

آسیب‌شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از رشد کسب‌وکارهای خانگی از دیدگاه زنان صاحب کسب‌وکارهای خانگی در ایران

میثم مدرسی^۱، *زهرا آراستی^۲، کامبیز طالبی^۳، مقصود فراساتخواه^۳

^۱دانشجوی دکتری کارآفرینی گرایش عمومی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۲دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۳دانشیار گروه برنامه ریزی و آموزش عالی، موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۴/۶/۲ تاریخ پذیرش: ۹۴/۹/۱۷

Criticizing Governmental Supportive Programs for Home-based Business Growth; Viewpoint of Home-based Businesses' House Wives

Meysam Modaresi¹, *Zahra Arasti², Kambiz Talebi², Maghsoud Farasatkah³

¹PhD Student of Public Entrepreneurship, Colledge of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran

²Associate Professor of Entrepreneurship, Colledge of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran

³Associate Professor of Higher Education Planning, Institute for Research and Planning in Higher Education, Tehran, Iran

Received: (24/Sep/2015)

Accepted: (8/Dec/2015)

Abstract

In developing countries and even developed economies, home-based businesses are employed as a means of economic growth and solving unemployment problem especially for women. The role of this type of businesses in regional and national development, leads government to pay more attention to these businesses and provide special supportive programs for them. In Iran, in regards of increasing unemployment especially for women, some policy measures has implemented for supporting home-based businesses and their growth, however the problems of these type of businesses still remain. This research has criticized the government supportive programs for home-based businesses. In this regard, we used the qualitative research method and 20 in-depth interviews with home-based business owners. Result of the study presented in two main categories that includes: defects pertaining to codifying the programs and defects related to implementation of the programs. Finally, we proposed useful policy implications for enhancing home-based businesses' governmental supportive programs.

Keywords

Business, Home-based Businesses, Bupportive Policies, Government

چکیده

در جوامع درحال توسعه و حتی اقتصادهای توسعه یافته، کسب‌وکارهای خانگی به‌عنوان یکی از ابزارهای رشد اقتصادی و حل مشکل بیکاری به‌ویژه برای زنان به کار گرفته شده است. نقش این نوع از کسب‌وکارها در توسعه منطقه‌ای و ملی سبب توجه بیش‌ازپیش دولت‌ها به این مقوله و تدوین خطمشی‌های حمایتی خاص از این نوع از کسب‌وکارهاست. در ایران نیز با توجه به معضل بیکاری فزاینده به‌خصوص برای زنان، اقداماتی در راستای حمایت از کسب‌وکارهای خانگی و رشد آن‌ها صورت گرفته است اما مشکلات این نوع از کسب‌وکارها همچنان به قوت خود باقی است. پژوهش حاضر به آسیب‌شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی پرداخته است. در این راستا از روش پژوهش کیفی و انجام ۲۰ مصاحبه عمیق با صاحبان کسب‌وکارهای خانگی استفاده شد. همچنین تحلیل مصاحبه‌ها از طریق تحلیل تماتیک صورت گرفت. نتایج پژوهش در دودسته اصلی آسیب‌های مربوط به تدوین برنامه‌ها و آسیب‌های مربوط به اجرای برنامه‌ها ارائه و در پایان راهکارهای سیاستی مفیدی برای ارتقاء برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی پیشنهاد شد.

واژه‌های کلیدی

کسب‌وکار، کسب‌وکار خانگی، خطمشی، خطمشی‌های حمایتی، دولت.

مقدمه

یکی از استراتژی‌های توسعه اقتصادی، ارتقاء کسب‌وکارهای کوچکی است که در خانه رشد می‌کنند و در حال حاضر مقبولیت بسیاری یافته‌اند (برک، ۲۰۰۳). کسب‌وکارهای خانگی عمدتاً به کسب‌وکارهایی اطلاق می‌شود که در قدم نخست در یک اقامتگاه خصوصی انجام می‌شوند یا اینکه بر یک بنیاد خانگی متمرکز شده باشند، به‌علاوه اینکه محل استقرار، عموماً اقامتگاه مالکین است (رزنافیسا، ۲ و همکاران، ۲۰۰۹). این نوع از کسب‌وکارها در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته نقشی بسیار بیشتر از آنچه اکثراً درک می‌کنند، دارا هستند و افزایش قابل توجه درآمد کسب‌وکارهای خانگی گواهی بر این موضوع است (هندرسون، ۳، ۱۹۹۸، ۲۵). به‌عنوان مثال ۵۱/۶ درصد کسب‌وکارها در آمریکا از خانه شروع به کار می‌کنند (اداره کسب‌وکار کوچک آمریکا، ۲۰۱۴) یا در انگلستان ۶۶٪ از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در خانه‌ها فعالیت می‌کنند (میسن، ۵ و همکاران، ۲۰۱۱). کسب‌وکارهای خانگی اکثراً موردعلاقه زنان بوده، به‌طوری‌که کار در خانه به‌عنوان یک منبع مهم اشتغال در دنیا برای زنان است (چن، ۶ و همکاران، ۱۹۹۹) زیرا هم‌زمان با اینکه زنان درگیر در درآمدزایی حاصل از این‌گونه فعالیت‌ها هستند می‌توانند به کارهای خانه رسیدگی کنند و از کودکان نیز مراقبت نمایند (سینای، ۷، ۱۹۹۸). کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای درحال توسعه و فقیر نیز یکی از راه‌های عمده حل مشکل بیکاری زنان (محمود، ۸، ۲۰۰۳؛ وایت، ۹، ۱۹۹۶) و همچنین به‌عنوان برنامه‌ای برای ایفای نقش بیشتر زنان در کاهش فقر خانواده و همچنین ارتقای بهداشتی، اجتماعی و جسمانی آنان است (تیبیل، ۱۰، ۲۰۰۵). کسب‌وکارهای خانگی با مالکیت زنان غالباً به‌صورت تمام وقت و کاملاً جدی در همه بخش‌ها در حال گسترش‌اند و ارزش افزوده زیادی هم برای جوامع محلی و هم جهانی دارند (وینارسیزک و

گراهام، ۱۱، ۲۰۱۳) اما باوجود این توسعه کمی، این نوع از کسب‌وکارها با مشکلات زیادی مواجه بوده و نیازمند حمایت‌های خاصی برای رشد و موفقیت هستند و حتی بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی در مراحل اولیه توسعه کسب‌وکار بوده و با مشکلاتی مربوط به حتی صرف بقا روبرو هستند (واکر و استیل، ۱۲، ۲۰۰۳). با توجه به موارد ذکر شده و به دلیل نقش پراهمیت کسب‌وکارهای خانگی در اقتصاد محلی و ملی دولت‌ها باید فعالانه درگیر در پشتیبانی از بخش کسب‌وکار خانگی شوند (میسن و همکاران، ۲۰۱۱) و در واقع یکی از علل توجه دولت‌ها به این نوع از کسب‌وکارها، این نکته است که بسیاری از آن‌ها دارای پتانسیل رشدی هستند که می‌تواند برای توسعه اقتصاد محلی مورد بهره‌برداری قرار گیرد (علی، ۱۳ و همکاران، ۲۰۱۱).

از سویی در ایران نیمی از جمعیت کشور را زنان تشکیل می‌دهند اما در پنج سال اخیر تعداد شاغلان زن در ایران با کاهش ۱۴.۲ درصدی مواجه بوده است و نرخ بیکاری زنان به ۱۹.۸ درصد رسیده است. همچنین نرخ مشارکت زنان در بازار کار ایران تنها ۱۲.۴ درصد است که تداوم این وضع انباشت بیکاران زنان را موجب شده و ناامیدی آنان را در پی خواهد داشت (رئیزی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین وضعیت کارآفرینی زنان در ایران نیز چندان مناسب به نظر نمی‌رسد و باوجود افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، نسبت زنان اداره‌کننده یک کسب‌وکار در ایران به هم‌تایان مرد کمتر از ۲ به ۱۰ است درحالی‌که این نسبت برای کشورهای همچون نیجریه، اتیوپی، آفریقای جنوبی و یا تایلند نصف به نصف است (کلی، ۱۴ و همکاران، ۲۰۱۲). با توجه به شرایط کلی ذکر شده در مورد اشتغال زنان در ایران، کسب‌وکارهای خانگی می‌توانند به‌عنوان یک گزینه بسیار مناسب برای رفع مشکل بیکاری زنان باشند و رشد کمی و کیفی کسب‌وکارهای خانگی به‌خودی‌خود زمینه شکوفایی اقتصادی زنان جامعه ایران را تا حد زیادی فراهم خواهد کرد. البته شایان ذکر است که حمایت از کسب‌وکارهای خانگی در ایران با تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ به‌طور جدی در دستور کار قرار گرفت اما هنوز بسترسازی و زیرساخت‌های

1. Berke
2. Rosnafisah
3. Henderson
4. SBA
5. Mason
6. Chen
7. Sinai
8. Mahmud
9. White
10. Tipple

11. Wyncarczyk and Graham
12. Walker and Still
13. Ali
14. Kelley

مناسب جهت توسعه کسب و کارهای خانگی در حد استاندارد و قابل قبول آن صورت نگرفته است (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۳) و مشکلات و موانع رشد کسب و کارهای خانگی همچنان به قوت خود باقی است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کسب و کارهای خانگی و اهمیت آنها

مفهوم کسب و کار خانگی قدمت دیرینه‌ای دارد اما در مورد تعریف آن هنوز اتفاق نظر کلی وجود نداشته و البته نقطه مشترک در تأکید بر خانه به عنوان محل اصلی و عمده‌ی کسب و کار است (تامپسون، ۲۰۰۹) انتخاب خانه به عنوان مکان کسب و کار از دو جهت دارای اهمیت است: اولاً برای بسیاری از کسب و کارهای کوچک به ویژه کسب و کارهای دانش‌بنیان و خدماتی باعث صرفه‌های ناشی از مقیاس می‌شود به این دلیل که نیازی به تشریفات کسب و کارهای رسمی ندارد. دوماً راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی اغلب انتخاب سبک زندگی است و موجب فراهم آوردن یک شکل انعطاف‌پذیر از فعالیت‌های اقتصادی است که منجر به ارتقای کیفیت زندگی افراد می‌شود (جوهانسن، ۲۰۰۴) به گونه‌ای که کسب و کارهای خانگی به طور فزاینده‌ای در حال جایگزین شدن با اشتغال دستمزدی هستند (جاین و کورویزانوس، ۲۰۱۳). این نوع از کسب و کارها نقش قابل توجهی در رشد اقتصاد محلی و ملی دارند (میسن و همکاران، ۲۰۱۱؛ کلت و تیپل، ۲۰۰۰؛ گوک، ۲۰۰۳) و همکاران، ۲۰۰۳) به همین دلیل، بزرگ‌ترین گروه کسب و کار در کشورهای توسعه‌یافته می‌باشند (واکر و همکاران، ۲۰۰۸). اکثر کسب و کارهای خانگی تا حد استخدام و به کارگیری افراد دیگر رشد پیدا کرده و درآمدهای بالایی را ایجاد می‌کنند به عنوان مثال در استرالیا درصد کسب و کارهای خانگی از ۵۸/۳٪ در سال ۱۹۹۷ به ۶۷/۵٪ در سال ۲۰۰۴ رسیده است (میسن و همکاران، ۲۰۱۱). از دلایل دیگر اهمیت این کسب و کارها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: کسب و کارهای خانگی فرصت مناسبی برای اجرای یک ایده‌ی کارآفرینانه با خطر و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کنند (فینمارک، ۲۰۰۶).

مالکان آنها تمایل بسیار زیادی به رشد و توسعه دارند (واکر و وبستر، ۲۰۰۴).

