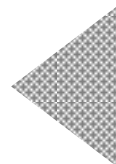


توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی منطقه مکران



خان محمد آسکانی^۱

مصطفی ازکیا^۲

میثم موسایی^۳

ولی اله رستمعلی زاده^۴

(تاریخ دریافت ۱۴۰۴/۸/۸ - تاریخ تصویب ۱۴۰۴/۹/۲۰)

نوع مقاله: علمی پژوهشی

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، گراندد 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

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) mazkia@ut.ac.ir

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

شاخص اشباع نظری نسبت به نمونه گیری از جامعه پژوهش اقدام شد. در پژوهش حاضر با ۱۲ نفر از متخصصان، متولیان و برنامه‌ریزان بازارچه‌های 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 پارادیمی 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 مشتری کی 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

۱- مقدمه

مرزها همواره به عنوان فضاهاى راهبردى و جغرافیای ژئوپلیتیک تعامل، منازعه و دادوستد شناخته شده اند. در گذشته، به دلیل فقدان زیرساخت های ارتباطی و فاصله از مراکز تجاری، مبادلات در مناطق مرزی عمدتاً به صورت پایاپای میان ساکنان دو سوی مرز انجام می گرفت؛ امری که علاوه بر تأمین معیشت مردم، پیوندهای فرهنگی و اجتماعی را تقویت می کرد. اما در دهه های اخیر، تجربه کشورهای توسعه یافته نشان داده است که سازماندهی مبادلات مرزی در قالب قوانین

رسمی می تواند موجب گسترش تجارت قانونی، ایجاد اشتغال، تقویت همکاری های منطقه ای، کاهش قاچاق و ارتقای امنیت پایدار گردد (کیو آی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

در ایران نیز، بازارچه های مرزی با هدف محرومیت زدایی، تثبیت جمعیت در نواحی مرزی، توسعه صادرات غیرنفتی، جلوگیری از مهاجرت و ارتقای امنیت ایجاد شده اند و مبنای قانونی آن در قوانین صادرات و واردات مصوب ۱۳۷۲ و آیین نامه های مربوطه ذکر شده است (مهدی زاد، ۱۳۸۹). امروزه ۵۰ بازارچه مرزی در کشور فعال است که برخی با رویکرد توسعه محور و برخی بر اساس ضرورت های امنیت ملی تاسیس شده اند (رضایی، ۱۳۸۹). با این وجود، بخشی از بازارچه ها فاقد کارکرد مطلوب بوده و همچنان اقتصاد غیررسمی و قاچاق نقش پررنگی در معیشت مرزنشینان ایفا می کند.

از منظر توسعه ای، مرزها غالباً با نوعی پارادوکس مواجه اند: از یک سو به عنوان فرصت اقتصادی و جغرافیایی دیده می شوند، و از سوی دیگر به دلیل تهدیدهای امنیتی، ریسک سرمایه گذاری، ضعف زیرساخت، پراکندگی جمعیت و توسعه نیافتگی تاریخی، کمتر مورد توجه قرار گرفته اند (گلدمن^۲ و همکاران، ۲۰۲۱؛ دھیر^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). سیاست گذاری مرزی در ایران نیز همواره میان رویکرد امنیت محور و توسعه محور نوسان داشته است؛ درحالی که 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 بخش های پویا و مردم پایه 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). نظریه های جدید توسعه همچون توسعه مشارکتی، رویکرد دارایی محور و توسعه محلی بر توانمندسازی مردم، ظرفیت سازی اجتماعی، نقش سرمایه اجتماعی و مشارکت جویی محلی تأکید دارند (عنبری، ۱۳۹۰؛ تولستوی^۴ و همکاران، ۲۰۲۳؛ چن^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). بر این اساس، تقویت

^۱- Qi

^۲- Goldman

^۳- Dhir

^۴- Tolstoy

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 کسب و کارهای خانگی را در منطقه مکران تسهیل کنند و جامعه محلی چه درکی از این نقش دارد؟.

مطالعات متعددی در رابطه با کسب و کارهای 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 قابلیت های بازاریابی، هوشمندی رقابتی، خط مشی دولت، توانمندی سازی کارآفرینانه، ارتباطات استراتژیک و مقبولیت اجتماعی به عنوان عوامل تاثیرگذار بر توسعه کسب و کارهای کوچک خانگی شناسایی شده اند.

