



The University of Tehran
Press

Woman in Development and Politics

Presenting a Value Chain Model for Women's Small and Home-Based Businesses (Case Study: Cooperative Companies in Ardabil Province)

Nasser Seifollahi¹ | Adeleh Dehghani Ghahnavieh²

1. Corresponding Author, Professor, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. E-mail: n.seifollahi@uma.ac.ir
 2. PhD Candidate for Business Management-Marketing Management Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. E-mail: a.dehghani@uma.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received
Received in revised form
Accepted
Published online

Keywords:
Ardabil Province,
Cooperatives,
Home-Based Businesses,
Value Chain.

ABSTRACT

The economic upliftment of families and the opportunity for entrepreneurship are represented by the micro and home-based businesses of women in Ardabil. However, it is imperative to have a comprehensive understanding of the value creation processes and the factors that influence the value chain of these enterprises in order to develop effective support strategies. Consequently, the objective of this research is to create a model for the value chain of women's micro and home-based businesses in Ardabil, with the primary objective of identifying the dimensions and mechanisms that enable the generation of value in this sector. The qualitative methodology employed in this investigation was based on grounded theory. Semi-structured interviews were conducted with 15 stakeholders, including entrepreneurs, managers, suppliers, vendors, and experts in Ardabil's home-based businesses, to collect data. Through three coding stages—open, axial, and selective—the data were analyzed with MAXQDA software. As a result, the categories were categorized into causal conditions, contextual conditions, intervening conditions, phenomena, strategies, and outcomes, resulting in the development of a conceptual model for the grounded theory. According to the results, the value chain strategies for women's micro and home-based businesses should encompass the following: diagnosing and utilizing indigenous capacities, organizing producers into specialized cooperatives, establishing a supply chain financing system, connecting with large enterprises and upstream industries, developing processing, packaging, and branding industries, market development, branding, and export expansion, optimizing resource productivity, reforming cropping patterns, fostering coordination among relevant institutions, and promoting regional empowerment and regional justice in decision-making and planning processes. In order to achieve outcomes for this industry and society, it is also important to consider contextual, phenomenon-centered, intervening, and causal conditions.

Cite this article: Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (year). Article title. *Journal Title*, 56 (1), 1-20. DOI: <http://doi.org/00000000000000000000>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000>



انتشارات دانشگاه تهران

زن در توسعه و سیاست

ارائه مدل زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی زنان (مورد مطالعه: شرکتهای تعاونی استان اردبیل)

ناصر سیفاللهی^۱ | عادلده دهقانی قهنویه^۲^۱. استاد گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه:n.seifollahi@uma.ac.ir n.seifollahi@uma.ac.ir^۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی-مدیریت بازاریابی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: a.dehghani@uma.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

تاریخ بازنگری:

تاریخ پذیرش:

تاریخ انتشار:

کلیدواژه‌ها:

استان اردبیل، زنجیره ارزش، شرکتهای تعاونی، مشاغل خانگی

مشاغل خرد و خانگی زنان در اردبیل، فرصتی مغتنم برای کارآفرینی و ارتقای اقتصادی خانواده‌ها است، اما نیازمند شناخت عمیق‌تر چگونگی ارزش‌آفرینی و عوامل مؤثر بر زنجیره ارزش آن برای تدوین حمایت‌های مؤثر است؛ بنابراین، هدف این تحقیق، ایجاد مدلی برای زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی زنان در اردبیل است تا بتوان ابعاد و سازوکارهای مؤثر بر ایجاد ارزش در این حوزه را مشخص کرد. این پژوهش به روش کیفی و رویکرد نظریه داده‌بنیاد اجرا شد. برای جمع‌آوری اطلاعات، با ۱۵ نفر از فعالان، مدیران، تأمین‌کنندگان، فروشندگان و کارشناسان مشاغل خانگی در اردبیل مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام گرفت. داده‌ها با نرم‌افزار MAXQDA در سه مرحله کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) تحلیل شدند. درنهایت، مقوله‌ها در قالب شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها دسته‌بندی شدند و یک مدل مفهومی برای نظریه پژوهش ارائه شد. بنا بر نتایج این پژوهش، در راستای مدل زنجیره ارزش مشاغل خانگی باید از راهبردهایی مانند عارضه‌یابی و شناسایی ظرفیت‌های بومی، سازمان‌دهی تولیدکنندگان در قالب تعاونی‌های تخصصی واقعی، استقرار نظام تأمین مالی زنجیره‌ای، اتصال به بنگاه‌های بزرگ و صنایع مادر، توسعه صنایع تبدیلی، فرآوری و بسته‌بندی، بازاریابی، برندسازی و توسعه صادرات، اصلاح الگوی کشت و بهره‌وری بهینه منابع، هماهنگی نهادی و هم‌افزایی دستگاه‌های اجرایی و توانمندسازی مناطق محروم و عدالت منطقه‌ای در تصمیم‌گیری‌ها و در برنامه‌ریزی‌های این صنعت مدنظر قرار گیرد. همچنین باید به شرایط زمینه‌ای، پدیده محوری، مداخله‌گر و علی نیز توجه ویژه‌ای داشت تا پیامدهای مطلوبی برای این صنعت و جامعه رقم بخورد.

استناد: نام خانوادگی، نام؛ نام خانوادگی، نام؛ و نام خانوادگی، نام (سال). عنوان مقاله. عنوان مجله، ۲ (۴)، ۲۰-۱.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

مطالعات اخیر بر اهمیت روبه‌رشد مشاغل خانگی در ارتقای توسعه اقتصادی و اجتماعی در کشورهای در حال توسعه تأکید کرده‌اند (Tondro et al., 2025). کارآفرینی خانگی، به‌عنوان یکی از موضوعات به‌روز، نقش مهمی در افزایش رفاه خانواده و جامعه ایفا می‌کند (Sarfraz et al., 2025: 519). این پدیده به‌ویژه در مناطقی که فرصت‌های شغلی رسمی محدود است، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. زنان در مناطق روستایی، برای جبران کمبود فرصت‌های شغلی و کمک به بهبود اقتصاد راکد خانوار، اغلب به کارآفرینی خانگی روی می‌آورند (Dadheech et al., 2023: 89). عواملی مانند محدودیت فرصت‌های شغلی رسمی، هنجارهای اجتماعی، بی‌ثباتی اقتصادی، دسترسی محدود به بازار و محرومیت مالی، همگی بر اهمیت مشاغل خرد و خانگی می‌افزایند (Sarfraz et al., 2025: 519). مشاغل خانگی به کسب‌وکارهایی اطلاق می‌شود که بخش عمده فعالیت خود را در منزل مسکونی انجام می‌دهند، هرچند ممکن است بخشی از فعالیت‌ها نیز در محل مشتری یا در فضاهای باز صورت گیرد (Reuschke & Domecka, 2018). توسعه مشاغل خرد و خانگی به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی ارتقای اقتصاد محلی، ایجاد اشتغال پایدار و کاهش نابرابری‌های اجتماعی، در سال‌های اخیر مورد توجه سیاست‌گذاران و پژوهشگران قرار گرفته است. این نوع فعالیت‌ها با حداقل نیاز به سرمایه اولیه و استفاده از مهارت‌های بومی، به‌ویژه در مناطق روستایی و نیمه‌شهری، ظرفیت بالایی برای افزایش درآمد خانوار، توانمندسازی زنان و جوانان و ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید دارند. با وجود این، بسیاری از مشاغل خرد و خانگی در کشور، به‌ویژه در استان اردبیل، به‌دلیل پراکندگی فعالیت‌ها، نبود هماهنگی میان حلقه‌های تولید، تأمین و فروش و نبود زیرساخت‌های بازاریابی و مدیریت داده، توان رقابت و پایداری اقتصادی محدودی دارند. در استان اردبیل، ظرفیت‌های فراوانی در حوزه‌های صنایع دستی، فرآوری محصولات کشاورزی و غذایی، تولید پوشاک محلی و خدمات مرتبط با گردشگری وجود دارد. این ظرفیت‌ها در صورت سازمان‌دهی و ایجاد زنجیره‌های ارزش منسجم، می‌توانند به افزایش درآمد تولیدکنندگان، ارتقای بهره‌وری اقتصادی و توسعه صادرات غیرنفتی کمک کنند. با این حال، بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد بسیاری از کسب‌وکارهای خرد و خانگی استان هنوز در مراحل ابتدایی زنجیره تولید باقی مانده‌اند و ارتباط مؤثری با بازارهای داخلی و بین‌المللی، نهادهای حمایتی و شبکه‌های توزیع ندارند. این موضوع سبب شده ارزش افزوده واقعی این فعالیت‌ها به واسطه‌ها و حلقه‌های بالادستی منتقل شود و سهم تولیدکنندگان محلی از منافع اقتصادی کاهش یابد. ایجاد و تقویت زنجیره‌های ارزش در قالب شرکت‌های تعاونی، یکی از راهکارهای مؤثر برای حل این چالش‌ها محسوب می‌شود. تعاونی‌ها با ساختار مشارکتی خود قادرند منابع اعضا را تجمیع و حلقه‌های مختلف زنجیره را به هم متصل کنند و زمینه ارتقای مهارت، بهبود فرایند تولید، دسترسی به بازار و توسعه بازاریابی را فراهم آورند. با این حال، تجربه‌ها نشان می‌دهد بسیاری از تعاونی‌های فعال در استان اردبیل هنوز نتوانسته‌اند این نقش را به‌صورت مؤثر ایفا کنند. ضعف در مدیریت زنجیره تأمین، نبود مهارت‌های بازاریابی و برندینگ و نبود داده‌های دقیق و تحلیل‌پذیر، از محدودیت‌های جدی تعاونی‌ها در ایجاد زنجیره ارزش کارآمد هستند. از منظر علمی، بررسی و مدلسازی زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی، نیازمند رویکرد داده‌بنیاد است. تاکنون پژوهش‌های انجام‌شده در کشور، عمدتاً توصیفی‌اند و به تحلیل‌های کمی و مدلسازی علی براساس داده‌های واقعی میدانی نپرداخته‌اند. نبود چنین مطالعاتی موجب شده تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در حوزه توسعه مشاغل خرد و خانگی و تعاونی‌ها با پایه علمی ضعیف انجام شود و بسیاری از برنامه‌های حمایتی نتایج مورد انتظار را نداشته باشد. پژوهش حاضر با تمرکز بر استان اردبیل، قصد دارد این خلأ را پر کند و با استفاده از داده‌های میدانی و تحلیل روابط میان حلقه‌های مختلف زنجیره، مدل جامع و کاربردی برای توسعه پایدار ارائه دهد. ضرورت این پژوهش از منظر اقتصادی نیز قابل توجه است؛ تقویت زنجیره‌های ارزش مشاغل خرد و خانگی می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری، کاهش واسطه‌گری و بهبود سهم تولیدکنندگان محلی از درآمد ناشی از فروش محصولات شود. افزایش کارایی زنجیره ارزش، علاوه بر اثرات مستقیم اقتصادی، موجب توسعه اشتغال و کاهش نرخ بیکاری، به‌ویژه در میان زنان و جوانان، خواهد شد. با توجه به اینکه زنان نقش مهمی در فعالیت‌های خانگی و خرد دارند، توسعه این زنجیره‌ها می‌تواند به توانمندسازی اقتصادی زنان و ارتقای عدالت اجتماعی کمک کند و سهم آن‌ها را در اقتصاد محلی افزایش دهد. از سوی دیگر، اهمیت پژوهش از منظر توسعه منطقه‌ای و ملی نیز قابل توجه است. استان اردبیل به‌دلیل موقعیت جغرافیایی خاص، برخورداری از منابع طبیعی، فرهنگی و نزدیکی به بازارهای خارجی، دارای مزیت نسبی برای صادرات غیرنفتی است. بهره‌گیری از ظرفیت‌های تعاونی‌ها در ایجاد زنجیره‌های ارزش مشاغل خرد و خانگی می‌تواند زمینه توسعه صادرات،

ارتقای برندهای محلی و افزایش رقابت‌پذیری محصولات استان را فراهم آورد. چنین توسعه‌ای نه تنها به اقتصاد محلی کمک می‌کند، بلکه اثرات مثبت گسترده‌ای بر رشد پایدار منطقه و تقویت جایگاه استان در اقتصاد ملی خواهد داشت. ضرورت پژوهش از دیدگاه علمی و پژوهشی نیز روشن است. ایجاد مدل داده‌بنیاد برای تحلیل زنجیره ارزش، امکان شناسایی ضعف‌ها، گسست‌ها و فرصت‌های بهبود را فراهم می‌کند و می‌تواند به عنوان مبنای تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران، مدیران تعاونی‌ها و سازمان‌های توسعه‌ای مورد استفاده قرار گیرد. پژوهش حاضر با ارائه این مدل، علاوه بر غنای نظری در حوزه کارآفرینی تعاونی می‌تواند راهکارهایی عملی و کاربردی برای بهبود عملکرد، ارتقای بهره‌وری و افزایش ارزش‌افزوده تولیدکنندگان خرد و خانگی ارائه کند.

