

جستاری در خوشه‌های کسب و کار

تحلیلی کاربردی برای شناسایی و اولویت‌بندی

سیدمسعود خطیبی
محمد دهقان‌بنادکی



برگزیده جوان‌ترین ناشر سال ۱۳۹۰

سرشناسه : عظیمی، سیدمسعود، ۱۳۴۶ -
 عنوان و نام پدیدآور : جستاری در خوشه‌های کسب‌وکار (تحلیلی کاربردی برای شناسایی و
 اولویت‌بندی) // سیدمسعود عظیمی، محمد دهقان بنادکی.
 مشخصات نشر : یزد: انتشارات سیدعلی‌زاده، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۲۱۴ ص: مصور، جدول، نمودار.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۱۰-۳۳-۹
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا
 موضوع : شبکه‌های کسب‌وکار -- ایران -- نمونه‌پژوهی
 موضوع : Business networks -- Iran -- Case studies
 موضوع : شبکه‌های کسب‌وکار
 موضوع : Business networks
 موضوع : کسب‌وکار خرد -- ایران -- نمونه‌پژوهی
 موضوع : Small business -- Iran -- Case studies
 موضوع : کسب‌وکار خرد -- ایران -- یزد
 موضوع : Small business -- Iran -- Yzd
 موضوع : خوشه‌های کسب‌وکار
 موضوع : Business clusters
 موضوع : کسب‌وکارها، متوسط و متوسط
 موضوع : Small and medium enterprise
 شناسه افزوده : دهقان بنادکی، محمد، ۱۳۶۱ -
 رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۷ ۲۶۳ HD۶۹
 رده‌بندی دیویی : ۱۷۷/۶۹۰۹۵۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۵۵۸۷۷۹

جستاری در خوشه‌های کسب‌وکار

(تحلیلی کاربردی برای شناسایی و اولویت‌بندی)

سیدمسعود عظیمی - محمد دهقان بنادکی

صفحه‌آرا: سیده مینو میروکیلی

ویرایش: مؤسسه شهرزاد پردیس کویر (فاطمه محسن‌زاده)

طراح جلد: امین ابراهیمی

ناشر: انتشارات سیدعلی‌زاده

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه - قطع وزیری

نوبت چاپ: نخست - دی‌ماه ۱۳۹۷

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۸۱۰-۳۳-۹

قیمت: ۳۰۰۰ تومان

نشانی انتشارات: یزد، خیابان فرّخی، پاساژ ۱۱۰، انتشارات سیدعلی‌زاده

همراه: ۰۹۱۹۴۳۹۹۰۲۰ | تلفن: ۰۳۵ - ۳۶۲۲۰۹۰۸

تمامی حقوق مادی، معنوی و حق چاپ اثر متعلق به پدیدآورندگان است.

فهرست مطالب

- ۱-۱- الگوهای توسعه‌ی صنعتی ۲۵
- ۱-۲- تعاریف بنگاه‌های کوچک و متوسط ۲۹
- ۱-۳- اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط ۳۱

- ۲-۱- الگوی توسعه‌ی خوشه‌ای ۳۷
- ۲-۲- پیشینه، تعاریف و مفاهیم مرتبط با خوشه‌ها ۳۸
- ۲-۲-۱- پیشینه‌ی خوشه‌ها ۳۸
- ۲-۲-۲- تعاریف و مفاهیم ارائه شده درباره‌ی خوشه‌ها ۴۲
- ۲-۳- اهمیت توسعه‌ی خوشه‌های کسب و کار ۴۹
- ۲-۴- جایگاه خوشه‌ها در توسعه‌ی صنعتی و منطقه‌ای ۵۳
- ۲-۵- اشکال مختلف همکاری و رقابت ۵۶
- ۲-۶- انواع و گونه‌شناسی خوشه‌ها ۶۱
- ۲-۶-۱- انواع خوشه‌ها از منظر علمی و سنتی ۶۱
- ۲-۶-۲- انواع خوشه‌ها از منظر روابط میان شرکت‌ها ۶۴

