



Second International Conference on Innovations

In

Business Administration and Economics

Tehran - Iran  
9<sup>th</sup> September 2020

دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری

در ۱۹ شهریور ۱۳۹۹

تهران

مدیریت کسب و کار و اقتصاد

www.ibaeconf.com



## کارآفرینی و خوشه‌های کسب و کار : تجارب و مفاهیم با تأکید بر کشاورزی

### چکیده‌یگاه مریدسادات ۱، سروش سنایی مقدم ۲

- ۱- استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، p\_moridsadat@sbu.ac.ir
- ۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی تهران، تهران.

### چکیده

خوشه‌های کسب و کار کشاورزی می‌توانند موتور محرکه اقتصاد ملی و منطقه‌ای باشند، همچنین توسعه بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی کشاورزی در قالب توسعه خوشه‌ای به دلیل افزایش همکاری و انجام فعالیت‌های مشارکتی دارای بازدهی بیشتری خواهد بود. از سوی دیگر کسب و کارهای کوچک و متوسط همواره به‌عنوان عاملان اصلی رشد اقتصادی کشورها شناخته شده‌اند، در واقع کسب و کارهای کوچک و متوسط از متداول‌ترین اشکال بنگاه‌های اقتصادی محسوب می‌شوند که نقش آن‌ها به‌عنوان زیربنای اقتصاد ملی در بیشتر کشورها پذیرفته شده است همچنین کسب و کارهای کوچک و متوسط با توجه به ویژگی‌های منحصر به فردشان از جمله ساختار غیررسمی و ویژگی انعطاف‌پذیری در جذب و استفاده از فن‌آوری‌های پیش‌رفته می‌توانند سریع‌تر از سایر شرکت‌ها و محصولات جدید و متناسب با شرایط رقابتی و محلی، منطقه‌ای و جهانی را ارائه دهند و از این طریق باعث سودآوری، رشد اقتصادی و کاهش بیکاری در کشورها شوند. به عبارتی، می‌توان بیان داشت که کسب و کارهای کوچک و متوسط جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد ملی کشورها داشته و تا حد زیادی به افزایش درآمد ملی و ایجاد اشتغال در کشورها توسعه یافته و در حال توسعه کمک می‌کند. با توجه به این مهم پژوهش حاضر ابتدا به بررسی ادبیات نظری خوشه، خوشه‌های کسب و کار، خوشه‌های کسب و کار کوچک و متوسط، خوشه‌های کسب و کار کوچک و متوسط کشاورزی و همچنین کارآفرینی و خوشه‌های کسب و کار کشاورزی پرداخته و با مبنا قرار دادن مشخصات چهارگانه خوشه یعنی: تمرکز جغرافیایی، تمرکز بخش، روابط همکاری، چالش‌ها و فرصت‌های مشترک کسب و کارهای کشاورزی به شناسایی و تحلیل خوشه کسب و کار کشاورزی پرداخته است.

کلید واژگان: کارآفرینی، خوشه کسب و کار، کشاورزی



## مقدمه

بخش کشاورزی یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشور بشمار می‌رود که شامل درصد چشمگیری از تولید ناخالص داخلی است. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، بخش کشاورزی به‌عنوان یک بخش بالنده موجب رشد تعالی سایر بخش‌ها و به حرکت درآمدن کل اقتصاد شده است (احمد پور داریانی و همکاران، ۱۳۹۰، عبدالمهدی و همکاران، ۱۳۹۷:۷۸). امروز کشاورزی نه تنها تأمین‌کننده نیازهای معیشتی مردم، بلکه زمینه‌ای مناسب برای تأمین و تولید کالاهای صادراتی به‌منظور تأمین ارز و سامان‌دهی امور اقتصادی است و به‌عنوان بخش تجاری در اقتصاد جهانی، چه برای کشورهای کم‌درآمد و چه برای کشورهای پردرآمد، عمل می‌کند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲). ایجاد خوشه‌های کسب‌وکار از متداول‌ترین اشکال بنگاه‌های اقتصادی محسوب می‌شوند که نقش آن‌ها به‌عنوان زیربنای اقتصادی ملی در بیشتر کشورها پذیرفته شده است (Hallback and agabrieisson, 2013:54). و تا حد زیادی به افزایش درآمد ملی و ایجاد اشتغال در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه کمک می‌کند (Skibinski and Sipa, 2015:97, Christina et al, 2014:32). همچنین، ایجاد خوشه‌های کسب‌وکار در مناطق روستایی، پتانسیلی برای کمک به تنوع‌بخشی درآمد و میزان تولیدات کشاورزی روستاییان است و فرصت‌های مناسبی را نیز برای کاهش ریسک معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می‌کند (Lee, 2006:156). از آنجایی که منبع اصلی درآمد مردم و امرارمعاش اکثریت مردم روستایی از فعالیت‌های کشاورزی است، دست آورده‌ای مهمی را در راستای کاهش فقر و تحقق سایر اهداف توسعه در پی خواهد داشت. توسعه کسب‌وکار در بخش کشاورزی نیازمند کارآفرینی در این بخش است و در واقع توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینی در بخش کشاورزی یک راهبرد توسعه‌ای در بخش کشاورزی بشمار می‌رود (خوشنودی فر و همکاران، ۱۳۸۹). خوشه‌های کسب‌وکار کشاورزی می‌توانند موتور محرکه اقتصاد ملی و منطقه‌ای باشند (حکمت و همکاران، ۱۳۹۶:۲). همچنین توسعه بنگاه‌ها و واحدهای تولید کشاورزی در قالب توسعه خوشه‌ای به دلیل افزایش همکاری و انجام فعالیت‌های مشارکتی دارای بازدهی بیشتری خواهد بود (حداد پور، ۱۳۹۱، حکمت و همکاران، ۱۳۹۶:۲).

کارآفرینی منبعی برای تسری رشد و کسب‌وکار و موفقیت آن محسوب می‌شوند (ایمانی، ۱۳۸۹). یکی از مؤلفه‌های توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی و کارآفرینی، سرمایه‌گذاری و گردش اعتبارات است (هوشمند و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، از موضوع محوری در پژوهش‌های کارآفرینی، فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان جهت ایجاد کسب‌کارهای جدید است (Gustafsson, 2006) که نبین آن بر مبنای پیش‌فرض‌های بخش عمده‌ای الگوهای موجود تصمیم‌گیری، ممکن نیست (Schade, 2010) از سوی فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان در هر جامعه‌ای، متأثر از زمینه و محیط کسب‌وکار آن جامعه است (North, 1990). رشد اقتصادی شرط لازم برای دستیابی به کیفیت بهتر زندگی بوده و کارآفرینی راهکاری به‌منظور دستیابی به توسعه اقتصادی، به‌ویژه در کشورهای جهان سوم می‌باشد (Murdock, 2012) منافع اقتصادی ایجادشده توسط کارآفرینان شامل طیفی از نوآوری (Asc and Audretsch, 1988) تا اشتغال‌زایی (Parker, 2005) و بهره‌وری (Van praag and Versloot, 2007) تا تسهیل انتقال فن‌آوری و سرریز شدن دانش از تحقیقات تا صنعت است (Grimaldi et al, 2011). برخی از مهم‌ترین سیاست‌های دولت برای توسعه کارآفرینی عبارت‌اند از: بهبود عوامل قانونی مانند استخدام، مالیات‌ها، آموزش، دسترسی به فناوری، رسمی‌سازی، بخش غیررسمی اقتصاد (Soriano and Martin, 2012) باین‌حال سیاست‌های کارآفرینی در مراحل اولیه تکامل خود قرار دارد (Stenhilm et al, 2013).



در کشور ما نیز، دولت در سال‌های اخیر به خوشه‌های کسب و کار توجه ویژه‌ای کرده است. از نظر قانونی، در ماده ۳۹ قانون برنامه چهارم توسعه و همچنین در مواد ۸۰، ۱۰۴، ۱۵۰ و ۱۹۴ قانون برنامه پنجم به موضوع توسعه خوشه‌های کسب و کار تأکید شده است (ظهوریان و رحیم‌نیا، ۱۳۹۴:۴۲).

با توجه به این مهم هدف پژوهش حاضر ابتدا به بررسی ادبیات نظری خوشه، خوشه‌های کسب و کار، خوشه‌های کسب و کار کوچک و متوسط، خوشه‌های کسب و کار کوچک و متوسط کشاورزی و همچنین کارآفرینی و خوشه‌های کسب و کار کشاورزی پرداخته و با مبنا قرار دادن مشخصات چهارگانه خوشه یعنی: تمرکز جغرافیایی، تمرکز بخش، روابط همکاری، چالش‌ها و فرصت‌های مشترک کسب و کارهای کشاورزی به شناسایی و تحلیل خوشه کسب و کار کشاورزی پرداخته است.

### تعریف خوشه، و عامل مؤثر بر ایجاد خوشه

در خصوص خوشه‌ها تعاریف متعددی ارائه شده است که هر یک از این تعاریف به برخی از ویژگی‌های آن اشاره دارد: نکته‌ی حائز اهمیت آن این است که کمتر تعریفی را می‌توان یافت که از جامعیت لازم برخوردار باشد. لذا در ذیل به برخی از آن‌ها اشاره شده و سپس ویژگی‌های مشترک این تعاریف بیان خواهد شد.