۲. پیشینه پژوهش

۲-۲. پیشینه نظری

کسب‌وکارهای خانگی زنان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان شناخته می‌شود. اگرچه حضور زنان در این نوع کسب‌وکارها سابقه‌ای طولانی دارد، اما در سال‌های اخیر نقش آنان در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و توسعه محلی، بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته است. با وجود این، بسیاری از زنان کارآفرین به دلیل فعالیت در بخش غیررسمی، نداشتن وثیقه، محدودیت در دسترسی به منابع مالی، اسناد قانونی و مهارت‌های دیجیتال، از بهره‌مندی از حمایت‌های رسمی و فرصت‌های بازار محروم هستند. از این رو، فراهم‌سازی دسترسی عادلانه به منابع مالی، آموزش، فناوری و بازار، یکی از پیش‌نیازهای توسعه پایدار کسب‌وکارهای خانگی زنان محسوب می‌شود (World Bank, 2021). در همین راستا، مطالعات نشان می‌دهد توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان مستلزم اتخاذ رویکردی جامع است که علاوه بر حمایت‌های مالی، توسعه سواد دیجیتال، تسهیل دسترسی به فناوری‌های نوین، رسمی‌سازی کسب‌وکارها و اصلاح هنجارهای اجتماعی را نیز دربرگیرد. در این راستا، توسعه خدمات مالی خرد مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال، آموزش‌های دیجیتال و برنامه‌های رسمی‌سازی کسب‌وکارها، نقش مؤثری در افزایش مشارکت اقتصادی و ارتقای عملکرد زنان کارآفرین داشته است (UN Women, 2023). همچنین شواهد نشان می‌دهد تقویت تعاونی‌های محلی، معرفی الگوهای موفق و جلب حمایت خانواده و جامعه، زمینه توسعه پایدار و افزایش اثربخشی کسب‌وکارهای خانگی زنان را فراهم می‌سازد (BRAC, 2023).

از منظر توسعه اقتصادی، کسب‌وکارهای خانگی زنان، محرکی کلیدی برای تحول اقتصاد روستایی محسوب می‌شود. این کسب‌وکارها با وجود فرصت‌هایی نظیر قابلیت شبکه‌سازی، همگرایی، بهره‌گیری از فناوری برای اهداف اقتصادی، مشتری‌مداری جهانی، ارزش‌آفرینی شغلی و افزایش تاب‌آوری، با چالش‌های متعددی از جمله شکاف در فرایندهای دیجیتال، ایجاد اقتصاد سایه، مخاطرات فناورانه و پیامدهای نامطلوب اجتماعی و فرهنگی نیز مواجه‌اند (Seifollahi & Akbari Arbaban, 2023: 782). در همین زمینه، الهیاریان و همکاران (۱۴۰۴) به چالش‌هایی از جمله چالش‌های ساختاری (از جمله موانع فرهنگی-اجتماعی و قوانین تبعیض‌آمیز) اشاره کرده‌اند. همچنین ادھیکاری و خانال^۱ (۲۰۲۶) بر وجود موانع ساختاری، فرهنگی و نهادی تأکید کرده‌اند که دسترسی زنان کارآفرین به حمایت‌های مالی، سیاستی و بازار را محدود می‌کند.

یکی از ویژگی‌های مهم کسب‌وکارهای خانگی، انتخاب محیط خانه به عنوان بستر فعالیت اقتصادی است. انگیزه اصلی انتخاب محیط خانه برای این کسب‌وکارها، عواملی مانند کاهش هزینه‌ها، عدم نیاز به مکان تجاری مجزا و سهولت در راه‌اندازی بازمی‌گردد (Vorley & Rodgers, 2014: 443; Mason et al., 2011: 625-626). به‌ویژه برای زنان، انعطاف‌پذیری ناشی از کار در منزل، امکان ایجاد تعادل میان کار و مسئولیت‌های خانوادگی (مانند مراقبت از کودک) را فراهم می‌آورد و درنهایت به بهبود کیفیت زندگی آنان منجر می‌شود (Reuschke, 2019: 1344). اگرچه مشاغل خانگی از نظر اندازه اشتغال و گردش مالی از سایر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، کوچک‌تر است (Mason et al., 2011: 636)، اما برخلاف تصور، خانه مانعی برای رشد یا فعالیت تمام‌وقت نیست (Mason et al., 2011: 634) و برخی از این کسب‌وکارها پس از دوران رشد، به مکان‌های مستقل نقل مکان می‌کنند.

در این چارچوب، ارزش افزایی و توسعه زنجیره ارزش به عنوان یکی از مهم ترین مسیرهای توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی مطرح شده است. تومار و همکاران^۲ (۲۰۲۶) بیان می کنند که توسعه و مقیاس پذیری کسب و کارهای خرد و خانگی زنان نیازمند ایجاد یک اکوسیستم حمایتی متشکل از منابع مالی، آموزش، فناوری و دسترسی به بازار است. اگرچه دانش بومی، سرمایه اجتماعی و مشارکت جمعی زنان، زمینه مناسبی برای ایجاد ارزش اقتصادی فراهم می کند، اما پایداری و رشد این کسب و کارها به تقویت پیوندهای زنجیره ارزش و حمایت نهادی وابسته است. تجربه های موفق نشان می دهد اتصال گروه های زنان به زنجیره های تأمین، بازارهای دیجیتال و برنامه های حمایتی می تواند موجب تبدیل منابع محلی به محصولات دارای ارزش افزوده و افزایش توانمندی اقتصادی زنان شود. از این رو، رویکرد اکوسیستمی به عنوان چارچوبی مناسب برای توسعه پایدار مشاغل خرد و خانگی زنان مطرح می شود (Tomar et al., 2026: 1096). بر این اساس، می توان بیان کرد برای توانمندسازی و توسعه پایدار کسب و کارهای خانگی زنان، به نکاتی از جمله حمایت مالی و مقرراتی، تجهیز زنان به مهارت ها و فناوری و ارتقای دسترسی آنان به بازار و دیده شدن اجتماعی، اهمیت اساسی دارد (Adhikari & Khanal, 2026: 153). این مؤلفه ها نشان می دهد توسعه کسب و کارهای خانگی زنان به ایجاد فعالیت اقتصادی محدود نمی شود، بلکه نیازمند فراهم سازی زیرساخت های نهادی، فناوری و بازاری برای حضور مؤثر آنان در زنجیره ارزش است.

در پژوهش های پیشین، درباره تفاوت صاحبان مشاغل خانگی با سایر کارآفرینان ابهاماتی وجود دارد. با این حال، مطالعات تطبیقی نشان می دهد ویژگی های اجتماعی-جمعیت شناختی، این دو گروه تفاوت چندانی با یکدیگر ندارند (Mason et al., 2011: 625-626)، با وجود این، برخی پژوهش ها، خانه را بستری ویژه برای کارآفرینی گروه های خاص (مانند زنان یا افراد مسن) می دانند (Wainwright & Kibler, 2014: 849). دامنه فعالیت های این مشاغل به شکلی متوازن میان حوزه های سنتی و دانش بنیان توزیع شده است؛ به طوری که در بریتانیا، کسب و کارهای کوچک بدون کارمند در حوزه های ساخت و ساز، آموزش و فناوری اطلاعات، بیشترین گرایش را به فعالیت خانگی دارند (Department for Business Energy & Industrial Strategy, 2018: 451-452). در همین راستا، برخلاف مشاغل سنتی خانگی غالباً به بازارهای محلی خدمات می دهند، کسب و کارهای نوین قادر به خدمت رسانی به مشتریان غیرمحلی هستند. در مناطق روستایی، اگرچه گردشگری همچنان سهم بزرگی از این مشاغل را به خود اختصاص داده است (Mason et al., 2011: 634)، اما شواهد جدیدتر بر اهمیت فزاینده صنایع نوین نظیر هنر و مخابرات در نواحی دورافتاده تأکید دارند.

علاوه بر ظرفیت های داخلی کسب و کارهای خرد و خانگی، نحوه تعامل آن ها با سایر بازیگران اقتصادی و بازارهای مختلف نیز نقش مهمی در پایداری و رشد آن ها دارد. پژوهش ها نشان می دهد کسب و کارهای خرد با بهره گیری از راهبردهای پیمانکاری فرعی (B2B) و انعقاد قراردادهای بلندمدت، از توانایی بیشتری برای مقابله با شرایط عدم قطعیت و بحران های اقتصادی برخوردارند. همچنین فعالیت در بازارهای بین المللی با افزایش انعطاف پذیری کسب و کارها در برابر تغییرات تقاضا و محدودیت های تجاری، به تقویت پایداری و تاب آوری آن ها کمک می کند. از این رو، اتخاذ این راهبردها می تواند به بهبود عملکرد، افزایش ثبات و ارتقای ظرفیت بقا و رشد کسب و کارهای خرد در محیط های اقتصادی متلاطم منجر شود و حمایت سیاست گذاران از این حوزه، نقش مؤثری در تقویت تاب آوری اقتصادی خواهد داشت (Hijazi et al., 2026: 18).

در نهایت، موفقیت این مشاغل در گرو یکپارچه سازی در زنجیره ارزش است؛ مفهومی که به تعامل، همترازی و هماهنگی فعالیت های بازیگران متعدد برای ارائه محصول یا خدمات اشاره دارد (Aslam et al., 2020; Wu et al., 2023: 1103). زنجیره های ارزش چارچوبی کلیدی برای درک چگونگی حرکت یک محصول از تولیدکننده به مشتری است (Seifollahi, 2022: 942). سیستم های زنجیره ارزش براساس سطح مالکیت، به دسته های کاملاً یکپارچه، جزئی و مستقل طبقه بندی می شوند (Ndlovu et al., 2025). امروزه گذار به سوی «زنجیره ارزش پایدار»، به عنوان رویکردی نوین، توجه به تعادل میان سودآوری اقتصادی و بهینه سازی منابع را با ضرورت کاهش آلاینده ها و ارتقای رفاه اجتماعی و زیست محیطی پیوند داده است (Hua et al., 2020)؛ بنابراین، طراحی مدل زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی زنان می تواند زمینه افزایش رقابت پذیری، پایداری، تاب آوری و توانمندسازی اقتصادی این کسب و کارها را فراهم سازد.