- ۶۴-۲-۱- انباشتگی های اقتصادی.....
- ۶۵-۲-۲- مدل مارشالی.....
- ۶۸-۲-۳- مدل های مبتنی بر عوامل خوشه.....
- ۶۸-۲-۳-۱- مدل الماس.....
- ۷۰-۲-۳-۲- مدل مارپیچ سه گانه.....
- ۷۱-۲-۳-۳- مدل عملکرد طرح خوشه.....
- ۷۳-۲-۴-۱- مدل عوامل خوشه.....
- ۷۵-۲-۵-۲- مدل قیف عوامل خوشه.....
- ۷۵-۲-۷- چرخه های مر خوشه ها.....
- ۷۸-۲-۸- مزایای خوشه ها در کشور.....
- ۸۱-۲-۹- مراحل توسعه خوشه.....
- ۸۱-۲-۹-۱- خوشه های اولیه یا نوپا.....
- ۸۱-۲-۹-۲- خوشه های یکپارچه و برقرار.....
- ۸۲-۲-۹-۳- خوشه های بالغ.....
- ۸۵-۲-۱۰- تاریخچه خوشه های کسب و کار در کشور.....

- ۹۱-۳-۱- مدل ها و روش های شناسایی خوشه.....
- ۹۸-۳-۲- نقاط قوت و ضعف روش های موجود شناسایی خوشه.....
- ۱۰۲-۳-۳- شاخص های شناسایی و اولویت بندی خوشه ها.....
- ۱۰۴-۳-۱- عوامل زیست محیطی.....
- ۱۰۴-۳-۲- عوامل زیربنایی.....

- ۳-۳-۳- مؤسسات مالی ۱۰۴
- ۳-۳-۴- توان سرمایه گذاری ۱۰۴
- ۳-۳-۵- پیشینه و شهرت ۱۰۵
- ۳-۳-۶- زیرساخت های نهادی ۱۰۵
- ۳-۳-۷- توان توسعه ی کیفی ۱۰۵
- ۳-۳-۸- توان اشتغال زایی و کار آفرینی ۱۰۵
- ۳-۳-۹- عوامل پیش ران ۱۰۶
- ۳-۳-۱۰- فناوری و نوآوری ۱۰۶
- ۳-۳-۱۱- شاخص و مگنی ۱۰۶
- ۳-۳-۱۲- قابلیت و درایت ۱۰۶
- ۳-۳-۱۳- پتانسیل توسعه ی بازار ۱۰۶
- ۳-۳-۱۴- عواملی ارتباطی ۱۰۷
- ۳-۳-۱۵- فرهنگی و سرمایه ی اجتماعی ۱۰۷
- ۳-۳-۱۶- حاکمیتی و سیاست گذاری ۱۰۷
- ۳-۳-۱۷- موقعیت جغرافیایی ۱۰۷

- ۴-۱- شناسایی خوشه های کسب و کار استان یزد ۱۱۱
- ۴-۱-۱- گام اول: شناسایی کسب و کارها ۱۱۱
- ۴-۱-۱-۱- وضعیت کسب و کارهای فعال استان یزد در بخش صنعت ۱۱۱
- ۴-۱-۱-۲- وضعیت کسب و کارهای فعال استان در بخش معدن ۱۱۲
- ۴-۱-۱-۳- وضعیت کسب و کارهای فعال استان در بخش خدمات ۱۱۳

- ۴-۱-۲- گام دوم: شناسایی کسب و کارهای دارای پتانسیل توسعه‌ی خوشه ۱۱۴
- ۴-۱-۲-۱- محاسبه‌ی نسبت تمرکز (LQ) برای گرایش‌های مختلف کسب و کار استان یزد ۱۱۴
- ۴-۱-۲-۲- تحلیل ضرایب تمرکز مکانی ۱۲۰
- ۴-۱-۲-۳- تحلیل اسناد بالادستی ۱۲۱
- ۴-۱-۲-۴- بررسی مزیت‌های ویژه‌ی استان یزد ۱۲۳
- ۴-۱-۲-۵- تحلیل اطلاعات حاصل از مصاحبه با خبرگان ۱۲۶
- ۴-۱-۲-۶- منابع ریشه‌های وجود مزیت برای گرایش‌های دارای مزیت ۱۳۰
- ۴-۱-۳- اولویت‌بندی عوامل موثر در شناسایی خوشه‌ها ۱۳۵
- ۴-۱-۴- گام چهارم: ارزیابی مدل مفهومی ۱۴۰
- ۴-۱-۴-۱- طراحی نمودار مدل علی (تأثیر و تأثرات) ۱۴۴
- ۴-۱-۵- گام پنجم: آزمون مدل مفهومی با استفاده از تکنیک PLS ۱۴۶
- ۴-۱-۵-۱- پرازش مدل ۱۴۷
- ۴-۱-۵-۲- آزمون روابط موجود در مدل ۱۴۸
- ۴-۱-۵-۳- مدل مفهومی نهایی ۱۵۱
- ۴-۱-۶- گام ششم: محاسبه‌ی اوزان هر عامل از طریق تکنیک شاخص ۱۵۵
- ۴-۱-۷- گام هفتم: اولویت‌بندی خوشه با تکنیک تاکسونومی ۱۵۷
- ۴-۱-۷-۱- مراحل انجام تاکسونومی عددی ۱۵۷
- ۴-۱-۷-۲- ماتریس اطلاعات اولیه تاکسونومی برای خوشه‌های استان یزد ۱۶۱
- ۴-۲- جمع‌بندی ۱۶۲

