



Embedded Entrepreneurship and Evolution of the Modern Textile Industry in Shahedieh Town

Abolfazl Morshedi¹ | Hojatollah Rahimi² | Atefeh Nakhaei³

1. Corresponding author, Department of Anthropology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran.

E-mail: a.morshedi@yazd.ac.ir

2. Department of Geography, Yazd University, Yazd, Iran. E-mail: rahimi.h@yazd.ac.ir

3. Department of Anthropology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran. -Email: atefe.nn1374@yahoo.com.

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 09 December 2024

Received in revised form: 14 May 2025

Accepted: 05 June 2025

Published online: 06 July 2025

Keywords:

Actor-network, Embeddedness, Entrepreneurship, Shahedieh, Textile Industry

ABSTRACT

The purpose of article is to investigate the contribution of entrepreneurs to the advancement of the contemporary textile industry in the Shahedieh region of Yazd. This research examines the impact of geographical, social, and cultural factors on this process, as well as the manner in which entrepreneurs leverage local and family connections to establish this network.

Semi-structured interviews are the most significant data collection technique employed in this research, which is founded on a qualitative approach and case study.

The results suggest that the Shahedieh textile network has experienced two distinct evolutionary cycles between 1951 and 2023. Carpet cover production was the primary focus of the initial cycle, which spanned from 1951 to 1989. The second cycle, commencing in 1989, began with the production of upholstery fabrics. The modern textile industry's development in Shahedieh is a distinct illustration of the formation and expansion of an actor-network. Human actors (e.g., local entrepreneurs, their families and communities, local government officials, fabric designers, yarn and fabric traders, etc.) and non-human entities (e.g., the region's socio-economic and industrial heritage, geographical location, technological advancements in textiles, climate change and water scarcity, changes in social preferences, etc.) comprise this network. The research results suggest that the development of this industry is the consequence of a multifaceted interplay between human actors (entrepreneurs, families, and government) and non-human entities (heritage, topography, technology, and climate).

This method illustrates the resilience and dynamism of the industrial ecosystem, which can be used as a successful paradigm for development in similar regions..

Cite this article: Morshedi, A.; Rahimi, Nakhaei, A. (2025). Embedded Entrepreneurship and Evolution of the Modern Textile Industry in Shahedieh Town. *Community Development (Rural-Urban)*, 17(1), 223-246.

<https://doi.org/10.22059/jrd.2025.396981.668930>



Authors retain the copyright and full publishing rights. Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jrd.2025.396981.668930>

کارآفرینی حک شده و تکامل صنعت نساجی مدرن در شهر شاهدیه یزد

ابوالفضل مرشدی^۱ | حجت‌الله رحیمی^۲ | عاطفه نخعی^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، ایران، رایانامه: a.morshedi@yazd.ac.ir

۲. گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران، رایانامه: rahimi@rahimi.h@yazd.ac.ir

۳. گروه مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران، رایانامه: atefe.nn1374@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۹/۱۹ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۳/۱۵ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۴/۱۵ کلیدواژه‌ها: حک‌شدگی، صنعت نساجی در شهر شاهدیه، کارآفرین محلی، نظریه کنشگر-شبکه.	مقاله حاضر به مطالعه نقش کارآفرینان در تکامل صنعت نساجی مدرن در منطقه شاهدیه یزد می‌پردازد. در این مطالعه تأثیر عوامل جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی در این فرایند و همچنین چگونگی بهره‌گیری کارآفرینان از حک‌شدگی محلی و خانوادگی برای توسعه این شبکه تحلیل می‌شود. روش‌شناسی این تحقیق کیفی و مطالعه موردی است و از تکنیک‌های متعدد جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده که مهم‌ترین آن‌ها مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته است. یافته‌ها نشان داد شبکه نساجی شاهدیه از سال ۱۳۳۰ تا ۱۴۰۲ دو چرخه تکامل را پشت سر گذاشته است. چرخه اول شبکه مبتنی بر تولید روفرشی از سال ۱۳۳۰ تا ۱۳۶۸ است. چرخه دوم با تولید رومبلی از سال ۱۳۶۸ آغاز شد. توسعه صنعت نساجی مدرن در شاهدیه را می‌توان نمونه بارزی از شکل‌گیری و رشد یک شبکه بازیگر متشکل از بازیگران انسانی (کارآفرینان محلی، جوامع خانوادگی و محلی کارآفرینان، مقامات دولتی محلی، طراحان پارچه، تاجران نخ و پارچه و غیره) و نهادهای غیرانسانی (میراث اجتماعی-اقتصادی و صنعتی منطقه، موقعیت جغرافیایی، تغییرات فناورانه در نساجی، تغییرات اقلیمی و کمبود آب، تغییر ذائقه‌های اجتماعی و...) دانست. نتیجه تحقیق بیانگر آن است که توسعه این صنعت، حاصل درهم‌تنیدگی پیچیده کنشگران انسانی (کارآفرینان، خانواده‌ها و دولت) و هستارهای غیرانسانی (میراث، جغرافیا، فناوری و اقلیم) است. این رویکرد نشان می‌دهد چگونه این هم‌زیستی به تاب‌آوری و پویایی اکوسیستم صنعتی منجر شده که می‌تواند الگویی موفق برای توسعه در مناطق مشابه باشد.

استناد: مرشدی، ابوالفضل؛ رحیمی، حجت‌الله و نخعی، عاطفه (۱۴۰۴). کارآفرینی حک‌شده و تکامل صنعت نساجی مدرن در شهر شاهدیه یزد. توسعه محلی (روستایی-شهری). ۱۷ (۱): ۲۲۳-۲۴۶. <https://doi.org/10.22059/jrd.2025.396981.668930>



نویسندگان حق نشر و حقوق کامل انتشار را حفظ می‌کنند.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jrd.2025.396981.668930>

۱. مقدمه و بیان مسئله

تحلیل کنش اقتصادی در چند دهه اخیر مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفته و مطالعات گوناگونی در این زمینه انجام شده است. در این میان، پدیده کارآفرینی یکی از محوری‌ترین مفاهیمی است که توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است. اما با گذشت زمان، تبیین‌های شخصیت‌محور درمورد رفتار کارآفرینان به‌طور فزاینده‌ای جای خود را به تحقیقاتی داده‌اند که به زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی کارآفرینی توجه می‌کنند (آویاما ۲۰۰۹). در این راستا، دو جریان اصلی تحقیقاتی ظهور کرده است: یک جریان تأثیر ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی هر منطقه را بر ظهور پدیده کارآفرینی در آن منطقه بررسی می‌کند (والش و وینسور، ۲۰۱۹). جریان دیگر بر روابط درهم‌تنیده کارآفرینان با شبکه‌های محلی (حک‌شدگی^۱ کارآفرینان) و چگونگی بهره‌گیری آنان از این شبکه روابط برای دسترسی به منابع ارزشمند تمرکز دارد.

در جریان اول تحقیقات، ویرویچ (۲۰۱۰) و اشتوتز و همکاران (۲۰۱۴) «میراث اجتماعی-اقتصادی»^۲ و «تاریخ صنعتی منطقه» را عواملی مهم در شکل‌گیری نوع تصویر از کارآفرینان در هر منطقه و ویژگی‌های فرهنگی مرتبط با کارآفرینی برشمرده‌اند. پالارس-باربر و همکاران (۲۰۰۴) بر «حک‌شدگی سرزمینی»^۳ و «وفاداری فضایی»^۴ به‌عنوان محرک‌های کلیدی پویایی اقتصادی هر منطقه تأکید دارند. آدریچ و همکاران (۲۰۱۲) براساس ظرفیت هر منطقه در تشویق فعالیت‌های کارآفرینی محلی، بین «رژیم‌های منطقه‌ای کارآفرینانه»^۵ و «رژیم‌های منطقه‌ای معمولی»^۶ تمایز قائل شدند. اشتوتز و همکاران (۲۰۱۴) «فرهنگ کارآفرینی»^۷ را عامل بالقوه تعیین‌کننده کارآفرینی می‌دانند، با این استدلال که تغییر نرخ‌های کارآفرینی به‌شدت تحت تأثیر «فرهنگ اجتماع» غالب در هر منطقه قرار دارد. علاوه‌براین، محققان مختلف نقش ویژگی‌های فرهنگی مانند آمادگی برای تغییر، ریسک‌پذیری و آمادگی برای شکست و نیز وجود داستان‌های موفقیت در یک فرهنگ را در ایجاد محیط کارآفرینی در آن فرهنگ برجسته می‌دانند (والش و وینسور، ۲۰۱۹؛ روزنبرگ، ۲۰۱۰). در چنین فرهنگی، کارآفرینی ارزشمند دانسته می‌شود، خوداشتغالی ترویج و منزلت اجتماعی کارآفرینان حفظ و موفقیت مالی آن‌ها ارج نهاده می‌شود (میسون و براون، ۲۰۱۴، اشپیگل، ۲۰۱۷). همچنین چنین فرهنگی دربردارنده ویژگی‌هایی مانند صمیمیت و همکاری متقابل است.

در جریان دوم تحقیقات، بر این موضوع تمرکز می‌شود که چگونه حک‌شدگی کارآفرینان درون شبکه‌ها می‌تواند توان آن‌ها را برای دسترسی به منابع ارزشمند یا کسب این منابع افزایش دهد. این جریان را می‌توان به دو شاخه تقسیم کرد: شاخه اول از نظریه «قدرت پیوندهای ضعیف»^۸ گرانووتر (۱۹۸۵) و نظریه «حفره‌های ساختاری»^۹ برت (۱۹۹۲) سرچشمه می‌گیرد. براساس این دیدگاه، کارآفرینانی که در شبکه‌هایی با «پیوندهای ضعیف» فراوان و «حفره‌های ساختاری» زیاد فعال‌اند، از مزیتی بزرگ به نام «واسطه‌گری»^{۱۰} بهره‌مندند. آن‌ها می‌توانند به‌واسطه پیوندهای ضعیف خود، اطلاعات جدید و غیرتکراری را از منابع مختلف کسب کنند که دیگران به آن دسترسی ندارند. این جریان‌های اطلاعاتی غیرتکراری به آن‌ها کمک می‌کند فرصت‌های جدید را زودتر

1. Embeddedness
2. Socioeconomic Heritage
3. Territorial Embeddedness
4. Spatial Loyalty
5. Entrepreneurial Regional Regimes
6. Routinized Regional Regimes
7. Entrepreneurial Culture
8. The Strength of Weak Ties
9. Structural Holes
10. Brokerage

شناسایی، ایده‌های نوآورانه را کشف و منابع یا شرکای مناسب را پیدا کنند؛ برای مثال، ساکسنیان (۱۹۹۴: ۵۹) موفقیت اقتصادی سیلیکون ولی را به «سیستم صنعتی منطقه‌ای شبکه‌ای پایه»^۱ نسبتاً باز و غیرسلسله‌مراتبی با مرزهای نفوذپذیر نسبت می‌دهد. شاخه دوم بر نظریه «سرمایه اجتماعی»^۲ متکی است و بر این فرض مبتنی است که شبکه‌های متراکم اعتماد و همکاری را بین اعضای خود تقویت می‌کنند؛ بنابراین، کارآفرینانی که در شبکه‌های اجتماعی منسجم با محوریت خودشان قرار دارند، احتمال بیشتری دارد که منابع دسترس‌پذیر در شبکه‌های خود را ایمن نگه دارند (اوزدمیر و همکاران، ۲۰۱۶؛ رولی و همکاران، ۲۰۰۰). بالاین‌حال، همان‌طور که اوزی (۱۹۹۷) اشاره می‌کند، اثرات مثبت حک‌شدگی فقط تا یک آستانه خاص افزایش می‌یابد و پس از آن ممکن است مضر باشد. به تعبیر دیگر، ارتباطات عمیق و صمیمی و اعتمادآمیز در یک شبکه ارتباطی (مثلاً با دوستان، همکاران یا شرکا) تا یک جایی خیلی خوب و مفید است، اما از یک نقطه‌ای به بعد، این صمیمیت و اعتماد دیگر مفید نیست، بلکه می‌تواند مضر هم باشد. رولی و همکاران (۲۰۰۰) استدلال کرده‌اند که هرچند در محیط‌های پایدار، پیوندهای قوی سودمندتر است، اما در محیط‌های غیرقطعی دارای تغییرات زیاد، پیوندهای ضعیف مفیدتر است. لاور (۲۰۰۵) استدلال می‌کند که روابط کارآفرینان با جوامع محلی خود، بسته به میزان عمق حک‌شدگی آن‌ها، به راهبردهای متنوعی در برابر چالش‌های مشابه منجر می‌شود. هان و چنگ-مین (۲۰۱۵) نشان می‌دهند در جوامع آسیایی که کسب‌وکارهای خانوادگی شکل مسلط فعالیت‌های اقتصادی در بسیاری از بخش‌ها است، پیوندهای محلی هم از نظر فضایی و هم از نظر زمانی در قلمرو جغرافیایی حک شده‌اند و از این طریق، روابط تجاری بلندمدت را تقویت می‌کنند.