۳-۲. پیشینه تجربی

مرور مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه زنجیره ارزش، مشاغل خرد و خانگی زنان و نقش شرکت‌های تعاونی، هرچند از جنبه‌های مختلف به این موضوع پرداخته‌اند، اما همچنان از منظر نظری، روش‌شناختی و کاربردی با کاستی‌هایی مواجه هستند که ضرورت انجام‌دادن پژوهش حاضر را آشکار می‌سازد. در حوزه زنجیره ارزش، پژوهش شفيعی نیک‌آبادی (۱۴۰۴) با تمرکز بر شایستگی‌های کلیدی مدیران زنجیره ارزش و زنجیره تأمین، ابعاد مهمی از شایستگی‌های مدیریتی را شناسایی کرده است. با این حال، این پژوهش بیش از آنکه به ساختار و اجزای زنجیره ارزش در کسب‌وکارهای خرد بپردازد، بر ویژگی‌های مدیران متمرکز است؛ بنابراین، نحوه شکل‌گیری و ارتباط فعالیت‌های ارزش‌آفرین در مشاغل خرد و خانگی زنان و نقش تعاونی‌ها در ایجاد و تقویت این زنجیره همچنان تبیین نشده است. همچنین پژوهش سیف‌اللهی (۱۴۰۱) نیز اگرچه تأثیر راهبردهای رقابتی بازاریابی را بر توسعه زنجیره ارزش صنایع لبنی تأیید می‌کند، اما به دلیل مطالعه در یک صنعت بزرگ، نتایج آن قابلیت تعمیم مستقیم به مشاغل خرد و خانگی زنان را ندارد؛ زیرا ویژگی‌های ساختاری، منابع، بازار و شیوه فعالیت این دو حوزه، تفاوت‌های اساسی با یکدیگر دارند. در زمینه مشاغل خانگی، مطالعات بخشی‌زاده و علائی (۱۴۰۴)، مروتی و همکاران (۱۴۰۳) و حجاریان و همکاران (۱۴۰۳)، ابعاد مختلف این کسب‌وکارها را بررسی کرده‌اند. بخشی‌زاده و علائی (۱۴۰۴) بر توانمندسازی اقتصادی، سهولت راه‌اندازی، پایداری و ارزیابی مشاغل خانگی تأکید دارند؛ مروتی و همکاران (۱۴۰۳) عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی، از جمله حمایت نهادی، شبکه‌سازی، آموزش و تسهیلات را معرفی و حجاریان و همکاران نیز مهم‌ترین موانع ساختاری، مدیریتی، مالی، قانونی و فردی را شناسایی کرده‌اند. با وجود ارزش علمی این مطالعات، هریک فقط بخشی از مسئله را مورد توجه قرار داده‌اند و نتوانسته‌اند روابط میان این عوامل را در قالب یک مدل جامع زنجیره ارزش تبیین کنند. به عبارت دیگر، مشخص نشده است که هریک از این مؤلفه‌ها در کدام حلقه از زنجیره ارزش قرار می‌گیرند و چگونه بر خلق ارزش، افزایش بهره‌وری و توسعه پایدار مشاغل خرد و خانگی زنان اثر می‌گذارند. مطالعات خارجی نیز بر اهمیت فناوری‌های دیجیتال، نوآوری و اقتصاد دیجیتال در توسعه مشاغل خانگی تأکید دارند. توندرو و همکاران^۳ (۲۰۲۵) نقش فناوری اطلاعات، زیرساخت‌های دیجیتال و نوآوری را در توسعه اقتصادی و اجتماعی کسب‌وکارهای خانگی زنان برجسته می‌دانند. سگوید و همکاران^۴ (۲۰۲۵) نیز نشان دادند ورود کسب‌وکارهای خانگی به بسترهای آنلاین، موجب بهبود عملکرد مالی، افزایش رضایت مشتریان و ارتقای پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌شود، هرچند چالش‌هایی مانند کمبود منابع مالی، ضعف سواد دیجیتال و هزینه‌های فناوری همچنان پابرجا است. همچنین ریوسچک و ماسون^۵ (۲۰۲۲) ضمن تأیید نقش اقتصاد دیجیتال معتقدند فناوری‌های دیجیتال لزوماً تحول‌بنیادینی در ماهیت کارآفرینی ایجاد نکرده‌اند. این تفاوت در نتایج بیانگر آن است که نقش فناوری به شرایط محیطی، نهادی و ویژگی‌های کسب‌وکارها وابسته است و نمی‌توان آن را به‌عنوان عاملی مستقل و یکسان در تمامی زمینه‌ها در نظر گرفت. از این‌رو، بررسی جایگاه فناوری در مدل زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی زنان در بستر تعاونی‌ها، ضروری به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، سارفراز و همکاران^۶ (۲۰۲۵) و مالیک و همکاران^۷ (۲۰۲۴) با نگاهی کلان، بر اهمیت مشاغل خانگی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاه خانوار تأکید کرده‌اند. با این حال، سارفراز و همکاران (۲۰۲۵) علاوه بر پیامدهای مثبت، به پیامدهای منفی، مانند فشارهای عاطفی و تنش‌های خانوادگی نیز اشاره می‌کنند که نشان می‌دهد توسعه مشاغل خانگی فرایندی چندبعدی و پیچیده است و صرفاً با حمایت‌های اقتصادی قابل تبیین نیست. همچنین مطالعه مروری مالیک و همکاران (۲۰۲۴)، اگرچه تصویری جامع از روند تحقیقات دو دهه اخیر ارائه می‌دهد، اما فاقد ارائه یک مدل بومی و عملیاتی متناسب با شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع مختلف است. در مجموع، مرور پیشینه نشان می‌دهد پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر شناسایی عوامل موفقیت، موانع، توانمندسازی، فناوری یا سیاست‌های حمایتی تمرکز داشته‌اند و کمتر به طراحی یک مدل جامع، بومی و نظام‌مند زنجیره ارزش

3. Tondro et al.

4. Saguid et al.

5. Reuschke & Mason

6. Sarfraz et al.

7. Malik et al.

برای مشاغل خرد و خانگی زنان پرداخته‌اند. همچنین نقش شرکت‌های تعاونی به‌عنوان حلقه واسط میان تأمین منابع، آموزش، تولید، بازاریابی، فروش، شبکه‌سازی و توسعه بازار به‌صورت یکپارچه بررسی نشده است. افزون بر این، تاکنون مطالعه‌ای با تمرکز بر شرکت‌های تعاونی استان اردبیل و با هدف ارائه مدل زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی زنان انجام نشده است. از این‌رو، پژوهش حاضر با شناسایی مؤلفه‌های بومی زنجیره ارزش، تبیین روابط میان آن‌ها و ارائه یک مدل جامع، خلأهای نظری و کاربردی مطالعات پیشین را پوشش می‌دهد و مبنایی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و توانمندسازی اقتصادی زنان در قالب شرکت‌های تعاونی فراهم می‌آورد. خلاصه پیشینه تجربی داخلی و خارجی در جدول ۱ ذکر شده است.

جدول ۱. پیشینه تجربی پژوهش

نویسندگان	عنوان	نتایج
شفیعی نیکابادی (۱۴۰۴)	«مدلی برای شایستگی‌های کلیدی مدیران زنجیره ارزش و زنجیره تأمین»	شایستگی‌های محوری و بنیادین (دانش فنی، تفکر راهبردی و کارایی عملیاتی)، مهارت‌های بین‌فردی (همکاری و کارگروهی، مهارت‌های ارتباطی و حل تعارض)، شایستگی‌های رفتاری (سازگاری، اخلاق و صداقت)، شایستگی دانشی (درک بازار و درک مالی) و توسعه حرفه‌ای (یادگیری مستمر و مربیگری)
بخشی‌زاده و علائی (۱۴۰۴)	«بررسی الگوی توانمندسازی اقتصادی مشاغل خانگی (براساس تجربیات میدانی در جهاد دانشگاهی)»	چهار مضمون فراگیر عبارت‌اند از: ۱. سهولت شروع؛ ۲. سهولت انجام؛ ۳. پایداری؛ و ۴. ارزیابی کسب‌وکارهای خانگی
مروتی و همکاران (۱۴۰۳)	«تحلیل ساختارهای مؤلفه‌های اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران به روش تحلیل اثرات متقابل»	شناسایی مؤلفه‌های کلیدی: بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی؛ نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌ها؛ شبکه‌سازی و خوشه‌سازی؛ آموزش تخصصی؛ رویکرد حمایتی- توسعه‌ای؛ تبعیض مثبت؛ تسهیلات مالی؛ تسهیلات مجازی و کالبدی-فضایی؛ ارائه چارچوب ساختارهای عوامل مؤثر
حجاریان و همکاران (۱۴۰۳)	«بررسی چالش‌ها و موانع مشاغل خانگی از دیدگاه خبرگان و صاحبان مشاغل (مطالعه موردی جوامع روستایی شهرستان‌های استان اصفهان)»	شناسایی مهم‌ترین چالش‌های کلیدی: عوامل ساختاری و مدیریتی؛ عوامل سیاست‌گذاری؛ عوامل مالی و اقتصادی؛ عوامل فردی و شخصیتی؛ عوامل مرتبط با پژوهش و اطلاع‌رسانی؛ تأیید ساختار عاملی از طریق تحلیل عاملی تأییدی؛ عوامل مالی و اقتصادی؛ عوامل مدیریتی و ساختاری؛ ضعف قوانین و سیاست‌گذاری جامع؛ پژوهش و اطلاع‌رسانی و عوامل شخصیتی و فردی
سیف‌اللهی (۱۴۰۱)	«تحلیل اثر راهبردهای رقابتی بازاریابی کشاورزی بر توسعه زنجیره ارزش: مطالعه موردی صنایع لبنی»	تأثیر مثبت و معنادار راهبرد رقابتی بازاریابی کشاورزی بر توسعه زنجیره ارزش؛ حرکت شرکت‌های تولیدکننده لبنی به سمت توجه بیشتر به توسعه زنجیره ارزش، مؤثر واقع شود.
توندرو و همکاران (۲۰۲۵)	«بررسی نقش فناوری اطلاعات و نوآوری دیجیتال در توسعه اجتماعی- اقتصادی: مطالعه موردی کسب‌وکارهای خانگی نوپای زنان»	نقش نوآوری‌های فناوری اطلاعات، استارت‌آپ‌ها و مشاغل خانگی در ارتقای توسعه اقتصادی و اجتماعی؛ بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و گسترش مشاغل خانگی از طریق پیشرفت زیرساخت‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال؛ ایجاد مشاغل خانگی نوآورانه، به‌ویژه به‌وسیله زنان، و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال در زمینه رشد اقتصادی و اجتماعی پایدار؛ نقش برجسته فناوری در تقویت اکوسیستم کارآفرینی
هتاس و همکاران (۲۰۲۵)	«گذار به کسب‌وکار خانگی آنلاین: تأثیر بر رفاه و پایداری کسب‌وکار آنلاین کوچک در تانزا، کاویت»	بهبود قابل توجه سلامت مالی، کارایی عملیاتی و رضایت مشتریان از طریق فعالیت در پلتفرم‌های دیجیتال؛ کاهش هزینه‌های عملیاتی، مدیریت بهتر موجودی، تسهیل ارتباطات و پاسخگویی سریع‌تر؛ پایداری اقتصادی از طریق جریان درآمدی پایدارتر و فرصت‌های رشد بیشتر تقویت‌شده و شفافیت، ثبت داده‌ها و رعایت مقررات؛ پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی از طریق تعاملات اجتماعی، عدالت در کسب‌وکار و استفاده از بسته‌بندی‌های قابل‌بازافت؛ چالش‌های اصلی: کمبود منابع مالی، شکاف سواد دیجیتال و هزینه‌های فناوری؛ تأکید بر نقش کلیدی فناوری‌های دیجیتال و حمایت دولت و بخش خصوصی در توسعه پایدار کسب‌وکارهای خرد
سرفراز و همکاران (۲۰۲۵)	«کارآفرینی خانگی: مروری جامع بر پیشینه پژوهش»	کسب‌وکارهای غیررسمی محلی به‌عنوان محرک تحول اجتماعی و روانی؛ پیامدهای ناخواسته این فرایند: فشارهای عاطفی و تنش‌های خانوادگی، که پیچیدگی پویایی‌های توانمندسازی را در بافت‌های محافظه‌کارانه آشکار می‌سازد؛ به‌رسمیت‌شناختن مشاغل خانگی به‌عنوان بازیگران مشروع اقتصادی و تدوین سیاست‌ها و مداخلاتی برای توسعه پایدار و فراگیر روستایی
مالیک و همکاران (۲۰۲۴)	«مروری سیستماتیک بر ادبیات کسب‌وکارهای خانگی: دو دهه تحقیق»	ارائه بینش‌های کلیدی درباره تحول، اهمیت و جنبه‌های چندبعدی مشاغل خانگی و نقش آن‌ها در اقتصاد مدرن

نویسندگان	عنوان	نتایج
ریوسچک و ماسون (۲۰۲۲)	«مشارکت مشاغل خانگی در اقتصاد دیجیتال»	مرتبط بودن کسب و کارهای خانگی با نسبت های بالایی از فروش آنلاین؛ اثرات کم تحول آفرینی کلی فناوری های دیجیتال بر ماهیت و فرایندهای کارآفرینی

