

# حمایت دولت از کسب و کارهای خانگی

## موانع و راه‌حل‌ها

داود پرچمی\* ، فاطمه جلالی\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۲/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۶/۲۳

### چکیده

کسب و کار خانگی فعالیتی است مستمر در تولید و یا عرضه کالا و خدمات که برای کسب درآمد، در محل سکونت افراد انجام می‌شود. در چند دهه اخیر کسب و کارهای خانگی بار دیگر مورد توجه مردم و سیاستگذاران، مسئولان دولتی و نهادهای غیردولتی قرار گرفته است. در سال‌های گذشته در ایران نیز اقدامات و حمایت‌هایی از سوی دولت برای رشد و گسترش این کسب و کارها انجام شده است با این حال هنوز چالش‌هایی در این کسب و کارها و حمایت‌های مورد نیازشان وجود دارد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی مشکلات و موانع موجود در اقدامات دولت و ارائه راه‌حل، صورت گرفته است. اطلاعات لازم با روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحبان کسب و کارهای خانگی، تسهیلگران، مشاوران و مسئولان دولتی و

\* استادیار جامعه گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی. (نویسنده مسئول) d-parchami@sbu.ac.ir

fate\_jalali@sbu.ac.ir

\*\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی.

نهادهای حمایتی به دست آمده است و پاسخگویان با روش گلوله برفی شناسایی شده‌اند. نتایج نشان داد که دو دسته از مشکلات وجود دارند، یک دسته مشکلاتی که در حمایت‌ها و برنامه‌های دولت وجود دارد و دسته دیگر چالش‌ها و مشکلاتی که مسئولان نهادهای دولتی و حمایتی در اقدامات خود درباره کسب‌وکارهای خانگی با آن مواجه هستند.

**واژه‌های کلیدی:** کسب‌وکار، کسب‌وکار خانگی، ذینفعان، حمایت‌های دولتی، چالش‌های کسب‌وکار خانگی

## طرح مسئله

ایجاد اشتغال از مهمترین عوامل رشد اقتصادی و افزایش ثروت در جوامع است. تجربه توسعه اقتصادی در کشورهای مختلف، موجب شده به رویکرد سنتی با تأکید بر ایجاد کمپانی‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ همراه با مشوق‌ها و بخشش‌های مالیاتی برای اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی توجه کمتری شده و ایجاد کسب‌وکارهای جدید، حمایت و رشد کسب‌وکارهای کوچک مورد تأکید قرار گیرد. پن‌رژ در نظریه اقتصادهای حاشیه‌ای به این نکته اشاره می‌کند که در شرایط شکوفایی و رونق اقتصادی، ایجاد فرصت‌های رشد برای کسب‌وکارهای کوچک، سهل‌الوصول‌تر از توسعه کسب‌وکارهای بزرگ است. این امر در شرایط دشوار اقتصادی نیز صادق است، زیرا ایجاد یک کسب‌وکار کوچک برای رسیدن به درآمد و اشتغال پایدار، هزینه و امکانات کمتری را طلب می‌کند. امروزه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به عنوان موتور رشد اقتصادی در سرتاسر جهان شناخته می‌شوند که از مهم‌ترین اهداف آن‌ها کاهش فقر از طریق ایجاد شغل است. کسب‌وکارهای خانگی یکی از انواع مهم و کم‌هزینه کسب‌وکارهای کوچک‌اند و از چند دهه گذشته، در بسیاری از کشورها شروع کسب‌وکار خانگی به عنوان راهی کم‌خطر برای یک

### حمایت دولت از کسب و کارهای خانگی ...

کسب‌وکار جدید اهمیت روز افزونی پیدا کرده است و مورد توجه محققان و سیاستگذاران قرار گرفته است.

کسب‌وکارهای خانگی با فراهم کردن فرصت اشتغال و افزایش درآمد و رفاه باعث رفع کاستی‌ها و تأمین نیازهای اقتصاد محلی شده و راه را برای توسعه پایدار اقتصادی هموار می‌کنند (Horgan, 2001). این بخش از فعالیت‌های اقتصادی حتی اگر به عنوان اقتصاد پنهان نیز شناخته شوند به دلیل اشتغال‌زایی و کاهش هزینه‌های دولت، موجب رونق اقتصادی کشور خواهند شد (Kellett and Tipple, ) و همچنین فرصت بسیار مناسبی برای کارآفرینی زنان و جوانان فراهم می‌کنند. این کسب‌وکارها تنها در کشورهای در حال توسعه مطرح نیستند، بیش از نیمی از کسب‌وکارهای کوچک در کشورهای پیشرفته را نیز کسب‌وکارهای خانگی تشکیل می‌دهند (Mason, 2010: 104). در آمریکا در یک دهه گذشته حدود ۵۰ درصد همه کسب‌وکارها، خانگی بوده‌اند، ۶۱ درصد کسب‌وکارهایی که فقط صاحب کسب‌وکار در آن مشغول است، ۲۳ درصد کسب‌وکارهای کوچک و ۰/۳ درصد کسب‌وکارهای بزرگ، خانگی هستند (SBA, 2017: 3). امروزه کسب‌وکار خانگی بزرگترین گروه کسب‌وکار در استرالیا است که حدود ۶۷ درصد کسب‌وکارهای کوچک و ۵۸ درصد از کل کسب‌وکارها در این کشور را شامل می‌شود (ABS, ).

به دلیل تاثیرگذاری و افزایش کسب‌وکارهای خانگی در ایران، قانون "ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی" در ۱۲ ماده در جلسه علنی ۱۳۸۹/۲/۲۲ مجلس شورای اسلامی تصویب و در ۱۳۸۹/۳/۸ به تایید شورای نگهبان رسید بر اساس این قانون، وزارت کار و امور اجتماعی، موظف شد سازوکار مناسب برای ایجاد ساختار دبیرخانه دائمی ستاد را با هماهنگی معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی ریاست جمهوری فراهم نماید و اقدامات و حمایت‌ها با هماهنگی این ستاد انجام شود. با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای خانگی، توجه مردم و مسئولان به این کسب‌وکارها، بررسی اقدامات حمایتی دولت از دیدگاه ذینفعان و مطلعین، به منظور آسیب‌شناسی و اصلاح اقدامات

گذشته و ارائه راه‌حل امری بسیار ضروری است. هدف این بررسی نیز شناسایی مشکلات و موانع موجود و راه‌حل‌های ممکن از دیدگاه ذینفعان است که می‌تواند در اقدامات مسئولان، تسهیلگران و پشتیبانان مؤثر باشد. ما در این بررسی برآنیم به این سؤالات پاسخ دهیم که چه مشکلاتی در اقدامات دولت در حمایت از کسب‌وکارهای خانگی وجود دارد و چه راه‌حلهایی برای این مشکلات از سوی ذینفعان به عنوان مطلعین این حوزه پیشنهاد می‌شود؟

### چارچوب مفهومی

#### تعریف کسب‌وکارهای خانگی

کسب‌وکارهای خانگی از دیرباز در جوامع حضور داشته و بعد از یک دوره افول، مجدداً مورد توجه قرار گرفته‌اند. استراسمن (۱۹۸۶) در مقاله‌ای با موضوع "کسب‌وکارهای مبتنی بر خانه در پرو" مفهوم کسب‌وکارهای خانگی را به عنوان جایگزین "صنایع خانگی" استفاده کرد (Strassmann, 1986: 485). این کسب‌وکارها شامل هر نوع کاری هستند که از طریق آن‌ها کالا یا خدماتی به بازار عرضه می‌شود، این کالا و خدمات، توسط یک فرد خود اشتغال به تنهایی یا به همراه افرادی که او استخدام کرده، با استفاده از امکانات محل سکونت، تهیه شده است (Mason et al, 2008: 10).

در این بررسی کسب‌وکار خانگی فعالیتی است مستمر در تولید و یا عرضه کالا و خدمات که برای کسب درآمد، در محل سکونت افراد انجام می‌شود. صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در ایران بنابر تعاریف رسمی می‌توانند به صورت مستقل و یا پشتیبان باشند. منظور از پشتیبان، "اشخاص حقیقی یا حقوقی است که مسئولیت حمایت از تعدادی از شاغلین خانگی را در کل فرایند تولید و ارائه خدمات، اعم از

آموزش، تهیه و توزیع مواد اولیه و ابزار کار (حسب مورد)، مشاوره، طراحی، نوآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و فروش، بر عهده می‌گیرند"<sup>۱</sup>.

### اقدامات دولت درباره کسب‌وکارهای خانگی و چالش‌های آن

از بین بررسی‌های انجام شده در حوزه کسب‌وکار خانگی برخی آن را بر اساس معیشت پایدار و استفاده خانواده‌های فقیر از منابع محدود در دسترس برای راه‌اندازی کار بررسی کرده‌اند:

(Tipple, 2005, 2004). (Cough et al, 2003). (Chandrasekhar, 2014). (Lawanson and Olanrewaju, 2012). (Verrest, ). (Miller, 2012). (Prananing, 2015).

و برخی آن را به عنوان یک فعالیت کارآفرینانه به ویژه برای شروع کم هزینه یک کسب‌وکار مورد مطالعه قرار داده‌اند:

(Walker and Websrer, 2004). (Edwards et al, 2005). (Mason, 2010). (Mason et al, 2008). (Verrest, 2013). (Vorely and Rodgers, 2012). (Kpasi, 2015). بر اساس این بررسی‌ها و شواهد و مدارک موجود، نباید کسب‌وکار خانگی را کسب‌وکاری دانست که تنها از سوی افراد فقیر، زنان و یا افراد بدون توانمندی به عنوان درآمد جانبی انجام می‌شود و یا صرفاً کاری پاره وقت و یا برای سرگرمی است، بلکه این کسب‌وکارها قابلیت ایجاد مشاغل پایدار و دائمی با درآمد مناسب را دارند که منجر به بهبود شرایط اقتصادی فرد، واحد خانوار، اجتماع محلی و اقتصاد کلان می‌شوند و می‌بایست از آنها حمایت شود.

