصولات تولیدشده توسط خوشه‌ها تأسیس صندوق‌های حمایت از کسب و کارهای خوشه‌ای تسهیلات یارانه‌های برای فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوشه‌ها
اصلاحات اداری	حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری در مسیر ایجاد خوشه‌های کسب و کار کاهش بوروکراسی برای خوشه‌های کسب و کار اصلاح نظام بانکی در حمایت از خوشه‌ها معرفی متولی توسعه خوشه‌های کسب و کار حذف موازی کاری اداری
راهبردهای مشوق‌های غیرمالی	اعطای زمین‌های با تسهیلات بازپرداخت هزینه‌های بلندمدت برای خوشه‌ها واگذاری اراضی صنعتی و امکان کاهش بخش نقدی و تقسیط بلندمدت اقساط قرارداد

مؤلفه‌ها	کدهای ثانویه
	ارائه کمک‌های فنی ارائه تضمین خرید محصول
آموزش و بسترسازی	برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره‌ای برای رونق خوشه‌ها ارائه مشاوره‌های لازم جهت خدمات نرم‌افزاری، خدمات فناوری و کسب و کار برگزاری کنفرانس‌های توسعه کسب و کار خوشه‌ها با همکاری دانشگاه‌ها
اطلاع‌رسانی و تبلیغات	تبلیغ و معرفی خوشه‌های کسب و کار معرفی مناطق مستعد کسب و کار برای سرمایه‌گذاران. معرفی مناطق مستعد و دارای ظرفیت جهت سرمایه‌گذاری خوشه‌ها معرفی مناطق مستعد کسب و کار برای سرمایه‌گذاران. توجه به استعدادهای بومی هر منطقه
برگزاری نمایشگاه و فستیوال	بسترسازی حضور خوشه‌های کسب و کار در نمایشگاه‌های خارجی برگزاری جشنواره‌هایی برای معرفی واحدهای برتر و ارائه جوایز به برترین خوشه‌ها برگزاری نمایشگاه‌های سالانه برای خوشه‌های کسب و کار برای معرفی خوشه‌های کسب و کار
اعطای جوایز	اعطاء جوایز صادراتی برای خوشه‌های کسب و کار پرداخت یارانه برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی وجود تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد تجاری.

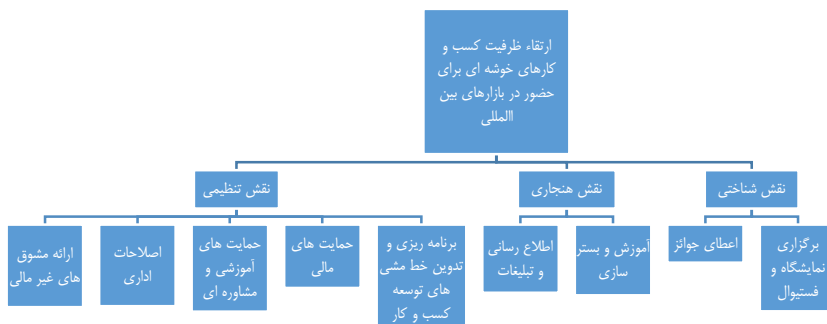
۶. خلق معانی و مفاهیم: در این مرحله، با جمع‌بندی مفاهیم مشترک با استفاده از مطالبی که مصاحبه‌شوندگان عنوان کرده‌اند، جدولی جامع بدست می‌آید که نشان‌دهنده نقش دولت در زمینه توسعه ظرفیت‌های کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی است (جدول شماره ۶) و به عنوان چارچوب مفهومی ارائه می‌شود.

