

موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه

روح‌اله رضائی^۱، بهمن نجفی^۲

۱. دانشیار دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان

۲. کارشناس ارشد توسعه روستایی، دانشگاه زنجان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۲/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۷/۰۶

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه انجام گرفت. این تحقیق برحسب هدف کاربردی و به‌لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی است. جامعه آماری این تحقیق ۲۲۷ نفر از روستاییان دارای کسب‌وکار خانگی ثبت و تأییدشده در مناطق روستایی شهرستان ارومیه بودند. با توجه به جدول کرجسی- مورگان، ۱۸۱ نفر از آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده برای انجام تحقیق انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته بود. روایی پرسشنامه با نظر کارشناسان و متخصصان تأیید شد. به‌منظور تعیین پایایی ابزار تحقیق، پیش‌آزمون انجام گرفت که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای مقیاس اصلی پرسشنامه ۰/۸۲ محاسبه شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSSWin20 و AMOS20 تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد پنج عامل ضعف حمایتی، محدودیت کسب‌وکارهای خانگی، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین مرتبط با تبیین ۶۶/۴۸۳ درصد از واریانس کل، به‌ترتیب اولویت‌های اول تا پنجم را در شکل‌گیری و تعیین سازه برای «موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی» داشتند.

واژه‌های کلیدی: شهرستان ارومیه، کسب‌وکار خانگی، مناطق روستایی، موانع راه‌اندازی و گسترش.

مقدمه

توسعه روستایی، پدیده‌ای چندبعدی به‌شمار می‌رود که امروزه نیازمند سیاستگذاری برای تمرکز بر توسعه ایده‌های نوآورانه و طرح‌های ابتکاری کسب و کار در مناطق روستایی است (Harpa et al., 2015: 471). شواهد بسیار متعدد نشان می‌دهد در اقتصادهای کم‌درآمد و همچنین در کشورهای در حال توسعه به‌ویژه در مناطق روستایی، توسعه پایدار می‌تواند به بهترین شکل از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه کسب و کارهای خردمقیاس تقویت شود و بهبود یابد (Evans et al., 2015: 471-472). در این زمینه، تجربیات توسعه روستایی در کشورهای مختلف جهان بیانگر آن است که مشکلات کمبود درآمد روستایان و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ناشی از آن را نمی‌توان فقط با انتقال دانش فنی، فناوری و انتقال سرمایه‌های مادی به مناطق روستایی حل شده پنداشت. راهکار مهم‌تری که سیاستگذاران و برنامه‌ریزان توسعه روستایی باید به آن توجه کنند، راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک روستایی به‌ویژه کسب و کارهای خانگی و فراهم کردن بستری برای رشد و گسترش آنهاست (نجفی و صفا، ۱۳۹۳: ۶۲). کسب و کارهای خانگی به‌طور مشخص بعدی تأثیرگذار از اقتصاد روستایی محسوب می‌شوند (Newbery & Bosworth, 2010: 188) که زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی را فراهم می‌کند و موجب افزایش درآمد و بهبود کیفیت زندگی روستایان می‌شود (Gibosen & Olivia, 2009: 8). فعالیت در این عرصه علاوه بر اینکه موجب ایجاد اشتغال و کنترل بیکاری می‌شود، می‌تواند به افزایش اعتماد به نفس، خوداتکایی و در نهایت توانمندسازی روستایان نیز منجر شود (سعدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۷). در مجموع، داشتن چنین مشخصه‌هایی سبب شده است تا برخی متخصصان، راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی را مهم‌ترین راهکار دستیابی به توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر بگیرند (Pierce- Lyons, 2009: 78).

با وجود مزایای راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی و نقش عمده‌ای که این نوع کسب و کارها می‌توانند در تسریع و تسهیل فرایند توسعه روستایی ایفا کنند، بروز موانع متعدد در ابعاد مختلف از جمله سیاستی، ساختاری، قانونی، آموزشی، فرهنگی-اجتماعی و... سبب شده است تا کسب و کارهای خانگی به‌طور مناسب توسعه پیدا نکنند (انتظاریان و طهماسبی،

۱۳۸۹: ۷۸) و این وضعیت در مناطق روستایی بدتر است. نتایج مطالعات گوناگون، دشواری فرایند راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی کشور و وجود موانع و مشکلات مختلف در این فرایند را بیان می‌کند (میرلطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱؛ نجفی و صفا، ۱۳۹۳: ۶۱-۶۲؛ یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۵۹). این مناطق برای ایجاد اشتغال ظرفیت‌ها و قابلیت‌های بسیار مناسبی را در زمینه سرمایه انسانی مورد نیاز و تنوع فعالیت‌های کارآفرینانه به‌ویژه در حوزه مشاغل خانگی دارند؛ برای نمونه، بیش از ۱۵۰ نوع فعالیت تولیدی و خدماتی مرتبط با کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه در حوزه صنایع دستی و فعالیت‌های کشاورزی و دامپروری شناسایی شده که این موضوع با در نظر گرفتن تعداد روستاها و جمعیت ساکن در این مناطق، سبب شده است تا شهرستان ارومیه به‌عنوان یکی از مناطق بسیار مستعد برای راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی روستایی مطرح شود (سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۳: ۱۲). براین اساس و با توجه به اینکه تاکنون مطالعه ویژه‌ای در سطح شهرستان ارومیه در زمینه بررسی موانع فراروی کسب و کارهای خانگی روستایی انجام نگرفته است و شناخت علمی بسیار اندکی در این زمینه برای برنامه‌ریزی در راستای راه‌اندازی و گسترش چنین کسب و کارهایی وجود دارد، پرسش اصلی تحقیق حاضر این است که مهم‌ترین موانع راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه کدام‌اند؟