یکی از مهم‌ترین اقدامات در جهت حمایت از این کسب‌وکارها، جدی تلقی شدن آنها از سوی سیاستگذاران است (Mason and Reuschke, 2015: 47)، به طوری که آن را یک سرگرمی یا تنها یک کار پاره‌وقت نبینند. کلت و تیپل (۲۰۰۲) نیز معتقدند کسب‌وکارهای خانگی بخشی از استراتژی معیشت پایدار خانواده‌های کم‌درآمد هستند

---

۱- دستورالعمل "اجرایی قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی"

و دولت‌ها می‌بایست رویکرد مثبتی نسبت به آن‌ها داشته باشند و آن را به عنوان یک امر ارزشمند برای کشور، شهر، اجتماع محلی و اقتصاد واحد خانوار بپذیرند و نه مخل امنیت محل و نظم خانه، تا از این طریق رفاه اجتماعی شهروندان افزایش پیدا کند. بررسی‌های مختلف نیز نشان داده است که بسیاری از پیش‌فرض‌هایی که باعث می‌شود کسب‌وکارهای خانگی مورد توجه افراد به ویژه مسئولان دولتی و سیاستگذاران قرار نگیرند، رد می‌شوند. به عنوان مثال بررسی واکر (۲۰۰۳) در استرالیا نشان داد که عموماً صاحبان کسب‌وکارهای خانگی مردانند، به صورت تمام وقت کار می‌کنند و درآمد ناشی از آن درآمد اصلی آنان به حساب می‌آید (Walker, 2003: 41). بررسی میدانی در کشورهای هند، اندونزی، بولیوی و آفریقای جنوبی نیز نشان داد که کسب‌وکارهای خانگی با حجم بالایی آلودگی، بسیار کم هستند، زیرا آن‌ها عموماً به فعالیت‌هایی می‌پردازند که آلودگی چندانی در پی ندارند، میزان مشکلات و آلودگی‌هایی که آن‌ها ایجاد می‌کنند در مقایسه با سایر مشاغل نیز کمتر است. در شرایطی هم که کسب‌وکارهای خانگی موجب افزایش زباله‌های محلی می‌شوند، عموماً این امر نشان دهنده ضعف خدمات سیستم محلی است و نه این کسب‌وکارها (Tipple, 2005: 275). بنابراین می‌بایست دیدگاه‌های منفی نسبت به کسب‌وکارهای خانگی را کنار گذاشت و با حمایت از آن‌ها از پتانسیل این کسب‌وکارها در جهت توسعه اقتصادی افراد، اجتماعات محلی و کشور استفاده کرد.

مطالعه مهروتا و بیگری نشان داد که مداخلات سیاستگذاران در توسعه سرمایه انسانی و زیرساخت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و توسعه اقتصادی محلی ضروری است (Mehrotra and Biggeri, 2002: 13). سیاستگذاری‌ها، قوانین و حمایت‌های دولتی می‌توانند ساختارها و نهادهای لازم را برای توانمندسازی و موفقیت این کسب‌وکارها فراهم کنند. نهادها حد و مرز مجموعه انتخاب‌های افراد را تعیین می‌کنند. همانطور که مرتن در انتظارات نقش به آن اشاره می‌کند، ساخت نهادی در جامعه "هدف‌های مشروع" و "هنجارهای تنظیم کننده" که می‌توان به وسیله آن‌ها

این هدف‌ها را به شکلی مشروع به دست آورد را مشخص می‌کند (Merton, 1957: 132). محدودیت‌های نهادی هم شامل مواردی می‌شود که افراد از انجام آن منع شده‌اند و هم مواردی را در بر می‌گیرد که در آن شرایط بعضی از افراد مجاز به انجام فعالیت‌های خاصی هستند. نهادها چارچوب‌هایی هستند که کنش متقابل انسان‌ها در درون آن‌ها تحقق می‌پذیرد (نورث، ۱۳۷۷: ۲۱). اقدامات، حمایت‌ها، سیاستگذاری‌ها و قوانین دولتی می‌توانند "ساختار نهادی" را ایجاد کنند که تسهیل‌کننده و یا محدود کننده امکان رشد این کسب‌وکارها باشد. نهادها، می‌توانند رسمی-قوانین- و هم غیررسمی- آداب و رسوم<sup>۱</sup>، قواعد و اصول رفتاری<sup>۲</sup>- باشند (North, 2002: 5-6).

عجم اوغلو و رابینسون<sup>۳</sup> از جمله پژوهشگرانی هستند که به تشریح نقش نهادها و عملکرد اقتصادی و توزیع منابع پرداخته‌اند. کشورها از نظر موقعیت اقتصادی با هم متفاوتند، زیرا از لحاظ نهادها و قوانین مؤثر بر عملکرد اقتصاد و محرک‌های انگیزاننده افراد یکسان نیستند. نهادهای اقتصادی انگیزه بازیگران کلیدی اقتصادی را شکل می‌دهند. آن‌ها نه تنها پتانسیل رشد اقتصادی یکپارچه را فراهم می‌کنند، بلکه خروجی‌های اقتصادی شامل توزیع منابع در آینده (مثل توزیع ثروت، سرمایه فیزیکی یا سرمایه انسانی) را نیز تعیین می‌کنند (غفاری، ۱۳۹۳: ۱۱۹). در دیدگاه آن‌ها امروزه ملت‌ها به این دلیل شکست می‌خورند که نهادهای اقتصاد انگیزه‌های مورد نیاز برای پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و نوآوری را در مردم به وجود نمی‌آورند (عجم‌اوغلو و رابینسون؛ ۱۳۹۴: ۴۹۸). قوانین دولتی به عنوان نهادهای رسمی عموماً تأثیر بسیار زیادی بر روی کسب‌وکارهای کوچک دارند، بررسی‌ها نشان داده این تأثیر برای کسب‌وکارهای کوچک بیش‌تر از کسب‌وکارهای بزرگ است (Beale, 2004: 1). هرچند، هدف از سیاستگذاری تصویب شیوه‌ها و روش‌هایی است که توسط افراد و

---

1. Convention  
2. Code of Behavior  
3. Acemoglu and Robonson

سازمان‌ها اتخاذ می‌شود (Redmond and Walker, 2010: 150) و امکان فعالیت را برای کسب‌وکارهای خانگی تسهیل و تسریع می‌کند. اما به دلیل جدید بودن این حوزه در عرصه سیاستگذاری و تفاوت‌هایی که در ماهیت این کسب‌وکارها وجود دارد، گاه در اقدامات دولت‌ها مشکلاتی وجود دارد که مانع از اثربخشی آن‌ها می‌شود.

### پیشینه تجربی پژوهش

در زمینه اقدامات دولت در حوزه کسب‌وکارهای خانگی مطالعات محدودی انجام شده است در جدول زیر برخی از مطالعات انجام شده در مورد مشکلات اقدامات دولت و راه‌حل‌های ارائه شده را مشاهده می‌کنید.

جدول ۱- بررسی مطالعات پیشین در حوزه اقدامات دولت در عرصه کسب‌وکارهای خانگی

ردموند و واکر <sup>۱</sup> (۲۰۱۰) استرالیا
<p><b>مشکلات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- سرعت دولت‌ها برای سیاستگذاری در جهت راهنمایی کسانی که این کار را انجام می‌دهند و یا تنظیم این کسب‌وکارها پایین است.</li><li>- اقدامات دولت عموماً محدود به مرحله شکل‌گیری کسب‌وکارها است.</li><li>- گاهی اوقات سیاست‌گذاری‌ها می‌توانند بیش از آن که حمایتگر باشند، مانع رشد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی شوند؛ مثلاً در استرالیا برخی قوانین موانعی را بر سر راه این کسب‌وکارها قرار می‌دهند. به عنوان نمونه، سیاستی که اجازه تبلیغ عمومی این کسب‌وکار را نمی‌دهد به وضوح رشد این کسب‌وکارها را محدود می‌کند.</li><li>- قوانین عموماً محدود به اموری است که کسب‌وکارها نباید انجام دهند.</li></ul>



<p><b>پیشنهادها:</b></p> <p>۱- حمایت قانونی: تدوین قوانینی که مخصوص کسب‌وکارهای خانگی تنظیم شده باشد، ۲- حمایت آموزشی: به طوری که کوپن آموزشی و یا آموزش‌های رایگان دریافت کنند. و ۳- حمایت مالی: معافیت مالیاتی و مشوق‌هایی مانند دادن پاداش برای به کارگرفتن فردی خارج از خانواده.</p>
<p>میسون و روسکه<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) روسکه و میسون (۲۰۱۵) انگلیس</p>
<p><b>مشکلات:</b></p> <p>- این کسب‌وکارها به این دلیل که نگاه مثبتی در مورد آنان وجود ندارد، عموماً از طرف دولت ملی و محلی نادیده گرفته می‌شوند. - یکی از مشکلات اقدامات دولت‌ها در این حوزه ابهام و عدم وضوح قوانین است.</p> <p><b>پیشنهادها:</b></p> <p>- این کسب‌وکارها جدی گرفته شوند. - تهیه داده‌های کمی و کیفی از این حوزه، می‌بایست انواع کسب‌وکارهای خانگی و نیازهایشان شناسایی شود. - تهیه یک کتابچه راهنما برای راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی که در آن جزئیات قواعد ملی و محلی، نظارت‌هایی که بر این کسب‌وکارها می‌شود و راهنمایی‌های عملی و اطلاعاتی درباره منابع و شبکه‌سازی در آن وجود داشته باشد. - می‌بایست به این نکته توجه شود که چگونه مقررات با تغییرات این مشاغل خود را انطباق بدهند. - از آنجایی که مفاد قراردادهای استاندارد اجاره مانع از شروع کسب‌وکار خانگی می‌شود توصیه می‌شود در آن‌ها تجدید نظر شود. - ایجاد زیرساخت‌های پشتیبانی کسب‌وکارهای خانگی در قالب فضای کار مشترک و ایجاد محل‌هایی که فضا و تجهیزاتی که در خانه در دسترس نیست را در اختیار آن‌ها قرار دهد و تسهیل امکان کار مشترک.</p>

<p>علی ۲۰۱۱، علی و همکاران ۲۰۱۱ استرالیا</p>
<p><b>مشکلات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- دولت محلی نگاهی حمایتی به این کسب‌وکارها ندارد.</li><li>- اکثریت کسب‌وکارها به حمایت‌های موجود دسترسی ندارند و یا از خدمات حمایتی دولت آگاهی ندارند.</li><li>- کسب‌وکارها در مورد این که ارتباط با دولت فعالیت‌های آن‌ها را محدود کند، نگرانی‌هایی دارند.</li><li>- اقدامات انجام شده برای حمایت از کسب‌وکارهای خانگی، تمام سه مرحله زندگی این کسب‌وکارها شامل شکل‌گیری، بقاء و رشد را در بر نمی‌گیرد و عموماً مربوط به مرحله شکل‌گیری و بقاء است.</li></ul> <p><b>پیشنهادها:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- جمع‌آوری اطلاعات از کسب‌وکارهای خانگی به طور منظم برای کمک به فهم بهتر تأثیر اقتصادی این کسب‌وکارها و شکل دادن به سیاست‌گذاری‌های لازم و ارائه خدمات آموزشی مورد نیاز برای کسب‌وکارها.</li><li>- کسب‌وکارهایی می‌بایست از این حمایت‌ها برخوردار شوند که توانسته باشند حداقل دستمزد را برای صاحبانشان فراهم بکنند، در غیر این صورت صرف هزینه و حمایت از آن‌ها درست نیست.</li></ul>
<p>چین و کورویسانوس (۲۰۱۳) استرالیا</p>
<p><b>مشکلات:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- نقش دولت محدود به زمان شکل‌گیری کسب‌وکارها است و برنامه و حمایتی برای نوآوری‌های مورد نیاز برای رشد و تشویق کسب‌وکارها برای رشد وجود ندارد.</li></ul> <p><b>پیشنهادها:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- تنظیم سیاست‌های دولتی مناسب برای حمایت از کسب‌وکارهایی که خودشان هم دارای پایداری خوبی هستند.</li></ul>

