



IlamUniversity

Journal of Entrepreneurship Research
<http://jer.ilam.ac.ir>
Online ISSN: 2980-857X



An Assessment of the Factors Affecting the Development of Home-based Businesses in Informal Settlements (Case Study: Khalil Abad Neighborhood)

Saeideh Samadzad ^{1✉}

1. Corresponding Author, Department of management and Development, Development and Planning Research Institute, ACECR, Tabriz, Iran. Email: samadzad@acecr.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 05. 04. 2023

Revised: 18. 07. 2023

Accepted: 18. 07. 2023

Keywords:

Entrepreneurship
Development,
Family Businesses,
Home Businesses,
Micro-Businesses.

ABSTRACT

Identifying the economic potential of informal urban areas is an issue that has attracted the attention of policymakers and practitioners in less developed countries. Yet, little is known about how informal settlements affect the type and number of business opportunities. Therefore, the present study aimed to measure and evaluate the factors affecting the development of home-based businesses (HBBs) in the informal settlements of Khalil Abad neighborhood in Tabriz city. The main tools for data collection were interviews and a questionnaire. The findings were analyzed by the confirmatory factor analysis (CFA) approach. The population and statistical sample included managers and experts of organizations and companies active in the field of employment and entrepreneurship, local entrepreneurs and HBB owners in informal settlements, and expert and prominent university professors in East Azerbaijan province in the qualitative phase and entrepreneurs and HBB owners in informal settlements in the quantitative phase who were selected using simple randomization. The dimensions of the proposed model were, in order of importance, financial-economic factors (0.78), infrastructural factors (0.76), marketing factors (0.69), socio-cultural factors (0.64), personality-individual factors (0.58).), technical-technological factors (0.52), legal factors (0.51), and environmental factors (0.50). Also, the findings showed the positive and significant relationship of these constructs with HBB development. The output of this research provided a model for the development of HBBs in informal settlements.

Cite this article: Samadzadeh, S. (2023). An Assessment of the Factors Affecting the Development of Home-based Businesses in Informal Settlements (Case Study: Khalil Abad Neighborhood). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (2), 57-74.



DOI: [10.22034/JER.2023.1999549.1035](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1999549.1035)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی شهر تبریز (مطالعه موردی: محله خلیل آباد)

سعیده صمدزاد^۱

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت توسعه، پژوهشکده توسعه و برنامه‌ریزی، جهاد دانشگاهی، تبریز، ایران. رایانامه: samadzad@acecr.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

شناسایی پتانسیل اقتصادی مناطق غیررسمی شهری، موضوعی است که مورد توجه سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران در کشورهای کمتر توسعه یافته قرار گرفته است. با این حال، اطلاعات کمی در مورد این که چگونه سکونتگاه‌های غیررسمی بر نوع و تعداد فرصت‌های تجاری تأثیر می‌گذارد، وجود دارد. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر، سنجش و ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی محله خلیل‌آباد در شهر تبریز بود. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه و پرسشنامه بود. جهت تحلیل یافته‌های پژوهش از رویکرد تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. مشارکت‌کنندگان در مرحله کیفی پژوهش، شامل مدیران و کارشناسان سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه اشتغال و کارآفرینی، کارآفرینان محلی و صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی و اساتید خیره و برجسته دانشگاهی استان آذربایجان شرقی بودند که به روش مبتنی بر هدف برای مطالعه انتخاب شدند. جامعه آماری در مرحله کمی پژوهش شامل کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابعاد مدل پیشنهادی شامل: عوامل مالی - اقتصادی (۰/۷۸)، عوامل زیرساختی (۰/۷۶)، عوامل بازاریابی (۰/۶۹)، عوامل اجتماعی - فرهنگی (۰/۶۴)، عوامل شخصیتی - فردی (۰/۵۸)، عوامل فنی - تکنولوژیکی (۰/۵۲)، عوامل حقوقی (۰/۵۱) و عوامل محیط‌زیستی (۰/۵۰) به ترتیب بیشترین تا کمترین تأثیر را دارند. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهد سازه‌های مذکور با توسعه کسب‌وکارهای خانگی رابطه مثبت و معناداری دارند. برونداد این پژوهش، مدلی جهت توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی را فراهم می‌آورد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۷

کلیدواژه‌ها:

مشاغل خانگی، توسعه کارآفرینی، کسب‌وکارهای خرد، بنگاه‌های خانوادگی.

استناد: صمدزاده، سعیده. (۱۴۰۲). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی شهر تبریز (مطالعه موردی: محله خلیل‌آباد). مجله

پژوهش‌های کارآفرینی، ۲ (۲)، ۷۴-۵۷.

DOI: [10.22034/JER.2023.1999549.1035](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1999549.1035)

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.



© نویسندگان.

مقدمه

در عصر حاضر، پیچیدگی، آشوب و پویایی‌های روزافزون محیطی که حاصل تغییرات فناوری‌ها است، منجر به تغییر نگرش افراد نسبت به کسب‌وکار شده (Yao & Lian, 2022) و در این بین، نقش سازنده کسب‌وکارهای خانگی، توجه بسیاری از سیاستمداران و برنامه‌ریزان را به خود جلب کرده است. کسب‌وکارهای خانگی، نه فقط از جنبه‌های اقتصادی، بلکه به‌طور چشمگیری از ابعاد اجتماعی و امنیتی، برای جامعه ارزشمند هستند. از این‌رو، توسعه کسب‌وکارهای خانگی در رفع مشکل بیکاری جوامع، تأثیر بسزایی داشته و موجب افزایش درآمد خانوارها و تولید ناخالص ملی و عاملی بالقوه برای بهبود عملکرد اقتصادی این جوامع است. مشاغل خانگی در اقتصاد جوامع غربی نیز، به‌طور فزاینده‌ای در حال افزایش است و این اعتقاد وجود دارد که این نوع کسب‌وکارها باعث بهبود تعادل کار و زندگی خواهد شد. نتایج مطالعات اخیر، نشان داده است کسب‌وکارهای خانگی، به‌عنوان یکی از بهترین و مهم‌ترین راهبرد کسب‌وکارهای نوپا شناخته می‌شوند (فلاح، ۱۴۰۰). لذا یکی از استراتژی‌های توسعه اقتصادی جوامع، ارتقای کسب‌وکارهای خانگی است (Takacs et al., 2022). کسب‌وکارهای خانگی، عمدتاً به کسب‌وکارهایی اطلاق می‌شود که در قدم نخست در یک اقامتگاه خصوصی انجام می‌شوند یا اینکه بر یک بنیاد خانگی متمرکز شده باشند؛ به‌علاوه اینکه محل استقرار، عموماً اقامتگاه مالکین است. این نوع از کسب‌وکارها در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته، نقشی بسیار بیشتر از آنچه اکثراً درک می‌کنند، دارا هستند و افزایش قابل‌توجه درآمد کسب‌وکارهای خانگی گواهی بر این موضوع است. کسب‌وکارهای خانگی، اغلب موردعلاقه زنان بوده، به‌طوری‌که کار در خانه به‌عنوان یک منبع مهم اشتغال در دنیا برای زنان است؛ زیرا همزمان با اینکه زنان درگیر درآمدزایی حاصل از این‌گونه فعالیت‌ها هستند، می‌توانند به کارهای خانه رسیدگی کنند و از کودکان نیز مراقبت نمایند. کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای در حال توسعه و فقیر یکی از راه‌های عمده حل مشکل بیکاری زنان و همچنین، به‌عنوان برنامه‌ای برای ایفای نقش بیشتر زنان در کاهش فقر خانواده و ارتقای بهداشتی، اجتماعی و جسمانی آنان است (Abdullahi et al., 2022). کسب‌وکارهای خانگی با مالکیت زنان، اغلب به‌صورت تمام‌وقت در همه بخش‌ها در حال گسترش‌اند و ارزش‌افزوده زیادی هم برای جوامع محلی و هم برای جوامع جهانی دارند (مدرسی و همکاران، ۱۳۹۵).

آنچه در خصوص کسب‌وکارهای کوچک و خانگی مهم است، وجود یک راهبرد و استراتژی مشخص برای توسعه و موفقیت این نوع کسب‌وکارها است؛ چراکه در صورت عدم وجود چنین استراتژی و راهبرد مشخصی، ترسیم آینده آن به‌صورت شفاف در جوامع توسعه‌نیافته با موفقیت چندانی همراه نخواهد بود. در کشور ایران از یک‌سو، نیاز شدیدی به استفاده از دستاوردهای کسب‌وکارهای کوچک و خانگی از قبیل اشتغال‌آفرینی، توسعه نوآوری و رقابت‌جویی ملی به چشم می‌خورد، از سوی دیگر با توجه به نامساعد بودن محیط کسب‌وکار برای شکوفایی کسب‌وکارهای کوچک و خانگی، امروزه کشور شاهد نرخ بالای شکست کسب‌وکارهای موجود به‌ویژه کسب‌وکارهای نوپا و خانگی، به‌صورت ضمنی و آشکار است. در چنین شرایطی، شناسایی ریشه‌ها و دلایل شکست‌ها و همچنین، عوامل توسعه به‌منظور توانمندسازی و آماده کردن کسب‌وکارهای خانگی و نوپا، برای بقا و رشد اقتصادی جوامع، امری حیاتی می‌باشد (صفایی‌کنجین و همکاران، ۱۴۰۰).

