



"Research Article"

10.30495/QJOPM.2021.1884563.2699



The Role of Neighborhood-Oriented Management in Improving the Performance and Productivity of Home Businesses in The Metropolitan Tehran

*Shram Alipour¹, Syed Mahmud Hashemi(Ph.D.) *², Mohsen Ameri Sharabi(Ph.D.)³*

(Receipt: 2019.08.25- Acceptance:2020.02.08)

Abstract

The current applied, descriptive and correlational study was undertaken to investigate the extent to which neighborhood-oriented management can promote home business performance and productivity in 15 districts of Tehran, the metropolitan capital of Iran. The research population comprised 1500 employees in 15 districts out of whom a simple random sample of 750 was selected based on Morgan Table. The research data were collected using a researcher-made and piloted five-point Likert scale questionnaire comprising 4 factors and 32 items which tapped the participants' responses. Having collected the research data, we initially calculated the descriptive statistics like absolute and the relative frequency, the mean, the standard deviation and the variance of background and main variables. Further, the data were analyzed inferentially via correlation, multiple regression and F-Test to verify the research hypotheses. The results confirmed the significant positive effect of neighborhood-oriented management on the promotion of home business performance and productivity in the metropolitan city of Tehran.

Key Words: Home Business Performance Development, Home Business Productivity Promotion, Neighborhood-Oriented Management

-
- 1.PhD Student, Department of Cultural Affairs Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
 - 2.*Assistant Professor, Department of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran hashemi_9986@iauctb.ac.ir
 - 3.Assistant Professor, Department of Cultural Affairs Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran



10.30495/QJOPM.2021.1884563.2699

(مقاله پژوهشی)



نقش مدیریت محله‌ای در بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران

شهرام علی پور^۱، سید محمود هاشمی^{۲*}، محسن عامری شهرابی^۳
(دریافت: ۹۸/۰۶/۰۳- پذیرش نهایی: ۹۸/۱۱/۱۹)

چکیده

این تحقیق در راستای بررسی نقش مدیریت محله‌ای بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران انجام شده است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه کارکنان شهرداری منطقه ۱۵ در شهر تهران می‌باشد که تعداد آنها حدوداً ۱۵۰۰ نفر است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری ساده است. از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) تعداد ۷۵۰ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده، سپس با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته در چهار بعد و ۳۲ گویه تنظیم و بر اساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت و گویه‌های مستخرج در نمونه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفته است. در بخش آمار توصیفی نیز، توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی ارائه گردیده و در بخش آمار استنباطی، جهت بررسی فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. با توجه به داده‌های تحقیق می‌توان گفت، مدیریت محله‌ای بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران اثر مثبت و معنی‌داری دارد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت محله‌ای، بهبود عملکرد کسب‌وکارهای خانگی، افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی، تهران

۱- دانشجوی دکتری گروه مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
*- نویسنده مسؤل: hashemi_9986@iauctb.ac.ir
۳- استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه در اکثر سازمان‌های جهان مدیران و رهبران سازمانی در پی ارتقا و بهبود اثربخشی عملکرد کارکنان سازمان‌های خویش می‌باشند. عملکرد کارکنان سازمان ترکیب گسترده‌ای هم از دریافتی‌های غیرملموس، هم چون افزایش دانش سازمانی و هم دریافتی‌های عینی و ملموس، همچون نتایج اقتصادی و مالی، است. مدل‌های گوناگونی تلاش کرده‌اند عملکرد سازمانی را معرفی و ارزیابی کنند. بررسی این الگوها نشان از آن دارد که اولاً تغییرات عملکرد کارکنان سازمانی باید اندازه‌گیری و سنجش شود. ثانیاً تغییرات عملکرد سازمان باید در تمامی سطوح سازمان موردتوجه باشد و اهداف فردی و گروهی در سازمان باید در راستای اهداف سازمانی قرار گیرد. ثالثاً در اندازه‌گیری سطح عملکرد سازمان باید از ابزارهایی که ابعاد گوناگون عملکرد سازمان را موردتوجه قرار می‌دهند استفاده کرد. (آرمسترانگ ۱۳۸۵: ۲۸-۳۱). شرایط محیط فعالیت بنگاه‌ها با ویژگی پویایی، پیچیدگی و تغییرات مستمر ایجاب می‌کند که شرکت‌ها برای بقا از برنامه‌ریزی استفاده نمایند که متناسب با این تحولات باشد. برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند جوابگوی محیط متغیر کنونی باشد. درواقع، شرکت‌های امروزی همواره تحت فشار ذی‌نفعان خود از جمله مشتریان، سازمان‌های غیردولتی و حتی کارکنان قرار دارند که به‌طور فزاینده‌ای خواستار مدیریت اثربخش اثرات زیست‌محیطی زنجیره تأمین‌شان هستند (کارتر و استون^۱، ۲۰۱۱؛ کرچوف^۲ و همکاران، ۲۰۱۶).

عملکرد سازمانی را می‌توان شاخصی برای اندازه‌گیری میزان دستیابی خوب و مؤثر یک اقدام به اهداف تعیین‌شده تعریف کرد که می‌تواند به‌وسیله کارایی و اثربخشی سازمان در دستیابی به اهداف، برآورده شود. عملکرد سازمانی تابع عملکرد منابع انسانی و تعامل آنها با منابع و امکانات و فناوری موجود در سازمان است (هو^۳، ۲۰۰۸). مدیریت منابع انسانی را مجموعه سیاست‌ها و اقدامات موردنیاز برای اجرای بخشی از وظیفه مدیریت تعریف کرده‌اند که با جنبه‌هایی از فعالیت همکاران بستگی دارد؛ به‌ویژه برای کارمندیابی، آموزش دادن به همکاران، ارزیابی عملکرد، ارتقا و نظایر آن (عابدینی، ۱۳۹۲) که در هر سازمان به دنبال به‌کارگیری بهینه سرمایه انسانی، به‌منظور دستیابی به هدف‌های سازمانی است (یزدانی، امیر عباس و غلامی، رمضان، ۱۳۹۲: ۲۵) یا مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات یک سازمان برای جذب متقاضیان شغل و ارتقای آنان که برای دستیابی به

1. Carter & Liane Easton

2. Kirchoff

3. Ho

اهداف و کمک به سازمان صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر «هدف کلی مدیریت منابع انسانی تضمین این امر است که سازمان بتواند به کمک همکارانش موفق شود» (آرمسترانگ، ۱۳۸۱).

