

توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی منطقه مکران

خان محمد آسکانی^۱

مصطفی ازکیا^۲

میثم موسایی^۳

والی اله رستمعلی زاده^۴

چکیده

هدف از مطالعه حاضر شناخت درک جامعه بومی از نقش بازارچه های مرزی در توسعه کسب و کارهای خانگی منطقه مکران بود. روش تحقیق، گراند تئوری (نظریه داده بنیاد) و جامعه مورد مطالعه، شامل جامعه متخصصان، متولیان و برنامه ریزان بازارچه های مرزی و صاحبان کسب و کار خانگی در بازارچه های مرزی بوده است. در این پژوهش از روش نمونه گیری هدفمند و شاخص اشباع نظری نسبت به نمونه گیری از جامعه پژوهش اقدام شد. در پژوهش حاضر با ۱۲ نفر از متخصصان، متولیان و برنامه ریزان بازارچه های مرزی و ۸ نفر از صاحبان کسب و کار خانگی در بازارچه های مرزی مصاحبه انجام شد. اطلاعات در این پژوهش به واسطه مصاحبه های نیمه ساختاریافته جمع آوری شده اند. داده های جمع آوری شده، کدبندی، مفهوم سازی و مقوله بندی شدند. سپس کدگذاری محوری و گزینشی انجام گرفت و بر مبنای مفاهیم و مقوله هسته ای نمونه های بعدی برای مصاحبه انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان داد که با انجام مراحل سه گانه کدگذاری باز، محوری و کدگذاری گزینشی، در یک مقوله مرکزی، ۶ مقوله اصلی، ۱۰۴ مقوله فرعی و ۳۳۸ مفهوم استخراج شد. یافته های تحقیق براساس مدل پارادیمی پژوهش در پنج محور (شرایط علی، شرایط مداخله گر و شرایط زمینه ای، راهبردها و پیامدها) قرار گرفت. پس از استخراج مقولات اصلی در مرحله کدگذاری محوری ارتباط این مقولات و خرده مقولات آن در چارچوب مدل پارادایمی طراحی و بازنگری شد. مقولات اصلی در پژوهش حاضر عبارتند از: «خدمات و تسهیلات»، «احداث تفرجگاه سازگار با محیط زیست»، «توسعه گردشگری»، «توسعه شبکه حمل و نقل»، «مشارکت محلی»، «اثربخشی دولت». در نهایت نتایج تحلیل نشان داد که همه مقولات

^۱ دانشجوی دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، گروه جامعه شناسی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استاد دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۳ استاد دانشکده علوم اجتماعی گروه برنامه ریزی اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۴ دانشیار گروه مهاجرت و شهرنشینی، موسسه تحقیقات جمعیت کشور، تهران، ایران

اصلی در راستای فرآیند مشترکی قرار دارند که حول محور «توانمندسازی خانوارها از طریق توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی» قابل تفسیر است.

کلمات کلیدی: توسعه کسب و کارهای خانگی، بازارچه های مرزی، منطقه مکران

مقدمه

مرزها همواره به عنوان فضاهاى راهبردى و جغرافیای ژئوپلیتیک تعامل، منازعه و دادوستد شناخته شده‌اند. در گذشته، به دلیل فقدان زیرساخت‌های ارتباطی و فاصله از مراکز تجاری، مبادلات در مناطق مرزی عمدتاً به صورت پایاپای میان ساکنان دو سوی مرز انجام می‌گرفت؛ امری که علاوه بر تأمین معیشت مردم، پیوندهای فرهنگی و اجتماعی را تقویت می‌کرد. اما در دهه‌های اخیر، تجربه کشورهای توسعه‌یافته نشان داده است که سازماندهی مبادلات مرزی در قالب قوانین رسمی می‌تواند موجب گسترش تجارت قانونی، ایجاد اشتغال، تقویت همکاری‌های منطقه‌ای، کاهش قاچاق و ارتقای امنیت پایدار گردد (کیو آی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

در ایران نیز، بازارچه‌های مرزی با هدف محرومیت‌زدایی، تثبیت جمعیت در نواحی مرزی، توسعه صادرات غیرنفتی، جلوگیری از مهاجرت و ارتقای امنیت ایجاد شده‌اند و مبانی قانونی آن در قوانین صادرات و واردات مصوب ۱۳۷۲ و آیین‌نامه‌های مربوطه ذکر شده است (مهدی‌زاد، ۱۳۸۹). امروزه ۵۰ بازارچه مرزی در کشور فعال است که برخی با رویکرد توسعه‌محور و برخی بر اساس ضرورت‌های امنیت ملی تاسیس شده‌اند (رضایی، ۱۳۸۹). با این وجود، بخشی از بازارچه‌ها فاقد کارکرد مطلوب بوده و همچنان اقتصاد غیررسمی و قاچاق نقش پررنگی در معیشت مرزنشینان ایفا می‌کند.

از منظر توسعه‌ای، مرزها غالباً با نوعی پارادوکس مواجه‌اند: از یک سو به عنوان فرصت اقتصادی و جغرافیایی دیده می‌شوند، و از سوی دیگر به دلیل تهدیدهای امنیتی، ریسک سرمایه‌گذاری، ضعف زیرساخت، پراکندگی جمعیت و توسعه‌نیافتگی تاریخی، کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند (گلدمن^۲ و همکاران، ۲۰۲۱؛ دھیر^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). سیاست‌گذاری مرزی در ایران نیز همواره میان رویکرد امنیت‌محور و توسعه‌محور نوسان داشته است؛ درحالی‌که باور بر این است که توسعه پایدار و بهبود شرایط اقتصادی مرزنشینان خود عامل تقویت امنیت ملی است (سازمان مدیریت، ۱۳۷۸).

در این میان، کسب و کارهای خانگی به عنوان یکی از بخش‌های پویا و مردم‌پایه اقتصاد، قابلیت قابل توجهی برای ایجاد اشتغال، ارتقای درآمد، حفظ جمعیت مرزی، توانمندسازی زنان، احیای صنایع دستی و تقویت گردشگری فرهنگی دارند (کیو آی و همکاران، ۲۰۲۰). نظریه‌های جدید توسعه همچون توسعه مشارکتی، رویکرد دارایی‌محور و توسعه محلی بر توانمندسازی مردم، ظرفیت‌سازی اجتماعی، نقش سرمایه اجتماعی و مشارکت‌جویی محلی تأکید دارند (عنبری، ۱۳۹۰؛ تولستوی^۴ و

^۱ Qi

^۲ Goldman

^۳ Dhir

^۴ Tolstoy

همکاران، ۲۰۲۳؛ چن^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). بر این اساس، تقویت بازارچه‌های مرزی می‌تواند زمینه‌ساز بهره‌برداری از ظرفیت‌های انسانی و فرهنگی مناطق مرزی و تبدیل آنها به کانون‌های تولید و تجارت خرد باشد.

