



Journal Website

Article history:

Received 21 January 2026

Revised 14 June 2026

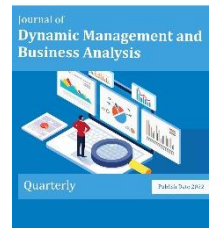
Accepted 21 June 2026

Initial Publication 27 June 2026

Final Publication 22 June 2027

Dynamic Management and Business Analysis

Volume 6, Issue 2, pp 1-19



E-ISSN: 3041-8933

Existential Capital and the Third Place: An Existential Empowerment Ecosystem for Home-Based Businesses (Case Study: Mehr Iran Qard al-Hasan Bank)

Mahdi. Shahbazi¹, Freyedon. Ahmadi^{2*}, Hamed. Rahmani³

¹ PhD Student, Department of Public Administration, Qa.C., Islamic Azad University, Qazvin, Iran

² Associate Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran

³ Department of Public Administration, Qa.C., Islamic Azad University, Qazvin, Iran

* Corresponding author email address: freyedon@pnu.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Shahbazi, M., Ahmadi, F., & Rahmani, H. (2027). Existential Capital and the Third Place: An Existential Empowerment Ecosystem for Home-Based Businesses (Case Study: Mehr Iran Qard al-Hasan Bank). *Dynamic Management and Business Analysis*, 6(2), 1-19.

<https://doi.org/10.61838/dmbaj.385>



© 2027 the author(s). Published by Knowledge Management Scientific Association. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

ABSTRACT

Objective: This study aimed to develop an “Existential Empowerment Ecosystem (E³)” model grounded in the concepts of existential capital and the third place to explain and enhance the sustainability of home-based businesses in Iran.

Methodology: A qualitative design integrating hermeneutic phenomenology and systematic grounded theory was employed. Twenty participants, including bank employees, retired welfare beneficiaries, NGO facilitators, university academics, and home-based business owners, were selected through purposive and snowball sampling. Data were collected through in-depth semi-structured interviews and field notes and analyzed using MAXQDA at descriptive, interpretive, and existential levels.

Findings: The findings identified institutional humiliation as the strongest predictor of business failure and dignity as the most influential predictor of sustainability. Eighty percent of unsuccessful participants reported experiences of humiliation during the loan acquisition process, compared with only 14.3% of successful participants. Business sustainability was also associated with a strong entrepreneurial idea, self-belief, motivation, initial personal investment, chain-guarantee mechanisms, and positive engagement with local NGOs. The E³ theory was developed around five propositions: dignity-centeredness, meaning-making, agency enhancement, the existential third place, and existential empowerment. A four-layer ecosystem model and an existential feedback loop were also identified. Furthermore, the Existential Capital Scale (ECS) and Existential Well-Being Index (EWI) were conceptually developed as practical assessment tools.

Conclusion: The sustainability of home-based businesses is fundamentally an existential phenomenon rather than a purely financial or institutional one. Dignity, meaning, hope, autonomy, and belonging constitute the core drivers of long-term sustainability. Therefore, redesigning banking and support systems around existential empowerment, eliminating humiliating procedures, strengthening third-place institutions, and adopting existential assessment indicators can substantially improve the resilience and sustainability of home-based enterprises.

Keywords: *Existential Capital; Third Place; Existential Empowerment Ecosystem; Home-Based Businesses; Business Sustainability; Mehr Iran Qard al-Hasan Bank.*

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Home-based businesses have emerged as one of the most important forms of entrepreneurial activity in contemporary economies. The expansion of information and communication technologies, changes in labor market structures, increasing demand for flexible work arrangements, and the growth of knowledge-based economies have significantly contributed to the development of home-based entrepreneurship worldwide (Malik et al., 2024; Zenktele et al., 2022). Home-based businesses encompass a broad spectrum of economic activities conducted within the household environment for income generation and value creation. These businesses have become increasingly attractive because of their low start-up costs, operational flexibility, compatibility with family responsibilities, and ability to create employment opportunities in both urban and rural areas (Dewlly, 2008; Dwelly et al., 2006).

The economic and social contributions of home-based businesses have been widely documented in the literature. Research has demonstrated that these businesses contribute to employment generation, poverty reduction, local economic development, and household income enhancement (Hill et al., 2003; Morganson et al., 2010). Furthermore, home-based businesses provide unique opportunities for women, elderly individuals, people with disabilities, and residents of underserved communities to participate in economic activities and achieve greater financial independence (Gashi et al., 2022; Walker & Webster, 2004). Consequently, many governments and development organizations have increasingly recognized home-based entrepreneurship as a strategic instrument for sustainable development and inclusive economic growth (Salim, 2017; Small Business, 2022).

Despite their importance, many home-based businesses experience significant difficulties in achieving long-term sustainability. Limited access to financial resources, inadequate market access, insufficient managerial skills, weak support networks, and institutional barriers frequently hinder their growth and survival (Malik et al., 2024; Vorley & Rodgers, 2014). The concept of business sustainability has therefore become a central concern in entrepreneurship and management research. Business sustainability refers to the ability of organizations to maintain economic viability while simultaneously generating social value and adapting to environmental and institutional challenges over time (Hamsal & Ichsan, 2021; Rezaee, 2016). Sustainable businesses are not merely profitable enterprises; they are organizations capable of creating enduring value for stakeholders and society (Arend, 2020; Gutterman, 2023).

An important body of literature emphasizes the role of governance in fostering sustainable business environments. Good governance is characterized by transparency, accountability, participation, regulatory quality, rule of law, and effective institutional arrangements (World, 2022). Studies have consistently shown that governance quality influences entrepreneurial success, business growth, and long-term sustainability by creating favorable institutional conditions and reducing uncertainty (Abdelaziz, 2021; Ndukwe & Allison, 2021). Likewise, effective governance contributes to trust-building, corruption reduction, and improved business environments, thereby facilitating entrepreneurial development (Dhaoui, 2019; Wirba, 2024).

In Iran, several studies have explored factors influencing the sustainability and development of home-based businesses. Research has highlighted the importance of managerial skills, government support, knowledge management, entrepreneurial competencies, and business environments in promoting

home-based entrepreneurship (Izadi et al., 2016). Other studies have emphasized the significance of access to information, training opportunities, financial facilities, social networks, and supportive institutions (Marvati et al., 2024; Parchami & Jalali, 2019). Governance-related investigations have also demonstrated that organizational relationships, regulatory quality, institutional cooperation, and anti-corruption mechanisms significantly affect business sustainability (Mohammadian & Rahimi, 2024; Salarinia et al., 2025). Furthermore, recent research on women's home-based businesses has stressed the importance of empowerment and supportive ecosystems in fostering entrepreneurial success (Abi Hilal al-Din, 2025).

Although these studies have substantially advanced understanding of home-based businesses, most existing approaches focus primarily on economic, managerial, technical, or institutional dimensions. Comparatively little attention has been paid to deeper existential dimensions such as dignity, meaning, hope, autonomy, belonging, and self-worth. Yet many entrepreneurs face challenges that extend beyond financial constraints and managerial difficulties. Experiences of institutional humiliation, social exclusion, lack of purpose, and diminished personal agency may profoundly influence entrepreneurial persistence and business sustainability.

To address this theoretical gap, the present study introduces the concepts of existential capital and the third place as foundational elements of sustainable home-based entrepreneurship. Existential capital refers to an individual's reservoir of dignity, meaning, hope, autonomy, and belonging that enables effective adaptation to uncertainty and adversity. The concept of the third place refers to intermediary social spaces situated between the private sphere of home and formal institutional structures, creating opportunities for interaction, mutual support, learning, and social integration. Integrating these concepts offers a novel perspective on entrepreneurial sustainability that extends beyond conventional financial and institutional explanations.

Accordingly, this study sought to develop an Existential Empowerment Ecosystem (E³) model to explain how existential capital and third-place dynamics contribute to the sustainability of home-based businesses, with a particular focus on the role of Mehr Iran Qard al-Hasan Bank as a socio-financial institution.

Methods and Materials

This study employed a qualitative research design integrating hermeneutic phenomenology and systematic grounded theory. The combined methodological approach was selected to facilitate both deep exploration of participants' lived experiences and theory development grounded in empirical data.

Twenty participants were recruited through purposive and snowball sampling strategies. Participants represented diverse stakeholder groups involved in home-based business ecosystems, including bank employees, retired welfare beneficiaries, NGO facilitators, university academics, home-based business owners, and development experts. Eligibility criteria included a minimum of two years of relevant experience in home-based business activities, support programs, policymaking, or research.

Data collection was conducted through in-depth semi-structured interviews lasting between 45 and 90 minutes. Interviews explored participants' experiences with business sustainability, institutional interactions, financing mechanisms, personal motivations, support systems, and perceived barriers to success. Field notes were also collected to supplement interview data and provide contextual insights.

Data analysis was conducted using MAXQDA software through three iterative stages. The first stage involved open coding and the identification of more than 300 initial codes. The second stage

consisted of axial coding to organize codes into broader conceptual categories. The third stage involved selective coding and existential interpretation to identify underlying meanings, patterns, and theoretical relationships. Trustworthiness was enhanced through participant validation, peer review, methodological triangulation, and theoretical saturation.

Findings

The findings revealed a substantial discrepancy between institutional and experiential understandings of business sustainability. Frequently mentioned concepts among institutional actors included transparency, supervision, accountability, and regulation. In contrast, participants with direct field experience emphasized dignity, self-belief, motivation, and respect as critical determinants of entrepreneurial persistence.

