

Identification of Components Cluster Development Orchard crops processing Business in Kermanshah Province

HOSSEIN HEIDARI¹, ABDOLHAMID PAPZAN^{*2}, ALIREZA DARBAN ASTANE³

1, Ph.D. in Agricultural development, Campus of Agriculture and Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran

2, Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Campus of Agriculture and Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran

3, Assistant Professor, Department of Geography and Rural Planning, University of Tehran, Tehran, Iran

(Received: Dec. 16, 2018- Accepted: Feb. 10, 2019)

ABSTRACT

One of the strategies for sustainable development the agricultural sector is business to business collaboration in the form of a cluster that has attracted the attention of the world's scientific communities in recent years. The purpose of this study was to investigate the factors affecting development of cluster orchard crops business in Kermanshah province. Research paradigm, is mix-method qualitative – quantitative. The research method used in the qualitative section is the Grounded theory and in quantitative section is AHP. The population of the study included experts Industrial Township, Jihad-e-Agriculture Organization the Kermanshah province. The data collection process continued as the theoretical saturation was reached. The results indicated that 65 concepts were extracted from open coding; concepts were classified in 18 subcategories and 4 classes of cluster conditions, cluster development fields, intervening factors and effective strategies for the development of clusters. To prioritize these components, of AHP was used. The results of this section showed that in the created classes, the components of trust, access to manpower, cluster development and government support and support institutions are in the top priority. The results of this research can be used by rural development planners, experts Jihad-e-Agriculture Organization and Small Industries Organization and Industrial Township.

Keywords: cluster development, Agricultural businesses, Rural Entrepreneurship, orchard crops

Objectives

Gardening is sector one of the important agricultural sectors in Iran. Its important is due to the production of high-value food and foreign exchange. Production more than 18 million tons of fruit, i.e. and 230 kg per person, Iran ranks first in the Middle East and ranks ninth in the world. The climate diversity and the richness of soil and water, the potential of land for the cultivation of horticultural products and steep slopes, along with the economics of gardening, has made Kermanshah province one of the most prone areas for the production of horticultural products, especially fruit. In this regard, one of the strategies for sustainable development of the agricultural sector is inter-agency cooperation that has been at the forefront of the world's scientific communities and has become one of the most important development strategies of the countries. Inter-firm collaboration can take place in a variety of ways, one of the most important of which is clustering. The cluster is referred to as a set of business enterprises based in a particular geographic region, which operate in a single business, complement each other and share challenges and opportunities. Therefore the purpose of this study was to investigate the factors affecting development of cluster orchard crops business in Kermanshah province.

Methodology

Research paradigm, is mix-method qualitative – quantitative. The research method used in the qualitative section is the Grounded theory and in quantitative section is AHP. The population of the study included experts Industrial Township, Jihad-e-Agriculture Organization the Kermanshah province. The data collection process continued as the theoretical saturation was reached.

Result & Discussion

The results indicated that 65 concepts were extracted from open coding; concepts were classified in 18 subcategories and 4 classes of cluster conditions, cluster development fields, intervening factors and effective strategies for the development of clusters. To prioritize these components, of AHP was used. The results of this section showed that in the created classes, the components of trust, access to manpower, cluster development and government support and support institutions are in the top priority.

Conclusion

The development of the business cluster of gardening products in Kermanshah province has been studied in depth through the present qualitative research. Surveys revealed that factors such as trust, geographic focus, business-to-business communication, opportunities and challenges, in order to develop clusters of horticultural products in Kermanshah province, were among the factors influencing the establishment. Clustered, entrepreneurship and collective identity, access to infrastructure, market access (internal and external), access to manpower, economic boom in the region, business access to appropriate technology and machinery are also in the context. Cluster development requirements, cluster development factor, climate change, sanctions and startups are also on the rise. But new components discovered in this study and not mentioned in previous studies include the vertical link between businesses, the region's economic boom, climate change, sanctions, startups, Business synchronization is among the other factors mentioned in the literature that have been emphasized in this study in order to develop clusters of horticultural products. The results of this research can be used by rural development planners, experts Jihad-e-Agriculture Organization and Small Industries Organization and Industrial Township.

شناسایی مؤلفه‌های توسعه خوشه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در استان کرمانشاه

حسین حیدری^۱، عبدالحمید پاپ زن^{۲*}، علیرضا دربان آستانه^۳

۱. دکتری توسعه کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
۳. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران (تاریخ دریافت: ۹۷/۹/۲۵ - تاریخ تصویب: ۹۷/۱۱/۲۱)

چکیده

یکی از راهکارهای توسعه پایدار بخش کشاورزی، همکاری‌های بین بنگاهی در قالب خوشه است که در سالیان اخیر مورد توجه جوامع علمی دنیا قرار گرفته است. هدف این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های توسعه خوشه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در استان کرمانشاه بود. پارادایم تحقیق، کیفی - کمی از نوع متوالی اکتشافی بود. روش تحقیق مورد استفاده در بخش کیفی نظریه داده بنیان و در بخش کمی تحلیل سلسله مراتبی بود. جامعه مورد مطالعه شامل کارشناسان سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی و سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه بود. جمع‌آوری داده‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. نتایج گویای این بود که ۶۵ مفهوم از کدگذاری باز استخراج شد، این مفاهیم در قالب ۱۸ خرده طبقه و ۴ طبقه شرایط ایجاد خوشه، زمینه‌های توسعه خوشه‌ها، عوامل مداخله‌گر و استراتژی‌های مؤثر بر توسعه خوشه‌ها طبقه‌بندی شدند. به‌منظور اولویت‌بندی مؤلفه‌های طبقه‌ها، از تحلیل سلسله مراتبی استفاده شد. نتایج نشان داد که، در طبقه‌های ایجاد شده، مؤلفه‌های اعتماد، دسترسی به نیروی انسانی، عامل توسعه خوشه و حمایت دولت و نهادهای پشتیبان، در اولویت اول قرار گرفته‌اند. نتایج این پژوهش می‌تواند مورد استفاده برنامه‌ریزان توسعه روستایی، کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی، صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: توسعه خوشه، کسب و کارهای کشاورزی، کارآفرینی روستایی، محصولات باغی

مقدمه

(goqhari et al., 2018). بخش باغبانی به‌دلیل تولید محصولات با ارزش غذایی بالا و ارزآوری از یکی زیرمجموعه‌های مهم کشاورزی به‌شمار می‌آید. ایران با تولید بیش از ۱۸ میلیون تن و سرانه ۲۳۰ کیلوگرم انواع میوه جایگاه نخست خاورمیانه و رتبه نهم دنیا را به خود اختصاص داده است (Moradi et al., 2015). تنوع

کشاورزی، بنیان پایداری حیات بشر و از بخش‌های محوری در حمایت از توسعه ملی و محلی است. به‌گونه‌ای که نه تنها مواد خام و غذای مورد نیاز جامعه را تأمین می‌کند، بلکه نقش بسیار مهمی در ایجاد اشتغال و درآمد در مناطق روستایی و فقرزدایی دارد (Karimi)

مشترک، افزایش بهره‌وری بنگاه‌ها، انجام دادن امور به صورت اشتراکی، تخصصی شدن کسب و کارها و ایجاد اشتغال، کاهش هزینه‌ها، دستیابی به منابع و منافع مشترک، دسترسی به بازار و اطلاعات مشترک، فراهم می‌شود (Parausic et al., 2013؛ Jin et al., 2012). مزایای خلق شده در نتیجه تعاملات و همکاری کسب و کارهای خوشه و زیرساخت‌های فراهم شده، برای آنها است (Jin et al., 2008؛ Papzan & Delangizan, 2008). در ایران، در بند ۴ ماده ۲۷ برنامه ششم توسعه بر اهمیت خوشه‌های کسب و کار تأکید شده است. مطالعات مختلفی در زمینه توسعه خوشه‌های کسب و کار در صنایع مختلف و گردشگری با اهداف مختلف در داخل کشور انجام گرفته است که هر کدام از این مطالعات یک بخش از فرآیند توسعه خوشه‌ها را بررسی کرده‌اند. در ادامه به بررسی این مطالعه پرداخته شده است.

