

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان

شهرزاد موهبتی^a، جواد نیک نفس^b

^a دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، گرایش مالی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان

^b استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان

نویسنده مسئول: nikknafs@yahoo.com

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان، انجام شد. پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی است و از لحاظ گردآوری داده‌ها، کیفی محسوب می‌شود. همچنین تحقیق حاضر از نوع تحقیق توصیفی به شیوه پیمایشی بوده و به صورت مقطعی اجراء شد. در این تحقیق جامعه آماری بخش کیفی شامل خبرگانی بود که دارای تخصص علمی و سابقه کاری در حوزه مشاغل خانگی و کسب و کارهای اینترنتی بودند که در برگیرنده اساتید دانشگاهی با تخصص بازرگانی و بازاریابی، مدیران عالی رتبه و کارشناسان کار آفرینی و اشتغال در حوزه ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی می‌باشند. در این پژوهش نمونه آماری بخش کیفی از روش نمونه‌گیری هدفمند در دسترس انتخاب شد و تعداد نهایی حجم نمونه بخش کیفی بعد از اشباع نظری مشخص شد. ابزار تحقیق پرسشنامه بود به اعضای جامعه تحقیق به صورت تحویل حضوری، ارسال با پست سفارشی و پست الکترونیکی انجام گردید. نتایج حاصل از بررسی کیفی تعداد ۲۶ مانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان شناسایی شدند. در بخش مدل سازی ساختاری تفسیری نیز ارتباط بین موانع شناسایی و مدل نهایی رسم شد.

کلمات کلیدی: موانع گسترش، مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی، استان همدان

مقدمه

در سراسر جهان اینترنت به صورت یک شبکه گسترده رایانه‌ای ارتباط میان مردم، تجارت و امثال آن را متحول نموده است. بسیاری از ویژگی‌های مثبت اینترنت را می‌توان به شکل کسب و کاری جدید مشاهده نمود. مهمترین اثر اینترنت بازسازی اقتصاد و فعالیت‌های سنتی است. اینترنت قابلیت‌های اساسی تغییر شکل اساسی در همه کسب و کارها را فراهم کرده که شامل تمامی اجزای زنجیره ارزش و انواع فعالیت‌ها (و نه فقط شرکت‌های آنلاین) می‌شود. این امر، شامل تغییرات عمده‌ای می‌شود که نه تنها در مورد نحوه خرید و فروش محصولات، بلکه همچنین در مورد چگونگی طراحی، تولید و توزیع محصولات و خدمات هم بحث می‌کند. امروزه حتی یک کسب و کار کوچک هم می‌تواند با زنجیره تأمین پویا کار کند که در سطح جغرافیایی وسیعی گسترده است و با نیروی کاری جهانی تجارت می‌کند (آقا زاده و همکاران، ۱۳۹۰). امکانات منحصر به فرد اینترنت سبب پیدایش شکل جدیدی از کسب و کار شده است که امروزه به نام کسب و کار اینترنتی شناخته می‌شود و این کسب و کارها توسط افراد کارآفرین با ایده‌هایی نو به وجود آمده است که فکری خلاق و ذهنی با استعداد داشته‌اند و برخی از این افراد اقدام به خود اشتغالی نموده‌اند و یا شرکت‌های اینترنتی را تاسیس نموده‌اند از آن جمله می‌توان شرکت‌های اینترنتی مانند آمازون، یاهو، گوگل و امثال آن را نام برد که در مدت کوتاهی توانسته‌اند ارزش بسیاری را کسب نمایند (اکبری ناصری و همکاران، ۱۴۰۰).

به واقع اینترنت می‌تواند به عنوان کاتالیزور یا واسطه‌ای با قدرت برای فرآیند خلق مشاغل نقش داشته باشد. البته این صحیح است که اینترنت باعث کهنه و بی‌ارزش شدن بسیاری از مشاغل شده است. اما با این حال شواهد بسیاری نشان می‌دهد، این فناوری به نوعی ایجاد کننده مشاغل زیادی است و تا زمانی که شرکت‌ها کارکنانی (از مهندسان تا پرسنل فروش و خدمات) را استخدام می‌کنند تا محصولات و خدمات اینترنتی طراحی و تولید کنند، مشاغل به خودی خود در محیط اینترنت ایجاد می‌شوند. با این حال اینترنت به ایجاد مشاغل در زمینه‌های دیگر هم کمک کرده است. به عنوان مثال در یک تجزیه و تحلیل از یک شرکت فرانسوی نشان داده شد، با اینکه اینترنت ۵۱۱ هزار شغل را در طول ۱۵ سال گذشته از بین برده، در عین حال ۱/۲ میلیون شغل جدید را به وجود آورده که به طور خالص می‌توان گفت این رقم ۲/۴ شغل برای هر یک شغل از بین رفته است. این نتیجه‌گیری از طرف مطالعه جهانی مک کینزی^۱ هم مورد تایید قرار گرفته که بیان می‌دارد برای هر شغل از بین رفته، ۲/۶ شغل فراهم شده است. در حالی که استفاده از اینترنت باعث پیشرفت عملکرد در کسب و کارهای بزرگ می‌شود، این تاثیر میان کسب و کارهای متوسط و کوچک و سازمانهای تازه کار بسیار بیشتر و قابل ملاحظه‌تر است (آقا زاده و همکاران، ۱۳۹۰). از جمله مشاغلی که همراه با اینترنت شکل گرفته مشاغل خانگی می‌باشد، براساس یک تعریف ساده مشاغل خانگی به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی شود گفته می‌شود، مشاغل خانگی به لحاظ تاثیری که در ایجاد اشتغال آسان و کم هزینه در جوامع دارد، در دهه اخیر کانون توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران حوزه کسب و کار و تجارت بوده است (احمدپور داریانی، ۱۳۹۲).

بر طبق نظریه هورگان^۲ مشاغل خانگی موجب کم کردن هزینه‌های سربار اقتصادی شده و در نهایت، وسیله‌ای برای رشد اقتصادی منطقه می‌باشند. در واقع این امر که بیشتر افراد ترجیح می‌دهند نیازهای خود را در نزدیکی مکان ممکن تامین کنند، دلیلی برای به وجود آمدن کسب و کارهای خانگی در مناطق مختلف است که به نگر داشتن حجم پولی و فعالیت‌های مبادله‌ای در آن منطقه منجر می‌شود و خود باعث فرصت‌های کاری بیشتر و افزایش اشتغال در آن مناطق می‌شود (ناهید و قنبری، ۱۳۸۹). امروزه این نوع مشاغل از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی، حتی در کشورهای پیشرفته و یکی از زمینه‌های مناسب و مهم فعالیت اقتصادی زنان و به منزله راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان، بشمار می‌رود (انتظاریان و طهماسبی، ۱۳۸۹). همچنین مطالعات نشان داده است که مشاغل خانگی به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان محسوب می‌گردند. قابلیت انجام این نوع کسب و کار در منزل، سبب ایجاد مزایای بسیاری برای شاغلین آن‌ها می‌شود که از جمله می‌توان به ایجاد توازن بین مسئولیت خانوادگی زنان و اشتغال آنان، حذف هزینه‌های مربوط به خرید، رهن و اجاره کارگاه و ایاب و ذهاب، استفاده از نیروی کار سایر اعضای خانواده و ایجاد زمینه‌های کار خانوادگی، امکان انتقال تجارب از طریق آموزش غیررسمی به شیوه استاد- شاگردی بین اعضای خانواده و... اشاره نمود (گزارش موسسه کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۴).

