



دانشگاه گورگان
دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گورگان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد اول، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۳
<http://jead.gau.ac.ir>

بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی

بهمن نجفی^۱ و *لیلا صفا^۲

^۱ کارشناس ارشد توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، آستادپار، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان
تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۱۴؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۴/۲۱

چکیده

امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه روستایی به‌عنوان یکی از اولویت‌های اصلی کشورهای مختلف به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، به چیزی فراتر از یک راهبرد ساده نیازمند است؛ در این زمینه بسیاری پژوهش‌گران بر این باورند که توسعه کارآفرینی در اشکال و زمینه‌های مختلف در مناطق روستایی به واسطه ایجاد اشتغال، تولید سرمایه، کمک به توزیع عادلانه‌تر درآمدها در جامعه و کاهش فقر، یکی از مؤلفه‌های کلیدی نظام پیشران توسعه روستایی و حتی توسعه ملی به‌شمار می‌رود. در میان اشکال مختلف کارآفرینی، توسعه مشاغل کوچک روستایی با تأکید بر مشاغل خانگی به‌علت برخورداری از ماهیت و مزایای منحصر به‌فرد، با استقبال متخصصان توسعه روستایی روبرو شده است، به گونه‌ای که برخی متخصصان آن را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند. با در نظر گرفتن اهمیت موضوع، هدف اصلی این مقاله توصیفی-تحلیلی بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی بود. بر اساس نتایج پژوهش‌ها مشخص شد که توسعه کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه در مناطق روستایی با موانع و چالش‌های متعددی مواجه می‌باشند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها شامل عدم وجود طرح کسب و کار مناسب، نبود تجربه و تخصص لازم در روستاییان، عدم دسترسی مناسب روستاییان به بازار، عدم

*مسئول مکاتبه: safa_leila@yahoo.com

دسترسی به اطلاعات و منابع اطلاعاتی، عدم تأمین اعتبار مالی جهت سرمایه‌گذاری کسب و کار خانگی و وجود موانع قانونی بودند.

واژه‌های کلیدی: کسب و کار خانگی، کارآفرینی، مناطق روستایی، موانع و چالش‌ها

مقدمه

در عصر کنونی، توسعه روستایی جایگاه ویژه‌ای در تداوم حیات اقتصادی ملت‌ها دارد و به‌ویژه در کشورهای غیرصنعتی، محور برنامه‌های توسعه اقتصاد ملی به‌شمار می‌رود (استیگلیتز، ۱۳۸۵). امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه روستایی به‌عنوان یکی از اولویت‌ها و البته چالش‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه به‌ویژه در کشورهای غیر صنعتی دنیا، به چیزی فراتر از یک استراتژی ساده نیازمند است؛ چنان‌که دستیابی به آن تنها در صورت برنامه‌ریزی دقیق نظام‌مند و از طریق عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت‌گرا امکان‌پذیر خواهد بود (Tipple, 2006). در این میان به تأیید بسیاری از اندیشمندان، توسعه کارآفرینی در اشکال و زمینه‌های مختلف در مناطق روستایی که بر محوریت انسان به‌عنوان منبع اصلی توسعه دلالت دارد، به واسطه ایجاد اشتغال، تولید سرمایه، کمک به توزیع عادلانه‌تر درآمدها در جامعه و کاهش فقر، یکی از مؤلفه‌های کلیدی نظام پیشران توسعه روستایی و حتی توسعه ملی به‌شمار می‌رود (قمبرعلی و زرافشانی، ۱۳۸۴). در این زمینه با توجه به ماهیت و مشخصه‌های جوامع روستایی، تجربیات توسعه روستایی در کشورهای مختلف جهان طی چند دهه گذشته نشان می‌دهد که مشکلات کمبود درآمد روستاییان (ضعف اقتصادی) و به‌دنبال آن عواقب و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ناشی از آن را نمی‌توان تنها با انتقال دانش فنی و فناوری‌ها و نیز انتقال سرمایه‌های مادی به مناطق روستایی، حل‌شده پنداشت، بلکه عنصر مهم‌تری که بایستی مورد توجه سیاست‌گذاران و کارشناسان توسعه روستایی قرار گیرد، تأکید بر توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی به‌ویژه کسب و کارهای خانگی و فراهم ساختن بسترهای ضروری برای رشد و توسعه آن‌ها می‌باشد (فتوتی، برادران، سلمان‌زاده و غنیان، ۱۳۹۰). بالا بودن نرخ رشد بیکاری پنهان و آشکار در جامعه روستایی در مقایسه با جامعه شهری از یک طرف و عدم امکان سرمایه‌گذاری گسترده برای توسعه صنایع بزرگ از طرف دیگر، دولت‌مردان را به گسترش کسب و کارهای کوچک در جوامع روستایی وادار نموده است. در حالی‌که ایجاد اشتغال در جامعه روستایی به یک مشکل حاد بدل شده