نتایج پژوهش Musso & Francioni (2015) نشان داد که خوشه کشاورزی - غذایی با تولید انواع نوشیدنی‌ها در روستاها به وسیله شرکت‌های کوچک خانگی باعث جذب گردشگران زیادی به مناطق روستایی شده است. همچنین، تولیدکنندگان فعال در خوشه مذکور، نوشیدنی‌های خود را به بازارهای خارجی و بین‌المللی نیز صادر می‌کنند. نتایج پژوهش Sharma & Anupam (2014) گویای این بود که توسعه خوشه می‌تواند به‌عنوان ابزاری مهم برای توسعه کشاورزی باشد، کشاورزان و کسب و کارهای کوچک و متوسط می‌توانند با عضویت در خوشه کشاورزی، از طریق همکاری با کسب و کارهای مرتبط با کشاورزی بهره‌وری خود را بالا برده و دسترسی به اطلاعات، برندسازی کسب و کارها، جذب حمایت‌های دولتی، هم‌افزایی و دسترسی به کالاهای عمومی و نوآوری سریع‌تر از طریق همکاری با مراکز تحقیقاتی برای خود به‌وجود آورند. همچنین، حمایت‌های جدی از طرح‌های زودبازده صنعتی و از بین بردن موانع موجود در خوشه‌های صنعتی، فراهم کردن زمینه‌ها و مقدمات خوشه‌سازی برای منطقه، می‌تواند در بالا بردن سهم صنایع کوچک و

اقليمی و غنی بودن خاک و آب در استان کرمانشاه و اقتصادی بودن تولیدات باغی، استان کرمانشاه را به یکی از مناطق مستعد تولید محصولات باغی به ویژه انواع میوه و صنایع وابسته به آن تبدیل کرده است. با استناد به آمار سال ۱۳۹۵، میزان تولید انواع محصولات باغی استان کرمانشاه برابر با ۲۳۴۱۵۸ تن است (Ahmadi et al., 2016). توجه به صنایع وابسته به انواع محصولات کشاورزی در مناطق روستایی، از جمله مواردی است که علی‌رغم پایین بودن نیاز سرمایه‌ای جهت راه‌اندازی آنها، بسیاری از صاحب‌نظران بر تأثیر این کسب و کارهای کوچک، بر ایجاد اشتغال، بازدهی بالا و تأمین معیشت پایدار مناطق روستایی اتفاق نظر دارند (Sajasi Ghaidari et al., 2013؛ Shakoori, 2011؛ Molashahi et al., 2015؛ Kopahi & Motieilangrodi & Nagafikani, 2011؛ Darban Astane, 2002). اما با توجه به اینکه اکثر صنایع فراوری روستایی به‌صورت کارگاه‌های خرد و کوچک فعالیت می‌کنند، توان رقابت با صنایع بزرگ‌تر را ندارند. چون هم از لحاظ بازاریابی محصولات و هم در اختیار داشتن فناوری‌ها و اطلاعات لازم دچار مشکل هستند (Haiedari, 2018).

در این راستا، یکی از راهکارهای تقویت و توسعه کسب و کارهای کوچک فراوری محصولات روستایی، همکاری‌های بین‌بنگاهی است که در سالیان گذشته مورد توجه جوامع علمی دنیا قرار گرفته و به یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه کشورها تبدیل شده است. همکاری‌های بین‌بنگاهی به شیوه‌های مختلفی می‌تواند انجام گیرد که یکی از مهم‌ترین و مطرح‌ترین آنها خوشه‌سازی است (Radfar, 2013). خوشه به مجموعه بنگاه‌های کسب و کار مستقر در یک منطقه جغرافیایی مشخص گفته می‌شود که در یک کسب و کار مشترک فعالیت می‌کنند، همدیگر را تکمیل کرده و از چالش‌ها و فرصت‌های مشترک برخوردارند (Mansori & Aziz, 2009). حضور در خوشه‌ها، مزیت‌های رقابتی بسیاری برای واحدهای کسب و کار روستایی به وجود می‌آورد. با تجمیع این کسب و کارها، امکان استفاده از تجربیات و امکانات یکدیگر، ایجاد امکانات

آمادگی سازمان‌ها و نهادهای حمایتی و سطح توسعه یافتگی خوشه در رتبه‌های چهارم و پنجم اهمیت نسبی قرار گرفته و این پنج عامل بیش از ۵۰ درصد از اهمیت را به خود اختصاص می‌دهند.

در مطالعه‌ای مشخص شد که ساختار خوشه‌ها بر کارآفرینی در خوشه‌ها تأثیر معنی‌داری دارد. همچنین، بر اساس نتایج کارآفرینی در خوشه‌های صنعتی بر افزایش نوآوری واحد کسب و کار، انتقال دانش بین بنگاه‌های خوشه صنعتی و بر کاهش هزینه‌های عملیاتی و سرمایه‌گذاری واحدهای مستقر در خوشه صنعتی تأثیر معنی‌داری دارد. این تحقیق به بررسی تأثیر خوشه‌ها بر کارآفرینی کسب و کارهای خوشه پرداخته است و عوامل مؤثر بر توسعه خوشه‌ها را مورد بررسی قرار نداده است. اما کارآفرینی در خوشه‌ها و انتقال دانش بین کسب و کارها نیز، باعث توسعه خوشه‌ها می‌شود (Safari et al., 2015).

نتایج پژوهش Hoffmann et al. (2014) نشان داد روابط و همکاری درون خوشه‌ها به انتقال دانش بین مالکان کسب و کارهای خوشه منجر می‌شود. با توجه به اینکه همکاری درون کسب و کارهای خوشه و انتقال دانش بین این کسب و کارها، یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه خوشه‌ها می‌باشد، می‌توان بیان داشت که با انتقال دانش بین کسب و کارهای موجود در خوشه‌ها، توسعه خوشه اتفاق می‌افتد. در این راستا Roy & Thorat (2006) در پژوهش خود نشان دادند که عواملی مانند: همکاری و تعامل بین تمام اعضای خوشه، استفاده از دانش جدید از طریق ارتباط با دانشگاه‌های کشاورزی و تحقیقات، سیاست‌گذاری‌های دولت از طریق دادن وام‌های کم بهره و بازاریابی محصولات از عوامل موفقیت و توسعه این خوشه شناخته شده است. Abiola (2006) در پژوهش خود فعالیت در قالب اقدامات جمعی همانند همکاری بین تولیدکنندگان و مؤسسات پشتیبان، بازاریابی مشترک، به اشتراک گذاشتن دانش خود با دیگر تولیدکنندگان، حمایت دولت و ارتباط کسب و کارهای موجود در خوشه با

متوسط در توسعه اشتغال و توسعه اقتصادی تأثیرگذار باشد (Gagne et al, 2010). در این راستا، نتیجه تحقیق (Sharifzadegan & Noraei 2015) گویای این بود که به‌منظور شناسایی خوشه‌ها بر مبنای ویژگی‌های این تجمعات، بایستی به تمرکز جغرافیایی صنایع، تقسیم کار فزاینده، وجود نیروی کار متخصص، وجود فناوری و نهادهای عینی تأمین‌کننده خدمات پشتیبان خوشه، وجود تأسیسات زیربنایی، پیوندهای اقتصادی، پیوندهای فناوری و پیوندهای نهادی توجه کرد. در پژوهش Ezadi & Mosleh Shirazi (2012) مشخص شد که اجرای برنامه توسعه خوشه‌ای، از طریق اعمال سیاست‌هایی همانند سیاست‌های دستیابی به بازارهای جدید، ایجاد شبکه تأمین مواد اولیه مناسب، شبکه توزیع و شبکه فروش در خوشه، اعتمادسازی، آموزش و افزایش سطح فناوری یا بکارگیری دستگاه‌های جدید، توانسته است روی توسعه خوشه اثرگذار باشد و در نهایت، باعث ایجاد رویکرد صادراتی در خوشه می‌مند شده است. در پژوهش Riahi (2013) عوامل مؤثر بر توسعه خوشه‌ها، در سه حوزه محیطی و جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی، تسهیل‌کننده و پشتیبان طبقه‌بندی شدند. این سه حوزه با استفاده از AHP با همدیگر مقایسه شدند و عوامل «تسهیل‌کننده و پشتیبان» با اهمیت نسبی ۰/۴۰۵، عوامل «محیطی و جغرافیایی» با اهمیت نسبی ۰/۳۵۰ و در نهایت، عوامل «فرهنگی و اجتماعی» با اهمیت نسبی ۰/۲۴۵ در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند. همچنین، در سطح دوم و در بین عوامل ۱۷ گانه مندرج در تحقیق، نتایج کسب شده از مقایسات زوجی در فرایند سلسله مراتبی نشان داد، بالاترین اهمیت نسبی با وزن ۰/۲۰۱ مربوط به نقش عامل توسعه خوشه است. نقش سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، به‌عنوان متولیان، برنامه‌ریزان و حمایت‌گران طرح در رتبه دوم قرار گرفته است. همچنین، وجود روحیه کارگروهی و تیمی در رتبه سوم جای گرفته است. حضور و

