

Research Paper

Comparative Analysis of Home-based Businesses in Achievement of Macro Employment Policies



*Davood Parchami¹ , Fatemeh Jalali² 

1. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Letters and Human Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
2. PhD. Student of Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Letters and Human Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Use your device to scan
and read the article online



Citation: Parchami, D., & Jalali, F. (2019). [Comparative Analysis of Home-based Businesses in Achievement of Macro Employment Policies (Persian)]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 7(2), 164-185. <https://doi.org/10.32598/JMSP.7.2.164>

 <https://doi.org/10.32598/JMSP.7.2.164>



Received: 03 Aug 2017

Accepted: 14 Jul 2018

Available Online: 01 Jul 2019

Key words:

Business, Home-based business, Business environment, Government support, Comparative study

ABSTRACT

Due to economic, technological, and cultural changes, low-cost home-based businesses have been reconsidered as a way to provide a sustainable income. A home-based business is a continuous activity, in the production or distribution of goods or services. It is carried out where people reside to earn a living. This study aims to identify the characteristics of home-based businesses in Iran, England, and India and then presents some solutions at the macro level for improving the conditions of home-based businesses with a focus on Iran conditions. In this study, we compared the similarities, differences, and characteristics of the home-based businesses, as well as the context in which they grow. This research with a comparative-descriptive approach and analyzing the current statistics, information, and policies analysis tries to recognize comparatively the influential factors on the sustainability and success of home-based businesses. Based on our research, although some solutions for the success of these businesses are related to the overall business environment, it is possible to improve their working conditions and access to different markets by taking some measures such as providing access to information resources, education, social networks, and financing, which are specific to these businesses.

* Corresponding Author:

Davood Parchami, PhD.

Address: Department of Social Sciences, Faculty of Letters and Human Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Tel: +98 (912) 2460806

E-mail: d-parchami@sbu.ac.ir

بررسی تطبیقی کسب و کارهای خانگی در راستای تحقق سیاست های کلی اشتغال

داود پرچمی^۱، فاطمه جلالی^۲

۱- استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
۲- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

چکیده

به دلیل تغییرات اقتصادی، تکنولوژیک و فرهنگی بار دیگر به کسب و کارهای خانگی به عنوان راهی کم‌هزینه برای تأمین معیشت پایدار توجه شده است. کسب و کار خانگی فعالیتی است مستمر در تولید یا عرضه کالا و خدمات که برای کسب درآمد، در محل سکونت افراد انجام می‌شود. هدف این پژوهش آشنایی و شناسایی ویژگی‌های کسب و کارهای خانگی در کشورهای ایران، انگلستان و هند و ارائه راهکارهایی در سطح کلان برای بهبود شرایط کسب و کارهای خانگی و در راستای ایجاد اشتغال پایدار با تمرکز بر ایران است. در این بررسی شباهت‌ها، تفاوت‌ها، ویژگی‌های کسب و کارهای خانگی و همچنین شرایط زمینه‌ای رشد آن‌ها مشخص و مقایسه شده است. این پژوهش با رویکرد تطبیقی توصیفی و با استفاده از روش تحلیل آمارها، اطلاعات و سیاست‌گذاری‌های موجود به دنبال شناخت مقایسه‌ای عوامل تأثیرگذار بر تداوم و موفقیت کسب و کارهای خانگی است. بررسی انجام شده نشان می‌دهد هرچند برخی از راهکارهای موفقیت این کسب و کارها به فضای کلی کسب و کار ربط دارد، با این حال می‌توان با انجام برخی اقدامات نظیر امکان دسترسی به اطلاعات، آموزش، شبکه‌های اجتماعی مرتبط، شیوه‌های تأمین مالی که مختص به این کسب و کارهاست و غیره شرایط کاری و امکان دسترسی آن‌ها به بازارهای مختلف را بهبود بخشید.

تاریخ دریافت: ۱۲ مرداد ۱۳۹۶

تاریخ پذیرش: ۲۳ تیر ۱۳۹۷

تاریخ انتشار: ۱۰ تیر ۱۳۹۸

کلیدواژه‌ها:

کسب و کار، کسب و کار خانگی، فضای کسب و کار، حمایت دولتی، مطالعه تطبیقی

* نویسنده مسئول:

دکتر داود پرچمی

نشانی: تهران، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جامعه‌شناسی.

تلفن: +۹۸ (۹۱۲) ۲۴۶۰۸۰۶

پست الکترونیکی: d-parchami@sbu.ac.ir

www.SID.ir

مقدمه

تولید در خانه به عنوان یک فرایند جدی و در حجمی قابل توجه به عنوان کسب و کار خانگی^۱ همواره در همه جای دنیا مورد توجه بوده و توانسته است تمام یا بخشی از نیازهای درآمدی واحد خانوار را رفع کند. کسب و کار خانگی بیش از آنکه مبتنی بر سرمایه‌های اقتصادی باشد، متکی بر نیروی کار و منابع خانواده است. از این رو افراد می‌توانند در شرایطی که نرخ بیکاری بالاست و سازمان‌های مسئول از اشتغالزایی ناتوان هستند، به ایجاد اشتغال بپردازند و شرایط را برای رشد اقتصادی خود و کشور، فراهم کنند.

در حال حاضر تحولات اقتصادی، نبود امنیت اقتصادی، ناپایداری شغلی، تغییر ساختار صنعتی، کوچک شدن سازمان‌ها و توجه به برون‌سپاری، زمینه را برای رشد کسب و کارهای خانگی فراهم کرده است و از طرف دیگر تغییرات اجتماعی و تکنولوژیک نیز کار در خانه را به یک سبک زندگی مبدل کرده است؛ به طوری که توجه به کسب و کارهای خانگی هم در کشورهای توسعه یافته و هم در حال توسعه افزایش یافته و در بسیاری از کشورهای فقیر و ثروتمند قابل مشاهده است. در ایران کسب و کار خانگی سابقه زیادی دارد و نمونه‌های آن مانند قالیبافی، گلیم‌بافی و انواع نساجی‌های سنتی، در بخش‌های مختلف کشور قابل مشاهده است. با این حال در سال‌های اخیر به علت افزایش بیکاری، به ویژه در جوانان و اقشار تحصیل کرده، هزینه‌های ایجاد شغل و تمایل افراد به خوداشتغالی با هزینه پایین، توجه به کسب و کارهای خانگی در مردم و مسئولین حوزه اشتغالزایی افزایش پیدا کرده است که می‌تواند موجب ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و تحقق بخشی از اهداف سیاست‌های کلی اشتغال کشور شود.

در این بررسی به دنبال پاسخگویی به این سؤال هستیم که چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی در کسب و کارهای خانگی در سه کشور بررسی شده وجود دارد و چه شرایط زمینه‌ای موجب رشد آن‌ها به عنوان یک فرصت شغلی شده است. از این رو در این مقاله با رویکردی تطبیقی و مقایسه‌ای ابتدا نگاهی به کسب و کارهای خانگی در کشورهای ایران، انگلستان و هند خواهیم داشت و سپس به بررسی شرایط و حمایت‌های انجام شده از آن‌ها می‌پردازیم.

۱- ادبیات موضوع

۱-۱- تعریف کسب و کار

کسب و کار فعالیتی است مستمر در تولید یا عرضه کالا و خدمات که برای کسب درآمد انجام می‌شود. نکته حائز اهمیت درباره کسب و کار، این است که تنها هدف آن کسب سود اقتصادی نیست، بلکه گاه سود اجتماعی و نفع بقیه نیز مطرح است. از این رو می‌توان این کسب و کارها را به کسب و کار اقتصادی و اجتماعی تفکیک کرد. در کسب و کارهای اجتماعی سود رساندن به دیگران اهمیت بیشتری نسبت به سود صاحب کسب و کار پیدا می‌کند.

1. Home business

۲-۱- کسب‌وکار خانگی

کسب‌وکار خانگی فعالیتی است مستمر در تولید یا عرضه کالا و خدمات که برای کسب درآمد، در محل سکونت افراد انجام می‌شود. بر اساس معیارهای متفاوت متخصصان، دسته‌بندی‌های متنوعی از کسب‌وکارهای خانگی ارائه کرده‌اند. یکی از این معیارها میزان استفاده کسب‌وکارها از تکنولوژی‌های نوین است. بنابراین دو شکل از کسب‌وکار خانگی وجود دارد؛ شکل اول کسب‌وکارهایی در حوزه مشاغل سنتی هستند یا مشاغلی که برای انجام آن‌ها نیاز چندانی به تکنولوژی نوین نیست. این نوع کسب‌وکارها می‌توانند کارهایی نظیر مشاوره مالی، آموزش و مربیگری در منزل، ساخت صنایع دستی، آشپزی و غیره باشند (دولی، مارگیر و راسکا، ۲۰۰۶). شکل دوم ناظر بر فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی هستند که امروزه فرصت‌های شغلی جدیدی برای کسب‌وکارهای خانگی فراهم کرده‌اند. علاوه بر آن این فناوری‌ها بر فرایند کسب‌وکار خانگی نیز تأثیر داشته‌اند و فرصت‌هایی از قبیل کاهش هزینه مبادله، انتشار اطلاعات، مشاوره از راه دور، آموزش مستمر، تبلیغات، دسترسی به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی، شناخت نیازهای بازار و غیره را به وجود آورده‌اند (دانشنامه کسب‌وکار خانگی، ۲۰۱۶).