۳. روش شناسی پژوهش

هدف کلی پژوهش، ارائه مدل زنجیره ارزش مشاغل خانگی است. پژوهش براساس هدف بنیادی و کاربردی است. از لحاظ روش، اکتشافی و از نظر فلسفی، دارای جهت گیری تفسیرگرایانه و از لحاظ رویکرد استقرایی است. در جمع آوری داده ها به صورت میدانی و از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته و در راهبرد اجزا از نظریه داده بنیاد استفاده شد. جامعه هدف این پژوهش، کلیه فعالان زیست بوم مشاغل خرد و خانگی زنان در بستر شرکت های تعاونی استان اردبیل با تجربه مستقیم در فرایندهای تولید، تأمین، توزیع و فروش بودند. برای انتخاب نمونه، نخست با روش نمونه گیری هدفمند از نوع حداکثر تنوع، مشارکت کنندگان از پنج گروه کلیدی شامل فعالان و تولیدکنندگان، مدیران تعاونی ها، تأمین کنندگان مواد اولیه، فروشندگان و بازاریابان و کارشناسان حوزه مشاغل خانگی برگزیده شدند و معیار ورود، حداقل دو سال تجربه عملی و آگاهی از زنجیره ارزش این کسب و کارها بود. سپس برای تکمیل زنجیره اطلاع رسانی و دستیابی به افراد کلیدی تر، از روش نمونه گیری گلوله برفی بهره گرفته شد و این فرایند تا اشباع نظری ادامه یافت. اشباع نظری در این مطالعه به این معنا است که پس از مصاحبه های پانزدهم، کدها و مقوله های جدیدی ظهور نکرد و داده های تازه صرفاً تکرار و تأییدکننده الگوهای پیشین بود. به عبارت دیگر، نمونه گیری تا جایی تداوم یافت که دیگر مفهوم یا رابطه تازه ای به مدل نظری در حال ساخت افزوده نشد و مدل از غنای مفهومی کافی برخوردار شد. در نهایت، پانزده نفر از این طیف ها با مصاحبه نیمه ساختاریافته در پژوهش مشارکت کردند. مدت هر مصاحبه ۴۵ دقیقه تا یک ساعت بود.

به منظور تضمین دقت و استحکام علمی یافته های بخش کیفی، از چهار معیار اعتمادپذیری، شامل باورپذیری، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأییدپذیری مبتنی بر الگوی گوبا و لینکلن بهره گرفته شد. برای ارتقای باورپذیری، از راهبرد مقایسه مستمر داده ها و اطلاعات استفاده شد. به این صورت که کدها و مقوله های نوظهور، به طور پیوسته با داده های جدید و مقتضیات بستر پژوهش مقایسه و اصلاح می شدند. همچنین پرسش های مصاحبه پیش از گردآوری داده ها، طی جلساتی با خبرگان دانشگاهی و پژوهشگران حرفه ای جامعه مورد مطالعه مورد ارزیابی قرار گرفت تا از تناسب، شفافیت و عدم سوگیری آن ها اطمینان حاصل شود. انتقال پذیری نیز با ارائه توصیف عمیق و غنی از بستر مطالعه، ویژگی های مشارکت کنندگان و فرایند گردآوری داده ها تأمین شد تا امکان قضاوت درباره انتقال نتایج به زمینه های مشابه برای خواننده فراهم شود. برای تأمین اطمینان پذیری، فرایند مستندسازی گام به گام پژوهش (از کدگذاری اولیه تا شکل گیری مدل نهایی) انجام گرفت و مسیر ممیزی کامل شامل یادداشت های تأملی، نسخه های اصلاحی و مکتوبات مصاحبه ها ثبت و نگهداری شد. در نهایت، برای حصول تأییدپذیری، مدل استخراج شده به تأیید خبرگان دانشگاهی و پژوهشگران حرفه ای آشنا با حوزه تعاونی ها و مشاغل خانگی زنان رسید تا از صحت انتساب یافته ها به داده ها و به حداقل رسیدن سوگیری های احتمالی پژوهشگر اطمینان حاصل شود. همچنین برای ارتقای روایی از روش مقایسه مستمر و بازبینی استفاده شد.

۴. یافته های پژوهش

نتایج جمعیت شناختی افراد مصاحبه شوندهاگان پژوهش در جدول ۲ آمده است.

جدول ۳. اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه شوندهاگان

کد	تحصیلات	نوع تعاونی و حوزه فعالیت	نقش در زنجیره ارزش-سمت	سابقه
M1	کارشناسی	صنایع دستی (گلیم بافی)	فغال - تولیدکننده	۱۵
M2	فوق دیپلم	غذایی	تأمین کننده مواد اولیه	۱۰
M3	کارشناسی ارشد	پوشاک (خیاطی و طراحی لباس محلی)	فروشنده و بازاریاب	۶
M4	کارشناسی ارشد	تعاونی-کشاورزی (داروی گیاهی)	مدیر تعاونی	۱۵
M5	کارشناسی	خدمات (صنایع خلاق و بسته بندی)	کارشناس مشاغل خانگی	۸
M6	زیر دیپلم	قالی بافی و تابلوفرش	فغال - تولیدکننده	۲۵
M7	کارشناسی	فراوری میوه	فروشنده- بازاریاب	۸

M8	کارشناسی ارشد	دامداری سبک	تأمین کننده مواد اولیه	۱۰
M9	کارشناسی ارشد	تعاونی و اشتغال زنان	عضو هیئت مدیره	۱۴
M10	فوق دیپلم	صنایع چوبی	فعال - تولیدکننده	۲۲
M11	کارشناسی	غذایی	فعال تولیدکننده - فروشنده - بازاریاب	۱۰
M12	کارشناسی	صنایع دستی	فعال - تولیدکننده	۱۲
M13	دکتر	تعاونی روستایی - صنایع دستی	مدیر تعاونی	۱۲
M14	کارشناسی	صنایع دستی	فعال - تولیدکننده	۱۸
M15	کارشناس ارشد	پژوهش و توسعه روستایی	کارشناس	۱۷

منبع: یافته‌های پژوهش

این پژوهش براساس کدگذاری، مدلی فرایندی را ارائه می‌دهد تا ایجاد زنجیره‌های ارزش مشاغل خرد و خانگی شرکت‌های تعاون استان اردبیل را تشریح و تبیین کند. فرایند جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت زیگزاگی و هم‌زمان صورت پذیرفته است. جمع‌آوری داده‌ها تا جایی ادامه یافت که مفاهیم مختلف مرتبط با ایجاد زنجیره‌های ارزش مشاغل خرد و خانگی شرکت‌های تعاون استان اردبیل که به وسیله مصاحبه‌شوندگان مختلف مطرح می‌شوند تکراری شدند و مطلب جدیدی به مدل اضافه نشد. پرسش و تحلیل مقایسه‌ای و تحلیل جزئی داده‌ها از روش‌های اصلی تحلیل در نظریه داده‌بنیاد هستند. برای توسعه مدل نظری، ایجاد زنجیره‌های ارزش مشاغل خرد و خانگی شرکت‌های تعاون استان اردبیل، پژوهشگر به شکلی مداوم و هدفمند، طی فرایند تحلیل داده‌ها بین کدگذاری باز و محوری حرکت کرد. در ابتدای کدگذاری تلاش می‌شود که مقوله‌ها از طریق کدگذاری باز مشخص شود و طی کدگذاری محوری، مقوله‌ها به یکدیگر مرتبط می‌شوند. بعد از اینکه ارتباط بین مقوله‌ها طی کدگذاری باز و محوری شناسایی شد، طی کدگذاری انتخابی، مقوله، مقوله‌های فرعی و ارتباط آن‌ها یکپارچه شد تا مدل فرایندی توسعه یابد.

شرایط علی: منظور از شرایط علی مقوله‌هایی هستند که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. شرایط علی موجب گسترش پدیده مورد نظر می‌شود (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط علی

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
شکست پارادایم سنتی و ناکارآمدی سیاست‌های مقطعی	ناکارآمدی سیاست‌های وام‌محور	پرداخت تسهیلات بدون تضمین بازار، شکست طرح‌های اشتغال‌زایی مقطعی، بازپرداخت معوق بدون ایجاد توان رقابت، وام‌های قرض‌الحسنه بی‌نتیجه در بلندمدت
	خام‌فروشی سنتی	فروش محصول به دلال با حداقل قیمت، نداشتن صنایع تبدیلی در استان، خروج ارزش افزوده از اردبیل، تبدیل نشدن مواد اولیه به برند
	تولید غیرمرتبط با بازار	تولید بدون نیازسنجی از بازار هدف، انباشتن محصولات فصلی، قطعی بودن سفارش‌ها و نبود قرارداد مستمر
ساختار ناکارآمد تولید یابی و ضعف تشکل	پراکندگی تولیدکنندگان	فعالیت انفرادی در خانه، نداشتن کارگاه تجمیعی، رقابت ناسالم میان تولیدکنندگان خرد، فقدان شبکه تولید در روستاها
	تعاونی‌های ضعیف و صوری	ثبت تعاونی فقط برای دریافت وام، عدم فعالیت واقعی هیئت مدیره، نبود تعاونی تخصصی، مشکلات مالی تعاونی‌های مصرف
	موانع مقیاس اقتصادی	خرده مالکی در کشاورزی و دامداری، ناتوانی در تأمین حجم انبوه سفارش، هزینه‌های بالای تولید نسبت به رقیب صنعتی
چالش‌های سیستمی در حلقه‌های زنجیره ارزش	تسلط واسطه‌گری سنتی	خرید محصول با قیمت پایین به وسیله دلال، چندواسطگی تا رسیدن به مصرف‌کننده، فروش اجباری به دلیل نقدینگی
	فقدان زیرساخت‌های فرآوری	نبود سردخانه مناسب در شهرستان‌ها، کمبود واحدهای بسته‌بندی مدرن، نبود برند استانی برای محصولات خانگی، ضعف در طراحی و گرافیک محصول
	تأمین مالی خطی و غیرزنجیره‌ای	پرداخت تسهیلات به فرد نه زنجیره، بی‌توجهی به تأمین نهاده هم‌زمان با فروش، نبود اعتبار اسنادی برای تولیدکننده خرد
الزامات نهادی و بسترهای نوظهور	ظهور سیاست‌های ملی پیوندزا	طرح اتصال وزارت تعاون، اولویت‌یابی زنجیره‌های ارزش استانی، الزام به شبکه‌سازی برای دریافت حمایت

	مدل جدید بانک توسعه تعاون، تضمین خرید به وسیله بنگاه بزرگ، اعتبار خرید از تولیدکننده عضو تعاونی	رویکرد تأمین مالی زنجیره‌ای
	شرط تعاونی برای ورود به زنجیره، حمایت از تعاونی‌های فرآوری محلی، الزام به بازاررسانی به وسیله تعاونی	احیای تعاونی‌های تخصصی
	تمایل به ریسک‌پذیری در بازار جدید، پیگیری نوآوری در محصول، جستجوی فرصت‌های صادراتی	جهت‌گیری کارآفرینانه
ویژگی‌های فردی و مدیریتی کارآفرینان	استفاده از روش‌های نوین بسته‌بندی، به کارگیری دانش‌بنیان‌ها در تولید، تغییر الگوی تولید سنتی به صنعتی	تمایل به نوآوری فرایندی
	تمایل به عضویت در تعاونی، پذیرش نقش جمعی به جای رقابت انفرادی، مشارکت در نمایشگاه‌های استانی و ملی	آمادگی برای شبکه‌سازی

منبع: یافته‌های پژوهش

پدیده محوری: بنا بر نظر استراوس و کوربین (۱۹۹۸)، پدیده محوری به پرسش جریان چیست پاسخ می‌دهد (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پدیده محوری

