



Investigating the Obstacles of Small and Home Businesses According to the General Policies of National Production, Supporting Iranian labor and Capital

Roghayeh Alaei ¹ 

Hasan Bakhshizadeh ² 

Farhad Pahlevanzadeh ³ 

1. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Farhangian University, Ardabil, Iran (Corresponding author).

Email: dr.alaei@cfu.ac.ir

2. Assistant Professor, Department of History and Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

3. PhD student in strategic cultural management, Faculty of Strategy Management, Supreme National Defense University, Tehran, Iran

Abstract

Small and home-based businesses are considered to be one of the most obvious means of progress in many developing countries, and examining the obstacles to their development is one of the most important effective components in the development of small and home-based businesses. In general policies of the system, such as “general employment policies”, “general national production policies, support for Iranian work and capital”, and “general policies of the 7th Development Plan”, improvement of the business environment is emphasized. The main purpose of this article is to investigate the role of transparency in removing the obstacles of micro-businesses implemented by Jahād-e Dāneshgāhi at the country level using the case study method and the use of structured interview tools. The findings of the research show that by adopting transparency and removing obstacles to starting a business and granting licenses, transparency in granting credit facilities and market competition, Iran's rank can be improved at the global level. In fact, the cause of employment instability, the deviation of facilities and insufficient income is caused by the lack of transparency in various sectors of small and home businesses, and the current stages of creating and implementing home businesses, job aptitude assessment forms and evaluations are facing problems. According to the results of the research, transparent implementation, constructive interaction and without obstacles of the projects have strengthened the confidence, motivation and decision-making power of the applicants. Lack of executive and legal transparency and lack of inter-institutional coordination, lack of transparency in granting loans and timely injection of credits are the main reasons in the macro-executive structure of the plan, which in some cases have even led to the loss of businesses.

Keywords: General policies of national production, support for Iranian work and capital
Transparency, Small and home businesses, Barriers to small and home businesses

Extended abstract

Introduction

The role of home businesses in economic development as an entrepreneurial activity is very important, and in developed countries, it has been about several decades since the implementation of policies supporting small and home businesses, and therefore a large percentage of jobs in developed countries are dependent on small and home businesses. In Iran, given the importance of the issue and the huge capacity of small and home businesses in the country's economy, policies, programs and laws have been approved and implemented to organize and support home businesses, and since the 1980s, more attention has been paid to the role of home businesses in economic development, and later, with the advent of the Internet and social media, home businesses took on a more serious and formal form. Paragraph 8 of the general policies of national production, support for Iranian labor and capital, Paragraph 5 of the general employment policies and Paragraph 26 of the general policies of the Seventh Direct Plan emphasize the issue of improving the business environment. Statistically, Iran still has a smaller share of home-based businesses than developed countries, so that this figure is between 9 and 11 percent in the United States, Australia, and the United Kingdom, but about 3 to 4 percent in our country. Iran is ranked 127th in the world in the global ranking of business environments among 190 countries. Therefore, one of the important issues in removing barriers to business and realizing a production leap is "removing barriers to production and investment in the country's economy, clarifying and benefiting from the advantages of entrepreneurs and elites in the form of small businesses." Therefore, given the importance of the issue, the purpose of this article is to examine the barriers to small and home-based businesses in Iran, which have been researched on projects implemented in the Academic Jihad in several provinces.

Research Objectives

Regarding the research topic and reviewing existing sources and documents, the main objective of this project is: to examine the barriers to small and home-based businesses with regard to the general policies of national production, supporting Iranian labor and capital. In view of this main objective, the following three sub-objectives have been proposed: To examine the position of small and home businesses in Iran according to global indicators and general policies of national production, supporting Iranian labor and capital; To examine various methods of evaluating and monitoring small and home businesses; To examine the main reasons for the success and failure of individuals in these projects; To examine obstacles and problems at different levels of project implementation

Methods

The research method of this research is a qualitative case study method that uses a semi-structured interview technique (questioning project implementers and implementers in different provinces) to obtain information, along with documentary studies. The statistical population of the research includes all small and home business empowerment projects implemented by the Academic Jihad at the provincial level of the country, from which the sample was selected through purposive sampling. Data analysis was performed according to each question according to the answers given by relevant experts in 10 Academic Jihad units.

Discussion and Results

After collecting data and information, the research findings were analyzed according to the research questions and presented here. According to the report on the General Business Environment Index in Iran and the World (adapted from the World Bank, 2021), among the 10 business axes, Iran's situation has improved in two axes compared to the previous year, and the situation has worsened in two axes, and there has been no change

in six axes. In general, the most important challenges and obstacles to creating transparency and ease in home businesses from the perspective of the implementers, according to the Secretariat of the Headquarters for Organizing and Supporting Home Businesses (1400) and data analysis in line with the general policies of national production, supporting Iranian labor and capital, can be stated as follows: Insufficient attention to the advantages and capacities of the regions in advancing the home business program; Lack of appropriate educational planning to empower applicants; Lack of support activities in the sustainability of home businesses; Lack of access to the trans-regional market, inability to offer specialized products, and lack of bargaining power compared to industrial and workshop enterprises; lack of appropriate financial and non-financial support for home business applicants, especially support persons; lack of a work cultural context for the formation and development of support activities for home and small businesses; lack of recognition of new fields of home businesses in the fields of industry, non-factory production, and information technology; banks acting selectively in granting facilities; the existence of numerous legal discrepancies and lack of transparency (especially in supervision, insurance, and reduction of fuel tariffs) in home businesses.

Conclusion

The development of home and micro businesses and the improvement of the overall business climate index should be viewed as a very necessary entrepreneurial activity in order to eliminate rent and create production transparency in society, and more fruitful and scientific models should be used for their success and start their business and reach better rankings in the world from rank 178. According to the results of the research, in the current implementation method of home businesses, no effective action is taken to guide, advise applicants and align applicants' plans with the regional economy, and we often witness the phenomenon of unstable employment, lack of recovery, diversion of facilities and insufficient income. Therefore, the steps for establishing small and home businesses should be prepared, communicated and implemented in a transparent, accurate and unhindered manner. In general, based on the experiences gained from pathology and comparative studies, home and micro businesses face problems and issues that must be resolved for their greater success, such as: educational problems and receiving guidance, financial problems and receiving loans, lack of provision of a cultural context for employment, lack of zoning of different parts of the country according to employment capacities, lack of transparency and lack of transparency and coordination between agencies, lack of connection to the market, lack of development of new and diverse jobs, and focus on certain jobs such as textiles, etc.



بررسی موانع کسب و کارهای خرد و خانگی با توجه به سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی

فرهاد پهلوانزاده^۳ 

حسن بخشی‌زاده^۲ 

رقیه علانی^۱ 

۱. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول)

Email: dr.alaei@cfu.ac.ir

۲. استادیار گروه تاریخ و جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی فرهنگی، دانشکده مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران

چکیده

کسب و کارهای خرد و خانگی از بارزترین ابزارهای پیشرفت در بسیاری از کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود و بررسی موانع توسعه آن‌ها یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای خرد و خانگی است. در سیاست‌های کلی نظام از قبیل سیاست‌های کلی اشتغال، سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی و سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه، بر بهبود فضای کسب و کار تأکید شده است. هدف اصلی این مقاله بررسی موانع کسب و کارهای خرد اجرا شده توسط جهاد دانشگاهی در سطح کشور با استفاده از روش مطالعه موردی و استفاده از ابزار مصاحبه ساختارمند است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که با درپیش گرفتن شفافیت و رفع موانع شروع کسب و کار و اعطای مجوز، شفافیت در اعطای تسهیلات اعتباری و رقابت بازاری می‌توان رتبه ایران را در سطح جهانی ارتقا داد. در واقع عامل ناپایداری اشتغال، انحراف تسهیلات و درآمد ناکافی ناشی از نبود شفافیت در بخش‌های مختلف کسب و کارهای خرد و خانگی است و مراحل ایجاد و اجرای فعلی مشاغل خانگی، فرم‌های استعدادسنجی شغلی و ارزیابی‌ها با مشکلاتی مواجه هستند. طبق نتایج تحقیق، اجرای شفاف، تعامل سازنده و بدون موانع طرح‌ها، باعث تقویت اعتماد، انگیزه و قدرت تصمیم‌گیری متقاضیان شده است. نبود شفافیت اجرایی و قانونی و عدم هماهنگی بین دستگاهی، عدم شفافیت در اعطای وام و تزریق به موقع اعتبارات از دلایل عمده در ساختار کلان اجرایی طرح بوده که در برخی مواقع حتی به از بین رفتن کسب و کارها منجر شده است.

