



پرچمی، داود و جلالی، فاطمه (۱۳۹۹). جافتادگی نهادی و اثربخشی آن بر کسب و کارهای خانگی. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۷(۱۵)، ۸۹-۱۲۳.

جافتادگی نهادی و اثربخشی آن بر کسب و کارهای خانگی

داود پرچمی^۱ و فاطمه جلالی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۶

چکیده

امروزه شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه موجب توجه بیشتر به کسب و کارهای خانگی به عنوان فرصت دسترسی به اشتغال، معیشت پایدار و رشد اقتصادی شده است. با توجه به این امر در ایران اقداماتی در قالب سیاست گذاری، قوانین و حمایت‌ها برای گسترش کسب و کارهای خانگی صورت گرفته، که آن‌ها هم با چالش‌هایی مواجه و اثربخشی‌شان کاهش یافته است. هدف پژوهش حاضر بررسی قوانین و اقدامات مربوط به کسب و کارهای خانگی در کشورهای مختلف و ایران و اثربخشی آن‌ها در ایران است. برای این منظور از روش تطبیقی، تحلیل قوانین موجود، مصاحبه نیمه ساختاریافته با مطلعین کلیدی استفاده شد و در ادامه پیمایشی با ۱۲۵ نفر از صاحبان کسب و کارهای خانگی در تهران انجام شد که در آن میزان موفقیت، بهره‌مندی از اقدامات و حمایت‌ها در کسب و کارهای خانگی مورد سنجش قرار گرفت. بر اساس یافته‌ها، در ایران در مراحل سه‌گانه حیات کسب و کار اقداماتی انجام شده اما این مداخلات عموماً در مرحله شکل‌گیری بوده و در مراحل تثبیت و رشد اقدام کمتری انجام شده است. در جافتادگی نهادی کسب و کارهای خانگی و فرایند قانونی، اداری و اجرایی این اقدامات مشکلاتی وجود دارد که مانع دسترسی کسب و کارها از حمایت‌ها می‌شود اما هنگامی که کسب و کارها به این اقدامات دسترسی داشته‌اند، موفق‌تر بوده‌اند. دسترسی به اطلاعات، گرفتن مجوز، وام و بازار در اقدامات انجام شده بیشترین تاثیر را در موفقیت کسب و کارهای خانگی داشته است.

کلیدواژه‌ها: کسب و کار خانگی؛ نهادهای اجتماعی؛ اثربخشی؛ جافتادگی سیاسی؛ جافتادگی نهادی.

۱- استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)، d-parchami@sbu.ac.ir

۲- دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی، fate-jalali2@sbu.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسأله

کسب‌وکار خانگی به عنوان یکی از انواع کسب‌وکارهای کوچک، در چند دهه گذشته در بسیاری از کشورها به عنوان راهی مهم و کم‌خطر برای شروع کسب‌وکار مطرح شده که بر افزایش درآمد و رفاه خانواده، فراهم‌کردن فرصت‌های شغلی، بهبود کیفیت خانه، محیط و اجتماع محلی موثر است (صفیه و الویانا^۱، ۲۰۱۶: ۱) و افراد برای راه‌اندازی و اداره آن از انواع سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و فیزیکی در دسترس خود و خانواده‌شان استفاده می‌کنند. مطالعات نشان داده کسب‌وکار خانگی دارای منافع اقتصادی (کلت و تیپل^۲، ۲۰۰۲؛ تیپل، ۱۹۹۴؛ استراسمن^۳، ۱۹۸۶؛ سازمان جهانی کار^۴، ۲۰۰۲؛ ری^۵، ۲۰۰۵؛ تیپل، ۲۰۰۶) اجتماعی (ماسون و همکاران^۶، ۲۰۰۸) و فیزیکی (کلت و تیپل، ۲۰۰۰) برای خانواده‌ها و جوامع هستند. بررسی چهار کشور اندونزی، هند، بولیوی و آفریقای جنوبی نشان داد خانواده‌هایی با کسب‌وکار خانگی نسبت به سایرین درآمدی بیشتری دارند، این کسب‌وکارها در فرایند اشتغال‌زایی کم-هزینه‌اند و باعث افزایش تولید و ثروت ملی این کشورها شده‌اند (کلت و تیپل، ۲۰۰۲). کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای توسعه‌یافته نیز مورد توجه هستند، برای نمونه در آمریکا حدود ۲۸ میلیون کسب‌وکار کوچک وجود دارد که ۵۲ درصد از آن‌ها، خانگی هستند (اداره کسب‌وکارهای کوچک^۷، ۲۰۱۴) و ۹/۵ درصد از کل نیروی کار در خانه کار می‌کنند (کارلیس^۸، ۲۰۱۳: ۱).

در مقابل این رویکرد مثبت، برخی معتقدند در کشورهای در حال توسعه شرایط کاری کسب‌وکارهای خانگی برای سلامت نامناسب و نرخ پرداخت‌ها نیز پایین است و این امر باعث تشدید فقر و تدام چرخه فقر می‌شود، این کسب‌وکارها نامرئی‌اند و از حمایت‌های اجتماعی و قانونی لازم محرومند. هرچند این وجه از کسب‌وکارهای خانگی در برخی از نقاط جهان قابل چشم‌پوشی نیست، شواهد نشان می‌دهد شرایط اجتماعی و قانونی که کسب‌وکار خانوادگی در آن شکل می‌گیرد، در ایجاد این پیامدها بسیار مهم است، همچنین برخی از این پیامدهای

1- Safeyah and Elviana

2- Kellett and Tipple

3- Strassmann

4- International Labour Organization

5- Roy

6- Msson et al

7- Small businesss Administration

8- Carlise

منفی بیشتر به کارکنان خانگی ارتباط دارد تا خوداشتغالان کسب‌وکارهای خانگی (قوام شهیدی^۱، ۱۹۹۵؛ بوریس و پراگل^۲، ۱۹۹۶؛ تیپل، ۲۰۰۶) حتی در همین شرایط نیز کسب‌وکارهای خانگی به تامین معیشت پایدار کمک می‌کنند.

با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای خانگی در بهبود اقتصاد ملی، محلی و خانوار و همچنین تغییر سبک‌زندگی مردم که موجب اقبال بیشتر به این نوع کسب‌وکار شده است و از آنجایی که فعالیت‌های اقتصادی و در ذیل آن کسب‌وکارهای خانگی تحت‌تاثیر سایر نهادهای اجتماعی و سازمان‌ها هستند و مستقل از آنها نمی‌باشند. کنشگران سیاسی و سازمان‌های مختلف چه دولتی، رسمی، عمومی و یا مردم‌نهاد در جهت بهره‌مندی جوامع از مزایای آنها و بهبود عملکردشان اقداماتی با هدف توانمندسازی و تجهیز آنها انجام داده‌اند. بررسی‌های مختلف (نجفی و رضایی، ۱۳۹۴؛ علی^۳، ۲۰۱۱؛ جین و کورويسانوس^۴، ۲۰۱۳) و مطالعات محققان نشان می‌دهد سیاست‌گذاری‌ها، قوانین و حمایت‌های معطوف به کسب‌وکارهای خانگی به دلایلی از اثربخشی لازم برخوردار نیستند. به عنوان مثال بررسی سوسانتی و مسعودا^۵ (۲۰۱۷) در اندونزی نشان داد دولت اهتمام کافی برای حمایت به ویژه در حوزه بازار یابی ندارد. در برخی بررسی‌هایی که چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در ایران مطالعه شده، نبود قوانین مناسب و عدم حمایت مسئولین از جمله مهم‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی شناخته شده است (میرلطفی، ۱۳۹۳؛ سعدی و حیدری، ۱۳۹۲). در ایران تنها ۴۲ درصد از کارگاه‌های خانگی ثبت شده، دایر هستند و مابقی کار نمی‌کنند، این امر نشان‌دهنده ناپایداری و عدم-موفقیت درصد زیادی از کسب‌وکارهای خانگی است که به صورت رسمی ثبت شده و حتی مورد حمایت دولت نیز هستند.

بنابراین بررسی اثربخشی اقدامات دولت‌ها و ارائه راه‌حل برای افزایش آن از دغدغه‌های مهم سیاستگذاران و فعالین این حوزه است. شناخت میزان و چگونگی اثربخشی این قوانین و اقدامات در موفقیت کسب‌وکارهای خانگی، موانع و راه‌حل‌های ارتقاء آنها هدفی است که این مقاله به آن پرداخته است.

- 1- Ghvamshahidi
- 2- Boris and Prugl
- 3- Ali
- 4- Jain and Courvisanos
- 5 Susanti & Masudah

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پژوهش‌های تجربی

در دو دهه گذشته اهمیت کسب‌وکارهای خانگی به دلیل تغییر در شکل کار و تاثیر این کسب‌وکارها در اشتغال‌زایی در محافل علمی گسترش یافته و مطالعاتی در این حوزه انجام شده‌است. در این بخش به بررسی اجمالی مطالعات انجام‌شده درباره کسب‌وکارهای خانگی و قوانین، اقدامات و حمایت‌ها پرداخته می‌شود:

تیاس^۱ (۲۰۱۶) در بررسی تحت عنوان "رویکرد کارآفرینی خانه‌محور بعد از فجایع: یادگیری از برنامه‌های بازتوسعه‌ای در کشورهای درحال توسعه" به کسب‌وکارهای خانگی و اقدامات دولت در این باره پرداخته است. هدف مطالعه کسب‌وکارهای خانگی و برنامه‌های بازتوسعه‌ای بود که کشورهای درحال توسعه در این حوزه دارند. برای این منظور از روش پیمایش، مصاحبه-عمیق و مشاهده استفاده شد. این بررسی نشان داد دولت‌ها در کسب‌وکارهای خانگی از طریق برخی برنامه‌های حمایتی مانند آموزش کارآفرینی، مهارت‌ها و دانش مربوط به راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی و منابع مالی و بازار نقش مهمی دارند.

شاکری و داودی (۱۳۹۴) مطالعه‌ای با عنوان "عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارهای خانگی روستایی" را انجام داده‌اند. هدف آن‌ها بررسی عوامل موثر بر موفقیت کسب‌وکارها بود و برای این منظور از روش پیمایش استفاده کرده‌اند. آن‌ها دریافتند اقدامات حمایتی و ارائه آموزش‌ها و خدمات لازم بر موفقیت کسب‌وکارهای خانگی بسیار موثر است. رضایی و نجفی (۱۳۹۴) در بررسی باعنوان "موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه" به مطالعه کسب‌وکارهای خانگی، با هدف مشخص کردن موانع راه-اندازی و گسترش آن‌ها پرداختند. روش به کار رفته پیمایش بود. محققین دریافتند که نبود قوانین، عدم شفافیت و انسجام قوانین مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی و مشکل اخذ مجوز برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی روستایی از جمله مشکلات آن‌ها است.

ورست^۲ (۲۰۰۷) بررسی‌ای تحت عنوان "فعالیت‌های اقتصادی خانه‌محور" را با هدف بررسی ماهیت کسب‌وکارهای خانگی و تاثیر آن‌ها بر معیشت پایدار انجام داد. او برای این منظور به مطالعه موردی سورینام و ترینیدا و توباگو با روش‌های مصاحبه عمیق، پیمایش و گروه کانونی پرداخت. او دریافت سیاست‌ها و برنامه‌های چندانی برای توسعه این‌بخش وجود ندارد. علی و

1- tyas

2- Verrest

همکاران (۲۰۱۱) مطالعه‌ای تحت‌عنوان "برنامه حمایتی دولت‌های محلی برای کسب‌وکارهای خانگی" را در استرالیا انجام دادند. هدف آن‌ها شناخت ماهیت کسب‌وکارهای خانگی و کمک به شوراهای محلی برای حمایت از کسب‌وکارهای خانگی بود و از روش‌های پیمایش، مصاحبه عمیق با فعالین کسب‌وکارهای خانگی استفاده کردند. آن‌ها دریافتند، حمایت کمی از کسب‌وکارهای خانگی می‌شود و مسئولین محلی حمایتگر نیستند. اکثر کسب‌وکارها قادر به دسترسی به پشتیبانی‌ها نیستند و از حمایت‌ها بی‌اطلاع می‌باشند.