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق

کسب و کارهای خانگی به‌لحاظ تأثیری که بر ایجاد اشتغال آسان و کم‌هزینه در جوامع دارند، در دهه اخیر کانون توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران در حوزه کسب و کار و تجارت بوده است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۵: ۲). امروزه کسب و کارهای خانگی از نظر اشتغال‌زایی و به‌دلیل نوآوری‌هایی که در عرضه محصولات و خدمات ارائه می‌دهند، به یکی از بخش‌های حیاتی اقتصاد کشورهای جهان تبدیل شده‌اند و مانند عصر پیش از انقلاب صنعتی، جایگاه خود را میان مردم یافته‌اند (برخورداری، ۱۳۸۹: ۶). به‌طور معمول، کسب و کارهای خانگی در زمره کسب و کارهای خرد طبقه‌بندی می‌شوند و با اینکه اغلب جزء بخش پنهان و غیررسمی

اقتصاد به شمار می‌روند (Tipple, 2006: 173)، نقش شایان توجهی در تولید ثروت و رشد اقتصادی یک جامعه و توسعه سرمایه اجتماعی آن دارند (میرلطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴). مفهوم کسب و کار خانگی قدمت دیرینه‌ای دارد، اما در مورد تعریف آن هنوز اتفاق نظر کلی وجود ندارد (خنifer و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۴؛ Pierce- Lyons, 2009: 5). در این زمینه، گالوای و کاپاسی (۲۰۱۴) کسب و کار خانگی را شکلی از خوداشتغالی تعریف می‌کنند که فرد از وسایل و امکانات محل سکونت خود به‌عنوان پایه‌ای برای انجام فعالیتی تولیدی یا خدماتی بهره می‌برد تا در آمد کسب کند. در تعریفی کامل‌تر، کسب و کارهای خانگی فعالیت‌هایی هستند که عضو یا اعضای خانواده کسب و کاری را در فضای مسکونی بدون ایجاد مزاحمت و اختلال در آرامش واحدهای مسکونی همجوار شکل می‌دهند که این کار به تولید خدمت یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی منجر می‌شود (ابراهیمی، ۱۳۸۹: ۱۰۷). صرف نظر از چگونگی تعریف کسب و کار خانگی، تأکید بر خانه به‌عنوان محل اصلی کسب و کار (Muske & Woods, 2005: 12; Taggart, 2010: 3)، مالکیت یا مدیریت بخش عمده کسب و کار توسط یک یا چند نفر از اعضای خانواده (میرلطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴)، مجازبودن و تناسب حجم تولید با شرایط و فضای واحد مسکونی، ایجاد نکردن آلودگی‌های زیست‌محیطی، صوتی و بصری و نبود تردد غیرمتناسب با فضای محل سکونت، از مشخصه‌های اصلی کسب و کار خانگی محسوب می‌شوند (برخورداری، ۱۳۸۹: ۶).

برخلاف مزایا و مشخصه‌های منحصر به فرد کسب و کارهای خانگی، راه‌اندازی و گسترش این نوع کسب و کارها فرایندی پیچیده و دشوار است که برای دستیابی به آن پیش از هر چیز باید شناخت جامعی از موانع تأثیرگذار در این زمینه داشت تا بتوان راهکارهایی مناسب با شرایط مناطق مختلف برای راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی ارائه داد (نجفی و صفا، ۱۳۹۳: ۶۹-۷۰). با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش‌های گوناگونی در داخل و خارج از کشور برای شناسایی موانع راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی انجام گرفته است که در این بخش به مرور نتایج برخی از مهم‌ترین آن‌ها پرداخته شده است. میرلطفی و همکاران (۱۳۹۳) در آسیب‌شناسی آثار توسعه مشاغل خانگی بر روستاهای بخش دیشموک شهرستان

کهنگیلو به دریافتند که کمبود امکانات فیزیکی، مشکلات مالی، موانع قانونی، کمبود اطلاعات، مشکلات اجتماعی، نبود حمایت مسئولان، رکود بازار خرید محصولات، پایین بودن سطح مهارت صاحبان کسب و کارها و برگزار نشدن دوره‌های آموزشی و پایین بودن قیمت محصولات تولید شده، اصلی‌ترین موانع توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی بودند. نجفی و صفا (۱۳۹۳) در مطالعه خود مهم‌ترین موانع و چالش‌های توسعه کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه در مناطق روستایی را شامل نبود طرح کسب و کار مناسب، تجربه و تخصص پایین روستاییان، نبود دسترسی مناسب روستاییان به بازار، دسترسی ضعیف به اطلاعات و منابع اطلاعاتی، تأمین نشدن اعتبار مالی برای سرمایه‌گذاری کسب و کار خانگی و وجود موانع قانونی در نظر گرفته‌اند. شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در آسیب‌شناسی توسعه کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان نشان دادند مساعدنبودن محیط کسب و کار در مناطق روستایی، توسعه نیافتگی بازار، نبود پشتیبانی رسمی نهادمند، تعامل غیر سودمند میان خانواده و فعالیت کسب و کار، ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب و کار و فشارهای اجتماعی، مسائل اصلی توسعه کسب و کارهای خانوادگی روستایی بودند. یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود نتیجه گرفتند که عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی در شهرستان رزن شامل شش عامل فرهنگی-اجتماعی، زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی، خانوادگی و آموزشی بودند. همتی وینه و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای اشتغال خانگی و موانع کسب و کار زنان را در مناطق روستایی شهرستان کرمانشاه بررسی کردند. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که از نظر پاسخگویان در بین موانع فردی، مخالفت همسر یا پدر خانواده، در بین عوامل مالی-اقتصادی، دسترسی ناکافی به منابع اولیه برای تولید، در بین موانع فرهنگی-اجتماعی بی‌اعتمادی جامعه به زنان در راه‌اندازی کسب و کار و در بین موانع قانونی-نهادی وجود واسطه‌ها در بازار، اهمیت بیشتری داشتند. در مطالعه دیگر، شریف‌زاده و همکاران (۱۳۸۹) در بررسی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان به این نتیجه دست یافتند که مهم‌ترین این موانع به ترتیب شامل کیفیت پایین نهادها، موجود در بازار، نوسان سیاست‌های دولت در بازار کشاورزی در زمینه واردات، صادرات،