۳-۱- حمایت‌های دولت و فضای کسب‌وکار

برای رشد و موفقیت کسب‌وکارها، فضای کسب‌وکار و حمایت‌های محیطی مانند زیرساخت‌های خدماتی، شرایط اقتصاد خانگی و سیاست‌های دولت (عبدالکراد و محمد، ۲۰۰۹) بسیار اهمیت دارد؛ به طوری که برخی از آن به عنوان محیط حمایت‌کننده^۲ یاد می‌کنند. زیرساخت‌هایی چون ساختارهای اقتصادی، سیاسی، قانونی، مالی، تدارکاتی و اجتماعی از عوامل مؤثر بر کسب‌وکار هستند و می‌توانند، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه را تسهیل کنند (احمدپور و مقیمی، ۲۰۱۶). محیط کسب‌وکار به عنوان کل محیط اطراف که تأثیر مستقیم یا غیرمستقیم بر عملکرد کسب‌وکار دارد نیز شناخته می‌شود^۳ و بسیاری از جنبه‌های آن تحت تأثیر عملکرد، سیاست‌ها، حمایت‌ها و کارآمدی دولت است.

داشتن دیدگاه غیرجدی و منفی مانند تفریحی بودن، نیمه‌وقت بودن، غیرقانونی بودن کسب‌وکار خانگی و غیره مانعی بر سر راه توسعه کسب‌وکارهای خانگی است (دانشنامه کسب‌وکار خانگی، ۲۰۱۶). به طوری که میسون و همکارش در بررسی کسب‌وکارهای خانگی در اسکاتلند اولین پیشنهادی که برای حمایت از این نوع کسب‌وکارها می‌دهند این است که سیاست‌گذاران این نوع کسب‌وکار را جدی تلقی کنند (میسون و روسکخ، ۲۰۱۵). کسب‌وکارهای خانگی بخشی از استراتژی معیشت پایدار خانواده‌های کم‌درآمد هستند و دولت‌ها می‌بایست جهت‌گیری مثبتی نسبت به آن‌ها داشته باشند و بپذیرند این کسب‌وکارها برای کشور، شهر، اجتماع محلی و اقتصاد واحد خانوار مفید هستند (کلت و تیپل، ۲۰۰۲).

دولت در دو بُعد مقررات و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، می‌تواند تأثیرات بالقوه‌ای روی کسب‌وکارهای

2. Supportive Environment

3. http://seepdf.net/doc/pdf/download/download_nos_org--srsec319new--319EL3.pdf, p 53,54

خانگی داشته باشد (میسون و روسکخ، ۲۰۱۵). علی و همکارانش بر اساس مدل گرینر^۴ برنامه‌های مربوط به حمایت از کسب‌وکارهای خانگی را در سه مرحله شناسایی کرده‌اند؛ راه‌اندازی^۵، بقا^۶ و رشد (علی، پاگی و برن، ۲۰۱۱). بررسی‌ها نشان داده بیشتر اقدامات دولت مربوط به مرحله راه‌اندازی و بقاست و برای رشد کسب‌وکارهای خانگی اقدامات حمایتی چندانی صورت نگرفته است (علی و همکاران، ۲۰۱۱؛ جین و کوروسانس، ۲۰۱۳). در حالی که در هر مرحله نیازهای حمایتی متفاوتی وجود دارد، در مرحله اول نیازهای اطلاعاتی مربوط به قوانین، مالیات و طرح برنامه‌ریزی مطرح است. در مرحله بقا، نیاز به حمایت‌هایی چون توسعه بازار، مدیریت زمان و آموزش مهارت‌های مربوط به کسب‌وکار لازم است. در مرحله رشد می‌بایست حمایت‌هایی به منظور پاسخگویی به نیازهای جدید کسب‌وکار خانگی انجام شود که شامل حمایت‌هایی نظیر آموزش، پژوهش و توسعه شبکه برای کسب‌وکارهای خانگی است.

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر این کسب‌وکارها قوانین این حوزه است. وضع قوانین و مقررات با اهداف و انگیزه‌های مختلف، از جمله مداخلات دولت در اقتصاد است که می‌تواند شرایط محیط کسب‌وکار را تغییر دهد (مهربانی، ۲۰۱۱). تأثیری که قوانین دولتی روی کسب‌وکارهای خرد و کوچک دارند، بیش از کسب‌وکارهای بزرگ است (بیلی، ۲۰۰۴). بنابراین ماهیت و فرایند اجرای این قوانین بسیار مهم است.

برخی از کشورها تغییرات بیش از حد و غیرمنتظره‌ای در سیاست‌ها، قوانین و دستورالعمل‌ها هستند که به معنای غیرقابل اعتماد بودن محیط کسب‌وکار است. ثبات نسبی و طول عمر معقول سیاست‌ها و قوانین در یک محیط اقتصادی قانونمند و قابل پیش‌بینی بودن تغییرات در سیاست‌ها و قوانین، موجب آرامش خاطر برای کارگزاران اقتصادی می‌شود (حسین‌زاده و ملک، ۲۰۱۱). پیش‌بینی‌ناپذیری باعث می‌شود کسب‌وکارها ترجیح بدهند دور از نظارت دولت بمانند. از طرف دیگر دولت‌ها می‌بایست قوانین را با تغییرات هماهنگ کنند تا قوانین قدیمی و بدون انعطاف مانع از شکل‌گیری و رشد کسب‌وکارهای نوپا نباشند.

هدف از سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری تصویب شیوه‌ها و روش‌هایی است که افراد و سازمان‌ها در پیش می‌گیرند که می‌تواند در امور مدنظر راهگشا باشد (ردموند و واکر، ۲۰۱۰). اما گاه سیاست‌گذاری‌ها بیش از آنکه حمایتگر باشند، مانع رشد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی‌اند؛ برای مثال در استرالیا برخی قوانین (مانند قانونی که از استخدام بیش از دو نفر که عضو واحد خانوار نیستند، جلوگیری می‌کند) به‌وضوح رشد این کسب‌وکارها را محدود می‌کند. میسون و روسکه^۷ نیز یکی دیگر از مشکلات سر راه کسب‌وکارهای خانگی را ابهام و نبود وضوح قوانین در این حوزه می‌دانند.

علاوه بر وضع قوانین و حمایت‌های کارآمد، اطلاع‌رسانی سریع و به‌موقع درباره این قوانین و حمایت‌ها امر بسیار مهمی است. بررسی‌های علی در استرالیا نشان داد، اکثر صاحبان کسب‌وکارها از خدمات پشتیبانی دولتی و سیاست‌هایی که ممکن است از طریق آن بتوانند کسب‌وکار خودشان را بهبود ببخشند، بی‌اطلاع بودند (علی و

4. Greiner
 5. Start-up
 6. Survival
 7. Mason & Reuschke

همکاران، ۲۰۱۱). بی‌اطلاعی از مقررات و حمایت‌ها باعث می‌شود کسب‌وکارها نتوانند به‌موقع از آن‌ها بهره‌مند شوند. دولت‌ها نیز هنگام سیاست‌گذاری و ارائه حمایت به این کسب‌وکارها با چالش‌هایی روبه‌رو هستند که کار را برای آن‌ها دشوار می‌کند. از جمله آن‌ها انزوا و دیده‌نشدن، محدودیت‌های قانونی، چالش‌های رقابت‌پذیر شدن، بازاریابی، بسته‌بندی و قیمت‌گذاری و جانداختن این مطلب است که کسب‌وکارهای خانگی ماهیت قانونی دارند (دانشنامه کسب‌وکار خانگی، ۲۰۱۶).

۱-۴- جمع‌بندی چارچوب تئوریک

امروزه کسب‌وکارهای خانگی در شکل‌های مختلف آن، که با استفاده از امکانات خانه راه‌اندازی می‌شوند، نقش مؤثری بر کاهش معضل بیکاری و پیامدهای ناشی از آن، افزایش درآمد واحد خانوار و رفاه خانواده، کاهش هزینه دولت در تولید و اشتغال و بهبود اقتصاد محلی و ملی دارند. با توجه به تغییرات تکنولوژیک، اجتماعی و فرهنگی این امکان برای افراد فراهم شده تا با هزینه پایین، یک کسب‌وکار ایجاد کنند. تحت تأثیر این عوامل در سال‌های اخیر در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه این کسب‌وکارها ابتدا مورد توجه مردم قرار گرفت و به تدریج دولت‌ها با توجه به پیامدهای آن خواهان ایجاد بستر و فضای مناسب برای رشد، بقا و تداوم این کسب‌وکارها شدند. دولت از طریق قوانین و حمایت می‌تواند ساختار تجهیزکننده‌ای برای این کسب‌وکارها فراهم کند. هرچند بررسی‌ها نشان داده گاه سیاست‌گذاری‌ها و قوانین بیش از آنکه حمایتگر باشند، می‌توانند مانعی برای رشد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی باشند و حمایت‌های دولتی نیز عموماً محدود به مرحله شکل‌گیری و تا حدی بقای این کسب‌وکارهاست.

۱-۵- پیشینه پژوهش

در ادامه به برخی از تحقیقاتی خواهیم پرداخت که به بررسی کسب‌وکارهای خانگی توجه داشته‌اند. همان‌طور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌کنید، مطالعات تطبیقی چندانی در این حوزه انجام نشده است و آنچه انجام شده بررسی شرایط این کسب‌وکارها و ارائه پیشنهادات با توجه به شرایط موجود است و مطالعه‌ای که ویژگی این کسب‌وکارها، حمایت‌های انجام‌شده از آن‌ها و فضای کسب‌وکار در کشورهای مختلف را به شکل تطبیقی بررسی کند، وجود ندارد. این مطالعات می‌تواند فهم مناسبی درباره اهمیت این کسب‌وکارها و نیازهای حمایتی آن‌ها به افراد فعال در این حوزه بدهد.

۲- روش‌شناسی پژوهش

در پارهای موارد داده‌هایی برای یک رشته تحلیل گردآوری شده‌اند و برای انجام تحقیقات جدید در دسترس محققان قرار می‌گیرند. این داده‌های رسمی موجود یا به صورت خام‌اند و محققان دیگر می‌توانند آن‌ها را تحلیل کنند (تحلیل ثانوی مجموعه اطلاعاتی است که محقق قبلی تهیه کرده است) یا به صورت آمارند که محققان می‌توانند این آمارهای موجود را دوباره تحلیل کنند (بیکر، ۲۰۰۷). در این بررسی نیز آمارهای موجود در دهه‌ها مطالعه مختلف بررسی و در صورت امکان مقایسه استفاده شدند.