Comparative analysis between successful and unsuccessful home-based businesses identified several significant differences. All successful entrepreneurs reported having a clear and meaningful business idea, whereas only a small minority of unsuccessful entrepreneurs described a strong entrepreneurial vision. Successful participants also demonstrated higher levels of self-confidence, motivation, and personal commitment to their businesses.

Initial personal investment emerged as another distinguishing factor. Successful entrepreneurs generally contributed greater personal resources to their ventures and perceived these contributions as expressions of commitment and responsibility rather than purely financial inputs.

One of the most striking findings concerned experiences of institutional humiliation. Eighty percent of unsuccessful participants reported feeling humiliated during loan acquisition processes, compared with only 14.3% of successful participants. Participants described excessive documentation requirements, repeated guarantor demands, and prolonged administrative procedures as sources of dignity erosion and discouragement.

Interactions with NGOs and intermediary organizations also differentiated successful from unsuccessful cases. Successful entrepreneurs reported significantly higher satisfaction with NGO support and described these organizations as accessible, empathetic, and responsive. Participants frequently characterized NGOs as “bridges” between individuals and formal institutions.

Selective coding resulted in the development of the E³ theory, consisting of five core propositions: dignity-centeredness, meaning-making, agency enhancement, the existential third place, and existential empowerment. These propositions were integrated into a four-layer conceptual model comprising the Iranian lifeworld, institutional actors, existential processes, and existential capital leading to well-being and sustainability.

The study also identified an “existential feedback loop” through which initial existential capital contributes to material success, material success generates social recognition, and social recognition further strengthens existential capital. This dynamic process reinforces business sustainability over time.

Additionally, two practical assessment tools were developed: the Existential Capital Scale (ECS), measuring dignity, meaning, hope, autonomy, and belonging; and the Existential Well-Being Index (EWI), categorizing entrepreneurs into five levels ranging from critical vulnerability to flourishing sustainability.

Discussion and Conclusion

The findings suggest that the sustainability of home-based businesses cannot be adequately explained solely through financial, managerial, or institutional variables. Instead, sustainability appears to be fundamentally rooted in existential experiences that shape entrepreneurs' capacity to persevere through uncertainty, adversity, and institutional challenges.

The prominence of dignity as the strongest predictor of sustainability represents a significant theoretical contribution. While previous business sustainability frameworks emphasize governance quality, institutional effectiveness, and resource accessibility, the present study demonstrates that entrepreneurs' subjective experiences of respect and recognition may be equally important. Institutional practices that undermine dignity can weaken entrepreneurial motivation and ultimately contribute to business failure, regardless of financial support availability.

The findings also reveal that meaningful entrepreneurial engagement extends beyond economic objectives. Successful entrepreneurs frequently described their businesses as expressions of personal values, social contribution, family responsibility, or life purpose. Such meaning-oriented engagement appears to strengthen resilience and commitment, enabling entrepreneurs to navigate challenges more effectively.

The concept of existential capital provides a valuable framework for understanding these dynamics. Dignity, meaning, hope, autonomy, and belonging function collectively as psychological and social resources that support entrepreneurial persistence. These dimensions not only influence individual well-being but also shape business outcomes and sustainability trajectories.

The identification of the existential third place further enriches understanding of entrepreneurial ecosystems. NGOs and intermediary organizations play roles that extend beyond service provision. By fostering trust, social connection, validation, and mutual support, they create environments in which existential capital can develop and flourish. These findings suggest that effective entrepreneurship support systems should prioritize relational and community-building functions alongside financial assistance.

Perhaps the most important contribution of the study is the conceptualization of sustainability as a dynamic existential process rather than a static economic outcome. The existential feedback loop demonstrates how dignity, success, recognition, and empowerment interact recursively to reinforce long-term sustainability. This perspective shifts attention from isolated interventions toward holistic ecosystem development.

In conclusion, the E³ model offers a novel theoretical and practical framework for understanding the sustainability of home-based businesses. The study demonstrates that sustainable entrepreneurship depends not only on financial capital and institutional support but also on the cultivation of existential capital and supportive third-place environments. Consequently, policymakers, financial institutions, NGOs, and development practitioners should design interventions that preserve dignity, foster meaning, strengthen agency, and enhance social belonging. Such an approach may significantly improve the long-term sustainability and developmental impact of home-based businesses.



مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار

دوره ۶، شماره ۲، صفحه ۱۹-۱



سرمایه وجودی و فضای سوم: اکوسیستم توانمندسازی وجودی برای مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بانک قرضالحسنه مهر ایران)

مهدی شهبازی^۱، فریدون احمدی^۲، حامد رحمانی^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

۲. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳. گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: freyedon@pnu.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

شهبازی، مهدی، احمدی، فریدون، و رحمانی، حامد. (۱۴۰۶). سرمایه وجودی و فضای سوم: اکوسیستم توانمندسازی وجودی برای مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بانک قرضالحسنه مهر ایران). *مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار*، ۶(۲)، ۱-۱۹.



© ۱۴۰۶ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده(گان) است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

هدف: هدف این پژوهش طراحی الگوی «اکوسیستم توانمندسازی وجودی» (E^3) مبتنی بر مفاهیم سرمایه وجودی و فضای سوم به منظور تبیین و ارتقای پایداری مشاغل خانگی در ایران بود. **روش‌شناسی:** این پژوهش با رویکرد کیفی و با تلفیق پدیدارشناسی هرمنوتیک و نظریه داده‌بنیاد نظاممند انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل ۲۰ نفر از کارکنان بانک، بازنشستگان کمیته امداد، تسهیلگران سازمانهای مردم‌نهاد، استادان دانشگاه و صاحبان مشاغل خانگی بودند که به روش هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته و یادداشتهای میدانی گردآوری و با نرم‌افزار MAXQDA در سه سطح توصیفی، تفسیری و وجودی تحلیل شدند. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد که احساس تحقیر نهادی قویترین پیش‌بینیکننده شکست و احساس کرامت مهمترین پیش‌بینیکننده پایداری مشاغل خانگی است. در گروه ناموفق، ۸۰ درصد مشارکت‌کنندگان تجربه تحقیر در فرایند دریافت تسهیلات را گزارش کردند، در حالی‌که این میزان در گروه موفق ۱۴.۳ درصد بود. همچنین وجود ایده کسبوکار قوی، خودباوری، انگیزش، آورده اولیه متقاضی، استفاده از تضمین زنجیره‌ای و تعامل مؤثر با سازمانهای مردم‌نهاد با پایداری بیشتر ارتباط داشت. نظریه E^3 شامل پنج قضیه اصلی (کرامتمحوری، معناآفرینی، عاملیت‌بخشی، فضای سوم وجودی و توانمندسازی وجودی)، مدل چهارلایه اکوسیستم و حلقه بازخورد وجودی تدوین شد. علاوه بر این، مقیاس سرمایه وجودی (ECS) و شاخص رفاه وجودی (EWI) طراحی و اعتباریابی مفهومی شدند. **نتیجه‌گیری:** پایداری مشاغل خانگی بیش از آنکه صرفاً به منابع مالی وابسته باشد، ریشه در عوامل وجودی نظیر کرامت، معنا، امید، خودمختاری و تعلق دارد. ازاینرو، بازطراحی سیاستهای حمایتی و بانکی بر پایه توانمندسازی وجودی، حذف رویه‌های تحقیرآمیز، تقویت فضاهای سوم و بهره‌گیری از شاخصهای وجودی میتواند به توسعه پایدار مشاغل خانگی منجر شود.

کلیدواژه‌گان: سرمایه وجودی، فضای سوم، اکوسیستم توانمندسازی وجودی، مشاغل خانگی، پایداری کسبوکار، بانک قرضالحسنه مهر ایران.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، مشاغل خانگی به یکی از مهمترین اشکال فعالیت اقتصادی در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده‌اند. گسترش فناوریهای ارتباطی، تغییر الگوهای اشتغال، افزایش انعطاف‌پذیری بازار کار و تحولات اجتماعی ناشی از اقتصاد دانش‌بنیان، زمینه رشد فزاینده این نوع کسب‌وکارها را فراهم کرده است (Malik et al., 2024; Zenktele et al., 2022). مشاغل خانگی به فعالیتهای اقتصادی اطلاق میشوند که در محل سکونت افراد و با هدف تولید کالا یا ارائه خدمات و کسب درآمد انجام میگیرند. این کسب‌وکارها طیف گسترده‌ای از فعالیتهای سنتی تا فعالیتهای مبتنی بر فناوریهای نوین را در بر میگیرند و به دلیل هزینه راهاندازی پایین، انعطاف زمانی و مکانی و امکان تلفیق نقشهای خانوادگی و شغلی، از جذابیت ویژه‌ای برخوردار هستند (Dewlly, 2008; Dwelly et al., 2006).

پژوهشهای مختلف نشان داده‌اند که مشاغل خانگی میتوانند آثار اقتصادی و اجتماعی قابلتوجهی بر زندگی افراد و جوامع داشته باشند. این نوع کسب‌وکارها ضمن کاهش نرخ بیکاری، افزایش درآمد خانوار و ایجاد فرصتهای اشتغال پایدار، به بهبود کیفیت زندگی، تقویت استقلال اقتصادی و افزایش رفاه اجتماعی کمک میکنند (Hill et al., 2003; Morganson et al., 2010). همچنین برای بسیاری از زنان، سالمندان، افراد دارای محدودیتهای جسمانی و ساکنان مناطق محروم، مشاغل خانگی فرصتی مناسب برای مشارکت در فعالیتهای اقتصادی فراهم میسازند (Gashi et al., 2022; Walker & Webster, 2004). از این رو، بسیاری از دولتها و نهادهای توسعه‌ی در سراسر جهان، حمایت از کسب‌وکارهای خانگی را به عنوان بخشی از سیاستهای اشتغالزایی و توسعه اقتصادی خود مورد توجه قرار داده‌اند (Salim, 2017; Small Business, 2022).