نکته قابل‌توجه این است که مسئله توسعه و موفقیت کسب‌وکارها نه تنها در شهرهای بزرگ بلکه در شهرهای متوسط و کوچک و حتی سکونتگاه‌های غیررسمی هم حائز اهمیت است. در ایران، پدیده سکونتگاه‌های غیررسمی یکی از مهم‌ترین مشکلات شهرهای بزرگ و تا اندازه‌ای شهرهای کوچک است. سکونتگاه‌های غیررسمی، مناطقی هستند که در آن افراد در محدوده اقتصادی شهر زندگی می‌کنند و جذب نظام اجتماعی - اقتصادی نشده‌اند. این افراد اغلب مهاجران روستایی، عشایری و کمتر شهری (از شهرهای کوچک) هستند که بر اثر پسران‌های شهری (قیمت بالای مسکن، افزایش بهای خدمات، افزایش اجاره مسکن و ...) مجبور به روی آوردن به سکونتگاه‌های غیررسمی شده‌اند (اسکندری و آشیانی، ۱۳۹۲).

در این میان استان آذربایجان شرقی، به‌ویژه کلانشهر تبریز نیز از این پدیده مستثنی نمی‌باشد. محله خلیل‌آباد شهر تبریز، از جمله سکونتگاه‌های غیررسمی است که بر اساس برآوردهای به‌دست‌آمده^۱، دارای جمعیت ۲۱ هزار و ۳۷۳ نفر است و تقریباً ۱/۵ درصد از جمعیت شهر تبریز را تشکیل داده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در سکونتگاه‌های غیررسمی با وجود ظرفیت‌های بالا در حوزه کسب‌وکارهای خانگی، بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها برای توسعه اشتغال و بازار کار مغفول مانده و تداوم و پایدارسازی این نوع مشاغل و کسب‌وکارها، همواره به‌عنوان یک معضل برای افراد مطرح است. لذا متخصصان حوزه کسب‌وکار، تأکید ویژه‌ای بر شناخت و سنجش عناصر تأثیرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی دارند. آنچه مسلم است، اولین گام برای برنامه‌ریزی صحیح و سیاستگذاری اثربخش در حوزه پایداری کسب‌وکارهای خانگی به‌منزله یکی از اهرم‌های اصلی توسعه، شناخت و سنجش دقیق شاخص‌های توسعه کسب‌وکارهای خانگی و ارزیابی آن‌ها می‌باشد تا بتوان به‌واسطه کسب داده‌ها و اطلاعات موردنیاز از طریق آن‌ها، زمینه لازم را برای بهبود سطح توسعه کسب‌وکارها فراهم نمود (صمدزاد و قراچورلو، ۱۴۰۰). اهمیت این موضوع با در نظر گرفتن پیچیدگی و چندبعدی بودن مفهوم توسعه کسب‌وکارها از یک سو، و متمایز بودن مدل‌ها و الگوهای توسعه کسب‌وکارها بر اساس مشخصه‌های محلی و مکانی مناطق مختلف از سوی دیگر، دو چندان است. لذا، اگرچه ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی می‌تواند در ایجاد و همچنین پایدارسازی اشتغال ایجاد شده تأثیر معنی‌داری داشته باشد، اما لزوم توجه به این موضوع و واکاوی و توصیف عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی جزء نوآوری پژوهش است. بنابراین پرسش اساسی تحقیق حاضر، این است که چه عوامل و بازیگرانی در موفقیت کسب‌وکارهای خانگی نقش دارند و چه راهبردهایی مناسب توسعه این نوع کسب‌وکارها بوده و در نهایت چارچوب مناسب برای توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی چگونه است.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد ثروت و اشتغال، کسب‌وکارهای خانگی است و نقش عمده‌ای در رشد و توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها دارد. کسب‌وکارهای خانگی، به‌واسطه رشد عواملی چون پیشرفت در ارائه خدمات، سهولت جابجایی نیروهای کاری، پیشرفت‌های فناورانه و جهانی شدن بازارها در حال توسعه و گسترش‌اند. کسب‌وکار خانگی، به‌معنای استفاده از خانه برای زندگی تجاری است. کسب‌وکار خانگی می‌تواند از جنبه‌های بسیاری به سود اقتصاد باشد (Suriya & Gruen, 2012). از دیدگاه جغرافیایی کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی بسیار مهم هستند. نتایج نشان داده است، امروزه کسب‌وکارهای خانگی و به‌خصوص خانه، یکی از بهترین مکان‌های استارت‌آپ‌ها شده است. کسب‌وکارهای خانگی، کوچکترین نوع کسب‌وکار است و مدیر یا مالک این نوع کسب‌وکارها بیشتر تمایل دارند که کسب و کار خود را به‌صورت فردی اداره کنند (Chowdhury et al., 2022). با اینکه راه‌اندازی این نوع کسب‌وکارها به سرمایه‌های هنگفتی نیاز ندارد، اما نیازمند مهارت‌هایی چون مهارت مدیریت مالی، مدیریت زمان، سازمان‌دهی یک مجموعه کاری، مدیریت فردی و مهم‌تر از همه مهارت بازاریابی است. مفهوم کسب‌وکار خانگی قدمت دیرینه‌ای دارد اما در مورد تعریف آن هنوز اتفاق نظر کلی وجود نداشته و البته نقطه مشترک در تأکید بر خانه به‌عنوان محل اصلی و عمده کسب‌وکار است. انتخاب خانه به‌عنوان مکان کسب‌وکار از دو جهت دارای اهمیت است: نخست، برای بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک به‌ویژه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و خدماتی باعث صرفه‌های ناشی از مقیاس می‌شود؛ به این دلیل که نیازی به تشریفات کسب‌وکارهای رسمی ندارد. دوم، راه‌اندازی یک کسب‌وکار خانگی اغلب انتخاب سبک زندگی است و موجب فراهم آوردن یک شکل انعطاف‌پذیر از فعالیت‌های اقتصادی است که منجر به ارتقای کیفیت زندگی

^۱ داده‌های تمام‌شماری دفتر تسهیلگری و توسعه محلی، استانداری آذربایجان شرقی، ۱۴۰۱

افراد می‌شود؛ به‌گونه‌ای که کسب‌وکارهای خانگی به‌طور فزاینده‌ای در حال جایگزین شدن با اشتغال دستمزدی هستند. این نوع از کسب‌وکارها، نقش قابل‌توجهی در رشد اقتصاد محلی و ملی دارند؛ به‌همین دلیل، بزرگ‌ترین گروه کسب‌وکار در کشورهای توسعه‌یافته می‌باشند. اکثر کسب‌وکارهای خانگی تا حد استخدام و به کارگیری افراد دیگر رشد پیدا کرده و درآمدهای بالایی را ایجاد می‌کنند (Muneer et al., 2023).

از دلایل دیگر اهمیت این کسب‌وکارها، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: کسب‌وکارهای خانگی فرصت مناسبی برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با خطر و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کنند. مالکان آن‌ها تمایل بسیار زیادی به رشد و توسعه دارند. کسب‌وکارهای خانگی می‌توانند به‌عنوان راه‌حلی برای تعارض نقش‌های دوگانه کاری و خانوادگی برای زنان باشند. در مقابل رویکردهای مثبت، برخی معتقدند در کشورهای درحال توسعه شرایط کاری کسب‌وکارهای خانگی برای سلامت، نامناسب و نرخ پرداخت‌ها پایین است و این امر باعث تشدید فقر و تداوم چرخه فقر می‌شود. این کسب‌وکارها، نامرئی‌اند و از حمایت‌های اجتماعی و قانونی لازم محرومند. هرچند این وجه از کسب و کارهای خانگی در برخی از نقاط جهان قابل چشم‌پوشی نیست، شواهد نشان می‌دهد شرایط اجتماعی و قانونی که کسب‌وکارهای خانوادگی در آن شکل می‌گیرد، در ایجاد این پیامدها بسیار مهم است. همچنین، برخی از این پیامدهای منفی بیشتر به کارکنان خانگی ارتباط دارد تا خوداشتغالان کسب‌وکارهای خانگی. حتی در همین شرایط نیز، کسب‌وکارهای خانگی به تأمین معیشت پایدار کمک می‌کنند (پرچی و جلالی، ۱۳۹۹). نتایج مطالعات نشان داده است کمبود امکانات فیزیکی، مشکلات مالی، موانع قانونی، کمبود اطلاعات، مشکلات اجتماعی، نبود حمایت مسئولان، رکود بازار خرید محصولات، پایین بودن سطح مهارت صاحبان کسب‌وکارها و برگزار نشدن دوره‌های آموزشی و پایین بودن قیمت محصولات تولیدشده، اصلی‌ترین موانع توسعه مشاغل خانگی در این مناطق بودند. در این میان، توسعه مشاغل یا کسب‌وکارهای خرد شهری، به‌علت برخورداری از ماهیت و مزایای خاص، با استقبال متخصصان توسعه شهری روبرو شده است؛ به‌گونه‌ای که برخی متخصصان آن را مهم‌ترین راهکار جهت توسعه سکونتگاه‌های غیررسمی در نظر می‌گیرند. طبق گزارش مرکز اسکان بشر سازمان ملل (۲۰۰۳)، سکونتگاه‌های غیررسمی مسکنی است که با چارچوب‌های قانونی و ضابطه‌ای مطابقت ندارد و در شهرها دایر می‌شود که می‌تواند در سطوح متعددی غیررسمی باشد. برخی از محققان، معتقدند سکونتگاه‌های غیررسمی با تجمعی از اقشار کم‌درآمد و غالباً با مشاغل غیررسمی و شیوه‌ای از شهرنشینی ناپایدار همراه بوده و زمینه‌ساز بسیاری از آسیب‌های اجتماعی به‌شمار می‌روند. سکونتگاه‌های غیررسمی محصول توزیع ناعادلانه قدرت، ثروت و خدمات در سطوح ملی و منطقه‌ای است. این امر در کشورهای جهان سوم وضعیت حادثتری نسبت به کشورهای پیشرفته به‌وجود آورده است؛ در نتیجه، این سکونتگاه‌ها در ایجاد مسکن، اشتغال، آموزش و بهداشت وضعیت ناگواری را بر شهر اصلی تحمیل نموده‌اند. در کشورهای درحال توسعه، اولین عامل پیدایش سکونتگاه‌های غیررسمی، اقتصاد و بعد از آن دلایل فرهنگی و اجتماعی است. با این پیش‌فرض که علت تشکیل سکونتگاه‌های غیررسمی، فقر و عوامل ساختاری است، بسیاری از سیاستگذاران در سطوح کلان به دنبال راه‌حل‌های کلان برای این پدیده بوده‌اند (Shieh et al., 2011).