فهرست جدول ها

- جدول ۱-۱. تعریف و معیار طبقه‌بندی صنایع کوچک و متوسط در کشورهای مختلف ۳۰
- جدول ۱-۲. نظریات مرتبط با مبحث خوشه‌ها ۴۳
- جدول ۲-۲. انواع همکاری و ارتباط خوشه‌ها با یکدیگر ۶۰
- جدول ۳-۲. خصوصیات خوشه‌های سنتی و مبتنی بر علم ۶۱
- جدول ۴-۲. ابعاد خوشه‌ها ۶۳
- جدول ۱-۳. تحقیقات پیشین در روش‌شناسی شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌ها ۹۷
- جدول ۲-۳. مقایسه‌ی روش‌های شناسایی خوشه‌ها ۱۰۱
- جدول ۳-۳. خلاصه‌ای از عوامل و شاخص‌های شناسایی خوشه به تفکیک منبع ۱۰۳
- جدول ۱-۴. ترکیب پروانه‌های بهره‌برداری استان در گرایش‌های مختلف صنعتی ۱۱۲
- جدول ۲-۴. محصولات دارای پروانه‌ی بهره‌برداری در استان یزد بر اساس کدهای ISIC چهار رقمی ۱۱۲
- جدول ۳-۴. وضعیت مقایسه‌ای معادن در حال بهره‌برداری کشور و استان یزد در سال‌های ۱۳۹۱ش و ۱۳۹۲ش ۱۱۳
- جدول ۴-۴. نسبت تمرکز براساس ارزش افزوده ۱۱۵
- جدول ۵-۴. وضعیت مزیت رقابتی استان براساس ارزش افزوده در فعالیت‌های مختلف برای سال‌های ۱۳۸۶ش و ۱۳۸۹ش ۱۱۷
- جدول ۶-۴. سهم مکانی صنایع استان یزد در ۱۳۹۳ش، براساس داده‌های سازمان صنعت، معدن و تجارت ۱۲۰

جدول ۷-۴. بخش‌های دارای مزیت رقابتی در استان یزد براساس شاخص‌های ارزش افزوده، جدول	
۸-۴. صنایع دارای مزیت رقابتی در شاخص تعداد.....	۱۲۱
جدول ۹-۴. کسب‌وکارهای نهایی دارای مزیت برای توسعه‌ی خوشه‌ای.....	۱۲۹
جدول ۱۰-۴. میانگین هندسی فازی پرسش‌نامه‌ی ماتریس مقایسات زوجی، عوامل شناسایی و	
اولویت‌بندی.....	۱۳۸
جدول ۱۱-۴. نتایج نرم‌افزار GAMS.....	۱۳۹
جدول ۱۲-۴. ده‌عامل دارای اولویت در شناسایی کسب‌وکارهای دارای پتانسیل توسعه‌ی	
خوشه.....	۱۳۹
جدول ۱۲-۴. تخصیص اصطلاحات زبانی و اعداد خاکستری در جمع‌آوری داده.....	۱۴۰
جدول ۱۴-۴. ماتریس زوجی، تائیه‌ی ارتباط ده‌عامل.....	۱۴۱
جدول ۱۵-۴. ماتریس زوجی، میزان جابجایی مستقیم (N).....	۱۴۲
جدول ۱۶-۴. ماتریس ارتباط کل با ده‌عامل قطعی (T).....	۱۴۲
جدول ۱۷-۴. درجه‌ی اهمیت و میزان تأثیرگذاری تأثیرپذیری عوامل در مدل.....	۱۴۳
جدول ۱۸-۴. انتخاب سلول‌های تأثیرگذار با استفاده از مدل آستانه‌ی روابط.....	۱۴۵
جدول ۱۹-۴. ضریب تعیین گزارش‌شده برای سازه‌ی درون‌زا، مدل.....	۱۴۷
جدول ۲۰-۴. شاخص‌های برازش مدل.....	۱۴۸
جدول ۲۱-۴. نتایج نهایی آزمون روابط موجود در مدل.....	۱۵۱
جدول ۲۲-۴. ماتریس تصمیم در آنتروپی شانون.....	۱۵۶
جدول ۲۳-۴. وزن عوامل.....	۱۵۷
جدول ۲۴-۴. ماتریس اطلاعات اولیه‌ی تاکسونومی.....	۱۶۰
جدول ۲۵-۴. اولویت‌بندی خوشه‌های کسب‌وکار.....	۱۶۱
جدول ۲۶-۴. مقایسه‌ی روش‌های شناسایی خوشه‌ها.....	۱۶۷
جدول ۲۷-۴. مقایسه‌ی ویژگی روش‌های شناسایی خوشه‌ها.....	۱۶۸