جین و کورویسانوس (۲۰۱۳) تحقیقی باعنوان "کسب‌وکارهای خانگی در مناطق حاشیه‌ای و اقدامات دولت" را انجام دادند. هدف بررسی نقش کسب‌وکارهای خانگی در منطقه موردنظر و ادراک آن‌ها از سیاست‌های دولتی توسعه کسب‌وکار بود و در آن از روش پیمایش و مصاحبه کانونی استفاده شد. آن‌ها دریافتند نقش دولت محدود به زمان شکل‌گیری کسب‌وکارها است و برنامه و حمایتی برای نوآوری‌های مورد نیاز رشد و تشویق کسب‌وکارها برای رشد وجود ندارد.

سوسانتی و مسعودا (۲۰۱۷) بررسی در مورد الگوهای زنان در کسب‌وکارهای خانگی انجام دادند. هدف بررسی چالش‌ها و نقاط قوت و ضعف موجود با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. بررسی آن‌ها نشان داد وابستگی به نمایشگاه‌هایی که توسط دولت برگزار می‌شود می‌تواند برای کسب‌وکارها مشکلاتی در بازاریابی ایجاد کند. زیرا دولت و سازمان‌دهندگان نمایشگاه در اداره نمایشگاه جدید ندارند و به نکاتی مانند فروش، تعداد بازدیدکنندگان، همکاری با بازارهای مدرن به ویژه بعد از برپایی نمایشگاه توجه چندانی ندارند.

هستینگز^۱ (۲۰۱۸) به مطالعه کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی پرداخت. هدف او بررسی رفتارهای همکارانه در بین کسب‌وکارهای خانگی با استفاده از تحلیل ثانویه بود. مطالعه نشان داد در بین ۷۵ درصد از کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای مورد بررسی همکاری و جافتادگی شبکه‌ای وجود دارد.

بررسی پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که حوزه مطالعاتی کسب‌وکار خانگی عرصه نسبتاً جوانی است و عموم مطالعات در این باره به شناخت خود کسب‌وکارهای خانگی، صاحبان آن‌ها و موارد این چنینی می‌پردازند و تعداد مطالعاتی که به طور مستقیم به جافتادگی نهادی-سیاسی و اثربخشی مداخلات قانونی و حمایتی توجه نشان داده باشند، اندک است. از طرف دیگر برخی مطالعات به عدم توجه برنامه‌ها و اقدامات دولت به همه مراحل چرخه‌حیات کسب‌وکارها اشاره داشته‌اند، اما هنوز اقدامات مورد نیاز هر مرحله به روشنی شناسایی نشده و

مشخص نیست هر اقدامی چه‌اندازه در موفقیت کسب‌وکارهای خانگی موثر بوده و چه مشکلاتی وجود دارد.

۲-۲- چهارچوب نظری

۲-۲-۱- کسب‌وکارهای خانگی و موفقیت آن‌ها

کسب‌وکار فعالیتی شامل فعالیت‌های مربوط به تولید و یا توزیع در عرصه‌های مختلف صنعتی و تجاری است که نیازها و خواسته‌های جامعه را برطرف کرده و سودآور است (فرناند، ۲۰۱۱؛ پوری و میزارا، ۲۰۱۶). پترسن و پلومن^۳ اشاره داشته‌اند که کسب‌وکار، هر نوع تبادل تکراری و تجدید شونده‌ی خرید و فروش است (احمدپور و مقیمی، ۱۳۹۵: ۲۸ و ۲۹). بنابراین کسب‌وکار فعالیتی است مستمر در تولید و یا عرضه کالا و خدمات که برای کسب درآمد انجام می‌شود. انواع مختلفی از کسب‌وکارها وجود دارد که کسب‌وکارهای خانگی یکی از آنان است.

مفهوم کسب‌وکار خانگی چند دهه است که با توجه به شرایط اقتصادی و تغییرات اجتماعی و تکنولوژیک مجدداً مطرح شده است (استراسمن، ۱۹۸۶). میسون آن را کسب‌وکاری می‌داند که ((کالا یا خدماتی را به بازار عرضه می‌کند و این کار توسط فردی خوداشتغال یا به همراه افرادی که او استخدام کرده و با استفاده از امکانات محل سکونت، انجام شده است)) (میسون و همکاران^۴، ۲۰۰۸: ۱۰). 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.

موفقیت کسب‌وکارهای خانگی می‌تواند موجب تامین اشتغال پایدار، درآمد پایدار و رشد اقتصادی (کوک و همکاران^۵، ۲۰۰۳؛ میسون، ۲۰۱۱؛ پرانینگ^۶، ۲۰۱۵) شود. در مورد سنجش میزان موفقیت کسب‌وکارها، عموماً از تحلیل‌های مادی و کمی مانند سود به دست آمده از کسب‌وکار، برگشت سرمایه و تعداد شغل ایجاد شده استفاده می‌شود (کیرکوود^۷، ۲۰۱۶؛ واسانتا^۸،

-
- 1- Fernando
 - 2- Puri and Misra
 - 3- Peterson Plowman
 - 4- Mason et al
 - 5- Gough et al
 - 6- Prananing
 - 7- Kirkwood
 - 8- Wasantha

۲۰۱۲؛ ردmond و والکر^۱، ۲۰۱۰؛ جنینگ و بیور^۲، ۱۹۹۷). تحقیقات متعدد نشان داده‌اند که کسب‌وکار موفق، کسب‌وکاری است که حداقل سه سال دوام داشته باشد (اریکسون و لی^۳، ۲۰۱۲؛ مخبول^۴، ۲۰۱۱؛ ون پراگ^۵، ۲۰۰۳). بنابراین یکی از ملاک‌های موفقیت بقاء و ماندگاری بنگاه اقتصادی در سه سال بعد از تاسیس تعریف شده است. برخی از صاحب‌نظران موفقیت کسب‌وکارهای کوچک را با متغیرهای غیرمالی نظیر استقلال، رضایت کاری، کنترل روی آینده و ... تعریف کرده‌اند، در این بین متغیر رضایت مالک کسب‌وکار پرکاربردتر است (اریکسون و لی، ۲۰۱۲؛ والکر و براون^۶، ۲۰۰۴، ۲۰۰۳؛ کیرکوود، ۲۰۱۶) رضایت می‌تواند نشانی از موفقیت کسب‌وکار در دستیابی به متغیرهای مالی و غیرمالی باشد.

۲-۲-۲- جافتادگی نهادی-سیاسی و اثربخشی اقدامات انجام شده

در جامعه‌شناسی اقتصادی تاثیرگذاری سایر نهادها و متغیرهای اجتماعی بر کنش‌های اقتصادی در قالب جافتادگی^۷ بیان شده است. این مفهوم توسط گرانووتر (۱۹۸۵) طرح شد، پیش از آن پولانی نیز تاکید کرده بود که کنش‌های اقتصادی ((جافتاده در نهادهای اقتصادی و غیراقتصادی هستند)) (پولانی^۸، ۱۹۵۷: ۲۵۰). جافتادگی به این امر اشاره دارد که افراد و کنش‌ها به متن اجتماعی پیوند خورده‌اند. یعنی افراد و عملکردهای آنها از طریق شبکه‌ها، قوانین، سیاست‌ها و فرهنگ به محیط اجتماعی پیرامون وابسته است (هس^۹، ۲۰۰۷: ۳). برای جافتادگی کنش‌های اقتصادی انواع مختلفی نظیر جافتادگی ساختاری، سیاسی، نهادی و ... (هس، ۲۰۰۷؛ زوکین و

1- Redmond and Walker

2- Jennings and Beaver

3- Eriksson and li

4- Makhbul

5- Van pragg

6- Walker and Brown

7- Embeddedness

در انگلیسی مراد از embeddeness جاسازی شده و تعبیه شدن است که معنای اینکه چیزی بدرستی و بخوبی درون چیزی دیگری قرار بگیرد یا جابجافتد را می‌رساند. پولانی از این فضای مفهومی استفاده کرده تا بر تاثیرپذیری کنش‌های اقتصادی از شرایط فرهنگی و اجتماعی خود تاکید کند. در واقع این واژه جافتادگی و جاسازی شدن کنش اقتصادی در بستر فرهنگی-اجتماعی جامعه را می‌رساند. در فرهنگ دهخدا حک‌شدن، نقش-انداختن، کندن، تراشیدن، محوکردن و ... تعریف شده است. بنابراین حک‌شدگی چنین معنایی را متبادر نمی‌نماید و از واژه جافتادگی استفاده شد.

8- Polany

9- Hess

دیماجیو^۱، ۲۰۰۷) شناسایی شده که در این بررسی به جافتادگی نهادی و سیاسی کسب-کارهای خانگی و اثربخشی و محدودیت‌های اقدامات صورت گرفته، خواهیم پرداخت. در جافتادگی سیاسی به این نکته اشاره می‌شود که اقتصاد مصون از سیاست نیست و سیاستمداران بر کنش اقتصادی تاثیر دارند (هس، ۲۰۰۷: ۱۵). آن‌ها نهادهایی (قواعدی در مورد مالکیت، دسترسی به منابع و نحوه فعالیت‌ها) را ایجاد می‌کنند که به طور اساسی به فعالیت‌های اقتصادی شکل می‌دهند (هاومن^۲، ۲۰۱۷: ۷۲). به عبارتی، دولت‌ها چارچوبی از قواعد و قوانین -نهادهای- شکل می‌دهند که بخش خصوصی بر اساس آن عمل می‌کند (ولچ و ویکلیسون^۳، ۲۰۰۲: ۳) و می‌تواند موجب تسهیل و یا تحدید عملکرد و رشد کسب‌وکارها شود. نهادهای رسمی و غیررسمی، "قوانین بازی در جامعه‌اند... و شکل دهنده روابط متقابل انسان‌ها باهم هستند. نهادها سبب ساختاری شدن انگیزه‌های نهفته در مبادلات بشر می‌شوند" (نورث، ۱۳۷۷: ۱۹؛ نورث^۴، ۲۰۰۲: ۲-۵). آن‌ها قوانین و قواعدی هستند که در پس کنش‌ها برای آن‌ها تعیین و تکلیف می‌کنند، هزینه کنش و دسته‌بندی‌ها و مسیرهای موجود برای کنش را تعیین می‌کنند (هس، ۲۰۰۷: ۱۵ و ۱۶). محدودیت‌های نهادی مرزهای فعالیت سازمان‌های اقتصادی را مشخص و قوانین بازی کنش‌متقابل و رفتار کنشگران آن را قابل درک می‌کنند (نورث، ۱۳۷۷).

همانطور که اشاره شد نهادها شامل هنجارهای اجتماعی، قواعد و قوانین رسمی هستند، در این بررسی از آنجایی که به جافتادگی سیاسی پرداخته شده است، در جافتادگی نهادی نیز قواعد و به طبع آن اقدامات رسمی مورد توجه خواهند بود که سازمان‌ها و افراد، باید منطبق با آن، فعالیت خود را هماهنگ کنند.

کشورها و دولت‌های مختلف با چارچوب‌هایی از قوانین، قواعد و حمایت‌هایی که از فعالیت‌های اقتصادی تنظیم کرده‌اند می‌توانند برای کنش‌های اقتصادی تعیین و تکلیف کنند. همانطور که هس (۲۰۰۷) اشاره می‌کند جافتادگی و انواع آن تحدیدکننده و تجهیزکننده هستند، باعث می‌شوند کنش‌های مشخصی مشکل و کنش‌های دیگری ساده‌تر باشند. قوانین و حمایت‌های مناسب و درست در حوزه فعالیت‌های اقتصادی می‌توانند چارچوب صحیح و اثربخشی برای فعالیت‌های آنان فراهم کنند در حالی که نبود قوانین و حمایت‌های لازم و یا

1- Zukin and DiMaggio

2- Haveman

3- Welch and Wilkinson

4- North

وجود برخی مشکلات در آن‌ها می‌تواند محدودکننده کسب‌وکارها و یا کاهنده نتایج مورد انتظار باشد.

تجهیزکنندگی این اقدامات و حمایت‌ها در جهت دسترسی به هدف موفقیت کسب‌وکارهای خانگی را می‌توان اثربخشی^۱ آن‌ها دانست. اثربخشی به معنای تحقق اهداف مطلوب و خاص سازمان می‌باشد (لی و ویفورد^۲، ۲۰۰۹: ۵) اثربخشی اقدامات نهادها و سازمان‌های مختلف در کسب‌وکارهای خانگی را می‌توان پیاده‌سازی سیاست‌گذاری‌ها و حمایت‌های مناسب در جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین‌شده و استفاده مطلوب از منابع دانست (پرچی و جلالی، ۱۳۹۵: ۱۱۸) که منجر به موفقیت کسب‌وکارهای خانگی می‌شود. اقدامات و حمایت‌ها در مورد کسب‌وکارهای خانگی هنگامی اثربخش هستند که فاکتورهای موفقیت (درآمد، دوام و رضایت) را در آن‌ها افزایش دهند.