است، مشاغل کوچک روستایی با تأکید بر مشاغل خانگی توانسته‌اند زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در جامعه روستایی را در فعالیتهای کشاورزی و غیرکشاورزی فراهم ساخته و نوعی امید و شادابی را به جامعه هدف ارزانی دارند؛ این مسأله با استقبال متخصصان توسعه روستایی نیز روبرو شده است، به گونه‌ای که برخی متخصصان، توسعه کسب و کارهای کوچک و خانگی در محیط روستایی را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند (Gibosen and Olivia, 2006). فرصتهای کسب و کار خانگی باعث اشتغالی در راستای رفع کاستی‌ها و تأمین نیازهای محلی یک اقتصاد گردیده و راه را برای توسعه پایدار اقتصادی در جوامع روستایی هموار می‌نماید (Horgan, 2001). با توجه به اهمیت توسعه کسب و کارهای خانگی، ضروری است تا به مطالعه و بررسی چالش‌ها و موانع توسعه این کسب و کارها پرداخته شود تا از طریق شناخت دقیق علمی بتوان نسبت به توسعه آن‌ها اقدام نمود. بر این اساس، این پژوهش با هدف اصلی بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی انجام گرفت.

مفهوم کسب و کارهای خانگی و انواع آن: اگر چه مفهوم کسب و کارهای خانگی قدمت دیرینه‌ای داشته، اما در مورد تعریف آن هنوز اتفاق نظر کلی وجود ندارد. نقطه مشترک در تأکید بر خانه به‌عنوان محل اصلی و عمده کسب و کار می‌باشد (Glenn and Woods, 2005)، به‌طوری که تیپل^۱ (۲۰۰۶) معتقد است به کسب و کارهایی می‌توان عنوان خانگی اتلاق کرد که صرف‌نظر از اندازه و نوع آن‌ها محل کار اصلی‌شان در خانه واقع باشد. اما نقطه تمایز و ابهام در تفاوتی است که میان کارکنان خانگی و کارآفرینان خانگی^۲ وجود دارد؛ به‌این ترتیب که مشخص نیست بین فعالیتهای افرادی که در استخدام و قرارداد یک شرکت یا مؤسسه مستقل بیرونی بوده، اما دفتر کار و محل انجام وظایف آن‌ها در خانه است با فعالیتهای افرادی که در استخدام هیچ سازمانی نبوده و به‌طور مستقل برای ایجاد ارزش افزوده به کارهای تولیدی، خدماتی و فروش می‌پردازند، چه تفاوتی وجود دارد. در برخی تعاریف ارائه شده این دو مفهوم در هم آمیخته و کسب و کار خانگی نامیده شده‌اند. در حالی‌که کار خانگی مفهوم وسیعی است که صاحبان و اداره‌کنندگان کسب و کارهای خانگی را نیز شامل می‌شود (Rosnafisah, et al., 2009). روبرتز و کریسمن^۳ (۱۹۹۷) تعاریف متعدد از کسب و کارهای خانگی را به سه دسته تقسیم می‌کنند:

1- Tipple

2- Home Workers and Home Entrepreneurs

3- Roberth and Chrisman

۱- تعاریف فراگیر: در این‌گونه تعاریف هیچ تمایزی میان کارکنان خانگی و کارآفرینان خانگی وجود ندارد. به‌عنوان مثال هیچ تفاوتی میان کارمند بانک که وظیفه‌اش را با شبکه اینترنت و در خانه انجام می‌دهد با فردی که به‌طور مستقل کسب و کاری اینترنتی را در خانه راه‌اندازی کرده وجود ندارد و هر دو کسب و کار خانگی نامیده می‌شوند.

۲- تعاریف پالوده: هر نوع فعالیتی که در آن فرد به‌صورت تمام وقت یا پاره وقت یک کسب و کار مستقل را در خانه اداره می‌کند.

۳- تعریف خاص: تنها کسب و کارهایی را شامل می‌شود که فرد به‌صورت تمام وقت و در خانه آن را اداره می‌کند.

