

سازه های موثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی بخش کشاورزی در مناطق روستایی شیراز

بنت‌الهدی ایزدی، کورش رضائی مقدم* و علی اسداله پور^۱

(دریافت: ۹۴/۸/۳۰؛ پذیرش: ۹۴/۱۱/۲۰)

چکیده

مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای تقویت کارآفرینی روستایی است. به گونه‌ای که برخی متخصصان آن را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند. این تحقیق با هدف شناسایی سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی و موانع تحقق آن انجام شده است تا راهکارهایی برای توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی ارائه دهد. تحقیق حاضر به روش پیمایشی انجام گرفته و داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه‌ی محقق ساخته جمع آوری شده است. جامعه آماری تحقیق را مجریان طرح ساماندهی مشاغل خانگی در روستاهای شهرستان شیراز تشکیل داده‌اند؛ که تعداد ۱۰۶ نفر با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی متناسب در سه بخش زرقان، مرکزی و دشت ارژن انتخاب شده‌اند. مطابق با فرضیه پژوهش، تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی، به عوامل فردی، خانوادگی و محیطی وابسته است. نتایج پژوهش نشان داد، فضای کسب و کار، به‌کارگیری مدیریت دانش، تجربه قبلی، وجود ویژگی‌های شخصیتی مانند خلاقیت و برخورداری از مرکز کنترل درونی، حمایت دولت و مهارت‌های مدیریتی بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی تأثیر می‌گذارد. بر اساس نتایج تحلیل عاملی نیز موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی در پنج عامل اطلاعاتی، اقتصادی، بازاریابی، شخصیتی و خانوادگی دسته‌بندی شدند که در مجموع ۷۱/۵۹ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: توسعه کارآفرینی، کارآفرینی، مشاغل خانگی، کسب و کار کوچک، روستاهای شیراز

- به ترتیب، دانش آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز، دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز و معاون دفتر کشاورزی و منابع طبیعی، معاونت ترویج، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، وزارت جهاد کشاورزی
*- مسئول مکاتبات، پست الکترونیک: rezaei@shirazu.ac.ir

آگهی و همکاران، ۱۳۹۱). دولت به‌عنوان یک برنامه‌ی کارآفرینانه و یکی از راهکارهای حل معضل بیکاری، با اختصاص وام و اعتبارات به متقاضیان اقدام به اجرای طرح ساماندهی مشاغل خانگی از اواخر سال ۱۳۸۹ نموده است (وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۱). در چند سال اخیر بیشتر به گسترش کمی کسب و کارهای کوچک و به‌صرفه ارائه آمار تعداد این مشاغل اقدام شده است. اگرچه دولت هزینه‌های زیادی را به‌منظور ایجاد مشاغل خانگی متقبل شده است اما کارآفرینی روستایی تنها به معنای ایجاد اشتغال نیست، بلکه راهکاری برای کاهش فقر، بهبود کیفیت زندگی، کاهش مهاجرت و توسعه‌ی روستایی است (Kader et al., 2007). ایجاد مشاغل خانگی بدون توجه به کارآفرینی آن‌ها می‌تواند منجر به از بین رفتن و اتلاف منابع و حتی ناپایداری فعالیت این کسب و کارها شود. گفته می‌شود ارائه تعریف جامع و مانع از کارآفرینی به این دلیل که این مفهوم، یک ویژگی پویاست و درک هر فرد نسبت به آن متفاوت از دیگری است، مشکل است (سعدی و سلیمانی، ۱۳۹۱). اما کارآفرینی یک رفتار و پدیده پویا است که پدیدار گشتن آن نیازمند هموار بودن زمینه و بستر لازم و به ثمر نشستن آن متأثر از سازدهای مؤثر است (چراغعلی، ۱۳۹۰).

در نظر گرفتن تعاریف مختلف برای کارآفرینی منجر به پراکندگی سازدهای مؤثری بر آن شده است. رو و همکاران (۱۹۹۳) در تحقیق خود به درآمد حاصل از مشاغل خانگی توجه داشته و عواملی مانند سن، جنسیت، تحصیلات، تعداد اعضای خانواده و تبلیغات را بر افزایش درآمد مؤثر می‌دانند (Rowe et al., 1993). در بسیاری از تحقیقات به ایجاد یا گسترش فیزیکی کسب و کار خانگی توجه شده است. در تحقیق آگهی و همکاران (۱۳۹۱)، مهم‌ترین متغیرهایی که باعث توسعه مشاغل خانگی می‌شود داشتن مهارت، تخصص و تجربه، انگیزه‌ی کسب استقلال بیشتر، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق است. مطابق با تحقیقات رودگر نژاد و همکاران (۱۳۸۹) به‌کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی، اتخاذ راهکارها و راهبردهای توسعه صادرات، بازاریابی و تبلیغات در سطح جهانی، توسعه همه جانبه توانمندی‌های فنی و تکنولوژیکی از راه برنامه‌های اجرایی در سطح کلان کشور، استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید

اقتصاد دانان، کارآفرینی روستایی را یک استراتژی برای جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی‌ها، کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود که می‌تواند خودمختاری و استقلال آنان را در پی داشته باشد می‌دانند (ملک سعیدی و همکاران، ۱۳۹۳ به نقل از شفقت و همکاران، ۱۳۹۲). زمینه‌های استفاده از کارآفرینی در نواحی روستایی بسیار گسترده و متنوع است. درواقع این نواحی، محیط بکری برای بروز کارآفرینی محسوب می‌شوند (رضوانی و نجار زاده، ۱۳۸۷)؛ اما با توجه به شرایط روستا و روستاییان، مشاغل خانگی می‌تواند یکی از راه‌حل‌های کارآفرینانه‌ی مناسب برای رهایی از بسیاری مشکلات باشد. چرا که مشاغل خانگی هزینه‌ی بالایی را به خانواده‌ها تحمیل نمی‌کند و می‌تواند راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال روستاییان به شمار آید (تقی بیگی و همکاران، ۱۳۹۳). به طور کلی مشاغل خانگی به‌نوعی از کسب و کار گفته می‌شود که ممکن است لزوماً مشارکت همه اعضای خانواده را در بر نداشته و صرفاً یک یا چند نفر از اعضای خانواده در فعالیت اقتصادی مشغول باشند. از نظر سازمان بین‌المللی کار (International Labour Organization) موقعیت مکانی یعنی وجود کسب و کار در منزل، معیار تلقی نمودن آن به‌عنوان مشاغل خانگی است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۱).