بررسی‌ها نشان داده، مداخلات و اقدامات سیاستگذاران در توسعه سرمایه انسانی و زیرساخت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای توسعه اقتصادی محلی ضروری است (مهروترتا و بیگری^۳، ۲۰۰۲: ۱۳) و شرایط عملکرد کسب‌وکارهای را بهبود می‌بخشد. اقدامات تاثیرگذار در حوزه کسب‌وکارهای خانگی به دو دسته اقدامات تنظیمی-نهادها- (هنجارهای تنظیمی در مورد مجوز، مالیات و...) و حمایتی (برگزاری نمایشگاه‌ها، ارائه وام، خدمات توسعه‌ای و...) تقسیم می‌شود.

از آنجایی که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از منابع مالی و گاه صلاحیت‌های مدیریتی لازم برخوردار نیستند، سازمان‌های مختلف تمایل دارند تا حمایت‌هایی مانند فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب، اجرای برنامه‌های آموزشی و تحصیلی و ارائه وام‌ها با بازپرداخت‌های منعطف را به منظور رفع چالش‌های آن‌ها ارائه کنند (احمد، ۲۰۰۷: ۱۴). خدمات توسعه‌ای شامل اصول کارآفرینی، بازاریابی، مدیریت کیفیت، حسابداری و مهارت ابزار مهمی برای حمایت از کسب‌وکارهای خرد، کوچک و متوسط هستند (رامزدن و بنت^۴، ۲۰۰۵؛ ایسلام^۵، ۲۰۱۴).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

- 1- Effectiveness
- 2- Lee and Whitford
- 3- Mehrotra and Biggeri
- 4- Ramsden and Bennett
- 5- Islam

بررسی‌های این حوزه نشان داده، کسب‌وکارهای خانگی در هر دوره حیات نیازمند حمایت‌های متفاوتی و به تبع سیاستگذاری‌های متناسب با آن هستند. علی بر اساس مدل گرینر^۱ حمایت‌های مربوط به کسب‌وکارهای خانگی را مبتنی بر مدل چرخه‌زندگی^۲ در سه مرحله شناسایی کرده است: ۱- شکل‌گیری^۳، ۲- بقاء^۴ و ۳- رشد^۵ (علی، ۲۰۱۱: ۱۶۸). در مرحله شکل‌گیری، نیازهای اطلاعاتی مربوط به قوانین، مالیات، ارزیابی ریسک و پتانسیل تجاری مطرح است. عدم‌آشنایی صاحبان کسب‌وکار با قوانین مالیات، بیمه و مجوزها (اینترپرایز نیشن^۶، ۲۰۱۴: ۸) آن‌ها را دچار مشکل کرده و از تمایل‌شان برای رسمی‌شدن می‌کاهد. عموماً صاحبان کسب‌وکارهای خانگی از خدمات و سیاستگذاری‌ها بی‌اطلاع‌اند و نگرانی‌هایی در مورد سطوح خدمات و فرایندهای تصمیم‌گیری و مشکلات ثبت مجوز و وضوح و همسویی قوانین دارند (علی، ۲۰۱۱: ۱۷۵) که باعث می‌شود کسب‌وکارهای خانگی دور از نظارت دولت فعالیت کنند. در مرحله بقاء، زمانی که فعالیت تجاری و تعاملات بازاری آغاز می‌شود و هدف کسب‌وکار سربه‌سر شدن درآمد و هزینه‌ها است، حمایت‌هایی چون توسعه بازار، مدیریت زمان و مهارت‌های مربوط به کسب‌وکار، پژوهش و توسعه شبکه برای کسب‌وکارهای خانگی محلی مورد نیاز است.

در مرحله رشد، افزایش گردش مالی و تعداد مشتریان اتفاق می‌افتد، در این مرحله امکان افزایش تعداد کارگران وجود دارد، بنابراین صاحبان کسب‌وکارها می‌بایست توانایی مدیریت و تقسیم کار داشته‌باشند. در مرحله رشد حمایت‌هایی نظیر آموزش، پژوهش و توسعه شبکه برای کسب‌وکارها عنوان می‌شود و نیاز بیشتری به حمایت‌های مالی هست (علی و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۷۱). می‌بایست توجه داشت تاکید بر ارائه اطلاعات حمایت‌های ارائه شده توسط سازمان‌های مختلف، فرایندهای ساده اداری، وضوح و همسویی قوانین در همه مراحل کسب‌وکار مطرح است و موجب اثربخشی بیشتر در موفقیت کسب‌وکارها می‌شود.

همانطور که اشاره شد نهادها و جافتادگی نهادی نه تنها تجهیز کننده و مشخص کننده نحوه فعالیت‌ها هستند اما گاه خود آن‌ها موانعی بر سر راه کسب‌وکارهای خانگی ایجاد می‌کنند. ابهام، عدم وضوح، عدم هماهنگی با تغییرات جدید و سرعت و عدم انعطاف قوانین نیز مانع از

1- Greiner

2- Life-cycle Model

3- Startup

4- Survival

5- Growth

6- Enterprise Nation, 2014

شکل‌گیری و رشد کسب‌وکارهای نوپای خانگی می‌شود (رضایی و نجفی، ۱۳۹۴؛ ردموند و والکر، ۲۰۱۰).

۲-۲-۳- جمع‌بندی چهارچوب تئوریک

کسب‌وکار خانگی فعالیتی مستمر در تولید و یا عرضه کالا و خدمات با هدف کسب درآمد، در محل سکونت افراد است، که می‌تواند مشاغلی ایجاد کند که در آن فرصت درآمد عادلانه، امنیت در محل کار و حمایت از خانواده‌ها وجود دارد. این کسب‌وکارها نیز مانند هر کنش اقتصادی دیگری به متن اجتماع پیوند خورده‌اند و عملکردشان توسط نهادها و ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... تحدید و تجهیز می‌گردد. در این بررسی به جافتادگی نهادی-سیاسی کسب‌وکارهای خانگی پرداخته شده است. هر نهاد را می‌توان به مثابه سیستمی از اجزای به هم پیوسته شامل عرف، اعتقادات، هنجارها و قواعد رسمی و غیررسمی دانست که کنشگران، کنش‌های خود را بر اساس آن تنظیم می‌کنند. در جافتادگی سیاسی به تاثیر عرصه سیاست و کارگزاران آن در حوزه اقتصاد پرداخته می‌شود. آن‌ها نهادهایی شامل قوانین مالکیت، دسترسی به منابع، نحوه فعالیت‌ها و چگونگی حمایت از کسب‌وکارها را ایجاد می‌کنند که به کنش‌های اقتصادی شکل می‌دهد. اثربخشی این اقدامات تنظیمی و حمایت‌ها می‌تواند موجب افزایش موفقیت کسب‌وکارهای خانگی گردد. فرض اصلی این بررسی آن است که دسترسی کسب‌وکارهای خانگی به این اقدامات و حمایت‌ها امکان موفقیت آن‌ها را افزایش داده و در هر دوره‌ای از عمر کسب‌وکار اشکال متفاوتی از حمایت‌های دولت ضروری است.

۳- روش تحقیق

با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای خانگی، این مقاله به بررسی میزان اثربخشی اقدامات و حمایت‌های انجام شده در مورد کسب‌وکارهای خانگی و شناخت برخی موانع آن‌ها می‌پردازد، برای این منظور از مطالعه تطبیقی، تحلیل قوانین، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و روش پیمایش استفاده شد.

در بخش مطالعه تطبیقی قوانین، قواعد و حمایت‌های انجام شده از کسب‌وکارهای خانگی از سوی سازمان‌های مختلف در کشورهای تایوان و استرالیا بررسی شده است. برای انتخاب این کشورها، به دلیل آنکه آمار و شاخص قابل مقایسه‌ای وجود نداشت، از ۲۸ نفر از متخصصان در نقاط مختلف دنیا با مکاتبات ایمیلی خواسته شد تا کشورهای موفق در کسب‌وکار خانگی را

معرفی کنند، از طرف دیگر با استفاده از مطالعات دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ توانستیم به تعداد کسب‌وکارهای خانگی و میزان موفقیت آن‌ها دست پیدا کنیم و بر اساس وجه اشتراک کشورهای بررسی‌جم و کشورهایی که متخصصان بدان اشاره کرده بودند، کشورهای استرالیا و تایوان انتخاب شدند. ایران در اطلاعات جم جزء کشورهای ناموفق به حساب می‌آید بنابراین دو کشور استرالیا و تایوان نمونه‌های موفق و ایران به عنوان نمونه ناموفق این حوزه هستند. در بخش تطبیقی تاریخچه این نوع کسب‌وکار، آمارهای رسمی و همچنین اقدامات و قوانین موجود مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات لازم و اقداماتی که از سوی سازمان‌های مختلف در این عرصه انجام شده بود، استخراج شد.

در مرحله بعد قوانین و مصوبات تحلیل محتوا و اقداماتی که سازمان‌های مختلف در ایران (وزارت کار و امور اجتماعی، دبیرخانه ستاد ساماندهی حمایت از کسب‌وکارهای خانگی و...) موظف به اجرای آن هستند استخراج گردید. این داده‌ها امکان مقایسه با داده‌های بخش تطبیقی و تئوریک را فراهم می‌کرد، و همچنین جهت و موضوع مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پیمایش را مشخص کرد.

برای انجام مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با مطلعین کلیدی، ابتدا آن‌ها را دسته‌بندی کرده تا اطلاعات کامل و همه‌جانبه‌ای از آن‌ها بدست بیاید. روش نمونه‌گیری این مطالعه، متوالی و یا متواتر^۲ است؛ در این شیوه حجم نمونه آنقدر افزایش می‌یابد تا زمانی که داده‌ها به تکرار برسند. در این روش، انواع مختلفی از نمونه‌گیری وجود دارد که در مطالعه حاضر از نمونه‌گیری گلوله-برفی استفاده و در نهایت با ۳۵ نفر مصاحبه شد. مطلعین کلیدی در این بررسی شامل مسئولین دولتی (۱۷ نفر) اعم از مسئولین رده بالای وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی و غیر دولتی مربوطه در سطح مدیرکل و قائم‌مقام، رؤسا و کارشناسان آن‌ها؛ تسهیلگران و مشاوران (۸ نفر) در بخش خصوصی و دولتی و در سطح سازمان‌های ملی و بین‌المللی و صاحبان کسب‌وکارهای موفق خانگی (۱۰ نفر) در شهر تهران بودند. در بین پاسخگویان ۱۶ درصد دیپلم و کمتر، ۳۸ درصد کارشناسی، ۴۱ درصد کارشناسی ارشد و ۵ درصد دکتری بودند.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل مضمون استفاده شد. مضمون، یک ویژگی تکراری و متمایز در متن است که به نظر پژوهشگر می‌تواند درک و تجربه خاصی را در رابطه با سوالات تحقیق ارائه دهد (کینگ و هوروکس^۳، ۲۰۱۰). از این رو کدگذار می‌بایست آشنایی

1- Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

2- Sequential Sampling

3- King and Horrocks

خوبی با حوزه مورد بررسی داشته باشد. با توجه به منشاء شناسایی مضامین، مضمون داده محور و نظریه محور وجود دارد (بران و کلارک^۱، ۲۰۰۶) در این بررسی هر دو روش استفاده شد. به منظور اعتبار هر مصاحبه بارها به طور جزئی خوانده، مضامین آن مشخص و در طبقات قرار گرفت. در عین حال برای اعتبار و روایی طبقه بندی ها از اعتبار نظری، مرور همتا و بازبینی توسط مصاحبه شوندگان نیز استفاده شد.

در مرحله بعد پیمایشی با ۱۲۵ نفر از صاحبان کسب و کارهای خانگی در شهر تهران انجام شد که میزان موفقیت آن ها، بهره مندی از اقدامات و حمایت های انجام شده و همچنین مشکلات موجود در این اقدامات و حمایت ها بر اساس مضامین استخراج شده در بخش مصاحبه ها با دینفعان مورد سنجش قرار گرفت. این مصاحبه ها با میانگین حدود ۲ ساعت و در موارد بسیاری با حضور محقق در منزل و محل کار پاسخگویان انجام شد. به منظور سنجش اعتبار و روایی شاخص ها از تحلیل عاملی، آلفای کرونباخ و همبستگی درونی استفاده شد. در جدول ۱ می توانید ویژگی پاسخگویان و کسب و کارهای آن ها را مشاهده کنید.