قیمت گذاری و تنظیم بازار و شرایط دشوار کسب اعتبارات بودند. گالوای و کاپاسی (۲۰۱۴) در مطالعه خود بر فراهم نبودن منابع مالی کافی برای راه اندازی کسب و کارهای خانگی و نبود شبکه سازی و حضور نداشتن تعاونی ها و تشکل های حمایت کننده از کسب و کارهای خانگی، به عنوان اصلی ترین موانع راه اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در نواحی روستایی اسکاتلند تأکید دارند. در مطالعه دیگری، کالان تاریدیس و بیکا^۱ (۲۰۱۱) کوچک بودن بازارهای محلی و دسترسی نداشتن به بازارهای مناسب برای فروش محصولات را مهم ترین مانع راه اندازی کسب و کارهای خانگی در روستاهای شهرستان کامبریا در شمال غرب انگلستان می دانند. پیرس لیونز^۲ (۲۰۰۹) در ارائه مدلی نظام مند از توسعه کسب و کارهای خانگی کار آفرینانه، مهم ترین موانع فراروی راه اندازی و گسترش این کسب و کارها را مشکلات فرهنگی و اجتماعی، ضعف قوانین مرتبط، ضعف شبکه سازی و منسجم نبودن ارتباط بین کسب و کارهای فعال، مشکلات بازاریابی، پایین بودن سطح مهارت ها و قابلیت های کار آفرینانه صاحبان کسب و کارها و محدودیت های ناشی از کوچک بودن کسب و کار به ویژه از نظر حجم تولید در نظر گرفته است. مینگ ین و چونگ^۳ (۲۰۰۸) در تحقیق خود در مالزی با اشاره به محدودیت های ناشی از توأم بودن مسئولیت های خانه و محیط کار، موانع راه اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی را در چهار دسته عوامل کلی شامل ضعف سرمایه، ضعف در شبکه سازی، ضعف آموزش و ضعف فناوری اطلاعات و ارتباطات دسته بندی کرده اند. اوفوس هن^۴ (۲۰۰۵) در مطالعه اش نشان داد محدودیت های تأمین مالی، مساعد نبودن نگرش عمومی به کسب و کارهای خانگی و در نظر نگرفتن آن به عنوان شغلی واقعی، دو مانع اصلی برای راه اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی ساسکاچوان در کانادا بود. به این ترتیب، ادکینز^۵ و همکاران (۲۰۰۱) در شناسایی موانع موفقیت کسب و کارهای خانگی فعال در حوزه طیور در مناطق روستایی ایالت اوهایو به این نتیجه رسیدند که مهم ترین

-
1. Kalantaridis and Bika
 2. Pierce-Lyons
 3. Ming-Yen and Chong
 4. Ofosuhene
 5. Adkins

این موانع شامل برگزار نشدن دوره‌های آموزشی مرتبط برای صاحبان کسب و کار، نداشتن نیروی انسانی ماهر، ناکافی بودن منابع مالی و نداشتن آگاهی عمومی در روستاها در زمینه مزایای کسب و کارهای خانگی بودند.

در مجموع، با توجه به مطالب اشاره شده می‌توان بیان کرد که کسب و کارهای خانگی نقش حیاتی در توسعه اقتصادی مناطق روستایی دارند و یکی از ابزارهای اصلی توسعه روستایی به شمار می‌روند. هرچند، برخلاف این موضوع، مرور ادبیات نشان داد راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی با موانع متعددی مانند ضعف در تأمین مالی، حمایت نکردن دولت، ضعف در بازاریابی، نبود قوانین مرتبط، پایین بودن سطح تجربه و مهارت صاحبان کسب و کار، مسائل فرهنگی، ضعف در زیرساخت‌ها و... مواجه است که سبب می‌شود به شکل مطلوب از ظرفیت و پتانسیل این کسب و کارها در راستای دستیابی به اهداف توسعه روستایی استفاده نشود.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و به دلیل اینکه امکان کنترل و دستکاری متغیرهای تحقیق برای محقق وجود نداشت، غیرآزمایشی (توصیفی) و از نوع پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری این تحقیق را روستاییان ساکن در شهرستان ارومیه تشکیل می‌دادند که پس از ثبت نام در سامانه مشاغل خانگی و تأیید دستگاه‌های اجرایی ذی ربط یعنی سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان غربی، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان، کمیته امداد امام خمینی (ره)، اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای و اداره کل بهزیستی استان، موفق به اخذ مجوز قانونی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان آذربایجان غربی برای راه‌اندازی کسب و کار شده بودند. براساس آمار سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان غربی (۱۳۹۲)، تعداد این کسب و کارها ۲۷۷ بود که در روستاهای مختلف شهرستان ارومیه در حال فعالیت در زمینه‌های مختلف بودند. به منظور تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی - مورگان استفاده شد که براساس آن با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد، ۱۶۰ نفر از صاحبان کسب و کارهای خانگی برای انجام تحقیق انتخاب شدند که برای افزایش میزان