به گفته این محققان، حک‌شدگی محلی احترام به بخش‌های کم‌قدرت‌تر را تقویت می‌کند، تبادل اطلاعات شفاهی را از طریق تعاملات رودررو تسهیل و روحیه همکاری و کمک‌های متقابل را تشویق می‌کند. کالاتناریدیس و بیکا (۲۰۰۶) نشان می‌دهند حک‌شدگی رابطه‌ای سرزمینی شامل تعلق مکانی و شناخته‌شدن کارآفرین با منطقه خاص، فرصت‌های شبکه‌سازی را افزایش می‌دهد، قدرت چانه‌زنی را تقویت و شرایط مطلوبی را برای کسب‌وکار ایجاد می‌کند.

در میان انواع حک‌شدگی، حک‌شدگی خانوادگی به‌طور ویژه مورد توجه محققان قرار گرفته است (آلدريج و کلیف، ۲۰۰۳؛ لی برتون میلر و میلر، ۲۰۰۹). در اینجا استدلال می‌شود که خانواده به‌عنوان «اکسیژنی که آتش کارآفرینی را تغذیه می‌کند» عمل می‌کند (روگوف و هک، ۲۰۰۳). براین اساس، آلدريج و کلیف (۲۰۰۳) تأکید می‌کنند که ویژگی‌های نظام‌های خانوادگی کارآفرینان، از جمله مراحل گذار خانوادگی و نگرش‌ها و ارزش‌های خانواده، بر فرایندهای ایجاد سرمایه‌گذاری، از جمله شناخت و بسیج منابع، تأثیر می‌گذارند و برعکس. میلر و لی برتون-میلر (۲۰۰۵) استدلال می‌کنند که پیوندهای قوی خانوادگی، سطوحی از تعهد و فداکاری را در کسب‌وکارهای خانوادگی ایجاد می‌کند که تقلید از آن برای رقبا دشوار است. لی برتون-میلر و میلر (۲۰۰۹) همچنین نشان می‌دهند پیوندهای انحصاری خانوادگی ممکن است منافع خصوصی خانواده را در اولویت قرار دهد، اما روابط گسترده‌تر با کسب‌وکار و ذی‌نفعان، مشارکت‌های فراگیرتر را تشویق می‌کند. هابرشون (۲۰۰۶) استدلال می‌کند که کارآفرینان می‌توانند از «خانوادگی‌بودن»^۳ به‌عنوان مجموعه منحصربه‌فردی از منابع ناشی از مشارکت خانواده بهره‌برداری کنند. به‌طور مشابه، دیبرل و همکاران (۲۰۰۹) تأکید می‌کنند که خانواده‌ها از طریق غلبه بر مسئولیت‌های ناشی از تازه‌کاری، تضمین مشروعیت و ایجاد پیوند با جامعه محلی، از کسب‌وکارهای جدید حمایت می‌کنند. بائو و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند شرکت‌های خانوادگی در مقایسه با شرکت‌های غیرخانوادگی،

1. Regional Network-Based Industrial System

2. Social Capital

3. Familiness

از حک‌شدگی محلی به‌ویژه در مناطق روستایی، سود بیشتری می‌برند. به گفتهٔ مارتینز سانچیس و همکاران (۲۰۲۰)، عوامل سرزمینی از چندین طریق بر حک‌شدگی شرکت‌های خانوادگی تأثیر می‌گذارند: ۱. حک‌شدگی فرهنگی، از طریق ارزش‌ها و هنجارهای مشترک سرزمینی که از تاریخ منطقه به ارث رسیده است؛ ۲. حک‌شدگی سیاسی که توسط تأثیر بازیگران اقتصادی سرزمینی و نهادهای غیربازاری شکل می‌گیرد؛ ۳. حک‌شدگی ساختاری که توسط شبکه‌های اجتماعی محلی و شکل‌گیری روابط نزدیک هدایت می‌شود؛ و ۴. حک‌شدگی شناختی که به نحوهٔ تفسیر و درک بازیگران سرزمینی از محیط خود اشاره دارد.

۲. چارچوب مفهومی و نظری

اگرچه کارآفرینی را می‌توان از دیدگاه‌های نظری مختلفی مطالعه کرد (بینوی و کاولین، ۲۰۱۶؛ استیارت، ۲۰۰۷؛ تای و مای، ۲۰۲۳)، در این مقاله نظریهٔ کنشگر-شبکه^۱ به‌عنوان چارچوب نظری مقاله انتخاب شده و از محققانی که از این رویکرد برای بررسی کارآفرینی و نوآوری استفاده کرده‌اند (گراردی و نیکولینی، ۲۰۰۷؛ روسکو و همکاران، ۲۰۱۳؛ ووتن و همکاران، ۲۰۱۵)، الهام گرفته شده است. در ادامه، به‌طور مختصر نظریهٔ کنشگر-شبکه و عناصر اصلی آن که در این مقاله مورد استفاده قرار گرفته، معرفی می‌شود. نظریهٔ کنشگر-شبکه از کار مشترک لاتور و وولگار (۱۹۷۹) سرچشمه گرفت و بعدها لاتور (۱۹۸۷)، کالون (۱۹۸۴) و لا (۱۹۹۲) آن را در حوزهٔ مطالعات علم و فناوری توسعه دادند. نظریهٔ کنشگر-شبکه رویکردی برساخت‌گرا است که از توضیحات ذات‌گرایانهٔ رویدادها یا موجودیت‌ها اجتناب می‌کند. این نظریه با اتخاذ رویکردی مادی-نشانه‌شناختی^۲ از سایر نظریه‌های مبتنی بر شبکه یا جامعه‌شناختی متمایز می‌شود. در نظریهٔ کنشگر-شبکه، شبکه‌ها از طریق تعامل میان کنشگران انسانی و هستارهای غیرانسانی^۳ شکل می‌گیرند. به تعبیر دیگر، در این رویکرد، درواقع تعاملات هستند که شبکه می‌سازند و هویت و جایگاه هر عنصر را در آن شبکه تعریف می‌کنند.

اصل تقارن^۴ یکی از اصول اصلی این نظریه است. براساس این اصل، همهٔ هستارها از شکل‌گیری پویای اتحادیهایی حاصل می‌شوند که در آن‌ها مادیت نقش حیاتی ایفا می‌کند. در اصطلاحات نظریهٔ کنشگر-شبکه، هستارهای انسانی و غیرانسانی درمجموع به‌عنوان «اکتنت»^۵ شناخته می‌شوند (کالون، ۱۹۸۴؛ لاتور، ۱۹۸۷). این نظریه بر دو اصل هستی‌شناختی اصلی استوار است: رابطه‌گرایی مادی^۶ و حیث اجرایی هستی‌شناختی^۷ (گراردی و نیکولینی، ۲۰۰۷). براساس اصل رابطه‌گرایی مادی، همهٔ اکتنت‌ها شکل و ویژگی‌های خود را از روابطشان با سایر هستارها می‌گیرند. این اصل می‌گوید که هر چیزی یا هر کسی (هر کنشگری) هویت و ویژگی‌هایش را از روابطش با چیزهای دیگر به‌دست می‌آورد. براساس اصل حیث اجرایی هستی‌شناختی، اکتنت‌ها (انسان و غیرانسان) از طریق روابطی که در آن‌ها شرکت می‌کنند، شکل می‌گیرند و به ثبات می‌رسند. پایداری و محکم‌بودن یک اکتنت ویژگی ذاتی آن نیست، بلکه نتیجهٔ تلاشی مداوم و فعال است که از طریق روابطش با بقیهٔ عناصر شبکه به‌دست می‌آید.

1. Actor-Network Theory (ANT)

2. Material-Semiotic

3. Non-Human Entities

4. Symmetry

5. Actants

6. Material Relationalism

7. Ontological Performativity

performativity مفهومی است که بر ارتباط بین زبان و عمل تمرکز دارد. این مفهوم بیان می‌کند که زبان نه‌تنها ابزاری برای توصیف دنیا است، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک عمل اجتماعی عمل کند و تغییر ایجاد کند.

گراردی و نیکولینی (۲۰۰۷) بین دو نسخه از نظریه کنشگر-شبکه تمایز قائل شدند: «کارآفرینانه»^۱ و «بوم‌شناختی»^۲. در نسخه کارآفرینانه، کنشگران کلیدی به‌طور فعال شبکه را تشکیل می‌دهند و آن را به‌عنوان مرکز اقتدار تثبیت می‌کنند. در این نسخه، یک یا چند کنشگر کلیدی نیت فعالانه‌ای برای ساختن و شکل‌دادن به یک شبکه دارند. در نسخه بوم‌شناختی، شکل‌گیری شبکه بیشتر شبیه به رشد یک سیستم بوم‌شناختی (اکوسیستم) است.

مفهوم «ترجمه»^۳ برای این رویکرد اساسی است (کالون، ۱۹۸۴؛ لاتور، ۱۹۸۷، ۱۹۸۸). هر ترجمه نتیجه کار حاملان^۴ یا واسطه‌های ناهمگن^۵ است. این‌ها می‌توانند هر چیزی باشند که ایده یا موجودیتی را جابه‌جا می‌کنند یا تغییر شکل می‌دهند (برای مثال یک سند، یک نقشه، یک مهندس، یک سخنرانی). ترجمه هم مفاهیم هندسی و هم نشانه‌شناختی را دربردارد. ترجمه به حرکت یک موجودیت در فضا و زمان و همچنین تبدیل آن از یک زمینه به زمینه دیگر اشاره دارد. همان‌طور که لاتور (۱۹۸۷: ۱۰۸) توضیح می‌دهد، ترجمه به «تفسیر خالقان واقعیت از علایق خود و علایق افرادی که در [شبکه] جذب شده‌اند» اشاره دارد. در این فرایند، علایق مختلف با هم تلفیق و چفت می‌شوند؛ برای مثال لویی پاستور، شیمیدان و میکروبیولوژیست فرانسوی قرن نوزدهم، توانست مسائلی را که بر کشاورزان فرانسوی تأثیر می‌گذاشت، به زبان علمی باکتری‌شناسی ترجمه کند. این امر او را قادر ساخت تا واکسن خود را به‌عنوان یک راه‌حل با اهمیت اولیه برای کشاورزان ارائه دهد (لاتور، ۱۹۸۸). لاتور که نظریه کنشگر-شبکه را در مطالعه «علم در عمل» به‌کار برد (لاتور، ۱۹۸۷)، استدلال کرد که در علم، انگیزه‌ها نیروهای محرک پشت اعمال نیستند، بلکه نتایج تلاش‌های دانشمندان برای ترجمه خواسته‌های دیگران یا تحمیل خواسته‌های خود به دیگران هستند (لاتور، ۱۹۹۳: ۱۴۴). ترجمه انگیزه‌ها شامل «تسخیر» یا همسو کردن آن‌ها است که در آن بازیگران کلیدی انگیزه‌های بازیگران ثانویه مانند مخاطبان یا همکاران را تقویت می‌کنند و در نتیجه، آن‌ها را با توسل به علایق ظاهری‌شان به پیوستن به شبکه تشویق می‌کنند (لاتور، ۱۹۸۷: ۱۱۰). کالون (۱۹۸۴) مفهوم ترجمه را بیشتر بسط داد و ایجاد یک شبکه را از طریق چهار مرحله توضیح داد.

الف) مسئله‌سازی^۶: در این مرحله، گروهی از کنشگران، مسئله‌ای را در یک موقعیت موجود، به‌صورت ضمنی یا صریح، تعریف یا بازتعریف می‌کنند و خود را بازیگران کلیدی قرار می‌دهند. آن‌ها این کار را به‌گونه‌ای انجام می‌دهند که یک «نقطه عبور اجباری»^۷ در شبکه روابط ایجاد کنند و ادعا می‌کنند که مشکل حل نمی‌شود مگر اینکه همه بازیگران مرتبط با این موضوع خاص درگیر شوند.

ب) جلب علاقه^۸: این مرحله شامل «مجموعه‌ای از اقدامات است که از طریق آن، یک هستار تلاش می‌کند هویت سایر بازیگرانی را که از طریق مسئله‌سازی تعریف کرده است، تحمیل و تثبیت کند» (کالون، ۱۹۸۴: ۸). در این مرحله، بازیگران کلیدی تلاش می‌کنند تا سایر بازیگران مرتبط را متقاعد کنند که به نفع آن‌ها است در فرایند حل مسئله شرکت کنند و به شبکه‌ای که ساخته‌اند بپیوندند. جلب علاقه اغلب شامل مانورهای راهبردی است که برای حذف مسئله‌سازی‌های جایگزین و تضمین جذب بازیگران طراحی شده‌اند.