برای اولین بار مایکل پورتر (۱۹۹۰) در کتابی به‌عنوان "مزیت نسبی ملل" نظریه خوشه را مطرح کرد. او خوشه را قسمتی از اقتصاد می‌داند که تمرکز آن بر روی شرکت‌هایی است که در یک صنعت خاص فعالیت دارند (Porter, 2000). تمرکز بخش جغرافیایی بنگاه‌های کسب و کار را خوشه گویند. چنین تمرکزی باعث برخورداری از صرفه جوی‌های بیرونی می‌گردد. و همچنین وجود خوشه همچنین باعث جذب کارگذاران بازارهای دوردست شده و به ظهور خدمات تخصصی در زمینه مای فنی، مالی، و مدیریتی کمک می‌کند (راونستان، ۱۳۹۱).

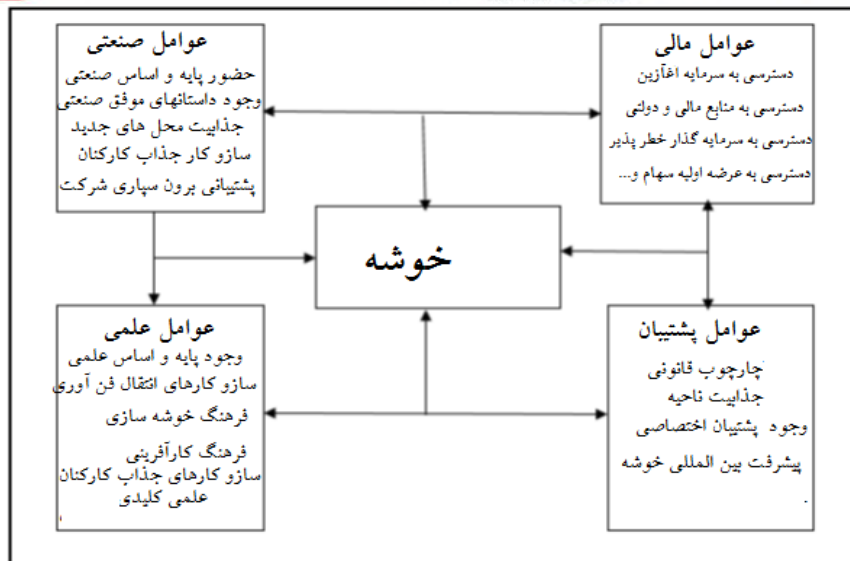
تنوع تعاریف‌های ارائه شده برای واژه خوشه، نشان‌دهنده گستره وسیع افرادی است که از این مفهوم استفاده کرده‌اند (Ingstrup, Freytag and Damgaard, 2009) رد من خوشه را این‌گونه تعریف می‌کند: یک خوشه عبارت است از تمرکز جغرافیایی زنجیره تولید برای یک محصول یا گستره‌ای محصولات مشابه و همچنین نهادی‌های مرتبط (نظیر آموزش، زیرساخت و برنامه‌ریزی پژوهشی) که بر رقابت‌پذیری این اجتماعات تأثیر می‌گذارند (Redman, 1994) چپارونی و چپه زا، ابعاد کلیدی مورد استفاده برای تعریف خوشه را بدین شرح بیان می‌کنند: ۱- خوشه سازی جغرافیایی یا مکانی فعالیت‌های اقتصادی؛ ۲- ارتباطات افقی و عمودی بین بخش‌های صنعت؛ ۳- استفاده از فن‌آوری مشترک، ۴- کیفیت شبکه بنگاه یا همکاری بنگاه؛ و ۵- حضور یک بازیگر مرکزی (یک بنگاه بزرگ، مرکز پژوهشی و...) (Chiaroni and chiesa, 2006:98). به اعتقاد چپارونی و چپه زا، ویژگی کلیدی که در خوشه‌ها نقش مهمی ایفا می‌کنند عبارت‌اند از: ۱- ارتباطات ورودی- خروجی رسمی، ۲- ارتباط خریدار- و فروشنده؛ ۳- تمرکز جغرافیایی بنگاه‌ها و ۴- زیرساخت تخصصی مشترک. همچنین عوامل توانمندسازی و پشتیبان کلیدی در شکل‌گیری خوشه‌ها از نگاه آن‌ها عبارت‌اند از:

**عوامل مالی:** در دسترس بودن منابع مالی برای شرکت‌ها

**عوامل علمی:** سازوکار بهره‌برداری از پژوهش علمی

**عوامل صنعتی:** سازوکار بهره‌برداری از پژوهش علمی

**عوامل پشتیبان:** حضور فضای کلی مطلوب (Chiaroni & Chiesa, 2006).



شکل شماره (۱) مدل اولیه پژوهش عوامل مؤثر بر شکل گیری خوشه

با توجه به تعاریف فوق و همچنین سایر تعاریف موجود که مجال بیان آن‌ها وجود ندارد می‌توان ویژگی‌های مشترک خوشه را چنین بیان کرد:

الف) تمرکز جغرافیایی؛ ب) وجود صنایع و تأمین‌کنندگان پشتیبان؛ ج) ارتباط و همکاری میان صنایع؛ ت) برخورداری از صرفه‌های بیرونی.

ایجاد خوشه‌ها شکل جدیدی از توسعه هستند که هدف آن‌ها افزایش توسعه منطقه‌ای است (Lai, 2014:734). بی‌شک خوشه‌ها صنعتی و کشاورزی نقش محوری و بارزی در سیاست‌های اقتصادی و صنعتی بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ایفا می‌کنند. رویکرد جدیدی که امروزه در مباحث توسعه منطقه‌ای مطرح شده است بیان می‌کند در مناطق با توجه به مزیت‌های طبیعی، انسانی، سازمانی و تشکیلاتی موجود باید به توسعه خوشه‌ها توجه جدی داشت و ابعاد مختلف سازمان‌دهی خوشه‌ها را تسهیل کرد (اسفندیاری و ساکیان، ۱۳۸۸:۱۳۸). در این صورت می‌توان در بازارهای ملی و بین‌المللی موفق عمل کرد و بخش‌های با ارزش‌تری از زنجیره ارزش کالاهای مرتبط را در اختیار گرفت (صفری و همکاران، ۱۳۹۴:۶۵۰). نقش خوشه‌ها در رشد شرکت‌های کارآفرینانه غیرقابل‌انکار است و انجام دادن تحقیقات در زمینه شرکت‌های درون خوشه‌ها و روابط شرکت‌های درون خوشه و ماهیت فعالیت‌های آنان ضروری و مهم است (Felzensztn, 2014:837). حضور در خوشه‌ها مزیت رقابتی بسیاری را برای واحدهای کسب‌وکار به وجود می‌آورد و مزایای خلق شده در نتیجه تعاملات و کسب‌وکارهای خوشه و زیرساخت فراهم شده، برای کسب کارهای فعال در خوشه‌ای (Jin et al, 2012:1429). خوشه‌ها یک‌بار تأسیس می‌شوند و تا زمانی که دلایل وجود آن در منطقه وجود داشت باشد، باقی می‌مانند (Brenner and Gildener, 2006:1315). محققان نتیجه حاصل از حضور در خوشه‌ها را با افزایش بهره‌وری بنگاه‌ها مرتبط دانسته‌اند که بر اساس پژوهش‌های انجام‌گرفته این بهره‌وری نتیجه تخصصی شدن، دستیابی به بازار مشترک و دستیابی به اطلاعات است (Homffmann et al, 2014:856). با تجمع این شرکت‌ها (خوشه‌ها) امکان استفاده از تجربیات و امکانات یکدیگر، ایجاد امکانات مشترک و انجام دادن امور به صورت اشتراکی به وجود می‌آید.

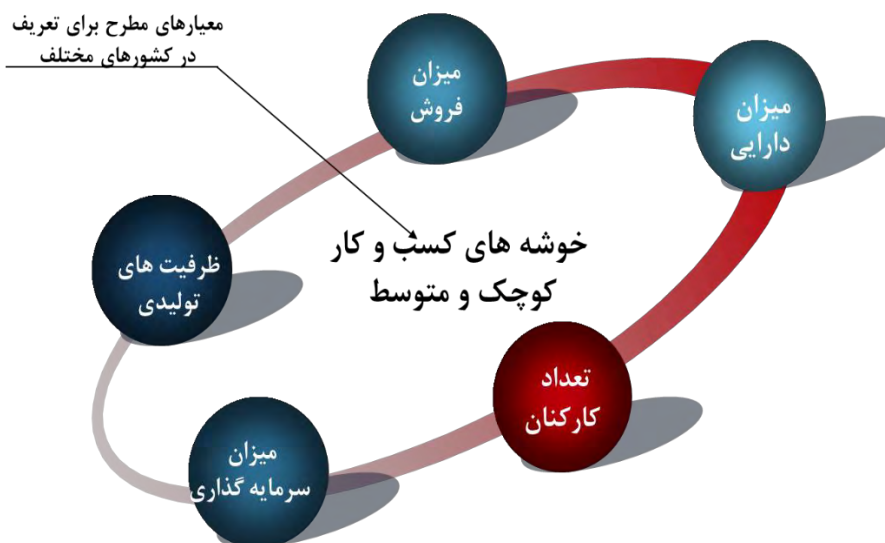
خوشه‌های کسب‌وکار کوچک و متوسط



در واژه‌نامه آکسفورد کسب کار به معنی خریدوفروش و تجارت آمده است. در واژه‌نامه لاگمن، کسب کار به فعالیت پول درآوردن و تجارتي که از آن پول حاصل می‌شود. (رکابی، ۱۳۸۹)

مجموعه‌ای بنگاه‌ها و فعالان اقتصادی که علاوه بر هم‌جواری در یک منطقه جغرافیایی خاص، حول حوزه کسب‌وکار مشخص نیز متمرکز شده‌اند، و در جهت افزایش توان رقابتی مشترک خود، به ایجاد همکاری بر اساس هدف مشترک می‌پردازند و در بین خود پیوندهای نزدیک و اتحادهای کاری ایجاد می‌کنند (Anderson, 2006:6).