با وجود نقش برجسته دولت در رشد این نوع از کسب و کارها و همچنین مزایای زیاد این نوع از کسب و کارها، مانند نقش در رشد اقتصادی، افزایش درآمد و کاهش فقر، افزایش اشتغال و کاهش بیکاری، بالا رفتن استانداردهای معیشتی خانواده‌های کم‌درآمد، گسترش عدالت، ارتقاء بهره‌وری و ارتقاء مسائل بهداشتی و زیست‌محیطی (مدرسی، ۱۳۹۵)، مطالعات چندانی که به طور خاص ضعف‌های برنامه‌های حمایتی دولت در زمینه رشد کسب و کارهای خانگی را مورد بررسی قرار دهد، صورت نگرفته است در حالی که با توجه به افزایش معضل بیکاری و آثار سوء مترتب بر آن در خانواده‌ها و جامعه، آسیب‌شناسی، بهبود و اجرای خط‌مشی‌های مناسب حمایت از کسب و کارهای خانگی می‌تواند راه‌حل مناسبی برای برون‌رفت از مشکلات اقتصادی و ارتقاء سطح معیشت خانواده‌ها و جامعه باشد و همچنین به افزایش اعتبار و رقابت‌پذیری هر چه بیشتر کسب و کارهای خانگی منجر شود. پژوهش حاضر نیز با هدف پر کردن این شکاف، از طریق یک مطالعه کیفی به بررسی ضعف‌های برنامه‌های حمایتی دولت از رشد کسب و کارهای خانگی در ایران از دیدگاه زنان صاحب کسب و کار خانگی در حوزه صنایع دستی می‌پردازد.

علت اصلی انتخاب بخش صنایع دستی برای این پژوهش، نقش حیاتی آن در اقتصاد کشورهای در حال توسعه (ریچارد، ۲۰۰۷) همچون ایران بوده است. با وجود اینکه ایران جزء ۳ قطب اصلی صنایع دستی جهان به شمار رفته و بیشترین تنوع را در صنایع دستی به خود اختصاص داده است اما صنایع دستی تنها ۱/۳ درصد از صادرات کشور را به خود اختصاص داده است (وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۴). چالش‌های خاص این بخش در ایران و همچنین مشارکت و ظرفیت روبه رشد بخش صنایع دستی در اقتصاد ایران نیز از دلایل دیگر انتخاب این حوزه برای مطالعه بوده است؛ بنابراین در راستای دستیابی به اهداف پژوهش، سؤال پژوهش عبارت است از:

ضعف‌های برنامه‌های حمایتی دولت در زمینه رشد کسب و کارهای خانگی کدام‌اند؟

2. Thompson
3. Johansson
4. Jain and Courvisanos
5. Kellett and Tipple
6. Gough
7. Finmark
8. Walker and Webster

کسب‌وکارهای خانگی می‌توانند به‌عنوان راه‌حلی برای تعارض نقش‌های دوگانه کاری و خانوادگی برای زنان باشد (وینارسیزک و گراهام، ۲۰۱۳).

با توجه به اهمیت و مزایای متعدد کسب‌وکارهای خانگی، بررسی نقش حمایتی دولت‌ها در شیوه تعامل با این نوع از کسب‌وکارها امری ضروری است که در قسمت بعد به آن پرداخته خواهد شد.

جایگاه دولت در رشد کسب‌وکارهای خانگی

بر اساس نظریه نهادی مرزهای محدودکننده قوانین، خط‌مشی‌ها، نهادها و عرف و فرهنگ بر کارآفرینی تأثیرگذار بوده و رشد یا عدم رشد کارآفرینی زنان متأثر از وضعیت نهادهای رسمی و غیررسمی حاکم بر جامعه است و درواقع نهادها از طریق اثرگذاری بر ماهیت و میزان کارآفرینی و رشد آن، مرزهایی ممکن‌کننده و محدودکننده برای اعمال و رفتارهای شخصی تعیین می‌کنند (ولتر و همکاران، ۲۰۱۴).

بر اساس دیدگاه نورث^۲ (۱۹۹۰)، نهادهای قانونی از نهادهای رسمی مؤثر بر رفتار اقتصادی هستند. نهادهای قانونی شامل خط‌مشی‌ها و قوانینی هستند که هزینه‌های راه‌اندازی کسب‌وکار، هدایت فعالیت کسب‌وکار و بستن آن و در نتیجه مطلوبیت و امکان کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و دولت در این زمینه دارای اهمیت است، چراکه نهادهای قانونی را طراحی و اجرا می‌کند (ولتر و همکاران، ۲۰۱۴) و درواقع یکی از بنیادی‌ترین فعالیت دولت‌ها طراحی و تدوین برنامه‌ها و خط‌مشی‌ها است (دانابی فر و همکاران، ۱۳۹۲). در پیوند نظریه نهادی و نقش برنامه‌های دولت در حمایت از کسب‌وکارهای خانگی، دو دیدگاه وجود دارد. اولین دیدگاه، کسب‌وکارهای خانگی را به‌عنوان یک کسب‌وکار صرفاً جهت سرگرمی و یا کار پاره‌وقت که غالباً توسط زنان اداره می‌شوند، از نظر اقتصادی بی‌اهمیت می‌شمارد. این دیدگاه خط‌مشی‌گذاران را به پذیرش حالت غیر مداخله‌گرانه در این مورد تشویق می‌نماید. دیدگاه دوم بالعکس بر مزایای اقتصادی، اجتماعی و محیطی کسب‌وکار خانگی تأکید کرده و خط‌مشی‌گذاران را برای تشویق و توسعه کسب‌وکار خانگی توصیه می‌نماید (میسن و همکاران، ۲۰۱۱).

در دفاع از دیدگاه دوم می‌توان بیان کرد ترکیبی از

مباحث عدالت، کارایی و اصول اقتصاد سیاسی می‌تواند از دلایل لزوم دخالت دولت در بخش کسب‌وکار خانگی باشند. بسیاری از افراد فقیر و به‌ویژه زنانی که در این بخش فعالیت می‌کنند در یک تبعیض و قدرت بازار نابرابر قرار دارند و فاقد مهارت‌ها و اطلاعات کارا و همچنین بیمه و اطمینان در مقابل ریسک‌ها هستند. این بخش در تولید ناخالص داخلی نقش دارد، سهم بزرگی از کالای مصرف‌کنندگان را تولید می‌نماید و یک زمینه آموزشی را برای کارآفرینان مهیا می‌سازد و همچنین رشد این بخش، منجر به افزایش اشتغال می‌شود؛ بنابراین دولت باید برای ارتقاء بهره‌وری و رشد آن تلاش نماید (چن و همکاران، ۲۰۰۱) درواقع توسعه اقتصادی مناطق، رشد کسب‌وکارها و ترغیب فعالیت‌هایی که منجر به پایداری بیشتر جامعه می‌شود، مدیریت بهتر تأثیرات بالقوه کسب‌وکارهای خانگی و توانمندسازی کسب‌وکارهای خانگی جهت رشد و توسعه کسب‌وکار به خارج از خانه در صورت لزوم، از دلایل منطقی لزوم درگیری دولت در کسب‌وکارهای خانگی به شمار می‌رود (هیزبروک^۳، ۲۰۰۴).

بنابراین دولت به‌طور کلی و مقامات محلی به‌طور خاص باید کسب‌وکارهای خانگی را به‌عنوان یک شکل قانونی از فعالیت اقتصادی بپذیرند و شوراها و سایر سرمایه‌گذاران دولتی باید ابعاد نقش خود در حمایت از بخش مهم کسب‌وکار خانگی را درک کنند (علی و همکاران، ۲۰۱۱). شایان‌ذکر است که حوزه‌های کلیدی حمایت دولت از کسب‌وکارهای خانگی که منجر به توانمندسازی و رشد می‌شود عبارت‌اند از: مشاوره کسب‌وکار، حسابداری، مربی‌گری، آموزش، گردآوردن کسب‌وکارهای باتجربه و نوپا در کنار هم ارتباطات ارزان‌تر به‌ویژه دسترسی به رسانه‌ها، ارتباط دادن با وبسایت‌ها و کسب‌وکارهای خانگی نمونه، پژوهش‌های مشترک و تأمین مالی (هیزبروک، ۲۰۰۴). درک اهمیت کسب‌وکارهای خانگی، بسیاری از دولت‌ها را به طراحی و اجرای برنامه‌های حمایتی از این نوع از کسب‌وکارها واداشته است، اما چالش‌ها و ضعف‌های عمده‌ای موفقیت این برنامه‌ها را با تردید مواجه کرده است؛ بنابراین، توجه محققان این حوزه به سمت شناسایی چالش‌ها و ضعف‌های برنامه‌های جاری حمایت از کسب‌وکار خانگی جلب شده است.

ضعف برنامه‌های جاری حمایت از کسب‌وکارهای

1. Welter

2. North

3. Hazebroek

خانگی

دولت‌ها به تدوین برنامه‌های حمایت از بخش کسب‌وکار کوچک مشغول شده‌اند اما نقش‌های مربوط به آن‌ها به‌ویژه در کسب‌وکارهای خانگی به‌خوبی تعریف نشده است و در غیاب یک چارچوب کلی، خطمشی‌ها و برنامه‌ها به‌صورت بخشی و غیر منسجم هستند درحالی‌که ابتدا باید شیوه‌های فهم کسب‌وکار خانگی موردتوجه قرار گیرد تا برنامه‌های مناسبی در این مورد ایجاد شوند و با هماهنگی دولت، استان‌ها و مناطق، یک مدل ملی خطمشی گذاری کسب‌وکار خانگی توسعه داده شود. برنامه‌های جاری به‌خوبی شناخته شده نیست و همچنین همه نیازهای کارآفرینان خانگی را برآورده نمی‌سازد (لین و ایرلس، ۲۰۰۶).

همچنین ممکن است تأثیر قوانین نه‌تنها مثبت نباشد بلکه کسب‌وکارهای خانگی را محدود نماید. به‌عنوان مثال میزان حداکثر فضای اختصاص داده شده به کسب‌وکار، استفاده از تابلو برای تبلیغ کسب‌وکار، پارکینگ مشتری و مقدار موادی که می‌تواند در فضای خانه انبار شود از این قبیل هستند. همچنین قوانین شهرداری ممکن است بسیار منسوخ بوده و به نفع کسب‌وکارهای خاص باشد به‌طوری‌که افرادی با فعالیت‌های قانونی را مأیوس نماید. همچنین قوانین مربوط به وضعیت ترافیک، پارکینگ، سروصدا، بو، زیبایی، مزاحمت برای همسایگان و محدودیت‌های خدمات محلی از مهم‌ترین مواردی هستند که حیطه کسب‌وکار و فعالیت‌های قابل انجام در خانه را محدود می‌نمایند (استانگر، ۲، ۱۹۹۸).