منطقه مکران - به‌عنوان یکی از راهبردی‌ترین نواحی جنوب‌شرق کشور و هم‌مرز با پاکستان - واجد پتانسیل تبدیل شدن به قطب تجاری و ژئواکونومیک ایران است. با وجود ایجاد بازارچه‌های مرزی ریمدان و پیشین، این منطقه هنوز از اقتصاد رسمی بهره کافی نبرده و آسیب‌هایی مانند قاچاق سوخت و کالا، فقر مزمن و کمبود زیرساخت را تجربه می‌کند. همچنین به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص و دوری از مراکز قدرت و تمرکز جمعیتی، همواره در سیاست‌های ملی مورد غفلت قرار گرفته‌اند (حافظ‌نیا و همکاران، ۱۳۹۹). از این رو، تقویت عملکرد بازارچه‌های مرزی می‌تواند در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی، ایجاد اشتغال پایدار، افزایش درآمد و ارتقای امنیت اجتماعی و سیاسی منطقه اثرگذار باشد. بنابراین پرسش اصلی این پژوهش آن است که بازارچه‌های مرزی چگونه می‌توانند توسعه کسب‌وکارهای خانگی را در منطقه مکران تسهیل کنند و جامعه محلی چه درکی از این نقش دارد؟ مطالعات متعددی در رابطه با کسب‌وکارهای خانگی، توسعه مناطق مرزی و بازارچه‌های مرزی انجام گرفته است که به چند مورد اشاره می‌کنیم:

نصیری هنده خاله و همکاران (۱۴۰۳) پژوهشی با هدف بررسی تطبیقی تأثیر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی بازارچه میلک بر کیفیت زندگی شهروندان زابل انجام داده‌اند. نتایج نشان داد عملکرد بازارچه میلک به میزان یکسانی شاخص‌های مورد بررسی را تحت تأثیر قرار نداده است. نتایج رگرسیون در زمینه رتبه‌بندی تأثیر بازارچه میلک حاکی از آن است که متغیر اقتصادی با ۴۵٪ و متغیر اجتماعی با ۳۷٪ و متغیر کالبدی با ۲۲٪ به ترتیب بیشترین و کمترین مقدار تأثیرپذیری را تبیین می‌نمایند. بازارچه میلک در ایفای تأثیرگذاری بر بهبود سطح کیفی زندگی در ابعاد اقتصادی موفق عمل کرده است.

اکبری (۱۴۰۲) پژوهشی با هدف ارائه مدلی برای توسعه کسب و کارهای کوچک خانگی در استان ایلام نشان داد که قابلیت‌های بازاریابی، هوشمندی رقابتی، خط مشی دولت، توانمندسازی کارآفرینانه، ارتباطات استراتژیک و مقبولیت اجتماعی به عنوان عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب و کارهای کوچک خانگی شناسایی شده‌اند.

محمدی (۱۴۰۱) پژوهشی با هدف تحلیل عوامل موثر بر عملکرد نامطلوب بازارچه‌های مرزی در عدم توسعه اقتصادی - اجتماعی روستاهای پیرامون مرز باشماق با تحلیل عاملی نشان دادند نارسایی‌های مدیریتی؛ ضعف و کمبود در خدمات، امکانات و زیرساخت‌های بازارچه؛ ضعف در مشارکت و همکاری مردم محلی؛ کیفیت نازل توسعه روستایی منطقه و مکان‌گزینی نادرست بازارچه‌ها بر عملکرد نامطلوب بازارچه‌های مرزی در عدم توسعه اقتصادی - اجتماعی موثر هستند. همچنین آزمون تحلیل مسیر نشان داد نارسایی‌های مدیریتی بیشترین تأثیر را بر عملکرد نامطلوب بازارچه‌های مرزی دارند.

^۱ Chen

صادقی و همکاران (۱۴۰۱) با هدف بررسی اثرات بازارچه مرزی ساری سو در توسعه اقتصادی استان آذربایجان غربی به این نتیجه رسیدند که ارتباط مستقیم و معناداری میان ایجاد و تاسیس بازارچه مرزی و اثرات اقتصادی ایجاد شده وجود دارد. به عبارتی ایجاد اشتغال، افزایش تولید و افزایش درآمد و رفاه مرزنشینان از جمله اثرات مثبت بازارچه مرزی است.

آل احمد و مظفری (۱۳۹۹) با هدف طراحی الگوی توسعه اقتصادی سواحل مکران با در نظر گرفتن ملاحظات اجتماعی و امنیتی دریافتند که ساختارهای اصلی و کلیدی الگوی توسعه سواحل مکران، ساختارهای اقتصادی، نهادی، فرهنگی - اجتماعی، استراتژیک و ژئوپولیتیک است که هر کدام از این ساختارها شامل مولفه‌هایی می باشند که در میان تمام مولفه‌ها استفاده از رهنمودهای مقام معظم رهبری، توسعه زیرساختهای حمل و نقل؛ استفاده از منابع و سرمایه‌های بومی و محلی منطقه، همراه نمودن نهادهای غیر رسمی منطقه با اهداف توسعه اقتصادی و فعلیت‌بخشی به ظرفیت های شیلات و آبرزی - پروری در منطقه مکران از درجه اهمیت بیشتر برخوردار می باشند.

اعتمادی و همکاران (۱۳۹۸) با هدف بررسی توسعه منطقه ساحلی مکران در پرتو منطقه آزاد تجاری - صنعتی چابهار نشان دادند که با احداث این منطقه آزاد، ظرفیت‌هایی برای توسعه ایجاد شده؛ اما چون این منطقه از ابتدا فاقد برنامه‌ریزی بلندمدت و پیوست‌های اجتماعی بوده، پدیده‌های نامطلوبی ازجمله جدایی‌گزینی اجتماعی و توسعه نامتوازن را به همراه داشته است.

ویسی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با هدف تحلیل اثر بازارچه‌های مرزی پیران و دره‌وران بر تأمین معیشت پایدار روستاییان بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان با روشی توصیفی تحلیلی و با جمع آوری اطلاعات از دو روش اسنادی و میدانی مبتنی بر مصاحبه مشاهده و توزیع پرسشنامه در میان روستاییان پرداخته‌اند. نتایج آنها حاکی از آن است که تأسیس بازارچه‌ها معیشت پایداری را برای روستاییان رقم زده است همچنین تأسیس بازارچه مرزی با کاهش آسیب‌پذیری روستاییان در برابر بحران‌ها و شوک‌ها و تنوع معیشتی زمینه‌ساز افزایش پایداری معیشت روستاییان شده است.