خوشه‌های کسب‌وکار کوچک و متوسط با در اختیار داشتن ترکیبی متمایز و منحصربه‌فرد از منابع انسانی و مالی، حمایت‌های اجتماعی و زمینه‌های آموزشی و فرهنگی، بهترین و قوی‌ترین عوامل برای پشتیبانی از جریان‌های کارآفرینی به شمار می‌روند (Khoshnodifar et al, 2012). با توجه به اهمیت خوشه‌های کسب‌وکار کوچک و متوسط و نقش بی‌بدیل آن‌ها در توسعه اقتصادی، بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه ایجاد و حمایت از این بنگاه‌ها را یکی از اولویت‌های اساسی خود قرار داده (UNIDO, 2013) و با در پیش گرفتن سیاست‌های منسجم و هماهنگ، توانسته‌اند گام‌های بزرگی در کاهش بحران‌های اقتصادی و اجتماعی که بیکاری عمده‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود، بردارند (Shabanzadeh et al, 2013). در ارتباط با خوشه‌های کسب‌وکار کوچک و متوسط، هیچ تعریف جهان‌شمولی وجود ندارد که به‌طور گسترده مورد تأیید قرار گرفته باشد (Azar & Gheitasi, 2010). بر این اساس، کشورهای مختلف با توجه به شرایط خاص خود تعریف مشخصی از خوشه‌های کوچک و متوسط ارائه داده‌اند، در حقیقت، شرایط اقتصادی و صنعتی حاکم بر هر کشور، معرف واحدها و بنگاه‌های کوچک و متوسط آن است (Alsadat Aghili et al, 2013). در این خصوص، بیشتر تعاریف خوشه‌های کوچک و متوسط بر اساس معیارهای کمی مانند تعداد کارکنان، میزان گردش مالی، ارزش دارایی‌ها و میزان سرمایه می‌باشند. در عین حال، ساده‌ترین معیار برای تعریف و مشخص کردن آن‌ها، استفاده از تعداد کارکنان است (شکل شماره ۲). اما با توجه به همین معیار، بازهم تعریف متعددی ارائه شده است. برای نمونه اتحادیه اروپا برای خوشه‌های کوچک و متوسط حداکثر ۲۵۰ نفر را در نظر گرفته است، در آمریکا در تعریف این بنگاه‌ها از حد ۵۰۰ نفر استفاده می‌شود و در مالزی این حد ۱۵۰ نفر هست (Soltani et al, 2012). این در حالی است که در ایران بر اساس تعریف وزارت صنعت و معدن و تجارت و وزارت جهاد کشاورزی خوشه‌های کوچک و متوسط، واحدهای صنعتی و خدماتی (شهری و روستایی) هستند که کمتر از ۵۰ نفر کارگر دارند (Alsadat Aghili et al, 2013).



**Second International Conference on Innovations**  
**In**  
**Business Administration and Economics**  
 Tehran - Iran  
 9<sup>th</sup> September 2020

**دومین کنفرانس بین المللی نوآوری**  
**در**  
**مدیریت کسب و کار و اقتصاد**  
 ۱۹ شهریور ۱۳۹۹  
 تهران

[www.ibaeconf.com](http://www.ibaeconf.com)

ISC  
 کد مجوز: ۹۸۱۹۱-۱۰۲۴۴  
 سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران  
 کد مجوز: ۸۱۳۳۵۰  
 IBAE 2020

شکل شماره (۲). معیارهای مطرح برای تعریف خوشه‌های کسب‌وکار کوچک و متوسط در کشورهای مختلف

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همواره به‌عنوان عاملان اصلی رشد اقتصادی کشورها شناخته شده‌اند (Ismael et al, 2014). در واقع کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از متداول‌ترین اشکال بنگاه‌های اقتصادی محسوب می‌شوند که نقش آن‌ها به‌عنوان زیربنای اقتصاد ملی در بیشتر کشورها پذیرفته شده است (Hallback and Gabriellsson, 2013). در این باره ماتلی (۲۰۱۱) معتقد است کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با توجه به ویژگی‌های منحصر به فردشان از جمله ساختارهای غیررسمی و ویژگی انعطاف‌پذیر در جذب و استفاده از فن‌آوری‌های پیشرفته، می‌توانند سریع‌تر از سایر شرکت‌ها محصولات جدید و متناسب با شرایط رقابتی محلی، منطقه‌ای و جهانی را ارائه دهند و از این طریق باعث سودآوری، رشد اقتصادی و کاهش بیکاری در کشورها شوند. به عبارتی، می‌توان بیان داشت که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد ملی کشورها داشته و تا حد زیادی به افزایش درآمد ملی و ایجاد اشتغال در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه کمک می‌کنند (Skibinski and Sipa, 2015). اما با در نظر گرفتن شرایط رقابتی کنونی، تقاضای فزاینده برای محصولات جدید و تغییرات سریع الگوی مصرف از یک سو و کمبود منابع مالی و انسانی کسب‌وکارها از سوی دیگر، کسب‌وکارها امروزه با مشکلات و مسائل پرشماری روبه‌رو هستند (Hausman, 2005).



جدول شماره (۱) تعاریف خوشه‌های کسب و کار کوچک و متوسط در برخی از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه

کشور	تعریف خوشه‌های کسب و کار کوچک و متوسط	معیار طبقه‌بندی
اندونزی	خوشه‌های کوچک	تعداد کارمندان
مالزی	خوشه‌های متوسط	تعداد کارکنان و میزان فروش
هند	خوشه خرد	اندازه و میزان سرمایه‌گذاری
	خوشه کوچک	
	خوشه متوسط	
ترکیه	خوشه خرد	تعداد کارکنان و حجم گردش مالی سالانه
	خوشه کوچک	
	خوشه متوسط	
ایتالیا	خوشه کوچک	تعداد کارکنان، حجم گردش مالی سالانه بنگاه و میزان دارایی و بدهی‌های آن
	خوشه متوسط	
آلمان	خوشه متوسط	تعداد کارکنان
آمریکا	خوشه متوسط	تعداد کارکنان

منبع: جمع‌آوری توسط نویسندگان

### خوشه کسب و کار کوچک و متوسط کشاورزی

منظور از کسب و کارهای کشاورزی مجموعه فعالیت‌های است که دربرگیرنده صنایع و خدمات پیشین و پسین مرتبط با بخش کشاورزی هستند. به عبارت دیگر آن دسته از صنایع و خدماتی که تولید و عرضه‌کننده کالاها و خدمات خود به بخش کشاورزی هستند. نظیر تولید نهادهای کشاورزی و خدمات حمل و نقل نهادهای کشاورزی، بخش کشاورزی به‌عنوان متقاضی (بازار تقاضای) آن‌ها است و همچنین آن گروه از صنایع و خدماتی که خریدار و متقاضی کالاهای کشاورزی بوده یا به حمل فروش محصولات بخش کشاورزی می‌پردازند (نظیر صنایع تبدیل محصولات کشاورزی و خدمات حمل و نقل محصولات کشاورزی و باز فروش محصولات کشاورزی) و بخش کشاورزی به‌عنوان عرضه‌کننده محصول به آن‌ها عمل می‌کند (صنایع و خدمات پسین) را می‌توان کسب و کار کشاورزی تعریف کرد (نیساری و همکاران، ۱۳۹۴).



