http://dorl.net/dor/20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3
تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۲۷
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۲۲
صفحه ۱۴۰-۱۱۹
نوع مقاله: پژوهشی

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه‌ی صنعتی (مورد مطالعه: خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی)*

میثم ابراهیمی
دانش آموخته‌ی، دانشکده‌ی اقتصاد، مدیریت و علوم اداری،گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان
عباسعلی رستگار (نویسنده‌ی مسئول)
دانشیار، دانشکده‌ی اقتصاد، مدیریت و علوم اداری،گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان
a_rastgar@semnan.ac.ir
محسن شفیعی نیک آبادی
دانشیار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری،گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان

گلجام
دوفصلنامه علمی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۴۰
پاییز و زمستان ۱۴۰۰

چکیده

یکی از الگوهای مهمی‌که می‌تواند به توسعه‌ی صنعت بومی و پرارزش فرش دست‌باف کمک کند که هم ابعاد هنری آن تماماً حفظ شده و هم با افزایش بهروری، باعث عدم تقلید این هنر توسط رقبا شود، الگوی مبتنی بر خوشه‌ی صنعتی است. هدف از انجام این پژوهش آن است که با بررسی ذهنیت‌ها و عقاید مشارکت‌کنندگان به شناسایی عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی بپردازیم. در انجام این پژوهش، از روش‌شناسی کیو به‌عنوان یکی از روش‌های آمیخته استفاده شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش، تعداد ۱۰ نفر از مدیران، کارشناسان و تولیدکنندگان فرش دست‌باف خراسان شمالی بودند که با موضوع تحقیق ارتباط مستقیم داشتند. فضای گفتمان پژوهش حاضر از منابع گوناگونی جمع‌آوری شد و پس از ارزیابی و جمع‌بندی فضای گفتمان، از میان ۱۳۴ عبارت کیو، در نهایت ۵۲ عبارت به‌عنوان نمونه‌ی عبارات کیو (دسته‌ی کیو)، پس از نظرسنجی از خبرگان انتخاب شد. پس از جمع‌آوری اطلاعات حاصل از مرتب‌سازی کیو، این اطلاعات با روش تحلیل عاملی کیو تحلیل شد. تحلیل توزیع نشان داد که می‌توان تعداد ۳ الگوی ذهنی متمایز (نبود حمایت و زیرساخت مناسب، نبود حمایت و واحدهای مکمل، شرایط بافندگان) را در میان مشارکت‌کنندگان تحقیق در مورد عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی شناسایی نمود که جمعاً در حدود ۶۲٫۸ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند. اهمیت و اولویت‌بندی موانع شناسایی‌شده بر اساس الگوهای ذهنی به‌دست آمده صورت گرفت و در نهایت راه‌کارهایی برای برطرف نمودن موانع شناسایی شده پیشنهاد شد تا بتواند در پیاده‌سازی الگوی خوشه‌ی صنعتی در صنعت فرش دست‌باف، مثمر ثمر واقع شود.

واژه‌های کلیدی: خوشه‌ی صنعتی، موانع، فرش دست‌باف، خراسان شمالی، روش‌شناسی کیو.

* این مقاله مستخرج از پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد با عنوان شناسایی و اولویت‌ندی عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه‌ی صنعتی (مورد مطالعه: خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی) در دانشکده‌ی اقتصاد، مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان به راهنمایی آقای دکتر عباسعلی رستگار و مشاوره‌ی آقای دکتر محسن شفیعی نیک‌آبادی است.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

Identifying and rating factors of preventing the formation of industrial cluster (A case study in North Khorasan Handmade Carpet Industry)

Meysam Ebrahimi
graduate of Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences of Semnan University
Abbas Ali Rastgar (corresponding author)
Associate Professor of Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences of Semnan University
a_rastgar@semnan.ac.ir
Mohsen shafiee nikabadi
Associate Professor of Faculty of Economics, Management and Administrative Sciences of Semnan University

Abstract
One of important patterns that can help to develop indigenous and rewarding Carpet is both The art of keeping it all in the And increase staff productivity The art of imitation by competitors is Model is based on industrial cluster. The aim of this study is That with the study of participants perceptions and beliefs To identify barriers factors to the formation of industrial clusters should Khorasan Carpet. In this study, Q methodology was used as an integrated approach. Participants in this study is 10 cases of managers, and producers of Khorasan Carpet. Were positively associated with research. This discourse space Have been collected from various sources After evaluating and summarizing the discussion Among the 134 Meter 52 For example, the following SQL statements (batch Q) The opinions of experts were. After collecting data from SQL sorting The data were analyzed using Q factor analysis. Distribution analysis showed that Paradigm can be 3 Distinct (Lack of appropriate infrastructure support and Lack of support and supplementary units, Terms weavers) Participants in the study Barriers to the formation of industrial clusters in North Khorasan Carpet Identified Approximately 62.8% of the total Of the total variance explained. Importance and priority barriers identified Patterns were obtained in based on subjective pattern and finally proposed some ways for omitting Identified pattern In order to implement the model of industrial clusters in the carpet industry.

Key world: industrial cluster, Inhibiting factors, Handmade Carpet, North Khorasan, Q methodology.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

مقدمه

از دیرباز، جهانیان نام ایران را با فرش‌های آن و قالی را توأم با نام ایران شناخته و می‌شناسند. قالی‌بافی در ایران نقطه‌ی تقاطع فرهنگ، تاریخ و اقتصاد محسوب می‌شود و در بسیاری از مناطق روستایی، عشایری و شهری علاوه بر آن‌که فرش‌بافی از بعد هنری نیازهای درونی بشر را برطرف می‌نماید، در صدور فرهنگ ملی و اسلامی و ایجاد اشتغال و افزایش درآمد سرانه‌ی ملی نقش به‌سزایی داشته است. با این وجود، در سالیان گذشته، همواره سهم بازار فرش ایران از بازارهای جهانی روندی کاهشی داشته و گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نشان می‌دهد که عمده مشکلات صنعت فرش دست‌باف در قالب سه محور تأمین مواد اولیه، تولید و نهایتاً توزیع، بازاریابی و فروش، همچنان پا بر جاست و یکی از راه‌کارهای رفع این معضلات، شکل‌گیری خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف است.

در طول دهه‌های گذشته، تحولات اقتصاد جهانی و ظهور زنجیره‌های ارزش جهانی موجب افزایش تمایل سیاست‌گذاران، دانشگاهیان و دست‌اندرکاران توسعه، به فهم شرایط خاص و اثر متقابل تجمع بنگاه‌های منطقه‌ای و ارتباطات بنگاه‌های بین‌منطقه‌ای شده است. امروزه، انتخاب محل مناسب برای فعالیت شرکت‌ها، تنها یک موضوع عملیاتی نیست، بلکه ابعاد استراتژیک نیز به آن افزوده شده است. از طرف دیگر، در سطح مدیران و سیاست‌گذاران کشورها، منطقه‌ها و شهرها، افزایش رقابت باعث افزایش علاقه‌مندی به درک چگونگی بهبود بهره‌وری و نحوه‌ی جذب بنگاه‌ها در زمینه‌های خاص، فارغ از مزیت‌های عمومی‌مناطق در تأمین ارزان عوامل تولید شده است. به این جهت در کشورهای مختلف، سیاست‌های بهبود رقابت‌پذیری و توسعه‌ی خوشه‌ای که شامل مشارکت گروه وسیعی از ذی‌نفعان است، کلید زده شده‌اند (Ketels,.2004). خوشه های صنعتی مجموعه‌ی جغرافیایی شرکت‌های اقتصادی به همراه تأمین‌کنندگان تخصصی، ارائه‌دهندگان خدمات، شرکت‌های صنایع وابسته و نهادهای محلی در همان منطقه است (Mousaei, Hatefi 2017) که با توسعه‌ی آن‌ها، واحدهای کسب و کار درون خوشه با بازدهی بیشتر و استفاده‌ی تخصصی‌تر از امکانات و اولویت‌های موجود کار می‌کنند و بازده زمانی واکنش آن‌ها نسبت به بازار بسیار کمتر از حالتی است که به صورت انفرادی کار می‌کنند (خوشبو، ۱۳۹۳). در عین حال شناسایی و مواجهه‌ی صحیح با موانعی که از رسیدن به اهداف جلوگیری می‌نمایند، بر عهده رهبران سازمان و مدیران است. موانعی همچون موانع ساختاری، موانع جغرافیایی، موانع مالی و ... ممکن است سدی در برابر پیاده‌سازی صحیح این الگو باشند، لیکن میزان دخالت هریک از این موانع و اهمیت آن‌ها از دید دست‌اندرکاران مشخص نیست. از این رو، محقق در این پژوهش بر آن است تا عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف را از دیدگاه مدیران و افراد ذی‌نفع شناسایی نموده و راه‌کارهای اولیه برای از میان برداشتن آن‌ها پیشنهاد دهد تا این صنعت بتواند با استفاده از این الگوی موفق، راه توسعه‌ای خود را بیش از پیش و با سرعت بیشتر و هم‌تراز رقیبان خود در سرتاسر جهان بپیماید.

مبانی نظری پژوهش

یکی از الگوهای مرسوم توسعه که از حدود سه دهه‌ی پیش مورد توجه محققین در زمینه‌ی توسعه‌ی اقتصادی و صنعتی قرار گرفته خوشه‌های صنعتی است. با توجه به ضعف روش‌ها و راهبردهای سنتی توسعه‌ی اقتصادی، جذابیت مدل توسعه‌ی خوشه‌ای افزایش دو چندان یافته است. خوشه مجموعه‌ای از شرکت‌ها است که در ناحیه یا حوزه‌ای جغرافیایی تمرکز یافته‌اند و با تهدیدها و فرصت‌های مشترکی مواجه هستند. این شرکت‌ها، مجموعه‌ای از محصولات مرتبط یا مکمل را تولید می‌کنند و می‌فروشند. این تمرکز باعث ایجاد کسب وکاری

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

مرتبط می‌شود و به پیدایش خدمات تخصصی، زمینه‌های فنی، مدیریتی و مالی کمک می‌کند (Unido,,2020).