آمارهای جهانی نیز اهمیت روزافزون این حوزه را نشان میدهند. در ایالات متحده آمریکا میلیونها کسب‌وکار خانگی سهم قابلتوجهی از اشتغال بخش خصوصی را تشکیل میدهند و در کشورهای مختلف توسعه‌یافته و در حال توسعه، سهم این کسب‌وکارها در اقتصاد ملی رو به افزایش است (Small Business, 2022). در کشورهای آسیایی نیز توسعه زیرساختهای فناوری اطلاعات موجب شده است تا بسیاری از فعالیتهای اقتصادی از محیطهای رسمی به فضای خانه منتقل شوند و شکل جدیدی از کارآفرینی مبتنی بر خانه شکل گیرد (Salim, 2017; Zenktele et al., 2022). مطالعات انجام‌شده در بریتانیا نیز نشان داده‌اند که بخش قابلتوجهی از کسب‌وکارهای کوچک در قالب فعالیتهای خانگی اداره میشوند و نقش مهمی در اقتصاد محلی و منطقهای ایفا میکنند (Mason et al., 2011).

با وجود این ظرفیتهای، پایداری مشاغل خانگی همچنان یکی از چالشهای اساسی سیاستگذاران و پژوهشگران محسوب میشود. بسیاری از این کسب‌وکارها در سالهای نخست فعالیت با مشکلاتی همچون محدودیت منابع مالی، ضعف دسترسی به بازار، کمبود آموزشهای تخصصی، فقدان شبکههای حمایتی و موانع نهادی مواجه میشوند که بقای آنها را تهدید میکند (Malik et al., 2024; Vorley & Rodgers, 2014). در چنین شرایطی، مفهوم پایداری کسب‌وکار اهمیت ویژه‌ای مییابد. پایداری کسب‌وکار به توانایی سازمان یا کسب‌وکار در حفظ عملکرد اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی خود در بلندمدت بدون به خطر انداختن ظرفیتهای آینده اشاره دارد (Hamsal & Ichsan, 2021; Rezaee, 2016). از منظر توسعه پایدار، موفقیت واقعی یک کسب‌وکار تنها به سودآوری اقتصادی محدود نمیشود، بلکه مستلزم ایجاد ارزش پایدار برای ذینفعان، جامعه و محیط پیرامونی نیز هست (Arend, 2020; Gutterman, 2023).

در سالهای اخیر، پژوهشگران توجه ویژه‌ای به نقش حکمرانی در پایداری کسب‌وکارها معطوف کرده‌اند. حکمرانی مطلوب مجموعه‌ای از سازوکارها، قوانین، نهادها و فرایندهایی است که از طریق آنها تصمیمگیری، پاسخگویی، شفافیت و مشارکت ذینفعان تحقق مییابد (World, 2022). مطالعات مختلف نشان داده‌اند که کیفیت حکمرانی میتواند تأثیر مستقیمی بر محیط کسب‌وکار، تسهیل فعالیتهای اقتصادی و افزایش



پایداری سازمانها داشته باشد (Abdelaziz, 2021; Ndukwe & Allison, 2021). از سوی دیگر، حکمرانی مطلوب با ارتقای اعتماد عمومی، کاهش فساد، افزایش شفافیت و بهبود کیفیت مقررات، شرایط مساعدتری برای توسعه کسبوکارها فراهم می‌آورد (Dhaoui, 2019; Wirba, 2024).

در حوزه کسبوکارهای کوچک و خانگی، اهمیت حکمرانی بیش از پیش آشکار میشود؛ زیرا این کسبوکارها معمولاً از منابع محدودتری برخوردارند و بیش از سایر واحدهای اقتصادی تحت تأثیر کیفیت نهادها و سیاستهای عمومی قرار میگیرند. پژوهشها نشان دادهاند که اثربخشی دولت، کیفیت مقررات، حاکمیت قانون، پاسخگویی و کنترل فساد از جمله عوامل مؤثر بر تسهیل محیط کسبوکار و موفقیت کارآفرینان محسوب میشوند (Kiani et al., 2023; Safari et al., 2019). همچنین تأکید شده است که مشارکت فعال ذینفعان و تعامل مؤثر میان نهادهای مختلف، یکی از الزامات تحقق حکمرانی مطلوب در حوزه توسعه کسبوکارها است (Abdelaziz, 2021; World, 2022).

مطالعات انجامشده در ایران نیز ابعاد مختلف توسعه و پایداری مشاغل خانگی را بررسی کردهاند. پژوهش ایزدی و همکاران نشان داد که عواملی نظیر فضای کسبوکار، مدیریت دانش، تجربه قبلی، حمایت دولت و مهارتهای مدیریتی نقش مهمی در توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی دارند (Izadi et al., 2016). پرچی و جلالی نیز بر اهمیت دسترسی به اطلاعات، آموزش، تأمین مالی مناسب و شبکههای اجتماعی مرتبط برای موفقیت این کسبوکارها تأکید کردهاند (Parchami & Jalali, 2019). در مطالعههای دیگر، مروتی و همکاران مجموعههای از عوامل از جمله شبکهسازی، آموزش، نقش نهادهای حمایتی، تسهیلات مالی و تسهیلگریهای مختلف را به عنوان مؤلفههای کلیدی توسعه مشاغل خانگی در ایران معرفی کردند (Marvati et al., 2024).

علاوه بر این، پژوهش محمدیان و رحیمی نشان داد که نظام حکمرانی کسبوکار در ایران با وجود برخی پیشرفتهای همچنان با چالشهایی در حوزه ارتباطات بینسازمانی، انتقال اطلاعات و هماهنگی میان نهادها مواجه است (Mohammadian & Rahimi, 2024). از سوی دیگر، سالارینیا و همکاران در مطالعههای پیرامون پایداری کسبوکارهای کشاورزی نشان دادند که مؤلفههای حکمرانی مطلوب از جمله کنترل فساد، کیفیت قوانین و حاکمیت قانون نقش تعیینکنندهای در پایداری کسبوکارها ایفا میکنند (Salarinia et al., 2025). همچنین ابی هلالالدین الگوی برای موفقیت مشاغل خانگی زنان در ایران ارائه کرد که بر اهمیت توانمندسازی، حمایت نهادی و تقویت ظرفیتهای فردی تأکید داشت (Abi Hilal al-Din, 2025).

با وجود ارزشمند بودن این مطالعات، مرور ادبیات نشان میدهد که اغلب رویکردهای موجود بر ابعاد اقتصادی، مدیریتی، حقوقی یا فنی مشاغل خانگی تمرکز داشتهاند. در حالی که بسیاری از صاحبان مشاغل خانگی علاوه بر نیازهای مالی و مهارتی، با چالشهای عمیقتری همچون احساس بیارزشی، فقدان معنا، ضعف امید، کاهش احساس تعلق اجتماعی و کاهش اعتماد به نهادهای رسمی مواجه هستند. این عوامل میتوانند انگیزه ادامه فعالیت اقتصادی را تضعیف کرده و حتی در صورت وجود حمایتهای مالی، موجب شکست کسبوکار شوند. از این منظر، صرف توجه به سرمایه مالی یا سرمایه انسانی برای تبیین پایداری مشاغل خانگی کافی نیست و لازم است ابعاد وجودی و معنایی تجربه کارآفرینان نیز مورد توجه قرار گیرد.

در همین راستا، مفهوم «سرمایه وجودی» میتواند چارچوبی نوین برای فهم پایداری مشاغل خانگی فراهم آورد. سرمایه وجودی به مجموعه ظرفیتهای درونی فرد شامل احساس کرامت، معنا، امید، خودمختاری و تعلق اشاره دارد که توانایی مواجهه با چالشها و تداوم فعالیت در شرایط دشوار را تقویت میکند. از سوی دیگر، مفهوم «فضای سوم» به فضاها و شبکههای اجتماعی میانجی اطلاق میشود که خارج از خانه و نهادهای رسمی قرار دارند و زمینه تعامل، یادگیری، حمایت اجتماعی و تقویت سرمایه اجتماعی را فراهم میکنند. چنین فضاهایی میتوانند نقش مهمی در توانمندسازی صاحبان مشاغل خانگی و افزایش پایداری فعالیتهای آنان ایفا نمایند.

اگرچه ادبیات پژوهش به اهمیت حکمرانی مطلوب، توسعه کسبوکارهای خانگی و پایداری اقتصادی پرداخته است، اما تاکنون مدلی یکپارچه که بتواند سرمایه وجودی، فضای سوم، حکمرانی نهادی و پایداری مشاغل خانگی را در قالب یک اکوسیستم توانمندساز تبیین کند، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این شکاف نظری و عملی به ویژه در بستر ایران که بخش قابلتوجهی از اشتغال خرد و خانگی به حمایت نهادهای مالی و اجتماعی وابسته است، اهمیت بیشتری مییابد. از این رو، نیاز به طراحی الگویی بومی و جامع احساس میشود که بتواند فراتر از رویکردهای سنتی، ابعاد وجودی توانمندسازی را نیز در نظر گیرد.

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی «اکوسیستم توانمندسازی وجودی (E³)» مبتنی بر مفاهیم سرمایه وجودی و فضای سوم به منظور تبیین و ارتقای پایداری مشاغل خانگی با تأکید بر نقش بانک قرضالحسنه مهر ایران است.

