

شناسایی راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان اراک

کریم نادری مهدی^{۱*}، و زهرا تیموری^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۱ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۳۰

چکیده:

مطالعه حاضر با هدف شناسایی راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اراک، به مطالعه و کنکاش در دو سطح راهکارهای اجتماعی- نهادی و راهکارهای اقتصادی- حمایتی پرداخته است. روش مطالعه با در نظر داشتن اهداف تحقیق، کیفی بوده که با استفاده از تکنیک دلفی در سال ۱۳۹۲ به انجام رسیده است. حجم نمونه شامل ۳۶ نفر از صاحب نظران آکادمیک و متولیان اجرایی حوزه اشتغال خانگی است که به شکل غیر تصادفی و هدفمند انتخاب شدند. نتایج حاکی از آن است که خرده بعد «تقویت فرهنگ کارآفرینی» به عنوان راهکاری اجتماعی- نهادی رتبه اول را با (نمره ۱۰۰) به خود اختصاص داده و همچنین خرده بعد «سیاست‌های حمایت در بازاریابی» نیز به عنوان راهکار اقتصادی- حمایتی رتبه اول را (نمره ۸۰) به خود اختصاص داده و در نهایت در بررسی (شاخص اولویت) فرایند دلفی نیز خرده بعد «تقویت ساختارهای نهادی، رقابتی و محیطی» به عنوان راهکار اجتماعی- نهادی رتبه اول را با (نمره ۸۷/۵۷) و خرده بعد «بهبود قوانین و رویه‌های کاری» با (نمره ۱۰۰) بالاترین اولویت را نسبت به دیگر خرده‌ابعاد کسب کرده‌اند.

کلیدواژه‌ها: توسعه مشاغل خانگی، راهکارهای اجتماعی- نهادی، راهکارهای اقتصادی- حمایتی، زنان روستایی، شهرستان اراک.

۱. دانشیار گروه آموزش و ترویج کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان، استان همدان (نویسنده مسئول). knadery@basu.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا همدان، استان همدان. zahra_teymooiri22@yahoo.com

مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است.

مقدمه و بیان مسئله

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت دغدغه دولت‌هاست، نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال را پررنگ‌تر می‌کند، چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. در همین زمینه، کسب‌وکارهای خانگی یکی از مهم‌ترین بخش‌های کسب‌وکار به شمار می‌روند که در سال‌های اخیر مورد توجه و حمایت مراجع سیاست‌گذاری در کشورهای مختلف قرار گرفته‌اند. مزایایی چون چابکی و انعطاف‌پذیری که بر مشاغل خانگی مترتب است، در کنار مزایایی که خانه را به عنوان محل کسب‌وکار در اختیار افراد قرار می‌دهد، از جمله حذف هزینه‌های محل فعالیت، انگیزه مضاعفی را در اختیار افراد برای گرایش به سمت چنین مشاغلی ایجاد کرده است (نیرومند و سجیدیان جزی، ۱۳۹۰: ۴۸). از سوی دیگر در جامعه‌ای که مشارکت زنان در زمینه اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی بیشتر باشد، رفاه اجتماعی نیز بیشتر خواهد بود زیرا مشارکت زنان در بازار کار موجب افزایش سطح تولید، افزایش درآمد سرانه و در نتیجه، افزایش رفاه اجتماعی برای کل جامعه می‌شود. یکی از زمینه‌های مهم فعالیت اقتصادی زنان مشاغل خانگی است (آگهی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۲). مشاغل خانگی به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان به ویژه زنان روستایی محسوب می‌شود (راث^۱، ۲۰۰۴). با وجود تلاش زیاد زنان در جوامع روستایی نقش این گروه غالباً در فعالیت‌های تولیدی نادیده گرفته می‌شود. از این رو، رعایت اصل عدالت و برابری در فراگرد توسعه اقتضا می‌کند ضمن مشارکت دادن زنان در فعالیت‌های توسعه و بهره‌برداری از پتانسیل طبیعی آن‌ها در جریان پیشبرد هدف‌ها، از آثار و منافع توسعه نیز بهره‌مند شوند (قلی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۷۵).