کسب و کارهای خانگی بزرگ‌ترین گروه کسب و کار در استرالیا بوده، به‌گونه‌ای که ۶۷ درصد کسب و کارهای کوچک و ۵۸ درصد کل کسب و کار در این کشور را شامل می‌شود. 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 و بخشی مهم از اقتصاد این کشورها را کنترل می‌کنند (Walker, et al., 2008). اما در کشورهای جهان سوم درصد کمی از زنان روستایی در این زمینه مشغول بکار می‌باشند و متأسفانه کار خانگی این عده نیز در قالب نهاد یا موسسه خاصی تعریف نشده است. در ایران نیز از سال‌ها قبل، روستاییان در منازل خود مشغول به انجام فعالیت بوده‌اند، اما این مشاغل با مشکلات زیادی از قبیل ناپایداری روبه رو بوده و علیرغم وجود ظرفیت‌های زیاد، این کسب و کارها به‌ندرت توانسته‌اند موفق عمل نمایند

تحقیق حاضر با در نظر گرفتن تعریفی جامع برای کارآفرینی با عنوان "توسعه‌ی کارآفرینی" و با هدف کلی شناسایی عوامل مؤثر و موانع تحقق توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی در نقاط روستایی شهرستان شیراز انجام شده است. در راستای تحقق هدف کلی، اهداف زیر به‌عنوان اهداف اختصاصی در نظر گرفته شده‌اند.

- بررسی فرآیند توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی
- مقایسه میانگین مؤلفه‌های توسعه‌ی کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی در سال اول تأسیس و سال جاری
- بررسی موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است. در این پژوهش به‌منظور شناسایی سازه‌های مؤثر و موانع تحقق توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی از فن پیمایش و استفاده از پرسشنامه بهره گرفته شده است.

جامعه آماری تحقیق، مدیران اجرایی یا صاحبان کسب و کارهای خانگی در بخش کشاورزی می‌باشند که از طریق طرح‌های ساماندهی مشاغل خانگی در سه بخش روستایی زرقان، مرکزی و دشت ارژن (نقاط روستایی شهرستان شیراز بر اساس تقسیمات کشوری) و در ۵۰ روستا، اقدام به ایجاد کسب و کار نموده‌اند. در مجموع در کل شهرستان شیراز، نزدیک به ۲۰۰۰ نفر از طریق طرح ساماندهی مشاغل خانگی تحت نظارت سازمان جهاد کشاورزی نام‌نویسی نموده‌اند اما بر اساس آمار سازمان جهاد کشاورزی فارس در سال ۱۳۹۱ تنها حدود ۱۴۰ نفر از طریق طرح مذکور در نقاط روستایی شهرستان اقدام به ایجاد کسب و کار خانگی نموده‌اند که بر اساس جدول کرجسی - مورگان ۱۰۶ نفر از صاحبان کسب و کارهای خانگی از بین واحدهای فعال از طریق انتساب متناسب به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. این افراد در حوزه‌های تولیدات دامی، شیلات، صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی و امور تولیدات گیاهی مشغول به فعالیت می‌باشند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بوده است که روایی آن با بهره‌گیری از نظر سه نفر از استادان گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز و همچنین ۲ نفر از کارشناسان مربوطه در سازمان جهاد کشاورزی شیراز مورد تأیید قرار گرفته است. به‌منظور تعیین پایایی نمونه ۳۰ نفری خارج از نمونه اصلی و در منطقه خرامه انتخاب و پرسشنامه میان آن‌ها توزیع و نظرات جمع‌آوری گردید. بعد از انجام مطالعه مقدماتی، تغییرات لازم در پرسشنامه مذکور داده شد.

محصولات ویژه و منحصر به فرد، تأمین نیازهای مالی و اعتباری از راه تعدیل سیاست‌های مالی و پولی برای تأمین نیازهای مالی از راهکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی می‌باشد. مطابق با نتایج تحقیق مختاری و کوچ پی ده (۱۳۹۳) از عوامل مؤثر بر راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی عوامل دولتی، عوامل فرهنگی و اجتماعی و شخصیتی و رفتاری می‌باشد. مطابق با نتایج تحقیقات حسینی نیا و همکاران (۱۳۹۳) ارتباط بین متغیرهایی نظیر اهداف، انگیزه‌ها، داشتن مهارت برنامه‌ریزی، مهارت‌های مختلف کسب‌وکار و در نهایت برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب‌وکار با عملکرد کسب‌وکار آن‌ها معنادار است و این متغیرها می‌توانند عملکرد کسب‌وکارهای کارآفرینانه‌ی زنان روستایی را تبیین کنند. به‌طور کلی نه تنها ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و سایر عوامل داخلی برای توسعه‌ی کارآفرینی در یک کسب و کار کوچک موفق، اهمیت دارد بلکه عوامل خارجی مانند کمک‌های دولت در آموزش و خدمات، دسترسی به بازارهای فروش محصولات و ایجاد شبکه‌های کسب و کار نیز حائز اهمیت می‌باشند (Kader et al., 2007). در مورد موانع توسعه مشاغل خانگی، نتایج تحقیقی در اندونزی نشان می‌دهد کمبود سرمایه، دشواری در تأمین مواد خام، عدم دسترسی به اطلاعات قابل اعتماد کسب‌وکار، مشکلات بازاریابی و توزیع، قابلیت‌های تکنولوژیکی پایین، هزینه‌های بالای حمل و نقل، مشکلات ارتباطات، مشکلات طاقت‌فرسا و هزینه‌بر ناشی از بوروکراتیک به‌خصوص در زمینه‌ی اخذ مجوزها و نهایتاً سیاست‌ها و قوانینی که باعث رکود بازار می‌شود، از جمله موانع توسعه کسب و کارهای کوچک بوده است (Tambunan, 2008). مامبولا (Mambula, 2002) نیز طی مطالعه‌ای در کشور نیجریه، کمبود سرمایه و مشکلات در تأمین منابع مالی، زیر ساخت‌های ضعیف، مشکلات در ساخت‌افزار تکنولوژی و تأمین قطعات یدکی آن و مشکلات در تهیه مواد خام را از بازدارنده‌های رشد و توسعه این نوع کسب و کارها می‌داند. نجفی و صفا (۱۳۹۳) نیز مهم‌ترین موانع توسعه کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه را عدم وجود طرح کسب و کار، نبود تجربه و تخصص لازم در بین روستاییان، عدم دسترسی مناسب روستاییان به بازار، عدم دسترسی به اطلاعات و منابع اطلاعاتی، عدم تأمین اعتبار مالی جهت سرمایه‌گذاری کسب و کار خانگی و وجود موانع قانونی می‌داند.

متغیرهای مستقل مورد بررسی در این تحقیق در زیر مشخص شده اند:

ویژگی‌های جمعیت شناختی شامل سن، جنس، وضعیت تأهل، تحصیلات، رشته تحصیلی، میزان تجربه در شغل خانگی و میزان زمین کشاورزی می‌باشد که هر یک با استفاده از یک سؤال باز سنجیده شده‌اند.

ویژگی‌های روان شناختی شامل مؤلفه‌های توفیق طلبی، ریسک‌پذیری، رقابت‌پذیری، خلاقیت در مجموع با استفاده از ۲۰ گویه، متغیر انگیزه شروع کسب و کار شامل مؤلفه‌های انگیزه زیستی، انگیزه هویتی، انگیزه کامرانی، انگیزه آرمانی با استفاده از ۱۶ گویه، متغیر برخورداری از مهارت‌های مدیریتی شامل مهارت‌های بین فردی و مهارت‌های فرآیندی با استفاده از ۸ گویه و متغیر آموزش‌های خودگردان با استفاده از ۴ گویه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) سنجیده شد.

