

شناسایی شایستگی‌های مؤثر بر اعتمادپذیری عامل توسعه خوشه

کسب‌وکار

هادی نوتاش^۱، قنبر محمدی الیاسی^۲، مرتضی رضایی‌زاده^۳، کامبیز طالبی^۴

۱. دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
۲. دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
۳. استادیار دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
۴. استاد دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۳/۳۰ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۰۱)

چکیده

یک عامل توسعه خوشه بر اساس نقش‌ها و وظایف خاص خود در مراحل مختلف فرایند توسعه خوشه - که بر اساس مدل یونیدو شامل پنج مرحله انتخاب خوشه و عامل توسعه، مطالعه شناختی، تدوین چشم‌انداز و برنامه عمل خوشه، اجرای برنامه عمل، و در نهایت فاز نظارت و ارزیابی است - در هر مرحله باید از شایستگی‌ها و قابلیت‌های ویژه‌ای برخوردار باشد. در این مطالعه به بررسی شایستگی‌هایی پرداخته شده که یکی از پیش‌نیازهای مهم و حساس موفقیت پروژه توسعه خوشه به شمار می‌رود. بر این اساس بررسی اعتمادپذیری عامل توسعه از نگاه ذی‌نفعان خوشه و همچنین توانایی آن در ایجاد و ارتقای سطح اعتماد بین اعضای خوشه موضوع اصلی این تحقیق بود. در حقیقت هدف این پژوهش شناسایی شایستگی‌هایی است که سبب اعتمادپذیری عامل و توسعه سطح اعتماد در خوشه می‌شود. در این پژوهش کیفی، که با رویکرد روایتی انجام شد، با استفاده از مصاحبه‌های واقع‌محور عمیق و نیمه‌ساختارمند با ۱۶ نفر از عاملان توسعه خوشه و ۶ نفر از ذی‌نفعان خوشه شایستگی‌های مورد نظر شناسایی و تعیین شدند. این شایستگی‌ها عبارت‌اند از توانایی حساس‌سازی ذی‌نفعان، ایجاد مشارکت، متقاعدسازی، و نهایتاً ایجاد ارزش افزوده.

کلیدواژگان

اعتماد، خوشه صنعتی، شایستگی، عامل توسعه خوشه.

مقدمه

اعتماد عاملی حیاتی و ضروری برای موفقیت‌های فردی و سازمانی است که باعث افزایش نظم، ثبات، و قابلیت پیش‌بینی آینده می‌شود (جابرانصاری و همکاران ۱۳۹۵). اهمیت اعتماد در سازمان‌ها بدین علت است که اعتماد ایجادکننده وحدت و انسجام درون‌سازمانی، ارتقای بهره‌وری، عامل تأثیرگذار در کارایی و اثربخشی گروه‌های اجتماعی، زمینه‌ساز ایجاد همکاری و رفع تعارضات، عامل ارتقای مشارکت و تسهیلگر ارتباطات است (الوانی و دانایی‌فرد ۱۳۸۰). اندیشمندان بر آن‌اند که اعتماد اطمینان یک طرف مبادله به قابل اتکا بودن و درست‌کاری طرف مقابل است (Morgan & Hunt, 1994) و اعتقاد به اینکه نتایج رفتار طرف مقابل در نظر ما مناسب خواهد بود (Mitzal, 1996, p. 9). محققان سطوح متفاوتی از اعتماد را شناسایی کرده‌اند. این سطوح عبارت‌اند از: اعتماد فردی، اعتماد بین‌فردی/ بین‌گروهی، اعتماد نهادی - فرهنگی (Kazlauskienė & Bartuševičienė, 2013). بت (۲۰۰۳) به نقل از زوکر (۱۹۸۶) دسته‌بندی دیگری از اعتماد را به شرح زیر ارائه کرده‌اند:

اعتماد فرایندمحور؛ که ریشه در تعهدات و الزامات متقابل نظام اجتماعی دارد، در جایی که هر شخص انتظارات مشخص و شفاف از رفتار سایرین دارد.

اعتماد شخصیت‌محور؛ که افراد به‌خصوصی را به هم مرتبط می‌کند که به دلیل اشتراک در خصیصه‌های جمعیت‌شناختی ویژه‌ای به عضویت نظام فرهنگی مشترکی درآمده و انتظارات عملکردی مشابهی دارند.

اعتماد نهادمحور؛ که از یک سو در عضویت خرده‌فرهنگ خاص ریشه دارد که انتظارات شفاف و کاملاً تعیین‌شده‌ای در آن خرده‌فرهنگ وجود دارد و از سوی دیگر به مکانیسم‌های میان‌جیگری مختلفی که اعتمادشونده باید به کار گیرد تا اطمینان طرفین را فراهم آورد بستگی دارد (Batt, 2003).

نکته قابل توجه این است که محققان بر آن‌اند اعتماد بین سازمان‌ها غالباً به صورت وجود اعتماد بین افراد در سازمان‌های مختلف فهم می‌شود. بدین معنا که اگر کارکنان دو سازمان به صورت فردی به یک‌دیگر اعتماد داشته باشند، به معنای وجود اعتماد بین دو سازمان تلقی می‌شود (kazlauskienė & Bartuševičienė, 2013).

معمولاً اعتمادکننده به دلیل وجود شایستگی‌های خاص در اعتمادشونده متقاعد می‌شود که فرد مورد نظر قابل اطمینان است. بر اساس مطالعات موجود، سه عامل توانایی و خیرخواهی و ثبات قدم اعتمادشونده حدود ۸۰ درصد بر تصمیم‌گیری اعتمادکننده تأثیر می‌گذارد (Heyns & Rothmann, 2015). گفتنی است اندیشمندان بین دو مفهوم اعتمادپذیری^۱ و اعتماد^۲ تفاوت قائل‌اند. در واقع، اعتمادپذیری و تمایل و باور پیش‌نیازهای اعتمادند و بر فعل اعتماد تأثیر دارند؛ ولی معادل اعتماد نیستند (Mayer, Davis, & Schoorman, 1995). در واقع، اعتمادپذیری به ویژگی‌های اعتمادشونده دلالت دارد که باعث اعتماد به او می‌شود، درحالی‌که اعتماد کنشی است از سوی اعتمادکننده.

بنا بر مباحث موصوف، اهمیت اعتماد در سازمان‌ها و گروه‌های کاری به‌خوبی مشخص است. در این بین، برخی از افراد به دلیل قرارگیری در مرکز شبکه‌ها و گروه‌های کاری، به منظور عملکرد مناسب، لازم است از شایستگی اعتمادپذیری بالایی برخوردار باشند. عامل توسعه خوشه، در مقام تسهیلگر کنش‌های جمعی بین اعضای خوشه، از افراد بسیار مهمی است که باید از شایستگی اعتمادپذیری بالایی برخوردار باشد. عامل توسعه خوشه یا CDA^۳، در جایگاه یکی از عوامل مهم موفقیت توسعه یک خوشه صنعتی (Sureephong, Chakpitak, Buzon, & Bouras, 2008)، که در حوزه اقتصاد به تسهیلگر خوشه^۴ (Ingstrup, 2010) یا کارآفرین خوشه^۵ (Christensen & Stoerring, 2012) نیز معروف است، در حقیقت، مسئول مستقیم پروژه توسعه خوشه است و هدایت و رهبری فرایند توسعه را در طول مراحل مختلف بر عهده دارد (UNIDO, 2013). وظیفه اصلی عامل توسعه برقراری اتحاد بین اعضای خوشه است؛ چه به صورت فیزیکی با ایجاد شبکه‌ها و ارتباطات تنگاتنگ بین اعضا چه به صورت ایجاد سرمایه اجتماعی^۶ درون خوشه (Stoerring & Christensen, 2008).