جدول ۱: ویژگی پاسخگویان

ویژگی	طبقه	درصد	ویژگی	طبقه	درصد
جنسیت	زن	۹۰	سن کسب و کار	۳-۱	۴۵/۲
	مرد	۱۰		۸-۴	۲۵/۸
وضعیت تاهل	متاهل	۶۱/۳	نوع تولیدات	بیشتر از ۹	۱۹
	بیوه	۱۴/۵		صنایع دستی	۱۷/۶
تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۴۷/۲	مواد غذایی	۱۹/۲	
	فوق دیپلم و لیسانس	۳۸/۲	دوخت و بافت	۴۱/۶	
	فوق لیسانس	۱۴/۶	زیورالات	۸/۸	
اندازه کسب و کار	خرد (۹ کارکن)	۸۸/۷	کادویی و عروسک	۷/۲	
	کوچک (۱۰-۴۹ کارکن)	۸/۱	سایر	۵/۶	
	متوسط (بیشتر از ۴۹ کارکن)	۳/۲	مستقل	۸۴/۴	
			پشتیبان	۱۵/۲	

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- بررسی تطبیقی یافته‌های قوانین و اقدامات انجام شده در تایوان و استرالیا

با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای خانگی در بهبود اقتصادی و افزایش آن‌ها، در برخی کشورها اقداماتی در جهت تسهیل عملکرد و حمایت از آن‌ها توسط سازمان‌های مختلف صورت گرفته که در این بخش به بررسی آن‌ها در کشورهای تایوان، استرالیا و ایران می‌پردازیم.

در سال ۱۹۴۵ اوضاع اقتصادی نامناسبی بر تایوان حاکم بود و بیکاری زیاد، سرمایه‌گذاری کم و منابع اولیه اندکی وجود داشت، برنامه‌های اقتصادی دولت موجب افزایش تورم، مشکلات اجتماعی و بی‌ثباتی اجتماعی و عرضه کم مواد غذایی موجب احتکار آن‌ها توسط مردم شده بود (فولای^۱، ۲۰۰۵: ۶). در چنین شرایطی دولت تایوان برنامه‌ای برای رشد اقتصادی طراحی و اجرا کرد زیرا یک اجماع در بین دولتی‌ها و سیاستگذاران تایوانی به منظور انجام برخی اصلاحات برای بهبود شرایط کشور شکل گرفته بود. تایوان جهش اقتصادی خود را با شعار "هرخانه یک کارخانه و هر کارخانه یک خانه آغاز"^۲ کرد و امروزه کسب‌وکارهای خانگی که نقش موثری بر موفقیت اقتصادی تایوان داشته و با بیش از هشتاد درصد اقتصاد آن رابطه مستقیم و یا غیرمستقیم دارند (بنیاد دانشنامه نگاری ایران، ۱۳۹۵: ۸۰۴). دولت تایوان برای آنکه بتواند از مزایای کسب‌وکارهای خانگی برای رشد اقتصادی استفاده کند اقدامات متعددی به منظور تسهیل شرایط اقدام کسب‌وکارهای خانگی، دسترسی آن‌ها به بازارهای بزرگ ملی و بین‌المللی انجام داد، تمرکز دولت به ارتقای سرمایه انسانی و سرمایه مالی کسب‌وکارهای خانگی از طریق آموزش، فرهنگ‌سازی و جامعه‌پذیری در جهت افزایش کار و تلاش و تشویق به پس‌انداز و در مراحل بعدی اعطای وام بود و آن‌ها را در قالب شبکه‌های کسب‌وکار به بازارهای بین‌المللی پیوند داد.

در استرالیا نیز کسب‌وکار خانگی، بزرگترین گروه کسب‌وکار است، ۵۸ درصد کل کسب‌وکارها را شامل می‌شود و بیش از یک میلیون نفر در حدود ۸۵۰۰۰۰ کسب‌وکار خانگی مشغول هستند، آنان ۶۲/۶ درصد کل شاغلان کسب‌وکارهای کوچک را به خود اختصاص می‌دهند (پیرس^۳، ۲۰۰۹؛ ای.ام.ای.سی.سی.سی^۴، ۲۰۰۳؛ ای.بی.اس.اس^۵، ۱۹۹۵، ۲۰۰۱، ۲۰۰۵) و رشد

1- FU-Lai, 2005: 6

2- The Keting ji gongchang or "Living Rooms as Factories" program

3- Pierce

4- AMACC

5- ABS: Australian Bureau of Statistics

سالانه ۱۶ درصدی دارند که آن‌ها را تبدیل به بخش مهمی برای اقتصاد ملی کرده‌است (والکر و وبستر، ۲۰۰۴: ۴۹۵). افزایش کسب‌وکارهای خانگی در این کشور مربوط به تغییرات بازار کار در دهه ۱۹۸۰ و کاهش امکان اشتغال مادام‌العمر بود که منجر به افزایش روند خوداشتغالی گردید. دولت، مسئولین محلی و شهرداری‌ها در استرالیا دریافته‌اند که کسب‌وکارخانگی دارای فوایدی چون افزایش اشتغال محلی، تولید ثروت، سرزندگی و امنیت محلی هستند (هازبروک^۱، ۲۰۰۴: ۴). در سال ۲۰۰۳ مجلس سنای استرالیا مصوبات دهگانه‌ای را برای افزایش و بهبود شرایط برای کسب‌وکارهای کوچک تصویب کرد (همان). البته پیش از آن از ۱۹۸۰ دولت در سرتاسر استرالیا وام‌هایی را به کسب‌وکارهای کوچک جدید اختصاص داده و مراکز مشاوره‌ای را برای آنان به وجود آورده بود (جی و اسچاپر^۲، ۲۰۰۳: ۱۳۶). در این مراکز تلاش شد تا صاحبان کسب‌وکارها به مشاوران کسب‌وکار وصل شوند تا از اطلاعات لازم برای مدیریت کسب‌وکارشان بهره‌مند گردند.

برای رعایت اختصار اقدامات انجام شده در تسهیل عملکرد و حمایت از کسب‌وکارها در مراحل شکل‌گیری، بقاء و رشد کسب‌وکارهای خانگی در این دو کشور در جدول (۲) درج شده است. در هر سه در مرحله شکل‌گیری اقداماتی برای رشد آگاهی، افزایش و تسهیل ارتباطات و تسهیل در راه اندازی با کاهش هزینه‌ها انجام شده است.

در مرحله رشد که کسب‌وکار بزرگ‌تر شده و تعداد مشتریان و گردش مالی افزایش می‌یابد، می‌بایست توانایی مدیریت کار و تقسیم کار در بین کارکنان در صاحبان کسب‌وکارهای خانگی افزایش یابد. بنابراین در این مرحله به حمایت‌های برای ارتقاء نیروی انسانی (مهارت‌های مدیریتی، بازاریابی و مالی)، توسعه شبکه‌های کسب‌وکار، بازاریابی، کاهش موانع دسترسی به بازارهای بزرگ، و قوانین حقوقی و مالیاتی نیاز هست. از سوی دیگر کسب‌وکارهای خانگی به دلیل افزایش هزینه‌ها، چرخش مالی و لزوم سرمایه‌گذاری، نیازمند حمایت‌های مالی و آموزشی بیشتری هستند، در این مرحله نیاز به مشاوره‌های مالی، طراحی نقشه کسب‌وکار و ... برای کسب‌وکارهای خانگی نیز مطرح است. می‌توانید این اقدامات و حمایت‌ها را در کشورهایی که موفقیت بیشتری داشته‌اند در جدول زیر مشاهده کنید.

1- Hazebroek
2- Jay and Schaper

جدول ۲: قوانین و اقدامات صورت گرفته در مراحل شکل‌گیری، بقاء و رشد کسب و کارهای

خانگی در تایوان و استرالیا

مراحل	شکل‌گیری	بقاء	رشد
تایوان	فرهنگ‌سازی در مورد کارآفرینی و ایجاد کسب و کار افزایش آگاهی مردم از اقدامات این حوزه و آگاهی از قوانین استفاده از رسانه‌های چاپی و الکترونیک برای آگاهی از اقدامات ارائه مشاوره برای شروع کسب و کار تامین منابع مالی و انسانی برای شروع کسب و کار کمک‌ها و مشاوره‌های مرحله به مرحله	انجام نظرسنجی و نیازسنجی توسعه همه جانبه توانمندی‌های فنی-تکنولوژیکی تشویق کسب و کارها برای تعامل با هم و کارآفرینان استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید و یافته-های آموزشی برای افزایش مهارت‌های فنی-تکنولوژیکی نیروهای شاغل در خانه توسعه سرمایه انسانی از طریق کارگاه، کلاس، سخنرانی و دوره‌های مجازی اتخاذ راهبردهای توسعه صادرات تولیدات خانگی، سیاست‌های حمایت در بازاریابی، بازارشناسی و تبلیغات در سطح جهانی	بازنگری در مورد محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی، قوانین حقوقی و مالیاتی، بررسی و اصلاح مقررات مربوطه و اطلاع‌رسانی آن‌ها بکارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از تولیدات خانگی و بهره‌گیری از پیشرفت‌های تکنولوژیک تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از روش‌های نوآورانه و تولید محصولات ویژه و افزایش کیفیت تولیدات افزایش مهارت‌های مدیریتی، بازاریابی و مالی صاحبان کسب و کارها ارتقای منابع مالی کسب و کارها از طریق تعدیل سیاست‌های پولی، تامین مالی کسب و کارها، مشاوره‌های حسابداری، تامین مالی و طراحی پلن کسب و کار برای کسب و کارهایی که برای وام به بانک‌ها مراجعه می‌کنند، آنان پل ارتباطی مابین بانک‌ها و کسب و کارها هستند ارائه مشاوره‌های مالی و حسابداری نظارت تخصصی و حرفه‌ای ارتباط با سایر کسب و کارها و همکاری‌های چندجانبه در تامین منابع و تولید محصولات. تشویق شکل‌گیری انجمن‌های کسب و کار و شکل‌گیری تعاونی‌ها
استرالیا ^۱	تسهیل قوانین شروع کسب و کار و معافیت از برخی مجوزها پرداخت هزینه‌های معمول برای محل کار	انجام تحقیقات در مورد کسب و کارهای خانگی محلی فراهم کردن دیتابیس برای کسب و کارهای	حمایت از کسب و کارها برای طراحی وب-سایت بازدید از کسب و کارها برای رفع مسائل بازرگانی مقررات و برگزاری کارگاه برای مسئولین این حوزه

۱- بخشی از سطر مربوط به استرالیا از بررسی علی (۲۰۱۱) استخراج شده است.

تشویق به شرکت در برنامه‌های شهرداری‌ها درباره رشد کسب‌وکارها و برگزاری سمینارها و ارائه اطلاعات لازم برای رشد شبکه‌سازی برای کسب‌وکارهای محلی، ایجاد فرصت برای اشتراک گذاشتن ایده‌ها، پشتیبانی همکاران، امکان تبلیغ و برگزاری جلسه خرید و بازاریابی مشترک ارزیابی کسب‌وکار، مشاوره، مربیگری و نظارت به صورت رایگان یا کم‌هزینه تامین منابع مالی کمک به طراحی نقشه کسب‌وکار و برنامه- ریزی مالی	محلی شناسایی نیازهای محلی برای حمایت و آموزش تسهیل شکل‌گیری شبکه اولویت دادن به کسب- وکارهای خانگی در راهبردهای توسعه اقتصادی برگزاری سمینار آموزشی	ارائه بروشور و چک‌لیست برای آگاهی از مقررات و ارائه اطلاعات آنلاین اطلاعات در مورد بیمه و قوانین ارجاع به مشاور مالیاتی تلاش برای جلب اعتماد صاحبان کسب‌وکارها فراهم کردن مواد اولیه برای تشویق شکل‌گیری کسب- وکار محلی ارتباط دادن افراد به وبسایت سازمان‌های حمایتی دریافت ایمیلی درخواست- ها
--	--	--

۴-۲- قوانین و اقدامات انجام شده در ایران

کسب‌وکارهای خانگی از سوی افرادی که در حوزه خاصی مهارت تولیدی دارند آغاز می‌شود اما در سایر عرصه‌ها برای پیشبرد کسب‌وکار با محدودیت منابع انسانی و مالی مواجه‌اند و به دلیل محدودیت‌های مالی امکان جذب نیروی تخصصی در حوزه‌های مورد نیاز را ندارند بنابراین جافتادگی سیاسی و نهادی بر آنان تاثیرگذارتر است و برای ادامه کار نیاز به حمایت‌های آموزشی برای بهبود سرمایه انسانی، بازاریابی، مالی، ارتقای فناوری و .. دارند. حتی در صورت شروع موفق، این کسب‌وکارها به مرور زمان به دلیل ضعف در امکان نوآوری و ارتقای کیفیت محصول بازار خود را از دست می‌دهند و یا فرصت رشد پیدا نمی‌کنند، واحدهای بزرگ اقتصادی امکان تحقیق و توسعه را دارند اما کسب‌وکارهای کوچک نیازمند اقدامات دولت هستند.