کسب‌وکارهای کشاورزی به کسب‌وکارهای اشاره دارد که به فعالیتهای همچون پرورش گیاهان دارویی، کشت محصولات زراعی، مرغداری، آبی‌پروری، دامداری، فرآوری محصولات لبنی، صنایع غذایی و سایر صنایع مرتبط با بخش کشاورزی می‌پردازند (Mohanty, 2006). از این منظر، کشاورزی به‌عنوان یک عرصه یا بستری برای کسب‌وکار در نظر گرفته می‌شود و توسعه کسب‌وکارهای کشاورزی نیز تجلی رفتار کارآفرینانه در این بخش محسوب می‌شود (شریف‌زاده، ۱۳۹۳). کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی علاوه بر داشتن مشخصه‌های عمومی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به دلیل ماهیت متفاوت بخش کشاورزی دارای برخی مشخصه‌های منحصر به فرد مانند زمینه فعالیت بسیار متنوع از آن‌ها و گستردگی بازار فروش محصولات (Rezai et al, 2017)، قرار داشتن بسیاری از کسب‌وکارهای در مرحله نوپای یا در حال توسعه ظهور از چرخه زندگی (Zarafshani et al, 2015)، زیاد بودن متغیرهای اثرگذار بر عملکرد و پیچیده‌تر بودن فرایند تصمیم‌گیری در آن‌ها، خصوصی بودن کسب‌وکار رقابتی‌تر بودن محیط فعالیت آن ماهیت متفاوت محصولات تولیدی و بازار فروش آن‌ها (Van Bagheri and fleet et al, 2014) و ریسکی بودن فعالیت کسب‌وکار به دلیل نوسان زیاد شرایط اقلیمی و اقتصادی (Bagheri and shabanali famei, 2016)، نیز هستند. به‌رحال توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بخش کشاورزی همچون سایر کسب‌وکارها می‌تواند مزایا و دست آوردهای پرشماری داشته باشند که ایجاد اشتغال، کاهش فشار بر منابع طبیعی، حفظ و بهره‌گیری متوازن از ظرفیتهای تولیدی بخش کشاورزی و حرکت در راستای تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و پایدارسازی نظام معیشت روستایی، بهره‌وری، نوآوری، بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی و ارزش‌افزوده زایی، تولید محصولات و ارائه خدمات جدید تولید و جذب ثروت و سرمایه، پویاسازی گردش سرمایه و اعتبارات، ارتقاء سطح فن‌آوری و یکپارچگی با بازارها و جریان‌های اقتصادی، از مهم‌ترین آن‌ها به شمار می‌روند (شریف‌زاده، ۱۳۹۳).

کسب‌وکارهای حاصل از فعالیتهای جنبی کشاورزی است را می‌توان به چند گروه عمده تقسیم کرد:

۱- کسب‌وکارهای حاصل از فعالیتهای نساجی و فعالیتهای وابسته به آن مانند تهیه منسوجات، ابریشم‌بافی، زری‌بافی، تهیه پارچه‌های پشمی، و ... ۲- کسب‌وکارهای مربوط به حصیربافی، مانند زنبیل‌بافی، سبدبافی، و ... ۳- کسب‌وکارهای مربوط به تهیه فعالیتهای تهیه محصولات غذایی مانند: انواع نان، خشکبار، تهیه پنیر، روغن، نگهداری زنبور عسل و ... (خوشنودی فر و همکاران، ۱۳۸۹).

همچنین در زمینه فعالیت کسب‌وکارهای کشاورزی می‌توان به فرآوری، بسته‌بندی و بازاریابی اشاره نمود که ادامه تشریح آنان می‌پردازیم.

**فرآوری:** یکی از راه‌های ایجاد بازار برای تولیدات کشاورزی، راه‌انداز صنایع فرآوری محصولات کشاورزی در هر منطقه است. صنایع فرآوری محصولات کشاورزی می‌توانند بازار بسیار مناسبی را برای تولیدات کشاورزی منطقه ایجاد کنند و نیز در افزایش اشتغال و درآمد (چه در بخش کشاورزی و چه در بخش صنایع فرآوری محصولات کشاورزی) بسیار تأثیرگذار باشند (مطیعی لنگرودی، و اردشیری، ۱۳۸۸). صنایع فرآوری محصولات کشاورزی، به صنایعی گفته می‌شود که با زیرمجموعه‌های این بخش ارتباط مستقیم دارد و به عبارت بهتر، این صنایع، فرایند تولید محصولات کشاورزی را کامل کرده و آن‌ها را به‌صورت بهینه آماده ورود به بازار مصرف می‌سازد. کسب‌وکارهای فرآوری با تجهیزات سبک و فن‌آوری ساده نیز ممکن هستند و مواد اولیه مورد نیاز آن به راحتی در مناطق روستایی یافت شود (ظاهری و همکاران، ۱۳۹۴).

**بسته‌بندی:** بسته‌بندی یعنی در برگرفتن محصولات، اقلام یا بسته‌ها در یک کیسه، جعبه، قوطی، بطری یا فرم دیگری از ظروف که بتواند از محصول در برابر حمل‌ونقل محافظت کند و همچنین اطلاعات کالا را انتقال بدهد. بسته‌بندی ماهیتاً یک





حامل است که می‌تواند وظیفه حفاظت کالای بسته‌بندی شده را در مقابل عوامل تخریب، فساد و غیره را انجام دهد و علاوه بر آن قابلیت حمل و نقل باب روی هر کالایی فراهم کند (حسن‌زاده کریم‌آبادی و خلیل، ۱۳۹۱).

**بازاریابی:** در فرآیند عرضه محصولات کشاورزی به بازار فروش، عملیات بازاریابی صحیح از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (فیروزآبادی و حسینی، ۱۳۹۰). کسب‌وکارهای کشاورزی ناگزیرند برای ماندن در صحنه رقابت و حفظ مزیت رقابتی خود در بین رقبا فراتر از مرزهای بازاریابی سنتی گام بردارند (Ibrahim et al, 2016). و برای بهبود عملکرد خود به دنبال کشف فرصت‌های ایدئال، تولید محصولات جدید و شناسایی بازارهای فروش جدید باشند (Ibrahim et al, 2014) در این زمینه بسیاری از محققان و صاحب‌نظران بر این باورند که برای بهبود عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی و برای افزایش تعامل با مشتریان و رفع نیازها و خواسته‌های آن‌ها اتخاذ یک راهبرد نوین بازاریابی ضروری است (Seo et al, 2014). در این میان، با توجه به شدت یافتن رقابت جهانی بین رقبا، افزایش فضای بی‌اعتمادی مشتریان و کسب‌وکارهای در بخش کشاورزی و تقاضای فزاینده آن‌ها برای محصولات متنوع، یکی از رویکردهای نوین بازاریابی به نام قابلیت‌های بازاریابی مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است.

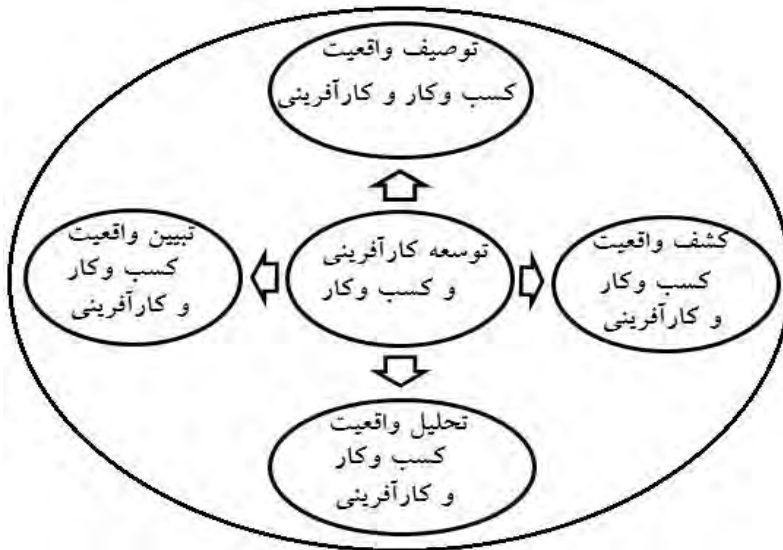
### کارآفرینی و کسب‌وکار

امروزه کارآفرینی منبعی برای تسریع رشد کسب‌وکار و موفقیت آن محسوب می‌شوند. کارآفرینان نقش مهمی در ایجاد ارزش و فرصت‌های شغلی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه دارند (ایمانی، ۱۳۸۸). به دلیل اهمیت بسیار زیاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در رشد و توسعه اقتصادی و همچنین اشتغال‌زایی و رفع بیکاری، بسیاری از کشورهای جهان نسبت به این مسئله و کارآفرینی از طریق ایجاد این‌گونه کسب‌وکارها روی آورده و برنامه‌ریزی‌های بسیار دقیق و هدف‌داری را در این زمینه انجام می‌دهند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲) در این بین کسب‌وکارهایی که دارای انگیزه‌های کارآفرینی قوی‌تر هستند، عملکرد بهتری دارند. این کسب‌وکارها گرایش کارآفرینی قوی‌تری را نسبت به همتایان خود در همان صنعت نشان می‌دهند. توانایی یادگیری کارآفرینی با گروه کارآفرینانه مرکز ثقل فرایند رشد و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است (رضایی میر قائد و همکاران، ۱۳۹۲).

حضور کارآفرینان در خوشه آثار متعددی دارد، مانند افزایش نوآوری کسب‌وکار (Gnyawali and Srivastava, 2013; Hoffmann et al, 2014; Casanueva et al, 2013; lai et al, 2014; ) انتقال دانش بین کسب‌وکارهای خوشه (Hoffmann et al, 2014; et al, 2009) و کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری و عملیاتی کسب‌وکارهای فعال در خوشه (Lai et al, 2014).