دور از دید بودن نیز موجب غفلت دولت از کسب‌وکارهای خانگی می‌شود و این نوع از کسب‌وکارها معمولاً به‌طور گسترده‌ای در استراتژی‌های رشد اقتصادی محلی نادیده گرفته می‌شوند و تحت حمایت بنگاه‌های پشتیبانی از کسب‌وکارها قرار نمی‌گیرند (میسن و همکاران، ۲۰۱۱). چالش دیگر دولت، ارتباط برقرار کردن با کسب‌وکارهای خانگی است، زیرا آن‌ها ترجیح می‌دهند خود را دور از توجه نگه‌دارند (پیکاک، ۳، ۲۰۰۴) و درواقع بسیاری از افراد تمایلی به گزارش کسب‌وکار خانگی خود به ادارات دولتی ندارند زیرا فعالیت‌های خود را در تناقض با قوانین شهری، ایالتی و دولتی می‌بینند و یا آگاهی از درآمد آن‌ها مساوی با

پرداخت مالیات خوداشتغالی به دولت است (پرت، ۴، ۱۹۸۷، ص ۳۲). این موضوع تا حدودی ناشی از مبهم بودن بسیاری از رژیم‌های مالیاتی، آیین‌نامه‌ها و قوانین شهری (شهرداری) مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی است که مالکان را تشویق می‌کند از دید بنگاه‌های دولتی به دلیل ترس از قوانین مرتبط با مالیات یا مطالبات بیشتر که محدودکننده یا مانع فعالیتشان است دور بمانند (دیولی، ۵ و همکاران، ۲۰۰۵) به‌طوری‌که طبق نتیجه یک مطالعه، ۴۰٪ از مالکان یا شاغلان کسب‌وکارهای خانگی حتی از قوانین مؤثر بر کسب‌وکارشان آگاه نیستند و این موضوع در ادامه فعالیت نیز بهبودی نمی‌یابد (ارسر و فاستر، ۱۹۹۲). درواقع بسیاری از کارآفرینان خانگی نگرانی‌هایی در مورد میزان خدمات مقامات محلی و فرایندهای تصمیم‌گیری، دشواری در فرایندهای تکمیل ثبت‌نام و سازگاری و وضوح در قوانین مربوطه دارند (لین و ایرلس، ۲۰۰۶) درنتیجه دریافت خدمات حمایتی و اعمال بسیاری از قوانین کار (مانند قانون استخدام، بهداشت و ایمنی) برای این کسب‌وکارها دشوار شده (دیولی و همکاران، ۲۰۰۵) و در برخی موارد مجبورند خدمات موردنیاز خود را باقیمت بالاتری دریافت نمایند (کیگوچی، ۷، ۲۰۰۱).

برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی در ایران در کشور ما کسب‌وکارهای خانگی از دیرباز موردتوجه عموم مردم بوده است و حتی در گذشته دور تنها راه معاش خانواده‌ها از طریق یک فعالیت خانگی بوده است (سپهری و همکاران، ۱۳۹۲) اما شروع حمایت دولتی از کسب‌وکارهای خانگی با توجه به وضعیت خاص دوران تحریم و مشکلات ناشی از آن به‌ویژه بیکاری فزاینده مربوط می‌شود که سبب شد حمایت از این نوع کسب‌وکارها به‌صورت جدی از سال ۱۳۸۹ و با تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در دستور کار دولت قرار بگیرد و بدین ترتیب وزارت کار، رفاه و امور اجتماعی به‌عنوان متولی اصلی حمایت از مشاغل خانگی به همراه سایر دستگاه‌های عمومی مرتبط با موضوع مشاغل خانگی، عهده‌دار ترویج، حمایت و توسعه این مشاغل شدند. تا قبل از اجرای این برنامه کسب‌وکارهای خانگی چندان پررونق نبوده و با مشکلاتی نظیر عدم دسترسی مطلوب به بازار عرضه کالا و خدمات (برای دریافت و ثبت سفارش‌ها و عرضه محصولات)، عدم توانایی تأمین مواد اولیه

4. Pratt

5. Dwelly

6. Orser and Foster

7. Kigochie

1. Lynn and Earles

2. Stanger

3. Peacock

خانگی در سه مرحله اول چرخه کسب‌وکار گرینر یعنی شروع، بقاء و رشد صورت گرفته است اما خطمشی‌های دولتی عمدتاً به سمت دو مرحله شروع و بقاء کسب‌وکار متمایل بوده و برای مرحله رشد، خطمشی‌ها و اقدامات حداقلی بوده است. همچنین در طراحی و ارائه کمک به کسب‌وکارهای خانگی ملاحظات استراتژیک مدنظر قرار نگرفته است. به همین ترتیب نتایج پژوهش جاین و کورویسانوس (۲۰۱۳) نیز نشان می‌دهد نقش دولت تنها به کسب‌وکارهای تازه راه‌اندازی شده، محدود شده است و هیچ خطمشی حمایتی برای کسب‌وکارهای خانگی نوآور که نیاز به حمایت و تشویق به توسعه کارشان به بیرون از محدودیت‌های خانه دارند، وجود ندارد. نتایج مطالعاتی که تأثیر اجرای خطمشی‌های حمایتی بر بهبود وضعیت و توسعه کسب‌وکارهای خانگی را بررسی نموده‌اند نیز جالب و قابل‌توجه است. پژوهش‌های صورت گرفته در جوامع توسعه‌یافته نظیر استرالیا، نتایج را چندان مثبت ارزیابی نمی‌کنند اما بر اساس پژوهش‌های مرتبط با بافت کشورهای کمتر توسعه‌یافته، خطمشی‌های حمایتی دولت در زمینه کسب‌وکارهای خانگی موجب تحولات شگفتی در این جوامع شده است. به‌عنوان مثال جاین (۲۰۱۰) در بررسی ساختار، عملکرد و نقش مؤسسات حمایت از کسب‌وکار محلی در توسعه کسب‌وکارهای خانگی در کشور استرالیا به این نتایج رسید: مؤسسات حمایت از کسب‌وکار محلی به‌صورت بخش بخش بوده و فعالیت‌های آن‌ها با هم هم‌پوشانی دارد؛ همه این مؤسسات به لحاظ چشم‌انداز و منابع دارای محدودیت هستند و بنابراین خدمات ارائه‌شده توسط آن‌ها اثر بسیار اندکی بر توسعه پایدار کسب‌وکار کارهای خانگی دارد، یا نتایج پژوهش علی (۲۰۱۱) در همین کشور نشان داد حمایت دولتی اندکی از کسب‌وکارهای خانگی وجود دارد، ۶۵٪ کسب‌وکارهای خانگی به خدمات حمایتی دسترسی ندارند و از برنامه‌ها و خدمات حمایتی دولتی که می‌تواند به بهبود کسب‌وکار کارشان کمک نماید بی‌اطلاع‌اند. همچنین نتایج پژوهش واکر و استیل (۲۰۰۳) در همین بافت نشان داد استفاده کسب‌وکارهای خانگی از کمک بنگاه‌های دولتی در طول زمان کاهش می‌یابد؛ اما مطالعه کیگوچی (۲۰۰۱) در بررسی تأثیر خطمشی‌های حمایتی و توانمندسازی کسب‌وکارهای خانگی در دو کشور سنگاپور و هنگ‌کنگ، نشان داد اجرای خطمشی‌های مربوطه، رشد چشمگیری در تعداد مشاغل خانگی ایجاد کرد و کسب‌وکارهای خانگی کارا تر و رقابتی‌تر شدند و رشد این کسب‌وکارها، توأم با افزایش

مطلوب و ارزان به دلیل کوچک بودن مقیاس و ضعف بنیه مالی و محدودیت در تأمین منابع مالی و تهیه و ارائه وثایق موردنیاز دست‌وپنجه نرم می‌کردند (بیگدلی شاملو، ۱۳۸۹) و اجرای این برنامه اگرچه موجبات اشتغال‌زایی برای برخی از بیکاران به‌ویژه زنان بیکار را فراهم کرد اما به دلیل عدم توسعه زیرساخت‌های لازم، نتایج آن قابل‌قبول نبوده است (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۳) و مشکلات این نوع از کسب‌وکارها برای رشد همچنان به قوت خود باقی است. با توجه به اهمیت موضوع بررسی‌های حمایتی دولت‌ها از کسب‌وکارهای خانگی و شناسایی چالش‌های مربوطه، مطالعات متعدد و با نتایجی گاه متناقض صورت گرفته است. اگرچه اکثر مطالعات، کسب‌وکارهای خانگی را کسب‌وکارهایی کاملاً جدی، خواهان رشد بالا و در حال گسترش در همه بخش‌ها معرفی نموده‌اند (وارلی و رودگرز، ۲۰۱۲؛ کلارک و داگلاس، ۲۰۱۴؛ وینارسیزک و گراهام، ۲۰۱۳؛ میسن و روچکه، ۲۰۱۵) اما برخی محققان نظیر ردمنوند و واکر (۲۰۱۰)، حمایت و سرمایه‌گذاری دولت‌ها در این نوع از کسب‌وکار را مشروط به ایجاد ارزش‌افزوده اجتماعی و نتایج مالی ملموس برای صاحب کسب‌وکار می‌دانند. این محققان با تدوین یک معیار ارزیابی خطمشی در این زمینه، ادعا می‌کنند اگر کسب‌وکارهای خانگی نتوانند درآمدی معادل حقوق پایه یک کارمند برای صاحب خود ایجاد کنند، خطمشی‌های دولتی در این زمینه کارایی نداشته و توجیه اقتصادی ندارد.

در بررسی چالش‌های مربوط به خطمشی‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی، مطالعات اندکی هم به مرحله طراحی خطمشی‌ها و هم به چالش‌های اجرای آن‌ها توجه کرده‌اند (جاین و کورویسانوس، ۲۰۱۳؛ علی و همکاران، ۲۰۱۱) و اکثر مطالعات نتایج اجرای خطمشی‌ها و آثار آن بر روی کسب‌وکارهای خانگی موجود را موردبررسی قرار داده‌اند (جاین، ۲۰۱۰؛ علی، ۲۰۱۱؛ واکر و استیل، ۲۰۰۳؛ گوک و همکاران، ۲۰۰۳؛ کیگوچی، ۲۰۰۱). علی و همکاران (۲۰۱۱) با هدف بررسی نقش مقامات دولتی محلی در تسهیل و حمایت کسب‌وکارهای خانگی، به این نتیجه رسیدند که اگرچه اقدامات دولتی بسیار تأثیرگذاری در حمایت از کسب‌وکارهای

1. Vorley and Rodgers
2. Clark and Douglas
3. Mason and Reuschke
4. Redmond and Walker

خانگی)، نگرش‌ها، رفتارها، نظام‌های ارزشی، دغدغه‌ها و انگیزه‌ها، فرهنگ و سبک زندگی‌شان (ریچاردز، ۲۰۰۵) و همچنین تأکید بر اینکه مطالعات کارآفرینی و جنسیت باید به سمت روش‌شناسی‌های کیفی عمیق همچون تاریخچه زندگی، مطالعه موردی و تحلیل گفتمان برود (هنری، ۲۰۱۵) و همکاران، ۲۰۱۵) بوده است. در این تحقیق از روش تحقیق کیفی مبتنی بر مصاحبه عمیق استفاده شده است که به محقق اجازه می‌دهد فهم بهتری از منطق زیربنایی کارآفرینی زنان داشته باشد، یافته‌های خردمندانه‌ای تولید کند و یافته‌ها را بومی‌سازی نماید (زهرای، ۲۰۱۱).

بر اساس تعریف تامپسون (۲۰۰۹) از کسب‌وکار خانگی، مشارکت‌کنندگان در این پژوهش زنان کارآفرینی هستند که یک کسب‌وکار را در خانه راه‌اندازی کرده و آن را رشد داده‌اند و همچنان از خانه به‌عنوان محل کسب‌وکار استفاده می‌نمایند. انتخاب زنان رشد یافته در کسب‌وکار بدین علت بوده است که مشکلات و ضعف‌های برنامه‌های حمایتی دولت را بهتر و بیشتر درک کرده‌اند. در خصوص معیارهای رشد کسب‌وکار باید به این نکته اشاره کرد که برای ارزیابی رشد کسب‌وکارها استفاده توأمان از معیارهای مالی و غیرمالی رایج است (بامیاتزی و کرچمایر، ۲۰۱۴). مطالعات قبلی برجسته در زمینه رشد (دلمار و ویکلانده، ۲۰۰۸) نیز از دو معیار رشد در فروش و رشد تعداد کارکنان استفاده کرده‌اند. در این مطالعه نیز کسب‌وکارهایی را رشد یافته در نظر گرفته‌ایم که افزایش فروش به‌عنوان یک معیار مالی، افزایش تعداد کارکنان به‌عنوان یک معیار غیرمالی و یا حداقل یکی از این دو را داشته باشند و همچنین برای اطمینان از رشد یافتگی آن‌ها، اطمینان حاصل شد که حداقل ۳ سال و نیم از عمر کسب‌وکارشان گذشته باشد.