امروز یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد ثروت و اشتغال کسب‌وکارهای خانگی است و نقش عمده‌ای در رشد و توسعه اقتصادی بسیاری از کشورهای دارند. کسب‌وکارهای خانگی به واسطه رشد عواملی چون پیشرفت در ارائه خدمات، سهولت جابه‌جایی نیروهای کاری، پیشرفت‌های فناورانه و جهانی‌شدن بازارها در حال توسعه و گسترش‌اند. کسب‌وکار خانگی به معنای استفاده از خانه برای زندگی تجاری است. کسب‌وکار خانگی می‌تواند از جنبه‌های بسیاری به سود اقتصاد باشد. تولید سوغات در خانه یک نوع کسب‌وکار خانگی در بخش گردشگری است که باعث کاهش فقر در مناطق روستایی و توسعه پایدار می‌شود (سوریا و گروئن، ۲۰۱۲). از دیدگاه جغرافیایی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی بسیار مهم‌اند. نتایج نشان می‌دهد امروز کسب‌وکارهای خانگی و به‌خصوص خانه یکی از بهترین مکان‌های استارت‌آپ‌ها شده است (ماسون و همکاران، ۲۰۱۱).

امروزه این شرکت‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ نیستند که پایه‌های اقتصادهای کشورهای توسعه‌یافته را فراهم می‌کنند، بلکه اقتصاد کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا و بریتانیا در دست کسب‌وکارهای بسیار کوچک و کارآفرینان است و سهم زیادی از تولید ناخالص داخلی و اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند (آگواپونگ، ۲۰۱۰).

کسب‌وکارهای بسیار کوچک، به‌طور معمول در جوامع محلی ایجاد می‌شوند؛ بنابراین توسعه آنها به نفع جامعه است. علاوه بر این، تحقیقات نشان می‌دهد نفوذ کسب‌وکارهای بسیار کوچک در فعالیت‌های خیرخواهانه نیز گسترش یافته است. کسب‌وکارهای بسیار کوچک و کوچک در کشورهای توسعه‌یافته بسیار همه‌گیر شده است (ماسکی و همکاران، ۲۰۰۷) و بیشترین ضریب نفوذ را نسبت به دیگر کسب‌وکارها در فضای کسب‌وکار داشته است و نقش اجتماعی و اقتصادی مهمی را در جهان بازی می‌کنند (کامپین و همکاران، ۲۰۱۳).

عموماً شرکت‌های بسیار کوچک، ۱ تا ۹ کارمند، شرکت‌های کوچک ۱ تا ۴۹ کارمند و شرکت‌های متوسط ۴۰ تا ۲۴۹ کارمند دارند. کمیسیون اروپا (۲۰۱۱) نیز کسب‌وکارهای دارای کمتر از ۱۰ کارمند را کسب‌وکارهای بسیار کوچک و کسب‌وکارهایی دارای ۱۰ تا ۵۰ کارگر را کسب‌وکارهای کوچک برشمرده‌اند (بانکی و همکاران، ۲۰۱۷).

به‌طور معمول در انگلیس، گردش مالی برای تقسیم‌بندی کسب‌وکارها استفاده نمی‌شود؛ ولی در اتحادیه اروپا از تعداد کارکنان و گردش مالی به‌طور توأمان برای تقسیم‌بندی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط استفاده می‌کنند.

گزارش سال ۲۰۱۶ اداره آمار فلیپین (PSA) نشان می‌دهد کسب‌وکارهای بسیار کوچک،

کوچک و متوسط ۹۹,۵۷ درصد از کل کسب‌وکارها را در فیلیپین تشکیل می‌دهند که ۸۹,۶۳ درصد کسب‌وکارهای بسیار کوچک (میکرو)، ۹,۵۰ درصد کسب‌وکارهای کوچک و ۰,۴۴ درصد کسب‌وکارهای متوسط بودند. شرکت‌های بزرگ ۰,۴۳ درصد باقی‌مانده را تشکیل می‌دهند (اداره آمار فیلیپین، ۲۰۱۶).

در استرالیا، تقریباً ۹۶ درصد کسب‌وکارها، از نوع کوچک هستند و معمولاً با کمتر از ۲۰ کارمند تعریف می‌شوند (اداره آمار استرالیا، ۲۰۰۷). آمار کسب‌وکارهای بسیار کوچک در امریکا نشان می‌دهد در این کشور ۳,۸ میلیون کارفرمای کسب‌وکار بسیار کوچک وجود دارد که ۷۴,۸ درصد از کارفرمایان و ۱۰,۳ درصد از مشاغل بخش خصوصی را به خود اختصاص داده است (اداره آمار کار آمریکا، ۲۰۱۷). در استرالیا نیز کسب‌وکارهای بسیار کوچک یا به عبارتی کسب‌وکارهای دارای کمتر از پنج کارمند، ۸۹ درصد از کل کسب‌وکارها را تشکیل می‌دهند و از مجموع ۲,۲ میلیون کسب‌وکار بسیار کوچک در استرالیا، بیش از دوسوم (۶۷,۵ درصد) در خانه هستند (کامپین و همکاران، ۲۰۱۳).

کسب‌وکارهای خانگی در ایران نیز سابقه طولانی دارند و طی قرن‌های گذشته انواع بسیاری از محصولات مصرفی و هنری به‌صورت صنایع‌دستی توسط هنرمندان خانگی، به‌ویژه بانوان و دختران خوش‌ذوق عشایر و روستاها، تولید شده است. امروزه نیز این کسب‌وکارها از نظر ایجاد شغل و نوآوری در عرصه محصولات یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشوری می‌شود. به‌خصوص برای جوانان و زنان نقطه شروع مناسبی برای راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی است، زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر مشاغل به‌دلیل تنوع در عرضه تولیدات یا انعطاف در زمان و مکان ارائه خدمات و محصولات، طرفداران زیادی پیدا کرده است، به‌طوری‌که بسیاری از دولت‌ها می‌کوشند، راه‌اندازی آن را در میان اقشار گوناگون مردم به‌خصوص زنان رواج دهند. دولت ایران نیز در چند سال اخیر توجه خاصی به کسب‌وکارهای خانگی داشته و با تصویب قانون حمایت از مشاغل خانگی، تسهیلات ویژه‌ای را برای شاغلان این عرصه در نظر گرفته است.