جدول ۶: مدل ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی	نقش تنظیمی	برنامه‌ریزی و تدوین خط مشی‌های توسعه کسب و کار	تدوین خط مشی ملی رونق خوشه‌های کسب و کار مطالعه و شناسایی بازارهای هدف و ثبات اقتصادی کلان برنامه‌ریزی استراتژیک خوشه‌های کسب و کار ایجاد شرایط لازم به منظور هم‌افزایی صنایع اصلاحات نهادی بازار
		حمایت‌های آموزشی و مشاوره‌ای	معرفی سازمان‌های متولی توسعه خوشه‌ها ایجاد و تقویت مراکز مشاوره‌ای برای رونق خوشه‌ها حمایت از شکل‌گیری تشکلهای صنفی و خوشه‌ها برگزاری کنفرانس‌های توسعه کسب و کار خوشه‌ها با همکاری دانشگاه‌ها ارائه مشاوره‌های لازم جهت خدمات نرم‌افزاری، خدمات فناوری و کسب و کار برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره‌ای برای رونق خوشه‌ها توسعه مراکز و خدمات آموزش فنی و حرفه‌ای
	حمایت‌های مالی	تک‌نرخ شدن قیمت ارز متناسب‌سازی نرخ بیمه برای خوشه‌های کسب و کار حمایت بانک‌ها از خوشه‌های کسب و کار تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری ارائه تخفیفات مالیاتی برای خوشه‌های کسب و کار اعطاء وام با بهره‌های کم به خوشه‌های کسب و کار اعطاء تخفیفات زیرساختی از جمله آب و برق معافیت‌های مالیاتی چندین ساله در زمان شروع فعالیت خوشه‌ها اعطاء تسهیلات برای خوشه‌های مشکل‌دار جهت رونق مجدد خرید به قیمت‌های تضمینی توسط دولت نسبت به محصولات تولیدشده تأسیس صندوق‌های حمایت از کسب و کارهای خوشه‌ای تسهیلات یارانه‌ای برای فرصت‌های سرمایه‌گذاری خوشه‌ها	

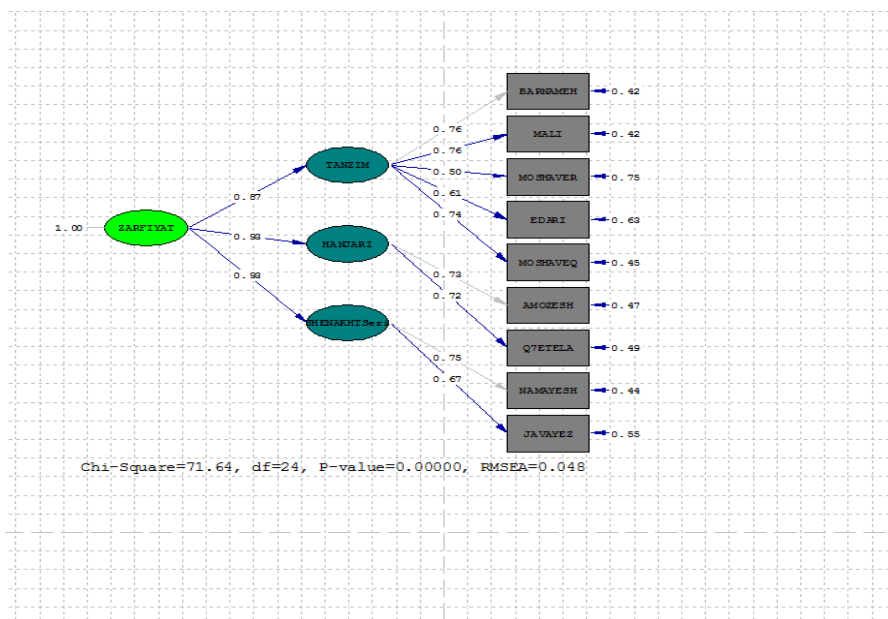
مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
		اصلاحات اداری	حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری در مسیر ایجاد خوشه‌های کسب و کار کاهش بوروکراسی برای خوشه‌های کسب و کار اصلاح نظام بانکی در حمایت از خوشه‌ها معرفی متولی توسعه خوشه‌های کسب و کار حذف موازی کاری اداری
			ارائه مشوق‌های غیرمالی
نقش هنجاری		آموزش و بسترسازی	برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره‌ای برای رونق خوشه‌ها ارائه مشاوره‌های لازم جهت خدمات نرم‌افزاری، خدمات فناوری و کسب و کار برگزاری کنفرانس‌های توسعه کسب و کار خوشه‌ها با همکاری دانشگاه‌ها
		اطلاع‌رسانی و تبلیغات	تبلیغ و معرفی خوشه‌های کسب و کار معرفی مناطق مستعد کسب و کار برای سرمایه‌گذاران. معرفی مناطق مستعد و دارای ظرفیت جهت سرمایه‌گذاری خوشه‌ها معرفی مناطق مستعد کسب و کار برای سرمایه‌گذاران. توجه به استعدادهای بومی هر منطقه
نقش شناختی		برگزاری نمایشگاه و فستیوال	بسترسازی حضور خوشه‌های کسب و کار در نمایشگاه‌های خارجی برگزاری جشنواره‌ها برای معرفی واحدهای برتر و خوشه‌های برگزیده برگزاری نمایشگاه‌های سالانه برای معرفی خوشه‌های کسب و کار
		اعطای جوایز	اعطاء جوایز صادراتی برای خوشه‌های کسب و کار پرداخت یارانه برای حضور در نمایشگاه‌های خارجی وجود تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد تجاری.

بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته بر روی داده‌های کیفی، مدل ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه-ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی بر اساس نقش‌های دولت شناسایی گردید. این نقش‌ها به صورت یک چارچوب مفهومی در اختیار ۱۱ تن از خبرگان (۳ نفر از اساتید دانشگاه، ۴ نفر از مدیران شهرک‌های صناعی و ۴ نفر از فعالان کسب و کارهای خوشه‌ای) قرار گرفت و از آن‌ها در خصوص تمامی دسته‌بندی‌های موجود در این چارچوب به صورت یک پرسشنامه نظرسنجی شد. پس از جمع‌آوری نظرات خبرگان و استفاده از راهنمایی‌های آن‌ها، چارچوب نهایی مورد اصلاح قرار گرفت و به صورت شکل شماره ۲ ارائه گردید.

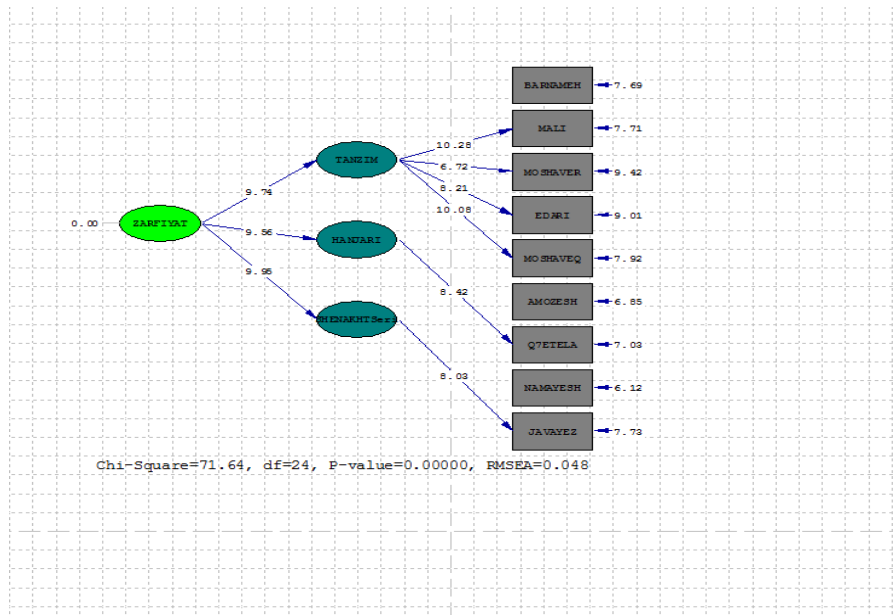


شکل ۲: مدل ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی بر اساس نقش‌های دولت

ب) تجزیه و تحلیل داده‌های کمی: به منظور تأیید مدل استخراج شده از روش کیفی، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. بدین ترتیب برای تحلیل دقیق تر داده‌ها و رسیدن به نتایج علمی و عملیاتی تر، از این آزمون استفاده می‌شود (مومنی و همکاران، ۱۳۹۵، ۲۵۲). بنابراین به منظور تأیید ساختار عاملی به دست آمده و آزمون قدرت و معناداری سهم هر یک از متغیرها در مقیاس عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر نقش دولت در ارتقاء ظرفیت کسب‌وکارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی تحلیل عاملی تأییدی انجام گرفت که در نمودارهای ۲ و ۳ ارائه شده است. جامعه آماری این تحقیق کارشناسان، خبرگان و فعالان در زمینه کسب‌وکارهای خوشه‌ای بودند. جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کمی، کارشناسان، خبرگان و فعالان در زمینه کسب‌وکارهای خوشه‌ای در استان آذربایجان شرقی است، با توجه به اینکه در این بخش از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی استفاده می‌شود، نمونه آماری با توجه به تعداد شاخص‌های شناسایی شده انتخاب می‌شوند، رامل (۱۹۷۰) معتقد است که برای انجام تحلیل عاملی، برای هر سؤال ۴ پاسخ‌دهنده باید در نظر گرفت (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۲، ۱۲۳). با توجه به تعداد شاخص‌های شناسایی شده که ۴۸ شاخص می‌باشد، تعداد ۱۹۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند



نمودار ۱: بار عاملی متغیر نقش دولت در ارتقاء ظرفیت کسب‌وکارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی



نمودار ۲: ضریب معناداری مرتبه دوم متغیر نقش دولت در ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی

جهت بررسی معنادار بودن رابطه بین متغیرها از آماره آزمون t یا همان t -value استفاده می‌شود. چون معناداری در سطح خطای $0/05$ بررسی می‌شود بنابراین اگر میزان بارهای عاملی مشاهده شده با آزمون t -value از $1/96$ کوچک‌تر محاسبه شود، رابطه معنادار نیست و در نرم‌افزار لیزرل با رنگ قرمز نمایش داده خواهد شد. از آنجا که برای معنی‌دار بودن یک رابطه، قدر مطلق مقدار ضریب معناداری باید بالاتر از $1/96$ باشد، پس می‌توان نتیجه گرفت که روابط بین متغیرها معنی‌دار است.

هدف از تحلیل عاملی این است که یک پدیده را با تعداد کمتری از متغیرهای اولیه نشان دهد. بدین ترتیب هدف آن تعیین تعداد عامل‌هایی است که در مرحله اول در تحقیق نگه داشته می‌شود. علی‌الاصول عامل‌هایی باید نگه داشته شود که اعتبار صوری یا نظری داشته باشد. تحلیل عاملی تأیید راهی برای سنجش و اندازه‌گیری مفاهیم (متغیرهای پنهان) می‌باشد. از آنجا که متغیرهای پنهان به خودی خود قابل اندازه‌گیری نیستند می‌بایست برای آن‌ها تعریف عملیاتی صورت داد که این تعریف عملیاتی به کمک متغیرهای آشکار صورت می‌گیرد. چنین متغیرهایی برای فهم و درک به رفع ابهام نیاز دارند که به این رفع ابهام تعریف عملیاتی گفته می‌شود. برای تعریف یک متغیر مکنون یا مفهوم، با استفاده از متغیرهای قابل مشاهده که بتوان آن را با یک مقیاس اندازه‌گیری کرد نشان می‌دهیم.

جدول ۷: اثر متغیرهای نهفته درون‌زا بر متغیرهای مشاهده $Y (\lambda, y)$ (LAMBDA-Y)

t	پارامتر استاندارد شده	خطای معیار	برآورد پارامتر b	پارامتر گویه و عاملها
				از نقش تنظیمی بر
-	۰/۷۶	۰/۴۲	۰/۸۷	برنامه‌ریزی و تدوین خط مشی‌های توسعه کسب و کار
۱۰/۲۸	۰/۷۶	۰/۴۲	۰/۷۱	حمایت‌های آموزشی و مشاوره‌ای
۶/۷۲	۰/۵۰	۰/۷۵	۰/۵۷	حمایت‌های مالی
۸/۲۱	۰/۶۱	۰/۶۳	۰/۸۱	اصلاحات اداری
۱۰/۰۸	۰/۷۴	۰/۴۵	۰/۸۵	ارائه مشوق‌های غیرمالی
				از نقش هنجاری بر
-	۰/۷۳	۰/۴۷	۰/۸۴	آموزش و بسترسازی
۸/۴۲	۰/۷۲	۰/۴۹	۰/۹۲	اطلاع‌رسانی و تبلیغات
				از نقش شناختی بر
-	۰/۷۵	۰/۴۴	۰/۹۵	برگزاری نمایشگاه و فستیوال
۸/۰۳	۰/۶۷	۰/۵۵	۰/۶۹	اعطای جوایز

دربار عاملی قدرت رابطه میان متغیر پنهان و متغیر آشکار نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۲، ۲۰۶-۲۰۷). بر اساس نتایج بدست آمده جدول شماره ۷، ضرایب معناداری بدست آمده بین متغیرها بیشتر از ۱/۹۶ است، بنابراین از لحاظ آماری معنادار است، همچنین ضرایب پارامتر استاندارد شده معرف نسبت واریانس تبیین شده به وسیله متغیر مکنون است که باید تا حد ممکن نزدیک به یک باشد (هومن، ۱۳۹۰، ۲۹۲).