اما آنچه که در رشد و گسترش این مشاغل مهم است این است که با وجود پیشرفت فناوری و کاربرد هر چه بیشتر اینترنت در مشاغل امروزه این نوع مشاغل با موانعی همراه هستند که در برخی پژوهش‌ها نیز به آن پرداخته شده است، همانند وینارسیزک و گراهام^۳ (۲۰۱۳) که بیان می‌کنند موانع رشد کسب و کارهای خانگی زنان عبارتند از: کمبود مهارت در استفاده و به روز رسانی فناوری در کار، فقدان حمایت مربوطه، کمبود مهارت‌های مدیریت - کسب و کار که منجر به عدم تعادل بین کار و زندگی برای بعضی از زنان می‌شود، انزوا و کمبود تعامل با همکاران و در نتیجه عدم دسترسی به فعالیت‌های شبکه‌ای یا گروه‌های حمایتی محلی برای مشاوره مشکلات کسب و کار. علاوه بر آن نتایج حاصله از تحقیق بندلی (۱۴۰۰) نشان می‌دهد که ۶ عامل زیرساختی، چالش‌های بازار، تعهدات خانوادگی، فقدان مهارت‌های کسب و کار، کمبود منابع مالی، موانع قانونی موانع مهم و چالشی بر سر راه کسب و کارهای خانگی زنان تحت پوشش کمیته شهرستان شاهرود هستند. همچنین نتایج پژوهش قربانی (۱۳۹۹) نشان داد که موانع فردی- شخصیتی، موانع اقتصادی- مالی، موانع فرهنگی- اجتماعی، خانوادگی و موانع نهادی- قانونی، موانع توسعه‌ی مشاغل خانگی زنان در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر هستند. همچنین نتایج بدست آمده از تحقیق معمار نژاد و علی اکبری (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که اولویت‌بندی موانع اصلی توسعه کسب و کار اینترنتی به ترتیب عبارتند از: ۱- موانع حقوقی ۲- موانع فرهنگی ۳- موانع مدیریتی ۴- موانع مربوط به زیر ساخت‌های اساسی ۵- موانع انسانی و ۶- موانع اقتصادی.

^۱. McKinsey

^۲. Horgan

^۳. Wynarczyk & Graham

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

به طور کلی و با بررسی مطالعات به این جمع بندی دست می یابیم در حالی که شاهد سرعت رشد کسب و کارهای اینترنتی و سودآوری آن ها در عصر حاضر می باشیم، اما مشاغل خانگی از این سرعت رشد برخوردار نبوده و گاهاً شاهد کناره گیری این کسب و کارهای از فضای نوظهور و درآمدزای اینترنتی بوده ایم و حتی می توان گفت تعدادی از مشاغل که شروع به کار و فعالیت کرده اند نیز بازخورد چشم گیری نشان نداده اند، چه از نقطه نظر درآمدی و چه از نظر انگیزشی، در حقیقت فرهنگ کسب و کار در منزل بدین صورت نهادینه نشده است و تفکر غالب افراد این است که، کسی که بیرون از منزل فعالیت می کند، شاغل محسوب می شود و به عبارتی مشاغل خانگی اعتماد اکثریتی را جلب نکرده است، از طرفی مشاغل خانگی در ایران همچنان از نظر ارزش افزوده و بازدهی کار در مقایسه با سایر مشاغل کوچک در سطح پایین تری قرار دارند و آنچنان که باید رشد نکرده اند (حسین زاده، ۱۳۹۶). این مساله تحت شرایط فعلی یعنی پاندمی بیماری کرونا که بسیاری از کسب و کارها را به تعطیلی و نیمه تعطیلی کشاند، بسیار بغرنج تر شده است و لازم است تا صاحبان کسب و کار خود را با بازار و نیازهای بازار تطبیق داده و از فرصت های که به سبب ظهور فناوری همچون کسب و کار اینترنتی پیش روی نهاده است به خوبی بهره ببرند، چرا که این کسب و کار بازار نامحدودی را به همراه آورده است که اگر صاحبان کسب و کار هوشمندانه و بر اساس خواسته ها و نیاز مشتریان در این بازار فعالیت نمایند نه تنها به درآمدزایی بلکه به توسعه سهم بازار خود و ماندگاری بیشتری دست می یابند که البته لازمه رسیدن به این مهم شناسایی موانع و چالش های پیش روی این کسب و کارها است، موانعی چون به رسمیت شناختن این بازار، آموزش اصولی در خصوص کسب و کار اینترنتی و نحوه معرفی محصول و خدمت در این بازار، شیوه های بازاریابی متناسب و کارآمد و... که علی رغم ارئه فرصت های ناب این بازار پژوهش های اندکی به بررسی موانع پیش روی این کسب و کار خانگی و گسترش آن ها در بازار اینترنتی پرداخته است و خلاء های تحقیقاتی گسترده ای در این بین مشهود می باشد.