خوشه‌های صنعتی می‌توانند منجر به ایجاد مزیت‌های اقتصادی محلی، وجود صرفه‌های مکانی و صرفه‌های ناشی از تجمع فعالیت‌های بهم مرتبط اقتصادی و در نتیجه انتقال دانش و فناوری و به تبع آن افزایش یادگیری شود. خوشه‌های صنعتی گروهی از بنگاه‌های عمدتاً کوچک و متوسط درون یک صنعت هستند که از لحاظ جغرافیایی در مکانی تمرکز داشته و دارای پیوندهای اقتصادی اجتماعی و فناورانه‌ی گسترده‌ای با یکدیگر هستند (شریف‌زادگان، نورایی، ۱۳۹۵). تشکیل خوشه‌ها فرصتی است که به وسیله‌ی آن می‌توان بسیاری از امکانات توسعه را با تقسیم هزینه‌ها عملی کرد و بسیاری ازاین امکانات را با تقسیم هزینه‌ها تحقق بخشید. همچنین توسعه‌ی منابع انسانی، فناوری و بازار می‌تواند از این طریق انجام شود (Danesh Shakib, 2020). یکی از کالاهایی که می‌تواند به یک عامل توسعه‌ی صادرات غیر نفتی در ایران مطرح شود فرش دست‌باف است. فرش دست‌باف ایرانی به‌عنوان یک هنر و یک کالای ارزشمند است که حجم قابل‌توجهی از تجارت جهانی را به خود اختصاص داده است. اما در سال‌های اخیر سهم فرش دست‌باف ایران از تجارت جهانی از ۳۰% به حدود ۸% کاهش یافته است. با الزامی شدن پیمان‌سپاری ارزی در سال ۱۳۷۴، ارزش صادرات فرش ایران سقوط شدیدی را تجربه کرد. طولانی شدن پروسه‌ی فروش فرش‌های صادراتی ایران در نمایشگاه‌های متعلق به صادرکنندگان در کشورهای اروپایی و امریکا و همچنین افت قیمت جهانی فرش در این دوره می‌تواند از جمله دلایل اصلی افت نسبی حجم صادرات فرش ایران در مقابل ریزش شدید ارزش صادرات باشد. در این دوره و در سال‌های بعد، رقابت دیگر کشورهای تولیدکننده‌ی فرش دست‌باف و بالا بودن هزینه‌ی تولید فرش در ایران نیز کفه‌ی این رقابت را بیشتر به نفع رقبا سنگین می‌کرد. برآیند این وضعیت به‌جایی رسید که فرش ایرانی با وجود داشتن مزیت اصالت و کیفیت، بخشی از سهم بازار موجود را از دست بدهد و از طرفی اعمال تحریم‌های یک‌جانبه از سوی امریکا بر روند این کاهش افزود و همچنین منجر به عدم توفیق در بازارهای نوظهور شد (عبدالمنافی و همکاران، ۱۴۰۰).

ملاحظه‌ی روند تجارت جهانی فرش دست‌باف نشان می دهد که از آغاز بحران جهانی اقتصاد در اواخر سال ۲۰۰۷، صادرات فرش دست‌باف به‌عنوان یک کالای گران قیمت و تزئینی، به شدت افت کرده است. یکی از دلایل کاهش صادرات فرش دست‌باف، عدم وجود استراتژی مشخص توسعه برای این محصول است (تازیکی، ۱۳۹۰).

شهبازی منشادی و سالارزهی (۱۳۹۵) تهدیدات عمده‌ی خارجی بر صنعت فرش دست‌باف ایران را کاهش سهم بازار به دلیل ورود رقبای جدید، فرصت‌شناسی رقبای سنتی و ورود کالاهای جانشین با طرح ها و انواع گوناگون و همچنین نوسانات شدید نرخ ارز دانسته اند. ایشان عواملی همچون بی‌توجهی به خواست، نیاز و سلیقه‌ی بازار جهانی و شناسایی بازار جدید، ضعف در توجه به آمیخته‌های تشویق و ترفیع در کنار شبکه‌های فروش و بهای تمام‌شده‌ی بالارا از نقاط ضعف صنعت فرش ایران می‌دانند. در این میان استان خراسان شمالی با دارا بودن ۱۰۰۰۰ دار قالی‌بافی و ۲۳۵۰۰ بافنده‌ی فعال و پراکنده در مناطق مختلف شهری و روستایی و تولید و صادرات بیش از صدها هزار متر مربع یکی از مراکز گمنام اما مهم تولیدکننده‌ی فرش دست‌باف است (مرکز ملی فرش ایران، ۱۴۰۲). با این وجود پراکندگی وسیع تولیدکنندگان و بافندگان فرش در روستاهای مختلف باعث شده است که در بسیاری از زمینه‌ها نتوان زیر ساخت‌های مورد نیاز توسعه‌ی این بخش از قبیل برگزاری دوره‌های آموزشی، دسترسی برای جمع‌آوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی، دسترسی مناسب برای ارتقاء سطح کیفیت و تکنولوژی و ... را برای ایشان فراهم نمود. عدم توزیع دانش و تجربه بین ذینفعان خوشه با یکدیگر و تأمین‌کنندگان و ... یکی از مشکلات این امر است که هم نحوه‌ی خرید و فروش محصول را با مشکل مواجه نموده است و هم

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

تأمین مناسب مواد اولیه را با معضلاتی روبه رو ساخته است. با توجه به مطالعات میدانی انجام شده، فرصت‌ها و نقاط قوت صنعت فرش دست‌باف در استان خراسان شمالی و نیز وجود فراوانی مناسب واحدهای تولید فرش دست‌باف در استان و حمایت نهادهای پشتیبان از ارائه‌ی الگویی که بتواند به توسعه‌ی این صنعت در استان کمک نماید، الگوی توسعه خوشه‌ای برای صنعت فرش دست‌باف با تمرکز بر توسعه‌ی بازارهای داخلی و بین‌المللی می‌تواند باعث تثبیت و توسعه‌ی اشتغال موجود در استان شده و ارزش افزوده‌ی ناشی از تولیدات این صنعت را که هم اکنون به دلیل عدم توانمندی و توسعه‌یافتگی فعالین این صنعت نصیب تجار و واسطه‌های دیگر استان‌ها می‌شود، به فعالین این صنعت در استان بازگرداند (تازیکی ۱۳۹۰). با این وجود خوشه شدن با موانع زیادی روبروست که این موانع بسته به نوع صنعت، فرهنگ منطقه، موقعیت جغرافیایی و... متفاوت است. با این حال با توجه به جستجوهای محقق به نظر می‌رسد تاکنون، تلاش کمی‌به صورت منسجم برای شناسایی و اولویت‌بندی عوامل بازدارنده‌ی شکل‌گیری خوشه‌ی صنعتی در ایران وخصوصاً در خراسان شمالی صورت گرفته است. از این رو این پژوهش سعی می‌کند تا نقاط مبهم وکشف نشده‌ی دلایل عدم تشکیل خوشه صنعتی فرش دست‌باف را کشف کرده و آن را برای توسعه‌ی هرچه بیشتر این صنعت سودآور در اختیار ذی نفعان امر قرار دهد.

گلجام
دوفصلنامه علمی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۴۰
پاییز و زمستان ۱۴۰۰

پیشینه‌ی پژوهش

در بررسی پیشینه‌ی پژوهش از طریق موتورهای جستجو و بانک‌های اطلاعات در دسترس تعداد اندکی پژوهش که به صورت منسجم در شناسایی موانع و عوامل عمده‌ی جلوگیری‌کننده از تشکیل خوشه صنعتی و اولویت‌بندی این عوامل در داخل و خارج کشور انجام شده‌باشد مشاهده شده است. با این حال حسن جانی (۱۳۸۷) در پایان‌نامه‌ی خود اجزای مؤثر بر عملکرد یک ابداء خوشه‌ای را در قالب سه عنصر «محیط، هدف و فرآیند» شناسایی کرده است. وی بر اساس نتایج نظری و داده‌های گردآوری شده، اقدامات لازم برای توسعه‌ی خوشه‌ی قطعات خودروی تبریز را بر اساس اهمیت اولویت‌بندی می‌کند. برمبنای نتایج نهایی، بالاترین اولویت در هر یک از سه عنصر مدل بدین شرح است: در عنصر محیط، «افزایش اعتماد در این خوشه از طریق اقدامات و مکانیزم‌های گوناگون» مهم‌ترین حوزه‌ی فعالیت است؛ در سطح کنونی توسعه‌ی این خوشه، «ایجاد شبکه‌ها و تحقیق درباره‌ی خوشه» باید به‌عنوان مهم‌ترین هدف مدنظر قرار گیرد؛ و نهایتاً «افزایش توافق در بین ذی‌نفعان خوشه بر روی اهداف و اقدامات قابل انجام»، مهم‌ترین اقدام در عنصر فرآیند تلقی می‌شود. یونیدو اعتماد را از عوامل مهم در فرآیند خوشه‌سازی معرفی می‌کند و آن را همانند نقطه‌ی اتصالی می‌داند که ذی‌نفعان خوشه که منافع متفاوت و متعارضی دارند چنان به هم پیوند می‌زند که به آنان اجازه می‌دهد با هم برای رسیدن به اهداف مشترک کار کنند (Unido, 2017).

ایوبی اردکان و معتمدی (۱۳۹۱) بیان نموده‌اند که حمایت و برانگیختن گروهی از صنایع کوچک مستقر در یک منطقه‌ی جغرافیایی با کاستن یا از میان برداشتن موانع رایج آن‌ها و تسهیل و تأمین عوامل رشد آن‌ها، باعث خلق سرمایه‌ی اجتماعی می‌شود و سیاست‌های یکپارچه اهرم‌های دستیابی به نتایج اثربخش به سمت توسعه‌ی پایدار در یک محدوده‌ی جغرافیایی است. داداش‌پور (۱۳۸۸) بیان می‌کند که خوشه‌بندی صنعتی می‌تواند به افزایش صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، دسترسی به بازار، شکل‌گیری بازار نیروی کار محلی، افزایش تحرک نیروی کار، ایجاد بازخورد از طریق شبکه‌های رسمی و غیر رسمی بی‌انجامد. (Holt & Moen, 2010) به بررسی محرک‌ها و ضوابط اصلی برای موفقیت خوشه‌ی صنعتی ساخت ادوات دریایی پرداختند. در این گزارش به دو دسته محرک کلان و خرد اشاره شده است. در دسته‌ی اول به عواملی مانند الزامات خارجی و جهانی شدن، دخالت و حمایت

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

دولت و جذابیت صنعت و در دسته‌ی دوم یا محرک‌های خرد، مواردی همچون شبکه و تعامل ذی‌نفعان، نوآوری و کارآفرینی، آموزش و تحقیق و توسعه، همکاری تجاری و تجربه عملیاتی و دسترسی به سرمایه‌ی آورده‌شده است. علیزاده ثانی و شجاعیان (۱۳۹۳) عوامل موفقیت خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی را در دو موقعیت وضعیت مطلوب و وضعیت موجود بررسی نموده‌اند. ایشان بهبود عواملی همچون زیرساخت فیزیکی، حمایت دولت، سطح تحصیلات و وضعیت دسترسی به مواد خام از سوی تأمین‌کنندگان، دسترسی به نیروی کار ماهر و کارایی محیط کسب و کار، اعتماد بین بازیگران اصلی شبکه‌های درونی، دسترسی مناسب به بازار برای بازایابان را از عوامل اصلی موفقیت خوشه‌ی مورد مطالعه‌ی خود معرفی نموده‌اند.