<p>- یک استراتژی منسجم توسعه طراحی شود.</p> <p>- موانع ارتباطی این کسب و کارها را از طریق تقویت زیرساخت‌هایی مانند حمل و نقل، پهنای باند و پست از بین ببرند.</p>
<p>رضایی و نجفی (۱۳۹۴) ایران</p>
<p><b>مشکلات:</b></p> <p>- نبود شفافیت و انسجام قوانین مرتبط با کسب و کارهای خانگی در حوزه روستایی (مانند قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، حق بیمه صاحبان کسب و کارهای خانگی، تشکیل تعاونی‌های کسب و کارهای خانگی روستایی، راه‌اندازی بازارهای محلی عرضه محصولات و...)</p> <p>- مشکل اخذ مجوز برای راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی روستایی (اعم از جواز تأسیس و مجوز فعالیت، مجوز بهداشت، مجوز از مؤسسه استاندارد، تأییدیه سلامت و...)</p> <p><b>پیشنهادات:</b></p> <p>ارائه حمایت‌های مالی، توسعه انواع پوشش‌های بیمه‌ای، برگزاری نمایشگاه‌ها و ساماندهی بازارهای محلی، ترغیب افراد برای راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی از طریق تدوین برنامه‌های ترویجی و اطلاع‌رسانی منسجم، بازبینی و اصلاح قوانین مرتبط با مشاغل خانگی و به روز کردن آن‌ها و حذف رویه‌ها و فرایندهای اداری اضافی.</p>

با توجه به مشکلاتی که در بررسی‌های این حوزه نشان داده شده برخی دولت‌ها دست به اقداماتی زده‌اند تا حمایت‌ها تأثیر بیشتری بر کسب و کارهای خانگی داشته باشد به عنوان مثال در استرالیا شوراها و مقامات محلی برای تسهیل کسب و کارهای خانگی اقداماتی انجام می‌دهند که شامل موارد زیر است:

- ۱- تسهیلات شبکه: فرصتی برای به اشتراک گذاشتن ایده‌ها، بهره‌مندی از پشتیبانی همکاران، امکان تبلیغ و حتی برگزاری جلسه از جمله اقدامات این حوزه است.
- ۲- منابع اطلاعاتی: شامل مجموعه اطلاعات مربوط به کسب و کارها که کسانی که در فکر راه‌اندازی یک شغل خانگی هستند را راهنمایی می‌کنند. بسیاری از این مجموعه‌ها،

آنلاین و شامل توضیحاتی در مورد قوانین و مقررات موجود در مورد کسب‌وکارهای خانگی هستند. ۳- طرح‌های آموزشی: یکی از نیازهای مهم صاحبان کسب‌وکارهای خانگی نیاز به آموزش با کیفیت است که اکثراً به صورت آنلاین ارائه می‌شود. ۴- طرح‌های برنامه‌ریزی: طرح‌های نوآورانه توسط برخی شوراهای محلی برای ترویج توسعه اقتصادی بخش کسب‌وکارهای خانگی مورد استفاده قرار گرفته است، به عنوان مثال معرفی سیاست‌های پهنای باند، برای شهرک‌های مسکونی جدید و ... ۵- طرح‌های نظارتی: برای بررسی مقررات مربوط به کسب‌وکارهای خانگی که می‌تواند دوام و پتانسیل رشد را در آن‌ها به خطر بیندازد (گزارش اعتبار سنجی و آسیب شناسی طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ۱۳۹۴).

در انگلستان از سال ۲۰۱۴ بسته حمایتی از کسب‌وکارهای خانگی تدوین شد و همزمان با آن بزرگترین پیمایش حمایت از کسب‌وکارهای خانگی انجام شد تا تصویری واقعی از این کسب‌وکارها به دست بیاید.<sup>۱</sup> این بسته حمایتی با تغییر قراردادهای اجاره، شروع یک کسب‌وکار از خانه را راحت‌تر می‌کند. به منظور تسهیل فرایند شروع کار، گرفتن برخی مجوزها دیگر لازم نیست. و این کسب‌وکارها مجبور به پرداخت عوارض کسب‌وکار نیستند.<sup>۲</sup>

## روش پژوهش

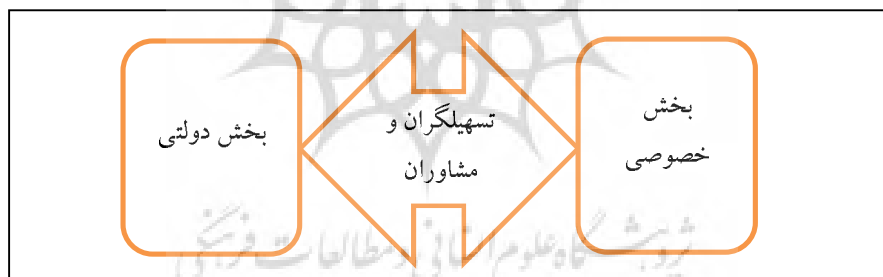
با توجه به اهمیت این کسب‌وکارها در سطوح فردی، خانوادگی، منطقه‌ای و ملی، بررسی‌ها و مطالعات انجام شده در کشور در این حوزه اندک است، از طرف دیگر اطلاعات این بررسی‌ها نیز عموماً در مورد صاحبان کسب‌وکارهای خانگی است و به سایر ذینفعان توجه نمی‌شود. مقاله حاضر در تلاش است تا حد ممکن این خلاء مطالعاتی را به منظور دستیابی به چشم‌اندازی درست از مشکلات و موانع موجود در

1. <http://nbwn.org/?p=1550>

2. <https://www.gov.uk/introduction-to-business-rates/working-at-home>

اقدامات و حمایت‌های دولتی در حوزه کسب‌وکارهای خانگی پر کند و به ارزشیابی اقدامات دولت در این حوزه بپردازد.

برای انجام مصاحبه ابتدا ذینفعان شناسایی شدند. به طور کلی می‌توان ذینفعان<sup>۱</sup> اقدامات را در پنج دسته شناسایی کرد: حامیان اجرای اقدام، متأثر از اقدام، واحدهای دولتی در همه سطوح، مشاوران و عموم مردم (Burdge and Coulter, 2004: 41). ذینفعان در پروژه‌ها شامل تصمیم‌گیرندگان، تولیدکنندگان، کاربران، مشتریان و فعالان پروژه‌ها هستند (Bourne, 2008) که همه تاثیرگذاران و تاثیرپذیران از پروژه‌ها می‌باشند. در این بررسی جمعیت تحقیق شامل ذینفعان است که بر اقدامات دولتی تاثیرگذارند و یا در فعالیت‌هایشان از آنها تاثیرپذیرند که شامل: ۱- صاحبان کسب‌وکارهای خانگی، ۲- مسئولان ادارات دولتی و نهادهای حمایتی که در حوزه سیاستگذاری و یا به طور مستقیم در روند کاری و اداری با این کسب‌وکارها در ارتباط‌اند و ۳- تسهیلگران و مشاوران کسب‌وکارهای خانگی، است.



شکل ۱- ذینفعان حوزه کسب‌وکار خانگی

روش نمونه‌گیری ذینفعان در اینجا، روش نمونه‌گیری متوالی و یا متواتر<sup>۲</sup> است؛ در این روش انتخاب نمونه‌ها تا جایی ادامه پیدا می‌کند که به تکرار برسیم. از انواع

- 
1. Stakeholders
  2. Sequential Sampling

مختلف نمونه‌گیری متواترکه وجود دارد در این بررسی از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی<sup>۱</sup> استفاده شد و در نهایت با ۳۵ نفر مصاحبه شد. پاسخگویان شامل مسئولان دولتی (۱۷ نفر) که در این حوزه در سازمان‌های مختلفی مانند وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، جهادکشاورزی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و ... مسئولیت داشتند؛ تسهیلگران و مشاوران (۸ نفر) در بخش خصوصی و دولتی و در سطح سازمان‌های ملی و بین‌المللی و صاحبان کسب‌وکارهای موفق خانگی (۱۰ نفر) هستند. برای انجام مصاحبه از پرسشنامه نیمه ساختاریافته استفاده شد، مصاحبه‌ها بعد از انجام در قالب ورد (word) پیاده و برای تحلیل وارد نرم افزار مکس کیودا شدند، این نرم افزار می‌تواند در سازماندهی داده‌ها به پژوهشگر کمک نماید. هولستی پنج نوع واحد عمده تحلیلی را معرفی می‌کند که شامل: ۱- کلمه یا نماد، ۲- مضمون یا تم<sup>۲</sup>، ۳- کاراکتر (شخصیت)، ۴- پاراگراف و ۵- مورد (آیتم) است. در این بررسی از واحد مضمون استفاده شد. مضامین معمولاً، لا به لای جمله‌ها، عبارات، پاراگراف‌ها و یا حتی تصاویر وجود دارند (رسولی و آشنانی، ۱۳۹۰: ۱۱۱-۱۱۲). مضمون یا تم، یک ویژگی تکراری و متمایز در متن است که به نظر پژوهشگر می‌تواند درک و تجربه خاصی را در رابطه با سؤالات تحقیق ارائه دهد (King and Horrocks, 2010: 150) و در اصل نشان دهنده الگوهای موجود در داده‌ها است که در ارتباط با موضوع تحقیق می‌باشد و به سازماندهی داده‌ها می‌پردازد. واحدهای موضوعی و یا تماتیک مستلزم درک عمیق زبان منبع و تمام تفاوت‌های جزئی و ظریف معنا و محتوا است (کرپیندورف، ۱۳۸۳: ۸۱). نام‌گذاری مضامین و مقولات می‌تواند اختراع خود محقق، بر اساس مطالعات پیشین و یا کلماتی باشد که توسط خود مصاحبه شونده‌ها به کار رفته است. به عنوان مثال برخی از مصاحبه شونده‌ها به واژه‌های شعارین و نمادین بودن برای توضیح برخی اقدامات مسئولان اشاره داشتند، در ادامه کدگذاری‌ها مشاهده شد که این اصلاحات

---

1. Snowball Sampling  
2. Them

برای برخی طبقات مناسب است. در این راستا بران و کلارک (۲۰۰۶) با توجه به منشاء شناسایی مضمون به مضمون داده محور (شناسایی بر اساس داده‌های تحقیق) و نظریه محور (شناسایی بر اساس نظریات و تحقیق) اشاره دارند (Braun and Clarke, 2006). در این بررسی از مضامین داده‌محور و نظریه محور استفاده شد.