احمد پورداریانی و مقیمی (۱۳۸۰) کسب‌وکارها را به شش دسته کسب‌وکار اینترنتی^۲، کسب‌وکار خانوادگی^۳، کسب‌وکار روستایی^۴، کسب‌وکارهای کوچک^۵، کسب‌وکار متوسط و کسب‌وکارهای بزرگ^۶ و همچنین کسب‌وکار خانگی^۷ تقسیم‌بندی کرده‌اند. از میان کسب‌وکارهای عنوان‌شده توسعه کسب‌وکارهای خانگی از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضه

1 Ruth

2. E-Business

3. Family Business

4. Rural Business

5. SME; Small & Medium Enterprise

6. Large Scale Business

7. Home Business

محصول یا خدمات، موجب تنوع در اقتصاد هر کشوری می‌شود و به ویژه برای زنان، نقطه شروع مناسبی برای راه‌اندازی یک فعالیت اقتصادی است. این کسب‌وکارها که به نسبت سایر کسب‌وکارها کم‌هزینه‌تر بوده و ریسک‌پذیری کمتری دارد، می‌تواند منافع بی‌شماری را نصیب زنان روستایی کند (دیستلبرگ و بلو^۱، ۲۰۱۰). علاوه بر این، با توجه به افزایش سریع و گسترده جمعیت و ناتوانی بخش کشاورزی در اشتغال‌زایی کافی برای نیروی کار حجیم و در حال افزایش، توسعه اشتغال غیر کشاورزی به ویژه برای گروه‌های کم‌زمین یا فاقد زمین که برای تأمین نیازهای زندگی درآمد کافی ندارند، از اهمیت زیادی برخوردار است. این مبحث، با توجه به کاهش منابع و امکانات موجود و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید در حیطه کارآفرینی، از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است (میر لطفی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲).

با استناد به نتایج سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۰ جمعیت زنان روستایی در شهرستان اراک ۳۰۳۷۰ نفر است. از مجموع ۸۸/۱ درصد از زنان روستایی فعال (از نظر اقتصادی) در روستاهای شهرستان تنها ۱۱/۲ درصد شاغل، ۷۳/۱ درصد خانه‌دار و ۲/۲ درصد کارکن بدون درآمدند. با دقت در این نتایج آشکار می‌شود در حدود ۷۵ درصد از زنان روستایی در شهرستان اراک به ظاهر هیچ‌گونه فعالیت اقتصادی معطوف به درآمد ندارند. اتخاذ تدابیر مناسب به نحوی که مانع از هدر رفت پتانسیل و استعدادهاى زنان روستایی شود، اهمیت توسعه مشاغل خانگی را بیش از پیش نشان می‌دهد. اما توسعه این‌گونه مشاغل و سازمان‌دهی آنها نیازمند مطالعه، تحقیق و برنامه‌ریزی نظام مند است تا از یک‌سو بتواند مشکلات اقتصادی خانوار روستایی را برطرف سازد و از سوی دیگر موجبات پیشرفت و توسعه جامعه روستایی شود. با توجه به این امر که انجام تحقیقات کیفی زمینه‌ساز دستیابی به نتایج دقیق‌تر و واقعی‌تر مسئله مورد مطالعه است، پژوهش حاضر در نظر دارد با استفاده از روش کیفی (تکنیک دلفی) به شناسایی دیدگاه کارشناسان فعال در حوزه مشاغل خانگی بپردازد. بنابراین، مسئله و سؤال اصلی تحقیق این است که مهم‌ترین راهکارهای عملیاتی توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اراک چیست؟