کلیدواژه‌ها: سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، شفافیت، مشاغل خرد و خانگی، موانع مشاغل خرد و خانگی

مقدمه و بیان مسئله

نقش مشاغل خانگی در توسعه اقتصادی به‌عنوان یک فعالیت کارآفرینانه بسیار حائز اهمیت است و در کشورهای توسعه‌یافته حدود چند دهه از اجرای سیاست‌های حمایتی مشاغل خرد و خانگی می‌گذرد و از این‌رو درصد زیادی از مشاغل در کشورهای پیشرفته به مشاغل کوچک و خانگی وابسته هستند. بر اساس آمارهایی که ارائه می‌شود یک پنجم اشتغال آمریکا در حوزه مشاغل خانگی است یا در کشورهای اروپایی نظیر ایتالیا، بخش قابل توجهی از صنایع در قالب کارگاه‌های خرد و خانگی ظهور یافته است (مهر، ۱۳۸۹).

در ایران نیز با توجه به اهمیت موضوع و ظرفیت عظیم مشاغل خرد و خانگی در اقتصاد کشور، سیاست‌ها، برنامه‌ها و قوانینی در راستای ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی مصوب و اجرایی شده است و از دهه ۸۰ به نقش مشاغل خانگی در توسعه اقتصاد توجه بیشتری شد و بعدها با ورود اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مشاغل خانگی شکل جدی‌تر و رسمی‌تری به خود گرفت؛ بند ۸ سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، بند ۵ سیاست‌های کلی اشتغال و بند ۲۶ سیاست‌های کلی برنامه هفتم مستقیم بر مسئله بهبود فضای کسب‌وکار تأکید دارند. از لحاظ آماری هنوز هم ایران نسبت به کشورهای توسعه‌یافته، سهم کمتری از مشاغل خانگی را به خود اختصاص می‌دهد، به‌طوری‌که این رقم در کشورهای آمریکا، استرالیا و انگلیس بین ۹ تا ۱۱ درصد اما در کشور ما حدود ۳ تا ۴ درصد اعلام شده است. از لحاظ شاخص تولید ناخالص داخلی که یک شاخص مهم در سنجش پیشرفت اقتصادی کشورهاست نیز در ایران تنها ۲/۲ درصد از حجم تولید ناخالص داخلی به بخش مشاغل خانگی اختصاص دارد. با توجه به این آمار می‌توان گفت هنوز ظرفیت‌های زیادی برای ایجاد و راه‌اندازی مشاغل خانگی در ایران وجود دارد که می‌تواند با برنامه‌ریزی صحیح به سمتی هدایت شود که در آینده شاهد اقتصاد رشد یافته باشیم (صمت، ۱۴۰۱).

طبق ماده ۲ قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۰۲/۲۲) که شامل ۱۲ ماده است: منظور از مشاغل یا کسب‌وکار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب‌وکار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی

هم‌جوار شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد (مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۹).^۱

در ابتدای دهه ۸۰ میلادی، اقتصاددانان و سیاست‌گذاران کلان تأکید بر خصوصی‌سازی و کوچک‌سازی دولت داشتند که پیرو این سیاست، در نیمه دوم دهه ۹۰ میلادی، بهبود محیط کسب‌وکار به‌عنوان یکی از محورهای مهم موضوعات اقتصادی قرار گرفت. تجربه کشورهای موفق در این حوزه نشان داد که «آزاد بودن و شفافیت قیمت‌ها»، «حفظ حقوق مالکیت» و «رقابتی بودن بازار»، سه تجربه لازم برای فعالیت بخش خصوصی و کارآمد بودن اقتصاد یک کشور است؛ از این‌رو نقش دولت‌ها در بهبود این فضا و فراهم کردن شرایط مطلوب برای فعالیت بخش خصوصی به‌ویژه از لحاظ شفافیت و جلوگیری از فساد و رانت، از اهمیت بسیار بیشتری در مقایسه با گذشته برخوردار است.

یکی از اقدامات مهمی که هر ساله در سطح جهانی انجام می‌شود، ارزیابی بانک جهانی از وضعیت کسب‌وکار در کشورهای مختلف جهان است. اولین گزارش انجام کسب‌وکار که در سال ۲۰۰۳ منتشر شد، پنج مجموعه شاخص و ۱۳۳ اقتصاد را پوشش داد که این آمارها در مطالعه نهایی در سال ۲۰۱۹ منتشر شد و ۱۱ مجموعه شاخص و ۱۹۰ اقتصاد را شامل گردید (بانک جهانی، ۲۰۲۱). «گزارش فضای کسب‌وکار ۲۰۲۰» به مقایسه کشورها از نظر سهولت فعالیت‌های اقتصادی و وضعیت فضای کسب‌وکار آن‌ها پرداخته است. نیوزیلند رتبه نخست را از نظر فضای کسب‌وکار با نمره ۸۶/۸ در جهان به خود اختصاص داده است و سنگاپور با نمره ۸۶/۲ و هنگ کنگ با نمره ۸۵/۳ به ترتیب رتبه‌های دوم و سوم را از این نظر دارا هستند. کره جنوبی، آمریکا، گرجستان، انگلیس، نروژ و سوئد نیز به ترتیب در رتبه‌های چهارم تا نهم قرار دارند. کشور آفریقایی سومالی نیز با نمره ۲۰ در رتبه آخر قرار گرفته است.

ایران در رده‌بندی جهانی فضای کسب‌وکار میان ۱۹۰ کشور در رده ۱۲۷ جهان قرار گرفته است. براساس ارزیابی بانک جهانی، نمره فضای کسب‌وکار در ایران در سال ۲۰۱۹، ۵۸/۶ بود که در سال ۲۰۲۰ به نمره ۵۸/۵ رسید و حاکی از تنزل شاخص کسب‌وکار فضای کسب‌وکار ایران در ۲۰۲۰ به میزان ۰/۱ واحد است (بانک جهانی، ۲۰۲۱).

۱. قانون فوق مشتمل بر دوازده ماده و شش تبصره در جلسه علنی روز چهارشنبه مورخ ۱۳۸۹/۰۲/۲۲ مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۹/۰۲/۲۹ به تأیید شورای نگهبان رسید.

، یکی از موضوعات مهم در راستای رفع موانع کسب‌وکار و تحقق جهش تولید، «رفع موانع تولید و سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور، شفاف‌سازی و بهره‌مندی از مزیت‌های کارآفرینان و نخبگان در قالب کسب‌وکارهای خرد» است.

رفع موانع کسب‌وکارهای خرد و خانگی به‌ویژه عدم شفافیت در فرایند کسب‌وکارهای خرد می‌تواند در فراهم نمودن عدالت اجتماعی، شفافیت در استفاده از ظرفیت‌های بخش کارآفرینان و نخبگان، ارتقای سرمایه‌های اجتماعی، توسعه بازارهای محلی، کاهش فساد و بهبود فضای کسب‌وکار و توسعه خدمات در جامعه نقش شایانی داشته باشد. از این رو با توجه به اهمیت موضوع، هدف این مقاله بررسی موانع کسب‌وکارهای خرد و خانگی در ایران است که بر روی طرح‌های اجرا شده در جهاد دانشگاهی در چند استان، مورد پژوهش قرار گرفته است. در واقع، ایجاد فضای مناسب کسب‌وکار در هر کشوری نیاز به چندین مؤلفه مهم دارد. «شفافیت»، «حمایت از حقوق صاحبان بنگاه‌های اقتصادی» و «کنترل فساد و رانت» از مهم‌ترین مباحثی است که در صورت نبود آن، فضای کسب‌وکار برای کارکنان، آلوده و حقوق صاحبان آن به‌ویژه در کسب‌وکارهای خرد و خانگی پایمال می‌شود.

