

From Fragmentation to Synergy: Presenting a Strategic Networking Model for Rural Businesses Using the Grounded Theory Method

M. Laaly¹, M. Rojui², S.M. Ghayoor Baghbani³

Received: 6 August, 2025 Revised: 22 November, 2025 Accepted: 30 November, 2025

Abstract

Introduction

This study aims to design a paradigmatic model of strategic networking for rural businesses in Iran, addressing the growing need for sustainable economic development in rural areas. Given the fragmented nature of rural enterprises and their challenges in accessing markets, resources, and innovation ecosystems, strategic networking can act as a transformative mechanism. The study is grounded in a qualitative approach, focusing on understanding the underlying conditions, processes, and consequences of business networking in rural settings.

Materials and Methods

The research was conducted using the grounded theory methodology. Data were collected through in-depth semi-structured interviews with 19 participants, including university experts, rural business owners, managers, and successful

1. Ph.D Candidate in Business Management, Trade Policy Management, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran.

2. Corresponding Author and Associate Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran. (Mortezarojui@imamreza.ac.ir)

3. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran.

practitioners in the rural enterprise domain during 2024–2025. The data analysis followed a three-stage coding process—open, axial, and selective coding. Through this process, six main components of the paradigmatic model were identified: causal conditions, central phenomenon, contextual conditions, intervening conditions, strategies, and consequences.

Results and Discussion

The findings reveal that causal conditions such as the developmental capacities of rural businesses and barriers to utilizing existing potentials, along with contextual factors like the social, cultural, and structural characteristics of rural communities, and intervening conditions such as sustainability indicators and permeability of networking platforms, play significant roles in shaping strategic networking processes. Identified strategies include the development of infrastructure, education and empowerment, and the creation of innovation ecosystems and network-based collaborations. These strategies lead to positive outcomes, including enhanced economic resilience, improved competitiveness, and strengthened social cohesion in rural communities. The study emphasizes that strategic networking is not only a response to existing rural challenges but also a foundation for productivity enhancement, cost reduction, market development, and ultimately, rural economic advancement.

Conclusions

The proposed paradigmatic model offers a comprehensive conceptual framework for analyzing and strengthening the strategic networking process in rural businesses. It can serve as a practical model for rural development planning. The study underlines the importance of localizing networking models, integrating social capital with emerging technologies, and aligning strategies with the unique conditions of rural communities. In addition, theoretical implications are discussed in light of existing literature, and future research directions are proposed to further refine and contextualize the model.

Keywords: Strategic Networking, Rural Business, Synergy, Social Capital, Local Development.

روستا و توسعه

سال ۲۸، شماره ۱۱۲، زمستان ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی با استفاده از روش گراندد تئوری

محمد لعلی^۱، مرتضی رجوعی^۲، سید مرتضی غیور باغبانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۵/۱۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۹/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۹/۸

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی مدل شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی در ایران با رویکردی کیفی و مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد انجام شده است. این نظریه به‌طور خاص برای کشف فرایندها، تعاملات اجتماعی، و راهبردهای کنشگران طراحی شده است. از آنجاکه شبکه‌سازی راهبردی دقیقاً نوعی فرایند تعامل اجتماعی و اقتصادی میان کنشگران است، پس این روش می‌تواند به‌خوبی به شناسایی مراحل، شرایط و پیامدهای آن بپردازد که به‌صورت روش‌شناختی و راهبردی برای نظریه‌پردازی از داده‌های کیفی استخراج شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۱۹ مشارکت‌کننده شامل اساتید و صاحب‌نظران دانشگاهی، مالکان، مدیران و فعالان موفق در حوزه کسب‌وکارهای روستایی در سال‌های ۱۴۰۳-۱۴۰۴ گردآوری و با کدگذاری سه‌مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی، شش مؤلفه کلیدی شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها استخراج و تحلیل شد. یافته‌ها

۱- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، مدیریت سیاست‌گذاری بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام، مشهد، ایران.

۲- نویسنده مسئول و دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام، مشهد، ایران.
(Mortezarojui@imamreza.ac.ir)

۳- استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام، مشهد، ایران.

حاکمی از آن است که شرایط علی نظیر ظرفیت‌ها و قابلیت‌های توسعه‌ای کسب‌وکارهای روستایی و چالش‌ها و موانع بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود آن، در کنار شرایط زمینه‌ای چون بسترهای اجتماعی، فرهنگی و ساختاری روستاها، و شرایط مداخله‌گر مانند شاخص‌ها و بسترهای پایداری و نفوذپذیری در شبکه‌سازی کسب و کارها، بر فرایند شبکه‌سازی اثرگذارند. راهبردهای شناسایی شده شامل توسعه زیرساخت‌ها، آموزش و توانمندسازی و ایجاد اکوسیستم نوآوری و همکاری‌های شبکه‌ای در کسب و کارهای روستایی است که پیامدهایی همچون افزایش تاب‌آوری اقتصادی، ارتقای رقابت‌پذیری و تقویت انسجام اجتماعی را برای روستاها به همراه خواهد داشت. این مؤلفه‌ها بخشی از سازوکار تحقق شبکه‌سازی راهبردی هستند، نه پدیده‌هایی مستقل از آن. از این رو، مدل دارای انسجام نظری و ارتباط مفهومی قوی با پدیده مرکزی است و فرایند گذار کسب‌وکارهای روستایی از پراکندگی به هم‌افزایی از طریق شبکه‌سازی راهبردی را به صورت نظام‌مند تبیین می‌کند. بر این اساس می‌توان گفت که شبکه‌سازی راهبردی، نه تنها پاسخی به چالش‌های موجود در محیط‌های روستایی است، بلکه زمینه‌ساز ارتقای بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها، توسعه بازار و در نهایت پیشرفت اقتصادی این مناطق نیز به شمار می‌رود. مدل ارائه‌شده، چارچوبی مفهومی برای تحلیل و تقویت فرایند شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی فراهم می‌سازد و می‌تواند به عنوان الگوی کارآمد در برنامه‌ریزی پیشرفت روستایی مورد استفاده قرار گیرد.

کلید واژه‌ها: شبکه‌سازی راهبردی، کسب‌وکار روستایی، هم‌افزایی، سرمایه اجتماعی، پیشرفت محلی.

مقدمه

پیشرفت روستاها در سال‌های اخیر به دغدغه‌ای اصلی برای سیاست‌گذاران و پژوهشگران تبدیل شده است. محیط روستایی، نظامی پیچیده و چندسطحی است که تفاوت‌های توسعه‌ای میان مناطق، چه در سطح ملی و چه بین‌المللی در آن مشهود است (Ploeg et al., 2000; Mihai & Iatu, 2020). ظرفیت‌های غنی طبیعی، فرهنگی و انسانی محیط روستایی (Petroiu et al., 2007; Laaly, 2019; Bosworth, 2012; Siemens, 2010) زمینه توسعه متوازن را در این مناطق فراهم کرده است. در این میان، توسعه اقتصادی و معیشت پایدار به‌ویژه از طریق حمایت از کسب‌وکارهای کوچک روستایی، از یک سو می‌تواند مسیر یکپارچه‌سازی سیاست‌های توسعه و ریشه‌کنی فقر را هموار سازد (Velai et al., 2018; Riyahi & Moshfegh Nejadi, 2021) و از سوی دیگر با ایجاد اشتغال و تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی، سبب تاب‌آوری اجتماعی - اقتصادی در برابر تغییرات محیطی شود (Steiner & Atterton, 2014) که در نتیجه آن کارآفرینان روستایی می‌توانند به فرصت‌های تجاری نوین دست یابند (Bosworth et al., 2023). بنابراین،

کسب‌وکارهای روستایی به‌عنوان نیروی محرکه اشتغال، تولید و نوآوری، نقشی کلیدی دارند. با این حال، پایداری این کسب‌وکارها در گرو توجه به زیرساخت‌ها، بازار، منابع انسانی و حمایت‌های نهادی است (Kalantari et al., 2013; Sahneh & Sadin, 2021). علی‌رغم نقش اقتصادی مهم کسب‌وکارهای کوچک روستایی، اغلب نقطه کوری در سیاست‌های توسعه روستایی و اقتصاد کلان هستند و با چالش‌ها و محدودیت‌های متعددی همچون انزوا، کمبود منابع، ضعف در دسترسی به بازارها، و نبود حمایت‌های ساختاری مواجه هستند (Naderkhani & Ghanbari, 2023; Laaly, 2019). یکی از مسائل اساسی در این حوزه، پراکندگی منابع و ضعف در همکاری و اتصال میان بازیگران مختلف آن است؛ به‌طوری‌که مطالعات حوزه سرمایه اجتماعی نیز نشان داده‌اند که فقدان سرمایه اجتماعی باثبات و شبکه‌های افقی/عمودی، مانع شکل‌گیری شبکه‌سازی راهبردی و توسعه کارآفرینی روستایی می‌شود (Lang & Fink, 2019) که در نتیجه آن، میزان توسعه و موفقیت این مشاغل در مقایسه با مشاغل مشابه در مناطق شهری نسبتاً کم است.

موفقیت کسب‌وکارهای کوچک، پیامدهای اجتماعی و اقتصادی برای جوامع و مناطق جغرافیایی هدفشان دارند و منجر به توسعه محصولات جدید و بهبود روش‌های انجام کسب‌وکار، ایجاد ارزش-افزوده اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی در جوامع می‌شود (Miller et al., 2007). با این وجود این پرسش مطرح است که چگونه کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند بر محدودیت‌هایی که اغلب در محیط روستایی یا جوامع کوچک همراه است، غلبه کنند؟

درک رفتار کسب‌وکارهای روستایی، مستلزم شناخت ساختارهای اجتماعی، شبکه‌ها و روابط اجتماعی، خانوادگی یا جغرافیایی زادبوم (Phillipson et al., 2006) و همچنین، ویژگی‌های مشاغل و صاحبان آن‌ها، به‌عنوان عامل مؤثر بر میزان موفقیت و پیشرفت (Steiner & Cleary, 2014) کسب و کارها است. یک کسب‌وکار روستایی باید حداقل دو مورد از معیارهای خدمت‌رسانی به جمعیت روستایی، فروش یک محصول روستایی، و قرارگیری در یک منطقه روستایی را در برداشته باشد (Bosworth, & Turner, 2016). برای روستاها که یک محیط پویای ذاتی دارند، بهره‌گیری از شبکه‌سازی به‌عنوان ابزاری برای نوآوری و غلبه بر محدودیت‌های ساختاری کسب‌وکارها حیاتی است (O'Dwyer et al., 2009; Soteriades et al., 2009)، چراکه شبکه‌ها با کاهش نیاز به کنترل رسمی، تعاملات مکرر و توزیع پراکنده قدرت، تأثیر بسزایی بر فعالیت اقتصادی دارند (Smith-Doerr & Powell, 2003).