ماوتن و آلماتوم^۱ (۲۰۲۳) با هدف بررسی چالش‌ها و فرصت‌های صاحبان کسب‌وکارهای کوچک فعال در شبکه‌های اجتماعی از منظر مشتریان و دیگری از دیدگاه صاحبان کسب‌وکار نشان داد که کسب‌وکارهای کوچک نقش مهمی در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و نوآوری دارند و بهره‌گیری اثربخش از رسانه‌های اجتماعی برای توسعه آن‌ها ضروری است.

تلاستوی و همکاران (۲۰۲۳) با هدف بررسی نقش ایجاد بازار در عملکرد بین‌المللی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در تجارت الکترونیک فرامرزی با بهره‌گیری از نظریه اثربخشی و تحلیل داده‌های ۹۹ شرکت سوئدی نشان می‌دهد که شرکت‌ها می‌توانند با توسعه شیوه‌های نوین تعامل با مشتریان در فضای دیجیتال، تقاضای بازارهای خارجی را شکل دهند و بدین ترتیب عملکرد بین‌المللی خود را ارتقا

^۱ Moathen & Almaktoom

بخشند. یافته‌ها همچنین بیان می‌کند که اثر مثبت ایجاد بازار زمانی تقویت می‌شود که شرکت‌ها از حضور فعال در بازارهای بین‌المللی، تحلیل بازاریابی خارجی و شبکه‌سازی جهانی برخوردار باشند. تپاس و هوتاما (۲۰۲۱) با هدف بررسی استراتژی و نوآوری کسب‌وکارهای خانگی برای توسعه محلی نشان دادند که کسب‌وکارهای خانگی می‌توانند از طریق پذیرش فناوری‌های نوین رشد قابل توجهی داشته باشند و نقش مؤثری در توسعه محلی ایفا کنند و دولت نیز با وضع قوانین، مقررات و برنامه‌های حمایتی، نقش کلیدی در تقویت ظرفیت پذیرش فناوری توسط کسب‌وکارهای خانگی دارد.

شهریار^۱ (۲۰۲۱) با مطالعه مسائل مرزی هند و بنگلادش نشان داد تبدیل خط مرزی دو کشور به خط آتش و انسداد شدید آن، موجب از بین رفتن یک فرصت مهم توسعه اقتصاد برای مرزنشینان دو کشور گردیده و فرصت تبادلات تجاری مرزی از بین رفته است که در نتیجه آن فقر گسترش یافته و مهاجرت مرزنشینان و تضادهای اجتماعی افزایش می‌یابد.

تی‌هاو^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی پیرامون آثار اقتصادی فاصله از مرز نشان داد که عواملی مانند ارزش و حجم تجارت دوجانبه، تجارت حاشیه‌ای، رقابت در بازار و میان شرکت‌ها، یکپارچه‌سازی منطقه و تحلیل سود و هزینه‌ها، تجارت، نوآوری و فناوری، و همچنین ادغام و همگرایی اقتصاد کلان، به طور مستقیم بر تأثیر اقتصادی فاصله از مرز مؤثر هستند.

روش تحقیق

تحقیق کیفی با معانی، مفاهیم، تعاریف، نمادها و توصیف ویژگی‌ها سروکار دارد و بر این فرض استوار است که کنش متقابل اجتماعی کلیتی در هم‌تنیده از روابط را شکل می‌دهد که از طریق استقرا قابل درک است (باین، ۲۰۰۵ به نقل از محمدی، ۱۳۸۷). در میان روش‌های کیفی، روش تئوری بنیانی به دلیل ویژگی‌هایی مانند قابلیت نظری، تعامل مداوم و فعال محقق با موضوع تحقیق و قابلیت اصلاح، اهمیت زیادی برای تدوین چارچوب‌های نظری و شناخت مسائل اجتماعی دارد (ازکیا و ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۰).

با توجه به موضوع پژوهش حاضر و سوال‌های اساسی تحقیق که به دنبال «درک جامعه بومی از نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه کسب و کارهای خانگی منطقه مکران» و شناسایی عوامل تاثیرگذار، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای توسعه کسب و کارهای خانگی در منطقه مکران با تأکید بر نقش بازارچه‌های مرزی است، از روش تئوری بنیانی استفاده شد. این روش بر ساختن نظریه از اطلاعات به صورت استقرایی تأکید دارد. برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه نیمه‌سازمان‌یافته با دو گروه شامل جامعه متخصصان، متولیان و برنامه‌ریزان بازارچه‌های مرزی و صاحبان کسب و کارهای خانگی در بازارچه‌های مرزی استفاده شد. انتخاب شرکت‌کنندگان تحقیق با نمونه‌گیری مبتنی بر هدف آغاز و با نمونه‌گیری نظری ادامه یافت. بدین منظور، ابتدا از هر گروه ۳ نفر انتخاب شدند که همگی در

^۱ Shahriar

^۲ T.Huw

زمینه کسب و کار خانگی دارای اطلاعات بودند. تجزیه و تحلیل اطلاعات و کشف مفاهیم و مقولات از طریق سه نوع کدگذاری انجام شد: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. در کدگذاری باز، محقق به طور مرتب و مکرر، سوال‌های موسوم به «سوال اساسی» را در مقابل متن قرار می‌داد: چه چیز؟ چه کسی؟ چگونه؟ کی؟ چه مدت؟ کجا؟ چقدر؟ با چه شدتی؟ چرا؟ به چه منظور؟ با چه وسیله‌ای؟ مفاهیم و مقولات از طریق مقایسه مداوم، پاسخ به این سوال‌ها و مرور یادداشت‌های میدانی استخراج شدند. در کدگذاری محوری، انواع روابط بین مفاهیم و مقولات جستجو و به شکل مدل پارادایمی ترسیم شد. در کدگذاری انتخابی، تحلیل از سطح توصیفی فراتر رفته و خط داستانی تشریح می‌شود؛ در این مرحله، یک مفهوم به پدیده اصلی داستان نسبت داده می‌شود. مرحله تفسیر داده‌ها، مشابه افزودن داده‌های اضافی، در نقطه اشباع نظری پایان می‌یابد (فلیک، ۱۳۸۷).

یافته ها

با انجام مراحل سه گانه کدگذاری باز، محوری و کدگذاری گزینشی، در مجموع ۶ مقوله اصلی، ۱۰۴ مقوله فرعی و ۳۳۸ مفهوم استخراج شد. پس از استخراج مقولات اصلی در مرحله کدگذاری محوری ارتباط این مقولات و خرده مقولات آن در چارچوب مدل پارادایمی طراحی و بازنگری شد. مقولات اصلی در پژوهش حاضر عبارتند از: «خدمات و تسهیلات»، «احداث تفرجگاه سازگار با محیط زیست»، «توسعه گردشگری»، «توسعه شبکه حمل و نقل»، «مشارکت محلی»، «اثربخشی دولت». در نهایت نتایج تحلیل نشان داد که همه مقولات اصلی در راستای فرآیند مشترکی قرار دارند که حول محور «توانمندسازی خانوارها از طریق توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی» قابل تفسیر است. این پدیده مرکزی بیشترین پیوند را با سایر مقولات داشته و به عنوان محور یکپارچه سازی یافته ها انتخاب شد.