-
1. Entrepreneurial
 2. Ecological
 3. Translation
 4. Carriers
 5. Heterogeneous Intermediaries
 6. Problematization
 7. Obligatory Passage Point
 8. Interestement

ج) همراه‌سازی^۱: این مرحله به «گروه مذاکرات چندجانبه، آزمایش قدرت و ترفندها» (کالون، ۱۹۸۴: ۱۰) اشاره دارد که بازیگران انسانی و غیرانسانی را به پذیرش هویت‌ها و نقش‌های جدید تحمیل‌شده توسط بازیگران کلیدی سوق می‌دهد. در این مرحله، همه بازیگران همسو می‌شوند، در نقش‌های تعیین‌شده خود تثبیت و در شبکه به هم متصل می‌شوند.

د) بسیج^۲: در این مرحله نهایی، روابط بین بازیگران کلیدی و فرعی کاملاً تثبیت و نهادینه می‌شود. بازیگران کلیدی اکنون به‌عنوان نمایندگان مشروع شبکه عمل می‌کنند. شبکه به تثبیت اجتماعی دست می‌یابد؛ به‌طوری‌که همه بازیگران انسانی داخل شبکه احساس می‌کنند منافعتشان تضمین شده است، توسط بازیگران کلیدی نمایندگی می‌شوند و ایجاد و نگهداری شبکه در خدمت منافع آنها است.

براساس آنچه در بالا بیان شد، پرسش‌های اصلی تحقیق حاضر را می‌توان به شرح زیر برشمرد: رشد و تکامل صنعت نساجی مدرن در منطقه شاهدیه یزد از چه زمانی آغاز شده و چه مراحل را طی کرده است؟ سهم و نقش عوامل انسانی (به‌ویژه کارآفرینان) و عوامل زمینه‌ای (تاریخی، جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی) در رشد و تکامل صنعت نساجی مدرن در منطقه چه بوده است و چگونه این دو دسته عوامل با هم ترکیب شده‌اند؟ چگونه کارآفرینان بومی توانسته‌اند از عوامل زمینه‌ای و به‌ویژه شبکه‌های محلی و خانوادگی برای توسعه صنعت نساجی در این منطقه بهره بگیرند؟ به تعبیر دیگر، چگونه کارآفرینان بومی توانستند مسئله‌سازی کنند، علاقه همه ذی‌نفعان را جلب و آنان را همراه و بالاخره، بسیج کنند؟

۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش مبتنی بر روش کیفی مطالعه موردی است (کرسول و پوث، ۲۰۱۶). با بهره‌گیری از نسخه کارآفرینانه نظریه کنشگر-شبکه و روش اصلی «دنبال‌کردن کنشگران و کنش آنها» (گردی و نیکولینی، ۲۰۰۷)، از روش‌های متعدد جمع‌آوری داده‌ها، از جمله مشاهدات، اسناد، اطلاعات آرشیوی و مهم‌تر از همه، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. بازه زمانی این پژوهش حدود ۷۴ سال (از آغاز مدرن‌سازی صنعت نساجی در شاهدهیه در سال ۱۳۳۰ تا سال ۱۴۰۲) را شامل می‌شود. در بخش مصاحبه، جامعه آماری پژوهش شامل کارآفرینان، مقامات دولتی محلی، طراحان پارچه و سایر بازیگران کلیدی در صنعت نساجی شاهدهیه بود. در مجموع، ۲۶ شرکت‌کننده با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند برای انجام مصاحبه انتخاب شدند. نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. همه شرکت‌کنندگان انتخاب‌شده مرد و در بازه سنی ۴۰ تا ۸۵ سال هستند. پرسش‌های مصاحبه براساس چهار مرحله رشد شبکه (مسئله‌سازی، جلب علاقه، همراه‌سازی، بسیج) طراحی شد و هر پرسش به یک مرحله در شبکه صنعت نساجی در شاهدهیه پرداخت. هر مصاحبه یک تا دو ساعت به طول انجامید. برای تحلیل مصاحبه‌ها و ساخت روایت، تمام مصاحبه‌ها مکتوب و چندین بار مرور شدند تا گزارشی از شبکه صنعت نساجی در شاهدهیه تدوین شود. سه تکنیک مطالعه موردی، یعنی الگوی تطبیق^۳، ساخت تبیین^۴ و تحلیل سری زمانی^۵ (بین، ۲۰۱۸) برای سازمان‌دهی یک «تحلیل درونی»^۶ (کرسول و پوث، ۲۰۱۶) براساس چهار مرحله «ترجمه» نظریه کنشگر-شبکه به کار گرفته شده است. برای ارائه تحلیل، یادداشت‌های میدانی و داده‌های به‌دست‌آمده از سایر روش‌های

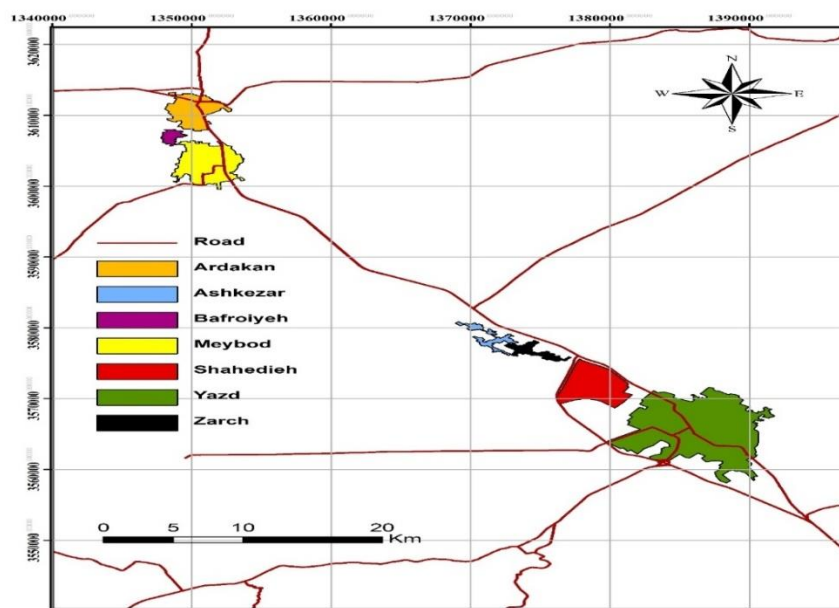
1. Enrollment
2. Mobilization
3. Pattern-Matching
4. Explanation Building
5. Time-Series Analysis
6. Embedded Analysis

جمع‌آوری داده‌ها در کنار متن مصاحبه‌ها قرار گرفت. برای کسب قابلیت اطمینان^۱ تحقیق، در طول تجزیه و تحلیل تکنیک‌های زیر مورد توجه قرار گرفت: درگیر شدن زیاد و طولانی‌مدت با داده‌ها، درگیر شدن هر سه نویسنده مقاله در تحلیل داده‌ها (تثلیث پژوهشگر) و اجماع‌سازی میان آن‌ها در تفسیر داده‌ها، مستندسازی کامل یادداشت‌های میدانی، ثبت دقیق گفته‌ها و افکار مصاحبه‌شوندگان در طول روایت و بازگشت مکرر به آن‌ها حین نوشتن روایت تحقیق و تحلیل نهایی.

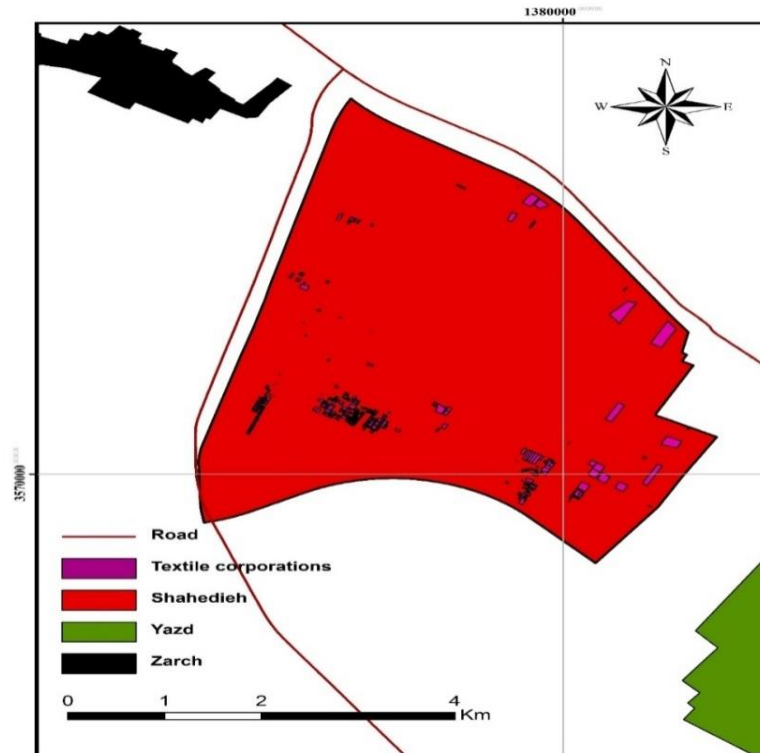
جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

کد مصاحبه‌شونده	سن	نقش در شبکه
۱	۶۷	کارآفرین
۲	۷۸	کارآفرین
۳	۵۳	کارآفرین
۴	۸۱	کارآفرین
۵	۶۱	کارآفرین
۶	۸۷	کارآفرین
۷	۷۱	تولیدکننده و فروشنده میلمان
۸	۴۸	کارآفرین
۹	۵۴	انجمن کارآفرین و رئیس نساجی ایران
۱۰	۶۸	کارآفرین
۱۱	۶۵	کارآفرین
۱۲	۸۱	کارآفرین
۱۳	۴۵	کارآفرین
۱۴	۴۸	طراح پارچه
۱۵	۶۰	کارآفرین
۱۶	۶۳	طراح پارچه
۱۷	۵۴	مدیر پروژه خوشه نساجی یزد
۱۸	۶۰	کارآفرین
۱۹	۶۲	کارآفرین
۲۰	۴۵	مقام دولتی محلی
۲۱	۷۰	مقام دولتی محلی
۲۲	۳۹	مقام دولتی محلی
۲۳	۵۸	مقام دولتی محلی
۲۴	۶۹	رئیس اتاق تعاون یزد
۲۵	۴۲	فناور و بازاریاب
۲۶	۴۴	فناور و بازاریاب

زمینه تحقیق عبارت است از شاهدهیه، شهری واقع در نزدیکی یزد و بزرگترین شهر استان یزد، که مساحت آن تقریباً ۲۱۶۰ هکتار است (شکل ۱). این شهر در سال ۱۳۷۱ از ادغام سه روستا به نام‌های گِردِفرامرز، ابرندآباد و نصرت‌آباد ایجاد شد (وزارت کشور، ۱۳۹۹). طبق سرشماری ملی ایران، جمعیت شاهدهیه از ۴۵۵۱ نفر در سال ۱۳۴۵ به ۱۸,۳۰۹ نفر تا سال ۱۳۹۵ به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۴۵ و ۱۳۹۵). از نظر تاریخی، اقتصاد شاهدهیه بر پایه کشاورزی، باغداری، دامداری و نساجی خدمات بوده است. براساس سرشماری ملی سال ۱۳۹۵، ۲۳/۴۴ درصد از این منطقه به کاربری کشاورزی و باغداری اختصاص داده شده است؛ درحالی‌که تنها ۸,۸۴ درصد آن مسکونی بوده است. بااین‌حال، در سال‌های اخیر، بسیاری از زمین‌های کشاورزی و باغداری متروکه یا به واحدهای تولیدی نساجی تبدیل شده‌اند. براساس داده‌های انجمن نساجی یزد (۱۴۰۲)، ۴۲۶ واحد تولیدی کوچک و متوسط در صنعت نساجی شاهدهیه وجود دارد که هرکدام ۳ تا ۴۰ کارگر دارند. این واحدها در مجموع ۱۲۶۶ کارگر را به‌کار گرفته‌اند و ظرفیت اسمی تولید سالانه آن‌ها تقریباً ۵۰ میلیون مترمربع است. این شهر در سطح ملی در تولید ترمه، پارچه پرده و همچنین روفرشی و رومبلی از مزیت رقابتی برخوردار است.



شکل ۱. شهر شاهدهیه و شهرهای اطراف آن
منبع: مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)



شکل ۲. توزیع فضایی صنایع نساجی در شهر شاهدیه
منبع: مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)

۵. یافته‌های تحقیق

تحلیل داده‌ها نشان داد شبکه نساجی شاهدیه از سال ۱۳۳۰ تا ۱۴۰۲ دو چرخه تحولی^۱ را پشت سر گذاشته است. چرخه اول شبکه بر تولید «روفرشی» از سال ۱۳۳۰ تا ۱۳۷۰ استوار بود. چرخه دوم با تولید پارچه رومبلی از سال ۱۳۷۲ قابل شناسایی است. در ادامه، مراحل این تحول به تفصیل شرح داده می‌شود.