دقت تحقیق، این تعداد به ۱۸۱ نفر افزایش یافت. همچنین، از آنجا که توزیع کسب و کارهای خانگی در سطح مناطق روستایی شهرستان ارومیه از نظر تعداد تقریباً یکسان بود، برای دستیابی به نمونه‌ها و تکمیل پرسشنامه‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه محقق‌ساخته بود که از طریق مصاحبه حضوری با پاسخگویان توزیع و تکمیل شد. این پرسشنامه شامل سه بخش مشخصه‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان، اطلاعات عمومی کسب و کارهای خانگی و موانع راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی (شامل ۲۱ پرسش بر مبنای طیف پنج گزینه‌ای لیکرت از ۱= خیلی کم تا ۵= خیلی زیاد) بود. روایی پرسشنامه با نظر چهار نفر از اعضای هیئت علمی گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان و پنج نفر از کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی و اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان آذربایجان غربی بررسی و تأیید شد. همچنین برای تعیین پایایی پرسشنامه، پیش‌آزمون انجام گرفت که مقدار آلفای کرونباخ برای مقیاس اصلی پرسشنامه یعنی موانع راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی روستایی در حد مناسب (۰/۸۲) بود. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، اطلاعات موجود در آن‌ها کدگذاری و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSSWin20 و AMOS20 تجزیه و تحلیل شد و نتایج تحقیق در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی (شامل تحلیل‌های عاملی - اکتشافی و تأییدی) ارائه شد.

یافته‌ها

نتایج تحقیق نشان داد از نظر جنس، ۵۹/۱ درصد از صاحبان کسب و کارهای خانگی مورد مطالعه مرد و ۴۰/۹ درصد از آن‌ها زن بودند. میانگین سن پاسخگویان ۳۳/۳ سال و بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۸ - ۳۶ سال (۳۵/۹ درصد) بود. براساس نتایج کسب‌شده، ۲۷/۱ درصد از پاسخگویان مجرد و ۷۲/۹ درصد متأهل بودند. نتایج تحقیق نشان داد ۴۵/۹ درصد از

۱. براساس آمار سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان غربی (۱۳۹۲)، به‌طور متوسط تعداد کسب و کارهای خانگی در حال فعالیت در بیشتر روستاهای شهرستان ارومیه بین یک تا سه کسب و کار متغیر بود.

پاسخگویان سرپرست خانواده بودند و ۵۴/۱ درصد از آن‌ها سرپرست خانواده نبودند. در زمینه شرکت در دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی یا کسب‌وکار، ۹۳/۴ درصد از پاسخگویان این دوره‌ها را نگذرانده بودند و فقط ۶/۶ درصد از آن‌ها در این دوره‌ها شرکت کرده بودند. نتایج توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع کسب‌وکار و حوزه فعالیت نشان داد به ترتیب سه حوزه پرورش طیور، صنایع دستی و فرش‌بافی و گلیم‌بافی، فراوانی بیشتری نسبت به سایر حوزه‌ها داشتند (جدول ۱). البته همان‌طور که از نتایج پیداست، پاسخگویان در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار ایجاد می‌کنند و کسب‌وکارهای خانگی مورد مطالعه تنوع تقریباً زیادی داشتند، اما کسب‌وکارهای خانگی مرتبط با پرورش طیور در اولویت نخست قرار گرفته بودند؛ به دلیل اینکه از یک سو کم‌هزینه بودند و به سرمایه اولیه اندک نیاز داشتند و از سوی دیگر درآمد مناسبی داشتند.

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع کسب‌وکار و حوزه فعالیت

ردیف	حوزه فعالیت	فراوانی	درصد
۱	پرورش طیور (اردک گوشتی، غاز، بلدرچین، بوقلمون و جوجه‌کشی)	۵۴	۲۹/۸
۲	صنایع دستی	۲۷	۱۴/۹
۳	فرش‌بافی و گلیم‌بافی	۲۲	۱۲/۲
۴	پرورش ماهیان زینتی	۱۷	۹/۴
۵	خردکردن و بسته‌بندی سبزیجات	۱۴	۷/۷
۶	بسته‌بندی گیاهان دارویی	۱۳	۷/۲
۷	تولید عرقیات گیاهی	۹	۵
۸	فرآوری و تولید محصولات خانگی (مانند ماست، کشک، ترشی، مربا و...)	۷	۳/۹
۹	سایر حوزه‌ها	۱۸	۹/۹
۱۰	مجموع	۱۸۱	۱۰۰

در ادامه، با هدف دسته‌بندی «موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی» و تعیین مقدار واریانس تبیین‌شده توسط هر کدام از متغیرها در قالب عامل‌های دسته‌بندی‌شده، از تحلیل عاملی - اکتشافی استفاده شد. از آزمون بارتلت و شاخص KMO به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل استفاده شد.

معنی‌داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۰/۰۱ و مقدار مناسب KMO (۰/۸۳۹) بیانگر مناسب بودن متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی بود. برای استخراج عامل‌ها از معیار مقدار ویژه استفاده شد و براساس آن عامل‌هایی مد نظر قرار گرفت که مقدار ویژه آن‌ها از یک بزرگ‌تر بود. براساس نتایج تحلیل عاملی، به‌طور کلی پنج عامل استخراج شده توانسته‌اند حدود ۶۶/۴۸۳ درصد از واریانس کل موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی روستایی را تبیین کنند (جدول ۲). شایان ذکر است پس از چرخش واریماکس، یک متغیر (متغیر برگزاردنشدن دوره‌های آموزشی - ترویجی مرتبط برای آگاهی‌سازی روستاییان به‌منظور راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی) به‌دلیل پایین بودن بار عاملی از تحلیل حذف شد.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی - اکتشافی موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی روستایی