صرف‌نظر از نحوه تعریف کسب و کارهای خانگی، بسیاری از محققان و صاحب‌نظران بر این باورند که راه‌اندازی و توسعه این نوع کسب و کارها به‌ویژه در مناطق روستایی دارای مزایای متعددی می‌باشند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به مواردی همچون آزادی و استقلال عمل بیشتر؛ ساعات کاری انعطاف‌پذیر؛ ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی؛ پایین بودن هزینه راه‌اندازی؛ پایین بودن میزان ریسک؛ امکان کار کردن پاره وقت؛ راحت‌تر بودن تربیت فرزندان؛ داشتن فرصت و زمان بیشتر؛ تناسب با ویژگی‌های جسمی افراد معلول و کم توان؛ احتمال موفقیت بیشتر؛ تناسب با اقشار مختلف؛ احساس راحتی بیشتر؛ و عدم نیاز به مجوزهای دست و پاگیر اشاره نمود (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴).

همان‌طور که اشاره شد از میان عوامل متعددی که می‌توانند زمینه‌ساز توسعه کسب و کارهای خانگی، عوامل انسانی به‌ویژه مسایل روان‌شناختی و انگیزشی از مهم‌ترین آن‌ها به‌شمار می‌روند که بایستی به شکل جدی در فرایند توسعه کسب و کارهای خانگی مدنظر قرار گیرند. به‌طور معمول، برای راه‌اندازی یک کسب و کار انگیزه‌های مختلفی وجود دارد؛ وجود یک فرصت و ایده کارآفرینانه، انگیزه‌های مادی و تمایل به رئیس و کارفرمای خود بودن، از جمله عواملی است که یک فرد در تصمیم کارآفرینانه‌اش در نظر می‌گیرد. اما زمانی که این ایده قرار است در خانه اجرایی شود انگیزه‌های دیگری نیز بدان اضافه می‌گردد؛ مکان و امکانات مناسب خانه، نیاز به سرمایه اولیه کمتر، بودن در کنار خانواده و بهره‌مندی از حمایت‌های آنان، انعطاف‌پذیری و برقراری تعادل میان کار و زندگی (اغلب در میان زنان و افراد متأهل) و انگیزه‌های دیگری که بودن خانه به‌عنوان محل کسب و کار در افراد ایجاد می‌کند. برای مثال فردی ممکن است ایده‌ای کارآفرینانه در ذهن داشته اما به‌دلیل پشتوانه نامناسب مالی قادر به اجرای آن در مقیاس واقعی خود نباشد. یا این‌که فرد دیگری به‌دلیل وابستگی‌هایی که به خانواده و مسئولیت‌هایی که

در خانه، همچون نگه‌داری و تربیت فرزندان بر عهده دارد قادر به ترک خانه برای ساعت‌های طولانی و اشتغال خارج از خانه نبوده و هم‌زمان دوست دارد ایده خود را اجرا نموده یا درآمدی داشته تا به اقتصاد خانواده کمک نماید. البته این انگیزه‌ها تحت تأثیر برخی از ویژگی‌های شخصی به‌خصوص جنسیت قرار دارد، به طوری که نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد انگیزه زنان از کارآفرینی خانگی بیشتر غیرمادی بوده و غالباً به دنبال ایجاد تعاملی میان وظایف و مسئولیت‌های خانوادگی و شغلی‌شان می‌باشند (Walker, et al., 2008). تمایل به مخاطره خویی یا ریسک نیز از دلایل دیگری است که افراد را به سمت خود اشتغالی و کارآفرینی می‌کشد. اگر چه نوشته‌ها و پژوهش‌ها درباره تفاوت‌های مخاطره جویانه میان زنان و مردان متفاوت است، اما آنچه مسلم است این‌که کسب و کارهای خانگی ریسک شروع یک کسب و کار را کاهش می‌دهند، چرا که سرمایه اولیه کمتری برای راه‌اندازی نسبت به دیگر کسب و کارها نیاز است (Walker and Webster, 2004). با توجه به تعدد این انگیزه‌ها، در یک طبقه‌بندی نسبتاً جامع والکر و وبستر (۲۰۰۴) به تشریح انواع کسب و کارهای خانگی بر اساس انگیزه راه‌اندازی آن‌ها پرداخته است (جدول ۱).

جدول ۱- انواع کارآفرینی خانگی بر اساس انگیزه افراد.