پیشینه تحقیق

درخشانی و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با عنوان «رتبه‌بندی موانع توسعه بازاریابی در مشاغل خانگی: مطالعه موردی استان مرکزی» به بررسی مشاغل خانگی به‌عنوان راهکاری برای غلبه بر مشکلات بیکاری در جوامع در حال توسعه می‌پردازند که در ایران نیز قانون حمایت از مشاغل خانگی در ایران از سال ۱۳۸۹ تدوین و عملیاتی گردیده است. یکی از موانع اساسی توسعه مشاغل خانگی عدم دسترسی به بازار و تقاضا برای محصولات مشاغل خانگی است. تدوین و به‌کارگیری راهبردهای بازاریابی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهکارهای غلبه بر این مشکل به شمار می‌آید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عامل شرایط ناپایدار اقتصادی کشور با وزن ۰/۱۴۰ مهم‌ترین مانع بازاریابی مشاغل خانگی بوده است. پس از آن متغیرهای بی‌ثباتی در قوانین و مقررات، فقدان فرهنگ پشتیبان تولید و محرک نوآوری، نبود ارتباط مستمر میان صاحبان مشاغل و متولیان به ترتیب با وزن‌های ۰/۱۰۲، ۰/۰۸۳ و ۰/۰۶۸ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

حجاریان و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی و تحلیل اثرات مشاغل خانگی در ساختار اجتماعی از دیدگاه روستاییان با رویکرد مدل‌سازی معادلات

ساختاری» اشاره دارند که مشاغل خانگی در مناطق روستایی در راستای ماندگاری آن‌ها و عدم مهاجرت بسیار با اهمیت است و بررسی آن می‌تواند در راستای اشتغال پایدار بارزش باشد. نتایج نشان می‌دهد اعتبار اندازه‌گیری شده هر پنج مدل اندازه‌گیری و نیز مدل پنج عاملی مرتبه دوم برای بررسی مشاغل خانگی قابل قبول است. در نهایت، آسیب‌های اجتماعی (۰/۳۱)، مشارکت و ارتباطات اجتماعی (۰/۲۸)، نظام بهداشت و سلامت (۰/۶۳)، ساختار جمعیتی (۰/۴۳)، و کاهش مهاجرت (۰/۲۱) بارهای عاملی را تبیین می‌نمایند.

دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (۱۴۰۰) با هدف اصلی ایجاد و تثبیت اشتغال از طریق توسعه کسب‌وکارهای خانگی و با استراتژی توسعه کسب‌وکارهای خانگی و محلی در بستر زنجیره ارزش مربوطه و اتصال پایدار به بازار اقدام به گسترش این مشاغل نموده است. در الگوی مشاغل خانگی، شناسایی پتانسیل‌ها و مزیت‌های نسبی و رقابتی مناطق و جلب مشارکت فعالین و اشخاص حقیقی و حقوقی بخش خصوصی و غیردولتی که توان مشارکت در اجرای الگو توسعه مشاغل خانگی را دارند و مداخله توسعه‌ای دستگاه‌های اجرایی، از نکات مهم و کلیدی است. در الگوی یاد شده دیگر تمرکز صرف بر اعطای وام کم‌بهره نبوده و مشاوره و توانمندسازی افراد، قبل از معرفی به نهادهای مالی صورت خواهد گرفت. موضوعاتی همچون تأمین مواد اولیه مناسب، کیفیت، مهارت و غیره محورهایی است که از این پس، تسهیلات و وام‌ها در چهارچوب آن و در قالب اتصال به بازار بزرگ‌تر و با ارزش‌تر ارائه خواهد شد تا بتوان به نحوه هزینه کرد آن نظارت داشت. در این الگو، نظارت عالی‌ه بر فرایند اجرا برعهده کارگروه اشتغال استان است.

طرح ملی توسعه مشاغل خانگی از جمله طرح‌های اشتغال حمایتی ذیل برنامه اشتغال فراگیر است که با نقش‌آفرینی جهاد دانشگاهی به‌عنوان نهاد واسطه، تسهیلگر و توسعه‌ای در کل کشور در حال اجرا است. الگوی اجرایی جهاد دانشگاهی طبق مراحل زیر است: فاز اول طرح: بررسی، شناسایی، اولویت‌بندی مزیت‌ها و هماهنگی‌های اولیه (شامل سه بخش: ۱. بررسی ظرفیت‌ها، مزیت‌ها و امکانات موجود؛ ۲. هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی و بخش خصوصی؛ ۳. هدایت افراد به ثبت طرح در سامانه). فاز دوم طرح: توانمندسازی (شامل چهار بخش: ۱. ارزیابی و استعدادسنجی متقاضیان به تفکیک مستقل و پشتیبان؛ ۲. مشاوره و هدایت متقاضیان؛ ۳. آموزش؛ ۴. جذب کارآفرینان، خبرگان، خیرین و غیره همچنین تیم‌سازی و شبکه‌سازی). فاز سوم طرح: اتصال به بازار (شامل چهار بخش: ۱. شکل‌دهی بازارهای فیزیکی و الکترونیکی و اتصال

به بازار و بنگاه های بالادستی؛ ۲. تولید استاندارد و برندسازی؛ ۳. ارتقای کمیت و کیفیت محصولات و بسته بندی؛ ۴. کمک به تنظیم برنامه های تولید و فروش). با توجه به موضوع و ماهیت طرح های مشاغل خانگی متقاضیان در طرح های مذکور در دو گروه عمده عموم جامعه و خاص تقسیم می شوند. الف) عموم افراد جامعه (بالای ۱۸ سال سن، عدم اشتغال، عدم بیمه بودن متقاضی - بیمه اجباری). ب) جامعه هدف خاص بر اساس شرایط تعیین شده از طرف کارفرما مشخص خواهد شد (جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۹).

جنیفر مک دونالد^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی با موضوع «کارآفرینی از خانه» بیان می کند که آمریکا ملتی از کارآفرینان است و بسیاری از این کارآفرینان کسب و کار خود را از خانه اداره می کنند. کسب و کارهای خانگی نه تنها راهی کم هزینه و کم خطر برای راه اندازی سرمایه گذاری های جدید هستند، بلکه به ترتیبات زندگی کاری انعطاف پذیر نیز اجازه می دهند - مزایای حیاتی در زمان های سخت، مانند همه گیری کرونا به لطف نوآوری های فناوری و تغییرات اقتصادی که کار از خانه را آسان تر از همیشه کرده است - و با توجه به افزایش علاقه به مشاغل خانگی به احتمال زیاد کارآفرینان بیشتری حتی پس از فروکش کردن همه گیری، کسب و کار خود را در خانه ایجاد خواهند کرد. بیش از دو سوم از پاسخ دهندگان گفتند که مشاغل خانگی آن ها برای امنیت مالی خانواده آن ها مهم یا بسیار مهم است. بررسی ۲۰ شهر بزرگ نشان داد که محیط نظارتی برای مشاغل خانگی می تواند پیچیده و گیج کننده باشد، که اغلب بر اساس محله و نوع کسب و کار متفاوت است. مشاغل خانگی ثابت کرده اند که راه مهمی برای کارآفرینی برای گروه های متنوعی از مردم هستند.