جدول شماره ۸ شاخص‌های نیکویی برازش مدل که نشان دهنده تحلیل عاملی تأییدی است که حاکی از خوبی برازش مدل با داده‌های مشاهده شده است. به عبارت دیگر تعریف ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی با سه مؤلفه و ده بعد در این تحقیق با داده‌ها مطابقت دارد.

جدول ۸: شاخص‌های نیکویی برازش نقش‌های دولت در توسعه کسب و کارهای خوشه‌ای

مجدور خی	درجه آزادی	سطح معناداری	ریشه خطای میانگین مجدورات تقریب	شاخص نیکویی برازش	شاخص تعدیل شده نیکویی برازش
۷۱/۶۴	۲۴	۰/۰۰۰	۰/۰۴۸	۰/۹۳	۰/۹۱

برازش آماره مجدور خی به عنوان مهم‌ترین آماره نظر گرفته می‌شود. این آماره نشان دهنده تفاوت میان ماتریس مشاهده شده و برآورد شده است. عدم معناداری این آماره برازش مدل را با داده‌ها نشان می‌دهد. برای نیکویی برازش نقش دولت در توسعه کسب و کارهای خوشه‌ای مقدار کمتر از ۰/۰۵ برای شاخص ریشه خطای میانگین مجدورات تقریب و مقادیر بالاتر از ۰/۹ برای شاخص نیکویی برازش و شاخص

تعدیل شده نیکویی برآزش به عنوان ملاک‌های انطباق مدل با داده‌های مشاهده شده در نظر گرفته می‌شود. در نتیجه نقش‌های دولت در توسعه کسب و کارهای خوشه‌های با سه مؤلفه و نه بعد مورد تأیید می‌باشد.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر با نگاهی نو به نقش دولت در توسعه کسب و کارهای خوشه‌ای، به اهم نقش‌های آن نسبت به توسعه کسب کارهای خوشه‌ای پرداخته شد که دولت‌ها با به‌کارگیری آن‌ها موجب رشد و توسعه کسب و کارهای خوشه‌ای شود. با توجه به نتایج حاصل از مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان و فعالان، نقش دولت‌ها را می‌توان در سه نقش تنظیمی، شناختی و هنجاری و ده بعد و ۴۵ شاخص خلاصه کرد که موجب رونق ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی می‌شود. در نقش تنظیمی دولت بر عوامل برنامه‌ریزی و تدوین خط مشی‌های توسعه کسب و کار، حمایت‌های آموزشی و مشاوره‌ای، حمایت‌های مالی، اصلاحات اداری و ارائه مشوق‌های غیرمالی تأکید دارد که بارهای عاملی بدست آمده و ضرایب معناداری آن‌ها نشان داد که نقش تنظیم و ابعاد موجب ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی می‌شود، همچنین در نقش هنجاری (آموزش و بسترسازی و اطلاع‌رسانی و تبلیغات) و نقش شناختی (برگزاری نمایشگاه و فستیوال و اعطای جوایز) به منظور نقش‌های حمایتی دولت در جهت ارتقاء ظرفیت کسب و کارهای خوشه‌ای برای حضور در بازارهای بین‌المللی تأکید دارد.

یافته پژوهش حاضر برای خط مشی‌گذاران، مجریان و به طور کلی متولیان خوشه‌ها، برنامه‌ریزان سازمان‌های دولتی و فعالان عرصه خوشه‌ها می‌تواند مفید واقع شد. رحمانی (۱۳۹۲) بیان کرد که تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری توسط دولت راهکاری موثر در جهت افزایش توان صادرات خوشه‌های صنعتی در کشور چین است؛ یحیی تبار (۱۳۹۲) نشان داد که خط مشی‌گذاری موجب توسعه خوشه‌های کسب و کار در سطح جهانی می‌شود؛ نتیجه تحقیق جعفرزاده و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در حوزه صادرات موجب ارتقاء بین‌المللی سازی خوشه‌های صادرات محور می‌شود؛ بهزاد نیا (۱۳۹۸) برنامه‌های تشویقی دولت را عاملی برای توسعه صادرات شرکت‌ها بیان می‌کند؛ روز و همکاران (۲۰۱۹) بیان کردند که اقدام تبلیغاتی دولت، مشوق‌های مستقیم و برنامه‌های استراتژیک دولت موجب بین‌المللی شدن شرکت‌ها می‌شود؛ کتیان و همکاران (۲۰۱۳) سیاست آموزش، سیاست واسطه‌گری، پشتیبانی دولت، سیاست ارتقای پیوندهای بین‌المللی را به عنوان راه‌کارهایی در جهت حضور شرکت‌های خوشه‌ای در بازارهای بین‌المللی بیان می‌کند. تامبونن (۲۰۰۹) نیز آموزش و حمایت‌های مالی از کسب و کارهای خوشه‌ای را عاملی در جهت حضور در بازارهای بین‌المللی برای کسب و کارهای خوشه‌ای بیان می‌کند. تحقیق حاضر به تعمق در زمینه ارتقاء نقش دولت‌ها به منظور حضور در بازارهای بین‌المللی توسط خوشه‌های کسب و کار کمک می‌کند، مشوق‌های دولت می‌تواند اثر مستقیم بر بین‌المللی سازی