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ ماهیت از نوع اکتشافی است. روش‌شناسی کیو یکی از روش‌های مناسب در انجام تحقیقات اکتشافی است. طرح و بررسی فرضیه در مطالعات کیو مانند مطالعات کمی مطرح نیست زیرا فرضیه از اعتقاد پژوهشگر و یا یک نظریه است و در واقع چیزی است که او "انتظار" دارد رد یا قبول شود، در حالی که مطالعه‌ی کیو مبتنی بر عقاید و ذهنیت افراد و به نوعی اکتشافی است (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶: ۲۸-۲۹). و از آن‌جایی که در پژوهش‌های اکتشافی پژوهشگر تلاش می‌کند حوزه‌های جدید پژوهش راکشف کند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴۹)، تحقیق حاضر فاقد فرضیه مشخص است. از نظر جهت‌گیری نیز در چارچوب تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد، زیرا با استفاده از نتایج این پژوهش می‌توان برای حل مسائلی خاص در سازمان پیشنهاد ارائه نمود و از لحاظ گردآوری اطلاعات از نوع پژوهش‌های توصیفی- پیمایشی است. شایان ذکر است که استفاده از روش‌شناسی کیو نیز این پژوهش را در زمره‌ی پژوهش‌های آمیخته (کمّی-کیفی) قرار می‌دهد. این پژوهش در حیطه و حوزه‌ی نظری مدیریت صنعتی و به‌طور خاص در زمینه‌ی موضوعی خوشه‌های صنعتی و شناسایی موانع ایجاد خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف بر اساس بررسی و مقایسه و الگویابی دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان پژوهش، صورت می‌گیرد. در این پژوهش به منظور گردآوری اطلاعات مورد نیاز جهت ایجاد فضای گفتمان و انتخاب عبارات کیو، از مطالعات کتابخانه‌ای و انجام مصاحبه با خبرگان امر که نمونه‌ی کوچک انتخابی از جامعه‌ی آماری شامل مدیران، کارشناسان، متخصصان آگاه در زمینه‌ی خوشه و مشاوران سطوح مدیریتی شرکت شهرک‌های صنعتی و سازمان صنایع و معادن، بافندگان و تولیدکنندگان فرش دست‌باف در استان خراسان شمالی است با استفاده از کارت‌های کیو و مرتب‌سازی آن‌ها بر روی نمودار کیو و با استفاده از نرم‌افزار spss به جمع‌بندی اطلاعات خواهیم پرداخت.

جدول ۱- روش‌های گردآوری اطلاعات به تفکیک مراحل انجام پژوهش

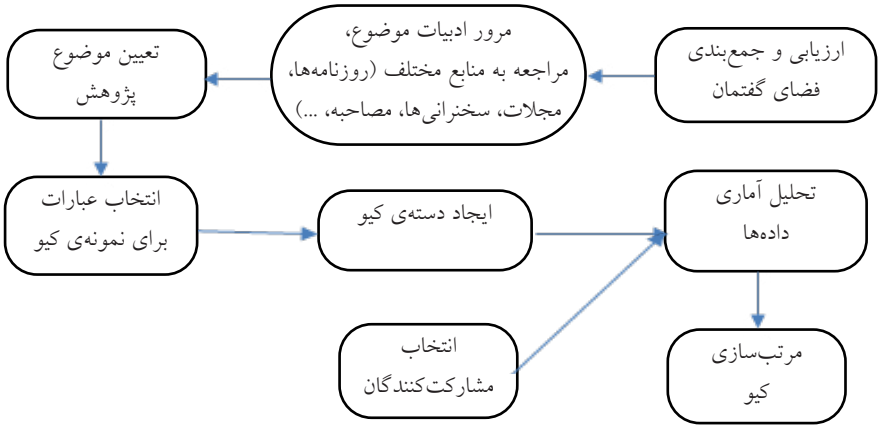
مرحله‌ی انجام پژوهش	روش گردآوری اطلاعات
جمع‌آوری فضای اولیه‌ی گفتمان پژوهش	مصاحبه با مدیران، کارشناسان و تولیدکنندگان فرش دست‌باف، مرور ادبیات موضوع (پژوهش‌های علمی‌گذشته، افکار جمعی کارکنان)
ارزیابی و جمع‌بندی فضای گفتمان	مراجعه به نظر خبرگان دانشگاهی و خوشه‌ی فرش
ایجاد دسته‌ی کیو و انجام پژوهش	کارت‌های کیو و مرتب‌سازی آن‌ها بر روی نمودار کیو
ارائه‌ی پیشنهادات	مرور ادبیات و استدلال محقق

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

روش‌شناسی کیو

روش‌شناسی کیو فنی است که پژوهشگر را قادر می‌سازد تا اولاً ادراکات[1] و عقاید[2] فردی را شناسایی و طبقه‌بندی کند و ثانیاً به دسته‌بندی گروه‌های افراد بر اساس ادراکات آن‌ها بپردازد. آشکار ساختن الگوهای مختلف تفکر هدف اصلی این فن است. در واقع این ویژگی است که روش‌شناسی کیو را به روش‌های تحقیق کیفی نزدیک می‌سازد. البته این روش از ویژگی‌های روش‌های کمی نیز برخوردار است و از آن بهره می‌گیرد. در این روش از روش‌های آماری مانند تحلیل عاملی[3] به منظور دسته‌بندی افراد استفاده می‌شود (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۶: ۱۴).

روش‌شناسی کیو از این نقطه نظرات ذهنی برای ساخت گونه‌شناسی دیدگاه‌های متفاوت استفاده می‌نماید و مبنایی برای مطالعه‌ی نظام‌مند ذهنیت، دیدگاه‌های فردی، عقاید، باورها، نگرش‌ها، و تمایلات آن‌ها است. در این روش، به جای متغیرها، افراد مورد تحلیل قرار می‌گیرند و این تفاوت اصلی این روش با سایر روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی است (Boros, 2006). این تفاوت از این حیث است که در روش‌های تحقیق متداول n نفر را انتخاب و m ویژگی را «از آن‌ها» اندازه‌گیری می‌کنند، در حالی که در مطالعه‌ی کیو m نفر انتخاب می‌شوند تا «خودِ آن‌ها» n ویژگی را اندازه‌گیری کنند. روش‌شناسان کیو ذهنیت[4] را زیربنای واقعیت[5] می‌دانند. از این‌رو، خاستگاه روش‌شناسی کیو به منظر سازه‌گرایی[6] برمی‌گردد (خوشگویان‌فرد، ۳۸۶: ۱۵). روش کیو را پیوند بین روش‌های کیفی و کمی می‌دانند. زیرا از یک سو، نمونه‌ی افراد معمولاً به طور هدف‌مند و با اندازه‌ای کوچک انتخاب می‌شود، که آن را به روش کیفی نزدیک می‌سازد، و از طرف دیگر یافته‌ها از طریق تحلیل عاملی و به صورتی کاملاً کمی‌به دست می‌آیند. بنابراین می‌توان آن را جزء روش‌های آمیخته به حساب آورد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴۹).



شکل ۱- مراحل انجام مطالعه‌ی کیو (خوشگویان فرد، ۱۳۸۷)

در روش شناسی کیو لازم نیست تا نمونه‌ی آماری به شکل تصادفی از جامعه‌ی آماری انتخاب شود. در این روش افراد به دلیل داشتن یک نظر خاص درباره‌ی موضوع مورد پژوهش به شکل کاملاً آگاهانه انتخاب می‌شوند. در این پژوهش از آن‌جا که هدف، انجام تجزیه و تحلیل دقیق بر روی تعداد اندکی نمونه بوده و نه تجزیه و تحلیل سطحی بر روی تعداد زیادی از افراد، نمونه‌ای ۱۰ نفری انتخاب شده است. در مطالعه‌ی کیو توزیع

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

مشارکت‌کنندگان در بین ذهنیت‌های مختلفی کشف‌شده اهمیتی ندارد، نمونه‌ی افراد معمولاً به صورتی هدف‌مند و غیر احتمالی انتخاب می‌شود (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۶: ۴۵-۴۷) بنابراین می‌توان گفت نمونه‌گیری به صورت قضاوتی صورت گرفته است. در پژوهش حاضر به‌منظور شناسایی موانع تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف از میان تمام ذی‌نفعان فرش استان خراسان شمالی، تعداد ۱۰ نفر به‌عنوان مشارکت‌کنندگان انتخاب شدند. این انتخاب با مشورت رئیس اتحادیه‌ی فرش و نیز عامل توسعه‌ی خوشه‌ی فرش در استان به‌صورت نمونه‌گیری هدف‌مند و غیر احتمالی صورت گرفت. لذا انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بر اساس «ارتباط نزدیک آن‌ها با موضوع پژوهش»، «ذی‌نفع بودن» و «اهمیت حضور آن ها در پژوهش» انجام گرفت.