بدیهی است عاملان توسعه خوشه برای داشتن عملکرد موفق و تحقق ثمربخش اهداف خود باید دارای شایستگی‌ها و مهارت‌های لازم باشند. میلکوویچ و استاجکویچ (۲۰۱۲) بر آن‌اند که با توجه به نقش بی‌بدیل تسهیلگر در فرایند توسعه خوشه ضروری است به توسعه قابلیت‌ها و

-
1. Trustworthiness
 2. Trust
 3. Cluster Development Agent
 4. Cluster Facilitator
 5. Clusterpreneur
 6. social capital

توانمندی‌های آنان، به صورت خاص، توجه شود. زیرا یک عامل توسعه شایسته و برخوردار از مهارت‌های لازم همچون رهبری، ارتباطات، انگیزش مناسب، و ... می‌تواند نقشی اساسی در توسعه سریع و پایدار خوشه صنعتی داشته باشد.

به‌رغم تأکید فراوان پژوهشگران بر اهمیت توسعه خوشه‌های صنعتی و نقش عامل توسعه در این بین، متأسفانه توجه درخوری به موضوع شایستگی‌های عامل توسعه نشده است؛ به گونه‌ای که اینگسترپ و دمگارد (۲۰۱۳) اعلام کردند به‌رغم توجه طیف وسیعی از پژوهشگران حوزه‌های اقتصاد، تجارت، توسعه منطقه‌ای، جغرافیای اقتصادی، و سیاست‌گذاری به خوشه‌های صنعتی در چند دهه اخیر، متأسفانه، در خصوص عامل توسعه خوشه کار چندانی انجام نگرفته است. به بیانی دیگر، به علت بی‌توجهی اکثر صاحب‌نظران به عامل توسعه خوشه، نقش او در فرایند توسعه و شایستگی‌ها و وظایف مختلف او در خوشه و تغییر وظایف او در مراحل مختلف فرایند توسعه خوشه شکاف نظری قابل ملاحظه‌ای در تحقیقات پیشین به وجود آمده است.

در طول فرایند توسعه خوشه، اعتماد همچون چسبی است که ذی‌نفعان مختلف خوشه را، که هر یک 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). بنابراین اعتمادسازی پیش‌نیازی اساسی برای فعالیت‌های مشترک و ایجاد سیستم مدیریت اثربخش خوشه به شمار می‌رود. به همین دلیل شایستگی‌های مورد نیاز یک عامل توسعه، به منظور موفقیت در فرایند اعتمادسازی، نقشی بی‌بدیل در اثربخشی پروژه توسعه خوشه ایفا می‌کند.

بنا بر دغدغه موصوف، هدف این پژوهش شناسایی شایستگی‌هایی بود که یک عامل توسعه برای غلبه بر مشکلات و چالش‌های موجود در مسیر اعتمادسازی در فرایند توسعه خوشه به آن‌ها نیازمند است.

مبانی نظری و مرور پیشینه

در این بخش ابتدا تعاریف و مبانی نظری مرتبط با مفاهیم کلیدی این پژوهش بررسی می‌شود. بدین منظور ابتدا باید به «مبانی اعتماد و اعتمادسازی» نگاهی اجمالی انداخت. سپس، برخی تعاریف ارائه‌شده از «خوشه صنعتی» و «عامل توسعه خوشه» مرور می‌شود. و در نهایت، پس از

تعریف مفهوم «شایستگی»، شایستگی‌های مورد نیاز عامل توسعه برای اعتمادپذیری بررسی و مطالعات و پژوهش‌های مرتبط مرور می‌شود.

بسیاری از اندیشمندان بر اهمیت مفهوم اعتماد در حوزه‌های علمی متعدد همچون ارتباطات (Giffin, 1967)، رهبری (Atwater, 1988)، مذاکره (Bazerman & Moore, 2012)، ارزیابی عملکرد، روابط مدیر - کارمند (Taylor, 1989)، و اجرای تیم‌های کاری خودمدیریت‌شده (Lawler III, 1992) تأکید کرده‌اند (Mayer et al 1995). از اولین نظریه‌های اعتماد می‌توان به نظریه راتر (۱۹۶۷: ۶۵۱) اشاره کرد که اعتماد بین فردی را چنین تعریف کرده است: «انتظار یک فرد یا گروه مبنی بر اینکه کلام، قول، اظهار نظر شفاهی یا کتبی فرد یا گروه دیگر قابل اتکاست». یکی از تعریف‌های بسیار معروف ارائه‌شده برای اعتماد تعریف رابینز (Robbins 2009) است که اعتماد را چنین تعریف می‌کند: «تصور مثبت به اینکه طرف مقابل در سخن، کنش، یا تصمیم‌گیری به صورت فرصت‌طلبانه و منفعت‌جویانه رفتار نخواهد کرد». در تعریفی دیگر اعتماد را اطمینان به دیگران و فاش کردن اطلاعات برای آن‌ها دانسته‌اند (Lewicki & Bunker 1996). مورگان و هانت (۱۹۹۴) نیز بر این باورند که اعتماد در واقع وجود اطمینان یک طرف مبادله به قابل اتکا بودن و درست‌کاری طرف مقابل است. پژوهش دیگری اعتماد را اعتقاد به اینکه «نتایج رفتار مورد نظر شخص در نظر ما مناسب خواهد بود» تعریف می‌کند (Mitzal, 1996, p. 9).

میر (۱۹۹۵) در جمع‌بندی تعریف اعتماد می‌گوید اعتماد عبارت است از تمایل یک گروه برای عدم‌حفاظت در مقابل کنش‌های طرف مقابل، بر اساس انتظار از طرف مقابل برای رفتاری خاص که برای اعتمادکننده مهم است، بدون پایش و کنترل او. اندیشمندان بر آن‌اند که شواهد و دلایل بسیار نشان می‌دهند جایی که گروه‌ها به یک‌دیگر اعتماد دارند تمایل بیشتری برای شرکت در فعالیت‌های مشترکی که به شکل‌گیری اعتماد می‌انجامد وجود دارد (Fukuyama, 1995). تحقیقات نشان می‌دهند زمانی که روابط با سطح بالایی از اعتماد همراه باشد مردم تمایل بیشتری برای شرکت در مبادلات اجتماعی، به‌خصوص تعاملات و برهم‌کنش‌های توأم با همکاری، خواهند داشت.

نکته بسیار مهم دیگری که باید در اینجا بدان توجه شود ماهیت ارتباط دوسویه‌ای است که میان اعتماد و مشارکت وجود دارد؛ اعتماد باعث تسهیل مشارکت می‌شود و مشارکت به خودی

خود اعتماد به بار می‌آورد. این وضعیت در طول زمان به توسعه هنجارهای عمومیت یافته مشارکت منجر می‌شود، که در عین حال افزایش تمایل به ایفای نقش در تبادلات اجتماعی را نیز سبب می‌شود (Putnam, 1993). در این زمینه، اعتماد جمعی می‌تواند به فرمی قوی از «دارایی مورد انتظار» بدل شود که اعضای گروه می‌توانند با تکیه بر آن مشکلات مشارکت و هماهنگی را حل کنند (Kramer, Brewer, & Hanna, 1996).

درباره ویژگی‌های شخصیتی فرد مورد اعتماد اندیشمندان مختلف دیدگاه‌های متفاوت دارند. برخی از پژوهشگران «مسئولیت‌پذیری» را یگانه عامل مؤثر در اعتمادپذیری افراد می‌دانند، درحالی‌که برخی دیگر ویژگی‌های بیشتری را در این خصوص برشمرده‌اند که از آن‌ها می‌توان به سه ویژگی توانایی^۱، خیرخواهی^۲، و درست‌کاری^۳ اشاره کرد که ترکیب این سه سهم زیادی در قابل اعتماد تلقی شدن فرد خواهد داشت (Mayer et al., 1995).

