

بررسی ظرفیت های توسعه کسب و کار خانگی در فرایند توانمندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی شهرستان کرج)

حسین زینتی فخرآباد

کارشناس ارشد توسعه روستایی دانشگاه تهران

h.zinati67@gmail.com

فاطمه بکها

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه حکیم سبزواری

f.bekha94@gmail.com

چکیده

یکی از رویکردهای که می تواند به مشارکت زنان در فعالیت های اجتماعی و ایجاد در آمد کمک فراوانی نماید، حمایت از کسب و کارهای کوچک و خانگی می باشد. این واحدها به دلیل ماهیت خانگی و عدم طی مسافت های طولانی و کاهش هزینه های جانبی می تواند ضمن فراهم نمودن اشتغال و کارآفرینی، به توانمندسازی زنان روستایی کمک شایانی می نماید. هدف اصلی از این تحقیق بررسی قابلیت های توسعه کسب و کار خانگی بر توانمندسازی زنان روستایی شهرستان کرج می باشد. روش تحقیق از نوع توصیفی و پیمایشی بوده و جهت بررسی اثرات کسب و کارهای خانگی از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه زنان روستایی دارای کسب و کارهای خانگی می باشند که شامل ۱۴۳ نفر از زنان روستایی که دارای کسب و کار خانگی می باشد که ۱۲۱ نفر از آنان (بر اساس فرمول کوکران) به عنوان نمونه انتخاب شدند. روایی ابزار تحقیق توسط متخصصین تایید گردید و جهت تعیین پایایی ابزار، از محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقدار آن برای بخش های مختلف بطور میانگین در حد ۰/۷۹ بود. به منظور تبیین روابط بین متغیرها و تلخیص داده ها از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد که متغیرهای اقتصادی در سه دسته اجتماعی در دو دسته تقسیم شد و نتایج بیانگر این مطلب است که مشوق اصلی کسب و کارها بر استقلال مالی، ریسک گریزی و رویکردهای انگیزه ای استوار است.

واژگان کلیدی: کسب و کار خانگی، زنان روستایی، توانمندسازی، شهرستان کرج،

۱. مقدمه

امروزه توجه به زنان و مشارکت آنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی، یکی از معیارهای مهم در ارزیابی موفقیت برنامه های توسعه در کشورها میباشد (محمودیان، ۱۳۸۲: ۱۹۲). تقریباً از اوایل دهه ی ۱۹۷۰ میلادی، موضوع مشارکت زنان در برنامه های توسعه به تدریج وارد دستور کار سازمانهای توسعه ای در سطوح ملی و بین المللی شد و تا سال ۱۹۸۰ بسیاری از کشورها و سازمانهای بین المللی مسائل مربوط به زنان را بهوضوح در برنامههای توسعه خود قرار داده و در راستای آگاهسازی و حساس سازی جوامع نسبت به اهمیت و جایگاه فعالیتهای اقتصادی واجتماعی زنان جامعه تلاش نموده اند (سروش مهر و همکاران، ۱۳۸۹). این موضوع در مورد زنان روستایی به مراتب از درجه اهمیت بالاتری برخوردار است؛ زیرا از یکسو زنان در جوامع روستایی اکثر کشورها تجربه متفاوتی از تبعیض و محرومیت را در مقایسه با زنان شهری داشته (2005, croll). از دیگر سو با اقدامات توسعه روستایی در طی دو دهه اخیر، ظرفیتهای و توانمندیهای در این گروه به عرصه ظهور رسیده که عدم توجه به آنها، هدر رفتن منابع انسانی کشور را در پی خواهد داشت. یکی از مشکلاتی که همواره موجب شده زنان روستایی نتوانند قابلیت های خود را در حوزه های اقتصادی واجتماعی بروز دهند، نبود واحدهای برای مشارکت جمعی و عدم حمایت کافی جهت ایجاد اینگونه از واحدها بوده است. تجربه بسیاری از کشورها نشان می دهد ایجاد و گسترش تشکل های خانوادگی و زنان توانسته اثرات فراوانی را در اشتغالزایی و کارآفرینی برجای گذارد (منبع ذکر شود). یکی از طرح های موفق که تاکنون توانسته نیازهای بسیاری از زنان را در حوزه اشتغال و کار آفرینی فراهم آورد، طرح های کسب و کار کوچک و خانگی می باشد (منبع ذکر شود). طرح جامع توسعه کسب و کارهای خانگی برای دستیابی به اهداف فوق و براساس تحقیقات متعددی طراحی شده است که در سراسر دنیا برای غلبه بر بیکاری و کاهش بحران بیکاری و افزایش درآمد ملی صورت گرفته است. همچنین از جمله سیاستهایی که دولت مردان به عنوان راه حل کاهش نرخ بیکاری به آن توجه کرده اند توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) و زود بازده است. براساس تحقیقاتی که توسط سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۲ میلادی با در نظر گرفتن ۳۷ کشور جهان صورت گرفته، توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط منجر به کاهش نرخ بیکاری به طور معناداری می شود. به طور متوسط سهم کسب و کارهای خانگی در بین کسب و کارها ۳۰ درصد است، از جمله مشاغل کوچک و متوسط، مشاغل خانگی است که هزینه بالایی را به خانواده ها تحمیل نمی کند و در عین حال می تواند سبب افزایش درآمد و در نهایت تولید ثروت در کشور شود. (حجازی، ۱۳۸۹). بدون شک دستیابی به اهداف توسعه کسب و کارهای خانگی در گرو بررسی ظرفیت ها و قابلیت های موجود آن و پیاده سازی تجارب موفق داخلی و خارجی در سایر واحدها مبتنی بر شرایط اقتصادی واجتماعی منطقه می باشد. پس از گذشت چند سال از راه اندازی کسب و کارهای خانگی در شهرستان کرج، لزوم بررسی ظرفیت ها و قابلیت های راه اندازی اینگونه واحدها، ضروری می باشد. در تحقیق حاضر تلاش شده است تا با نگاهی جامع نگر به بررسی تاثیراتی که این واحدها بر ابعاد اقتصادی واجتماعی گذاشته، پرداخته شود تا بتوان ضمن شناسایی نقاط قوت و ضعف بتوان با الگوبرداری در سایر مناطق پیاده سازی کرد.