جدول ۱. پیشینه تحقیق

نویسندگان (سال)	اهداف اصلی	روش	مهم‌ترین یافته‌ها
مهروتا و بیگری (۲۰۰)	تحلیل ویژگی‌های کارکنان خانگی و ارائه پیشنهادات سیاست‌گذارانه	تحلیل آمارهای موجود از کشورهای هند، پاکستان، اندونزی، تایلند و فیلیپین	کسب‌وکارهای خانه‌محور پیامدهای دوگانه‌ای دارند. از یک طرف این نوع کسب‌وکار منبع مهم درآمدی هستند و از طرف دیگر شرایط کار از لحاظ امنیت و سلامت و پرداخت‌ها نامناسب است. به هر حال اغلب کارکنان خانه‌محور نامرئی‌اند، باهم ارتباطی ندارند و به همین دلیل از حمایت‌های اجتماعی محروم‌اند. برای حمایت، می‌بایست آن‌ها را از حالت نامرئی درآورد، از اقتصاد غیررسمی خارج کرد و به آنان خدمات رفاهی داد.
ادکون و الیم (۲۰۱۳)	چگونگی تأثیر برنامه‌ریزان شهری بر کسب‌وکارهای خانگی	پیمایش در دو ایالت نیجریه	یک رویکرد یکپارچه شامل استفاده از استراتژی‌های برنامه‌ریزی و طراحی برای برنامه‌ریزان شهری و طراحان خانه لازم است تا بتوانند کسب‌وکار خانگی را با فضای خانگی ادغام کنند و از این طریق بتوانند پیامدهای زیست‌محیطی و مربوط به سلامت آن را کاهش دهند.
تیپیل (۲۰۰۶)	بررسی شرایط کسب‌وکارهای خانگی	پیمایش در چهار کشور هند، اندونزی، بولیوی و آفریقای جنوبی	این کسب‌وکارها پتانسیل تبدیل به کار شایسته را دارند و مشکلاتی در حوزه سلامت، امنیت، بیمه، حقوق بازنشستگی و غیره نیز دارند.
ورست (۲۰۰۷)	بررسی ماهیت کسب‌وکارهای خانگی و تأثیر آن‌ها بر معیشت پایدار	سورینام و ترینیداد و توباگو (مصاحبه عمیق، پیمایش و گروه کانونی)	سیاست‌های زیادی برای توسعه بخش خصوصی وجود ندارد و برنامه‌ها و پروژه‌های پشتیبانی کمی اجرا می‌شود. دولت می‌تواند نقش مهمی در آموزش مهارت‌های شغلی و تکنیکال به کسب‌وکارهای خانگی داشته باشد.
هستینگز ۲۰۱۸	بررسی میزان و ماهیت فعالیت‌های همکارانه در کسب‌وکارهای خانگی	تحلیل آمارهای موجود کشورهای OECD	همکاری در بین کسب‌وکارهای خانگی به طور گسترده وجود دارد و بیشترین همکاری‌ها در تولید، فروش و بازاریابی و تدارکات است.

در این روش باید فهمید داده‌های سنجش همانی است که باید سنجیده شود و در واقع سنجه‌ها همانی است که برای متغیرهای موردنیاز تحقیق مناسب‌اند. از این رو برای انتخاب مجموعه اطلاعات می‌بایست به این نکات توجه کرد: کیفیت سازمان گردآوری داده‌ها، هدف محققان اولیه و اینکه معرف‌های مجموعه اطلاعات تا چه حد امکان آزمایش موضوع تحقیق را فراهم می‌کنند (بیگر، ۲۰۰۷). البته از آن رو که این داده‌ها را قبلاً تیم متخصصان آن‌ها جمع‌آوری کرده‌اند و از پیش درباره‌شان انتقاد شده است و همچنین ارزیابی و اصلاح شده‌اند، می‌توان از روایی و اعتبار آن‌ها اطمینان داشت.

در این بررسی تلاش شد به طور اجمالی با قوانین، سیاست‌گذاری‌های دولت‌ها و نهادهای عمومی درباره

کسب‌وکارهای خانگی و حمایت از آنها آشنا شویم. علاوه بر داده‌های مؤسسات تحقیقاتی در هر کشور از داده‌های جهانی شامل شاخص جهانی کارآفرینی شاخص رقابت‌پذیری جهانی و اطلاعات بانک جهانی نیز استفاده شده است.

۳- یافته‌های پژوهش

۳-۱- انگلستان و کسب‌وکار خانگی

بر اساس بررسی‌ها، از سال ۲۰۰۹ به بعد کسب‌وکارها در انگلستان برای رشد، دچار چالش‌هایی شده‌اند و به دنبال تطبیق خودشان با چالش‌های پیش‌رو هستند (موسسه حسابداران خبره در انگلستان و ولز، ۲۰۱۱). با توجه به شرایط اقتصادی پیش‌آمده و همچنین تغییرات تکنولوژیک، کسب‌وکارهای خانگی برای رشد، چشم‌انداز مطلوبی در انگلستان دارند. در سال ۲۰۱۴ حدود ۲/۹ میلیون کسب‌وکار خانگی، به اندازه ۳۰۰ میلیون پوند در اقتصاد این کشور تأثیرگذار بوده‌اند.^۸

رشد کسب‌وکارهای خانگی در انگلستان تحت‌تأثیر دو روند جداگانه است، روند اول، شکل‌گیری شرکت‌های بزرگی نظیر بریتیش تلکام^۹ بود که موجب صرفه‌جویی در هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری شد. این شرکت‌ها و خدماتشان موجب شدند، بهره‌وری کار در خانه مشابه بهره‌وری در محل کار، باشد. روند دوم، رشدی بود که در شکل‌گیری کسب‌وکارهای خانگی بر اساس تصمیمات و تجربه‌های فردی و با استفاده از امکانات موجود، اتفاق افتاد. امروزه دوسوم کارکنان خانگی، صاحبان کسب‌وکارهای خانگی هستند (میسون، کارتر و تگ، ۲۰۰۸) (مرکز ملی آمار، ۲۰۱۴).

بر اساس تقسیم‌بندی‌های دفتر آمارهای ملی انگلستان، در کسب‌وکارهای خانگی، افراد دو دسته‌اند؛ دسته اول کسانی که در خانه یا زمینشان کار می‌کنند و دوم کسانی که مشتریانشان و خریدارانشان را در جای دیگری ملاقات می‌کنند و از خانه به عنوان مبنای کارشان استفاده می‌کنند.

۳-۲- هند و کسب‌وکارهای خانگی

کار مبتنی بر خانه در هند پدیده جدیدی نیست، ریشه‌های تاریخی آن را می‌توان در مشاغل سنتی و خانه‌محور در اقتصاد روستایی و معیشت وابسته به زمین مشاهده کرد. تعداد زیادی از کسب‌وکارهای مبتنی بر خانه مانند تولید و فروش لبنیات، حصیر، بافندگی و غیره برای مصرف خانگی و فروش در بازار تولید می‌شده است (سین‌ها، ۲۰۰۶). در سال‌های اخیر در اقتصاد هندوستان اتفاقاتی افتاده است که مشاغل خانگی در آن رشد بیشتری داشته است، در سال ۱۹۹۱ اصلاحات اقتصادی اتفاق افتاد، این اصلاحات شامل تغییر در سیاست‌های تجاری مانند لغو محدودیت‌های کمی و آزادسازی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ساده‌سازی مقررات و قوانین حاکم بر کار و سرمایه است.

8. <https://www.gov.uk/government/news/backing-for-home-based-business-boom>

9. British Telecom (BT)

مهم‌ترین نتیجه اصلاحات اقتصادی، افزایش رقابت در اقتصاد بود. آزادسازی تجاری موجب برچیده شدن محدودیت‌های کمی و کاهش موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای شده است. استراتژی کاهش قیمت با حفظ رقابت موجب افزایش قراردادهای شرکت‌های کوچک‌تر به منظور کاهش هزینه‌های معامله در داخل شرکت شد. بر این اساس شرکت‌های بزرگ می‌توانند با شرکت‌های کوچک‌تر قرارداد ببندند و آن‌ها هم با شرکت‌های کوچک‌تر از خودشان قرارداد می‌بندند. هر کدام از آن‌ها سیستم تولید جداگانه‌ای دارند اعم از بخش رسمی و بخش غیررسمی و در نهایت کار خانگی بخش پایین این سیستم‌های تولیدی است (یونی و رانی، ۲۰۰۵؛ رانی و یونی، ۲۰۰۹) که در آن پول اندکی به کارگران خانگی می‌رسد.

بررسی‌ها نشان داده کارکنان خانگی در هند دارای سه شکل عمده هستند: ۱. کارکنان خانگی که برای دیگران کار می‌کنند، این کارکنان کارهایی را برای شرکت‌های واسط و پیمانکاران انجام می‌دهند و بر اساس تعداد محصول تولید شده، مزد دریافت می‌کنند. ۲. کارگرانی که به صورت مستقیم برای یک شرکت کار می‌کنند. این کارگران ممکن است در خانه کار کنند، اما با یک کارفرما قرارداد کاری داشته باشند. ۳. کارکنان خانگی خوداشتغال که برای خودشان کار می‌کنند (انسیتیو جهانی کار برای آسیای جنوبی، ۲۰۱۱).