بعد از ورود داده‌ها در قالب ورد (word) به نرم افزار مکس کیودا، ابتدا مضامین اولیه استخراج شدند (کدگذاری باز) و سپس مضامین مشابه در مقولات دسته‌بندی شدند (کدگذاری محوری). به منظور اعتبار کدگذاری انجام شده، هر مصاحبه به کرات خوانده و فرایند کدگذاری بارها کنترل شد و در نهایت بعد از چند روز مجدداً مضامین و مقولات بازبینی شدند در حین این کار برای اعتبار و روایی طبقه‌بندی‌ها از اعتبار نظری، بازبینی توسط مصاحبه شونده‌گان و مرور هم‌تا استفاده شده است.

### نتایج تحقیق

نتایج این بررسی در دو دسته مشکلاتی که در حمایت‌ها و برنامه‌های دولت وجود دارد و چالش‌ها و مشکلاتی که مسئولان نهادهای دولتی و حمایتی در اقدامات خود درباره کسب‌وکارهای خانگی با آن مواجه هستند و همچنین راه‌حلهایی که ذینفعان بیان کرده‌اند، ارائه می‌شود.

### مشکلات موجود برای مسئولان کسب‌وکارهای خانگی

از مسئولان حوزه کسب‌وکارهای خانگی و مشاورین مرتبط سوالاتی در مورد مسائلی که در حوزه کاریشان وجود دارد پرسیده شد و پاسخ‌های داده شده در دو طبقه، دسته‌بندی شد. این مشکلات باعث می‌شود که مسئولان در اقداماتشان با چالش‌هایی روبه‌رو شوند و حمایت‌هایشان پیامد لازم را نداشته باشد.

### مشکلات قانونی

مشکلاتی که در حوزه قوانین مربوط به مالیات، قوانین کار، بیمه، محاسبه آب و برق به صورت کارگاهی و مجوز به ویژه مجوز مربوط به مواد غذایی، مانع از آن می‌شود که مسئولان این حوزه بتوانند اقدامات لازم و اساسی را انجام دهند. به عبارتی ساختار نهادی موجود موانعی را بر سر راه اقدامات لازم ایجاد می‌کند:

«در قانون کار برای مشاغل خانگی گفته موظفند با بازرسین کار همکاری کنند، از طرف دیگر گفته ورود بازرسان کار به خانه منوط به اجازه کتبی دادستانه، پس برای ورود مجوز دادستانی می‌خوایم و از اونور وزارت بهداشت می‌گه ما برای مواد غذایی باید امکان ورود در هر زمانی داشته باشیم. مشکلات اینچنینی در شمولیت قانون، مالیات و تعرفه شناسه نظارتی هست».

مشکلات و مغایرت‌های این‌چنینی بر سر راه مسئولان این حوزه کم نیست آن‌ها مجبورند با مشکلات این مغایرت‌ها در طراحی و اجرای اقداماتشان درگیر شده و زمان زیادی را صرف آن کنند.

### مشکلات حوزه اداری و اجرایی

مشکلات قانونی بالا باعث می‌شود که مسئولان در عمل با مشکلاتی مواجه باشند، علاوه بر آن در حین اجرای اقدامات و حمایت‌ها نیز مشکلاتی وجود دارد. یکی از این مشکلات اخبار غلطی است که در مورد کسب‌وکارهای خانگی در رسانه‌ها منتشر می‌شود. این اخبار غلط موجب افزایش ابهامات این حوزه و شکل‌گیری توقعات نادرستی می‌شود که گاه مشکل‌ساز خواهد شد:

«بیان اطلاعات نادرست موجب ایجاد توقع می‌شه، مثلاً سقف بالایی رو برای وام مشاغل خانگی می‌گن که درست نیست و بعضیا میان و با ما دعوا می‌کنن... ایراد اینه که فرصت لازم برای شفاف‌سازی داده نمیشه و منتقدین هرچه بخوان می‌گن».



تعداد کم کارمندان و کارشناسان این حوزه از جمله مشکلاتی است که باعث می‌شود آنها برای اقداماتشان مشکلاتی داشته باشند:

«احتیاج به تعداد بالاتری کارمند در این حوزه هست و یک نفر به تنهایی در هر استان نمی‌تونه پاسخگو باشه و هم کارهای اداری و هم هماهنگی را انجام بده. یکنفر فقط به کارهای اداری می‌رسه».

کسانی که در این عرصه به سیاست‌گذاری و ارائه حمایت‌های مختلف می‌پردازند و با دستگاه‌های مختلفی در ارتباط هستند به این نکته اشاره دارند که عدم هماهنگی و همکاری بین دستگاه‌ها و گاه موازی‌کاری بین آن‌هایی که متولی این امر هستند مشکلاتی را برای خود مسئولان به وجود می‌آورد. برخی دستگاه‌ها با جدیت به وظایفشان در این حوزه عمل نمی‌کنند به عنوان مثال کسب‌وکارهای خانگی برای ادامه کارشان نیاز به مشاوره‌هایی دارند و دستگاه‌های مسئول در این زمینه به خوبی عمل نمی‌کنند و در نتیجه حمایت‌های مالی تأثیرپذیری لازم را پیدا نمی‌کنند. در مورد عدم انجام وظایف دستگاه‌ها یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«ما تقریباً قوانینش و داریم، اما اجرایی کردن اون زمین مونده. مثلاً قرار بود شهرداری‌ها جاهایی رو در اختیار مشاغل خانگی قرار بدن که این خیلی اتفاق نیفتاد و نهایتاً نمایشگاهایی در مراکز استان‌ها در اختیار قرار گرفت و وارد شهرستانا نشد».

#### مشکلات مربوط به متقاضیان

در ارائه تسهیلات و مشکلات مربوط به آن تنها مسئولان مشکلاتی را ایجاد نمی‌کنند بلکه گاه این متقاضیان مجوز، تسهیلات و صاحبان کسب‌وکارهای خانگی مشکل‌سازند. صرف داشتن مدرک و علاقه، برای شروع و موفقیت یک کسب‌وکار کافی نیست، بلکه افراد می‌بایست از مهارت‌های تولید، بازاریابی، روابط اجتماعی با مشتری، نحوه تأمین مالی و ... برخوردار باشند. اگر شخصی با سرمایه انسانی پایین وارد این

حوزه شود احتمال شکست او حتی با حمایت‌های دولتی بسیار بالا است و تنها هزینه‌های صرف شده را هدر خواهد داد. از این رو افراد بدون توانمندی در ارائه تسهیلات می‌توانند مشکلاتی را برای مسئولان ایجاد کنند، یکی از پاسخگویان در مورد ضرورت توانمندی افراد می‌گوید:

«در مشاغل خانگی یک عارضه هست که ما کورکورانه به هر آدمی کمک کنیم. افراد باید مهارت داشته باشند نه فقط مدرک. ما باید بپذیریم هرکس که در خانه بیکار است مشمول مشاغل خانگی نیست. باید ببینیم شایستگی برای مشاغل خانگی رو داره، باید خودش بتونه بخشی از کارشو جلو بیره، حالا چون نداره میاد از حمایتا استفاده می‌کنه و شکست هم می‌خوره».

یکی دیگر از مشکلات، عدم بیان حقیقت برای گرفتن تسهیلات به ویژه تسهیلات مالی است، که یا در مورد خود کسب‌وکار حقیقت گفته نمی‌شود و یا پول گرفته شده برای آن صرف نمی‌شود:

«ما مشکلاتی در تخصیص منابع داریم، در ایران بعضی‌ها بلوف می‌زنند. خیلی‌ها می‌گن ما پول نمی‌خوایم اما یک تفاهم نامه بده و از این تفاهم‌نامه بالاخره پول می‌گیرن».

طولانی شدن فرایند اداری و کسب مجوز و عدم اعتماد به دولت باعث می‌شود که کسب‌وکارهای خانگی علاقه‌ای به رسمی شدن و گرفتن مجوز نداشته باشند، بنابراین بدون داشتن اطلاعات آن‌ها، نظارت و حمایت دشوار می‌شود. یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«بخش خصوصی تمایلی به مجوز ندارد. بخش خصوصی که بازار داره، می‌تونه بازار خودشو تکرار کنه. می‌گه من بازارم رو دهان‌به‌دهان گسترش می‌دم، یا من که نمی‌خوام کارم رو گسترش بدم، که خودم رو درگیر مجوز کنم».

جدول ۲- مشکلات موجود برای مسئولان کسب و کارهای خانگی

کد اولیه	زیر طبقه	طبقه
مشکل مجوز در حوزه مواد غذایی	مشکلات قانونی	مشکلات موجود برای مسئولان
مشکلات مالیات		
مشکلات مربوط به قانون کار		
مشکلات مربوط به بیمه		
اخبار غلط	مشکلات حوزه اداری و اجرایی	
کوچک بودن		
مشکل در عملکرد و ارتباط بین دستگاهها		
سازوکار اجرایی قوانینی وجود ندارد		
توانمند نبودن متقاضیان	متقاضیان	
بی اعتمادی و عدم علاقه به رسمی شدن کسب و کار		
فساد و دروغگویی		

### مشکلات موجود در اقدامات و حمایت‌های دولت

در این بخش از ذینفعان در مورد مشکلاتی که کسب و کارهای خانگی در ارتباط با دولت و برخورداری از حمایت‌های رسمی با آن مواجه بودند، سؤال شد. پاسخ‌های آن‌ها در پنج طبقه قرار گرفت که در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت. مشکلات مطرح شده عموماً از سوی گروه‌های پاسخگویان مشابه است، اما در میزان تکرار آن تفاوت‌های قابل توجهی وجود دارد که بدان اشاره خواهد شد.