طرح ناحیه محوری در قالب برنامه‌ریزی ساختاری-راهبردی جدید شهری به‌ویژه کلان‌شهرها نفی برنامه‌ریزی متمرکز و تقسیم وظایف برنامه‌ریزی میان سطوح مختلف تصمیم‌گیری و مدیریت و تأکید بر تقویت نهادهای برنامه‌ریزی و مدیریت محلی شکل گرفته است که این امر اساساً لازمه تحقق توسعه پایدار شهری، تأمین نیازها و ارزش‌های بومی محسوب می‌گردد. طرح ناحیه محوری به‌منظور غلبه بر مشکلات و نارسایی‌های شهری و تسریع و تسهیل و افزایش کیفیت خدمات به شهروندان و توسعه مشارکت مردم در اداره امور شهر در حال اجرا است. برنامه ریزان و مدیران شهری امروزه بر این اصل باور دارند که تمرکزگرایی و حجیم بودن ساختار شهرداری به‌موازات

افزایش شهرنشینی به‌ویژه در کلان‌شهرها نسخه باطل‌شده‌ای است که حتی در شهرهای متوسط نیز فاقد کمترین کارایی است.

مدیریت محله رویکردی نوین در مدیریت شهری است که در آن شهر به چند محله تقسیم و در مدیریت آن بر استفاده از نیروها و منابع انسانی و فرصت‌های محلی تأکید شده و نیازسنجی‌ها نیز بر اساس اظهارات ساکنین محله انجام می‌گیرد. در این رویکرد، بهترین کسانی تلقی می‌شوند که می‌توانند مدیریت شهری را به‌منظور شناخت هر چه بیشتر مسائل و مشکلات محله و همچنین ارائه راه‌حل یاری نمایند. (شپرد: ۲۰۱۳: ۳۳)

کلان‌شهر تهران به‌عنوان پایتخت و بزرگ‌ترین مادر شهر ایران، با داشتن جمعیتی بالغ بر هشت میلیون و ۲۴۴ هزار و ۷۵۹ نفر (مرکز آمار ایران: سالنامه آمار ۱۳۹۰)، به دلیل افزایش زیاد جمعیت و رشد و گسترش نامتوازن، دارای مسائل و مشکلات متعددی در ارتباط با مدیریت و خدمات شهری است. در سال‌های اخیر مدیریت شهری تهران، برای مدیریت هر چه بهتر این شهر و کاستن مشکلات و نارسایی‌های شهروندان تهرانی اقدام به پیاده‌سازی طرح مدیریت محله در سطح محلات شهری تهران کرده است. مدیریت محلات به‌عنوان مهم‌ترین عرصه مدیریت و برنامه‌ریزی مشارکتی، دارای مدیریت غیرمتمرکز، مشارکتی یا تعاملی است. بنابراین در راستای رفع نارسایی‌های موجود توسعه اجتماعی و فضایی شهر تهران، تمرکز بر مدیریت و توسعه محلات به‌عنوان مبنای ضرورت توسعه نواحی، مناطق و کلان‌شهر تهران باشد.

علیرغم پیشینه طولانی شهرنشینی و وجود الگوهای سنتی اداره مشارکتی محله‌های شهری در ایران، پیروی از الگوهای متمرکز برنامه‌ریزی و مدیریت شهری در دوره معاصر، امکان دخالت و مشارکت شهروندان در اداره امور شهر را به آنها نداده است. در چنین شرایطی نظام مدیریت شهری به‌منظور کاستن از آثار زیان‌بار گسترش شهرنشینی و همچنین برای مقابله با دشواری‌های اداره شهرها در جستجوی راه‌ها، استفاده از مشارکت‌های مردمی و بهره‌گیری از مدیریت محله است.

در همین راستا پژوهش حاضر در پی آن است تا نقش مدیریت محله‌ای در بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران را بررسی نماید.

کسب‌وکارهای خانگی، کوچک‌ترین نوع کسب‌وکار است و مدیر یا مالک این نوع کسب‌وکارها بیشتر تمایل دارند که کسب‌وکار خود را به‌صورت فردی اداره کنند. با این‌که راه‌اندازی این نوع کسب‌وکار به سرمایه‌های هنگفتی نیاز ندارد؛ نیازمند مهارت‌هایی چون مهارت‌های مدیریت مالی، مدیریت زمان، سازمان‌دهی یک مجموعه کاری، مدیریت فردی و مهم‌تر از همه مهارت بازاریابی است (ادوارد و همکاران، ۲۰۰۶).

کسب‌وکار خانگی عبارت است از هر واحد کسب‌وکاری که در فرایندهایی چون فروش

محصولات/ خدمات به بازار فعالیت دارد و توسط یک فرد مستقل با همراهی یا در غیاب تعدادی نیروی کار اداره می‌شود و مدیر مالک، از منزل مسکونی یا محل سکونت خود برای اداره امور و اعمال فرایندهای کاری استفاده می‌کند (کارتر و همکاران: ۲۰۰۴)

کسب‌وکارهای خانگی، کوچک‌ترین نوع کسب‌وکار است و مدیر یا مالک این نوع کسب‌وکارها بیشتر تمایل دارند که کسب‌وکار خود را به صورت فردی اداره کنند. با این‌که راه‌اندازی این نوع کسب‌وکار به سرمایه‌های هنگفتی نیاز ندارد؛ نیازمند مهارت‌هایی چون مهارت‌های مدیریت مالی، مدیریت زمان، سازمان‌دهی یک مجموعه کاری، مدیریت فردی و مهم‌تر از همه مهارت بازاریابی است (ادوارد و همکاران، ۲۰۰۶).

نگاهی گذرا به وضعیت اقتصادی و اجتماعی جهان نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای خانگی رشد فزاینده و قابل توجهی داشته و نقش مهمی در تولید ناخالص ملی کشورهای پیشرفته صنعتی دارا می‌باشند. موسسه ۲۰۰۵ معتقد است که کسب‌وکارهای خانگی عمده‌تاً برای انتساب به آن دسته از عملیات تجاری گفته می‌شود که در قدم نخست در یک اقامتگاه خصوصی انجام می‌شوند یا در یک بنیاد خانگی متمرکز باشند. کسب‌وکارهای خانگی معمولاً در بخش کسب‌وکارهای بسیار کوچک (کسب‌وکارهای کمتر از پنج کارمند) دسته‌بندی می‌شوند. این نوع کسب‌وکارها همچنین وابستگی زیادی به نوبی ویژگی‌های فردی شخص مالک کسب‌وکار دارند. مالک کسب‌وکار خانگی در هر مورد خاص، نیازها و انگیزش‌های متفاوتی برای هدایت کسب‌وکارش دارد. با این‌حال امروزه تحقیقات و اطلاعات محدودی در این بخش صورت پذیرفته است. حیطه کسب‌وکار خانگی عمده‌تاً به کسب‌وکارهایی اشاره دارد که در اقامتگاه‌ها یا منازل شخصی انجام می‌گیرند. به‌علاوه این نوع اقامتگاه‌ها به‌طور معمول محل زندگی و سکونت فرد نیز می‌باشند.