۵-۱. چرخه اول تحول شبکه: تولید پارچه روفرشی (۱۳۳۰-۱۳۷۰)

مرحله مسئله‌سازی (قبل از سال ۱۳۳۲): نساجی سنتی دارای سابقه‌ای تاریخی در شاهدیه است؛ به‌طوری‌که می‌توان از وجود یک میراث اجتماعی اقتصادی با محوریت صنعت نساجی در این منطقه سخن گفت. این صنعت دارای ویژگی‌های زیر بود: ۱. بافت پارچه با دستگاه‌های سنتی دستی و درون خانه‌ها و عمدتاً توسط زنان انجام می‌شد؛ ۲. سرعت تولید اندک و تنوع محصولات کم بود؛ و ۳. کار با دستگاه‌های سنتی بسیار پرزحمت بود و درآمد زیادی نداشت. حوالی سال ۱۳۳۰، تعدادی از استادکاران سنتی (عباس سلطانی گردفرامری، حسن گلستانی، میرزاعلی سلطانی گردفرامری، علی صالح، رضا صالح و جواد صالح) که همگی از روستای

1. Evolutionary Cycle

گردفرامرز، یکی از روستاهای منطقه شاهدیه، بودند و به واسطه روابط خانوادگی نزدیکی که با هم و با ساکنان منطقه شاهدیه داشتند^۱، در شبکه خانوادگی و محلی حک شده بودند، به عنوان کنشگران کلیدی در منطقه شروع به تغییر دادن صنعت نساجی کردند. این افراد از آن جهت به «استادکار» شهرت داشتند که تعدادی دستگاه بافندگی دستی در خانه‌های تعدادی از روستاییان داشتند و زنان روستایی به صورت کارمزدی برای آنان پارچه (عمدتاً شامل لنگ، دستمال ابریشمی، چادرشب) می‌بافتند و این استادکاران این پارچه‌ها را در بازار شهر یزد می‌فروختند (مصاحبه‌شوندگان ۲، ۴ و ۶).

این افراد برای رونق دادن به صنعت نساجی و تثبیت جایگاه خود به عنوان استادکار نساجی، چند اقدام را انجام دادند. نخست کوشیدند با تمرکز هرچه بیشتر بر صنعت نساجی و سخت‌کوشی در آن، نساجی را به عنوان فعالیتی مردانه، نه صرفاً زنانه و پرمتر از کشاورزی مشروعیت بخشند. دوم، با به کارگیری زنانی از دیگر روستاهای نزدیک، شبکه کاری خود را از روستای خود، گردفرامرز، فراتر بردند. سوم، سعی کردند با ارتباط گرفتن با صنعت و بازار در حال گسترش نساجی شهر یزد، مرجعیت اجتماعی و اقتصادی بیشتری در منطقه شاهدیه کسب کنند. در واقع با این کار علاوه بر پیوندهای قوی در روستای خود، پیوندهای ضعیف خود را با صنعتگران و بازاریان شهر یزد تقویت کردند. در سال‌های نزدیک ۱۳۳۰، برخی از آن‌ها در کارخانه‌های تازه تأسیس نساجی شهر یزد مشغول به کار شدند (مصاحبه‌شونده ۶)، اما موقعیت جغرافیایی خاص شاهدیه، یعنی فاصله «نه خیلی دور و نه خیلی نزدیک» آن با شهر یزد موجب شد آن‌ها بتوانند ضمن بهره‌گیری از اکوسیستم صنعت نساجی شهر یزد، در آن منحل نشوند و استقلال خود را به عنوان استادکار و کارآفرین بنیان‌گذار در شاهدیه حفظ کنند. در همین راستا، آنان دستگاه‌های دستی جدید نساجی را وارد روستای خود کردند و با آن‌ها کارگاه‌های کوچک نساجی راه‌اندازی کردند. این استادکاران هم‌زمان به منظور عمق بخشیدن به پیوندهای قوی خود در منطقه و تقویت حک‌شدگی محلی، به عنوان کارآفرینانی مسئول، یعنی افرادی خیر و دغدغه‌مند نسبت به آینده منطقه شاهدیه ظاهر شدند (مصاحبه‌شونده ۱۲)؛ بنابراین، آنان «حفظ استقلال اقتصادی شاهدیه و آبادی روزافزون آن» را از طریق «توسعه صنعت نساجی به‌ویژه بافندگی پارچه در شاهدیه» مطابق ترمینولوژی نظریه کنشگر-شبکه، به عنوان نقاط عبور اجباری تعریف کردند که همه اکتنت‌های^۲ مرتبط با شاهدیه باید آن را بپذیرند و خود را با آن تنظیم مجدد کنند.

مرحله جلب علاقه (۱۳۳۲-۱۳۴۵): می‌توان آغاز مرحله جلب علاقه در این شبکه را سال ۱۳۳۲ دانست که کارآفرینان (استادکاران) با اتکا به پیوندهای ضعیف خود و قرارگیری در شبکه‌های ارتباطی پراکنده یک اکتنت جدید، یعنی دستگاه‌های جدید نساجی (مشهور به دستگاه نساجی ماکوپران) ساخت یک کارخانه ماشین‌سازی در استان اصفهان، استان بزرگ همجوار یزد، را وارد منطقه کردند. این دستگاه‌ها با اینکه همچنان دستی بود، سه ویژگی آن‌ها را از دستگاه‌های دستی پیشین متمایز می‌کرد: افزایش سرعت بافت، آسوده‌تر کردن بافندگی و امکان بافت پارچه‌های عریض‌تر (مصاحبه‌شوندگان ۴ و ۵). استادکاران با خرید این دستگاه‌ها و به کار گرفتن بیش از پیش اعضای خانواده خود در فعالیت نساجی، عملاً صنعت نساجی را در مقایسه با دیگر مشاغل رقیب در منطقه، به‌ویژه شغل کشاورزی و دامداری، به عنوان یک اولویت مطرح کردند. آنان ارتباط اکتنت‌های منطقه شاهدیه را با مشاغل رقیب نساجی تضعیف کردند و با تأکید بر صنعت نساجی به عنوان محور توسعه این منطقه، هویت و موقعیت این اکتنت‌ها را در ارتباط با صنعت

۱. عباس سلطانی گردفرامرز و حسن گلستانی برادرند. رضا صالح، جواد صالح و علی صالح نیز برادرند. حسن گلستانی شوهرخاله میرزاعلی سلطانی گردفرامرز است و علی صالح داماد آقای حسن گلستانی نیز هست. ساکنان روستای گردفرامرز عملاً شبکه بزرگ فامیلی‌ای بودند که چند دهه پیش از این، عمدتاً نام خانوادگی مشترک «سلطانی گردفرامرز» را برای خود انتخاب کرده بودند. انتخاب این نام خانوادگی به‌خاطر وجود مزار «شیخ سلطان محمد» (عارف محلی قرن ۱۴ میلادی) در مجاورت این روستا بود.

نساجی بازتعریف کردند. شاهده را به عنوان منطقه‌ای که دارای میراث صنعت نساجی بوده شناساندند و ساکنان منطقه را به عنوان ادامه‌دهندگان شغل نیاکان نساجشان، هویتی نو بخشیدند. یکی از استدلال‌هایی که «به شغل نساجی منزلت می‌داد و اهالی منطقه شاهده به‌ویژه روستای گردفرامرزر را تشویق می‌کرد که این شغل را دنبال کنند» این بود که «نساجی در مقایسه با کشاورزی و دامداری، نرخ بازگشت سرمایه بالایی دارد و مردم روستا با کار نساجی همیشه می‌توانند جیبشان پرپول باشد؛ برخلاف کشاورزان که فقط بخش‌هایی از سال را پول دارند» (مصاحبه‌شونده ۱۰).

علاوه بر باور استادکاران منطقه به آینده کار نساجی و سخت‌کوشی‌شان در این صنعت، رفتار خیرخواهانه آنان، به‌ویژه عباس سلطانی گردفرامرزی، با شبکه خانوادگی و محلی خود، نقشی کلیدی در علاقه‌مند کردن ساکنان منطقه شاهده به طرح و نقشه آن‌ها داشت. همه مصاحبه‌شوندگانی کسانی که عباس سلطانی را می‌شناسند، او را انسانی خوب و خیرخواه توصیف کردند: «گر درخواستی از او داشتی، نه نمی‌گفت؛ دل‌رحم و خوب بود. حقوق کارگر را به‌طور کامل می‌داد. [...] هرچه از عباس سلطانی یادم است، همه‌اش خوبی است» (مصاحبه‌شونده ۱۲). راهبرد این استادکاران، به‌ویژه عباس سلطانی، به‌عنوان فرد محوری در شبکه، این بود که علاوه بر تقویت ارتباطات رودررو و راه‌انداختن یک بازی برد-برد با خویشان و هم‌محله‌ای‌های خود، پیوندهای ضعیف خود با بازاریان، صنعتگران و مقامات دولتی یزد را نیز گسترش دهد: «حاجی عباس سلطانی همیشه با بزرگان نشست و برخاست داشت... او با افراد ثروتمند شهر یزد [بازاریان و...] دوست بود و رفت‌وآمد خانوادگی داشت» (مصاحبه‌شونده ۱۰). این‌گونه ارتباطات سبب اعتماد و دسترسی آنان به اطلاعات بازار و دانش فنی مورد نیاز برای توسعه شبکه نساجی شاهده می‌شد.

مرحله همراهسازی (۱۳۴۵-۱۳۵۲): نقطه مهم بعدی گسترش شبکه صنعت نساجی شاهده سال‌های ۱۳۴۴-۱۳۴۵ بود که اولین بار عباس سلطانی، باز هم با اتکا به پیوندهای ضعیف با صنعتگران یزد و رصد بازار ماشین‌آلات نساجی، چهار دستگاه نساجی که با نیروی برق کار می‌کرد و ساخت یک کارخانه ماشین‌سازی اصفهان بود (مشهور به دستگاه نساجی ماکوپران برقی)، به همراه یک ژنراتور برق، را وارد شبکه نساجی شاهده کرد. به دنبال او به‌تدریج تعدادی دیگر از کارآفرینان نیز این دستگاه و ژنراتورهای کوچک برق را وارد شبکه کردند (مصاحبه‌شوندگان ۴، ۵ و ۶). جذب این اکانت جدید، یعنی دستگاه‌های نساجی برقی، موجب تغییرات قابل‌توجه زیر در شبکه شد: ۱. سهولت و سرعت بافت پارچه به‌طور محسوسی افزایش یافت و امکان بافت پارچه‌های چندرنگ (تا چهار رنگ) با نقش‌های متنوع فراهم شد؛ ۲. برای اولین بار محیط کار پارچه‌بافی از خانه جدا شد؛ ۳. در صنعت نساجی، کارگران مرد جایگزین زنان شدند و عملاً رابطه زنان با صنعت نساجی تا حد زیادی گسسته شد؛ ۴. با افزایش تولید در شبکه، تعداد بیشتری از فروشندگان نخ و پارچه در بازار شهر یزد جذب شبکه شدند. با گسترده‌شدن شبکه نساجی منطقه شاهده، کارآفرینان برای جذب مدیران دولتی به شبکه و مجاب‌کردنشان برای ایجاد زیرساخت‌ها به‌ویژه شبکه حمل‌ونقل منطقه شاهده، مذاکرات با آنان را افزایش دادند. اما جذب ژنراتورهای برق به شبکه که برای اولین بار امکان تأمین روشنائی برخی معابر عمومی و منازل بخشی از ساکنان شاهده را فراهم کرده بود (مصاحبه‌شوندگان ۲ و ۱۱)، به همان اندازه دستگاه‌های نساجی برقی موجب گسترش و به رسمیت شناخته‌شدن شبکه از سوی اهالی منطقه و وقفه^۱ در شبکه‌های رقیب، یعنی کشاورزی و دامداری شد. درواقع، هرچند صدای زیاد این اکانت‌های جدید مزاحمت جدیدی برای اهالی منطقه بود، اما هم‌زمان این صداها همه ساکنان منطقه را به ورود به عصر ماشین، از طریق پیوستن به شبکه جدید نساجی فرامی‌خواند.

ارتباطات کارآفرینان پیشرو شبکه با بازار سبب شد بتوانند تغییر ذائقه جامعه در حال توسعه ایران و نیازهای جدید بازار ایران را شناسایی کنند و با ترکیب آن‌ها با توانمندی‌های اکتنت‌های شبکه خود (از جمله جغرافیای مناسب، میراث صنعتی منطقه در پارچه‌بافی به‌ویژه در بافت پارچه فاخر سنتی به نام ترمه^۱، دستگاه‌های نساجی و...) فرصت‌های جدیدی را خلق کنند و دو اکتنت جدید پتو و روفرشی^۲ را که بافتی شبیه به ترمه داشت، به‌عنوان محصول جدید جذب شبکه کنند. این دو محصول که «خیلی تصادفی و خیلی زود با استقبال مردم مواجه شد» (مصاحبه‌شونده^۴)، بیش از پیش موجب شهرت‌یافتن و گسترش شبکه و در نتیجه جذب تجار و بازاریان جدید به آن شد؛ تا جایی که به‌تدریج نام این شبکه با نام این دو محصول جدید گره خورد. هرچند پتو بعد از مدتی از این شبکه خارج شد، اما روفرشی به‌خاطر حفظ کیفیت و نوآوری مستمر در طراحی و جذب بازارهای جدید، بعد از حدود ۵۰ سال همچنان به‌عنوان یکی از محصولات منحصربه‌فرد شبکه نساجی شاهده شناخته می‌شود.