یکی از راهکارهای مؤثر برای ارتقای پایداری اقتصادی و غلبه بر این چالش‌ها و تقویت همکاری بین کسب‌وکارها در این بستر، بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌سازی راهبردی است. همکاری درونی و بیرونی مشاغل (Martinidis et al., 2021) و رقابت مشترک آن‌ها، در کنار تأثیر مثبت ارتباطات بر عملکرد مشاغل همسو با زیرساخت‌های اجتماعی فراگیر در جوامع روستایی، نشان از این دارد که شبکه‌سازی با برقراری ارتباط میان مالک (یا مدیر) با سایر افراد با تجربه در صنعت (Dickson et al., 2006; Greenberg et al., 2022)، راهبردی ارزشمند برای غلبه بر برخی چالش‌ها است. ادبیات موجود نشان می‌دهد که شبکه‌سازی می‌تواند به کاهش هزینه‌ها، افزایش رقابت‌پذیری و توسعه پایدار منجر شود. شبکه‌سازی به‌عنوان رویکردی راهبردی برای ارتقای بهره‌وری، تاب‌آوری و پایداری کسب‌وکارهای روستایی شناخته می‌شود. شبکه‌سازی می‌تواند زمینه‌ساز همکاری، اشتراک منابع، افزایش درآمد، کاهش هزینه و بهبود رقابت‌پذیری شود (Milovanović et al., 2019; Lee et al., 2005; Liebler & Ferri, 2004). این فرایند با تجمع ظرفیت‌ها، ارتقای قدرت چانه‌زنی و بهره‌گیری از مزایای هم‌افزایی، زمینه‌ساز دسترسی به بازارهای بزرگ‌تر و منابع گسترده‌تر می‌شود (Johannisson, 1998; Gulati, 1998). بالین‌حال، برای بهره‌گیری مؤثر از این ظرفیت، نیاز به درک عمیق‌تری از فرآیندهای زمینه‌ساز، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای شبکه‌سازی در بافت روستاها وجود دارد.

ساختار غیرشرکتی یکی از چالش‌های پیش‌روی کسب‌وکارهای روستایی است که منجر به کاهش دسترسی به منابع و ابزارهای مالی متعدد، و در نهایت وابستگی آن‌ها به تأمین مالی از طریق سود انباشته و بدهی می‌شود. شبکه‌سازی از این منظر نیز می‌تواند با جذب سرمایه‌گذاران بیشتر و جلب حمایت عمومی (Curtiss, 2012) بر این مقوله فائق آید. شبکه‌سازی بر مبنای نظریه شبکه‌های اجتماعی ضمن بهره‌مندی از سرمایه اجتماعی برای غلبه بر کسری منابع و ابهامات موجود، فرصت‌های توسعه فردی و حرفه‌ای را افزایش داده (Vishalghi & Sharifzadeh, 2021) و با ایجاد دسترسی بهتر به منابع، افزایش اعتماد، قدرت و اعتبار، به‌عنوان منبعی مهم در ایجاد مزیت رقابتی متمایز (Zohorian & Lagzian, 2014) و عاملی حیاتی در سازمان‌دهی فعالیت‌ها و منابع در سطح محلی ایفای نقش می‌کند.

مبانی نظری

مفهوم «شبکه» طیف وسیعی از ساختارها و الگوهای تعامل را شامل می‌شود که می‌تواند اهداف، ماهیت و عملکردهای متفاوتی داشته باشد. شبکه‌ها بر اساس اهداف شکل‌گیری، نوع روابط و گستره

جغرافیایی قابل طبقه‌بندی هستند و ممکن است با رویکردهای عملی، دانشی، حمایتی، حرفه‌ای، بخشی، خدماتی یا کنسرسیومی تعریف شوند. هر پژوهشگر با توجه به زاویه نگاه خود، تعریفی متفاوت از شبکه ارائه کرده است. برای مثال، دنیس (۲۰۰۰) میزان تعهد و دوام روابط را از عناصر کلیدی شبکه دانسته و ویژگی‌هایی همچون اعتماد، برابری، وحدت و نوع‌دوستی را برای آن قائل است. در مقابل، سایر محققان ویژگی‌های فرهنگی همچون شباهت، اعتبار، صداقت، ارتباطات مؤثر و تعهد را زیرساخت‌های شکل‌گیری روابط شبکه‌ای می‌دانند (Felzensztein & Gimmon, 2008).

در تعریف شبکه‌های کسب‌وکار، شبکه به‌عنوان نظامی از تعاملات و ارتباطات بین افراد و سازمان‌ها در نظر گرفته می‌شود که با هدف اشتراک دانش، منابع و قابلیت‌ها برای دستیابی به نوآوری، رشد و مزیت رقابتی شکل می‌گیرد (Maghsoudi Ganje et al., 2019). از این منظر، شبکه‌سازی نه صرفاً همکاری، بلکه یک سازوکار یادگیری مشترک و بهره‌برداری از مکمل‌ها برای ورود به بازارهای جدید، صرفه‌جویی در مقیاس، ارتقای نوآوری و حل مسائل مشترک است (Rosenfeld, 2001). زمانی که این فرایند در قالب روابط بین سازمانی پایدار، هدفمند و بلندمدت دنبال شود، «شبکه‌سازی راهبردی» نام می‌گیرد (Miller et al., 2007) که تحت تأثیر عوامل محیطی، نهادی، سرمایه انسانی و شرایط رقابتی بازار شکل می‌گیرد (Miller et al., 2007; Surin et al., 2017).

بر اساس نظریه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی پیش‌نیاز بنیادین شکل‌گیری شبکه‌های پایدار به شمار می‌رود. عناصر کلیدی سرمایه اجتماعی مانند اعتماد، هنجارهای جمعی، مشارکت‌جویی و تعلق اجتماعی موجب افزایش انسجام کنشگران و کاهش هزینه‌های تعامل و تبادل در شبکه می‌شود (Putnam, 2000). در فضای روستایی که ساختار روابط معمولاً چهره‌به‌چهره و مبتنی بر تعاملات دیرینه است، سرمایه اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌تری در شکل‌گیری اعتماد، کنش جمعی و روابط بلندمدت ایفا می‌کند. نقش نهادهای تسهیل‌گر نیز در این میان چشم‌گیر است. سازمان‌های حامی توسعه، مراکز آموزشی و دانشگاهی به‌عنوان واسطه‌های دانشی و ساختاری، با فراهم کردن آموزش، پیوندهای ارتباطی و برنامه‌های توسعه، زمینه استقرار و پایداری شبکه‌های کسب‌وکار روستایی را تقویت می‌کنند. اگرچه مطالعات متعددی در زمینه شبکه‌سازی کسب‌وکار انجام شده است، اما در حوزه «شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی» به‌ویژه در ایران، هنوز چارچوب نظری بومی و یکپارچه‌ای ارائه نشده است. پژوهش‌های انجام شده در خصوص موضوع مورد مطالعه به‌طور عمده نشان دهنده نتایج زیر است:

- شبکه‌سازی می‌تواند محدودیت‌های مالی، منابع انسانی و بازاریابی کسب‌وکارهای کوچک و محلی را کاهش دهد. برای نمونه، تحلیل شبکه‌سازی در خوشه طلای استان یزد نشان داد که اقدام جمعی، توانمندسازی و توسعه درون‌زا را تسهیل می‌کند، (Nazari & Mousavi-Naqabi, 2017).
 - شبکه‌سازی تعاونی‌های تولید دامی در استان تهران نشان داد که رویکردهای نظری همچون وابستگی منابع، ادغام و اکتساب، بیشترین توان تبیین ساختار شبکه‌های سازمانی را دارند و ایجاد مثلث همکاری میان اتحادیه، تعاونی‌ها و اعضا، عملکرد زنجیره تأمین را ارتقاء می‌بخشد (Levaei-Adriani et al., 2019).
 - پژوهش‌های مبتنی بر تحلیل شبکه‌های اجتماعی نیز ضعف تراکم ارتباطی، انتقال پایین اطلاعات و شکنندگی شبکه‌های کسب‌وکار محلی را در برابر تهدیدهای محیطی نشان داده‌اند (Saghafi et al., 2023).
 - در حوزه نظری نیز برخی محققان استدلال می‌کنند که ساختار اجتماعی جوامع روستایی، با فراهم کردن فرصت تعارض سازنده و مشارکت‌پذیری، بستر توسعه شبکه‌های کسب‌وکار محلی را فراهم می‌سازد (Ring et al., 2009).
 - پژوهش‌های دیگر نیز نشان داده‌اند که شبکه‌سازی کسب‌وکار با میانجی‌گری یادگیری سازمانی، نقش کلیدی در بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دارد (Sendawula et al., 2021).
 - بررسی مشاغل روستایی آلمان نیز نشان داد که شبکه‌های افقی و عمودی هر دو می‌توانند نوآوری و رشد کسب‌وکار را ارتقاء داده و به توسعه منطقه‌ای کمک کنند (Tuitjer & Küpper, 2022).
- نتایج بررسی مطالعات نشان داد که بیشتر مطالعات، توصیفی یا محدود به یک حوزه خاص بوده‌اند و روابط علی و سازوکارهای درونی شبکه کسب‌وکار به صورت نظام‌مند مطالعه نشده است. همچنین کمتر پژوهشی از رویکرد داده‌بنیاد برای کشف سازوکارهای واقعی کنش، همکاری و یادگیری در محیط‌های روستایی استفاده کرده است. بنابراین خلأ نظری و کاربردی قابل توجهی در زمینه توضیح علمی «چگونگی شکل‌گیری، تداوم و اثرگذاری شبکه‌سازی راهبردی در کسب‌وکارهای روستایی» وجود دارد. بر این اساس، ضرورت طراحی مدل شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی در ایران امری اجتناب ناپذیر است. این پژوهش بر پایه چند نظریه بنیادین به شرح زیر شکل گرفته است:

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی.....