روش پژوهش

در این پژوهش، برای بررسی عمیق پدیده گرایش به مشاغل خانگی، از رویکرد کیفی و تلفیقی از دو راهبرد تحلیل پدیدارشناختی هرمنوتیک (Van Manen, 2014) و نظریه دادهبنیاد نظاممند (Strauss & Corbin, 1998) استفاده شده است. ۲۰ مشارکتکننده (شامل کارکنان بانک، بازنشستگان کمیته امداد، تسهیلگران NGO، استاد دانشگاه و تولیدکنندگان واقعی مشاغل خانگی) با روش نمونهگیری هدفمند و گلولهبرفی وارد مطالعه شدند. معیارهای ورود شامل داشتن حداقل دو سال تجربه مرتبط با مشاغل خانگی (در نقش متقاضی، تسهیلگر، سیاستگذار یا پژوهشگر)، تمایل به اشتراکگذاری تجربیات موفق و ناموفق، و تنوع سنی بود. مصاحبهها تا اشباع نظری ادامه پیدا کرد. ترکیب مشارکتکنندگان: ۵ نفر کارمند بانک، ۲ نفر بازنشسته کمیته امداد، ۱ نفر تسهیلگر سازمان مردمنهاد، ۱ نفر استاد دانشگاه، ۴ نفر تولیدکننده واقعی و ۷ نفر سایر کارشناسان و مدیران مرتبط. دادهها از طریق مصاحبههای عمیق نیمهساختاریافته (۴۵ تا ۹۰ دقیقه) جمعآوری و ضبط و پیادهسازی شدند. همچنین ۱۵۰ صفحه یادداشت میدانی به عنوان داده تکمیلی استفاده گردید. تحلیل دادهها با نرمافزار روش تئوری زمینه‌ای، نرمافزار MAXQDA در سه سطح توصیفی (کدگذاری باز، استخراج بیش از ۳۰۰ کد اولیه)، تفسیری (کدگذاری محوری، دسته‌بندی کدها در مقولههایی مانند «کرامت») و وجودی (کدگذاری انتخابی، کشف معانی وجودی مانند اضطراب مرگ اجتماعی) انجام شد. برای تأمین اعتبار یافتهها از معیارهای لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) شامل بازبینی توسط مشارکتکنندگان، همسوسازی چندگانه (منابع داده، روشها و پژوهشگران با ضریب توافق بالای ۰.۸۵)، بازبینی هم‌تا و اشباع نظری استفاده گردید.

یافتهها

در این بخش، یافتههای حاصل از تحلیل دادههای کیفی برگرفته از مصاحبههای عمیق با ۲۰ مشارکتکننده، در چارچوب روش تحقیق تلفیقی (پدیدارشناسی هرمنوتیک و نظریه دادهبنیاد نظاممند) ارائه میشود. یافتهها در سه سطح توصیفی، تفسیری و وجودی و در قالب جداول تحلیلی دسته‌بندی شدهاند.

در گام نخست، تمام کلمات کلیدی از پاسخهای ۲۰ مشارکتکننده به سؤالات ۱ تا ۱۵ استخراج و فرکانس آنها محاسبه شد. جدول ۱، پرتکرارترین مفاهیم کلیدی را به همراه نقش غالب مشارکتکنندگان نشان میدهد.

جدول ۱

فرکانس مفاهیم اصلی در دادههای ۲۰ مشارکتکننده



رتبه	مفهوم	تعداد تکرار	نقش غالب مشارکتکنندگان
۱	شفافیت	۴۲	ترکیبی (بانک + NGO + دانشگاه)
۲	نظارت/کنترل	۳۸	عمدتاً کارکنان بانک و سیاستگذاران
۳	عدالت/عدم تبعیض	۳۵	ترکیبی با غلبه کمیته امداد
۴	اعتماد	۳۱	عمدتاً تسهیلاتگران NGO و کمیته امداد
۵	مشارکت	۲۹	ترکیبی
۶	آموزش/مهارت	۲۲	عمدتاً تسهیلاتگران و استادان
۷	خودباوری/انگیزه	۱۲	تقریباً انحصاری: بازنشسته کمیته امداد و یک کارمند بانک با تجربه
۸	کرامت/احترام	۷	تقریباً انحصاری: کسانی که تجربه مستقیم میدانی با متقاضیان دارند

الگوی معنایی آشکار در این جدول حاکی از وجود «شکاف زبانی» عمیق میان دو گفتمان متفاوت است. مفاهیم پربسامد مانند «شفافیت»، «نظارت» و «عدالت» عمدتاً توسط مشارکتکنندگان بانکی و سیاستگذاران مطرح شده‌اند که بیانگر «نگرش نهادی-کنترلی» است. در مقابل، مفاهیم عمیقتری همچون «خودباوری» (۱۲ بار) و «کرامت» (۷ بار) با وجود فرکانس پایینتر، توسط افرادی مطرح شده‌اند که تجربه مستقیم میدانی با متقاضیان داشته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که «سرمایه وجودی» در سطح سیاستگذاری و اجرای بانکی مغفول مانده است و تضاد عمیقی بین «منطق بوروکراسی کنترلگر» و «منطق توسعه انسان-محور» وجود دارد.

در مرحله کدگذاری محوری، مفاهیم اولیه در مقوله‌های معنادار دسته‌بندی شدند (جدول ۲). برای نمونه، کدهای «احترام متقابل»، «عدم تحقیر» و «رفتار کرامت‌آمیز» در مقوله «کرامت» ادغام شدند. همچنین تحلیل تطبیقی میان دو گروه «موفق» (۷ نفر با پایداری بیش از ۳ سال) و «ناموفق» (۵ نفر با تعطیلی پیش از ۱۸ ماه) انجام شد.

جدول ۲

تحلیل تطبیقی مشاغل موفق و ناموفق (N=12)

شاخص (میانگین یا درصد)	مشاغل موفق (N=7)	مشاغل ناموفق (N=5)	اختلاف معنادار	نقلقول نمونه
سن راهاندازی (سال)	۳۸.۲	۴۴.۶	جوانتر بودن موفقها	--
سابقه فعالیت مرتبط قبلی (سال)	۸.۵	۲.۳	معنادار در سطح ۰.۰۵	«سابقه طولانی در خانواده»
وجود «ایده قوی و مشخص» (درصد پاسخ مثبت)	۱۰۰٪	۲۰٪	بسیار معنادار	«ایده کسبوکار قوی، انتخاب ایده، برنامه‌ریزی دقیق بازاریابی»
تأکید بر «خودباوری و انگیزه» در کلمات کلیدی	۸۵.۷٪	۱۰٪	بسیار معنادار	«ایجاد خودباوری، بالا بردن امید و دادن انگیزه به خانواده‌ها»
وجود «آورده اولیه» متقاضی (میانگین، میلیون تومان)	۳۸	۱۲	معنادار در سطح ۰.۰۱	«متقاضی آورده داشته باشد»
استفاده از «تضمین زنجیره‌ای» یا «گروه همیار» (درصد)	۷۱.۴٪	۱۰٪	بسیار معنادار	«ضمانت زنجیره‌ای»
استفاده از «تسهیلات پلکانی» (پرداخت مرحله‌ای)	۵۷.۱٪	۰٪	معنادار	«تسهیلات بر اساس پیشرفت و عملکرد در چند مرحله پرداخت شود»

میزان رضایت از تعامل با NGO (لیکرت ۱-۵)	۴.۴	۲.۱	معنادار در سطح «NGOها از جنس مردم هستند و به راحتی مشکلات را درک میکنند»
احساس «تحقیر در فرایند دریافت وام» (درصد پاسخ مثبت)	۱۴.۳٪	۸۰٪	بسیار معنادار «تحقیر شدن با ضمانهای متعدد»

چهار یافته کلیدی از این تحلیل تطبیقی قابل استخراج است:

اول: وجود «ایده قوی و مشخص» به عنوان قویترین پیشبین موفقیت ظاهر میشود. هیچ کسبوکار ناموفقی چنین ایده‌های نداشته است. این یافته نشان میدهد که «سرمایه وجودی» در بعد «معنا» یعنی تبدیل شغل به یک «رسالت» تعیینکننده است (تأیید قضیه دوم نظریه E³).

دوم: «سرمایه وجودی اولیه» (خودباوری، انگیزه، احساس کرامت) از سرمایه مالی اولیه مهمتر است. میانگین آورده اولیه متقاضیان موفق (۳۸ میلیون تومان) بیشتر از ناموفقها (۱۲ میلیون تومان) بود، اما حتی در میان موفقها، برخی با آورده کمتر از ۲۰ میلیون و با انگیزه بالا موفق شده‌اند. این نشان میدهد که سرمایه وجودی میتواند کمبود سرمایه مالی را جبران کند.

سوم: احساس تحقیر در فرایند دریافت وام یکی از قویترین پیشبینیهای شکست است. ۸۰ درصد از افراد ناموفق این احساس را گزارش کرده‌اند، در حالی که تنها ۱۴ درصد از موفقها. این یافته، قضیه اول نظریه E³ (کرامتمحوری) را به طور تجربی تأیید میکند که میگوید: «پایداری تابع مستقیم احساس کرامت است؛ تحقیر نهادی حتی با تأمین مالی کافی، شکست را تضمین میکند».

چهارم: تعامل با سازمانهای مردمنهاد و رضایت از آن، یکی از کلیدیترین عوامل تمایز است. موفقها از NGOهای محلی و تسهیلاتگران (مانند بنیاد برکت) رضایت بالایی داشتند و این نهادها را «پل ارتباطی»، «دور از بروکراسی» و «از جنس مردم» توصیف میکردند. این یافته، قضیه چهارم نظریه E³ (فضای سوم وجودی) را تأیید میکند.