استان همدان نیز از این قاعده مستثنی نیست و آمارها در این استان نشان از نرخ بیکاری ۲۰ درصدی این استان دارد و این بیکاری همراه با اثرات منفی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است به واقع وجود بیکاری باعث بالا رفتن آمار فقر، فساد، توزیع ناعادلانه درآمد، طلاق، قاچاق مواد مخدر، ناامنی و پیامدهای سنتی دیگر خواهد شد اینجاست که توجه به اشتغال و گسترش مشاغل خانگی به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای کاهش بیکاری، فقر و نابرابری مطرح می گردد، مسئولین و مدیران استان همدان نیز با ادراک به آمار بالای بیکاری بر آن شده اند تا در سال ۱۴۰۱؛ ۲۳ هزار شغل ایجاد نمایند و برای مشاغل خانگی نیز سهمیه همراه با تسهیلات راه اندازی کسب و کار در نظر گرفته است که تحقق این اشتغال تنها در سایه شناخت صحیح بازار، نیازهای آن و همگامی با فن آوری اطلاعات و استفاده از فرصت های آن امکان پذیر است، بنابراین لازم است در ابتدای امر پژوهشی مبتنی بر علم به شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی پردازد و بتواند راهنما و راهگشای بانوان شاغل در این حیطه باشد که پژوهشگر با ادراک به این مهم و نیز خلاء های تحقیقاتی در این خصوص بر آن آمده است تا در مطالعه حاضر به بررسی این مهم پردازد و پاسخگویی این سوال باشد که موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان کدامند؟

مبانی نظری

تعریف مشاغل خانگی

از جمله مشاغل کوچک و متوسط مشاغل خانگی است که هزینه بالایی را به خانواده ها تحمیل نمی کند و درعین حال می تواند سبب افزایش درآمد و در نهایت تولید ثروت در کشور شود. امروزه کسب و کارهای خانگی به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان محسوب می شوند و عاملی تأثیرگذار در تحقق کارآفرینی است. کارآفرینی فرآیندی اکتسابی است که خانواده در شکل گیری، آن نقش اساسی ایفا می کند. به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی می، شود، کسب و کار خانگی میگویند (تیپلی^۱، ۲۰۰۶).

^۱. Tippley

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

مجلس شورای اسلامی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

مشاغل خانگی الکترونیکی

کسب و کارهای خانگی، الکترونیکی یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در حوزه کسب و کارهای خانگی به شمار می‌آیند که به‌طور چشمگیری فراگیر و هنوز تحت بررسی هستند (میسن و همکاران^۱، ۲۰۱۱).

رشد کسب و کارهای خانگی الکترونیکی ناشی از رشد سریع مطالعات اکادمیک کسب و کارهای خانگی الکترونیکی نسبت به دیگر حوزه‌های کسب و کارهای خانگی است.

کسب و کارهای خانگی الکترونیکی فرصت منحصربه‌فردی را نسبت به دیگر کسب و کارهای خانگی برای نوآوری و تولید ثروت ارائه می‌دهند کسب و کارهای خانگی الکترونیکی می‌توانند مزایای اقتصادی زیادی را نسبت به سایر کسب و کارها ارائه دهند و جنبه مهمی از توسعه اقتصاد، هستند چرا که فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی برای گروه‌هایی فراهم می‌کنند که قادر به مشارکت در شکل‌های دیگر اشتغال نیستند.

همچنین فرصت‌هایی برای گسترش کارآفرینان خانگی در کشورهای در حال توسعه ارائه می‌دهند و یا به دیگران اجازه می‌دهند از این فرصت‌ها بهره ببرند اگرچه ممکن است با چالش‌هایی نظیر دسترسی به اینترنت و برق روبرو شوند (انوار و دنیل^۲، ۲۰۱۴).

بر اساس گفته سلیمان و همکارانش^۳ کسب و کار خانگی الکترونیکی کسب و کاری است که فعالیت‌های تجاری اصلی در آن بدون هیچ اداره‌ای با تعریف سنتی و از طریق یک شبکه کامپیوتری و معمولاً بر اساس یک ساختار مجازی انجام می‌شود (روسنافیسا و همکاران^۴، ۲۰۰۹).

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع تحقیق توصیفی به شیوه پیمایشی بود و به صورت مقطعی اجراء شد. همچنین پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی است چرا که هدف از آن به دست آوردن دانش لازم برای تهیه ابزاری است که به وسیله آن نیازی مشخص و شناخته شده برآورده شود. هدف پژوهش‌های کاربردی، کشف دانش تازه ای است که کاربرد مشخصی درباره محصول یا فرایندی در واقعیت دنبال می‌کند (خاکی، ۱۳۹۹). همچنین این تحقیق از لحاظ گردآوری داده‌ها، کیفی محسوب می‌شد، پژوهش کیفی، اغلب به روش‌هایی گفته می‌شود که به‌منظور به دست آوردن داده‌های ذهنی به کار می‌رود. در مجموع پژوهش کیفی به‌سوی درک دنیای طبیعی گرایش پیدا می‌کند و ماهیت آن کاملاً تفسیری است. مقصود آن تأکید رابطه علی از طریق ابطال فرضیه مبتنی بر نبودن رابطه نیست، برعکس پژوهش کیفی تفسیرهای چندوجهی تجربه آدمی و رابطه تکرارشونده درون نظام‌های اجتماعی و فرهنگی را تشخیص می‌دهد. در این تحقیق جامعه آماری بخش کیفی شامل خبرگانی بود که دارای تخصص علمی و سابقه کاری در حوزه مشاغل خانگی و کسب و کارهای اینترنتی می‌باشند که در برگیرنده اساتید دانشگاهی با تخصص بازرگانی و بازاریابی، مدیران عالی رتبه و کارشناسان کار آفرینی و اشتغال در حوزه ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی می‌باشند. در این بخش از روش نمونه‌گیری هدفمند در دسترس انتخاب شد و تعداد نهایی حجم نمونه بخش کیفی بعد از اشباع نظری مشخص شد.

این تحقیق در ابتدا از مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش، موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استخراج می‌شوند، سپس بعد از مشخص شدن اولیه موانع، جهت دادن اعتبار به نتایج اولیه از فرم اعتبارسنجی^۵ استفاده می‌گردد که این فرم به خبرگان در این حوزه داده می‌شود تا سودمند بودن و یا سودمند نبودن موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی مورد سنجش واقع شوند و بعد از بررسی فرم اعتبارسنجی، مولفه‌های مورد نظر طی سه مرحله، کدهای شناسایی شده بررسی شدند تا کدهای تکراری، نامفهوم و هم معنی از لیست حذف شدند و در مرحله آخر کدهای باقی مانده با توجه به مفهوم و نوع آنها، در چهار بعد تقسیم بندی شدند. بعد از ارائه توضیحات تکمیلی به نمونه مورد مطالعه در خصوص نحوه تکمیل پرسشنامه، پرسشنامه‌ها جهت بررسی تجزیه و تحلیل آماری جمع آوری می‌گردند. سپس موانع شناسایی شده به دو قسمت موانع مستقل و موانع فردی تفکیک شدند که

¹. Mason et al

². Anwar & Daniel

³. Sulaiman et al

⁴. Rosnafisah et al

⁵. Content Validity Ratio (CVR)



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



تأثیر گذاری موانع بر یکدیگر در هر دو نوع مستقل و فردی، با روش تحلیل تفسیری (ISM) پس از طی مراحل مربوط به این روش، بررسی شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه بود که پس از تایید روایی و پایایی آن به اعضای جامعه تحقیق به صورت تحویل حضوری، ارسال با پست سفارشی و پست الکترونیکی انجام گردید. همچنین از مطالعات کتابخانه ای و منابع اینترنتی و مصاحبه با خبرگان و کارشناسان، در جهت تدوین مبانی نظری و ارائه راهکارهای اجرایی رفع موانع استفاده شد.