اسریدا و همکاران^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی با موضوع «تحلیل SWOT و استراتژی بازاریابی برای افزایش حجم فروش مشاغل خانگی» که با هدف تجزیه و تحلیل استراتژی های بازاریابی در تلاش برای افزایش حجم فروش مشاغل خانگی انجام شد؛ تجزیه و تحلیل داخلی شامل تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف یک کسب و کار است در حالی که تحلیل خارجی شامل تجزیه و تحلیل فرصت ها و تهدیدهای تجاری است و جمع آوری داده ها با مصاحبه های عمیق با صاحبان مشاغل یا مشاغل انجام می شد. نتایج مطالعه نشان می دهد که این کسب و کار خانگی، استراتژی بازاریابی بهینه ای را اجرا نکرده است که از کمبودها و تهدیدهای متعدد شناسایی شده می توان به آن پی

1. McDonald

2. Asrida

برد. از این‌رو راهکارهای ارائه شده برای افزایش حجم فروش مشاغل خانگی، فراهم کردن جایگاه ویژه برای کسب‌وکار (افتتاح مغازه)، تولید مستمر و بیشتر، ثبت کسب‌وکار و مشارکت‌های ساختمانی است.

طبق مطالعه و گزارش بانک جهانی (۲۰۲۱)، در ارتباط با شاخص کلی فضای کسب‌وکار در ایران و جهان طبق ۱۱ شاخص محاسبه می‌شود. برای انجام فعالیت‌های اقتصادی و تجاری، این شاخص نشان‌دهنده شفافیت، سهولت و مناسب بودن هر کشور است. بر اساس این گزارش، در سال ۲۰۲۰ رتبه بسیاری از کشورها بهبود پیدا کرده است.

مالک و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با موضوع «پذیرش بسترهای رسانه‌های اجتماعی در مشاغل غیررسمی خانگی در کویت» که با هدف بررسی پذیرش پلت فرم‌های رسانه‌های اجتماعی توسط صاحبان مشاغل خانگی غیررسمی است؛ از یک رویکرد مطالعه کیفی چند موردی استفاده کردند و با استفاده از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته که با ۲۸ صاحب مشاغل خانگی انجام شد و همه در کویت واقع شده‌اند. داده‌ها با استفاده از تکنیک تحلیل موضوعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که رسانه‌های اجتماعی (عمدتاً اینستاگرام) یک ابزار تبلیغاتی و بازاریابی مهم برای فعالیت‌های تجاری خانگی در کویت است. این به راه اندازی سرمایه‌گذاری‌های غیررسمی جدید برای صاحبان مشاغل خانگی کمک می‌کند و به دست آوردن نیازهای کسب‌وکار را تسهیل می‌کند.

واتسون^۲ (۲۰۲۱) در پژوهشی با موضوع «برندگان و بازندگان کمک در بلایا» بیان می‌کند که کمک به بلایای طبیعی در ایالات متحده به دلیل گسترش اثرات نابرابر بلایا با انتقاداتی مواجه شده است، اما اطلاعات کمی در مورد اینکه آیا و چگونه این پدیده برای مشاغل اعمال می‌شود یا خیر، وجود دارد. کسب‌وکارهای کوچک اکثر کسب‌وکارها را در ایالات متحده تشکیل می‌دهند، اما با توجه به کمبود نسبی سرمایه، به‌ویژه در برابر خطرات آسیب‌پذیر هستند. از آنجایی که کمک‌های بازاریابی به مشاغل عمدتاً مبتنی بر وام است، این کمبود سرمایه می‌تواند در نحوه درک و تخصیص کمک‌ها تضاد ایجاد کند. ارائه‌دهندگان کمک باید بین کمک به مشاغل آسیب‌دیده و اعطای وام به آن‌هایی که قادر به بازپرداخت هستند تعادل ایجاد کنند. برای کسب‌وکارهای کوچک، تهدید بدهی‌های اضافی می‌تواند حتی وام‌های کم‌بهره را

1. Malik

2. Watson

خطرناک جلوه دهد. واتسون دریافت که مشاغل با توانایی بازپرداخت بالاتر مانند مشاغل بزرگ‌تر، مشاغل قدیمی و شرکت‌ها برای مبالغ وام بالا تأیید شده‌اند. کسب‌وکارهای کوچک‌تر، کسب‌وکارهایی که خسارت بیشتری دارند، و کسب‌وکارهایی با شرایط وام طولانی‌تر، علی‌رغم تأیید شدن، احتمال کمتری برای استفاده از وام‌ها در بازیابی خود داشتند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که کسب‌وکارهایی که منابع لازم برای بازیابی را دارند، احتمالاً کسانی هستند که از کمک‌های اضافی در بلایای طبیعی بهره‌مند می‌شوند.

میسون^۱ (۲۰۱۱) و همکاران در پژوهشی با موضوع «مشاغل نامرئی: ویژگی‌های مشاغل خانگی در انگلستان» بیان می‌کند که مشاغل خانگی بخش قابل توجهی از بخش مشاغل کوچک و خرد را تشکیل می‌دهند. اما از آنجا که آن‌ها نامرئی هستند، اهمیت اقتصادی آن‌ها جزئی فرض می‌شود. این مقاله این دیدگاه را به چالش می‌کشد. اکثریت مشاغل تمام وقت هستند. از هر ده یک نفر به مقیاس قابل توجهی دست یافته است. آن‌ها برای چیزی بیشتر از مالک(ها) ایجاد شغل می‌کنند. آن‌ها در بخش‌های مرتبط با کامپیوتر، تجارت و خدمات حرفه‌ای متمرکز هستند. آن‌ها همچنین دارای جغرافیای متمایز هستند. مناطق روستایی و بخش‌های غیر کلان‌شهری جنوب انگلستان بیشترین نسبت مشاغل خانگی را دارند. مناطق شهری- صنعتی کمترین نسبت را دارند. این امر نیاز به بازنگری در نقش مشاغل خانگی در توسعه اقتصادی محلی را نشان می‌دهد.

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که موضوع کسب‌وکارهای خرد و خانگی به‌طور گسترده مورد پژوهش قرار گرفته است، با این بررسی موانع اجرای آن در قالب سازمانی مثل جهاد دانشگاهی انجام نشده است. در واقع، در مطالعات صورت گرفته جامعه آماری یا صاحبان کسب‌وکار و یا مدیران و کارشناسان بوده‌اند، اما در این پژوهش، طرح‌های اجرا شده جهاد دانشگاهی در قلب مشاغل خرد و خانگی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

روش تحقیق

مطالعه موردی، هنگامی مفید است که نیاز به کسب درک عمیق از یک مسئله، واقعه یا پدیده در زمینه واقعی و طبیعی وجود داشته باشد. اصل محوری مطالعه موردی،

نیاز به کشف یک واقعه یا پدیده به‌صورت عمیق در زمینه طبیعی خود است (کرو و همکاران^۱، ۲۰۱۱). از این‌رو، روش تحقیق این پژوهش، روش کیفی مطالعه موردی است. همچنین از تکنیک مصاحبه نیمه ساختارمند (طرح سؤال از مجریان و اجرا کنندگان طرح‌ها در استان‌های مختلف) برای دریافت اطلاعات و در کنار مطالعات اسنادی به کار گرفته شد.

جامعه آماری پژوهش، شامل تمامی طرح‌های توانمندسازی مشاغل خرد و خانگی اجرا شده توسط جهاد دانشگاهی در سطح استان‌های کشور است که انتخاب نمونه به شیوه نمونه‌گیری هدفمند از بین آن‌ها صورت گرفته است. نمونه‌های مورد بررسی از بین حدود ۱۰ واحد که به‌طور کامل طرح توانمندسازی مشاغل خرد و خانگی را به اتمام رسانده و حاضر به همکاری شدند عبارت‌اند از: استان‌های خوزستان، خراسان جنوبی، اردبیل، قزوین، واحد الزهرا و واحد علامه طباطبایی جهاد دانشگاهی. در واقع مورد بررسی در این مقاله، واحدهای جهاد دانشگاهی هستند که مجری اجرای طرح توانمندسازی مشاغل خرد و خانگی در سطح کل کشور بودند. روش جمع‌آوری داده در این پژوهش، مصاحبه ساختارمند بوده است و تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز طبق هر سؤال پیرو پاسخ‌های داده شده توسط کارشناسان مرتبط در ۱۰ واحد جهاد دانشگاهی، انجام شده است. دریافت پاسخ نیز به دو صورت ارسال سؤالات و دریافت پاسخ و سپس جمع‌بندی پاسخ‌ها از طریق تماس تلفنی جهت افزایش اعتبار روش تحقیق نیز بوده است.