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
زنجیره ارزش مشاغل خرد و خانگی	اتصال شبکه‌ای و پیوند راهبردی حلقه‌های زنجیره	پیوندهای تخصصی تعاونی‌ها، بستن قراردادهای بلندمدت با تأمین‌کنندگان مواد اولیه، استفاده کردن از پیمانکاران فرعی برای کارگاه‌های کوچک و خانگی
		پیوند دادن تعاونی‌های تخصصی با شرکت‌های بسته‌بندی و صادرکننده، حذف کردن واسطه و دلالت، دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی از طریق شبکه تعاونی
		پیوند نظام‌مند تأمین نهاده - تولید - بسته‌بندی - توزیع، ایجاد جریان‌های اطلاعاتی میان حلقه
	تکمیل و توسعه حلقه‌های گمشده زنجیره ارزش	ایجاد واحدهای فرآوری مدرن، تبدیل محصولات کشاورزی و باغی و صنایع دستی به کالاهای نهایی با ارزش بالا، کاهش خروج مواد خام از استان اردبیل
		راه‌اندازی سردخانه‌های زنجیره‌ای، تکمیل حلقه‌های پایین دستی در مناطق کمتر توسعه یافته
		تولید محصولات جدید و متنوع، ارتقاء دادن استانداردهای کیفی، انطباق محصولات با نیازهای بازارهای هدف
	سازمان‌دهی تعاون محور و توانمندسازی جمعی	ایجاد تعاونی‌های تخصصی در رشته‌های مختلف، واگذاری مسئولیت سازمان‌دهی تولید، تأمین مالی و بازار به تعاونی
		جایگزینی رقابت منفی با همکاری‌های هم‌افزایی، شبکه‌سازی و ایجاد انسجام میان اعضای تعاونی‌های تخصصی
		آموزش هیئت‌مدیره و اعضا، پیوند تعاونی‌های تخصصی استان با اتحادیه‌های ملی و شبکه‌های صادراتی
	تأمین مالی زنجیره‌ای و نوآوری مالی	تأمین مالی هم‌زمان حلقه‌های تأمین، هدایت اعتبارات در چارچوب قراردادی
		استفاده از روش‌های نوین پرداخت و مالی، طراحی سازوکارهای اعتباری، بهره‌گیری از ظرفیت صندوق ضمانت
		شکل‌گیری پس‌انداز جمعی، انباشت سرمایه در سطح محلی، سرمایه‌گذاری مجدد

مقوله راهبردی: اقدامات یا تعاملات ویژه‌ای که از پدیده‌ای اصلی کسب می‌شود. راهبردها مبتنی بر کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر هستند. راهبردها مقصد دارند، هدفمندند و به دلایلی صورت پذیرفته‌اند (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵. کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
عارضه یابی و شناسایی ظرفیت‌های بومی	سیاست‌گذاری شواهدمحور	شناسایی دقیق ظرفیت‌های منطقه‌ای، عارضه‌یابی زنجیره‌های ارزش اولویت‌دار (عسل، فرش و محصولات باغی)، تدوین نقشه راه زنجیره ارزش مبتنی بر واقعیت‌های محلی
	بانک اطلاعاتی زنجیره‌ها	احصای دقیق تولیدکنندگان خرد و خانگی به تفکیک شهرستان، شناسایی حلقه‌های گسسته زنجیره در هر رشته، اولویت‌بندی زنجیره‌های دارای مزیت رقابتی و صادراتی

سازمان‌دهی تولیدکنندگان در قالب تعاونی‌های تخصصی واقعی	احیای نقش واقعی تعاونی‌ها	حرکت تعاونی‌ها به سمت تعاونی تخصصی، واگذار کردن مسئولیت سازمان‌دهی تولید و تأمین مالی و بازار به تعاونی، تشکیل تعاونی‌های رسته‌ای (تعاونی‌های زنبورداران سیلان، ...)
	توانمندسازی ساختاری تعاونی‌ها	آموزش هیئت‌مدیره در حوزه مدیریت زنجیره ارزش، استقرار نظام شفاف مالی و گزارش‌دهی در تعاونی‌ها، پیوند میان تعاونی‌های تخصصی با اتحادیه‌های ملی و صادراتی
استقرار نظام تأمین مالی زنجیره‌ای	گذار از تسهیلات انفرادی	جایگزین کردن تأمین مالی زنجیره‌ای به جای وام‌های پراکنده و منفرد، تأمین مالی هم‌زمان حلقه‌های تأمین نهاده، تولید و فرآوری و فروش
	ابزارهای نوین تأمین مالی	استفاده از برات الکترونیک و اعتبار اسناد به تولیدکنندگان خرد، طراحی سازوکارهای اعتباری ویژه برای تعاونی‌های تخصصی
اتصال به بنگاه‌های بزرگ و صنایع مادر	ایجاد پیوند با صنایع بالادستی	پیوند تولیدکنندگان خرد به صنایع مرتبط کشور، پیوند تولید عسل سیلان با شرکت‌های فرآوری ملی
	بهره‌گیری از قراردادهای زنجیره‌ای	انعقاد قراردادهای تضمین خرید بین تعاونی و بنگاه بزرگ، کاهش وابستگی به واسطه‌ها از طریق ایجاد لینک‌های ارتباطی مستقیم
توسعه صنایع تبدیلی، فرآوری و بسته‌بندی	تکمیل حلقه‌های پایین‌دستی	ایجاد واحدهای بسته‌بندی مدرن، ایجاد سردخانه‌های زنجیره‌ای، حمایت از توسعه صنایع تبدیلی
	افزایش ارزش افزوده	فروش محصول نهایی به جای خام‌فروشی، طراحی بسته‌بندی متناسب برای ارائه محصولات داخلی و صادراتی
بازارسازی، برندسازی و توسعه صادرات	ایجاد برندهای استانی و ملی	توسعه برند جمعی، ایجاد هویت برای محصولات، ثبت نشان جغرافیایی روی بسته‌بندی
	توسعه بازارهای هدف	ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و فصلی، ورود به بازارهای استان‌های مختلف، صادر کردن محصولات
	ارتقای دانش فنی و مهارتی	برگزاری دوره‌های آموزشی، به‌روزرسانی مهارت‌ها با فناوری‌های نوین، برگزاری دوره‌های مدیریت کسب‌وکار، برگزاری دوره‌های تحلیل مالی
	فناوری‌های نوین در زنجیره ارزش	به‌کارگیری هوش مصنوعی و امکانات نوین، استفاده از پلتفرم‌های نوین بازاریابی و فروش، نوسازی زیرساخت‌های تولیدی
اصلاح الگوی کشت و بهره‌وری بهینه منابع	مدیریت بهینه منابع طبیعی	استفاده از محصولات بهینه، احیای قنات‌ها، ترویج کشاورزی حفاظتی
	تطابق با تغییرات اقلیمی	آمادگی برای تغییرات اقلیمی، تنوع‌بخشی به سبد محصولات
هماهنگی نهادی و هم‌افزایی دستگاه‌های اجرایی	یکپارچه‌سازی سیاست‌ها	ایجاد دبیرخانه دائمی زنجیره ارزش، جلوگیری از تعدد مراکز تصمیم‌گیرنده، هماهنگی بین نهادهای مربوطه
	پیوند نهادهای مالی و حمایتی	مشارکت بین بانک با زنجیره ارزش، همکاری سازمان فنی-حرفه‌ای با زنجیره ارزش
توانمندسازی مناطق محروم و عدالت منطقه‌ای	توسعه متوازن شهرستان‌ها	توزیع عادلانه زیرساخت‌ها، جلوگیری از مهاجرت نیروی کار ماهر
	توانمندسازی زنان و گروه‌های آسیب‌پذیر	توسعه مشاغل خانگی زنان، ایجاد تعاونی‌های زنان سرپرست خانوار، بیمه و تأمین اجتماعی شاغلان خانگی

منبع: یافته‌های پژوهش

مقوله‌های زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای، شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی‌شده مرتبط با شرایط زمینه‌ای

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
بستر جغرافیایی و مزیت‌های منطقه‌ای	موقعیت مرزی و ظرفیت‌های صادراتی	همجوار با جمهوری آذربایجان و بازارهای اوراسیا، وجود بازارچه‌های مرزی فعال و غیرفعال، سابقه صادرات، ظرفیت ترانزیت کالا از مرز بيله‌سوار
	خوشه‌های طبیعی و کشاورزی	تولید عسل در منطقه سیلان، ظرفیت ابریشم‌بافی در منطقه مغان، تولید محصولات باغی و کشاورزی متنوع، صنایع‌دستی بومی (گلیم و قالی و چرم‌دوزی)
	مناطق کمتر توسعه‌یافته و مرزی	برخورداری برخی شهرستان‌ها از مشوق‌های سرمایه‌گذاری، وجود مناطق محروم با انگیزه بالای اشتغال‌زایی، پراکندگی روستایی و فاصله از مراکز تصمیم‌گیری
بستر نهادی و ساختار حکمرانی	ساختار دوگانه تعاونی‌ها در استان	وجود تعدادی تعاونی فعال و غیرفعال، سهم مناسب تعاونی‌ها در اشتغال استان، تمرکز تعاونی‌ها در حوزه‌های صنعت، مسکن و فرش و کشاورزی

	نظام سیاست‌گذاری استانی	دبیرخانه تسهیلات- اداره کل اقتصاد و دارایی، تفاهنامه بانک توسعه و تعاون، الزام اختصاص تسهیلات به بخش تعاون، همکاری دستگاه‌های اجرایی از جمله میراث فرهنگی، صنعت و معدن و جهاد
	ظرفیت‌های قانونی حمایتی	قانون سامان‌دهی و حمایت از مشاغل خانگی، مجوزهای اختصاصی دستگاه‌های اجرایی، تکلیف برنامه پنجم توسعه در راستای افزایش سهم تعاون
بستر اقتصادی و زیرساخت‌های پشتیبان	وضعیت تأمین مالی خرد	دسترسی محدود به سرمایه شخصی برای راه‌اندازی کسب‌وکار به‌وسیله افراد، کاهش قدرت و توان خرید افراد در راستای تأمین مواد اولیه به‌دلیل تورم، مشکلات نقدینگی به‌عنوان مانع اصلی و اساسی تولیدکنندگان خرد، وابستگی به تسهیلات دولتی
	زیرساخت‌های فیزیکی و فناوریانه	دسترسی نامناسب به سردخانه‌های مطلوب، ضعف در زیرساخت‌های حمل‌ونقل زنجیره سرد، کمبود واحدهای بسته‌بندی و فرآوری مدرن، دسترسی محدود به اینترنت با سرعت مناسب در مناطق روستایی
	بازار و شبکه‌های توزیع	غلبه واسطه‌گری سنتی در زنجیره فروش، رقابت نابرابر با تولیدات داخلی، محدودیت در دسترسی به بازارهای صادراتی
بستر حقوقی، اداری و مقرراتی	موانع و بروکراسی اداری	قوانین زائد و دست‌وپاگیر و زمان‌بر برای ثبت و فعالیت تعاونی‌ها، عدم آگاهی متقاضیان از فرایند و مجوزها، فرایند طولانی دریافت مجوزها، تعدد مراجع صدور مجوز مثل صنعت و معدن و فنی‌و‌حرفه‌ای و ...
	نظام مالیاتی و بیمه‌ای	مشکلات بیمه، نبود پوشش بیمه‌ای مناسب برای مشاغل خانگی، مالیات سنگین برای تولیدکنندگان خرد
	الزامات قانونی رسمیت‌یافتن	لزوم دریافت مجوز، لزوم دریافت مجوزهای تخصصی، الزامی‌بودن ثبت در سامانه
بستر فرهنگی، اجتماعی و مهارتی	سرمایه اجتماعی و فرهنگ تعاون	اعتماد پایین به تشکلهای رسمی به‌دلیل تجارب ناموفق، فرهنگ رقابتی منفی به‌جای همکاری جمعی، اختلاف بین اعضای هیئت‌مدیره، فرهنگ رقابتی منفی به‌جای همکاری جمعی
	سطح مهارت و دانش فنی	ضعف آموزشی، نبود آموزش‌های مرتبط با کسب‌وکار از جمله تحلیل مالی، مهارت سنتی بدون به‌روزرسانی فناوریانه، کمبود دانش بازاریابی دیجیتال و برندسازی
	ویژگی‌های جمعیت شناختی	جمعیت جوان - تحصیل کرده - بیکار، تمایل زنان روستایی برای شاغل شدن و در حین حفظ مسئولیت‌ها و وظایف خانوادگی، مهاجرت نیروی کار ماهر به استان‌های صنعتی

منبع: یافته‌های پژوهش

مقوله‌های مداخله‌گر: شرایط ساختاری است که به پدیده مورد مطالعه تعلق دارد و بر راهبردهای کنش و واکنش اثرگذار است (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه در جدول ۷ قابل‌مشاهده است.