1. small and medium-sized enterprises
2. Home business

۲. مبانی نظری

امروزه ایجاد بنگاههای اقتصادی کوچک و زودبازده در عرصه بیشتر نظام های اقتصادی دنیا، به عنوان یک ضرورت پذیرفته شده است. در این میان، کسب و کارهای خانگی که یکی از شکل های این فعالیتهای اقتصادی است، به واسطه کارکرد و مزایای خاص خود، به سرعت رشد و توسعه یافته است. (جلیلیان ۱۳۹۲). با توجه به افزایش روزافزون عرضه کار و محدودیت فرصتهای شغلی، آماده نبودن زیرساختهای توسعه و از همه مهمتر کمبود منابع سرمایه، یکی از گزینه های موثر و راهبردی در توسعه اشتغال کشور « اشتغال کاربر » می باشد. با اینکه « اشتغال سرمایه بر » از ضریب پایداری بیشتری نسبت به « اشتغال کاربر » برخوردار است ولی از آن جایی که « اشتغال سرمایه بر » مستلزم سرمایه گذاری کلان در بلند مدت می باشد، لذا در کوتاه مدت غلبه بر مشکل بیکاری از این روش مفید و میسر نیست. تجربه نشان داده است که توسعه کسب و کارهای کوچک به دلیل ساختار ساده و زودبازدهی و نیاز اندک به سرمایه در جهت متعادل کردن بازار کار مؤثر بوده است (محبی، ۱۳۹۰).

در کشور ما با توجه به ترکیب جمعیتی، کسب و کارهای کوچک خانگی می تواند بازدهی مناسبی داشته و در کوتاه مدت و حتی میان مدت در رفع مشکل بیکاری مؤثر باشد از این رو سازمان بخشیدن، به روز رسانی و دسته بندی کردن کسب و کارهای خانگی بر مبنای حجم کاری و نیروهای بکار گرفته شده یک ضرورت آشکار است. در وضعیت کنونی، به لحاظ مدیریتی و سیاست گذاری، هیچ سازمانی به طور مشخص متولی کسب و کارهای کوچک خانگی نیست. این مشاغل عمدتاً به صورت سنتی و بدون جهت گیری کلی در کشور رواج دارد در حالی که اگر بخواهیم این مشاغل به صورت پایدار و در تراز جهانی ایجاد شوند، نیازمند برنامه های حمایتی و آموزشی و به روز رسانی و استفاده از تکنولوژی های روز می باشد. بنابراین با اجرای این طرح طلوعه روشنی برای سازماندهی و نظام مند نمودن کسب و کارهای کوچک خانگی به وجود می آید و به تدریج ضمن شکل گیری یک نظام مدیریتی مشخص، زمینه مناسبی برای شکل گیری نهاد متولی این مشاغل به وجود می آید (تقی بیگی، ۱۳۹۲).