انگیزه	انواع کسب و کار خانگی
انگیزه اصلی این‌گونه افراد از راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی اجتناب از ریسک‌های مالی مربوط به یک کسب و کار غیرخانگی است. این‌گونه افراد بیشتر به سمت کسب و کارهای خانگی خدماتی رفته و از فعالیت‌هایی که حاشیه سود بالایی دارند اجتناب می‌کنند.	ریسک‌گریز
این افراد آزادی کار خانگی را دوست داشته، هزینه‌های پایین آن را ترجیح می‌دهند. فضای کافی داشته و از تکنولوژی برای بهتر انجام شدن کارها استفاده نموده و به دنبال ایجاد تعادل میان کار و زندگی‌شان می‌باشند.	راحت طلب
این افراد می‌خواهند کوچک بمانند، اهداف بلند پروازانه کمی داشته و نمی‌خواهند فراتر از خانه بروند. کسب و کارهای خانگی قسمتی از وقت‌شان را به خود اختصاص داده و درآمد ثانویه برای آنان است.	قناعت پیشه
این افراد ایده‌های بزرگتر در سر داشته و می‌خواهند بازار آن را آزمون نمایند. آن‌ها عاشق انجام کارهای جدیداند و کسب و کار خانگی را به‌عنوان فرصتی موقت و سکوی پرتاب می‌دانند.	بلند پرواز

اهمیت و مزایای کسب و کار خانگی کارآفرینانه: امروزه کسب و کارهای خانگی از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب می‌شوند. کسب و کار خانگی از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضه محصولات یا خدمات، می‌تواند موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور شوند. همچنین برای جوانان، کسب و کارهای خانگی نقطه شروع مناسبی برای راه‌اندازی کسب و کار شخصی است، زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار ساده و آسان است. به‌عنوان نمونه می‌توان با یک رایانه و یک خط تلفن، یک کسب و کار ساده را راه انداخت و کارهای خدماتی مختلفی را برای مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کرد (مجبی، ۱۳۹۰).

اگر چه کسب و کارهای خانگی، به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه غالباً به‌صورت غیر رسمی بوده و از آن درآمد چندانی نصیب دولت‌ها نمی‌شود (Tipple, 2006)، اما پژوهش‌ها نشان می‌دهد که این نوع کسب و کارها نقش قابل توجهی در اشتغال و کارآفرینی ایفا می‌کنند. اغلب این تصور وجود دارد که این نوع کسب و کار در کشورهای فقیر و کمتر توسعه یافته رواج داشته در حالی که آمارها بیانگر آن است که کسب و کارهای خانگی و خود اشتغالی در خانه بخش قابل توجهی از نیروی کار کشورهای پیشرفته را به خود اختصاص داده است. در سال ۱۹۹۸ دفتر نیروی کار آمریکا طی یک پژوهش میدانی اعلام کرد که حدود ۶/۱ میلیون یا شش درصد خانوارهای آمریکایی یک کسب و کار خانگی را اداره می‌کنند (National Association for the Self-Employed, 2006). آمارها درباره استرالیا قابل توجه است. کسب و کارهای خانگی بزرگ‌ترین گروه کسب و کار در استرالیا بوده، به‌طوری که تقریباً 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 (Walker et al., 2008). اگر چه این آمارها نشان از توسعه و گسترش کسب و کارهای خانگی در برخی کشورهای توسعه یافته دارد، اما دلیل اهمیت و توجه نسبت به چنین بخشی را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

۱. کسب و کارهای خانگی فرصتی مناسب برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با ریسک و هزینه بسیار پایین فراهم می‌کنند. به‌طوری که آن را مرکز رشدی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و تبدیل آن به یک کسب و کار واقعی می‌دانند. نتایج پژوهش‌های مختلف بیانگر آن است که بیش از ۷۰ درصد کارآفرینان موفق در ابتدا کار خود را از خانه شروع کرده‌اند (Finmark, 2006).

۲. اغلب صاحبان کسب و کارهای خانگی تمایلات کارآفرینانه داشته به طوری که در پژوهشی تنها کمتر از یک سوم این افراد به این سوال که «اگر به شما یک کار دائمی با حقوق ثابت پیشنهاد شود خواهید پذیرفت؟» جواب مثبت دادند (Finmark, 2006).

۳. کسب و کارهای خانگی تمایل فوق العاده‌ای به رشد و توسعه دارند به طوری که متوسط رشد سالانه آن‌ها ۱۶ درصد بوده است، در حالی که متوسط رشد کسب و کارهای کوچک ۱۱ درصد می‌باشد (Finmark, 2006). بر اساس نتایج یک پژوهش، در حدود ۹۰ درصد از صاحبان کسب و کارهای خانگی تمایل خود را به رشد و توسعه کسب و کار خود ابراز نموده و ۵۵ درصد آنان احساس می‌کردند در حال رشد می‌باشند (Walker and Webster, 2004).