- نظریه سرمایه اجتماعی (Putnam, 2000): این نظریه مبنای تبیین شرایط علی و زمینه‌ای شکل‌گیری شبکه و نقش اعتماد، تعامل و هنجارهای جمعی در سازوکار کنش مشترک است.
 - نظریه وابستگی منابع (Pfeffer & Salancik, 1978): این نظریه تبیین‌کننده نیاز کسب‌وکارهای کوچک روستایی به هم‌افزایی، اشتراک منابع، کاهش محدودیت‌ها و توسعه بازار است.
 - رویکرد شبکه کسب‌وکار جوهانسون (Johanson & Mattsson, 1987): این رویکرد مبنای تحلیل راهبردهای شبکه‌سازی شامل یادگیری مشترک، ورود به بازار، توسعه همکاری و نوآوری است.
 - نظریه کنش و یادگیری جمعی (Brown & Duguid, 2001): این نظریه تبیین‌کننده پیامدهای شبکه‌سازی همچون تاب‌آوری، نوآوری، افزایش توان رقابتی و رشد پایدار است.
- ترکیب نظریه‌های فوق منجر به توسعه الگوی تحقیق در چهار سطح شد که جزئیات در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. اجزاء مدل مفهومی پژوهش

بعد مدل	پشتوانه نظری	سازوکار اثر
شرایط علی	سرمایه اجتماعی – وابستگی منابع	ایجاد انگیزه، نیاز به همکاری، هم‌افزایی و تعامل
شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر	سرمایه اجتماعی و نهادهای تسهیل‌گر	فراهم‌کردن بسترسازی، حمایت سازمانی و اجتماعی
راهبردها	رویکرد شبکه کسب‌وکار	یادگیری مشترک، اشتراک منابع، ورود به بازار و نوآوری
پیامدها	نظریه یادگیری جمعی	تاب‌آوری، پایداری اقتصادی و ارتقای رقابت‌پذیری

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بر این اساس، پژوهش حاضر تلاش می‌کند با استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد و مبتنی بر تحلیل عمیق دانش و تجربه کنشگران واقعی شبکه‌ها و کسب‌وکارهای روستایی، مدل بومی شده‌ای برای پاسخ به پرسش‌های اصلی پژوهش به شرح زیر ارائه دهد:

- مدل بومی، سازگار و منطبق با شرایط کسب و کارهای روستایی ایران برای شبکه‌سازی راهبردی آن‌ها چگونه طراحی شود؟
- مؤلفه‌های مؤثر بر شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی در ایران کدامند؟
- راهبردها و پیامدهای شبکه‌سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی ایران کدامند؟
- مدل شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی در ایران چگونه است؟

لازم به ذکر است که این مدل می‌تواند زمینه‌ساز توسعه نظریه‌پردازی بومی و نیز طراحی سیاست‌های مؤثر برای مدیریت و تقویت شبکه‌های کسب‌وکار روستایی باشد.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کیفی و مبتنی بر رویکرد نظریه داده‌بنیاد^۱ است. چارچوب نظری این رویکرد بر اساس الگوی نظام‌مند (Strauss & Corbin, 1998) طراحی شده است. هدف این روش، استخراج نظریه‌ای برخاسته از داده‌ها در زمینه‌ای کمتر شناخته شده و در بستر اجتماعی خاص همچون جوامع روستایی است. تحلیل داده‌های به دست آمده از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با بهره‌گیری از روش کدگذاری سه‌مرحله‌ای (باز، محوری و انتخابی) منتهی به استخراج یک مدل شامل شش مؤلفه اصلی (شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) شد.

جامعه آماری این پژوهش شامل اساتید و صاحب‌نظران دانشگاهی، خبرگان، مالکان و مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی در چند روستای منتخب با ساختارهای اجتماعی و فرهنگی متفاوت در سطح ایران است. برای دستیابی به غنای داده‌ها، نمونه‌گیری به صورت هدفمند با در نظر گرفتن معیارهایی نظیر دانش، نوع فعالیت اقتصادی، میزان تجربه، سابقه تعاملات شبکه‌ای و مشارکت در شبکه‌های رسمی و غیر رسمی انجام شد. همچنین، برای شناسایی مشارکت‌کنندگان کلیدی از روش گلوله‌برفی استفاده شد. ملاک انتخاب مشارکت‌کنندگان، برخورداری از تجارب علمی یا عملی در حوزه فعالیت‌های اقتصادی روستایی و توانایی بازتاب تجارب شخصی بود. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت، ۱۹ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته با فعالان موفق، خبرگان حوزه روستا، مدیران تعاونی‌ها و کارشناسان مربوط در سال ۱۴۰۴ انجام گرفت که ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان در جدول ۲ ارائه شده است.

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی.....

جدول ۲. ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

مصاحبه	تحصیلات/ تخصص	مسئولیت	استان	سابقه	مصاحبه	تحصیلات/ تخصص	مسئولیت	استان	سابقه
۱	دکتری برنامه ریزی راهبردی و آینده پژوهی پژوهشگر روستاهای حاشیه شهر مشهد	استادیار دانشگاه فردوسی	خراسان رضوی	۱۰	۱۱	فوق لیسانس/ کشاورزی تولید گلاب و زعفران	مالک کسب و کار روستایی	ایلام	۲۵
۲	دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی	دانشیار دانشگاه تهران	تهران	۱۴	۱۲	دیپلم/ زنبورداری	مالک کسب و کار روستایی	خراسان رضوی/ گلپهر	۱۷
۳	دکتری مدیریت استراتژیک پژوهشگر روستایی	استاد دانشگاه فردوسی	خراسان رضوی	۳۵	۱۳	سطح ۴ حوزه/ کشاورزی و دامداری	مالک کسب- و کار روستایی	خراسان رضوی/ مشهد	۳۰
۴	کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی	مدیر تعاون روستایی استان	خراسان رضوی	۲۵	۱۴	فوق لیسانس/ پرورش گیاهان زینتی و آپارتمانی	مالک کسب و کار روستایی	مازندران/ محمداباد	۱۵
۵	دکتری مدیریت و پژوهشگر شبکه	استادیار موسسه آموزش عالی کاویان	خراسان رضوی	۱۰	۱۵	لیسانس/ پرورش گیاهان زینتی و آپارتمانی	مالک کسب و کار روستایی	مازندران/ آمل	۲۰
۶	دکترای مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی. پژوهشگر شبکه	عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی عطار	خراسان رضوی	۵	۱۶	دیپلم/ کشاورزی	مدیرعامل شرکت تعاونی مرزنشینان هزار مسجد	خراسان رضوی/ کلات	۱۰
۷	دکترای کارآفرینی از دانشگاه تهران و پژوهشگر شبکه	عضو هیئت علمی دانشگاه گنبد کابوس	گلستان	۱۲	۱۷	لیسانس/ کشاورزی و دامداری	مالک کسب و کار روستایی	مازندران/ بابل	۱۰
۸	دکتری مدیریت و پژوهشگر شبکه	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران	تهران	۶	۱۸	لیسانس/ کشاورزی و دامداری	مالک کسب و کار روستایی	کرمان/ شهداد	۴۰
۹	دکتری مدیریت راهبردی	پژوهشگر روستایی و شبکه‌سازی	تهران	۱۵	۱۹	لیسانس/ زنبورداری	مالک کسب و کار روستایی	خراسان رضوی/ چناران	۱۰
۱۰	فوق لیسانس/ پرورش گیاهان دارویی	مدیر کسب و کار روستایی و تعاونی روستایی	ایلام	۳					

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته حضوری بود که در محیط واقعی و با رعایت اقتضائات فرهنگی و اجتماعی انجام شد. داده‌ها از طریق ضبط صدا، یادداشت‌برداری و سپس پیاده‌سازی کامل متن مصاحبه‌ها گردآوری شدند. برای رعایت اصول اخلاقی، رضایت آگاهانه مشارکت‌کنندگان قبل از شروع مصاحبه‌ها گرفته شد. محور اصلی پرسش‌ها مبتنی بر موضوع و پرسش پژوهش در حوزه‌های ضرورت شبکه‌سازی راهبردی و توسعه آن، نحوه ارتقاء سطح روابط تجاری با سایر کسب‌وکارها، عوامل بسترساز و تقویت‌کننده شبکه‌ها، و مسیرهای عملی برای ایجاد و توسعه شبکه کسب‌وکارهای روستایی و نتایج مطلوب آن‌ها است که در شش بُعد اصلی شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای شبکه‌سازی در بستر کسب‌وکارهای روستایی ایران قرار می‌گیرد.

تحلیل داده‌ها در سه مرحله اصلی به روش نظریه داده‌بنیاد صورت گرفت:

۱- کدگذاری باز: در این مرحله، مفاهیم اولیه از دل داده‌های خام استخراج و مقوله‌های مقدماتی شناسایی شدند.

۲- کدگذاری محوری: در این مرحله، مقوله‌های شناسایی شده در قالب ابعاد علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی سازمان‌دهی شدند و روابط علی میان آن‌ها تحلیل شد.

۳- کدگذاری انتخابی: در مرحله نهایی، با تمرکز بر مقوله محوری، مدل شبکه‌سازی کسب‌وکارهای روستایی تدوین شد و ارتباط میان مقوله‌ها در قالب یک نظریه منسجم تبیین شد. فرایند تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA انجام گرفت تا قابلیت طبقه‌بندی، کدگذاری و تحلیل مقایسه‌ای مستمر داده‌ها فراهم شود. همچنین برای افزایش اعتبار و اعتمادپذیری یافته‌ها، از روش‌های گوناگون اعتبارسنجی در پژوهش‌های کیفی بهره‌گیری شد که برخی از این روش‌ها به شرح زیر است:

- بازبینی مشارکت‌کنندگان: برای تأیید صحت برداشت پژوهشگر از اظهارات مشارکت‌کنندگان؛
 - مثلث‌سازی منابع: استفاده از منابع انسانی متنوع شامل مالکان، مدیران، و کارشناسان حوزه شبکه‌سازی و توسعه روستایی؛
 - مصاحبه در محیط واقعی و بدون برنامه‌ریزی قبلی: برای دستیابی به پاسخ‌های طبیعی‌تر و مبتنی بر تجربه زیسته.
- اقدامات مذکور متضمن صحت، قابلیت تعمیم نظری و اطمینان‌پذیری یافته‌ها در چارچوب پژوهش کیفی است.

نتایج و بحث

یافته‌های این پژوهش به تدوین یک مدل جامع برای تبیین سازوکارهای شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی انجامید. نتیجه این فرایند تحلیلی، شناسایی شش بُعد اصلی شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای شبکه‌سازی در بستر کسب‌وکارهای روستایی ایران بود. در ادامه ماهیت هر کدام از این شش مؤلفه کلیدی به‌عنوان ابعاد اصلی تحلیل منطبق با موضوع پژوهش مورد واکاوی و سپس به تحلیل داده‌ها ذیل هر یک پرداخته می‌شود.

الف) شرایط علی

نتایج به دست آمده در خصوص مقوله شرایط علی در جدول ۳ ارائه شده است. این مقوله شامل عواملی است که زمینه‌ساز و انگیزه‌بخش ایجاد شبکه‌های کسب‌وکار در روستاها هستند. در فرآیند تحلیل مصاحبه‌ها موارد متعددی به این مهم اشاره داشتند که در دو دسته کد محوری شامل ظرفیت‌ها و چالش‌ها قرار داده شدند. مواردی نظیر ظرفیت و سابقه تعاونی‌های موجود در روستاها که در مصاحبه با یکی از مسئولین تعاونی‌های روستایی به آن اشاره شد (مصاحبه شماره ۴)، سرمایه اجتماعی موجود در روستاها (مصاحبه‌های شماره ۱، ۴، ۶ و ۱۴) که ناشی از فرهنگ و ارزش‌های مشترک محلی در جوامع روستایی است و نیز ظرفیت‌های تولیدی روستاها به‌عنوان مراکز تولید و نوآوری که تقریباً در اکثر مصاحبه‌ها به آن اشاره شد به فرصت‌هایی اشاره دارد که نیاز به شبکه‌سازی راهبردی را تبدیل به یک ضرورت می‌کند. از سوی دیگر مواردی مانند نیاز به خروج از انزوا و افزایش تعاملات اقتصادی در روستاها (مصاحبه شماره ۹)، اشاره به این مطلب دارد که روستاها که به دلیل ماهیت جغرافیایی خود از مراکز اصلی اقتصادی فاصله دارند، نیازمند شبکه‌های تجاری مؤثر هستند. از موارد دیگر می‌توان به محدودیت منابع و امکانات در کسب‌وکارهای روستایی و ضرورت هم‌افزایی برای استفاده بهینه از منابع (مصاحبه شماره ۲) اشاره کرد که تأکید بر این موضوع دارد که بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک روستایی به دلیل عدم دسترسی به تأمین‌کنندگان و سرمایه‌گذاران بزرگ، از طریق شبکه‌سازی می‌توانند بر چالش‌های موجود غلبه کنند. مورد دیگری که در مصاحبه‌ها به آن اشاره شد، ضرورت افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های تولید از طریق همکاری و اشتراک منابع (مصاحبه شماره ۳) است که به این موضوع اشاره دارد که شبکه‌سازی به کسب‌وکارهای روستایی کمک می‌کند تا ضمن کاهش هزینه‌ها، کیفیت محصولات خود را بهبود بخشند.