از سوی با توجه به اینکه نیمی از کل جمعیت جهان را زنان تشکیل می دهند و دوسوم ساعات کار انجام شده توسط زنان صورت می پذیرد، تنها یک دهم درآمد جهان و فقط یک صدم مالکیت اموال و دارایی های جهان به زنان اختصاص یافته است. بنابراین وجود نابرابری برای زنان در تمامی جوامع کم و بیش وجود دارد که در برخی از سازمان های جهانی در چند سال اخیر به این مسئله بیشتر توجه شده و در برنامه ریزی های خرد و کلان اقتصادی و اجتماعی سازمان های مختلف جهانی قرار گرفته است. بر اساس آمار منتشر شده توسط مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۳، نرخ مشارکت زنان در ایران در سال ۲۰۱۴، ۹/۱ درصد بوده که جمعیت ۲ میلیون نفری زنان در اشتغال را نشان می دهد (روزنامه شرق، ۱۳۹۳). ولی نرخ مشارکت مردان در همان زمان ۶۰/۸ درصد بوده که شامل جمعیت ۱۴ میلیونی مردان در اشتغال می باشد (روزنامه شرق، ۱۳۹۳). این آمار نشان می دهد که فقط ۲ میلیون نفر از کل جمعیت فعال و شاغل در ایران را زنان تشکیل داده اند که حاکی از سهم بسیار ناچیز زنان بوده است. شاخص توسعه انسانی برای زنان در کشور های توسعه یافته ۸۰ درصد، در کشورهای توسعه نیافته ۶۰ درصد مردان و در ایران شاخص ۶۱ درصد مردان می باشد. بررسی علل این تفاوت در کشورهای توسعه نیافته نشان می دهد که در کشورهای توسعه یافته بیشتر این تفاوت ناشی از میزان اشتغال و سطح دستمزدها است در حالی که در کشورهای توسعه نیافته علاوه بر تفاوت های مربوط به بازار کار، تفاوت در تعلیم و تربیت، بهداشت و تغذیه نیز به چشم می خورد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴).

در اکثر کشورهای در حال توسعه، زنان ۲۵ درصد بیشتر از مردان کار می کنند، ولی حقوق زنان ۴۰ درصد کمتر از مردان می باشد. این تبعیض حتی در کشورهای توسعه یافته البته با شدت کمتری نیز وجود دارد، به عنوان مثال در

کشور صنعتی و پیشرفته ای چون ژاپن ، بسیار قابل توجه است که دستمزد زنان در مقابل مردان ۵۱ در برابر ۱۰۰ می باشد که نشان دهنده وضعیت بسیار نابرابر میان مردان و زنان می باشد . بهترین وضعیت را در بین کشورهای توسعه یافته ، سوئد با نابرابری ۹۰ در برابر ۱۰۰ دارا می باشد (فرشادمهر، ۱۳۸۸) ، که مشاهده می شود هنوز در جهان دستمزد مساوی با مردان برای زنان وجود ندارد . اگرچه کسب و کارهای خانگی، به خصوص در کشورهای در حال توسعه غالباً به صورت غیر رسمی بوده و از آن درآمد چندانی نصیب دولت ها نمی شود (Tipple, 2006)، اما پژوهش ها نشان می دهد که این نوع کسب و کارها نقش قابل توجهی در اشتغال و کارآفرینی ایفا می کنند. اغلب این تصور وجود دارد که این نوع کسب و کار در کشورهای فقیر و کمتر توسعه یافته رواج داشته در حالی که آمارها بیانگر آن است که کسب و کارهای خانگی و خود اشتغالی در خانه بخش قابل توجهی از نیروی کار کشورهای پیشرفته را به خود اختصاص داده است. در سال ۱۹۹۸ دفتر نیروی کار آمریکا طی یک پژوهش میدانی اعلام کرد که حدود ۶/۱ میلیون یا شش درصد خانوارهای آمریکایی یک کسب و کار خانگی را اداره می کنند (National Association for the self-Employed, 2006). آمارها درباره استرالیا قابل توجه است. کسب و کارهای خانگی بزرگترین گروه کسب و کار در استرالیا بوده، به طوی که تقریباً ۶۷ درصد کسب و کارهای کوچک و ۵۸ درصد کل کسب و کار در این کشور را شامل می شود. همچنین، این گروه حدود نیمی از کسب و کارهای کوچک در انگلیس و ۵۲ درصد فعالیت بخش خصوصی در آمریکا را به خود اختصاص داده است (Walker et al, 2008).

بر مبنای تجارب موفق کشورهای پیشرو در توسعه کسب و کارهای کوچک مقیاس و خانگی و مطالعات موفق داخلی می توان مهمترین تأثیرات کسب و کارهای خانگی را به شرح زیر بیان نمود

۱-۳) بالا بردن کیفیت زندگی: امروزه اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کارکردن در خانه ، کیفیت زندگی آنان را بهبود می بخشد . کارکردن در خانه باعث می شود که وقت بیشتری به خانواده و خانه اختصاص یابد و به دیگر مسائل و موضوعات خانواده از قبیل تربیت فرزندان توجه بیشتری شود .