در سطح وجودی، کدگذاری انتخابی برای کشف معانی عمیق وجودی (اضطراب، مرگ اجتماعی، آزادی، مسئولیت) نهفته در تجربیات مشارکتکنندگان انجام شد. جدول ۳، خلاصه تحلیل پدیدارشناختی سه روایت کلیدی را نشان میدهد.

جدول ۳

تحلیل پدیدارشناختی سه روایت کلیدی و ارتباط با سرمایه وجودی

دغدغه اصلی	مفهوم وجودی کلیدی	حلقه مفقوده اشاره شده	بعد سرمایه وجودی متناظر
تحقیر نهادی، بیاعتمادی مزم، از دست دادن امید	اضطراب مرگ اجتماعی ← خودباوری	کرامت به عنوان پیششرط هرگونه مداخله مالی	کرامت، امید
فقدان تعهد درونی، نظارت خردکننده، انفعال	عاملیت ← مراقبت در برابر کنترل	آورده به عنوان تعهد وجودی و اهلیتسنجی به عنوان سنجش ظرفیت	خودمختاری
وابستگی به دولت، انفعال، نبود شفافیت دوطرفه	انفعال وجودی ← فاعلیت وجودی	رهایی از انفعال از طریق پلتفرم شفاف و نظارت هوشمند	خودمختاری، تعلق

تحلیل پدیدارشناختی نشان میدهد که «اضطراب مرگ اجتماعی» یعنی ترس از نادیده گرفته شدن، بیارزش بودن و طرد شدن از جامعه انسانی، ریشه‌دارترین اضطراب وجودی در تعامل با نهادهاست. متخصصان بیان میکنند که «احترام متقابل» از سوی نهاد به متقاضی،



پادزهر این اضطراب است، در حالی که بیاحترامی نهادی (مانند الزام به ضامنهای متعدد و انتظارات طولانی) این اضطراب را تشدید میکند و انگیزه‌های اولیه برای شروع کسبوکار خانگی را نابود میسازد.

مختص دیگر، تمایز وجودی میان «مراقبت» (مراقبت از دیگری با حفظ کرامت او) و «کنترل» (تحمیل اراده با رویه‌های تحقیرآمیز) آشکار میشود. یکی دیگر از متخصصان تأکید میکند که نظارت خردکننده، عاملیت متقاضی را نابود میکند، در حالی که نظارت هوشمند و احترام‌آمیز آن را بازمیگرداند. «آورده متقاضی» به عنوان «تعهد وجودی» عمل میکند و نشان‌دهنده اهلیت و ظرفیت واقعی فرد است.

روایت متخصص بعدی «وابستگی به دولت» را نوعی «انفعال وجودی» تحلیل میکند که با کرامت جمعی در تضاد است. به باور فرد دیگر، گذار به «فاعلیت وجودی» از طریق شفافیت دوطرفه و نظارت هوشمند (نه حذف نظارت) امکان‌پذیر است. او تأکید میکند که شفافیت نه تنها برای نهادها، بلکه برای متقاضیان نیز ضروری است تا مسئولیت‌پذیری وجودی آنها افزایش یابد.

در مرحله کدگذاری انتخابی، پنج قضیه اصلی نظریه «اکوسیستم توانمندسازی وجودی» (E^3) فرموله شد. جدول ۴ این قضایا را به همراه شواهد تجربی و پشتوانه نظری نشان میدهد.

جدول ۴

قضایای پنجگانه نظریه E^3

قضیه	محتوای قضیه	شواهد تجربی از داده‌های پژوهش	پشتوانه نظری
کرامتمحوری	پایداری تابع مستقیم احساس کرامت است؛ تحقیر نهادی حتی با تأمین مالی کافی، شکست را تضمین میکند.	۸۰ درصد افراد ناموفق تحقیر را گزارش کردند در برابر ۱۴ درصد موفقها (جدول ۲). نقلقول: «تحقیر شدن با ضامنهای متعدد»	نوسبام (۲۰۱۱)، قابلیت یکپارچگی بدنی و عدم تحقیر
معناآفرینی	موفقیت بلندمدت نیازمند پیوند کار با نظام معنایی فرد (خانواده، دین، خدمت، سنت) است.	۱۰۰ درصد مشاغل موفق «ایده قوی و مشخص» داشتند در برابر ۲۰ درصد ناموفقها (جدول ۲)	فرانکل (۱۹۵۹)، معنادرمانی؛ سن (۱۹۹۹)
عاملیتبخشی	نهادهای واسط باید عاملیت را از طریق آورده متقاضی، تصمیمگیری مستقل و نظارت غیردخالتی بازگردانند.	آورده اولیه موفقها ۳۸ میلیون در برابر ۱۲ میلیون ناموفقها؛ تضمین زنجیره‌های ۷۱ درصد در برابر ۱۰ درصد (جدول ۲)	دسی و رایان (۲۰۰۰)، تمایز مراقبت/کنترل
فضای سوم وجودی	موفقترین نهادهای واسط، فضاهایی هستند که نه بیش از حد رسمی (تحقیرآمیز) و نه بیش از حد غیررسمی (ضعیف) هستند.	رضایت از تعامل با NGO موفقها ۴.۴، ناموفقها ۲.۱ (جدول ۲). ویژگیها: «دور از بروکراسی»، «از جنس مردم»	اولدنبرگ (۱۹۸۹)، فضای سوم؛ نورث (۱۹۹۰)
توانمندسازی وجودی	توانمندسازی واقعی شامل گذار از «انفعال وجودی» به «فاعلیت وجودی» از طریق چهار فرایند التیام، معنا-بخشی، عاملیت-بخشی و پیوند با کل است.	۸۶ درصد موفقها بر «خودباوری و انگیزه» تأکید داشتند در برابر ۱۰ درصد ناموفقها (جدول ۲)	فرانکل (۱۹۵۹)، یالوم (۱۹۸۰)، دسی و رایان (۲۰۰۰)

این پنج قضیه یک زنجیره نظری منسجم را تشکیل میدهند: از کرامت (پیششرط ورود) تا معنا (موتور درونی حرکت) تا عاملیت (توانایی عمل مستقل) تا فضای سوم (بستر نهادی مناسب) تا توانمندسازی وجودی (فرایند تبدیل انفعال به فاعلیت). هر قضیه به طور تجربی توسط داده‌های جدول ۲ پشتیبانی میشود و همپوشانی معناداری با نظریه‌های کلاسیک فلسفه وجودی و روانشناسی مثبت‌نگرا دارد. مدل اکوسیستم توانمندسازی وجودی E^3 مشتمل بر چهار لایه است که از زیرساخت به سطح پیامد حرکت میکند. جدول ۵، این لایه‌ها را با مؤلفه‌ها و نقش آنها در پایداری شغل خانگی نشان میدهد.

جدول ۵

 مدل مفهومی E³ در چهار لایه

لایه	عنوان	مؤلفها	نقش در پایداری شغل خانگی
لایه ۱	زیستجهان ایرانی	خانواده (پناهگاه وجودی)، دین و سنت (منبع معنا)، شبکههای خویشاوندی (سرمایه اجتماعی مایع)، بیاعتمادی تاریخی به نهادها (زخم وجودی جمعی)	بستر زمینهای که همه تعاملات در آن رخ میدهد
لایه ۲	لایه نهادی (بازیگران اکوسیستم)	دولت (تنظیمگر هوشمند، کوچکسازی)، بانک (نهاد توسعه و شریک ریسک، تسهیلات پلکانی)، (NGO خالق فضای سوم وجودی، میانجی وجودی)	تسهیلگری، تأمین مالی، واسطهگری، اعتباربخشی
لایه ۳	لایه تعاملی (فرایندهای وجودی چهارگانه)	۱. التیام (ترمیم زخم وجودی)، ۲. معنا-بخشی (پیوند کار با ارزشها)، ۳. عملیتبخشی (بازگرداندن کنترل)، ۴. پیوند با کل (عضویت در شبکههای همبستگی)	فرایندهای توانمندسازی
لایه ۴	لایه پیامدی (سرمایه وجودی و زیست خوب)	ابعاد پنجگانه سرمایه وجودی (کرامت، معنا، امید، خودمختاری، تعلق) ← زیست خوب (شکوفایی)	پیامد نهایی و بازخورد به لایههای قبلی

نوآوری اصلی این مدل در دو نکته نهفته است: اول، قرارداد «زیستجهان ایرانی» به عنوان لایه زیرساختی که نشان میدهد هرگونه مداخله بدون توجه به خانواده، دین، سنت و شبکههای خویشاوندی محکوم به شکست است. دوم، شناسایی چهار فرایند وجودی که باید به ترتیب طی شوند: التیام (ترمیم زخمهای وجودی ناشی از بیاعتمادی تاریخی و تحقیرهای پیشین)، معنا-بخشی (پیوند کار با ارزشهای بنیادین)، عاملیتبخشی (بازگرداندن کنترل بر سرنوشت) و در نهایت پیوند با کل (عضویت در شبکههای همبستگی). رایجترین خطای سیاستی، شروع از مرحله سوم یا چهارم بدون طی مراحل اول و دوم است که منجر به شکست میشود.

نوآوری اصلی مدل E³، شناسایی «حلقه بازخورد وجودی» به عنوان مکانیسم پویای پایداری مشاغل خانگی است. جدول ۶، این حلقه را نشان میدهد.