جدول ۳. شرایط علی

ردیف	کد باز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۱	سرمایه اجتماعی روستا، اعتماد متقابل، فرهنگ و ارزش‌های مشترک، مشارکت ذی‌نفعان، حمایت نهادهای حاکمیتی، وجود آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های حمایتی	ظرفیت‌های توسعه‌ای	فرصت‌های پیشرفت روستا	۳ ۹ ۹
		کسب‌وکارهای روستایی		
		قابلیت‌های توسعه‌ای		
		کسب‌وکارهای روستایی		
۲	روستا مرکز تولید، تنوع تولیدات، نوآوری و ابداع، مناطق مستعد کشاورزی، کسب‌وکارهای مکمل زنجیره ارزش، حضور فناوری‌های نوین و نیاز به ارائه خدمات، وجود شبکه‌های تعاونی، تجربه‌های موفق ملی و بین‌المللی	چالش‌های توسعه روستایی و موانع بهره‌وری	تهدیدهای پیشرفت روستا	۳ ۹ ۹
		چالش‌های توسعه روستایی و موانع بهره‌وری		
		چالش‌های توسعه روستایی و موانع بهره‌وری		
		چالش‌های توسعه روستایی و موانع بهره‌وری		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ضرورت ارتباط با کسب و کارهای بزرگتر و افراد موفق، نکته دیگری است که در مصاحبه شماره ۱۰ با یکی از فعالان حوزه پرورش گیاهان دارویی مورد تأکید قرار گرفت. ایشان در این مصاحبه اشاره کرد که "اگر رابطه تجاری با تاجران نباشد، محصول روی دستمان می‌ماند". مصاحبه‌شونده دیگر که تولیدکننده زعفران و گل محمدی است (مصاحبه شماره ۱۱) بیان کرد که "روابط تجاری می‌تواند به شناساندن محصول به استان‌های هم‌جوار و حتی سایر کشورها کمک کند".

ب) پدیده محوری

جدول ۴ نشان دهنده نتایج به دست آمده در خصوص مقوله پدیده محوری است. این مقوله همان مفهوم مرکزی و وحدت‌بخش مدل است و سایر اجزاء حول آن شکل می‌گیرند. مقوله محوری در این مدل، «شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی» است که در برگیرنده فرآیندها و الگوهای تعامل بین کسب‌وکارها برای ایجاد ارزش‌افزوده، افزایش رقابت‌پذیری و توسعه پایدار است (مصاحبه شماره ۴). در این راستا، کسب‌وکارهای روستایی از طریق شبکه‌سازی می‌توانند زنجیره تأمین منسجمی ایجاد کنند و از ظرفیت‌های مشترک به نفع توسعه اقتصادی خود استفاده نمایند. بر اساس آنچه در مصاحبه‌ها بیان شد؛ تشکیل شبکه‌های کسب‌وکار روستایی با هدف همکاری، بازاریابی

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی.....

مشترک، افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها صورت می‌پذیرد و برخی نیز تبدیل هر روستا به یک برند مشخص در زمینه یک محصول خاص را نتیجه شبکه‌سازی راهبردی می‌دانند؛ مشابه آنچه در روستای فریزی برای تولید عسل اتفاق افتاده است؛ به‌طوری‌که این روستا به‌واسطه تولید عسل، مشهور شده است (مصاحبه شماره ۱۲).

جدول ۴. پدیده محوری

ردیف	کدباز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۱	تعامل کسب‌وکارهای روستایی، اثرگذاری بر حوزه‌های اجتماعی و نوآوری، اثرگذاری بر زنجیره تأمین مؤثر و خلق زنجیره ارزش، ایجاد مزیت رقابتی، همکاری رقابتی، تسهیل بازاریابی و فروش محصولات، برندینگ محلی، مدیریت و شراکت راهبردی، استفاده از فناوری‌های نوین	مدیریت راهبردی و نوآوری برای رشد و توسعه کسب‌وکارهای روستایی	شبکه‌سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی	۲۰ ۱۹ ۱۸ ۱۷ ۱۶ ۱۵ ۱۴ ۱۳ ۱۲ ۱۱ ۱۰ ۹ ۸ ۷ ۶ ۵ ۴ ۳ ۲ ۱
۲	ساخت شبکه، حفظ شبکه، بهره‌برداری شبکه، ارزیابی و بازیابی شبکه	چرخه حیات شبکه‌سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

چرخه حیات شبکه‌های کسب‌وکار از ساخت، حفظ، بهره‌برداری، ارزیابی و بازیابی شبکه‌ها به عنوان کد محوری دیگر این مقوله نیز مورد توجه است؛ به‌طوری‌که مصاحبه‌شوندگان بیان داشتند که در شبکه‌سازی راهبردی لازم است نگاهی جامع و فرآیندی شکل بگیرد و از شکل‌گیری دیدگاه تک-بُعدی و یا تک‌مرحله‌ای نسبت به آن خودداری شود (مصاحبه ۱، ۵ و ۸). این مهم می‌تواند به این معنی باشد که شبکه‌سازی راهبردی صرفاً به برقراری یک ارتباط تجاری کوتاه‌مدت و گذرا توجه ندارد، بلکه هدف آن حفظ پایداری و ارتقاء آن در درازمدت است.

ج) شرایط زمینه‌ای

نتایج به دست آمده در خصوص مقوله شرایط زمینه‌ای در جدول ۵ ارائه شده است. شرایط زمینه‌ای عواملی هستند که بستر اجتماعی، اقتصادی، نهادی و ساختاری را فراهم می‌کنند، به‌طوری‌که در آن، پدیده محوری رخ می‌دهد یا تکوین می‌یابد. به‌طور مثال، برخی متغیرهای زمینه‌ای مانند زیرساخت‌ها، فرهنگ و ارزش‌های محلی، توانمندی‌های مدیریتی و منابع و دسترسی به فناوری‌های نوین، می‌توانند بر تحقق یا عدم تحقق شبکه‌سازی مؤثر باشند.

کسب و کارهای روستایی اغلب به صورت خانوادگی و هم‌جواری اداره می‌شوند و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی جوامع روستایی و سرمایه اجتماعی و اعتماد میان کسب‌وکارهای روستایی به‌طور مستقیم بر آن‌ها اثرگذار است (مصاحبه شماره ۲). این مهم بیانگر این است که بسیاری از کسب‌وکارهای روستایی به دلیل وجود پیوندهای اجتماعی قوی‌تر، امکان بیشتری برای همکاری‌های مؤثر دارند. به‌طور مثال، یکی از تولیدکنندگان (مصاحبه شماره ۱۷) این‌گونه بیان کرده است: "روابط اجتماعی خوب در موفقیت کسب‌وکارها دخیل هستند".

سیاست‌های کلان توسعه روستایی و حمایت‌های دولتی (مصاحبه شماره ۲) بر نقش دولت و نهادهای محلی در ایجاد بسترهای مناسب برای توسعه شبکه‌سازی تأکید دارد. مصاحبه‌شوندگان متفق‌القول بودند که "جهاد کشاورزی و نهادهای حمایتی در توسعه کسب‌وکارهای روستایی نقش اساسی دارند، اما این نقش به درستی ایفا نشده است".

جدول ۵. شرایط زمینه‌ای

ردیف	کد باز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۱	مشتریان، همتایان (همکاران یا رقبا)، تأمین کنندگان، حامیان یا اعتباردهندگان	وسعت شبکه		
۲	اقتصاد مشارکتی و تشکیل ائتلاف، کشف و استفاده از فرصت‌ها، چابکی، تعهد به انتقال دانش و تجربه، به رسمیت شناختن ظرفیت‌ها و منابع مشارکت کنندگان، نظارت، ایجاد انگیزه و نگرش مثبت، آموزش و مهارت‌ورزی، اتخاذ رویکردهای انعطاف‌پذیر، تعریف و ترسیم اهداف	ویژگی‌های مدیریتی		
۳	ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، تحمل ابهام، آینده‌نگری، ایدئولوژی و ارزش‌ها، سطح دانش و مهارت، رفتار مقتدرانه، اعتماد متقابل، پرهیز از تخریب رقیب، داشتن تفکر راهبردی، جرات‌ورزی مدیران، حمایت و نوع‌دوستی	ویژگی‌های شخصیتی		
۴	خلق زنجیره ارزش، ارزش‌آفرینی پایدار، شناسایی عناصر شبکه، سرمایه‌ها، منابع و مشترکات / سرمایه اطلاعاتی و منابع انسانی ویژه، مهارت‌ها و زیرساخت‌های نرم و سخت شبکه، تعهد بازیگران به اهداف شبکه، شناسایی مخاطبان و برقراری ارتباط اولیه، اصل اجماع بین ذی‌نفعان	ویژگی‌های کسب و کارهای روستایی		
۵	فرهنگ و ارزش‌های مشترک، مجاورت و همگونی فضایی، وضعیت اقتصادی روستا، عرضه و تقاضا، وابستگی خانوادگی، عوامل زیربنایی، منابع طبیعی، تنوع تولیدات	بستر شکل دهنده شبکه‌های کسب‌وکارهای روستایی		

توسعه و عمق شبکه
شرایط زمینه‌ای

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی.....