موانع و چالش‌های توسعه کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی: به طور کلی، راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای خانگی به‌ویژه در مناطق روستایی با چالش‌ها و موانع متعددی مواجه می‌باشد که در زیر به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره شده است:

عدم وجود طرح کسب و کار مناسب: کارآفرینان باید واقعیت‌های زمان و مکان را در نظر بگیرند و از بزرگ دیدن یا نادیده انگاشتن امکانات موجود بر حذر باشند. رسیدن به اهداف مستلزم آن است که کارآفرین از نوع فعالیت اقتصادی و جو رقابتی اطلاع لازم را داشته باشد، بنابراین داشتن یک طرح کسب و کار مناسب، یک حرکت پویا گرایانه برای قراردادن سازمان در یک وضعیت بهتر در برابر حوادث آشکار می‌باشد. طرح کسب و کار، راهنمای اقدامات کارآفرین و معیاری برای عملکرد کارآفرین است. اما نشانگرهایی نیز وجود دارند که کسب و کار خانگی فاقد یک طرح و برنامه مناسب می‌باشند. این نشانگرها عبارتند از عدم وجود اهداف قابل دستیابی، نبود محدودیت زمانی برای انجام کارها، نبود اولویت‌ها و نبود گام‌های عملی (کیاکجوری و رودگرنژاد، ۱۳۸۸).

پایین بودن سطح تجربه و تخصص: به طور کلی فقدان تجربه منجر به شکست خواهد شد، مگر آن‌که کارآفرین بتواند دانش لازم را کسب کند یا با شخصی که آن دانش را دارد، هم گروه شود. از آن‌جا که بسیاری از کارآفرینان ابتدایی، نظرات بلند پروازانه دارند و در مورد کار خود نیز تجربه زیادی ندارند و به دلیل عدم تجربه در حیطه خاص مورد نظر، عدم فهم صحیح صنعتی که پروژه اقتصادی در حیطه آن قرار دارد و نداشتن تصویر واضحی از این موضوع که پروژه چرا و چگونه باید کار کند و چه کسی آنرا قبول می‌کند، با شکست مواجه می‌شوند (کیاکجوری و رودگرنژاد، ۱۳۸۸).

عدم دسترسی به بازار مناسب: بسیاری از کارآفرینان ایده‌ای را پیشنهاد می‌کنند، اما در مورد مشتریان بالقوه آن چیزی نمی‌دانند. علاقه کارآفرین به محصول یا خدماتی که ارائه می‌کند، به این معنی نیست که دیگران نیز حاضر به پرداخت پول برای آن هستند. در هر حال، یکی از مشکلات اساسی کارآفرینان عدم شناسایی یک بازار مناسب در طرح کسب و کار می‌باشد که این مهم به دلیل انحصار طلبی بازار در گروه شرکت‌های بزرگ، نوسانات شدید در عرضه و تقاضا، رقابت یارانه‌ای از سوی شرکت‌های دولتی (در بازار کالاها بیشتر شرکت‌های بزرگ دولتی بوده و به وسیله دولت حمایت مالی می‌شوند). فقدان مکانیزم‌های بازار و عدم دسترسی به کانال‌های توزیع ملی و بین‌المللی و موارد دیگر به وجود می‌آید (Feldman, 2004).

موانع ناشی از عدم دسترسی به اطلاعات و منابع اطلاعاتی: هزینه جمع‌آوری و پردازش اطلاعات می‌تواند قابل ملاحظه باشد و با توجه به این که اطلاعات همیشه به سهولت نمی‌تواند درآمدزا باشد، در نتیجه تدوین یک طرح تجاری موفق بیشتر مواقع با مشکل مواجه می‌گردد. عدم وجود اطلاعات معمولاً منجر به تصمیم‌گیری‌های غلط در مورد کیفیت و کمیت تولیدات و همچنین نسبت به قیمت‌گذاری مناسب و بازاریابی محصولات می‌گردد. این امر معمولاً منجر به ورشکستگی در آینده می‌گردد. زمینه‌های اطلاعاتی چون اطلاعات بازاریابی، اطلاعات سرمایه‌گذاری، اطلاعات علمی و تکمیلی و اطلاعات در مورد مشتریان احتمالی به‌عنوان ضرورتی برای تدوین و کاربردی نمودن یک طرح تجاری مناسب می‌باشد که این مشکلات می‌تواند به دلیل توجه صرف به اطلاعات و گزارشات رسمی غفلت از دریافت اطلاعات مستقیم در بازار و یا تأکید بر آمار و اطلاعات گذشته، به وجود آید (Feldman, 2004).