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط که کارآفرین آن‌ها را بنیان می‌نهد، مهم‌ترین نوع کارآفرینی مورد بحث در ادبیات مرسوم کارآفرینی است (مقیم و احمد پور، ۱۳۸۷: ۲۴۷).

در زمینه کسب‌وکار و کارآفرینی بنیان‌های نظری و مفهومی، روش‌شناسی و آموزش علمی معتبر است (فای ول، ۲۰۰۷) در این بین، رویکردهای نظری و روش‌شناسی مناسب نقش مهمی را در ثمربخشی مطالعات و پژوهش‌های علمی در حوزه کارآفرینی و افزایش دانش معتبر در این حوزه ایفا می‌کند و با توجه به دست آورده‌ای مورد انتظار در ارتقای بنیان‌های نظری و تجربی منظومه علمی کارآفرینی، از اهمیت اساسی برخوردارند (شریف‌زاده و عبدالله زاده، ۱۳۹۴: ۳۹).



شکل شماره (۳) شکل‌گیری و توسعه علمی کارآفرینی و کسب‌وکار

در مهر و موم‌های اخیر، روند توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه به‌طور چشم‌گیری افزایش یافته است (بیک زاده و تیرانداز، ۱۳۸۸: ۴۹). در کشورهای درحال توسعه، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عامل راهبردی برای توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و رقابت‌پذیری بنگاه‌هاست که این بنگاه‌ها مهد تحول و نوع‌آوری و پیشرو در ابداع و فن‌آوری هستند (اکس، ۱۳۸۳: ۷). یکی از راهکارهای اساسی برای ساماندهی به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، تجمیع این بنگاه‌ها و سازمان‌دهی آن‌ها در قالب خوشه است.

#### شرایط چارچوب کارآفرینان در راه اندازی کسب‌وکارها:

بر اساس الگوی مفهومی دیده بهابریک جهانی (GEM) کارآفرینی، شرایط چارچوب کارآفرینانه که به ایجاد کسب‌وکارهای جدید کمک می‌کند عبارت‌اند از:

**تأمین مالی:** دسترسی به منابع برای شرکت‌های جدید و درحال توسعه رشد مانند اعتبارهای مالی ویژه بارانه‌ها

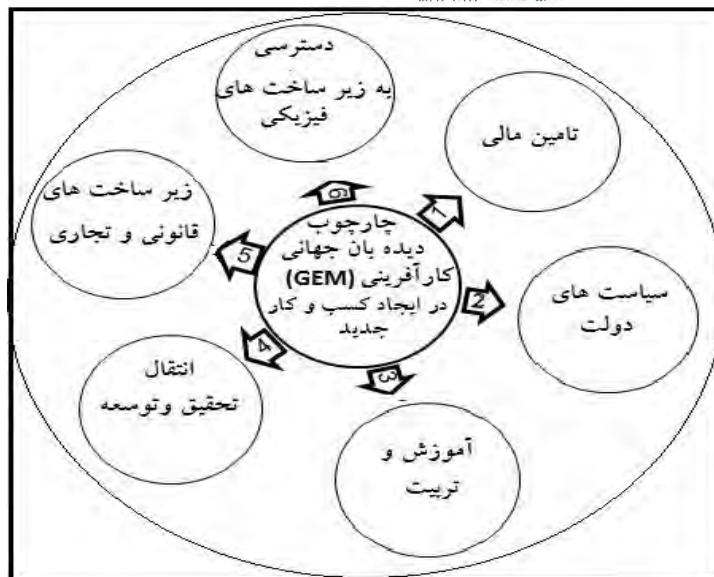
**سیاست‌های دولت:** منظور آن سیاست‌های است که کسب‌وکارهای جدید را تشویق به ایجاد کرده با متوقف می‌کند.

**آموزش و تربیت:** این مهم به‌خوبی آشکار شده که با آموزش، مهارت‌های کارآفرینی قابل انتقال است.

**انتقال زیرساخت‌های تحقیق و توسعه:** درجه‌ای از تحقیق و توسعه ملی که منجر به ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار جدید می‌شود و شرکت‌ها یا بنگاه‌های کوچک و متوسط در حال رشد و جدید به نتایج تحقیق و توسعه دسترسی دارند.

**زیرساخت‌های قانونی و تجاری:** منظور، موسسه‌ها و سازمان‌های خدماتی و تجاری و دیگر نهادهای قانونی است که امکان رشد کسب‌وکارهای جدید را فراهم می‌کند.

**دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی:** دسترسی به منابع فیزیکی، تجهیزات، زمین و فضا باقیمتی مناسب برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در حال رشد (خسروی پور و دهقان پور، ۱۳۹۴: ۶۶).



شکل شماره (۴) چارچوب کارآفرینانه در زمینه ایجاد کسب و کار

#### کارآفرینی و توسعه کسب و کار در بخش کشاورزی

از آن جای که منبع اصلی درآمد و امرامعاش اکثریت مردم روستایی از فعالیت‌های کشاورزی تأمین می‌شود، بنابراین توسعه کسب و کار در بخش کشاورزی دست آورده‌ای مهمی را در راستای کاهش فقر و تحقق سایر اهداف توسعه در پی خواهد داشت. توسعه کسب و کار در بخش کشاورزی نیازمند کارآفرینی در این بخش است و در واقع توسعه کسب و کارهای کارآفرین در بخش کشاورزی یک راهبرد توسعه‌ای در بخش کشاورزی به شمار می‌رود (خوشنودی فر و همکاران، ۱۳۸۹). آسان شدن توسعه‌ی کسب و کارهای کشاورزی یکی از راهبردهای توسعه پایدار بخش کشاورزی محسوب می‌شود. در عمل، کسب کارهای کشاورزی آن دسته از واحدهای تجاری هستند که حلقه‌های متعدد زنجیره کشاورزی، شامل تولید، فرآوری، بسته‌بندی و تبلیغات، توزیع و بازاریابی را به هم پیوند داده و نسبت به نظام مای بهره‌برداری متعارف کشاورزی، خطر گرا هستند؛ رویکرد تجاری، ارزش افزا، بازاری و سود گرا دارند و مدیریت آن‌ها نیازمند دانش و مهارت تخصصی و بهره‌گیری از فن‌آوری‌های جدید برای کسب ارزش افزوده و بهبود بهره‌وری و کیفیت محصولات و خدمات‌های عرضه‌شده به بازار است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹).

در بخش کشاورزی که یکی از اساسی‌ترین ارکان اقتصاد ایران بوده و در تأمین ۹۰ درصد مواد اولیه غذایی کشور، ۱۳ درصد تولید ناخالص داخلی و ۲۳ درصد اشتغال نقش دارد. کارآفرینی در قالب توسعه کسب و کار و کارهای کارآفرینی متجلی می‌شود و مستلزم شناسایی و مشکلات، به رفع موانع و دست‌اندازی‌های پیش روی آن و نهادینه کردن محیطی برای حمایت از فعالان اقتصادی این حوزه پرداخت (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). از آنجایی که بر اساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، وظیفه امنیت غذایی بر عهده بخش کشاورزی بوده و بر این اساس سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه، دولت وظیفه دارد برای مهیا کردن فضای کسب و کار برای تحقق اهداف بخش کشاورزی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کند، سیاست‌گذاران و متخصصان بخش کشاورزی معتقد هستند تحول ساختاری در شیوه‌های کنونی تولید کشاورزی لازم بوده و کشاورزی مبتنی بر بازار راهبرد اساسی توسعه کشاورزی خواهد بود. تغییرات بازار، سیاست‌های کشاورزی، مباحث زیست‌محیطی و اشتغال از عواملی هستند که بروت کارآفرینی در کشاورزی را پیش از پیش نمایان می‌کند (Marsden and Smith, 2005). از آنجاکه ایجاد کسب و کارهای جدید در حوزه کشاورزی به واسطه سهولت راه اداری آن‌ها و نیاز پایین به سرمایه‌گذاری و نرخ بالای بازگشت



سرمایه امکان‌پذیر است (Wortman, 1990). موضوع حمایت از کسب‌وکارهای کشاورزی در قالب طرح در سال ۱۳۸۹ به مجلس شورای اسلامی ارائه گردید و پس از تصویب آن و تأیید شورای نگهبان به‌صورت قانون ابلاغ شد. پیشینه پژوهش