در ایران بر اساس "قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی" و "دستورالعمل اجرایی آن" و "آئین‌نامه اجرائی ساماندهی و حمایت از بنگاه‌های پشتیبان کسب‌وکارهای خانگی، خردو کوچک" اقداماتی برای حمایت از کسب‌وکارهای خانگی مشخص شده است که در آن‌ها سازمان‌های مختلفی اعم از وزارت کار، شهرداری‌ها و ... موظف هستند.

جدول ۳: قوانین و اقدامات صورت گرفته در مراحل شکل‌گیری، بقاء و رشد کسب‌وکارهای خانگی در ایران

مراحل	اقدامات	قانون مربوط
شکل‌گیری	صدور مجوز و ارائه حمایت به کسب‌وکارهای دارای مجوز	(ماده ۷ ق ۱)
	معافیت از عوارض اداری و تجاری	(ماده ۷ ق)
	عدم نیاز به تغییر کاربری	(ماده ۷ ق)
	حمایت مالیات، بیمه وام، تعرفه مصرف، برق و سوخت	(بند ۵ ماده ۷ ق، تبصره ۲ ماده ۲۹)
	شناسایی مشاغل خانگی دارای مزیت	(ماده ۱۴ د)
	اطلاع‌رسانی و توسعه فرهنگ مشاغل خانگی	(ماده ۲ ق)
بقاء	ایجاد بازارهای محلی موقت	(بند ۱ ماده ۷ ق / ماده ۱ ق و ماده ۳۰ د)
	اطلاع‌رسانی در زمینه بازاریابی، خریدوفروش الکترونیکی و ارائه الگوهای موفق	(ماده ۱۰ د)
	آموزش و ارتقای بهره‌وری	(ماده ۱۰ ق) (ماده ۱۲ و ۳ د)
رشد	ارائه تسهیلات مالی	(بند ۶ ماده ۷ ق و ماده ۱۸ و ۹ د)
	تسهیل شکل‌گیری شبکه‌های کسب‌وکارهای خانگی	آیین‌نامه اجرایی ساماندهی و حمایت از بنگاه‌های پشتیبان کسب‌وکارهای خانگی، خرد و کوچک (ماده ۷ ق)

تحلیل محتوای این قوانین و مصوبات که با توجه به یافته‌های نظری و نتایج مطالعه تطبیقی انجام شده، نشان داد برخی از موارد مورد نیاز (تسهیل راه‌اندازی کسب‌وکار از طریق اعمال برخی از معافیت‌ها و عدم نیاز به تغییر کاربری در مرحله شکل‌گیری، ارائه آموزش‌های مختلف مربوط به کسب‌وکارهای خانگی و فراهم کردن بازار فروش در مرحله بقاء و ارائه وام و شبکه‌سازی) در قوانین و حمایت‌های انجام شده در ایران وجود دارد که اثربخشی و موانع آن در بخش‌های دیگر با مراجعه به مطلعین و صاحبان کسب‌وکارها مطالعه می‌شود. اما در تدوین قوانین، دستورالعمل‌ها و برنامه‌ریزی‌های مرتبط با آنها در مقایسه با کشورهای بررسی شده ضعف‌هایی وجود دارد. اقدامات انجام شده در ایران در مقایسه با کشورهای موفق عموماً مربوط به مرحله شکل‌گیری است و به خدمات شغلی و آموزشی در مرحله بقاء و رشد که می‌تواند موجب ارتقاء سرمایه‌های انسانی و اقتصادی این کسب‌وکارها شود توجه تخصصی نشده است.

۱- "ق" مخفف قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی

۲- "د" مخفف دستورالعمل اجرایی قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی

برخی اقدامات هم که می‌تواند موجب تسهیل فضای کسب‌وکارهای خانگی شود مانند تامین مواداولیه، توجه به شکل‌گیری شبکه‌های عمومی و خانگی محلی (خارج از شکل پشتیبان)، بازنگری در مورد محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی، حقوقی و ... در قوانین و حمایت‌های ایران وجود ندارد.

در بخش تطبیقی هدف شناسایی اقدامات لازم برای موفقیت کسب‌وکارهای خانگی و مقایسه آن‌ها با ایران بود تا مشخص شود در کشورهای موفق چه قوانین و حمایت‌هایی وجود دارد و در ایران وضعیت چگونه است، در ادامه به بررسی اثربخشی این اقدامات و موانعی که مانع از اثربخشی آن‌ها می‌شود خواهیم پرداخت.

۳-۴- ارزیابی مطلعین کلیدی در مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از اثربخشی اقدامات

در این بخش از مطلعین کلیدی شامل مسئولین دولتی (۱۷ نفر)، تسهیلاتگران و مشاوران (۸ نفر) و صاحبان کسب‌وکارهای خانگی (۱۰ نفر) در مورد قوانین و حمایت‌ها از کسب‌وکارهای خانگی و اثربخشی آن‌ها و مشکلات موجود سوال شد و پاسخ‌ها به طور خلاصه در جدول (۴) در مراحل مختلف رشد کسب‌وکارهای خانگی درج گردید.

۳-۴-۱- بررسی اقدامات در مرحله شکل‌گیری

بر اساس قانون، کسب‌وکارهای خانگی برای برخورداری از حمایت‌هایی نظیر معافیت از عوارض اداری و تجاری، عدم‌نیاز به تغییر کاربری مسکونی، تسهیلات بانکی و ... می‌بایست مجوز داشته باشند. بررسی نشان داد گرفتن مجوز بسیار دشوار است. فرایندهای اداری و قانونی پیچیده گرفتن مجوز موجب سردرگمی متقاضیان می‌شود، قوانین و فرایندهایی که افراد معمولی به سادگی نمی‌توانند مراحل مختلف آن را طی کنند:

یکسری قوانین و فرایندها برای گرفتن مجوز تعریف شده، اما حتی یکبار هم یکی از طرف خودشون نرفته از صفر تا صد این فرایند رو انجام بده تا ببینه که در نهایت کسی می‌تونه مجوز بگیره؟ و گرفتن مجوز تو این فرایند چقدر سخته (زن، صاحب کسب‌وکار، لیسانس).

عدم شفافیت فرایند دریافت مجوز برای متقاضیان و نبود اطلاع‌رسانی کافی موجب می‌شود طی کردن این فرایند بسیار دشوار و زمانبر باشد:

... ببینید من صاحب مشاغل خانگی که یک روز پا می‌شدم می‌رم ...، به من میگن اول برو اونجا بعد برو فلان‌جا از این مسئله می‌گذرم. باید شفاف باشه مسیر و من دقیقاً بدونم که چه کار باید بکنم ... (مرد، تسهیلگر، فوق‌لیسانس).

بر اساس قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، دولت باید با تعیین ضوابط در زمینه‌های مالیات، تأمین وام قرض‌الحسنه اشتغال، حق بیمه خویش‌فرما، تعرفه مصرف آب، برق و سوخت مصرفی از این مشاغل خانگی حمایت کند. اما در عمل یکی از چالش‌های عمده کسب‌وکارهای خانگی، **عدم برخورداری از این حمایت‌ها** است. در حوزه مالیات یکی از صاحب‌نظران می‌گوید:

ما درباره مالیات، معافیت مالیاتی نداریم ضوابط حمایت مالیاتی داریم. کسب‌وکارهای خانگی شامل مالیات صفر درصدند، اما شرط بهره‌مندی از اون تکمیل اظهارنامه مالیاتی و ارائه دفتر مالیاتیه، در حالی که خیلی از صاحبان مشاغل خانگی به دلیل شرایط تحصیلی و فرهنگی نمی‌تونن اون‌ها رو پر کنند و یا اعتماد ندارن. چنین شرطی عملاً اون‌ها رو از حق قانونیشان بی‌نصیب می‌کند (زن، مسئول، لیسانس).

گاه مغایرت‌های قانونی و یا مشخص نبودن وضعیت قانونی کسب‌وکارهای خانگی مشکلاتی را در دریافت حمایت‌ها و یا معافیت‌ها ایجاد می‌کنند که نیازمند مشخص شدن مورد به مورد و اقدام در جهت رفع آن‌هاست. یکی از پاسخگویان در مورد مجوز مواد غذایی می‌گوید:

در قانون کار برای مشاغل خانگی گفته موظفن با بازرسی کار همکاری کنن 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 (زن، مسئول، لیسانس).

عدم اطلاع‌رسانی کافی در مورد کسب‌وکارهای خانگی باعث می‌شود صاحبان کسب‌وکارهای خانگی و فعالین این حوزه به سهولت و به موقع در جریان اخبار و اطلاعات قرار نگیرند و اثربخشی اقدامات کم شود.

گاه ساختار نهادی موجود و قوانین بدون انعطاف موانعی را بر سر راه اقدامات لازم ایجاد می‌کند. به عنوان مثال فرایند اخذ مجوز برای کسب‌وکارهای خانگی در مواد غذایی مطابق با شرایط کسب‌وکارهای خانگی نیست و موجب شده بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی در این حوزه بدون مجوز و نظارت فعالیت کنند و بهداشت هم نتواند نظارتی بر آن‌ها داشته باشد.

۴-۳-۲- بررسی اقدامات در مرحله بقاء

هنگامی که کسب‌وکارها تثبیت می‌شوند، برخی آموزش‌های مهارتی و توسعه و حمایت بازاری برای بهبود عملکردشان اهمیت می‌یابد. در کسب‌وکارهای خانگی تقریباً همه فرایندکاری از تامین مواد اولیه تا بازاریابی و فروش بر عهده صاحب کسب‌وکار است بنابراین در مرحله بقاء مشاوره و آموزش‌های لازم برای توانمندسازی صاحب کسب‌وکار، امکان موفقیت آن را افزایش می‌دهد. در مصاحبه‌ها نیز به کررات به علاقه صاحبان کسب‌وکارها برای دریافت مشاوره و نبود آن مواجه شدیم:

من رفته بودم اونا به من کمک کنن و کانال‌هایی رو به من معرفی کنن اما دیدم چیزی که تو ذهنم با چیزی که تو ذهن اوناست متفاوت. اونا منتظرن تا عده‌ای ثبت‌نام کنن و یک وامی بدن و رهاشون کنن (زن، صاحب، کسب‌وکار، لیسانس).

برخی نشست‌ها تشکیل می‌شود، اما اثربخشی چندانی در حل مسائل آن‌ها ندارد (۱۵ درصد). این همایش‌ها علاوه بر آموزش و اطلاعات می‌بایست ارتباطات شبکه‌ای مورد نیاز برای کسب‌وکارها را ایجاد کنند:

وقتی همایشی می‌رم دوست دارم با افرادی ارتباط داشته باشم که بتونن کسب‌وکارمو تکمیل کنن. مثلاً من ترشی درست می‌کنم با کسی آشنا بشم که دبه درست می‌کنه. حالا میان همایش و گروه کارآفرینا می‌زنن بعد می‌بینی یک خانمی بوتیک داره و خودشو کارآفرین می‌دونه (زن، صاحب کسب‌وکار، لیسانس).

بر اساس "ماده ۷" قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، صاحبان دارای مجوز مشاغل خانگی از مزیت‌هایی چون استفاده از بازار محلی شهرداری جهت عرضه محصولات خانگی برخوردارند، با این حال هنوز مشکلاتی وجود دارد. یکی از مشکلات **نداشتن محل دائمی برای فروش** است:

مهم‌ترین مشکل کارآفرینا عرضه، فروش و بازاریابی. گاهی حتی مشتری هست اما سودی نداره و سود نهایی به مغازه‌دارا می‌رسه. ما باید فروش مستقیم داشته باشیم و فروش مستقیم هم فضای خودشو می‌خواد. مغازه‌دارای دیگه سود زیادی برمی‌دارن (مرد، تسهیلگر، فوق لیسانس).