روش تحقیق

طرح تحقیق مطالعه حاضر کیفی - کمی از نوع متوالی - اکتشافی^۱ می‌باشد که از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی و از بعد روش در بخش کیفی، از روش نظریه داده‌بنیان و در بخش کمی، از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) بهره گرفته است. جامعه مورد مطالعه تحقیق شامل ۱۲ نفر از کارشناسان شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمانشاه، کارشناسان باغبانی جهاد کشاورزی و اعضای هیئت علمی دانشگاه رازی که فراوری محصولات باغی را انجام می‌دهند، بود که با خوشه‌های کسب و کار آشنایی داشتند. نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی^۲ انتخاب شدند. به منظور انتخاب نمونه‌ها، ابتدا به شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمانشاه که کارگزار شناسایی و توسعه خوشه‌های کسب و کار می‌باشد، مراجعه شد. پس از مصاحبه با کارشناسان این اداره، افراد دیگری در سازمان جهاد کشاورزی و اعضای هیئت علمی دانشگاه رازی که با خوشه‌های کسب و کار آشنایی داشتند و در دوره‌های مختلف خوشه‌ها شرکت کرده بودند، به محقق معرفی شدند و در ادامه، به این افراد مراجعه شد. حجم نمونه در زمان جمع‌آوری داده‌ها مشخص شد و تا زمان رسیدن به اشباع نظری داده‌ها (محقق به این اطمینان رسید که ادامه مصاحبه با نمونه‌های جدید چیزی به اطلاعات اضافه نمی‌کند) ادامه یافت. در بخش کیفی این مطالعه، به منظور جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و یادداشت برداری استفاده شد و در بخش کمی نیز از پرسشنامه مقایسات زوجی بهره برده شد. روش نظریه داده‌بنیان، آفرینش نظریه به روش استقرایی و تلاش برای درک درست و احساس مناسب از وقایع روزمره است. همچنین، تلاشی است برای درک دنیای مشارکت‌کنندگان، آن‌گونه که خود آنان ساخته‌اند (Adib Hajbagheri et al., 2010). در این پژوهش، محققین به دنبال خلق نظریه نیستند و از روش نظریه

متخصصان و دانشگاه‌ها را به عنوان عوامل مهم موفقیت و توسعه این خوشه نام برده است. Kord & Khashi (2014) نشان دادند که شش مؤلفه تمرکز جغرافیایی، عوامل محیطی، زیرساخت، راهبرد/ ساختار، ارتباطات بین‌بنگامی و شرایط تقاضا از عوامل ایجاد خوشه‌ی صنعتی خرماي سراوان هستند که در این بین مؤلفه‌های تمرکز جغرافیایی و ارتباطات بین‌بنگامی به ترتیب بیشترین و کمترین عامل مؤثر بر ایجاد خوشه صنعتی خرماي این منطقه هستند. در پژوهش Parausic et al (2013)، نشان داده شد که توسعه خوشه‌ها در این کشور، نیازمند ایجاد کسب و کارهای کشاورزی جدید، ایجاد یک محیط کسب و کار مطلوب برای شرکت‌های کوچک و متوسط، سیاست‌های کشاورزی محرک و قابل پیش بینی، طرح‌های توسعه کارآفرینی با هدف فعالیت‌های مشترک، ایجاد نوآوری در فراوری و همکاری بین کسب و کارهای موجود می‌باشد.

همان‌طور که بیان شد، کسب و کارهای خرد روستایی، بنا به دلایلی از جمله ضعف در بازاریابی، دانش و اطلاعات و تکنولوژی در اختیار، توان رقابت با کسب و کارهای بزرگ ندارند. در صورت فعالیت این کسب و کارها در قالب خوشه، می‌توانند با همدیگر همکاری و مشارکت کنند و توان رقابت با کسب و کارهای بزرگ‌تر را داشته باشند. بنابراین، توسعه خوشه‌ها به‌عنوان یک ابزار مهم در توسعه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی عمل می‌کند. علی‌رغم اهمیت توسعه خوشه‌های کسب و کار فراوری محصولات باغی، تاکنون پژوهشی در این زمینه در ایران انجام نگرفته است. بنابراین، هدف این تحقیق شناسایی مؤلفه‌های توسعه خوشه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در استان کرمانشاه می‌باشد.

1. Sequential-Exploratory Mixed Methods Design

2. Snowball

داده بنیان، با توجه به نظام‌مند بودنش فقط برای تحلیل داده‌ها استفاده می‌شود (Malekhosseini et al., 2016). با توجه به این که این پژوهش به دنبال استخراج مفاهیم و طبقات مرتبط با توسعه خوشه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی است؛ لذا، نظریه داده‌بنیان مناسب این پژوهش است. در حین تحلیل داده‌ها محققین بارها متن مصاحبه‌های انجام گرفته را مرور کردند. این حرکت محققین موجب شد، تحلیل داده‌ها دقیق‌تر انجام گیرد و وضعیت هر یک از مؤلفه‌ها را به درستی نشان دهد. به-کارگیری روش‌های چندگانه در جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش کیفی، اعتبار یافته‌های این روش را از طریق فرایندی که از آن به سه گوشه‌سازی^۱ یاد می‌شود، افزایش می‌دهد (Cohen et al., 2000). اصلی‌ترین فرایند در نظریه داده‌بنیان، تحلیل داده‌هاست که مرکز ثقل پژوهش‌های کیفی است. تحلیل داده‌ها در قالب سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام می‌گیرد (Straus & Corbin, 1998). با توجه به ماهیت این پژوهش که به دنبال خلق نظریه نیست، برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از کدگذاری‌های باز و محوری استفاده شد. به این صورت که پس از مرور داده‌ها، جمله‌های مرتبط با مؤلفه‌های توسعه خوشه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی استخراج شد و جمله‌های مشابه با یک کد مشترک در قالب ۶۵ مفهوم کدبندی شدند (جدول ۱). پژوهشگر با به‌کارگیری سیستم کدگذاری باز، خط به خط داده‌ها را بازنگری می‌کند و پس از تشخیص مفاهیم آن، به هر جمله یک کد می‌دهد (Danaei Fard, 2005). در انتهای کدگذاری باز، زمینه شکل‌گیری طبقات فراهم شد. در کدگذاری محوری، طبقات تشکیل شد، به این صورت که داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر مقایسه کرده و به‌صورت خوشه‌هایی که با هم تناسب داشتند، ادغام گردید و در نتیجه، کدهای مشابه در یک طبقه قرار گرفتند (Adib

Hajbagheri et al., 2010). به‌عبارت دیگر، کدها و دسته‌های اولیه‌ای که در کدگذاری باز ایجاد شده بود، با موارد مشابه ادغام شد و ارتباط بین خرده طبقه‌ها را مشخص و طبقاتی با مفاهیم جدید شکل گرفت. ۱۸ خرده طبقه و ۴ طبقه حاصل تحلیل داده‌ها با نظریه داده بنیان بود. به‌منظور اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها از تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است که نخستین بار توسط ساعتی مطرح شد (Saaty, 1980). در این روش بنا بر هدف تحقیق، معیارها و زیرمعیارهای تحقیق با همدیگر به صورت دو به دو مقایسه می‌شوند و هر کدام از آنها یک وزن می‌گیرد که برای اولویت‌بندی از آن استفاده می‌شود. این عملیات توسط نرم‌افزار Expert Choice انجام می‌شود. به‌منظور اعتبار پاسخ پرسش شوندگان از نرخ ناسازگاری استفاده می‌شود. به‌طوری‌که^۲ اگر نرخ ناسازگاری محاسبه شده کمتر از ۰/۱ باشد می‌توان سازگاری مقایسه‌ها را پذیرفت، در غیر این-صورت باید مقایسه‌ها دوباره انجام گردد (masomzade & torabzade, 2004). در این پژوهش نرخ ناسازگاری محاسبه شده کمتر از ۰/۱ به دست آمد که نشان از قابل اعتماد بودن اولویت‌های پژوهش می‌باشد.