فهرست شکل ها

- شکل ۱-۲. ایستگی های درونی بنگاه ها و نهادها در یک خوشه ی صنعتی ۵۱
- شکل ۲-۱. حرکت های خوشه شده و خوشه نشده در بین سیکل عمر صنعت ۵۲
- شکل ۳-۲. انواع اشتکات اقتصادی ۶۴
- شکل ۴-۲. مدل خوشه ی ماسال ۶۵
- شکل ۵-۲. مدل خوشه ی Spoke and Hub ۶۶
- شکل ۶-۲. مدل خوشه ی پلتفرم ماهواره ۶۷
- شکل ۷-۲. مدل الماس پورتر ۶۸
- شکل ۸-۲. مدل مارپیچ سه گانه ۷۰
- شکل ۹-۲. مدل عملکرد طرح خوشه (CIPM) ۷۱
- شکل ۱۰-۲. مدل عوامل خوشه ۷۳
- شکل ۱۱-۲. مدل قیف عوامل خوشه ۷۴
- شکل ۱۲-۲. چرخه ی عمر خوشه ۷۷
- شکل ۱۳-۲. مراحل توسعه خوشه ۸۳
- شکل ۱۴-۲. مراحل توسعه ی خوشه ۸۵
- شکل ۱۵-۳. مراحل شناسایی خوشه ۹۶
- شکل ۱۶-۳. عوامل مؤثر در شناسایی و اولویت بندی کسب و کارها به عنوان خوشه ۱۰۴
- شکل ۱۷-۴. چارچوب اولویت گذاری عوامل با تکنیک LFPP ۱۳۶
- شکل ۱۸-۴. عوامل مؤثر در شناسایی و اولویت بندی کسب و کارها ۱۳۷

شکل ۳-۴. مدل شناسایی عوامل مؤثر بر شناسایی خوشه‌های کسب‌وکار با رویکرد دیمتل خاکستری.....	۱۴۴
شکل ۴-۴. نمودار علت و معلولی (تأثیر و تأثرات) عوامل شناسایی خوشه‌های کسب‌وکار...۱۴۵	
شکل ۵-۴. مدل مفهومی در حالت تخمین ضرایب استاندارد.....	۱۴۶
شکل ۶-۴. مدل مفهومی در حالت معناداری ضرایب.....	۱۴۹
شکل ۷-۴. مدل مفهومی در حالت تخمین ضرایب استاندارد.....	۱۵۰
شکل ۸. مدل مفهومی در حالت تخمین ضرایب استاندارد.....	۱۵۲
شکل ۹. مدل پیشنهادی برای شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب‌وکار.....	۱۷۰

فهرست ضمیمه‌ها

ضمیمه‌ی شماره‌ی یک.....	۱۷۱
ضمیمه‌ی شماره‌ی دو.....	۱۷۵
ضمیمه‌ی شماره‌ی سه.....	۱۸۳
ضمیمه‌ی شماره‌ی چهار.....	۱۸۶
ضمیمه‌ی شماره‌ی پنج.....	۱۹۱
ضمیمه‌ی شماره‌ی شش.....	۱۹۳
ضمیمه‌ی شماره‌ی هفت.....	۱۹۷
ضمیمه‌ی شماره‌ی هشت.....	۲۰۰
منابع و مآخذ فارسی.....	۲۰۲
منابع انگلیسی.....	۲۰۶