جدول ۶

حلقه بازخورد وجودی - مکانیسم پویای پایداری

مرحله وضعیت	شواهد تجربی از دادهها	تحلیل پویا
گام ۱ سرمایه وجودی اولیه (کرامت نسبی، امید، معنای اولیه، خودمختاری پایه، تعلق اولیه)	موفقها حتی با آورده کمتر از ۲۰ میلیون، خودباوری اولیه بالایی داشتند (جدول ۲)	نقطه ورود به حلقه: هرچه سرمایه وجودی اولیه بالاتر باشد، احتمال موفقیت بیشتر است
گام ۲ موفقیت مادی (افزایش درآمد، بقای شغل، اشتغالزایی)	موفقها بیش از ۳ سال پایدار بودند؛ ناموفقها پیش از ۱۸ ماه تعطیل شدند (جدول ۲)	موفقیت مادی بدون سرمایه وجودی پایدار نیست، اما موفقیت مادی حاصل شده خود سرمایه وجودی را تقویت میکند
گام ۳ تأیید اجتماعی (احترام دیگران، دیده شدن، ارجاع مشتریان جدید، عضویت در شبکههای رسمیت)	«گروههای فرشبافی» و «کانال ارتباطی بین افراد»	تأیید اجتماعی حلقه مفقوده بسیاری از مدل‌های پیشین است؛ دیده شدن و احترام، بعد «تعلق» سرمایه وجودی را تقویت میکند
گام ۴ سرمایه وجودی بیشتر (کرامت بالاتر، معنا عمیقتر، امید قویتر، خودمختاری بیشتر، گستردهتر)	موفقها به متور دیگران تبدیل شدند (ایجاد گروههای فرشبافی)	حلقه بسته میشود: سرمایه وجودی بیشتر → موفقیت مادی بیشتر → تأیید اجتماعی بیشتر → سرمایه وجودی بیشتر



حلقه بازخورد وجودی نشان می‌دهد که پایداری شغل خانگی یک رویداد خطی نیست، بلکه یک چرخه خودتقویت‌شونده است. سه نقطه شکست برای این حلقه شناسایی شد:

۱. سرمایه وجودی اولیه صفر یا بسیار پایین: فرد از ابتدا خودباوری ندارد و سابقه تحقیر شدید دارد ← نیاز به مداخله فوری در سطح «التیام»

۲. تأیید اجتماعی حاصل نمی‌شود: فرد در انزوا کار میکند یا محصول او دیده نمی‌شود ← نیاز به شبکه‌سازی و پیوند با کل

۳. موفقیت مادی با تحقیر نهادی همراه است: بانک به جای تشویق، مجدداً فرایند تحقیرآمیز تمدید وام را تکرار میکند ← سرمایه وجودی نابود می‌شود و حلقه معکوس (مارپیچ نزولی) آغاز می‌گردد

یافته‌های حاصل از ساخت ECS نشان می‌دهد (جدول ۷) که سرمایه وجودی دارای پنج بعد کرامت، معنا، امید، خودمختاری و تعلق است که همگی مستقیماً از روایت‌های مشارکت‌کنندگان استخراج شده‌اند. تخصیص وزنهای متفاوت در شاخص ترکیبی EWI (کرامت ۰.۳۰، معنا ۰.۲۵، امید ۰.۲۰، خودمختاری ۰.۱۵، تعلق ۰.۱۰) یک یافته کلیدی محسوب می‌شود: کرامت تقریباً سه برابر تعلق اهمیت دارد. این الگوی وزنی تأیید میکند که از دیدگاه مشارکت‌کنندگان با تجربه میدانی، کرامت به عنوان پیش‌شرط بنیادین هرگونه مداخله مالی عمل میکند و بدون آن، سایر ابعاد سرمایه وجودی معنای خود را از دست می‌دهند. معنا در رتبه دوم قرار دارد زیرا کار را از یک فعالیت درآمدزای صرف به یک «رسالت» تبدیل میکند، در حالی که تعلق با کمترین وزن، در مراحل نهایی توانمندسازی و پس از شکلگیری حلقه بازخورد وجودی ظاهر می‌شود. ضریب پایایی ۰.۸۹ نیز نشان‌دهنده قابلیت اعتماد بالای این ابزار برای سنجش در پژوهش‌های کمی آتی است.

جدول ۷

مقیاس سنجش سرمایه وجودی (ECS) و شاخص رفاه وجودی (EWI) برگرفته از داده‌های کیفی

بعد	مؤلفه	گویه نمونه برگرفته از داده‌ها	نقلقول مرتبط	وزن در EWI
کرامت	عزت نفس احترام اجتماعی	احساس میکنم در تعامل با بانک و نهادها، حرمت من حفظ میشود دیگران برای من و کارم احترام قائلاند	احترام متقابل اعتماد و احترام متقابل	۰.۳۰
معنا	هدفمندی انسجام	کار من فقط درآمدزایی نیست، رسالت شخصی من است کار من با ارزشهای اصلی زندگیم (خانواده، دین، خدمت) هماهنگ است	ایده قوی و مشخص کاهش وابستگی به دولت	۰.۲۵
امید	عاملیت مسیر	میتوانم راههایی برای رسیدن به اهدافم بیابم آینده شغلی خود را روشن میبینم	کاهش وابستگی بالا بردن امید	۰.۲۰
خودمختاری	استقلال کنترل	در تصمیم‌گیریهای شغلی مستقل هستم بر سرنوشت شغلی خود کنترل دارم	عدم دخالت کاهش وابستگی به حمایت دولت	۰.۱۵
تعلق	عضویت همبستگی	خودم را جزئی از یک شبکه همیار محلی میدانم با دیگر فعالان این حوزه همبستگی دارم و تجربیات را به اشتراک میگذارم	گروههای فرشبافی ایجاد کانال ارتباطی بین افراد	۰.۱۰

جدول (۸)، سطوح EWI پنج وضعیت مجزا از «بحرانی» تا «شکوفایی» را مشخص میکند که هر یک دارای ویژگیهای بالینی برگرفته از داده‌ها و اقدامات پیشنهادی متناظر هستند. سطح بحرانی (۱.۹۹-۱.۰۰) با «زخم وجودی عمیق» و «انفعال شدید» همراه است و نیازمند مداخله فوری در سطح التیام وجودی میباشد، در حالی که سطح شکوفایی (۵.۰۰-۴.۰۰) نمایانگر وضعیتی است که فرد خود به‌منزله دیگران تبدیل شده و شبکه‌های جدیدی مانند «گروههای فرشبافی» ایجاد میکند. این سطوح نشان می‌دهند که پایداری مشاغل خانگی یک وضعیت دودویی موفق/ناموفق نیست، بلکه یک پیوستار وجودی است که در آن افراد میتوانند به تدریج از انفعال و تحقیر به سوی عاملیت، کرامت و در

نهایت شکوفایی حرکت کنند. مهمترین یافته این جدول آن است که اقدامات پیشنهادی هر سطح مستقیماً از نقلقولهای خود مشارکتکنندگان («ایجاد خودباوری ابتدایی»، «اهلیتسنجی»، «عدم دخالت در مسیر پیشرفت») استخراج شدهاند، که اعتبار بومشناختی ابزار را تضمین میکند. این سطوح میتوانند به عنوان یک مبنای تشخیصی برای سیاستگذاران و تسهیلگران عمل کنند تا متناسب با وضعیت وجودی هر متقاضی، نوع مداخله مناسب را انتخاب نمایند.

جدول ۸

سطوح پنجگانه پایداری وجودی بر اساس EWI

سطح	دامنه EWI	وضعیت	ویژگیهای بالینی برگرفته از دادهها	اقدام پیشنهادی برگرفته از نقلقولها
بحرانی	۱.۰۰-۱.۹۹	زخم وجودی عمیق، انفعال شدید	احساس بیارزشی، فقدان امید، خودمختاری صفر، اعتماد منفی، سابقه تحقیر شدید	مداخله فوری و مستمر: «ایجاد خودباوری ابتدایی»
ناپایدار	۲.۰۰-۲.۹۹	شککننده، نیازمند حمایت	کرامت و امید پایین، وابستگی بالا، تعلق ضعیف، اما آمادگی نسبی برای تغییر	برنامه التیام و معنا-بخشی: «اهلیتسنجی»
نسبتاً پایدار	۳.۰۰-۳.۴۹	در مسیر رشد، اما نه خودبسنده	میانگین در همه ابعاد، نیازمند تقویت عاملیت و شبکه، شکست محتمل	تقویت عاملیت: «عدم دخالت در مسیر پیشرفت»
پایدار	۳.۵۰-۳.۹۹	خودبسنده، بازتولیدکننده	سرمایه وجودی مطلوب، حلقه بازخورد فعال، ریسک شکست کم	پایش دورههای، تمدید خودکار تسهیلات، تشویق به منتورینگ
شکوفایی	۴.۰۰-۵.۰۰	بازتولیدکننده پایداری، الگو	سرمایه وجودی بسیار بالا، بازخورد مثبت قوی، منتور دیگران، خالق شبکههای جدید	الگوسازی: «گروههای فرشبافی»

بحث و نتیجهگیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی «اکوسیستم توانمندسازی وجودی (E^3)» بر پایه مفاهیم سرمایه وجودی و فضای سوم برای ارتقای پایداری مشاغل خانگی انجام شد. یافتههای پژوهش نشان داد که برخلاف بسیاری از رویکردهای رایج که پایداری مشاغل خانگی را عمدتاً تابعی از سرمایه مالی، آموزشهای فنی یا حمایتهای نهادی میدانند، عوامل وجودی نظیر کرامت، معنا، امید، خودمختاری و تعلق نقش بنیادیتری در موفقیت و تداوم این کسبوکارها ایفا میکنند. مهمترین یافته پژوهش آن بود که «احساس تحقیر نهادی» قویترین پیشبینیکننده شکست و «احساس کرامت» مهمترین پیشبینیکننده پایداری مشاغل خانگی محسوب میشود. این نتیجه بیانگر آن است که تجربه تعامل افراد با نهادهای حمایتی و مالی تنها یک تجربه اداری یا اقتصادی نیست، بلکه یک تجربه عمیق روانشناختی و وجودی است که میتواند بر انگیزه، اعتماد و استمرار فعالیت اقتصادی اثر بگذارد.