کسب‌وکارهای خانگی به کوچک‌ترین نوع کسب‌وکار گرایش دارند. این کسب‌وکارها به فعالیت‌های تجاری تک‌نفره یا دونفره شباهت دارند (همان) و فروش‌های سطح پایین را شامل می‌شوند و گردش مالی آنها نیز پایین است. (کارتر و همکاران: ۲۰۰۶) بیش از ۷۵ درصد صاحبان این کسب‌وکارها بیش از ۴۰ ساعت در هفته کار می‌کنند و افرادی که در این کسب‌وکارها مشغول به کار هستند ممکن است در یک هفته کاری به کسب‌وکارهای پاره‌وقت و یا نیمه‌وقت دیگری نیز بپردازند. (کارتر و همکاران: ۲۰۰۴)

صاحبان کسب‌وکارهای خانگی علاقه بیشتری به استفاده از سرمایه‌های شخصی مانند کارت‌های اعتباری و پس‌انداز دارند تا اینکه از سرمایه‌های کسب‌وکار مانند قرض، حواله یا خرید با شرایط مدت‌دار استفاده نمایند (همان). شاید علت اصلی این مورد تمایل آنها به توفیق طلبی و رشد

شخصی باشد (همان). البته داده‌های به‌دست‌آمده از تحقیقات نشان می‌دهند که کسب‌وکارهای خانگی شباهت کمتری نسبت به کسب‌وکارهای سنتی دارند. (کارتر و همکاران: ۲۰۰۴).

از عملکرد شغلی تعاریف مختلفی ارائه شده، ولی آنچه در تمام این تعاریف مشترک است، چگونگی انجام فعالیت و مسؤولیت‌های محوله است. عده‌ای عملکرد نیروی انسانی را بهره‌وری کار اطلاق کرده‌اند، ولی باید توجه داشت که عملکرد مفهومی فراتر از داده و ستاده دارد. عملکرد عبارت است از کارایی و اثربخشی در وظایف محوله و بعضی داده‌های شخصی نظیر حادثه‌آفرینی، تأخیر در حضور بر سر کار، غیبت و کندی کار. در این تعریف کارایی به معنای نسبت بازده به‌دست‌آمده به منابع به‌کاررفته است و اثربخشی عبارت است از میزان دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده؛ از سوی دیگر، عواملی همانند غیبت، کندی در کار، تأخیر و حادثه‌آفرینی، می‌توانند معیارهای مناسبی برای سنجش عملکرد باشند. عملکرد در سطح فردی، گروهی و سازمانی است. عوامل مؤثر بر عملکرد فردی عبارت‌اند از: توانایی، یادگیری، شخصیت، ادراک، انگیزش (آرمسترانگ ۱۳۸۵: ۲۸-۳۱).

اگر نیل به اهداف را به‌صورت وضع مطلوب سازمان در آینده تعریف کنیم، اثربخشی سازمان عبارت از درجه یا میزانی است که سازمان به هدف‌های موردنظر خود نائل آمده است. اثربخشی از مهم‌ترین ارکان تجزیه‌وتحلیل فعالیت‌های سازمانی است. (پیترملی، ۱۹۹۹). همچنین اثربخشی آموزش عبارت است از دانش بهبودیافته و یا منافع محیطی که در نتیجه سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزشی به وجود آمده‌اند، شامل بهبود کیفیت، افزایش ظرفیت، افزایش ایمنی، کاهش ریسک اطمینان یا کاهش حوادث محیطی (کاتی رسی، ۲۰۰۳).

از سوی دیگر اگر نیل به اهداف را به‌صورت وضع مطلوب سازمان در آینده تعریف کنیم، اثربخشی سازمان عبارت از درجه یا میزانی است که سازمان به هدف‌های موردنظر خود نائل آمده است. اثربخشی از مهم‌ترین ارکان تجزیه‌وتحلیل فعالیت‌های سازمانی است. اثربخشی یکی از ساختارهای سازمانی شایع، درعین‌حال کم‌ترسیم شده است که به همه شرکت‌کنندگان در زندگی سازمانی ارتباط دارد. درک هدف‌های سازمان از نخستین گام‌هایی است که باید در راه اثربخشی سازمان برداشت. هدف‌های سازمانی باید نشانگر علت وجودی آن و آنچه در پی دستیابی به آن است باشد. هدف‌ها را به‌صورت «وضع مطلوب سازمان در آینده» تعریف می‌کنند. اثربخشی سازمان عبارت است از درجه یا میزانی که سازمان به هدف‌های موردنظر خود نائل می‌شود (آرمسترانگ ۱۳۸۵: ۲۸-۳۱).

برای درک مفهوم ارزشیابی عملکرد بایستی ابتدا مفهوم عملکرد را دریابیم. عملکرد به درجه انجام وظایفی که شغل یک کارمند را تکمیل می‌کند اشاره دارد ارزیابی عملکرد در بعد سازمانی معمولاً مترادف با اثربخشی فعالیت‌ها است. منظور از اثربخشی میزان دستیابی به اهداف و برنامه‌ها

با ویژگی کارا بودن فعالیت‌ها و عملیات است. کارل و دیگران^۱ (۲۰۰۰) ارزشیابی عملکرد را فرایند مداوم ارزیابی و مدیریت رفتار و بروندهای انسانی در محل کار تعریف کرده‌اند. (بایرز و رو، ۲۰۰۸: ۲۱۶).