بر اساس تحقیقات پیشین، عوامل متعددی در اعتمادپذیری افراد در گروه‌ها تأثیرگذارند. کلر^۴ (۲۰۰۱) نشان داد ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشابه می‌تواند بر اعتمادپذیری یک فرد در گروه تأثیر مثبت بگذارد. نتایج پژوهش دیگری نشان داد جنسیت نیز در اعتمادپذیری افراد تأثیر دارد؛ به گونه‌ای که در نگاه مردان، در یک گروه کاری و تخصصی، یک مرد اعتمادپذیرتر از یک زن است، درحالی‌که در مورد نوع نگاه زنان به این مقوله نتایج متفاوتی ارائه شده است (Spector & Jones, 2004). حقیقی و همکارانش (۱۳۹۴) نیز بر اهمیت نقش تعهد در اعتمادپذیری افراد تأکید کرده‌اند. یکی از تحقیقات جامعی که در خصوص سنجش عوامل مؤثر بر اعتماد در کشور انجام شده است تحقیقی است که عابدی جعفری و همکارانش در سال ۱۳۸۹ انجام دادند. در این تحقیق برای اعتمادشونده ویژگی‌های متعددی معرفی شده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: وفای به عهد، شفافیت اطلاعاتی، درست‌کاری، اخلاق‌مداری، پاسخگویی، صداقت، رفتار توأم با احترام، و توانایی انجام دادن وظایف (عابدی جعفری ۱۳۸۹). مِیر و همکارانش (۱۹۹۵) نیز در مدل اعتماد سازمانی خود بر سه عامل مؤثر بر اعتمادپذیری، یعنی توانایی و خیرخواهی و درستی،

1. ability
2. benevolence
3. integrity
4. Keller

تأکید کرده‌اند. در مطالعات دیگر بر اهمیت شناسایی و تأمین انتظارات ذی‌نفعان در یک سازمان به منظور جلب اعتماد مشتریان و ایجاد شهرت و اعتبار مناسب برای سازمان (Tomsic 2013) تأکید شده و از ضرورت جلب رضایت مشتریان و بهبود رابطه با آن‌ها در بلندمدت جهت افزایش اثربخشی سازمان (Ambrož & Praprotnik, 2008) یاد شده است.

بنا بر تعاریف ارائه‌شده، روشن شد که اعتمادپذیری یکی از شایستگی‌های مهم مورد نیاز افراد کلیدی در سازمان‌هاست. طبق تعریف، شایستگی عبارت است از مجموعه رفتارهای معطوف به عملکرد موفق در یک موقعیت خاص (Boyatzis, 2008). در این پژوهش برای شناسایی شایستگی‌ها از دیدگاه مک‌کله‌لند (۱۹۷۳) استفاده شد. به باور او و پیروانش، هوش پیش‌بینی‌کننده اصلی عملکرد نیست؛ بلکه شایستگی، که عبارت است از رفتارهای متناسب با موقعیت، به گونه‌ای که به عملکرد بیش از حد متوسط منجر شود، موفقیت را به وجود می‌آورد (Boyatzis, 2008). بر این اساس شایستگی را مجموعه رفتارها و مهارت‌های متناسب با وظایف عامل توسعه خوشه، که منشأ عملکرد عالی (سامان‌دهی و هدایت فرایند توسعه خوشه) است، در نظر می‌گیریم.

در پژوهش حاضر به مجموعه‌ای از مهم‌ترین شایستگی‌های مورد نیاز عامل در طول فرایند توسعه خوشه، یعنی شایستگی‌های لازم جهت جلب اعتماد اعضای خوشه و نیز توانایی ایجاد و گسترش سطح اعتماد در خوشه، پرداخته شده است. پیش از آغاز بحث درباره عامل توسعه خوشه، لازم است ابتدا مفهوم خوشه صنعتی بررسی شود.

مایکل پورتر بنیان‌گذار مفهوم خوشه‌های صنعتی در جهان شناخته می‌شود. او و همکارانش خوشه را «یک گروه از شرکت‌ها، تأمین‌کننده‌ها، ارائه‌دهندگان خدمات، و نهادهای مرتبط با آن‌ها در یک زمینه خاص که از طریق انواع متفاوت مزایای بیرونی^۱ به یکدیگر متصل‌اند و از نظر جغرافیایی به هم نزدیک‌اند» تعریف می‌کنند (Porter & Porter, 1998). خوشه‌ها شامل ترکیبی از صنایع مرتبط با دانش، مهارت‌ها، ورودی‌ها، تقاضا، و دیگر ارتباطات‌اند. سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد^۲ خوشه‌های صنعتی را «تمرکز جغرافیایی و اقتصادی فعالیت‌های تولیدی که دامنه‌ای از محصولات مرتبط و مکمل را تولید می‌کنند و به فروش می‌رسانند و مشکلات و فرصت‌های مشترک دارند»

1. externalities

2. UNIDO

تعریف می‌کند (UNIDO, 2013). اندرسون و همکارانش (۲۰۰۴) در کتاب *راهنمای سیاست‌های خوشه‌ای*^۱ ابتدا رویکرد اقتصاد خوشه‌محور را توضیح می‌دهد. سپس تعاریف جامعی از خوشه صنعتی و خوشه‌سازی ارائه می‌دهد و نقش عوامل مؤثر در این فرایند را تشریح می‌کند. اندرسون اولین مرحله فرایند تشکیل خوشه را ایجاد سرمایه اجتماعی و خلق اعتماد می‌داند. در نگاه این محققان این مرحله زمینه‌ساز آغاز هر حرکت جدی در زمینه ایجاد و توسعه خوشه است (Andersson et al., 2004).

یکی از عوامل کلیدی موفقیت توسعه یک خوشه عامل توسعه خوشه یا CDA^۲ است (Surephong et al., 2008). بیشتر اقدامات مورد نیاز برای توسعه خوشه از طریق یک کاتالیزور^۳ - عامل توسعه خوشه (CDA) یا مدیر توسعه خوشه^۴ (CDE) - انجام می‌گیرد. مفهوم عامل توسعه خوشه، که به تسهیلگر خوشه یا کارآفرین خوشه نیز معروف است، به شخصی اشاره می‌کند که استراتژی کلی توسعه یک خوشه صنعتی را مفهوم‌سازی^۵ می‌کند و اجرای این فرایند را بنیان می‌گذارد^۶ (Tariku, 2011). او همچنین کسی است که نقش تسهیلگر را بین عوامل مختلف خوشه بر عهده دارد (Surephong et al., 2008). در دیدگاه تاریکو (۲۰۱۱) عامل توسعه نقشی حیاتی در ارزیابی پتانسیل توسعه خوشه، تقویت شبکه اجتماعی و برقراری ارتباط بین ذی‌نفعان خوشه و ایجاد اعتماد بین اعضا، ارتقای آگاهی ذی‌نفعان در زمینه مزایای کنش‌های جمعی، و اهمیت همکاری در توسعه خوشه بر عهده دارد.

در خصوص شایستگی‌ها و مهارت‌های عامل توسعه خوشه مطالعات اندکی صورت گرفته است. اما چندین مطالعه در نقاط مختلف جهان به تشریح وظایف و نقش‌های عامل توسعه پرداخته‌اند که بر اساس آن‌ها می‌توان به شایستگی‌های مورد نیاز عامل توسعه پی برد. در ادامه به برخی از آن‌ها که مهم‌ترند اشاره می‌شود.