نکته بسیار مهم درباره کسب و کارهای خانگی و کارگران خانگی در هند آن است که آن‌ها عموماً در دل بخش غیررسمی اقتصاد فعالیت می‌کنند. بخش غیررسمی اقتصاد در هند بسیار بزرگ است؛ به طوری که بررسی‌ها نشان می‌دهند در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۰۹ حدود ۸۰ درصد کارکنان شهری در بخش غیررسمی کار می‌کردند (چن و رعیدانان، ۲۰۱۱). بررسی احمدآباد نشان می‌دهد حدود ۹۴ درصد از نیروی کار شاغل در خانه، در بخش غیررسمی فعالیت می‌کنند (مهدویو، میشر و وایس، ۲۰۱۴). این افراد از حمایت‌های اجتماعی و بهداشتی برخوردار نیستند و شرایط کاری نامناسب، ساعات کاری طولانی و نامنظم با دستمزدهای پایین دارند و هر لحظه ممکن است قراردادهایشان کنسل شود.

در طول ۱۲ سال در هند، تعداد کارکنان خانگی از ۲۳ میلیون در ۱۹۹۹ به ۳۷/۴ میلیون در ۲۰۱۲-۲۰۱۱ رسیده است. امروزه کارکنان خانگی بخش مهم و رو به افزایشی از نیروی کار هند هستند و حدود ۱۵/۲ درصد

جدول ۲. تعداد کارگران خانهمحور در بخش کارگران غیرکشاورزی در شهر و روستا (رعیدانان و همکاران، ۲۰۱۳)

۲۰۱۱-۲۰۱۲		۲۰۰۴-۲۰۰۵		۱۹۹۹-۲۰۰۰		کارگران خانهمحور
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۷/۱	۲۰/۵۱	۱۹/۹	۱۸/۲۶	۱۹/۵	۱۳/۵۶	کارگران روستایی
۱۳/۴	۱۶/۹۴	۱۲/۳	۱۲/۷۴	۱۱/۳	۹/۷۶	کارگران شهری
۱۵/۲	۳۷/۴۵	۱۵/۹	۳۱/۰۱	۱۵	۲۳/۳۲	کل کارگران

از کل نیروی کار غیرکشاورز را به خود اختصاص داده‌اند (جدول شماره ۲).

۳-۳- ایران و کسب‌وکار خانگی

کسب‌وکارهای خانگی در ایران نیز تاریخ دیرینه‌ای دارند و همواره به عنوان یکی از شیوه‌های کسب درآمد و تأمین معیشت در ایران مدنظر بوده‌اند. در سال‌های گذشته با افزایش بیکاری، خانواده‌ها و دولت‌ها به دنبال کاهش این معضل هستند. در دولت دهم با هدف ایجاد اشتغال از طریق سرمایه‌گذاری در کارگاه‌های کوچک و متوسط به کسب‌وکارهای خانگی نیز توجه شد. به این منظور قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی^{۱۰} در جلسه علنی ۱۳۸۹/۲/۲۲ مجلس شورای اسلامی تصویب و در ۱۳۸۹/۳/۸ به تأیید شورای نگهبان رسید. بر اساس این قانون، کسب‌وکار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد، 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 به تولید خدمت یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی منجر می‌شود. شاغلین کسب‌وکار مذکور به چند صورت‌های فعالیت می‌کنند: انجام فعالیت به صورت کارمزدی برای کارفرمای خارج از محیط مسکونی (متقاضی تحت پوشش)، انجام فعالیت مستقل اعم از تأمین مواد اولیه تا عرضه محصول به خارج از محیط مسکونی (متقاضی مستقل) و انجام فعالیت به صورت تعاونی، اتحادیه یا مشارکت با بنگاه‌های بالادستی تأمین‌کننده مواد اولیه و عرضه محصول آنان در بازار، ترجیحاً به صورت کسب‌وکار خوشه‌ای (پشتیبان)^{۱۱}.

بر اساس دستورالعمل اجرایی قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از پشتیبان، اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند که مسئولیت حمایت از تعدادی از شاغلین خانگی را در کل فرایند تولید و ارائه خدمات، اعم از آموزش، تهیه و توزیع مواد اولیه و ابزار کار (حسب مورد)، مشاوره، طراحی، نوآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و فروش بر عهده می‌گیرند. آنان کسانی هستند که به دلیل تجربه و مهارتی که دارند می‌توانند مسئولیت حمایت و ارائه خدمات به تعدادی از شاغلین خانگی را بر عهده بگیرند و از مسئولیت آن‌ها در دیگر حوزه‌ها نظیر تهیه منابع اولیه، نوآوری، بازاریابی و فروش بکاهند. افراد تحت پوشش افرادی هستند که متقاضی انجام فعالیت تحت پوشش پشتیبان هستند و خوداشتغالان مستقل افرادی هستند که می‌توانند با اتکالی به توان شخصی، خلاقیت و ابتکار، به شکل خویش‌فرمایی به فعالیت‌های تولیدی و خدماتی بپردازند که به کسب درآمد منجر می‌شود.

بر اساس جدول شماره ۳ در سال‌های ۹۰ تا ۹۳، یک میلیون ۲۸۸ هزار و ۲۹ فقره مجوز صادر شده است که از این تعداد ۹۹/۶ درصد آن مربوط به متقاضیان فعالیت مستقل و ۰/۴ درصد مربوط به فعالیت پشتیبان حقیقی و حقوقی است. از میان کارگاه‌های مشاغل خانگی که قابل دسترس هستند، ۲۵ درصد مجوز تمدیدشده، ۵۹/۵ درصد مجوز تمدیدنشده دارند و ۵/۱ درصد نیز مجوز ندارند.

10. <http://rc.majlis.ir/fa/law/show/782102>

11. https://mkh.mcls.gov.ir/icm_content/media/image/2017/05/127253_orig.pdf

جدول ۳. مجوزهای صادره برای مشاغل خانگی در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳

سال	مستقل	پشتیبان حقیقی و حقوقی	جمع
۹۰	۶۷۱۷۰۹	۲۹۲۵	۶۷۴۶۳۴
۹۱	۳۳۶۱۱۸	۷۰۹	۴۳۶۸۲۷
۹۲	۱۲۸۰۳۰	۳۷۱	۱۲۸۴۰۱
۹۳	۴۷۳۱۳	۸۵۴	۴۸۱۶۷
جمع	۱۲۸۳۱۷۰	۴۸۵۹	۱۲۸۸۰۲۹

(منبع: اعتبارسنجی و آسیب‌شناسی طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ۱۳۹۴: ۵۲)

۳-۴- حمایت از کسب‌وکارهای خانگی در انگلیس

دوولی در سال ۲۰۰۸ بر این مسئله تأکید می‌کند که افزایش سریع کار خانگی در انگلستان به دلیل تمایلات دولت، کارفرمایان و برنامه‌ریزان نبوده است. این افزایش فرصتی برای اقدام سیاست‌گذاران و حمایت از کسب‌وکار خانگی و در نتیجه کمک به پویایی و تنوع نظام اقتصادی بوده است (دولی، ۲۰۰۸). در آگوست ۲۰۱۴ وزیر کار و کارآفرینی اعلام کرد: «هیچ‌وقت، زمانی بهتر از حالا برای شروع یک کسب‌وکار نبوده و من امروز اعلام می‌کنم که دولت قوانین را تغییر خواهد داد تا شرایط را برای کسب‌وکارهای خانگی در بریتانیا راحت‌تر کند»^{۱۲}. همزمان، بزرگ‌ترین پیمایش کسب‌وکارهای خانگی با هدف روشن کردن تصویر واقعی کسب‌وکارهای خانگی و کمک به توسعه سیاست‌ها، محصولات و خدمات مورد نیاز انجام شد^{۱۳}.

بسته حمایتی‌ای که انگلستان برای کسب‌وکارهای خانگی ارائه کرد شامل این موارد است: قانون جدید، شروع یک کسب‌وکار از خانه را آسان‌تر می‌کند. قوانین به نحوی تغییر کرده که صاحبخانه‌ها مطمئن می‌شوند این امر نمیتواند قرارداد محل مسکونی آن‌ها را تضعیف کند. برخی مجوزها برای شروع یک کسب‌وکار از خانه ضروری نیست. بر اساس عوارض جدید بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی مجبور به پرداخت عوارض نیستند.^{۱۴} حمایت‌هایی که کارآفرینان خانگی را قادر به ایجاد و تداوم کسب‌وکارهایی موفق می‌کند شامل حمایت از کارآفرینان جوان، تسهیل فضای مدیریت‌شده برای شرکت‌های متوسط، ارائه اطلاعات و مشاوره‌های ساده^{۱۵}، دسترسی به گزینه‌های مالی جایگزین و مناسب و فروش به دولت است.^{۱۶}

12. <http://is4profit.com/government-launches-new-support-package-for-home-based-businesses/>

13. <http://nbwn.org/?p=1550>

14. <https://www.gov.uk/government/news/backing-for-home-based-business-boom>

15. For example: 'A Guide to Home Based Business' and 'Taking on an employee'

16. Businesslink.gov.uk

۳-۵- حمایت از کسب‌وکارهای خانگی در هند

مسائل مربوط به حقوق کارکنان خانه‌محور به روش‌های مختلف در برنامه‌های بخش غیردولتی هند مورد توجه قرار گرفته است. در طول چند دهه گذشته، تلاش‌های قابل توجهی از سوی سازمان‌های غیردولتی برای توانمندسازی کارگران شاغل در خانه انجام شده است.^{۱۷}

انجمن زنان خوداشتغال^{۱۸} در ۱۹۷۲ به عنوان یک اتحادیه کارگری تأسیس شد. اعضای این اتحادیه از حقوق عادی با منافع رفاهی نظیر آنچه کارکنان در بخش رسمی به دست می‌آورند، برخوردار نیستند (مهدویو و همکاران، ۲۰۱۴). یکی از اقدامات مهم انجمن زنان خوداشتغال، فراهم کردن امکان دیده‌شدن این کارگران است. این امر از طریق تظاهرات، بروشور، جزوه و فیلم انجام شده است. با بسیج مردم، این اتحادیه در شرایط فقدان نهادهای سازنده قوانین و سیاست‌ها، به صورت محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی عمل می‌کند. این اتحادیه سابقه خوبی دارد و در درون ساختار موجود آن، برای سهم پرداختی بهتر، قیمت عادلانه‌تر، مزایایی نظیر مهدکودک، صندوق امکانات رفاهی نظیر وام مبارزه شده است.