جدول ۷. کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی‌شده مرتبط با شرایط مداخله‌گر

کد انتخابی	کد محوری	کد باز
مداخلات سیاسی و بی‌ثباتی مقرراتی	تغییرات مکرر قوانین و بخشنامه‌ها	اصلاحیه‌های پی‌درپی قانون تجارت تعاونی، ابهام در اولویت‌های ابلاغی، ابلاغیه جدید بانکی
	ناپایداری مدیریتی در نهادهای حمایتی	جابه‌جایی مکرر مدیران کل، توقف طرح‌های نیمه‌کاره با تغییر مدیر، تغییر رویکردها با تغییر مدیران میانی
	تصمیمات مقطعی و غیرکارشناسی	اولویت‌دهی به تعاونی‌های خاص بدون طیف‌سنجی نیاز، اختصاص بودجه به استان‌های دیگر در میانه سال، اعمال سلیقه در تخصیص تسهیلات زنجیره‌ای، بی‌توجهی به مطالعات بومی استان در سیاست‌گذاری ملی
تحولات بازار و رقابت‌های بیرونی	جهش ناگهانی قیمت نهاده‌ها و مواد اولیه	افزایش سرسام‌آور قیمت مواد اولیه، اختلال در تأمین ارز برای واردات مواد اولیه، نوسان قیمت کنسانتره برای زنبورداران سیلان، تورم غیرمنتظره مواد بسته‌بندی و افزایش هزینه تولید
	ورود محصولات جایگزین و جدید	هجوم محصولات چینی ارزان‌قیمت به بازار صنایع‌دستی، تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان به محصولات صنعتی، رقابت نابرابر کارگاه‌های نیمه‌صنعتی با تولیدات خانگی، تولید محصولات مشابه با برندهای مطرح در استان‌های دیگر
	تحریم و محدودیت‌های تجاری	انسداد کانال‌های صادراتی به بازارهای هدف سنتی، افزایش هزینه‌های ترخیصی مواد اولیه وارداتی، اختلال در زنجیره تأمین ماشین‌آلات و تجهیزات بسته‌بندی، مشکلات نقل‌وانتقال ارزی برای صادرکنندگان خرد

عوامل حقوقی، قضایی و امنیتی	تخلفات و سوءاستفاده‌های مالی	وام‌گیری تعاونی‌ها به نام اعضا و انحراف منابع، بدبینی نسبت به تعاونی‌ها
	اختلافات ملکی و اسنادی	مشکلات سنددارنبودن کارگاه‌های خانگی روستایی، اختلاف بر سر مالکیت ارضی، معارضات محلی در بهره‌برداری از منابع طبیعی
	طولانی‌بودن فرایندهای قضایی	هزینه‌های سنگین دادرسی، ناآشنایی اعضای تعاونی با حقوق قانونی خود
شرایط اضطراری و فورس مازور	بحران‌های اقلیمی و زیست‌محیطی	تغییرات اقلیمی و کاهش تولید عسل در دامنه سیلان، سرمازدگی باغات و کاهش محصولات کشاورزی فراوری‌شده، سیلاب‌ها، تغییر الگوی بارش و ایجاد تغییر در تقویم کاشت
	بحران‌های بهداشتی و پاندمی	تعطیلی بازارچه‌های صنایع‌دستی در دوران کرونا، آسیب‌پذیری مشاغل خانگی از شوک‌های ناگهانی، محدودیت تردد و بازاریابی بین‌استانی، رکود فروش نوروزی تولیدات خانگی اردبیل
	بحران‌های اقتصادی	شوک‌های ارزی و جهش نرخ دلار، کاهش قدرت خرید خانوارها و افت تقاضا برای محصولات غیرضروری، کسری بودجه دولت و توقف تعهدات حمایتی
سرمایه اجتماعی و عوامل روان‌شناختی	شایعات و بدبینی نهادی	بدبینی عمومی به عملکرد تعاونی‌ها ناشی از تجارب شکست‌خورده، ترس از تکرار تجارب ناموفق گذشته، بی‌اعتمادی متقابل بین تولیدکنندگان خرد و نهادهای دولتی
	مقاومت در برابر تغییر الگوی همکاری	تمایل به کار انفرادی به‌رغم آگاهی از مزایای شبکه‌سازی، بیم ازدست‌دادن استقلال عمل در تعاونی تخصصی، مقاومت تعاونی‌های سنتی در پذیرش مدل زنجیره ارزش، هراس از شفافیت اطلاعات مالی
	فضای رقابتی منفی	مانع‌تراشی برای تعاونی‌های موفق، انحصارطلبی برخی تولیدکنندگان بزرگ‌تر، عدم تمایل به انتقال تجربه میان تولیدکنندگان هم‌رشته، رقابت قیمتی مخرب به‌جای رقابت کیفیتی

منبع: یافته‌های پژوهش

مقوله‌های پیامدی: نتایجی که بر اثر راهبردها پدیدار می‌شوند؛ پیامدها حاصل کنش‌ها و واکنش‌ها هستند؛ آن‌ها را همیشه نمی‌توان پیش‌بینی کرد و الزاماً همان‌هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته‌اند (Creswell, 2007). ارتباط بین مقوله‌ها و کدهای اولیه موجود در جدول ۸ مشاهده می‌شود.

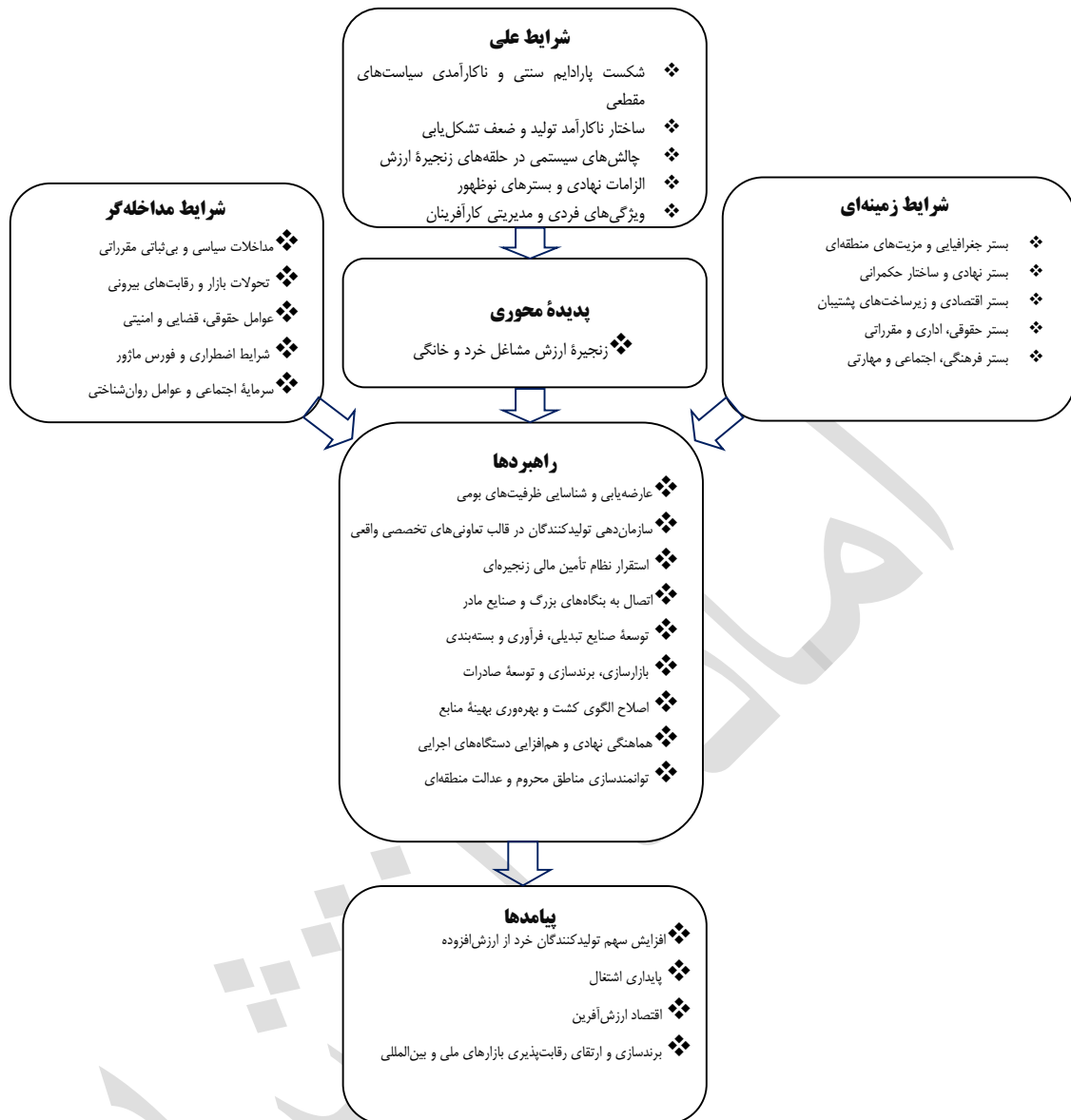
جدول ۸. کدهای اولیه و مقوله‌های شناسایی‌شده مرتبط با پیامدها

کد باز	کد محوری	کد انتخابی
افزایش سهم تولیدکننده، کاهش فاصله قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده، افزایش ارزش‌افزوده محصولات نهایی	افزایش درآمد و سودآوری	افزایش سهم تولیدکنندگان خرد از ارزش‌افزوده
استفاده از سود برای سرمایه‌گذاری مجدد، کاهش وابستگی به تسهیلات بانکی، ایجاد صندوق‌های اعتباری محلی	انباشت سرمایه در سطح ملی	
بهبود معیشت تولیدکنندگان، کاهش نابرابری درآمدی	کاهش شکاف درآمدی	
جلوگیری از تعطیلی مشاغل و تعاونی‌ها، تبدیل اشتغال موقت و فصلی به مشاغل دائمی	تثبیت اشتغال	پایداری اشتغال
افزایش ظرفیت جذب نیروی کار، راه‌اندازی کسب‌وکار نوین، ایجاد فرصت برای جوانان تحصیل‌کرده	ایجاد اشتغال جدید	
راه‌اندازی واحدهای فراوری و بسته‌بندی، تبدیل صنایع‌دستی به محصولات نهایی با ارزش‌افزوده زیاد	تکمیل حلقه زنجیره ارزش	اقتصاد ارزش‌آفرین
حذف واسطه‌های غیرضروری و دلالت محلی، شفافیت در توزیع	مقابله با واسطه‌گری مخرب	
ثبت نشان تجاری بر روی محصولات، افزایش شناسه‌دارشدن محصولات خانگی و صنایع‌دستی، شکل‌گیری برندهای جمعی برای محصولات استان اردبیل	خلق برندهای استانی و ملی	برندسازی و ارتقای رقابت‌پذیری بازارهای ملی و بین‌المللی
افزایش سهم استان اردبیل در صادرات، ورود به بازار اوراسیا، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی	توسعه صادرات	

منبع: یافته‌های پژوهش

کدگذاری انتخابی یا با هر عنوان دیگر، آخرین مرحله مفهوم‌سازی و انتزاع است. در حقیقت باید همه داده‌ها را در یک سامانه نظری تألیف کرد. بنا بر دیدگاه استراوس و کوربین، باید همه بلوک‌های مقوله‌ای در الگوی پارادایمی قرار گیرد. در شکل ۱ مدل برآمده از نظریه داده‌بنیاد، مدل پارادایمی پژوهش و در شکل ۲ مدل نهایی پژوهش، خروجی نرم‌افزار MAXQDA ارائه شده است.