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

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 مولفه هایی می باشند که در میان تمام مولفه ها استفاده از رهنمودهای مقام معظم رهبری، توسعه زیرساخت های حمل و نقل؛ استفاده از منابع و سرمایه های بومی و محلی منطقه، همراه نمودن نهادهای غیر رسمی منطقه با اهداف توسعه اقتصادی و فعالیت بخشی به ظرفیت های شیلات و آبی 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، ظرفیت هایی برای توسعه ایجاد شده؛ اما چون این منطقه از ابتدا فاقد برنامه ریزی بلندمدت و پیوست های اجتماعی بوده، پدیده های نامطلوبی از جمله جدایی گزینی 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 آلماکتوم^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.

تلتسوی 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 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.

تیاس 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

^۱ - Moathen & Almaktoom

کسب و کارهای 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 مرزنیسان دو کشور گردیده و فرصت تبادلات تجاری مرزی از بین رفته است که در نتیجه آن فقر گسترش یافته و مهاجرت مرزنیسان و تضادهای اجتماعی افزایش می یابد.

تی هاو^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی پیرامون آثار اقتصادی فاصله از مرز نشان داد که عواملی مانند ارزش و حجم تجارت دوجانبه، تجارت حاشیه ای، رقابت در بازار و میان شرکت ها، یکپارچه سازی منطقه و تحلیل سود و هزینه ها، تجارت، نوآوری و فناوری، و همچنین ادغام و همگرایی اقتصاد کلان، به طور مستقیم بر تأثیر اقتصادی فاصله از مرز مؤثر هستند.

۲- روش تحقیق

تحقیق کیفی با معانی، مفاهیم، تعاریف، نمادها و توصیف ویژگی ها سروکار دارد و بر این فرض استوار است که کنش متقابل اجتماعی کلیتی در هم تنیده از روابط را شکل می دهد که از طریق استقرا قابل درک است (باین، ۲۰۰۵ به نقل از محمدی، ۱۳۸۷). در میان روش های کیفی، روش تئوری بنیانی به دلیل ویژگی هایی مانند قابلیت نظری، تعامل مداوم و فعال محقق با موضوع تحقیق و قابلیت اصلاح، اهمیت زیادی برای تدوین چارچوب های نظری و شناخت مسائل اجتماعی دارد (از کیا و ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۰).

با توجه به موضوع پژوهش حاضر و سوال های اساسی تحقیق که به دنبال «درک جامعه بومی از نقش بازارچه های مرزی در توسعه کسب و کارهای خانگی منطقه مکران» و شناسایی عوامل تاثیر گذار، شرایط مداخله گر، شرایط زمینه ای، راهبردها و پیامدهای توسعه کسب و کارهای خانگی در منطقه مکران با تأکید بر نقش بازارچه های مرزی است، از روش تئوری بنیانی استفاده شد. این روش بر ساختن نظریه از اطلاعات به صورت استقرایی تأکید دارد. برای جمع آوری اطلاعات از مصاحبه نیمه سازمان یافته با دو گروه شامل جامعه متخصصان، متولیان و برنامه ریزان

^۱- Shahrari

^۲- T.Huw

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 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).

۳- یافته‌ها

با انجام مراحل سه‌گانه 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 بازارچه‌های مرزی» قابل تفسیر است. این پدیده مرکزی بیشترین پیوند را با سایر مقولات داشته و به‌عنوان محور یکپارچه‌سازی یافته‌ها 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 ظرفیت ها، زمینه رشد کسب و کارهای خانگی و ایجاد درآمد پایدار را فراهم می سازد. علاوه بر این، فرهنگ و هویت بومی، به ویژه مهارت های سنتی و صنایع دستی منتقل شده نسل به نسل، پایه ای برای توسعه کسب و کارهای خانگی است. روحیه همکاری و همیاری در جوامع مرزی امکان اشتراک تجربه ها و تولیدات جمعی را فراهم می کند و حمایت اجتماعی موجود، پشتیبانی مهمی برای توسعه پایدار اقتصادی محسوب می شود. در مجموع ترکیب این سه عامل، امکان ایجاد کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی را فراهم می کند که نه تنها درآمد پایدار برای خانوارها ایجاد می کند، بلکه حفظ هویت محلی، توسعه اقتصادی منطقه و توانمندسازی اجتماعی خانواده ها را نیز به همراه دارد. به عبارت دیگر، توسعه کسب و کارهای خانگی در بازارچه های مرزی، راهکاری جامع برای توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین است.