عامل‌ها (مقدار ویژه، درصد واریانس)	متغیرها (نماد)	بار عاملی
	ضعف یا نبود پشتیبانی از سوی بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی - اعتباری برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکار خانگی در مناطق روستایی (حمایتی ۱)	۰/۷۸۴
	نبود یا ضعف چتر حمایتی بیمه برای صاحبان کسب‌وکارهای خانگی (حمایتی ۲)	۰/۸۳۱
ضعف حمایتی (۱۷/۸۸۹، ۳/۵۸۰)	نبود حمایت کافی از سوی دولت برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکار خانگی روستایی (حمایتی ۳)	۰/۸۰۶
	دسترسی کم به منابع مالی و اعتباری اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی در روستاها (حمایتی ۴)	۰/۶۹۴
	مشکل بازاریابی و دسترسی ضعیف روستاییان به بازار (دوری از بازار) (حمایتی ۵)	۰/۶۴۶
	پایین بودن سطح درآمد یا سود حاصل از کسب‌وکار خانگی روستایی (محدودیت ۱)	۰/۶۷۶
محدودیت کسب‌وکارهای خانگی	حجم بالای فعالیت‌های دیگر به‌ویژه فعالیت‌های کشاورزی و کارهای داخل منزل (محدودیت ۲)	۰/۸۵۶
(۱۴/۲۵۴، ۲/۸۵۱)	پایین بودن حجم تولیدها یا سطح خدمات قابل ارائه به‌دلیل محدودیت نیروی انسانی (محدودیت ۳)	۰/۷۲۸
	پایین بودن کیفیت خدمات و محصولات خانگی تولیدشده در روستاها (محدودیت ۴)	۰/۸۰۷

ادامه جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی - اکتشافی موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی روستایی

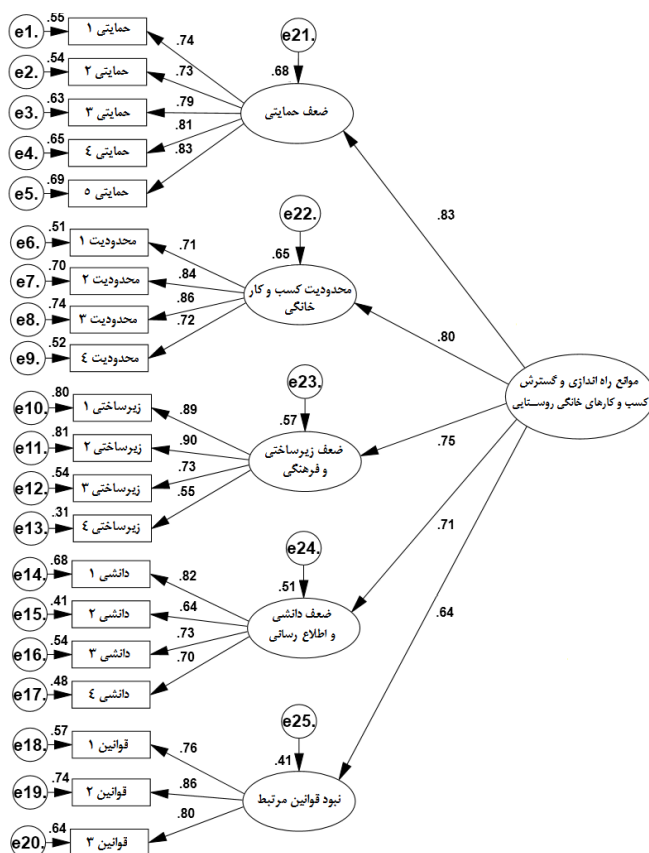
بار عاملی	متغیرها (نماد)	عامل‌ها (مقدار ویژه، درصد واریانس)
۰/۹۰۳	نبود تعاونی‌ها و اتحادیه‌های پشتیبان برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکار خانگی روستایی (زیرساختی ۱)	ضعف زیرساختی و فرهنگی (۲/۷۵۳، ۱۷/۷۶۳)
۰/۹۰۵	دسترسی ضعیف روستاییان به امکانات حمل‌ونقل و راه‌های ارتباطی (زیرساختی ۲)	
۰/۸۳۴	محدودیت‌های جغرافیایی و مکانی ناشی از زندگی در روستا (زیرساختی ۳)	
۰/۵۴۹	حاکمیت و کنترل خانواده و مخالفت برای راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی روستایی (زیرساختی ۴)	
۰/۷۳۲	نبود برنامه‌های ترویجی و اطلاع‌رسانی منسجم در سطح مناطق روستایی برای معرفی و شناساندن کسب‌وکارهای خانگی و فرصت‌های کارآفرینی ناشی از آن‌ها (دانشی ۱)	ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی (۲/۴۶۵، ۱۱/۵۱)
۰/۶۵۷	پایین‌بودن سطح تجربه و تخصص روستاییان برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای خانگی (دانشی ۲)	
۰/۵۶۷	پایین‌بودن سطح آگاهی روستاییان در مورد اهمیت و مزایای کسب‌وکارهای خانگی (دانشی ۳)	
۰/۵۱۴	وجود تصور نادرست در مورد کسب‌وکارهای خانگی در بین روستاییان (به‌ویژه نسبت‌دادن بیشتر این مشاغل به زنان روستایی یا پاره‌وقت دانستن این مشاغل) (دانشی ۴)	
۰/۷۱۴	نبود شفافیت و انسجام قوانین مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی در حوزه روستایی (مانند قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، حق بیمه صاحبان کسب‌وکار خانگی، تشکیل تعاونی‌های کسب‌وکارهای خانگی روستایی، راه‌اندازی بازارهای محلی عرضه محصولات و...) (قوانین ۱)	نبود قوانین مرتبط (۹/۰۶۷، ۱/۸۹۷)
۰/۶۵۸	مشکل اخذ مجوز برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی روستایی (اعم از جواز تأسیس و مجوز فعالیت، مجوز بهداشت، مجوز از مؤسسه استاندارد، تأییدیه سلامت و...) (قوانین ۲)	
۰/۵۵۱	ناتوانی یا ضعف کسب‌وکارهای خانگی روستایی در رقابت با شرکت‌های ارائه‌دهنده محصولات و خدمات مشابه (قوانین ۳)	