یافته های پژوهش

سوال پژوهش

موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان کدامند؟ جهت پاسخگویی به سوال پژوهش کدهای استخراج شده از مبانی نظری و ادبیات پژوهش در خصوص موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی در طی چند مرحله بررسی شدند تا مؤثرترین موانع در این حوزه شناسایی شوند که در ذیل به طور کامل شرح داده شده است:

براساس گفت کهری مرحله اول ۷۱ مانع در خصوص گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استخراج شد که ۱۹ مانع به دلیل تکراری بودن، هم پوشانی با سایر موانع و یا عدم بیان مفهوم مانع، حذف شدند، بنابراین این سوالات در این مرحله از پرسشنامه حذف می‌شوند. بنابراین برای مرحله دوم، ۵۲ مانع باقی خواهند ماند و به عبارتی ۵۲ مانع باقی مانده مجدد بررسی خواهند شد.

براساس نتایج می‌توان گفت که در مرحله دوم، برخی از موانعی که خاصیت کلی گویی داشتند، به یک یا دو مانع جزئی تغییر یافته و همچنین موانع تکراری و موانعی که مفهوم آنها با یکدیگر هم پوشانی داشتند، حذف شدند. البته جمله بندی برخی موانع نیز اصلاح شدند. بنابراین برای مرحله سوم، ۲۶ مانع باقی ماند و به عبارتی ۲۶ مانع باقی مانده مجدد آزمون خواهند شد.

براساس نتایج می‌توان گفت که ۲۶ مانع از ۷۱ مانع استخراج شده از ادبیات تحقیق و مبانی نظری در مرحله سوم بررسی شد که هیچ یک از آنها حذف نشده و می‌توان آنها را در دسته بندی های مناسب، تقسیم بندی کرد. حال جدول شماره ۱ موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی را به نمایش می‌گذارد که پرسشنامه نهایی پژوهش محسوب می‌شوند.

جدول شماره ۱: موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی (پرسشنامه پژوهش)

شماره	ابعاد	موانع
۱	موانع اقتصادی- مالی	عدم تأمین مالی (کمبود منابع مالی فرد و عدم تأمین تسهیلات بانکی)
۲		بالا بودن هزینه پست کالا به درب منزل
۳		بالا بودن هزینه اینترنت
۴		وجود نوسانات در نرخ ارز
۵	موانع قانونی- حقوقی	شفاف نبودن قوانین
۶		مراحل طولانی اخذ مجوزهای قانونی
۷		قوانین مالیاتی
۸		عدم امنیت داده ها (تهیه نسخه پشتیبان، نصب پلاگین های امنیتی و استفاده از افزونه های امنیتی وردپرس)
۹		عدم حمایت های قانونی از کسب و کارهای آنلاین
۱۰		ضعف نظام حقوقی در خصوص جرائم الکترونیک
۱۱		آشنا نبودن بسیاری از افراد با خرید اینترنتی



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir



عدم برگزاری دوره های آموزشی جهت افزایش مهارت کسب و کار	۱۲
عدم برخورداری از دانش مدیران نسبت به مقول فروش الکترونیک	۱۳
کمبود منابع نرم افزاری و وسایل مربوط به فیلترینگ	۱۴
عدم پیاده سازی و پشتیبانی وب سایت های شرکت ها	۱۵
پایین بودن سرعت اینترنت	۱۶
عدم دسترسی تمام افراد به اینترنت	۱۷
عدم ارسال مناسب کالا از طریق پست از نظر زمان و کیفیت ارسال	۱۸
فقدان مهارت های کسب و کار	۱۹
عدم اعتماد مشتریان به خرید اینترنتی	۲۰
عدم تجهیزات لازم سخت افزاری مانند گوشی هوشمند	۲۱
نداشتن صبر و تلاش پیوسته در جهت موفقیت	۲۲
عدم بازاریابی مناسب	۲۳
نداشتن اطلاعات کافی درباره جرائم رایانه ای و مشکلات حقوقی	۲۴
عدم نیروی کار متخصص و علاقمند به فعالیت در شبکه های مجازی	۲۵
عدم مدیریت صحیح زمان	۲۶

جدول شماره ۲: موانع فردی و مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی

موانع	شماره	
فقدان مهارت های کسب و کار	۱	موانع فردی
عدم اعتماد مشتریان به خرید اینترنتی	۲	
عدم تجهیزات لازم سخت افزاری مانند گوشی هوشمند	۳	
نداشتن صبر و تلاش پیوسته در جهت موفقیت	۴	
عدم بازاریابی مناسب	۵	
نداشتن اطلاعات کافی درباره جرائم رایانه ای و مشکلات حقوقی	۶	
عدم نیروی کار متخصص و علاقمند به فعالیت در شبکه های مجازی	۷	
عدم مدیریت صحیح زمان	۸	موانع مستقل
پست کالا (هزینه و زمان)	۱	
عدم حمایت قانون از کسب و کار اینترنتی	۲	
عدم حمایت حقوقی و امنیت داده ها	۳	
عدم فرهنگ سازی مناسب جهت خرید آنلاین	۴	
عدم برگزاری دوره های آموزشی مرتبط جهت افزایش مهارت	۵	



۶	عدم برخورداری از دانش کافی مدیران در خصوص فروش آنلاین
۷	فیلترینگ و کمبود منابع نرم افزاری
۸	عدم پیاده سازی و پشتیبانی وب سایت شرکت‌ها
۹	اینترنت (سرعت و هزینه)
۱	پست کالا (هزینه و زمان)

لازم به ذکر است که پیش از شروع مراحل تحلیل تفسیری، تعداد موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی از ۱۸ مانع به ۹ مانع کاهش یافت تا مدل به دست آمده از این موانع پیچیدگی کمتری داشته باشد. به این ترتیب، در جدول شماره ۲ موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی را در تعداد نهایی، مشاهده می‌شود.

تحلیل تفسیری

جهت انجام تحلیل تفسیری موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی، ابتدا جدولی با عنوان ماتریس خود تعاملی ارتباط بین موانع با استفاده از نمادها بررسی می‌شود. بنابراین در جدول شماره ۳ و ۴ ماتریس خودتعاملی موانع مستقل و فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی، ترسیم می‌شود. لازم به ذکر است که موانع مستقل از ۱۸ مانع به ۹ مانع، به دلیل کاهش پیچیدگی مدل، تغییر یافته است. به طوریکه برخی موانع با یکدیگر ادغام شده‌اند.