آماده انتشار

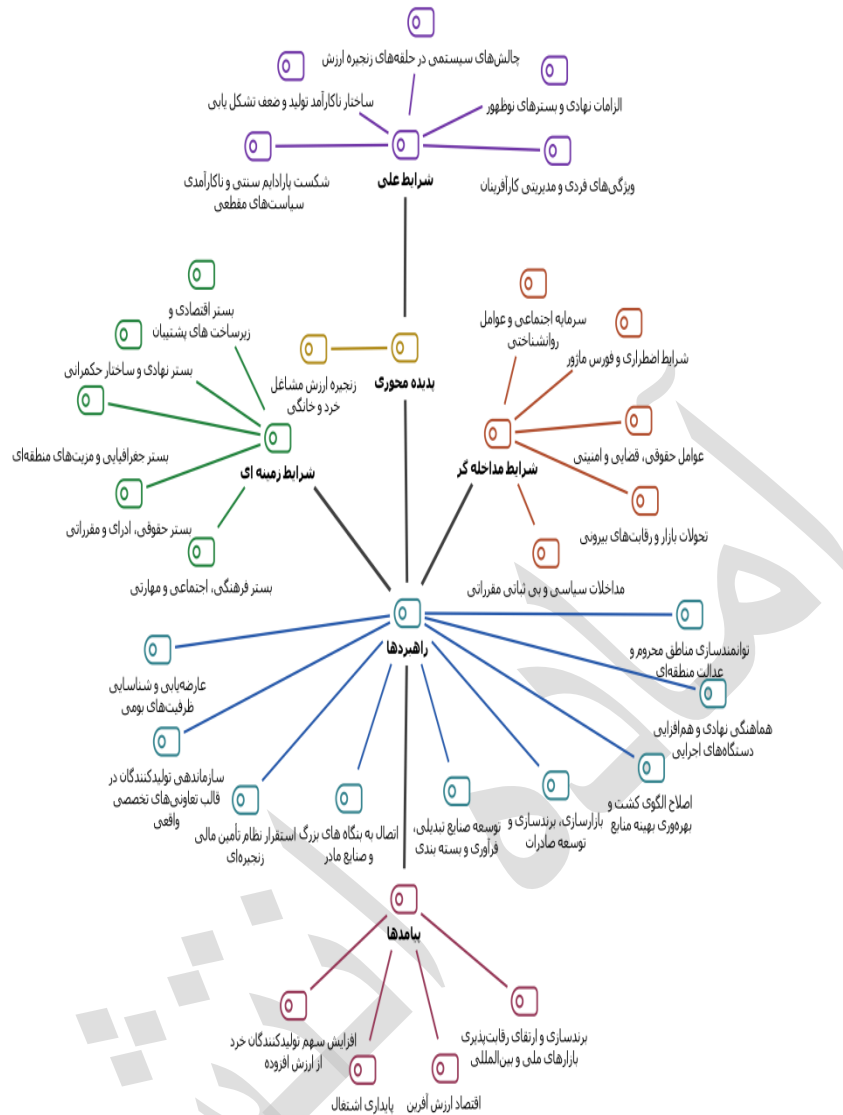


شکل ۱. مدل پارادایمی پژوهش

منبع: یافته‌های پژوهش

۵. بحث

سرفراز و همکاران (۲۰۲۵) بیان کردند که با توجه به کمبود فرصت‌های شغلی رسمی، هنجارهای جنسیتی سنتی و بی‌ثباتی اقتصادی و دسترسی محدود به بازار، کنترل مردسالارانه و محرومیت مالی مشارکت‌کنندگان از افزایش درآمد خانوار، کارآفرینی خانگی در ارتقای رفاه خانوادگی و اجتماعی، ارتقای قدرت تصمیم‌گیری و تقویت پیوندهای اجتماعی در یکی از مناطق روستایی نقش مهمی دارد. مروتی و همکاران (۱۴۰۳) مؤلفه‌های اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران را بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی، نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌ها، شبکه‌سازی، خوشه‌سازی، آموزش، رویکرد حمایتی-توسعه‌ای، تبعیض مثبت، تسهیلات مالی و تسهیلات مجازی و کالبدی-فضایی معرفی کردند. این پژوهش با رویکردی جامع و مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد، مدل زنجیره ارزش مشاغل خانگی در اردبیل را با هدف رفع شکاف‌های موجود و ارتقای ارزش‌آفرینی در این حوزه طراحی و ارائه کرد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد اتصال شبکه‌ای و پیوند راهبردی حلقه‌های زنجیره به‌عنوان پدیده محوری، تحت تأثیر مجموعه‌ای از شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر شکل می‌گیرد و از طریق راهبردهای مشخص، پیامدهای مطلوبی به بار می‌آورد.



شکل ۲. مدل نهایی پژوهش خروجی نرم‌افزار MAXQDA

منبع: یافته‌های پژوهش

شرایط علی نظیر شکست پارادایم سنتی، ناکارآمدی سیاست‌های مقطعی، ساختار ناکارآمد تولید و ضعف تشکلی بایی، چالش‌های سیستمی در حلقه‌های زنجیره ارزش، الزامات نهادی و بسترهای نوظهور و همچنین ویژگی‌های فردی و مدیریتی کارآفرینان، موانع ساختاری و فردی را در مسیر توسعه زنجیره ارزش نمایان می‌سازند. در مقابل، شرایط زمینه‌ای شامل بستر جغرافیایی و مزیت‌های منطقه‌ای، بستر نهادی و ساختار حکمرانی، بستر اقتصادی و زیرساخت‌های پشتیبان و بستر حقوقی، اداری و مقرراتی، فرصت‌ها و محدودیت‌های محیطی را فراهم می‌آورند. همچنین شرایط مداخله‌گر مانند مداخلات سیاسی و بی‌ثباتی مقرراتی، تحولات بازار و رقابت‌های بیرونی، عوامل حقوقی، قضایی و امنیتی، شرایط اضطراری و فورس مازور و سرمایه اجتماعی و عوامل روان‌شناختی، پویایی‌ها و مخاطرات غیرقابل پیش‌بینی را به محیط کسب‌وکار اضافه می‌کنند. در پژوهش‌های جاری و همکاران (۱۴۰۳) مهم‌ترین چالش‌های موجود فراروی مشاغل خانگی را عوامل ساختاری و مدیریتی، سیاست‌گذاری، عوامل مالی و اقتصادی، فردی-شخصیتی، پژوهش و اطلاع‌رسانی بیان می‌کنند. توندرو و همکاران (۲۰۲۵) به نقش نوآوری‌های فناوری اطلاعات، استارت‌آپ‌ها و مشاغل خانگی در ارتقای توسعه اقتصادی و اجتماعی دارد. پدیده محوری تحقیق، یعنی اتصال شبکه‌ای و پیوند راهبردی حلقه‌های زنجیره، با تأکید بر تکمیل و توسعه حلقه‌های گمشده، سازمان‌دهی تعاون‌محور و توانمندسازی جمعی، تأمین مالی زنجیره‌ای و نوآوری مالی، به‌عنوان هسته اصلی خلق ارزش و ارتقای کارایی زنجیره شناسایی شده است. برای تحقق این پدیده محوری و دستیابی به پیامدهای

مورد انتظار، راهبردهای هشت‌گانه‌ای تدوین شده است: عارضه‌یابی و شناسایی ظرفیت‌های بومی، سازمان‌دهی تولیدکنندگان در قالب تعاونی‌های تخصصی واقعی، استقرار نظام تأمین مالی زنجیره‌ای، اتصال به بنگاه‌های بزرگ و صنایع مادر، توسعه صنایع تبدیلی، فرآوری و بسته‌بندی، بازاریابی، برندسازی و توسعه صادرات، اصلاح الگوی کشت و بهره‌وری بهینه منابع و هماهنگی نهادی و هم‌افزایی دستگاه‌های اجرایی. علاوه بر این، توانمندسازی مناطق محروم و عدالت منطقه‌ای به عنوان یک راهبرد کلان، بر لزوم توجه به توسعه متوازن تأکید دارد. اجرای مؤثر این راهبردها، با در نظر گرفتن و مدیریت شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، موجب پیامدهای بنیادینی مانند افزایش سهم تولیدکنندگان خرد از ارزش افزوده، پایداری اشتغال، شکل‌گیری یک اقتصاد ارزش‌آفرین و ارتقای برندسازی و رقابت‌پذیری در بازارهای ملی و بین‌المللی خواهد شد. مطالعه سیف‌اللهی (۱۴۰۱) نشان داد راهبرد رقابتی بازاریابی کشاورزی بر توسعه زنجیره ارزش تأثیر مثبت و معنادار دارد. این مدل، چارچوبی علمی و عملیاتی برای سیاست‌گذاران، مدیران و فعالان اقتصادی منطقه اردبیل فراهم می‌آورد تا با نگاهی سیستمی و راهبردی، توسعه پایدار و اثربخش مشاغل خانگی را رقم زنند. این پژوهش به دلیل تحلیل جامع و ارائه مدلی بومی - راهبردی با رویکرد داده‌بنیاد، از جنبه نوآوری و اصالت نیز حائز اهمیت است و می‌تواند مبنایی برای مطالعات آتی و برنامه‌ریزی‌های کاربردی در این حوزه باشد.

۶. نتیجه‌گیری

براساس نتایج پژوهش حاضر، شکست پارادایم سنتی و سیاست‌های مقطعی در استان اردبیل، ریشه در نادیده گرفتن ساختارهای پیچیده و چندلایه مشاغل خانگی داشته است. عوامل علی اصلی که بر وضعیت این مشاغل اثر مستقیم گذاشته‌اند، ترکیبی از ضعف در تولید، ناتوانی در تشکیل یابی، گسست‌های سیستمی در زنجیره ارزش و همچنین ویژگی‌های فردی و مدیریتی کارآفرینان است که بخش عمده‌ای از آن‌ها زنان هستند. شناسایی دقیق این علل نشان می‌دهد مشکل فقط در «تولید کم» یا «بازار ضعیف» نیست، بلکه در عدم انسجام و ناهماهنگی بین حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش است؛ بنابراین، فهم اینکه چرا سیاست‌های گذشته ناکام مانده‌اند، گام نخست برای طراحی راهبردهایی است که به جای پرداختن به معلول‌ها، به ریشه‌های ساختاری دامن بزنند. در این راستا، پدیده محوری به عنوان هسته مرکزی تحلیل، بر ایجاد یک زنجیره ارزش منسجم، هماهنگ و کارآمد تمرکز دارد. این پدیده شامل اتصال شبکه‌ای حلقه‌های زنجیره، تکمیل حلقه‌های گمشده، سازمان‌دهی تعاون محور و تأمین مالی نوین است. برای زنان فعال در مشاغل خانگی اردبیل، این به آن معنا است که آن‌ها نباید به عنوان تولیدکنندگان ایزوله دیده شوند، بلکه باید به عنوان بخشی از یک اکوسیستم اقتصادی یکپارچه شناخته شوند. هدف نهایی، ایجاد بستری است که در آن ارتباطات بین حلقه‌ها تقویت شود، ضعف‌ها برطرف شوند و با بهره‌گیری از مدل‌های مالی نوین، پایداری و رشد اقتصادی برای این زنان تضمین شود. شرایط زمینه‌ای و بسترهای حاکم بر استان اردبیل، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری این راهبردها دارند. مزیت‌های جغرافیایی، ساختار نهادی، بستر اقتصادی و به ویژه فرهنگ و مهارت‌های اجتماعی، همگی بر چگونگی اجرای راهبردها اثر می‌گذارند؛ برای مثال، فرهنگ کار گروهی و همبستگی خانوادگی در میان زنان اردبیلی می‌تواند به عنوان یک سرمایه اجتماعی قوی برای تشکیل یابی استفاده شود. در مقابل، ضعف در زیرساخت‌های اقتصادی یا مقررات دست‌وپاگیر اداری می‌تواند مانع اجرای این راهبردها شود. به این ترتیب، سفارشی‌سازی راهبردها براساس این بسترها، یعنی استفاده از ظرفیت‌های بومی و درعین حال رفع موانع نهادی، برای موفقیت ضروری است.

علاوه بر این، شرایط مداخله‌گر مانند بی‌ثباتی مقرراتی، رقابت‌های بیرونی و حتی بحران‌های ناگهانی، عواملی هستند که خارج از کنترل مستقیم تولیدکنندگان قرار دارند، اما بر نتیجه نهایی اثر می‌گذارند. شناخت این عوامل به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا برنامه‌هایی برای کاهش ریسک طراحی کنند. برای زنان کارآفرین، این یعنی نیاز به ایجاد انعطاف‌پذیری در کسب و کارها و تقویت سرمایه اجتماعی برای افزایش اعتماد و همکاری در زنجیره ارزش.

راهبردهای پیشنهادی در این پژوهش، نقشه راه عملی برای رسیدن به وضعیت مطلوب است. این راهبردها شامل عارضه‌یابی ظرفیت‌های بومی، سازمان‌دهی زنان تولیدکننده در قالب تعاونی‌های تخصصی، استقرار نظام تأمین مالی زنجیره‌ای، اتصال به بنگاه‌های بزرگ‌تر، توسعه صنایع تبدیلی و بسته‌بندی و برندسازی است. اجرای این راهبردها می‌تواند موجب پیامدهای مثبتی مانند

افزایش سهم زنان از ارزش افزوده، پایداری اشتغال، ایجاد اقتصاد ارزش آفرین و ارتقای رقابت پذیری در بازارهای ملی و بین المللی شود.