به‌منظور بررسی اعتبار سازه‌ای پرسشنامه و برازش الگوی اندازه‌گیری مربوط به موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی، داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار AMOS20 از طریق تحلیل عاملی - تأییدی (مرتبۀ دوم) تجزیه و تحلیل شدند. با توجه به نتایج کسب‌شده، مدل اندازه‌گیری به‌دست آمده، برازش مطلوبی داشت (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص‌های برازش

شاخص برازش	$\frac{\chi^2}{df}$	IFI	RMR	CFI	GFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ 3	$0/90 \leq$	$\leq 0/08$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$\leq 0/08$
نتایج در پژوهش	۱/۴۰۵	۰/۹۴۳	۰/۰۸۰	۰/۹۴۲	۰/۸۳۷	۰/۰۶۱

همان‌طور که از مدل برازش شده در شکل ۱ پیداست، تمام متغیرهای آشکار وارد شده در مدل، بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵ داشتند و مقادیر t معنی دار بود. این موضوع نشان‌دهنده تبیین مناسب پنج متغیر مکنون مورد مطالعه (شامل ضعف حمایتی، محدودیت کسب و کارهای خانگی، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین مرتبط) توسط متغیرهای آشکار است.



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری برازش یافته (تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم) براساس ضرایب استاندارد

همچنین، براساس نتایج کسب‌شده، مقادیر t محاسبه‌شده برای هر پنج متغیر مکنون مورد بررسی (شامل ضعف حمایتی، محدودیت کسب‌وکارهای خانگی، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین مرتبط) از $1/96$ بزرگ‌تر بود و در نتیجه این متغیرها ضمن ارتباط با یکدیگر در قالب سازه‌ای کلی‌تر (مدل اندازه‌گیری مرتبه دوم)، تا حدود زیادی ابعاد مستقل و مجزای متغیر مکنون مرتبه دوم یعنی «موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی» را اندازه‌گیری می‌کردند (جدول ۴).

جدول ۴. خلاصه نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

ابعاد	ضرایب غیراستاندارد	انحراف معیار	ضرایب استاندارد	مقادیر t	سطح معنی‌داری
ضعف حمایتی	۱	--	۰/۸۳۲	--	---
محدودیت کسب‌وکارهای خانگی	۰/۹۰۸	۰/۲۰۸	۰/۸۰۱	۶/۷۸۱	۰/۰۰۰
ضعف زیرساختی و فرهنگی	۰/۸۹۵	۰/۲۰۲	۰/۷۴۸	۵/۵۸۷	۰/۰۰۰
ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی	۰/۸۷۴	۰/۱۸۷	۰/۷۰۸	۴/۹۸۲	۰/۰۰۰
نبود قوانین مرتبط	۰/۶۶۱	۰/۱۷۱	۰/۶۴۲	۳/۰۶۹	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف شناسایی و تحلیل موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد پنج عامل ضعف حمایتی، محدودیت کسب‌وکارهای خانگی، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین مرتبط، به ترتیب مهم‌ترین موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه بودند. همان‌طور که از نتایج پیداست، عامل ضعف حمایتی در مقایسه با سایر موانع اهمیت بیشتری دارد. اهمیت این عامل در مطالعات مختلفی مانند میرلطفی و همکاران (۱۳۹۳)، شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) و یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۲) تأیید شده است. در این زمینه، قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و در همین سال برای اجرا به دولت ابلاغ شد، اما در عمل بسیاری از برنامه‌های پیش‌بینی‌شده به‌ویژه در مورد کسب‌وکارهای خانگی روستایی به‌شکل ضعیف و ناقص

اجرا شد و بسیاری از حمایت‌ها در زمینه راه‌اندازی و گسترش این نوع کسب‌وکارها در مناطق شهری صورت گرفت؛ برای نمونه، در منطقه مورد مطالعه، بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی - اعتباری پشتیبانی لازم را برای تأمین مالی کسب‌وکارهای خانگی روستایی انجام ندادند و حمایت‌های آن‌ها در این زمینه ناچیز بوده است. با توجه به ضعف توان مالی بیشتر افراد در مناطق روستایی شهرستان ارومیه، حمایت مالی مسئله‌ای جدی در سطح منطقه به‌شمار می‌رود. به‌این ترتیب، درمورد بیمه مشاغل خانگی نیز براساس ماده ۹ دستورالعمل اجرایی قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، مقرر شده است که افراد با ارائه مجوز کسب‌وکار خانگی می‌توانند در صندوق تأمین اجتماعی بیمه شوند و از مزایای آن بهره ببرند، ولی در این زمینه نیز درصد بسیار پایینی از صاحبان کسب‌وکارهای خانگی مورد مطالعه زیر چتر حمایتی بیمه قرار دارند. علاوه بر این، یکی از مهم‌ترین موانع مورد تأکید پاسخگویان، مشکل بازاریابی و دسترسی ضعیف به بازار برای فروش محصولات و ارائه خدمات بود، به طوری که به دلیل نبود بازارهای محلی، بسیاری از روستاییان مجبور بودند برای فروش محصولات خود به شهرهای استان محل سکونت یا شهرهای خارج از آن مراجعه کنند که این مسئله علاوه بر مشکلات حمل و نقل، موجب افزایش هزینه و در نتیجه کاهش سود حاصل از فروش محصولات شده است.