سؤالات تحقیق

با توجه به موضوع پژوهش و بررسی منابع و اسناد موجود، سؤال اصلی این طرح عبارت است از اینکه کسب‌وکارهای خرد و خانگی با توجه به سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی با چه موانعی مواجه هستند؟

با توجه به این سؤال اصلی، سه سؤال فرعی عبارت‌اند از:

- ❖ فضای کسب‌وکارهای خرد و خانگی در ایران طبق شاخص‌های جهانی و سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی در چه جایگاهی قرار دارد؟

- ❖ چه نوع شیوه‌های ارزیابی و رصد کسب‌وکارهای خرد و خانگی وجود دارد؟

- ❖ دلایل اصلی موفقیت و عدم موفقیت افراد در این طرح چیست؟

❖ چه موانع و مشکلاتی در سطوح مختلف اجرایی طرح وجود دارد؟

یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش، بعد از گردآوری داده‌ها و اطلاعات، پیرو سؤالات تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و در اینجا ارائه شده است.

۱. فضای کسب‌وکارهای خرد و خانگی در ایران طبق شاخص‌های جهانی و سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی در چه جایگاهی قرار دارد؟

شاخص کلی فضای کسب‌وکار بر پایه ۱۱ شاخص کوچک‌تر با عناوین «آغاز سهولت انجام تجارت»^۱، «شروع کسب‌وکار»^۲، «رسیدگی به کسب مجوز»^۳، «ثبت دارایی‌ها»^۴، «کسب اعتبارات»^۵، «حمایت از سرمایه‌گذاری خرد»^۶، «مالیات»^۷، «تجارت فرامرزی»^۸، «اجرای قراردادها»^۹، «رفع ورشکستگی»^{۱۰} و «دریافت انرژی برق»^{۱۱} محاسبه می‌شود. این شاخص در واقع نشان‌دهنده شفافیت، سهولت و مناسب بودن هر کشور برای انجام فعالیت‌های اقتصادی و تجاری است. هرچه نمره کشوری در شاخص کلی فضای کسب‌وکار بیشتر باشد دلالت بر شرایط بهتر کسب‌وکار در آن کشور دارد. بر اساس این گزارش در رده‌بندی جهانی، در سال ۲۰۲۰ رتبه ایران از نظر سهولت انجام تجارت ۱۲۷، شروع کسب‌وکار ۱۷۸، رسیدگی به کسب مجوز ۷۳، ثبت دارایی‌ها ۷۰، کسب اعتبارات ۱۰۴، حمایت از سرمایه‌گذاری خرد ۱۲۸، مالیات ۱۴۴، تجارت فرامرزی ۱۲۳، اجرای قراردادها ۹۰، رفع ورشکستگی ۱۳۳ و دریافت انرژی برق ۱۱۳ است (بانک جهانی، ۲۰۲۱).

1. Ease of doing business
2. Starting a business
3. Dealing with construction permits
4. Registering property
5. Getting credit
6. Protecting minority investors
7. Paying taxes
8. Trading across borders
9. Enforcing contracts
10. Resolving insolvency
11. Getting electricity

جدول ۱: نمایی از شاخص کلی فضای کسب‌وکار در ایران و جهان (اقتباس از بانک جهانی، ۲۰۲۱)

ردیف	شاخص	رتبه ایران	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۳	رتبه ۴	رتبه ۵
۱	سهولت انجام تجارت	۱۲۷	نیوزیلند	سنگاپور	هنگ کنگ	دانمارک	کره جنوبی
۲	شروع کسب‌وکار	۱۷۸	نیوزیلند	گرجستان	کانادا	سنگاپور	هنگ کنگ
۳	رسیدگی به کسب مجوز	۷۳	هنگ کنگ	مالزی	امارات	دانمارک	سنگاپور
۴	ثبات دارایی‌ها	۷۰	قطر	نیوزیلند	رواندا	لیتوانی	گرجستان
۵	کسب اعتبارات	۱۰۴	نیوزیلند	آذربایجان	برونئی	رواندا	آمریکا
۶	حمایت از سرمایه‌گذاری خرد	۱۲۸	کنیا	مالزی	نیوزیلند	سنگاپور	تایلند
۷	مالیات	۱۴۴	بحرین	هنگ کنگ	قطر	ایرلند	موریس
۸	تجارت فرامرزی	۱۲۳	دانمارک	هلند	لوکزامبورگ	رومانی	اسپانیا
۹	اجرای قراردادهای	۹۰	سنگاپور	کره جنوبی	نروژ	قزاقستان	چین
۱۰	رفع ورشکستگی	۱۳۳	فنلاند	آمریکا	ژاپن	آلمان	نروژ
۱۱	دریافت انرژی برق	۱۱۳	امارات	کره جنوبی	هنگ کنگ	مالزی	آلمان

بر اساس این گزارش، میان ۱۰ محور کسب‌وکار در دو محور وضعیت ایران نسبت به سال قبل بهبود پیدا کرده و در دو محور نیز وضعیت بدتر شده و در شش محور نیز تغییری حاصل نشده است. نمره ایران در شاخص کسب مجوز $۰/۴$ واحد بهبود یافته و از $۷۰/۸$ به $۷۱/۲$ رسیده است. در شاخص دریافت انرژی برق نیز نمره ایران با $۰/۱$ واحد افزایش از $۶۹/۳$ به $۶۹/۴$ واحد رسیده است. اما در شاخص ثبات دارایی‌ها نمره ایران $۰/۹$ واحد افت داشته و از ۶۹ به $۶۸/۱$ رسیده و در شاخص ورشکستگی نیز نمره ایران $۰/۵$ واحد کاهش یافته و از $۳۵/۶$ به $۳۵/۱$ رسیده است.

در میدان تحقیق نیز با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات، بر اساس وضعیت موجود مشاغل خانگی، در شیوه اجرایی فعلی، اقدام مؤثری جهت هدایت، مشاوره متقاضیان و هم‌سویی طرح‌های متقاضیان با اقتصاد منطقه صورت نمی‌گیرد و اغلب پدیده ناپایداری اشتغال، انحراف تسهیلات و درآمد ناکافی مشاهده می‌شود که ناشی از نبود شفافیت در این زمینه است.

به‌طور کلی مهم‌ترین چالش‌ها و موانع ایجاد شفافیت و سهولت در مشاغل خانگی از دیدگاه مجریان امر طبق اقتباس از دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (۱۴۰۰) و تحلیل داده‌ها در راستای سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

- ❖ عدم توجه کافی به مزیت‌ها و ظرفیت‌های مناطق در پیشبرد برنامه مشاغل خانگی؛
- ❖ در تأیید این کد می‌توان به گفته یکی از شرکت‌کنندگان استناد کرد که می‌گوید «در استان، هیچ پیگیری و پشت کاری با توجه به ظرفیت‌ها و منابع بالقوه استان در ایجاد اشتغال بین مسئولان و مجریان امر وجود ندارد».
- ❖ فقدان برنامه‌ریزی آموزشی مناسب برای توانمندسازی متقاضیان؛
- ❖ یکی از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «معمولاً اکثر آموزش‌ها به‌صورت سلیقه‌ای در هر استان انجام می‌شود و رویه ثابتی در آموزش در سطح کل کشور وجود ندارد».
- ❖ کم‌رنگ بودن فعالیت‌های پشتیبانی در پایداری مشاغل خانگی؛
- ❖ یکی از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «برخی ادارات مرتبط در استان، طرح را کاری اضافی می‌دانند».
- ❖ عدم دسترسی به بازار فرامنطقه‌ای، عدم توانایی در ارائه محصول به‌صورت تخصصی و عدم قدرت چانه‌زنی در مقایسه با بنگاه‌های صنعتی و کارگاهی؛
- ❖ یکی از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «نبود بازار فروش محصولات در استان و عدم برگزاری نمایشگاه‌های مرتبط از موانع مهم توسعه این نوع مشاغل است».
- ❖ عدم حمایت‌های مناسب مالی و غیرمالی از متقاضیان مشاغل خانگی به‌ویژه اشخاص پشتیبان؛
- ❖ فراهم نبودن بستر فرهنگی کار برای شکل‌گیری و توسعه فعالیت‌های پشتیبانی مشاغل خانگی و خرد؛
- ❖ عدم شناسایی رشته‌های جدید مشاغل خانگی در حوزه‌های صنایع، تولید بدون کارخانه و فناوری اطلاعات؛
- ❖ سلیقه‌ای عمل نمودن بانک‌ها در پرداخت تسهیلات؛