یستفشار معاون وزیر و مدیر عامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران

نقش و جایگاه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در برنامه‌های توسعه‌ای کشورها، به دیدگاه استراتژیک سیاست‌گذاران توسعه‌ای در آن کشورها بستگی دارد. در عصر حاضر، تمرکز یک‌جانبه بر مزیت‌های نسبی هر منطقه یا کشور به‌عنوان تنها عامل رشد، بدون ایجاد مزیت‌های رقابتی توسط این کسب‌وکارها نمی‌تواند منجر به پیشرفت و موفقیت شود. چون بخش عمده‌ی بنگاه‌های اقتصادی در هر کشور وابسته در کشور ما را کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند، می‌بایست از سوی سیاست‌گذاران توسعه‌ای توجه ویژه‌ای به موضوع توانمندسازی این کسب‌وکارها با رویکرد ایجاد بریت‌های رقابتی پایدار شود. کشورهای توسعه‌یافته، سال‌هاست دریافته‌اند تدوین و پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه‌ای متناسب با ویژگی‌ها و شرایط بنگاه‌های کوچک و متوسط، از عوامل مؤثر در پیشرفت اقتصاد آنهاست. در راستای همین تفکر و اندیشه است که آنها با ساماندهی و سیاست‌گذارانی مناسب اقدام به ایجاد و توسعه‌ی تشکّل‌ها و نهادهای تخصصی، از قبیل اتحادیه‌ها، انجمن‌ها، سندیکاها و همچنین مراکز تحقیق و توسعه‌ی خاص برای صنایع و بنگاه‌های کوچک و متوسط نموده‌اند. در کنار اینها، سازمان‌های کارآمدی به‌منظور ارائه خدمات مشاوره‌ی صنعتی و مراکز ارائه‌دهنده‌ی خدمات مالی و پولی تخصصی برای SMEها با شرایط ویژه را بنا نهاده‌اند. آنها در حوزه‌ی قانون‌گذاری و یا اصلاح قوانین حمایتی نیز گام‌های مؤثری برداشته‌اند و به‌منظور تسهیل فرایندهای حمایتی و پشتیبانی از برنامه‌های ارتقای توان فنی و تکنولوژیک، توسعه‌ی

بازار، نیروی انسانی ماهر و آموزش‌دیده و موارد متعددی از این قبیل، پیشرفت‌های قابل توجهی داشته‌اند. در کشور ما نیز سعی شده است از تجربیات بین‌المللی الگوبرداری شده و با بومی‌سازی آنها در مسیر توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مورد استفاده قرار گیرد. سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران پیشگام سازمان‌ها و نهادهای توسعه‌ای در این زمینه بوده است و از اوایل دهه‌ی هشتاد در این زمینه‌ها فعالیت‌های متعددی را انجام می‌دهد. از مهم‌ترین اقدامات انجام شده توسط این سازمان، به‌کارگیری مدل‌های توسعه‌ی SME با توجه به ویژگی‌های بومی کشور از طریق تولید محتوای علمی، ارائه‌ی آموزش‌های تخصصی به کارشناسان و مدیران و ظرفیت‌سازی در ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای به‌دگرگونی مدل‌های توسعه‌ای مذکور بوده است.