جدول شماره ۳: ماتریس خودتعاملی موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	
V: سطر بر ستون اثرگذار باشد A: سطر از ستون اثرپذیر باشد X: دارای ارتباط متقابل باشند O: بی ارتباط با هم باشند										
۱		A	O	O	O	O	O	O	O	پست کالا (هزینه و زمان)
۲			O	X	X	X	V	V	V	عدم حمایت قانون از کسب و کار اینترنتی
۳				O	A	O	A	A	O	عدم حمایت حقوقی و امنیت داده‌ها
۴					A	A	X	O	O	عدم فرهنگ سازی مناسب جهت خرید آنلاین
۵						X	O	O	O	عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط جهت افزایش مهارت
۶							X	O	O	عدم برخورداری از دانش کافی مدیران در خصوص فروش آنلاین
۷								X	X	فیلترینگ و کمبود منابع نرم افزاری
۸									O	عدم پیاده سازی و پشتیبانی وب سایت شرکت‌ها
۹										اینترنت (سرعت و هزینه)

جدول شماره ۴: ماتریس خودتعاملی موانع فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	V: سطر بر ستون اثرگذار باشد A: سطر از ستون اثرپذیر باشد

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



								X: دارای ارتباط متقابل باشند	O: بی ارتباط با هم باشند
۱				A	A	A	A		
۲			O	X	A	X	O		
۳				X	X	X	O		
۴				A	O	X	X		
۵					O	A	X		
۶						A	A		
۷							V		
۸									عدم مدیریت زمان

در گام بعدی، از طریق تبدیل نمادها به صفر و یک برای هر مانع، ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دودویی تبدیل می شود که به اصطلاح ماتریس دسترسی خوانده می شود.

قوانین تبدیل نمادها:

- در صورتی که در ورودی (i , j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری V باشد، در ورودی (j , i) در ماتریس دسترسی عدد یک و در ورودی (j , i) صفر قرار داره می شود.

- در صورتی که در ورودی (i , j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری A باشد، در ورودی (j , i) در ماتریس دسترسی عدد صفر و در ورودی (j , i) یک قرار داره می شود.

- در صورتی که در ورودی (i , j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری X باشد، در ورودی (j , i) در ماتریس دسترسی عدد یک و در ورودی (j , i) یک قرار داره می شود.

- در صورتی که در ورودی (i , j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری O باشد، در ورودی (j , i) در ماتریس دسترسی عدد صفر و در ورودی (j , i) صفر قرار داره می شود.

- در صورتی که $j=i$ باشد، در ورودی ماتریس دسترسی یک قرار داده می شود که برای مشخص بودن قطر اصلی، از * استفاده شده است.

جدول شماره ۵ و ۶ ماتریس دسترسی موانع مستقل فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی به تصویر کشیده شده است.

جدول شماره ۵: ماتریس دسترسی موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی

										V: سطر بر ستون اثرگذار باشد	
											A: سطر از ستون اثرپذیر باشد
											X: دارای ارتباط متقابل باشند
											O: بی ارتباط با هم باشند
۱	۱*	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	پست کالا (هزینه و زمان)
۲	۰	۱*	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	عدم حمایت قانون از کسب و کار اینترنتی
۳	۰	۰	۱*	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	عدم حمایت حقوقی و امنیت داده ها



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir



۳	۰	۱	۰	۱*	۰	۰	۱	۰	۰	عدم فرهنگ سازی مناسب جهت خرید آنلاین	۴
۵	۰	۱	۱	۱	۱*	۱	۰	۰	۰	عدم برگزاری دوره های آموزشی مرتبط جهت افزایش مهارت	۵
۵	۰	۱	۰	۱	۱*	۱	۰	۰	۰	عدم برخورداری از دانش کافی مدیران در خصوص فروش آنلاین	۶
۶	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱*	۱	۱	فیلترینگ و کمبود منابع نرم افزاری	۷
۳	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱*	۰	عدم پیاده سازی و پشتیبانی وب سایت شرکت ها	۸
۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱*	اینترنت (سرعت و هزینه)	۹
	۲	۴	۴	۵	۳	۴	۶	۳	۳	میزان وابستگی	

جدول شماره ۶: ماتریس دسترسی موانع فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی

میزان نفوذ	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۷: سطر بر ستون اثرگذار باشد A: سطر از ستون اثرپذیر باشد X: دارای ارتباط متقابل باشند O: بی ارتباط با هم باشند
۱	۱*	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱: فقدان مهارت های کسب و کارهای اینترنتی
۳	۰	۱*	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۲: عدم اعتماد مشتریان نسبت به خرید اینترنتی
۴	۰	۰	۱*	۰	۱	۱	۱	۰	۳: عدم تجهیزات سخت افزاری (گوشی هوشمند)
۳	۰	۰	۰	۱*	۰	۰	۱	۱	۴: نداشتن صبر و تلاش پیوسته و مستمر
۷	۱	۱	۱	۱	۱*	۰	۰	۱	۵: عدم بازاریابی مناسب
۴	۱	۱	۱	۰	۰	۱*	۰	۰	۶: نداشتن اطلاعات کافی در باره جرائم رایانه ای
۹	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱*	۱	۷: عدم نیروی متخصص شبکه (ادمین)
۶	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱*	۸: عدم مدیریت زمان
	۵	۴	۴	۴	۶	۴	۴	۴	میزان وابستگی

در گام بعدی، با توجه به نتایج ماتریس های دسترسی، به سطح بندی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی پرداخته می شود. بنابراین در جدول شماره ۷ بخش بندی سطول ماتریس دسترسی موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی و بخش بندی سطول ماتریس دسترسی موانع فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی را ترسیم می کند.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