۲-۳) توسعه فن آوری: امروزه با پیشرفت های زیادی که در زمینه علوم رایانه و دیگر وسایل ارتباطی به وجود آمده ، محیط خانه محل مناسب و کاراتری برای کسب و کار شده است (صفا، ۱۳۹۳).

حیطه های فعالیت های کسب و کار خانگی

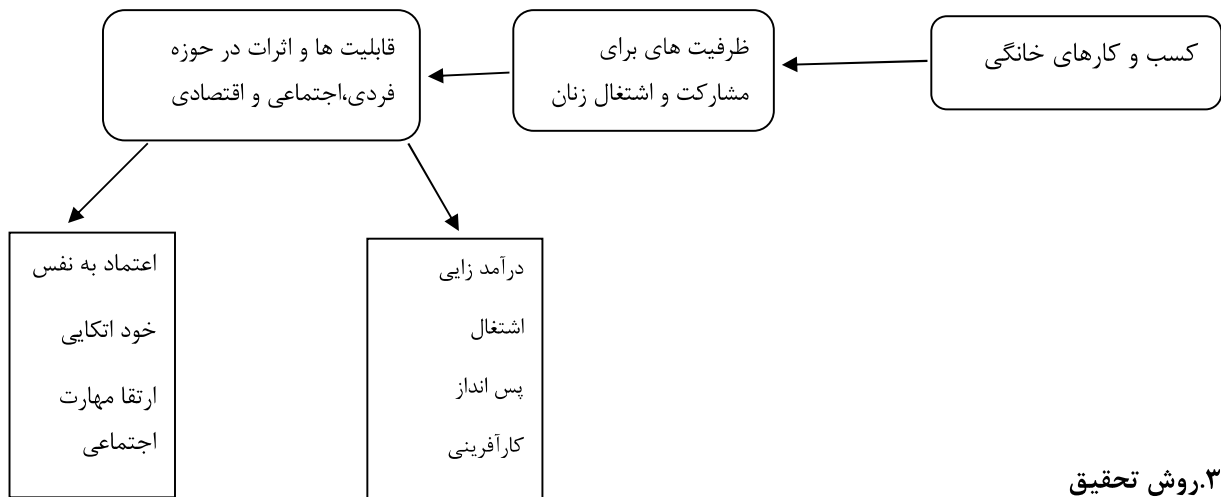
زمینه های فعالیت های کسب و کار خانگی متعدد است که از مهمترین آن ها می توان به مواردی همچون صنایع دستی ، صنایع تبدیلی کوچک مقیاس و اسباب بازی اشاره نمود.

بررسی مطالعات انجام شده در حوزه کسب و کارها و به خصوص کسب و کار خانگی زنان نشان می دهد که در غالب موارد، بعنوان یک ظرفیت مناسب و به تبع آن ایجاد پیامدها و آثار زیادی برای آنان شده است. ایجاد اینگونه از کسب و کارها موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه، منزلت اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت می شود (Sarban (2007), Yahiavi-abadi (2005), Tabatabaei (2005). مطالعه جلیلیان (۲۰۱۴) در رابطه اثرات کسب و کار خانگی بر توانمندسازی زنان روستایی نشان دهنده ارتباط معنی دار بین گسترش اینگونه از کسب و کارها با ارتقا توانمندی ها در بین زنان روستایی می باشد.

نتایج پژوهش سعدی و چامچام (۱۳۸۸) در استان لرستان نشان داد که مهمترین نقش کسب و کارهای کوچک زنان، احساس مفید بودن و دستیابی به اعتمادبه نفس برای رو به رو شدن با مسائل است. بر پایه نتایج پژوهش دادورخانی (۱۳۸۵)، در مجموع اشتغال زنان روستایی عاملی مؤثر در ارتقاء سطح زندگی خانوار روستایی به حساب می آید.

انجذاب و همکاران (1382) نیز بر مبنای مطالعه خود دریافتند که از جمله مهمترین نتایج راهاندازی مشاغل خرد خانگی برای زنان روستایی میتوان به تغییر رفتارهای اقتصادی زنان و کمک به رشد اقتصادی خانوار، ارتقاء نقش و پایگاه اجتماعی زنان سرپرست خانوار و افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس آنها اشاره نمود. البته ذکر این نکته نیز لازم است که ایجاد مشاغل جدید بویژه در مناطق روستایی، نیازمند فراهم سازی زیر ساخت های اقتصادی و مالی مناسب بوده (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳).