عدم تأمین اعتبار مالی جهت سرمایه‌گذاری کسب و کار خانگی: تأمین اعتبار موردنیاز اجرای طرح‌های توسعه اشتغال در کشور یکی از مباحث جدی و مهم‌ترین عامل در طرح مشاغل خانگی است که در صورت نبود سازکار مناسب و تأمین نشدن تسهیلات لازم، اجرای طرح را با مشکل مواجه می‌کند. با توجه به کاهش بودجه دولت و وزارتخانه‌ها از درآمدهای نفتی و نبود سرمایه‌گذار خارجی برای توسعه و سرمایه‌گذاری تأمین اعتبار موردنیاز اجرای طرح‌های توسعه اشتغال در کشور یکی از مباحث جدی و مهم‌ترین عامل در طرح مشاغل خانگی است که در صورت نبود ساز و کار مناسب و تأمین نشدن تسهیلات لازم، اجرای طرح را با مشکل مواجه می‌کند. بانک‌ها مهم‌ترین تأمین کننده

اعتبار و تسهیلات طرح‌ها در کشور محسوب می‌شوند، اما این موضوع در حالی است که به دلیل افزایش مطالبات معوق و بدهی‌های دولت به سیستم بانکی، بانک‌ها در وضعیت مناسبی به سر نمی‌برند و سیاست‌های دستور هم نمی‌تواند سرنوشت جالبی برای اجرای طرح‌های اشتغال‌زا در کشور داشته باشد و همین موضوع باعث شده که سرنوشت اجرای طرح مشاغل خانگی در ابهام بماند و یا مانند اجرای طرح بنگاه‌های زود بازده با مشکل عدم تأمین تسهیلات به موقع و سرمایه در گردش برای رفع مشکل بیکاری مواجه شود (هیسریج و همکاران، ۱۳۸۳).

موانع قانونی: قوانین، رفتارهای انسانی را نهادینه می‌کنند و قوانین تجاری، ارتباطات تجاری و بازرگانی را نهادینه می‌سازند. در نتیجه قوانین تجاری مخاطرات تجاری و هزینه معاملات را کاهش داده و باعث ارتقاء بیشتر نرخ رشد اقتصادی می‌شوند. عدم تعریف مشخص از قوانین کسب و کار خانگی یکی از مشکلات این طرح است. در همین راستا یکی از کارها و برنامه‌های وزارت کار و امور اجتماعی دولت دهم توجه به سیاست ایجاد اشتغال کوتاه‌مدت و مقطعی است که می‌توان اجرای طرح مشاغل خانگی را در زمره این‌گونه سیاست‌ها دانست. در مجموع توسعه کسب و کار خانگی، نیازمند وجود قوانین صریح و روشن جهت اعتلای رشد بخش صنعت و تولید و وجود قوانین به‌منظور حمایت از این طرح‌ها در مقابل انحصار طلبی‌های تحمیلی از سوی شرکت‌های بزرگ دارد. برخی از موانع قانونی کسب و کار خانگی عبارتند از: نامشخص بودن نحوه چتر حمایتی بیمه برای افراد تحت پوشش مشاغل خانگی، قوانین مالیاتی و غیره (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۳؛ Fry, 2002; Histrich, 2002).

نتیجه‌گیری

تغییرات فزاینده جاری در عرصه اقتصاد جهان، شرایط زندگی را به‌ویژه در مناطق کم درآمد و دور از مراکز صنعتی و خدماتی شهری وخیم‌تر نموده که 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 اقتصادی روستاها، باید یکی از اولویت‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه روستایی کشور به‌شمار رود، چرا که این امر به‌واسطه ایجاد اشتغال و تولید ثروت، می‌تواند سهم به‌سزایی در کاهش فقر و بهبود رفاه خانواده‌های روستایی داشته باشد و در عین حال پیامدهای مثبتی را نیز برای آن‌ها به‌همراه آورد. در این میان، توسعه کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه فرآیندی پیچیده و دشواری است که برای دستیابی به آن پیش از هر چیز باید شناخت جامعی نسبت به موانع توسعه این

کسب و کارها داشت تا بتوان راهکارهایی بر اساس شرایط منطقه برای توسعه کسب و کارهای خانگی داد. با توجه به اهمیت موضوع، هدف اصلی این پژوهش بررسی چالش‌ها و موانع توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در مناطق روستایی بود. در مجموع، نتایج پژوهش‌ها نشان داد که توسعه کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه در مناطق روستایی با موانع و چالش‌های متعددی مواجه می‌باشند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها شامل عدم وجود طرح کسب و کار مناسب، نبود تجربه و تخصص لازم در 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 بودند. بر این اساس و در راستای رفع مشکلات و چالش‌های اشاره شده و در نتیجه توسعه کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه در مناطق روستایی سازوکارها و پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- با توجه به جدید بودن مفهوم کارآفرینی برای اغلب گروه‌های جامعه و به‌ویژه مخاطبین برنامه‌های توسعه کارآفرینی خانگی، ضروری است در گام اول آگاه‌سازی، جامعه هدف با مفهوم کارآفرینی و مفاهیم وابسته به آن آشنا شوند. طبیعتاً آگاه‌سازی عمومی نیازمند برنامه‌هایی مدون با به‌کارگیری ابزارها و شیوه‌های مناسب اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی می‌باشد؛ در این زمینه استفاده از روش‌ها و رسانه‌های زیر می‌تواند به توسعه و تعمیق برنامه‌های آگاه‌سازی جامعه هدف نسبت به کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و اهمیت آن‌ها کمک نماید:

- استفاده از رسانه‌های انبوهی مانند روزنامه‌ها، نشریات ادواری، بولتن‌های محلی، شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی؛
- برگزاری سمینارها و سخنرانی‌های دوره‌ای برای جوامع هدف، به‌منظور تبیین اهمیت کارآفرینی در زندگی فردی و اجتماعی افراد و خانواده‌ها؛ این‌گونه برنامه‌ها توسط نهادها و سازمان‌های آموزشی- فرهنگی، ادارات دولتی ذیربط، بنگاه‌های اقتصادی و تجاری و سازمان‌ها و بنیادهای اجتماعی اجرا می‌شود؛
- معرفی نمونه‌های موفق و ناموفق کارآفرینان خانگی؛
- تدوین و توسعه منابع اطلاعاتی و دانشی قابل استفاده توسط مخاطبین با دخالت مراکزی نظیر دانشگاه‌ها، مؤسسات دولتی و غیردولتی، واحدهای صنعتی و مؤسسات غیرانتفاعی؛
- آموزش رهبران و نمایندگان جوامع هدف با همکاری سازمان‌های آموزشی فرهنگی، مراکز رشد کارآفرینی، مراکز توسعه کسب و کارهای خرد و سایر سازمان‌های ذیربط؛

- ۲- توسعه الگوهای نقش: باتوجه به تأثیرپذیری افراد و به‌ویژه جوانان در مناطق روستایی از کارآفرینان موفق، ارائه تصویری از موفقیت، پیشرفت و استقلال کارآفرینان، می‌تواند نقش زیادی در تشویق و ترغیب افراد به کارآفرینی داشته باشد. بدیهی است فراهم‌سازی امکان برقراری ارتباط بیشتر بین افراد و کارآفرینان موفق، احتمال تأثیرپذیری و علاقه‌مندی آن‌ها به کارآفرینی را افزایش خواهد داد.
- ۳- ترویج فرهنگ کارآفرینی از طریق آموزش: آموزش نحوه راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه و نیز مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای موردنیاز برای مدیریت و توسعه کسب و کار، تأثیر زیادی بر شکل‌گیری نگرش‌های مثبت در افراد نسبت به کارآفرینی و تمایل افراد به تصمیم‌گیری برای فعالیت‌های کارآفرینی دارد. از این‌رو، دولت‌ها لازم است در برنامه‌های ترویج فرهنگ کارآفرینی در جوامع، به نحو مؤثری از برنامه‌های آموزش کارآفرینی برای گروه‌های مختلف جامعه استفاده نمایند.
- ۴- حمایت‌های اطلاعاتی دولت در زمینه زنجیره تولید و خدمات در کسب و کارهای خانگی.
- ۵- تشکیل صندوق‌های حمایت از کسب و کارهای خانگی و سرمایه‌گذاری خطرپذیر در این زمینه.
- ۶- به‌کارگیری حمایت‌های رسانه‌ای در ارائه الگوهای مناسب و تشویق مردم به پرداختن به کسب و کارهای خانگی.
- ۷- توسعه انواع پوشش بیمه‌ای کارآفرینان کسب و کارخانگی (حوادث، بازنشستگی، آتش‌سوزی، تجهیزات و غیره).

منابع

۱. احمدپورداریانی، م. ۱۳۸۴. کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. انتشارات پردیس، تهران.
۲. استیگلیتز، ج. ۱۳۸۵. جهانی شدن و پیامدهای ناگوار آن. ترجمه: باوفا، م. انتشارات امیرکبیر، تهران.
۳. فتوتی، ه.، برادران، م.، سلمان‌زاده، س.، غنیان، م. ۱۳۹۰. تبیین نقش ترویج و آموزش کشاورزی در افزایش مشارکت زنان روستایی در توسعه پایدار روستایی مطالعه موردی دهستان شاور شهرستان شوش. مجموعه مقالات همایش ملی راهبردهای دستیابی به کشاورزی پایدار، اهواز، صص. ۱-۹.
۴. قمبرعلی، ر.، زرافشانی، ک. ۱۳۸۷. شناسایی شاخص‌های موفقیت کارآفرینان روستایی با استفاده از تحلیل مقیاس چند بعدی. فصلنامه توسعه کارآفرینی، (۲)۱: ۱۳۱-۱۶۰.
۵. کوراتکو، د.، هاجتس، ر. ۱۳۸۳. کارآفرینی. ترجمه: عامل محرابی، ا.، تیرائی، م. انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد.