اعضای انجمن زنان خوداشتغال به‌زودی دریافته‌اند تحقیقات عمل‌گرا و تجارب نظری، این جنبش را قوی‌تر می‌کند. از اواسط دهه ۱۹۷۰ این انجمن از مؤسسات تحقیقاتی و محققان مستقل به عنوان یک ابزار هدایتی استفاده کرده است و آکادمی این انجمن نقش مهمی در این جنبش دارد (سین‌ها، ۲۰۰۶). دولت هند کمیته ملی کارگران را در سال ۱۹۹۶ ایجاد کرد. در گزارش این کمیته پیشنهاداتی برای بهبود اوضاع کارگران ارائه شد که شامل این موارد می‌شود: ۱. تأسیس شرکت تعاونی برای رهایی از شرایط ناعادلانه کاری، ۲. کارگران صرف‌نظر از محل کار خود می‌بایست تحت پوشش قانون حداقل دستمزد قرار بگیرند ۳. حفظ منافع کارگران در شرایط مرجوع‌شدن تولیدات (سین‌ها، ۲۰۰۶). اقدام دیگر در هند گزارش شامشاکتی^{۱۹} بود که از سوی کمیسیون ملی برای زنان خوداشتغال (۱۹۸۷-۱۹۸۹) و سایر زنان در بخش غیررسمی برای برابری حقوق کارگران شاغل در کسب‌وکارهای خانگی، تهیه شد. این گزارش شدیداً بر مالکین و کنترل منابع مولد برای زنان فقیر تأکید دارد و از آن به عنوان ابزاری برای گسترش جنبش‌های کارگران شاغل در خانه استفاده شده است.

اعلامیه کاتماندو یکی دیگر از موارد تأثیرگذار بر کارگران خانگی در هند است که در نتیجه مذاکره کارگران خانگی و سازمان‌های آن‌ها، سیاست‌گذاران دولتی شرق آسیا و محققین در اکتبر ۲۰۰۰ تنظیم شد (سین‌ها، ۲۰۰۶). این اعلامیه به این موارد اشاره می‌کند: شکل‌دادن به سیاست ملی برای کارگران خانگی در هر کشور، حمایت حداقلی که شامل حق سازماندهی، پاداش حداقلی، امنیت و بهداشت شغلی، حمایت‌های اجتماعی قانونی، زایمان، مراقبت از بچه‌ها، توسعه مهارت و برنامه‌های سوادآموزی است، دسترسی به بازار و منابع اقتصادی که شامل مواد خام، زیرساخت‌های بازاریابی، تکنولوژی، اعتبار و اطلاعات است، ایجاد صندوق‌های سرمایه برای کارگران خانه‌محور، که می‌تواند بیمه‌هایی برای خطر بیماری‌ها،

17. SEWA·Annapurna Mahila Mandal, Dinesh Beedi Cooperative و Lijjat Pappad

18. Self Employed Women's Association

19. Shram Shakti

مرگ، پیری، تصادف، ازدست‌دادن معیشت پایدار و موارد احتمالی باشد و افزایش داده‌های آماری رسمی بر اساس دسته‌بندی‌های مختلف از کارگران در بخش غیررسمی.

۳-۶- حمایت از کسب‌وکارهای خانگی در ایران

قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ به تصویب رسید و به منظور حمایت و گسترش مشاغل خانگی، ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی تشکیل شد. اختیارات این ستاد شامل تعیین سیاست‌های اجرایی مشاغل خانگی، تعیین راهکارهای پیوند کسب‌وکار خانگی یا بازار سرمایه بیرونی اعم از داخلی و بین‌المللی، ایجاد هماهنگی در دستورالعمل‌های حمایتی و نظارتی دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط درباره مشاغل کسب‌وکار خانگی و ارزیابی مستمر نقش اجتماعی و اقتصادی مشاغل در توسعه ملی و غیره است.

با توجه به گذشت پنج سال از تصویب و اجرای قانون مشاغل خانگی، آسیب‌شناسی و مطالعات تطبیقی انجام‌شده، مشکلات و مواردی نظیر توسعه فعالیت‌های شبکه‌ای، راهنمایی، مشاوره و ارزیابی متقاضیان، تنوع شیوه‌های آموزشی، بازار، توسعه رشته‌های نوین، توجه به مزیت‌های نسبی و رقابتی و هدمندی حمایت‌ها در فرایند گذشته مشاغل خانگی شناسایی شد. بنابراین با هدف رفع نواقص یادشده، در فرایند پیشین مشاغل خانگی بازنگری شد و مدل جدید توسعه مشاغل خانگی طراحی و ارائه شد. بر اساس این مدل جدید، مراحل اجرا و وظایف دستگاه‌های اجرایی طراحی شده است که شامل بررسی اولویت و پتانسیل منطقه‌ای، بررسی و تأیید طرح‌ها، توانمندسازی متقاضیان، اتصال به بازار، حمایت‌های مالی و غیرمالی، فروش و بازاریابی و نظارت، است.

درنهایت بر اساس الگوی جدید توسعه مشاغل خانگی، فرایند اجرایی الگوی توسعه مشاغل خانگی در سه مرحله اتفاق می‌افتد: ۱. بررسی، شناسایی، اولویت‌بندی مزیت‌ها و هماهنگی‌های اولیه، ۲. توانمندسازی، ۳. اتصال به بازار. این طرح به‌تازگی در کشور به صورت پایلوت اجرایی شده است.

۳-۷- مشترکات و تفاوت‌های کسب‌وکارهای خانگی ایران، هند و انگلیس

اطلاعات خلاصه‌شده این بخش از طریق بررسی مفصلی از آمارهای موجود به دست آمده است که شرح آن‌ها در این مقاله نمی‌گنجد. بنابراین خلاصه آن‌ها در ادامه آمده است:

در انگلستان در ۲۰۱۴ نسبت کارکنان شاغل در خانه به کل کارکنان حدود ۱۳/۹ درصد و در هند نسبت کارکنان شاغل در خانه به کل کارکنان شاغل در بخش غیرکشاورزی ۱۵/۲ درصد تخمین زده شده است. البته اگر تعداد شاغلین خانگی در بخش کشاورزی به این آمار اضافه شود، احتمالاً این نسبت بیشتر می‌شود. در ایران به دلیل نبود آمار نمی‌توان گزارشی در این زمینه ارائه کرد.

در انگلستان کسب‌وکارهای مربوط به خدمات کامپیوتری و فعالیت‌های مربوط به ساخت‌وساز و خدمات شغلی نسبت به سایر کسب‌وکارها درصد بیشتری از کسب‌وکارهای خانگی را به خود اختصاص می‌دهند؛ به

طوری که بررسی‌های سال ۲۰۱۴ نشان می‌دهد در انگلستان مشاغلی که مدرن و همراه با تکنولوژی دیجیتال هستند، محبوبیت بیشتری دارند. مشاغلی که در خانه انجام می‌شوند در مقایسه با سایر مشاغل نیازمند مهارت و تخصص بیشتری هستند. در هند، حوزه تولید، به‌ویژه حوزه تولید پوشاک و پارچه بیشترین تعداد کارکنان خانگی را دارند. این کارکنان عموماً بخشی از یک زنجیره ارزش هستند و به شرکت‌ها و کارخانه‌های بزرگ برای تولید محصولات با قیمت پایین‌تر کمک می‌کنند. در بخش تولیدی نیز فعالیت‌هایی نظیر تولید پوشاک، تولید پارچه، تولید محصولات تنباکویی بیشترین فراوانی را دارد. تولیدات خانگی هند، هنوز هم در حوزه کالاهایی است که نیاز به تکنولوژی چندانی ندارد. در ایران قالیبافی، نازک‌دوزی زنانه، پرورش گوسفند و بز، خیاطی لباس عروس، تایپ و غیره بیشترین تقاضا را برای دریافت مجوز دارند. در بین سه رشته پرتقاضا عموماً کسب‌وکارهای سنتی و صنایع‌دستی و نگهداری از حیوانات کوچک وجود دارد و تنها در مواردی اندک با مشاغلی مانند، تایپیست و گرافیک کامپیوتری مواجه می‌شویم که با تغییرات تکنولوژیک هماهنگ هستند.

در انگلستان در سال‌های گذشته علاوه بر بحران‌های اقتصادی، تغییرات اجتماعی باعث شده افراد تمایل داشته باشند با استفاده از مهارت‌ها و شبکه‌های حرفه‌ای برای خودشان کار کنند. تغییرات تکنولوژیک نیز این فرصت را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. از طرف دیگر در انگلستان شرکت‌های بزرگ حول پروژه‌ها سازماندهی شده‌اند از این رو کار دائمی کاهش و برون‌سپاری افزایش یافته است. البته برون‌سپاری‌ها اکثراً مبتنی بر تکنولوژی، کامپیوتر و کار افراد متخصص و حرفه‌ای است. در هند به دلیل اصلاحات اقتصادی، برون‌سپاری بیشتر شده است و این برون‌سپاری‌ها عموماً برخلاف انگلستان مبتنی بر کار یدی نیروی انسانی است؛ نیرویی که چندان باسواد و ماهر نیز نیست. در ایران بر اساس تعداد مجوزهای صادره می‌توان گفت این کسب‌وکارها عموماً در حوزه سنتی و صنایع دستی و غیره است و ارائه خدمات، به‌ویژه خدماتی که از طریق اینترنت به‌سادگی در دسترس باشد هنوز جایگاه چندانی ندارد.