### مشکلات فرایند اداری

در این بخش به مشکلاتی خواهیم پرداخت که افراد در فرایندهای اداری و یا برخورد با کارمندان و مسئولان با آن مواجه هستند، این مشکلات موجب ناکارآمدی

حمایت‌ها و دشواری دسترسی به آنها می‌شود. از مشکلات مطرح و پرتکرار، فرایندهای اداری و قانونی پیچیده و دشوار در این عرصه است، به طوری که موجب سردرگمی متقاضیان می‌شود. گاه بی‌اطلاعی افرادی که در این حوزه، خدماتی را به ارباب رجوع ارائه می‌کنند هم موجب مبهم‌تر شدن و پیچیده‌تر شدن فرایند می‌شود. ۲۴ درصد مسئولان، ۳۷ درصد تسهیلات‌گران و ۶۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به دشوار بودن گرفتن مجوز اشاره داشته‌اند. از آنجایی که صاحبان کسب‌وکارها عملاً با این مسئله درگیر بوده‌اند، بیشتر بدان اشاره کرده‌اند در این باره یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«حمایت، مجوز و پشتیبانی از کسب‌وکارای خانگی جزء وظایف

دولته، مجوز می‌ده اما خون جگر می‌کنه تا مجوز و بده».

یکی از مشکلاتی که از سوی هر سه گروه بدان اشاره شد، عدم آشنایی و تجربه مسئولان و سیاستگذاران این عرصه با فضای کسب‌وکار و فعالیت‌های اقتصادی است. ۶ درصد مسئولان، ۲۵ درصد تسهیلات‌گران و ۲۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این مسئله اشاره داشته‌اند. در این باره یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«اوندفعه مارو دعوت کردن در مورد چیزهایی صحبت کردن که

ما متوجه نمی‌شدیم، مثلاً ایده‌هایی دارند که می‌گن اگر تولید بشه

خوبه. من از شون می‌پرسم خوب من تولید کنم شما می‌خرید؟.

خودشون جمع می‌شن، حرف می‌زنند و اصلاً اینا مسئله ما نیست».

بی‌اطلاعی مسئولان از این حوزه و عرصه کسب‌وکار باعث می‌شود آنچه ارائه می‌شود حل‌کننده مشکل و تسهیل‌کننده فرایند کاری کسب‌وکارهای خانگی نباشد. ناآگاهی از فضای کسب‌وکار گاه باعث می‌شود، اقدامات انجام شده و افکار مسئولان عموماً شکلی شعارین و نمادین پیدا کند. ۶۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این نکته اشاره داشته‌اند. در این مورد یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«نمایشگاه‌ها عموماً نمادین. فقط برای رزومه پرکردن ارگان است. یکی از دلایلی که ما با ارگانا راه نمی‌آییم به این دلیل که من و خانواده‌ام از جو‌نمون مایه می‌ذاریمو اون‌ا می‌خوان به اسم خودشون تمام کنند».

عدم اطلاع رسانی کافی در مورد کسب‌وکارهای خانگی در رسانه‌ها یکی دیگر از مشکلات است که باعث می‌شود صاحبان این کسب‌وکارها و فعالان این حوزه به سهولت و به موقع در جریان اخبار و اطلاعات قرار نگیرند. برخی از صاحبان این کسب‌وکارها به دلیل عدم دسترسی اطلاع‌چندانی از قوانین و حمایت‌های موجود نداشتند و در نتیجه نمی‌توانستند از آن‌ها استفاده کنند. ۱۲ درصد مسئولان، ۲۱ درصد تسهیلات‌گران و ۳۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این مسئله اشاره داشته‌اند. برخی از صاحبان کسب‌وکارها که از تسهیلات ارائه شده خبر داشتند و برای آن‌ها اقدام کرده بودند به این نکته اشاره می‌کردند که این تسهیلات عموماً بر اساس روابط توزیع می‌شود. این مضمون تنها در بین مضامین استخراج شده از مصاحبه‌های صاحبان کسب‌وکارها (۲۰ درصد) وجود داشت.

### مشکلات قانونی

کسب‌وکارهای خانگی در حوزه حمایت‌های مورد نیازشان دارای مشکلات قانونی هستند، رفع این مشکلات می‌تواند شرایط کاری آن‌ها را تسهیل کند و علاقه‌شان برای ادامه کار را افزایش دهد. از جمله چالش‌های عمده در حوزه قانونی که از جانب همه گروه‌ها بیان می‌شود، نبودن حمایت‌هایی نظیر بیمه؛ معافیت‌های مالیاتی و ... است. ۳۰ درصد مسئولان و ۲۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این نکات اشاره داشته‌اند.

در حوزه مواد غذایی گرفتن مجوز به عنوان کسب‌وکار خانگی بسیار دشوار است در حالی که کسب‌وکارهای خانگی زیادی بدون مجوز در این عرصه فعالیت دارند. قوانینی که در حوزه مواد غذایی برای کسب‌وکارهای خانگی وجود دارد بیشتر مناسب

شرایط کارگاهی است، از این رو کسب‌وکارهای خانگی نمی‌توانند شرایط لازم برای گرفتن مجوز را داشته باشند، از طرف دیگر مغایرت‌های قانونی و عدم چاره‌اندیشی برای آنان موجب شده این فرایند دشوارتر شود. ۱۸ درصد مسئولان و ۱۳ درصد تسهیلاتگران به این مسئله اشاره کرده‌اند.

کسب‌وکارهای خانگی بعد از موفقیت و شناخته شدن به ویژه در عرصه صنایع دستی و کارهای مشابه، توسط دیگران تقلید می‌شوند، تقلیدی که در صورت بی‌کیفیت بودن می‌تواند خوشنامی برند و منحصر به فرد بودن آن را زیر سؤال ببرد. ۳۰ درصد از صاحبان کسب‌وکارها در این بررسی به این مشکل اشاره داشته‌اند.

### مشکل حمایت‌های مالی

کسب‌وکارهای خانگی از دو روش تأمین مالی به صورت: ۱- "تأمین مالی به روش خودراه‌انداز" و ۲- "تأمین مالی از طریق وام بانکی، صندوق و نهادهای حمایتی" استفاده می‌کنند. از روش تأمین مالی به روش خودراه‌انداز در مراحل اولیه کار برای سرمایه‌گذاری و در حین کار برای کاهش هزینه‌ها استفاده می‌شود. در مراحل بعد برای گسترش کار نیاز به منابع مالی بیشتری است که عموماً می‌تواند به وسیله وام تأمین شود. مشکل پرتکرار در این حوزه دشواری است که این کسب‌وکارها برای گرفتن وام با آن مواجه هستند. می‌بایست توجه داشت که صاحبان این کسب‌وکارها عموماً زن هستند و در بسیاری موارد از سرمایه اجتماعی و مالی لازم برای تأمین سند و ضامن برخوردار نیستند بنابراین عملاً نمی‌توانند از این وام‌ها استفاده کنند. ۶ درصد از مسئولان، ۱۳ درصد از تسهیلاتگران و ۵۰ درصد از صاحبان کسب‌وکارها به دشواری فرایند وام اشاره کرده‌اند، این مسئله از طرف صاحبان کسب‌وکارها که در عمل با آن مواجه هستند بیشتر ذکر شده است. مشکلات موجود برای دسترسی به حمایت‌های مالی موجب می‌شود که کسب‌وکارهای خانگی که توانسته‌اند تا حدی تثبیت شوند و بازار مناسب را برای کارشان فراهم بیاورند، نتوانند کارشان را گسترش بدهند و بازار

موجود را تأمین کنند. چون در این مرحله در بسیاری از موارد روش‌های خودراه‌انداز کفاف سرمایه‌گذاری لازم را نمی‌کنند. ۶۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این معضل اشاره داشته‌اند. در مواردی نیز بعد از طی کردن فرایند گرفتن وام، کسب‌وکارها، وامی که به آن‌ها قول داده شده بود را دریافت نکرده‌اند. ۲۰ درصد صاحبان کسب‌وکارهای خانگی به این مشکل اشاره کرده‌اند. یکی از پاسخگویان در این مورد می‌گوید:

«به من گفتن که بهت وام می‌دیم، ما هم رفتیم کارها رو انجام دادیم و سند به دوندگی زیاد پیدا کردیم برای ضمانت و کار و جلو بردیم؛ اما آخرش گفتن نمی‌دیم. به خدا گریه‌ام گرفته بود، این همه دوندگی کرده بودم».

#### عدم وجود مشاوره و آموزش‌های لازم

در کسب‌وکارهای خانگی تقریباً همه فرایند کاری از تأمین مواد اولیه تا بازاریابی و فروش بر عهده صاحب کسب‌وکار است، از این رو اقدام در جهت مشاوره و آموزش‌های لازم برای توانمندسازی صاحب کسب‌وکارها، امکان موفقیت آن‌ها را افزایش می‌دهد. از جمله چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی عدم اطلاع آن‌ها از نحوه گرفتن وام، مجوز و بازاریابی و نیازهای بازار است. در مصاحبه‌ها به کرات به علاقه‌مندی صاحبان کسب‌وکارها برای دریافت مشاوره و آموزش مواجه شدیم. نکته‌ای که مصاحبه شونده در مورد رها کردن کسب‌وکارها بدان اشاره می‌کند، مسئله مهمی است زیرا در مراحل مختلف، مشکلات متفاوتی بر سر راه آن‌ها وجود دارد، کسب‌وکارهای خانگی برای ادامه کار نیاز به حمایت و مشاوره‌های تخصصی دارند و از این طریق می‌توانند، دوره تثبیت را با موفقیت پشت‌سر بگذارند. ۱۸ درصد از مسئولان، ۶۳ درصد از تسهیلگران و ۲۰ درصد از صاحبان کسب و کارها به این نکته اشاره کرده‌اند. درباره نبود مشاوره‌ها و آموزش‌های لازم یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«عموماً در این حوزه یکسویه کار می‌شود. مثلاً فقط ارائه وام کم بهره و تأمین مالی که لازم هم هست انجام می‌شود در حالی که یکسری آموزش‌ها و مشاوره‌هایی برای انتخاب محصول و بازار، قیمت‌گذاری و گرفتن بعضی مجوزها هم لازمه».

نبودن آموزش‌ها و مشاوره‌های لازم باعث می‌شود که کسب‌وکارها عموماً بعد از گرفتن وام به حال خود رها شوند و پیگیری و نظارت انجام نشود و مشاوره و آموزشی ارائه نشود. ۱۸ درصد مسئولان، ۳۸ درصد تسهیلات‌گران و ۱۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این نکته اشاره کرده‌اند. در این باره یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«برای بعد وام هیچ متولی نیست و شبکه‌سازی نشده است. آسیب جدی کسب‌وکارهای خانگی عدم شبکه‌سازی است. نهادها متولی ارائه مجوز و پشتیبانی کسب‌وکارها را راه‌نمایی نمی‌کنند».