جدول ۲- مشخصات مشارکت‌کنندگان تحقیق

مشارکت‌کنندگان	جنسیت	سن	شغل	سطح تحصیلات	سابقه در خوشه‌ی صنعتی	سابقه‌ی شغلی در صنعت فرش
۱	مرد	۳۹	طراح فرش	کارشناسی ارشد	۳ سال	۲۲ سال
۲	زن	۴۳	عضو هیئت علمی دانشگاه	دکتری	۵ سال	۳ سال
۳	مرد	۳۰	کارشناس توسعه‌ی شرکت شهرک‌های صنعتی	کارشناسی ارشد	۴ سال	۲ سال
۴	مرد	۲۸	دستیار عامل توسعه‌ی خوشه‌ی فرش دست‌باف استان	کارشناسی ارشد	۴ سال	۳ سال
۵	مرد	۵۴	تاجر فرش	دانشجوی دکتری	۳ سال	۲۸ سال
۶	مرد	۶۲	معاون صنایع شرکت شهرک‌های صنعتی استان	کارشناسی ارشد	۴ سال	۱۸ سال
۷	مرد	۳۵	رئیس اداره اصناف و فرش استان	کارشناسی ارشد	۴ سال	۲۲ سال
۸	مرد	۴۶	تولیدکننده‌ی فرش	کارشناسی ارشد	۴ سال	۳۸ سال
۹	مرد	۴۲	قائم مقام شرکت شهرک‌های صنعتی استان	لیسانس	۲ سال	۱۸ سال
۱۰	مرد	۶۰	تولیدکننده و تاجر فرش	لیسانس	۴ سال	۲۰ سال

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

تعداد ۵۲ عبارت به‌عنوان عبارات نهایی نمونه‌ی کیو در پژوهش حاضر به‌گونه‌ای انتخاب شدند که بتوانند ذهنیت‌ها و عقاید مختلف و متفاوت مشارکت‌کنندگان پژوهش را دربر گیرند. کد مربوط به هرکدام از این عبارات در کارت‌های کیو که اساس محاسبات و تحلیل‌های بعدی است، در جدول نمایان است.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

جدول ۳- عبارات نهایی نمونه‌ی کیو

کد عبارت	نمونه کیو	منبع
۱	کارگاه‌های تولیدی در سطح استان پراکنده‌اند و در یک نقطه‌ی جغرافیایی خاص متمرکز نیستند.	Russo, 2000
۲	رقابت کارگاه‌های تولید فرش بر سر شکستن قیمت به جای رقابت در کیفیت، آن‌ها را از همکاری بازداشته است	Parkan, 2008
۳	مجموعه‌ی مدیریت استان و نیز سازمان‌های مربوطه، حمایت لازم را از خوشه‌سازی انجام نمی‌دهند.	ابویی، ۱۳۹۱
۴	کارگاه‌های تولیدی تمایل به استفاده از تکنولوژی‌های مشترک را ندارند.	Unido, 2017
۵	تولیدکنندگان فرش استان ازکانال‌های توزیع و تحقیقات بازاریابی مشترک استفاده نمی‌کنند.	خوشبو، ۱۳۹۳
۶	جذابیت‌های خوشه در استان توانایی جذب کارگزاران بازارهای دوردست را ندارد.	Danesh Shakib,2020
۷	بین کارگاه‌های تولیدی روابط متراکم شبکه‌ای وجود ندارد.	منصوری، ۱۳۸۳
۸	افراد ذی‌نفع در خوشه منافع فردی خودشان را به منافع خوشه ترجیح می‌دهند.	Unido, 2017
۹	زمینه‌های آموزشی برای افراد شاغل در خوشه فراهم نشده است.	خوشبو، ۱۳۹۳
۱۰	مدیران بنگاه‌های تولیدی در خوشه آموزش‌های لازم را درخصوص خوشه فرانگرفته‌اند.	خوشبو، ۱۳۹۳
۱۱	برنامه‌های استانداردسازی منسجمی درحوزه‌ی ساختار خوشه‌ی صنعتی در کشور وجود ندارد.	خوشبو، ۱۳۹۳
۱۲	به دلیل کافی نبودن اطلاعات داده‌شده از سوی صاحبان صنایع در خوشه، تبادل تجارب ارزشمند و اطلاعات در بین آنان انجام نمی‌شود.	Unido, 2020
۱۳	مدت فرایند اعتمادسازی در بین اعضای خوشه طولانی است.	Altenburg, 1999
۱۴	بازیگران خوشه قادر نیستند به راحتی به منابع مالی دست پیدا کنند.	ولیزاده، ۱۳۸۶
۱۵	محیط ایجادشده در خوشه به حد کافی جالب و جذاب نسیت که بتواند موجب افزایش کیفیت زندگی شود.	ولیزاده، ۱۳۸۶
۱۶	بنگاه‌های تولید فرش در استان دسترسی آسان به مواد اولیه ندارند.	Altenburg, 1999
۱۷	افرادی به‌عنوان رهبر خوشه که نقش آن‌ها شناخته و به وضوح پذیرفته شده‌باشد در استان وجود ندارد.	Unido, 2017
۱۸	ارتباط متقابل بین خوشه و مراکز پژوهشی، نهادهای فنی، دانشگاه‌ها، و... در استان وجود ندارد.	Porter, 2001
۱۹	وجود تعصب‌های قومی و محلی در بین بنگاه‌ها (به دلیل تنوع فرهنگی استان) باعث شکل نگرفتن پیوندهای مختلف در خوشه شده است.	Danesh Shakib,2020

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

کد عبارت	نمونه کیو	منبع
۲۰	تولیدکنندگان خوشه موفق به برقراری شبکه‌های تجاری و پیوند تجاری با بازارهای بزرگ و دوردست نشده‌اند.	اشمیتز و دیگران، ۱۳۸۱
۲۱	تحریم‌های مؤثر علیه واحدهایی که به توافقات جمعی توجهی نمی‌کنند وجود ندارد.	اشمیتز و دیگران، ۱۳۸۱
۲۲	از نشریات، تبلیغات و بروشور و رسانه برای توصیف فواید شبکه استفاده نمی‌شود.	Cooke, 2001
۲۳	نماینده و یا نمایندگانی ازدانشگاه‌ها و یا مراکز علمی‌به صورت دائم در مجموعه حضور ندارند.	کولایی، ۱۳۹۰
۲۴	زمینه‌ی لازم جهت دعوت از خبرگان صنعت فرش برای انتقال تجارب آن‌ها به مجموعه‌ی خوشه فراهم نشده است.	Cooke, 2001
۲۵	بنگاه‌های بزرگ تولید فرش و مواد اولیه آن تمایلی برای ورود به خوشه ندارند.	خوشبو، ۱۳۹۳
۲۶	پویایی در رقابت بین بافندگان و تولیدکنندگان محلی به چشم نمی‌خورد.	Perry, 2007
۲۷	بنگاه‌های تولیدی منطقه در زمینه‌ی تجارت فرش تجربه‌ی چندانی ندارند.	Parkan, 2008
۲۸	سرمایه‌گذاری موجود در زمینه‌ی یادگیری کافی نبوده و پیوسته نیست.	Perry, 2007
۲۹	ریسک‌های احتمالی ایجادشده درخوشه در زمینه‌های مختلف بین بنگاه‌ها به صورت مساوی تقسیم نمی‌شود.	Perry, 2007
۳۰	عامل خوشه از لحاظ مختلف مانند: مدرک تحصیلی، بومی‌بودن و...، درست انتخاب نشده است.	ابویی اردکان و معتمدی، ۱۳۹۱
۳۱	عامل نظارت بر پروژه توسعه‌ی خوشه در استان، خود ذی‌نفع بوده و منافع خود را به منافع خوشه ترجیح می‌دهد.	ابویی اردکان و معتمدی، ۱۳۹۱
۳۲	قالی‌بافان به دلایلی مانند سرمایه‌گذاری کمتر، نظارت کمتر دستگاه‌ها و...، علاقه به تولید فرش به صورت غیر متمرکز دارند.	مصاحبه
۳۳	اجرای قوانین تأمین اجتماعی در سال‌های اخیر باعث مقرون به صرفه نبودن تولید فرش در کارگاه‌ها، به دلیل افزایش قیمت تمام شده به میزان ۳۰ درصد شده است.	مصاحبه
۳۴	در صورت دریافت مجوز کارگاه تولید قالی به صورت متمرکز، با طرح مذکور مشابه طرح‌های صنعتی برخورد می‌شود و متقاضی با مشکلاتی نظیر پرداخت هزینه‌های تفکیک زمین، تغییر کاربری و... مواجه می‌شود.	مصاحبه
۳۵	۸۰ درصد بافندگان فرش استان را زنان تشکیل می‌دهند و آن‌ها در فعالیت‌های خوشه‌ای، محدودیت شرکت دارند.	مصاحبه
۳۶	تقریباً ۶۰ درصد بافندگان فرش در استان به دلیل بافندگی درکنار کشاورزی و دامپروری در شش ماه اول سال غیر فعال هستند و بافندگی شغل دوم آن‌ها محسوب می‌شود.	مصاحبه
۳۷	محروم بودن استان و عدم دسترسی و نبود امکانات زیرساختی مناسب نظیر راه آهن، راه مناسب، و ... یکی از موانع اصلی ایجاد خوشه به‌شمار می‌آید.	مصاحبه و افکار جمعی