یکی از رویکردهای تئوریک‌ای که قابلیت انطباق با موقعیت‌ها و ویژگی‌های خاص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را دارد و اخیراً توسط بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه مورد استفاده قرار گرفته است، به‌عنوان «توسعه‌ی خوشه‌های کسب‌وکار» است. این الگو یکی از روش‌های اثربخش و کارآمد برای بهبود و ارتقای سطح رقابت‌پذیری بنگاه‌ها به‌شمار می‌رود و نقش قابل توجهی در ساماندهی حسابداری دولت از SMEها ایفا می‌کند. الگوی توسعه‌ی خوشه‌ای اساساً الگویی با رویکرد درون‌زا و مبتنی بر اقتضائات و مزیت‌های منحصر به فرد مناطق، ناحیه‌ها و حتی کشورهای مختلف محسوب می‌شود. مهم‌ترین پیش‌فرض و اقدام اولیه برای حرکت در مسیر توسعه‌ی خوشه‌ها، شناسایی کسب‌وکارها و دارای پتانسیل توسعه به روش خوشه‌ای در منطقه (شهرستان، استان، کشور) است. نکته‌ی دیگری که در این حوزه مطرح است، محدودیت‌های مالی و انسانی فرایند توسعه‌ی خوشه است. یعنی با آنکه همه‌ی خوشه‌های شناسایی‌شده مهم هستند، امکانات محدود مالی و انسانی اجازه نمی‌دهد به‌طور هم‌زمان دست به آغاز و اجرای برنامه‌های توسعه‌ی خوشه در منطقه زد و این خوشه‌ها باید بر اساس معیارهایی اولویت‌بندی شوند که روش‌های گوناگونی برای این کار نیز وجود دارد. در این راستا کتاب تدوین شده ضمن پرداختن به مفاهیم پایه‌ای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و خوشه‌های کسب‌وکار، به‌طور تخصصی به مبحث شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌ها پرداخته است و علاوه بر تشریح روش‌های موجود علمی برای شناسایی خوشه‌های کسب‌وکار با استفاده

از بررسی و مرور متون علمی، مزیت‌ها و محدودیت‌های هر روش را مشخص و روشی جدید و کاربردی را نیز برای شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌ها با استفاده از معیارهایی جدید و متناسب با تجربه‌ی ایران در توسعه‌ی خوشه‌ها ارائه کرده است. ویژگی دیگر این کتاب، به کارگیری روش پیشنهادی توسط مؤلفان در شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب و کار در استان یزد است که به دلیل کاربردی بودن آن، قابلیت تعمیم برای مناطق دیگر را دارد.

امیدوارم مطالب مندرج در این کتاب مورد استفاده‌ی محققین و صاحب‌نظران حوزه‌ی توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک و متوسط و همچنین مدیران و کارشناسانی که در سازمان‌های دولتی توسعه‌ی کسب و کار مشغول به فعالیت هستند، قرار گیرد؛ چراکه مباحث مطرح شده، حاصل بیات و تلاش‌های دو تن از مدیران و کارشناسان سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در زمینه‌ی خوشه‌های کسب و کار است.

محسن صالحی‌نیا

• بن‌وزیر و مدیر عامل سازمان صنایع کوچک

و شهرک‌های صنعتی ایران

پیشگفتار حامی

مداخله‌ی دولت در حوزه‌ی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اگر به‌صورت منفرد و بنگاه‌بنگاه باشد، از اثرگذاری کمتری برخوردار است و هزینه‌های بیشتری را در بر خواهد داشت؛ از این‌رو اقدامات توسعه‌ای برای SMEها¹ می‌بایست با رویکرد رفع مشکلات مشترک آنها و افزایش دستاوردهای حاصل از تجارب، ظرفیت‌ها و فعالیت‌های گروهی آنها طراحی و اجرا گردند. مفهوم خوشه‌های کسب‌وکار به دلیل در نظر گرفتن اصل مجاورت جغرافیایی کسب‌وکارهای همگن و مشابه، توانسته است تا حد زیادی این دغدغه را برطرف کند و ابزار مناسبی در دست دولت‌ها و حکومت‌های منطقه‌ای و محلی برای کمک به توسعه‌ی SMEها باشد.

در سال‌های اخیر کشور ما نیز با حرکت به سمت برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های توسعه‌ی خوشه توانسته است گام‌های مؤثری برای توانمندسازی و ارتقای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بردارد؛ به‌ویژه تجربه‌ی پیاده‌سازی خوشه‌ها در استان یزد که به نسبت موفق‌تر از سایر نقاط کشور بوده و تبدیل به الگوی مناسبی برای سایر استان‌ها نیز شده است. بدیهی است اجرای موفق فرایند توسعه‌ی خوشه‌ی کسب‌وکار مستلزم شناخت دقیق از ابعاد خوشه‌ای آن کسب‌وکار است و این امر اهمیت شناسایی و اولویت‌بندی کسب‌وکارهای دارای پتانسیل توسعه را دوچندان می‌کند. این فرایند اگر به‌درستی انجام پذیرد، احتمال موفقیت برنامه‌های

توسعه‌ی خوشه در منطقه را بالا می‌برد و منجر به اثربخشی آنها در حوزه‌ی نتایج و عملکرد می‌شود.