نتایج و بحث

همان‌طور که در قسمت‌های پیشین توضیح داده شد، به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی، داده‌های جمع‌آوری شده در قالب دو مرحله کدگذاری باز و محوری نظریه داده‌بنیان تحلیل شد. خروجی مرحله کدگذاری باز ۶۵ کد بود که در مرحله کدگذاری محوری مفاهیم مشابه در قالب کدهای یکسان کدبندی شدند که حاصل آن ۴ طبقه و ۱۸ خرده طبقه بود که در ادامه به وضعیت و فرایند رسیدن به آنها اشاره شده است.

2. Consistency Ratio (CR)

1. Trangulation

جدول ۱- مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

ردیف	مفاهیم	کد
۱	اعتماد داشتن به ارگان‌های دولتی مثل بانک کشاورزی، جهاد کشاورزی و کارشناسان	E1
۲	اعتماد داشتن اهالی روستا به افراد غریبه	E2
۳	وجود اعتماد بین کسب و کارها	E3
۴	ارتباطات افقی (همکاری) بین کسب و کارهای خوشه ^۱	E4
۵	ارتباطات عمودی (همکاری) بین کسب و کارهای خوشه ^۲	E5
۶	ارتباط کسب و کارها با مشاوران بخش خصوصی در حوزه فراوری و فروش	E6
۷	وجود هماهنگی و همکاری بین سازمان‌های ذیربط	E7
۸	وجود رقابت بین کسب و کارها	E8
۹	وجود کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در منطقه	E9
۱۰	حضور کسب و کارهای مرتبط با تولیدکنندگان محصولات باغی (کود و سم، ابزارآلات مورد نیاز و ...) در منطقه	E10
۱۱	دسترسی افرادی که فراوری محصول را انجام می‌دهند به تأمین کنندگان محصولات اولیه	E11
۱۲	فاصله ذینفعان (تولیدکنندگان) خوشه از همدیگر	E12
۱۳	چالش‌های مشترک پیش‌روی کسب و کارها	E13
۱۴	فرصت‌های مشترک پیش‌روی کسب و کارها	E14
۱۵	وجود روحیه کار گروهی	Z1
۱۶	وجود روحیه کارآفرینی و نوآوری	Z2
۱۷	شبکه‌سازی در خوشه ^۳	Z3
۱۸	دسترسی به جاده ارتباطی	Z4
۱۹	دسترسی به انرژی برق و گاز	Z5
۲۰	وجود بازار مصرف محلی و منطقه‌ای	Z6
۲۱	وجود بازار خارجی	Z7
۲۲	تقاضاپذیر بودن محصول تولیدی خوشه	Z8
۲۳	اتصال به بازار محصولات تولیدی	Z9
۲۴	وجود نیروی انسانی متخصص در منطقه	Z10
۲۵	وجود دانش فراوری محصولات در منطقه	Z11
۲۶	دسترسی به ارائه دهندگان خدمات کسب و کار	Z12
۲۶	وضعیت درآمد مردم منطقه	Z13
۲۸	جایگاه محصول تولیدی خوشه در اقتصاد منطقه و کشور	Z14
۲۹	سابقه فعالیت کسب و کارهای فعال در خوشه	Z15
۳۰	گردشگرپذیر بودن منطقه (طبیعت منطقه، گردشگر مذهبی و ...)	Z16
۳۱	دسترسی کسب و کارها به تکنولوژی مناسب	Z17
۳۲	دسترسی به ابزارآلات لازم جهت فراوری محصول موردنظر	Z18
۳۳	تدوین و ایجاد چشم انداز مشترک و مشارکتی توسط عامل توسعه	M1
۳۴	مرتبط بودن تخصص عامل توسعه نسبت به توسعه خوشه موردنظر	M2
۳۵	توانمندی ارتباطی و محبوبیت عامل توسعه	M3
۳۶	داشتن نگاه سیستمی و کل نگر عامل توسعه	M4
۳۷	تعهد اجتماعی عامل توسعه	M5
۳۸	مهارت مدیریت جلسه عامل توسعه	M6
۳۹	قدرت شبکه‌سازی و افزایش اعتمادآفرینی عامل توسعه در خوشه	M7
۴۰	بومی بودن عامل توسعه	M8
۴۱	وجود نوسانات ارزی	M9
۴۲	کاهش صادرات	M10
۴۳	مشکل در تهیه ابزار و تکنولوژی مورد نیاز	M11
۴۴	وجود خشکسالی	M12
۴۵	وجود ریزگردها	M13
۴۶	وجود سیل، تگرگ و ...	M14
۴۷	اپلیکیشن خرید مواد اولیه	M15

۱. منظور از ارتباطات افقی بین کسب و کارهای خوشه، ارتباط بین کسب و کارهای فراوری خوشه با هم دیگر می‌باشد.

۲. منظور از ارتباطات عمودی بین کسب و کارهای خوشه، ارتباط بین واحدهای کسب و کار فراوری با کسب و کارهای قبل (تولیدکنندگان مواد اولیه) و بعد خود (بسته‌بندی، فروشندگان و ...) می‌باشد.

۳. منظور از شبکه‌سازی در خوشه، ایجاد شبکه‌های فروش محصولات تولیدی یا شبکه خرید مواد اولیه می‌باشد که این کسب و کارها به صورت گروهی محصولات خود را به فروش برسانند، تا قدرت چانه زنی بیشتری داشته باشند و یا مواد اولیه خود را به صورت گروهی خرید کنند که هزینه‌ها برای کسب و کارها پایین بیاید.

ردیف	مفاهیم	کد
۴۸	اپلیکیشن فروش محصولات تولیدی	M16
۴۹	اپلیکیشن آموزش به واحدها (ارتباطات و ...) در راستای شبکه سازی	M17
۵۰	حمایت قانونی و حقوقی از واحدها (خوشه‌ای کردن کسب و کارهای کشاورزی)	R1
۵۱	همکاری سازمان‌ها و نهادهای حمایتی و پشتیبان (استانداری، صنعت و معدن، جهاد کشاورزی، آب منطقه‌ای)	R2
۵۲	حمایت دولت از حضور در نمایشگاه‌ها و عرضه محصولات تولیدی	R3
۵۳	تسهیل خدمات اعتباری به واحدها	R4
۵۴	قیمت‌گذاری مناسب محصولات تولیدی	R5
۵۵	تسهیل جذب و سرمایه‌گذاری مشترک توسط واحدها	R6
۵۶	تشکیل یک برند جمعی برای واحدهای مستقر در خوشه	R7
۵۷	فراهم‌سازی تسهیلات حمل و نقل برای واحدها	R8
۵۸	برگزاری آموزش از طریق کارگاه و کلاس برای واحدها	R9
۵۹	تهیه و توزیع نشریه آموزشی - ترویجی برای واحدهای مستقر در خوشه به صورت منظم	R10
۶۰	ارائه مشاوره منظم کارشناسی به واحدها	R11
۶۱	تسهیل جذب و آموزش نیروی کار از طریق واحدها	R12
۶۲	امکان دسترسی واحدها به شرکت‌های ارایه دهنده خدمات کسب و کار	R13
۶۳	امکان دسترسی واحدها به مواد اولیه با کیفیت	R14
۶۴	امکان دسترسی واحدها به ابزار و تکنولوژی مناسب	R15
۶۵	ارائه خدمات ارتباطی - اطلاع‌رسانی (از طریق اینترنت و شبکه داخلی)	R16

منبع: یافته‌های تحقیق

منطقه، دسترسی به تکنولوژی مناسب است. طبقه عوامل مداخله‌گر توسعه خوشه که حاوی خرده طبقه‌های وجود تحریم‌ها، تغییرات آب و هوایی، استارت‌آپ‌ها و عامل توسعه خوشه (عامل توسعه خوشه عموماً فردی است با تحصیلات دانشگاهی مرتبط (ترجیحاً مهندسی صنایع، اقتصاد و مدیریت) و تجربه حداقل ۴-۵ سال در حوزه صنایع کوچک و متوسط داشته باشد و آموزش‌های لازم را دیده باشد) است. در نهایت، طبقه استراتژی‌های توسعه خوشه‌ها که شامل خرده طبقه‌های حمایت دولت و نهادهای پشتیبان، هماهنگ‌سازی کسب و کارها، آموزش نیروی انسانی و ارایه اثربخش خدمات هست که با مراجعه به کدهای هر طبقه می‌توان وضعیت آن مؤلفه از عوامل مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی را ارزیابی کرد. با توجه به ماهیت این مطالعه و موضوع مورد بررسی آن کدگذاری انتخابی به کار گرفته نشد.