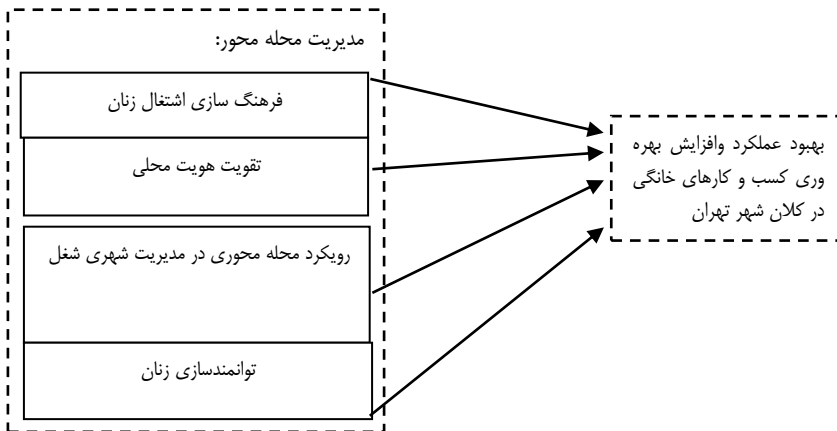
از طرفی ارزشیابی قسمتی از فراگرد بقای انسان است. مقصود از ارزشیابی استفاده از تجربه به‌منظور بهبود بخشیدن به اقدامات آینده است. ارزشیابی به‌مثابه یک تخصص است و با این امر سروکار دارد که ارزش، کیفیت و اهمیت، میزان، درجه و شرایط پدیده‌ها را مورد آزمایش و قضاوت قرار دهد. به‌مثابه یک زمینه تخصصی، ارزشیابی را می‌توان فرآیندی دانست که با گردآوری و استفاده از اطلاعات برای اتخاذ تصمیمات در مورد برنامه‌های آموزشی سروکار دارد. ارزشیابی فعالیتی است که ماهیت آن آموزشی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. ارزیابی و بازنگری محور نوسازی و استقرار یک نظام ارتباطی است. (خاکی، ۱۳۷۶).

گی ارزشیابی را یک فرآیند نظام‌دار برای جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر اطلاعات به‌منظور تعیین اینکه آیا هدف‌های موردنظر تحقق یافته‌اند یا در حال تحقق یافتن هستند و به چه میزانی، تعریف کرده است. (گی، ۱۹۸۷) در آموزش، ارزشیابی به فعالیتی گفته می‌شود که برای تعیین کیفیت، اثربخشی یا ارزش یک برنامه، فرآورده، پروژه، فرآیند یا هدف به اجرا درمی‌آید.

معمولاً ارزیابی به تجزیه و تحلیل عملکرد، بازده و هزینه یک طرح پس از اجرای آن می‌پردازد. اگر در حین اجرای طرح انجام پذیرد هدف آن بهبود مدیریت، برنامه درسی و یا اتخاذ تصمیم برای ادامه، گسترش یا تجدیدنظر در طرح خواهد بود. اگر ارزیابی در پایان طرح انجام شود، هدف آن تعیین علل موفقیت یا عدم موفقیت طرح خواهد بود.

در تحقیق حاضر؛ فرهنگ‌سازی اشتغال زنان، تقویت هویت محلی، رویکرد محله محوری در مدیریت شهری و توانمندسازی زنان متغیرهای مستقل را تشکیل داده و همچنین بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران، متغیر وابسته است.

1. Carell and et al
2. Byars and Rue



شکل شماره ۱ مدل اولیه حاصل از ادبیات تحقیق
Figure 1: Conceptual model of research

ابزار و روش

روش تحقیق به کاررفته در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارکنان شهرداری منطقه ۱۵ تهران می‌باشند که تعداد آنها حدوداً ۱۵۰۰ نفر می‌باشد. با توجه به گستردگی جغرافیایی و تعداد کارکنان شهرداری منطقه ۱۵ تهران از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه نمونه‌گیری مندرج در جدول مورگان) تعداد ۷۵۰ نفر به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب گردیده است. ابزار اندازه‌گیری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته با ۴ بعد اصلی بوده و جهت سنجش متغیرها از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت استفاده شده و پس از تأیید روایی محتوا توسط خبرگان، برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در سطح آمار توصیفی از فراوانی، درصد، درصد تجمعی، میانگین و انحراف معیار و در سطح آمار استنباطی از آزمون رگرسیون (آزمون خطی بودن معادله (ANOVA) استفاده شده است.

آزمون فرضیه‌ها

این پژوهش دارای ۱ فرضیه اصلی و ۴ فرضیه فرعی است. فرضیه اصلی تحقیق به بررسی تأثیر مدیریت محله‌ای بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر

تهران می‌پردازد که در زیر ابتدا به آزمون فرضیات فرعی از طریق آزمون همبستگی و در نهایت به آزمون فرضیه اصلی از طریق آزمون رگرسیون چندگانه پرداخته می‌شود.

آزمون فرضیه^۶ فرعی اول

فرهنگ‌سازی اشتغال زنان بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران تأثیر معنی‌داری دارد.

با توجه به مقیاس متغیرها و نوع توزیع آنها، برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌گردد. نتایج حاصل از آزمون پیرسون در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج حاصل از آزمون پیرسون برای فرضیه فرعی اول

Table 1: The results of Pearson test for the first sub-hypothesis

بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری Improve performance and increase productivity	نام متغیر Variable name	
.109	ضریب همبستگی پیرسون Pearson correlation coefficient	فرهنگ‌سازی اشتغال زنان Creating a culture of women's employment
.024	سطح معنی‌داری یک‌طرفه One-sided significance level	
204	تعداد Number	

همان‌طور که در جدول قابل‌مشاهده است، چون سطح معنی‌داری یک‌طرفه (۰/۰۲۴) کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض H_0 رد و H_1 تأیید می‌شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که بین فرهنگ‌سازی اشتغال زنان و بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران همبستگی معنی‌داری وجود دارد. با توجه ضریب همبستگی (۰/۱۰۹) این همبستگی؛ مستقیم و ضعیف است.

آزمون فرضیه^۶ فرعی دوم

تقویت هویت محلی بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران تأثیر معنی‌داری دارد.