برای زنان فعال در مشاغل خانگی در استان اردبیل، نتیجه گیری این پژوهش بر این اصل استوار است که «انزوا» دشمن اصلی رشد است. زنان باید از حالت تولیدکنندگان تکی خارج شده و به سمت «تشکیل یابی تعاونی محور» حرکت کنند. این کار نه تنها قدرت چانه زنی آن ها را در برابر بازار افزایش می دهد، بلکه امکان دسترسی به تأمین مالی جمعی و فناوری های جدید را فراهم می کند. همچنین تمرکز بر «ارزش افزایی» از طریق بسته بندی استاندارد و برندسازی محصولات بومی اردبیل، می تواند تفاوت رقابتی ایجاد کند. سیاست گذاران نیز باید با اصلاح مقررات دست و پا گیر و ایجاد بسترهای حمایتی متناسب با فرهنگ منطقه، موانع را برطرف کنند. در نهایت، موفقیت این مشاغل در گرو ایجاد تعادل بین حفظ هویت بومی محصولات و پذیرش اصول مدیریت مدرن و زنجیره ارزش است.

۷. پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

۱. تشکیل تعاونی های تخصصی و شبکه ای برای زنان تولیدکننده: به جای فعالیتهای پراکنده، زنان باید در قالب

تعاونی های تخصصی (به طور مثال برای صنایع دستی، فرآورده های غذایی یا پوشاک) سازمان دهی شوند. این کار سبب می شود با «تشکیل یابی»، قدرت چانه زنی آن ها در برابر بازار افزایش یابد، هزینه های تولید و بازاریابی در اختیارشان گذاشته شود و بتوانند از مزیت های مقیاس بهره مند شوند. این ساختار به حل مشکل «ضعف تشکیل یابی» که یکی از علل اصلی ناکارآمدی بود، کمک می کند.

۲. ایجاد سیستم های تأمین مالی خرد و زنجیره ای متناسب با فرهنگ منطقه: با توجه به چالش های دسترسی به

وام های بانکی سنتی، پیشنهاد می شود مدل های تأمین مالی نوین، مانند «صندوق های قرض الحسنه محلی»، «همیاری های مالی جمعی» یا «تأمین مالی مبتنی بر سفارش های بازار» توسعه یابد. این راهکارها باید با در نظر گرفتن بستر فرهنگی و اجتماعی اردبیل طراحی شوند تا زنان بتوانند بدون نیاز به وثایق سنگین، سرمایه در گردش لازم برای خرید مواد اولیه و توسعه کسب و کار خود را تأمین کنند.

۳. توسعه صنایع تبدیلی، بسته بندی استاندارد و برندسازی محصولات بومی: برای خروج از حاشیه و افزایش

ارزش افزوده، زنان باید از فروش مواد خام یا محصولات بدون بسته بندی مناسب دست بردارند. ایجاد واحدهای کوچک فرآوری و بسته بندی در سطح تعاونی ها، همراه با طراحی برندهای مشترک با هویت بومی اردبیل، می تواند محصولات را از کالاهای معمولی به کالاهای لوکس و صادراتی تبدیل کند. این کار مستقیماً به «ارتقای رقابت پذیری» و «افزایش سهم از ارزش افزوده» منجر می شود.

۴. ارتباط راهبردی با بنگاه های بزرگ تر و پلتفرم های دیجیتال: زنان تولیدکننده باید از انزوا خارج شوند و با کارخانه ها،

فروشگاه های زنجیره ای یا پلتفرم های فروش آنلاین (دیجیتال مارکتینگ) ارتباط برقرار کنند. این اتصال می تواند از طریق قراردادهای بلندمدت برای تأمین مواد اولیه یا فروش محصولات باشد. همچنین آموزش مهارت های دیجیتال به زنان برای حضور در بازارهای آنلاین، می تواند گسست های زنجیره ارزش را برطرف کند و دسترسی آن ها به مشتریان فراتر از مرزهای استان را ممکن سازد.

۵. توانمندسازی مدیریتی و آموزشی با رویکرد حل مسئله محور: برنامه های آموزشی نباید صرفاً نظری باشند، بلکه

باید براساس نیازهای واقعی و چالش های شناسایی شده در پژوهش (مانند ضعف در مدیریت مالی، بازاریابی یا رهبری تیم) طراحی شوند. برگزاری کارگاه های عملی برای تقویت مهارت های نرم، مذاکره، مدیریت ریسک و رهبری گروهی در میان زنان، به آن ها کمک می کند تا نه تنها به عنوان تولیدکننده، بلکه به عنوان مدیران توانمند و کارآفرینان موفق در اکوسیستم اقتصادی اردبیل ظاهر شوند. این کار به توانمندسازی جمعی و افزایش اعتماد به نفس شغلی آن ها کمک شایانی می کند.

۷. تعارض منافع

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی است که با حمایت مالی اداره کل تعاون، کار رفاه اجتماعی استان اردبیل اجرا شده است و در آن، هیچ گونه تعارض منافی وجود ندارد.

References

- Adhikari, S., & Khanal, K. (2026). Invisible Enterprises: The Unrecognized Contribution of Home-Based Women Entrepreneurs in Nepal. In *Business and Management in Asia: Opportunities and Entrepreneurship* (pp. 153-166). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Allahyari, F., Norouzi Seyyed Hossini, R., Ehsani, M., & Bagheri Ragheb, G. (2025). Development of a Measurement Tool for Women's Empowerment: Steps and Results. *Woman in Development & Politics*, 23(3), 503-532. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2025.393294.1008537> (In Persian)
- Aslam, H. B., Alarcon, P., Yaqub, T., Iqbal, M., & Häslar, B. (2020). A value chain approach to characterize the chicken sub-sector in Pakistan. *Frontiers in Veterinary Science*, 7, 361. <https://doi.org/10.3389/fvets.2020.00361>
- Bakhshizadeh, H., & Alaei, R. (2025). Examining the Economic Empowerment Model of Home-Based Enterprises: Field Evidence from the ACECR. (e105293). *Journal of Rural Research*, e105293. <https://doi.org/10.22059/jrur.2025.397935.2041> (In Persian)
- BRAC. (2023). Annual report: Empowering women through enterprise development. BRAC.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage.
- Dadheech, R., & Sharma, D. (2023). Home-based work or non-home-based work? Factors influencing work choices of women in the informal sector. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 43(1/2), 89-106. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2021-0200>
- Department for Business, Energy and Industrial zEngland. (2018). *Local Economy*, 28(5), 451-470.
- Hajarian, A., Taghdisi, A., & Barghi, H. (2024). Investigating the Challenges and Barriers of Home Businesses from the Perspective of Business Experts and Owners (Case study of rural communities of Isfahan province). *JGS*, 24(72), 14, 251-268. <http://dx.doi.org/10.52547/jgs.24.72.251> (In Persian)
- Saguid, A. J. J., Hetanes, L. R., Deo, M. R. A., Reylo, C. B., Raguindin, K., Apostol, M., & Banate, R. M. (2025). Transitioning To Online Home-Based Business: Impact on Business Well-Being and Sustainability of Smallscale Online Business in Tanza, Cavite. *International Journal of Research*, 6(01), 502-518. <https://doi.org/10.37602/IJREHC.2025.6134>
- Hijazi, A. A., Das, P., Li, Y., Moehler, R. C., & Maxwell, D. W. (2026). A contingency approach to platform implementation: Platform types, attributes, and value chain integration. *Building Research & Information*, 54(1), 4-23. <https://doi.org/10.1080/09613218.2025.2510270>
- Hua, Y., Zhou, S., Huang, Y., Liu, X., Ling, H., Zhou, X., ... & Yang, S. (2020). Sustainable value chain of retired lithium-ion batteries for electric vehicles. *Journal of Power Sources*, 478, 228753. <https://doi.org/10.1016/j.jpowsour.2020.228753>
- Malik, S., Alkhaldi, A., Salamzadeh, A., & Mantas, C. (2024). A systematic literature review on home-based businesses: two decades of research. *Journal of Family Business Management*, 14(6), 1136-1152. <https://doi.org/10.1108/JFBM-03-2024-0062>
- Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-639. <https://doi.org/10.1080/00343401003614241>
- Morovati, E., Shahvali, R., Naghizadeh, Z., & Bijandi, M. S. (2024). Structural Analysis of the Factors Affecting Iran's Home-Based Businesses Using Cross-Impact Analysis Method. *Applied Theories of Economics*, 11(3), 23-48. <https://doi.org/10.22034/eco.2024.63493.3351> (In Persian)
- Ndlovu, W., Karonga, S., & Vorhies, F. (2025). Wild Meat Value Chain Integration Systems: Opportunities for Value Chain Formalisation and Scaling in Africa. *African Journal of Ecology*, 63(1), e70017. <https://doi.org/10.1111/aje.70017>
- Reuschke, D. (2019). The subjective well-being of homeworkers across life domains. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 51(6), 1326-1349. <https://doi.org/10.1177/0308518X19842583>

- Reuschke, D., & Domecka, M. (2018). *Policy brief on home-based businesses*. OECD SME and Entrepreneurship Papers.
- Reuschke, D., & Mason, C. (2022). The engagement of home-based businesses in the digital economy. *Futures*, 135, 102542. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2020.102542>
- Sarfraz, F., Laila, U., & Raja, S. S. (2025). Home-Based Entrepreneurship: An Extensive Review of Literature. *Pakistan Social Sciences Review*, 9(3), 519-540. [https://doi.org/10.35484/pssr.2025\(9-III\)41](https://doi.org/10.35484/pssr.2025(9-III)41)
- Seifollahi, N., & Akbari Arbatan, G. (2023). Identifying the challenges and opportunities of the digital economy in the development of rural women's home businesses. *Woman in Development & Politics*, 21(3), 780-806. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2023.351079.1008275> (In Persian)
- Seifollahi, N. (2022). Investigating the Effect of Packaging of Agricultural Products on the Consumer's Purchase Intention. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 53(4), 935-944. <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2021.307443.668936> (In Persian)
- Seifollahi, N., & Keshavarz, M. (2024). Explaining the Performance Improvement Model and Competencies of Managers of Agricultural Cooperatives. *Co-Operation and Agriculture*, 12(48), 104-117. <https://doi.org/10.22034/ajcoop.2024.404721.1845> (In Persian)
- Shafiei Nikabadi, M. (2025). A Model for The Key Competencies of Value Chain and Supply Chain Managers. *Strategic Value Chain Management*, 2(1), 25-40. <https://doi.org/10.22075/svcm.2025.36997.1025> (In Persian)
- Tomar, A., Tudu, P. P., Yuvaraj, C., Kumar, N., Kaur, M., Begum, H., ... & Sran, A. S. (2026). Value Addition and Rural Women's Entrepreneurship Opportunities for Economic Empowerment. *International Journal of Aquatic Research and Environmental Studies*, 6(S5), 1096-1110. <https://doi.org/10.70102/d4mnrr62>
- Tondro, M., Jahanbakht, M., & Ozay, D. (2025). Exploring the Role of Information Technology and Digital Innovation in Socio-Economic Development: A Case Study of Women's Startup Home-Based Businesses. *IEEE Access*. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2025.3579806>
- UN Women. (2023). *Towards inclusive MSME sector growth in Nepal*. United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women (UN Women).
- Vorley, T., & Rodgers, P. (2014). Home is where the business is: Incidents in everyday life and the formation of home-based businesses. *International Small Business Journal*, 32(4), 428-448. <https://doi.org/10.1177/0266242612452173>
- Wainwright, T., & Kibler, E. (2014). Beyond financialization: older entrepreneurship and retirement planning. *Journal of Economic Geography*, 14(4), 849-864. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbt023>
- World Bank. (2021). *Women's non-farm employment in Nepal: A landscape review of organizations and interventions*. World Bank.
- Wu, Q., Yan, D., & Umair, M. (2023). Assessing the role of competitive intelligence and practices of dynamic capabilities in business accommodation of SMEs. *Economic Analysis and Policy*, 77, 1103-1114. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.11.024>