در مواردی نیز که نشست و همایش‌هایی برای بهبود عملکرد و توانمندسازی کسب‌وکارها تشکیل می‌شود، بازدهی چندانی ندارد و مسائل آن‌ها را حل نمی‌کند. این همایش‌ها علاوه بر آموزش و اطلاعات می‌بایست ارتباطات لازم را برای کسب‌وکارها ایجاد کنند و به آن‌ها امکان برخورداری از تجارب کاری دیگران را بدهند. ۵۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این نکته اشاره داشته‌اند.

#### حمایت‌های حوزه بازار

بررسی‌های مختلف نشان داده که دسترسی به بازار فروش از جمله مشکلات مهم کسب‌وکارهای خانگی است. بنابراین نیاز به برخی حمایت‌های سازمان‌ها برای افزایش فروش و بازاریابی این کسب‌وکارها وجود دارد، با این حال مشکلاتی در این حمایت‌ها وجود دارد. یکی از مشکلات بیان شده توسط افراد، نداشتن محل دائمی برای فروش است.



### حمایت دولت از کسب و کارهای خانگی ... ۱۰۱

در نمایشگاه‌هایی که برای عرضه محصولات خانگی برگزار می‌شود به دلیل مشکلاتی که در برنامه‌ریزی و تبلیغات آنها هست فروش مناسبی در آنها وجود ندارد. ۴۰ درصد صاحبان کسب‌وکارها به این نکته اشاره کرده‌اند. در اینباره یکی از آنها می‌گوید:

«نمایشگاه‌ها دیگه جواب نمی‌دن و اگر هم بخوان من شرکت

نمی‌کنم، تو نمایشگاه‌ها کسی خرید نمی‌کنه».

در حوزه بازاریابی برخی مسئولان تصور می‌کنند زدن برخی برچسب‌ها مانند زنان سرپرست خانوار و ... می‌تواند مشوق مردم برای خرید باشد در حالی که این امر باعث می‌شود افراد احساس کنند که شأن اجتماعی‌شان حفظ نشده است. در این شرایط آنها علاقه دارند که کار و توانمندی‌های‌شان معرفی شود و از این طریق منزلت اجتماعی این نوع کسب‌وکارها در جامعه افزایش پیدا کند. ۶ درصد از مسئولان و ۲۰ درصد از صاحبان کسب‌وکارها به این نکته اشاره کرده‌اند.

نبود مشکلات شبکه توزیع مناسب کسب‌وکارهای خانگی که بتواند این محصولات را در محل‌های مختلف به شیوه مناسب توزیع کند، تحت‌تاثیر نبودن زیرساخت‌های پست و شبکه‌های تخصصی توزیع برای کسب‌وکارهای کوچک است. ۲۵ درصد از تسهیلات‌گران و ۴۰ درصد از صاحبان کسب‌وکارها به این مشکل اشاره داشته‌اند.

جدول ۳- مشکلات موجود در اقدامات و حمایت‌های دولت

طبقه	زیرطبقه	کد اولیه	کل	مسئولان	تسهیلات‌گران	صاحبان کسب‌وکارها
ضعف‌های فرایند اداری	عدم اطلاع و تجربه مسئولان و سیاستگذاران از عرصه کسب‌وکار	فرایندهای اداری و قانونی دشوار و ابهام در آن	۳۵	۲۴	۳۷	۶۰
		عدم همسویی و هم‌جهتی نهادهای متولی	۲۱	۴۱	-	-
		سیاستگذاران از عرصه کسب‌وکار	۱۵	۶	۲۵	۲۰

۱۰۲ فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال نهم، شماره ۳۵، تابستان ۱۳۹۷

۶۰	-	-	۱۸	شعارزدگی مسئولان و نمادین بودن فعالیت‌ها	حمایت‌ها و برنامه‌های دولت
۳۰	۲۵	۱۲	۲۱ نبود اطلاع‌رسانی		
۳۰	-	-	۹ پارتی بازی برای ارائه تسهیلات لازم		
۲۰	-	۳۰	۲۱ حمایت‌هایی نظیر بیمه و مالیات	مشکلات قانونی	مشکلات قانونی
-	۱۳	۱۸	۱۲ مشکل مجوز مواد غذایی		
۳۰	-	-	۹ نبودن حق کمی رایب برای کسب‌وکارهای خانگی		
۶۰	-	-	۱۸ حل نشدن مسئله نیاز به سرمایه برای گسترش کار	مشکل حمایت‌های مالی	مشکل حمایت‌های مالی
۵۰	۱۳	۶	۲۰ شرایط سخت گرفتن وام		
۲۰	-	۶	۹ عدم ارائه تسهیلات توسط صندوق		
۲۰	۶۳	۱۸	۲۹ نبود مشاوره و آموزش در زمینه بیمه، وام، معرفی به سایر کسب‌وکارها، نیازهای بازار و بازاریابی	آموزش و مشاوره و پشتیبانی	آموزش و مشاوره و پشتیبانی
۱۰	۳۸	۱۸	۲۰ عدم نظارت و رها کردن کسب‌وکار بعد از وام دادن		
۵۰	-	-	۱۵ عدم بهره‌وری از همایش‌ها و نشست‌ها		
۳۰	-	-	۹ نداشتن محل دائمی برای فروش	حمایت‌های حوزه بازار	حمایت‌های حوزه بازار
۴۰	-	-	۱۲ مشکلات مربوط به نمایشگاه‌ها؛ گران بودن جا، توزیع بر اساس رابطه، عدم فروش		
۲۰	-	۶	۹ حفظ نشدن شأن اجتماعی افراد در نمایشگاه‌ها		
۴۰	۲۵	-	۱۸ نبودن سیستم توزیع برای کسب‌وکار		

### حمایت دولت از کسب و کارهای خانگی ... ۱۰۳

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید تفاوت‌هایی در مشکلاتی که توسط ذینفعان بیان شده وجود دارد. این تفاوت‌ها را می‌توان از یکسو تکمیل کننده محدود مواعی دانست که در حمایت‌های دولت وجود دارد و از دیگر سو تفاوت در مشکلاتی که توسط هر یک از ذینفعان ادراک می‌شود نیز قابل ملاحظه است.

این تفاوت‌ها در عرصه‌هایی جالب توجه است به عنوان مثال عموماً تصور مسئولان این است که برگزاری نمایشگاه اقدامی بسیار مناسب در فروش محصولات خانگی است در حالی که ۴۰ درصد از صاحبان کسب‌وکارهای خانگی از فروش خود در نمایشگاه‌ها، برنامه‌ریزی آن‌ها و بالا بودن هزینه‌ها ابراز نارضایتی کرده‌اند. مسئولان نیز با توجه به مشکلاتی که خودشان در این عرصه برای سیاست‌گذاری و ارائه حمایت‌ها با آن‌ها مواجه بوده‌اند به فرایندهای اداری دشوار و مشکلاتی که در عرصه بیمه و مالیات وجود دارد اشاره کرده‌اند. صاحبان کسب‌وکارهای خانگی مشکلاتی مانند دشواری فرایندهای اداری و قانونی برای کسب‌مجوز و وام، حل نشدن نیازهای مالی کسب‌وکار از سوی حمایت‌های مالی دولت و عدم بهره‌وری نشست‌ها و نمایشگاه‌ها را بیشتر درک و ابراز کرده‌اند. تسهیلگران عموماً به مشکلاتی نظیر رها شدن کسب‌وکارها و نبود آموزش و مشاوره اشاره کرده‌اند که باعث می‌شود اثربخشی اقدامات و حمایت‌های دولت کاسته شود. تسهیلگران و مسئولان در ارتباط با صاحبان کسب‌وکارهای خانگی با توانایی‌ها و سرمایه‌های انسانی مختلف، دریافته‌اند که یکی از مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار بر موفقیت این کسب‌وکارها صاحب کسب‌وکار است، هنگامی که او از توانایی لازم برخوردار باشد، حمایت‌ها و اقدامات آن‌ها تاثیرگذاری بیشتری خواهد داشت.

### راه‌حل‌های ارائه شده توسط ذینفعان

در بخشی‌هایی از مصاحبه، پاسخگویان به ارائه راه‌حل‌هایی برای کاهش موانع و مشکلات موجود در اقدامات دولت پرداختند که دولت با توجه به آن‌ها می‌تواند اقداماتی اثربخش در حوزه کسب‌وکارهای خانگی داشته باشد.

نکته جالب توجه در بین حمایت‌های مورد نیاز، اشاراتی است که پاسخگویان درباره نیاز به نهادی متخصص و کارآمد و همچنین همسویی و هم‌جهتی نهادهای متولی و فعال در این حوزه داشتند. در کسب‌وکارهای خانگی نیاز به نهادی است که با نیروی انسانی کافی، در اختیار داشتن مشاوره‌های تخصصی و قدرت هماهنگی بتواند در عرصه کسب‌وکارهای خانگی وارد شود، هماهنگی‌های لازم را انجام دهد و به رفع نیازهای این کسب‌وکارها بپردازد. به عنوان مثال یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«ما نیاز به نهادسازی داریم یک کلینیک نیاز داریم که مشاوره بده، برای مالیات، بیمه، بازارسازی. هیچ‌کس نیست که به کسب‌وکارها آموزش بده».

کسب‌وکارهای خانگی نیاز دارند به جایی مراجعه کنند تا بتوانند مشاوره‌ها و حمایت‌های مورد نیازشان را دریافت کنند، به عنوان مثال یکی از صاحبان کسب‌وکارها در مورد راه‌حل می‌گوید:

«کاش یکی بود که مثلاً من که می‌خوام یه کار راه بیندازم اونو توجیه کنم و اون بیاد و منو تو این مسیر بیره، او رابط بین من و بانک و ادارات باشه و این طوری بخش مهمی از کار از دوش من برداشته می‌شه».

نهاد مرکزی و متولی اصلی کسب‌وکارهای خانگی به صورت مدام می‌بایست اطلاعات لازم در این حوزه را جمع‌آوری کند، اطلاعاتی که بتواند چشم‌انداز درستی از وضعیت کسب‌وکارها، مهارت‌ها، نیازها و حتی ویژگی‌های شخصی و انگیزه‌های صاحب کسب‌وکار ارائه کند. همچنین استانداردهایی متناسب با این کسب‌وکارها ارائه شود که نه کیفیت محصولات کاهش پیدا کند و نه برای کسب‌وکارهای خانگی غیرقابل دسترس باشد.