برای جمع‌آوری داده‌ها ترتیب منطقی ذیل را پیمویم. ابتدا برای انتخاب دقیق افرادی که بتوانند با پاسخگویی خود اطلاعات مهم و واقعی مورد هدف پژوهش را ارائه نمایند لیست کارآفرینان خانگی زن فعال در حوزه صنایع‌دستی استان تهران از اتحادیه صنایع‌دستی استان تهران تهیه شد و با دقت خاصی (کسب اطلاعات از مسئولان اتحادیه، تماس تلفنی با

استانداردهای زندگی و افزایش مشارکت آن‌ها در اقتصادهای ملی دو کشور بود. از محدود مطالعات مرتبط صورت گرفته در ایران می‌توان به مطالعه تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) اشاره کرد. این محققان در بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی به این نتیجه رسیدند که موانع دولتی مرتبط با توسعه مشاغل خانگی روستایی شامل نبود بازار، برگزار نشدن کارگاه‌ها و کلاس‌های آموزشی از سوی سازمان‌ها، دسترسی نداشتن به مراکز اطلاعاتی، برخوردار نبودن از بیمه، نبود زمینه گردشگری و توریسم و نبود نمایشگاه‌هاست.

مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش نشانگر مزایای فردی و اجتماعی مهم کسب‌وکارهای خانگی به‌ویژه برای زنان و جایگاه و نقش برجسته دولت‌ها در حمایت از این نوع از کسب‌وکارها است؛ بنابراین دولت‌ها خطمشی‌های حمایتی متعددی را در جهت رشد کسب‌وکارهای خانگی طراحی و به کار بسته‌اند اما ضعف‌ها و چالش‌هایی در اجرای این خطمشی‌ها وجود دارند که باید مورد مطالعه و آسیب‌شناسی قرار بگیرند. مطالعات اندکی به همه ابعاد این موضوع (هم طراحی و هم اجرای خطمشی) توجه نموده‌اند و اکثراً به ارزیابی تأثیر اجرای خطمشی‌های مربوطه در این زمینه پرداخته‌اند. این مطالعات نیز با توجه به بافتی که پژوهش در آن انجام شده است دارای نتایجی متناقض بوده‌اند. در کشور ما، باوجود اهمیت ارزیابی خطمشی و کارکردهای اطلاعاتی و حرفه‌ای آن در تعیین کارایی و اثربخشی و همچنین بهبود برنامه‌های دولتی (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۸۶) از یک‌سو و اهمیت کسب‌وکارهای خانگی برای رشد اقتصادی کشور از سوی دیگر، هنوز مطالعاتی که به این مقوله خاص بپردازند، بسیار اندک هستند لذا مطالعه حاضر با یک روش محققانه و علمی به دنبال پر کردن این شکاف از طریق یک مطالعه کیفی است و با رویکردی مدیریتی به دنبال ارزیابی کفایت عملکرد خطمشی‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی است.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف شناسایی ضعف‌های خطمشی‌های حمایتی دولت در رشد کسب‌وکارهای خانگی با مالکیت زنان به‌عنوان موضوعی که کمتر به آن توجه شده است با استفاده از پژوهش کیفی انجام شد. انتخاب پژوهش کیفی با توجه به تأکید محققان بر مفید بودن پژوهش کیفی در ایجاد بینش در مورد افراد (در این پژوهش زنان مالک کسب‌وکار

1. Richards
2. Henry
3. contextualize
4. Zahra
5. Bamiatzi and Kirchmaier
6. Delmar and Wiklund

مصاحبه تا زمانی ادامه پیدا کرد که فرآیند تجزیه و تحلیل و اکتشاف به اشباع نظری^۵ رسید. در مجموع ۲۰ مصاحبه عمیق صورت گرفت.

زنان کارآفرین و در برخی موارد مراجعه حضوری به محل کار (زنان) زنانی که واجد معیارهای رشد کسب‌وکار بودند انتخاب شدند. انتخاب نمونه هدفمند^۱ و بر اساس پرمایگی اطلاعات^۲ به افزایش اعتبار درونی پژوهش کیفی کمک شایانی می‌نماید (رائو و پری، ۳، ۲۰۰۳). در پژوهش کیفی حجم نمونه از ابتدا قابل پیش‌بینی نیست بنابراین از بین افراد منتخب، مصاحبه حضوری با کسانی که حاضر به مصاحبه بودند شروع شد. مصاحبه با سوالات انتها-باز^۴ و نیمه ساختاریافته انجام گرفت و از طریق این سوالات به صورت غیرمستقیم از مصاحبه‌شوندگان در مورد ضعف‌ها و چالش‌های خط‌مشی‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارشان پرسیده شد و در موارد لازم توضیحات بیشتری از آن‌ها خواسته شد. سوالات اصلی مصاحبه شامل موارد ذیل است: ۱- در انجام فعالیت‌های کسب‌وکار، با دولت و سازمان‌های دولتی در ارتباط بوده‌اید؟ چگونه؟ ۲- آیا این تعامل مفید و رضایت‌بخش بوده است؟ ۳- در تعامل با سازمان‌های دولتی چه مواردی باعث نارضایتی شما بوده است؟ ۴- دولت چگونه می‌تواند در رشد کسب‌وکار به شما کمک کند؟ ۵- در حال حاضر برنامه‌های دولت برای حمایت از کسب‌وکارهای خانگی چیست؟ ۶- این برنامه‌ها تا چه حد مفید و اثربخش هستند؟

در این مصاحبه‌ها که زمان آن‌ها بین ۵۰ تا ۱۲۰ دقیقه متغیر بوده است، محورهای گفتگو از قبل در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار می‌گرفت تا بتوانند با آمادگی مطلوب در جلسه شرکت کرده و اطلاعات لازم را ارائه نمایند. مکان مصاحبه‌ها نیز برای برخی از کارآفرینان که از نظر خود و یا خانواده‌شان مشکلی برای ورود به منزل مسکونی آن‌ها وجود نداشت در منزل آن‌ها بود؛ اما بیشتر زنان مورد مصاحبه به دلایل مختلف مایل به برگزاری جلسه مصاحبه در منزل شخصی‌شان نبوده و بنابراین مصاحبه در دفتر اتحادیه صنایع‌دستی استان تهران، محل تحصیل کارآفرینان و یا بازارچه‌ها و یا نمایشگاه‌هایی که کارآفرینان در آن‌ها حضور می‌یافتند انجام شد.

در حین اجرا و ارزیابی مصاحبه‌ها از یک کمیته راهنما استفاده شد که این موضوع نیز به پایایی یافته‌های پژوهش کیفی کمک می‌نماید (همان، ۲۰۰۳).

1. Purposeful sample
2. information richness
3. Rao and Perry
4. Open-ended

همچنین بر اساس تحقیقات آیزنهارت (۱۹۸۹)، از ۳ فن برای افزایش روایی و پایایی داده‌های کیفی استفاده شد. ابتدا فن گمانه‌زنی پاسخ‌ها بدین ترتیب که برای اجتناب از تأثیر اضافی پاسخ‌دهنده هنگامی که یک پاسخ باز-انتها را دنبال می‌کنیم استفاده شد. سپس تعهد محرمانه بودن برای افزایش درستی اظهارات مشارکت‌کنندگان استفاده شد و به آن‌ها اطمینان کافی داده شد که داده‌ها به‌صورت محرمانه و بدون اسم منتشر خواهد شد. درنهایت، هر مصاحبه‌شونده دارای تجربه و علم قبلی بر روی هدف تحقیق بود، بدین ترتیب که از قبل جلسه موضوع جلسه به آن‌ها اطلاع‌رسانی شد. همچنین مستندات مربوط به خط‌مشی‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی شامل متن قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی و نتایج کمی و کیفی مستخرج از اجرای قانون فوق نیز به‌عنوان منبع مکمل گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. جدول ۱ ویژگی‌های اصلی کارآفرینان و کسب‌وکار خانگی‌شان را نشان می‌دهد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل دقیق یافته‌ها از روش سیستماتیک تحلیل تم استفاده شد (مایلز و هابرمین، ۲، ۱۹۹۴). بدین ترتیب که گردآوری و تحلیل داده‌ها به‌صورت هم‌زمان صورت گرفت و هر مصاحبه جدید با مصاحبه‌های قبلی در مقایسه قرار می‌گرفت. بعد از بازنویسی هر مصاحبه از طریق یک فرایند رفت و برگشتی بین داده‌ها و ادبیات (استراوس و کوربین، ۳، ۱۹۹۰) به کدگذاری باز پرداخته شد. در کدگذاری باز یا کدگذاری سطح اول، پس از آنکه مصاحبه‌ها به‌صورت نوشتاری درآمد، محقق با خواندن خط به خط مصاحبه‌ها و شکستن داده‌ها به کوچک‌ترین واحد خود، در پی یافتن کدها برآمد. پس از بررسی و جمع‌بندی مصاحبه‌ها و پایان مفهوم‌سازی از روایت‌های بیان‌شده توسط مصاحبه‌شوندگان، جمعاً نزدیک به ۳۰۰ کد استخراج شد. به‌عنوان نمونه فرایند کدگذاری باز و احصاء مفاهیم از داده‌های خام در مصاحبه اول در جدول ۲ به نمایش درآمده است.

جدول ۱. پروفایل کارآفرینان و کسب‌وکارهای خانگی

تعداد (%)		پروفایل کسب‌وکار خانگی	
سن		سن کسب‌وکار	
کمتر از ۳۰	۳(۱۵)	۴-۶	۱۲(۶۰)
۳۰-۴۰	۱۳(۶۵)	۸-۶	۶(۳۰)
بیشتر از ۴۰	۴(۲۰)	بیشتر از ۸	۲(۱۰)
سطح تحصیلات		تعداد کارکنان	
دیپلم	۹(۴۵)	۱	۱۴(۷۰)
کارشناسی	۱۰(۵۰)	۱-۱۰	۲(۱۰)
کارشناسی ارشد	۱(۵)	بیشتر از ۱۰	۴(۲۰)
وضعیت تا هل		محل فروش محصولات	
مجرد	۴(۲۰)	فقط خانه	۴(۲۰)
متاهل	۱۴(۷۰)	فقط نمایشگاه	۱۰(۵۰)
مطلقه	۲(۱۰)	اینترنت به‌عنوان ابزار مکمل خانه و نمایشگاه	۶(۳۰)

جدول ۲. کدگذاری و احصاء مفاهیم اصلی از گزاره‌های کلامی مصاحبه اول

کد مصاحبه‌شونده	گزاره‌های کلامی مصاحبه	مفاهیم احصاء شده
۱	مثلاً میگویم وام مشاغل خانگی میدن ولی برای بعضی از رشته‌ها چیزی نمیشه. الان سقف رشته من ۲۰ میلیونه ولی با وام من که مثلاً ۲ میلیونه موافقت کردن در صورتی که من الان فقط ۶ میلیون ابزار کار فاکتور خرید دارم.	سقف اندک وام مشاغل خانگی عدم تعهد در پرداخت تسهیلات
	یه جای برای فروش هم نداشتیم و جا برای فروش مشکل گیر میاد. میریم غرفه میگیریم ولی برای غرفه گرفتن پول زیادی از ما میگیرن و نمیتونیم پولشو بدیم. نمیتونیم اون قدری در بیاریم که هم حقوق خودمون در بیاد و هم پول غرفمون.	فراهم نبودن مکان فروش محصولات گران بودن غرفه‌های نمایشگاه‌ها
	فقط حرف نباشه عمل باشه. متأسفانه الان در کشور ما مقامات فقط شعار میدن که از مشاغل خانگی ما حمایت میکنیم. حمایت این نیست که ۵ میلیون به کسی بدن برو این کار رو انجام بده حمایت اینه که بگن اینجا رو برات فراهم کردیم اینو که تولید کردی بیا بزار اینجا بفروش که ما فاقد این هستیم. یه نمایشگاه میزارن با ۵۰۶۰ تا غرفه کسایی که روابط دارن جایه خوشبو میگیرن و کسایی که رابطه ندارن رو یا بهشون غرفه نمبرسه یا یه جای خلوت میندازنش که کم تر کسی میاد.	نگاه شعاری دولت عدم جدیت در اجرای خطمشی‌ها پارتنری‌بازی در ارائه تسهیلات و امکانات
	برای وام گرفتن میان شما طرح توجیهی میدن و فرم پر می‌کنن، پدرت درمیاد، نزدیک سی چهل تا فرم بهت میدن هی برو هی بیا من یک ماه دو ماه واسه کاغذ بازی علاف شدم.	زیاد بودن رویه‌ها و طولانی بودن فرایند اخذ وام

	<p>تجربه نداشتیم و کسی هم نبود منو راهنمایی کنه... جایی نیست که بریم سوالات و مشکلاتمون رو مطرح کنیم و مجبوریم آزمون و خطا پیش بریم که بعد از کلی ضرر تازه فوت و فن کار رو یاد می گیریم.</p>	<p>نبود خدمات حمایتی حرفه‌ای</p>
--	--	----------------------------------

پژوهش و در تشریح طبقه‌های (آسیب‌های) شناسایی شده، شواهدی از روایت‌های مصاحبه‌ها ذکر شده است که چگونگی اخذ مفاهیم از روایت‌ها را نیز مشخص می‌نماید.