سیاست‌های دولت شامل مؤلفه‌های سیاست‌های حمایتی، سیاست‌های مشاوره‌ای-آموزشی و سیاست‌های تشویقی با استفاده از ۱۲ گویه و فضای کسب و کار شامل مؤلفه‌های ثبت مالکیت، دریافت مجوز، صادرات، استخدام، دریافت تسهیلات، حمایت از سرمایه‌گذاران، ورشکستگی و انحلال با استفاده از ۲۲ گویه سنجیده شد.

متغیر عوامل خانوادگی شامل مؤلفه‌های حمایت خانوادگی، ارتباطات خانوادگی، امکانات فیزیکی خانه با استفاده از ۱۵ گویه و متغیر به‌کارگیری مدیریت دانش شامل مؤلفه‌های اجتماعی کردن، برونی‌سازی، ترکیب و درونی سازی با استفاده از ۸ گویه سنجیده شد.

ضریب آلفای کرونباخ برای مجموعه سؤالاتی که به‌منظور سنجش متغیرها در این مطالعه طراحی گردیده‌اند، در جدول ۱ آورده شده است. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار spss نسخه ۲۰ استفاده شد. با توجه به ماهیت و اهداف پژوهش از تکنیک‌های آماری توصیفی و استنباطی بهره گرفته شد. در بخش تحلیل داده‌ها نیز به‌منظور شناسایی موانع مشاغل خانگی از تحلیل عاملی اکتشافی (Exploratory Factor Analysis) برای دستیابی به عوامل کلیدی استفاده شده است.

متغیر وابسته پژوهش حاضر، توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی می‌باشد. این متغیر با استفاده از مؤلفه‌های کسب سود و درآمد، اشتغال‌زایی، پایداری و استقامت در شغل، انعطاف‌پذیری متناسب با شرایط در حال تغییر، جلب رضایت مشتریان، جلب رضایت کارکنان، تلاش برای توسعه روستا، بهره‌گیری از فرصت‌ها، حفظ محیط‌زیست و تجاری‌سازی ایده طی سؤالاتی و در دو دوره، سال صفر (یا شش ماه اول شروع به فعالیت) و سال جاری از طریق ۳۰ گویه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (بسیار کم، کم، متوسط، زیاد، بسیار زیاد) سنجیده شد. مؤلفه‌های این متغیر با استفاده از روش دلفی و تأیید آن از طریق پرسشنامه در بین ۳۲ نفر از خبرگان کارآفرینی طراحی شده‌اند. این گروه شامل ۱۲ نفر از اساتید مرتبط و متخصص در فعالیت‌های کارآفرینی دانشکده کشاورزی و دانشگاه شیراز، ۱۶ نفر از کارشناسان خبره کارآفرینی در سازمان جهاد کشاورزی استان فارس و ۴ نفر از مدیران کسب و کارهای کوچک برتر در استان فارس می‌باشند.

جدول ۱- مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
انگیزه شروع کسب و کار	۰/۸۶
ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه	۰/۶۸
فضای کسب و کار	۰/۹۱
سیاست‌های دولت	۰/۶۸
مهارت‌های مدیریتی	۰/۷۲
عوامل خانوادگی	۰/۷۴
به‌کارگیری مدیریت دانش	۰/۷۰
توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی	۰/۸۸

بررسی فرآیند توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی

جدول ۲ رتبه‌بندی گویه‌های توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی را نشان می‌دهد. مطابق با جدول، در سال اول تأسیس کسب‌وکارهای خانگی، اولین رتبه مربوط به گویه حفظ و تثبیت (حفظ بدون وقفه) کسب و کار بوده است. دومین و چهارمین رتبه مربوط به مؤلفه‌ی حفظ محیط‌زیست بوده است. به عبارتی کسب و کارهای کوچک خانگی در سال شروع کسب و کار، به‌صورت آگاهانه یا ناآگاهانه، به سمت ایجاد کسب و کاری رفته‌اند که امروزه به آن اشتغال پایدار سبز گفته می‌شود؛ اما گویه دوم از پایداری یا حفظ چرخه‌ی کسب‌وکار در اولویت ۱۶ قرار دارد؛ به عبارت دیگر، این کسب و کارها در شرایط بحرانی و بدون کسب سود، در سال‌های اولیه کسب و کار خود را حفظ کرده‌اند؛ و برای کسب سود و حفظ چرخه‌ی کسب و کار (رتبه ۱۶)، قیمت بهینه‌ای برای محصولات خود در نظر گرفته (رتبه ۵)، از مواد اولیه بومی استفاده کرده (رتبه ۳) و نسبت به تغییرات بازار عکس‌العمل نشان داده (رتبه ۱۴) و کارگران خود را که اغلب بومی و خانگی هستند حفظ نموده‌اند (رتبه ۶). در واقع شاغلین خانگی برای فروش محصول که در رتبه ۹ قرار دارد به سمت کسب مؤلفه سودآوری رفته‌اند؛ اما این کسب و کارها برای بهبود وضعیت خود و حفظ چرخه‌ی کسب و کار، کاهش قیمت محصول (رتبه ۵) و خودداری از بیمه کارکنان (رتبه ۳۰) را بر تجاری‌سازی ایده و نوآوری ترجیح داده‌اند (به ترتیب رتبه‌های ۲۴ تا ۲۸) و با انتخاب این استراتژی، به سمت مزیت رقابتی کشیده شده‌اند که نمی‌تواند پایدار باشد. شاغلین خانگی اگرچه اقدام به حفظ کارکنان و عدم اخراج آن‌ها نموده‌اند اما کارکنان از مزایای کار برخوردار نیستند به‌طوری‌که بیمه کارکنان آخرین رتبه را دارد. شاغلین خانگی در سال اول، از مشتریان نیازسنجی کرده (رتبه ۹/۵)، در محصول تنوع ایجاد کرده (رتبه ۱۲) و تولید خود را افزایش داده‌اند و تا حدودی موفق به رفع نیاز منطقه شده‌اند اما همچنان تصمیم به استخدام کارگر در برنامه‌ریزی‌های آتی ندارند (رتبه ۲۳). مطابق با یافته‌های جدول ۲ در سال جاری نیز کسب و کارهای خانگی به همین روند در جریان است با این تفاوت که شاخص حفظ محیط‌زیست در رتبه اول قرار داشته است. میزان فروش و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار در وضعیت بهتری قرار گرفته

(ارتقا گویه فروش از رتبه ۹/۵ به ۶ و ارتقا گویه سرمایه‌گذاری از ۱۳ به ۱۱) در عین حال که شاخص رضایت مشتری تا حدی کاهش پیدا کرده به‌طوری‌که گویه نیازسنجی از مشتری از رتبه ۹ به ۱۷ و در نظر گرفتن قیمت بهینه برای محصول از رتبه ۵ به ۷/۵ نزول یافته است. این کسب‌وکارها در سال جاری موفقیت نسبتاً بیشتری در تجاری‌سازی ایده‌های خود داشته‌اند (ارتقا از رتبه ۲۱ به ۲۰) اما همچنان پیشرفت چشمگیری در وضعیت رتبه نوآوری، انتخاب برند؛ اشتغال‌زایی و بیمه کارکنان در سال جاری دیده نمی‌شود و همچنان این گویه‌ها در جایگاه رتبه‌های آخر قرار دارند.