یکی از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «سختگیری بسیار بانک‌ها در اعطای وام عملاً منجر به تعطیلی و ایجاد مشکلات مالی بسیاری در مسیر پیشرفت کسب‌وکارهای خانگی و خرد استان شده است»

❖ وجود مغایرت‌های متعدد قانونی و نبود شفافیت (به‌ویژه در نظارت، بیمه، کاهش تعرفه‌های سوخت) در مشاغل خانگی.

یکی از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «در استان شاهد نبود فرمول مشخص برای تخصیص سهمیه شهرستانی و کار در مناطق استان و عدم هماهنگی ارگان‌ها و عدم درک خوب از طرح هستیم؛ همچنین موازی کاری برخی از نهادها و سازمان‌ها پیشبرد کار را با مشکل مواجه کرده است»

طبق تجزیه و تحلیل داده‌ها و پاسخ مشارکت‌کنندگان، سهولت و شفافیت در کسب‌وکارهای خرد و خانگی در راستای سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی را می‌توان در قالب دو گزاره زیر بررسی کرد: آغاز و پایداری کسب‌وکار (شفافیت در پرداخت وام و حمایت‌های مالی، شفافیت در ارائه معافیت‌های مالیاتی، ارائه آموزش‌های مورد نیاز و دوره‌های توانمندسازی و حمایت شفاف از تداوم و پایداری کسب‌وکارها) و پیش‌زمینه‌های کسب‌وکار (تعیین دقیق و شفاف تمامی وظایف و مسئولیت‌های بانک‌ها و موسسات مالی، تعیین دقیق و شفاف تمامی وظایف و مسئولیت‌های موسسات بیمه، اجرای دقیق و شفاف فرم‌های استعلام‌سنجی شغلی، شفافیت در معرفی و پیشنهاد مشاغل نوین، تهیه و ابلاغ دستورالعمل و اجرای شفاف، دقیق و بدون مانع دستورالعمل).

۱. چه نوع شیوه‌های ارزیابی و رصد کسب‌وکارهای خرد و خانگی وجود دارد؟
طبق نظرات اکثر شرکت‌کنندگان، شیوه‌های ارزیابی یکسان و یک‌دستی با توجه به تنوع مشاغل و تنوع مناطق مختلف اجرای طرح در سطح کل کشور وجود دارد. بعد از کدگذاری نظرات شرکت‌کنندگان می‌توان شیوه‌های زیر را از آن‌ها استخراج نمود:

❖ بازدید میدانی مستمر و شفاف و مکتوب کردن قرارهای کاری؛

یکی از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «با ارسال و تکمیل فرم‌ها یا خود اظهاری مجریان، امکان ورود اطلاعات دروغ وجود دارد، لذا ضروری است که حضوراً و به‌صورت مستمر در محل اجرای طرح برای ارزیابی برویم»

یکی دیگر از شرکت‌کنندگان می‌گوید: «تشویق افراد به بستن قرارداد و مکتوب کردن قرارهای کاری و بررسی تعداد قراردادهای گذشته و حال و مقایسه آن‌ها در جهت شفافیت خیلی اهمیت دارد»

- ❖ ارزیابی های شفاف و جداگانه برای مشاغل موجود و جدید؛
- ❖ یکی از شرکت کنندگان می گوید: «ارزیابی های قدیمی برای مشاغل جدید با محدودیت هایی مواجه هستند و نیاز است که شیوه ها و ترفندهای جدید ارزیابی برای مشاغل جدید تدوین و اجرایی شود»
- ❖ شبکه سازی و ارزیابی تخصصی از طریق مسئولین شبکه ها؛
- ❖ یکی از شرکت کنندگان می گوید: «انتخاب شخص مناسب به عنوان مسئول شبکه بسیار حائز اهمیت است و می تواند در روند طرح کمک شایانی کند»
- ❖ بررسی شفاف سایت کاربابی و سایت های فروش محصولات؛
- ❖ یکی از شرکت کنندگان می گوید: «ارتباط صمیمی با پیشرانان و سایت های فروش موجب ایجاد حس اعتماد در این افراد می شود. متقاضیان جهاد دانشگاهی را می شناسند و توقع همکاری بیشتری را دارند»
- ❖ بررسی تلفنی و طراحی پرسش نامه های دوره ای؛
- یکی از شرکت کنندگان می گوید: «در برخی مناطق چاره ای جز ارزیابی به شیوه تلفنی وجود ندارد»
- یکی دیگر از شرکت کنندگان می گوید: «برای بررسی شفاف حجم تولید و درآمد گذشته، هم اکنون و مقایسه آن ها با هم باید پرسش نامه هایی طراحی شود که هر چند وقت یک بار مورد اجرا قرار گیرند»
- ۲. دلایل اصلی موفقیت و عدم موفقیت افراد در این طرح چیست؟
- طبق تحلیل داده های مصاحبه و کدگذاری، دلایل اصلی موفقیت و عدم این افراد در طرح مذکور عبارت هستند از:
- جدول ۲: دلایل موفقیت و عدم موفقیت افراد در فضای کسب و کارهای خرد و خانگی در ایران

دلایل موفقیت	دلایل عدم موفقیت
انگیزه، علاقه، عزت نفس و قدرت تصمیم گیری و ریسک بالا؛ استفاده از آموزش و مشاوره براساس نیاز شغلی و آینده شغلی؛ شناسایی نقاط ضعف و قوت فعالیت شغلی آن ها در واحدها و مراکز جهاد دانشگاهی، پیگیری مداوم و ارتباط کاری با پیشرانان همکار؛ اعتماد به جهاد دانشگاهی؛	اکتفای صرف متقاضیان به احراز یک شغل بدون در نظر گرفتن توانمندی های شخصی و نحوه ورود به بازار (عدم شفافیت فرم های استعدادسنجی)؛ تنها برای دریافت تسهیلات در طرح حضور داشتند و هدف مشخصی را دنبال نمی کردند (شکل گیری رانت و انحراف از هدف اصلی ایجاد کسب و کار)؛ بلند پروازی و زیاده خواهی در زمان کوتاه؛ نداشتن علاقه؛

دلایل موفقیت	دلایل عدم موفقیت
تداوم شرکت در دوره‌ها و مشاوره‌ها و اجرای دستورات عمل‌ها و تکالیف در کنار آموزش.	عدم برنامه‌ریزی و حضور نامنظم و پیگیری نکردن دوره‌ها و مشاوره‌ها.