شرایط علی: عواملی که موجب پیدایش پدیده «توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین از طریق توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی» می شوند، «فشارهای اقتصادی و نیاز به درآمد»، «ظرفیت های طبیعی و جغرافیایی» و «فرهنگ و هویت بومی» هستند. مشارکت کنندگان در مصاحبه ها تأکید کرده اند که فشارهای اقتصادی و نبود فرصت های شغلی پایدار، خانواده ها و به ویژه جوانان را به سمت کسب و کارهای خانگی سوق داده است. درآمدهای موقت و فصلی به دلیل عدم ثبات، پاسخگوی نیازهای زندگی نیستند و ریسک بالایی برای آینده خانواده ها ایجاد می کنند. در این شرایط، راه اندازی کسب و کار خانگی مستقل و قابل مدیریت، امکان ایجاد درآمد پایدار و کاهش نگرانی های مالی را فراهم می کند و در واقع، کسب و کارهای خانگی به یک راهکار موثر برای امنیت اقتصادی و کنترل آینده خانواده ها تبدیل می شوند. همچنین معتقدند ظرفیت های طبیعی و جغرافیایی مناطق مرزی نقش مکملی در توانمندسازی خانوارها دارند. موقعیت مرزی امکان دسترسی به بازارهای محلی و حتی صادرات خرد محصولات سنتی و صنایع دستی را فراهم می کند و تنوع اقلیمی و منابع طبیعی منطقه فرصت هایی در حوزه دامداری، گیاهان دارویی، گردشگری روستایی و تولیدات بومی ایجاد می کند. بهره برداری

هوشمندانه از این ظرفیت‌ها، زمینه رشد کسب‌وکارهای خانگی و ایجاد درآمد پایدار را فراهم می‌سازد. علاوه بر این، فرهنگ و هویت بومی، به ویژه مهارت‌های دستی و صنایع دستی منتقل شده نسل به نسل، پایه‌ای برای توسعه کسب‌وکارهای خانگی است. روحیه همکاری و همیاری در جوامع مرزی امکان اشتراک تجربه‌ها و تولیدات جمعی را فراهم می‌کند و حمایت اجتماعی موجود، پشتیبانی مهمی برای توسعه پایدار اقتصادی محسوب می‌شود. در مجموع ترکیب این سه عامل، امکان ایجاد کسب‌وکارهای خانگی در بازارچه‌های مرزی را فراهم می‌کند که نه تنها درآمد پایدار برای خانوارها ایجاد می‌کند، بلکه حفظ هویت محلی، توسعه اقتصادی منطقه و توانمندسازی اجتماعی خانواده‌ها را نیز به همراه دارد. به عبارت دیگر، توسعه کسب‌وکارهای خانگی در بازارچه‌های مرزی، راهکاری جامع برای توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین است.

شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر در توانمندسازی خانوارهای مرزنشین از طریق توسعه کسب‌وکارهای خانگی، شامل مجموعه‌ای از عوامل نهادی، اطلاعاتی و ساختاری است که می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تسهیل یا محدود کردن توسعه پایدار این کسب‌وکارها ایفا کند. حمایت‌ها و سیاست‌های دولتی و محلی از جمله مهم‌ترین این عوامل هستند؛ بسیاری از خانوارهای مرزنشین توان مالی کافی برای راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی ندارند و وام‌های خرد می‌توانند نقطه شروع مناسبی باشند، مشروط بر اینکه دسترسی به آن‌ها ساده و بومی‌سازی شده باشد. علاوه بر تأمین مالی، ارائه آموزش‌های کاربردی در زمینه مدیریت هزینه، بازاریابی و بسته‌بندی و مشاوره‌های مستمر، کیفیت محصولات و اعتماد به نفس تولیدکنندگان را افزایش می‌دهد و زنان که نقش ستون اقتصاد خانوار را دارند با بهره‌مندی از چنین حمایت‌هایی می‌توانند مشارکت فعال‌تری در اقتصاد محلی داشته باشند. دسترسی به بازار و اطلاعات، محور دوم شرایط مداخله‌گر است؛ بسیاری از تولیدکنندگان محلی به دلیل فقدان شبکه توزیع و اطلاعات کافی از نیاز بازار، ناچار به فروش محصولات خود با قیمت پایین به واسطه‌ها هستند. ایجاد شبکه‌های بازاریابی مرزی، آموزش بازاریابی دیجیتال، حضور در نمایشگاه‌ها و ایجاد برند محلی، به همراه بهره‌گیری از ظرفیت تجارت خرد با کشورهای همسایه، می‌تواند تحول قابل توجهی در توسعه پایدار کسب‌وکارهای خانگی ایجاد کند. محور سوم، محدودیت‌های ساختاری و امنیتی است؛ محدودیت‌های امنیتی طبیعی، ضعف زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ارتباطات، از جمله نبود جاده مناسب، اینترنت پایدار و مراکز توزیع، فرآیندهای تجاری را کند کرده و باعث می‌شود بسیاری از طرح‌ها نیمه‌کاره یا غیرمقرون به صرفه باقی بمانند. بنابراین، توانمندسازی خانوارهای مرزنشین نیازمند هماهنگی میان حمایت‌های دولتی و محلی، دسترسی به بازار و اطلاعات و ارتقای زیرساخت‌هاست، به‌طوری که توجه همزمان به این سه محور می‌تواند کسب‌وکارهای خانگی را به درآمد پایدار، امنیت اقتصادی و توسعه محلی پایدار منجر کند.

شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای در توانمندسازی خانوارهای مرزنشین از طریق توسعه کسب‌وکارهای خانگی، به بافت اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیطی منطقه اشاره دارد که می‌تواند مسیر رشد این

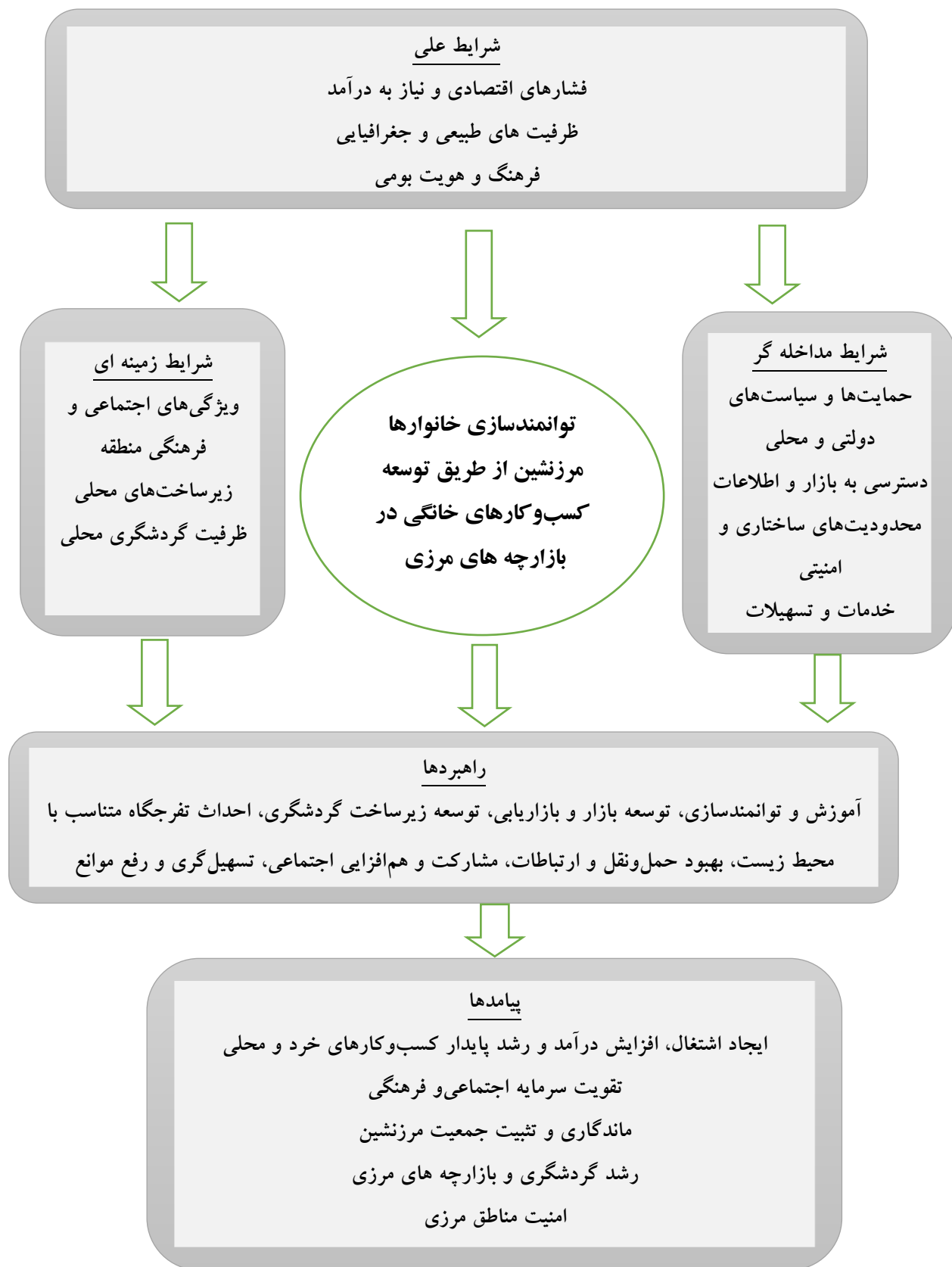
کسب‌وکارها و پایداری اقتصادی خانوارها را تسهیل یا محدود کند. یکی از مهم‌ترین ابعاد این شرایط، ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی منطقه است؛ مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها بیان کردند که اعتماد و تعامل نزدیک میان افراد جامعه، زمینه‌ای مناسب برای همیاری در فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌کند. از قدیم رسم بوده که مردم کارها را با همکاری هم انجام دهند و این روحیه در کارهای اقتصادی امروز نیز ادامه دارد، به‌ویژه در کسب‌وکارهای خانگی که همسایگان در بسته‌بندی، فروش و حمایت از محصولات مشارکت می‌کنند. همچنین تولید خانگی به‌ویژه برای زنان ارزشمند شمرده می‌شود و خانواده‌ها آن‌ها را در فعالیت‌های اقتصادی محلی حمایت می‌کنند، اگرچه برخی باورهای سنتی ممکن است حضور گسترده‌تر زنان در فعالیت‌های بیرون از خانه را محدود کند. زیرساخت‌های محلی نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در توانمندسازی خانوارها دارند. اینترنت ضعیف و محدودیت در خدمات محلی باعث دشواری در تبلیغ و فروش محصولات و پیگیری امور اداری مانند دریافت مجوز و وام می‌شود. نبود بازارچه‌ها و فضای فروش ثابت، امکان دسترسی مستمر به مشتریان را کاهش می‌دهد و مانع تثبیت درآمد زنان روستایی می‌شود. ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی و خدماتی مناسب، از جمله اینترنت پایدار، مراکز خدمات و بازارچه‌های دائمی، می‌تواند توانمندی خانوارها را برای توسعه کسب‌وکارهای خانگی به شکل چشمگیری افزایش دهد.

ظرفیت گردشگری محلی نیز از دیگر عوامل مؤثر است؛ آداب و رسوم، غذاهای محلی، لباس‌های بومی و طبیعت زیبای منطقه جذابیت ویژه‌ای برای گردشگران دارد. بسیاری از خانوارها فضای خالی در خانه‌های خود دارند که می‌توانند به اقامتگاه‌های بوم‌گردی تبدیل شوند و همزمان صنایع‌دستی و محصولات محلی خود را به گردشگران عرضه کنند. حمایت در زمینه امکانات و زیرساخت‌های گردشگری، می‌تواند منبع درآمد جدیدی برای خانوارها ایجاد کند و کیفیت زندگی آن‌ها را به‌طور قابل توجهی بهبود بخشد. در مجموع، شرایط زمینه‌ای اجتماعی، فرهنگی، زیرساختی و گردشگری، چارچوبی فراهم می‌کنند که رشد و پایداری کسب‌وکارهای خانگی در مناطق مرزی را تسهیل می‌کند و زمینه توانمندسازی پایدار خانوارها را ایجاد می‌کند.