کتاب حاضر کوششی است ناشی از یک دهه تجربه‌ی پیاده‌سازی پروژه‌های توسعه‌ی خوشه‌ای در کشور و استان یزد که سعی شده است از طریق گردآوری منابع علمی و به‌کارگیری نظرات خبرگان و کارشناسان این حوزه، موضوع شناسایی و اولویت‌بندی کسب‌وکارها برای توسعه‌ی خوشه را تشریح نماید. آقایان سیدمسعود عظیمی و محمد دهقان‌بنادکی با کوله‌باری از تجربه دانش توانسته‌اند به‌خوبی در حوزه‌ی شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب‌وکار، مطالعات قابل استفاده‌ای را با بهره‌گیری از منابع و مأخذ معتبر در سطح بین‌المللی و ایران برای علاقه‌مندان این حوزه فراهم آورند. امید است این کتاب مورد اقبال و استفاده‌ی صاحب‌نظران و متولیان امر واقع گردد.

سیدعلی اکبر کلانتر

رئیس خانه‌ی صنعت، معدن و تجارت استان یزد

خوشه‌های کسب‌وکار مفهوم نوینی در ادبیات توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط است که در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای از سوی سازمان‌های دولتی و غیردولتی متولی توسعه به آن شده است. فرایند توسعه‌ی خوشه‌های کسب‌وکار بنا بر زمینه‌ی شکل‌گیری هر خوشه می‌تواند متفاوت باشد، اما به‌طور کلی اصول و مفاهیم اولیه‌ی این مدل تقریباً یکسان است. یکی از مهم‌ترین مراحل این فرایند، شناسایی کسب‌وکارهای دارای پتانسیل توسعه‌ی خوشه است که انجام صحیح و دقیق آن سنگ‌بنای برنامه‌های توسعه‌ای در یک منطقه است. مسلماً در هر منطقه بیش از یک نوع کسب‌وکار قابلیت خشدن را دارند؛ از این‌رو به دلیل منابع محدود سازمان‌های متولی، ابواب متعددی توسعه‌ی این کسب‌وکارها می‌تواند قدم مهم بعدی باشد. هدف اصلی این کتاب تدوین مدلی است که بتواند مرحله‌ی شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب‌وکار را پوشش دهد؛ به‌گونه‌ای که نتایج حاصل از آن به تعریف پروژه‌های توسعه‌ای موفق منجر شود.

در این کتاب، سعی شده است انواع روش‌ها و مدل‌های به‌کار گرفته‌شده در شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب‌وکار مورد بررسی قرار گیرد و با جمع‌بندی مزایا و معایب هر کدام، روشی مؤثرتر و کاربردی‌تر پیشنهاد گردد. جنبه‌ی جدید این نوشتار، استخراج و ارائه‌ی شاخص‌های مؤثر در شناسایی خوشه‌های کسب‌وکار و به‌کارگیری برخی تکنیک‌های آماری در اولویت‌بندی خوشه‌ها است.

کتاب در چهار فصل تنظیم شده است. در فصل اول به معرفی و اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط و در فصل دوم به معرفی الگوی توسعه‌ی خوشه‌ای، تعاریف و مفاهیم این مدل توسعه‌ای پرداخته شده است. فصل سوم، مبحث شناسایی خوشه‌های کسب‌وکار را تشریح می‌کند و انواع مدل‌های شناسایی به همراه نقاط قوت و ضعف و همچنین عوامل تأثیرگذار در فرایند شناسایی را بیان می‌نماید. فصل چهارم بیان‌گر نمونه‌ای کاربردی از فرایند شناسایی و ارزیابی خوشه‌های کسب‌وکار با بهره‌گیری از مباحث مطرح شده در فصل قبل است که به عنوان نمونه‌ی موردی، در استان یزد انجام شده است.