بررسی‌های حاصل از رتبه بندی گویه‌های شاخص توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی نشان می‌دهد که این مشاغل دوستدار محیط زیست می‌باشند و به سمت پایداری همراه با حفظ محیط زیست در حرکت اند؛ و این موضوع می‌تواند به عنوان یک نقطه قوت مشاغل خانگی باشد؛ اما این کسب و کارها با وجود توانایی انعطاف پذیری و میل به پایداری، شرایط سخت را تحمل می‌کنند و در جریان رقابت و کسب سود، استراتژی قیمت پایین و خودداری از مزایای کار کارگران به جای نوآوری و تجاری سازی ایده بر می‌گزینند و در مجموع صاحبان مشاغل خانگی به این شرایط قانع هستند و با ادامه این روند با وجود داشتن پتانسیل‌های لازم نمی‌توانند در جریان رقابت پیروز شوند.

مقایسه میانگین مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی در کسب و

کارهای خانگی در سال اول تأسیس و سال جاری

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که کلیه مؤلفه‌های توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی، نسبت به سال جاری وضعیت بهتری داشته‌اند. به طوری که بین میانگین ایجاد نوآوری در کسب و کار در سال اول و سال جاری تفاوت معنی داری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. بین میانگین حفظ محیط زیست در کسب و کار در سال اول و سال جاری تفاوت معنی داری در سطح ۰/۰۳ وجود دارد. همچنین بین میانگین توانایی مشاغل خانگی در انجام اموری مانند بیمه کارکنان، حفظ یا اعدم اخراج کارکنان و در نظر گرفتن کمک هزینه تحصیل و ازدواج به آنها که در مجموع جلب رضایت کارکنان نام گذاری شده است تفاوت معنی داری در سال اول و سال پایه وجود دارد. توانایی سازگاری و انطباق با محیط یا انعطاف پذیری نیز نسبت به

سازدهای مؤثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی ...

سال اول بهبود پیدا کرده است. میانگین مؤلفه‌ی اشتغال زایی در سال اول برابر با ۵/۸۸ و در سال جاری ۶/۹۴ بوده است؛ که نشان دهنده‌ی پایین بودن میزان این مؤلفه در هر دو سال مورد بررسی می‌باشد. سود آوری نیز نسبت به سال پایه بهبود یافته است و اختلاف معنی داری در سطح ۰/۰۰۲ بین این دو سال وجود دارد. به طور کلی میانگین تمامی مؤلفه‌های توسعه‌ی کارآفرینی در هر دو سال پایه و سال جاری با توجه به طیف در سطح پایینی قرار دارد اما تمامی مؤلفه‌ها نسبت به سال پایه بهبود یافته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که مؤلفه‌های کارآفرینی در مشاغل خانگی هر چند در سطح محدود، اما نمود یافته است.

جدول ۲- میانگین رتبه‌ای مولفه‌های شاخص توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی

رتبه در سال جاری	میانگین در سال جاری	مؤلفه‌ها	گویه‌ها	میانگین در سال اول	رتبه در سال اول
۲۶	۲/۱۸	تولید محصول یا خدمات جدید		۱/۸۶	۲۴
۲۵	۲/۴۴	ایجاد نوآوری	استفاده از روش‌های تولید یا تکنیک‌های جدید	۱/۴۹	۲۵
۲۲	۲/۶۵	استفاده از منابع یا مواد اولیه جدید		۱/۵۰	۲۶
۲	۳/۸۴	حفظ محیط زیست	سعی در کاهش آلودگی	۳/۱	۲
۱	۴/۰۹	اهمیت به کاهش مصرف انرژی		۳/۰۳	۴
۱۷/۵	۲/۹۲	جلب رضایت مشتری	نیازسنجی از مشتریان	۲/۴۷	۹/۵
۷/۵	۳/۲۸	در نظر گرفتن قیمت بهینه برای محصول		۲/۸۳	۵
۳۰	۱/۲۴	بیمه کارکنان		۱/۲۰	۳۰
۲۱	۲/۸۲	جلب رضایت کارکنان	حفظ کارکنان (عدم اخراج)	۲/۷۱	۶
۲۳	۲/۵۸	در نظر گرفتن کمک هزینه تحصیل و ازدواج به کارکنان		۲/۲۶	۱۸
۴	۳/۵۸	انعطاف پذیری متناسب با شرایط در حال تغییر	توانایی تغییر محصول با توجه به تغییر شرایط بازار	۲/۴۹	۸
۱۳	۳/۰۶	تجهیز امکانات خود برای رقابت با سایر رقبا	تغییر محصول خود با توجه به شرایط محیطی	۲/۲۵	۱۹
۱۴	۳/۰۳	رفع نیاز نسبی منطقه از طریق محصول		۱/۹۸	۲۱
۱۲	۳/۰۷	توسعه روستا	استفاده از مواد اولیه بومی (در صورت وجود در منطقه)	۲/۲۸	۱۶/۵
۵	۳/۴۵	تلاش برای توسعه روستا		۳/۰۵	۳
۱۵	۳	تلاش برای اشتغال زایی	استفاده از نیروی انسانی بومی	۲/۷۰	۷
۲۷	۲/۱۵	میزان اشتغال زایی شرکت شما		۱/۹۷	۲۲
۲۴	۲/۴۸	میزان و سهم اشتغال زایی در برنامه‌ی سال آینده		۱/۹۵	۲۳
۹	۳/۲۰	میزان تولید		۲/۳۰	۱۵
۶	۳/۳۵	کسب سود و درآمد	میزان فروش	۲/۴۷	۹/۵
۲۲	۲/۷۶	سرمایه گذاری برای تجهیز کسب و کار	صادرات محصول	۲/۲۳	۲۰
۱۱	۳/۰۹	تثبیت کسب و کار		۲/۳۵	۱۳
۳	۳/۷۶	پایداری و استقامت	تثبیت کسب و کار	۳/۴۵	۱
۱۶	۲/۹۴	فرآهم کردن قدرت انتخاب محصول از طریق تنوع	حفظ چرخه‌ی کسب و کار	۲/۲۸	۱۶/۵
۱۹	۲/۸۶	بهره‌گیری از فرصت‌ها		۲/۴۳	۱۲
۷/۵	۳/۲۸	قدرت رقابت با سایر کسب و کارهای رقیب	برای مشتریان	۲/۴۵	۱۱
۱۷/۵	۲/۹۲	عکس‌العمل به موقع در برابر معاملات سود آور		۲/۳۳	۱۴
۲۹	۱/۵۱	تجاری سازی ایده در سطح منطقه	انتخاب برند یا نام برای واحد تولید یا محصول خود	۱/۲۴	۲۸
۲۰	۲/۸۴	استفاده از تکنولوژی هر چند ساده برای خلق ارزش	موفقیت در اجرای ایده	۱/۹۸	۲۱
۲۸	۲/۱۲		استفاده از تکنولوژی هر چند ساده برای خلق ارزش	۱/۴۳	۲۷