مرحله بسیج (۱۳۵۲-۱۳۶۸): موفقیت کارآفرینان در تولید چشم‌انداز صنعتی جدید در منطقه شاهده سبب بسیج‌شدن همه اکتنت‌های عضو شبکه برای تثبیت و گسترش هرچه بیشتر این شبکه شد. از یک سو کارآفرینان شبکه از میراث نساجی در منطقه، حک‌شدگی عمیق خانوادگی و محلی خود و رویکرد خیرخواهانه، برای ثبات روزافزون بهره گرفتند و از سوی دیگر با حضور در شبکه‌های ارتباطی پراکنده فراتر از منطقه شاهده، راه را برای گسترش روزافزون و جذب هرچه بیشتر اکتنت‌های جدید به شبکه هموار کردند. نقطه عطف بعدی در گسترش شبکه هم‌زمان است با جذب دو اکتنت جدید به شبکه؛ یعنی متصل‌شدن به شبکه برق سراسری کشور و دیگری ورود دستگاه‌های پیشرفته نساجی مشهور به سومت، ساخت یک شرکت ایتالیایی سازنده ماشین‌های نساجی در سال ۱۳۵۲ (مصاحبه‌شوندگان ۱۰ و ۱۲). در این سال‌ها، دولت وقت ایران صنعتی‌شدن شتابان ایران را دنبال می‌کرد، اما کارآفرینان شبکه نساجی شاهده از یک سو با تکیه بر خوشنامی و اعتباری که کسب کرده بودند و از سوی دیگر با سرمایه اجتماعی^۳ که با مدیران دولتی ایجاد کرده بودند، توانستند حمایت دولت را به‌عنوان یک اکتنت مهم، در قالب مجوز وارد کردن دستگاه‌های نساجی و وام بانکی برای تأمین مالی آن‌ها به خود جذب کنند. در این مرحله نیز همچنان عباس سلطانی (که حالا به حاج عباس سلطانی شناخته می‌شد و اعتبار و شهرت بالایی در منطقه یافته بود) پیشگام بود و اولین بار هشت تا از این نوع دستگاه بافندگی را وارد شبکه کرد و عملاً اولین کارخانه مدرن نساجی را در منطقه شاهده تأسیس کرد (مصاحبه‌شوندگان ۴، ۵ و ۶). برای جذب دانش فنی مربوط به راه‌اندازی و کار با این دستگاه‌ها، تکنسین‌هایی از شرکت سازنده جذب شبکه شدند و چند سفری به شاهده داشتند و فرزند حاج عباس سلطانی نیز برای کسب آموزش‌های لازم، سفری دوماهه به شرکت سازنده داشت. کارآفرینان برای تهیه مواد اولیه باکیفیت و مناسب برای دستگاه‌های جدید، به‌ویژه نخ‌های باکیفیت، شبکه را به بازارهای جدیدی از جمله بازار نخ ژاپن و کره جنوبی متصل کردند و از سوی دیگر، بازار شهرهای بزرگ ایران از جمله تهران، مشهد و اصفهان را به‌عنوان بازار محصولات نهایی خود جذب شبکه کردند (مصاحبه‌شوندگان ۱۰ و ۱۲).

با خرید این دستگاه‌ها و تأسیس اولین کارخانه‌های نساجی مدرن، کارآفرینان هم ثابت کردند که صنعت نساجی آن‌قدر درآمد دارد که با آن بتوان کارخانه‌دار شد (عنوانی که برای هر کسی می‌توانست بسیار اعتبارآور باشد) و هم اینکه آنان از چنان شبکه گسترده‌ای

۱. ترمه نوعی پارچه فاخر و گران‌بها است که در بافت آن نقش‌های منحنی و رنگ‌های مختلفی به کار می‌رود. این پارچه که قدمتی حدوداً پانصدساله در ایران دارد، در حال حاضر عمدتاً در استان یزد بافته می‌شود و سوغات مشهور این استان است.

۲. روفرشی پارچه‌ای ضخیم و قالی‌مانند است که روی قالی می‌اندازند تا آن را از تابش مستقیم نور، پاكوردگی‌های زیاد و ایجاد لکه حفظ کند. با توجه به قیمت مناسب آن در مقایسه با قالی، در سال‌های اخیر برخی از خانواده‌های طبقات پایین ایرانی یا کشورهای همسایه ایران از آن به‌جای قالی استفاده می‌کنند.

3. Linking Social Capital

برخورد دارند که می‌توانند فناوری روز جهان و دانش فنی مرتبط با آن و همچنین بازار محصولات را رصد و جذب شبکه کنند. همچنان در این دوره، کارآفرینان عمدتاً از طریق پیگیری فعالیتهای عام‌المنفعه برای آبادانی منطقه شاهدیه کوشیدند جایگاه خود را به‌عنوان افراد خیرخواه و توسعه‌گر شاهدیه و مهم‌تر از آن، به‌عنوان نماینده شبکه نساجی شاهدیه تثبیت کنند: «نجم‌هایی با ریاست حاج عباس و سایر افراد بزرگ و پولدارتر منطقه وجود داشت که کارهای [عام‌المنفعه] محلی را انجام می‌دادند، مثل حفر چاه‌ها و برق‌کشی و ...» (مصاحبه‌شونده ۶).

با وقوع انقلاب در سال ۱۳۵۷ و تزلزل در مراودات اقتصادی ایران و کشورهای غربی و به دنبال آن، جنگ عراق و ایران در سال‌های ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۷ و توقف برنامه‌های توسعه در ایران، ورود انواع منسوجات و ماشین‌آلات و دانش فنی نساجی به کشور ایران محدود شد. این وضع هرچند به‌خاطر قرارگرفتن انحصار بازار داخلی در دست تولیدکننده‌های داخلی، به نفع شبکه نساجی شاهدیه نیز بود، توقف ورود ماشین‌آلات و دانش فنی جدید نساجی موجب کاهش شدید رشد این شبکه شد (مصاحبه‌شوندگان ۱۰ و ۱۷). با این حال، سرمایه‌خانوادگی^۱ کارآفرینان، تعلق‌خاطر آنان به منطقه و حک‌شدگی خانوادگی و محلی آنان و نیز میراث صنعتی و فرهنگی منطقه سبب شد این شبکه در برابر تلاطم‌های یادشده در بالا تاب بیاورد و با جذب دوباره دستگاه‌های نساجی ساخت ایران، به رشد تدریجی خود، هرچند خیلی کند، ادامه دهد. با پایان یافتن جنگ عراق و ایران و ازسرگیری دوباره برنامه‌های توسعه در ایران و شروع تحولات جدید در سبک زندگی ایرانیان، نسلی نو از کارآفرینان در شبکه نساجی منطقه شاهدیه ظهور یافتند که تکامل و تحول این شبکه را از سر گرفتند. در ادامه مراحل این تحول را تشریح می‌کنیم.

۵-۲. چرخه دوم تحول اکوسیستم: چرخه تولید پارچه رومبلی (۱۳۶۸-۱۴۰۲)

مراحل مسئله‌سازی و جلب علاقه (۱۳۶۸-۱۳۷۸): چرخه دوم اکوسیستم نساجی شاهدیه با جذب یک اکتنت جدید، یعنی تولید پارچه رومبلی، قابل‌شناسایی است. در سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۷۰ گسترش طبقه متوسط در ایران و گسترش سبک زندگی این طبقه در میان ایرانیان (از جمله تمایل روزافزون آنان به مبلمان کردن خانه‌شان)، بازار مبل و پارچه‌های رومبلی در ایران در حال رونق گرفتن بود. نوع بافت این پارچه تا حدی شبیه به بافت پارچه ترمه بود که حدود دو دهه پیش از این، تولید ماشینی آن با دستگاه‌های نساجی مدرن در یزد آغاز شده بود. ورود اکتنت جدید پارچه‌های رومبلی به شبکه نساجی شاهدیه، به‌عنوان محصولی پرسود، با پیشگامی مسعود سلطانی گردفرامری نوّه حاج عباس سلطانی انجام شد. او داستان ورود آن به شبکه را چنین شرح می‌دهد: «حدود سال ۱۳۷۲ برای خرید ماشین‌آلات جدید نساجی سفری به بلژیک داشتم. در آنجا دیدم که با همین دستگاه‌هایی که ما داریم، پارچه‌های رومبلی هم تولید می‌کنند. بعد از بازگشت به ایران، با گشتی در بازار ایران متوجه شدم که پارچه رومبلی بازار خوبی دارد. با اینکه پدرم مخالف بود، شروع کردم به ایجاد تغییرات فنی در یکی از دستگاه‌های کارخانه پدر برای تولید پارچه رومبلی. بعد از حدود ۶ تا ۷ ماه کار سخت، بالاخره دستگاه را برای تولید پارچه مبلی تغییر دادیم و اولین پارچه رومبلی را تولید کردیم و آن را برای یک فروشنده پارچه رومبلی در تهران که از قبل با او در ارتباط بودیم، بردیم. وقتی او متوجه شد ما می‌توانیم این پارچه را تولید کنیم، خواست که شریک انحصاری ما در فروش این محصول شود. ما پیشنهاد او را پذیرفتیم... سه سال تقریباً بازار بکر بود و فروش خیلی خوبی داشتیم» (مصاحبه‌شونده ۵).

در این دوره از تحول شبکه، رونق بازار رومبلی در ایران موجب شد خرید دستگاه‌های ژاکارد^۱ که ویژه تولید پارچه‌هایی غیرساده مثل پارچه رومبلی است و طراحی و تولید این پارچه، مطابق ترمینولوژی نظریه کنشگر-شبکه، به عنوان نقطه عبور اجباری تعریف شود که همه اکتنت‌های مرتبط با شاهده باید آن را بپذیرند. نقش آفرینی بازار رومبلی، به عنوان اکتنت برجسته در شبکه، سبب جذب تولیدکنندگان و فروشندگان مبل به شبکه نساجی شاهده بود. یکی از مهم‌ترین این کنشگران آقای حسینی، از تولیدکنندگان و فروشندگان با سابقه مبل در شهر یزد بود که بنا به اظهار بسیاری از مصاحبه‌شوندگان، عملاً نقشی کلیدی در گسترش تولید پارچه رومبلی در شاهده ایفا کرد. به بیان خود او «شاید ۸۰ درصد افرادی که در شاهده پارچه رومبلی تولید می‌کنند، به تشویق من وارد این کار شدند.» او که «دارای خلاقیت در انتخاب طرح و رنگ پارچه رومبلی بود و چون خودش تولیدکننده مبل بود، نیاز شدیدی به این نوع پارچه داشت» (مصاحبه‌شونده ۷)، با تعدادی از تولیدکنندگان شاهده وارد مذاکره شد و آن‌ها را تشویق کرد که برایش پارچه رومبلی ببافند. او حتی در مواردی در تأمین سرمایه مورد نیاز برای خرید دستگاه‌های بافندگی با برخی از تولیدکنندگان پارچه مبل در شبکه شریک شد.

در این سال‌ها، تعداد معدودی طراح ماهر و با سابقه در شبکه حضور داشتند، اما با توجه به اهمیت یافتن روزافزون طراحی پارچه، به عنوان مسئله کلیدی شبکه در این دوره، نیاز به جذب طراحانی از بیرون شبکه بود؛ به‌ویژه که با ورود و اهمیت یافتن اکتنت جدیدی به نام نرم‌افزارهای طراحی، جذب طراحانی دارای مهارت کار با این نرم‌افزارها ضرورت یافت و طراحان معدودی از تهران جذب شبکه شدند (مصاحبه‌شوندگان ۱۶ و ۱۷).