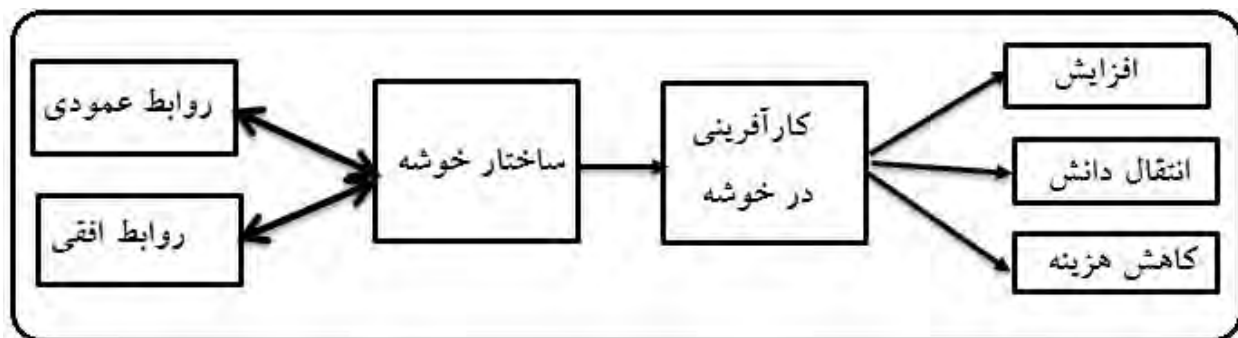
در سال‌های اخیر پژوهش‌های در زمینه خوشه‌های کسب‌وکار انجام گرفته است در این پژوهش به تعدادی از پژوهش‌های داخلی و خارجی صورت گرفته در زمینه خوشه‌های کسب کار اشاره می‌شود

جدول شماره (۲) پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه خوشه‌های کسب‌وکار

عنوان و سال	نویسنده	یافته‌ها
نقش خوشه‌های صنعتی و کشاورزی در توسعه کسب‌وکار روستایی استان	شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۷).	به این نتیجه رسیده‌اند که در توسعه خوشه‌های کسب‌وکار به ۷ عامل ۱- ارائه اثربخش خدمات کسب‌وکار ۲- هماهنگ‌سازی کسب‌وکارها، ۳- تسهیل کارکردهای کسب‌وکار، ۴- توانمندسازی نهادهای محیط کسب‌وکار، ۵- آموزش نیروی کار، ۶- مدیریت کیفیت، ۷- تسهیل سرمایه‌گذاری مشترک مهم‌ترین عوامل در کسب‌وکار کشاورزی می‌دانند.
بررسی الگوهای سنجش سطح پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی	شرفی و همکاران (۱۳۹۶)	بر اساس نتایج مرور ادبیات در اکثر الگوهای مطرح‌شده، سه بعد پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در قالب رویکرد جامع و دستگامی مورد توجه قرار داده‌اند که در پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کشاورزی ایجاد تعادل بین سلامت اجتماعی کیفیت محیط‌زیست و رفاه اقتصادی است.
تأثیر خوشه‌ها بر اشتغال و رشد در سطح بنگاهی و محلی در آمریکای لاتین	Rocha (2015)	یافته‌ها نشان می‌دهد که نقش‌آفرینی خوشه‌ها در رشد و توسعه اقتصادی در هر دو سطح بنگاهی و محلی به عواملی چون مرحله توسعه خوشه، کارایی جمعی، الگوی مدیریت زنجیره ارزش خوشه و بخشی که بنگاه در آن فعالیت می‌نماید، وابسته است
تحلیل استراتژی‌های توسعه کسب‌وکارهای کوچک در ۱۰ شهر بزرگ آمریکا (۲۰۱۴)	JP Morgan Chase Foundation(2014)	نشان داده شده است که خوشه‌ها از عوامل مهم رشد اقتصاد شهری محسوب می‌شوند. بر اساس یافته‌های این تحقیق، نزدیک به نیمی از خوشه‌های مهم در این شهرها، طی دوره ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۱ سه برابر سریع‌تر از سایر نواحی شهری رشد داشته‌اند.
نقش خوشه‌ها و برنامه توسعه خوشه‌های در رشد اقتصادی اروپا	Ketels & Protsiv (2013)	نشان داده شده است که عملکرد اقتصادی تحت تأثیر کیفیت محیط کسب‌وکار و قوت خوشه‌های منطقه‌ای قرار دارد. در این راستا، توسعه خوشه، از طریق تخصصی شدن و تمرکز جغرافیایی فعالیت‌ها، منجر به بهبود عملکرد اقتصادی می‌شود
نقش خوشه‌های صنعتی مالی در سه منطقه اقتصادی چین، با استفاده از آزمون علیت گرنجر	Zhang & Chen (2013)	به این نتیجه رسیدند که تمرکز مؤسسات و نهادهای مالی در نواحی مذکور که در قالب خوشه‌های فعالیت می‌کنند، نقش معنی‌داری در رشد اقتصادی ایفا می‌کنند.
نقش خوشه‌بندی اقتصادی در عملکرد منطقه‌ای در ایالات متحده آمریکا	Delgado et al (2013)	به این نتیجه رسیده‌اند که در صنایعی که بیشتر در چارچوب خوشه‌های فعالیت می‌کنند، میزان اشتغال، دستمزدها و تعداد بنگاه‌ها با نرخ رشد بالاتری همراه هستند. همچنین در نواحی که خوشه‌های صنعتی شکل گرفته‌اند، با تقویت خوشه‌های صنعتی، نرخ رشد اقتصادی در سطح خوشه‌ای و منطقه‌ای در این نواحی و همچنین نواحی هم‌جوار بهبود می‌یابد
بررسی نقش خوشه‌های صنعتی در نوآوری و رشد ۱۵۲ منطقه اروپا طی سال‌های (۱۹۹۵-۲۰۰۶) (۲۰۱۱)	Rodríguez & Comptour(2011)	به این نتیجه رسیده‌اند که وجود خوشه‌های صنعتی به‌عنوان یک پالایه اجتماعی مطلوب برای رشد منطقه‌ای عمل می‌نماید. همچنین این محققین دریافته‌اند که رشد منطقه‌ای از طریق نوآوری در اروپا به وجود یک محیط اقتصادی-اجتماعی مناسب و به‌ویژه به وجود یک ذخیره نیروی کار آموزش‌دیده و ماهر وابسته است



به‌طور عمومی مزایا و منافع وسیعی برای کسب‌وکار شرکت‌های مستقر در خوشه وجود دارد (روابط عمودی و افقی) که عبارت‌اند از: افزایش تبادلات دانش و سطوح تخصصی ناشی از تعاملات نزدیک شرکت‌ها و در نتیجه هم‌افزایی دانش بین آن‌ها، ایجاد شبکه و افزایش توانایی در بهره‌برداری تحولات فن‌آوری مشابه، توسعه زیرساخت‌های فیزیکی مانند ارتباطات، امکانات حمل‌ونقل، خدمات پشتیبانی حرفه‌ای، حقوقی و مالی، بهبود جریان اطلاعات درون خوشه و در نتیجه استفاده از شرکت‌های مستقر در خوشه از مهارت‌ها و منابع یکدیگر به‌عنوان مکمل به‌منظور انجام دادن پروژه‌های پیچیده مشترک، تقویت روابط اجتماعی در میان کسب‌وکارهای خوشه و همچنین افزایش فرصت‌های کار و فعالیت، که مجموعه این عامل موجب توسعه منطقه‌ای می‌گردد. همچنین علاوه بر مزایای که به آن‌ها اشاره گردید کاهش هزینه یکی دیگر از مزیت‌هاست که در درون خوشه می‌توان به آن اشاره کرد بنگاه‌های درون خوشه‌ها بدون صرف هزینه از مزیت‌های حاصل از خوشه شدن بهره‌مند می‌شوند که دسترسی به این منابع برای بنگاه‌های خارج از خوشه بدون صرف هزینه و انرژی امکان‌پذیر نیست. مزیت تولید انبوه، فایده حاصل از همکاری واحدهای کوچک است که در قالب افزایش ظرفیت تولید، کاهش هزینه متوسط تولید، برخورداری اشتراکی از تجهیزات مدرن با هزینه کم دستیابی مشترک و ارزان واحدها به خدمات پشتیبانی تولید (مانند طراحی، بازرگانی، تبلیغات، فروش، تأمین مالی آموزش) عمل می‌کند. به‌طوری‌که با شکل‌گیری خوشه شرکت‌ها می‌توانند از طریق دستیابی به تأمین‌کنندگان مشترک و پرورش نیروی کار حرفه‌ای هزینه‌های خود را پایین نگه‌دارند. ماس کل (۲۰۰۴) بیان می‌کند همکاری شرکت‌ها در خوشه به‌طور مؤثر هزینه شرکت‌ها را کاهش می‌دهد، همچنین (لای و همکاران، ۲۰۱۴) در پژوهشی نشان دادند هنگامی که یک خوشه از لحاظ شرکت‌ها و کسب‌وکارهای موجود کامل شود، شرکت‌ها می‌توانند برای کاهش هزینه‌ها و اشتراک‌گذاری منابع اقدام کنند. فارسی جانی و همکاران، ۱۳۹۲ ف در پژوهشی تأثیر عوامل توسعه‌ای و ساختاری خوشه‌ها بر بنگاه‌های درون خوشه‌ها را بررسی کردند و به این نتایج رسیدند که بین عوامل خوشه. کاهش هزینه‌های کسب‌وکار خوشه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به بررسی‌های پژوهشگران از جمله (ماسکل ۲۰۰۲)، کاسانوا و همکاران (۲۰۱۴)، گیناولی و سیروستا (۲۰۱۳)، هافمن و همکاران (۲۰۱۴) ف پارک و همکاران (۲۰۰۹) این پژوهش در زمینه تأثیر ساختار خوشه بر کارآفرینی در کسب‌وکارهای خوشه الگوی مفهومی در شکل (۵) در نظر گرفته است.