شرایط مداخله گر: شرایط مداخله گر در توانمندسازی خانوارهای مرزنشین از طریق توسعه کسب و کارهای خانگی، شامل مجموعه ای از عوامل نهادی، اطلاعاتی و ساختاری است که می تواند نقش تعیین کننده ای در تسهیل یا محدود کردن توسعه پایدار این کسب و کارها ایفا کند. حمایت ها و سیاست های دولتی و محلی از جمله مهم ترین 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، به طوری 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 به ویژه برای زنان ارزشمند شمرده می شود و خانواده ها آن ها را در فعالیت های اقتصادی محلی حمایت می کنند، اگرچه برخی باورهای سنتی ممکن است حضور گسترده تر زنان در فعالیت های بیرون از خانه را محدود کند. زیرساخت های محلی نیز نقش تعیین کننده ای 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 می شود. نبود بازارچه ها و فضای فروش ثابت، امکان دسترسی مستمر به مشتریان را کاهش می دهد و مانع تثبیت درآمد زنان روستایی می شود. ایجاد زیرساخت های ارتباطی و خدماتی مناسب، از جمله اینترنت پایدار، مراکز خدمات و بازارچه های دائمی، می تواند توانمندی خانوارها را برای توسعه کسب و کارهای خانگی به شکل چشمگیری افزایش دهد.

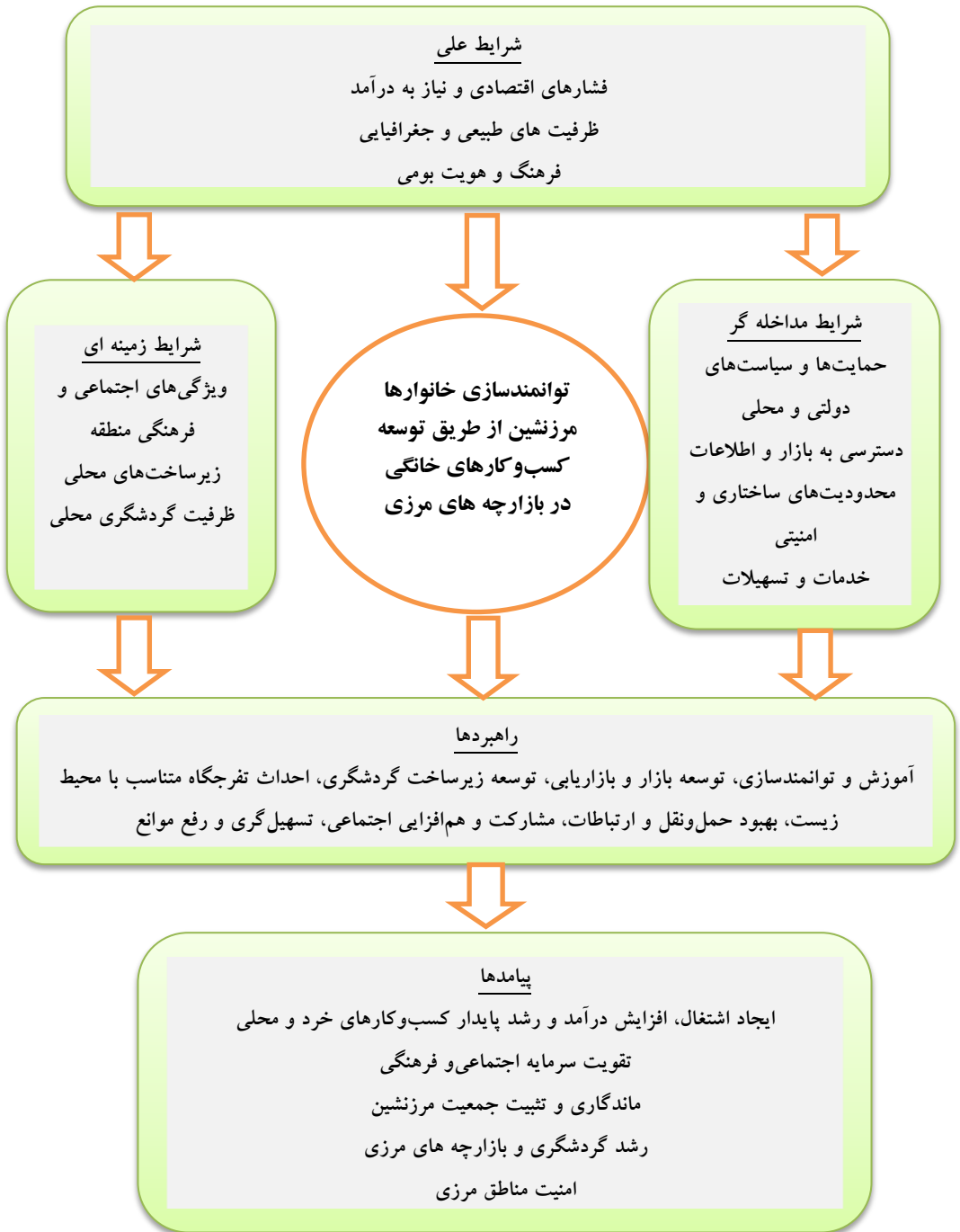
ظرفیت گردشگری محلی نیز از دیگر عوامل مؤثر است؛ آداب و رسوم، غذاهای محلی، لباس های بومی و طبیعت زیبای منطقه جذابیت ویژه ای برای گردشگران دارد. بسیاری از خانوارها فضای خالی در خانه های خود دارند که می توانند به اقامتگاه های بوم گردی تبدیل شوند و همزمان صنایع دستی و محصولات محلی خود را به گردشگران عرضه کنند. حمایت در زمینه امکانات و زیرساخت های گردشگری، می تواند منبع درآمد جدیدی برای خانوارها ایجاد کند و کیفیت زندگی آن ها را به طور قابل توجهی بهبود بخشد. در مجموع، شرایط زمینه ای اجتماعی، فرهنگی، زیرساختی و گردشگری، چارچوبی فراهم می کنند که رشد و پایداری کسب و کارهای خانگی در مناطق مرزی را تسهیل می کند و زمینه توانمندسازی پایدار خانوارها را ایجاد می کند.