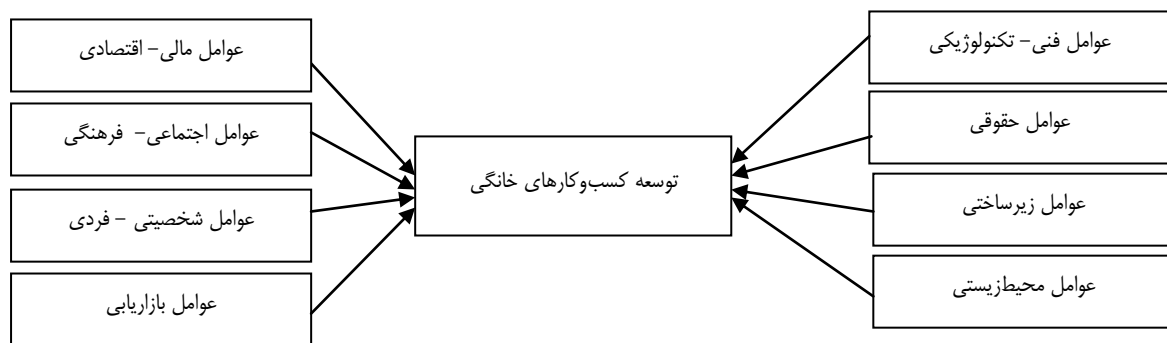
درخشانی‌درآبی و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای به شناسایی و اولویت‌بندی موانع توسعه بازاریابی در مشاغل خانگی استان مرکزی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که عامل شرایط ناپایدار اقتصادی کشور با وزن ۰/۱۴ مهم‌ترین مانع بازاریابی مشاغل خانگی بوده است. پس از آن، متغیرهای بی‌ثباتی در قوانین و مقررات، فقدان فرهنگ پشتیبان تولید و محرک نوآوری، نبود ارتباط مستمر میان صاحبان مشاغل و متولیان به‌ترتیب با وزن‌های ۰/۱۰۲، ۰/۰۸۳ و ۰/۰۶۸ در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. طوطیان و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی عوامل مختلف مؤثر بر موفقیت زنان در کسب‌وکارهای کوچک پرداختند. روش پژوهش آنان از نوع آمیخته است. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند و بر اساس اشباع نظری در بخش زنان کارآفرین در کسب‌وکار کوچک در تهران صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد سودمندی ادراک شده، سهولت در استفاده و استفاده برای حمایت از فروش

مستقیم بر توانمندسازی زنان کارآفرین در کسب‌وکار تأثیر دارد. امیری و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به بررسی چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه پرداختند. این پژوهش بر اساس روش کیفی «نظریه داده‌بنیاد» از طریق نمونه‌گیری قضاوتی و گلوله برفی و مصاحبه عمیق نیمه‌ساختارمند با ۱۹ نفر از فعالان حوزه کسب‌وکار خانگی، خبرگان حوزه‌های مختلف دولتی، دانشگاهی و بخش خصوصی انجام شده است. قابلیت اعتبار مصاحبه‌ها با روش‌های مثلث‌سازی و خودبازبینی پژوهشگران تأیید شد. برایتحلیل داده‌ها از رهیافت نظام‌مند و کدگذاری سه مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی استفاده گردید. نتایج حاصل از یافته‌های این مطالعه نشان داد که چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه متأثر از عوامل گوناگونی است که در شرایط علی (بازاریابی، مهارت‌های مدیریتی، امکانات و تجهیزات زیرساختی، حمایت‌های پشتیبانی، برندینگ و غیره)، مداخله‌ای (بودجه و منابع تأمین مالی، حمایت‌های دولتی و بخش خصوصی و غیره) و زمینه‌ای (زیرساخت‌های اجتماعی - فرهنگی، زیرساخت‌های اقتصادی)، قابل طبقه‌بندی بوده و پیامدهای مختلف شامل بی‌انگیزگی فعالان، ایجاد مانع روانی برای تازه‌واردین، افزایش مهاجرت از شهر به روستا و کاهش توان رقابتی کسب‌وکارها نیز برای آن قابل طرح هستند. رضایی و نجفی (۱۳۹۶) موانع گسترش کسب‌وکارهای خانگی در ارومیه را ضعف حمایتی، محدودیت کسب‌وکارها، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین مرتبط بیان کردند. مدرسی و همکاران (۱۳۹۵) آسیب‌های برنامه‌های حمایتی دولت از کسب‌وکارهای خانگی را به دو دسته ضعف‌های تدوین برنامه و ضعف‌های اجرا تقسیم کردند؛ براین اساس، ضعف‌های تدوین برنامه شامل تمرکز صرف برنامه‌ها بر افرادی با پتانسیل کسب‌وکار، تمرکز صرف برنامه‌ها بر مراحل ابتدایی کسب‌وکار و عدم در نظر گرفتن جایگاه اجتماعی - فرهنگی مناسب برای کارآفرینان خانگی و ضعف‌های اجرا شامل عدم تحقق تعهدهای پیش‌بینی‌شده در برنامه‌ها، نظارت ضعیف بر نحوه ارائه تسهیلات و چگونگی استفاده، اطلاع‌رسانی ناکافی، و مقررات دست‌وپاگیر اداری بودند.

نجفی و صفا (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای نشان داده‌اند مهم‌ترین موانع و چالش‌های توسعه کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه در مناطق روستایی و سکونتگاه‌های غیررسمی نبود طرح کسب‌وکار مناسب، تجربه و تخصص پایین افراد، نبود دسترسی مناسب افراد ساکن در مناطق روستایی و سکونتگاه‌های غیررسمی به بازار، دسترسی ضعیف به اطلاعات و منابع اطلاعاتی، تأمین نشدن اعتبار مالی برای سرمایه‌گذاری کسب‌وکار خانگی و وجود موانع قانونی است. شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی نشان دادند مساعد نبودن محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی، توسعه‌نیافتگی بازار، نبود پشتیبانی رسمی نهادمند، تعامل غیرسودمند میان خانواده و فعالیت کسب‌وکار، ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب و کار و فشارهای اجتماعی، مسائل اصلی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی بودند. یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود نتیجه گرفتند که عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی شامل شش عامل فرهنگی - اجتماعی، زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی، خانوادگی و آموزشی بودند.

محمد و وان‌هام (Mohamed & VanHam, 2022) به شناسایی الگوی کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی در قاهره پرداختند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که دسترسی به خیابان عامل مهمی در تشویق استقرار مشاغل خانگی است. مشاغل خانگی به‌صورت فضایی در امتداد خیابان‌های اصلی محلی توزیع شده‌اند که جریان مشتریان بالقوه را فراهم می‌کند. شریفی‌نیا (Sharifinia, 2022) در مطالعه‌ای به اولویت‌بندی چالش‌های مشاغل خانگی در مناطق روستایی شهرستان ساری پرداخته است. این پژوهش از نوع کاربردی و توصیفی - تحلیلی بود که به روش اسنادی و پیمایش (پرسشنامه) انجام شد. نتایج حاصل از یافته‌ها نشان می‌دهد عوامل اقتصادی - مالی، زیرساختی، آموزش و نوآوری، بیمه و حقوقی، بازاریابی و مهارت به‌عنوان چالش‌های مشاغل خانگی در روستاهای ساری مطرح است. همچنین، نتایج نشان داد که آموزش و نوآوری، بیمه و موانع حقوقی و مهارتی در بالاترین سطح مدل قرار دارند و موانع اقتصادی - مالی، بازاریابی و زیرساختی در پایین‌ترین سطح مدل قرار دارند.

هستینگز (Hastings, 2018) به مطالعه کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی پرداخت. هدف او بررسی رفتارهای همکارانه در بین کسب‌وکارهای خانگی با استفاده از تحلیل ثانویه بود. مطالعه وی نشان داد در بین ۷۵ درصد از کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای مورد بررسی، همکاری و جافتادگی شبکه‌ای وجود دارد. سوسانتی و مسودا (Susanti & Masudah, 2017) در مطالعه‌ای به بررسی الگوهای زنان در کسب‌وکارهای خانگی پرداختند. هدف مطالعه، بررسی چالش‌ها و نقاط قوت و ضعف موجود با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. بررسی آن‌ها نشان داد وابستگی به نمایشگاه‌هایی که توسط دولت برگزار می‌شود می‌تواند برای کسب‌وکارها مشکلاتی در بازاریابی ایجاد کند؛ زیرا دولت و سازمان‌دهندگان نمایشگاه در اداره نمایشگاه جدیت ندارند و به نکاتی مانند فروش، تعداد بازدیدکنندگان، همکاری با بازارهای مدرن به‌ویژه بعد از برپایی نمایشگاه توجه چندانی ندارند. تیاس (Tyas, 2015) در مطالعه‌ای تحت عنوان «رویکرد کارآفرینی خانه‌محور بعد از فجایع: یادگیری از برنامه‌های بازتوسعه‌ای در کشورهای درحال توسعه» به کسب‌وکارهای خانگی و اقدامات دولت در این‌باره پرداخته است. هدف مطالعه، کسب‌وکارهای خانگی و برنامه‌های بازتوسعه‌ای بود که کشورهای درحال توسعه در این حوزه دارند. برای این منظور از روش پیمایش، مصاحبه عمیق و مشاهده استفاده شد. این بررسی نشان داد، دولت‌ها در کسب‌وکارهای خانگی از طریق برخی برنامه‌های حمایتی مانند آموزش کارآفرینی، مهارت‌ها و دانش مربوط به راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی و منابع مالی و بازار نقش مهمی دارند. جمع‌بندی کلی از تحقیقات داخلی و خارجی انجام‌شده در حوزه مورد مطالعه، نشان می‌دهد اگرچه در مطالعات پیشین، شناسایی الگوهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی اغلب در مطالعات صورت‌گرفته، مورد بررسی بوده است ولی در اغلب مطالعات ارزیابی جامع و کاملی از عوامل مؤثر بر موفقیت و توسعه کسب‌وکارهای خانگی به‌ویژه در سکونتگاه‌های غیررسمی صورت نگرفته است. بنابراین، با بهره‌گیری از ادبیات نظری، پیشینه تحقیق و مؤلفه‌های استخراج‌شده از طریق مصاحبه با خبرگان و متخصصین حوزه اشتغال و کارآفرینی، می‌توان مدل پژوهش را به شرح زیر تدوین کرد (شکل ۱).