شکل شماره ۵ الگوی مفهومی از مرور ادبیات پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه کارآفرینی و خوشه توجه به بخش کشاورزی از طریق گسترش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌تواند تأثیرات فراوانی در بهبود وضعیت کشاورزی و به تبع آن حل مشکلات و مسائل پیش روی روستاییان را موجب شود. نیاز به سرمایه اندک، بازدهی بالا و انعطاف‌پذیری صنایع کوچک و متوسط، توجیه اقتصادی این صنایع را بیش‌ازپیش نمایان می‌کند. بر این اساس، راهکار حمایت از گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران که در بخش‌های مختلف اقتصادی، به‌ویژه بخش کشاورزی از اواخر سال

**Second International Conference on Innovations**  
in  
**Business administration and Economics**  
Tehran - Iran  
9<sup>th</sup> September 2020

**دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری**  
در  
۱۹ شهریور ۱۳۹۹  
تهران  
**مدیریت کسب و کار و اقتصاد**

[www.ibaeconf.com](http://www.ibaeconf.com)

ISC  
کد مجوز: ۹۸۱۹۱-۱۰۲۴۴  
کد مجوز: ۸۴۱۳۷۵۰

ibae  
2020

۱۳۸۴ باقوت بیشتری اجرایی شده است، اگر ببو صحیح انجام گیرد، می‌تواند نتایج مثبتی را در حل مسائل اقتصادی ایران داشته باشد



## منابع

1. احمد پور داریانی، محمود، نیک‌بین، حسین، کریمی، آصف (۱۳۹۱) عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان، شماره ۴، صص ۵۴۶-۵۳۵.
2. اسفندیاری، علی‌اصغر، ساکیان، مرضیه (۱۳۸۸) تجزیه و تحلیل زنجیره‌های تولیدی و خوشه‌های صنعتی (مورد مطالعه: استان خوزستان) مجله نامه مفید، شماره ۱۵، صص ۱۴۶-۱۲۹.
3. اکس، اولتان جی، (۱۳۸۳)، صنایع کوچک و رشد اقتصادی، مقاله طول از کتاب نقش صنایع کوچک در اقتصاد مدرن، مترجم، جهانگیر مجیدی، چاپ دوم، تهران: موسسه فرهنگی رسا.
4. ایمانی، محمد، (۱۳۸۸) آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها (چارچوبی برای برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی برنامه‌های کارآفرینی) فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی، شماره ۱، صص ۵۵-۲۶.
5. بیگ زاده، جعفر، تیرانداز حامد (۱۳۸۸) خوشه‌های صنعتی و توسعه صنایع کوچک، مجله تدبیر، شماره ۲۱۲، صص ۴۹-۵۲.
6. حداد پور، کریم، (۱۳۹۱) تعاون و نقش آن در توسعه اقتصادی کشور، وبگاه رسمی اداره کل تعاون، کار و امور اجتماعی استان البرز، قابل دسترس در <http://alborz.mcls.gov.ir/fa/article/116>
7. حکمت، مسعود، میردامادی، سید مهدی، فرج‌الله حسینی، سید جمال، ثمری، داوود، ابراهیم پور محسن، بررسی عوامل اثرگذار بر نوآوری بازاریابی خوشه کسب کار خرما در استان خوزستان (۱۳۹۶)، فصلنامه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، شماره ۲، صص ۹-۱.
8. خسروی پور، بهمن، دهقان پور، مجتبی (۱۳۹۴) کارآفرینی در بخش کشاورزی از طریق ایجاد و گسترش مشاغل خانگی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد دوم، صص ۷۵-۶۱.
9. خوشنودی فر، زهرا، سوختانلو، مجتبی، ملک محمدی، ایرج، (۱۳۸۹) تأثیر عملکرد بانک کشاورزی و سازمان جهاد کشاورزی، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۷۲، صص ۵۶-۲۷.
10. راوندتان، کاظم، (۱۳۹۱) چالش‌های مدیریتی توسعه خوشه‌های کسب و کار، اجلاس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، صص ۱۹-۱.
11. رضایی میرقاندی، محسن، عربیون، ابوالقاسم، علیزاده مهدی (۱۳۹۲) بررسی رابطه‌ی بین کار آفرینی محیط کسب و کار و توسعه اقتصادی در کشورهای عضو دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM) پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۲، صص ۵۰-۳۷.
12. رکابی، حمید (۱۳۸۹) کسب و کار، تعریف اهداف و انواع، مجله راهکار مدیریت، شماره ۲، صص ۹۹-۱۱۰.
13. زر وندی، جواد، زر وندی، نفیسه (۱۳۸۹)، توسعه کارآفرینی، مجله راهبرد، شماره ۵، صص ۲۳۲-۲۱۹.
14. شریف‌زاده، محمد شریف (۱۳۹۳) کشاورزی پایدار کارآفرینانه: در جستجوی رهیافتی مقتضی برای تسهیل توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، شماره اول، صص ۱۲۹-۱۰۳.
15. شریف‌زاده، محمد شریف، عبدالله زاده، غلامحسین (۱۳۹۴). رهیافت دستگامی در مطالعات کسب و کار: کاربرد روش‌شناسی نظام‌های نرم، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، شماره اول، صص ۷۵-۳۵.
16. صفری، علی، مختاریان، مریم، رضایی دولت‌آبادی حسین (۱۳۹۴) تأثیر ساختار خوشه‌های صنعتی بر کارآفرینی در کسب و کارهای خوشه مورد مطالعه: خوشه صنعتی فلزات گران‌بها و سنگ‌های قیمتی اصفهان، شماره ۴، صص ۶۶۸-۶۴۹.
17. ظاهری، محمد، آقا یاری هیر، محسن، ذاکری میاب، کلثوم (۱۳۹۴) اولویت‌بندی صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی در شهرستان آذرشهر با روش ترکیبی دلفی و تاپ سیس، نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی، شماره ۵۱، صص ۲۴۶-۲۲۱.



18. ظهوریان، میثم، رحیم نیا، فریبرز (۱۳۹۴) ارائه الگوی توسعه پایدار خوشه‌های کسب‌وکار در ایران، توسعه کارآفرینی شماره ۱، صص ۴۱-۵۹.
  19. عبدالمهی، حمیده، احمدی، عباس، مردان شاهی، محمدمهدی (۱۳۹۷) عوامل مؤثر بر نوآوری‌های مدل کسب‌وکار در شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی استان مازندران، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، شماره اول، صص ۷۷-۹۱.
  20. فارسی جانی، حسن، حبیبی، لیلی، تومان، سلطانی (۱۳۹۰) نقش خوشه‌های صنعتی بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط در دستیابی به تولید در کلاس جهانی (مورد مطالعه: خوشه‌های طلایی تهران) مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۸، صص ۴۷-۶۴.
  21. فیروزآبادی، سید احمد، حسینی، سید رسول، (۱۳۹۰) بررسی موانع و مشکلات تعاونی‌های روستایی در بازاریابی محصولات کشاورزی (مورد مطالعه: شرکت تعاونی روستایی روستای کوشک) مجله توسعه روستایی، شماره ۱، صص ۱۴۸-۱۳۱.
  22. کریمی، آصف، ملک محمدی، ایرج، رضوان فر، احمد، احمد پرو دریانی، محمود (۱۳۹۲) طراحی مدل کارآفرینی سازمان ترویج کشاورزی در زمینه توسعه پایدار کشاورزی، نشریه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، شماره ۱، صص ۹۳-۷۷.
  23. مطیعی لنگرودی، سید حسن، اردشیری، علیرضا (۱۳۸۶) پیامدهای ایجاد فرآوری محصولات کشاورزی در توسعه روستایی بخش مرکزی آمل، نشریه پژوهش‌های جغرافیا، شماره ۶۱، صص ۱۵-۱.
  24. مقیمی، سید محمد، خنیفر، حسین، قادری، اسماعیل (۱۳۸۶). بررسی مهارت‌های کارآفرینان مدیران و اثر بخشی و کسب و کارهای کوچک و متوسط (SME)، ماهنامه دانش مدیریت، شماره ۷۹، صص ۹۳-۱۱۰.
  25. نیساری، محمد، کریمی، آصف، احمد پورداریانی، محمود (۱۳۹۴) تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه فناوری و ارتباطات در کسب و کارهای کارآفرینانه (مورد مطالعه کسب و کارهای کوچک و متوسط کشاورزی استان زنجان) نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی شماره ۲، صص ۲۴-۱.
  26. هادی زور، بهروز (۱۳۹۲) مروری بر سیاست‌های صنعتی در ایران و کره در دوره ۲۰۱۲-۱۹۶۰، مجله پول و اقتصاد، شماره ۱، صص ۷۴-۳۱.
  27. هوشمند، علی، حسینی، سید حسن، غلامی، علیرضا، (۱۳۹۳) کارآفرینی در کشاورزی، چالش‌ها و راهکارها، مجله جهاد شماره ۲۷۹، صص ۲۲۵-۱۹۴.
1. Acs, Z.J., Audretsch, D.B. (1988). Innovation in large and small firms—an empirical analysis. *American Economic Review* 78(4), 678–690.
  2. Alsadat Aghili, F., Tayebi, K., Zamani, Z. & Ebrahimi, N. (2013). Effect of entrepreneurship and small and medium enterprises on employment: Evidences from developing countries. *Journal of Entrepreneurship Development*, 5 (2), 145- 164. (In Farsi)
  3. Andersen, L. Muriel, B. "Informality and Productivity in Bolivia: (2007) A Gender Differentiated Empirical Analysis", Institute for Advanced Development Studies in its series Development Research, Working Paper Series, No 07,.
  4. Azar, A. & Gheitasi, F. (2010). Allocation indices of funds for small enterprise and early return. *Labor and Society Magazine*, 106, 7- 15. (In Farsi)
  5. Bagheri, A. and Shabanali Fami, H. 2016. Potato growers' risk perception: A Case Study in Ardabil Province of Iran. *J. Agr. Sci. Tech.*, 18: 55-65.
  6. Brenner, T, and Gildner, A (2006)." The Long-Term Implication of Local Industrial Clusters" *European Planning Studies*, Vol 14, No 9, PP: 1315-1328.
  7. Casanueva, C, Castro, G, and Galán, J. (2013). "Informational networks and innovation in mature industrial clusters". *Journal of Business Research*, 66. 603-613.
  8. Chiaroni D, C. V. (2006). Forms of creation of industrial clusters in biotechnology. *Technovation* , 26 (6), 1064–1076.