همان‌طور که از گروه کدهای مشابه استنباط می‌شود، در انتهای کدگذاری باز، زمینه شکل‌گیری طبقات فراهم شد. در کدگذاری محوری، پژوهشگران، کدها و دسته‌های اولیه‌ای را که در کدگذاری باز ایجاد شده بود، با موارد مشابه ادغام و ارتباط بین خرده طبقه‌ها را مشخص کردند. در نهایت، طبقاتی با مفاهیم جدید شکل گرفت. از آنجا که مقایسه مداوم الزامات کدگذاری محوری است، محققان کدها را با یکدیگر مقایسه و آنها را در ۴ طبقه و ۱۸ خرده طبقه گروه‌بندی کردند. طبقات حاصل از کدگذاری محوری شامل طبقه عوامل ایجاد خوشه که در بر گیرنده خرده طبقه‌های؛ تمرکز جغرافیایی، اعتماد، همکاری و رقابت و فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی کسب و کارها می‌باشد. طبقه زمینه‌های مؤثر بر توسعه خوشه‌ها که شامل خرده طبقه‌های کارآفرینی و هویت جمعی، دسترسی به زیرساخت‌های مناسب، مدیریت بازاریابی، رونق اقتصادی

جدول ۲- طبقات گسترده حاصل از مفاهیم (کدگذاری محوری)

طبقات گسترده	خرده طبقات	مفاهیم
	اعتماد	اعتماد داشتن به ارگان‌های دولتی مثل بانک کشاورزی، جهاد کشاورزی و کارشناسان اعتماد داشتن اهالی روستا به افراد غریبه
شرایط ایجاد خوشه	ارتباطات (همکاری و رقابت)	وجود اعتماد بین کسب و کارها ارتباطات افقی (همکاری) بین کسب و کارهای خوشه ارتباطات عمودی (همکاری) بین کسب و کارهای خوشه ارتباط کسب و کارها با مشاوران بخش خصوصی در حوزه فراوری و فروش وجود هماهنگی و همکاری بین سازمان‌های ذیربط وجود رقابت بین کسب و کارها
	تمرکز جغرافیایی	وجود کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در منطقه حضور کسب و کارهای مرتبط با تولیدکنندگان محصولات باغی (کود و سم، ابزارآلات مورد نیاز و ...) در منطقه دسترسی افرادی که فراوری محصول را انجام می‌دهند به تأمین کنندگان محصولات اولیه
	آینده مشترک کسب و کارها	فاصله ذینفعان (تولیدکنندگان) خوشه از همدیگر چالش‌های مشترک پیش‌روی کسب و کارها فرصت‌های مشترک پیش‌روی کسب و کارها
	کارآفرینی و هویت جمعی	وجود روحیه کار گروهی و تیمی وجود روحیه کارآفرینی و نوآوری شبکه‌سازی در خوشه
زمینه‌های توسعه خوشه	زیرساخت‌ها	دسترسی به جاده ارتباطی دسترسی به انرژی برق و گاز
	مدیریت بازاریابی	وجود بازار مصرف محلی و منطقه‌ای وجود بازار خارجی تقاضاپذیر بودن محصول تولیدی خوشه اتصال به بازار محصولات تولیدی
	نیروی انسانی	وجود نیروی انسانی متخصص در منطقه وجود دانش فراوری محصولات در منطقه دسترسی به ارائه دهندگان خدمات کسب و کار
	رونق اقتصادی	وضعیت درآمد مردم منطقه جایگاه محصول تولیدی خوشه در اقتصاد منطقه و کشور سابقه فعالیت کسب و کارهای فعال در خوشه گردشگرپذیر بودن منطقه (طبیعت منطقه، گردشگر مذهبی و ...)
	تکنولوژی	دسترسی کسب و کارها به تکنولوژی مناسب دسترسی به ابزارآلات لازم جهت فراوری محصول موردنظر تدوین و ایجاد چشم انداز مشترک و مشارکتی توسط عامل توسعه
عوامل مداخله‌گر توسعه خوشه	عامل توسعه خوشه	مرتبط بودن تخصص عامل توسعه نسبت به توسعه خوشه موردنظر توانمندی ارتباطی و محبوبیت عامل توسعه داشتن نگاه سیستمی و کل نگر عامل توسعه تعهد اجتماعی عامل توسعه مهارت مدیریت جلسه عامل توسعه قدرت شبکه‌سازی و افزایش اعتمادآفرینی عامل توسعه در خوشه بومی بودن عامل توسعه
	تحریم‌ها	وجود نوسانات ارزی کاهش صادرات
		مشکل در تهیه ابزار و تکنولوژی مورد نیاز

طبقات گسترده	خرده طبقات	مفاهیم
	تغییرات اقلیم	وجود خشکسالی وجود ریزگردها وجود سیل، نگرگ و ...
	استارت‌آپ‌ها	اپلیکیشن خرید مواد اولیه اپلیکیشن فروش محصولات تولیدی اپلیکیشن آموزش به واحدها (ارتباطات و ...) در راستای شبکه سازی
	حمایت دولت و نهادهای پشتیبان	حمایت قانونی و حقوقی از واحدها (خوشه‌ای کردن کسب‌وکارهای کشاورزی) همکاری سازمان‌ها و نهادهای حمایتی و پشتیبان (استانداری، صنعت و معدن، جهاد کشاورزی، آب منطقه‌ای) حمایت دولت از حضور در نمایشگاه‌ها و عرضه محصولات تولیدی تسهیل خدمات اعتباری به واحدها
استراتژی‌های توسعه خوشه	هماهنگ‌سازی کسب و کارها	قیمت‌گذاری مناسب محصولات تولیدی تسهیل جذب و سرمایه‌گذاری مشترک توسط واحدها تشکیل یک برند جمعی برای واحدهای مستقر در خوشه فراهم‌سازی تسهیلات حمل و نقل برای واحدها
	آموزش نیروی کار	برگزاری آموزش از طریق کارگاه و کلاس برای واحدها تهیه و توزیع نشریه آموزشی - ترویجی برای واحدهای مستقر در خوشه به صورت منظم ارائه مشاوره منظم کارشناسی به واحدها تسهیل جذب و آموزش نیروی کار از طریق واحدها
	ارائه اثربخش خدمات به کسب‌وکارها توسط کارگزار	امکان دسترسی واحدها به شرکت‌های ارایه دهنده خدمات کسب و کار امکان دسترسی واحدها به مواد اولیه با کیفیت امکان دسترسی واحدها به ابزار و تکنولوژی مناسب ارائه خدمات ارتباطی - اطلاع‌رسانی (از طریق اینترنت و شبکه داخلی)

منبع: یافته‌های تحقیق

کسب و کارها با یکدیگر، ارتباط با کسب و کارهای قبل و بعد خود و همکاری و هماهنگی بین سازمان‌ها، فرصت و چالش‌های مشترک، از جمله عوامل مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی هستند که در طبقه شرایط ایجاد خوشه قرار گرفته‌اند. در این راستا، پژوهشگران (Parausic et al., 2013), (Roy & Thorat, 2008), (Hoffmann et al., 2014), (Gelds et al., 2015), (Lai et al., 2014), (Ezadi & Mosleh shirzadi, 2012), (Sharifzadegan & Kord & Khashi, 2014), (Noraei, 2015) و (Riahi 2013) در تحقیقات خود تأیید کردند که تمرکز جغرافیایی، اعتماد، ارتباط بین

نتایج جدول (۲)، حاکی از آن بود که به‌منظور توسعه خوشه فراوری محصولات باغی در استان کرمانشاه، عواملی مانند اعتماد (اعتماد بین کسب و کارها، اعتماد به سازمان‌های دولتی و اعتماد به افراد سرمایه‌گذار)، تمرکز جغرافیایی (حضور کسب و کارهای مرتبط با تولیدکنندگان محصولات باغی شامل؛ کود و سم، ابزارآلات مورد نیاز در منطقه، وجود کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در منطقه، دسترسی افرادی که فراوری محصول انجام می‌دهند به تأمین کنندگان محصولات اولیه و فاصله تولیدکنندگان خوشه از همدیگر)، ارتباطات بین کسب و کارها (ارتباطات بین

استفاده از اپلیکیشن‌های خرید مواد اولیه، فروش محصولات تولیدی، آموزش و شبکه‌سازی)، را از دیگر عوامل مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی دانستند که در طبقه شرایط مداخله‌گر مؤثر بر توسعه خوشه‌های قرار گرفته‌اند. در این راستا، Ezadi & Morosini, Mosleh shirzadi, (2012) و (2004) و (2006) Abiola در تحقیق خود اعتمادسازی، شبکه‌سازی و ارتباط با سازمان‌ها و دانشگاه‌ها را عامل مهمی برای توسعه خوشه دانسته‌اند. Zhorian & Rahimnia (2015) در تحقیق خود به نقش عامل توسعه خوشه در توسعه خوشه، نقش پررنگی دانستند. Kord & Khashi (2014) در تحقیق خود به منظور ایجاد خوشه صنعتی خرما، عوامل محیطی را یکی از عوامل مؤثر بر ایجاد این خوشه شناسایی کرده بودند. Ezadi & Mosleh shirzadi, (2012) بحث انتقال و دسترسی به تکنولوژی را یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه خوشه‌ها می‌دانند. Morosini (2004) نیز در تحقیق خود تقویت ساختار فعالیت شبکه‌ای را یکی از عوامل مؤثر بر توسعه خوشه‌ها دانستند. همچنین Ezadi & Mosleh shirzadi, (2012) و Roy & Sharifzadegan et al (2018) و Roy & Thorat, (2008) نیز دسترسی به بازارهای جدید برای فروش محصولات تولیدی خوشه را از جمله عوامل مؤثر بر توسعه خوشه‌ها به حساب آوردند.