شکل ۱. مدل پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، یک پژوهش کاربردی از نوع تحقیقات تحلیلی است که طی آن اطلاعات مربوط به بخش نظری تحقیق، از طریق اسناد و مدارک کتابخانه‌ای (کتاب، مقالات علمی-پژوهشی، طرح‌های تحقیقاتی و غیره) و اطلاعات مربوط به بخش پیمایشی آن از طریق تکمیل پرسشنامه و مصاحبه گردآوری شد. با توجه به روش خاص گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، این پژوهش از دو مرحله کیفی و کمی تشکیل شده است؛ بنابراین ماهیت پژوهش جزء پژوهش‌های ترکیبی است. تکنیک مورد استفاده، ابزار گردآوری داده‌ها، جامعه و نمونه آماری پژوهش در دو بخش کیفی و کمی به تفکیک به شرح زیر است:

الف) مرحله کیفی تحقیق: جامعه مورد مطالعه در مرحله کیفی پژوهش (شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی)، شامل مدیران و کارشناسان سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه اشتغال و کارآفرینی، کارآفرینان محلی و صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی و اساتید خبره و برجسته دانشگاهی استان آذربایجان شرقی است. با توجه به ماهیت پژوهش‌های کیفی، در این مرحله، حجم نمونه، از پیش تعیین نمی‌شود و نمی‌تواند از آغاز مطالعه به‌طور تفصیلی برنامه‌ریزی شود، بلکه با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند، افرادی برای نمونه انتخاب می‌شوند که برای ارائه اطلاعات مورد نیاز در بهترین موقعیت قرار دارند. بدین منظور طیفی از جامعه آماری را از طریق «مصاحبه»، مخاطب قرار داده و سپس با استفاده از نمونه‌گیری نظری، تا مرحله اشباع نظری، مصاحبه ادامه می‌یابد. در روش نمونه‌گیری هدفمند، مصاحبه تا زمانی ادامه یافت که پاسخ‌های نفر آخر با نفر اول یکی شد؛ به عبارتی دیگر، مصاحبه تا جایی صورت پذیرفت که پژوهشگر در پاسخ به سؤالات به اشباع تئوریک رسید و با نزدیک شدن به مصاحبه‌های آخر، مطالب تکمیل‌کننده‌ای به اجزاء تشکیل‌دهنده تئوری افزوده نشد. لذا در این راستا، از روش نمونه‌گیری هدفمند با حداکثر تنوع استفاده شد. تعداد نمونه مورد مطالعه در این مرحله ۱۵ نفر بود.

ب) مرحله کمی تحقیق: جامعه آماری در مرحله کمی پژوهش (ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی)، شامل کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در مرحله کمی تحقیق، محاسبه حجم نمونه، بعد از تعیین دقیق تعداد جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران ارزیابی و تعیین گردید. جامعه آماری، صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در محله خلیل‌آباد شهر تبریز است (۲۴۱۴ نفر^۱) که از طریق فرمول کوکران، تعداد ۳۳۲ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. جهت بررسی روایی محتوایی پرسشنامه، از نظرات اساتید و کارشناسان، مدیران بخش‌های فعال در حوزه اشتغالزایی، استفاده و برای سنجش پایایی پرسشنامه نیز از آزمون آلفای کرونباخ بهره گرفته شد. نتایج آزمون آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۹۷۱ نشان داد که پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد نمونه به‌صورت خلاصه در جدول زیر (جدول ۱) آمده است.

جدول ۱. آمار توصیفی مربوط به داده‌های جمعیت‌شناختی

متغیرها	طبقات	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
جنسیت	مرد	۱۱۵	۳۴/۶	۳۴/۶
	زن	۲۱۷	۶۵/۴	۱۰۰
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۲۱۱	۶۳/۵	۶۳/۵
	فوق دیپلم	۵۷	۱۷/۲	۸۰/۷
	کارشناسی	۴۷	۱۴/۲	۹۴/۹
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۷	۵/۱	۱۰۰
سابقه فعالیت	زیر ۱۰ سال	۲۳۸	۷۱/۷	۷۱/۷
	۱۱-۲۰ سال	۶۰	۱۸/۱	۸۹/۸
	۲۰ سال و بالاتر	۳۴	۱۰/۲	۱۰۰

در این پژوهش بر اساس اطلاعات موجود مبتنی بر ادبیات نظری و مصاحبه با افراد، عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی به شرح زیر استخراج گردید (جدول ۲).

^۱ داده‌های تمام‌شماری دفتر تسهیلگری و توسعه محلی، استانداری آذربایجان شرقی، ۱۴۰۱

جدول ۲. ابعاد عملیاتی متغیرها

مؤلفه‌های اصلی	زیرمؤلفه‌ها
عوامل مالی - اقتصادی	میزان سرمایه در گردش کسب و کار
	پشتیبانی مالی و فنی دولت از کسب و کارهای خانگی
	کاهش سود تسهیلات بانکی و مالیات واحدها برای کارآفرینان
	پس‌انداز و ایجاد جذابیت برای سرمایه‌گذاران
عوامل اجتماعی - فرهنگی	عدم محدودیت سرمایه‌های دولتی و غیردولتی
	دسترسی کسب و کار به کمک‌ها و تسهیلات اعتباری
	مهارت و دانش حرفه‌ای مرتبط با فعالیت تولیدی
	گرایش به کار گروهی در بین جامعه محلی
عوامل شخصی - فردی	توجه به نیازها و خواسته‌های جامعه محلی
	اعتماد به شرکا و دیگر بنگاه‌ها در زمینه فعالیت کسب و کار
	دسترسی و ارتباط کسب و کار با مراکز و سازمان‌های ذیربط
	اشتراک اطلاعات و تجربیات کاری با رقباء و کسب و کارهای مشابه فعال در منطقه
عوامل بازاریابی	داشتن سابقه و تجربه کاری مرتبط با کسب و کار
	برخورداری از توانمندی‌های مشارکتی و انگیزشی
	سن و تجربه کافی فعالان و کارآفرینان
	اعتمادبنفس و خواتکایی افراد
عوامل فنی - تکنولوژیکی	تقسیم کار و همکاری اعضای خانواده
	داشتن روحیه ابتکار و نوآوری مستمر
	ریسک و خطرپذیری
	داشتن روحیه کارآفرینی
عوامل حقوقی	دسترسی به اطلاعات بازار
	آشنایی با بازارهای محلی، ملی و منطقه‌ای
	ارتباط مناسب بین تولید با بازاریابی
	تبلیغات موثر برای یافتن مشتری
عوامل زیرساختی	برخورداری از دانش و اطلاعات به روز و مهارت‌های فنی مرتبط با کسب و کار
	تولید محصول سالم و ایمن به لحاظ ویژگی‌های کیفی
	استفاده از فناوری‌ها و طرح‌های کاهنده مصرف انرژی در کسب و کار
	رعایت حقوق مالکیت
عوامل محیط‌زیستی	بهبود در ساختار بروکراسی اداری
	بازنگری قوانین و مقررات و اصلاح
	ثبات قوانین و سیاست‌های حمایتی در حوزه کسب و کارهای خانگی
	داشتن نیروی انسانی آموزش‌دیده و متخصص
عوامل محیط‌زیستی	دسترسی ارزان و راحت به نهاده‌های مختلف تولیدی
	تخصیص یارانه‌های تولید و ارائه تسهیلات مناسب به کسب و کارهای خانگی
	برخورداری از نظام بیمه‌ای مشخص و جامع مختص کسب و کارهای خانگی
	مسئولیت‌پذیری اجتماعی زیست‌محیطی
عوامل محیط‌زیستی	توجه به بهداشت محیط کار
	تولید محصولات متناسب با استانداردهای محیط‌زیست
	استفاده کمتر از مواد تخریب‌کننده محیط‌زیست

لازم به ذکر است در این پژوهش، محدوده مطالعاتی، محله خلیل آباد شهر تبریز است. این محله با ۲۳ هزار ۹۵۶ نفر و ۵۴۴۰ خانوار از جمله سکونتگاه‌های غیررسمی شهر تبریز به‌شمار می‌رود که مشخصات آن به تفکیک به شرح زیر است (جدول ۳):

جدول ۳. مشخصات محدوده هدف محله و محدوده عملیاتی مورد مطالعه

محدوده هدف محله		محدوده عملیاتی		جمعیت فعال از نظر اقتصادی	
نام محله	مساحت (هکتار)	جمعیت	مساحت (هکتار)	جمعیت	صاحبان کسب و کار خانگی
خلیل آباد	۶۱/۵	۲۳۹۵۶	۵۳/۵	۲۱۳۷۳	۴۹۱۰
					۲۴۱۴

همچنین، در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS²² و SmartPLS₃، از روش تحلیل عاملی تأییدی مرحله دوم با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری جهت آزمون فرضیات و تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

یافته‌ها

در تحلیل عاملی تأییدی، برای برآورد پارامترهای مدل از روش حداکثر درست‌نمایی (ML) استفاده شد. نتایج نشان داد که مقدار p-value در تمام سؤالات، کوچک‌تر از ۰/۰۵ و همچنین، بار عاملی نیز بزرگتر از ۰/۳ است؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات انتخاب‌شده، ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری ابعاد مورد مطالعه در مدل تحقیق فراهم می‌کنند. همچنین، شاخص‌های برازش مدل نیز تأییدکننده این نتیجه است (جدول ۴).