سپس کدهای تکراری حذف و کدهای مشابه در هم ادغام شدند و در پایان ۱۹ طبقه فرعی از ضعف‌های مربوط به برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی شناسایی شد که در جدول ۳ به نمایش درآمده است. در قسمت یافته‌های

جدول ۳. مؤلفه‌های (طبقات فرعی) ضعف‌های برنامه‌های حمایتی مرتبط با رشد کسب‌وکارهای خانگی زنان، (محقق ساخته)

<p>۱۰. محقق نشدن شرایط بازار و نمایشگاه‌ها برای عرضه محصولات ۱۱. حل نشدن مشکل تأمین مواد اولیه ۱۲. روند طولانی و سخت دریافت وام ۱۳. طولانی بودن فرایند اداری اخذ مجوزها ۱۴. موازی کاری بین سازمان‌های مختلف ۱۵. پارتی‌بازی و رابطه‌ای عمل کردن در ارائه تسهیلات ۱۶. تبعیض جنسیتی در ارائه تسهیلات مالی و غیرمالی ۱۷. سوءاستفاده افراد از تسهیلات ارائه شده ۱۸. عدم اطلاع برخی از افراد از وجود خطمشی‌های حمایتی دولت ۱۹. عدم بهره‌گیری مناسب از رسانه‌های پرمخاطب برای اطلاع‌رسانی</p>	<p>عدم توجه به کسب‌وکارهای خانگی در حال حاضر فعال عدم توجه به کسب‌وکارهای خانگی ثبت‌نشده و غیررسمی سقف تسهیلات بسیار اندک و ناکافی برای گسترش کار ۴. عدم توجه به فضای فیزیکی موردنیاز کسب‌وکارهای خانگی برای رشد کسب‌وکار در نظر نگرفتن خدمات حرفه‌ای و مشاوره برای صاحبان کسب‌وکارهای خانگی لحاظ نشدن شأن اجتماعی صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در ارائه تسهیلات مالی و غیرمالی عدم حمایت رسانه‌ای و اجتماعی از صاحبان کسب‌وکارهای خانگی نگاه شعاری دولت به مشاغل خانگی و عدم اراده جدی در اجرای خطمشی‌ها عدم تعهد بانک‌ها در پرداخت تسهیلات</p>
---	--

در جدول ۴ ماتریس تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها به نمایش درآمده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از مصاحبه‌های کیفی پس از تحلیل تم، در دو دسته اصلی از ضعف‌های مربوط به خود خطمشی‌ها (ضعف‌های تدوین) و ضعف‌های مربوط به اجرای خطمشی‌ها (ضعف‌های اجرا) دسته‌بندی شد که در ذیل به آن‌ها پرداخته می‌شود.

ضعف‌های مربوط به تدوین برنامه‌ها

تمرکز صرف برنامه‌ها بر افرادی با پتانسیل راه‌اندازی کسب‌وکار با بررسی دقیق خطمشی‌های حمایتی دولت و ازجمله قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی مشخص شد این برنامه‌ها تنها بر افرادی

در مرحله بعد و در کدگذاری محوری یا کدگذاری سطح دوم، با توجه به ارتباط معنایی بین طبقات شناسایی شده در کدگذاری باز، طبقات مشابه در دسته‌های بزرگ‌تر با هم ادغام شدند و در مجموع ۷ دسته اصلی از آسیب‌های مرتبط با برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی مشخص شد. با بررسی دقیق‌تر این ۷ دسته از آسیب‌ها مشخص شد بعضی از آن‌ها مربوط به مرحله تدوین خطمشی‌ها بوده و نشانگر ضعف ماهوی خود خطمشی‌ها هستند درحالی‌که برخی از آن‌ها مربوط به نحوه و چگونگی اجرای خطمشی‌ها هستند؛ بنابراین تم‌های نهایی مشخص شدند و این ۷ دسته از آسیب‌ها ذیل دو دسته کلی از ضعف‌های مربوط به خود خطمشی‌ها و ضعف‌های مربوط به اجرای خطمشی‌ها طبقه‌بندی شدند و نتایج پژوهش نیز در قالب همین طبقه‌بندی نهایی ارائه شد.

تمرکز کرده‌اند که پتانسیل و تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی دارند درحالی‌که تمرکز اصلی هرگونه خطمشی و برنامه حمایتی از مشاغل خانگی ابتدا باید بر فعالان حاضر در این عرصه و شناسایی و حمایت از آن‌ها باشد و در وهله دوم بر افرادی با تمایل و پتانسیل راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی تمرکز شود. این موضوع ناشی از این است که اطلاع دقیقی از وضعیت کسب‌وکارهای خانگی فعال در کشور به لحاظ تعداد، محدوده جغرافیایی، ماهیت فعالیت، نیازها، مشکلات و ظرفیت‌های آن‌ها وجود ندارد و پژوهش میدانی گسترده و هدفمندی در این زمینه از سوی سازمان‌های دولتی مربوطه انجام نشده است. لازم به ذکر است کسب‌وکارهای خانگی غیررسمی فعال نیز، در قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی موردتوجه کافی قرار نگرفته‌اند.

تمرکز صرف برنامه‌ها بر مراحل ابتدایی کسب‌وکار

خطمشی‌ها و برنامه‌های تدوین‌شده در حوزه کسب‌وکارهای خانگی تنها به مراحل ابتدایی چرخه کسب‌وکار محدود می‌شود و به نظر می‌رسد هدفی جز ایجاد شغل ندارد درحالی‌که بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی در مراحل اولیه توسعه کسب‌وکار بوده و با مشکلات بسیار زیادی دست‌وپنجه نرم می‌کنند و نیازمند توجه ویژه برای بقاء و رشد در عرصه کسب‌وکار هستند؛ به عبارت دیگر حمایت‌های موردنظر صرفاً برای راه‌اندازی یک شغل خانگی است نه تثبیت و رقابت‌پذیری آن در بازار. به‌عنوان مثال سقف تعیین‌شده برای مشاغل خانگی مستقل بسیار اندک است درحالی‌که برخی از مشاغل خانگی نیازمند بودجه‌ای بسیار بیشتر از مبلغ تعیین‌شده برای خرید تجهیزات و راه‌اندازی و پیشبرد کسب‌وکار هستند: ...مبلغی که وام میدان اینقدر کمه که ارزش دوندگی رو نداره. واسه اضافه کردن یک دستگاه باید بیست میلیون داشته باشم هزینه های دیگش به کنار. پنج میلیون مشکلی از من حل نمی‌کنه. (مصاحبه شونده ۵)

یکی دیگر از مشکلاتی که اکثر کسب‌وکارهای خانگی موردبررسی به آن اشاره کرده‌اند محدودیت فضای فیزیکی برای کار است که در خطمشی‌ها و برنامه‌های دولت موردتوجه قرار نگرفته است درحالی‌که رشد در کسب‌وکار در اغلب موارد مستلزم استفاده از فضای کاری بزرگ‌تر است:

«... خدا شاهده به خاطر نداشتن جا مجبورم نصف کارها رو رد کنم چون تو اپارتمان ۸ طبقه که همیشه ۶ متری و ۱۲ متری بیافی بعدم که میری برای جا اقدام میکنی میگن بیا مثلاً مجوز فلان رو بگیر، آخرش هم به نتیجه نمیرسه. انشالله که این مشکل رو زودتر دولت و نهاد های دولتی حل کنند تا ماهم بتونیم بیشتر اشتغال زایی

بکنیم». (مصاحبه شونده ۷)

همچنین برخی از کارآفرینان خانگی مورد مطالعه معتقدند خدمات حرفه‌ای و مشاوره‌ای مناسب جهت رشد کسب‌وکارهای خانگی در برنامه‌های دولت وجود ندارد:

«...جایی نیست که بریم سوالات و مشکلاتمون رو مطرح کنیم و مجبوریم آزمون و خطا پیش بریم که بعد از کلی ضرر تازه فوت و فن کار رو یاد می‌گیریم». (مصاحبه شونده ۱۷)

عدم در نظر گرفتن جایگاه فرهنگی-اجتماعی مناسب برای کارآفرینان خانگی

به عقیده برخی از کارآفرینان خانگی مورد مطالعه، شأن و جایگاه اجتماعی آن‌ها در برنامه‌های حمایتی دولت به‌خوبی رعایت نشده است و تسهیلات مالی و غیرمالی در نظر گرفته‌شده نه تنها سبب تکریم آن‌ها بلکه موجب ناامیدی و احساس یاس آنان نیز می‌شود: «... وقتی برای گرفتن چند میلیون وام مشاغل خانگی به بانک مراجعه می‌کنی به چشم یک آدم بدبخت و بیچاره نگات می‌کنن و از ترس اینکه نتونی قسط هات رو بدی کلی اذیتت می‌کنن واسه دادن وام تا منصرف بشی». (مصاحبه شونده ۱۲).

یا مصاحبه شونده ۱۴ این موضوع رو اینگونه بیان می‌نماید: «...بازارچه‌ها و نمایشگاه‌های کمی هم که ما می‌تونیم حضور داشته باشیم اصلاً شرایط خوبی نداره، مثلاً سیستم گرمایشی سرمایه‌داری نداره، یا بعضی وقت‌ها تو فضاهای نامناسبی که اصلاً بدرد اینکار نمیخوره و نه تنها فروش نمی‌کنیم بلکه ارزش کارمون میاد پایین. حتی بعضی وقت‌ها دیدگاه مردم هم نسبت به ما ترحم آمیز میشه که اصلاً حس خوبی نیست».