9. Christina, B., Neelufar, A. and AlAmri, S. 2014. Challenges and barriers encountered by the SMEs owners in Muscat. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(3): 1-13.
10. Delgado, M., Porter, M. & Stern, S. (2012). "Clusters, Convergence, and Economic Performance NBER Working Paper Series". National Bureau of Economic Research, Cambridge, www.nber.org.
11. Felzensztein, C. Stringer, C. Benson-Rea, M. Freeman, S (2014). " International marketing strategies in industrial clusters: Insights from the Southern Hemisphere", *Journal of Business Research*, 67(5).837-846.
12. Gnyawali, D, and Srivastava, M (2013). "Complementary effects of clusters and networks on firm innovation: A conceptual model, J. Eng", *Technol Manage*, 30. 1-20.
13. Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D.S and Wright, M. (2011). 30 years after Bayh – Dole: reassessing academic entrepreneurship. *Research Policy* 40(8), 1045 1057.
14. Gustafsson, V., 2006. *Entrepreneurial decision-making: Individuals, tasks and cognitions*. Edward Elgar Publishing.
15. Hallback, J. and Gabrielsson, P. 2013. Entrepreneurial marketing strategies during the growth of international new ventures originating in small and open economies. *International Business Review*, 22: 1008- 1020.
16. Hallback, J. and Gabrielsson, P. 2013. Entrepreneurial marketing strategies during the growth of international new ventures originating in small and open economies. *International Business Review*, 22: 1008- 1020.
17. Hoffmann, V, Lopes, G, and Medeiros, J (2014), "Knowledge transfer among the small businesses of a Brazilian cluster", *Journal of Business Research*, 67(5), 856-864.
18. Hausman, A. 2005. Innovativeness among small businesses: Theory and propositions for future research. *Industrial Marketing Management*, 34: 773–782.
19. Ibrahim, Z., Abdullah, F., and Ismail, A. 2014. International business competence framework: Internationalized small and medium enterprises. *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014, Penang, Malaysia* pp.141-149.
20. Ibrahim, Z., Abdullah, F., and Ismail, A. 2016. International Business Competence and Small and Medium Enterprises. *Procardia - Social and Behavioral Sciences*, 224: 393 – 400.
21. Ingstrup M. B., F. P. (2009). Cluster initiation and development: A critical view from a network perspective. the IMP 2009 Conference at Euromed Management. France.
22. Ismail, M.D., Ahmad Domil, A.K. and Isa, A.M. 2014. Managerial competence, relationship quality and competitive advantage among SME exporters. *Procardia of Social and Behavioral Sciences*, 115: 138-146.
23. Jin, X, Weber, K, and Bauer, T (2012). " Impact of clusters on exhibition destination attractiveness: Evidence from Mainland China", *Tourism Management*, 33, 1429-1439.
24. JP Morgan Chase Foundation. (2014). "The Missing Link: Clusters, Small Business Growth and Vibrant Urban Economies (An Analysis of Small Business Development Strategies in the Nation's Ten Largest Cities)". www.icic.org.
25. Ketels, K. & Protsiv, S. (2013). "Clusters and the New Growth Path for Europe". Working Paper, No 14, [www.foreurope.eu](http://www.foreurope.eu).
26. Khoshnodifar, Z., Sokhtanlo, M. & Malekmohammadi, I. (2010). Bank of Agriculture and Agricultural Organization performance impact on the success rate of small businesses and medium entrepreneurs in agricultur. *Journal of Agricultural and Development Economics*, 18(72), 139-160. (In Farsi).
27. Lai, Y, Hsu, M, Lin, F, Chen, Y, and Lin, Y. (2014), "The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance", *Journal of Business Research*, 67(5), 734-739.

28. Marsden, T., and Smith, E. 2005. Ecological Entrepreneurship: Sustainable Development in Local Communities through Quality Food Production and Local Branding. *Geoforum*, 36(4): 440-451.
29. Mohanty, S.K. 2006. *Fundamentals of entrepreneurship*. Prentice Hall of India, New Delhi.
30. Park, J., Lee, H., and Park, Y. (2009), "Disembodied knowledge flows among industrial clusters: A patent analysis of the Korean manufacturing sector", *Technology in Society*, 31, 73-84.
31. Parker, S.C. (2005). *The Economics of Entrepreneurship: What We Know and What We Don't, Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Boston.
32. Plummer, L.A. and Acs, Z. (2014). Localized competition in the knowledge spillover theory of entrepreneurship, *Journal of Business Venturing* 29(1) 121-136.
33. Porter, M.E. (2000). Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, Vol. 14 (1), pp. 15-34
34. Redman, J. (1994). *Understanding state economies through industry studies*. Washington, DC: Council of Governors' Policy Advisers.
35. Rezaei, R., Karimi, A., Mangeli, N. and Safa, L. 2017. Effect of entrepreneurial orientation and marketing capabilities on greenhouse businesses performance in Jiroft county, Iran. *J. Agr. Sci. Tech.*, 19: 21-34.
36. Rocha, H. (2015). "Do Clusters Matter to Firm and Regional Development and Growth?: Evidence from Latin America". *The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 13(1), 83-123.
37. Rodríguez-Pose, A. & Comptour, F. (2011). "Do Clusters Generate Greater Innovation and Growth? An Analysis of European Regions". *Bruges European Economic Research Papers*.
38. Schade, C., 2010. Entrepreneurial decision making: A paradigm rather than a set of questions. *Journal of Business Venturing*, 25(2), pp. 173-174.
39. Shabanzadeh, M. (2011). *Effectiveness of quick impact on agricultural credit agencies: A case study city of Babylon*. Master's thesis, University of Mashhad, Iran. (In Farsi).
40. Skibinski, A. and Sipa, M. 2015. Sources of innovation of small businesses: Polish perspective. *Procedia Economics and Finance*, 27: 429-437.
41. Soltani, Z., Khoshnod, Z. & Akbari Alashti, T. (2012). Financial mechanisms of small and medium enterprise. Research Report, Monetary and Banking Research Institute, Central Bank of the Islamic Republic of Iran. (In Farsi)
42. Soriano, D. R and Martín, M. A. (2012). Government policies to support entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development* 24(9-10), 861-864.
43. Seo, J.H., Perry, V.G., Tomczyk, D., and Solomon, G.T. 2014. Who benefits most? The Effects of Managerial Assistance on High- Versus Low-Performing Small businesses. *Journal of Business Research*, 67: 2845-2852.
44. Stenholm, P., J. Acs, Z., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing* 28(1), 176-193
45. UNIDO (Ed.) (2013). *The unido Approach to Cluster Development, Key Principles and Project Experiences for Inclusive Growth*. Vienna International Centre: Clusters and Business Linkages Unit.
46. Van Praag, M.C. and Versloot, P.H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *IZA Discussion Papers*, Institute for the Study of Labor (IZA). 29, 351-382.

Second International Conference on Innovations  
in  
**Business administration and  
Economics**  
Tehran - Iran  
9<sup>th</sup> September 2020

دومین کنفرانس بین‌المللی نوآوری  
در  
۱۹ شهریور ۱۳۹۹  
تهران  
**مدیریت کسب و کار و اقتصاد**

www.ibaeconf.com

ISC  
کد مجوز: ۹۸۱۹۱-۱۰۲۴۴  
کد مجوز: ۸۲۱۳۷۵۰

ibae  
2020

47. Wortman, M.S. 1990. A unified approach for developing rural entrepreneurship in the U.S. *Agribusiness*, 6: 221-236.
48. Zarafshani, K., Sahraee, M. and Helms, M. 2015. Strategic potential of the vermicompost agribusiness in Iran: A SWOT analysis. *J. Agr. Sci. Tech.*, 17: 1393-1408.