عامل توسعه خوشه، در مقام یک عامل تغییر بااهمیت، در اجرای پروژه توسعه خوشه اختیار تام و نقش سکان‌دار و تسهیلگر را در طول مسیر بر عهده دارد و مستقیم مسئول موفقیت یا

1. The Cluster polices Whitebook
2. Cluster Development Agent
3. Catalyst
4. Cluster Development Executive
5. Conceptualize
6. Initiate

شکست پروژه توسعه خوشه محسوب می‌شود (Ittyerah, 2009). به علاوه، در طول فرایند توسعه خوشه، نقش تسهیلگر بین عوامل مختلف خوشه را نیز بر عهده دارد. یکی دیگر از وظایف مهم عامل توسعه متصل کردن سازمان‌های منطقه‌ای مرتبط با خوشه به یکدیگر است؛ نه تنها در معنای فیزیکی و از طریق خلق شبکه‌ها، بلکه به همان اندازه با اهمیت از طریق خلق شبکه‌های اجتماعی (Christensen & Stoerring, 2012)

پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهند شایستگی‌های عامل توسعه را می‌توان در دو حوزه اصلی طبقه‌بندی کرد:

نخستین حوزه مهارت‌های ضروری یک عامل توسعه خوشه مهارت‌های رفتاری و سازمانی است. این مهارت‌ها عبارت‌اند از: ارتباطات بین فردی، تفویض اختیار و مسئولیت، رهبری، مذاکره و حل تعارض، برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی^۱، چانه‌زنی گروهی و تصمیم‌گیری به‌خصوص در نهادهای مشارکتی^۲ (Ittyerah, 2009).

حوزه دوم مهارت‌های ضروری برای یک عامل توسعه، به باور ایتیرا (۲۰۰۹)، مربوط است به مهارت‌های مدیریتی و اداری که عبارت‌اند از: روابط عمومی، ارتباط مؤثر با ادارات دولتی و وزارتخانه‌های مرتبط، مدیریت پروژه و مدیریت عملیات، توان ایجاد روابط مناسب با نهادهای تحقیق و توسعه و مراکز حمایت از توسعه کسب‌وکار، و همچنین مهارت‌های دیگری چون مدیریت مالی، حسابداری، توسعه کسب‌وکار، و مهارت‌های فناوری اطلاعات.

در کنار مهارت‌های یادشده، یک عامل توسعه خوشه باید از تجارب مرتبط (مثلاً تجربه کار در خوشه صنعتی، تجربه مدیریت، توسعه کسب‌وکار) نیز برخوردار باشد (Hailu, 2010). علاوه بر این عامل توسعه، که نقشی کلیدی در ارزیابی ظرفیت‌های توسعه خوشه، به‌خصوص سرمایه اجتماعی خوشه، دارد، وظیفه انگیزش و تشویق فعالیت‌های گروهی را هم‌سو با اهداف توسعه بر عهده دارد (Nezakati & Tabatabaei 2009) و در این زمینه توان اعتمادسازی، برقراری روابط مناسب با دیگران، و شبکه‌سازی از شایستگی‌های مهم مورد نیاز وی است.

1. strategizing skills

2. cooperative institutions

همان‌طور که آمد، ایجاد و توسعه سطح اعتماد در سازمان‌ها و شبکه‌ها نقش بسیار مهمی در بقا و توسعه آن‌ها دارد. در خوشه‌های صنعتی نیز، که مجموعه‌ای از بنگاه‌های مرتبط و مشابه در منطقه‌ای خاص‌اند، وجود سطح مناسبی از اعتماد لازمه ارتقای همکاری‌های مشترک و توسعه خوشه است. عامل توسعه خوشه در ایجاد و ارتقای چنین اعتمادی نقش کاتالیزور را در خوشه دارد. او کار خود را با ایجاد اعتماد دوجانبه بین خود و ذی‌نفعان خوشه آغاز می‌کند و سپس به گسترش اعتماد چندجانبه بین کارآفرینان خوشه و نمایندگان نهادهای حمایتی آن‌ها می‌پردازد (UNIDO, 2013). این فرایند اعتمادسازی دوجانبه در طول شکل‌گیری مطالعه شناختی آغاز و سپس در طی تعاملات رسمی و غیررسمی بین عامل توسعه خوشه و ذی‌نفعان خوشه ایجاد می‌شود. عامل توسعه خوشه برای تسهیل اعتمادسازی باید به طور فعال به ذی‌نفعان گوش فرادهد تا بتواند گفت‌وگو و تفکر نوآورانه را پرورش دهد، حساسیت مشکلات و طرح‌های برآمده توسط ذی‌نفعان را نشان دهد، و از تحمیل دیدگاه‌های خود خودداری کند (UNIDO, 2017). به طور مشابه، در مدل توسعه خوشه ارائه‌شده توسط آبدین و رحمان (۲۰۱۵) نیز تأکید شده است که برای توسعه خوشه به تقویت سطح همکاری بین اعضای خوشه و افزایش کنش‌های جمعی در همه مراحل توسعه نیاز است و این همکاری جز در سایه ارتقای اعتماد بین افراد و توسعه زبان مشترک اعضای خوشه محقق نخواهد شد (Abdin & Rahman 2015).

با این حال، تحقیقاتی که به صورت خاص به بررسی شایستگی‌های عامل توسعه در مرحله اعتمادسازی پرداخته باشد یافت نشد.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع کیفی - اکتشافی و از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی است. از منظر متدولوژی این پژوهش با رویکرد روایتی انجام شد. اندیشه اصلی رویکرد روایتی تأکید بر این نکته بود که افراد به صورت گسترده به تجارب خود معنا می‌دهند و تجارب خود را به شکل داستان به دیگران منتقل می‌کنند (Riessman, 1993). بر این اساس، در این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند استفاده شد و بر مبنای آن‌ها سعی شد با بررسی سرگذشت کاری عاملان توسعه منتخب شایستگی‌های لازم برای حصول موفقیت در مقابله با چالش‌های پیش‌آمده در فرایند اعتمادسازی استخراج شود. برای نیل به این

هدف از تکنیک مصاحبه واقعه‌محور کمک گرفته شد. هنگام مصاحبه از نمونه‌ها خواسته شد در قالب داستان سرگذشت کاری خود را از آغاز فرایند توسعه خوشه تا زمان تکمیل فرایند و خروج از خوشه، حول محور اصلی مسائل و چالش‌های پیش‌آمده طی این مدت، روایت کنند. روش استفاده‌شده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش روش کدگذاری و مقوله‌بندی متداول است. جامعه آماری پژوهش شامل افرادی بود که در حوزه توسعه خوشه‌های کسب‌وکار از خبرگی و تجربه عملی لازم برخوردار بودند و می‌توانستند تیم پژوهش را در رسیدن به اهداف تحقیق یاری کنند. بر این اساس از بین عاملان توسعه، که سابقه اتمام یک دوره کامل پروژه توسعه خوشه را داشتند، و همچنین مسئولان و متولیان شرکت شهرک‌های صنعتی، که سابقه هدایت و کنترل چندین پروژه توسعه خوشه را در استان خود داشتند، خبرگان مورد نظر بر اساس شاخص‌های دانش (تحصیلات مرتبط، گذراندن دوره آموزشی عامل توسعه، داشتن سابقه تدریس در این دوره)، تجربه (حداقل سه سال سابقه کار مرتبط با توسعه خوشه)، و انتشارات (حداقل دو مقاله یا یک کتاب) انتخاب شدند.