براساس نتایج تحقیق، عامل بعدی در زمینه موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه، محدودیت‌های کسب‌وکارهای خانگی بود. در این زمینه، به دلیل اینکه مشاغل خانگی به لحاظ ماهیتی جزء کسب‌وکارهای خردمقیاس به‌شمار می‌روند، حجم تولیدهای آن‌ها بسیار پایین است و در نتیجه، درآمد شایان توجهی از طریق آن نصیب روستاییان نمی‌شود. بر این اساس، شمار زیادی از افراد در مناطق روستایی شهرستان ارومیه نگاه جدی به کسب‌وکار خانگی خود ندارند و آن را بیشتر فعالیتی جانبی در کنار شغل اصلی در نظر می‌گیرند. علاوه بر این، حجم بالای فعالیت‌های دیگر به ویژه فعالیت‌های کشاورزی و کارهای داخل منزل از یک سو و محدودیت نیروی انسانی از سوی دیگر، از دیگر عواملی هستند که سبب کاهش تمایل و انگیزه روستاییان برای راه‌اندازی یا گسترش کسب‌وکار خانگی‌شان شده است. پس از دو عامل اشاره شده، عامل بعدی موانع مرتبط با راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی روستایی، موانع زیرساختی و فرهنگی بودند که این یافته با نتایج مطالعات

یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۲)، همتی‌وینه و همکاران (۱۳۹۱)، گالوای و کاپاسی (۲۰۱۴) و اوفوس‌هن (۲۰۰۵) مطابقت داشت. در این زمینه، نتایج تحقیق نشان داد در روستاهای شهرستان ارومیه هیچ تعاونی یا اتحادیه‌ای برای حمایت و ساماندهی فعالیت کسب‌وکارهای خانگی راه‌اندازی نشده است و در نتیجه این کسب‌وکارها قدرت چانه‌زنی و رقابتی بسیاری پایینی به‌ویژه برای بازاریابی و فروش محصولات خود داشتند. دسترسی ضعیف روستاییان به امکانات حمل‌ونقل و راه‌های ارتباطی برای تأمین نهاده‌ها و بازاررسانی محصولات، از دیگر موانع فراروی صاحبان کسب‌وکارهای خانگی بودند که اهمیت این مسئله با در نظر گرفتن محدودیت‌های جغرافیایی ناشی از قرار گرفتن کسب‌وکار در روستا و فاصله زیاد بین روستا تا مراکز شهری دوچندان است. مسئله دیگری که از طریق عامل ترکیبی سوم بر آن تأکید شده است، مانع فرهنگی برای راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی است. در این زمینه، همان‌طور که برخورداری (۱۳۸۹) بیان می‌کند، به‌دلیل ناآگاهی و تصورات نادرست در مورد کسب‌وکارهای خانگی، در اغلب موارد روستاییان اعتقاد چندانی به این نوع مشاغل ندارند و در نتیجه انگیزه‌شان برای راه‌اندازی و گسترش این کسب‌وکارها کم است، به‌طوری‌که با در نظر گرفتن وسعت مناطق روستایی در شهرستان ارومیه و وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های مناسب برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی، این مشاغل رشد و گسترش بسیار ناچیزی در منطقه داشته‌اند. با توجه به نتایج تحقیق، عامل بعدی موانع تبیین‌کننده راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه، موانع مرتبط با ضعف دانش و اطلاع‌رسانی بودند. در این زمینه، همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد روستاییان مورد مطالعه سطح تجربه و تخصص تقریباً پایینی برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار خانگی دارند و اطلاعات کافی در زمینه اهمیت و مزایای این نوع کسب‌وکارها ندارند. یکی از علل اصلی این مسئله را می‌توان به شرکت نکردن صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در دوره‌های آموزشی مرتبط با کسب‌وکار یا کارآفرینی نسبت داد. علاوه بر این، نبود برنامه‌های ترویجی و اطلاع‌رسانی منسجم در سطح مناطق روستایی برای معرفی و شناساندن کسب‌وکارهای خانگی و فرصت‌های کارآفرینی ناشی از آن، سبب شده است تا در مجموع روستاییان سطح آگاهی و دانش اندکی در مورد کسب‌وکارهای خانگی داشته باشند. در نهایت، عامل آخر از موانع مربوط به راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی روستایی،

موانع مرتبط با نبود قوانین کسب و کار خانگی بودند. البته همان طور که این عامل کمترین میزان واریانس را داشت، بخش عمده‌ای از موانع قانونی با تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ رفع شد، اما همان طور که اشاره شد این قوانین ضمانت اجرایی تقریباً ضعیفی دارند و به شکل مطلوبی پیاده‌سازی نشده‌اند.

پیشنهادها

۱. ارائه حمایت‌های مالی مناسب از کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی از طریق تشویق بانک‌ها و مؤسسه‌های مالی و اعتباری و به‌ویژه تشکیل صندوق‌های تأمین مالی خرد و توسعه سرمایه‌گذاری خطرپذیر؛
۲. توسعه انواع پوشش‌های بیمه‌ای از جمله بیمه حوادث، بازنشستگی، آتش‌سوزی، تجهیزات و... برای صاحبان مشاغل خانگی روستایی؛
۳. برپایی نمایشگاه‌ها و ساماندهی بازارهای محلی در سطح مناطق روستایی برای تسهیل فروش محصولات خانگی؛
۴. تأکید بر شبکه‌سازی بین کسب و کارهای خانگی و ساماندهی آن‌ها در قالب تعاونی‌ها، اتحادیه‌ها و تشکل‌های تولیدی با کمک و مشارکت سازمان‌های ذی‌ربط؛
۵. ترغیب روستاییان برای راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی از طریق تدوین و اجرای برنامه‌های ترویجی و اطلاع‌رسانی منسجم در سطح مناطق روستایی برای معرفی و شناساندن مشاغل خانگی و فرصت‌های کارآفرینی ناشی از آن‌ها؛
۶. برگزاری برنامه‌های آموزشی براساس نیازهای آموزشی صاحبان کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی به‌ویژه به‌منظور کمک به آن‌ها برای افزایش کیفیت خدمات و محصولات خانگی تولیدشده و بازاریابی بهتر آن‌ها؛
۷. بازبینی و اصلاح قوانین مرتبط با مشاغل خرد و کسب و کارهای خانگی و به‌روز کردن آن‌ها به‌ویژه با تأکید بر مشاغل خانگی روستایی؛
۸. حذف رویه‌ها و فرایندهای اداری اضافی به‌منظور سرعت‌بخشیدن به فرایند اخذ مجوز و شروع فعالیت کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی.