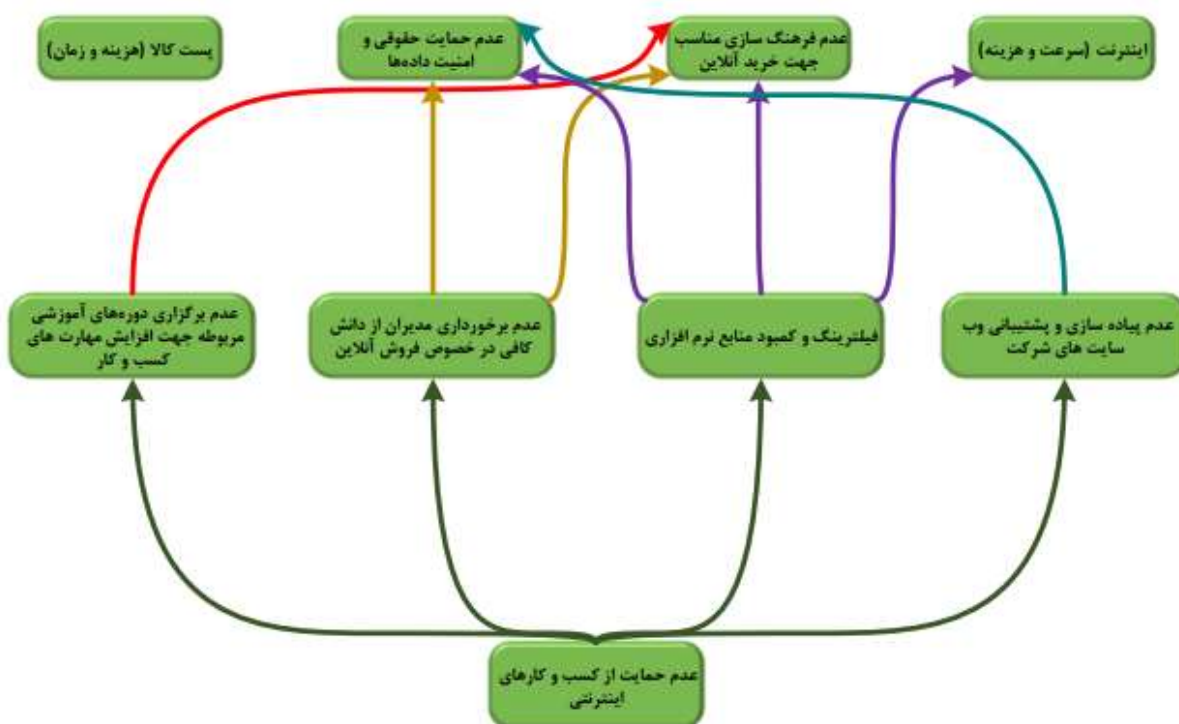
زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir





	۵و۸	۵و۷و۸	۵و۶و۸	عدم مدیریت زمان
۴	۷	۷	۷و۸	عدم نیروی متخصص شبکه (ادمین)
۳	۸	۷و۸	۸	عدم مدیریت زمان

حال مدل به دست آمده از تحلیل تفسیری انجام شده برای موانع مستقل و فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی به ترتیب در در اشکال ۱ الی ۲ آورده می‌شوند. لازم به ذکر است که برای ترسیم مدل، هر سطر شامل موانعی است که در یک سطح قرار دارند. به این ترتیب، موانع را از بالاترین سطح به پایین ترین سطح در ردیف های مجزا مرتب می‌شوند و با مشاهده نوع ارتباطات موجود در ماتریس خود تعاملی، روابط بین موانع، با فلش‌ها مشخص می‌شوند. در این پژوهش، در بین موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی، مانع پست کالا (هزینه و زمان) در سطح اول قرار گرفت و ارتباطی با موانع سطح دوم نداشت، به همین جهت به عنوان یک مانع مستقل که ارتباطی غیرمستقیم با عدم حمایت از کسب و کارهای اینترنتی دارد، در مدل حضور دارد.



شکل ۱: مدل موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی



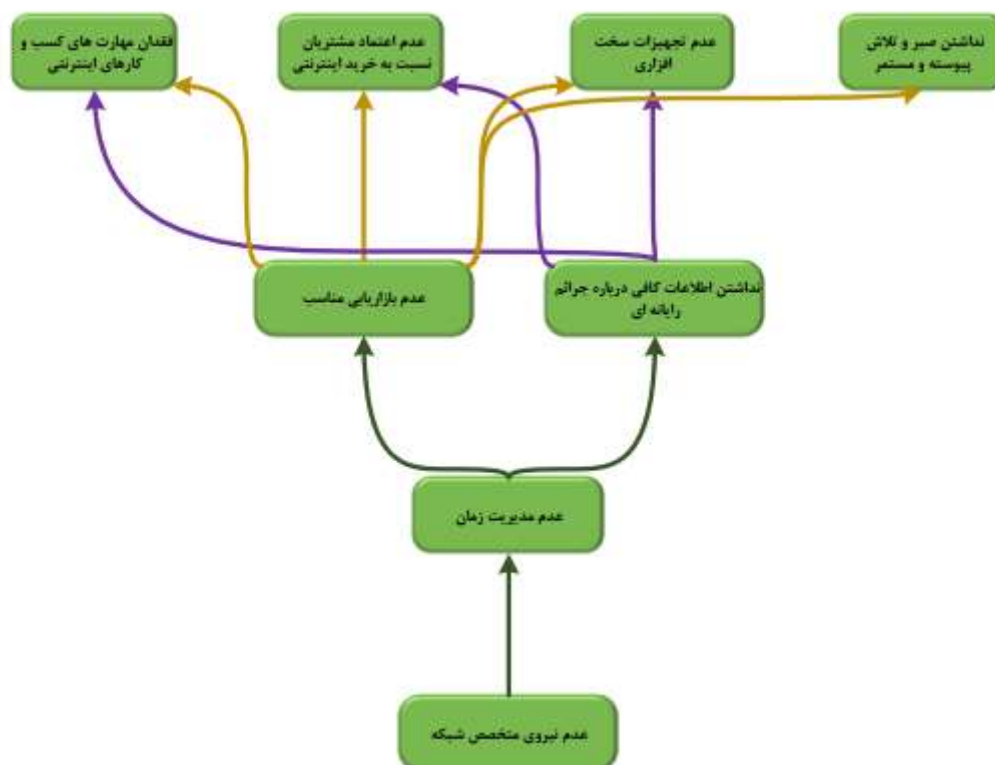
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

شکل ۲: مدل موانع فردی گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی

نتیجه گیری

با توجه به اینکه سوال اصلی پژوهش به بررسی شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان می پردازد، نتایج حاصله در مباحث قبلی گویای این واقعیت می باشد که با توجه به سنجش سوال پژوهش ۲۶ مولفه در این راستا شناسایی شدند. در همین راستا نتایج پژوهش های بندلی (۱۴۰۰)، کدخدایی و همکاران (۱۴۰۰)، نوری (۱۳۹۹)، باقریان و ذیحقی (۱۳۹۹)، ثابت قدم و حکیم پور (۱۳۹۹)، قربانی (۱۳۹۹)، رسولی و همکاران (۱۳۹۸)، سرلاب و یاسمنی (۱۳۹۸)، نوروزی و حاجی (۱۳۹۷)، کارجو و همکاران (۲۰۲۲)، سیابره و اختر (۲۰۲۲)، کومار و همکاران (۲۰۲۲)، دال آگلیو و همکاران (۲۰۲۰) و اوموتوشو (۲۰۲۰) همسو با نتایج حاصل می باشند.