جدول ۴. شاخص‌های برازش

نام آزمون	شاخص	مقادیر قابل قبول	مقدار به دست آمده
X ² /df	کای اسکوئر نسبی	< ۳	۲/۱۸
RMSEA	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	< ۰/۱	۰/۰۵۴
GFI	شاخص برازندگی تعدیل یافته	> ۰/۹	۰/۹
PMR	ریشه میانگین مجذور باقیمانده	< ۰/۱	۰/۰۳۶
NFI	شاخص برازش نرم	> ۰/۹	۰/۹۲
CFI	شاخص برازش مقایسه‌ای	> ۰/۹	۰/۹۵

بر اساس جدول ۴، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۵۴ است که کمتر از ۰/۱ می‌باشد؛ بنابراین، نشان می‌دهد میانگین مجذور خطاهای مدل، مناسب و قابل قبول است. همچنین، مقدار کای دو به درجه آزادی، کم‌تر از سه و میزان شاخص GFI، CFI و AGFI نیز از ۰/۹ بیش‌تر است؛ بنابراین، می‌توان گفت مدل اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق، مدل مناسبی است. به‌منظور بررسی سازگاری درونی مدل‌های اندازه‌گیری از شاخص پایایی مرکب (CR)^۱ استفاده شد. در جدول ۵، این شاخص برای تمامی متغیرهای مطالعه نشان داده شده است. مقادیر بالای ۰/۷ نشان‌دهنده سازگاری درونی مدل‌های اندازه‌گیری می‌باشد. مقدار این شاخص برای تمامی متغیرهای تحقیق، بالای ۰/۷ می‌باشد. به‌منظور سنجش انسجام یا همسانی درونی متغیرهای مشاهده‌پذیر هر متغیر پنهان نیز از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار قابل قبول برای این شاخص، ۰/۷ به بالا می‌باشد. نتایج جدول ۵، نشان می‌دهد که مقدار آلفای کرونباخ برای کلیه متغیرهای مطالعه، بالاتر از ۰/۷ می‌باشد. همچنین، برای بررسی میزان

¹ Composite Reliability

همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود، از میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده می‌شود. هرچه میزان این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیش‌تر است. روایی همگرا زمانی وجود دارد که میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۵ بزرگ‌تر باشد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل

متغیرهای تحقیق	شاخص پایایی مرکب (CR)	میانگین واریانس استخراجی (AVE)	شاخص آلفای کرونباخ
عوامل مالی - اقتصادی	۰/۸۰۶	۰/۵۸۲	۰/۸۰۶
عوامل اجتماعی - فرهنگی	۰/۸۱۵	۰/۵۴۲	۰/۷۹۹
عوامل شخصیتی - فردی	۰/۸۰۴	۰/۷۹۹	۰/۸۰۴
عوامل بازاریابی	۰/۸۹۱	۰/۵۰۳	۰/۷۹
عوامل فنی - تکنولوژیکی	۰/۸۲۷	۰/۵۲۸	۰/۷۶
عوامل حقوقی	۰/۸۴۸	۰/۵۵۲	۰/۷۹۶
عوامل زیرساختی	۰/۷۷۸	۰/۵۲۱	۰/۸۶۷
عوامل زیست محیطی	۰/۸۱۲	۰/۶۲۶	۰/۷۱۳

بعد از تأیید مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش، به ارزیابی مدل مفهومی پژوهش با استفاده از معادلات ساختاری در نرم‌افزار SmartPLS3 پرداخته شد. قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده (سوالات پرسشنامه) به وسیله بار عاملی یا ضریب عاملی نشان داده شده است. اگر بار عاملی کم‌تر از ۰/۳ باشد، رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بار عاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶، قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد، خیلی مطلوب است. برای آزمون فرضیات تحقیق، باید آزمون معنی‌داری صورت گیرد. برای بررسی معنی‌دار بودن رابطه بین متغیرها، از آزمون t استفاده شد. چون معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ بررسی می‌شود، بنابراین اگر میزان بارهای عاملی مشاهده‌شده با آزمون t-value از ۱/۹۶ بزرگ‌تر شود، رابطه معنی‌داری است. نتایج در جدول ۶ نشان شده است.

جدول ۶. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای متغیرهای مکنون مدل مفهومی تحقیق

متغیر مکنون (عامل)	ضریب استاندارد	کمیت خطا	ارزش t	فرضیه
عوامل مالی - اقتصادی	۰/۷۸	۰/۴۳	۴/۲۳	قبول
عوامل اجتماعی - فرهنگی	۰/۶۴	۰/۴۲	۵/۰۸	قبول
عوامل شخصیتی - فردی	۰/۵۸	۰/۱۸	۳/۳۱	قبول
عوامل بازاریابی	۰/۶۹	۰/۱۶	۳/۰۸	قبول
عوامل فنی - تکنولوژیکی	۰/۵۲	۰/۱۴	۴/۲۳	قبول
عوامل حقوقی	۰/۵۱	۰/۳۲	۴/۳۵	قبول
عوامل زیرساختی	۰/۷۶	۰/۱۸	۴/۶۸	قبول
عوامل محیط‌زیستی	۰/۵۰	۰/۱۶	۴/۱۲	قبول

بنابراین، نتایج تحلیل عاملی تأییدی که با استفاده از رویکرد معادلات ساختاری انجام شد، معنی‌داری روابط بین هر یک از عوامل (متغیر مکنون) شناسایی شده با شاخص‌های متناظر خود و نیز با متغیر مکنون مرتبه بالاتر خود را مورد تأیید قرار داد؛ زیرا کلیه اعداد معنی‌داری مدل، بزرگ‌تر از ۱/۹۶ هستند. همچنین، شاخص‌های تناسب مدل، بیانگر آن است که مدل از نظر شاخص‌های تناسب و برازش در وضعیت خوبی است. نتایج حاصل از یافته‌ها در جدول ۷، نشان داده شده است.

جدول ۷. نتایج تحلیل عاملی تأییدی (ضرایب و مقدار t برای بررسی زیر شاخص‌های عوامل)

عامل	شاخص	ضریب استاندارد	ارزش t
عوامل مالی - اقتصادی	میزان سرمایه در گردش کسب و کار	۰/۶۸	۷/۱۸
	پشتیبانی مالی و فنی دولت از کسب و کارهای خانگی	۰/۵۸	۵/۱۶
	کاهش سود تسهیلات بانکی و مالیات واحدها برای کارآفرینان	۰/۷۴	۵/۴۸
	پس انداز و ایجاد جذابیت برای سرمایه‌گذاران	۰/۷۵	۷/۶۵
	عدم محدودیت سرمایه‌های دولتی و غیردولتی	۰/۷۸	۳/۵۸
	دسترسی کسب و کار به کمک‌ها و تسهیلات اعتباری	۰/۷۶	۶/۴۸
عوامل اجتماعی - فرهنگی	مهارت و دانش حرفه‌ای مرتبط با فعالیت تولیدی	۰/۷۶	۸/۱۹
	گرایش به کار گروهی در بین جامعه محلی	۰/۸۴	۷/۱۷
	توجه به نیازها و خواسته‌های جامعه محلی	۰/۸۲	۵/۶۴
	اعتماد به شرکا و دیگر بنگاه‌ها در زمینه فعالیت کسب و کار	۰/۵۸	۴/۳۵
عوامل شخصیتی - فردی	دسترسی و ارتباط کسب و کار با مراکز و سازمان‌های ذیربط	۰/۵۹	۷/۳۶
	اشتراک اطلاعات و تجربیات کاری با رقبا و کسب و کارهای مشابه فعال در منطقه	۰/۶۵	۹/۱۹
	داشتن سابقه و تجربه کاری مرتبط با کسب و کار	۰/۷۸	۴/۴۵
	برخورداری از توانمندی‌های مشارکتی و انگیزشی	۰/۷۲	۷/۴۸
	سن و تجربه کافی فعالان و کارآفرینان	۰/۸۲	۵/۴۶
	اعتماد به نفس و خودتکایی افراد	۰/۵۱	۵/۵۸
	تقسیم کار و همکاری اعضای خانواده	۰/۵۸	۷/۵۹
	داشتن روحیه ابتکار و نوآوری مستمر	۰/۵۹	۳/۵۶
	ریسک و خطرپذیری	۰/۶۲	۸/۵۲
	داشتن روحیه کارآفرینی	۰/۶۴	۸/۶۲
عوامل بازاریابی	دسترسی به اطلاعات بازار	۰/۶۸	۴/۹۵
	آشنایی با بازارهای محلی، ملی و منطقه‌ای	۰/۵۴	۲/۹۷
	ارتباط مناسب بین تولید با بازاریابی	۰/۵۲	۴/۹۸
	تبلیغات مؤثر برای یافتن مشتری	۰/۵۳	۳/۹۹
عوامل فنی - تکنولوژیکی	برخورداری از دانش و اطلاعات به‌روز و مهارت‌های فنی مرتبط با کسب و کار	۰/۵۹	۵/۷۸
	تولید محصول سالم و ایمن به لحاظ ویژگی‌های کیفی	۰/۸۴	۵/۶۵
	استفاده از فناوری‌ها و طرح‌های کهنه مصرف انرژی در کسب و کار	۰/۸۹	۴/۶۹
عوامل حقوقی	رعایت حقوق مالکیت	۰/۹۶	۴/۶۷
	بهبود در ساختار بروکراسی اداری	۰/۹۲	۵/۶۹
	بازنگری قوانین و مقررات و اصلاح	۰/۸۷	۴/۶۷
	ثبات قوانین و سیاست‌های حمایتی در حوزه کسب و کارهای خانگی	۰/۸۲	۳/۳۴
عوامل زیرساختی	داشتن نیروی انسانی آموزش‌دیده و متخصص	۰/۷۷	۷/۳۹
	دسترسی ارزان و راحت به نهادهای مختلف تولیدی	۰/۷۸	۶/۳۴
	تخصیص یارانه‌های تولید و ارائه تسهیلات مناسب به کسب و کارهای خانگی	۰/۸۴	۷/۳۶
	برخورداری از نظام بیمه‌ای مشخص و جامع مختص کسب و کارهای خانگی	۰/۸۱	۸/۳۲
عوامل محیط‌زیستی	مسئولیت‌پذیری اجتماعی - زیست‌محیطی	۰/۸۳	۴/۳۹
	توجه به بهداشت محیط کار	۰/۸۵	۷/۶۷
	تولید محصولات متناسب با استانداردهای محیط‌زیست	۰/۸۹	۴/۶۸
	استفاده کم‌تر از مواد تخریب‌کننده محیط‌زیست	۰/۷۹	۵/۲۶