همچنین دلایل اصلی عدم موفقیت بقیه شرکت‌کنندگان در طرح عبارت است از: از لحاظ تجربی، می‌توان گزاره‌های زیر را از تحلیل تجربیات شخصی مجریان برای اجرای بهتر طرح استخراج نمود:

جدول ۳: گزاره‌های عدم موفقیت افراد در کسب‌وکارهای خرد و خانگی بنابر تحلیل مشارکت‌کنندگان

تأیید پیرو نظر مشارکت‌کنندگان	گزاره
«بهتر است دامنه استعدادیابی را اندکی شفاف‌تر، گسترده و طولانی نمود تا افراد واقعاً تأثیرگذار مطابق با اهداف طرح را یافت و روی آن‌ها برای موارد مورد نظر سرمایه‌گذاری کرد. همچنین اجرای تمامی طرح شکل‌دهی، ایجاد و پایداری کسب‌وکارها به‌صورت شفاف و کامل اجرا شود»	شفاف و گسترده نمودن دامنه شیوه‌های استعدادیابی
«عده‌ای از کارجویان فقط دنبال پول هستند تا بتوانند در گذران زندگی و رفع مشکلات معیشتی آنان مؤثر باشد، این افراد نمی‌توانند در تحقق اهداف جانبی طرح نظیر توجه به فرهنگ بومی، احیای مشاغل قدیمی و تأثیرگذاری در اقتصاد منطقه سهیم باشند»	تعیین دقیق گروه هدف
«بودجه اختصاصی برای طرح در نظر گرفته شود و طرح ادامه دار باشد چون در این موضوع نمی‌شود گفت که همین قدر کافی است»	پایداری اجرای طرح
«مقتضایان جهاد دانشگاهی را می‌شناسند و توقع همکاری بیشتری را دارند و جهاد دانشگاهی هم تا اندازه‌ای می‌تواند رایگان فعالیت کند»	جایگاه عالی جهاد دانشگاهی
«انتخاب شخص مناسب، به‌عنوان مسئول شبکه بسیار حائز اهمیت است و می‌تواند در روند طرح کمک شایانی کند» «ارتباط صمیمی و دوستانه با پیشرانان موجب ایجاد حس اعتماد در این افراد می‌شود.»	شبکه‌سازی به‌ویژه در بین پیشرانان

گزاره	تأیید پیرو نظر مشارکت‌کنندگان
	«ایجاد شبکه‌های کسب‌وکار مشاغل خانگی به صورت کشوری»
کمک به بازاریابی	«برگزاری نمایشگاه کلان منطقه‌ای و کشوری در ابتدا، میانه و فاز انتهایی طرح جهت حمایت و ایجاد عدالت» «عقد قرارداد با شرکتي جهت بسته‌بندی محصولات به صورت کشوری جهت تسهیل و کمک به کسب‌وکارها» «ایجاد سایت فروش محصولات مشاغل خانگی (سایت با بازدید بالا-ترجیحا همکاری با بخش خصوص و تقسیم سهام)» «توجه ویژه به تولیدکنندگان و پیش‌بینی مشوق‌های عملیاتی و ملموس جهت جلب مشارکت بهتر و بالاتر تولیدکنندگان برای پشتیبانی و جذب نیروی کار»
آموزش و توانمندسازی مدیران اجرایی	«حضور مشاوران توانمند کشوری جهت مشاوره مدیران اجرایی» «برگزاری کلاس‌های با کیفیت برای مدیران اجرایی» «جلسات مستمر مجریان سازمان مرکزی جهاد دانشگاهی با مدیران اجرایی (جهت هماهنگی و انتقال تجربیات)» «برگزاری دوره‌هایی به صورت جامع و بسیار با کیفیت و نیز مشترک به صورت مجازی در سامانه آموزش مجازی جهاد برای کل کشور»
اصلاح فرم‌ها	«اصلاح فرم‌های ثبت نام و استعدادسنجی خیلی ضروری است» «در ابتدای طرح، دستورالعمل‌ها به طور کامل ارسال و توجیه گردد»
تسهیل دریافت وام	«اختصاص وام با تأیید جهاد پس از چند ماه همکاری پیشران با جهاد صورت گیرد»

۳. چه موانع و مشکلاتی در سطوح مختلف اجرایی طرح وجود دارد؟
طبق تحلیل نظرات مجریان طرح؛ مشکلات اجرایی طرح توانمندسازی مشاغل خرد و خانگی در سه سطح داخل سازمانی/واحد؛ ستادی و استانی قابل طرح و بررسی است که گزاره‌های هریک عبارت‌اند از:

مشکلات داخل سازمانی/واحد در قالب دو گزاره «تشکیل تیم با امکانات و منابع مالی ناکافی» و «کمبود نیروی آشنا به طرح» مطرح شده است.

مشکلات ستادی (مدیریت کلان طرح در معاونت) نیز در شکل ۹ گزاره طرح شده

است:

- ❖ عدم شفافیت و نواقص سامانه طرح و عدم امکان گزارشگیری؛
- ❖ زمانبر بودن ورود برخی اطلاعات در سامانه؛
- ❖ نبود سیستم پیام کوتاه در سامانه؛
- ❖ آموزش‌های ناکافی به تیم اجرایی؛
- ❖ درخواست آمار و اطلاعاتی که از پیش تعیین نشده و جمع‌آوری این اطلاعات مقدور نیست؛
- ❖ عدم تزریق به موقع اعتبارات؛
- ❖ عدم تشکیل شورای راهبری؛
- ❖ نبود حمایت معنوی از اجرای طرح؛
- ❖ محدود شدن محدوده عملیاتی طرح به مرکز استان جهت اجرای بهتر طرح.
- ❖ از جمله مشکلات استانی در استان‌های مشارکت‌کننده نیز، گزاره‌های زیر بوده که از تحلیل گفته‌های شرکت‌کنندگان دریافت شده است:
- ❖ عدم علاقه افراد به رفت و آمد جهت آموزش و کار؛
- ❖ نبود پایگاه داده مناسب از تولیدکنندگان و متقاضیان کار؛
- ❖ کم توجهی به نخبگان؛
- ❖ هزینه‌های سرسام‌آور زندگی و گرانی هر روز کالاها؛
- ❖ سخت‌گیری بسیار زیاد بانک‌ها در اعطای وام؛
- ❖ سخت‌گیری ارگان‌ها و نداشتن شفافیت در اعطای مجوز؛
- ❖ نبود فرمول مشخص برای تخصیص سهمیه شهرستانی و کار در مناطق مختلف؛
- ❖ عدم هماهنگی ارگان‌ها و عدم درک خوب از طرح؛
- ❖ عدم وجود پیشران‌های موفق؛

- ❖ نبود بازار فروش محصولات در سطح استان‌ها؛
- ❖ عدم برگزاری نمایشگاه‌های مرتبط؛
- ❖ موازی کاری برخی از نهادها و سازمان‌ها.

نتیجه‌گیری

توانمندسازی، مسیری طولانی اما به حق و عادلانه برای شکل‌دادن و تقویت ظرفیت زنان و مردان جهت مشارکت و بهره‌مندی از رشد واقعی در ابعاد مختلف است. در این راه، نقش مشاغل خانگی و خرد برای قشر عظیمی از مردم بسیار مهم است. از این‌رو، باید به توسعه مشاغل خانگی و خرد و ارتقای شاخص کلی فضای کسب‌وکار به‌عنوان یک فعالیت کارآفرینانه خیلی ضروری در راستای رفع رانت و ایجاد شفافیت تولیدی در جامعه نگاه شود و الگوهای متمر ثمر و علمی‌تری برای موفقیت و شروع کسب‌وکار آن‌ها و رسیدن از رتبه ۱۷۸ به رتبه‌های بهتر در جهان به کار برد.

طبق نتایج تحقیق و هم‌سو با مطالعات درخشانی و همکاران (۱۴۰۱) و حجاریان و همکاران (۱۴۰۱)، در شیوه اجرایی فعلی مشاغل خانگی، اقدام مؤثری جهت هدایت، مشاوره متقاضیان و هم‌سویی طرح‌های متقاضیان با اقتصاد منطقه صورت نمی‌گیرد و اغلب شاهد پدیده ناپایداری اشتغال، عدم شفافیت، انحراف تسهیلات و درآمد ناکافی هستیم. از این‌رو مراحل ایجاد کسب‌وکارهای خرد و خانگی باید به‌طور شفاف، دقیق و بدون مانع تهیه، ابلاغ و اجرا شود.