با توجه به مقیاس متغیرها و نوع توزیع آنها، برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از آزمون پیرسون در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲: نتایج حاصل از آزمون پیرسون برای فرضیه فرعی دوم

Table 2: The results of Pearson test for the second sub-hypothesis

بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری Improve performance and increase productivity	نام متغیر Variable name	
.183	ضریب همبستگی پیرسون Pearson correlation coefficient	تقویت هویت محلی Strengthen local identity
.000	سطح معنی‌داری یک‌طرفه One-sided significance level	
204	تعداد Number	

همان‌طور که در جدول قابل مشاهده است، چون سطح معنی‌داری یک‌طرفه (۰/۰۰۰) کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض H_0 رد و H_1 تأیید می‌شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که بین تقویت هویت محلی و بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران همبستگی معنی‌داری وجود دارد. با توجه ضریب همبستگی (۰/۱۸۳) این همبستگی؛ مستقیم و ضعیف است.

آزمون فرضیه^۶ فرعی سوم

رویکرد محله محوری در مدیریت شهری بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران تأثیر معنی‌داری دارد. با توجه به مقیاس متغیرها و نوع توزیع آنها، برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌گردد. نتایج حاصل از آزمون پیرسون در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج حاصل از آزمون پیرسون برای فرضیه فرعی سوم

Table 3: The results of Pearson test for the third sub-hypothesis

بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری Improve performance and increase productivity	نام متغیر Variable name	
.741	ضریب همبستگی پیرسون Pearson correlation coefficient	رویکرد محله محوری در مدیریت شهری Central neighborhood approach in urban management
.001	سطح معنی‌داری یک‌طرفه One-sided significance level	
204	تعداد Number	

همان‌طور که در جدول قابل مشاهده است، چون سطح معنی‌داری یک‌طرفه (۰/۰۰۰) کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض H_0 رد و H_1 تأیید می‌شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که بین رویکرد محله محوری در مدیریت شهری در ارتباط با شغل و بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران همبستگی معنی‌داری وجود دارد. با توجه ضریب همبستگی (۰/۷۴۱) این همبستگی مستقیم و قوی است.

آزمون فرضیه^۴ فرعی چهارم

توانمندسازی زنان بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران تأثیر معنی‌داری دارد.

با توجه به مقیاس متغیرها و نوع توزیع آنها، برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌گردد. نتایج حاصل از آزمون پیرسون در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج حاصل از آزمون پیرسون برای فرضیه فرعی چهارم

Table 4: The results of Pearson test for the fourth sub-hypothesis

بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری improve performance and increase productivity	نام متغیر Variable name	
.703	ضریب همبستگی پیرسون Pearson correlation coefficient	توانمندسازی زنان Women's Empowerment
.000	سطح معنی‌داری یک‌طرفه One-sided significance level	
204	تعداد Number	

همان‌طور که در جدول قابل مشاهده است، چون سطح معنی‌داری یک‌طرفه (۰/۰۰۰) کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض H_0 رد و H_1 تأیید می‌شود. به عبارت دیگر با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که بین توانمندسازی زنان در ارتباط با محیط کار و بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران همبستگی معنی‌داری وجود دارد. با توجه ضریب همبستگی (۰/۷۰۳) این همبستگی مستقیم و قوی است.

آزمون فرضیه اصلی:

پس از آزمون همبستگی به بررسی تأثیر مدیریت محله محور (فرهنگ‌سازی اشتغال زنان، تقویت هویت محلی، رویکرد محله محوری در مدیریت شهری و توانمندسازی زنان) بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران از طریق آزمون رگرسیون چندگانه می‌پردازیم. قبل از آزمون رگرسیون باید به آزمون پیش‌فرض‌های مدل رگرسیون بپردازیم.

آزمون معنادار بودن رگرسیون

با توجه به آماره F در جدول مربوط به رگرسیون، چون سطح معناداری آنها کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین مدل رگرسیونی معنادار است.

آزمون هم‌خطی

آزمون هم‌خطی متغیرهای تحقیق به شرح جدول زیر است:

جدول ۵: آزمون هم‌خطی

Table 5: Alignment test

شاخص وضعیت Status indicator	مقدار ویژه special amount	ردیف Row	مدل pattern
1000	5295	فرهنگ‌سازی اشتغال زنان Creating a culture of women's employment	1
2180	1115	تقویت هویت محلی Strengthen local identity	
2172	1056	رویکرد محله محوری در مدیریت شهری Central neighborhood approach in urban management	
3925	2487	توانمندسازی زنان Women's Empowerment	

همان‌گونه که مشاهده می‌نمایید؛ مقادیر ویژه نزدیک به صفر همبستگی داخلی پیش‌بینی‌ها زیاد است و تغییرات کوچک در مقادیر داده‌ها، منجر به تغییرات بزرگ در برآورد ضریب معادله رگرسیون منجر می‌شود. مقادیر ویژه نشان‌دهنده احتمال همبستگی داخلی بین متغیرها است. شاخص وضعیت با بیشتر از ۱۵ نشان‌دهنده احتمال هم‌خطی بین متغیرهای مستقل است و مقادیر بیش از ۳۰ بیانگر مشکل جدی در استفاده از رگرسیون در وضعیت موجود است (حساس یگانه

و دیگران، (۱۳۸۸). از طرفی تمامی شاخص‌های وضعیت کوچک‌تر از ۱۵ می‌باشند که نشان‌دهنده عدم وجود هم‌خطی بین متغیرهای مستقل است.

آزمون عدم خودهمبستگی

آماره دوربین- واتسون در جدول نشان‌دهنده آزمون خودهمبستگی بین متغیرهای پژوهش است. از آنجایی که این آماره در هریک از جداول آزمون رگرسیون بین ۱٫۵ تا ۵٫۲ است، بنابراین بین متغیرهای تحقیق مشکل خودهمبستگی وجود ندارد.

نتایج آزمون فرضیه‌ها

در این قسمت به بررسی تأثیر مؤلفه‌های فرهنگ‌سازی اشتغال زنان، تقویت هویت محلی، رویکرد محله محوری در مدیریت شهری و توانمندسازی زنان بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران می‌پردازیم. در جدول زیر ضرایب تخمین زده‌شده معادله رگرسیون فوق نشان داده شده است:

جدول ۶: نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره

Table 6: Results of multivariate regression

سطح معنی‌دار Significant level	آماره t T Statistics	ضریب Coefficient	نام متغیر Variable name	نماد symbol	نوع متغیر Variable type
-	-	-	بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران Improving the performance and increasing the productivity of home businesses in the metropolis of Tehran	Y	متغیر وابسته The dependent variable
.000	2.515	1.870	آلفا Alpha	α	مقدار ثابت Constant
.043	3.768	.023*	فرهنگ‌سازی اشتغال زنان Creating a culture of women's employment		متغیرهای مستقل Independent variables
.003	2.995	.094*	تقویت هویت محلی Strengthen local identity		
.000	3.615	1.684*	رویکرد محله محوری در مدیریت شهری Central neighborhood approach in urban management		
.009	2.855	.872*	توانمندسازی زنان Women's Empowerment		
-	-	1.863	دوربین واتسون Durbin Watson		
.000	-	1.084	آماره F F Statistics		
-	-	.767	ضریب همبستگی		R

		The correlation coefficient	
-	-	.589	ضریب تعیین The coefficient of determination
-	-	.582	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted coefficient of determination
			R Square
			Adjusted R Square

* سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۵ است.