ردیف	کدباز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۶	شناسایی شبکه و مزیت‌های رقابتی، همکاری بر اساس زنجیره ارزش، شراکت راهبردی، سود مشارکتی، توجه به اکوسیستم‌های کسب و کار، فناوری‌های نوین	سازوکارهای شکل دهنده شبکه‌های کسب و کارهای روستایی		
۷	ایجاد سامانه، بسترسازی برای هم‌افزایی کسب و کارها، تعیین نقش‌های کسب و کارها، تصویرسازی از فرآیند زنجیره تأمین، شناسایی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های هر کسب و کار، توسعه بسترهای قانونی، فرهنگی - اجتماعی، آگاهی نسبت به منافع و کسب و درآمد، شناخت شیوه‌های رقابت سالم، ترغیب و تشویق به همکاری، حفظ منافع، فرصت‌سازی و استفاده از فرصت‌ها، ایجاد اکوسیستم نوآوری محلی	اهداف شبکه‌سازی کسب و کارهای روستایی	اهداف و سیاست‌های شبکه‌سازی کسب و کارهای روستایی	
۸	نقش نظارتی حاکمیت، توجه به ارکان بازار و هماهنگ کننده‌ها، تناسب ابعاد ساختاری و محتوایی کسب و کارها، سیاست‌های کلان کشور، ثبات سیاست‌گذاری	سیاست‌های شبکه‌سازی کسب و کارهای روستایی		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

زیرساخت‌های ارتباطی و دیجیتالی برای تسهیل ارتباطات بین کسب و کارها (مصاحبه شماره ۴) به اهمیت دسترسی به فناوری‌های نوین برای بهبود فرآیندهای شبکه‌سازی اشاره می‌کند. علاوه بر این، وجود منابع طبیعی و ظرفیت‌های تولیدی نقش مهمی در شبکه‌سازی کسب و کارها دارند. به‌طور مثال، یک زنبوردار (مصاحبه شماره ۱۹) اشاره کرد که "منطقه ما مستعد تولید ژل رویال است و شبکه‌سازی به فروش گسترده آن کمک می‌کند".

د) شرایط مداخله‌گر

جدول ۶ نشان دهنده نتایج به دست آمده در خصوص مقوله شرایط مداخله‌گر است. این شرایط عواملی را در بر می‌گیرد که بر چگونگی کنش‌ها و راهبردهای اتخاذ شده در مواجهه با پدیده محوری تأثیر می‌گذارند. این شرایط (نظیر سیاست‌های حمایتی دولت، نقش نهادهای واسط و سطح اعتماد میان کسب و کارها) می‌توانند به‌عنوان تسهیل‌گر یا مانع در مسیر تحقق شبکه‌سازی ایفای نقش کنند. بر اساس نتایج، تحولات بازار و نوسانات اقتصادی (مصاحبه شماره ۳) می‌تواند تأثیر مستقیمی بر ثبات شبکه‌های کسب و کار داشته باشد. همچنین پیچیدگی‌های دیوان‌سالاری و موانع قانونی (مصاحبه شماره ۲) بیان می‌کند که عدم شفافیت در قوانین می‌تواند باعث کند شدن فرآیندهای شبکه‌سازی

شود. افزون بر این، سطح دانش و توانمندی مدیریتی کسب‌وکارهای روستایی (مصاحبه شماره ۶) از دیگر مواردی است که به نیاز برای آموزش و توسعه مهارت‌های مدیریتی در میان کسب‌وکارهای روستایی اشاره دارد. خوداتکایی و توان رقابتی کسب‌وکار نیز عاملی مهم در پایداری کسب‌وکارهای روستایی است و در شرایطی که ممکن است نوسانات حمایتی در بازار مشهود باشد، چنانچه کسب‌وکاری مستقل و خودکفا عمل کند، می‌تواند ماندگاری بهتر در بازار داشته باشد. به‌طور مثال، یکی از تولیدکنندگان (مصاحبه شماره ۱۳) این‌گونه بیان کرده است: "ما از اولی که شروع کردیم، همیشه روی پای خودمان بودیم و حمایتی از دولت نگرفتیم".

جدول ۶. شرایط مداخله گر

ردیف	کد باز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۱	شناسایی ذی‌نفعان و خلق ارزش، اشتراک دانش و تجربه، اعتماد و تعامل دوسویه، ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های حرفه‌ای مبتنی بر زنجیره ارزش کسب و کار، تناسب بین شرکا، کیفیت و قیمت محصول	معیارهای شبکه‌سازی پایدار	عوامل	۳ ۱ ۲ ۳ ۴
۲	مجاورت جغرافیایی و مشابهت‌های فضایی، شفافیت روابط یا مراودات، فضای مجازی / شبکه‌های اجتماعی، واسطه‌گری اشخاص ثالث، ارتباطات مستقیم، آیین‌نامه‌های حمایتی، حضور فناوری‌های نوین، تجربه‌های موفق ملی و بین‌المللی توافق‌نامه‌های رسمی	بسترهای تعامل در ارتباطات تجاری	تسهیل کننده	
۳	نامتناسب بودن منابع و آورده‌های کسب‌وکار، توانمندی کم افراد، نیاز شبکه کسب‌وکار	قدرت نفوذ در شبکه	عوامل	
۴	ریسک‌پذیری پایین، انزوا و جدایی روستاها، ضعف ارتباطات، محافظه‌کاری روستاییان، بدبینی نسبت به شرکا	محافظه‌کاری روستاییان	بازدارنده	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نحوه تعامل و همکاری میان اعضای شبکه و انتقال تجارب از عوامل ساختاری شبکه‌سازی کسب‌وکارها است که خود در شکل عاملی انگیزشی عمل می‌نماید. در این راستا یکی از مصاحبه‌شوندگان (مصاحبه شماره ۱۷) اشاره کرد که "ما سعی می‌کنیم از رقبا رمز و رموزشان را یاد بگیریم تا نتیجه کارمان بهتر شود". در کنار این موضوع مقوله دسترسی به فناوری‌های نوین نیز نقش مؤثری در فرآیند موفقیت کسب و کارها دارند. به‌عنوان مثال، مطابق دیدگاه یکی از

مصاحبه‌شوندگان (مصاحبه شماره ۱۴): "ما از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی استفاده می‌کنیم و مشتریانمان را این‌گونه جذب می‌کنیم."

ه) راهبردها

نتایج به دست آمده در خصوص راهبردها در جدول ۷ ارائه شده است. راهبردها شامل مجموعه اقدامات و رویکردهایی (مانند تشکیل خوشه‌های تخصصی، مشارکت در نمایشگاه‌های محلی و استفاده از فناوری اطلاعات) است که کسب‌وکارهای روستایی برای ایجاد و تقویت شبکه‌ها به کار می‌گیرند. به‌طور مثال، برخی مصاحبه‌شوندگان، ترویج و آموزش شبکه‌سازی در میان کسب‌وکارهای روستایی از طریق برگزاری کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی (مصاحبه‌های شماره ۵ و ۱۳ و ۱۷) و تقویت همکاری‌های محلی و ایجاد تعاونی‌های تخصصی محلی و تسهیل مشارکت در شبکه‌ها به‌عنوان سازوکار مؤثر برای تعاملات اقتصادی و اجتماعی (مصاحبه‌های شماره ۳ و ۸ و ۱۵ و ۱۹) را بهترین راهبرد شکل‌گیری و توسعه شبکه‌های کسب و کار روستایی معرفی می‌کنند. در این خصوص یکی از مصاحبه‌شوندگان (مصاحبه شماره ۱۶) این‌گونه بیان کرده است: "چند شریک می‌توانند روی نقاط قوت هم تکیه کنند و نقاط ضعف هم را جبران کنند". برخی دیگر بر بهره‌گیری از مدل‌های اقتصادی مبتنی بر همکاری رقابتی و شراکت استراتژیک بین کسب‌وکارهای روستایی (مصاحبه شماره ۶) و استفاده از فناوری‌های دیجیتال و روش‌های نوین بازاریابی برای ارتباطات بهتر و کارآمدتر از جمله شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های آنلاین برای فروش و توزیع محصولات (مصاحبه شماره ۴) تأکید دارند. به‌طور مثال، در مصاحبه شماره ۱۸ این‌گونه بیان شد: "باید از فضای مجازی و نمایشگاه‌ها برای توسعه فروش استفاده کنیم".

جدول ۷. راهبردها

ردیف	کدباز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۱	نگاه و رویکرد سیستمی، تدوین برنامه‌های جامع، مشاهده و درک منافع، ایجاد شبکه‌های بین روستایی، مبتنی بر عوامل محیطی، اجتماعی، اقتصادی، تکمیل زنجیره تولید	رویکرد سیستمی		
۲	نهادسازی، پایلوت‌سازی، حمایت نهادهای حاکمیتی، ایجاد صندوق اعتبارات خرد، تشکیل شرکت تعاونی، بسترسازی دولتی، فرهنگ سازی و آموزش	رویکرد نهادی	راهبردهای نهادی و برنامه‌محور	
۳	شبکه‌سازی مبتنی بر سابقه سکونت و بومی‌گزینی، مبتنی بر سابقه فعالیت و تجربه، بهرمندی از تجربیات جهانی، بهره‌مندی از تجربیات بومی، مبتنی بر محصول تولیدی، الگوسازی با مشارکت خبرگان و ذی‌نفعان، تقویت سرمایه‌های اجتماعی و اعتمادسازی، استفاده از فضای مجازی و ظرفیت شبکه‌های اجتماعی موجود	رویکرد تجربه محور		
۴	بکارگیری فناوری‌های نوین، ایجاد مزیت رقابتی، تعیین معیارها و استانداردهای دقیق کسب و کار	تفکر نوآورانه	راهبردهای نوآورانه و تحول‌محور	
۵	عدم رضایت از وضع موجود، توسعه محصول، تحلیل بازار، توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد و گسترش شبکه، ارتقاء دانش و سطح کیفی محصولات، تزریق افراد دانشی	تفکر تحول محور		
۶	رویکرد تعاملی و مشارکتی، رویکرد حمایتی، رویکرد اقتضایی	الگوهای کنش در فرآیند شبکه‌سازی		
۷	تأمین، تولید، توزیع، بازاریابی و فروش	زنجیره ارزش شبکه‌ای کسب و کارها	راهبردهای کنشگری و تعامل محور	
۸	برگزاری دوره‌های مهارتی، اشتراک دانش، تقویت تفکر راهبردی و فرهنگ‌سازی شبکه محور	آموزش و توانمندسازی		
۹	بهبود شبکه‌های ارتباطی، ایجاد صندوق اعتبارات خرد، تشکیل شرکت‌های تعاونی، ایجاد اکوسیستم نوآوری، استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی موجود	ایجاد اکوسیستم نوآوری و همکاری‌های شبکه‌ای		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

و) پیامدها

جدول ۸ نشان دهنده پیامدهای شبکه‌سازی مورد تأکید کارشناسان و مالکان کسب و کارهای روستایی است. بر اساس نتایج، افزایش ماندگاری جمعیت در روستاها و کاهش مهاجرت از طریق

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی.....

ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار (مصاحبه‌های شماره ۳، ۸، ۱۳، ۱۷، ۱۹) و بهبود وضعیت اقتصادی و افزایش درآمد روستاییان با کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش دسترسی به بازارهای جدید (مصاحبه‌های شماره ۱، ۴، ۹، ۱۴) و همچنین توسعه پایدار و افزایش قدرت رقابت کسب‌وکارهای روستایی در سطح ملی و بین‌المللی - که از طریق دسترسی به زنجیره‌های تأمین گسترده‌تر و توانمندسازی کسب‌وکارها تحقق می‌یابد (مصاحبه شماره ۲) - از جمله مهمترین پیامدهای شبکه‌سازی مورد تأکید کارشناسان و مالکان کسب و کارهای روستایی بود. به‌طور مثال، یکی از مالکان کسب و کارهای روستایی (مصاحبه شماره ۱۱) این‌گونه بیان کرده است: "با شبکه‌سازی و تبلیغات مؤثر، محصولات ما در کشورهای دیگر هم بازار پیدا کرده است".