¹ . Tambunan

شرکت‌ها به عنوان یک انگیزاننده راهبردی تلقی شود. بنابراین بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهای زیر جهت رشد و توسعه خوشه‌های کسب و کار به صورت زیر ارائه می‌شود:

تحقیق حاضر نشان می‌دهد که اهداف راهبردی شرکت‌ها متأثر از خط مشی‌های دولت است. بنابراین خوشه‌ها باید همواره خط مشی‌های دولت را مد نظر قرار دهد. بنابراین خط مشی‌ها باید ویژگی انگیزاننده‌ای برای شرکت‌ها ایجاد کند. از آنجا که رشد و توسعه این نوع کسب و کارها نیازمند نگاهی همه‌جانبه به آن‌ها است، بنابراین ضرورت تدوین خط مشی ملی مطابق با سند بیست‌ساله کشور در این زمینه احساس می‌شود؛ با توجه به تعدد قوانین و مقررات و سازمان‌های مختلف برای ارائه مجوز برای کسب و کارهای خوشه‌ای، تعیین متولی سازمانی مخصوص این نوع کسب و کارها می‌تواند باعث تشویق سرمایه‌گذاران به این سمت شوند. از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین مشکلات، محدودیت‌های مالی و بودجه خصوصاً در زمان شروع فعالیت‌های کسب و کارها است، تدوین طرح جامع ارائه تسهیلات ویژه به صنایع خوشه‌ای موجب توسعه آن‌ها می‌شود؛ آشنا نمودن افراد و فعال در این زمینه‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی با هزینه‌های دولتی، اعطاء جوایز صادراتی به شرکت‌هایی که بتوانند محصولات خود را صادر کنند، همچنین برگزاری نمایشگاه‌های دستاوردهای خوشه‌های کسب و کار می‌تواند موجب رشد و توسعه خوشه‌های کسب و کار شود.

محدودیت‌ها و پیشنهاد برای محققین آتی: همانند پژوهش علمی، پژوهشگران نیز با محدودیت‌هایی مواجه بودند که این امر می‌تواند فرصتی برای کاوش در آینده ایجاد کند. از مواردی که می‌توان به آن اشاره کرد، تمرکز بر پیامدها و عملکرد تصمیمات دولت در زمینه خط مشی‌های تدوین شده در خصوص کمک به خوشه‌های کسب و کار برای حضور در بازارهای بین‌المللی است. همچنین از آنجا که تحقیق حاضر متمرکز بر خط مشی‌ها و نقش دولت بود، لذا عملکرد شرکت‌ها نیز باید مد نظر قرار گیرد که آیا تمایل یا تلاش برای حضور در بازارهای بین‌المللی هستند یا خیر. در نهایت تحقیقات آتی می‌تواند بر چگونگی تأثیر عواملی چون ویژگی‌های مدیران مانند دانش مدیریتی، تجربه بین‌المللی بر ورود یا خروج از بازارهای بین‌المللی و پیامدهای عملکرد آن‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

انوشه، مرتضی؛ سلیمانی، غلامرضا؛ وحدت، سیاوش؛ موسوی‌نقابی، سید مجتبی (۱۳۹۵). اصول مطالعه بازار و بازاریابی: با رویکرد مطالعه بازار کسب و کارهای کوچک و خوشه‌های کسب و کار. قم: انتشارات آیین محمود.

بهزادنی، پویا؛ صنوبر، ناصر؛ حسینی، صمد (۱۳۹۸). تأثیر برنامه‌های تشویقی صادرات بر عملکرد صادراتی: نقش جذابیت‌های بازارهای خارجی و قابلیت‌های صادراتی. مدیریت کسب و کار بین‌المللی. ۲(۳): ۶۳-۸۵.