ناآشنایی و بی‌تجربگی مسئولین و سیاستگذاران این عرصه با فعالیت‌های اقتصادی از دلایلی است که پاسخگویان به آن اشاره کرده‌اند. عدم درک درست مسئولین از کسب‌وکارهای-

خانگی باعث می‌شود اقدامات مربوط به بازاریابی گاه شرایط و برنامه‌ریزی مناسبی برای فروش نداشته باشند و حتی هزینه‌هایی تحمیل شود:

ناآگاهی سازمان‌ها و نداشتن هیچ درکی از این کار مشکل ماست... افراد مسئول، کاربرد نیستند (زن، صاحب کسب‌وکار، دیپلم).

برخی مسئولین تصور می‌کنند زدن برچسب‌هایی مانند زنان بدسرپرست، محروم و ... می‌تواند مشوقی برای خرید باشد در حالی که باعث می‌شود افراد احساس کنند که شان اجتماعیشان حفظ نشده است، می‌بایست کار و توانمندی‌ها معرفی شود و از این طریق منزلت اجتماعی این نوع کسب‌وکار نیز در جامعه افزایش پیدا کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد از جمله مهم‌ترین مشکلات کسب‌وکارهای خانگی رساندن محصول به دست مشتری و نبود شبکه توزیع مناسب است:

مشکل اصلی کسب‌وکار خانگی رسوندن محصوله، پست در ایران الان ناکارآمده. زیرساخت پست دست دولته اگر بتونه کمک کنه که هزینه پست کم بشه، خوبه (مرد، تسهیلگر، فوق لیسانس).

نبود شبکه توزیع موجب می‌شود شناسایی مزیت‌های منطقه نیز در موفقیت کسب‌وکارهای خانگی از اثربخشی لازم برخوردار نباشد.

۴-۳-۳- بررسی اقدامات در مرحله رشد

در مرحله رشد کسب‌وکار گردش مالی و تعداد مشتریان افزایش می‌یابد، بنابراین آموزش و مشاوره‌های خاصی باید ارائه شود. در کشورهای مورد مطالعه در مرحله رشد، آموزش‌ها و مشاوره‌هایی مانند تولید و ارتقای محصول، مدیریت کسب‌وکار رشد یافته و ... ارائه می‌شود، اما در قوانین ما بین مرحله تثبیت و رشد تمایزی وجود ندارد و در اقدامات نیز این نیاز برآورده نمی‌شود در حالی که عموماً از طرف صاحبان کسب‌وکارها نبود آموزش‌های لازم مطرح می‌شود:

جلسه می‌دارن اما دریغ از یک سر سوزن تاثیر. من از مسئولین خواهش می‌کنم لااقل با برگزاری نشست‌های تخصصی با استفاده از کار بلدها و شاغلین این نوع کسب‌وکار به مردم مشاوره و راهنمایی بدن (زن، صاحب کسب‌وکار، فوق لیسانس).

شرایط دشوار گرفتن وام در این مرحله از دلایل مهم کاهش موفقیت این مشاغل و کاهش اثربخشی اقدامات دولت است. در بسیاری از موارد صاحبان کسب‌وکارهای خانگی بویژه زنان،

سرمایه اجتماعی و مالی (سند و ضامن) لازم را ندارند. در دستورالعمل اعطای تسهیلات اشتغال صندوق کارآفرینی امید آمده: "متقاضیانی که فاقد مدارک دانشگاهی یا گواهینامه فنی و حرفه‌ای مرتبط باشند، واجد شرایط دریافت تسهیلات از صندوق نبوده و ثبت نام افراد فوق‌الذکر جز اتلاف زمان و هزینه و کندی کار سایر متقاضیان ثمری در پی نخواهد داشت." در شرایطی که بخش اعظم صاحبان کسب و کارهای خانگی فاقد چنین مدارکی می‌باشند چنین شروطی مانع هستند.

در مواردی بعد از طی کردن فرایند گرفتن وام، برخی از کسب و کارها با عدم تعهد به پرداخت منابع مالی روبه‌رو بوده‌اند:

ما رفتیم سند گرو گذاشتیم که واممونو بگیریم و یکهو گفتن ما تسهیلات نمی‌دیم... مجبور شدیم ضرر و زیان بدیم و اون هم دوبرار (زن، صاحب کسب و کار، لیسانس).

مشکلات دسترسی به حمایت‌های مالی موجب می‌شود که کسب و کارهای خانگی که توانسته‌اند تا حدی تثبیت شده و بازار مناسبی دارند، نتوانند کارشان را گسترش بدهند.

جدول ۴: مشکلات منجر به کاهش اثربخشی اقدامات

کد اولیه	زیرطبقه	طبقه
عدم اطلاع از قوانین و حمایت‌ها	مشکلات مرحله شکل‌گیری	اقدامات
پیچیدگی و عدم شفافیت فرایند		
قوانین قدیمی و بدون انعطاف		
مشکلات و مغایرت‌ها در قوانین مرتبط		
عدم همکاری دستگاه‌های مسئول	مشکلات مرحله بقاء	
ناآشنایی و بی‌تجربگی مسئولین و سیاستگذاران		
اقدامات نمادین، نبود آموزش و عدم بهره‌وری نشست‌ها		
نبودن محل دائمی برای فروش		
عدم فروش در نمایشگاه‌ها		
حفظ نشدن شان اجتماعی در محل‌های فروش		
گران بودن جا		
توزیع بر اساس رابطه	مشکلات مرحله رشد	
نبودن سیستم توزیع برای محصولات		
شرایط دشوار گرفتن وام		
عدم تعهد به پرداخت منابع مالی		
نبود آموزش مربوط به ایجاد شبکه، مدیریت کسب و کار، ارتقای محصول و ...		

ایجاد شبکه برای کسب‌وکارهای خانگی اقدام مهمی است که برخی کشورها مانند تایوان انجام شده و از این طریق کاهش هزینه تولید، گردش اطلاعات و هم‌افزایی برای انجام امور اقتصادی بوجود آمده است. در ایران اقدام در این حوزه در عمل محدود به حمایت پشتیبانان می‌شود. در «آیین‌نامه اجرائی ساماندهی و حمایت از بنگاه‌های پشتیبان کسب‌وکارهای خانگی، خرد و کوچک» اولویت‌های دهگانه (دریافت تسهیلات مالی، اولویت و تخفیف در استفاده از بازارهای محلی شهرداری و ...) را برای بهره‌مندی بیشتر پشتیبانان مطرح کرده است. بررسی انجام شده نشان می‌دهد پشتیبانان نیز با وجود مزیت نسبی به مستقل‌ها براساس قانون به سختی به این حمایت‌ها دسترسی داشته‌اند.

۴-۴- نتایج تحقیقات کمی

در این بخش اثربخشی اقداماتی که بنابر قوانین و مسئولیت‌ها در مراحل مختلف رشد کسب‌وکار می‌بایست توسط سازمان‌های مسئول انجام شود و همچنین مشکلاتی که کسب‌وکارهای خانگی با آن مواجه هستند مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۴-۴-۱- اثربخشی اقدامات

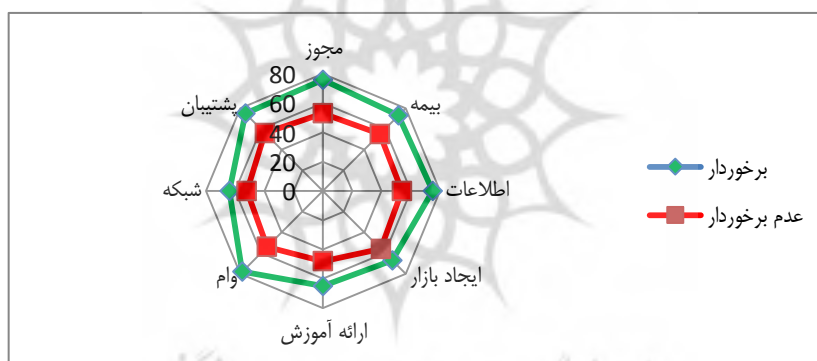
به منظور بررسی اثربخشی اقدامات و حمایت‌های انجام شده توسط سازمان‌های دولتی، عمومی و حمایتی (مانند کمیته امداد، بهزیستی و...)، ابتدا میزان موفقیت کسب‌وکارهای خانگی بر اساس متغیرهای دوام، درآمد و رضایت سنجیده شد. سپس اثربخشی اقدامات سازمان‌های این حوزه مورد بررسی قرار گرفت، به این منظور میانگین موفقیت در کسب‌وکارهایی که به این اقدامات دسترسی داشته و نداشته‌اند مقایسه شد. هرچند براساس مراحل قبل دریافتیم دسترسی به حمایت‌های موجود به سادگی میسر نیست، بر اساس پیمایش مشخص شد کسب‌وکارهایی که توانسته‌اند از آن‌ها بهره‌مند باشند، کسب‌وکارهای موفق‌تری هستند.

مطابق جدول ۵، بیشترین تاثیرگذاری اقدامات در ارائه اطلاعات لازم، مجوز و وام بوده است. کسب‌وکارهای خانگی که به اطلاعات حمایت‌ها و اقدامات دولت دسترسی داشته‌اند عملکرد بهتری دارند (برخوردارها ۷۵ از ۱۰۰ و عدم برخوردارها ۵۴) آن‌ها می‌دانسته‌اند چه حمایتی‌هایی وجود دارد و برای دسترسی به آن‌ها و بهبود شرایط چه اقداماتی می‌بایست انجام دهند. همچنین کسب‌وکارهای که مجوز دارند نیز در دسترسی به حمایت‌ها به ویژه وام شرایط بهتری داشته و موفق‌تر بوده‌اند. در مرحله رشد هنگامی که کسب‌وکارها به وام دسترسی داشته‌اند میانگین موفقیتشان ۷۸ درصد و هنگامی که به وام دسترسی نداشته‌اند میانگین موفقیت-

شان ۵۴ درصد بوده است، که نشانگر تاثیرگذاری این اقدام در موفقیت کسب‌وکارهاست، بنابراین لازم است تمهیداتی برای کاهش مشکلات وام و دسترسی کسب‌وکارها باثبات به آن اندیشیده شود.

جدول ۵: بررسی اثربخشی اقدامات

معناداری تفاوت میانگین	تفاوت میانگین (T)	میانگین موفقیت عدم برخوردارها	میانگین موفقیت برخوردارها	اقدامات	مراحل
۰/۰۰۰	۴/۹۵	۵۳	۷۶	مجوز	شکل‌گیری
۰/۰۰۱	۳	۵۵	۷۳	بیمه	
۰/۰۰۰	۴/۶۳	۵۴	۷۵	اطلاعات	
۰/۰۱۰	۲/۴۳	۵۶	۶۷	ایجاد بازارچه و بازارهای محلی موقت	بقاء
۰/۰۰۲	۳/۱۱	۴۸	۶۵	ارائه آموزش‌های مورد نیاز	
۰/۰۰۰	۵/۳۴	۵۴	۷۸	برخورداری وام	رشد
۰/۰۰۲	۳/۱۸	۵۲	۶۴	شکل‌گیری شبکه	
۰/۰۰۰	۳/۶۴	۵۶	۷۵	پشتیبان	



نمودار ۱: اثربخشی موضوعات قوانین و حمایت‌ها از کسب‌وکارهای خانگی

سایر اقدامات نظیر آموزش‌های لازم، بازارهای محلی و نمایشگاه‌ها و ... نیز هرگاه در دسترس کسب‌وکارها قرار گرفته‌اند، تاثیر مثبتی داشته‌اند. البته کسب‌وکارهایی که از این حمایت‌ها بهره‌مند نبوده‌اند هم اندازه‌ای از موفقیت را کسب کرده‌اند که نشان می‌دهد بخشی از

موفقیت کسب‌وکارها به سایر عوامل از جمله توانایی صاحب کسب‌وکار برای مقابله با چالش‌ها و استفاده از فرصت‌ها بستگی دارد. در نمودار ۱ می‌توانید تفاوت در موفقیت کسب‌وکارهایی که از حمایت‌های دولتی بهره‌مند بوده‌اند را در مقایسه با کسب‌وکارهایی که از این حمایت‌ها بهره‌مند نبوده‌اند مشاهده کنید.

به منظور بررسی اثربخشی متغیرهای مورد بررسی بر کسب‌وکارهای خانگی و موفقیت آن‌ها از رگرسیون چندمتغیره نیز استفاده شد. در این بخش اقدامات و مداخلات در حوزه کسب‌وکارهای خانگی شامل مجوز، بیمه، ارائه اطلاعات، ایجاد بازار، ارائه آموزش، وام، حمایت از شبکه‌سازی و پشتیبانان وارد معادله رگرسیونی با روش گام‌به‌گام شدند.