جدول ۳- نتایج آزمون t-test همبسته از لحاظ مقایسه میانگین شاخص توسعه کارآفرینی مشاغل خانگی

sig	t	سال جاری		سال اول		متغیر
		انحراف استاندارد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین	
۰/۰۰۱	-۸/۸۱	۲/۸۶	۷/۲۷	۱/۶۹	۴/۸۵	نوآوری در خدمات و محصول*
۰/۰۰۳	-۸/۴۶	۲/۲۵	۱۱/۸۹	۳/۱۸	۹/۱۹	حفظ محیط زیست*
۰/۰۰۱	-۳/۶۳	۲/۸۶	۶/۶۴	۲/۹۴	۷/۹۵	جلب رضایت مشتری*
۰/۰۰۴	-۵/۳۸	۲/۸۱	۹/۳	۲/۵۶	۶/۱۷	جلب رضایت کارکنان*
۰/۰۰۱	-۷/۳۹	۳/۱۳	۹/۶۷	۳/۲۸	۶/۷۲	انعطاف پذیری*
۰/۰۰۰۱	-۴/۶۶	۳/۱۳	۹/۵۲	۲/۵۹	۸/۰۳	تلاش برای توسعه روستا*
۰/۰۰۱	-۴/۴۱	۲/۶۸	۶/۹۴	۱/۷۳	۵/۸۸	اشتغال زایی*
۰/۰۰۲	-۵/۳۸	۳/۲۹	۱۲/۰۰	۲/۰۲	۷/۰۱	کسب سود و درآمد*
۰/۰۰۰۵	-۴/۱۹	۴/۰۵	۱۰/۰۵	۲/۶۵	۸/۶۰	پایداری و استقامت*
۰/۰۰۳	-۵/۱۳	۳/۵۵	۹/۰۶	۲/۴۹	۷/۲۱	بهره گیری از فرصت‌ها*
۰/۰۰۰۱	-۷/۶۵	۲/۷۱	۶/۴۷	۱/۵۹	۴/۶۵	تجاری سازی ایده*
۰/۰۰۱	-۸/۸۷	۲۰/۰۹	۹۶/۱۱	۱۴/۲۲	۷۴/۰۸	مجموع مؤلفه‌ها

*طیف هر یک از مؤلفه‌ها: ۳-۲۰

به منظور تفسیر بهتر نتایج تمامی مولفه های شاخص توسعه ی کارآفرینی به طیف ۳ تا ۲۰ هم دامنه شده اند.

سازه‌های تأثیر گذار بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی

اطلاعات جدول ۴ نشان می‌دهد که تجربه در کسب و کار یا سابقه فعالیت با توسعه ی کارآفرینی در کسب و کار خانگی رابطه مثبت و معنی داری دارد. نتایج نشان می‌دهد که بین انگیزه زیستی و انگیزه هویتی با توسعه ی کارآفرینی در کسب و کار روابط معنی داری وجود دارد. از میان ویژگی‌های شخصیتی، استقلال طلبی و مرکز کنترل رابطه مثبت و معنی داری به ترتیب در سطح ۰/۰۳ و ۰/۰۱ با توسعه ی کارآفرینی در مشاغل خانگی دارند. بر اساس نتایج جدول ۴ مهارت‌های مدیریتی با توسعه ی کارآفرینی در سطح ۰/۰۰۰۱ رابطه معنی داری دارد؛ به عبارت دیگر صاحبان کسب و کار مشاغل خانگی که از مهارت‌های مختلف مدیریت به میزان بالاتری برخوردار هستند، توسعه ی کارآفرینی بیشتری دارند. بر اساس یافته‌ها بین سیاست‌های تشویقی، سیاست‌های حمایتی و سیاست‌های مشاوره‌ای با توسعه ی کارآفرینی رابطه معنی دار و مثبتی وجود دارد. نتایج جدول بیانگر این است که بین بکارگیری مدیریت دانش و توسعه ی کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. هر چه در کسب و کار

مدیریت دانش بالاتری بکار گرفته شود توسعه ی کارآفرینی در سطح بالاتری قرار دارد. هم چنین بین استفاده از آموزش‌های خودگردان و توسعه ی کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. به این معنا که هر چه افراد به دنبال کسب علم و دانش از طریق آموزش‌های خود گردان (فارغ از آموزش‌های دولتی) باشند کسب و کار آن‌ها از لحاظ شاخص توسعه ی کارآفرینی در سطح بالاتری قرار دارد. مطابق با یافته‌ها، حمایت خانواده، روابط درون خانواده و امکانات فیزیکی رابطه مثبت و معنی داری با توسعه ی کارآفرینی دارد.

به‌منظور اندازه‌گیری تأثیر جمعی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته توسعه ی کارآفرینی در مشاغل خانگی از رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیونی در جدول ۵ آمده است. با توجه به اطلاعات جدول، میزان F در سطح ۰/۰۰۰۱ معنی دار شده است. به‌طورکلی متغیرهای وارد شده در تحلیل رگرسیون، ۶۹ درصد تغییرات واریانس توسعه ی کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی را تبیین می‌کنند. متغیر فضای کسب و کار دارای بیشترین قدرت پیش‌بینی کنندگی (۰/۲۹) تغییرات متغیر وابسته توسعه ی کارآفرینی در مشاغل خانگی است. دومین

سازدهای مؤثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی ...

جلودار و همکاران (۱۳۸۶) به کارآفرینی نگاهی فراتر از ایجاد شغل و کسب درآمد دارند و در تحقیق خود، عواملی همچون حمایت‌های مالی و اعتباری، شبکه‌های خانوادگی، سیاست‌های حمایتی دولت شامل تسهیلات بانکی، خدماتی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای را از مهم‌ترین عوامل موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه روستایی می‌دانند. از دیگر عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی برخورداری از مهارت‌های مدیریتی می‌باشد. حسینی نیا و همکاران (۱۳۹۳) کسب درآمد، سودآوری و گسترش تعداد کارکنان را به‌عنوان مؤلفه‌های عملکرد کسب و کارهای کارآفرین دانسته و داشتن هدف، مهارت‌های برنامه‌ریزی و سایر مهارت‌های مدیریتی را در تحقق مؤلفه‌های مذکور مؤثر می‌دانند.

عامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی به‌کارگیری مدیریت دانش در کسب‌وکار می‌باشد که ۱۷ درصد تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی در کسب و کار را تبیین می‌کند. تجربه در کسب و کار به‌عنوان متغیر تأثیرگذار بعد، اثر مثبتی بر توسعه کارآفرینی در کسب و کار دارد. افرادی که تجربه بیشتری در کار دارند می‌توانند موفق‌تر عمل کنند. در تحقیقات آگهی و همکاران (۱۳۹۱) نیز مهم‌ترین عامل در توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه زنان روستایی، تجربه و مهارت در شغل می‌باشد. چهارمین و پنجمین متغیرهای تأثیرگذار، مرکز کنترل درونی و خلاقیت می‌باشد. حمایت دولت متغیر تأثیرگذار دیگری است که با وجود این متغیر می‌توان انتظار داشت شاخص توسعه کارآفرینی در سطح بالاتری قرار بگیرد. هفتمین و هشتمین متغیر تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی، عوامل خانوادگی و سیاست‌های مشاوره‌ای جهاد کشاورزی و سازمان‌های مربوطه می‌باشد. فلاح

جدول ۴- نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون برای تعیین همبستگی سازه‌ها با توسعه کارآفرینی مشاغل خانگی

متغیر	ضریب همبستگی	ضریب معنی‌داری
انگیزه زیستی	۰/۲۸	۰/۰۰۳
انگیزه هویتی	۰/۲۲	۰/۰۲
انگیزه کامرانی	۰/۰۹	۰/۳۱
انگیزه آرمانی	۰/۰۶	۰/۵
توفیق طلبی	۰/۱۸	۰/۰۶
استقلال طلبی	۰/۲۰	۰/۰۳
ریسک‌پذیری	۰/۱۲	۰/۲۰
خلاقیت	۰/۰۸	۰/۳۷
مرکز کنترل	۰/۲۴	۰/۰۱
مهارت‌های مدیریتی	۰/۴۳	۰/۰۰۰۱
سیاست‌های تشویقی دولت	۰/۲۳	۰/۰۱۴
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۳۵	۰/۰۰۰۱
سیاست‌های مشاوره‌ای دولت	۰/۱۷	۰/۰۰۷
به‌کارگیری مدیریت دانش	۰/۴۹	۰/۰۰۰۱
فضای کسب و کار	۰/۴۸	۰/۰۰۰۱
آموزش‌های خودگردان	۰/۱۹	۰/۰۴۷
حمایت فکری خانواده	۰/۳۸	۰/۰۰۰۱
ارتباطات خانواده	۰/۲۳	۰/۰۱۷
امکانات فیزیکی خانواده	۰/۳۳	۰/۰۰۰۱

اطلاعاتی رو به رو هستند. سایر موانع توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی شامل موانع اقتصادی، بازاریابی، شخصیتی و خانوادگی می‌شود. گویه‌های هر یک از این عوامل در جدول ۷ نشان داده شده است. با توجه به جدول ۶، پنج عامل شناسایی شده مجموعاً ۷۱/۵۹ درصد از کل واریانس مشاهده شده را تشکیل می‌دهند. علاوه بر این بار عاملی متغیرهای هر یک از عامل‌ها نیز محاسبه شده است که بدین ترتیب می‌توان متغیرهای دارای ارزش بالاتر و مهم‌تر را شناسایی و متغیرهای دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵۰ را حذف نمود. تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) به ایجاد و گسترش فیزیکی کسب و کارهای خانگی توجه داشته و موانع تحقق این امر را از دیدگاه زنان به ترتیب موانع شخصیتی، فردی، اقتصادی، خانوادگی و دولتی می‌داند. یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۳)، نیز شش عامل فرهنگی و اجتماعی، زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی و خانوادگی و آموزشی را به‌عنوان موانع گرایش زنان روستایی به ایجاد مشاغل خانگی می‌دانند. در تحقیقات فری (Fry, 1993)، موانع اصلی توسعه کسب و کارهای خانگی، عدم تخصص، ضعف اطلاعات، عدم تأمین مالی، موانع قانونی و عدم طرح کسب و کار شناسایی شده است.

به منظور برآورد معادله تخمین، با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده و معنی‌دار بودن مدل نهایی رگرسیون چندگانه در این تحقیق، با معادله زیر می‌توان میزان توسعه‌ی کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی را تخمین زد:

$$Y = -49.03 + 0.39(X_1) + 2.23(X_2) + 0.41(X_3) + 1.39(X_4) + 1.96(X_5) + 2.15(X_6) + 0.55(X_7) - 1.17(X_8) + 0.88(X_9)$$

در این رابطه Y ، میزان توسعه‌ی کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی، X_1 فضای کسب و کار، X_2 مدیریت دانش، X_3 تجربه، X_4 مرکز کنترل درونی، X_5 خلاقیت، X_6 حمایت دولت، X_7 عوامل خانوادگی، X_8 سیاست‌های مشاوره‌ای دولت و X_9 مهارت‌های مدیریتی می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار مدیریت دانش، ۰/۵۹ در انحراف معیار متغیر وابسته توسعه‌ی کارآفرینی در کسب و کار خانگی تغییر ایجاد می‌شود. همچنین به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار حمایت دولت، ۰/۴۹ انحراف معیار متغیر توسعه‌ی کارآفرینی افزایش می‌یابد. یک واحد تغییر در انحراف معیار فضای کسب و کار نیز ۰/۳۵ افزایش در انحراف معیار توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی می‌شود.

موانع توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی

با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی به بررسی متغیرها و گویه‌های موانع توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی پرداخته شد. بدین منظور برای تعیین ساختار ساده آن روش چرخش واریماکس مورد استفاده قرار گرفته است. اندازه‌گیری انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی با استفاده از آزمون KMO و آماره بارتلت صورت پذیرفت. محاسبات انجام شده نشان داد که انسجام درونی داده‌ها برای موانع توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی ($KMO=0/62$) و آماره بارتلت در سطح یک درصد معنی‌دار بوده است. عامل‌های استخراج شده به همراه مقدار ویژه و درصد واریانس مربوطه ذکر شده است. با توجه به گویه‌هایی که در هر عامل جای می‌گیرد عناوین پنج عامل توسعه‌ی کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی که در فرآیند تحلیل عاملی شناسایی گردیدند در جدول ۶ مشخص شده است.