بیک زاده، جعفر؛ تیرانداز، حامد (۱۳۸۸). خوشه‌های صنعتی و توسعه صنایع کوچک. تدبیر، ۲۱۲: ۴۹-۵۳.

پاسبان، محمد؛ حجتی، رسول (۱۳۸۷). طراحی مدل خوشه‌های صنعتی برای صنایع کوچک و متوسط تولیدکننده قطعات خودرو. پایان‌نامه دکتری. دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران.

جعفرزاده، مهدی؛ رضوانی، مهران؛ داوری، علی (۱۳۹۹) ارائه الگوی به‌کارگیری استراتژی رقابت همکارانه در بین‌المللی سازی خوشه‌های صادرات محور با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری. **مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**. ۲(۴). ۷۲-۱۵.

خامسی، سید جعفر؛ بامداد صوفی، جهانیار (۱۳۹۲). **آسیب‌شناسی توسعه خوشه‌های صنعتی در ایران. (مورد مطالعه: خوشه ادوات کشاورزی جویبار)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی. دانشکده مدیریت (۱۳۹۲).

دانایی‌فرد، حسن؛ جاوید، سید داریوش؛ فانی، علی‌اصغر (۱۳۹۱). ارتقای ظرفیت گردشگری جمهوری اسلامی ایران: تحلیلی بر ابزارهای خط مشی گذاری ملی گردشگری. **مطالعات مدیریت گردشگری**. ۷(۱۹). ۲۴-۱. دانایی‌فرد، حسن؛ فروهی، مهشید؛ صالحی، علی (۱۳۸۸). ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت. **پژوهش‌های بازرگانی**. شماره ۴۲. ۲۲۱-۲۶۲.

رامین مهر، حمید؛ چارستاد، پروانه (۱۳۹۲). **روش تحقیق کمی با کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری**. چاپ اول. تهران. انتشارات ترمه.

رحمانی، تقی (۱۳۹۳). خوشه‌های صنعتی راهکاری موثر در ایجاد و توسعه فضای رقابت و افزایش توان صادرات. **اولین کنفرانس اقتصاد مدیریت با رویکرد ملی**.

سلیمانی، غلامرضا؛ عزیز محمدلو، حمید؛ وحدت، سیاوش (۱۳۹۳). **توسعه خوشه‌های کسب و کار در ایران، دستاوردها و تجارب علمی (چاپ اول)**. قم. انتشارات آیین محمود.

عزیزی بروجردی، سهیل؛ قاضی نوری، سید سروش؛ بامداد صوفی؛ کزازی، ابوالفضل (۱۳۹۸). الگوی شکل‌گیری قابلیت کیفیت در صنایع داروسازی ایران: یک تحقیق چند موردی. **بهبود مدیریت**. ۱۳(۲). ۳۱-۶۰.

کریمی زارچی، محمد؛ فتحی، محمدرضا؛ نصراللهی (۱۳۹۸). ارائه مدل معادلات ساختاری توسعه پایدار خوشه‌های کسب و کار در ایران با رویکرد تقویت جایگاه صادراتی. **مدیریت کسب و کار بین‌المللی**. ۲(۵). ۹۵-۱۱۶.

منوریان، عباس؛ عباسی، طیبه؛ سلیمانی، غلامرضا؛ آقامحسینی فشمی، علی (۱۳۹۶). طراحی و تبیین مدل خط مشی گذاری توسعه خوشه‌های کسب و کار در ایران. **سیاست‌گذاری عمومی**. ۳(۴). ۹-۲۸.

مومنی، منصور؛ دشتی، مجتبی؛ بایرام زاده، سونا؛ سلطان محمدی، ندا (۱۳۹۵). **مدل‌سازی معادلات ساختاری با تاکید بر دریای آزاده بازتابنده و سازنده (چاپ دوم)**. تهران. انتشارات گنج شایگان.

نصری نصرآبادی، شهره؛ قاضی نوری، سید سپهر (۱۳۹۹). دلالت‌های نظام نوآوری مبتنی بر مسئله (PLS) در تکوین سیاست نوآوری، مورد کاوی روند تاریخی حل مسائل زلزله آمریکا و شکاف دیجیتالی کره جنوبی. **بهبود مدیریت**. ۱۴(۱). ۶۱-۹۳.

هومن، حیدرعلی (۱۳۹۰). **مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل (چاپ چهارم)** تهران. انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

هیور، اون (۱۳۸۶). **مدیریت دولتی نوین**. ترجمه سید مهدی الوانی، سهراب خلیلی شورینی، غلامرضا معمارزاده طهران. مترجمان. تهران. انتشارات مروارید.