نتایج تحلیل یافته‌های تحقیق هم‌راستا با نتایج تحقیقات جهاد دانشگاهی (۱۳۹۹)، دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی (۱۴۰۰) و مک دونالد (۲۰۲۲) نشان می‌دهد که ضروری است فرم‌های استعدادسنجی شغلی شفاف، و کاملی تهیه و تدوین شود و در آن ابتکاراتی برای مجریان درکنار ابلاغ شیوه‌نامه‌های اجرایی برای اجرای طرح نیز در نظر گرفته شود تا بتوانند با توجه به شرایط مناطق خودشان، طرح را به نحو احسن اجرایی نمایند. همچنین باید ارزیابی‌های شفاف و جداگانه برای مشاغل موجود و مشاغلی که به‌صورت نو و جدید راه اندازی می‌شوند صورت گیرند تا درصد موفقیت آن‌ها بهبود یابد.

یکی از دلایل اصلی موفقیت طرح، اجرای شفاف، تعامل سازنده و بدون تکلف آن توسط مجریان بوده است که باعث تقویت اعتماد، انگیزه، علاقه و قدرت تصمیم‌گیری متقاضیان شده است و در جاهایی که چنین شفافیتی نبوده، متأسفانه طرح نیز به‌طور کامل و در مسیر اصلی خودش به موفقیت دست نیافته است؛ به‌گونه‌ای که متقاضیان

یک شغل بدون در نظر گرفتن توانمندی‌های شخصی و نحوه ورود به بازار و تنها برای دریافت تسهیلات در طرح حضور داشته و به دنبال ایجاد و شروع کسب‌وکار نبودند. از نتایج دیگر تحقیق، وجود عدم شفافیت و نواقص سامانه طرح و عدم امکان گزارشگیری در ساختار کلان اجرای طرح بود که منجر به زمان‌بر بودن ورود اطلاعات می‌شد و آمار و اطلاعاتی که از پیش تعیین نشده را درخواست می‌نمودند که جمع‌آوری آن‌ها مقدور نبود. عدم شفافیت در اعطای وام و تزریق به موقع اعتبارات نیز، یکی از مشکلات عمده در ساختار کلان اجرایی طرح بود که متأسفانه در برخی موارد منجر به از بین رفتن کسب‌وکارها می‌گردید. این یافته با یافته‌های تحقیقات بانک جهانی (۲۰۲۱) و مالک و همکاران (۲۰۲۱) تشابه دارد که اشاره دارند راه اندازی سرمایه‌گذاری‌های غیررسمی جدید و شفاف برای صاحبان مشاغل خانگی خیلی کمک می‌کند و به نیازهای کسب‌وکار را تسهیل می‌نماید.

به‌طور کلی بر اساس تجارب حاصله از آسیب‌شناسی و مطالعات تطبیقی انجام شده، مشاغل خانگی و خرد دچار مشکلات و مواردی هستند که باید جهت موفقیت بیشتر آن‌ها، رفع گردند نظیر: مشکلات آموزشی و دریافت راهنمایی، مشکلات مالی و دریافت وام، فراهم نبودن بستر فرهنگی اشتغال، عدم منطقه‌بندی نقاط مختلف کشور طبق ظرفیت‌های اشتغال، نبود شفافیت و عدم هماهنگی بین دستگاهی، عدم اتصال به بازار، عدم توسعه مشاغل نوین و متنوع و تمرکز بر برخی مشاغل مثل منسوجات و غیره.

در پایان می‌توان پیشنهادهای سیاست‌گذاری زیر را برای کمک به گسترش مشاغل خرد و خانگی ارائه نمود:

- ❖ حذف موازی کاری سازمان و ارگان‌های مرتبط؛
- ❖ کمک به بازاریابی حرفه‌ای مشاغل خرد و خانگی؛
- ❖ تسریع در ارائه و حمایت‌های مالی گسترش و پایداری مشاغل خرد و خانگی؛
- ❖ تهیه پایگاه داده‌ای از پیشرانان، تولیدکنندگان و متقاضیان مشاغل خرد و خانگی؛
- ❖ شفافیت و رفع نواقص سامانه‌های صدور مجوز، و اعتبارات.

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده‌سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

تعارض منافع

بنابه اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ تعارض منافی وجود ندارد.

تعهد کپی راییت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی راییت (cc) رعایت شده است.



References

- Asrida, A., Simahatie, M., Elfiana, E., Zahraini, Z., & Mangkuwinata, D. S. (2022). SWOT ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY TO INCREASE HOME BUSINESS SALES VOLUME. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1492-1495.
- Crowe S, Cresswell K, Robertson A, Huby G, Avery A, Sheikh A. (2011). The case study approach. *BMC Med Res Methodol*; 11: 100. <https://bmcmedresmethodol.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2288-11-100>
- Derakhshani-Derabi, K., Omid, J., Hassannejad, R., Barati, N. (2022). Ranking of barriers to marketing development in home-based businesses: A case study of Markazi Province, An approach to business management, 3(2), 24-41. (in Persian) https://asm.pgu.ac.ir/article_254429.html
- Drolet, J., (2010). Women, micro credit and empowerment in Cairo, Egypt. *International Social Work*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0020872810382681>
- Hajjarian, A., Taqdisi, A., Barqi, H. (2022). Evaluation and analysis of the effects of home occupations on social structure from the perspective of villagers using a structural equation modeling approach (Case study: rural areas of Isfahan province), (Ministry of Science scientific article). *Human geography research*, 54(2), 583-597 (in Persian) https://jhgr.ut.ac.ir/article_80075.html
- Islamic Consultative Assembly (2010). Law on the organization and protection of home businesses. (in Persian) <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/782102>
- Luck L, Jackson D, Usher K. (2006). Case study: A bridge across the paradigms. *Nurs Inq*; 13(2): 103-9. 6. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16700753/>
- Malik, S., & Mantas, C. (2021). The Adoption of Social Media Platforms in Informal Home-Based Businesses in Kuwait. *Humanities and Social Sciences Letters*, 9(3), 273-287 . <https://archive.conscientiabeam.com/index.php/73/article/view/898>
- 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 . <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00343401003614241>
- McDonald, J. (2022). WORK ENTREPRENEUR FROM HOME. Institute for Justice .<https://ij.org/wp-content/uploads/2022/01/entrepreneur-from-home.pdf>
- Mehr, M. (2010). Home-based jobs, benefits and challenges, *Social, economic, scientific, cultural monthly magazine*, 119(18). (in Persian)
- Ministry of Industry, Mines and Trade(2022). Home-based businesses account for 4% of Iran's economy. (in Persia) [https://smtnews.ir/Naderi Mehdi, K., Teymouri, Z. \(2017\). Identifying solutions for developing home-based businesses for rural women in Arak County, Local development \(rural-urban\), 9\(2\),307-324 \(in Persian\) https://jrd.ut.ac.ir/article_67456.html](https://smtnews.ir/Naderi Mehdi, K., Teymouri, Z. (2017). Identifying solutions for developing home-based businesses for rural women in Arak County, Local development (rural-urban), 9(2),307-324 (in Persian) https://jrd.ut.ac.ir/article_67456.html)

- Organization for Economic Co-operation and Development (2011). Women's economic empowerment. <https://www.oecd.org/>
- Organization for Technology Commercialization and Employment of Academic Jihad Graduates (2018). Regulations for the process of economic empowerment of female heads of households based on a new model of home business development. (in Persian) <https://acecr.ac.ir/fa>
- Secretariat of the Headquarters for Organizing and Supporting Home-Based Businesses (2021). Home business development model. (in Persian) <https://mkh.mcls.gov.ir>
- The Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR)(2020). National Home Business Development Plan Guidelines. (in Persian) <https://acecr.ac.ir>
- The Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR)(2022). Secretariat of the National Home Business Organization and Development Headquarters. (in Persian) <https://acecr.ac.ir>
- Watson, M. (2021). Disaster Assistance Winners and Losers: Do Small Businesses Benefit?. Journal of the American Planning Association, 1-14.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944363.2021.1980086>