نتایج تحلیل عاملی موانع توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی نشان می‌دهد که این افراد در وهله اول با مشکلات

جدول ۵- نتایج رگرسیون برای تعیین متغیرهای تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی مشاغل خانگی

متغیرها	B	Beta	t	R	R ²	R ² Ad
فضای کسب و کار	۰/۳۹	۰/۳۵	۴/۸۵	۰/۵۶	۰/۲۹	۰/۲۹
به کارگیری مدیریت دانش	۲/۲۳	۰/۵۹	۹/۰۵	۰/۶۹	۰/۴۷	۱/۴۶
تجربه در شغل فعلی	۰/۴۱	۰/۲۳	۳/۵۳	۰/۷۴	۰/۵۵	۰/۵۴
مرکز کنترل درونی	۱/۳۹	۰/۲۵	۳/۱۴	۰/۷۸	۰/۶۱	۰/۵۹
خلاقیت	۱/۹۶	۰/۲۲	۳/۶۲	۰/۸۰	۰/۶۴	۰/۶۲
سیاست‌های حمایتی دولت	۲/۱۵	۰/۴۹	۴/۵۹	۰/۸۱	۰/۶۶	۰/۶۴
عوامل خانوادگی	۰/۵۵	۰/۲۳	۲/۷۰	۰/۸۲	۰/۶۸	۰/۶۵
سیاست‌های مشاوره‌ای دولت	۱/۱۷	۰/۱۹	۲/۴۷	۰/۸۳	۰/۷۰	۰/۶۷
مهارت‌های مدیریتی	۰/۸۸	۰/۱۶	۲/۸۲	۰/۸۴	۰/۷۲	۰/۶۹

F:24.8 Sig:0.0001 Constant: - 49.03

جدول ۶- مقادیر تحلیل عاملی (دیدگاه اعضا راجع به موانع توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی)

ردیف	عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	اطلاعاتی	۲/۹۰	۲۰/۷۳	۲۰/۷۳
۲	اقتصادی	۲/۷۷	۱۹/۸۰	۴۰/۵۴
۳	بازاریابی	۱/۴۹	۱۰/۶۵	۵۱/۱۹
۴	شخصیتی	۱/۴۵	۱۰/۳۷	۶۱/۵۶
۵	خانوادگی	۱/۴۰	۱۰/۰۳	۷۱/۵۹

جدول ۷ - نتایج حاصل از چرخش عامل‌ها به روش وریماکس

عامل‌ها	گویه‌ها	بار عاملی
۱	عدم وجود طرحی برای شروع کسب و کار	۰/۸۹
	عدم همکاری با جهاد و سازمان‌های مربوطه	۰/۸۴
	اطلاع ضعیف از طرح‌های حمایتی در نقاط روستایی	۰/۸۰
	اطلاع ضعیف در مورد نحوه و مراحل گرفتن وام و تسهیلات	۰/۷۰
۲	کمبود سرمایه	۰/۹۱
	عدم دریافت به موقع تسهیلات	۰/۸۲
	ضعف حمایت مالی	۰/۸۵
۳	خرید ارزان محصولات	۰/۹۱
	ضعف امکانات برای عرضه و فروش محصولات بدون واسطه	۰/۵۹
۴	ریسک‌گریز و محافظه‌کار بودن صاحب کسب و کار	۰/۷۶
	عدم پشتکار و فعالیت محدود صاحب کسب و کار	۰/۷۰
۵	کارها و مسئولیت‌های زیاد	۰/۸۰
	کمبود و فرسوده شدن امکانات فیزیکی	۰/۶۷

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تغییرات فزاینده جاری در عرصه اقتصاد جهان، شرایط زندگی را به‌ویژه در مناطق کم درآمد و دور از مراکز صنعتی و خدمات شهری وخیم‌تر نموده است و روستاهای کشور نیز از این حیث مستثنی نیستند. در چنین شرایطی،

توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در مناطق روستایی به‌عنوان یکی از الزامات ضروری تداوم حیات روستاها، باید یکی از اولویت‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه روستایی کشور به شمار رود، چرا که این امر به واسطه ایجاد اشتغال و تولید ثروت، می‌تواند سهم به‌سزایی در کاهش فقر، بهبود

است به علاوه یکی از موانع توسعه‌ی کارآفرینی در کسب و کارهای خانگی عوامل خانوادگی می‌باشد. به‌منظور ایجاد و تقویت روابط خوب و سازنده و حامی شغل خانگی، پیشنهاد می‌شود به برگزاری کلاس‌های آموزشی برای اعضای خانواده و ایجاد مراکز مشاوره کسب و کارهای خانگی در سازمان‌های مربوطه اقدام گردد.

در تحلیل رگرسیونی سیاست‌های مشاوره‌ای دولت پیش‌بینی کننده‌ی تغییرات توسعه‌ی کارآفرینی می‌باشد. به‌علاوه یکی از موانع توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی، عوامل اطلاعاتی می‌باشد. در رابطه با اهمیت اطلاع‌رسانی باید به این نکته توجه داشت که برخی از شاغلین خانگی در روستاهای دور افتاده هستند که امکان مراجعه آن‌ها به جهاد کشاورزی و حضورشان در کلاس‌های آموزشی و آگاهی آن‌ها از طرح‌های حمایتی-آموزشی ضعیف است بنابراین دولت می‌تواند با اطلاع‌رسانی شفاف از خدمات و برنامه‌های حمایتی دولت و قوانین و شرایط تأسیس کسب و کار خانگی، از طریق بروشور، نشریه‌های ترویجی اطلاع‌رسانی داشته باشد.

در تحلیل رگرسیونی سیاست‌های حمایتی پیش‌بینی کننده‌ی تغییرات متغیر توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی می‌باشد. به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی، به متولیان توسعه‌ی کارآفرینی در راستای سیاست‌های حمایتی در قالب دو نوع حمایت‌های مالی و حمایت‌های زیرساختی، پیشنهاد می‌شود به تأسیس شعب مراکز حمایت از کسب و کارهای کوچک در نقاط روستایی، مانند بانک کارآفرین یا صندوق حمایت از کسب و کارهای خانگی، همچنین به بهبود وضعیت زیرساخت‌های ارتباطی مانند جاده‌ها و دسترسی روستاییان به منابع انرژی مانند برق و گاز و خطوط تلفن و اینترنت پرداخته شود.

رفاه خانواده‌های روستایی و کاهش مهاجرت داشته باشد (نجفی و صفا، ۱۳۹۳).

مطابق با نتایج رگرسیون سازه‌های مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی، فضای کسب و کار، مدیریت دانش، تجربه قبلی در شغل، مرکز کنترل درونی و خلاقیت، حمایت دولت، عوامل خانوادگی، سیاست‌های مشاوره‌ای دولت و مهارت‌های مدیریتی می‌باشد.

بخشی از تغییرات فضای کسب و کار نیز علاوه بر همبستگی با توسعه‌ی کارآفرینی، قابلیت تبیین متغیر توسعه‌ی کارآفرینی را نیز دارد؛ اما مطابق با نتایج تحقیق حاضر، یکی از مهم‌ترین موانع توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی، موانع مالی می‌باشد. از طرفی فرایند دریافت تسهیلات، ممکن است ماه‌ها به طول بیانجامد که منجر به نارضایتی شاغلین کسب و کارهای طرح ساماندهی مشاغل خانگی از شاخص دریافت تسهیلات اشاره کرد. این در حالی است که یکی از ویژگی‌های کارآفرین، قبول ریسک سرمایه‌گذاری است؛ بنابراین صاحبان کسب و کارهای کوچک نباید برای تأمین منابع مالی خود، تنها به دریافت تسهیلات از دولت متکی باشند. این افراد می‌توانند از راه‌های مختلفی موانع مالی را برطرف کنند. در مورد منابع تأمین مالی می‌توان به تحت پوشش درآمدن کسب و کارهای پشتیبان اشاره کرد.

نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان می‌دهد که مدیریت دانش تبیین‌کننده‌ی ۱۷ درصد تغییرات توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی می‌باشد. به‌کارگیری مدیریت دانش اثربخش در کسب و کار، مستلزم وجود افراد، نقش‌ها و مسئولیت‌های شفاف هر یک می‌باشد که در نهایت به فرد یا افراد کمک می‌کند تا خلاقیت و توانایی‌هایشان را برای ایجاد ارزش افزوده به کار گیرند. بهترین حالت استفاده از دانش این است که آن را در فعالیت‌های کسب و کار به کار گرفت.

همچنین نتایج نشان دهنده‌ی قدرت تبیین‌کنندگی عوامل خانوادگی در تغییرات توسعه‌ی کارآفرینی مشاغل خانگی

منابع

- اکبری، ن.، جمشیدی، ه.، و اکبری، م. (۱۳۹۱). تجزیه و تحلیل مشاغل خانگی زنان مبتنی بر فضای کسب و کار مطالعه موردی: استان اصفهان. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، آبان ۹۱، صص ۲۳۷۲-۲۳۹۲.
- آگهی، ح.، میرک زاده، ع.، و تقی بیگی، م. (۱۳۹۱). اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی. فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه، سال ۳، شماره ۳، صص ۱۸۱-۲۰۱.

ایزدی، ب. (۱۳۹۲). سازدهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک روستایی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.

تقی بیگی، م.، آگهی، ح.، و میرک زاده، ع. (۱۳۹۳). بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی شهرستان اسلام آباد غرب. *مجله پژوهش‌های روستایی*، دوره ۵، شماره ۲، صفحه ۳۱۰-۲۸۳.

چراغعلی، ع. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران. حسینی نیا، غ.، یعقوبی فرانی، ا.، و سیدین، س. (۱۳۹۳). سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میان رود. *مجله زن در توسعه و سیاست*، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۵۴۵-۵۵۸.

رضوانی، م.، و نجار زاده، م. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی. *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۱، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۸۲.

رودگرزاد، ف.، و کیاکجوری، ک. (۱۳۸۹). چالش‌ها و موانع توسعه کسب و کارهای خانگی. اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی چالش‌ها و راهکارها. تهران، ۸ آذر، صص ۱۳۵-۱۴۳.

سعدی، ح.، و سلیمانی، ع. (۱۳۹۱). ظرفیت کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، جلد ۸، شماره ۲، صص ۱۰۵-۱۱۷.

فلاح جلودار، ف.، حسینی، ف.، حسینی، س. م.، و میردامادی، س. م. (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور. *فصلنامه روستا و توسعه*، جلد ۱۰، شماره ۴، صص ۸۷-۱۱۵.

مختاری، م.، و کوچ پی ده، ف. (۱۳۹۳). تبیین عوامل مؤثر بر راه اندازی کسب و کارهای خانگی شاهد تجربی: کسب و کارهای تحت پوشش جهاد کشاورزی در غرب استان مازندران. دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت پذیری، ساری، مرکز کارآفرینی و ارتباط با صنعت دانشگاه مازندران، ساری، ۳۱ اردیبهشت، صص ۸۶۷-۸۷۷.

ملک سعیدی، ح.، بخشی جهرمی، ا.، و فروزانی، م. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان زن روستایی: مورد مطالعه شهرستان مرودشت. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، جلد ۹، شماره ۱، صص ۱۴۱-۱۵۱.

نجفی، ب.، و صفا، ل. (۱۳۹۳). بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌ها توسعه آن‌ها در مناطق روستایی. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی در کشاورزی*، جلد ۱، شماره ۲، صص ۶۱ تا ۷۳.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۱). معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال طرح سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی.

قابل دسترس در آدرس اینترنتی: <http://www.mashaghelkhanegi.ir>

یعقوبی فرانی، ا.، وحدت مودب، ه.، و لطیفی، س. (۱۳۹۲). شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردرود شهرستان رزن). *نشریه زن در توسعه و سیاست*، جلد ۱۱، شماره ۴، صص ۵۷۴-۵۵۹.

Kader, R. A., Mohamad, M. R.B., and Ibrahim, A. A.H.C. (2007). Success factors for small rural entrepreneurs under the one-district-one industry programme in Malaysia. *Contemporary Management Research*, 5(2), 147-162.

Mambula, C. (2002). "Perceptions of SME growth constraints in Nigeria". *Journal of Small Business Management*, 40(1), 58-65.

Rowe, B ., Haynes, G., and Bentley, M. (1993). Economic outcomes in family-owned home-based businesses. *Family Business Review*, 6(4), 383-396.

Tambunan, T. (2008). "Trade liberalization effects on the development of small and medium-sized enterprises in Indonesia: A case study". *Asia Pacific Development Journal*, 15(2), 35.

Walker, E., Wang, C., and Redmond, J. (2008). Women and work-life balance: is home-based business ownership the solution? *Equal Opportunities International*, 27(3), 258-275.

Influencing Factors and Obstacles for Accomplishing Entrepreneurship Development in Agricultural Home-Based Businesses in Villages of Shiraz

B. H. Izadi, K. Rezaei-Moghaddam* and A. Asadollahpour¹

(Received: Nov, 20, 2015; Accepted: Feb, 8, 2016)

Abstract

Considering that home-based businesses are a solution to strengthen rural entrepreneurship, some of the experts look at them as the most important strategies for rural development in the Third World. Investigation of factors influencing entrepreneurship development and its obstacles was the main purpose of this study to present solutions for developing entrepreneurship in home-based businesses. The study was conducted using survey and researcher-made questionnaire was used for data collecting. The small agricultural business managers who have attempted to establish business by the plans of organizing home-based careers were the population of the study. Totally 106 individuals were chosen using random sampling in three regions (Zarghan, Markazi and Dashte Arjan) According to the research hypothesis, development of entrepreneurship in home-based businesses depends on individual, family and environmental factors. Based on the research findings, business atmosphere, applying knowledge management, background, individual characteristics such as creativity and internal locus of control, government support and management skills are the predictor factors of entrepreneurship development in small home-based businesses. According to the results of factor analysis, informational, economic, marketing, personality and family factors are the main obstacles of entrepreneurship development at home-based businesses. Those factors explained about 71.59 percent of total variance.

Key words: Entrepreneurship Development, Entrepreneurship, Home-Based Businesses, Small Business, Shiraz Villages.

¹- Former M.Sc. Student of Agricultural Extension and Education, Associate Professor of Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University and Deputy Director General of Agricultural Extension, Agricultural Research, Education and Extension Organization, Ministry of Agriculture Jihad, respectively.

*- Corresponding author, Email: rezaei@shirazu.ac.ir