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش، با هدف شناسایی و ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی (محل خلیل-آباد شهر تبریز) انجام شده است. واقعیت‌ها نشان می‌دهد، فعالیت‌های کارآفرینی خرد در سکونتگاه‌های غیررسمی افزون بر اینکه زمینه‌های کاهش فقر در خانوار را فراهم می‌کند، می‌تواند در امنیت و رفاه اجتماعی، ثبات خانواده و نیز ارتقای منزلت افراد مؤثر واقع شود. این امر خود می‌تواند در توانمندسازی افراد، کاهش آسیب‌پذیری و بالا بردن تاب‌آوری خانواده و اجتماع‌های محلی مؤثر باشد. به همین دلیل، سیاست حمایت از کسب‌وکارها و اشتغال خانگی مدنظر سازمان‌های جهانی و سیاست‌گذاران کشورها قرار گرفته است. بنابراین، در این تحقیق با بررسی ادبیات نظری، پیشینه تحقیق و مصاحبه با خیرگان حوزه اشتغال و کارآفرینی، ابتدا به شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی پرداخته و در این راستا ۸ فرضیه برای بررسی روابط بین متغیرها تدوین شد. در مرحله بعد، برای آزمون فرضیه‌ها و پاسخ مناسب به سؤال اصلی تحقیق در چارچوب مدل‌سازی معادلات ساختاری، با استفاده از رویکرد تحلیل عاملی تأییدی به آزمون مدل مفهومی و فرضیه‌ها پرداخته شد که نتایج ذیل به دست آمده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد به ترتیب عوامل مالی-اقتصادی (۰/۷۸)، عوامل زیرساختی (۰/۷۶)، عوامل بازاریابی (۰/۶۹)، عوامل اجتماعی-فرهنگی (۰/۶۴)، عوامل شخصیتی-فردی (۰/۵۸)، عوامل فنی-تکنولوژیکی (۰/۵۲)، عوامل حقوقی (۰/۵۱) و عوامل محیط‌زیستی (۰/۵۰) به ترتیب بیش‌ترین تا کم‌ترین تأثیر را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی دارند.

نتایج بررسی فرضیه اول نشان داد یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی، عوامل مالی-اقتصادی می‌باشد. کسب‌وکارهای خانگی همواره در مسیر توسعه و موفقیت خود با مشکل بزرگی تحت عنوان دسترسی به سرمایه و تأمین مالی مواجه هستند که دولت می‌تواند با استفاده از منابع مالی در دسترس و از پیش برنامه‌ریزی شده خود، به عنوان پیشران بخش مالی این کسب‌وکارها عمل کند. اگرچه اغلب کسب‌وکارهای خانگی مشاغل ساده و کوچکی هستند که به سرمایه چندان نیاز ندارند ولی اعطای تسهیلات مالی در قالب وام‌های مختلف با بازه‌های زمانی انعطاف‌پذیر با نرخ بهره پایین یکی از اقداماتی است که می‌توان برای افزایش سطح کارآمدی این دسته اقدامات انجام داد. در واقع پشتیبانی و حمایت‌های مالی و فنی گوناگون دولت از مشاغل خانگی و افرادی که دارای شغل خانگی هستند، باعث می‌شود افراد انگیزه بیش‌تری برای ایجاد شغل خانگی داشته باشند. همچنین، رفع این موانع که هم به عملکرد بنگاه‌های کوچک و هم به اجرای برنامه‌های دولت مرتبط است، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی را در صنایع کوچک ایجاد کرده است و عاملی برای ایجاد توسعه متوازن در بخش تولید و صنعت کشور خواهد بود. نتایج این بخش، با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) و و کریمیان بستانی و همکاران (۱۳۹۹) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، اوزیوما-ایلودینمو (Ozioma-Eleodinmuo, 2015)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفی‌نیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد.

براساس یافته‌ها عوامل اجتماعی-فرهنگی نیز از ابعاد انکارناپذیر در توسعه و موفقیت کسب‌وکارهای خانگی هستند. به عنوان مثال، مهارت‌آموزی از عوامل مهمی است که می‌تواند باعث بهبود عملکرد کسب‌وکارها شود. شرکت در دوره‌های فنی‌و حرفه‌ای، مهارت و توانایی افراد را افزایش می‌دهد و آموزش‌های فنی‌و حرفه‌ای موجب نوآوری و ابداع افراد می‌شود. همچنین، این آموزش‌ها موجب افزایش علاقه به کار و نگرش مثبت و موجب کسب درآمد بیش‌تر در افراد می‌شود. افزایش علاقه به کار، در نتیجه کار تیمی و مشارکت گروهی افراد شکل می‌گیرد. مشارکت در محیط کار، عامل ارزشمندی است و رضایت‌خاطر و روحیه افراد را بالا برده و حس تعلق افراد را نیز افزایش می‌دهد. مشارکت، شیوه جدیدی از اخلاق کاری است و به عنوان یک منبع قدرتمند می‌تواند از آن در محیط کار استفاده نمود. البته لازم به ذکر است، مشارکت و همکاری نتیجه اعتماد است. در محیطی که همه افراد با هم

بر اساس مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌های مشترک و در یک محیط پر از اعتماد، همکاری می‌کنند، بهترین فرصت برای ابداع و پیشرفت وجود دارد. در سازمان‌های با سطح بالا از اعتماد، امکان توسعه طیف وسیعی از روابط اجتماعی در محیط کسب‌وکار وجود دارد. نتایج این بخش، با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) و کریمیان بستانی و همکاران (۱۳۹۹) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، انتظار و کرمانی (۱۳۹۴)، اوزیوما- ایلودینمو (Ozioma-Eleodinmuo, 2015)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفینیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد.

نتایج بررسی فرضیه سوم حاکی از این است عوامل شخصیتی - فردی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. تقسیم کار و همکاری بین اعضا، وجود روحیه خلاقیت و کارآفرینی و تعهد اعضا، استفاده از روش‌های ابتکاری و خلاق در فعالیت‌های تولیدی، سن، تجربه و غیره از ارکان اساسی توسعه کسب‌وکارهای خانگی می‌باشد. به‌عنوان مثال، داشتن خلاقیت و نوآوری از مهم‌ترین عنصرهایی است که با مفهوم و کارکرد مشاغل خانگی پیوند دارد؛ زیرا نوآوری منجر به تلاش برای تجاری‌سازی ایده‌های نو و ایجاد کسب‌وکارهایی برای این منظور است. نوآوری باعث ایجاد تغییر در تمامی ابعاد کسب‌وکارها می‌شود. توجه به بعد نوآوری باعث ایجاد انعطاف‌پذیری در تمامی بخش‌ها می‌شود و باعث می‌شود که چالش‌های پیش‌روی کسب‌وکارهای مشاغل خانگی پشت‌سر گذاشته شود. ایجاد محصولات و خدمات جدید و ارائه راه‌حل‌های جایگزین در حل مسائل پیش‌بینی نشده نیز می‌تواند کسب‌وکارها را در جهت توسعه یاری کند. نتایج این بخش، با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، انتظار و کرمانی (۱۳۹۴)، اوزیوما- ایلودینمو (Ozioma-Eleodinmuo, 2015)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفینیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد.