در این دوره، به تدریج پای کنشگران جدید، یعنی فرزندان پسر کارآفرینان بنیان‌گذار شبکه به شبکه باز شد و مدیریت شرکت‌های خانوادگی به آنان منتقل شد. با اینکه در این سال‌ها علاقه به دانشگاه‌رفتن در میان جوانان ایرانی زیاد بود، رواج داستان‌های کارآفرینان موفق شبکه و رشد فرهنگ کارآفرینی در منطقه موجب شد فرزندان کارآفرینان بنیان‌گذار، به جز تعداد اندکی، ورود به صنعت نساجی را به ورود به دانشگاه ترجیح دهند. در این سال‌ها همچنین به تدریج کشت گلخانه‌ای محصولات کشاورزی در استان یزد و برخی مناطق نزدیک به شاهده، از جمله زارچ و اشکذر، در حال رونق گرفتن بود (مصاحبه‌شوندگان ۲۱ و ۲۳) و می‌توانست به عنوان رقیبی برای صنعت نساجی مطرح شود؛ به‌ویژه که نساجی به عنوان کاری تمام‌وقت و پرمشغله شناخته می‌شد. اما کارآفرینان نسل اول که اکنون نساجی مدرن به میراث خانوادگی‌شان تبدیل شده بود و تجربه و دانش اندوخته و روابط و شبکه‌های ایجادشده در بازار را سرمایه انباشته‌شده و آماده برای فرزندان‌شان می‌دانستند، آنان را قانع کردند که جذب شبکه نساجی شوند و کسب‌وکار خانوادگی در نساجی را ادامه و گسترش دهند. درواقع آنان هویت و موقعیت فرزندان خود و بسیاری از جوانان منطقه شاهده را حول مسئله اصلی شبکه نساجی بازتعریف کردند و هویت آنان را به عنوان نساج تثبیت کردند؛ به‌طوری‌که این باور در میان جوانان این منطقه شکل گرفت و تعمیق شد که «فعالیت نساجی در خون همه بچه‌های شاهده است و ما از بچگی پای این دستگاه‌ها بزرگ شده‌ایم» (مصاحبه‌شونده ۳).

در سال‌های منتهی به ۱۳۷۱، کارآفرینان به همراه دیگر فعالان منطقه شاهده، با اتکا به شواهد و استدلال‌هایی از جمله استقلال اقتصادی منطقه، مدیران دولتی را قانع کردند که استقلال شهر شاهده را به رسمیت بشناسند. سرانجام منطقه شاهده در سال ۱۳۷۱ به شهر شاهده تبدیل شد و توسعه زیرساخت‌های شهری و زیرساخت‌های مورد نیاز صنعت در این منطقه سرعت گرفت (مصاحبه‌شوندگان ۲۰ و ۲۳). به همان اندازه، توسعه زیرساخت‌های اقتصادی یزد -از جمله فرودگاه پایانه‌های حمل بار، اداره گمرک و

شهرک صنعتی - در مجاورت شهر شاهدهیه و عبور مهم‌ترین جاده ترانزیتی شمال به جنوب ایران از کنار شاهدهیه، به‌عنوان اکنت‌های پرقدرت و مؤثر وارد شبکه نساجی شاهدهیه شدند (مصاحبه‌شونده ۱۷) و زمینه را برای ارتباط بیشتر این شبکه با بازارهای گسترده‌تر و در نتیجه تحول و جهش شبکه فراهم کردند.

مرحله همراهسازی (۱۳۷۸-۱۳۸۸): در همین سال‌ها، در پاسخ به نیاز بازار به پارچه رومبلی، به تدریج بر تعداد کارآفرینان شاهدهیه که با ایجاد تغییر در دستگاه‌های نساجی خود یا با خرید دستگاه‌های جدید، جذب شبکه تولید این محصول جدید می‌شدند، افزوده می‌شد. همچنین نیاز روزافزون این شبکه به طراحان ماهر پارچه، سبب جذب تعداد بیشتر طراحان پارچه به شبکه شد. یکی از طراحانی که در سال ۱۳۷۸ از تهران، پایتخت ایران، به یزد مهاجرت کرد و به شبکه نساجی شاهدهیه پیوست و به یکی از طراحان معتبر پارچه در شبکه تبدیل شد، دلیل مهاجرت خود را این‌گونه بیان می‌کند: «وایل که به یزد آمده بودم، تصور می‌کردم به یک /قیانوس وارد شده‌ام... گستردگی کار، تنوع کار و ریسک‌پذیری تولیدکننده‌های شاهدهیه و یزد موجب شد من از تهران به شهر یزد مهاجرت کنم» (مصاحبه‌شونده ۱۴). در همین سال‌ها، به تدریج کارآفرینان با تشویق دخترانشان به آشنایی و کار با نرم‌افزارهای طراحی پارچه، عملاً سبب جذب مجدد زنان که در دوره اول تحول شبکه از آن خارج شده بودند، به درون شبکه شدند (مصاحبه‌شونده ۳). در این سال‌ها کارآفرینان منطقه شاهدهیه از سیاست‌های دولت از جمله سیاست اشتغال‌آفرینی از طریق توسعه صنایع کوچک و متوسط و حمایت از نوسازی صنایع، برای گسترش شبکه نساجی منطقه و ورود تعداد بیشتری ماشین‌های نساجی به شبکه بهره بردند (مصاحبه‌شوندگان ۱۴، ۱۵ و ۱۷). به‌ویژه با افزایش درآمدهای دولت ایران، ناشی از افزایش قیمت جهانی نفت در سال‌های ۱۳۸۴ به بعد، شبکه توانست وام‌های دولتی چشمگیری را برای خرید و نوسازی دستگاه‌های موجود در شبکه بگیرد. با افزایش تولید در منطقه، بازارهای بیشتری، به‌ویژه بازار کشورهای عراق و افغانستان و پاکستان، به روی محصولات شاهدهیه باز شد (مصاحبه‌شونده ۱). در این سال‌ها که به‌خاطر ناآرامی‌ها و جنگ داخلی افغانستان، موج مهاجران این کشور به سمت ایران از جمله استان یزد روانه شده بود، بسیاری از این مهاجران به‌عنوان کارگران سخت‌کوش و ارزان جذب شبکه شدند؛ به‌طوری‌که منطقه شاهدهیه به یکی از کانون‌های تجمع این مهاجران در تبدیل شد. این کنشگران نقش مهمی در کاهش هزینه‌های تولید در شبکه بازی کردند (مصاحبه‌شوندگان ۳ و ۱۰).

مرحله بسیج (۱۳۸۸-۱۴۰۲): در دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ تعدادی از کارخانه‌های بزرگ نساجی در ایران و یزد ورشکسته یا تعطیل شدند و همین موضوع سبب شد این تصویر ذهنی در میان مدیران دولتی ایران و یزد برجسته شود که صنعت نساجی ایران صنعتی ورشکسته است (مصاحبه‌شونده ۱۷). در همین سال‌ها، صنایع فولاد و کاشی و سرامیک به‌سرعت در حال تبدیل‌شدن به صنایع اصلی استان یزد بودند، اما توسعه نسبتاً شتابان صنایع کوچک و متوسط نساجی در دهه ۱۳۸۰ در یزد (از جمله در منطقه شاهدهیه) موجب تغییر تصویر ذهنی یادشده در بالا در مورد صنعت نساجی در میان مدیران دولتی یزد شد؛ به‌ویژه که ورود اکنت جدیدی به نام تغییرات اقلیم و یک دهه خشکسالی مداوم در یزد، موضوع آب در استان یزد را به موضوعی بحرانی تبدیل کرده بود^۱ و نیاز کم صنعت نساجی به آب و همچنین آلودگی کم آن، این صنعت را به صنعتی متناسب با اقلیم کویری استان یزد و با مزیت نسبی بالا برای این استان تبدیل کرده است. این تغییر نگرش در میان مدیران استانی سبب پیگیری اجرای «پروژه خوشه نساجی یزد» بین سال‌های

۱. در سال ۱۳۷۸ پروژه انتقال آب از سرچشمه‌های زاینده‌رود به استان یزد افتتاح شد و از آن زمان تاکنون بخش زیادی از آب آشامیدنی و آبی مورد نیاز صنعت استان یزد از این آب تأمین می‌شود. به‌خاطر تغییرات اقلیم و خشکسالی‌های سال‌های اخیر، استفاده از این آب در صنعت یزد مورد انتقادهای زیادی قرار گرفته است.

۱۳۸۷ تا ۱۳۹۰ شد (امین، ۱۳۹۰). هرچند پروژه خوشه نساجی یزد محدود به شبکه نساجی شاهده نبود، اما با توجه به پویایی و رشد شتابان شبکه نساجی در این منطقه، این پروژه عمدتاً روی بخش بافندگی صنعت نساجی یزد تمرکز یافت و شبکه نساجی شاهده بیشترین بهره را از این پروژه برای تثبیت و گسترش خود برد. تقریباً تمام مصاحبه‌شوندگان، از تأثیرات بسیار مثبت این پروژه بر شبکه نساجی شاهده سخن گفته‌اند و آن را نقطه عطفی در تحول آن دانسته‌اند. درواقع، پروژه خوشه سبب شد «ساجان شاهده از محیط بسته خودشان درآیند و با جرئت بیشتری کار خود را توسعه دهند» (مصاحبه‌شونده ۹). در پروژه خوشه، تعداد زیادی ماشین‌آلات پیشرفته نساجی و نرم‌افزارهای طراحی پارچه خریداری و جذب شبکه شد، یک مرکز طراحی پارچه در شاهده ایجاد شد و به تبع آن، رشته طراحی پارچه در برخی دانشگاه‌های یزد تأسیس شد، فنون بازاریابی و برندسازی در شبکه جذب شد و روزه‌روز تعداد بیشتری از کارآفرینان از این تکنیک‌ها برای نفوذ بیشتر در بازار بهره بردند.

در دهه گذشته با افزایش تعداد واحدهای تولیدی در شبکه نساجی شاهده، مسئولان محلی و استانی در تأمین زیرساخت‌های لازم برای واحدهای تولیدی نساجی (از جمله اعطای امتیاز زمین و آب و برق صنعتی و مجوزهای زیست‌محیطی) همکاری مؤثری کردند و محل تجمع واحدهای تولیدی که در زبان محلی به «یوخچی‌آباد» مشهور است، عملاً به یک شهرک صنعتی پررونق تبدیل شده است. با تثبیت هرچه بیشتر شبکه نساجی در شاهده، به تدریج شرکت‌های نخ‌ریسی معتبر در شاهده با تأسیس دفتر نمایندگی یا ایجاد یک شعبه نخ‌ریسی در شاهده، نیز جذب شبکه شدند (مصاحبه‌شوندگان ۲۳ و ۲۵).

تثبیت شبکه نساجی در شاهده به حدی رسیده که دیگر کانون‌های صنعت نساجی در ایران مانند کاشان و اصفهان در زمینه تولید پارچه رومبلی و روفروشی توان رقابت با آن را ندارند. موفقیت شبکه نساجی شاهده و تثبیت آن موجب افزایش روحیه افتخار و رضایت اعضای این شبکه از عضویت درون آن شده است؛ به‌طوری‌که تقریباً همه مصاحبه‌شوندگان از عضویت در آن رضایت دارند و به آن افتخار می‌کنند. این افتخار را از زبان یکی از طراحان پارچه که از تهران به یزد مهاجرت کرده و از اعضای اصلی شبکه است می‌توان شنید: «هنوز هم بعد از ۲۴ سال فعالیت، واقعاً از کارم لذت می‌برم... اگر کسی در این شبکه کار کند، درآمد خوبی دارد. خوشحالم که اثراتی در اینجا از خود به‌جای گذاشته‌ام» (مصاحبه‌شونده ۱۴).