راهبردها: راهبردها مجموعه اقداماتی هستند که با هدف توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین طراحی می‌شوند و در پاسخ به شرایط علی، در بستر شرایط زمینه‌ای و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر اتخاذ می‌شوند. یکی از مهم‌ترین این راهبردها آموزش و توانمندسازی است؛ برگزاری دوره‌های مهارتی به ویژه برای زنان و جوانان، تقویت مهارت‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی کسب‌وکار، و آموزش هدف‌گذاری و توسعه کسب‌وکار، موجب می‌شود افراد نه تنها تولیدکننده، بلکه کارآفرین شوند و کسب‌وکارهای خانگی پایدار شکل گیرد. توسعه بازار و بازاریابی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است و شامل ایجاد بازارهای محلی دائمی، برگزاری نمایشگاه‌های مستمر، ارتقای بسته‌بندی و برندسازی محلی و اتصال محصولات مرزی به بازارهای شهری و صادرات خرد می‌شود. در زمینه توسعه زیرساخت گردشگری، تجهیز و توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، معرفی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و طراحی

تورهای گردشگری می‌تواند زمینه درآمد مکمل برای خانوارها را فراهم کند. همچنین بهبود حمل‌ونقل و ارتباطات، شامل توسعه اینترنت پایدار و شبکه‌های ارتباطی، بهبود راه‌های دسترسی به شهرها و مراکز فروش، و توسعه شبکه‌های توزیع و حمل محلی، نقش مهمی در تسهیل عرضه و فروش محصولات دارد. مشارکت و هم‌افزایی اجتماعی از طریق ایجاد گروه‌ها و تعاونی‌های محلی، شبکه‌سازی میان تولیدکنندگان و فروشندگان و تبادل تجربه و اطلاعات، موجب افزایش هماهنگی، اشتراک منابع و قدرت رقابت کسب‌وکارها می‌شود. در نهایت، تسهیل‌گری و رفع موانع با کاهش پیچیدگی‌های اداری، تسهیل دسترسی به منابع مالی و وام‌های خرد و ارائه حمایت مشاوره‌ای مستمر در زمینه مدیریت، بازاریابی و مالی، انگیزه خانوارها برای شروع و توسعه کسب‌وکارهای خانگی را افزایش می‌دهد و زمینه دستیابی به توانمندسازی پایدار را فراهم می‌آورد.

پیامدها: تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین از طریق توسعه کسب‌وکارهای خانگی در بازارچه‌های مناطق مرزی، علاوه بر ایجاد ظرفیت‌های اقتصادی، پیامدهای گسترده اجتماعی، فرهنگی و امنیتی نیز به همراه دارد. از جمله پیامدهای اقتصادی می‌توان به ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و رشد پایدار کسب‌وکارهای خرد و محلی اشاره کرد. مشارکت‌کنندگان معتقدند که برگزاری دوره‌های مهارتی و آموزشی برای زنان و جوانان، علاوه بر افزایش توانایی مدیریت کسب‌وکارهای خانگی، موجب افزایش اعتمادبه‌نفس و درآمد پایدار خانوارها می‌شود و زمینه تثبیت جمعیت در مناطق مرزی را فراهم می‌آورد. آموزش‌های مرتبط با بازاریابی، حسابداری و فروش اینترنتی موجب دیده شدن بهتر محصولات و افزایش فروش آن‌ها شده و در نتیجه، سرمایه اجتماعی در سطح جامعه تقویت می‌شود. توسعه بازارهای محلی دائمی و نمایشگاه‌ها، همراه با آموزش‌های برندسازی و فروش آنلاین، باعث افزایش درآمد خانوار، تثبیت جمعیت و رونق بازارچه‌های مرزی می‌شود. اتصال محصولات به بازارهای شهری و ملی نیز درآمد پایدار خانوارها را تضمین کرده و انگیزه ادامه فعالیت در منطقه را افزایش می‌دهد، که به تقویت توانمندسازی پایدار و افزایش امنیت و ثبات منطقه منجر می‌شود. همچنین تجهیز و توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی و امکانات گردشگری، با جذب گردشگر و افزایش فروش صنایع دستی، درآمد خانوار و رونق کسب‌وکارهای محلی را افزایش داده و به تثبیت جمعیت کمک می‌کند. بهبود راه‌ها و زیرساخت‌های اینترنت و شبکه‌های ارتباطی امکان ارسال محصولات به بازارهای دورتر را فراهم کرده و پایداری کسب‌وکارها را افزایش می‌دهد. شبکه‌های توزیع منظم، همکاری میان افراد و تسهیل فرآیندهای اداری نیز باعث رشد کسب‌وکارهای خانگی، افزایش درآمد خانوار، تثبیت جمعیت و تقویت امنیت اقتصادی منطقه می‌شوند. دسترسی آسان به منابع مالی و دریافت مشاوره تخصصی، نهایتاً موجب توسعه کسب‌وکارها و ایجاد توانمندسازی پایدار در خانوارهای مرزنشین می‌گردد.



شکل ۱: مدل پارادایمی نهایی

مقایسه با ادبیات موجود

در ادبیات پژوهش توانمندسازی مفهومی وسیع و دامنه داری است که در سطوح متعدد خرد و کلان و در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و .. مطرح می شود. اما آنچه در اینجا مطرح است ابعاد خاصی

از توانمندسازی پایدار است که در خصوص توسعه کسب و کار خانگی برای خانوارهای مرزنشین با تاکید بر نقش بازارچه های مرزی است. توانمندسازی پایدار به معنای افزایش ظرفیت ها، منابع و عاملیت خانوارها است تا آنها بتوانند به طور مستمر و مستقل معیشت و رفاه خود را ارتقا دهند و در برابر تهدیدهای اقتصادی و اجتماعی مقاومت نشان دهند. از منظر رویکرد توسعه جامعه محلی، توانمندسازی با اتکا بر ظرفیت های درونی جامعه، مشارکت محلی، شبکه سازی اجتماعی و استفاده از منابع بومی تحقق می یابد. کسب و کارهای خانگی علاوه بر تولید اقتصادی، موجب افزایش سرمایه اجتماعی، مهارت های جمعی، خوداتکایی و جلوگیری از مهاجرت می شوند. رویکرد کارکردهای شهری در توسعه روستایی تأکید می کند که اتصال مؤثر به مراکز شهری، بازارها و خدمات، زیرساخت و حمل و نقل، پیش شرط رشد اقتصادی و توانمندسازی است. رویکردهای مردم شناختی اقتصادی توانمندسازی را در چارچوب فرهنگ، سنت ها و اقتصاد معیشتی می بیند و کسب و کارهای خانگی را به عنوان تجلی ارزش های فرهنگی و سرمایه اجتماعی فعال می داند. نهادگرایی اقتصادی نقش دولت و نهادها را در فراهم کردن وام، آموزش، بازارچه ها و مجوزهای ساده برای حمایت از کسب و کارهای خانگی و توانمندسازی خانوارها برجسته می کند. مدیریت فرصت محور مرزها را به عنوان فرصت اقتصادی در نظر می گیرد و بهره برداری از تجارت مرزی، گردشگری و منابع طبیعی را محور توانمندسازی می داند. توانمندسازی کارآفرینانه فقرا بر افزایش اعتماد به نفس، مهارت، استقلال اقتصادی و عاملیت فردی تأکید دارد و کسب و کارهای خانگی را ابزار خودکارآمدی و خروج از چرخه فقر می داند. در میان نظریه های توسعه، نظریه قطب رشد نشان می دهد که تمرکز فعالیت اقتصادی در قطب ها ابتدا فرصت رشد ایجاد می کند و سپس اثرات آن به سایر خانوارها منتقل می شود. نظریه مکان مرکزی والتز کریستالر اهمیت بازارچه ها و مراکز تجاری را در دسترسی خانوارها به مشتریان و منابع اقتصادی روشن می سازد. رویکرد قابلیت ها از آمارتیا سن توسعه را بر اساس توانایی واقعی خانوارها در انتخاب و اجرای فعالیت های اقتصادی معنادار تعریف می کند و کسب و کارهای خانگی می توانند آزادی های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را افزایش دهند. نظریه وام خرد محمد یونس امکان دسترسی فقرا به منابع مالی و ایجاد کسب و کارهای پایدار را فراهم می کند. از دیدگاه نظریه های جامعه شناسی، زیمل بر عقلانیت اقتصادی و منطق بازار تأکید دارد و نشان می دهد که دسترسی به منابع و بازارچه های مرزی توان اقتصادی خانوارها را تقویت می کند. بورديو اهمیت سرمایه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و بهره برداری از آنها برای کسب جایگاه اقتصادی را برجسته می کند. کاستلز با تأکید بر جامعه شبکه ای، نقش شبکه ها و جریان آزاد اطلاعات، دانش و فرصت ها را در توانمندسازی خانوارها توضیح می دهد و آلن تورن عاملیت انسانی و کنشگری فعال خانوارها را در استفاده از فرصت ها و منابع محلی مد نظر قرار می دهد.