نتایج حاصل از بررسی کیفی موانع نشان داد که تعداد ۲۶ مانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان از جمله فقدان مهارت های کسب و کار، عدم تأمین مالی (کمبود منابع مالی فرد و عدم تأمین تسهیلات بانکی)، شفاف نبودن قوانین، عدم برگزاری دوره های آموزشی جهت افزایش مهارت کسب و کار، مراحل طولانی اخذ مجوزهای قانونی، قوانین مالیاتی، عدم برخورداری از دانش مدیران نسبت به مقول فروش الکترونیک، عدم اعتماد مشتریان به خرید اینترنتی، پایین بودن سرعت اینترنت، عدم دسترسی تمام افراد به اینترنت، عدم مدیریت صحیح زمان، آشنا نبودن بسیاری از افراد با خرید اینترنتی، بالا بودن هزینه پست کالا به درب منزل، عدم ارسال مناسب کالا از طریق پست از نظر زمان و کیفیت ارسال، بالا بودن هزینه اینترنت، ضعف

نظام حقوقی در خصوص جرائم الکترونیک، عدم امنیت داده‌ها (تهیه نسخه پشتیبان، نصب پلاگین‌های امنیتی و استفاده از افزونه‌های امنیتی وردپرس)، نداشتن اطلاعات کافی درباره جرائم رایانه‌ای و مشکلات حقوقی، عدم حمایت‌های قانونی درست از کسب و کارهای آنلاین، نداشتن صبر و تلاش پیوسته در جهت موفقیت، عدم بازاریابی مناسب، عدم نیروی کار متخصص و علاقمند به فعالیت در شبکه‌های مجازی، وجود نوسانات در نرخ ارز، عدم پیاده‌سازی و پشتیبانی وبسایت‌های شرکت‌ها، کمبود منابع نرم‌افزاری و وسایل مربوط به فیلترینگ و عدم تجهیزات لازم سخت‌افزاری مانند گوشی هوشمند، همگی به عنوان موانع گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی استان همدان، شناخته شدند. همچنین نتیجه حاصل از تحلیل تفسیری نشان داد که در موانع مستقل گسترش مشاغل خانگی در بستر کسب و کارهای اینترنتی، مانع عدم حمایت از کسب و کار اینترنتی با موانع عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مربوطه جهت افزایش مهارت کسب و کار، عدم برخورداری مدیران از دانش کافی در خصوص فروش آنلاین، فیلترینگ و کمبود منابع نرم‌افزاری و عدم پیاده‌سازی و پشتیبانی وبسایت‌های شرکت ارتباط داشت. مانع عدم برگزاری دوره‌های آموزشی مربوطه جهت افزایش مهارت کسب و کار با مانع عدم فرهنگ سازی مناسب جهت خرید آنلاین ارتباط داشت. بین مانع عدم برخورداری مدیران از دانش کافی در خصوص فروش آنلاین با موانع عدم حمایت قانونی و امنیت داده‌ها و عدم فرهنگ سازی مناسب جهت خرید آنلاین رابطه وجود داشت. مانع فیلترینگ و کمبود منابع نرم‌افزاری با موانع عدم حمایت قانونی و امنیت داده‌ها، عدم فرهنگ سازی مناسب جهت خرید آنلاین و اینترنت (سرعت و هزینه) مرتبط بود. در نهایت دو مانع عدم پیاده‌سازی و پشتیبانی وبسایت‌های شرکت و عدم حمایت قانونی و امنیت داده‌ها با یکدیگر ارتباط داشتند. در بین موانع فردی نیز مانع عدم نیروی متخصص شبکه تنها با مانع عدم مدیریت زمان ارتباط داشت. مانع عدم مدیریت زمان با موانع عدم بازاریابی مناسب و نداشتن اطلاعات کافی درباره جرائم رایانه‌ای مرتبط بود. بین مانع عدم بازاریابی مناسب با موانع فقدان مهارت‌های کسب و کارهای اینترنتی، عدم اعتماد مشتریان نسبت به خرید اینترنتی، عدم تجهیزات سخت‌افزاری و نداشتن صبر و تلاش پیوسته و مستمر رابطه وجود داشت. از طرفی مانع نداشتن اطلاعات کافی درباره جرائم رایانه‌ای با موانع فقدان مهارت‌های کسب و کارهای اینترنتی، عدم اعتماد مشتریان نسبت به خرید اینترنتی و عدم تجهیزات سخت‌افزاری رابطه داشت.

پیشنهادات پژوهش

- با توجه به نتیجه حاصله از تحلیل کیفی و موانع شناسایی شده پیشنهادات زیر مطرح می‌شود:
- ۱- نشست صمیمانه با دارندگان مشاغل خانگی اینترنتی در سطح استان، آن‌ها از طریق رسانه‌های تلویزیونی و رادیویی.
- ۲- بازنگری در قوانین اعطای تسهیلات و وام با این شرط که صاحب دریافت وام باید شغل خود را راه‌اندازی کرده باشد و به منظور گسترش آن، تسهیلات دریافت کند به جای این قانون که صاحب دریافت کننده باید صاحب یک ملک باشد.
- ۳- اختصاص شرایط ویژه‌ای توسط اداره پست در هر شهر برای ارسال محصولات خانگی. به عنوان مثال باتوجه به اینکه تحقیق در استان همدان مورد بحث است برای محصولاتی نظیر شیره ملایر، گردوی تویسرکان و سفال لالچین، اداره پست قیمت و شرایط ویژه ارسال در هر شهر لحاظ نماید.
- ۴- اختصاص دادن یک مسئول به عنوان پیگیری کننده امور حمایت از محصولات و کسب و کارهای خانگی در بین اداره‌های مختلف.
- ۵- اختصاص غرفه در نمایشگاه و تخصیص بازارچه‌های فصلی یا دائمی برای محصولات خانگی و صنایع دستی.
- ۶- خرید کردن مسئولان به منظور حمایت اجتماعی از محصولات مشاغل خانگی (به عنوان نمونه خرید شیرینی‌های شب‌عید از آن‌ها)
- ۷- اعطای هدایا در بین کارمندان اداره‌های مختلف با استفاده از محصولات خانگی نظیر ظرف‌های سفالی، قالیچه‌های دستباف و ...