در خصوص فرضیه چهارم نتایج نشان داد عوامل بازاریابی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. دسترسی به بازار و آگاهی افراد از فرصت‌های بازار نیز منجر به توسعه کسب و کارها می‌شود. مشاغل خانگی، عموماً توسط افراد کارآفرین که فاقد مهارت‌های مدیریتی خاص مانند بازاریابی هستند، ایجاد می‌شود. از این‌رو، افزایش آگاهی افراد در زمینه بازاریابی به‌عنوان یک عامل اصلی در توسعه کسب‌وکارها محسوب می‌شود. افراد ساکن در سکونتگاه‌های غیررسمی، بر این باورند بازارهای محلی نمی‌توانند در میزان فروش محصولات آن‌ها تأثیر قابل‌توجهی داشته باشند؛ لذا، قابلیت‌های بازاریابی به-عنوان مکانیزم‌های مهم مرتبط با بازار برای آن‌ها دیده می‌شود. قابلیت بازاریابی، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا بهتر نیازهای فعلی و آتی مشتریان‌شان را درک کنند، به این نیازها بهتر خدمت‌رسانی کرده، مشتریان جدیدی به‌دست آورند و در نهایت، به‌طور مؤثر رقابت و رقبا را تحلیل کنند. قابلیت‌های بازاریابی، به‌عنوان مکانیزم‌های مهم مرتبط با بازار دیده می‌شوند که شرکت‌ها توسط آن دانش برتر بازار را به‌کار می‌گیرند تا سود اقتصادی ایجاد کنند. یک شرکت با قابلیت‌های بازاریابی قوی قادر است تا با استفاده از درک عمیق خود از نیازهای مشتری توسعه محصولات جدید را پرورش دهد و فعالیت‌های بازاریابی را سازماندهی کند که ارزش منحصربه‌فردی را به مشتریان ارائه می‌دهد. نتایج این بخش با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، اوزیوما- ایلودینمو (Ozioma-Eleodinmuo, 2015)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفینیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد.

یافته‌ها در خصوص فرضیه پنجم نشان داد عوامل فنی- تکنولوژیکی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. آنچه مسلم است، این است که تغییرات سریع تکنولوژی منجر به منسوخ شدن سریع فرایند تولید و محصولات

می‌شود که همواره باید مورد توجه کسب‌وکارهای خانگی باشد. امروزه، پیشرفت‌های تکنولوژیکی عاملی تعیین‌کننده در توسعه کسب‌وکار است؛ به‌گونه‌ای که تکنولوژی در هر کشوری پایه توسعه و رشد شناخته شده است؛ لذا تکنولوژی و عوامل فنی بر رشد کسب‌وکارها تأثیرگذار است. این اثرگذاری، به‌ویژه از طریق افزایش بهره‌وری نیروی کار و ارتقاء نوآوری به توسعه یک ایده، روش یا تجربه‌ای جدید می‌انجامد و یا شامل محصولی جدید، تکنیک‌های جدید و یا فعالیت جدید ذهنی می‌شود. زیرساخت‌های برخوردار از تکنولوژی، می‌تواند شامل برخورداری از دانش و اطلاعات به‌روز و مهارت‌های فنی مرتبط با کسب‌وکار، تولید محصول سالم و ایمن به لحاظ ویژگی‌های کیفی و استفاده از فناوری‌ها و طرح‌های کاهنده مصرف انرژی در کسب‌وکار باشد. نتایج این بخش، با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، نوتاش و عقبی‌طلب (۱۳۸۶)، اوزیوما- ایلودینمو (Ozioma-Eleodinmuo, 2015)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفی‌نیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد.

براساس نتایج بررسی فرضیه ششم مشخص شد عوامل حقوقی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. بی‌توجهی به عوامل حقوقی (قانونی)، از موانع توسعه کسب‌وکارهای خانگی در سکونتگاه‌های غیررسمی به‌شمار می‌رود. مسائل حقوقی، بیش‌تر به نبود حمایت دولتی، قوانین دست‌وپاگیر، قوانین نامناسب، وضعیت ناپایدار اقتصاد کشور و تحریم‌های بین‌المللی مربوط بوده و گاه بر اثر مواردی همچون، وجود برخی مشکلات در کسب مجوزهای اداری است. امروزه، بسیاری از کسب‌وکارها، بخش زیادی از منابع مالی و زمانی خود را صرف کسب مجوزهای اداری و پشت‌سر گذاشتن مراحل متعدد و زمان‌بر اداری می‌کنند که بازنگری، اصلاح و یا حذف این مراحل از جانب دولت، می‌تواند برای این‌گونه شرکت‌ها بسیار مثرتر واقع شود. در این راستا، یکی از مواردی که می‌تواند در این دسته حمایتی دولت قرار بگیرد، وضع قوانین تسهیلگر و نبود قوانین بازدارنده است. دولت، می‌تواند با وضع قوانینی، موفقیت کسب‌وکارهای خانگی را تسریع و تسهیل بخشد و در کنار آن با اصلاح و یا حذف قوانین بازدارنده، مسیر موفقیت چنین کسب‌وکارهایی را هموار سازد. تحقق این امر، با بکارگیری افراد متخصص و باتجربه در حوزه کسب‌وکار و کارآفرینی در سازمان‌ها و ارگان‌های قانونگذار و تصمیم‌گیرنده امکان‌پذیر خواهد بود. این در حالی است که شواهد و مطالعات دقیق در ایران، نشان می‌دهد که قوانین و مقررات دولتی نه تنها زمینه‌های مناسب برای کارآفرینی و فعالیت‌های تولیدی را فراهم نمی‌کند، بلکه این قوانین و مقررات مانع رشد کارآفرینی و در نتیجه شکست کسب‌وکارها در ایران شده است. نتایج این بخش با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفی‌نیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد.

یافته‌ها در خصوص فرضیه هفتم نشان داد عوامل زیرساختی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. نتایج مطالعات نشان داده است گاه شکست کسب‌وکارهای کوچک و خانگی متأثر از موانع زیرساختی است و مباحثی مانند نبود زیرساخت‌های مناسب از قبیل تجهیزات ارتباطی، مشکلات شبکه‌ای و مخابراتی و زیرساخت‌های فنی از جمله مؤلفه‌هایی هستند که می‌تواند نقش بسزایی در عدم توسعه کسب‌وکارها و در نتیجه شکست‌های احتمالی کارآفرینان داشته باشد. به‌عنوان نمونه، ضعف در زیرساخت‌های عمرانی برای توسعه کسب‌وکارهای خانگی با توجه به موقعیت مکانی و جغرافیایی این کسب‌وکارها، می‌تواند تأمین نهاده‌ها و بازاررسانی محصولات تولیدشده را با مشکل جدی مواجه نماید. در این میان، تخصیص یارانه‌ای تولید و ارائه تسهیلات مناسب به کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرین، برخورداری از نظام بیمه‌ای مشخص و جامع مختص این کسب‌وکارها، عدم فرایند اداری سخت و طولانی برای اخذ اعتبارات جهت توسعه و غیره می‌تواند در پایداری بنگاه‌های کوچک و کارآفرین تأثیر بسزایی داشته باشد. نتایج این بخش با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) و کریمیان بستانی و همکاران

(۱۳۹۹) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، انتظاری و کرمانی (۱۳۹۴)، اوزیوما- ایلودینمو (Ozioma- Eleodinmuo, 2015)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفی‌نیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد. در نهایت نیز، یافته‌ها نشان داد عوامل محیط‌زیستی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. محیط‌زیست و عوامل تعیین‌کننده آن، یکی از مهم‌ترین مباحث مطرح در حوزه کسب‌وکار و کارآفرینی در سکونتگاه‌های غیررسمی است. توجه به بهداشت محیط کار، استفاده کمتر از مواد تخریب‌کننده محیط‌زیست، تولید محصولات متناسب با استانداردهای محیط‌زیست و مسئولیت‌پذیری اجتماعی محیط‌زیستی از جمله فاکتورهایی است که باید مدنظر صاحبان کسب‌وکارها باشد. با وجود اقداماتی که تا به حال برای اجرای الزامات محیط‌زیستی در فعالیتهای تجاری انجام شده است، نتایج به‌دست آمده رضایت‌بخش نیست و ضرورت تولید محصولات و خدمات نوآورانه و همچنین مدیریت آن‌ها - نه تنها با هدف دستیابی به فرآیندهایی که بر محیط‌زیست تأثیر نمی‌گذارد، بلکه به منظور تقویت آن- وجود دارد. این درحالی است که اتخاذ شیوه‌های مدیریت محیط‌زیستی همچون بازیافت، حفاظت از منابع آبی و سیستم‌های مدیریت انرژی برای مقابله با این قبیل مشکلات محیط‌زیست، توسط مدیران شرکت‌ها و کارآفرینان شرکت‌های کوچک و خانگی نیز، باید مورد توجه گیرد. نتایج این بخش، با مطالعات صمدزاد و قراچورلو (۱۴۰۱) در سکونتگاه‌های غیررسمی و مطالعات حسینی و همکاران (۱۳۹۷)، میرزانتی و همکاران (Mirzanti et al., 2014)، شریفی‌نیا (Sharifinia, 2022)، یائو و لیان (Yao & Lian, 2022)، ماهشواری و همکاران (Maheshwari et al., 2022) و گیورنوا (Gevrenova, 2015) در سکونتگاه‌های رسمی مطابقت دارد. در ادامه و بر اساس نتایج مطالعه، پیشنهادی زیر مطرح می‌شود:

- حمایت و پشتیبانی دولت در راستای تأمین بسترهای مالی مناسب با اعطای تسهیلات بانکی کم‌بهره و با دوره تنفس بالا، کاهش مدت زمان انتظار اعطای تسهیلات و غیره؛
- برگزاری دوره‌های آموزش فرهنگ کارآفرینی و ارائه خدمات مشاوره‌ای در این زمینه جهت تقویت عوامل اجتماعی- فرهنگی؛
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی با موضوعات مختلف همچون آشنایی با تجربه‌های افراد کارآفرین، روش‌های خلاقیت و نوآوری، تقویت اعتمادبه‌نفس و ارتقای روحیه ریسک‌پذیری و غیره جهت تقویت عوامل شخصیتی - فردی؛
- یادگیری مهارت‌های کامل شیوه‌های نوین بازاریابی در راستای تسهیل دسترسی به اطلاعات بازار و آشنایی با بازارهای محلی، ملی و منطقه‌ای و غیره؛
- ایجاد برنامه‌های آموزشی و حمایتی و به‌روزرسانی استفاده از تکنولوژی روز در مشاغل خانگی؛
- بازنگری و اصلاح قوانین وضع‌شده از جانب مراجع ذی‌ربط و حذف فرآیندهای بروکراتیک و کمینه‌سازی مراحل اداری فعالیت‌های مربوط به کسب‌وکارهای خانگی اعم از کسب مجوزها، تأمین مالی و غیره؛
- توسعه عوامل زیرساختی (زیرساخت‌های فناوری و تجارت الکترونیک) در راستای کاهش محدودیت‌های زمانی و مکانی در تجارت، کاهش هزینه‌های مبادلات، دسترسی تولیدکنندگان و فروشندگان به مشتریان زیاد و دسترسی مصرف‌کنندگان به تولیدکنندگان کالا و خدمات در سطح وسیع؛
- پشتیبانی، حمایت و توسعه سرمایه‌گذاری دولت در راستای رفع موانع و محدودیت‌های زیرساختی عوامل محیط‌زیستی.