بر مبنای تجارب و مطالعات انجام شده مرتبط با اثرات و ظرفیت های توسعه کسب و کارهای خانگی انجام شده، می توان به طور خلاصه ظرفیت های کسب و کارهای خانگی در ابعاد فردی، اجتماعی و اقتصادی دسته بندی نمود. بر این اساس مهمترین قابلیت ها و اثرات توسعه کسب و کارهای خانگی را در مدل مفهومی تحقیق زیر در نظر گرفت.



۳. روش تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت کمی، از نظر میزان و کنترل متغیرها از نوع غیرآمایشی، به لحاظ هدف در زمره پژوهش های کاربردی و به لحاظ گردآوری داده ها پیمایشی است؛ که با هدف قابلیت های توسعه کسب و کار خانگی بر توانمندسازی زنان روستایی شهرستان کرج، انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل زنان شاغل در واحدهای کسب و کار خانگی روستایی می باشند. توجه به نا مشخص بودن وضعیت واریانس ویژگی های فردی این گروه از افراد، از جدول نمونه گیری مورگان استفاده شد. بر اساس اطلاعات بدست آمده توسط اداره تعاون شهرستان کرج از ۱۳۹۳، از ۱۴۳ زنی که طی چند سال گذشته کسب و کار خانگی راه اندازی کرده بودند ۱۰۸ نفر بصورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه ای بود که بر مبنای مبانی نظری و پیشینه تحقیق طراحی شد. متغیرهای مستقل در این تحقیق شامل ویژگی های فردی و متغیر وابسته شامل ابعاد اقتصادی و اجتماعی کسب و کارهای خانگی که بر توانمندسازی تاثیر دارد می باشد. روایی ابزار تحقیق توسط اساتید متخصص مورد تایید قرار گرفته و پایایی گویه های پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ صورت پذیرفت. ضریب آلفای ۰/۷۹ نشان دهنده مطلوبیت پایایی ابزار تحقیق بود. بمنظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS20 استفاده گردید. بمنظور شناسایی ظرفیت ها و قابلیت های توسعه کسب و کارهای خانگی از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شد.

یافته های تحقیق

طبق یافته های تحقیق مورد مطالعه، سن افراد مورد مطالعه بین ۲۳ تا ۶۷ سال بوده است که بیشترین سن با فراوانی ۳۸ درصد متعلق به دسته ۵۰-۶۰ سال بوده است. از بین افراد مورد مطالعه ۶۵ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم و ۲۳ درصد زیر دیپلم بودند و تنها ۵ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی بوده اند. همچنین به لحاظ نوع واحد کسب و کار بیشترین نوع مربوط به کسب و کارهای دستی و صنایع تبدیلی خرد خانگی بوده است (جدول ۱).

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
بیسواد	۶	۴
زیر دیپلم	۲۷	۲۳
دیپلم	۷۱	۶۸
فوق دیپلم و بالاتر	۷	۵
نوع واحد کسب و کار	فراوانی	درصد فراوانی
صنایع دستی	۴۱	۳۰
صنایع خرد تبدیلی	۳۳	۲۷
صنایع کشاورزی	۲۵	۲۳
خدماتی	۱۸	۲۰

طبق جدول شماره ۲، بر اساس دیدگاه های زنان، بیشتر اولویت اقتصادی موجود در واحدهای کسب و کار خانگی کاهش وابستگی مالی به سایرین در زمان مشکل و توانایی به کار گرفتن موقت افراد بوده است و این می توان موجب شود تا افرادی که دارای شغل دیگر می باشند در کنار شغل اصلی خود در این بخش هم به عنوان شغل جانبی فعالیت نمایند

جدول ۲: ظرفیت های اقتصادی کسب و کارهای خانگی

اولویت	ظرفیت های اقتصادی کسب و کارهای خانگی	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین
۱	کاهش وابستگی به سایرین در زمان مشکل	0.447	1.092	2.44
۲	توانایی به کار گرفتن موقت افراد	0.532	1.028	1.93
۳	کمک به خانواده در شرایط لازم	0.538	1.044	1.94
۴	افزایش قدرت خرید برای خانه	0.546	1.072	1.96
۵	انعطاف پذیر بودن و به صرفه بودن	0.555	1.073	1.93
۶	کاهش ریسک و خطرات نسبت به کشاورزی و دامپروری	0.561	1.034	1.84
۷	کمک به تامین هزینه های افراد خانه	0.567	1.130	1.99

در رابطه با ظرفیت های کسب و کارهای خانگی بر ابعاد اجتماعی زنان می توان گفت بیشترین تاثیر کسب و کارهای خانگی از دیدگاه پاسخگویان به افزایش روحیه و اعتماد به نف فردی جهت انجام کار های خود و افزایش همکاری ها و اعتقاد داشتن به مشارکت گروهی و جمعی اشاره کرد. در حالت کلی می توان گفت ابعاد اجتماعی کسب و کارها می تواند به خود باوری و همکاری و مشارکت کمک شایانی نماید(جدول ۳).