۶. کیاکجوری، ک.، رودگرنژاد، ف. ۱۳۸۸. ارائه مدلی مفهومی از یادگیری کارآفرینانه. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۳: ۴۳-۵۲.
۷. محبی، م. ۱۳۹۰. نگاهی به انواع فعالیت‌های کسب و کار. انتشارات ارمغان، تهران.
۸. هیسریج، ر.، پیترز، م. ۱۳۸۳. کارآفرینی. ترجمه: فیض بخش، ع.، تقی یاری، ح. انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف، تهران.
9. Feldman, D. 2004. The devil is in the detail: Converting good research into publishable articles. *Journal of Management*, 30 (1): 1-6.
10. Finmark, T. 2006. Working in home: A guidebook for working women and homemakers. Corpcom Services Sdn, Bhd Publication, Singapore.
11. Fry, F. 1993. Entrepreneurship: A planning approach. Engglewood Cliffs NJ, Prentice- Hall, USA.
12. Gibosen, J., Olivia, S. 2006. The effect of infrastructure access and quality on non-farm enterprises in rural Indonesia. *Journal of World Development*, 12: 28-36.
13. Glenn, M., Woods, M. 2005. Home-based business: An economic development alternative. Oklahoma, Cooperative Extension Fact Sheets, Abstract retrieved from <http://osufacts.okstate.edu>
14. Hisrich, R.D., Peters, M. 2002. Entrepreneurship. Mc Graw Hill, New York.
15. Horgan, M. 2001. Policy, regulations and approaches to home based business in the Eastern Metropolitan Region. Research Report, Eastern Metropolitan Regional Council.
16. National Association for the Self-Employed 2006. How many home-based businesses are there? Available, <http://news.nase.org/news/homebased.asp> (retrieved June 2006)
17. Roberts, L., Chrisman, J. 1997. Under one roof: Toward a reconciliation of home-based work typologies. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 13(4): 18- 33.
18. Rosnafisah S., Salvia, S., Sheriff, M., Mohd Sharifuddin, A. 2009. The e-business potential for home-based businesses in Malaysia: A qualitative study. *International Journal of Cyber Society and Education*, 2(1): 21-36.
19. Tipple, G. 2006. Employment and work conditions in home based enterprises in four developing countries: Do they constitute 'decent work? *Journal of Employment and Society*, 20: 167-179.
20. Walker, E., Webster, B. 2004. Gender issues in home-based businesses. *Women in Management Review*, 19: 404- 412
21. Walker, E., Wang, C., Redmond, J. 2008. Women and work-life balance: Is home-based business ownership the solution? *Equal Opportunities International*, 27(3): 258-275.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 1 (2), 2014
<http://jead.gau.ac.ir>

Study of the Entrepreneurial Home-based Businesses and their Barriers and Challenges in Rural Areas

B. Najafi¹ and *L. Safa²

¹M.Sc., Graduated University of Zanjan, ²Assistant Prof., Dept. of Extension, Communication and Rural Development University of Zanjan

Received: 5/2/2014 ; Accepted: 12/6/2014

Abstract

Today, there is no doubt that rural development as one of the top priorities of different countries, especially developing countries, requires to something beyond a simple strategy; Meanwhile, many researchers believe that the development of entrepreneurship in different context and forms in rural areas is one of the key components of rural development and even national development by job creation, increase capital, contributing to a more equitable distribution of income and poverty reduction. Among the various forms of entrepreneurship, development of small business especially home based business has been welcomed by experts of rural development due to the unique nature and benefits, so it is important that some experts consider it as the most important strategies for rural development in Third World countries. Considering the importance of this issue, the objective of this descriptive- analytical paper was to study of the entrepreneurial home-based businesses and their barriers and challenges in rural areas. The results indicated that development of entrepreneurial home-based businesses in rural areas are faced with numerous barriers and challenges which some of the most important of them were lack of proper business planning, lack of proficiency and experience in rural people, lack adequate access to markets, lack of access to information and information resources, lack of funding for home-based business capital and legal obstacles.

Keywords: Home based Business, Entrepreneurship, Rural Areas, Barriers and Challenges

*Corresponding Author: safa_leila@yahoo.com