نتایج نشان داد که دسترسی به اطلاعات، داشتن مجوز، دسترسی به وام و محل فروش بیشترین اثربخشی را بر موفقیت کسب‌وکارهای خانگی داشته و توانسته حدود ۴۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته (موفقیت کسب‌وکارهای خانگی) را تبیین کند. به عبارتی هنگامی که اطلاعات مناسب در اختیار صاحبان کسب‌وکارهای خانگی قرار می‌گیرد، آن‌ها مجوز می‌گیرند و از حمایت‌های موجود مانند محل فروش و وام بهره‌مند می‌شوند موفق‌ترند. معادله رگرسیونی به صورت ذیل می‌باشد:

$$\text{موفقیت کسب‌وکارهای خانگی} = (۳/۳۵) + (۳/۲۸) \text{ دسترسی به اطلاعات} + (۷۴/۳) \text{ مجوز} + (۲/۲۱) \text{ محل فروش} + (۲/۵۱) \text{ وام}$$

جدول ۶: تحلیل رگرسیونی تاثیر اقدامات

عوامل موثر	همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تاثیر	ضریب تاثیر استاندارد
دسترسی به اطلاعات	۰/۴۷	۰/۲۲	۳/۲۸	۰/۲۷
مجوز	۰/۵۷	۰/۳۲	۳/۷۴	۰/۳۱
محل فروش	۰/۶۰	۰/۳۶	۲/۲۱	۰/۱۸
وام	۰/۶۲	۰/۳۹	۲/۵۱	۰/۱۹

۴-۲- مشکلات اثربخشی اقدامات

در جدول (۷) می‌توانید میانگین مشکلات موجود در اثربخشی اقدامات دولت که توسط صاحبان کسب‌وکارها بر روی یک طیف شش قسمتی بیان شده را مشاهده کنید.

در مرحله شکل‌گیری، نیازهای اطلاعاتی مربوط به قوانین، مالیات، طرح برنامه‌ریزی، ارزیابی ریسک و پتانسیل تجاری مطرح است. عدم‌آشنایی صاحبان کسب‌وکار با قوانین مالیات، بیمه و

مجوزها آن‌ها را دچار مشکل کرده و حتی باعث می‌شود که افراد دیگر تمایلی به رسمی کردن کار و دریافت مجوزهای رسمی نداشته باشند. در این مرحله، میانگین مسائلی چون فرایندهای پیچیده و دشوار دریافت مجوز (۴/۵۵)، نبود مشاوره‌ها و اطلاعات لازم (۴/۳) و عدم اطلاع از حمایت‌ها (۴/۶) نشان دهنده مشکلات جدی است که مانع از اثربخشی اقدامات در مرحله شکل‌گیری می‌شود.

جدول ۷: مشکلات موجود در قوانین و حمایت‌ها

مرحله	مشکل	میانگین
شکل‌گیری	فرایندهای پیچیده و دشوار اداری و قانونی برای مجوز	۴/۵۵
	نبود مشاوره	۴/۳
	عدم اطلاع به موقع از اقدامات	۴/۶
بقاء	عدم اطلاع مسئولین از حوزه کسب‌وکار	۴/۳
	عدم اجرای وظایف قانونی دستگاه‌ها	۴/۴
	اقدامات نمادین و بی‌اثر	۴/۴
	هزینه رساندن محصول	۳/۱
	نبود سیستم توزیع	۴/۶
	نداشتن مشاوره بازاریابی	۴/۲
	نداشتن فروش مناسب در نمایشگاه	۳/۵
	برچسب نامناسب بر افراد در محل‌های فروش	۴/۶
	عدم بهره‌وری نشست‌ها و آموزش‌ها	۴/۱
	بهره‌مندی از تسهیلات بر اساس رابطه	۴/۷
	نبود اطلاعات در مورد گرفتن وام	۴/۱
رشد	دشواری ارائه ضامن و سند	۳/۸
	فرایند دشوار وام	۴/۲
	بهره‌زیاد تسهیلات	۳/۹
	ندادن وام بعد از طی فرایند	۳/۳
	نبود مشاوره‌های مداوم	۳/۹
	نشناختن سایر کسب‌وکارهای مرتبط	۳/۶

در مرحله بقاء، زمانی که فعالیت تجاری و تعاملات بازاری آغاز می‌شود و هدف این است که هزینه‌های کسب‌وکار تامین و درآمدی هم از آن به دست بیاید. در این مرحله مشکلاتی چون عدم اطلاع مسئولین از حوزه کسب‌وکار (۴/۳)، عدم اجرای وظایف قانونی توسط دستگاه‌ها

(۴/۴) و اقدامات نمادین (۴/۴) وجود دارد که مانع اثربخشی اقدامات شده است. بازارچه‌ها و نمایشگاه‌ها نیز مشکلاتی مانند نداشتن فروش مناسب (۳/۵)، پارتی‌بازی (۴/۷) و ... را دارند، که اثربخشی اقدامات حمایتی دولت در این حوزه را کاهش می‌دهند، صاحبان کسب‌وکارهای خانگی معتقدند که نشست‌هایی که برای آنان برگزار می‌شود عموماً بهره‌وری لازم را ندارد و آموزش‌ها (۴/۱) چندان تاثیرگذار نیستند.

در مرحله رشد کسب‌وکار مشکلات زیادی در حوزه دسترسی به منابع مالی وجود دارد و نیاز به منابع مالی هست تا امکانات لازم برای کسب‌وکارها فراهم شود، بتوانند سفارش‌های بالاتری را قبول کنند و برای دسترسی به بازارهای بزرگتر بتوانند محصول بیشتری را تولید و ذخیره کنند، اما متأسفانه عدم دسترسی به منابع مالی برای آن‌ها مشکل‌ساز است، فرایند گرفتن وام پیچیده و دشوار است (۴/۲)، اطلاعات لازم در اختیار آنان قرار نمی‌گیرد (۴/۱)، صاحبان کسب‌وکارهای خانگی از آنجایی که عموماً زنان هستند برای پیدا کردن سند و ضامن دچار مشکل می‌شوند (۳/۸) و حتی گاه فرایند گرفتن وام را طی می‌کنند اما آنرا نمی‌گیرند (۳/۳)، کسب‌وکارهای خانگی از مشاوره‌های مدام برخوردار نیستند (۳/۹) و اقدام چندان در جهت ارتباط آنان با سایر کسب‌وکارها صورت نگرفته است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر کسب‌وکارهای خانگی به عنوان امکانی برای تامین معیشت پایدار، کارآفرینی کم‌هزینه و استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی مورد توجه بوده است. کسب‌وکارهای خانگی نیز مانند هر فعالیت اقتصادی دیگری جاافتاده در نظام اجتماعی و تحت تاثیر اجزای آن هستند. در این مطالعه به بررسی جاافتادگی نهادی این کسب‌وکارها و همچنین تحدیدکنندگی و تجهیزکنندگی و در نهایت اثربخشی آن‌ها در موفقیت کسب‌وکارهای خانگی پرداخته شد. جاافتادگی نهادی-سیاسی کسب‌وکارهای خانگی به این امر اشاره دارد که سیاست‌گذاران از طریق ایجاد نهادها که در قالب قوانین و قواعد تنظیمی و حمایتی هستند بر کنش‌های اقتصادی تاثیر دارند و نهادهای ایجاد شده به تعیین و تکلیف این کنش‌ها می‌پردازند و آنان را تحدید و تجهیز می‌کنند (مدرسی، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶؛ احمد، ۲۰۰۷؛ مهرورتا و بیگری، ۲۰۰۲) با توجه به مزایای کسب‌وکارهای خانگی در اشتغال‌زایی کم هزینه، سیاستگذاران، سازمان‌های دولتی مربوط به اشتغال‌زایی و سازمان‌های حمایتی تلاش کرده‌اند با اقدامات تنظیمی و حمایتی شرایط لازم برای موفقیت آن‌ها را فراهم کنند. برخی از کشورها مانند تایوان رشد اقتصادی را با کمک فرصت موجود در این نوع از کسب‌وکار آغاز کرده و برخی دیگر مانند

استرالیا بعد از رشد این نوع کسب‌وکارها، متوجه فرصت‌های موجود در آن‌ها شده و اقداماتی در جهت حمایت از آن‌ها انجام داده‌اند.

بررسی نظری و تطبیقی نشان داد که با توجه به چرخه حیات، کسب‌وکارهای خانگی در هر مرحله، نیازمند قوانین و مداخلات متفاوتی هستند. در مرحله شکل‌گیری، با روش‌های ساده اطلاعات موردنیاز در اختیار متقاضیان قرار گیرد، قوانین و فرایندها نیز تا حد امکان ساده، شفاف و به‌روز شود. در مرحله بقاء فعالیت اقتصادی آغاز می‌شود هرچند کسب‌وکار می‌بایست بخشی از مسیر را با تکیه بر منابع خود طی کند، با این حال اقداماتی در جهت توسعه بازار، بهبود شبکه‌های ارتباطی بین کسب‌وکارها برای کاهش هزینه‌ها و هم‌افزایی و بهبود توانمندی‌های افراد (آموزش) برای تولید و بازاریابی می‌تواند در تثبیت آن‌ها تاثیرگذار باشد. در مرحله رشد راهنمایی‌ها و آموزش‌های تخصصی‌تر در جهت استفاده از روش‌های نوآورانه، بهبود کیفیت، دسترسی به بازارهای بزرگتر و حمایت‌های مالی مورد نیاز است.

بررسی ایران نشان داد حمایت‌های موجود در موفقیت کسب‌وکارهای خانگی موثرند (علی و همکاران، ۲۰۱۱؛ ردموند و والکر، ۲۰۱۰) اما با این حال عموم قوانین و مداخلات در مرحله شکل‌گیری کسب‌وکارهای خانگی صورت می‌گیرد (مدرسی، ۱۳۹؛ علی، ۲۰۱۱؛ جین و کورویسانوس، ۲۰۱۳) و در این مرحله نیز اطلاعات در مورد اقدامات و حمایت به قدر کافی در اختیار صاحبان کسب‌وکارهای خانگی نیست. فرایندهای قانونی و اداری اخذ مجوز و برخی حمایت‌ها دارای ابهام و پیچیدگی است (مدرسی و همکاران، ۱۳۹۵؛ رضایی و نجفی، ۱۳۹۴؛ ردموند و والکر، ۲۰۱۰؛ میسون و روسکه)، برخی از حمایت‌های تشویقی مانند بیمه اجرایی نشده و مشاوره‌های لازم در اختیار متقاضیان قرار نمی‌گیرد. برخی مشکلات و مغایرت‌های قانونی در حوزه بیمه، مالیات و مجوز موجب می‌شود دولت نتواند حمایت‌های لازم را در اختیار کسب‌وکارهای خانگی قرار دهد. در مرحله بقاء مشکلات مربوط به بازاریابی از جمله مهم‌ترین مسائل کسب‌وکارهای خانگی است و عدم همسویی نهادها و آگاهی مسئولین از این عرصه مانع از انجام اقدامات اثربخش می‌شود. کسب‌وکارهای خانگی در مرحله رشد به منظور دسترسی به بازارهای بزرگتر، خرید ابزار، به کارگیری کارکنان بیشتر و ... نیازمند دسترسی به منابع مالی بیرونی هستند و روش‌های خودراه‌انداز به تنهایی نمی‌تواند نیازهای مالی آن‌ها را برآورده سازد در حالی که این منابع مالی به سختی در اختیار کسب و کارهای خانگی قرار می‌گیرد (فتحی، ۱۳۹). در این مرحله شبکه‌سازی بین کسب‌وکارهای خانگی و مرتبط می‌تواند ضعف سرمایه‌های مورد نیاز و همچنین کمبود حمایت‌های بیرونی را تا اندازه‌ای جبران نماید.