جدول ۳:

اولویت	ظرفیت های اجتماعی توسعه کسب و کار خانگی	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین
۱	افزایش روحیه و اعتماد به نفس	0.230	.848	3.68
۲	اعتقاد به کار گروهی و جمعی	0.232	.928	3.99
۳	ورود به فعالیت های جمعی و کار گروهی	0.236	.904	3.82
۴	ارتقا همکاری و مشارکت با سایرین	0.240	.875	3.64

3.70	.919	0.248	ایجاد انگیزه فردی و بهبود روحیه	۵
3.50	.873	0.249	تعامل و برقراری ارتباط با زنان همکار	۶
3.76	.952	0.253	شرکت در جشنواره های مختلف مرتبط	۷
3.60	.918	0.255	از بین رفتن تفکرات سنتی درباره زنان	۸

ظرفیت های اقتصادی کسب و کارهای خانگی

بمنظور شناسایی و جمع بندی روابط بین متغیرها، از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. محاسبات انجام شده نشان می دهد که انسجام درونی داده ها برای بهره گیری از تکنیک تحلیل عاملی اثرات اقتصادی (KMO=0/76) مناسب و آزمون بارتلت در سطح یک درصد معنی دار می باشد (جدول ۴).

سطح معنی داری	آزمون بارتلت	KMO	اثرات اقتصادی
۰/۰۰۰**	۴۵۴/۷۶۵	۰/۷۶	

بر اساس تحلیل های عاملی و ملاک کیسر و چرخش های تعاملی، سه عامل دارای مقادیر ویژه بالا یک در رابطه ظرفیت های اقتصادی کسب و کارهای خانگی مشخص شد که بعد از چرخش عاملی بصورت زیر مشخص شده است. همچنین همانگونه که در جدول ۶ مشاهده می شود از مجموع ۱۲ سؤال اقتصادی و بر مبنای مقادیر ویژه و درصد واریانس های تبیین شده اثرات اقتصادی توسعه کسب و کارهای خانگی در سه دسته کلی عامل کلیدی شامل کاهش وابستگی و اشتغال، ریسک گریزی و تامین مخارج فردی و خانواده و استقلال مالی به عنوان سه عامل کلیدی در جهت بهره مندی از ظرفیت های کسب و کار خانگی شناخته شده است.

عامل تا	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی واریانس تبیین شده
کاهش وابستگی و اشتغال	۲,۸۴۵	۳۱,۶۰۹	۳۱,۶۰۹
ریسک گریزی و تامین مخارج	۱,۱۸۰	۱۳,۱۱۳	۴۴,۷۲۲
استقلال مالی و پس انداز	۱,۰۳۸	۱۱,۵۳۸	۵۶,۲۶۰

نتایج تحلیل عاملی اثرات اقتصادی کسب و کارهای خانگی بیانگر این مطلب بود که با توسعه کسب و کارهای خانگی می توان شاهد افزایش استقلال مالی با تکیه بر اشتغال جانبی، کمک به افراد خانه و خانواده در شرایط حساس و کاهش ریسک به دلیل تنوع شغلی اشاره کرد این نتایج با نتایج هاشمی (۱۳۹۱)، جلیلیان (۱۳۹۲) مطابقت دارد.

ظرفیت های اجتماعی توسعه کسب و کارهای خانگی

بمنظور شناسایی و جمع بندی روابط بین متغیرها، از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. محاسبات انجام شده نشان می دهد که از سجام درونی داده ها برای بهره گیری از تکنیک تحلیل عاملی اثرات اقتصادی (KMO=0/81) مناسب و آزمون بارتلت در سطح یک درصد معنی دار می باشد (جدول ۴).

اثرات اقتصادی	KMO	آزمون بارتلت	سطح معنی داری
	۰.81	579/517	۰/۰۰۰**

ردیف	دسته	سئوال	بارعاملی
۱	کاهش وابستگی و اشتغال	کاهش وابستگی به سایرین در زمان مشکل	۰.۵۵۰
۲		توانایی به کار گرفتن موقت افراد	۰.۵۲۳
۳		کمک به خانواده در شرایط لازم	۰.۵۹۷
۴		افزایش قدرت خرید برای خانه	۰.۵۹۶
۵	ریسک گریزی و تامین مخارج	انعطاف پذیر بودن و به صرفه بودن	۰.۶۸۱
۶		کاهش ریسک و خطرات نسبت به کشاورزی و دامپروری	۰.۵۷۹
۷	استقلال مالی و پس انداز	کمک به تامین هزینه های افراد خانه	۰.۶۱۱
۸		کاهش وابستگی به سایرین در زمان مشکل	۰.۶۶۲
۹		توانایی به کار گرفتن موقت افراد	۰.۵۴۸
۱۰		کمک به خانواده در شرایط لازم	۰.۷۰۷
۱۱		افزایش قدرت خرید برای خانه	۰.۶۵۱