در اینجا، لازم می‌نماید تا از روحانیات اساتید، دوستان و همکاریانی که ما را در تألیف، تدوین و نگارش این کتاب یاری فرمودند، قدردانی نماییم؛ از این‌رو از آقایان دکتر دره‌د، حبیب و دکتر حبیب زارع، اعضای محترم هیئت‌علمی دانشگاه یزد، آقای مهندس صالحی‌نیا، معاون محترم وزیر و مدیر عامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، آقای فرشاد مقیمی، آقای دکتر بلامناز، آقای مهندس سیدعلی اکبر کلانتر، رئیس محترم خانگی صنعت، معدن و تجارت استان یزد، دکتر علی اکبر حجت و همچنین اساتید ارجمند، آقای دکتر سعید سعیداردکانی، آقای دکتر فرامرز شاه‌محمدی و آقای دکتر اکبر شاه‌کریمی، آقای علیرضا ضیایی، آقای محمد کریمی، خانم فهیمه رضایی و نیز خانم فاطمه محسن‌زاده که زحمت ویراستاری این کتاب را بر عهده گرفتند و سایر عزیزانی که سهمی در تدوین این نوشتار داشته‌اند، تشکر می‌نماییم.

سیدمسعود عظیمی و محمد دهقان بنادکی

دی ۱۳۹۷

اغلب بنگاه‌ها و شرکت‌های خصوصی کشورهای در حال توسعه به دلیل با و تازه تأسیس بودن، در زمره‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط دست‌بند می‌شوند. این کشورها برای رسیدن به اهداف اصلی خود که توسعه‌ی صنعتی، ایجاد اشتغال برای جمعیت اکثراً جوان کشورشان است، نیازمند توسعه‌ی این صنایع کوچک و متوسط هستند. برای توسعه‌ی این کشورها، راهبردها و روش‌های گوناگونی معرفی شده‌اند که رهیافت توسعه‌ی خرد به دلیل مزیت‌ها و برتری‌هایی که در ادامه به آنها اشاره خواهیم کرد، تبدیل به ویکرد و رهیافت مسلط در این زمینه شده است.

خوشه مفهوم جدیدی نیست، اما به‌دلیل زیبای در مورد آن هم‌چنان در محافل علمی جاری است. از سویی دیگر، حوزه‌ی اجرا، بسیاری از طرح‌های توسعه‌ای در زمینه‌های گوناگون در سطوح مختلف براساس مدل توسعه‌ی خوشه‌ای به اجرا در می‌آیند. به‌طور کلی طرح‌ها، سیاست‌های ملی و منطقه‌ای که از توسعه‌ی خوشه‌ای و تخصصی‌شدن صنایع در مناطق حمایت می‌کنند، به دنبال تحقق دست‌کم یکی از سه نوع سیاست توسعه‌ای هستند. این سه نوع سیاست توسعه‌ای عبارت‌اند از: سیاست‌های توسعه‌ی منطقه‌ای، سیاست‌های توسعه‌ی علم و فناوری و سیاست‌های توسعه‌ی صنعتی و بنگاهی. هر سه نوع، سیاست‌هایی از رویکردهای بالا به پایین و تک‌بخشی به سمت رویکردهای مبتنی بر همکاری با نقش‌آفرینی بازیگران متعدد و غالباً معطوف به مناطق

مشخص متحول شده‌اند. این جهت‌گیری‌ها در نهایت به حمایت از سیاست‌گذاری برای تقویت و توسعه‌ی تخصصی‌شدن مناطق و نیز توسعه‌ی خوشه‌ای با هدف غایی بهبود وضعیت رقابت‌پذیری و افزایش قابلیت نوآوری در این مناطق منجر شده است.

در این کتاب مبانی نظری مرتبط با مبحث توسعه‌ی خوشه‌های کسب‌وکار و بنگاه‌های کوچک و متوسط، از قبیل: انواع مدل‌های خوشه و عوامل مؤثر بر آنها، مراحل توسعه‌ی خوشه‌ها، نقش خوشه‌ها در توسعه‌ی اقتصادی، مزایای خوشه‌ها، تاریخچه‌ی خوشه‌ها در ایران، پیشینه‌ی مدل‌ها و روش‌های شناسایی خوشه و نقاط ضعف و قوت هر کدام مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه نیز شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب‌وکار شناسایی و در قالب راینه مدل‌سازی، جمع‌بندی شده است. در پایان نیز با استفاده از داده‌های استان یزد و به‌کارگیری روش ارائه شده برای شناسایی و اولویت‌بندی خوشه‌های کسب وکار، به‌صورت موردی خوشه‌های کسب وکار استان یزد شناسایی و اولویت‌بندی شده‌اند.