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

کد عبارت	نمونه کیو	منبع
۳۸	پشم تولیدشده در استان به دلیل داشتن پرز زیاد، برای تولید قالی مناسب نیست و تولیدکنندگان ترجیح می‌دهند که نخ مورد نیاز را از دیگر شهرستان‌ها تأمین کنند.	مصاحبه
۳۹	نبود واحدهای خدمات‌دهنده و مکمل تولید فرش مانند واحد پرداخت و قالیشویی و فرستادن فرش به خارج از استان باعث افزایش هزینه‌ی تولید شده است.	مصاحبه
۴۰	عمده‌ی بافندگان استان به دلیل سکونت در مناطق روستایی، از سطح سواد مناسب برخوردار نیستند.	مصاحبه
۴۱	وجوه مختلف اعتماد اجتماعی مانند اعتماد مردم به یکدیگر، مردم به نهادهای اصلی جامعه، نهادهای مذکور به یکدیگر و حکومت و این نهادها به مردم کم‌رنگ است.	مصاحبه و افکار جمعی
۴۲	شاغلان فعال در بخش صنعت فرش در مقایسه با بخش‌های دیگر از نظر دارایی اقتصادی در وضعیت نامساعدتری هستند و از نظر شاخص‌های رتبه‌ی اجتماعی در جایگاه واقعی خود قرار ندارند.	مصاحبه
۴۳	شاغلان صنعت فرش کمتر در مراکز تصمیم‌گیری حضور دارند و بیشتر مجری قوانین و مقررات و برنامه‌های صادره هستند تا این‌که در تدوین آن نقش داشته باشند	مصاحبه
۴۴	فقدان فعالیت‌های مناسب، در جهت توسعه‌ی بازار و محدودیت فعلی بازار عرضه فرش، باعث وجود رقابت در سطوح مختلف و سطح پایین دسترسی به منبع فروش مطمئن شده که افراد را به یکدیگر بی‌اعتماد کرده است.	مصاحبه
۴۵	متخصصینی که هم به ابعاد هنری و اقتصادی فرش و هم به عواقب بی‌توجهی به این موارد آگاه باشند و در عین حال سیاست‌گذاران وتصمیم‌گیرانی از روی عقل و منطق باشند، وجود ندارد.	مصاحبه
۴۶	عدم وجود شناسنامه برای فرش‌های ایرانی که مشخصات کامل بافنده و فرش در آن ثبت شده باشد، باعث تقلید رقبا و ارائه‌ی فرش‌های تقلبی خود با نام فرش ایرانی شده است.	مصاحبه
۴۷	دولت برای صادرات فرش در سطح کلان کشور، راهبرد مشخصی ندارد.	مصاحبه
۴۸	واحدهای طراحی فرش در استان کم است و طرح‌های آن‌ها با نیازهای مشتریان داخلی و خارجی تطابق ندارد.	مصاحبه
۴۹	مشکلات موجود در فرآیند پرورش دام در استان، به‌عنوان یکی از تأمین‌کنندگان مهم مواد اولیه، از موانع تشکیل خوشه‌ی فرش به شمار می‌رود.	مصاحبه
۵۰	اکثر قالی بافان به بهبود وضعیت اقتصادی خود در این حرفه اعتقاد ندارند و تنها آن را منبعی اندک جهت امرار معاش روزانه خود می‌دانند.	مصاحبه
۵۱	داده‌های آماری دقیق در بخش‌ها و شاخه‌های مختلف فرش نظیر: تعداد بافندگان روستایی و شهری، تعداد کارگاه‌های فعال و... به‌صورت تفکیکی و کلی وجود ندارد.	مصاحبه
۵۲	امکانات مناسب جهت پرداخت و شستشوی فرش‌های صادراتی استان شکل نگرفته است.	مصاحبه

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

هر کدام از عبارات جدول فوق، با کد مختص به خود بر روی یک کارت به نام کارت کیو نوشته شده است که از نظر ظاهری (شکل، رنگ، اندازه، قلم، سبک نگارش، و ...) کاملاً با یکدیگر یکسان بودند. سپس این کارت‌ها در اختیار مشارکت‌کنندگان پژوهش قرار گرفت تا بر اساس دستورالعمل مرتب‌سازی کیو اقدام به قرار دادن هر کدام از کارت‌ها بر روی نمودار کیو کنند، نحوه‌ی امتیازدهی هر کدام از مشارکت‌کنندگان به عبارات نمونه‌ی کیو بر روی نمودار کیو، توسط فرم مخصوصی که برای این منظور طراحی شده بود، ثبت و جمع‌آوری شد. داده‌های حاصل از مرتب‌سازی مشارکت‌کنندگان در نرم‌افزار SPSS وارد شد تا به کمک تحلیل عاملی کیو ذهنیت‌های مختلف این مشارکت‌کنندگان شناسایی شود و به کمک آن به سؤالات پژوهش پاسخ داده شود.

تحلیل عاملی کیو

به منظور تحلیل آماری داده‌های حاصل از مرتب‌سازی‌ها، از تحلیل عاملی که یک روش چند متغیره و کمی‌است، برای شناسایی ذهنیت‌های مشابه بین مشارکت‌کنندگان پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد. بدین منظور از ابزار آماری تحلیل عاملی کیو استفاده می‌شود. روش تحلیل عاملی، اصلی‌ترین روش آماری برای تحلیل ماتریس داده‌های کیو است. تحلیل عاملی در بهترین حالت، مجموعه‌ای از متغیرها را به چند دسته تقسیم می‌کند که از آن به کاهش ابعاد مجموعه‌ی داده‌ها تعبیر می‌شود. اساس این دسته‌بندی یا تعبیر فنی استخراج عوامل[۷]، ماتریس همبستگی بین این متغیرهاست. عامل‌ها به روش واریماکس[۸] که نوعی چرخش متعامد است، چرخش یافتند. اعداد استخراج شده از تحلیل عاملی کیو به روش مؤلفه‌های اصلی هستند[۹] (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶: ۶۸-۶۹). مقدار واریانس کل تبیین شده در جدول زیر آمده است:

جدول ۴- واریانس کل تبیین‌شده[۱۰] روش استخراج: تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های اصلی

عامل[۱۱]	مجموع چرخش بارگذاری مربعات[۱۲]		
	جمع کل	٪ انحراف معیار[۱۳]	٪ انحراف معیارتجمعی[۱۴]
۱	۲,۳۲۲	۲۳,۲۱۷	۲۳,۲۱۷
۲	۲,۰۰	۲۰,۰۰	۴۳,۲۱۷
۳	۱,۹۶۴	۱۹,۶۴۰	۶۲,۸۵۷

جدول کل واریانس تبیین شده نشان می‌دهد که نرم‌افزار SPSS با توجه به دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان، جمعا سه عامل (الگوی ذهنی) را شناسایی (عواملی که دارای مقادیر ویژه‌ی بالای ۱ هستند) و سه عامل جمعاً در حدود ۶۲,۸% واریانس کل را تبیین و پوشش می‌دهند. بر اساس این جدول عامل (الگوی ذهنی) اول ۲۳,۲% واریانس کل و عامل‌های بعدی به ترتیب ۲۰% و ۱۹,۶% واریانس کل را تشکیل می‌دهند.
در شکل ۲، نمودار سنگ‌ریزه نشان داده شده است.

گلجام
دوفصلنامه علمی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۴۰
پاییز و زمستان ۱۴۰۰

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]



شکل ۲- نمودار سنگ‌ریزه

در این نمودار، عامل‌های با مقادیر ویژه بالای یک (بالای خط قرمز) یا همان عوامل (الگوی ذهنی) اصلی کاملاً مشخص هستند. این نمودار تصویر مقدار ویژه را در هریک از مؤلفه‌های استخراج‌شده نشان می‌دهد که چون از بزرگ‌ترین مقدار ویژه شروع می‌شود همواره نزولی است. مقدار ویژه با استخراج عامل‌های بعدی به سرعت افت می‌کند. در این نمودار عامل‌ها یا مؤلفه‌ها در محور افقی Y و مقادیر ویژه در محور عمودی X نشان داده می‌شود طوری که همراه با حرکت به سمت راست از مقادیر ویژه نیز کاسته می‌شود. در این نمودار استخراج عامل‌ها تا جایی ادامه داده می‌شود که میزان واریانس خاص از واریانس مشترک کمتر باشد، یعنی قبل از این‌که واریانس خاص از واریانس مشترک پیشی بگیرد. به‌عبارتی تا جایی ادامه می‌یابد که سهم واریانس مشترک از سهم واریانس خاص بیشتر است. البته ذکر این نکته فراموش نشود که در نمودار سنگ‌ریزه، عامل‌هایی انتخاب می‌شوند که مقدار ویژه‌ی آن‌ها بزرگ‌تر از عدد یک است و نه برابر با عدد یک. یعنی نقطه‌ی برابر با عدد یک به‌عنوان عامل انتخاب نمی‌شود (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۶).

در جدول ۵ ماتریس چرخش‌یافته‌ی عامل‌ها نشان داده شده است. با توجه به این ماتریس، افرادی که در هریک از این سه الگوی ذهنی قرار می‌گیرند، مشخص شده‌اند.

جدول ۵- ماتریس چرخش یافته‌ی عامل‌ها[۱۵]روش استخراج: تجزیه و تحلیل مؤلفه روش چرخش: واریماکس نرمال‌شده

	عامل		
	۱	۲	۳
مشارکت‌کننده ۵	.۷۹۸	.۰۹۲	-.۰۰۷
مشارکت‌کننده ۲	.۷۶۷	.۱۹۴	-.۰۵۷
مشارکت‌کننده ۱	.۷۳۳	.۱۵۷	.۱۷۸
مشارکت‌کننده۷	.۰۸۵	.۹۴۷	.۰۸۲
مشارکت‌کننده ۶	.۲۰۸	.۸۹۷	.۱۷۸
مشارکت‌کننده ۸	.۰۰۹	.۲۱۸	.۷۷۹
مشارکت‌کننده ۳	-.۱۹۲	.۰۵۲	.۶۶۱
مشارکت‌کننده ۴	.۳۸۵	.۰۳۲	.۶۱۱
مشارکت‌کننده ۱۰	.۵۲۰	-.۲۵۲	.۵۲۱
مشارکت کننده ۹	.۲۲۹	.۳۳۷	.۴۵۰

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

اگر قدر مطلق بار عاملی از $\frac{1.96}{\sqrt{n}}$ یا $\frac{1.96}{\sqrt{n}}$ بزرگ‌تر باشد (n تعداد کارت‌های مطالعه‌ی کیو)، آن‌گاه آن بار عاملی به ترتیب با اطمینان ۹۵ و۹۹ درصد معنی داراست (خوشگویان‌فرد، ۱۳۸۶: ۷۵). نظر به این‌که بارهای عاملی بزرگ‌تر از $\frac{2.57}{\sqrt{52}} \cong 0.35$ هستند، از این‌رو می‌توان گفت با اطمینان ۹۹ درصد بارهای عاملی رنگ‌شده معنی دار هستند. بنابراین مشارکت‌کنندگان شماره‌ی ۵، ۲ و ۱ مشترکاً عامل (الگوی ذهنی) اول، مشارکت‌کنندگان شماره‌ی ۷ و ۶ مشترکاً عامل (الگوی ذهنی) دوم و مشارکت‌کنندگان شماره‌ی ۸، ۳ و ۴و ۱۰و ۹ مشترکاً عامل (الگوی ذهنی) سوم را تشکیل می‌دهند.