در متن قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی نیز ماده قانونی مبنی بر تکریم و ارتقاء جایگاه فرهنگی و اجتماعی کسب و کارهای خانگی دیده نمی‌شود. رسانه‌های پر مخاطب همچون تلویزیون نیز در این زمینه اقدامات قابل توجهی انجام نداده‌اند:

«...اکثر برنامه‌های کارآفرینی در شبکه‌های کم مخاطب پخش میشه و ساعتش هم معمولاً اصلاً خوب نیست. در مورد مشاغل خانگی که برنامه‌های تلویزیونی خیلی کمه» (مصاحبه شونده ۶)

ضعف‌های مربوط به اجرای برنامه‌ها

عدم تحقق تعهدهای پیش‌بینی‌شده در برنامه‌ها

برخی از زنان مورد مصاحبه از عدم حمایت جدی دولت از کسب و کارهای خانگی گلایه مند بوده و برنامه‌های حمایتی را شعارگونه توصیف می‌نمایند:

«... اصلاً حمایتی نکردن از ما و ما خودمون خودمونو ساختیم و

مختلف از ایرادات وارد به برنامه‌های دولت در حوزه مشاغل خانگی است:

«...برای گرفتن وام مشاغل خانگی مجوز میخواستن برای دادن مجوز محل کار می خواستند، برای محل کار باید به پولی میداشتی که به جایی رو اجاره بکنی واسه همین ۹ ماه طول کشید تا وام بگیرم. من باید تک تک این اداره هارو پشت سر میذاشتم مجوز میگرفتم، مدرک کارمو از صنایع دستی و فنی حرفه ای باید میگرفتم که همش به خاطر همون مسائل اداری خیلی طول کشید.» (مصاحبه شونده ۹)

نظارت ضعیف بر نحوه ارائه تسهیلات و چگونگی استفاده

برخی از کارآفرینان مورد مطالعه از عدم نظارت کافی دولت بر اجرای برنامه ها سخن به میان آورده اند. در واقع نظارت بر مشاغل خانگی در قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سه مرحله قبل از پرداخت تسهیلات، نظارت حین پرداخت تسهیلات و نظارت پس از پرداخت تسهیلات در نظر گرفته شده است ولی در همه مراحل بهخصوص مرحله سوم که شامل نظارت بر نحوه هزینه کرد تسهیلات توسط بانک، نظارت دستگاه اجرایی بر جذب افراد تحت پوشش در طرحها، نظارت‌های ادواری بر طرحها توسط دستگاه اجرایی است، به خوبی انجام نمی‌گیرد. بعضاً معیار پرداخت وام رابطه و پارتی بوده است و حتی در برخی موارد تبعیض جنسیتی در ارائه تسهیلات به زنان وجود داشته است:

«...هر چی دنبال وام میرفتم موافقت نمی کردن تا بعد از چند وقت یک پارتی جور کردم که بتونم وام بگیرم. میگن وام میدادن ولی چون انقدر اذیت میکنن که آدم وسطاش پشیمون میشه، فقط پارتی داشته باشی کارت راه میفته.» (مصاحبه شونده ۲۰)

یا مصاحبه‌شونده ۱ درباره تبعیض جنسیتی در ارائه تسهیلات این‌گونه سخن می‌گوید:

«... مسلماً چون آقایون در راس هستند از خانما حمایت نمیکنن و امکانات برای ما محدود میشه، مثلاً موقع وام دادن به خانم‌ها کمتر اعتماد دارن تا آقایون و خیلی بیشتر سخت گیری می کنن.»

تعداد زیادی از متقاضیان تسهیلات مشاغل خانگی فقط به قصد دریافت وام مربوطه و با ارائه گواهی مهارت و یا مستندسازی در سامانه ثبت‌نام کرده و اقدام به سوءاستفاده از تسهیلات در نظر گرفته‌شده می‌نمایند و چون نظارت کافی بر فعالیت خانگی افراد وجود ندارد، بسیاری از اعتبارات منحرف شده و منجر به ایجاد اشتغال نمی‌شود. این موضوع توسط برخی از کارآفرینان مورد مطالعه مورد اشاره قرار گرفته است:

کشیدیم بالا، مسئولین ما فقط بلدن حرف بزنین تا دو روز گرم هستن، ولی وقته عمل که میشه همه میزنین زیرش و قولاشون یادشون میره. متاسفانه الان در کشور ما مقامات فقط شعار میدن» (مصاحبه شونده ۷)

به‌عنوان مثال باوجود پیش‌بینی ۲ میلیارد تومان اعتبار برای مشاغل خانگی از سوی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، در عمل اعتبار موردنظر تأمین نشده است و اکثر بانک‌های عامل به تعهدات خود در این زمینه عمل نکرده‌اند:

«... چرا من باید برای گرفتن یک وام جزئی انقدر بدو بدو کنم، بعد این همه دوندگی آخر به خاطر یه ضامن بهم وام ندن. شمایی که منو میشناسی و به من تقدیر نامه میدی اون کاغذ خالی که به دردم نمیخوره وقتی حمایت نمیکنید.» (مصاحبه شونده ۱۴)

همچنین موظف کردن شهرداری‌ها به ایجاد بازارچه هفتگی برای مشاغل خانگی به‌هیچ‌وجه تضمین‌کننده بازار مشاغل خانگی نبوده است و در برخی موارد، شهرداری‌ها برنامه منظم، مستمر و جدی برای ایجاد و رشد چنین بازارچه‌هایی ندارند. بر طبق دستورالعمل اجرایی قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی وزارت بازرگانی با هماهنگی دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط موظف است نسبت به ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی درزمینه‌های بازاریابی، خریدوفروش الکترونیکی محصول و ارائه الگوهای موفق اقدام کند ولی تاکنون اقدامی در این زمینه صورت نگرفته است. موضوع عدم تعهد دولت به ایجاد بازار فروش از سوی اکثر کارآفرینان خانگی مورد تأکید قرار گرفته است:

«...باید مکانی باشه که ما راحت بتونیم جنس هامون رو عرضه بکنیم و من تولید کننده بدونم که اگه بیست روز میرم تو خونه تولید می کنم بیست روز دیگه جایی برای فروش دارم... همه این مشکل رو دارند که تولید می کنند ولی جایی رو ندارند که عرضه بکنند. جاهایی رو هم که در اختیار ما قرار میدند اولاً موقتیه و ثانیاً با قیمت های گزاف اخه مگه من نوعی چقدر مگه سود میکنم که پیام برای یه غرفه کلی پول بدم.» (مصاحبه شونده ۱)

یکی از برنامه‌های دیگر حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی تهیه مواد اولیه مناسب و ارزان بود که از نظر کارآفرینان خانگی مورد مطالعه به‌خوبی محقق نشده است:

«...پول تهیه مواد اولیه مرغوب رو ندارم و این خیلی رو کیفیت کارم تأثیر منفی میذاره، در تهیه مواد اولیه دولت هم هیچ کمکی به ما نمی کنه.» (مصاحبه شونده ۴)

۲. مقررات دست‌وپا گیر اداری

از نظر برخی از زنان کارآفرین مورد مطالعه، فرایندهای طولانی اخذ مجوزها و تسهیلات و همچنین موازی کاری بین سازمان‌های

«...اکثر کسانی که برای وام ثبت‌نام می‌کنن اصلا شغل خانگی ندارن و کسب و کاری راه اندازی نکردن، فقط یکسری مدرک الکی ارائه میکنن و باهاش وام می‌گیرن در حالی که امثال من که واقعا داریم کار انجام میدیم برای گسترش کارمون و گرفتن وام با مشکل موج‌هایم». (مصاحبه‌شونده ۱۵)

اطلاع‌رسانی ناکافی

برخی از کارآفرینان خانگی مورد مطالعه از وجود برنامه‌های دولتی حمایت از کسب‌وکارهای خانگی اظهار بی‌اطلاعی کرده و معتقدند

اطلاع‌رسانی در سطح گسترده و از طریق رسانه‌های پرمخاطب صورت نمی‌گیرد:

«...از بعضی از برنامه‌ها اصلا خبر نداریم؛ مثلا نمایشگاه میذارن فقط یک عده خیردار میشن، بعد از این که تموم شد تازه می‌فهمیم. اگر از دوست و همکار چیزی بشنویم والا جایی اعلام نمی‌کنن که میخواد چنین کاری انجام بشه». (مصاحبه‌شونده ۸)

در قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی توجه اندکی به مقوله اطلاع‌رسانی شده است و البته همین توجه اندک در اجرا ضعیف‌تر هم می‌شود.

جدول ۴. مؤلفه‌های ضعف‌های خط‌مشی‌های حمایتی مرتبط با رشد کسب‌وکارهای خانگی زنان (موضوعات، ابعاد و اجزاء)، (محقق ساخته)

موضوعات	ابعاد	اجزاء
ضعف‌های مربوط به تدوین خط‌مشی‌ها	تمرکز صرف خط‌مشی‌ها بر افرادی با پتانسیل راه‌اندازی کسب‌وکار	عدم توجه به کسب‌وکارهای خانگی در حال حاضر فعال
		عدم توجه به کسب‌وکارهای خانگی ثبت‌نشده و غیررسمی
	تمرکز صرف خط‌مشی‌ها بر مراحل ابتدایی کسب‌وکار	سقف تسهیلات بسیار اندک و ناکافی برای گسترش کار
		عدم توجه به فضای فیزیکی موردنیاز کسب‌وکارهای خانگی برای رشد کسب‌وکار
		در نظر نگرفتن خدمات حرفه‌ای و مشاوره برای صاحبان کسب‌وکارهای خانگی
	عدم در نظر گرفتن جایگاه فرهنگی - اجتماعی مناسب برای کارآفرینان خانگی	لحاظ نشدن شأن اجتماعی صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در ارائه تسهیلات مالی و غیرمالی
عدم حمایت رسانه‌ای و اجتماعی از صاحبان کسب‌وکارهای خانگی		
عدم تحقق تعهدهای پیش‌بینی‌شده در خط‌مشی‌ها	عدم تحقق تعهدهای پیش‌بینی‌شده در خط‌مشی‌ها	نگاه شعاری دولت به مشاغل خانگی و عدم اراده جدی در اجرای خط‌مشی‌ها
		عدم تعهد بانک‌ها در پرداخت تسهیلات
		محقق نشدن شرایط بازار و نمایشگاه‌ها برای عرضه محصولات
		حل نشدن مشکل تأمین مواد اولیه
	روند طولانی و سخت دریافت وام	

طولانی بودن فرایند اداری اخذ مجوزها	مقررات دست‌وپا گیر اداری	ضعف‌های مربوط به اجرای خطمشی‌ها
موازی کاری بین سازمان‌های مختلف		
پارته‌بازی و رابطه‌ای عمل کردن در ارائه تسهیلات	نظارت ضعیف بر نحوه ارائه تسهیلات و چگونگی استفاده	
تبعیض جنسیتی در ارائه تسهیلات مالی و غیرمالی		
سوءاستفاده افراد از تسهیلات ارائه‌شده		
عدم اطلاع برخی از افراد از وجود خطمشی‌های حمایتی دولت	اطلاع‌رسانی ناکافی	
عدم بهره‌گیری مناسب از رسانه‌های پرمخاطب برای اطلاع‌رسانی		

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به آسیب‌شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از رشد کسب‌وکارهای خانگی در ایران با استفاده از روش کیفی و ۲۰ مصاحبه عمیق با صاحبان کسب‌وکارهای خانگی پرداخته است. نتایج مصاحبه‌ها در دو گروه ضعف‌های مربوط به تدوین خطمشی‌ها و ضعف‌های مربوط به اجرای خطمشی‌ها دسته‌بندی شد. ضعف‌های مربوط به تدوین برنامه‌ها شامل تمرکز صرف برنامه‌ها بر افرادی با پتانسیل راه‌اندازی کسب‌وکار، تمرکز صرف برنامه‌ها بر مراحل ابتدایی کسب‌وکار و عدم نظر گرفتن جایگاه فرهنگی-اجتماعی مناسب برای کارآفرینان خانگی و ضعف‌های مربوط به اجرای برنامه‌ها نیز شامل عدم تحقق تعهدهای پیش‌بینی‌شده در برنامه‌ها، مقررات دست و پاگیر اداری، نظارت ضعیف بر نحوه ارائه تسهیلات و چگونگی استفاده و اطلاع‌رسانی ناکافی هستند. در تبیین ضعف‌های مربوط به تدوین خطمشی‌های حمایتی از کسب‌وکارهای خانگی باید به این نکته اشاره نمود که در کشور ما، حوزه کسب‌وکار خانگی، هم به لحاظ نظری و هم به لحاظ کاربردی و خطمشی‌گذاری، حوزه‌ای جدید به شمار می‌رود و بنابراین کمبود کارشناسان و متخصصان آگاه، جهت تدوین خطمشی‌های حمایتی که همه جنبه‌های حمایتی مؤثر بر کسب‌وکارهای خانگی را در برداشته باشد، چالشی است که