در انگلستان عموماً کسب‌وکارهای خانگی را افراد خوداشتغال اداره می‌کنند؛ به طوری که حدود دوسوم صاحبان کسب‌وکارهای خانگی برای خودشان کار می‌کنند. در هند اکثریت کارگران خانگی برای کارفرمایان کار می‌کنند و عموماً بخشی از زنجیره ارزش محلی، ملی و بین‌المللی هستند. در ایران اکثر کسب‌وکارهای خانگی به صورت مستقل انجام می‌شود و تعداد کسب‌وکارها در قالب پشتیبان اندک است. در انگلستان یکی از علل و همچنین پیامدهای انتخاب این نوع کسب‌وکار، افزایش کیفیت زندگی است. در حالی که در هندوستان این کسب‌وکارها به‌ویژه برای کارگران در بخش‌هایی نظیر پوشاک، نساجی، عودسازی و غیره، به دلیل شرایط نامساعد کاری، نامناسب بودن کیفیت خانه‌ها و غیره باعث کاهش کیفیت زندگی شده است ادامه همین روند افزایش مشکلات جسمانی را به دنبال دارد. این امر درباره کسب‌وکارهای خانگی در ایران از آن رو که می‌تواند امکانی برای تأمین مالی خانواده ایجاد کند، موجب بهبود کیفیت زندگی می‌شود، با این حال توانایی مدیریت بین کار و زندگی در کیفیت زندگی آنان تأثیر دارد.

از جمله علت‌های مهم انتخاب کسب‌وکارهای خانگی در انگلستان؛ مقرون به صرفه بودن، راحتی، بی‌نیازی به رفت‌وآمد، هماهنگی با نیازهای خانواده و شروع یک کار کم‌خطرتر است و در هند ایت دلایل استقلال مالی،

توانایی انجام کار خانه و سایر وظایف، قابلیت انعطاف‌پذیری زمان و غیره است. در ایران این انتخاب راهی برای تأمین مالی خانواده، شروع یک کسب‌وکار با هزینه پایین و تمایل به استقلال شغلی است. در انگلستان صاحبان کسب‌وکارهای خانگی کمتر از دیگر کسب‌وکارها به درآمد این کار به عنوان تنها محل درآمدشان تکیه می‌کنند، (۶۱ درصد در مقابل ۷۱ درصد). حدود ۹ درصد روی سایر منابع درآمدی و ۱۳ درصد نیز روی حقوق بازنشستگی حساب می‌کنند. نکته مهم این است که میانگین درآمدی کارکنان خانگی در انگلستان بیشتر از سایر کارکنان است. در هند تنها ۱۲ درصد از کارگران خانگی به این نوع شغل به عنوان درآمد اصلی تکیه می‌کنند، با این حال آن را درآمد بسیار مهمی ارزیابی می‌کنند. در ایران ۱۵/۶۳ درصد از کل شاغلان کسب‌وکارهای خانگی علاوه بر این کسب‌وکار دیگر کسب‌وکار دیگری نیز دارند. نکته جالب توجه این است که در بین شاغلان مرد در کسب‌وکارهای خانگی، ۴۱/۶ درصد شغل دیگری داشتند. در حالی که تنها ۹ درصد از زنان این بخش شغل دیگری علاوه بر کسب‌وکار خانگی داشتند.

با مطرح شدن مجدد کسب‌وکارهای خانگی در کشورهایی با شرایط اقتصادی مختلف، تصویب قوانین مطابق با نیازمندی‌ها و شرایط این کسب‌وکارهاست؛ برای مثال بر اساس قوانین موجود در ایران و انگلستان تا وقتی که کسب‌وکارهای خانگی مزاحمتی برای همسایه‌ها به وجود نیاورند، شاغلان نیازی به تغییر کاربری برای محل کارشان و ثبت قانونی خانه به عنوان دفتر کار ندارند. در هندوستان به دلیل تفاوت در شرایط کاری کسب‌وکارهای خانگی، اقدامات و کارهایی که برای بهبود این حوزه پیشنهاد شده است بیشتر مربوط به رفع محدودیت‌ها و تبعیض‌هایی است که شرایط سخت کاری و نبود قوانین حمایتی بر آنان تحمیل می‌کند.

بازار و بازاریابی از جمله مهم‌ترین مشکلاتی است که بر سر راه مشاغل خانگی وجود دارد و بدون آن‌ها پایداری شغل و کسب‌وکار عملاً اتفاق نمی‌افتد. در حالی که عموماً مالکان کسب‌وکارهای خانگی اطلاع چندانی از این امر و شیوه‌های تأثیرگذار برای بازاریابی و نحوه به‌دست‌آوردن اطلاعات مربوط به بازار ندارند. در انگلستان، حدود یک‌سوم کسب‌وکارهای خانگی روی بازار بین‌المللی و همین اندازه هم روی بازار ملی کار می‌کنند. در هند، ۴۳ درصد از کارکنان خانگی گزارش داده‌اند تولیدات آن‌ها در بازار محلی به فروش می‌رسد، در حالی که ۵۰ درصد گفته‌اند در بازار کشوری به فروش می‌رسد. تنها دو درصد از کارکنان بخش عودسازی سنتی گفته‌اند محصولات آن‌ها به بازارهای جهانی می‌رود، اطلاعاتی از سایر کسب‌وکارها در دست نیست، اما با توجه به اینکه عموماً آن‌ها در درون زنجیره ارزش عمل می‌کنند مشتریان بین‌المللی آن‌ها می‌بایست قابل توجه باشد.

البته آنچه بهتر است به آن توجه شود، این است که در انگلستان با توجه به مناسب بودن زیرساخت‌های مربوط به فعالیت‌های اقتصادی و امکان دسترسی به بازارهای مختلف، دسترسی به بازار برای کسب‌وکارهای خانگی با سهولت بیشتری اتفاق می‌افتد و در هند غالباً این مشاغل درون فعالیت‌های پشتیبانی که به بازارهای ملی و بین‌المللی دسترسی دارند اتفاق می‌افتد، بنابراین دسترسی به بازار و فروش در بیشتر مواقع بر عهده شرکت‌های بزرگ‌تر و پشتیبانان است و دستیابی به بازار حداقل برای کارکنان خانگی مشکل‌چندان عمده‌ای نیست. در حالی که درباره کسب‌وکارهای خانگی در ایران یکی از موانع عمده برای پایداری، دسترسی به بازار، چه داخلی و چه خارجی است. در ایران نیز تنها ۲/۲ درصد اعلام کرده‌اند بازار ملی و ۰/۳ درصد گفته‌اند بازار خارجی دارند.

خدماتی که در عرصه توسعه کسب‌وکار ارائه و می‌تواند موجب رشد این کسب‌وکارها شود؛ آموزش، اطلاع‌رسانی، شفافیت اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای است. این آموزش‌ها می‌بایست به صورتی ارائه شود که در دسترس باشد و نیاز به پیمودن مسافت زیادی برای دسترسی به آن‌ها وجود نداشته باشد. از سال ۲۰۱۴ دولت انگلستان تلاش کرده شرایط شروع و ادامه کسب‌وکارهای خانگی در انگلستان را تسهیل کند. از این رو به روزسازی سیاست‌های موجود را دنبال و تلاش کرده هزینه شروع یک کسب‌وکار خانگی را کاهش دهد و اطلاعات و مشاوره‌های لازم را به صورت در دسترس و فراگیر در اختیار علاقه‌مندان به این حوزه قرار دهد. برای این امر کتابچه‌ها، راهنماها و صفحه‌های کاربردی متعددی نیز در سایت‌های رسمی دولتی طراحی شده است. در هند بخش اعظم این کار از طریق نهادهای غیردولتی انجام می‌شود. در ایران نیز بر اساس قانون کسب‌وکارهای خانگی و اصلاحات و آیین‌نامه‌های مربوط به آن، تلاش شده تسهیلاتی در اختیار این کسب‌وکارهای قرار گیرد و در یک سال گذشته تغییرات بسیاری روی این سایت به منظور دسترسی به اطلاعات و راهنمایی‌های موردنیاز انجام شده است و علاقه‌مندان به‌آسانی می‌توانند به صورت آنلاین به اطلاعات موردنیازشان برسند.

۳-۸- فضای کسب‌وکار

همان‌طور که اشاره شد از جمله عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کسب‌وکارها، فضای کسب‌وکار است و کسب‌وکارهای خانگی نیز از این قاعده مستثنا نیستند. شاخص‌های بین‌المللی محیط کسب‌وکار از منظر ابعاد و محیط‌های مورد شمول، قابل تفکیک به دو گروه هستند: شاخص‌هایی که به یک بُعد خاص می‌پردازند، مانند شاخص انجام کسب‌وکار بانک جهانی و شاخص‌هایی که پوشش وسیع‌تر و نسبتاً جامع‌تری نسبت به ابعاد و اجزای محیط کسب‌وکار دارند، مانند شاخص رقابت‌پذیری جهانی^{۲۰}.

چنان‌که در جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود بر اساس داده‌های سال ۲۰۱۶، ایران نسبت به سال ۲۰۱۰ از نظر رتبه و امتیاز سیر نزولی داشته است. هرچند در این سال‌ها فراز و فرودهایی نیز مشاهده شده است. در سال ۲۰۱۶ هند توانسته است رتبه خود را نسبت به سال گذشته به طور چشمگیری (۱۶ رتبه) بهبود ببخشد و نسبت به سایر کشورها شاخص باشد. انگلستان در سال ۲۰۱۶ از این شاخص رتبه هفت را کسب کرده که نسبت به سال گذشته سه رتبه بهتر شده است، این کشور از سال ۲۰۱۱ جزء ۱۰ کشور برتر دنیا در این شاخص است. این جایگاه خوب در شاخص رقابت‌پذیری برای انگلستان به عواملی چون بازار کارآمد کالا، نیروی کار، پیشرفته‌بودن کسب‌وکارها و همین‌طور آمادگی بالا در حوزه فناوری ارتباط دارد که در وضعیت مناسب این کسب‌وکارها در انگلستان تأثیرگذار بوده‌اند. در بسیاری از موارد ویژگی‌ها و موفقیت کسب‌وکارهای خانگی تحت تأثیر میزان توسعه و شرایط اقتصادی کشورهاست. بر اساس شاخص رقابت‌پذیری جهانی، کشورها سه مرحله توسعه دارند که بین آن‌ها دو مرحله گذاری وجود دارد. سه مرحله اصلی توسعه که شامل منبع‌محور^{۲۱}،

۲۰. دفتر پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، معاونت پژوهش‌های اقتصادی، وضعیت ایران در آخرین گزارش رقابت‌پذیری جهانی (۲۰۱۷-۲۰۱۶)

21. Factor Driven

در اقتصادهایی که منبع‌محور هستند، عوامل اساسی از جمله منابع طبیعی و نیروی کار نیمه‌ماهر و ارزان مهم‌ترین مزیتشان است.