جدول ۸. پیامدها

ردیف	کد باز	کد محوری	کد انتخابی	مقوله‌ها
۱	ایجاد ارتباط و تعامل دوسویه مؤثر، بهره‌مندی از دانش و تجربیات دیگران، ایجاد انگیزه، رشد مشارکت، ارتقاء جایگاه شغلی، ارتقاء سطح فردی	تقویت ارتباطات و توسعه فردی و شغلی	توسعه اقتصادی	پیامدها
۲	رشد رقابت، رونق کسب‌وکار، پایداری کسب‌وکار، سودآوری، تولید محصول با کیفیت‌تر، سودآوری، خودکفایی در تولید، ایجاد مزیت رقابتی	رشد و پایداری کسب‌وکار		
۳	ارتقاء مقیاس کسب و کارهای روستایی، برندسازی منطقه‌ای، توسعه منطقه‌ای، شناسایی ذی‌نفعان اصلی، قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه	رونق اقتصادی		
۴	ارتقای جایگاه شغلی، تقویت سرمایه اجتماعی، کاهش مهاجرت، بهبود کیفیت زندگی	تقویت سرمایه اجتماعی		
۵	استفاده بهینه از منابع، تولید محصولات پایدار، کاهش تخریب محیط زیست	استفاده بهینه از منابع		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

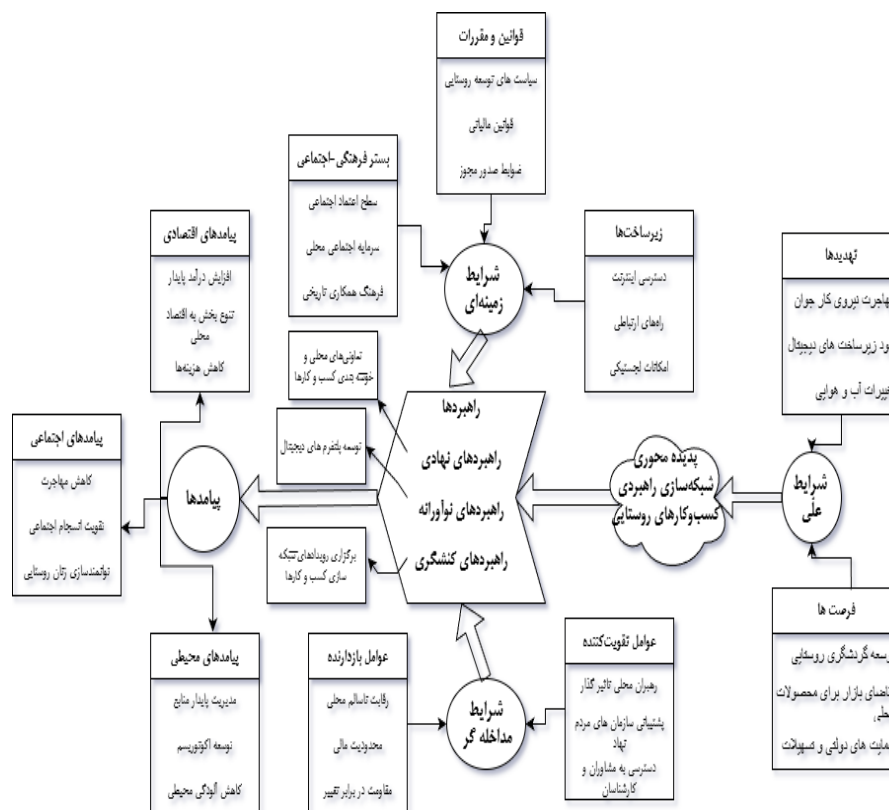
تحلیل مدل پژوهش

مدل پارادایمی، چارچوبی مفهومی است که فرایند شکل‌گیری و تداوم یک پدیده اجتماعی یا سازمانی را در قالب مؤلفه‌های علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی توضیح می‌دهد. این مدل‌ها، بر اساس تحلیل نظام‌مند داده‌ها یا مشاهدات، روابط بین عوامل مؤثر و پیامدهای آن‌ها را

به صورت یک نظام مفهومی منسجم ارائه می کنند. در پژوهش های مبتنی بر نظریه داده بنیاد، مدل پارادایمی، نقش «اسکلت تحلیلی» را ایفا می کند و به محقق امکان می دهد تا پیچیدگی تعاملات اجتماعی - اقتصادی را در یک بستر خاص (در اینجا کسب و کارهای روستایی) شناسایی و طبقه بندی کند. از این رو، مدل شبکه سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی همانند سایر الگوهای نظریه داده بنیاد، یک چارچوب مفهومی است که بر اساس تحلیل نظام مند مصاحبه ها ساخته شده و سازوکار شکل گیری، تداوم و پیامدهای شبکه سازی راهبردی در کسب و کارهای روستایی را تبیین می کند. این مدل توضیح می دهد که چگونه کسب و کارهای روستایی تحت شرایط خاص محیطی و سازمانی، با بهره گیری از تعاملات، همکاری ها، هم افزایی و اشتراک منابع در شبکه ها، راهبردهایی را برای رشد، بقا و توسعه پایدار اتخاذ می کنند.

مدل این پژوهش (شکل ۱) شامل شش بخش اصلی است که به صورت یک نظام پویا و علی - معلولی با یکدیگر در ارتباطند. «شرایط علی» شامل مجموعه عوامل اولیه ای است که زمینه شکل گیری پدیده شبکه سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی را به وجود می آورند. این عوامل شامل فرصت ها و تهدیدهای پیش روی پیشرفت کسب و کارهای روستایی است. در نتیجه این شرایط، «پدیده محوری» یعنی شبکه سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی شکل می گیرد؛ پدیده ای که محوریت آن بر همکاری، اشتراک منابع، ارتقای توان رقابتی و اتصال کسب و کارهای کوچک به زنجیره های بزرگ ارزش است.

از پراکندگی تا هم‌افزایی: ارائه مدل شبکه‌سازی.....



شکل ۱. مدل شبکه‌سازی راهبردی کسب‌وکارهای روستایی (بر اساس مدل استراوس و کوربین)

تحقق این پدیده تحت تأثیر «شرایط زمینه‌ای» قرار دارد که عناصر ساختاری محیط کسب‌وکار روستا مانند وجود زیرساخت‌های ارتباطی، سطح اعتماد اجتماعی، فرهنگ همکاری محلی، قوانین و مقررات حمایت‌گر و تجارب توسعه‌ای گذشته روستا را شامل می‌شود. هم‌زمان، «عوامل مداخله‌گر» مانند محدودیت‌های نهادی، فشارهای ساختاری، کمبود سرمایه، ضعف نظام‌های پشتیبان، دیوان-سالاری اداری و ضعف شبکه‌های حمایتی می‌توانند فرایند شبکه‌سازی را تسریع یا تضعیف کنند. در پاسخ به مجموعه این وضعیت‌ها، کسب‌وکارهای روستایی «راهبردهای شبکه‌سازی» را انتخاب می‌کنند. راهبردهای شناسایی شده شامل راهبردهای نهادی، راهبردهای نوآورانه، و راهبردهای کنشگری یا تعامل‌محور هستند که شکل‌دهنده هویت شبکه و چگونگی حرکت کسب‌وکارها در مسیر رشد جمعی محسوب می‌شوند. در نهایت، اجرای این راهبردها به پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و

محیطی منتهی می‌شود؛ از جمله افزایش درآمد پایدار، توزیع عادلانه‌تر منافع، کاهش هزینه‌ها، افزایش مشارکت اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی روستا، بهبود توانمندی جامعه محلی و حفاظت بهتر از منابع طبیعی.

نتایج نشان داد که شبکه‌سازی به مثابه یک پدیده مرکزی، واکنشی راهبردی در برابر فشارهای محیطی، محدودیت‌های زیرساختی و چالش‌های بقا در فضای رقابتی امروز است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌سازی در کسب‌وکارهای روستایی، یک ظرفیت نوپدید اما بنیادین برای توسعه پایدار، توانمندسازی اقتصادی و مقابله با مهاجرت‌های روستا - شهری است. طراحی مدل شبکه‌سازی کسب‌وکارهای روستایی، چارچوبی برای درک عمیق‌تر تعاملات اجتماعی-اقتصادی در بستر محلی ارائه کرده است. نتایج می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری و طراحی برنامه‌های توسعه‌ای در سطوح محلی و ملی باشد. پیشنهاد می‌شود، سیاست‌گذاران توسعه روستایی با استفاده از این مدل، برنامه‌های اجرایی منطبق با ظرفیت‌های محلی را طراحی نمایند.

مدل ارائه شده، ضمن تأکید بر نقش مشارکت، اعتماد اجتماعی و حمایت نهادی، می‌تواند بستری برای توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی در جوامع روستایی فراهم آورد. نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌سازی کسب‌وکارهای روستایی یک فرآیند خطی نیست، بلکه یک نظام پویا و چندعاملی است که در آن عوامل ساختاری، انگیزه‌های کارآفرینانه، محیط نهادی و تعاملات جمعی به صورت هم‌زمان در شکل‌گیری نتایج توسعه‌ای نقش ایفا می‌کنند. مدل ارائه شده ضمن بسترسازی برای ایجاد زیست-بوم اقتصادی توانمند در بستر روستاها که بیانگر ایجاد یک نظام پویا از تعاملات اقتصادی، نهادی و فناورانه در بستر روستاهاست، با تأکید بر ظرفیت‌های محلی، ابزارهای مدرن بازاریابی و نقش نهادهای تسهیل‌گر - بر گرفته از نظریات خبرگانی و کدگذاری‌های باز و محوری - مسیر توسعه پایدار را از طریق همکاری‌های راهبردی، آموزش مستمر، و به کارگیری فناوری‌های نوین هموار می‌سازد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحلیل مصاحبه‌های کیفی نشان می‌دهد که شبکه‌سازی کسب‌وکارهای روستایی یک راهبرد کلان با پشتوانه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که شبکه‌سازی در بستر روستایی نیازمند درک عمیق از مؤلفه‌های فرهنگی، نهادی و فناورانه است. مدل طراحی شده، توانسته با پوشش کامل ابعاد مرتبط، به عنوان چارچوبی منسجم برای تحلیل و توسعه

شبکه‌های کسب‌وکار روستایی عمل کند. همچنین، تجربه میدانی مصاحبه‌شوندگان تأکیدی بر لزوم بومی‌سازی راهبردها و ضرورت ایجاد نهادهای پشتیبان دارد.