امتیازهای عاملی

برای بررسی امتیازهای عاملی از اطلاعات داده‌های اولیه واردشده از جدول کیو و همچنین، از جدول بارهای عاملی استفاده می‌کنیم. برای محاسبه‌ی امتیازهای عاملی، ابتدا وزن عامل‌های معنی‌دار را مورد بررسی قرار می‌دهیم. وزن مربوط به هر بار عاملی از رابطه‌ی وزن‌دهی اسپریمن[۱۶] $W = \frac{f}{1-f^2}$ به‌دست می‌آید. در این فرمول، f همان بار عاملی و w وزن متناظر با آن است (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶: ۷۹). در مرحله‌ی بعد، هریک از وزن‌ها ضرب در رتبه‌های اولیه حاصل از نمودار کیو (با توجه به طیف مورد بررسی) برای هریک از افراد شده و امتیاز عامل‌ها به‌دست می‌آید. در این‌جا، تمامی‌مراحل توسط SPSS طی شده است تا امتیازهای عامل به‌دست آیند.

نمایش آرایه‌های عاملی در قالب نمودار کیو

در این قسمت، تمام آرایه‌های عاملی استخراج‌شده در قالب نمودار کیو و به صورت جداول زیر نشان داده می‌شوند. در جدول ۶ با توجه به ماتریس چرخش‌یافته، مشارکت‌کنندگان P2,P5 و P1 که در شناسایی عامل یا الگوی ذهنی اول مشترک هستند، عوامل ۳، ۲، ۱۳ و ۳۷ را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی کرده‌اند. این به این معنا است که این عبارات بیشترین امتیاز را از نظر مشارکت‌کنندگان الگوی ذهنی اول به خود اختصاص داده‌اند. همچنین از نظر آن‌ها عوامل ۳۰، ۲۷، ۴۶ و ۳۱ از کمترین اهمیت برخوردار هستند. به عبارت بهتر، این عوامل کم‌ترین امتیاز را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۶- آرایه‌ی عاملی اول در غالب نمودار کیو

-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵
۳۰	۲۷	۲۰	۴۰	۵۱	۲۵	۴۲	۲۶	۱۶	۱۳	۳
	۳۱	۶	۲۱	۱۲	۲۸	۸	۱۹	۱۴	۲	
	۴۶	۱۷	۴	۳۳	۲۹	۳۲	۳۵	۱	۳۷	
		۲۴	۳۹	۱۵	۷	۱۸	۴۱	۲۲		
		۴۳	۵۰	۴۵	۳۴	۱۰	۵	۲۳		
			۹	۳۸	۱۱	۳۶	۴۹			
				۵۲	۴۴	۴۷				

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

در جدول ۷ با توجه به ماتریس چرخش‌یافته، مشارکت‌کنندگان P7 و P6 که در شناسایی عامل یا الگوی ذهنی دوم مشترک هستند، عوامل ۳، ۵۲، ۴۷ و ۳۹ را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی کرده‌اند.

جدول ۷- آرایه‌ی عاملی دوم در غالب نمودار کیو

-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵
۱۹	۲۲	۳۰	۳۷	۱۸	۳۳	۹	۴۲	۲۷	۵۲	۳
	۲	۳۲	۱۰	۲۱	۳۴	۲۶	۱۳	۲۰	۳۹	
	۳۱	۱۷	۱۲	۲۳	۱	۴	۴۱	۴۸	۴۷	
		۴۹	۴۵	۸	۲۸	۴۴	۵	۱۶		
		۲۹	۱۵	۳۵	۱۱	۴۳	۵۰	۷		
			۳۶	۴۰	۶	۱۴	۲۵			
				۲۴	۳۸	۴۶				
					۵۱					

درجدول ۸ با توجه به ماتریس چرخش‌یافته، مشارکت‌کنندگان P3,P4,P10,P8 و P9 که در شناسایی عامل یا الگوی ذهنی سوم مشترک هستند، عوامل ۴۰، ۴۸، ۳۶ و ۳۲ را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل شناسایی کرده‌اند.

جدول ۸- آرایه‌ی عاملی سوم در غالب نمودار کیو

-۵	-۴	-۳	-۲	-۱	۰	+۱	+۲	+۳	+۴	+۵
۳۳	۳۴	۱۹	۱۲	۲۶	۱۶	۳۱	۳	۲۲	۴۰	۳۲
	۴۹	۴۱	۵۱	۴	۲۵	۲۷	۹	۲۸	۳۶	
	۳۸	۶	۱۱	۴۴	۲۹	۵	۲۳	۱۵	۴۸	
		۴۷	۲۱	۱۷	۱۸	۳۹	۲	۵۰		
		۴۳	۷	۴۵	۱	۳۰	۵۲	۲۴		
			۱۴	۲۰	۱۳	۴۲	۸			
				۳۵	۱۰	۴۶				
					۳۷					

یافته‌های پژوهش

ب‌رای پاسخ به این سؤال که صنعت فرش دست‌باف خراسان شمالی در پیاده‌سازی یک الگوی خوشه‌ی صنعتی با چه مشکلات و موانعی روبرو است با مرور ادبیات موضوع و مراجعه به منابع مختلف (از قبیل انجام مصاحبه، استفاده از افکار جمعی و ...)، ارزیابی و جمع‌بندی فضای گفتمان، و در نهایت انتخاب عبارات نمونه‌ی کیو (۵۲

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

عبارت شناسایی‌شده) می‌توان گفت که ۵۲ مانع حاصل از ارزیابی فضای گفتمان پژوهش به کمک نظرسنجی از نخبگان و مقایسه با ادبیات موضوع به مثابه موانع تشکیل خوشه‌ی صنعتی مطرح هستند.

در پاسخ به سؤال چگونگی اهمیت و اولویت‌بندی این ۵۲ مانع با استفاده از نتایج حاصل از تحلیل عاملی کیو، این عوامل هم بر اساس ۳ الگوی ذهنی و دیدگاه متمایز شناسایی‌شده و هم بر مبنای نظر مشارکت‌کننده‌ای که در هر الگوی ذهنی بیشترین امتیاز را (بر اساس ماتریس چرخش‌یافته‌ی عانص شد، موانع شناسایی‌شده بر اساس اهمیت الگوهای ذهنی قابل بیان است. بدین معنا که برای مثال موانع شناسایی‌شده در الگوی ذهنی اول اهمیت بیشتری از الگوهای ذهنی دیگر دارد، چرا که این الگوی ذهنی (۲۳,۲۱۷) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کرد. بنابراین اهمیت این موانع شناسایی‌شده در این الگوهای ذهنی سه‌گانه به همان ترتیبی است که در جدول ۹ آمده است.

جدول ۹- اولویت‌بندی مهم‌ترین موانع تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی بر اساس الگوهای ذهنی و مهم‌ترین افراد الگوهای ذهنی

الگوی ذهنی	مهم‌ترین موانع بر اساس الگوی ذهنی	مهم‌ترین موانع بر اساس نظر مهم‌ترین فرد تبیین‌کننده‌ی الگوی ذهنی
۱	– مجوعه‌ی مدیریت استان و نیز سازمان‌های مربوطه، حمایت لازم را از خوشه‌سازی انجام نمی‌دهند. – محروم بودن استان و عدم دسترسی و نبود امکانات زیرساختی مناسب نظیر راه آهن، راه مناسب و ... یکی از موانع اصلی ایجاد خوشه به‌شمار می‌آید. – رقابت کارگاه‌های تولید فرش برسر شکستن قیمت به جای رقابت در کیفیت، آن‌ها را از همکاری با هم بازداشته است. – مدت فرایند اعتمادسازی در بین اعضای خوشه طولانی است.	– رقابت کارگاه‌های تولید فرش بر سر شکستن قیمت به جای رقابت در کیفیت، آن‌ها را از همکاری با هم بازداشته است. – مجموعه‌ی مدیریت استان و نیز سازمان‌های مربوطه، حمایت لازم را از خوشه‌سازی انجام نمی‌دهند. – نماینده و یا نمایندگانی ازدانشگاه‌ها و یا مراکز علمی به صورت دائم در مجموعه حضور ندارند. – از نشریات، تبلیغات و بروشور و رسانه برای توصیف فواید شبکه استفاده نمی‌شود.
۲	– مجموعه‌ی مدیریت استان و نیز سازمان‌های مربوطه، حمایت لازم را از خوشه‌سازی انجام نمی‌دهند. – دولت برای صادرات فرش در سطح کلان کشور، راهبرد مشخصی ندارد. – نبود واحدهای خدمات‌دهنده و مکمل تولید فرش مانند واحد پرداخت و قالیشویی و فرستادن فرش به خارج از استان باعث افزایش هزینه تولید شده است. – امکانات مناسب جهت پرداخت و شستشوی فرش‌های صادراتی استان شکل نگرفته است.	– امکانات مناسب جهت پرداخت و شستشوی فرش‌های صادراتی استان شکل نگرفته است – تولیدکنندگان فرش استان از کانال‌های توزیع و تحقیقات بازاریابی مشترک استفاده نمی‌کنند. – مجموعه‌ی مدیریت استان و نیز سازمان‌های مربوطه، حمایت لازم را از خوشه‌سازی انجام نمی‌دهند. – بین کارگاه‌های تولیدی روابط متراکم شبکه‌ای وجود ندارد.
۳	– قالی‌بافان به دلایلی مانند سرمایه‌گذاری کمتر، نظارت کمتر دستگاه‌ها و... علاقه به تولید فرش به صورت غیر متمرکز دارند. – تقریباً ۶۰ درصد بافندگان فرش در استان به دلیل بافندگی درکنار کشاورزی و دامپروری در شش ماه اول سال غیر فعال هستند و بافندگی شغل دوم آن‌ها محسوب می‌شود. – عمده‌ی بافندگان استان به دلیل سکونت در مناطق روستایی، از سطح سواد مناسب برخوردار نیستند – واحدهای طراحی فرش در استان کم است و طرح‌ها و نقش‌های آن‌ها با نیازهای مشتریان داخلی و خارجی تطابق ندارد.	– قالی‌بافان به دلایلی مانند سرمایه‌گذاری کمتر، نظارت کمتر دستگاه‌ها و... علاقه به تولید فرش به صورت غیر متمرکز دارند. – تقریباً ۶۰ درصد بافندگان فرش در استان به دلیل بافندگی درکنار کشاورزی و دامپروری در شش ماه اول سال غیر فعال هستند و بافندگی شغل دوم آن‌ها محسوب می‌شود. – عمده‌ی بافندگان استان به دلیل سکونت در مناطق روستایی، از سطح سواد مناسب برخوردار نیستند. – واحدهای طراحی فرش در استان کم است و طرح‌ها و نقش‌های آن‌ها با نیازهای مشتریان داخلی و خارجی تطابق ندارد.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