صاحبان کسب‌وکارهای خانگی غالباً بنا بر مهارت تولیدی تصمیم می‌گیرند که یک کسب‌وکار خانگی ایجاد کنند ولی در سایر عرصه‌ها توانایی چندانی نداشته و با مشکل مواجه می‌شوند، از اینرو بعد از شکل‌گیری نیازمند دستیابی به آموزش و مشاوره‌های مورد نیاز در قالب حمایت‌های دولتی هستند. مسئولین نیز متوجه شده‌اند که یکی از چالش‌های مهم برای ارائه تسهیلات، ضعف سرمایه انسانی در شاغلان خانگی است به همین دلیل بخش مهمی از حمایت از کسب‌وکارهای خانگی در سایر کشورها در حوزه آموزشی و خدمات توسعه‌ای است این نوع از اقدامات در کشورهای مورد بررسی نیز قابل مشاهده بود، آن‌ها تلاش می‌کنند آموزش‌ها و مشاوره‌های شغلی و کاربردی را به شیوه‌هایی ساده و کم هزینه در اختیار افراد قرار دهند. در نهایت، درست است که این مقاله به بررسی اقدامات انجام شده پرداخته با این حال کسب‌وکارها می‌بایست با تکیه بر مهارت و منابع خود، فعالیت اقتصادی را پیش برده و درعین حال قوانین و حمایت‌ها می‌بایست شامل فرایندهای ساده و شفاف کسب مجوز، بازبینی قوانین، تشکیل تعاونی‌ها و شبکه‌ها، تسهیل تشکیل صندوق خردصنفی (بانکداری اجتماعی) برای تامین منابع مالی، قبول ضمانت این صندوق، و ارائه برخی حمایت‌ها نظیر آموزش‌های متناسب، بیمه، مالیات، توسعه بازار و ... باشند. تا جافتادگی سیاسی-نهادی کسب‌وکارهای خانگی تجهیز کننده باشد و بتوانند بدون چالش عمده و با تکیه بر منابع و تلاش خود کار کنند.

انجام این امور به سادگی صورت نمی‌گیرد و نیازمند شکل‌گیری سازمانی است که به صورت تخصصی در حوزه مشاغل خانگی کار کند و جافتادگی ساختاری کسب‌وکارهای خانگی به این معنا که در شبکه‌هایی قرار بگیرند که در آن ارتباطات تخصصی و کاری با سایر گروه‌ها برقرار کنند و میانجی‌ای با مرکز دولتی ایجاد شود. فاصله زیادی بین بخش خصوصی و دولتی وجود دارد، آن‌ها از مسائل و دغدغه‌های هم بی‌اطلاع و نسبت به اقدامات یکدیگر بی‌اعتمادند. نیاز به یک نهاد تخصصی کسب‌وکار است که مشاوره‌های لازم را در زمینه‌هایی مانند بیمه، مالیات، بازاریابی و ... که دغدغه کسب‌وکارهای خانگی هستند، در اختیار آنان قرار دهد. چنین نهادی می‌بایست با شکل‌های مختلف کسب‌وکارهای خانگی و چرخه حیات آن‌ها آشنا باشد و بداند در هر مرحله چه اقداماتی می‌تواند به آن‌ها کمک کند. بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی نیازمند آموزش‌هایی در حوزه کیفیت محصولات و بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی هستند و در صورتی که آن‌ها را به سهولت و با هزینه پایین دریافت کنند، می‌توانند مسیر خود را ادامه دهند.

منابع

- احمدپور، محمود، و محمد مقیمی. (۱۳۹۵). *مبانی کارآفرینی*. تهران: فراندیش.
- بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران (۱۳۹۵). *دانشنامه کسب‌وکار خانگی*. تهران: بنیاد دانشنامه نگاری ایران.
- پرچی، داود و جلالی، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر کارآمدی سیاسی دولت ها در منطقه غرب آسیا. *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۹(۷۱)، ۱۱۳-۱۳۹.
- رضایی، روح‌الله و نجفی، بهمن (۱۳۹۴). موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه. *توسعه کارآفرینی*، ۸(۳)، ۴۳۳-۴۵۱.
- سعدی، حشمت‌اله و حیدری، فریبا (۱۳۹۲). تعاونی‌های کسب‌وکار خانگی در استان همدان (چالش‌ها و راهکارها). *توسعه کارآفرینی*، ۶(۱)، ۸۷-۱۰۴.
- مدرسی، میثم؛ زهرا، آراستی، طالبی؛ کامبیز و فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). آسیب-شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از رشد کسب‌وکارهای خانگی از دیدگاه زنان صاحب کسب‌وکارهای خانگی در ایران. *فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۳(۱۴)، ۲۵-۴۶.
- میرلطفی، محمودرضا؛ علوی‌زاده، امیرمحمد و بدخش، یوسف (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۳(۵)، ۱۲-۱.
- نورث، د. (۱۳۷۷). *نهادها، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی*. ترجمه محمدرضا معینی. تهران: انتشارات برنامه و بودجه.
- ABS (Australian Bureau of Statistics). (2005). Canberra, Australian Bureau of Statistics.
- Ahmad, N. H. (2007). *A cross cultural study of entrepreneurial competencies and entrepreneurial success in SMEs in Australia and Malaysia*, (Doctor of Philosophy, the University of Adelaide). Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/A-cross-cultural-study-of-entrepreneurial-and-in-in-Ahmad/fb4156f3048db58b99e268dd004a1edf28be75c6>
- Ali, S. (2011). Motivations of home-based business operators, their needs and awareness about existing support programs. *International Journal of business research*, 11(2), 175-188
- Ali, S., Paguio, R., & Breen, J. (2011). Local government support programs for home based businesses: challenges and strategies. *International Journal of Business Research*, 11(1), 164-175

- Boris, E. & Prugl, E. (1996). *Homeworkers in global perspective: invisible no more*. New York and London: Routledge.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101
- Carlise, Richard. 2013. *Home-based business and economic gardening. Michigan*. Retrieved from http://www.planningmi.org/downloads/home_occs_carlisle_wortman_officially_yours.pdf
- Enterprise Nation, (2014). *The home business insight report March 2014*. Retrieved from <http://microbusiness.ac.uk/publications-entry/the-home-business-insight-report/>
- Eriksson, J. & Li, M. (2012). *Success factors of entrepreneurial small and medium ized enterprise in the gnosjo municipality*. Retrieved from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:607679/FULLTEXT01.pdf>
- Fernando, A.C. (2011). *Business environment*. Pearson Education India
- Fu-Lai, T.y. (2005): *An evolutionary perspective of policy change being the economic success of Taiwan*. Retrieved from [//www.nd.ntu.edu.tw/uploads/asset/data/556e67486e747573191f2400/2AN_EVOLUTIONARY_PERSPECTIVE_OF_POLICY_CHANGE_BEHIND_THE_ECONOMIC_SUCCESS_OF_TAIWAN.pdf](http://www.nd.ntu.edu.tw/uploads/asset/data/556e67486e747573191f2400/2AN_EVOLUTIONARY_PERSPECTIVE_OF_POLICY_CHANGE_BEHIND_THE_ECONOMIC_SUCCESS_OF_TAIWAN.pdf)
- Ghvamshahidi, Z. (1995). The linkage between Iranian patriarchy and the informal economy in maintaining women's subordinate roles in home-based carpet production. *Women's Study*. 18 (2), 135-151.
- Gough, K.V., Tipple, G. & Napier, M. (2003). Making a living in African cities: the role of home-based enterprises in Accra and Pretoria. *International Planning Studies*, 8(4), 253-277.
- Hastings, D, Anwar, N., & Chowdhury, G. (2018). Exploring the collaborative activities of home-based businesses in OECD countries. In *UK Academy of Information Systems*. Oxford.
- Haveman, H. A., Jia, N., Shi, J., & Wang, Y. (2017). The dynamics of political embeddedness in China. *Administrative Science Quarterly*, 62(1), 67-104.
- Hazebroek, A. (2004). *Local government involvement in the home based business sector*. Discussion Paper Prepared for the Adelaide Metropolitan Area Consultative Committee.
- Hess, M (2004). Spatial relationships? Towards a reconceptualization of embeddedness, *Progress in Human Geography*, 28(2), 165-186.

- Islam, S. (2014). Business development services and small business growth in Bangladesh. *Journal of management research*, 14(3), 191-200.
- 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), 295-318
- Jay, L. & Schaper, M. (2003). Which advisers do micro-firms use? Some Australian evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(2), 136-143
- Jennings, P., & Beaver, G. (1997). The performance and competitive advantage of small firms: a management perspective. *International small business journal*, 15(2), 63-75.
- Kellett, P., Tipple, G., & Kellett, D. P. (2002, July). Home-based enterprise and housing policy: Evidence from India and Indonesia. In *ENHR '02 Conference in Vienna*.
- Kellett, Peter, and G. Tipple. (2000). The home as workplace: a study of income-generating activities within the domestic setting. *Environment and Urbanization*, 2(1): 203-214.
- Kellett, P., & Tipple, A. G. (2000). The home as workplace: a study of income-generating activities within the domestic setting. *Environment and Urbanization*, 12(1), 203-214.
- King, N. & Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*. Cornwall: Sage
- Kirkwood, J. (2016). How women and men business owners perceive success. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(5), 594-615.
- Lee, S., & Whitford, A. (2009). Government effectiveness in comparative perspective. *Journal of Comparative Policy Analysis* 11(2), 249-281.
- Makhbul, Z.M. (2011). Entrepreneurial success: an exploratory study among entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 116-125.
- Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-639.
- Mason, C. Carter, S. & Tagg, S. (2008). *Invisible businesses: the characteristics of home-based businesses in the UK*. Presentation to the center of Knowledge, Innovation, Technology and Enterprise. Newcastle University.

- Mehrotra, S. & Biggeri, M. (2002). *Social protection in the informal economy: home based women workers and outsourced manufacturing in Asia*. UNICEF Innocenti Research Center. Retrieved from <https://www.unicef-irc.org/publications/346-social-protection-in-the-informal-economy-home-based-women-workers-and-outsourced.html>
- North, D. C. (2002). The new institutional economics and third world development. In: J. Harriss, J. Hunter & C.Lewis (Eds.). *The new institutional economics and third world development*. (pp.17-23). Abingdon: Routledge
- Polany, K. (1957). The economy as instituted process. In: K. Polany, C. M. Arensberg & H. W. Pearson. (eds.), *Trade and market in the early empires: economies in history and theory*. (pp. 243–270). Glencoe, IL: Free Press
- Puri, V.K & Misra, S.k. (2016). *Economic environment of business (with case studies)*. Dehli: Himalaya Publishing House
- Ramsden, M., & Bennett, R. J. (2005). The benefits of external support to SMEs: “Hard” versus “soft” outcomes and satisfaction levels. *Journal of small business and enterprise development*, 12(2), 227-243.
- Redmond, J., & Walker, E. A. (2010). Home-based business policy and return on investment for the community. *Small Enterprise Research*, 17(2), 150-164.
- Roy, Ananya. (2005). Urban informality: toward an epistemology. *Journal of the American Planning Association*, 71(2), 147-158.
- Safeyah, M., & Elviana, E. (2016). A study on home based enterprises in kampoeng pandean as supporting sustainable architecture. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 58, p. 02001). EDP Sciences.
- SBA, (2014). *Advocacy: the voice of small business in government*. Retrieved from https://www.sba.gov/sites/default/files/FAQ_March_2014_0.pdf
- Strassmann, W. P. (1986). Types of neighbourhood and home-based enterprises: evidence from Lima, Peru. *Urban Studies*, 23(6), 485-500.
- Susanti, Emy. & I. Masudah. (2017). Women’s improvement model in home-based industries in East Java Province, Indonesia. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 30(4), 353-366.
- Tipple, A.G. (1994). Employment from housing: A Resource for rapidly growing urban populations. *Cities*, 11(6), 372-376.
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home based enterprises in four developing countries: do they constitute ‘decent work’? *Work, Employment & Society*, 20(3), 167 – 179.

- Tyas, W. P. (2015). *Resilience, a home-based enterprises and social assets in post-disaster recovery: a study from Indonesia* (Doctoral dissertation, Newcastle University).
- Van Praag, C. M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small business economics*, 21(1), 1-17.
- Walker, E. & Webster, B. (2004). Gender issues in home-based businesses. *Women in Management Review*, 19, 404-412.
- Walker, E., & Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners?. *International small business journal*, 22(6), 577-594.
- Wasantha, s. (2012). *Human capital and its impact on small firm success*. Retrieved from <http://repository.kln.ac.lk/jspui/bitstream/123456789/7141/1/GTW%20Sriyani.pdf>
- Welch, C. & Wilkinson, I. (2002). The political embeddedness of international business networks. In: *Competitive paper to be presented at 18th Annual IMP Conferenc (pp. 5-7) e. Dijon*.
- World Bank. (2005). *World development report 2005: a better investment climate for everyone*. Retrieved from www.worldbank.org
- Zukin, S., & DiMaggio, P. (1990). Introduction. In S. Zukin, & P. DiMaggio (Eds.). *Structures of capital, in the social organization of the economy* (pp. 1–36). Cambridge: Cambridge University Press.