مطابق یافته‌ها، نقش سرمایه اجتماعی و فرهنگ مشارکت در بافت روستایی، بستری مناسب برای شکل‌گیری شبکه‌ها فراهم می‌کند. این نتیجه با یافته‌های پژوهشگرانی چون پاتنام (Putnam, 2000)، سوتریادس و همکاران (Soteriades et al., 2009)، لیبلر و فری (Liebler & Ferri, 2004) و تویتجر و کوپر (Tuitjer & Küpper, 2022) هم‌راستا است که بر اهمیت اعتماد و روابط افقی در توسعه کسب‌وکارهای کوچک تأکید دارند. همچنین، ورود فناوری‌های ارتباطی به روستا، ضمن کاستن از محدودیت‌های جغرافیایی، زمینه‌ساز ارتباط‌گیری گسترده‌تر بین فعالان اقتصادی شده که با نتایج هادسون (Hudson, 2006) در باب «دهکده جهانی» همخوانی دارد. راهبردهایی نظیر تشکیل هسته‌های تخصصی، بازاریابی جمعی و تقسیم نقش، نشان‌دهنده شکل‌گیری عقلانیت جمعی و انتقال از اقتصاد فردمحور به اقتصاد شبکه‌ای است. این تحول نه تنها بهره‌وری و نوآوری را ارتقا داده، بلکه تاب‌آوری اقتصادی روستاها را نیز افزایش داده است؛ که این مهم مؤید تحلیل‌های کاستلز (Castells, 2010) درباره مزایای شبکه‌محوری در اقتصادهای محلی است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که شرایط علی مؤثر بر گرایش به شبکه‌سازی شامل فشارهای اقتصادی، محدودیت‌های زیرساختی، ضعف دسترسی به بازار، فقدان مهارت‌های بازاریابی، و لزوم رقابت‌پذیری با کسب‌وکارهای شهری است. شبکه‌سازی، در این زمینه، نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی راهبردی برای بقا و رشد کسب‌وکارهای روستایی تلقی می‌شود؛ زیرا امکان هم‌افزایی منابع، اشتراک دانش، کاهش هزینه‌ها و بهبود دسترسی به بازار را فراهم می‌سازد. این نتایج با یافته‌های پژوهش نظری و منصوری‌نقابی (Nazari & Mousavi-Neghabi, 2017) و رینگ و همکاران (Ring et al., 2009) هم‌راستا است.

پدیده محوری در این میان، شبکه‌سازی راهبردی کسب و کارهای روستایی است که به مقوله شکل‌گیری و تقویت آن اشاره دارد و با هدف ایجاد زنجیره‌های ارزش محلی، ارتقاء برندهای منطقه‌ای و توزیع نقش‌های تخصصی میان فعالان اقتصادی صورت می‌گیرد. تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که تحقق این پدیده، به شدت وابسته به شرایط زمینه‌ای مانند وجود سرمایه اجتماعی، فرهنگ مشارکت، ظرفیت‌های محلی، زیرساخت‌های قانونی، نهادهای واسط و دسترسی به فناوری‌های دیجیتال است. همچنین، عوامل مداخله‌گری چون حمایت‌های دولتی، قوانین کارآمد، سطح سواد مدیریتی کارآفرینان، و وجود یا فقدان ساختارهای هماهنگ‌کننده بر فرایند شبکه‌سازی تأثیر مثبت یا

منفی می‌گذارند. در این میان، چالش‌هایی چون دیوان‌سالاری، ضعف آموزش، ناپایداری اقتصادی، نبود اعتماد متقابل و مقاومت فرهنگی در برابر تغییر، مهمترین موانع شبکه‌سازی کسب‌وکارهای روستایی محسوب می‌شوند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های لوایی و همکاران (Levaei-Adriani et al., 2019) و ثقفی و همکاران (Saghafi et al., 2023) منطبق است. در واکنش به این شرایط، کسب‌وکارهای روستایی مجموعه‌ای از راهبردهای عملی را اتخاذ کرده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به ایجاد خوشه‌های تخصصی، توسعه تعاونی‌ها، بهره‌گیری از پلتفرم‌های دیجیتال، آموزش مشارکتی، و تشکیل صندوق‌های محلی برای تأمین مالی اشاره کرد. این اقدامات، با هدف تقویت روابط افقی میان کسب‌وکارها، کاهش وابستگی به نهادهای بالادستی و ارتقاء تاب‌آوری اقتصادی طراحی شده‌اند. در نهایت، پیامدهای شبکه‌سازی، در چهار سطح عمده آشکار شد. در سطح اقتصادی که منجر به افزایش درآمد، کاهش هزینه‌ها، توسعه بازار و اشتغال پایدار می‌شود؛ در سطح اجتماعی که انسجام و مشارکت محلی تقویت می‌شود و روند مهاجرت معکوس را تسهیل می‌کند؛ در سطح فناورانه، بهره‌گیری از نوآوری، دیجیتال‌سازی و تقویت مهارت‌های مدیریتی را در پی دارد؛ و در سطح زیست‌محیطی، به توسعه کسب‌وکارهای پایدار و کاهش تخریب منابع طبیعی می‌انجامد. نتایج به دست آمده یافته‌های مطالعه تویتجر و کوپر (Tuitjer & Küpper, 2022) را مبنی بر کمک شبکه‌سازی به ارتقاء نوآوری و رشد کسب‌وکارها و توسعه منطقه‌ای تأیید می‌کند. از رهگذر این تحلیل، روشن شد که موفقیت شبکه‌سازی نه تنها در طراحی آن، بلکه در شیوه مواجهه بومی با زمینه‌ها و ظرفیت‌های محلی نهفته است. راهبردهای اتخاذ شده توسط کسب‌وکارها، از خوشه‌سازی تخصصی و توسعه برندهای محلی گرفته تا شکل‌گیری تعاونی‌های چندوظیفه‌ای و بهره‌گیری از پلتفرم‌های دیجیتال، نشان از بلوغ و انعطاف‌پذیری رویکردها دارد. این راهبردها، زمانی اثربخش واقع شده‌اند که فرآیند شبکه‌سازی به صورت مشارکتی، مرحله‌ای و متناسب با ساختارهای فرهنگی طراحی شده است؛ نه بر مبنای الگوهای از بالا به پایین و وارداتی.

یکی از نوآوری‌های اساسی این پژوهش، تأکید بر پیامدهای چندبعدی شبکه‌سازی است. برخلاف دیدگاه‌های کلاسیک که تنها بر پیامدهای اقتصادی متمرکزند، مدل این تحقیق اثبات کرد که شبکه‌سازی در روستاها به تحولی اجتماعی، فرهنگی، نهادی و حتی زیست‌محیطی می‌انجامد. از کاهش مهاجرت و تقویت انسجام اجتماعی گرفته تا حفظ منابع طبیعی، توسعه هویت محلی و ارتقاء ظرفیت‌های فناورانه، همه از جمله آثاری هستند که در مدل حاضر مورد توجه قرار گرفته‌اند. نکته بنیادین در تحلیل نهایی آن است که شبکه‌سازی در بافت فرهنگی و اجتماعی ایران، صرفاً یک

تاکتیک اقتصادی نیست؛ بلکه نوعی «مکانیزم حکمرانی مشارکتی» است که از دل کنش‌گری بازیگران محلی، پیوندهای غیررسمی، اعتماد خویشاوندی، و روحیه همکاری داوطلبانه شکل می‌گیرد. این مدل، از الگوهای صرفاً ساختارگرایانه فاصله گرفته و رویکردی تعاملی، میان‌سطحی و سازنده نسبت به توسعه روستایی ارائه می‌دهد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که آینده توسعه کسب‌وکارهای روستایی ایران در گرو پذیرش و تعمیق نگاه شبکه‌محور، تقویت زیرساخت‌های فرهنگی، دیجیتال و نهادی، و توجه به طراحی راهبردهای منعطف و بومی‌شده است. شبکه‌سازی راهبردی، ظرفیتی است که چنانچه در بستری از حمایت ساختاری، سرمایه اجتماعی و فناوری‌های نوین قرار گیرد، می‌تواند به بازتعریف جایگاه اقتصادی و اجتماعی روستاها در نظام توسعه ملی بینجامد.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌سازی، به‌ویژه در بسترهای روستایی، می‌تواند عاملی کلیدی در پایداری و رشد کسب‌وکارها باشد. برای تحقق این امر، لازم است سیاست‌گذاران و نهادهای توسعه‌گر از طریق تقویت سرمایه اجتماعی، آموزش، تسهیل‌گری و ایجاد زیرساخت‌های حمایتی، شرایط لازم برای شکل‌گیری و گسترش شبکه‌های کسب‌وکار را فراهم آورند. در نهایت، تقویت شبکه‌های محلی با رویکرد مشارکتی، ضمن احترام به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی هر روستا، می‌تواند افق جدیدی برای پایداری اقتصادی و جلوگیری از تضعیف جوامع روستایی بگشاید. از این منظر می‌توان گفت، پژوهش پیش‌رو با تکیه بر هوش جمعی و ظرفیت‌های درون‌زا، گامی برای بازنمایی در توسعه روستایی ایران است و نشان می‌دهد که اگرچه چالش‌های بسیاری در این مسیر وجود دارد، اما با بهره‌گیری از رویکرد شبکه‌ای، می‌توان به سمت مدلی از توسعه حرکت کرد که برخاسته از مشارکت مردم، پیوندهای اجتماعی و تجربه زیسته جوامع محلی باشد.

در مجموع یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌سازی در بستر روستا، نه تنها پاسخی به فشارهای اقتصادی، ضعف زیرساختی و انزوای جغرافیایی است، بلکه خود به‌مثابه یک کنش راهبردی از سوی بازیگران محلی برای بازآفرینی اقتصادی و نهادی تعریف می‌شود. به بیان دیگر، شبکه‌سازی راهبردی می‌تواند به‌عنوان یک سازوکار کارآمد برای تحول در ساختار اقتصادی روستاها و ایجاد بسترهای مشارکت‌محور برای توسعه پایدار مورد استفاده قرار گیرد؛ مشروط به آنکه بسترهای نهادی، حمایتی و فرهنگی لازم برای تحقق آن فراهم شود. در نتیجه، شبکه‌سازی کسب‌وکارهای روستایی یک الزام راهبردی است که می‌تواند با تقویت همکاری، افزایش رقابت‌پذیری و بهره‌وری کسب‌وکارهای روستایی، به توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی کمک کند.

مدل ارائه شده بر پایه یافته‌های میدانی، یک چارچوب جامع برای طراحی و اجرای شبکه‌های کسب‌وکار روستایی فراهم می‌کند که می‌تواند به عنوان نقشه راهی برای سیاست‌گذاران و فعالان حوزه توسعه روستایی مورد استفاده قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، به بررسی اثرات بلندمدت این مدل بر جوامع روستایی پرداخته شود. به طور کلی، دستاوردهای این پژوهش می‌تواند در تدوین سیاست‌های توسعه‌ای روستایی و برنامه‌ریزی‌های کلان استفاده شود، بنابراین از دو منظر نظری و کاربردی قابل توجه است. از منظر نظری، با شناسایی مؤلفه‌های پنهان و آشکار شبکه‌سازی در بستر روستایی، گامی در راستای بومی‌سازی مفاهیم توسعه کسب‌وکارهای روستایی و اقتصاد شبکه‌ای آن برداشته شد. از منظر کاربردی، راهکارهایی ارائه شد که می‌تواند در سیاست‌گذاری، تسهیل‌گری و کنشگری اقتصادی در روستاها مورد بهره‌برداری قرار گیرد. بر این اساس، پیشنهادهای اجرایی زیر برای توسعه کسب و کارهای روستایی ارائه می‌شود:

- تقویت روابط افقی با دیگر کسب‌وکارها به منظور بهره‌گیری از منابع، بازار و تجربه.
- مشارکت در شبکه‌های تولیدی، توزیعی و آموزشی برای کاهش هزینه‌ها و افزایش اثرگذاری.
- همچنین موارد زیر به عنوان پیشنهادهای پژوهشی قابل بررسی برای محققین ارائه شده است:
- تمرکز پژوهش‌های آتی بر تحلیل تطبیقی این مدل در مناطق مختلف جغرافیایی ایران.
- توسعه مدل‌های کمی برای سنجش اثربخشی شبکه‌ها و بررسی تجربی اثرات شبکه‌سازی بر شاخص‌های بهره‌وری و اشتغال در قالب مطالعات موردی.