یحیی تبار، فاطمه؛ عظیمی گلوگاهی، زهرا؛ رامشگر، محمد (۱۳۹۳). بررسی نقش دولت در توسعه خوشه‌های کسب‌وکار، دومین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش بنیان، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال.

- Aziz, K. A., & Norhashim, M. (2008). Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness. *Review of Policy Research*, 25(1), 349-375.
- Benneworth, P., & Henry, N. (2004). "Where is the value added in the cluster approach? Hermeneutic theorizing, economic geography and clusters as a multiperspectival approach", *Urban Studies*, 41 (5), 1011-1023.
- Brachert, M., Titze, M., Kubis, A. (2001). "Identifying industrial clusters from a multidimensional perspective: Methodical aspects with an application to Germany". *Papers in Regional Science*, 90(2), 419-439.
- Branco, A; Carlos Lopes, J. (2018). Cluster and business performance: Historical evidence from the Portuguese cork industry. *Investigations de Historic Economic (IHE) Journal of the Spanish Economic History Association*,. 14(1). 43-53.
- Cavalheiro. G. M., do C., Brandao, M. (2017). Assessing the IP portfolio of industrial clusters: the case of the Brazilian footwear industry. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(8), 994-1010.
- 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.
- Freeman, C. (1995). "The national system of innovation in historical perspective", *Cambridge Journal of Economics*, 19(1), 5-24.
- Gebreeyesus, M. & Mohnen, P. (2013). "Innovation performance and embeddedness in networks: evidence from the Ethiopian Footwear Cluster", *World Development*, 41(1). 302-316.
- Giuliani, E., & Bell, M. (2005). "The micro-determinants of meso-level learning and innovation: Evidence from a Chilean wine cluster". *Research policy*, 34(1), 47-68.
- Ibrahim, M.A. & Amro, A.A. (2017). "The effect of clustering on competitiveness improvement in Hebron: a structural equation modeling analysis", *Journal of Manufacturing Technology Management*, (5), (2015), 631-654.
- Isaksen, A. (2003). 'Lock-in' of regional clusters: the case of offshore engineering in the Oslo region in *Regional Innovation Systems*", Edward Elgar. Cheltenham and Cooperation, *Networks and Institutions Northampton*, MA, 247-273.
- Kanungo, A.K. (2011). Internationalization of Indian Firms: Overseas Investment A Key Strategy. *The journal of world investment and trade*, 23(14), 1-28.

- Karadeniz E. E., & Göçer, K. (2007), "Internationalization of small firms: A case study of Turkish small- and medium-sized enterprises", *European Business Review*, 19(5), 387-403.
- Kato, T., Nunes, B. and Dey, P.K. (2016), "Is keiretsu really a source of competitive advantage for Japanese automotive suppliers?" *Journal of Manufacturing Technology Management*. 27(1). 62-81.
- Krugman, P. (1991). "Increasing returns and economic geography", *Journal of Political Economy*, 3, 651-667.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., & McNaughton, R. (2012). Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review*, 29(5), 448-465.
- Liao, T. J. (2010). Cluster and performance in foreign firms: The role of resources, knowledge, and trust. *Industrial Marketing Management*, 39(1). 161-169.
- Micheal, E. (2001) Public choice and tourism analysis. *Current issues in tourism*. 4(4), 30-48.
- Porter, M. (1998). Clusters and the New Economics of Competition, *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.
- Prokhorova, I. V., Anopchenko, U. T, CHernikova, E. L, Goloshchapova, N. L, Kulikova, L. N. (2018). Formation and development of industrial clusters in the socio-economic regional system. *Espacios*, 39(31), 1-10.
- Rivas, G. M., Loscos, A.G., Eduardo, B. (2018). *Clustering regional business cycles*. Working Papers 1744, Banco de España; Working Papers Homepage.
- Ruiz, Angulo.F., Pergelova, A., Wei, W.X. (2019). "How does home government influence the internationalization of emerging market firms? The mediating role of strategic intents to internationalize", *International Journal of Emerging Markets*, 14(1), 187-206.
- Tambunan, T. (2009). "Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 3(1), 25-58.
- Wolfe, D.A. & Gertler, M.S. (2004) "Clusters from the inside and out: local dynamics and global linkages", *Urban Studies*. 41(5), 1071-1093.