منابع

- اسکندری، وحید. و آشیانی، احسان. (۱۳۹۲). حاشیه‌نشینی و سکونتگاه‌های غیررسمی. همایش ملی شهرسازی و معماری در گذر زمان. امیری، صبا، نادری، نادر. و محمدی‌فر، یوسف. (۱۳۹۸). مفهوم‌پردازی چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه. پژوهش‌های روستایی، ۱۰(۲)، ۱۸۵-۱۷۵.
- انتظاری، علی. و کرمانی، محسن. (۱۳۹۴). تبیین عوامل اجتماعی و فردی مؤثر بر فرهنگ کار (مورد مطالعه، کارکنان صنایع شهرستان کاشان). فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۹(۲)، ۵۴-۲۲.
- پرچی، داود. و جلالی، فاطمه. (۱۳۹۹). جافتادگی نهادی و اثربخشی آن بر کسب‌وکارهای خانگی. جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، ۷(۱۵)، ۲۳-۸۹.
- حسینی، سیدعباس، مجیبی، تورج، مهدی‌زاده‌اشرفی، علی. و وظیفه‌دوست، حسین. (۱۳۹۷). طراحی مدل ختامشی‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs) با تأکید بر نوآوری (مورد مطالعه: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی). اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۷(۱)، ۱۳۱-۱۱۳.
- درخشانی‌درآبی، کاوه، امیدی، جمشید، حسن‌نژاد، رضا. و براتی، نگین. (۱۴۰۱). رتبه‌بندی موانع توسعه بازاریابی در مشاغل خانگی: مطالعه موردی استان مرکزی. مدیریت تبلیغات و فروش، ۳(۲)، ۴۱-۲۴.
- رضایی، روح‌الله. و نجفی، بهمن. (۱۳۹۶). موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه. توسعه کارآفرینی، ۸(۳)، ۴۵۱-۴۳۳.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم، خواجه شاهکوهی، علیرضا، عبدالله‌زاده، غلامحسین. و شریفی، مهنوش. (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان. پژوهش‌های روستایی، ۵(۱)، ۲۴-۱.
- صفای‌کنجین، منیژه، سیدنقوی، میرعلی. و کاملی، محمدجواد. (۱۴۰۰). بررسی عوامل راهبردی موفقیت کسب‌وکارهای خانگی با رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری و میک مک. مدیریت کسب‌وکار، ۴۹، ۳۵۴-۳۳۲.
- صمدزاد، سعیده. و قراچورلو، نجف. (۱۴۰۰). طراحی الگوی پایدارسازی کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرین در سکونتگاه‌های غیررسمی. اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، ۲۹(۱)، ۹۱-۱۱۵.
- طوطیان، صدیقه، بیاناتی، ماه‌منیر. و جلالی، علی. (۱۴۰۰). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های فناوری ارتباطات در راستای توانمندسازی زنان کارآفرین در کسب‌وکار. ره یافتی در مدیریت بازرگانی، ۲(۴)، ۴۹-۳۲.
- علی‌آبادی، وحید، عطائی، پوریا. و غلامرضایی، سعید. (۱۴۰۰). رابطه بین تیپ شخصیتی زنان روستایی و موفقیت آن‌ها در کسب‌وکارهای خانگی: کاربرد مدل ریسک. برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱(۴۴)، ۱۸۴-۱۶۶.
- فلاح، محمدرضا. (۱۴۰۰). تبیین پیشایندهای راهبردی توسعه کسب‌وکارهای خانگی. مطالعات مدیریت راهبردی، ۴۵، ۲۴۵-۲۲۳.
- کریمیان بستانی، مریم، میر، مهیار و شهرکی، داود. (۱۳۹۹). تحلیل عوامل مؤثر در پایدارسازی کسب‌وکارهای خرد سکونتگاه‌های غیررسمی (مورد مطالعه: محله شیرآباد زاهدان). مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی، ۶(۴)، ۱۲-۱.
- مدرسی، میثم، آراستی، زهرا، طالبی، کامبیز. و فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از رشد کسب‌وکارهای خانگی از دیدگاه زنان صاحب کسب‌وکارهای خانگی در ایران. مدیریت سازمان‌های دولتی، ۴(۲)، ۵۰-۳۱.
- نجفی، بهمن. و صفا، لیلا. (۱۳۹۳). بررسی کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی. کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۲)، ۷۳-۶۱.
- نوتاش، محمدرضا. و عقبی‌طلب، علی. (۱۳۸۶). عوامل کلیدی انتشار تکنولوژی در صنایع کوچک و متوسط ایران. توسعه تکنولوژی، ۵(۱۱)، ۶۳-۷۹.
- یعقوبی‌فرانی، احمد، وحدت مؤدب، هاجر. و لطیفی، سمیه. (۱۳۹۲). شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردرد شهرستان رزن). زن در توسعه و سیاست، ۱۱(۴)، ۵۷۴-۵۵۹.

- Abdullahi B. S., Chan, D. W. M., & Wuni, I. Y. (2022). Knowledge-based decision support for BIM adoption by small and medium-sized enterprises in developing economies. *Automation in Construction*, 150, 1-16.
- Chowdhury, S., Kumar Dey, P., Rodríguez-Espíndola, O., Parkes, G., Anh Tuyet, N.T., Long, D.D., & Phuong Ha, T. (2022). Impact of Organisational Factors on the Circular Economy Practices and Sustainable Performance of Small and Medium-sized Enterprises in Vietnam. *Journal of Business Research*, 147, 367-378.
- Gevrenova, T. (2015). Nature and Characteristics of Green Entrepreneurship. *Trakia Journal of Sciences*, 13 (2), 321-323.
- Hastings, D., Anwar, N., & Chowdhury, G. (2018). *exploring the collaborative activities of home-based businesses in OECD countries*, In UK Academy of Information Systems. Oxford.
- Maheshwari, G., Kha, K. L., Raj, A., & Arokiasamy, A. (2022). Factors affecting students' entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Management Review Quarterly*, 1-7.
- Mirzanti, I. R., Simatupang, T. M., & Larso, D. (2015). A Conceptual Framework OF Entrepreneurship Policy. *Global Illuminators*, 1, 321 -332.
- Mohamed, A. A., & Van Ham, M. (2022). Street network and home-based business patterns in Cairo's informal areas. *land use policy*, 115, 1-15.
- Muneer, N. Alghami, J. & Hussin, N. (2023). Obstacles and Prospers of Family Businesses in the Kingdom of Saudi Arabia. A Systematic Literature Review from the Last Two Decades. *International Journal of Industrial Engineering & Production Research*, 34(1), 1-15.
- Ozioma Eleodinmuo, P. (2015). Analysis of entrepreneurship policy for small and medium scale enterprise in Aba, Abia State Nigeria. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance, and Marketing*, 7(1), 47-59.
- Sharifinia, Z. (2022). Classification of Challenges of Home Businesses in Rural Areas of Sari County using an Integrated Technique of DEMATEL-ISM. *Journal Of Research And Rural Planning*, 11(36), 21-40.
- Shieh, I., Habibi, K., & Kamaly Nasab, H. (2011). The Formation & Expansion of Informal Settlements, Case Study: Sohrabyh Karaj Neighborhoods, Villages. *Housing and Environment*, 30(133), 39-48
- Skibinski, A., & Sipa, M. (2015). Sources of innovation of small businesses: Polish perspective. *Procedia Economics and Finance*, 27, 429-437.
- Suriya, K., & Gruen, C. (2012). Souvenir production in communitybased tourism and poverty reduction in Thailand. *The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters*, 1(1), 1-4.
- Susanti, E., & Masudah, I. (2017). Womens improvement model in home-based industries in East Java Province, Indonesia, Masyarakat. *Kebudayaan dan Politik*, 30(4), 353-366.
- Takacs, F., Brunner, D., & Frankenberger, K. (2022). Barriers to acircular economy in small- and medium-sized enterprises and their integration in a sustainable strategic management framework. *Journal of Cleaner Production*, 20, 1-17.
- Tyas, W. P. (2015). *Resilience, a home-based enterprises and social assets in post-disaster recovery: a study from Indonesia*. Doctoral dissertation, Newcastle University.
- Yao, Z., & Lian, Z. (2022). Research on the Influencing Factors of the Entrepreneurial Intention of People Returning from Urban to Rural Areas: The Views of New Development Concept. *SHS Web of Conferences*, 151, 1-11.