جدول ۲. عوامل انسانی و غیر انسانی مؤثر در توسعه صنعت نساجی شاهده

دوره ۱۳۶۸-۱۳۳۰		دوره ۱۴۰۲-۱۳۶۸	
محصول اصلی: روفروشی و انواع منسوجات ساده		محصول اصلی: پارچه رومبلی و روفروشی‌های فاخر	
ویژگی محوری		ویژگی محوری	
اکتت‌های انسانی	نیروی کار مدیریتی و اداری و مالی	پدر خانواده	پدر خانواده (مشورت و پشتیبانی و هماهنگی) و پسران (مدیریت و خریدوفروش) و دختران (طراحی و فعالیت‌های اداری و مالی)
	نیروی فنی (تکنسین و تعمیرکار مکانیکی و برقی و زهکش)	غیربومی (نمایندگان شرکت‌های سازنده) و بومی	

دوره ۱۳۶۸-۱۴۰۲	دوره ۱۳۳۰-۱۳۶۸	
محصول اصلی: پارچه رومبلی و روفرشی های فاخر	محصول اصلی: روفرشی و انواع منسوجات ساده	
ویژگی محوری	ویژگی محوری	
غیربومی (افغانستانی/ پاکستانی/ استان های حاشیه ای ایران)	بومی منطقه	نیروی کار ساده (اپراتور دستگاه و حمل بار)
بومی آموزش دیده	بومی سنتی و غیربومی ماهر	طراح پارچه
غیربومی (به ویژه تهرانی)	بومی (یزد و شاهده)	تاجر پارچه
شهرهای ایران و کشورهای همسایه (عراق و افغانستان و پاکستان و منطقه قفقاز)	یزد و شهرهای ایران	بازار پارچه
حمایت همه جانبه (تهیه زیرساخت و انرژی و وام و آموزش)	حمایت مالی در تأمین سرمایه اولیه	دولت (بانک، مسئولان محلی و استانی)
تفکیک کامل محل کار از محل سکونت و شکل گیری شهرک صنعتی یوخچی	تفکیک محدود محل کار از محل سکونت	زمین
تشدید کمبود آب و مزیت یافتن صنعت نساجی به عنوان صنعت کم آب خواه	کم شدن آب و به صرفه نبودن کشاورزی	آب
بومی (خانوادگی)، دولتی و غیربومی	بومی (خانوادگی) و دولتی (وام بانکی)	سرمایه اولیه و سرمایه در گردش
ورود گسترده ماشین آلات خارجی پیشرفته از ایتالیا و بلژیک و چین	مکانیکی ساده تولید داخل کشور و ورود محدود ماشین آلات خارجی پیشرفته	ماشین آلات
اتصال به شبکه ملی برق (در سال ۱۳۵۴)	موتور برق	انرژی برق
مجاورت جغرافیایی و توسعه یافتگی شبکه حمل و نقل	مجاورت جغرافیایی و توسعه نیافتگی شبکه حمل و نقل	فاصله از مرکز شهر و شبکه حمل و نقل
شبکه خانوادگی با محوریت سلطانی گردفرامری	شبکه خانوادگی با محوریت سلطانی گردفرامری	شبکه خانوادگی

اکتنت های غیر انسانی

۶. بحث و نتیجه گیری

در این مقاله، ضمن بهره گیری از ادبیات نظری «کارآفرینی در زمینه»، عوامل زمینه ای (جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی) مؤثر بر پدیده کارآفرینی در صنعت نساجی مدرن منطقه شاهده یزد بررسی و چگونگی بهره مندی کارآفرینان این منطقه از حکم شددگی خانوادگی و محلی شان واکاوی شد. نشان دادن درهم تنیدگی کنشگران انسانی و هستارهای غیر انسانی در تحول این صنعت و تأکید بر ماهیت دینامیک، فرایندی و احتمالی آن، از رویکرد کنشگر- شبکه (با تأکید بر نسخه کارآفرینی) صورت گرفت. درواقع توسعه صنعت مدرن نساجی شاهده را می توان نمونه بارز شکل گیری و رشد یک کنشگر- شبکه دربردارنده کنشگران انسانی (کارآفرینان بنیان گذار (استادکاران)، شبکه خانواده بزرگ و هم محله ای های کارآفرینان، مدیران دولتی محلی، طراحان پارچه، تجار و فروشندگان نخ و پارچه، مهاجران افغانستانی ...) و هستارهای غیر انسانی (میراث اقتصادی اجتماعی و صنعتی، موقعیت جغرافیایی، فناوری (دستگاه های نساجی) و دانش فنی، انرژی برق، صدای دستگاه های نساجی و ژنراتور برق، تغییرات اقلیمی و کمبود آب، موضوع آلودگی محیط زیستی، تغییر ذائقه/ سلیقه جامعه و بازار و...) درنظر گرفت که حدود هفتاد سال پیش با محوریت گروهی از کارآفرینان محلی

به صورت درون‌زا شروع به رشد کرد و طی این مدت دو چرخه تحول را پشت سر گذاشت و اکنون به شبکه‌ای تاب‌آور و همچنان در حال رشد در منطقه تبدیل شده است. درواقع یافته‌های این مقاله هم‌راستا با یافته‌های پژوهشگرانی است که بر تأثیر «میراث اقتصادی اجتماعی» منطقه بر عملکرد کارآفرینان و بنگاه‌های اقتصادی تأکید دارند. فرهنگ صنعتی شکل‌گرفته ناشی از سابقه طولانی صنعت سنتی و دستی نساجی در شاهدهیه و دانش ضمنی حک‌شده^۱ در این منطقه، فضای کنش مناسبی را برای استادکاران نساجی در این منطقه فراهم کرد تا این صنعت را توسعه دهند و کنشگران خانوادگی و محلی را به شبکه خود علاقه‌مند و جذب کنند؛ به‌ویژه سوق‌یافتن این شبکه به سمت بافت روفرشی و پارچه رومبلی و تبدیل شاهدهیه به مهم‌ترین منطقه بافت این محصولات در ایران، بدون درنظرگرفتن میراث این منطقه در بافت پارچه‌های سنتی ترمه (که دارای بافتی مشابه هستند)، قابل فهم نیست.

به‌علاوه، شبکه خانوادگی منسجم نقش مهمی در ظهور کارآفرینان مورد مطالعه ما و حرکت مستمر و روبه‌جلوی آن‌ها داشت. شاهد مهم برای این ادعا آن است که همه کارآفرینان بنیان‌گذار این شبکه از روستای گردفرامرز و از خانواده بزرگ و گسترده سلطانی گردفرامرزی ظهور کردند و در حال حاضر نیز از ۴۲۶ واحد تولیدی، ۱۸۰ تایی آن مستقیماً به این خانواده تعلق دارد (انجمن نساجی یزد ۱۴۰۲). به این ترتیب، این مطالعه تأییدی است بر مطالعاتی که سرمایه اجتماعی خانوادگی یا پیوندهای قوی کارآفرینان با خانواده خود و به تعبیر دیگر، حک‌شدگی خانوادگی و محلی‌شان را پشتوانه مهمی برای شکل‌دادن به شبکه کارآفرینی ارزیابی می‌کنند (لاور، ۲۰۰۵؛ لی بریتون-میلر و میلر، ۲۰۰۹؛ دیبرل و همکاران، ۲۰۰۹؛ بائو و همکاران، ۲۰۱۹). به‌ویژه این تحقیق شاهد دیگری است بر مطالعه هان و چنگ-مین (۲۰۱۵) که بر اهمیت حک‌شدگی محلی در جوامع آسیایی تأکید می‌کند. کردارهای نوع‌دوستانه و اجتماع‌محور کارآفرینان این شبکه نقش قابل‌توجهی در علاقه‌مندکردن و جذب کنشگران خانوادگی و محلی به شبکه آنان داشته است. براساس همین کردارها می‌توان از کارآفرینان مسئول و نوآوری مسئولانه (ووتن و همکاران ۲۰۱۵) در این شبکه سخن گفت.

نکته پراهمیت قابل‌ذکر در رابطه با کنشگران شبکه مورد مطالعه ما این است که نساجی سنتی به‌ویژه در شاهدهیه شغلی زنانه محسوب می‌شد و مردان عمدتاً نقش کارهای پشتیبانی را برعهده داشتند. با شکل‌گیری شبکه نساجی مدرن در شاهدهیه، عملاً زنان محوریت خود را در این شبکه از دست دادند و مردان نقش مؤسس و کنشگر اصلی این شبکه را بازی کردند. اما در دو دهه اخیر و در چرخه دوم تحول شبکه، با اهمیت‌یافتن روزافزون موضوع طراحی پارچه، شاهد ورود دوباره زنان به‌عنوان طراح پارچه، دفتردار، حسابدار و بازاریاب به شبکه هستیم.

البته کارآفرینان مورد مطالعه ما فقط به پیوندهای قوی خود اکتفا نکردند و از همان ابتدای شکل‌گیری شبکه، بر گسترش پیوندهای ضعیف خود با صنعتگران و بازاریان فراتر از منطقه خود نیز تأکید داشته‌اند. درواقع، بهره‌گیری هم‌زمان از پیوندهای ضعیف و قوی، همان‌طور که مورد تأکید بسیاری از محققان است (اوزدمیر و همکاران، ۲۰۱۶؛ رولی و همکاران، ۲۰۰۰؛ اوزی ۱۹۹۷)، رمز موفقیت این کارآفرینان تاکنون نیز بوده است. همین پیوندهای ضعیف کارآفرینان با بیرون از منطقه بوده که به آنان این امکان را داد که بتوانند به‌موقع تحولات فناوری نساجی و نیز تغییر سلیقه و نیاز بازار ایران را تشخیص دهند و فرصت‌های کارآفرینی جدیدی (روسکو و همکاران، ۲۰۱۳) را برسانند و آن را جذب شبکه خود کنند.

هرچند فرایند شکل‌گیری و رشد شبکه نساجی شاهدهیه عمدتاً با محوریت کنشگران انسانی، به‌ویژه نقش‌آفرینی گروهی از کارآفرینان بوده، اما تحلیل این شبکه بدون درنظرگرفتن نقش برجسته هستارهای غیرانسانی از جمله میراث اجتماعی-اقتصادی منطقه، جغرافیای منطقه، شرایط اقلیمی آن، فناوری و... ناممکن است. یافته‌های این مطالعه با یافته‌های سایر محققانی که بر تأثیر

میراث اجتماعی-اقتصادی منطقه‌ای بر عملکرد کارآفرینان و بنگاه‌های اقتصادی تأکید کرده‌اند، همسو است (ویرویچ، ۲۰۱۰؛ اشتوتز و همکاران، ۲۰۱۴). درواقع تغییر شبکه به سمت تولید روفری و پارچه‌های رومبلی و تبدیل شاهده به مهم‌ترین مرکز تولید این کالاها در ایران، بدون در نظر گرفتن میراث این منطقه در تولید پارچه‌های سنتی ترمه با بافت مشابه قابل درک نیست. کویری بودن و کمبود آب در منطقه، به‌ویژه تغییرات اقلیمی در دهه‌های اخیر و بحرانی شدن روزافزون موضوع آب در منطقه سبب شده شبکه صنعت نساجی مدرن به‌عنوان صنعتی کم‌آب‌خواه به‌عنوان رقیبی جدی برای شبکه کشاورزی و دامپروری که در منطقه قدمتی طولانی داشته‌اند و نیز برای شبکه صنایعی مانند فولاد و کاشی و سرامیک در استان یزد، مطرح شود و در اسناد توسعه یزد و نزد مدیران دولتی محلی مورد حمایت ویژه‌ای قرار گیرد (به‌طور مشخص، از طریق اجرای پروژه خوشه نساجی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۰). در این راستا، گسترش شبکه نساجی شاهده را می‌توان نمونه‌ای از حک‌شدگی پایدار کسب‌وکار^۱ (رامیرز پاسیاس و همکاران، ۲۰۲۳) دانست.

به عامل کویری بودن منطقه می‌توان عامل مهم دیگری را افزود: عبور مهم‌ترین جاده ترانزیتی شمال به جنوب ایران از کنار شاهده و قرارگیری زیرساخت‌های اقتصادی یزد در مجاورت شهر شاهده. درواقع، موقعیت خاص شاهده نسبت به شهر یزد، یعنی «فاصله جغرافیایی نه خیلی نزدیک و نه خیلی دور»، سبب شده کارآفرینان شاهده بتوانند درعین حال که از زیرساخت‌های تجاری و صنعتی شهر یزد بهره می‌گیرند، در اکوسیستم بزرگ نساجی یزد منحل نشوند و بتوانند یک شبکه مستقل نساجی را شکل دهند. عوامل بالا کمابیش در طول این هفتاد سال به‌عنوان عامل فعال و مؤثر در توسعه شبکه عمل کرده است و همچنان عمل می‌کند. این یافته‌ها هم‌راستا با تأکید پژوهشگران بر اهمیت زیرساخت‌ها برای توسعه اکوسیستم‌های نوآوری است (ایزبرگ، ۲۰۱۰).

علاوه بر این‌ها، فهم تحولات شبکه نساجی شاهده بدون در نظر گرفتن تحولات فناوری و به‌طور خاص دستگاه‌های نساجی ممکن نیست. هرچند دستگاه‌های نساجی تماماً و در همه مراحل تحول شبکه از خارج شبکه وارد شده است، اما جذب این فناوری مستلزم دانش فنی کار با این ماشین‌آلات و ایجاد تغییرات در آن در موارد مورد نیاز است که به‌صورت پیوسته در شبکه افزایش یافته است.

با توجه به شرایط نسبتاً ناپایدار اقتصادی و سیاسی در کشورهای درحال توسعه از جمله ایران، مدل توسعه درون‌زای شبکه نساجی شاهده احتمالاً بتواند الگوی نسبتاً خوبی برای توسعه صنعتی مناطق مختلف در این کشورها باشد. در این زمینه، توجه سیاست‌گذاران به زمینه‌های تاریخی و فرهنگی و اجتماعی منطقه بسیار پراهمیت است. همچنین با توجه به تأثیر مثبت اجرای پروژه خوشه نساجی بر این شبکه می‌توان توسعه این‌گونه پروژه‌ها را به سیاست‌گذاران صنعتی توصیه کرد.