راهبردها: راهبردها مجموعه اقداماتی هستند که با هدف توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین طراحی می شوند و در پاسخ به شرایط علی، در بستر شرایط زمینه ای و تحت تأثیر شرایط مداخله گر اتخاذ می شوند. یکی از مهم ترین این راهبردها آموزش و توانمندسازی است؛ برگزاری دوره های مهارتی به ویژه برای زنان و جوانان، تقویت مهارت های مدیریتی و برنامه ریزی کسب و کار، و آموزش هدف گذاری و توسعه کسب و کار، موجب می شود افراد نه تنها تولیدکننده، بلکه کارآفرین شوند و کسب و کارهای خانگی پایدار شکل گیرد. توسعه بازار و بازاریابی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است و شامل ایجاد بازارهای محلی دائمی، برگزاری نمایشگاه های مستمر، ارتقای بسته بندی و برندسازی محلی و اتصال محصولات مرزی به بازارهای شهری و صادرات خرد می شود. 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 می شود. همچنین تجهیز و توسعه اقامتگاه های بوم گردی و امکانات گردشگری، با جذب گردشگر و افزایش فروش صنایع دستی، درآمد خانوار و رونق کسب و کارهای محلی را افزایش داده و به تثبیت جمعیت کمک می کند. بهبود راه ها و زیرساخت های اینترنت و شبکه های ارتباطی امکان ارسال محصولات به بازارهای دورتر را فراهم کرده و پایداری کسب و کارها را افزایش می دهد. شبکه های توزیع منظم، همکاری میان افراد و تسهیل فرآیندهای اداری نیز باعث رشد کسب و کارهای خانگی، افزایش درآمد خانوار، تثبیت جمعیت و تقویت امنیت اقتصادی منطقه می شوند. دسترسی آسان به منابع مالی و دریافت مشاوره تخصصی، نهایتاً موجب توسعه کسب و کارها و ایجاد توانمندسازی پایدار در خانوارهای مرزنشین می گردد.



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 تأکید بر نقش بازارچه های مرزی است. توانمندسازی پایدار به معنای افزایش ظرفیت ها، منابع و عاملیت خانوارها است تا آن ها 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 خود کارآمدی 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 والتر 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 می‌کند. از دیدگاه نظریه‌های جامعه‌شناسی، زیمبل بر عقلانیت اقتصادی و منطق بازار تأکید دارد و نشان می‌دهد که دسترسی به منابع و بازارچه‌های مرزی توان اقتصادی خانوارها را تقویت می‌کند. بورديو اهمیت سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و بهره‌برداری از آنها برای کسب جایگاه اقتصادی را برجسته می‌کند. کاستلز با تأکید بر جامعه شبکه‌ای، نقش شبکه‌ها و جریان آزاد اطلاعات، دانش و فرصت‌ها را در توانمندسازی خانوارها توضیح می‌دهد و آلن تورن عاملیت انسانی و کنشگری فعال خانوارها را در استفاده از فرصت‌ها و منابع محلی مد نظر قرار می‌دهد.

در مجموع، هیچ رویکرد یا نظریه‌ای به تنهایی نمی‌تواند تمام ابعاد توانمندسازی پایدار خانوارهای مرزنشین از طریق کسب و کارهای خانگی را توضیح دهد؛ تلفیق رویکردها و نظریه‌ها امکان طراحی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای اثربخش‌تر و پایدارتر در مناطق مرزی را فراهم می‌آورد.