از دیگر عوامل مؤثر بر توسعه خوشه‌های کسب و کار فراوری محصولات باغی، حمایت دولت و نهادهای پشتیبان (حمایت قانونی و حقوقی از واحدهای کسب و کار خوشه، همکاری سازمان‌ها و نهادهای حمایتی از واحدها، حمایت دولت از حضور واحدهای کسب و کار در نمایشگاه‌های مختلف و تسهیل ارائه خدمات اعتباری به کسب و کارهای فعال در خوشه)، هماهنگ‌سازی کسب و کارها (قیمت‌گذاری مناسب محصولات تولیدی، تسهیل جذب و سرمایه‌گذاری مشترک، تشکیل یک برند جمعی و فراهم‌سازی تسهیلات)، آموزش نیروی کار (برگزاری آموزش از طریق کارگاه و کلاس برای واحدها، تهیه و توزیع نشریه آموزشی - ترویجی برای واحدهای مستقر در خوشه به صورت منظم، ارائه مشاوره منظم کارشناسی به واحدها و تسهیل جذب و آموزش نیروی کار از طریق واحدها) و ارائه اثربخش خدمات (فراهم

کسب و کارها و فرصت و چالش‌های مشترک بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی مؤثر هستند.

کارشناسان همچنین عواملی مانند: کارآفرینی و هویت جمعی که منجر به ایجاد کسب و کارهای جدید و تکمیل زنجیره ارزش محصولات تولیدی می‌شود؛ دسترسی به زیرساخت‌ها (جاده، آب، برق، تلفن، مرکز تحقیقات و غیره) که امکان دسترسی آسان‌تر به مصرف‌کنندگان و ارتباط با مراکز تحقیقاتی جهت بهبود تولید به وجود می‌آورد؛ دسترسی به بازار (داخلی و خارجی) که منجر به فروش محصولات و افزایش انگیزه و تولید برای بهره‌برداران می‌شود؛ دسترسی به نیروی انسانی که از طریق نیروی انسانی متخصص منجر به فراوری محصولات باغی می‌شود؛ رونق اقتصادی منطقه و دسترسی کسب و کارها به تکنولوژی و ماشین‌آلات مناسب را از جمله دیگر عوامل مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی می‌دانند که در طبقه زمینه‌های مؤثر بر توسعه خوشه‌ها قرار گرفته‌اند. در این خصوص Roy & Thorat (2008) و Abiola (2006) در پژوهش‌های خود بازاریابی محصولات را عاملی برای شناسایی و توسعه خوشه می‌دانستند. Parausic et al., (2013) در پژوهش خود توسعه کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید را از جمله عوامل مؤثر بر شناسایی و توسعه خوشه‌های کشاورزی در صربستان می‌دانند. Sharifzadegan & Noraei, (2015) در پژوهش خود به منظور توسعه خوشه‌های صنعتی، دسترسی به نیروی کار متخصص را یکی از عوامل توسعه خوشه می‌دانند. Kord & Khashi (2014) در پژوهش خود زیرساخت مناسب و بازار محصول را از جمله عوامل مؤثر بر توسعه خوشه‌های صنعتی به شمار آوردند. Ezadi & Mosleh shirzadi, (2012) در مطالعه خود سیاست دستیابی به بازارهای جدید و دسترسی به تکنولوژی مناسب را از جمله عوامل مؤثر بر ایجاد و توسعه خوشه‌های کسب و کار می‌دانستند.

نمونه‌های تحقیق، عامل توسعه خوشه، تغییرات اقلیم (گردوخاک، خشکسالی و سیل)، تحریم‌ها (وجود تحریم‌ها می‌باشد که با نوسانات ارزی، کاهش صادرات و سختی تهیه ابزارآلات و تکنولوژی مورد نیاز توسعه خوشه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد) و استارت‌آپ‌ها (با

کارکرد مهمی برای توسعه خوشه به حساب آورده است، در این راستا، Safari et al. (2015) در پژوهش خود جذب سرمایه‌گذاری در خوشه را عامل مهمی برای توسعه خوشه‌های کسب و کار می‌داند.

در ادامه با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice اقدام به وزن‌دهی و اولویت‌بندی طبقات به دست آمده توسط کارشناسان شرکت شهرک‌های صنعتی، کارشناسان آگاه به مباحث خوشه‌های کسب و کار در سازمان جهاد کشاورزی و اعضای هیئت علمی دانشگاه رازی شد. به منظور اجرای تحلیل سلسله مراتبی، با توجه به اینکه نباید تعداد گویه‌های مورد مقایسه بیشتر از ۹ گویه باشد، لذا با نظر کارشناسان نام برده، اقدام به گروه‌بندی طبقات ۱۸ گانه در ۴ طبقه شرایط ایجاد خوشه، زمینه‌های مؤثر بر توسعه خوشه‌ها، عوامل مداخله‌گر بر توسعه خوشه‌ها و راهبردهای توسعه خوشه شد، که نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است.

کردن امکان دسترسی واحدها به شرکت‌های ارایه دهنده خدمات کسب و کار، فراهم کردن امکان دسترسی به مواد اولیه با کیفیت، فراهم کردن امکان دسترسی به ابزار و تکنولوژی و ارائه خدمات ارتباطی - اطلاع رسانی از طریق اینترنت شبکه داخلی می‌باشد که در طبقه استراتژی‌های مؤثر بر توسعه خوشه‌ها قرار گرفته‌اند. پژوهش‌های مختلفی حمایت‌های دولت را عامل مهمی برای توسعه خوشه به شمار آورده‌اند که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره شده است. Zohourian & Rahimnia (2015)، (2013) Riahi و (2006) Abiola هرکدام به طور جداگانه در مطالعات خود بیان کردند که حمایت‌های دولت نقش مؤثری بر توسعه خوشه‌های کسب و کار دارد. همچنین، Sharifzadegan et al. (2018) و (2012) Ezadi & Mosleh Shirzadi در تحقیق خود هماهنگ‌سازی کسب و کارها، آموزش نیروی کار و ارایه اثربخش خدمات کسب و کارها را

جدول ۳- وزن دهی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی

طبقات گسترده	طبقات	وزن	نرخ ناسازگاری
شرایط ایجاد خوشه	اعتماد	۰/۴۷۳	۰/۰۸
	همکاری و رقابت	۰/۱۷۳	
	تمرکز جغرافیایی	۰/۲۴۸	
	فرصت و تهدید مشترک	۰/۱۰۶	
زمینه‌های توسعه خوشه	کارآفرینی و هویت جمعی	۰/۲۵۲	۰/۰۵
	دسترسی به زیرساخت	۰/۰۶۲	
	دسترسی به بازار	۰/۱۹۷	
	دسترسی به نیروی انسانی	۰/۲۷۱	
عوامل مداخله‌گر توسعه خوشه‌ها	رونق اقتصادی منطقه	۰/۰۷۱	۰/۰۴
	دسترسی به تکنولوژی مناسب	۰/۱۴۷	
	عامل توسعه خوشه	۰/۵۸۸	
	تحریم‌ها	۰/۱۴۳	
راهبردهای توسعه خوشه	تغییرات اقلیم	۰/۰۸۶	۰/۰۴
	استارت‌آپ‌ها	۰/۱۸۳	
	حمایت دولت و نهادهای پشتیبان	۰/۴۶۲	
	هماهنگ‌سازی کسب و کارها	۰/۱۰۲	
	آموزش نیروی انسانی	۰/۲۱۴	
	ارائه اثربخش خدمات	۰/۲۲۲	