به‌رغم تثبیت و گسترش شبکه نساجی شاهده، این شبکه با چالش پیوستن به بازارهای رقابتی جهانی و ورود به زنجیره‌های ارزش جهانی مواجه است که مستلزم گذر از سرمایه اجتماعی درون‌گروهی به سرمایه اجتماعی برون‌گروهی است (نورینگا و استاورن ۱۴۰۳). در تحقیقات آتی می‌توان چگونگی این گذر و چگونگی ترکیب بهینه این دو نوع سرمایه اجتماعی به‌منظور موفقیت در این گذر و نیز پیامدهای این گذر برای سرمایه اجتماعی خانوادگی و محلی منطقه شاهده را مطالعه کرد.

مأخذ مقاله: مستخرج از پایاننامه کارشناسی ارشد نویسنده سوم با عنوان «مطالعه زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی توسعه صنعت

نساجی در منطقه شاهده یزد»، گروه مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد. در این مقاله تعارض منافی وجود ندارد.

منابع

- استانداری یزد (۱۴۰۰). *سالنامه آماری*، یزد
- امین، محمد (۱۳۹۰). *پروژه خوشه نساجی یزد، انجمن نساجی یزد*
- انجمن نساجی یزد (۱۴۰۲). *گزارش شرکت‌های نساجی منطقه شاهدیه یزد*
- حلاج، صفیه، و مرشدی، ابوالفضل (۱۴۰۱). *تجدد صنعتی یزد در عصر پهلوی، موردکاوی صنعت نساجی مدرن شهر یزد بین سال‌های ۱۳۱۰ تا ۱۳۴۲. تحقیقات تاریخ اقتصادی ایران، ۱۱(۱): ۵۳-۸۵*
- خسروی ترازک، شریف؛ طالبی، ابوتراب و انتظاری، علی (۱۴۰۰). *زمینه فرهنگی کنش اقتصادی: مورد مطالعه استان کرمانشاه. فصلنامه توسعه اجتماعی، ۱۵(۲): ۱۳۵-۱۷۲*
- شرکت شهرک‌های صنعتی یزد (۱۳۹۰). *گزارش پروژه خوشه نساجی یزد*
- علینژاد، منوچهر؛ سعیدی، علی اصغر و بیرجندی چارطاقی، فاطمه (۱۳۹۸). *واکاوی تبارگرایی بنگاه‌های خانوادگی موفق در ایران (با تأکید بر شیرینی‌فروشی حاج خلیفه در یزد). مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۶(۲): ۲۹۲-۲۷۳. <https://doi.org/10.22059/jsr.2020.77123>*
- مرکز آمار ایران (۱۳۴۵). *فرهنگنامه روستایی، تهران*
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). *سرشماری‌های نفوس و مسکن، تهران*
- منصوریان راوندی، فاطمه؛ نیکخواه قمصری؛ گنجی، محمد و باستانی، سوسن (۱۴۰۱). *برساخت جنسیت در فضای کسب و کار (واکاوی تجارب دانش‌آموختگان شاغل در شهر تهران). زن و توسعه در سیاست، ۲۰(۲): ۱۸۳-۲۰۷. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2022.326861.1008047>*
- نوذری، حمزه (۱۳۹۹). *مسأله کنش اقتصادی: امکان بدیل جامعه شناختی در مواجهه با نظریه انتخاب عقلانی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۷(۹۱): ۲۲۲-۱۹۵. <https://doi.org/10.22054/qjss.2021.56507.2310>*
- نورینگا، پیترو و آیدین ون استاورن (۱۴۰۳). *سرمایه اجتماعی برای توسعه صنعتی، ترجمه ابوالفضل مرشدی و دانیال ستارنژاد، یزد: دانشگاه یزد*
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18, 573-596. <https://doi.org/10.12691/jbe-2-4-1>
- Alinajad, M., Saeidi, A. A., & Birjandi Chartaghi, F. (2019). Genealogic analysis of successful family businesses in Iran (with emphasis on Haj Khalifeh Confectionery in Yazd). *Sociological Studies*, 26(2): 273-292. <https://doi.org/10.22059/jsr.2020.77123> (In Persian)
- Amin, M. (2011). *Yazd Textile Cluster Project*. Yazd Textile Association. (In Persian)
- Aoyama, Y. (2009). Entrepreneurship and Regional Culture: The Case of Hamamatsu and Kyoto, Japan, *Regional Studies*, 43(5), 495-512. <https://doi.org/10.1080/00343400902777042>
- Audretsch, D. (2012). Entrepreneurship Research. *Management Decision*, 50, 755-764. <https://doi.org/10.1108/00251741211227384>
- Baù, M., Chirico, F., Pittino, D., Backman, M., & Klaesson, J. (2019). Roots to grow: Family firms and local embeddedness in rural and urban contexts. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(2), 360-385. <https://doi.org/10.1177/1042258718796089>
- Binnui, A., Cowling, M., & Beszczynska, O. (2015). A conceptual framework for measuring entrepreneurship and innovation of young hi-technology firms. *Journal on Business Review (GBR)*, 4(3). <https://doi.org/10.5176/2251-2039 IE15.13>
- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674029095>
- Callon, M. (1984). Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay. *The Sociological Review*, 32(1), 196-233. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1984.tb00113.x>

- Dibrell, C., Craig, J. B., Moores, K., Johnson, A. J., & Davis, P. S. (2009). Factors critical in overcoming the liability of newness: Highlighting the role of family. *Journal of Private Equity*, 12(2), 38-48. <https://doi.org/10.3905/JPE.2009.12.2.038>
- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: Some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*, 4, 11-26. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90031-1](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90031-1)
- Gherardi, S., & Nicolini, D. (2007). Actor-networks: Ecology and entrepreneurs, Actor-network theory and organizing, 1, 285-306. Available at: https://warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/research/ikon/people/davidenicolini/gherardinicolini_actor_network_and_enterpreneus.pdf.
- Habbershon, T. G. (2006). Commentary: A Framework for Managing the Familiness and Agency Advantages in Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 879-886, <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00158.x>
- Hallaj, S., & Morshedi, A. (2022). Industrial modernity of Yazd in the Pahlavi era, a case study of the modern textile industry of Yazd city between 1931 and 1963. *Economic History Research of Iran*, 11(1): 53-85. <https://doi.org/10.30465/sehs.2022.37196.1735> (In Persian)
- Han, I., & Cheng-Min, C. (2015). The antecedents and consequences of local embeddedness: A framework based on the rice industry in Taiwan. *Asian Business and Management*, 14(3), 1-32. <https://doi.org/10.1057/abm.2015.4>
- Howard, E., Aldrich, Jennifer, E., Cliff. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596, [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Kalantaridis, C., & Bika, Z. (2006). Local Embeddedness and Rural Entrepreneurship: Case-Study Evidence from Cumbria, England. *Environment and Planning A: Economy and Space*. 38(8), 1561-1579. <https://doi.org/10.1068/a3834>
- Khusravi Tarazak, S., Talebi, A., & Entesari, A. (2021). Cultural context of economic action: A case study of Kermanshah Province. *Quarterly Journal of Social Development*, 15(2): 135-172. (In Persian)
- Knorringa, P., & Staveren, I. V. (2006). *Social capital for industrial development: operationalizing the concept*, Vienna: UNIDO. Available at: https://repub.eur.nl/pub/21665/social_capital.pdf.
- Latour, B. (1987). *Science in action: How to follow scientists and engineers through society*. Cambridge, Massachusetts: Harvard university press.
- Latour, B. (1988) *The pasteurization of France*. Translated by Alan Sheridan and John Law, Cambridge, Massachusetts: [Harvard University Press](#).
- Latour, B., & Woolgar, S. (1979). [Laboratory life: the construction of scientific facts](#), Los Angeles: [Sage Publications](#).
- Lauer, S. R. (2005). Entrepreneurial Processes in an Emergent Resource Industry: Community Embeddedness in Maine's Sea Urchin Industry. *Rural Sociology*, 70(2), 145-166. <https://doi.org/10.1526/0036011054776406>
- Law, J. (1992). *Notes on the theory of the actor network: ordering, strategy and heterogeneity*, Lancaster: Lancaster University Press.
- Le Breton-Miller, I., & Miller, D. (2009). Agency vs. Stewardship in Public Family Firms: A Social Embeddedness Reconciliation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(6), 1169-1191. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00339.x>
- Mansourian Ravandi, F., Nikkhah Ghamsari, G., Ganji, M., & Bastani, S. (2022). Gender construction in the business environment (An analysis of the experiences of employed graduates in Tehran). *Women and Development in Politics*, 20(2): 183-207. <https://doi.org/10.22059/jwdp.2022.326861.1008047> (In Persian)
- Martínez-Sanchis, P., Aragón-Amonarriz, C. & Iturrioz-Landart, C. (2020). How does the territory impact on entrepreneurial family embeddedness?. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(2), 196- 217. <https://doi.org/10.1108/JEC-09-2019-0087>
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. *Oecd*, 30(1), 1-38

- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2005). Management Insights from Great and Struggling Family Businesses. *Long Range Planning: International Journal of Strategic Management*, 38(6) 517–530. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2005.09.001>.
- Nooringa, P., & Van Staveren, A. (2024). *Social Capital for Industrial Development* (A. Morshedi & D. Sattarnejad, Trans.). Yazd: Yazd University. (In Persian)
- Nozari, H. (2020). The problem of economic action: The possibility of a sociological alternative in confronting rational choice theory. *Quarterly Journal of Social Sciences*, 27(91): 195-222. <https://doi.org/10.22054/qjss.2021.56507.2310> (In Persian)
- Ozdemir, S. Z., Moran, P., Zhong, X., & Bliemel, M. J. (2016). Reaching and Acquiring Valuable Resources: The Entrepreneur's Use of Brokerage, Cohesion, and Embeddedness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 4, 49-79. <https://doi.org/10.1111/etap.12103>
- Pallares-Barbera, M., Tulla, A. F., & Vera, A. (2004). Spatial loyalty and territorial embeddedness in the multi-sector clustering of the Bergueda region in Catalonia (Spain). *Geoforum*, 35(5), 635-649. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.03.004>, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.03.004>
- Ramirez-Pasillas, M., Saari, U., & Lundberg, H. (2023). Business Groups owned by Family and Sustainability Embeddedness: Understanding the Family Sustainability Spectrum. In M. Rautiainen, M. J. Parada, T. Pihkala, N. Akhter, A. D. Cruz, and K. Mukherjee (Eds.). *The Palgrave Handbook of Managing Family Business Groups*, 429-457, Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-13206-3_17
- Rogoff, E. G., & Heck, R. K. (2003). Evolving research in entrepreneurship and family business: recognizing family as the oxygen that feeds the fire of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 18, 559-566. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00009-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00009-0)
- Roscoe, P., Discua Cruz, A., & Howorth, C. (2013). How does an old firm learn new tricks? A material account of entrepreneurial opportunity. *Business History*, 55(5), 53–72. <https://doi.org/10.1080/00076791.2012.687540>
- Rowley, T., Behrens, D., & Krackhardt, D. (2000). Redundant Governance Structures: An Analysis of Structural and Relational Embeddedness in the Steel and Semiconductor Industries. *Strategic Management Journal*, 21, 369-386. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200003\)21:3<369::AID-SMJ93>3.0.CO;2-M](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200003)21:3<369::AID-SMJ93>3.0.CO;2-M)
- Saxenian, AnnaLee, *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128* (1994). University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1496715>
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Statistical Center of Iran. (1966). *Rural Dictionary*. Tehran. (In Persian)
- Statistical Center of Iran. (2016). *Population and Housing Censuses*. Tehran. (In Persian)
- Stephan, U., & Uhlaner, L.M. (2010). Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 41, 1347-11364. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.14>
- Steyaert, C. (2007). Entrepreneurship' as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(6), 453–477
- Stuetzer, M., Obschonka, M., Brixy, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*. *Small Bus Econ*, 42(2), 221–244.
- Thai, Q. H., Mai, K. N. (2023). Entrepreneurial traits: a systematic literature review. *Manag Rev Q*. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00370-4>
- Uzzi, B. (1997) Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35–67. <https://doi.org/10.2307/2393808>
- van de Ven, G.P. (Ed.) (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90028-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90028-4)

- Voeten, J., de Haan, J. A. C., Roome, N., & de Groot, G. A. (2015). Understanding responsible innovation in small producers' clusters in Vietnam through Actor Network Theory (ANT) . *European Journal of Development Research*, 27(2), 289-307. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2014.35>
- Walsh, J., & Winsor, B. (2019). Socio-cultural barriers to developing a regional entrepreneurial ecosystem". *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(3), 263-282. <https://doi.org/10.1108/JEC-11-2018-0088>
- Wyrwich, M. (2010). Assessing the role of strategy and "socioeconomic heritage" for rapidly growing firms: evidence from Germany. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 1, 245-263. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2010.030976>
- Yazd Industrial Parks Company. (2011). *Yazd Textile Cluster Project Report*. Yazd. (In Persian)
- Yazd Province Governor's Office. (2021). *Statistical Yearbook*. Yazd. (In Persian)
- Yazd Textile Association. (2023). *Report on Textile Companies in Shahidiyeh Area*, Yazd. (In Persian)