جدول ۴. وضعیت ایران در اجزای شاخص رقابت‌پذیری

۲۰۱۷-۲۰۱۶ از میان ۱۳۸ کشور						
هند		انگلستان		ایران		ارکان دوازده‌گانه شاخص
رتبه	امتیاز (۷-۱)	رتبه	امتیاز (۷-۱)	رتبه	امتیاز (۷-۱)	
۴/۵	۳۹	۵/۵	۷	۴/۱	۷۶	شاخص رقابت‌پذیری
۴/۶	۶۳	۵/۶	۲۳	۴/۶	۶۱	نیازهای اساسی
۴/۴	۴۲	۵/۵	۱۴	۳/۶	۹۰	نهاده‌ها
۴	۶۱	۶	۹	۴/۲	۵۹	زیرساخت‌ها
۴/۵	۷۵	۴/۴	۸۵	۴/۶	۷۲	محیط اقتصاد کلان
۵/۵	۸۵	۶/۵	۱۷	۶/۱	۴۹	بهداشت و آموزش ابتدایی
۴/۴	۴۶	۵/۶	۵	۳/۹	۸۹	عوامل تقویت‌کننده
۴/۱	۸۱	۵/۵	۲۰	۴/۶	۶۰	آموزش عالی و تحصیلات تکمیلی
۴/۱	۶۰	۵/۳	۹	۴	۱۱۱	کارایی بازار کالا
۴/۱	۸۴	۵/۵	۵	۳/۲	۱۳۴	بهره‌وری بازار کار
۴/۱	۳۸	۴/۹	۱۶	۲/۹	۱۳۱	توسعه بازار مالی
۳	۱۱۰	۶/۳	۳	۳/۳	۹۷	آمادگی فناوری
۶/۴	۳	۵/۷	۹	۵/۲	۱۹	اندازه بازار
۴/۲	۳۰	۵/۳	۹	۳/۳	۱۰۱	عوامل مؤثر بر نوآوری و پیشرفته‌بودن
۴/۴	۳۵	۵/۶	۷	۳/۵	۱۰۹	پیچیدگی فعالیت بازار / پیشرفته‌بودن کسب‌وکارها
۴	۲۹	۵	۱۳	۳/۲	۸۹	نوآوری

کارایی محور^{۲۲} و نوآوری محور^{۲۳} است و دو مرحله گذاری شامل مرحله گذار از سطح یک به دو و مرحله گذار از سطح دو به سه است. بر اساس این دسته‌بندی و بررسی‌های شاخص رقابت‌پذیری جهانی در گزارش ۲۰۱۷-۲۰۱۶، ایران در دسته کارایی محور، هند در دسته منبع محور و انگلستان در دسته نوآوری محور قرار داشته‌اند (انجمن جهانی اقتصاد، ۲۰۱۶، ۲۰۱۷). البته می‌بایست خاطر نشان کرد، ایران در گزارش ۲۰۱۶ برای اولین بار در طول این هفت سال از مرحله گذار عبور کرده و وارد دسته‌بندی مرحله مبتنی بر کارایی شده است که این به دلیل بهبود امتیاز کشور در عوامل تقویت‌کننده کارایی از ۳/۸ به ۳/۹ بوده است^{۲۴}. البته بر اساس شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی ایران هنوز هم در دسته کشورهای منبع محور قرار دارد. این دسته‌بندی می‌تواند علت رشد انواع کسب و کار خانگی را در هر یک از کشورها بازگو کند.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

بررسی‌های آماری و اظهارات مسئولان و مطلعان درباره کسب و کارهای خانگی در بخش‌های مختلف دنیا نشان می‌دهد در سال‌های اخیر بار دیگر توجه به این نوع از کسب و کارها به عنوان راهی برای دستیابی به معیشت پایدار، کارآفرینی یا سبک زندگی که در آن شرایط کاری منعطف است و افراد می‌توانند با هزینه اندک از مزایای یک شغل مستقل بهره‌مند باشند، جلب شده است. از این رو این کسب و کارها نیازمند توجه و حمایت بیشتری هستند و در این راه مطالعه شرایط و تجارب سایر کشورها کمک‌کننده خواهد بود.

انگلستان و هند از جمله کشورهایی هستند که کسب و کار خانگی در آن‌ها مورد توجه است و در سال‌های اخیر نیز از جانب دولت‌ها و در هند، به‌ویژه از جانب مؤسسات غیردولتی، اقداماتی در جهت حمایت از آن‌ها صورت گرفته و تلاش شده است تمهیداتی برای بهبود شرایط این کسب و کارها و موفقیت آن‌ها اندیشیده شود. در هند عموماً هر شاغل خانگی، بخشی از یک زنجیره ارزش است که در بخش‌های پایین آن کارگران خانگی به کار تولید محصولات می‌پردازند و در نهایت شرکت‌های بزرگ، کار بازاریابی محصولات را انجام می‌دهند. در این کشور کسب و کارهای خانگی از طریق اتصال به زنجیره ارزش توانسته‌اند تداوم و حیات خود را حفظ کنند و این امر توانسته تا حدی جبران‌کننده ضعف زیرساخت‌های فیزیکی و اقتصادی باشد، از طرف دیگر سازمان‌های غیردولتی تلاش کرده‌اند شرایط کاری نامناسب این کسب و کارها را بهبود بخشند. در انگلستان

22. Efficiency Driven

مزیت رقابتی آن‌ها مبتنی بر تمایل و توانایی سرمایه‌گذاری مردم و شرکت‌هایشان است. در این نوع اقتصادها، شرکت‌ها برای ایجاد تسهیلات مدرن، کارآمد و اغلب بزرگ‌مقیاس، سرمایه‌گذاری می‌کنند. آن‌ها برای تولید محصولات خارجی و فناوری فرایندهای تولید پیچیده‌تر از طریق گرفتن مجوزهای تولید از شرکت‌های بین‌المللی و خارجی و سرمایه‌گذاری مشترک و نظایر این‌ها تلاش می‌کنند.

23. Innovation Driven

اقتصاد نوآوری محور عوامل تولید پیشرفته و تخصصی دارد. در این نوع اقتصاد برای برخی از مواردی که در آن مزیت ندارند، تلاش می‌کنند تا دستیابی به مزیت در آن زمینه‌ها را تسریع کنند. در این اقتصادها، شرکت‌ها، استراتژی‌های جهانی کسب و کار را توسعه می‌بخشند. (گزارش جم، ۱۳۹۴).

۲۴. گزارش وضعیت رقابت‌پذیری ایران در گزارش رقابت‌پذیری جهانی ۲۰۱۷-۲۰۱۶، معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

هم غالباً با کسب و کارهای مستقل مواجه هستیم که به دلیل وجود زیرساخت‌های مناسبی مانند حمایت‌های مالی در دسترس برای کسب و کارهای کوچک و متوسط، سیاست‌های کلی، آموزش کارآفرینی، زیرساخت‌های قانونی و فیزیکی و غیره که شرایط مناسبی برای کسب و کارهای مستقل فراهم می‌کنند، می‌توانند به خوبی کار کنند. بیشتر فعالیت‌های انجام شده در این نوع کسب و کار در انگلستان در خدمات شغلی، خرده‌فروشی و صنعت خلاقیت است که عموماً مدرن و دیجیتال هستند. در ایران کسب و کارهای خانگی به دو صورت مستقل و پشتیبان دسته‌بندی می‌شوند که پشتیبانان موفق‌تر گزارش شده‌اند.