منبع: یافته‌های تحقیق

مؤثر بر توسعه خوشه‌ها، دسترسی به نیروی انسانی با میانگین وزنی ۰/۲۷۱ در اولویت اول قرار گرفته است. در طبقه عوامل مداخله‌گر، عامل توسعه خوشه با وزن ۰/۵۸۸ در اولویت اول قرار گرفته است. در طبقه راهبردهای مؤثر بر توسعه خوشه‌های کسب و کار،

نتایج اولویت‌بندی AHP نشان داد که در طبقه عوامل ایجاد خوشه‌ها، مؤلفه اعتماد (اعتماد بین کسب و کارها با همدیگر، اعتماد کسب و کارها به سازمان‌های دولتی و اعتماد کسب و کارها به افراد سرمایه‌گذار) در رتبه اول با وزن ۰/۴۷۳ قرار دارد، در طبقه زمینه‌های

حمایت دولت و نهادهای پشتیبان با وزن ۰/۴۶۲ در اولویت اول قرار گرفته است. بنابراین، نتایج نشان می‌دهد که به‌منظور توسعه خوشه فراوری محصولات باغی، باید به تقویت اعتماد کسب و کارها توجه جدی شود و به نیروی انسانی متخصص دسترسی داشت، یا نیروی انسانی متخصص را تربیت کرد، همچنین در انتخاب عامل توسعه خوشه دقت لازم به عمل آید که وی انسانی توانمند، متعهد و دارای تحصیلات مرتبط باشد که بتواند حمایت‌های دولتی و نهادهای پشتیبان را جذب کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

شناسایی مؤلفه‌های توسعه خوشه کسب و کارهای فراوری محصولات باغی در استان کرمانشاه، در قالب پژوهش آمیخته حاضر به‌صورت عمیق مورد مطالعه قرار گرفت. بررسی‌های به‌عمل آمده حاکی از آن بود که به‌منظور توسعه خوشه فراوری محصولات باغی در استان کرمانشاه، عواملی مانند اعتماد، تمرکز جغرافیایی، ارتباطات بین کسب و کارها، فرصت و چالش‌های مشترک، در طبقه عوامل مؤثر بر ایجاد خوشه قرار گرفته‌اند، کارآفرینی و هویت جمعی، دسترسی به زیرساخت‌ها، دسترسی به بازار (داخلی و خارجی)، دسترسی به نیروی انسانی، رونق اقتصادی منطقه، دسترسی کسب و کارها به تکنولوژی و ماشین‌آلات مناسب نیز در طبقه زمینه‌های مورد نیاز توسعه خوشه قرار گرفته‌اند، عامل توسعه خوشه، تغییرات اقلیم، وجود تحریم‌ها و استارت‌آپ‌ها نیز در طبقه عوامل مداخله‌گر در توسعه خوشه و نهایتاً حمایت دولت و نهادهای پشتیبان، هماهنگ‌سازی کسب و کارها، آموزش نیروی کار و ارائه اثربخش خدمات نیز در طبقه راهبردهای مؤثر بر توسعه خوشه‌ها قرار گرفته‌اند. اما مؤلفه‌های جدیدی که در این پژوهش کشف شده‌اند و در مطالعات گذشته به آنها اشاره‌ای نشده‌اند، شامل ارتباط عمودی بین کسب و کارها، وضعیت رونق اقتصادی منطقه، تغییرات اقلیم، وجود تحریم‌ها، استارت‌آپ‌ها، هماهنگ‌سازی کسب و کارها می‌باشند که علاوه بر سایر عواملی که در ادبیات نیز نام برده شده است، در این پژوهش به‌منظور توسعه خوشه فراوری محصولات باغی مورد تأکید قرار گرفته‌اند. نتایج اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه خوشه نشان داد که عامل اعتماد با میانگین وزنی ۰/۴۷۳ در رتبه اول و تمرکز جغرافیایی کسب و کارها با میانگین وزنی

۰/۲۴۸ در رتبه دوم طبقه شرایط مؤثر بر توسعه خوشه‌ها قرار گرفته‌اند. مهم‌ترین زمینه‌های مؤثر بر توسعه خوشه‌ها، دسترسی به نیروی انسانی و افراد کارآفرین می‌باشد که بتوانند منجر به ایجاد کسب و کارهای جدید و ایجاد اشتغال در منطقه شوند. در این راستا، عامل توسعه خوشه نیز به‌عنوان شخص بیرونی مهم‌ترین عامل مداخله‌گر شناخته شده است که در صورت انتخاب صحیح وی، می‌توان حمایت‌های دولت و نهادهای پشتیبان که مهم‌ترین عامل راهبردهای توسعه خوشه‌ها می‌باشد را برای خوشه جلب و جذب کند. در نهایت، با توجه به گزاره‌ها و نتایج تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود.

- با توجه به این‌که مهم‌ترین شرط ایجاد خوشه فراوری محصولات باغی، وجود اعتماد بین کسب و کارها است؛ بنابراین، به‌منظور توسعه خوشه‌های کسب و کار فراوری محصولات باغی باید اعتماد بین کسب و کارها را مورد توجه قرار داد. با تمرکز بر انجام کارهای گروهی و آموزش‌های لازم، اعتماد بین کسب و کارها را بالا برد و فعالیت‌های جمعی و گروهی را بین کسب و کارها رواج داد و با شبکه‌سازی در میان واحدهای کسب و کار، منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد این کسب و کارها شد.

- با توجه به این‌که دسترسی به نیروی انسانی و افراد کارآفرین، به‌عنوان زمینه‌های مورد نیاز برای توسعه خوشه‌های کسب و کار است؛ با آموزش به افراد در زمینه فراوری محصولات باغی و شبکه‌سازی می‌توان دانش نیروی انسانی منطقه را بالا برد و از افراد کارآفرین، به‌منظور تخصصی کردن فعالیت‌ها و اشتغال‌زایی در این زمینه بهره برد.

- با توجه به اینکه عامل توسعه خوشه به‌عنوان عامل مداخله‌گر، نقش مهمی در جلب و جذب حمایت‌های دولتی و ایجاد اعتماد و همکاری بین کسب و کارها دارد؛ پیشنهاد می‌شود که در انتخاب عامل توسعه خوشه محصولات روستایی به‌طور عام و فراوری محصولات باغی به‌طور خاص توجه شود که برای انتخاب وی عواملی مانند: قدرت شبکه‌سازی، افزایش اعتمادآفرینی در میان روستاییان، توانایی ارتباطی، نگاه سیستمی و کل‌نگر، تدوین چشم‌انداز مشترک و مشارکتی برنامه‌ها، بومی بودن و متخصص در حوزه توسعه روستایی و کشاورزی را مدنظر قرار داد.

خوشه‌های محصولات کشاورزی و باغی در روستاها گام بردارند و همانند سایر محصولات صنعتی از این کسب و کارها حمایت کنند.

سپاسگزاری:

محققین پژوهش از شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمانشاه که حمایت مالی از این پژوهش داشتند، تشکر و قدردانی دارند.

- با توجه به تأکید برنامه‌های مختلف توسعه‌ای در ایران، به خوشه‌ای کردن کسب و کارهای روستایی و با توجه به نتایج به‌دست آمده که حمایت دولت و نهادهای پشتیبان را به‌عنوان استراتژی مؤثر بر توسعه خوشه فراوری محصولات باغی می‌داند، پیشنهاد می‌شود که دولت، نهادهای پشتیبان و سازمان‌های مربوطه و کارگزار، با جدیت بیشتر در مورد شناسایی و توسعه