منابع

- ابراهیمی، علی (۱۳۸۹). از بنگاه‌های زودبازده تا مشاغل خانگی. ماهنامه کار و جامعه، ۱۱۹، صص ۱۰۶-۱۰۷.
- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۵). کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی. تهران، انتشارات قلم.
- انتظاریان، ناهید و طهماسبی، طاهره (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران. ماهنامه کار و جامعه، ۱۲۷، صص ۷۸-۹۸.
- برخوردراری، فاطمه (۱۳۸۹). چالش‌ها و راهکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی. ماهنامه بازار کار، ۱۱ (۵۹۳)، صص ۶-۶.
- خنیفر، حسین، احمدی آرم، هادی و زمانی فر، محسن (۱۳۸۹). کارآفرینی خانگی: انگیزه‌ها و نقش عوامل جمعیت‌شناختی بر آن. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۳ (۹)، صص ۱۸۱-۲۰۳.
- سعدی، حشمت‌اله، جلیلیان، سارا و یعقوبی‌فرانی، احمد (۱۳۹۳). تأثیر کسب و کارهای خانگی بر توانمندی اجتماعی زنان روستایی. فصلنامه زن و جامعه، ۵ (۳)، صص ۸۵-۱۰۷.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم، خواجه شاهکوهی، علیرضا، عبدالله‌زاده، غلامحسین و شریفی، مهنوش (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی توسعه کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۵ (۱)، صص ۱-۲۴.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم، عربون، ابوالقاسم و شریفی، مهنوش (۱۳۸۹). بررسی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳ (۴)، صص ۱۲۹-۱۶۰.
- میرلطفی، محمودرضا، علوی‌زاده، امیرمحمد و بدخش، یوسف (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه). فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۳ (۵)، صص ۱-۱۱.
- نجفی، بهمن و صفا، لیلا (۱۳۹۳). بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آنها در مناطق روستایی. فصلنامه کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۲)، صص ۶۱-۷۳.
- همتی‌وینه، هانا، عابدی سروسنایی، احمد، عبدالله‌زاده، غلامحسین و محبوبی، محمدرضا (۱۳۹۱). اشتغال خانگی و موانع کسب و کار زنان: مطالعه‌ای درباره زنان روستایی شهرستان کرمانشاه. مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، ۲۳ آبان‌ماه ۱۳۹۱، مازندران، صص ۱-۱۱.

یعقوبی فرانی، احمد، وحدت مؤدب، هاجر و لطیفی، سمیه (۱۳۹۲). شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردرود شهرستان رزن). *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، ۱۱ (۴)، صص ۵۵۹-۵۷۴.

سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان غربی (۱۳۹۳). طرح ساماندهی کسب‌وکارهای خانگی روستایی در استان آذربایجان غربی. گزارش طرح پژوهشی، مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی، سازمان جهاد کشاورزی استان.

Adkins, D., Sherman, H., Yost, C. (2001). *Identifying obstacles to the success of rural business incubators*. Contractor Paper, TVA Rural Studies Program, National Business Incubation Association.

Evans, N., Lasen, M. and Tsey, K. (2015). *A systematic review of rural development research: Characteristics, design quality and engagement with sustainability*. Springer-Briefs in Public Health, London.

Galloway, L. and Kapasi, I. (2014). *Rural home-based businesses and their contribution to rural lives: An exploratory study*. Research Report, Heriot-Watt University, Edinburgh.

Gibosen, J. and Olivia, S. (2009). *The effect of infrastructure access and quality on non-farm enterprises in rural Indonesia*. Proceeding of International Association of Agricultural Economists Conference, Beijing, China, 16-22 August, pp. 1-23.

Harpa, E., Moica, S. and Dana, R. (2015). A predictive model of innovation in rural entrepreneurship. *Procedia Technology*, 19, pp. 471-478.

Kalantaridis, C. and Bika, Z. (2011). Entrepreneurial origin and the configuration of innovation in rural areas: the case of Cumbria, North West England. *Environment and Planning*, 43 (4), pp. 866-884.

Ming-Yen, W. and Chong, S. (2008). Improving women entrepreneurship in SMEs in Malaysia: Policy recommendation. *Journal of Communication of the IBIMA*, 2, pp. 31-38.

Muske, G. and Woods, M. (2005). *Home-based business: An economic development alternative*. Oklahoma Cooperative Extension Fact Sheets, Division of Agricultural Sciences and Natural Resources, Oklahoma State University.

Newbery, R. and Bosworth, G. (2010). Home-based business sectors in the rural economy. *Society and Business Review*, 5 (2), pp. 183- 197.

Ofosuhene, M. (2005). *Urban connections with rural areas in home-based business: Implications for sustainable rural development in Saskatchewan*. Ph.D. thesis, University of Saskatchewan, Canada.

- Pierce- Lyons, R. (2009). *The Home Entrepreneur Systems Model: A grounded theory of home-based business needs and practices*. Ph.D. thesis, James Cook University, Queensland, Australia.
- Taggart, J. (2010). *Networking experiences of Australian home based businesses*. DBA Thesis, Southern Cross University, Australia.
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home based enterprises in four developing countries: Do they constitute 'decent work'? *Journal of Work, Employment and Society*, 20 (1), pp. 167-179.