بر اساس "دستورالعمل اجرای قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی" به وظایف سازمان‌هایی مانند وزارت بازرگانی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، وزارت

تعاون، بانک مرکزی، صندوق مهر امام رضا (ع) و کلیه شهرداری‌ها در ماده‌های متعددی اشاره شده است. در فرایند کار هم چهار دستگاه اجرایی درگیر صدور مجوز هستند و سازمان‌ها و وزارتخانه‌های دیگری نیز در موارد مختلف وظایفی در حوزه کسب‌وکارهای خانگی دارند. این نهادها می‌بایست همسو و هم‌جهت با هم به انجام اقداماتی در جهت ایجاد شرایط مناسب برای کسب‌وکارها و رفع نیازهایشان بپردازند. در بخش بالا مشخص شد که همسویی و هم‌جهتی و همکاری بین نهادها با یکدیگر کم است و در راه‌حل‌ها هم در موارد متعددی به این نیاز توسط پاسخگویان به ویژه تسهیلگران و مسئولان اشاره شد، به عنوان مثال یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«باید نهادهای متولی همه با هم شبکه باشند و هم‌جهت حرکت کنند. ببینید کار بهزیستی مشاوره است، مشاوره که داد بقیه کار با سایر نهادها است. بازار باید توسط صنعت و معدن سنجیده بشه و بعد فنی و حرفه‌ای آموزش بده و بعد کمیته امداد در این راستا وام بده و حمایت کنه. همه هم‌جهت باشند و در یک راستا حرکت کنن».

بخشی از حمایت‌هایی که سازمان‌های متولی و همچنین دولت‌ها می‌توانند در اختیار کسب‌وکارها قرار بدهند مربوط به ارائه خدمات و مشاوره‌های شغلی است. این مشاوره‌ها حتی پیش از شروع کار و سایر حمایت‌ها با مشخص کردن مزیت‌های بازار محلی، منطقه‌ای و ملی برای کسب‌وکارهای خانگی در هر محدوده مشخص می‌شود. کسب‌وکارهای خانگی عموماً بر اساس توانمندی صاحب کسب‌وکار خانگی در یک حوزه و با اطلاع اندکی از بازار محلی شروع می‌شود به همین دلیل اطلاع از مزیت‌ها در جریان آموزش و مشاوره می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد. کسب‌وکارهای خانگی نیازمند آموزش‌های سهل‌الوصول هستند، آموزش‌ها و مشاوره‌هایی در حوزه تولید و ارتقای کیفیت محصولات، درباره نحوه پرداخت یا استفاده از معافیت‌های مالیاتی، دستیابی به بیمه‌های باصرفه و یا چگونگی دسترسی به منابع مالی. در بسیاری از مواقع به دلیل ناآشنایی با قوانین و فرایندهای اداری، افراد حتی از دستیابی به منابعی که

مختص به آنها است باز می‌مانند. در مورد نداشتن اطلاعات کافی در حوزه‌های مختلف یکی از مسئولان می‌گوید:

«این افراد به شدت ضعف اطلاعاتی دارن باید از اطلاعات مربوط به کسب‌وکارها بهره‌مند بشن تا بتونن کسب‌وکارشون رو مدیریت کنن».

نکته‌ای که در مصاحبه‌های متعدد قابل مشاهده است، نیاز به مشاوره‌های دائم برای موضوعات مختلف کسب‌وکار در دوره‌های مختلف حیات کسب‌وکار است. کسب‌وکارهای خانگی در هر مرحله از کارشان با مشکلات متفاوتی مواجه می‌شوند و از سوی دیگر تغییرات اجتماعی، اقتصادی و تکنولوژیک آنها را با مسائل جدید روبه رو می‌کنند که نیازمند مشاوره و یادگیری می‌شوند. در این مورد یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«باید مشاوره‌ها در طول فرایند کسب‌وکار باشه، در هر مرحله به مشاوره‌های خاصی نیاز هست. باید کسی کسب‌وکار را از نزدیک بررسی کنه و نقاط قوت را بفهمه و با توجه به نقاط قوت و ضعف و در راستای توانایی افراد راه حل بده».

یکی از حمایت‌هایی که عموماً توسط صاحبان کسب‌وکارها مطرح می‌شد، برگزاری همایش‌ها و جلساتی است که در آن افراد بتوانند از آموزش‌های لازم و تجارب کسب‌وکارهای موفق برخوردار شوند و همینطور با افراد و سایر کسب‌وکارها آشنا شوند، این آشنایی که می‌تواند امکان ایجاد شبکه‌های کسب‌وکاری را برای آنها فراهم کند. در مورد برگزاری همایش‌ها و جلسات یکی از پاسخگویان می‌گوید:

«اونا مثلاً جلسه می‌ذارن اما دریغ از یک سر سوزن تأثیر. من از مسئولان خواهش می‌کنم هر چند خود ما یک درصد هم حمایت نشدیم ولی لااقل با برگزاری نشستای تخصصی در رابطه با کار در منزل و استفاده از کاربلدها و شاغلان این نوع کسب‌وکار و نه استادان دانشگاه و دولتیا، به مردم مشاوره و راهنمایی بدن».

حمایت دولت از کسب و کارهای خانگی ... ۱۰۷

جدول ۴- پیشنهادات حمایتی پاسخگویان بر اساس چرخه زندگی کسب و کار

صاحبان کسب و کارها	تسهیلگران	مسئولان	راه حل
*	*		ایجاد یک نهاد تخصصی
		*	رفع مغایرت های قانونی
		*	هماهنگی نهادها دارای مسئولیت
		*	جمع آوری اطلاعات از وضعیت کسب و کارهای خانگی
*	*		آگاهی مسئولان حوزه کسب و کار خانگی از حوزه کسب و کار و تعاملات اقتصادی
	*	*	افزایش اطلاعات اقتصادی صاحبان کسب و کارها
*	*	*	استانداردهای متناسب با محصولات خانگی متنوع
	*		اطمینان دادن از پایداری دولت به سیاست ها و قوانین
*	*		تسهیل اخذ مجوز برای راه اندازی کسب و کارهای خانگی
*	*	*	حل مسئله بیمه
*	*	*	حل مسئله مالیات
*	*	*	آگاهی دادن نسبت به قوانین موجود و دادن مشاوره های مربوط به مالیات و گرفتن وام
	*	*	سایر نیازهای مالی خانواده ها حل شود تا و امها صرف امور دیگر نشود
*	*	*	آگاهی دادن نسبت به قوانین موجود در این حوزه
*	*		ارائه راهنمایی و آموزش برای راه اندازی کار، کیفیت تولیدات و بازاریابی
	*		ارائه راهنمایی و مشاوره های مداوم
*			همایش ها و جلسات کاربردی جهت دادن اطلاعات و آموزش های مناسب
*			فرصت هایی برای صاحبان کسب و کارها برای ملاقات و به اشتراک گذاشتن تجارب

	*	*	کمک مالی به کسب‌وکارهای موفق
	*	*	شناسایی محصولات و بازارهای مناسب و پیشنهاد آن به علاقه‌مندان
*	*		فراهم کردن زیرساخت‌هایی مانند پست و شبکه توزیع تخصصی
*			ایجاد نمایشگاه و بازارچه‌های محلی و منطقه‌ای
*			ایجاد نمایشگاه‌ها و بازارهای ملی جهت عرضه و فروش
*			فراهم کردن امکان حضور در نمایشگاه‌ها و بازارهای خارجی
*			اطلاع‌رسانی در مورد نمایشگاه‌ها
*	*	*	تبلیغ محصولات این کسب‌وکارها در رسانه‌ها
	*	*	شبکه‌سازی

از جمله مشکلاتی که کسب‌وکارهای خانگی با آن مواجه‌اند در حوزه بازاریابی و فروش محصولات‌شان است. بنابراین بخش مهمی از پیشنهادها هم در این حوزه است. برخی معتقدند با آموزش‌های سهل‌الوصول می‌بایست توانمندی و سرمایه انسانی صاحبان کسب‌وکارها را افزایش داد تا بتوانند بخش مهمی از این مسئولیت را انجام دهند. تسهیلگران و صاحبان کسب‌وکارها که عملاً با مشکلات رساندن محصولات به دست مشتری مواجه هستند به بهبود خدمات پست و ایجاد شبکه توزیع اشاره می‌کنند. با وجود نارضایتی که از نمایشگاه‌ها توسط صاحبان کسب‌وکارها ابراز شد بود، ایجاد نمایشگاه‌ها در سطوح مختلف همراه با تبلیغ و اطلاع‌رسانی مناسب مطرح شده است. شبکه‌سازی در بین کسب‌وکارها در قالب‌های مختلف از جمله پیشنهادهایی بود که توسط تسهیلگران و مسئولان دولتی داده می‌شد. مسئولان دولتی بیشتر به شکل‌گیری شبکه‌ها در قالب پشتیبان اشاره داشتند و تسهیلگران به هر نوعی از ارتباط بین کسب‌وکارهای خانگی که بتواند امکان همکاری و هم‌افزایی آن‌ها را افزایش دهد رویکرد مثبتی دارند. در قالب ارتباطات بین کسب‌وکارها است که آن‌ها می‌توانند از



تجارب، اطلاعات و ارتباطات هم بهره‌مند شده و حتی پتانسیل دسترسی به بازارهای خارجی را داشته باشند. در این باره یکی از تسهیلگران می‌گوید:

«تو مشاغل خانگی همه فکر می‌کنن که همه کارا رو باید خودشون انجام بدن در حالی که اینطور نیست و اگر بتونی مشاغل خرد و کوچیکو وصل کنی به یه بنگاه بزرگتر که وصله به یه بازار خارجی، این اتصال باعث افزایش کیفیت مشاغل خانگی هم می‌شه. این بنگاه بزرگتر نظارت می‌کنه و استاندارد داره. ببینید اون کوچوله نمی‌تونه پدفعه وصل بشه به بازار خارجی باید گام به گام جلو بره».

### نتیجه‌گیری

در سال‌های گذشته کسب‌وکارهای خانگی بار دیگر به عنوان امکانی برای تأمین معیشت پایدار، کارآفرینی کم هزینه، رشد اقتصادی و توسعه محلی در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته مورد توجه قرار گرفته‌اند، این امر در مورد ایران نیز صادق است. دولت در سال‌های گذشته تلاش کرده اقدامات و حمایت‌هایی را در راستای رشد و موفقیت این کسب‌وکارها انجام دهد اما هنوز مشکلات و چالش‌هایی برای آنها وجود دارد. در این تحقیق با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ذینفعان در کسب‌وکارهای خانگی تلاش شد به شناسایی مشکلات و موانع موجود در اقدامات و حمایت‌های دولت پرداخته شود.