۴- نتیجه‌گیری

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 می کردند. پراکندگی جغرافیایی روستاها و بازارچه ها، فاصله زیاد از مراکز شهری و محدودیت های حمل و نقل و زیرساخت ها، برنامه ریزی و حضور پژوهشگر در میدان تحقیق را با چالش مواجه کرد. علاوه بر این، با توجه به رویکرد کیفی و نظریه پردازی داده بنیاد، نمونه گیری نظری مستلزم تداوم مصاحبه ها تا رسیدن به اشباع نظری بود که زمان بر و نیازمند اعتمادسازی بود. تغییرات اقتصادی و سیاست های مرزی نیز گاهی باعث محدودسازی اطلاعات از سوی مشارکت کنندگان می شد.

با توجه به محدودیت ها و یافته های پژوهش، پیشنهاد می شود نهادهای دولتی و غیردولتی با تمرکز بر ارائه خدمات مالی مانند وام های کم بهره و تسهیلات اعتباری، بهبود زیرساخت های ارتباطی و حمل و نقل و برنامه های آموزشی و توانمندسازی، زمینه رشد و توسعه پایدار کسب و کارهای خانگی را فراهم کنند. ایجاد مراکز مشاوره ای و شبکه های حمایت محلی می تواند اثر محدودیت ها را کاهش دهد و ظرفیت تولید و پایداری اقتصادی خانوارها را افزایش دهد. احداث تفرجگاه های سازگار با محیط زیست و بهره گیری از ظرفیت های گردشگری با رعایت اصول محیط زیستی، علاوه بر ایجاد اشتغال و افزایش درآمد، پیوندهای اجتماعی و تعاملات فرهنگی جامعه محلی را تقویت می کند و زمینه توسعه پایدار گردشگری و کسب و کارهای مرتبط را فراهم می آورد. همچنین سرمایه گذاری در توسعه زیرساخت های حمل و نقل، تأمین وسایل نقلیه، مراکز لجستیکی و آموزش نیروی انسانی متخصص، باعث افزایش بهره وری، کاهش هزینه و زمان تحویل کالا، ارتقای کیفیت خدمات و ایجاد دسترسی پایدار به بازارهای محلی و فرامرزی می شود و نقش مهمی در توانمندسازی اقتصادی خانوارها دارد. تقویت اعتماد اجتماعی و انسجام جامعه از طریق برگزاری جشنواره ها، رویدادهای محلی، آموزش اقتصادی و ایجاد شبکه های ارتباطی میان فعالان کسب و کار و نهادها، مشارکت محلی را افزایش می دهد و همبستگی اجتماعی، توسعه بازار و توانمندی جمعی را ارتقا می بخشد. دولت با ارائه تسهیلات مالی، توسعه زیرساخت ها، ظرفیت سازی آموزشی و مشاوره ای، نقش کلیدی در توانمندسازی خانوارهای مرزنشین دارد. ایجاد شبکه های حمایتی و انجمن های محلی، تسهیل دسترسی به بازارهای فرامرزی، حمایت از نوآوری و فناوری و پایش مستمر اجرای طرح ها،

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 کسب‌وکارهای خانگی شود.

منابع

- ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۰)، **روش های 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 بازارچه های مرزی بر رشد فیزیکی و اقتصادی_ اجتماعی شهری مجاور؛ مورد بازارچه مرزی باشماق مریوان**، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد.
- صادقی، سیدکمال و سیف لو، رقیه و افشانی، محمود. (۱۴۰۱). «بررسی اثرات بازارچه مرزی ساری سو در توسعه اقتصادی استان آذربایجان غربی»، **چهارمین کنفرانس بین المللی ایده های نوین در مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری**
- عنبری، موسی (۱۳۹۰)، **جامعه شناسی 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 بازتاب های سیاسی فضایی بازارچه های مرزی (نمونه موردی: بازارچه مرزی باشماق مریوان)**، پایان نامه 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**، ۸ (۲).
- محمدی، سعدی (۱۴۰۱)، «تحلیل عوامل مؤثر بر عملکرد نامطلوب بازارچه های 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، نادبی، طوسی (۱۳۹۸)، «توسعه منطقه ساحلی مکران در پرتو منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار»، **فصلنامه برنامه ریزی توسعه شهری و منطقه ای**، ۴ (۸)
- ویسی، فرزاد، قربانی، محمد صدیق و داستوار، عدنان (۱۳۹۶)، «تحلیل اثر بازارچه های مرزی بر معیشت

پایدار پس‌کرانه‌های روستایی (مورد مطالعه: بخش خامیرآباد 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).