الگوهای ذهنی

الگوی ذهنی ۱: عدم وجود حمایت مدیران ارشد، زیرساخت مناسب و اعتماد متقابل

بر اساس ذهنیت و دیدگاه مشارکت‌کنندگان این الگوی ذهنی، اساسی ترین دلیل برای عدم تشکیل خوشه‌ی فرش دست‌باف در استان، عدم حمایت مدیران سطح اول استان از فرایند خوشه‌سازی است. آن‌ها محروم بودن استان را یکی دیگر از این موانع می‌دانند که مانع بزرگی در فرآیند خوشه‌سازی است. این دسته بر این باور هستند که پیاده‌سازی الگوی مبتنی بر خوشه صنعتی در استان با مشکلات دیگری مانند عدم کیفیت محصولات استان به دلایلی نظیر رقابت غلط تولیدکنندگان بر سر شکستن قیمت، روبرو است. همان‌طور که در اطلاعات محقق، برآمده از افکار ج**معی** نیز به چشم می‌خورد، عدم اعتماد متقابل مردم و دستگاه‌ها مانع دیگری بر سر راه خوشه‌سازی بوده است که این عده نیز با این تفکر موافق بوده و طولانی بودن فرایند اعتمادسازی را یکی دیگر از این موانع می‌دانند. با این وجود آن‌ها به این‌که عامل خوشه در استان از هر لحاظ به درستی انتخاب شده است و نیز عامل توسعه‌ی خوشه، خود منتفع نبوده و منافع خوشه را در اولویت قرار داده است اعتقاد دارند. به‌زعم این عده که بنگاه‌های تولیدی فرش دست‌باف منطقه، تجربه‌های کافی را در زمینه‌ی تجارت داشته و در این زمینه هیچ مشکلی بر سر راه آنان وجود ندارد.

الگوی ذهنی ۲: عدم وجود حمایت مدیران ارشد، واحدهای مکمل و راهبرد مناسب صادرات

بر اساس این الگو که تقریباً همه شرکت‌کنندگان با آن بسیار موافق بودند، عدم حمایت مدیران اجرایی عمده دلیل موانع تشکیل خوشه است که همانند عقیده‌ی افراد در الگوی اول، شرکت‌کنندگان در الگوی دوم نیز امتیاز بالایی به آن دادند. در این زمینه یکی از شرکت‌کنندگان بیان نمود که:« بودجه‌س در نظرگرفته‌شده برای توسعه‌ی خوشه‌ی فرش استان از طرف مرکز ملی فرش به دلیل عدم حمایت و بی‌تدبیری مدیران ارشد این استان، جذب نمی‌شود». به جز این مورد که در هر دو الگوی ذهنی مشترک بود، این الگو بر خلاف الگوی ذهنی اول که محرومیت را مانع اصلی می‌دانست، تقصیر را بر گردن دولت انداخته و نبود راهبرد مشخص از سوی دولت در صادرات فرش را یکی از مشکلات اصلی صنعت فرش دست‌باف می‌داند. این عده معتقدند که علاوه بر این دو عامل، نبود واحدهای مکمل از قبیل واحدهای پرداخت و قالیشویی، فرایند خوشه‌سازی را با مشکلاتی مواجه کرده است. آن‌ها بر این باورند که یکی از الزامات خوشه‌سازی، حضور همه‌ی واحدهای مکمل تولید فرش در استان است. این افراد رقابت غلط تولیدکنندگان و نیز وجود تعصبات قومی و قبیله‌ای را مانع ندانسته و معتقدند که عامل توسعه‌ی خوشه، به درستی انتخاب شده است و وظایف خود را به درستی انجام می‌دهد.

الگوی ذهنی ۳: شرایط بافندگان

بر اساس این الگوی ذهنی، شرایط بافندگان مانع اصلی به شمار می‌آید. افراد در این الگو بر این باورند که قالی‌بافان تمایلی به شرکت در فعالیت‌های خوشه‌ای از خود نشان نمی‌دهند و نیز مشکلاتی از قبیل سطح تحصیلات بافندگان، محروم بودن روستاهای مکان سکونت بافندگان از امکانات مناسب، فصلی بودن شغل بافندگی در کنار کشاورزی مانع اصلی به شمار می‌آید. آن‌ها باور دارند که برای پیاده‌سازی خوشه‌ای قوی، ابتدا باید وضعیت بافندگان را از هر لحاظ مشخص نمود و شرایط معیشتی آنان را تأمین نمود.

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف خراسان شمالی انجام گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که در این خصوص مجموعاً سه الگوی ذهنی و تفکر غالب

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

در میان دست‌اندرکاران و ذی‌نفعان خوشه‌ی فرش استان می‌توان احصاء نمود.

الگوی اول عدم وجود حمایت مدیران ارشد، زیرساخت مناسب و اعتماد است. از آن‌جا که مبحث خوشه‌ی صنعتی یکی از مباحث تقریباً جدید ادبیات صنعتی کشور است الزام افراد در ضرورت به بهره‌مندی از آن نیازمند حمایت همه جانبه‌ی مدیران ارشد محلی است که مبانی نظری تحقیق و مطالعات قبلی انجام شده نیز به‌طور مفهومی این نظر را تأیید می‌کند. بهره‌گیری مدیران ارشد از دستاوردهای علمی در زمینه‌ی خوشه‌ی صنعتی به‌منظور نیل به خودکفایی و همکاری در درون خوشه، تقویت باور خود و تولیدکنندگان فرش دست‌باف به ارزش‌های مادی و معنوی این هنر بی‌بدیل ایرانی، القاء روحیه‌ی همکاری در خوشه و استفاده ازظرفیت نخبگان خوشه برای رفع نیازهای پژوهشی و ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ای رایگان مشتری‌گرا، اثربخش و قابل اتکا به سرمایه‌گذاران فرش دست‌باف به جهت ایجاد اعتماد متقابل و در نهایت نفوذ در تصمیم‌سازی کلان کشور به‌منظور ایجاد زیرساخت مناسب و رفع موانع از قبیل کاهش تعرفه‌ی واردات مواد اولیه، ارائه‌ی تسهیلات تولید و اصلاح قوانین مالیات بر ارزش افزوده کمک شایان توجهی به تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش استان خواهد نمود.

در الگوی دوم علاوه بر عدم وجود حمایت مدیران ارشد، به نبود واحدهای مکمل و راهبرد مناسب صادرات نیز اشاره شده است. از آن‌جا که منطق اصلی خوشه‌ی صنعتی به دستاوردهای تجمیع واحدهای صنعتی مکمل، اشاره دارد، نبود این واحدها به‌عنوان یک کل منسجم در کنار هم یکی از آسیب‌های جدی این موضوع به شمار می‌رود. از سوی دیگر نبود راهبرد مشخص صادرات و عدم توجه مفاهیم اساسی در آن از قبیل خلاقیت و نوآوری، مخاطره‌پذیری، هدف‌گذاری اصولی، توجه به شرایط اقتصادی اجتماعی سیاسی و جمعیت کشورهای هدف، تربیت و پرورش بازاریابان متخصص علمی به‌منظور اشاعه فرهنگ بازاریابی صادرات فرش دست‌باف، دخالت دادن عوامل اصلی تولید و ارتقاء اطلاعات ایشان نسبت به شرایط تاریخی، فرهنگی، هنری و اقتصادی فرش دست‌باف، درآمیختن ابعاد ظاهری و مادی آن (شامل مواد اولیه طرح، نقش و بافت) با فلسفه‌ی جهان‌بینی و تاریخ فرش دست‌باف، استفاده از دانش و تجربه‌های موفق دیگر کشورها به ویژه کشورهای رقبای فرش ایران در تأثیرگذاری بر بازاریابی صادراتی و بین‌المللی، تلاش برای رسیدن به الگوهای مناسب عملی در بازاریابی صادراتی، یکی دیگر از عوامل مهم عدم تشکیل خوشه‌ی استان برشمرده شد. در نهایت، به‌زعم مشارکت‌کنندگان در پژوهش، شرایط بافندگان از دیگر عوامل بازدارنده‌ی تشکیل خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌باف در استان عنوان شده است. از آن‌جایی که طیف گسترده‌ی بافندگان عموماً از اقشار ضعیف و کم درآمد استان هستند، ارائه‌ی بسته‌های حمایتی در قالب ارائه‌ی تسهیلات کم بهره و بلند مدت، اعطای کمک‌های بلاعوض در بیمه و مالیات بافندگان، فعالیت جدی‌تر اتحادیه‌ی بافندگان و تخصیص بسته‌های معیشتی ویژه و ارتقاء سطح زندگی ایشان از دیگر عواملی است که در این زمینه ایفای نقش خواهد نمود.

پیشنهادهای منتج از نتایج پژوهش

متولیان خوشه‌سازی استان به‌منظور پیاده‌سازی اثربخش الگوی خوشه‌ی صنعتی و اجرای موفق توسعه‌ی آن باید به موارد زیر اهتمام ورزیده و سعی در مرتفع نمودن این موانع داشته باشند:

– **عدم حمایت مدیران ارشد استان:** طبق یافته‌های پژوهش عامل اصلی عدم تشکیل خوشه، نبود حمایت مدیران ارشد استان است. لذا ذی‌نفعان خوشه و خبرگان این امر ابتدا بایستی آن‌ها را با فواید خوشه آشنا و وظایف‌شان را گوشزد نمایند تا مدیران با حمایت‌های همه جانبه‌ی خود از فعالیت‌های خوشه‌ای، راه را برای رسیدن به اهداف هموارتر سازند.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

– **رقابت بر سر شکستن قیمت به جای رقابت در کیفیت:** برای از بین بردن این مانع می‌توان با ارائه‌ی تسهیلات به تولیدکنندگان اعم از وام بلندمدت، خرید تضمینی محصولات، بازاریابی رایگان و ... زمینه‌ی ارتقاء کیفیت در محصولات آن‌ها را فراهم نمود و تمرکز ایشان را از قیمت به سمت کیفیت سوق داد.

– **طولانی بودن فرایند اعتمادسازی:** از آن‌جا که به دلیل عمل نکردن مسئولان به تعهدات خود، مدت زمان فرایند اعتمادسازی طولانی شده است، بایستی در این امر تجدید نظر شده و با ارتباطات متقابل و مؤثر ذی‌نفعان خوشه و مسئولین و مرور مشکلات آن‌ها، به تدریج این دیدگاه را تغییر داد.