برای انتخاب نمونه آماری سعی شد از جامعه تحقیق افراد دارای تجارب ارزنده‌تر در زمینه توسعه خوشه، که از طرف خبرگان و کارشناسان این حوزه یا سایر مصاحبه‌شوندگان به تیم پژوهش معرفی شدند، به صورت هدفمند، انتخاب و از دیدگاه و تجربیات آن‌ها در پروژه استفاده شود. منظور از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب هوشمندانه افراد بر اساس اهداف مورد نظر تحقیق، به منظور کسب دانش و اطلاعات موثق، است. برای این منظور سعی شد بر اساس شاخص‌های یادشده در بخش جامعه و نمونه آماری افراد مطلع به گونه‌ای انتخاب شوند که بیشترین و بهترین اطلاعات مورد نیاز از طریق آنان به دست آید. در ضمن از بین افراد بالقوه برای مصاحبه افرادی انتخاب شدند که بتوانند در فرایند گردآوری خزانه داده‌های مورد نیاز را غنی‌تر کنند تا امکان شناسایی همه شایستگی‌های مورد نیاز عامل جهت موفقیت در فرایند اعتمادسازی در خوشه فراهم آید.

در این بخش، مانند بسیاری از دیگر پژوهش‌های کیفی، انتخاب حجم نمونه بر اساس دست‌یابی به مرحله اشباع نظری بود؛ یعنی مرحله‌ای که پس از آن اضافه شدن نمونه دیگر معنای جدیدی نداشته باشد و اطمینان از اینکه اطلاعات به دست آمده به طور کامل حوزه مورد مطالعه را پوشش داده است. به باور گلیرز و اشتراوس (Glaser & Strauss, 1967, p. 61) اشباع نظری

مقوله‌های مورد بررسی مبنای داوری درباره زمان توقف نمونه‌گیری از گروه‌های مختلف مربوط به آن مقوله‌هاست. در این تحقیق تحقق اشباع نظری در نمونه شانزدهم به وقوع پیوست. با این حال جهت حصول اطمینان از تکمیل داده‌های مورد نیاز مصاحبه‌ها تا نمونه بیست و دوم ادامه یافت.

یافته‌ها

پس از انجام دادن مصاحبه‌ها، ابتدا متن کامل مصاحبه‌ها بر اساس فایل‌های صوتی موجود مکتوب شد. پس از آن، هر مصاحبه را دو خبره به صورت جداگانه و با استفاده از روش کیفی چارمز (۲۰۰۶) کدگذاری و سپس با هم ترکیب کردند.

گام‌های اصلی فرایند کدگذاری کیفی بدین شرح است:

- شناسایی شواهد اولیه از متن مصاحبه‌ها

- شناسایی مفاهیم اولیه

- ترکیب و جمع‌بندی مفاهیم اولیه و طبقه‌بندی آنها

- شناسایی مقوله‌های نهایی (Charmaz, 2006)

برای اجرای این مراحل ابتدا متن مصاحبه‌ها بر اساس فایل صوتی مکتوب شد و در اولین گام کدگذاری اقدام به شناسایی شواهد اولیه شد. در این مرحله تعداد ۳۶۴ کد اولیه شناسایی شد. جدول ۱ نمونه‌هایی از متن مکتوب‌شده مصاحبه‌ها را همراه شواهد اولیه استخراج‌شده نشان می‌دهد.

پس از استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌های مختلف، جدول تجمیع قابلیت‌ها تشکیل و در گام بعد کدها بر مبنای میزان مشابهت آنها به یکدیگر دسته‌بندی شد. در این مرحله تعداد ۴۷ کد متمرکز استخراج شد. مثلاً، مفهوم برخورداری از وجاهت و مقبولیت از کدهای درج‌شده در جدول ۲ به دست آمد.

در نهایت از ترکیب این مفاهیم مقوله‌های نهایی ۴ شایستگی حاصل شدند که در جدول ۳ همراه مفاهیم مرتبط مهم می‌آید.

جدول ۱. نحوه استخراج کدهای اولیه یا شواهد گفتاری از متن مصاحبه‌ها

شواهد اولیه	متن خام مصاحبه
توان برقراری ارتباط مؤثر	من ارتباط خوبی با دانشگاه و اتاق تعاون و با سازمان استاندارد و ... داشتم. رؤسایشان همه رفقای من بودند. البته همه این‌ها در جریان همین پروژه‌ها با من رفیق شدند. اما اعتماد شکل گرفته بود. از همه مهم‌تر این‌ها می‌دانستند که من نفع شخصی از این کار نمی‌برم؛ یعنی اینکه نگاه من نگاه به توسعه استان بود برای این‌ها جا افتاده بود و می‌دانستند دغدغه من توسعه خوشه است. این خصلت را دارم که این صنعت را صنعت خودم می‌دانم و چنان با عرق و با شور و شعف و با انرژی با آن‌ها صحبت می‌کنم که آن‌ها فکر می‌کنند من سال‌ها آنجا خواهم بود و باید این کارها را بکنم. این حس به آن‌ها منتقل می‌شود و از نظر من یک ویژگی است که شاید هر کسی نداشته باشد ...
پیگیری منافع جمعی	
تعلق خاطر به خوشه	
انگیزه بالا و پشت‌کار	
نگاه بلندمدت	

جدول ۲. نحوه استخراج مفاهیم از کدهای اولیه

مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	شواهد گفتاری مرتبط با هر مفهوم
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	برخورداری از روحیه فداکاری و دست‌ودلبازی
		برخورداری از ویژگی‌های سماجت، قاطعیت، سخت‌کوشی
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	برخورداری از ویژگی تحمل فشار و شکست‌ناپذیری
		برخورداری از ویژگی صبر و بردباری و خونسردی
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	خبرخواهی و تلاش برای کمک به دیگران
		آشنایی با بازارهای جهانی و چگونگی تجارت
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	بین‌المللی
		برخورداری از سوابق و تجربیات مرتبط (صنعتی و گروهی)
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	برخورداری از تجربه و تخصص‌های لازم
		داشتن تجربه مشاوره
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	شناخت صنعت و بازار
		آشنایی با فرایند تولید
مفاهیم مستخرج	دسته‌ها	آشنایی با صنعت
		برخورداری از مهارت‌های تسهیلگری

جدول ۳. شایستگی‌های مرحله اعتمادسازی و مفاهیم مرتبط با هر یک

مقوله‌ها	مفاهیم مرتبط با هر مقوله
حساس سازی	آشنایی با تئوری توجه و چگونگی به‌کارگیری آن در خوشه برای حساس سازی بها دادن و احترام گذاشتن به ذی‌نفعان خوشه پرهیز از خودبرتربینی در مواجهه با اعضای خوشه برخورداری از وجاهت و مقبولیت
ایجاد انگیزه مشارکت	توان برجسته‌سازی مزایای ناشی از توسعه خوشه و منافع فعالیت‌های جمعی برای کل خوشه برجسته‌سازی نقش فعالیت خوشه در ایجاد مزیت‌های رقابتی و کسب منافع جدید برای اعضا
اعتمادسازی	برجسته‌سازی نقش مشارکت گروهی در کاستن از کانون‌های فشار ذی‌نفعان خوشه توجه به تأمین توقعات و انتظارات ذی‌نفعان و کارفرما در خوشه برخورداری از توان جلب اعتماد اعضا از طریق مشارکت در حل مشکلات اعضای خوشه
متقاعدسازی	مهارت به‌اشتراک‌گذاری منافع و دستاوردهای خوشه بین اعضای خوشه توانایی ایجاد رابطه برد-برد با ذی‌نفعان و نهادهای پشتیبان خوشه به منظور جلب اعتماد آنها
توان ایجاد ارزش افزوده	توانایی ایجاد فرصت‌های مناسب توسعه بازار خوشه توان زمینه‌سازی برای استفاده ذی‌نفعان از ظرفیت‌های دانشگاه و سایر نهادهای صنفی و پشتیبان افزایش قدرت چانه‌زنی اعضای خوشه در مواجهه با تأمین‌کنندگان، خریداران، و سایر نهادها افزایش قدرت رقابتی ذی‌نفعان در مقایسه با کسب‌وکارها و صنایع مشابه

همان‌طور که در جدول ۳ مشخص است، شایستگی‌های نهایی به‌دست‌آمده برای ایجاد و ارتقای سطح اعتماد در خوشه عبارت‌اند از:

- حساس سازی ذی‌نفعان و نهادهای پشتیبان
- ایجاد مشارکت
- متقاعدسازی ذی‌نفعان و نهادهای پشتیبان
- توانایی ایجاد ارزش افزوده برای ذی‌نفعان

در ادامه تعریف هر یک از این شایستگی‌ها می‌آید و پس از آن در هر مورد نمونه‌هایی از مصادیق عینی و شواهد گفتاری مصاحبه‌شوندگان ارائه می‌شود.