این حوزه با آن مواجه است. همچنین به نظر می‌رسد خطمشی‌گذاران و مجریان برنامه‌ها آن‌چنان که باید، به اهمیت کسب‌وکارهای خانگی و رشد آن‌ها در توسعه درون‌زای اقتصادی آگاه نیستند و به صاحبان مشاغل خانگی، بیشتر به‌عنوان افرادی که از روی ناچاری و اجبار به کارآفرینی روی آورده‌اند، می‌نگرند، نه کارآفرینانی که می‌توانند در توسعه منطقه‌ای و ملی ایفای نقش کنند. این موضوع در نتایج این پژوهش در مورد ضعف‌های اجرای خطمشی‌های حمایتی از کسب‌وکارهای خانگی کاملاً مشهود است. همان‌طور که نتایج نشان داد برنامه‌های حمایتی به‌خوبی اطلاع‌رسانی نمی‌شوند، به سهولت در دسترس و مورد استفاده کارآفرینان خانگی قرار نمی‌گیرند و نظارت مناسبی نیز بر حسن اجرای آن‌ها وجود ندارد و به‌طور کلی می‌توان بیان نمود هنوز در کشور ما اهتمام جدی در اجرای خطمشی‌های حمایتی از کسب‌وکارهای خانگی وجود ندارد. مطالعه حاضر دارای دو مشارکت عمده است. این مطالعه به‌عنوان اولین پژوهشی است که به بررسی و آسیب‌شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی در ایران می‌پردازد و نتایج آن می‌تواند در بازبینی و بهبود خطمشی‌های مربوطه نقش مهمی ایفا نماید. با عنایت به این مورد، تمرکز مطالعه بر بافت زنان است زیرا باوجود چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین ایرانی، زنان ایرانی ویژگی‌ها و مهارت‌های موردنیاز

خطمشی‌های حمایتی دولت محدود به مراحل اولیه شروع کسب‌وکار می‌شود درحالی‌که برای داشتن کسب‌وکارهای خانگی رقابت‌پذیر و پایدار دولت باید حمایت‌های خاصی را جهت رشد این کسب‌وکارها تدوین نماید. در این راستا ایجاد مراکز تخصصی کسب‌وکارهای خانگی به‌ویژه برای زنان، جهت ارائه مشاوره و راهنمایی، آموزش مهارت‌های لازم مدیریت کسب‌وکار و مدیریت مشکلات انجام کار در خانه و همچنین رفع مشکلات احتمالی آنان بسیار مفید است. اختصاص فضاهای کارگاهی با قیمت و شرایط مناسب جهت رشد کسب‌وکارهای خانگی به فضای بیرون از منزل نیز در این مورد قابل پیشنهاد است. همچنین جایگاه فرهنگی و اجتماعی کارآفرینان خانگی مانند سایر کارآفرینان باید مورد توجه بیشتری قرار بگیرد و خطمشی‌گذاران همچنین باید ذهنیت منفی موجود در جامعه نسبت به کسب‌وکارهای خانگی را از طریق برنامه‌های مشخص از بین ببرند. در این راستا تولید برنامه‌های آموزشی، معرفی و ترویج مشاغل خانگی و الگوسازی از نمونه‌های موفق کسب‌وکارهای خانگی و معرفی آن‌ها به جامعه از طریق رسانه‌های اثرگذارتر مانند تلویزیون می‌تواند نقش مهمی ایفا نماید. طبق یافته‌های پژوهش کمبود سرمایه و دشواری تأمین مالی مهم‌ترین موردی است که دولت در آن عملکرد حمایتی مناسبی نداشته است. دولت اولاً باید با اراده جدی طرح تأمین مالی خرد را اجرا کرده و بانک‌ها را موظف به پرداخت وام به متقاضیان با شرایط آسان نماید و ثانیاً باید سقف وام مشاغل خانگی را تا حدی افزایش دهد که امکان رشد واقعی این کسب‌وکارها را فراهم نماید.

همچنین طبق نتایج پژوهش مکان‌های در نظر گرفته‌شده برای عرضه محصولات کسب‌وکارهای خانگی مثل نمایشگاه‌ها اکثراً فصلی و موقت و بعضاً با غرفه‌های گران هستند. دولت برای رفع این مشکل باید نمایشگاه‌ها و بازارچه‌های دائمی و با قیمت مناسب را برای صاحبان کسب‌وکارهای خانگی فراهم نماید تا از این طریق امکان عرضه و فروش هرچه بیشتر محصولات و بالطبع رشد آن‌ها را فراهم نماید. کمک به کسب‌وکارهای خانگی در تأمین مواد اولیه نیز از حمایت‌های دولتی است که به‌خوبی صورت نگرفته است و دولت باید هم از طریق ابزار مالی و هم از طریق کانال‌های ارتباطی به رفع این مشکل بپردازد.

مقررات دست و پاگیر اداری نیز از مواردی است که در جهت کاهش آن دولت باید به اصلاح قوانین دست و پاگیر و کاهش زمان اخذ مجوزهای مربوطه و پرهیز از موازی کاری بپردازد که این موضوع از طریق بازبینی دقیق خطمشی‌ها و قوانین مربوطه امکان‌پذیر خواهد بود.

جهت کاهش تخلف در ارائه تسهیلات نیز باید سازوکارهایی

اداره یک کسب‌وکار را داشته و مانند سایر زنان سراسر دنیا می‌توانند کارآفرینان شایسته‌ای باشند (جوادیان و سینیق^۱، ۲۰۱۲). لذا توجه به کسب‌وکارهای خانگی زنان که اکثریت کسب‌وکارهای خانگی را نیز شامل می‌شود می‌تواند به این مهم کمک شایانی نماید.

مشارکت دیگر این پژوهش نیز توجه به موضوع خاص کسب‌وکارهای خانگی است زیرا باوجود نقش روزافزون کسب‌وکارهای خانگی در افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه و مزایای اقتصادی و اجتماعی آن، این مقوله همچنان در ادبیات دانشگاهی مورد غفلت واقع شده (وارلی و رودگرز، ۲۰۱۲) و به‌درستی درک نشده است و مطالعات اندکی نیز در این زمینه صورت گرفته است (برین^۲، ۲۰۱۰) که این موضوع در کشور ما نیز دارای مصداق است لذا نتایج پژوهش حاضر علاوه بر کاربردهای خطمشی‌گذاری به پر کردن این شکاف نظری نیز کمک می‌نماید.

نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های علی و همکاران (۲۰۱۱) و جابین و کورویسانوس (۲۰۱۳) مبنی بر عدم توجه برنامه‌های حمایتی دولت به مرحله رشد کسب‌وکارهای خانگی همسو است. همچنین همانند یافته‌های پژوهش علی (۲۰۱۱)، نتایج پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد کسب‌وکارهای خانگی به خدمات حمایتی مناسبی دسترسی ندارند و برخی از آن‌ها از برنامه‌ها و خدمات حمایتی دولتی که می‌تواند به بهبود کسب‌وکار کارشان کمک نماید بی‌اطلاع‌اند. همچنین یافته‌های تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) درباره موانع دولتی کسب‌وکارهای خانگی مبنی بر نبود بازار و عدم دسترسی به مراکز اطلاعاتی در این مطالعه نیز مورد تأیید قرار گرفته است؛ اما آنچه این پژوهش را از سایر مطالعات متمایز می‌نماید نو بودن این موضوع در بافت کشوری مانند ایران و تمرکز صرف بر خطمشی‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی است که موجب شده است نتایج جدید و مسوطی در مورد ضعف‌های برنامه‌های حمایت از کسب‌وکارهای خانگی در ایران شناسایی گردد. در ادامه با توجه به نتایج پژوهش، راهکارهای سیاستی ذیل در حوزه کسب‌وکارهای خانگی پیشنهاد می‌گردد. طبق یافته‌های پژوهش خطمشی‌های حمایتی دولت کسب‌وکارهای خانگی رسمی و غیررسمی در حال حاضر فعال و در حال رشد را آن‌چنان‌که باید مورد هدف‌گذاری قرار نداده‌اند. شایسته است جهت شناسایی کسب‌وکارهای خانگی فعال موجود مطالعات هدفمند و گسترده‌ای صورت گیرد و نیازها و ظرفیت‌های رو به رشد آن‌ها مبنای طراحی خطمشی‌های حمایتی دولت قرار گیرد. همچنین نتایج پژوهش بیانگر آن است که

1. Javadian and Singh

2. Breen

برای بسط یک مجموعه از خطمشی‌های مناسب و قابل اجرا با لحاظ کردن شرایط داخلی فراهم آید. بررسی خطمشی‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی غیررسمی در کشور با توجه به تعداد بسیار این نوع از کسب‌وکار جهت تقویت آن‌ها نیز می‌تواند مفید واقع گردد. بررسی خطمشی‌های حمایتی دولت با عنایت به مقایسه کسب‌وکارهای زنان و مردان و جایگاه خاص آن‌ها در خطمشی گذاری نیز موضوعی است که به درک بهتر تفاوت‌های مربوطه و درک جایگاه زنان در خطمشی‌های رشد کسب‌وکارها می‌انجامد.

مؤثر جهت نظارت هر چه دقیق‌تر بر نحوه ارائه تسهیلات و چگونگی استفاده از آن طراحی گردد و نسبت به هرگونه تخلف، اقدامات حقوقی قاطعی در نظر گرفته شود. همچنین برخی از کارآفرینان خانگی از خطمشی‌های حمایتی دولت آگاهی کامل ندارند و اطلاع‌رسانی در این مورد ضعیف است بنابراین دولت باید از طریق رسانه‌های پرمخاطب همچون تلویزیون به اطلاع‌رسانی گسترده از برنامه‌های حمایتی خود اقدام نماید.

در راستای توسعه نظری و تجربی تحقیقات آتی، محدودیت‌های پژوهش حاضر و پیشنهادهای پژوهش‌های آینده نیز مطرح می‌گردد. محدودیت اول این پژوهش ناشی از اختلاف در تعاریف به‌کاررفته از کسب‌وکارهای خانگی در مطالعات مختلف و وجود نگرش‌های متنوع در مورد نظریه‌های مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی (میست و همکاران، ۲۰۱۱؛ تیتز^۱ و همکاران، ۲۰۰۹) است که شناسایی دقیق این کسب‌وکارها و ویژگی‌های آن‌ها را با مشکل مواجه می‌کند و این مطالعه نیز از این موضوع مستثنا نیست. به‌عنوان مثال بین فعالیت‌های معین کسب‌وکاری در خانه که رشد محدودی داشته‌اند، کارگاه‌های خانگی رشد یافته و کارگاه‌های بیرونی رشد یافته از منزل به‌سختی می‌توان تمایز قائل شد درحالی‌که ممکن است موارد نامبرده هم از نظر ویژگی‌های کارآفرین خانگی مربوطه و هم ویژگی‌های خود کسب‌وکار تفاوت‌هایی داشته باشند و بالطبع درک آن‌ها از خطمشی‌های حمایتی دولت نیز متفاوت باشد.