REFERENCES

1. Abiola, B. (2006). *Knowledge, Technology and Growth: The Case Study of Wine Cluster in South Africa*. WBI Africa Cluster Case Study. World Bank Institute, World Bank, Washington, D.C.
2. Aghassi Zadeh, F. Dashti, S. & Etemadzadeh, A.H. (2006). *Conceptual and Content Model of the Five-Year Plan of the Islamic Republic of Iran with an emphasis on the themes of the agricultural sector (1989-2009)*. Publication of the Economics Program, No. 300, 15-21. (In Farsi).
3. Ahmadi, K., Gholizadeh, H., Ebadzadeh, H., Hatami, F., Hosseinpour, R., Abdysah, H., Rezaie, M.M., & Fazli Estabar, M. (2016). *Agricultural statistics (garden products)*. Ministry of Agriculture jehad, Deputy Director of Planning and Economic, ICT Center, Volume 3: Horticultural Products, pp. 1-239. (In Farsi).
4. Banoie, A.A. & Visie, E. (2013). Investigating the Position of Agricultural Industries in the Economy of Kermanshah Province Using the Output Data Approach, *Journal of Agricultural Economics and Development*. No. 85, pp. 1-36. (In Farsi).
5. Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*. Fifth Edition, Routledge Falmer Publication.
6. Danaei Fard. H. (2005). Theorizing using the inductive approach: the conceptualization strategy of fundamental theory. *Journal of Two-monthly scientific Shahed University*, 12, (11), 57-71. (In Farsi).
7. Gagne, M, Townsend, S, Bourgeois, I, Ehart, R. (2010). Technology cluster evaluation and growth factors: literature review, *Research Evaluation*, 19(2), 82-90.
8. Geldes, C, Felzensztein Ch, Turkina, E, & Durand, A. (2015). How does proximity affect interfere marketing cooperation? A study of an agribusiness cluster, *Journal of Business Research*. 68 (2015), 263-272.
9. Haj Bagheri Adib, M. Parvizi, S. and Salsali, M. (2010). *Qualitative Research Methods, Medical Science Publishing Center (Bashari)*, Second Edition. (In Farsi).
10. Heidari, H., Papzan, A., & Darban Astana, A. (1397). Analysis status of agricultural business clusters and their development in Iran, *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 5(2), 125-140.
11. Hoffmann, V., Lopes, G., & Medeiros, J. (2014), "Knowledge transfer among the small businesses of a Brazilian cluster", *Journal of Business Research*, 67(5), 856-864.
12. Izadi, J. & Mosleh Shirazi, A.N. (2012). The study of the economic effects of the development of industrial clusters (Case study of Golab and Poultry & Herbs in Fars), *Second National Conference on Economic Development Strategies with Focus on Regional Planning, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Sanandaj*, 9, and 10 June, 2012, pp. 1-7. (In Farsi).
13. Jin, X., Weber, K., & Bauer, T. (2012). "Impact of clusters on exhibition destination attractiveness: Evidence from Mainland China", *Tourism Management*, 33, 1429-1439.
14. Karimi Goghari, H., Rzaei Moghadam, K. & Rezaei, A. (2018). Social Network Analysis of a New Approach in System the Agricultural Extension and Education Pluralist: Case Study in Kerman Province, *Journal of Iranian Agricultural Economics and development Research*, 2- 49(2), 329-311. (In Farsi).
15. Karimi Goghari, H., Rzaei Moghadam, K. & Rezaei, A. (2018). Social Network Analysis of a New Approach in System the Agricultural Extension and Education Pluralist: Case Study in Kerman Province, *Journal of Iranian Agricultural Economics and development Research*, 2- 49(2), 329-311. (In Farsi).
16. Kord, B. & Khashi, E. (2014). Identification and Prioritization of the Industrial Clustering Factors Using the Network Analysis Process (Case Study: Saravan Date Industrial Cluster), *Entrepreneurship Development*, 7(2), 247-265. (In Farsi).
17. Koupahi, M. & Constantine Astaneh, A. (2002). Measuring and Analyzing the Efficiency of Rural Small Industries (Case Study: Khorasan Province), *Journal of Iranian Agricultural Science*, 33(4), 661-669. (In Farsi).
18. Lai, Y., Hsu, M., Lin, F., Chen, Y., & Lin, Y. (2014). The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance. *Journal of Business Research*, 67(5), 734-739.

19. Malekhosseini, A. Hamzaei, M.R. Heidari, H. & Binaiean, A. (2016). Qualitative Assessment of the Status of Social Capital by Using Basic Theory (Case Study: Ab Baryk Village, Sonqhor and Koliaei County), *Social Capital Management*, 3(2), 209-231. (In Farsi).
20. Mansoori, E. & Aziz Mohammadloo, H. (2009). *Cluster Development Projects (Programs and Achievements)*, Publisher: Public Relations and International Organization of Small Industries and Industrial Towns of Iran, pp. 1-133. (In Farsi).
21. Masoomzadeh, S.M. & Torabzadeh, A. (2004). Industrial Production Ranking, *Quarterly Journal of Business Research*, 30, 67-81. (In Farsi).
22. Molashahi, Gh. Zarifian, Sh. & Sarani, V.A. (2015). Factors Affecting the Success of Small and Medium business Crops and Gardens in Zabol, *Journal of Iranian Agricultural Economics and development Research*, 2- 46(4), 748-739. (In Farsi).
23. Moradi, Kh., Agahi, H., Zarafshani, K. & Popzan, A. (2015). Qualitative Analysis of Processing Challenges for the Conversion industrial of Varieties Fruits in Kermanshah Province (Application of NVivo Software). *Journal of Rural Research*, 6(3), 483-514. (In Farsi).
24. Morosini, P. (2004), Industrial Clusters, Knowledge Integration and Performance. *World Development*, 32(2), 305-326.
25. Motielangroudi, S.H. & Najafikani, A.A. (2011). *Development and Industrialization of the Village (Theories, Methods and Strategies for Industrial Development)*, First Edition, Tehran University. (In Farsi).
26. Musso, F & Francioni, B. (2015). Agri-Food Clusters, Wine Tourism and Foreign Markets. *The Role of Local Networks for SME's Internationalization*, 22nd International Economic Conference – IECS 2015 “Economic Prospects in the Context of Growing Global and Regional Interdependencies”, *Procedia Economics and Finance*, 27 (2015), 334 – 343.
27. Nogales, E.G. (2010). Agro based clusters in developing countries: staying competitive in globalised economy *Agricultural management, marketing and finance*, occasional. P. 25, FAO, Rome 2010.
28. Parausic, V., Cvijanovic, J. & Mihailovic, B. (2013). Market analysis of clusters in Serbian agribusiness, *Economics of Agriculture*, (60)4, 713-728.
29. Pop Zan, A. & Deangizan, S. (2008). Greenhouse Cooperative Cluster: A New Approach in line Employment of graduates of agricultural colleges, *First National Conference on Cooperatives and Agriculture, Tehran University*. (In Farsi).
30. Radfer, R. (2013). *Basic concepts related to agricultural clusters (cluster FAQs)*, Ministry of Agriculture, Planning Research Institute, Agricultural Economics and Rural Development. PP. 1-15. (In Farsi).
31. Ravanestan, K. (2012). Management Challenges for the Business Clusters Development, *National Conference on Entrepreneurship and Knowledge-Based Business Management, Babolsar*, pp. 1-19. (In Farsi).
32. Riahi, A. (2013). Ranking of Critical Success Factors in the Development of Industrial Clusters in Iran, *Management Quarterly*, Tue, Dec. 31, pp. 91-102. (In Farsi).
33. Roy, D. & Thorat, A. (2008). Success in High-Value Horticultural Export Markets for Small Farmers: The Case of Mahagrapes in India. *World Development*, 36(10), 1874-1890.
34. Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York, Ny: Mc Graw-Hill.
35. Safari, A., Mokhtarian, M., & Rezayi Dolatabadi, H. (2015). Effect of industrial cluster structure on entrepreneurship in cluster businesses (Case study: Industrial cluster of precious metals and precious stones in Isfahan), *Entrepreneurship Development*, 8(4), 649-668. (In Farsi).
36. Sajasi Gheidari, H. Sadeghloo, T and Palouj, M. (2013). Prioritizing Sustainable Livelihoods Development Strategies Using Swat-Topsis-Fuzzy Combined Model: A Case Study of Khodabandeh County, *Journal of Village and Development*, 16(2), 85-110. (In Farsi).
37. Shakoori. A. (2011). *Agricultural Development Policy in Iran*, Sahand Publication, Fourth Edition. (In Farsi).
38. Sharifzadegan, M.H. & Noraei, H. (2015). Characteristics of industrial clusters and its effects on regional development, *Journal of Science Nesha*, 5(2), 48-53. (In Farsi).
39. Sharma, S & Anupam, P. (2014). Agro-based cluster: A Tool for competitiveness of Indian agriculture in the ERA of globalization, *Global Journal of Finance and Management*, 6(8), 713-718.
40. Straus, A., & Corbin, J. (1998). *Basic of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory. 2nd ED*. Sage Publications, Thousand Oaks, California.
41. Zohourian, M. & Rahimnia, F. (2015). Presentation of Sustainable Development Pattern of Business Cluster in Iran, *Development of Entrepreneurship*, 8(1), 59-41. (In Farsi).