حساس‌سازی ذی‌نفعان و نهادهای پشتیبان

منظور از شایستگی حساس‌سازی توان جلب توجه ذی‌نفعان به اهمیت توسعه خوشه و ایجاد آگاهی در زمینه منافع حاصل از کنش‌های جمعی است که این آگاهی‌بخشی از طریق رفتار محترمانه با ذی‌نفعان خوشه، پرهیز از خودبرتربینی در مواجهه با آنان، و برخورداری از وجاهت و مقبولیت شخصی حاصل می‌شود. مثلاً یکی از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص گفت: «ما یک همایش چهره‌های ماندگار فرش دستباف قم برگزار کردیم. به‌علاوه سایتی راه‌اندازی کردیم و پتل اس‌ام‌اس و چند تور صنعتی داشتیم.» در مصاحبه دیگری چنین آمده است: «بیشتر با صحبت کردن است. می‌رفتیم با آن‌ها گپ می‌زدیم و مفصل صحبت می‌کردیم؛ یک نفر، دو نفر. یک بار یکی گفت ما سه‌شنبه‌ها در یکی از روستاهای قم که خنک است دور هم جمع می‌شویم. رفتیم آنجا و ده دوازده نفر از مدیران واحدها بودند و شروع کردیم بحث کردن. یادم هست در آن جلسه دو نفر موافق، دو نفر ممتنع، و الباقی مخالف بودند. وقتی از جلسه آمدیم بیرون همه موافق بودند و دو سه نفر ممتنع. بیشتر ما با این بحث‌های رودررو این‌ها را مجاب کردیم.»

همان‌طور که در نمونه‌های فوق مشخص است، جلب توجه و حساس کردن ذی‌نفعان خوشه فرایندی زمان‌بر و بسیار بااهمیت است که موفقیت در آن نیازمند صرف زمان و انرژی کافی و استفاده از روش‌های متنوع و متناسب با هر موقعیت است.

ایجاد مشارکت

منظور از این شایستگی ایجاد انگیزه لازم جهت ورود به کنش‌های جمعی و جلب مشارکت اعضا در فرایند توسعه خوشه به منظور حل مشکلات کسب‌وکار و دستیابی به مزایای رقابتی مورد انتظار است. این کار از طریق برجسته‌سازی مزایای ناشی از توسعه خوشه و منافع آن، پررنگ کردن نقش کنش‌های جمعی اعضا در ایجاد مزیت‌های رقابتی و کسب منافع جدید برای همه اعضای خوشه، و برجسته‌سازی نقش مشارکت گروهی در کاستن از کانون‌های فشار امکان‌پذیر است. مثلاً یکی از ذی‌نفعان خوشه می‌گفت: «اوایل خیلی تمایلی برای شرکت در جلسات

بحث‌های عامل توسعه نداشتیم. علت هم این بود که واقعاً به این ماجرای خوشه خوش بین نبودیم و فکر می‌کردیم این‌ها هم می‌آیند و شویی اجرا می‌کنند و می‌روند و آخرش چیزی برای ما عوض نمی‌شود.» یا یکی از عاملان توسعه گفت: «فعالیت‌های گروهی و جمعی خیلی اهمیت دارد. در زمینه توسعه خوشه، ما در این پروسه توانستیم یک تعداد افرادی را که تمایل دارند با ما همکاری کنند پیدا کنیم. برای این کار در درجه اول با معرفی خوشه و شناساندن مزایای خوشه و اعلام آمادگی عامل توسعه برای همکاری با هر کسی که دوست دارد {شروع کردیم} و اینکه اگر کسی نیامد خودش متضرر می‌شود.»

همان‌طور که مشخص است ایجاد انگیزه مشارکت یکی از گام‌های نخستین است که عامل توسعه باید طی کند تا زمینه ایجاد کنش‌های جمعی فراهم آید. ضمناً با توجه به مراحل توسعه خوشه، که در بخش‌های قبل تشریح شد، کل فرایند توسعه خوشه بر مبنای کنش جمعی و تعاملات پایدار اعضا و ذی‌نفعان خوشه بنا نهاده شده و عملاً توسعه خوشه بدون مشارکت اعضا مفهوم خاصی ندارد.

متقاعدسازی ذی‌نفعان و نهادهای پشتیبان

توانایی متقاعدسازی دیگران یکی از شایستگی‌های بسیار مهمی است که در فعالیت‌های گروهی مورد نیاز است. منظور از این شایستگی توانایی همراه‌سازی ذی‌نفعان از طریق تأمین انتظارات، حل مشکلات، و تسهیم منافع و دستاوردهای توسعه خوشه بین همه اعضاست. یک عامل توسعه برای همراه ساختن اعضا همواره باید از ایجاد رابطه برد - برد با ذی‌نفعان و نهادهای پشتیبان خوشه، به منظور جلب اعتماد آن‌ها، بهره جوید. یکی از عاملان خوشه در این زمینه گفته است: «به ذی‌نفعان گفتم کار ما توسعه خوشه است و این کار را می‌خواهیم انجام بدهیم و از وضع فعلی می‌خواهیم به فلان وضع مطلوب برسیم و نمی‌خواهیم نفع فردی را نفی بکنیم. اما دنبال منافع جمعی هستیم. همکاری برای رقابت و همکاری برای این رقابتی که با هم داریم. این‌ها در خوشه‌ها دستاورد بزرگی به همراه دارد.» یا یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان گفت: «ما دقت داشتیم که این‌ها بحث‌های مالی برایشان مهم است و روی این‌ها تأکید کردیم. گفتیم اگر ما با یک‌دیگر به این شیوه عمل کنیم هزینه‌مان این‌گونه کم می‌شود یا این‌طوری می‌توانیم سود را بالا ببریم. گفتیم

سه چهار نفر با هم شویم و برویم نمایشگاه شرکت کنیم و هزینه‌هایمان کم می‌شود و این طوری می‌شود و آن طوری می‌شود. در عمل همین اتفاق افتاد و ما می‌رفتیم در نمایشگاه و با هزینه کم به نتایج خوبی می‌رسیدیم.»

همان‌طور که در نقل‌قول‌های فوق مشخص است، یک عامل توسعه موفق برای جلب مشارکت ذی‌نفعان همواره به دنبال مطرح کردن مواردی است که دغدغه ذهنی کسب‌وکارهای خوشه است و برای حل آن مسائل حاضرند صمیمانه با تیم توسعه خوشه مشارکت کنند.