منابع

- احمدپور داریانی، محمود و عزیزی، محمود (۱۳۹۲). کارآفرینی. تهران، محراب قلم.
- اکبری ناصری، ابراهیم؛ مهدوی کیا، محمد؛ عسگرپور، الناز؛ خدمتگزار، فاطمه؛ شادمند، سایه؛ جلیلی، مهشاد (۱۴۰۰). کسب و کار اینترنتی. ششمین کنفرانس ملی نقش مدیریت در چشم‌انداز ۱۴۰۴، رشت.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

- انتظاربان، ناهید؛ طاهره طهماسبی (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه‌ی مشاغل خانگی در ایران. *ماهنامه کار و جامعه*، ۱۱۲۷(۱)، ۷۸-۹۸.
- آقازاده، هاشم؛ مهرنوش، مینا، استیری، مهرداد (۱۳۹۰). شناسایی بسترهای بکارگیری بازارهای الکترونیکی در بنگاه‌های ایران. *مجله علمی پژوهشی مدیریت تکنولوژی*، ۱۸(۱)، ۱-۱۸.
- بازرگان هرندی عباس (۱۳۹۹). *مقدمه‌ای بر روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردهای متداول در علوم رفتاری*. نشر: دیدار.
- باقریان کاسگری، باقر و ذیحقی، زهرا (۱۳۹۹). شناسایی و بررسی مشکلات و موانع تولیدات خانگی زنان سرپرست خانوار، *اولین کنفرانس علمی پژوهشی مدیریت، اقتصاد و حسابداری*.
- بندلی، منصوره (۱۴۰۰). بررسی موانع موثر بر رشد مشاغل خانگی زنان تحت پوشش کمیته شهرستان شاهرود. *اولین همایش ملی اقتصاد، مدیریت و مهندسی مالی با تاکید بر تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها*، ارومیه.
- ثابت قدم، مجید و حکیم پور، حسین (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه‌بندی موانع توسعه فروش اینترنتی بلیط اتوبوس‌های برون شهری در استان خراسان جنوبی. *ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت*.
- حسین زاده، الهه؛ محمدی، محسن؛ ناهید، حسین (۱۳۹۶). مروری بر تاثیر فناوری اطلاعات در مشاغل خانگی. *سومین کنفرانس ملی دستاوردهای نوین در برق و کامپیوتر و صنایع*.
- رسولی، محمدرضا؛ نصرالهی، اکبر؛ بهراد، مسیح (۱۳۹۸). چالش‌های گسترش کسب و کار خانگی در فضای مجازی. *نشریه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۸(۳).
- سرلاب، رقیه و یاسمنی، مهسا (۱۳۹۸). شناسایی موانع معاملات آنلاین محصولات ورزشی (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی). *چهارمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در تربیت بدنی، علوم ورزشی و قهرمانی*، تهران.
- سواری، مسلم؛ شعبانعلی فمی، حسین؛ شریف زاده، محمد (۱۳۹۶). موانع توسعه اشتغال زنان روستایی در صنایع دستی شهرستان دیواندره. *نشریه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، توسعه کارآفرینی*، ۸(۳)، ۴۳۳-۴۵۱.
- قربانی پیرعلیدهی، فاطمه (۱۳۹۹). موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی (مورد واکاوی؛ شهرستان رضوانشهر استان گیلان، *مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*، ۳.
- کدخدایی، داوود؛ ضابط، شادی؛ فتوره چی، محمدمهدی (۱۴۰۰). نقش اینستاگرام در تبلیغ مشاغل خانگی شهروندان اصفهانی. *اولین همایش الکترونیک پژوهش‌های مدیریت کسب و کار اخلاقی*، یزد.
- معمارنژاد، عباس؛ حاجعلی اکبری، جلال (۱۳۸۹). بررسی موانع توسعه تجارت الکترونیک (مطالعه موردی: در شرکت‌های استان زنجان). *مدیریت آینده پژوهی*، ۲۱(۸۴)، ۹۲-۷۹.
- میرک زاده، علی‌اصغر؛ خالدی، ابراهیم؛ غلامی، مصیب (۱۳۹۶). تحلیل عوامل موثر و موانع توسعه فعالیت‌های غیر کشاورزی با تاکید بر مشاغل خانگی (مورد مطالعه دهستان قوری قلعه). *نشریه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۳.
- ناهید، مجتبی؛ قنبری محمد امین (۱۳۸۹). بررسی نقش کسب و کارهای خانگی در اشتغال زایی و کارآفرینی جوانان. *اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی*، تهران.
- نوروزی، قاسم و حاجی، مهسا (۱۳۹۷). بررسی موانع توسعه فروش اینترنتی در کسب و کارهای کوچک. *کنفرانس ملی مدیریت، حسابداری و توسعه کسب و کار*، ساری.
- نوری، فاطمه (۱۳۹۹). چالش‌های بازاریابی اینترنتی در ایران. *چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی*، تهران.
- Anwar, M. N., & Daniel, E. M. (2014). *Online home based businesses: systematic literature review and future research agenda*. UKAIS International Conference on Information Systems.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

- Cesaroni, F; Consoli, D (2015). Are Small Businesses Really Able to Take Advantage of Social Media? *Published by Academic Conferences International Limited Curtis Farm, Kidmore End, RG4 9AY, UNITED KINGDOM.*
- Dall'Aglio, C; Hayati, F; Lee, D (2020). Measuring the Biases, Burdens, and Barriers Women Entrepreneurs Endure in Myanmar. *Policy Research Working Paper, 9451.*
- Jones, N; Borgman, R; & Ulusoy, E. (2015). Impact of social media on small businesses, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, (22) 4, pp. 611-632.
- Karjo, C.H; Napitupulu, B.E; & Hermawan, F) .2022). Profitability Analysis of Home-scale SMEs Based on Digital Marketing Media. *International Journal of Informatics, Economics), Management and Scienc*,1(1),102-112.
- Khoury, G; Farraj, W; Sultan, S (2018). Challenges to the formalization of Palestinian female-owned home-based businesses, *Women Entrepreneurs and the Myth of 'Underperformance.*
- Kumar, V; Nanda, P; & Tawangar, S (2022). Social Media in Business Decisions of MSMEs: Practices and Challenges, *International Journal of Decision Support System Technology (IJDSST)*, 14(1).
- Mason, C., Carter, s., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-639.
- Omotosho, B.J (2020). Small scale craft workers and the use of social media platforms for business performance in southwest Nigeria, *Journal of Small Business & Entrepreneurship.*
- Rosnafisah, S., Siti Salbiah, M. S., & 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.
- SibaBorah, S., Akhtar, S. (2022). Linking social media usage and SME's sustainable performance: The role of digital leadership and innovation capabilities, *Technology in Society*, 68.
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home based enterprises in four development countries. *Work. Employment and Society*, 20 (1), 165-185.
- Wyncarczyk, P., & Graham, J. (2013). The impact of connectivity technology on home-based business venturing: The case of women in the North East of England. *Local Economy*, 28(5), 451-470.