بر اساس تحلیل های عاملی و ملاک کیسر و چرخش های تعاملی، دو عامل دارای مقادیر ویژه بالا یک در رابطه ظرفیت های اجتماعی کسب و کارهای خانگی مشخص شد که بعد از چرخش عاملی بصورت زیر مشخص شده است. همچنین همانگونه که در جدول ۸ مشاهده می شود از مجموع ۸ سئوال اقتصادی و بر مبنای مقادیر ویژه و درصد واریانس های تبیین شده اثرات اقتصادی توسعه کسب و کارهای خانگی در دو دسته کلی عامل کلیدی شامل انگیزه های فردی و گروهی و رویکردهای مشارکتی جمعی به عنوان دو عامل کلیدی در جهت بهره مندی از ظرفیت های کسب و کار خانگی شناخته شده است.

عاملها	مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد تجمعی واریانس تبیین شده
انگیزه های فردی و گروهی	۲,۲۵۷	۳۷,۶۲۰	۳۷,۶۲۰
رویکردهای مشارکت جمعی	۱,۰۳۹	۱۷,۳۱۲	۵۴,۹۳۲

همانطور که در جدول مشخص شده است، اثرات اجتماعی توسعه کسب و کارهای خانگی در دو دسته انگیزه های فردی و گروهی با ۵ سوال و رویکردهای مشارکتی با سه سوال با مقادیر بارهای عاملی مشخص شده است. نتایج حاصل از تحلیل عاملی بیانگر این مطلبست که مهمترین ظرفیت های توسعه کسب و کار خانگی معطوف به افزایش انگیزه جهت ادامه فعالیت ها در خانه و کارگاه و همچنین ارتقا مشارکت گروهی جهت دستیابی به هدف می باشد. این نتایج با یافته های لاریجانی و شعبانی نژاد و صفادال و همکاران در ۲۰۱۴ معنی دار می باشد.

ردیف	دسته	سوال	بار عاملی
۱-	انگیزه های فردی و گروهی	افزایش روحیه و اعتماد به نفس	۰,۶۵۵
۲-		اعتقاد به کار گروهی و جمعی	۰,۵۵۱
۳-		ورود به فعالیت های جمعی و کار گروهی	۰,۶۲۷
۴-		از بین رفتن تفکرات سنتی درباره زنان	۰,۶۷۵
۵-		ایجاد انگیزه فردی و بهبود روحیه	۰,۷۱۵
۶-	رویکردهای مشارکتی و جمعی	تعامل و برقراری ارتباط با زنان همکار	۰,۸۳۲
۷-		شرکت در جشنواره های مختلف مرتبط	۰/۷۶۱
۸-		ارتقا همکاری و مشارکت سایرین	۰/۶۳۲

نتیجه گیری

بالا بردن کیفیت زندگی: امروزه اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه، کیفیت زندگی آنان را بهبود میبخشد. کار کردن در خانه باعث میشود که وقت بیشتری به خانواده و خانه اختصاص یابد و به دیگر مسائل و موضوعات خانواده، از قبیل تربیت و پرورش فرزندان توجه بیشتری شود. به طور کلی امروزه کار و زندگی بیش از پیش در همدیگر ادغام شده