همان‌گونه که این نگاره نشان می‌دهد، متغیرهای فرهنگ‌سازی اشتغال زنان، تقویت هویت محلی، رویکرد محله محوری در مدیریت شهری و توانمندسازی زنان بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران تأثیر مستقیم و معناداری دارند. ضریب متغیرها نشان می‌دهد تأثیر رویکرد محله محوری در مدیریت شهری بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران نسبت به بقیه متغیرها بیشتر است.

با توجه به مقدار آماره F الگوی رگرسیون برازش شده معنادار است و با توجه به ضریب تعیین، این متغیرها ۵۸/۹ درصد از تغییرات بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران را توضیح می‌دهند. آماره دوربین واتسون نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ است پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل خودهمبستگی وجود ندارد.

خلاصه نتایج

خلاصه نتایج آزمون فرضیات در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۷: خلاصه نتایج

Table 7: summary of results

نتیجه آزمون Test result	شدت تأثیر Intensity of impact	فرضیه Hypothesis	ردیف Row
مستقیم و معنادار Direct and meaningful	ضعیف Weak	فرهنگ‌سازی اشتغال زنان بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران. Creating a culture of women's employment on improving performance and increasing the productivity of home businesses in the metropolis of Tehran.	1
مستقیم و معنادار Direct and meaningful	ضعیف Weak	تقویت هویت محلی بر بهره‌وری نیروی انسانی تأثیر معناداری دارد. Strengthening local identity has a significant effect on human resource productivity.	2
مستقیم و معنادار Direct and meaningful	قوی Strong	رویکرد محله محوری در مدیریت شهری بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران. Neighborhood-centered approach in urban management on improving the performance and productivity of home businesses in the metropolis of Tehran.	3
مستقیم و معنادار Direct and meaningful	قوی Strong	توانمندسازی زنان بر بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای خانگی در کلان‌شهر تهران. Empowering women to improve performance and increase the productivity of home businesses in the metropolis of Tehran.	4

بحث و نتیجه گیری

در جهان رقابتی امروز بهره‌وری در همه زمینه‌ها افزایش یافته و تنها سازمان‌هایی امکان بقا دارند که به بهترین وجه ممکن از منابع خود استفاده نموده و بیشترین بهره‌وری و اثربخشی را داشته باشند، مدیریت عملکرد که مایه افزایش بهره‌وری نیروی انسانی است، از اهمیت بسیاری برخوردار است. امروزه در سازمان‌های جدید و مترقی، مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده موفقیت سازمان‌ها نیروی انسانی و بهره‌وری آن است.

امروزه ایجاد بنگاه‌های اقتصادی کوچک و زودبازده در عرصه بیشتر نظام‌های اقتصادی دنیا، به‌عنوان یک ضرورت پذیرفته‌شده است. در این میان، کسب‌وکارهای خانگی که یکی از شکل‌های این فعالیت‌های اقتصادی است، به‌واسطه کارکرد و مزایای خاص خود، به‌سرعت رشد و توسعه یافته است. کسب‌وکارهای خانگی از نظر ایجاد شغل و نوآوری در تولید و عرضه کالا و خدمات و سنخیت با تکنولوژی (IT) و تجارت الکترونیک، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در بازارهای مختلف شده است که می‌تواند برای اکثر افراد، به‌ویژه جوانان بستر مناسبی جهت راه‌اندازی آسان و ساده فعالیت‌های اقتصادی فراهم آورد و نقطه شروع مناسبی برای ورود به بازار کار محسوب شود.

گفتنی است کسب‌وکارهای بسیار کوچک اغلب کسب‌وکارهای خانوادگی قلمداد می‌شود که منابع و تخصص لازم برای مشارکت در فعالیت‌های تجاری بین‌المللی را ندارند (کلارک و داگلاس، ۲۰۱۰). کسب‌وکارهای خانگی به دلیل اندازه کوچکشان فرصت‌های مناسبی را برای مالکان خود پدید می‌آورند (نوبری و بوسورث، ۲۰۱۰) و مزایای اقتصادی، اجتماعی و محیطی جذابی دارند (کامپین و همکاران، ۲۰۱۳). نتایج تحقیقات مختلف نشان می‌دهد به لطف مالکیت، تعهد و کار شخصی، کسب‌وکارهای خانگی موفقیت بیشتری را از لحاظ کیفیت خدمات به دست آورده‌اند (دبستکی، ۲۰۱۷)؛ به‌طوری‌که در سال‌های اخیر بیش از ۵۳ درصد کسب‌وکارهای جدید در آمریکا، کسب‌وکارهای خانگی بوده است (ماتاری و موناهان، ۲۰۱۰). کسب‌وکارهای خانگی، کسب‌وکارهایی هستند که تمرکز اصلی آنها، کار در خانه است (سایرس، ۲۰۱۰).

همچنین با توجه به افزایش روزافزون عرضه کار و محدودیت فرصت‌های شغلی ف‌آماده نبودن زیرساخت‌های توسعه و از همه مهم‌تر کمبود منابع سرمایه، یکی از گزینه‌های مؤثر و راهبردی در توسعه اشتغال کشور «اشتغال کاربر» است. باینکه «اشتغال سرمایه‌بر» از ضریب پایداری بیشتری نسبت به «اشتغال کاربر» برخوردار است ولی از آنجایی که «اشتغال سرمایه‌بر» مستلزم سرمایه‌گذاری کلان در بلندمدت است، لذا در کوتاه‌مدت غلبه بر مشکل بیکاری از این روش مفید و میسر نیست. تجربه نشان داده است که توسعه کسب‌وکارهای کوچک به دلیل ساختار ساده و زودبازدهی و نیاز اندک به سرمایه در جهت متعادل کردن بازار کار مؤثر بوده است.