با توجه به بررسی‌های انجام شده در سطح این کسب و کارها و فضای کسب و کارها در این کشورها، به منظور بهبود شرایط کسب و کارهای خانگی در ایران، این موارد پیشنهاد می‌شوند: ۱. گام اول پذیرش کسب و کارهای خانگی به عنوان یک فرصت اشتغال‌زایی است. ۲. به منظور طراحی حمایت‌ها و اقدامات اثربخش، سیاست‌گذاران می‌بایست با دوره‌های مختلف یک کسب و کار خانگی شامل راه‌اندازی، بقا و رشد آشنا باشند و حمایت‌های موردنیاز برای هر دوره پیش‌بینی و اجرا شود. این ناآشنایی موجب می‌شود اکثر حمایت‌ها مربوط به دوره راه‌اندازی و گاه دوره بقا باشد و از آن به بعد کسب و کارها به حال خود رها شوند. ۳. کسب و کارهای خانگی به‌ویژه در شکل‌های مستقل خود، توسط افرادی راه‌اندازی می‌شوند که مهارتی در تولید یک کالا یا خدمت دارند در حالی که شناخت چندانی از بازار ندارند. بنابراین برای رشد و تداوم نیازمند مشاوره و آموزش هستند. این آموزش‌ها و مشاوره‌ها بهتر است کوتاه‌مدت، سهل‌الوصول و مستمر باشد. صاحب کسب و کار تا حد امکان می‌بایست توانمند شود تا بتواند با چالش‌های موجود مواجه شود. این آموزش‌ها می‌بایست در همه مراحل کسب و کار وجود داشته باشد. ۴. بازار و بازاریابی یکی از عوامل اساسی برای موفقیت کسب و کارهای خانگی، به‌ویژه در مرحله بقاست، توسعه امکان فعالیت‌های بازاریابی الکترونیک، ایجاد مغازه‌های مجازی در بازارهای اینترنتی و رساندن محصولات و خدمات فروخته شده در این بازارها، با کمترین قیمت ممکن، بهترین اتفاقی است که می‌تواند در دسترسی به بازار از سوی این کسب و کارها بیفتد. ۵. صاحبان کسب و کارهای خانگی اکثراً از ارتباطات و شبکه‌هایی که اطلاعات لازم را درباره بازاریابی، فرصت‌های بازار، بهبود کیفیت و غیره در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد نیز محروم هستند و از آن رو که کسب و کارشان را در خانه انجام می‌دهند حتی ممکن است ارتباطاتشان را نیز از دست بدهند. بنابراین برای دسترسی به شبکه‌ها و ایجاد آن‌ها، دسترسی به اطلاعات و ایجاد فرصت‌هایی برای گردهم آمدن آن‌ها و مراودات اجتماعی و دوستانه با سایر صاحبان کسب و کارها به‌ویژه در مرحله رشد می‌تواند کمک کننده باشد. ۶. صاحبان کسب و کارهای خانگی در مراحل اولیه شکل‌گیری و شروع غالباً هزینه‌های اولیه را به روش خویش راه‌انداز تأمین می‌کنند، اما برای ادامه کار نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتری دارند و نیازمند حمایت‌های مالی با بهره کم و با سهولت دسترسی هستند. ۷. با توجه به رشد تکنولوژی‌ها و سیطره آن‌ها در زندگی فردی، اجتماعی و فضای کسب و کار، می‌بایست بیشترین توجه دولت‌ها به فراهم کردن زیرساخت‌های لازم در این حوزه باشد و اطلاعات و آگاهی لازم درباره عرصه‌های جدید کسب و کار به سهولت در اختیار افراد، به‌ویژه افراد تحصیل کرده قرار بگیرد.

دستیابی به اهداف بالا تا حدی نیازمند بهبود فضای کسب و کار به صورت کلی در کشور، وجود اطلاعات شفاف و مبسوط درباره کسب و کارهای خانگی و سازمان‌هایی است که بر اساس قانون می‌بایست خدماتی را در اختیار

این کسب‌وکارها قرار دهند. سازمان‌های مذکور می‌بایست هم‌جهت باهم و به صورت شبکه‌ای خدمات و امکانات لازم را در اختیار متقاضیان و همچنین اطلاعات لازم را در اختیار سایر نهادها قرار دهند، در غیر این صورت بخش اعظمی از منابع بدون بهره‌وری از بین خواهد رفت.

همان‌طور که ملاحظه شد در شاخص فضای کسب‌وکار و عوامل آن ایران شرایط مناسبی ندارد. هرچند تأثیر هر کدام از اجزای این شاخص به تفضیل درباره کسب‌وکارهای خانگی قابل بررسی است، بررسی انجام‌شده نشان می‌دهد مسائل حوزه نهادی که شامل حقوق مالکیت، حمایت از مالکیت فکری، سوءاستفاده از منابع عمومی، اعتماد عمومی به سیاست‌مداران، رشوه‌خواری و پرداخت‌های خارج از قاعده، نقش روابط در تصمیم‌گیری مقامات دولتی، به‌هدر رفتن منابع به وسیله دولت، دست‌وپاگیر بودن مقررات دولتی، شفافیت در سیاست‌گذاری دولتی، اخلاق کار و غیره از جمله مشکلاتی است که بارها در بررسی‌های ایران بدان اشاره شده است و نیازمند توجه بیشتر در حوزه کسب‌وکارهای خانگی است، این مشکلات باعث ناکارآمدی سیاست‌گذاری‌ها در این حوزه می‌شود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

همه اصول اخلاقی در این مقاله رعایت شده است. شرکت‌کنندگان اجازه داشتند هر زمان که مایل بودند از پژوهش خارج شوند. همچنین همه شرکت‌کنندگان در جریان روند پژوهش بودند. اطلاعات آن‌ها محرمانه نگه داشته شد.

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

مشارکت‌نویسندگان

مفهوم‌سازی، روش‌شناسی، تحقیق و بررسی، ویراستاری و نهایی‌سازی نوشته: تمام نویسندگان.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان، این مقاله تعارض منافع ندارد.

References

- AbdulKader, R. & Mohamad C. I. (2009). Success Factors for small rural entrepreneurs under the one-district-one-industry programed in Malaysia. *Contemporary Management Research*, 5(2), 147-62. [DOI:10.7903/cmr.1173]
- Adeokun, C. O., & Ibem, E. O. (2016). Home-based enterprises: Implications for housing and urban planning in Nigeria. *Journal of Architectural and Planning Research*, 33(1), 71-89.
- Ahmadpour, M., & Moghimi, M. (2016). [*The basics of entrepreneurship* (Persian)]. Tehran: Farandish.
- Ali, S., R. Paguio, & J. Breen. (2011). Local government support programs for home based businesses: Challenges and strategies. *International Journal of Business Research*, 11(1), 164-75.
- Allameh Tabataba'i University. (2015). [*Validation and pathology of organizing and home care supporting* (Persian)]. Tehran: Allameh Tabataba'i University.
- Beale, H. B. (2004). *Home-based business and government regulation*. Washington: Office of Advocacy.
- Baker, Th. L. (2007). Doing social research [Nayebi, H., Persian trans.]. Tehran: Ney.
- Chen, M. A., & Raveendran, G. (2011). Urban employment trends in India: Recent trends and patterns. *The Journal of Applied Economic Research*, 6(2), 159-79. [DOI:10.1177/097380101200600204]
- Dewly, T. (2008). Can our economy work at home? Can homeworking save the planet? In: T. Dewly, A. Lake (Eds.), *How Homes Can Become Workspace in Low Carbon Economy*. London: Smith Institute.
- Dwelly, T., K. Marguire & F. Truscott. (2006). *Under the radar: Tracking and supporting rural home-based business*. Penzance: Cheltenham and Live Work Network.
- Global Labour Institute for HomeNet South Asia. (2012). *Promoting the ILO home work convention (C177) and the rights of homeworkers: A manual for workers' educators and facilitators*. Geneva: Global Labour Institute for HomeNet South Asia.
- Hastings, D., Anwar, N., & Chowdhury, G. (2018). *Exploring the collaborative activities of home-based businesses In OECD countries*. Paper Presented at: Conference or workshop item. Oxford, England, 27 March 2018.
- Hosseinzadeh, M. H., & Maleksadati, S. (2011). [Institutional obstacles to investment and business in Iran (Persian)]. *Iranian Journal of Trade Studies*, 15(59), 25-74.
- Institute of Chartered Accountants in England and Wales. (2011). *UK enterprise survey report 2011, a unique annual insight into business competitiveness and globalization* [Internet]. Retrived from: <https://www.icaew.com/-/media/>
- Office of Iranian Entrepreneur World Watch.(2015). *Evaluating entrepreneurship indicators in Iran based on global entrepreneurship watch model* (Persian)]. Tehran: Institute of Labor and Social Security.
- Iranian Encyclopedia Foundation. (2016). [Home business encyclopedia (persian)]. Tehran: *Iranian Encyclopedia Foundation*.
- Jain, A., & Courvisanos, J. (2013). Home based business in suburban peripheral regions and government policy: A case study of Casey, Melbourne, Australia. *Australasian Journal of Regional Studies*, 19(2), 295-318.
- Kellett, P. R. & Tipple G. (2002). *Home-based enterprise and housing policy: Evidence from India and Indonesia*. In: Paper presented at the ENHR 2002 Conference, Vienna, Austria, 2 May 2002.
- Mahadevia, D., Mishra, A., & Vyas, S. (2014). *Informal economy monitoring study: Home-based workers in Ahmedabad, India*. Manchester: Wiego.

- Mason C, Reuschke D. (2015). Home truths: The true value of home-based businesses. London: Federation of Small Businesses.
- Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-39. [DOI:10.1080/00343401003614241]
- Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-39. [DOI:10.1080/00343401003614241]
- Mehrabani, V. (2011). [Regulations in labor market and its effect on productivity: evidence from iranian industries (Persian)]. *Iranian Journal of Economic Research*, 15(45), 199-220.
- Mehrotra, S., Biggeri, M. (2002). *Social protection in the informal economy: Home based women Workers and outsourced manufacturing in Asia*. Florence: UNICEF Innocenti Research Center.
- Office for National Statistics. (2014). *Characteristics of home workers*. Christchurch: Office for National Statistics.
- Rani, U., & Unni, J. (2009). Do economic reforms influence home-based work? Evidence from India. *Feminist Economics*, 15(3), 191-225. [DOI:10.1080/13545700902835586]
- Raveendran, G., Sudarshan, R. M., & Vanek, J. (2013). Home-based workers in India: Statistics and trends. *WIEGO Statistical Brief*, (10), 1-9.
- Redmond, J., & Walker, E. A. (2010). Home-based business policy and return on investment for the community. *Small Enterprise Research*, 17(2), 150-64. [DOI:10.5172/ser.17.2.150]
- Sinha, S. (2006). *Rights of home based worker*. New Delhi: National Human Rights Commission.
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home-based enterprises in four developing countries: Do they constitute 'decent work'? *Work, Employment and Society*, 20(1), 167-79. [DOI:10.1177/0950017006061280]
- Unni, J. & Rani, U. (2005). *Home-based work in India: A disappearing continuum of dependence?* Ahmedabad: Gujarat Institute of Development Research Gota.
- Verrest, H. (2007). Home-based economic activities and Caribbean urban livelihoods: Vulnerability, ambition and impact in Paramaribo and port of Spain. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- World Economic forum. (2016). *The global competitiveness report 2015-2016*. Cologny: World Economic forum.
- World Economic forum. (2017). *The global competitiveness report 2016-2017*. Cologny: World Economic Forum