محدودیت دوم این پژوهش مرتبط با طبیعت پنهان کسب‌وکارهای خانگی است زیرا بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی به دلیل ترس از دولت و قوانین محدود یا ممنوع کننده ترجیح می‌دهند از دید دولت دور بمانند (دیولی و همکاران، ۲۰۰۵). در این پژوهش نیز ما دسترسی مناسبی به کسب‌وکارهای خانگی غیررسمی فعال در حوزه صنایع دستی در ایران نداشتیم و نمونه ما ناگزیر تنها شامل کسب‌وکارهای ثبت شده و تحت نظر اتحادیه صنایع دستی استان تهران است. از آنجا که خطمشی‌های حمایتی غالباً با تأکید بر حمایت از بخش رسمی تدوین می‌شود ممکن است نتایج پژوهش دیدگاه کسب‌وکارهای خانگی زنان در بخش غیررسمی را در مورد خطمشی‌ها به‌طور کامل منعکس نمی‌نماید. با توجه به یافته‌ها و محدودیت‌های پژوهش حاضر، پیشنهادها ذیل جهت انجام پژوهش‌های آتی ارائه می‌گردد: انجام مطالعات تطبیقی در بافت کشورهای توسعه‌یافته برای درک بهتر خطمشی‌های حمایتی دولت‌ها از کسب‌وکارهای خانگی ضروری به نظر می‌رسد تا مبنایی

منابع

- رئیس، بنفشه؛ دل عظیمی، فریده و شهلا صباغی. (۱۳۹۳). "تحولات کیفی و کمی اشتغال زنان"، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، مرکز آمار و اطلاعات استراتژیک کریمیان، نجمه؛ سیف الهی، سیف اله و رضا معافی. (۱۳۹۳). "بررسی روند کارآفرینی زنان کسب‌وکارهای خانگی طی دهه اخیر در ایران"، دومین همایش ملی مدیریت کسب‌وکار، همدان
- مدرسی، میثم. (۱۳۹۵). "کسب‌وکار خانگی و توسعه منطقه‌ای"، دانشنامه کسب‌وکار خانگی، تهران، بنیاد دانشنامه نگاری ایران. وزارت صنعت، معدن و تجارت. (۱۳۹۴). "گزارش سالانه، مرکز اطلاعات و آمار"، قابل‌دسترس در www.mimt.gov.ir (تاریخ مشاهده: آذر ۱۳۹۴).
- Ali, Sh. Paguio, R and Breen, J. (2011). "Local government support programs for home based businesses: challenges and strategies", International journal of business research, Vol. 11 No. 2, pp. 164-175.
- Bamiatzi, V.C. and Kirchmaier, T. (2014). "Strategies for superior performance under adverse conditions: A focus on small and medium-sized high-growth firms", International Small Business Journal, Vol. 32 No. 3, pp. 259-284.
- Berke, D. L. (2003). "Coming home again: The challenges and rewards of home-based self-employment", Journal of Family Issues, Vol. 24 No. 4, pp. 513-547.
- Breen, J. (2010). "Gender differences in home-based business ownership", Small Enterprise Research, Vol. 17 No. 2, pp. 124-136.
- Chen, M. Sebstad, J. and O'Connell, L. (1999). "Counting the invisible workforce: the case of home-based workers", World Development, Vol. 27 No. 3, pp. 603-610.
- Chen, M. A. Jhabvala, R. Lund, F. (2001). "Supporting workers in the informal economy: a policy framework", Paper Prepared for ILO Task Force on the Informal Economy.
- Clark, D.N. and Douglas, H. (2014), "Micro-enterprise growth: Lessons from home-based business in New Zealand", Small Enterprise Research, Vol. 21 No. 1, pp. 82-98.
- Delmar, F. and Wiklund, J. (2008). "The effect of small business managers' growth motivation الوانی، سیدمهدی و فتاح شریف زاده. (۱۳۸۶). "فرایند خط مشی گذاری عمومی"، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی تقی بیگی، معصومه؛ آگهی، حسین و علی اصغر میرک زاده. (۱۳۹۳). "بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام آباد غرب"، پژوهش‌های روستایی، دوره ۵، شماره ۲، ص ۲۸۳-۳۱۰.
- دانایی فر، حسن؛ آذر، عادل و سیدعباس ابراهیمی. (۱۳۹۲). "بررسی راهکارهای ارتقای قابلیت پذیری سیاسی، اجتماعی، اداری و فنی خط‌مشی‌های عمومی کشور با استفاده از رویکرد خط‌مشی‌گذاری مبتنی بر شواهد"، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، سال اول، شماره ۳، ۱۷-۳۴.
- Ali, S. (2011). "Motivations of Home-Based Business Operators, Their Support Needs and Awareness about Existing Support Programs", International Journal of Business Research, Vol. 11 No. 2, pp. 175-188.
- on firm growth: A longitudinal study", Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 32 No. 3, pp. 437-457.
- Dwelly, T. Maguire, K. and Truscott, F. (2005). "Under the Radar: Tracking and Supporting Rural Home Based Business", A report for the Commission for Rural Communities from Live Work Network, London.
- Eisenhardt, K.M. (1989). "Building Theories Form Case Study Research", Academy of Management Review, Vol. 14 No. 4, pp. 535-550.
- Finmark, T. (2006). "Home-based entrepreneurs: Working in home", A guide book for women and homemakers, Corpcom Services Sdn, Bhd Publication: Sangapore.
- Gough, K.V. Tipple, G. and Napier, M. (2003). "Making a Living in African Cities: The Role of Home-based Enterprises in Accra and Pretoria", International Planning Studies, Vol. 8 No. 4, pp. 253-277.
- Hazebroek, A. (2004). "Local Government Involvement in the Home Based Business Sector", Prepared for Adelaide Metropolitan Area Consultative Committee, Urban and Regional Planning Solutions.
- Henderson. A. D (1998). "Legitimizing tactics

- and the performance of home-based businesses”, Unpublished P.H.D dissertation, University of Nebraska.
- Henry, C. Foss, L. and Ahl, H.J. (2015). “Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches”, International Small Business Journal, Vol. 1 No. 1, pp. 1-25.
- Jain, A. (2010). “Knowledge distribution nodes and home based businesses: role of business associations and local council in Casey LGA”, Australasian Journal of Regional Studies, Vol. 17 No. 2, pp.122-145.
- 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, Vol. 19 No. 2, pp. 295-318.
- Javadian, G. and Singh, R.P. (2012). “Examining successful Iranian women entrepreneurs: an exploratory study”, Gender in Management: An International Journal, Vol. 27 No. 3, pp. 148 – 164.
- Johansson, A. W. (2004). “Narrating the entrepreneur”, International Small Business Journal, Vol. 22 No. 3, pp. 273-294.
- Kellett, P. and Tipple, G. (2000). “The home as workplace: a study of income-generating activities within domestic setting”, Environment and Urbanization, Vol. 12 No. 1, pp. 203–213.
- Kelley, D.J. Brush, C.G. Greene, P.G. and Litovsky, Y. (2012). “Global Entrepreneurship monitor”, 2012 Women’s Report.
- Kigochie, W. P. (2001). “Squatter Rehabilitation Projects that Support Home-Based Enterprises Create Jobs and Housing: The Case of Mathare 4A, Nairobi”, Cities, Vol.18 No. 4, pp. 223–233.
- Lynn, R. and Earles, W. (2006). “Futures of home-based business: A Literature review”, Journal of Business and Social Inquiry, Vol. 4 No 3, pp. 13-28.
- Mahmud, S. (2003). “Women and the transformation of domestic spaces for income generation in Dhaka bustees”, Cities, Vol. 20 No. 5, pp. 321–329.
- Mason, C. and Reuschke, D. (2015), “Home Truths: The true value of home-based businesses”, Project Report, Federation of Small Businesses in Scotland, Glasgow.
- Mason, C. Carter, S. and Tagg, S. (2011). “Invisible Businesses: The Characteristics of Home-based Businesses in the United Kingdom”, Regional Studies, Vol. 45 No. 5, pp. 625–639.
- Miles, M.B. and Huberman, A.M. (1994). “Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook(2nd edn), Thousand Oaks, CA: Sage.
- North, D.C. (1990). “Institutions, institutional change, and economic performance”, Cambridge: Cambridge University Press.
- Orser, B. Foster, M. (1992). “Home Enterprise: Canadian and Home-Based Work, The Home-based Business Project Committee”, Canada.
- Peacock, R. (2004). “Understanding Small Business. Practice”, Theory and Research, 2nd ed. Bookshelf Pubnet, Adelaide.
- Pratt. H. J. (1987). “Legal barriers to home-based work”. NCPA Policy report. No. 129.
- Rao, S. and Perry, C. (2003). “Convergent interviewing to build a theory in under-researched areas: principles and an example investigation of Internet usage in inter-firm relationships”, Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 6 No. 4, pp. 236-247.
- Redmond, J. and Walker, E.A. (2010), “Home-based business policy and return on investment for the community”, Small Enterprise Research, Vol. 17 No. 2, pp. 150-164.
- Richard, N. (2007). “Handicrafts and Employment Generation for the Poorest Youth and Women”, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization UNESCO, Paris
- Richards, L. (2005). “Handling qualitative data: A practical guide”, London: Sage.
- Rosnafisah S. Slavia, M. S. Mohd, S. A. (2009). “The e-business potential for home-based businesses in Malaysia: a Qualitative study”, International Journal of Cyber Society and Education, Vol. 2 No. 1, pp. 21-36.
- SBA. (2014). “Advocacy: the voice of small

- business in government*". Available at www.sba.gov/advocacy (accessed October 12, 2015).
- Sinai, I. (1998). "Using the home for income generation: The case of Kumasi, Ghana", *Cities*, Vol. 15 No. 6, pp. 417-427.
- Stanger, A. n.d. (1998). "Home-based business marginality: A review of home-based business performance and determinant", School of Commerce Research Paper Series, No. 17, School of Commerce, Flinders University of Sought Australia, Adelaide.
- Strauss, A. and Corbin, J. (1990). "Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques", Newbury Park, CA: Sage
- Thompson, P. (2009). "Women and home-based entrepreneurship: evidence from the United Kingdom", *International Small Business Journal*, Vol. 27 No. 2, pp. 227-239.
- Tietze, S. Musson, G. and Scurry, T. (2009). "Home-based work: a review of research into themes, directions and implications", *Personnel Review*, Vol. 38 No. 6, pp. 585-604.
- Tipple, G. (2005). "The place of home-based enterprises in the informal sector: evidence from Cochabamba, New Delhi, Surabaya and Pretoria", *Urban studies*, Vol. 42 No. 4, pp. 611-632.
- Vorley, T. Rodgers, P. (2012). "Home is where the business is: Incidents in everyday life and the formation of home-based businesses", *International Small Business Journal*, Vol. 31 No. 7, pp. 428-448.
- Walker, E.A and Still, L.V. (2003). "The use of business assistance by women home-based business operators", 16 Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand, Ballarat.
- Walker, E. Webster, B. (2004). "Gender issues in home-based business", *Women in Management Review*, Vol. 19 No. 8, pp. 204-212.
- Welter, F. and Smallbone, D. (2011). "Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments", *Journal of Small Business Management*, Vol. 49 No. 1, pp. 107-125.
- Walker, E. Wang, C.& Redmond, J. (2008). "women and work-life balance: is home-based business ownership the solution? Equal opportunities International, Vol. 27 No. 3, pp. 258-275.
- Welter, F. Brush, C.G. and De Bruin, A. (2014). "The Gendering of Entrepreneurship Context", Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.): Working Paper, Bonn.
- White, J.B. (1996). "Family industry in Istanbul: Labor and social identity", *Trialog*, Vol. 49 No. 2, pp. 32-36.
- Wynarczyk, P. and Graham, J. (2013). "The impact of connectivity technology on home-based business venturing: The case of women in the North East of England", *Local Economy*, Vol. 28 No. 5, pp. 451-470.
- Zahra, S.A. (2011). "Doing research in the New Middle East", *Academy of Management Perspectives*, Vol. 25 No. 4, pp. 6-21.