این یافته را میتوان در پرتو ادبیات حکمرانی مطلوب تفسیر کرد. پژوهشهای پیشین نشان دادهاند که کیفیت حکمرانی، پاسخگویی، شفافیت، عدالت و اعتماد عمومی از عوامل اساسی توسعه کسبوکارها هستند (Abdelaziz, 2021; World, 2022). همچنین پژوهشهای انجامشده در حوزه حکمرانی کسبوکار نشان دادهاند که هرچه فرآیندهای نهادی عادلانهتر، شفافتر و مشارکتیتر باشند، احتمال موفقیت و پایداری کسبوکارها افزایش مییابد (Dhaoui, 2019; Ndukwe & Allison, 2021). یافته پژوهش حاضر این ادبیات را گسترش میدهد و نشان میدهد که آثار حکمرانی صرفاً در سطح ساختاری باقی نمیماند، بلکه از طریق تجربه ذهنی افراد از احترام، کرامت و ارزشمندی خود عمل میکند. به بیان دیگر، آنچه در بسیاری از مطالعات تحت عنوان کیفیت حکمرانی مطرح شده است، در سطح تجربه زیسته صاحبان مشاغل

خانگی به صورت احساس کرامت یا تحقیر تجلی مییابد. از این منظر، یافته حاضر با نتایج مطالعات مربوط به نقش حکمرانی در پایداری کسبوکارها همسو است، اما بعد وجودی این رابطه را آشکار میسازد (Guterman, 2023; Wirba, 2024).

یافته دیگر پژوهش نشان داد که وجود «ایده قوی و مشخص» در میان صاحبان مشاغل موفق بهطور معناداری بیشتر از افراد ناموفق بوده است. این نتیجه نشان میدهد که پایداری کسبوکار تنها به دسترسی به منابع محدود نمیشود، بلکه تا حد زیادی به میزان معنا و هدفمندی فعالیت اقتصادی وابسته است. این یافته با پژوهشهایی که بر اهمیت خلاقیت، مرکز کنترل درونی، انگیزش و مهارتهای فردی در موفقیت مشاغل خانگی تأکید کردهاند همخوانی دارد (Abi Hilal al-Din, 2025; Izadi et al., 2016). همچنین نتایج پژوهش حاضر با مطالعات مربوط به توسعه کارآفرینی خانگی که بر ضرورت آموزش، برنامه‌ریزی و شناخت فرصتهای بازار تأکید دارند نیز سازگار است (Malik et al., 2019; Parchami & Jalali, 2024). با این حال، نوآوری پژوهش حاضر در آن است که «ایده قوی» را صرفاً یک عامل شناختی یا مهارتی تلقی نمیکند، بلکه آن را تجلی بعد «معنا» در سرمایه وجودی میدانند. به عبارت دیگر، زمانی که فرد میان فعالیت اقتصادی خود و ارزشهای بنیادین زندگیش پیوند برقرار میکند، کسبوکار از یک ابزار درآمدزایی صرف به یک رسالت شخصی تبدیل میشود و همین امر احتمال پایداری آن را افزایش میدهد.

یافتههای پژوهش همچنین نشان داد که خودباوری، انگیزش و امید نقش بسیار مهمی در موفقیت مشاغل خانگی دارند. افراد موفق بیش از افراد ناموفق بر اهمیت امید، اعتماد به تواناییهای فردی و انگیزه درونی تأکید کرده بودند. این نتیجه با ادبیات کارآفرینی اجتماعی و پایداری کسبوکار همسو است که بر نقش عوامل روانشناختی و سرمایه‌های نامشهود در موفقیت فعالیتهای اقتصادی تأکید دارند (Arend, 2021; Hamsal & Ichsan, 2020). در بسیاری از مطالعات پایداری کسبوکار، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی به عنوان عوامل کلیدی موفقیت معرفی شدهاند، اما یافتههای حاضر نشان میدهد که پیش از شکلگیری این سرمایه‌ها، نوعی سرمایه بنیادینتر تحت عنوان سرمایه وجودی قرار دارد که میتواند زیربنای سایر اشکال سرمایه باشد (Rezaee, 2016). در واقع، فردی که امید، خودباوری و احساس ارزشمندی را از دست داده باشد، حتی در صورت دسترسی به منابع مالی و آموزشی نیز ممکن است نتواند فعالیت اقتصادی خود را به شکل پایدار ادامه دهد. یکی دیگر از یافتههای مهم پژوهش، نقش «آورده اولیه متقاضی» در موفقیت کسبوکار بود. اگرچه افراد موفق به طور متوسط از آورده اولیه بیشتری برخوردار بودند، اما تحلیلهای کیفی نشان داد که اهمیت این عامل بیش از آنکه مالی باشد، وجودی است. مشارکتکنندگان، آورده اولیه را نمادی از تعهد، مسئولیت‌پذیری و آمادگی فرد برای پذیرش ریسک تلقی میکردند. این یافته با نتایج پژوهشهایی که بر نقش منابع مالی و تسهیلات اعتباری در توسعه مشاغل خانگی تأکید داشتهاند همسو است (Marvati et al., 2024; Parchami & Jalali, 2019). با این حال، پژوهش حاضر نشان میدهد که اثر منابع مالی تنها زمانی پایدار است که با احساس عاملیت و مسئولیت‌پذیری فرد همراه باشد. این تفسیر با رویکردهای نوین حکمرانی مشارکتی نیز همخوانی دارد که بر توانمندسازی ذینفعان به جای وابسته‌سازی آنان تأکید میکنند (Abdelaziz, 2021; Ndukwe & Allison, 2021).

از دیگر یافتههای قابل توجه پژوهش، نقش برجسته سازمانهای مردمنهاد و نهادهای واسط در موفقیت مشاغل خانگی بود. افراد موفق رضایت بسیار بیشتری از تعامل با این نهادها داشتند و آنها را «از جنس مردم» و «دور از بروکراسی» توصیف میکردند. این نتیجه با مطالعاتی که بر اهمیت شبکه‌سازی، سرمایه اجتماعی و نهادهای حمایتی در توسعه کسبوکارهای خانگی تأکید کردهاند همخوانی دارد (Marvati et al., 2019; Parchami & Jalali, 2024). همچنین یافته حاضر با پژوهشهایی که بر نقش تعاملات بین‌سازمانی و ارتباط مؤثر میان بازیگران اکوسیستم کسبوکار تأکید داشتهاند نیز سازگار است (Mohammadian & Rahimi, 2024; Salarinia et al., 2025). با این حال، پژوهش

حاضر فراتر از ادبیات موجود، مفهوم «فضای سوم وجودی» را مطرح میکند. این مفهوم نشان میدهد که نهادهای واسطه موفق نه صرفاً ارائه‌دهنده خدمات حمایتی، بلکه فضاهایی برای بازسازی اعتماد، تقویت تعلق اجتماعی و ارتقای سرمایه وجودی افراد هستند. یافته دیگر پژوهش به شناسایی «حلقه بازخورد وجودی» به عنوان مکانیسم پویای پایداری مشاغل خانگی مربوط میشود. بر اساس این مدل، سرمایه وجودی اولیه موجب موفقیت اقتصادی میشود، موفقیت اقتصادی به تأیید اجتماعی منجر میگردد و تأیید اجتماعی نیز سرمایه وجودی را تقویت میکند. این چرخه به صورت مستمر تکرار شده و پایداری کسبوکار را افزایش میدهد. این نتیجه با دیدگاههای مطرح‌شده در حوزه پایداری کسبوکار مبنی بر تعامل مستمر عوامل اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی همسو است (Gutterman, 2023; Rezaee, 2016). همچنین میتوان آن را در چارچوب مطالعات مربوط به توسعه کسبوکارهای خانگی و نقش شبکه‌های اجتماعی تفسیر کرد (Mason et al., 2011; Vorley & Rodgers, 2014). با این حال، مدل حاضر نشان میدهد که آنچه این چرخه را فعال نگه میدارد، نه صرفاً سودآوری اقتصادی، بلکه احساس کرامت، معنا و تعلق اجتماعی است.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که بسیاری از چالش‌های مشاغل خانگی ریشه در ضعف‌های نهادی و حکمرانی دارند. این نتیجه با مطالعاتی که بر اهمیت اثربخشی دولت، کیفیت مقررات و روابط بین‌سازمانی تأکید کرده‌اند مطابقت دارد (Kiani et al., 2023; Mohammadian & Rahimi, 2024). علاوه بر این، یافته‌های پژوهش حاضر از نتایج مطالعات جهانی درباره نقش دولت در حمایت از کسبوکارهای کوچک و مسئولیت اجتماعی در توسعه اقتصادی حمایت میکند (Wirba, 2024; World, 2022). با این حال، پژوهش حاضر نشان میدهد که اصلاح ساختارهای نهادی بدون توجه به تجربه زیسته افراد نمیتواند به پایداری واقعی منجر شود. از این رو، حکمرانی مطلوب باید علاوه بر کارآمدی و شفافیت، بر حفظ کرامت انسانی و ارتقای سرمایه وجودی نیز تمرکز داشته باشد.