در کشور ما با توجه به ترکیب جمعیتی، کسب‌وکارهای کوچک خانگی می‌تواند بازدهی مناسبی داشته و در کوتاه‌مدت و حتی میان‌مدت در رفع مشکل بیکاری مؤثر باشد از این رو سازمان بخشیدن، به‌روزرسانی و نظام بندی کردن کسب‌وکارهای خانگی یک ضرورت آشکار است. در وضعیت کنونی، به لحاظ مدیریتی و سیاست‌گذاری، هیچ سازمانی به‌طور مشخص متولی کسب‌وکارهای کوچک خانگی نیست. این مشاغل عمدتاً به‌صورت سنتی و بدون جهت‌گیری کلی در کشور رواج دارد درحالی‌که اگر بخواهیم این مشاغل به‌صورت پایدار و در تراز جهانی ایجاد شوند، نیازمند برنامه‌های حمایتی و آموزشی و به‌روزرسانی و استفاده از فناوری‌های روز است. در باره اهمیت کسب‌وکارهای بسیار کوچک، بر اساس آخرین برآوردها در سال ۲۰۱۷ در انگلستان بیش از ۹۶ درصد کسب‌وکارها را کسب‌وکارهای بسیار کوچک تشکیل می‌دهند و ۳۳ درصد اشتغال و ۲۲ درصد از گردش مالی را از آن خود کرده‌اند (رودز، ۲۰۱۷).

تعارض منافع

نویسندگان هیچ‌گونه تعارض منافی برای اعلام ندارند.



References

- Abedini, Ahmad, (2013) Terminology of Education, Tehran, Supreme Council of Education. [In Persian]
- Agyapong, D. (2010). Micro, small and medium enterprises' activities, income level and poverty reduction in Ghana—A synthesis of related literature. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 196.
- Altuntas, semercioz & Eregezc, 2013. Linking strategic and market orientations to organizational performance: the role of innovation in private healthcare organizations. *Social and Behavioral Sciences*, 99(6), 413 – 419.
- Armstrong, Michael (2002); *Strategic Human Resource Management (Practice Guide)*, Office of Cultural Research, Mohammad Arabi and DavoudYazdi, Tehran, Iran. [In Persian]
- Banki, M. B., Ismail, H. N., & Muhammad, I. B. (2016). Coping with seasonality: A case study of family owned micro tourism businesses in Obudu Mountain Resort in Nigeria. *Tourism Management Perspectives*, 18, 141-152.
- Boyas .J. Wind. L.H; Kang, S.Y (2012). “Exploring the relationship between employment-based social capital, job stress, burnout, and intent to leave among child protection workers: An age-based path analysis model”. *Children and Youth Services Review*, 34(1), 50–62.
- Byars, L.I & Rue, L.W. (2008). *Human Resource Management: 9 Th Edition*. New York: Mc GrawHill.
- Campin, S., Barraket, J., & Luke, B. (2013). Micro-business community responsibility in Australia: Approaches, motivations and barriers. *Journal of Business Ethics*, 115(3), 489-513.
- Carell Micheal R and et al. (1992). *Personnel/ Human Resource Management*. Mac Millan. Publishing, 1-792.

- Carter, C. R., & Liane Easton, P. (2006). Sustainable supply chain management: evolution and future directions. *International journal of physical distribution & logistics management*, 41(1), 46-62.
- Carter, C. R., & Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International journal of physical distribution & logistics management*, 38(5), 360-387.
- Carter, J. (2004), "Home-based Business Survey: Report on Research to Assess the Business Support and Other Needs of the Home based Economy", Horsham District Council, Horsham.
- Carter, S., Mason, C. and Tagg, S. (2004), "Lifting the Barriers to Growth in UK Small Businesses", FSB Biennial Membership Survey, University of Stirling, Stirling.
- Clark, D. N., & Douglas, H. (2010). Micro business: Characteristics of home-based business in New Zealand. *Small Enterprise Research*, 17(2), 112-123.
- Debski, M. (2017). Quality in The Marketing Communication of Micro Family Businesses Offering Accommodation Services. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*. 148-159.
- Edwards, P., Edwards, S & Economy, P. (2006). "Home-Based Business for Dummies". Wiley Publishing, 1-384.
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Hills, G. E. (2016). The language of opportunity¹. *Entrepreneurship as Organizing: Selected Papers of William B. Gartner*, 218.
- Gay. L.R. (1987), *Educational evaluation and measurement*. Maxwell Macmillan , international
- Ho. Li-An,(2008), "What Affects Organizational Performance? The Linking Of Learning And Knowledge Management" , *Industrial Management & Data Systems*, 108(9), 1234-1254
- Katie. Ricci, Lori van Dugne& at al,(2003), *Training revolution*, NAVAIR.September

- Khaki, Gholamreza (1997) Introduction to Productivity Management, Tehran: Sayehnama Publication Cultural Center. [In Pershian]
- Kirchoff, J. F., Tate, W. L., & Mollenkopf, D. A. (2016). The impact of strategic organizational orientations on green supply chain management and firm performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 46(3), 269-292.
- 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.
- Mattare, M., Monahan, M., & Shah, A. (2010). Navigating Turbulent Times and Looking into the Future: What Do Micro-Entrepreneurs Have to Say? *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(1), 79-94.
- Peter. Bermley,(1999), Evaluation training effectiveness , N.T: Mc Grow . Hill,
- Sa'adat, Esfandiar, (2007) Human Resource Management, Publications of the Organization for the Study and Compilation of the Humanities Books of Dams, Twelveth Edition, Tehran .[In Pershian]
- Sayers, J. G. (2008). What Next? Women Seeking Work-Life Balance by Setting Up Life-Style Businesses.
- Sayers, J. G. (2010). Home-based businesses in the city. *Small Enterprise Research*, 17(2), 165-176.
- Shepherd A. (2013), Sustainable urban Development. London: Macmillan.
- Suriya, K., & Gruen, C. (2012). Souvenir production in community-based tourism and poverty reduction in Thailand. *The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters*, 1(1), 1-4.
- Yazdani, Amir Abbas and Gholami, Ramadan. (2013). Application of OHSAS standard to improve the level of job security in Mazandaran Wood and Paper Industries Co., *Iranian Journal of Health*. [In Pershian]