توانایی ایجاد ارزش افزوده برای ذی‌نفعان

منظور از این شایستگی در پژوهش حاضر توان ایجاد مزایا و منافع است که برای ذی‌نفعان اهمیت و ارزش بالایی دارد. مهم‌ترین این مزایا عبارت‌اند از: ارتقای رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای خوشه، ایجاد فرصت‌های جدید برای کسب‌وکارهای درون خوشه از طریق دستیابی به مزایای توسعه خوشه، ایجاد فرصت‌های مناسب توسعه بازار، زمینه‌سازی برای استفاده ذی‌نفعان خوشه از ظرفیت‌های نهادهای علمی و پژوهشی و سایر نهادهای صنفی و پشتیبان، افزایش قدرت چانه‌زنی اعضای خوشه در مواجهه با تأمین‌کنندگان، خریداران، دستگاه‌های دولتی، بانک‌ها، و نهادهای پشتیبان. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این خصوص گفت: «مهم‌ترین دستاورد برای واحدهای صنعتی در واقع پول است. این‌ها به درآمد بالاتر رسیدند. بعد از آن اینکه شناخته شدند. قطعاً با آن حضور خیلی پررنگ که خودروسازها و مجموعه‌های دیگر داشتند ارتباط خوبی بینشان برقرار شد و شناخته شدند. ارتباط برقرار کردند با دانشگاهی که در منطقه‌شان هست و به صورت تخصصی کار می‌کند. این سد شکسته شد و این‌ها برای مشکلاتشان از تخصص دانشگاهیان استفاده می‌کنند.» یا یکی از عاملان توسعه چنین گفت: «ما در خوشه کفش قم یک برند مشترک درست کردیم به نام پیکما، که تعدادی از تولیدکنندگان اصلی خوشه دور هم جمع شدند و محصولاتشان را با این برند تولید کردند و کم‌کم یک شرکت جدا ثبت شد که کار فروش داخل و صادرات پیکما را انجام داد. به مرور فروشگاه‌های زنجیره‌ای هم ایجاد شد برای پیکما که محصولات این‌ها را می‌فروشد.»

همان‌طور که در نمونه‌های فوق آمده است، در واقع این ارزش افزوده یکی از اهداف اصلی پروژه توسعه خوشه است و توان دستیابی به آن از شایستگی‌های بسیار مهمی است که یک

عامل توسعه باید از آن برخوردار باشد. در واقع، بدون ایجاد این ارزش افزوده پروژه توسعه خوشه ناکام می ماند و عملاً به نتایج مورد انتظار دست نمی یابد.

بحث و نتیجه

یکی از عوامل کلیدی موفقیت در فرایند توسعه یک خوشه صنعتی عامل توسعه خوشه است (Surephong et al., 2008). با بررسی پژوهش های پیشین مشخص می شود تخصص و دانش تسهیلگران خوشه منابع اساسی یک خوشه محسوب می شود. زیرا این دانش و تخصص عامل اساسی دستیابی به اهداف خوشه و ارزش افزایی برای اعضای خوشه به شمار می رود. در همین زمینه تحقیقات پیشین نیز، همچون تحقیق میر و همکارانش (۱۹۹۵)، بر اهمیت نقش توانایی های اعتمادشونده بر شکل گیری و توسعه اعتماد دیگران به او تأکید کرده اند. یکی از توانایی های اساسی مورد نیاز یک عامل توسعه توان جلب اعتماد ذی نفعان خوشه است. بر اساس نتایج پژوهش حاضر، شایستگی هایی که به عامل توسعه در جلب اعتماد ذی نفعان کمک می کند عبارت اند از: توانایی حساس سازی ذی نفعان، ایجاد مشارکت، متقاعدسازی ذی نفعان، و نهایتاً ایجاد ارزش افزوده برای ذی نفعان.

این نتایج تا حدود زیادی مؤید پژوهش های پیشین است. نتایج تحقیقات اندرسون و همکارانش (۲۰۰۴) نشان داده یک عامل توسعه به صورت ویژه وظیفه دارد برای ایجاد اعتماد در خوشه از طریق توسعه تسهیم اطلاعات و تأسیس شبکه های دانش مشترک اقدام کند؛ که این کار عمدتاً از طریق ایجاد آگاهی درباره مزایای متقابل توسعه خوشه برای اعضا صورت می گیرد (Andersson et al 2004).

پژوهش دیگری بر اهمیت درگیر کردن و جلب مشارکت ذی نفعان خوشه در تدوین استراتژی و برنامه عمل خوشه تأکید می کند و برای این منظور ایجاد ارتباطات و مباحثات غیررسمی بین اعضای خوشه و عامل توسعه را درباره منافع مشترک توسعه خوشه ضروری می داند (Abdin & Rahman 2015). برای موفقیت عامل در این وظیفه دو شایستگی برجسته شده در این پژوهش، یعنی توان حساس سازی ذی نفعان و توانایی ایجاد مشارکت، ضروری است. همان طور که در

پیشینه پژوهش‌های مرتبط نیز نشان داده شد، برخی از ویژگی‌های مهم مورد نیاز برای موفقیت در جلب مشارکت دیگر اعضا اخلاق‌مداری، درست‌کاری، پاسخگویی، و رفتار محترمانه است. توانایی ایجاد ارزش افزوده برای ذی‌نفعان خوشه از دیگر شایستگی‌های تأکیدشده در این پژوهش است. این نتیجه شباهت زیادی با نتایج برخی از تحقیقات موجود دارد که بر اهمیت شناسایی و برآورده‌سازی نیازها و انتظارات ذی‌نفعان تأکید کرده‌اند. مثلاً در یک مطالعه مشابه بر اهمیت شناسایی و تأمین انتظارات ذی‌نفعان در یک سازمان به منظور ایجاد شهرت و اعتبار تأکید شده است (Tomsic 2013). در مطالعه‌ای دیگر بر ضرورت جلب رضایت مشتریان سازمان‌ها به طور عام و بهبود رابطه با مشتری در بلندمدت تأکید شده است (Ambrož & Praprotnik, 2008). البته ذکر این نکته هم ضروری است که برای جلب رضایت دیگران و بهبود رابطه با مشتری در بلندمدت صداقت و پاسخگویی و رفتار محترمانه ضروری است. با اینکه این تحقیقات مستقیم به موضوع خوشه نپرداخته‌اند، جلب رضایت مشتریان هر سازمانی را در گروی تأمین انتظارات آن‌ها دیده‌اند و از آنجا که ذی‌نفعان خوشه نیز به نوعی مشتریان پروژه توسعه خوشه محسوب می‌شوند، به طور مشابه، می‌توان بر اهمیت ایجاد ارزش افزوده برای آن‌ها از طریق تأمین انتظاراتشان دلالت کرد. البته در کنار عوامل مؤثر فوق، بر اساس مطالعات پیشین، همسانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی همچون قومیت، زبان، فرهنگ، همسنی، موقعیت اجتماعی مشابه، و ... نیز در برقراری اعتماد بین اعتمادشونده و اعتمادکننده بسیار مؤثر است.