در مجموع، هیچ رویکرد یا نظریه ای به تنهایی نمی تواند تمام ابعاد توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین از طریق کسب و کارهای خانگی را توضیح دهد؛ تلفیق رویکردها و نظریه ها امکان طراحی سیاست ها و برنامه ریزی های توسعه ای اثربخش تر و پایدارتر در مناطق مرزی را فراهم می آورد.

نتیجه گیری

توانمندسازی پایدار خانوارها از طریق توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه‌های مرزی پدیده‌ای چندبُعدی است که در تقاطع ساختارهای اقتصادی، شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ محلی، نقش دولت و کنشگری فردی شکل می‌گیرد. برای سیاست‌گذاری مؤثر در این زمینه، لازم است توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، شبکه‌های حمل و نقل و خدمات، تقویت مشارکت محلی، ارتقای مهارت‌ها و فرهنگ کارآفرینی، ایجاد سازوکارهای حمایتی دولت و بهره‌گیری از ظرفیت‌های محیطی و گردشگری، و همچنین بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی و جریان اطلاعات به صورت هم‌زمان و هماهنگ دنبال شود. تنها در این صورت است که کسب و کارهای خانگی می‌توانند به ابزاری پایدار برای توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خانوارها تبدیل شوند و نقش مؤثر خود را در توسعه منطقه‌ای و رفاه اجتماعی ایفا کنند.

با این حال، اجرای پژوهش در منطقه مکران محدودیت‌هایی داشت. دسترسی به برخی متولیان و برنامه‌ریزان بازارچه‌ها دشوار بود و بخشی از آن‌ها به دلیل مشغله کاری و حساسیت اطلاعاتی با احتیاط مشارکت کردند. دسترسی به زنان صاحب کسب و کار خانگی نیز به دلیل شرایط فرهنگی و امنیتی محدود بود و برخی به علت نگرانی از بیان مسائل اقتصادی و روابط تجاری خودسانسوری می‌کردند. پراکندگی جغرافیایی روستاها و بازارچه‌ها، فاصله زیاد از مراکز شهری و محدودیت‌های حمل و نقل و زیرساخت‌ها، برنامه‌ریزی و حضور پژوهشگر در میدان تحقیق را با چالش مواجه کرد. علاوه بر این، با توجه به رویکرد کیفی و نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، نمونه‌گیری نظری مستلزم تداوم مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری بود که زمان‌بر و نیازمند اعتمادسازی بود. تغییرات اقتصادی و سیاست‌های مرزی نیز گاهی باعث محدودسازی اطلاعات از سوی مشارکت‌کنندگان می‌شد.

با توجه به محدودیت‌ها و یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود نهادهای دولتی و غیردولتی با تمرکز بر ارائه خدمات مالی مانند وام‌های کم‌بهره و تسهیلات اعتباری، بهبود زیرساخت‌های ارتباطی و حمل و نقل و برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی، زمینه رشد و توسعه پایدار کسب و کارهای خانگی را فراهم کنند. ایجاد مراکز مشاوره‌ای و شبکه‌های حمایت محلی می‌تواند اثر محدودیت‌ها را کاهش دهد و ظرفیت تولید و پایداری اقتصادی خانوارها را افزایش دهد. احداث تفرجگاه‌های سازگار با محیط زیست و بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری با رعایت اصول محیط‌زیستی، علاوه بر ایجاد اشتغال و افزایش درآمد، پیوندهای اجتماعی و تعاملات فرهنگی جامعه محلی را تقویت می‌کند و زمینه توسعه پایدار گردشگری و کسب و کارهای مرتبط را فراهم می‌آورد. همچنین سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل، تأمین وسایل نقلیه، مراکز لجستیکی و آموزش نیروی انسانی متخصص، باعث افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه و زمان تحویل کالا، ارتقای کیفیت خدمات و ایجاد دسترسی پایدار به بازارهای محلی و فرامرزی می‌شود و نقش مهمی در توانمندسازی اقتصادی خانوارها دارد. تقویت اعتماد اجتماعی و انسجام جامعه از طریق برگزاری جشنواره‌ها، رویدادهای محلی، آموزش اقتصادی و ایجاد شبکه‌های

ارتباطی میان فعالان کسب و کار و نهادها، مشارکت محلی را افزایش می‌دهد و همبستگی اجتماعی، توسعه بازار و توانمندی جمعی را ارتقا می‌بخشد. دولت با ارائه تسهیلات مالی، توسعه زیرساخت‌ها، ظرفیت‌سازی آموزشی و مشاوره‌ای، نقش کلیدی در توانمندسازی خانوارهای مرزنشین دارد. ایجاد شبکه‌های حمایتی و انجمن‌های محلی، تسهیل دسترسی به بازارهای فرامرزی، حمایت از نوآوری و فناوری و پایش مستمر اجرای طرح‌ها، می‌تواند پایداری اقتصادی، ارتقای توانمندی‌های انسانی، تثبیت جمعیت، افزایش امنیت اجتماعی و بهبود رفاه خانوارها را تضمین کند. در نهایت، طراحی برنامه‌های توسعه با نگاه جامع، شامل تقویت بازار، آموزش، زیرساخت و سرمایه اجتماعی، می‌تواند پیامدهای اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و امنیتی بهینه برای خانوارهای مرزنشین فراهم کرده و زمینه‌ساز توانمندسازی پایدار کسب و کارهای خانگی شود.