اند. نتایج این تحقیق نشان داد که با توسعه کسب و کارهای خانگی می توان شاهد ایجاد ظرفیت ها و قابلیت های فراوانی در ابعاد اقتصادی و اجتماعی بود که می تواند منجر به توانمند سازی زنان شود. در این پژوهش بمنظور شناسایی ظرفیت های اقتصادی و اجتماعی کسب و کارهای خانگی از تحلیل های توصیفی (اولویت بندی اثرات کسب و کارهای خانگی بر مبنای پاسخ دهندگان) و تحلیل عاملی استفاده شد و مشخص شد مهمترین ظرفیت اقتصادی کسب و کار خانگی اشتغال زایی و کاهش وابستگی به دیگران می باشد. این موضوع نشان دهنده این مطلب است که با وجود مشغله فراوان زنان روستایی، ایجاد کسب و کارهای خانگی می تواند باعث بهره مندی بهتر از فرصت های موجود و بکار گرفتن نیروکار خانواده در مواقع فراغت شود و از طرفی با درآمدزایی می تواند به افزایش سرمایه های خانواده کمک نماید. بدون شک موفقیت یک کسب و کار خانگی در گرو حمایت های مالی و تأمین ابزار مورد نیاز جهت راه اندازی و بازاریابی برای فروش محصولات می باشد که در این برهه حمایت دولت از اینگونه تشکل ها می تواند مسمر ثمر واقع شود. یکی از ظرفیت های دیگر توسعه کسب و کار خانگی بعد اجتماعی می باشد که نتایج بیانگر این مطلب بود که کسب و کارهای خانگی به دلیل برخورداری از تعاملات فردی و گروهی می تواند به ارتقا انگیزه های فردی کمک زیادی نماید و منجر به مشارکت در مدیریت خانه و روحیه در افراد شود. با توجه به نقش مؤثر کسب و کارهای خانگی زنان روستایی در ارتقاء سطح توانمندبهای فردی و اجتماعی آنان، توصیه میشود علاوه بر برنامه ریزی برای افزایش نرخ راهاندازی اینگونه مشاغل در روستاها، برای ارتقاء سطح کیفی اینگونه مشاغل و ورود آنها به سطوح بالاتری از فعالیتهای اقتصادی نیز به نحو شایسته های برنامه ریزی شود. در این زمینه میتوان به توسعه و تقویت برنامه های آموزشی، ایجاد شبکه های ارتباطی، بهبود وضعیت بازار کسب و کارهای خانگی، تأمین نیازهای حمایتی مشاغل اشاره نمود

منابع

- انتظاریان، ناهید و طاهره طهماسبی، ۲۰۱۲، موانع و راهکارهای توسعهی مشاغل خانگی در ایران، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی، شماره ۱۲۷، ص ۷۸-۹۵
- جلیلیان، سارا، سعدی، حشمت الله و یعقوبی، احمد، ۲۰۱۴، تاثیر کسب و کارهای خانگی بر توانمند سازی اجتماعی، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، سال پنجم، شماره ششم
- صفا، نجفی، ب (۲۰۱۴)، بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش های فرا رو، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، سال اول، شماره دوم
- فرشادمهر، فریبا، ۲۰۰۹، وضعیت اشتغال زنان روستایی: زنان، نان آوران خاموش روستا، مجله عروس هنر، شماره ۲۲، صفحه ۴-۸
- قانون بهبود محیط کسب و کار (۲۰۱۰)، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، شماره ۷۷۹۲۴، نمایه شده در
- لازیجانی، شعبانی نژاد، ۲۰۱۳، بررسی نقش کسب و کارهای خانگی در توسعه اشتغال و کارآفرینی زنان، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بینالمللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، سیویلیکا
- محبی، م، ۲۰۱۱، نگاهی به انواع فعالیت های کسب و کار، انتشارات ارمغان، تهران

مرکز آمار ایران، ۲۰۰۸، سالنامه آماری ایران

میرغفوری و همکاران (۲۰۰۶)، تبیین و تحلیل عوامل موثر بر کار آفرینی زنان در ایران، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال ۱، شماره ۲، صفحه ۲۳-۳۶

Tipple, G. 2006. Employment and work conditions in home based enterprises in four developing countries: Do they constitute 'decent work'? *Journal of Employment and Society*, 20: 167-179.

National Association for the Self-Employed 2006. How many home-based businesses are there? Available, <http://news.nase.org/news/homebased.asp> (retrieved June 2006)

Finmark, T. 2006. Working in home: A guidebook for working women and homemakers. Corpcom Services Sdn, Bhd Publication, Singapore. www.karafarini.ir/page.aspx?19

The capacities of developing home-based business in the process of empowerment of rural women

Hossein zinati fakhrabad

MSC rural development university Tehran

h.zinati67@gmail.com

Fateme bakha

MA in Geography and Rural Planning University Hakim sabzevari

f.bakha94@gmail.com

Abstract. One of the approaches that can be women's participation in social activities and was helped in its creation, support of small businesses and the home. Because of the nature of these units, domestic and accessories can travel long distances and reduce costs, while providing employment and entrepreneurship, will help to empower rural women. The main purpose of this study was to evaluate the capabilities of business development city is Karaj home to the empowerment of rural women, The research is descriptive and survey procedure and to evaluate the effects of home businesses questionnaire was used. The study consisted of all rural women have a home business that includes 143 rural women who have a home business is that 121 of them (based on the sample) were selected as sample. Validity of the questionnaire was confirmed by experts to determine reliability, the Cronbach's alpha coefficient was used to calculate the amount of which was for various sectors, on average, at 79/0. In order to explain the relationships between variables and data summarization technique was used for the analysis of economic variables in three categories. Two categories were social calendar The results show that the main motivation for businesses to financial independence, risk aversion and incentive based approaches.

Keywords: home business, rural women, empowerment, city of Karaj