در پایان بار دیگر تأکید می‌شود که موفقیت پروژه توسعه خوشه، که خود می‌تواند به رشد اقتصاد منطقه‌ای و ملی بینجامد، در گروی شایستگی‌های عامل توسعه خوشه است و از آنجا که فعالیت‌های خوشه بر کنش‌های جمعی، اقدامات مشارکتی، و تعاملات افراد مختلف استوار است و اساساً چنین فعالیت‌های مشترکی تنها در صورت وجود سطح بالایی از اعتماد بین عامل توسعه و اعضا و ذی‌نفعان خوشه محقق می‌شود توان ایجاد و توسعه این اعتماد توسط عامل توسعه بسیار حایز اهمیت است و بدین منظور عامل باید از شایستگی‌های ویژه‌ای برخوردار باشد. در این پژوهش سعی شد از طریق تعامل فعال با تعدادی از موفق‌ترین عاملان توسعه خوشه‌های کشور و بررسی رفتارها و سرگذشت آنان به شناسایی این شایستگی‌ها پرداخته شود. البته به دلیل

محدودیت‌های خاص هر تحقیق علمی، به‌ویژه مطالعات کیفی، در این پژوهش فقط به بررسی نمونه آماری ۲۲ نفره پرداخته شد و نتایج حاصل ممکن است قابل تعمیم به کل جامعه نباشد. بنابراین جهت حصول اطمینان از جامعیت یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می‌شود تحقیقات تکمیلی از سوی سایر پژوهشگران در این خصوص صورت پذیرد.

پیشنهاد

در آخر بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق کاربردها و همچنین پژوهش‌های تکمیلی زیر پیشنهاد می‌شود:

- استفاده از شایستگی‌های شناسایی شده به منزله شاخص انتخاب عاملان توسعه
- برگزاری دوره‌هایی جهت ارتقای شایستگی‌های مؤثر بر توانایی اعتمادسازی عاملان
- استفاده از این شایستگی‌ها در طراحی نظام ارزیابی عملکرد عاملان توسعه
- انجام دادن تحقیقات تکمیلی و آزمون نتایج این تحقیق کیفی با روش‌های کمی و در حجم نمونه بالاتر
- انجام دادن تحقیقات تکمیلی به منظور شناسایی سایر شایستگی‌های مورد نیاز عاملان توسعه خوشه، در مراحل مختلف فرایند توسعه خوشه
- انجام دادن تحقیقات تکمیلی در خصوص شناسایی شایستگی‌های لازم برای مدیران و سیاست‌گذاران محلی و ملی فعال در عرصه توسعه خوشه‌های صنعتی
- انجام دادن پژوهش‌های تکمیلی با موضوع بررسی شایستگی‌های ذی‌نفعان و اعضای خوشه

منابع

۱. الوانی، سید مهدی و حسن دانایی‌فرد (۱۳۸۰). «مدیریت دولتی و اعتماد عمومی»، دانش مدیریت، ش ۵۵، صص ۵ - ۲۷.
۲. جابرانصاری، محمدرضا و رضا نجف‌بیگی، سید مهدی الوانی (۱۳۹۵). «راهکارهای ارتقای اعتماد عمومی به سازمان‌های دولتی»، قدرت نرم، ش ۱۵.
۳. حقیقی، مهدی و نادر مظلومی، پریا غفوری (۱۳۹۴). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اعتماد مردم»، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ش ۷۷، صص ۲۹ - ۴۹.
۴. عابدی جعفری، حسن و غلام‌رضا طالقانی، محمدمهدی تنعمی، عابد عابدی جعفری (۱۳۸۹). «سنجش عوامل مؤثر بر اعتماد شهروندان به مدیریت شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)، مدیریت فردا، ش ۲۴، صص ۴۲ - ۵۲.
5. Ambrož, M., & Praprotnik, M. (2008). Organisational effectiveness and customer satisfaction. *Organizacija*, 41(5), 161-173.
6. Andersson, T., Schwaag-Serger, S., Sorvik, J., & Hansson, E. W. (2004). *The cluster policies whitebook* (Vol. 49): Citeseer.
7. Atwater, L. E. (1988). The Relative Importance of Situational and Individual Variables in Predicting Leader Behavior The Surprising Impact of Subordinate Trust. *Group & Organization Management*, 13(3), 290-310.
8. Batt, P. J. (2003). Building trust between growers and market agents. *Supply Chain Management: an international journal*, 8(1), 65-78.
9. Bazerman, M., & Moore, D. A. (2012). Judgment in managerial decision making.
10. Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 27 (1), 5-12
11. Charmaz, K. (2006). Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative research. *Sage Publications Ltd, London*.
12. Christensen, J. L., & Stoerring, D. (2012). Facilitating cluster evolution in peripheral regions: The role of clusterpreneurs. *Interactive learning for innovation: A key driver within clusters and innovation systems*, 137-160.
13. Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*: JSTOR.
14. Giffin, K. (1967). The contribution of studies of source credibility to a theory of interpersonal trust in the communication process. *Psychological bulletin*, 68(2), 104.
15. Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*: Chicago: Aldine.
16. Hailu, H.K. (2010). *Success Factors in Micro and Small Enterprises Cluster Development: Case of Gullele Handloom Clusters in Ethiopia*. University of South Africa.

17. Heyns, M., & Rothmann, S. (2015). Dimensionality of trust: An analysis of the relations between propensity, trustworthiness and trust. *SA Journal of Industrial Psychology*, 41(1), 01-12.
18. Ingstrup, M. B. (2010). The role of cluster facilitators. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 4(1), 25-40.
19. Ingstrup, M. B., & Damgaard, T. (2013). Cluster facilitation from a cluster life cycle perspective. *European Planning Studies*, 21(4), 556-574.
20. Ittyerah, A. C. (2009). Evaluation Study of Micro & Small Enterprises Cluster Development Programme. *Indian Institute of Public Administration, New Delhi*.
21. KAZLAUSKIENĖ, E., & BARTUŠEVIČIENĖ, I. (2013). Trust Dimensions in the Business Relationship. *Intellectual Economics*, 7(4), 497-509.
22. Keller, R. T. (2001). Cross-functional project groups in research and new product development: Diversity, communications, job stress, and outcomes. *Academy of Management Journal*, 44(3), 547-555.
23. Kramer, R. M., Brewer, M. B., & Hanna, B. A. (1996). *Collective trust and collective action: The decision to trust as a social decision*. RM Kramer. Retrieved from
24. Lawler III, E. E. (1992). The ultimate advantage: Creating the high-involvement organization.
25. Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
26. McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence". *American psychologist*, 28(1), 1.
27. Milojković, D., & Stojković, N. (2012). Training for cluster facilitators in function of cluster development in Serbia. *New Challenges in Changing Labour Markets*, 327.
28. Mitzal, B. (1996). Trust in modern societies. *Polity, Cambridge*, 25.
29. Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *The journal of marketing*, 20-38.
30. Porter, M. E., & Porter, M. P. (1998). Location, Clusters, and the "New" Microeconomics of Competition. *Business Economics*, 7-13.
31. Putnam, R. D. (1993). The prosperous community. *The american prospect*, 4(13), 35-42.
32. Riessman, C. K. (1993). *Narrative analysis* (Vol. 30): Sage.
33. Spector, M. D., & Jones, G. E. (2004). Trust in the workplace: factors affecting trust formation between team members. *The Journal of social psychology*, 144(3), 311-321.
34. Stoerring, D., & Christensen, J. L. (2008). Clusterpreneurs—promoting high-tech clusters in low-tech regions. *Working Paper Series No. 18, Department of Business Studies, Aalborg University*.
35. Sureephong, P., Chakpitak, N., Buzon, L., & Bouras, A. (2008). Cluster development and knowledge exchange in supply chain. *arXiv preprint arXiv:0806.0519*.
36. Tariku, T. B. (2011). *CLUSTER DEVELOPMENT FOR METAL WORK INDUSTRIES: Case Study on Addis Ababa Micro and Small Scale Metal Work Industries*. aau.
37. Taylor, R. G. (1989). The role of trust in labor-management relations. *Organization Development Journal*, 7(2), 85-89.

38. UNIDO. (2017). Cluster Development Module 2: Cluster Governance, Trust and the Role of the CDA. In UNIDO (Ed.), www.clustersfordevelopment.org/. UNIDO Webpage.
39. 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.