منابع

1. Bosworth, G. (2012). Characterising rural businesses - tales from the paperman. *Journal of Rural Studies*, 28(4), 499-506. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.07.002>.
2. Bosworth, G., & Turner, R. (2016). Interrogating the meaning of a rural business through a rural capitals framework. 14th Rural Entrepreneurship Conference. Lincoln.
3. Bosworth, G., Whalley, J., Fuzi, A., Merrell, I., Chapman, P., & Russell, E. (2023). Rural co-working: New network spaces and new opportunities for a smart countryside. *Journal of Rural Studies*, 97, 550-559. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.01.003>.
4. Brown, J.S., & Duguid, P. (2001). Knowledge and organization: A social-practice perspective. *Organization Science*, 12(2), 198-213.
5. Castells, M. (2010). Globalisation, networking, urbanisation: Reflections on the spatial dynamics of the of the information age. *Urban Studies*, 47(12), 2737-2745.

6. Curtiss, J. (2012). Determinants of financial capital use review of theories and implications for rural businesses. Factor Markets Working Paper. Retrieved from www.factormarkets.eu
7. Dennis, C. (2000). Networking for marketing advantage. *Management Decision*, 38(4), 287-292. Retrieved from <http://www.emerald-library.com>
8. Dickson, K., Janjuha-Jivraj, S., Primrose, P., & Woods, A. (2006). Clustering and networking among small independent hotels: Developments over ten years. International Small Business and Enterprise Conference. Cardiff: Brunel University.
9. Fansuree Surin, E., Timothy Edward, O., Fitri Hussin, M., & Wahab, I. (2017). Recognising the importance of strategic business network on business performance of SME manufacturing firms in Malaysia: Analysing the moderating influence of human capital and business environment. *International Journal of Arts & Sciences*, 9(4), 31-44. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/316715177>.
10. Felzensztein, C., & Gimmon, E. (2008). Industrial clusters and social networking for enhancing inter-firm cooperation: The case of natural resources-based industries in Chile. *JBM*, 187-202. doi:10.1007/s12087-008-0031-z.
11. Greenberg, Z., Gimmon, E., & Farja, Y. (2022). Double-tier business networking in rural and urban regions. *Geography Research Forum*, 41, 28-49.
12. Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19, 293-317.
13. Hudson, H. (2006). From rural village to global village: Telecommunications for development in the information age. San Francisco: Lawrence Erlbaum Associates.
14. Johannisson, B. (1988). Business formation - A network approach. *Scand. J. Mgmt*, 4(3/4), 83-99.
15. Johanson, J., & Mattsson, L.G. (1987). Interorganizational relations in industrial systems: A network approach compared with the transaction-cost approach. *International Studies of Management and Organization*, 17(1), 34-48.
16. Kalantari, Kh., Varmezayari, H., & Askari Nadushan, A. (2013). Future prospects of rural population and challenges of sustainable rural development management in Iran. *Quarterly Journal of Rural Development*, 16(2), 1-23. [In Persian]
17. Laaly, M. (2019). Islamic-Iranian model of rural development from the perspective of rural youth. First Edition. Adineh Fariman. [In Persian]

18. Lang, R. & Fink, M. (2018). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70, 155-168. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.03.012>.
19. Lee, J., Árnason, A., Nightingale, A., & Shucksmith, M. (2005). Networking: Social capital and identities in European rural development. *Sociologia Ruralis*, 45(4), 269-283.
20. Levaei-Adriani, R., Kalantari, Kh., Asadi, A., & Alambeigi, A. (2019). Designing a networking model for livestock production cooperatives in order to organize the supply chain of major livestock products. Tehran: University of Tehran. [In Persian]
21. Liebler, C., & Ferri, M. (2004). NGO networks: Building capacity in a changing world. A Study Supported by Bureau for Democracy, Conflict and Humanitarian Assistance Office of Private and Voluntary Cooperation. Available at: NGO-Networks.pdf.
22. Maghsoudi Ganje, Y., Khani, N., & Alam Tabriz, A. (2019). Networking capability, business network structure and commercialization performance in knowledge-based companies (Case study: Knowledge-based companies in Isfahan province). *Journal of Technology Development Management*, 7(4), 151-180.
23. Martinidis, G., Adamseged, M., Dyjakon, A., Fallas, Y., Foutri, A., Grundmann, P., . . . Viaggi, D. (2021). How Clusters create shared value in rural areas: an examination of six case studies. *Sustainability*, 13. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su13084578>
24. Mihai, F.C., & Iatu, C. (2020). Sustainable rural development under agenda 2030. Sustainability Assessment At The 21st Century. 9-18. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.90161>
25. Miller, N., Besser, T., & Malshe, A. (2007). Strategic networking among small businesses in small US communities. *International Small Business Journal*, 25(6), 631-665. doi:10.1177/0266242607082525
26. Miller, N., Besser, T., & Riibe, J. (2007). Do strategic business networks benefit male-and female-owned small-community businesses? *Small Business Strategy*, 17(2), 53-74.
27. Milovanović, B., Primorac, D., & Kozina, G. (2019). Influence of strategic networking on business performance; evidence from manufacturing SMEs operating in a predominantly service based economy. *ENTRENOVA*, 12-14, 108-119. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3490162>.
28. Moradi, M., Irajpour, A., Moussakhani, M., & Sheikh Hassani, M. (2021). Strategic model of networked production, storage and optimal distribution processes. *Strategic Management Studies*, 47, 209-227. [In Persian]
29. Naderkhani, Z., & Ghanbari, Y. (2023). Analyzing the challenges of peasant farmers with the aim of achieving sustainable rural development in Iran,

- Case study: Zanjan province. *Geography and Environmental Planning*, 75-90. doi:10.22108/GEP.2022.130710.1460. [In Persian]
30. Nazari, M., & Mousavi-Neghabi, S.M. (2017). The role of networking in solving strategic problems of gold business clusters and regional economic development. *Strategic Management Research*, 23(67), 61-93. [In Persian]
31. O'Dwyer, M., Gilmore, A., & Carson, D. (2009). Innovative marketing in SMEs: A theoretical framework. *European Business Review*, 21(6), 504-515. doi:10.1108/09555340910998805.
32. Petrou, A., Pantziou, E., Dimara, E., & Skuras, D. (2007). Resources and activities complementarities: the role of business networks in the provision of integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 421-440. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/14616680701647634>.
33. Pfeffer, J., & Salancik, G.R. (1978). The external control of organizations: A resource dependence perspective. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
34. Phillipson, J., Gorton, M., & Laschewski, L. (2006). Local business co-operation and the dilemmas of collective action: Rural micro-business networks in the north of England. *Sociologia Ruralis*, 46(1), 40-60. doi:10.1111/j.1467-9523.2006.00401.
35. Ploeg, J., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., . . . Ventura, F. (2000). Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391-408.
36. Putnam, R.D. (2000). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. L. Crothers L. and Lockhart, C. (ED.), Culture and Politics: A Reader, Palgrave Macmillan US, pp. 223-234.
37. Ring, J., Peredo, A., & Chrisman, J. (2009). Business networks and economic development in rural communities in the United States. E T & P.
38. Riyahi, V., & Moshfegh Nejadi, A. (2021). The effects of earthquake on rural small businesses (Case study: Dena county). *Quarterly Journal of Disaster Prevention and Management Knowledge*, 11(4), 266-284, [In Persian]
39. Rosenfeld, S. (2001). Networks and clusters: The yin and yang of rural development. 103-120. <https://www.researchgate.net/publication/5044933>.
40. Saghafi, F., Jalilvand, M., Ahmadiyeh, E., & Nasrolahi Vosta, L. (2023). Analysis of an industrial tourism business network using social network approach: the case of Isfahan, Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 14(12), 3113-3132. doi:10.1108/JIMA-06-2022-0164
41. Sahneh, B., & Sadin, H. (2021). The role of mining businesses in improving sustainable livelihood assets of rural households in Azadshahr County.

- Quarterly Journal of Geography*, 19(71), 89-107. <http://dor.net/dor/20.1001.1.27833739.1400.19.71.5.2>. [In Persian]
42. Sendawula, K., Ngoma, M., Bananuka, J., Kimuli, S., & Kabuye, F. (2021). Business networking and internationalization: Testing the mediation role of organizational learning. *Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(2), 246-259. doi:10.1108/WJEMSD-04-2020-0030.
43. Siemens, L. (2010). Challenges, responses and available resources: success in rural small businesses. *Small Business and Entrepreneurship*, 23(1), 65-80.
44. Smith-Doerr, L., & Powell, W. (2003). Networks and economic life. Research Gate. doi:10.17323/1726-3247-2003-3-61-105.
45. Soteriades, M., Tyrogala, E., & Varvaressos, S. (2009). Contribution of networking and clustering in rural tourism business. *Tourismos*, 4(4), 35-56.
46. Steiner, A., & Cleary, J. (2014). What are the features of resilient businesses? Exploring the perception of rural entrepreneurs. *Rural and Community Development*, 9(3), 1-20.
47. Steiner, A., & Atterton, J. (2014). The contribution of rural businesses to community resilience. *Local Economy*, 29(3), 228-244. doi:10.1177/0269094214528853
48. Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2nd ed.). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
49. Tuitjer, G., & Küpper, P. (2022). Local and vertical networking as drivers of innovativeness and growth in rural businesses. *Journal of Rural Studies*, 95, 412-422. doi:10.1016/j.jrurstud.2022.09.014.
50. Velai, M., Karimzadeh, H., & Menafi Azar, R. (2018). Analysis of obstacles to the development of small businesses in rural areas of Miandoab County. *Quarterly Journal of Spatial Economics and Rural Development*, 7(3), 183-208. [In Persian]
51. Vishalghi, M., & Sharifzadeh, F. (2021). Identifying and explaining the factors affecting political networking over time in state-owned companies affiliated with the Industrial Development and Modernization Organization of Iran: A mixed approach. *Management Improvement*, 16(2), 162-186. doi:10.22034/jmi.2022.334645.2765.
52. Zohorian, M., & Lagzian, M. (2014). Management model of networking of cultural organizations and activists; Analysis of the network of themes. *Strategic Management Thought*, 8(2), 35-65.