منابع

- ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۰)، *روش‌های کاربردی تحقیق؛ کاربرد نظریه بنیانی*، جلد دوم، تهران: شرکت انتشارات کیهان، چاپ اول
- اکبری، محمدرضا، (۱۴۰۲)، *شناسایی عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک خانگی*، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی باختر ایلام
- آل احمد، مهرداد و مظفری، زانا (۱۳۹۹)، «الگوی توسعه اقتصادی سواحل مکران با در نظر گرفتن ملاحظات اجتماعی و امنیتی»، *فصلنامه اقتصاد دفاع و توسعه پایدار*، ۵ (۱۶).
- حافظ‌نیا، محمدرضا، علمدار، اسماعیل و رضایی سکه روانی، داود (۱۳۹۹)، «نقش توسعه سواحل مکران و ایران و راهبرد دریاگرایی بر توسعه محور شرق کشور»، *فصلنامه آمایش سیاسی فضا*، ۲ (۲).
- رضایی، محمد (۱۳۸۹)، *تأثیر بازارچه‌های مرزی بر رشد فیزیکی و اقتصادی - اجتماعی شهری مجاور؛ مورد بازارچه مرزی باشماق مریوان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد.
- صادقی، سیدکمال و سیف‌لو، رقیه و افشانی، محمود. (۱۴۰۱). «بررسی اثرات بازارچه مرزی ساری سو در توسعه اقتصادی استان آذربایجان غربی»، *چهارمین کنفرانس بین‌المللی ایده‌های نوین در مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری*
- عنبری، موسی (۱۳۹۰)، *جامعه‌شناسی توسعه از اقتصاد تا فرهنگ*، تهران: نشر سمت.
- محمدی، بیوک. (۱۳۸۷)، *درآمدی بر روش تحقیق کیفی*. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- مهدی زاد، صباح (۱۳۸۹)، *تحلیل بازتاب‌های سیاسی فضایی بازارچه‌های مرزی (نمونه موردی: بازارچه مرزی باشماق مریوان)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- نصیری هنده خاله، اسماعیل، سالاری نیا، مرضیه، زهی، امید جمشید و رجبی کلوانی، امیر هوشنگ (۱۴۰۳)، «بررسی تطبیقی تأثیر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی بازارچه میلک بر کیفیت زندگی شهروندان زابل»، *مهندسی جغرافیایی سرزمین*، ۱ (۲).

محمدی، سعدی (۱۴۰۱)، «تحلیل عوامل مؤثر بر عملکرد نامطلوب بازارچه‌های مرزی در عدم توسعه اقتصادی-اجتماعی روستاهای پیرامون مرز باشماق مطالعه موردی: روستاهای مرزی شهرستان مریوان»، *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، ۱۲ (۱).

اعتمادی، کیانا، صراف، مظفر، ندایی، طوسی (۱۳۹۸)، «توسعه منطقه ساحلی مکران در پرتو منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار»، *فصلنامه برنامه ریزی توسعه شهری و منطقه ای*، ۴ (۱).

ویسی، فرزاد، قربانی، محمد صدیق و داستوار، عدنان (۱۳۹۶)، «تحلیل اثر بازارچه‌های مرزی بر معیشت پایدار پس‌کرانه‌های روستایی (مورد مطالعه: بخش خاومیرآباد شهرستان مریوان)»، *پژوهش‌های روستایی*، ۸ (۳).

Chen, W. H., Lin, Y. C., Bag, A., & Chen, C. L., (۲۰۲۳), "Influence Factors of Small and Medium-Sized Enterprises and Micro-Enterprises in the Cross-Border E-Commerce Platforms", *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, ۱۸(۱).

Dhir, S., Rajan, R., Ongsakul, V., Owusu, R. A., & Ahmed, Z. U. (۲۰۲۱), "Critical success factors determining performance of cross-border acquisition: Evidence from the African telecom market", *Thunderbird International Business Review*, ۶۳(۱).

Goldman, S. P., van Herk, H., Verhagen, T., & Weltevreden, J. W., (۲۰۲۱), "Strategic orientations and digital marketing tactics in cross-border e-commerce: Comparing developed and emerging markets", *International small business journal*, ۳۹(۴).

Moathen, D., & Almaktoom, A., (۲۰۲۳), "Startup Home-Based Social Media Businesses", *International Journal of Professional Business Review*, ۸(۴).

Qi, X., Chan, J. H., Hu, J., & Li, Y., (۲۰۲۰), "Motivations for selecting cross-border e-commerce as a foreign market entry mode", *Industrial Marketing Management*, ۸۹.

Shahriar, S., (۲۰۲۱), "Bangladesh-India border issues: A critical review", *Geoforum*, ۱۲۴ (۵).

Tolstoy, D., Melén Hånell, S., & Özbek, N., (۲۰۲۳), "Effectual market creation in the cross-border e-commerce of small-and medium-sized enterprises", *International Small Business Journal*, ۴۱(۱).

T.Huw, E., (۲۰۱۵), "Loughborough University, and Jan Van Hove, KU Leuven", *Distance and Border Effects in Economics*, ۱۶(۹).

Abstract

The aim of the present study was to understand the local community's understanding of the role of border markets in the development of home businesses in the Makran region. The research method was grounded theory (grounded theory) and the study population included the community of experts, administrators and planners of border markets and home business owners in border markets. In this study, purposive sampling and theoretical saturation index were used to sample the research population. In the present study, interviews were conducted with 12 experts, administrators and planners of border markets and 8 home business owners in border markets. The information in this study was collected through semi-structured interviews. The collected data was coded, conceptualized and categorized. Then, axial and selective coding was performed and based on the concepts and core categories, subsequent samples were selected for interviews. The results of the study showed that by performing the three stages of open, axial and selective coding, 6 main categories, 10 subcategories and 33 concepts were extracted in a central category. The research findings were placed in five axes (causal conditions, intervening conditions and background conditions, strategies and consequences) based on the paradigmatic model of the research. After extracting the main categories in the axial coding stage, the relationship between these categories and their subcategories was designed and revised within the framework of the paradigmatic model. The main categories in the present study are: "services and facilities", "construction of an environmentally friendly resort", "tourism development", "transportation network development", "local participation", "government effectiveness". Finally, the results of the analysis showed that all the main categories are in line with a common process that can be interpreted around the axis of "empowering households through the development of home businesses in border markets".

Keywords: Home business development, border markets, Makran region