– **عدم وجود زیرساخت مناسب:** از آن‌جا که خوشه در مراحل شکل‌گیری نیاز به امکانات و زیرساخت‌هایی نظیر راه، راه آهن، صنایع مکمل و ... دارد و نظر به این‌که استان از این امکانات بی‌بهره است، قبل از هر اقدامی باید به فکر زدودن این محرومیت‌ها از چهره‌ی استان بود.

– **نبود استراتژی مناسب صادرات فرش:** مدیران خوشه‌ی استانی باید راهبردی مشخص و برنامه‌ای مدون را برای صادرات فرش تنظیم نموده و آن را در اختیار تصمیم‌گیران در سطح کلان کشور قرار دهد.

– **نبود واحدهای خدمات‌دهنده‌ی مکمل:** یکی از الزامات اساسی هرخوشه، وجود واحدهای مکمل یک صنعت در کنار هم است. از آن‌جا که نبود هریک از واحدهای بالادستی یا پایین‌دستی فرش در استان، باعث افزایش هزینه و کاهش بهره‌وری می‌شود، مدیران باید تدابیری اندیشیده تا هم از اتلاف منابع استان جلوگیری‌شده و ارزش افزوده‌ی بیشتری را نصیب تولیدکنندگان کنند و هم با ایجاد اشتغال در این صنعت، باعث رونق روزافزون این هنر و صنعت بومی‌کشور شوند.

– **نبود نوآوری در طرح‌ها:** مدیران بایستی اهمیت نوآوری در طرح‌ها را به بافندگان گوشزد نموده و با برقراری ارتباط دانشگاه‌ها با تولیدکنندگان و انجام تحقیقات بازاریابی جهت احصاء نیاز مشتریان و استفاده از نیروهای نخبه و نوآور در زمینه‌ی طراحی، مقدمات خلاقیت و نوآوری را فراهم نماید.

– **علاقه تولیدکنندگان به تولید غیرمتمرکز:** از آن‌جا که تولیدکنندگان به دلایلی مانند سرمایه‌گذاری کمتر، نظارت کمتر و... تمایلی به تولید به صورت متمرکز ندارند پیشنهاد می‌شود که با کاهش مقررات سخت و بیش از حد و تأمین سرمایه‌ی اولیه ورود به خوشه، بافندگان را مجاب به همکاری نماید.

– **پایین بودن سطح تحصیلات بافندگان:** نظر به این‌که تحصیلات اندک بافندگان باعث عدم درک مزایای خوشه، ناتوانی درک فعالیت‌های شبکه‌ای، عدم بهره‌گیری از آموزش‌ها و... خواهد شد، می‌توان با صرف هزینه‌های کم و تشویق بافندگان، زمینه را برای تحصیلات ایشان فراهم نمود.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر برای تحقیقات آتی ضروری به نظر می‌رسد. از آن جایی که این پژوهش از نظر ماهیت اکتشافی بود، نتایج حاصل از آن می‌تواند به مثابه فرضیه‌هایی در پژوهش‌های آتی مورد آزمون قرار گیرد.

بررسی موانع دیگر و نقش هریک از آن‌ها.

بررسی موضوع پژوهش در بخش‌های دیگر تولیدات استان مانند صنعت آبنبات، انگور کشمشی و...

سنجش اولویت‌بندی موانع شناسایی‌شده در الگوهای ذهنی این پژوهش با نمونه‌های آماری دیگر.

بررسی و شناسایی ابعاد مختلف هر کدام از موانع پژوهش.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

پی نوشت‌ها

1- Perceptions
2- Opinions
3- Factor Analysis
4- Subjectivity
5- Reality
6- Constructive
7- Factor extraction
8- Varimax
۹- به همین دلیل نرم‌افزار SPSS به جای عامل از عبارت Component استفاده کرده است.
10- Total Variance Explained
11- Component
12- Rotation Sums of Squared Loadings
13- of Variance
14- Cumulative
15- Rotated Component Matrixa
16- Spearmans weighting formula

فهرست منابع

– ابویی اردکان، محمد و مهدیه معتمدی. (۱۳۹۱)، بررسی عوامل بازدارنده‌ی توسعه و پیشران در مسیر رشد و توسعه‌ی خوشه‌ی صنعتی (مطالعه‌ی موردی خوشه‌ی نساجی یزد). *بهبود مدیریت*، ۳ (۶)، ۲۲۶– ۲۰۳.
– اشمیتز، هوبرت، خالد ندوی و دیگران. (۱۳۸۱). *خوشه‌های صنعتی، رویکردی نوین در توسعه‌ی صنعتی* (ترجمه‌ی عباس زندباف و عباس مخبر). (چاپ اول). انتشارات طرح نو.
– تازیکی، رضا. (۱۳۹۰). *امکان‌سنجی خوشه‌ی فرش دست‌باف*. تهران: انتشارات سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران.
– حسن‌جانی، مهدی. (۱۳۸۷). *بهبود عملکرد دولت در توسعه‌ی خوشه‌های صنعتی، مطالعه‌ی موردی: خوشه‌ی قطعات خودروی تبریز، (پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد)*. دانشگاه تهران، ایران.
– خوشبو، ابوالفضل. (۱۳۹۳). خوشه‌های صنعتی، از الگوی موفق سازماندهی بنگاه‌های کوچک و متوسط. *ماهنامه‌ی صنعت کفش*، ۲۰۰، ۵۸–۲۶.
– خوشگویان‌فرد، علیرضا. (۱۳۸۶). *روش‌شناسی کیو*. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات سازمان صدا وسیما.
– داداش‌پور، هاشم. (۱۳۸۸). خوشه‌های صنعتی، نوآوری و توسعه‌ی منطقه‌ای. *نشریه‌ی راهبرد توسعه*، ۱۸.
– دانایی‌فرد، حسن، مهدی الوانی و عادل آذر. (۱۳۸۷). *روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت*. تهران: انتشارات صفار- اشراقی.
– شریف‌زادگان، محمدحسین و همایون نورایی. (۱۳۹۵). واکاوی اثرات خوشه‌ی صنعتی بر توسعه‌ی منطقه‌ای مورد پژوهش: خوشه‌ی صنعتی سنگ منطقه‌ی کلان‌شهر اصفهان. *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۲۴ (۶).
– شهبازی‌منشادی، مهرداد، حبیب‌الله سالارزهی. (۱۳۹۵). شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های استراتژی

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

تأثیرگذار بر جایگاه برند ملی فرش دست‌باف ایرانی در بازار جهانی. *فصلنامه‌ی علمی پژوهشی گلجام*، ۳۰، ۴۷-۶۴.
-عبدالمنافی، سعید و علی‌اکبر نقابی. (۱۴۰۰). نقش تحریم‌های اقتصادی بر تأمین مالی و ارزی از طریق صادرات فرش دست‌باف در حوزه‌ی منافع اقتصاد فردی. *فصلنامه‌ی علمی پژوهشی اقتصاد مالی*، ۱۵، ۸۷-۱۰۶
- علیزاده‌ثانی، محسن و امیر شجاعیان. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موفقیت خوشه‌ی صنعتی فرش دست‌بافت خراسان شمالی. *فصلنامه‌ی علمی پژوهشی گلجام*، ۲۵، ۸۵-۹۹.
- کولایی، سیده جواهر و حسنعلی آقاجانی. (۱۳۹۳). مطالعه‌ی تطبیقی توسعه‌ی خوشه‌های کسب و کار بین کشورها. کنفرانس بین‌المللی مدیریت نوآوری و کارآفرینی، دانشگاه شیراز
- مرکز ملی فرش ایران. (۱۴۰۲). قابل دسترسی در آدرس: https://www.incc.ir
منصوری، عیسی. (۱۳۸۳). *آشنایی با خوشه‌های صنعتی، مروری کوتاه بر تعریف و مشخصه‌های خوشه‌های صنعتی*. (چاپ اول). سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران.
-ولی‌زاده، مجتبی. (۱۳۸۶). *تعیین دلایل واحدهای تولیدی در پیوستن به خوشه‌های صنعتی و اولویت‌بندی آن‌ها با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی چند معیاره. (پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد)*. دانشگاه آزاد سمنان.
- Altenburg, T & Meyer -Stamer, J. (1999.a). Knowledge Systems and Technological Dynamism in Industrial Clusters in Developing Countries. World Development, 27 (9). Oxford.
-Becattini, G. (2002). From Marshall's to the Italian Industrial Districts. A Brief Critical Reconstruction. International Institute for Labor Studies, 37-51, Geneva.
- Cooke, Philipe. (2001). Knowledge Economies, Clusters, Learning and Cooperative Advantage.
- Danesh Shakib, M. (2020). Using system dynamics to evaluate policies for industrial clusters development. Computers & Industrial Engineering, 147.
- Holte, E & Moen,Y. (2010). Successful Maritime Clusters: Key Drivers and Criteria. Innovation in Global Maritime Production 2020, IGLO-MP 2020.
- Ketels, C. (2004). Cluster- Based Evonomic Development: What Have We Leared. Harvard Business School, DTI, London. UK. 17 March 2004. WWW. Isc. Hbs. Edu.
- Mousaei, A & Hatefi, M. A. (2017). A Model for determining Industry Clusters portfolio of the Natural Gas Value Chain based on Industrial Clusters Structure (ICS) analysis. Journal of Energy Management and Technology (JEMT), 1(2), 31-37.
- Parkan, C. (2008). A Functionalist Frame Work for Identifying Business Clusters: Applications in Far North Queensland. Australian Journal of Management, 33, 201-229.
-Porter, M. E. (2001) Clusters Of Innovation: Regional Foundations Of U.S. Competitiveness, Council On Competitiveness, Washington, Dc .Siepr Discussion Paper No. 00-39.
-Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. Harvard Business review.
- Perry, M. (2007), Seeing Trees and FORESTS: A Comprative Evaluation of Business Clusters and

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]

National Industry Associattions in the New Zealand Forest Sector. Management, Policy & Practice, 9, 46-61

-Russo, F & Clara, M. (2000), Cluster Development and Promotion of Business Development Service (BDS), UNIDO›s Experience in India, UNIDO Private Sector Development Branch.

-Unido. (2020). Constitution Of The United Nations Industrial Development Organization.

-UNIDO. (2017). Cluster Development Module 2: Cluster Governance, Trust and the Role of the CDA. In UNIDO (Ed.), www.clustersfordevelopment.org/. UNIDO Webpage.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-26]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1400.17.40.9.3]