در مجموع، یافته‌های پژوهش نشان میدهد که پایداری مشاغل خانگی اساساً پدیده‌های چندبعدی و عمیقاً وجودی است. اگرچه عوامل اقتصادی، آموزشی و نهادی نقش مهمی در موفقیت این کسبوکارها دارند، اما اثرگذاری آنها تا حد زیادی به وضعیت سرمایه وجودی افراد وابسته است. نظریه اکوسیستم توانمندسازی وجودی (E^3) با تلفیق مفاهیم سرمایه وجودی، فضای سوم و حکمرانی مشارکتی، چارچوبی نوین برای تبیین پایداری مشاغل خانگی ارائه میکند و میتواند مبنایی برای بازاندیشی در سیاست‌های حمایتی، بانکی و توسعه‌های در ایران باشد. این پژوهش با وجود دستاوردهای نظری و کاربردی خود دارای محدودیتهایی است. نخست، ماهیت کیفی پژوهش و حجم محدود مشارکتکنندگان، تعمیم‌پذیری نتایج به تمامی صاحبان مشاغل خانگی را محدود میکند. دوم، داده‌ها مبتنی بر تجربیهای زیسته و برداشتهای شخصی مشارکتکنندگان بودند که ممکن است تحت تأثیر سوگیریهای ادراکی یا حافظه قرار گرفته باشند. سوم، پژوهش در بستر بانک قرض‌الحسنه مهر ایران انجام شد و ویژگیهای نهادی این سازمان ممکن است بر نتایج اثر گذاشته باشد. همچنین، به دلیل مقطعی بودن مطالعه، امکان بررسی تغییرات سرمایه وجودی و پایداری کسبوکارها در طول زمان فراهم نبود.

پیشنهاد میشود پژوهش‌های آینده به طراحی و اعتبارسنجی کمی مقیاس‌های سرمایه وجودی و شاخص رفاه وجودی در نمونه‌های بزرگتر بپردازند. همچنین بررسی روابط علی میان ابعاد سرمایه وجودی و شاخص‌های عینی موفقیت کسبوکار میتواند به توسعه بیشتر این چارچوب نظری کمک کند. انجام مطالعات طولی برای بررسی پویایی حلقه بازخورد وجودی و مقایسه نتایج در میان انواع مختلف کسبوکارهای خانگی، مناطق جغرافیایی و گروه‌های جمعیتی نیز ضروری به نظر میرسد. افزون بر این، مطالعه نقش سایر نهادهای مالی، سازمانهای مردمنهاد و نهادهای دولتی در شکلگیری اکوسیستم توانمندسازی وجودی میتواند افق‌های جدیدی برای پژوهش بگشاید.

بانکها و نهادهای حمایتی باید فرآیندهای خود را به گونهای بازطراحی کنند که کرامت و احترام متقاضیان در تمامی مراحل تعامل حفظ شود. توسعه نظام‌های ارزیابی مبتنی بر توانمندی و تعهد افراد به جای تأکید صرف بر وثایق و تضمینهای مالی میتواند به افزایش عاملیت



و مسئولیت‌پذیری متقاضیان کمک کند. همچنین تقویت سازمانهای مردمنهاد محلی و ایجاد شبکههای همیار میان صاحبان مشاغل خانگی میتواند زمینه شکلگیری فضاهای سوم و افزایش سرمایه وجودی را فراهم سازد. طراحی برنامههای آموزشی با محوریت معنا، امید، خودباوری و تعلق اجتماعی در کنار آموزشهای فنی و مدیریتی نیز میتواند اثربخشی مداخلات حمایتی را به طور قابل توجهی افزایش دهد. در نهایت، استقرار نظامهای پایش مبتنی بر شاخصهای رفاه وجودی میتواند به شناسایی زود هنگام افراد در معرض شکست و ارائه حمایت‌های متناسب با نیازهای آنان کمک کند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچگونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت دادهها

دادهها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Abdelaziz, S. A. (2021). The Importance of the Governance Role in Achieving Stability and Sustainability in Family Business Companies through Generations. *Business and Management Studies*, 7(3), 16-24. <https://doi.org/10.11114/bms.v7i3.5300>
- Abi Hilal al-Din. (2025). Explaining an Appropriate Model for the Success of Women's Home-Based Businesses in Iran. Twenty-Third National Conference on Economics, Management and Accounting, Shirvan.
- Arend, R. J. (2020). Modeling Social Entrepreneurship: Consideration of the Reacting Forces. *Journal of Social Entrepreneurship*, 32(3), 1-9. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1718744>
- Dewlly, T. (2008). Can Our Economy Work at Home? Can Homeworking Save the Planet? In T. Dewlly & A. Lake (Eds.), *How Homes Can Become Workspace in Low Carbon Economy*. Smith Institute.
- Dhaoui, I. (2019). Good Governance for Sustainable Development. *Advances in Developing Human Resources*, 10(6), 1-9.
- Dwelly, T., Marguire, K., & Truscott, F. (2006). *Under the Radar: Tracking and Supporting Rural Home-Based Business*.
- Gashi, R., Ahmeti, H. G., & Baliu, E. (2022). Challenges of Women Entrepreneurs in the Developing Economy. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 6(2), 134-142. <https://doi.org/10.22495/cgobrv6i2p13>
- Gutterman, A. (2023). Sustainability and Corporate Governance. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4493058>
- Hamsal, M., & Ichsan, M. (2021). Business Sustainability in the Times of Crisis: Propositions and Framework. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science,

- Hill, E. J., Ferris, M., & Mårtinson, V. (2003). Does It Matter Where You Work? A Comparison of How Three Work Venues (Traditional Office, Virtual Office, and Home Office) Influence Aspects of Work and Personal/Family Life. *Journal of Vocational Behavior*, 63(2), 220-241.
- Izadi, B. a.-H., Rezaei Moghadam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Effective Constructs and Barriers to the Realization of Entrepreneurship Development in Agricultural Home-Based Businesses in Rural Areas of Shiraz. *Iranian Journal of Agricultural Extension and Education Sciences*, 12(1), 39-51. <https://sid.ir/paper/109221/fa>
- Kiani, F., Peidaei, M. M., & Dorniani, S. (2023). Design a Model to Explain the Role of Good Governance in Facilitating the Iranian Business Environment with a Data Mining Approach. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 14(2), 247-263. <https://doi.org/10.22075/ijnaa.2022.27317.3556>
- Malik, S., Alkhalidi, A., Salamzadeh, A., & Mantas, C. (2024). A Systematic Literature Review on Home-Based Businesses: Two Decades of Research. *Journal of Family Business Management*.
- Marvati, E., Shahvali, R., Naghizadeh, Z., & Bijandi, M. S. (2024). Structural Analysis of Components Affecting Home-Based Businesses in Iran Using Cross-Impact Analysis. *Applied Theories of Economics*, 11(3), 23-48. <https://doi.org/10.22034/ecej.2024.63493.3351>
- Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible Businesses: The Characteristics of Home-Based Businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-639.
- Mohammadian, S., & Rahimi, M. (2024). Business Governance System in Iran: A Network Analysis to Identify Challenges and Opportunities in Organizational Relations. *Social Business*, 1(2), 212-223. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.386671.1009>
- Morganson, V. J., Major, D. A., Oborn, K. L., Verive, J. M., & Heelan, M. P. (2010). Comparing Telework Locations and Traditional Work Arrangements: Differences in Work-Life Balance Support, Job Satisfaction, and Inclusion. *Journal of managerial psychology*, 25(6), 578-595.
- Ndukwe, O. J., & Allison, P. (2021). Good Governance and Ease of Doing Business in Nigeria: Problems and Prospects. *International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR)*, 5(1), 88-96.
- Parchami, D., & Jalali, F. (2019). A Comparative Study of Home-Based Businesses toward the Realization of General Employment Policies. *Strategic and Macro Policies*, 7(26), 164-185. <https://doi.org/10.32598/JMSP.7.2.164>
- Rezaee, Z. (2016). Business Sustainability Research: A Theoretical and Integrated Perspective. *Journal of Accounting Literature*, 36(1), 48-64. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2016.05.003>
- Safari, K., Ahmadi Gharacheh, A. M., & Danaei, H. (2019). The Mediating Role of Blended Learning Infrastructures in the Relationship between Good Governance, Social Capital and General Attitude toward Business Environment. *Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Sciences*, 10(4), 65-74. <https://doi.org/10.30476/ijvlms.2019.84320.1005>
- Salarinia, M. M., Niknami, M., Sabouri, M. S., & Rafiei, H. (2025). Presenting a Good Governance Model for the Sustainability of Agricultural Businesses in Tehran Province: A Case Study of Bank Keshavarzi. *Agricultural Economics and Development*, 32(4), 1-36. <https://doi.org/10.30490/aead.2024.365618.1596>
- Salim, Z. (2017). More S'poreans Are Ditching Offices, Here's How You Can Work from Home and Be Your Own Boss Too. <https://vulcanpost.com/603921/home-business-singapore-what-you-need-to-know/>
- Small Business, A. (2022). *Advocacy Releases 2022 Small Business Profiles for the States and Territories*. <https://advocacy.sba.gov/2022/08/31/advocacy-releases-2022-small-business-profiles-for-the-states-and-territories/>
- Vorley, T., & Rodgers, P. (2014). Home Is Where the Business Is: Incidents in Everyday Life and the Formation of Home-Based Businesses. *International Small Business Journal*, 32(4), 428-448.
- Walker, E., & Webster, B. (2004). Gender Issues in Home-Based Businesses. *Women in Management Review*, 19(8), 404-412.
- Wirba, A. V. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Government in Promoting CSR. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(2), 7428-7454. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01185-0>
- World, B. (2022). Worldwide Governance Indicators. <https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators>
- Zenkter, M., Darchen, S., Mateo-Babiano, I., & Baffour, B. (2022). Home-Based Work in Cities: In Search of an Appropriate Urban Planning Response. *Futures*, 135, 102494.