بر اساس یافته‌های مقاله مسئولان کسب‌وکار خانگی برای انجام اقدامات مؤثر با چالش‌هایی مواجه هستند که باعث می‌شود نتوانند آنطور که باید عملکرد مؤثری داشته باشند. مشکلات قانونی چون دشواری‌های موجود در ارائه مجوزها به ویژه در محصولات غذایی که تا حد زیادی ناشی از عدم تطابق استانداردها با مشاغل خانگی است، مشخص نشدن تکلیف بیمه خاص این مشاغل و برخی ابهامات قانونی فرایند

کار را برای مسئولان دشوار کرده است. عدم هماهنگی میان سازمان‌ها و نداشتن توجه کافی و رویکرد مثبت به کسب‌وکارهای خانگی باعث می‌شود که سازمان‌های ذیربط به صورت منسجم و هماهنگ عمل نکنند و در مواردی به وظایف قانونی خود نیز در این حوزه توجه چندانی نداشته باشند. این مسائل نشان می‌دهد در کشور ما مسئولان چنان که باید کسب‌وکارهای خانگی را جدی نگرفته‌اند. بخش دیگری از مشکلات که مسئولان با آن مواجه هستند در ارتباط با توانمندی پایین برخی از صاحبان کسب‌وکارها است، از آنجایی که کسب‌وکار خانگی مانند هر کسب‌وکار کوچک دیگری تا حد زیادی تحت تأثیر توانمندی‌های صاحب کسب‌وکار است، عدم توانایی او باعث می‌شود حمایت‌های موجود اثربخش نباشد.

در بخشی که به مشکلات حمایت‌های دولتی پرداخته شد، مشخص شد که مشکلات را می‌توان در پنج طبقه مشکلات مربوط به فرایندهای اداری، قانونی، حمایت‌های مالی، آموزش و مشاوره و مشکلات مربوط به حمایت‌های بازار دسته‌بندی کرد. بررسی نشان داد هرچند عموماً به اکثر مشکلاتی که از مصاحبه‌ها استخراج شده همه گروه‌ها اشاره داشته‌اند اما فراوانی مشکلات در بین هر گروه از ذینفعان با توجه به تجربه زیسته‌شان متفاوت است.

صاحبان کسب‌وکارها بیشترین اشاره‌شان به مشکلاتی نظیر، فرایندهای اداری و قانونی دشوار و ابهام در آن، شعارزدگی مسئولان و نمادین بودن فعالیت‌ها، حل نشدن مسئله نیاز به سرمایه برای گسترش کار، شرایط سخت گرفتن وام، عدم بهره‌وری همایش‌ها و نشست‌ها، مشکلات مربوط به نمایشگاه‌ها و نبودن سیستم توزیع برای کسب‌وکار است. تسهیلگران که تقریباً در ارتباط با هر دو گروه دیگر هستند بیشتر به عدم وجود حمایت‌ها و اقداماتی در جهت توانمندسازی صاحبان کسب‌وکارها برای پیشبرد امورشان اشاره دارند. مسئولان نیز به طور خاص به مشکلاتی نظیر عدم همسویی دستگاه‌ها و نبود برخی از حمایت‌های مالیاتی اشاره داشته‌اند.

در راه‌حل‌های ارائه شده توسط ذینفعان نیز تفاوت‌هایی وجود دارد. با توجه به مشکلاتی که مسئولان در حیطه وظایف‌شان با آن مواجه هستند، برخی از پیشنهادها تنها از سوی آنان داده شده و شامل مواردی چون رفع مغایرت‌های قانونی، هماهنگی بین نهادها و جمع‌آوری داده در مورد وضعیت کسب‌وکارهای خانگی است که به آنها در تصمیم‌گیری بهتر و انجام اثربخش‌تر مسئولیت‌هایشان کمک می‌کند. صاحبان کسب‌وکارها عموماً به راه‌حلی که به منظور بهبود بازار اشاره کرده‌اند که شامل برگزاری نمایشگاه‌ها و محل‌هایی برای فروش با اطلاع‌رسانی و زیرساخت‌های مناسب است، آن‌ها معتقدند با رفع مشکلات بازار توانایی تولید بیشتر، افزایش درآمد و در صورت لزوم افزایش کارکنان را خواهند داشت. استانداردهای متناسب با شرایط محصولات خانگی، حل مسئله بیمه و مالیات و آگاهی‌دادن نسبت به قوانین این حوزه و تبلیغ محصولات این حوزه از جمله پیشنهادهایی است که توسط هر سه گروه ذینفعان ارائه شده است.

با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- جدی گرفتن کسب‌وکارهای خانگی و منافع حاصل از آن‌ها که باعث می‌شود اقدامات و قوانین لازم و هماهنگ با شرایط این کسب‌وکارها طراحی و اجرا شود.
- برگزاری نشست‌هایی بین ذینفعان این حوزه که بهتر و بیشتر با مسائل و مشکلات هم آشنا شوند. به نظر می‌رسد مسئولان دولتی و کسب‌وکارها به خوبی در مورد مسائل هم اطلاع ندارند و دچار ادراکات متفاوت نسبت به برخی مسائل هستند.
- انجام پیمایشی در حوزه کسب‌وکارهای خانگی که به شناسایی انواع آن‌ها، نیازها و ویژگی‌هایشان کمک کند.
- در هر مرحله از حیات کسب‌وکارها آن‌ها نیازمند حمایت‌های متفاوتی هستند، که می‌بایست در ابتدای امر به خوبی شناسایی شده و حمایت‌های متناسب با آن طراحی شود.

- نیاز به نهادی تخصصی در این حوزه که بتواند به مسئولان و به ویژه صاحبان کسب‌وکارها مشاوره و آموزش‌های تخصصی ارائه بدهد. هنگامی که صاحبان کسب‌وکارهای خانگی بتوانند آموزش‌های تخصصی مورد نیازشان را به سادگی و با هزینه پایین دریافت کنند، می‌توانند فرایندهای درونی کسب‌وکارشان را به خوبی مدیریت کرده و کالایی با کیفیت را به مشتریان ارائه کنند.
- این نهاد تخصصی می‌تواند نشست‌هایی برای به اشتراک‌گذاری تجارب صاحبان کسب‌وکارهای خانگی طراحی کند، این نشست‌ها می‌تواند محملی برای آشنایی کسب‌وکارهای خانگی باهم و خروج آن‌ها با یکدیگر از انزوا و همکاری و هم‌افزایی آن‌ها را فراهم کند.
- توجه به کسب‌وکارها و تولیدات خانگی در رسانه‌ها و تلاش برای فرهنگ سازی در این عرصه.

## منابع

- رضایی، روح‌الله؛ نجفی، بهمن. (۱۳۹۴) «موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در «توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۳».
- کریپندورف، کلوس. (۱۳۸۳). مبانی روش‌شناسی تحلیل محتوا، ترجمه: هوشنگ نایی، نشرنی.
- میرلطفی، محمودرضا؛ علوی‌زاده، امیرمحمد؛ بدخش، یوسف. (۱۳۹۳) «آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی. (مطالعه موردی: روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه»، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال سوم، شماره ۵.
- نورث، داگلاس. (۱۳۷۷). نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی، مترجم: محمدرضا معینی، انتشارات برنامه و بودجه.
- غفاری، مجتبی. (۱۳۹۳) راهکارهای کاهش فقر: رهیافتی در اقتصاد نهادگرایی، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی و بودجه، سال نوزدهم، شماره ۴.
- عجم اوغلو؛ دارون، رابینسون؛ جیمز ای. (۱۳۹۴). چرا ملت‌ها شکست می‌خورند؟ ریشه‌های قدرت، ثروت و فقر، ترجمه: علی رضا بهشتی، انتشارات روزنه، چاپ چهارم.

- ABS. (Small Business in Australia). (2005). *Canberra, Australian Bureau of Statistics.*
- Ali, Shameem. (2011). Motivations of home-based Business operators, their needs and awareness about existing support programs, *International Journal of business research*, 11(2), 175-188
- Beale, Henry. (2004). *Home-Based Business and Government Regulation*, for SBA office of Advicacy
- Bourne, Lynda. (2008). "*Project relationship management and the Stakeholder Circle™*", A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Project Management, RMIT University
- Braun, V, Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, Pp. 77-101.
- Burdge, Rabel, Coulter, Thayne. (2004). *What the Decision-Maker Needs to know about SIA*, In Burge
- Horgan, M. (2001). Policy, regulations and approaches to home-based. *The Review of Economics and Statistics*, 162(46), 117-120
- Jain, A, Courvisanos, J. (2013). Home based business in suburban peripheral regions and government policy: A case study of Casey, Melbourne, Australia. *Australasian Journal of Regional Studies*, 19(2)
- Kellett, Peter, Tipple, Graham. (2002). *Home-Based Enterprise and Housing Policy: Evidence from India and Indonesia*, Paper presented at the ENHR 2002 Conference in Vienna
- King, Nigel, Horrocks, Christine. (2010). *Interviews in Qualitative Research*, Sage
- Mason, Colin, Carter, Sara, Tagg, Stephan. (2008). *invisible Businesses: the characteristics of Home-based businesses in the UK, presentation to the center of Knowledge*. Innovation, technology and Enterprise, Newcastle university

- Mason, Colin. (2010). *Home-based business: Challenging their Cinderella status*, eContent Management Pty Ltd. Small Enterprise Research, 17: 104-111
- Mason, Colin, Reuschke, Darja. (2015). *Home Truths: The true Value of home-based business*, A report for Federation of Small Businesses in Scotland
- Mehrotra, Santosh, Biggeri, Mario. (2002). *Social protection in the informal economy: Home based women Workers and outsourced manufacturing in Asia*, UNICEF Innocenti Research Center
- North, D. C. (2002). *The new institutional economics and third world development*. In J. Harriss& J. Hunter. (Eds.). pp. 17 -23.
- Redmond, Janice, Walker, Elizabeth. (2010). *Home-based business policy and return on investment for the community*, Small Enterprise Research, Volume 17, Issue 2
- Tipple, Graham. (2005). Pollution and Waste Production in Home- Based Enterprises in Developing Countries: *Perceptions and Realities Journal of Environmental Planning and Management*, Vol. (48)2
- Walker, Elizabeth. (2003). *Home-Based Business: Setting Straight the Urban Myth*, Small Enterprise Research Journal, Vol 11(2)
- Merton, Robert. (1957). *Social Structure and anomie*, Social Theory and Social Structure, The free press of Glencoe
- SBA, 2017: frequently asked questions about small business:  
<https://www.sba.gov/sites/default/files/advocacy/SB-FAQ-2017-WEB.pdf>
- Strassmann, P.W. (1986). *'Types of Neighbourhood and Home Based Enterprises: Evidence from Lima, Peru.'*Urban Studies, Vo. 23 (No.6), pp.485-500.