ادبیات نظری تحقیق

رسیدن به توسعه‌ای برابر و پایدار در جامعه بدون در نظر داشتن زنان روستایی کشور، امری دست‌نیافتنی خواهد بود. به‌زعم اکثر پژوهشگران توسعه، شناخت جایگاه زنان در روستاها از الزامات رسیدن به توسعه روستایی مطلوب در جوامع به شمار می‌رود (سروش‌مهر و همکاران، ۱۳۸۸: ۳)، از این رو سیاست‌گذاران بر آن شدند تا تمرکزشان را از برنامه‌هایی که به صورت قاعده کلی برای رفاه خانواده‌ها بود و در آن مادر بودن مهم‌ترین نقش زن روستایی در فرایند توسعه فرض می‌شد، به سمت نظریه‌های دیگری که به پایگاه زنان روستایی به عنوان تولیدکننده توجه داشت، بپردازند (پاک‌بین، ۱۳۸۰: ۴۶)؛ بنابراین تلاش برای شناسایی هر چه دقیق‌تر و ارزش‌گذاری فعالیت‌های زنان روستایی و بیان راهکارهایی برای گسترش فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی از جمله الزامات در مسیر توسعه روستایی به شمار می‌آید (سروش‌مهر و همکاران، ۱۳۸۸: ۴).

مشاغل خانگی به عنوان یکی از زمینه‌های اشتغال زنان به ویژه در مناطق روستایی نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کند. بررسی مطالعاتی که در خصوص راهکارهای توسعه مشاغل خانگی انجام پذیرفته، نشان می‌دهد این راهکارها را می‌توان در پنج گروه طبقه‌بندی کرد. گروه اول، راهکارهای اجتماعی است.

در این زمینه، استفاده از آخرین یافته‌های آموزشی به منظور افزایش مهارت‌های فنی و تکنولوژیکی نیروهای فنی شاغل در منازل، زمینه توسعه کسب‌وکارهای خانگی را فراهم می‌آورد (رودگرزاد و کیاکجوری، ۱۳۸۹). آموزش عاملی است که دانش را به مهارت و مهارت را به تخصص تبدیل می‌کند که این امر نیز به نوبه خود موجب افزایش دقت و افزایش راندمان می‌شود. در بسیاری از موارد زنان روستایی صاحب مشاغل خانگی، تحصیلات آکادمیک نداشته و هیچ‌گونه آموزش حرفه‌ای در خصوص شغل خود دریافت نکرده‌اند؛ اما در زمینه شغلی خود مهارت کافی دارند و به یقین می‌توان گفت گنجاندن دانش مربوط می‌تواند زمینه‌ساز رونق و توسعه حرفه‌ای‌شان شود (حنیفر و همکاران، ۱۳۸۹). پیش‌بینی و اجرای برنامه‌های آموزشی از طریق ابزارهای رسانه‌ای (به ویژه رسانه ملی)، محصولات فرهنگی، مدارس و دانشگاه‌ها، کانون مشاوره خانواده و غیره میسر خواهد بود.

از دیگر راهکارهای اجتماعی مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی، احیای فرهنگ کار در خانواده‌هاست (کارگر شورکی، ۱۳۸۹)، گری^۱ (۲۰۱۲)، تپیل^۲ (۲۰۰۶)، آگهی و همکاران

1. Gray
2. Tipple

(۱۳۹۱)، یعقوبی‌فرانی و موحدی (۱۳۹۱)، پاپ زن و همکاران (۱۳۹۰)، احمدی و همکاران (۱۳۸۸)، خنیفر و همکاران (۱۳۸۹)، پیشگاهی فرد و همکاران (۱۳۸۹) نیز در مطالعات خود بر راهکارهای اجتماعی در توسعه مشاغل خانگی تأکید کرده‌اند.

گروه دیگر مربوط به راهکارهای حمایتی توسعه مشاغل خانگی است. در این زمینه، اختصاص وام‌های بلندمدت در دو سال ابتدایی می‌تواند عاملی مؤثر برای سازماندهی اشتغال خانگی زنان روستایی و برآورده شدن نیازهای زنان شاغل در عرصه روستا به صورت جمعی و کاهش ریسک به شمار آید (شایگان، ۱۳۸۹). به منظور موفقیت در این طرح باید طبق رویکرد برد-برد کار کرد. بیمه و فرهنگ‌سازی این امر که حق هر شهروند ایرانی است، می‌تواند به صورت یک کانال نظارتی مطرح باشد، زیرا وقتی فرد به عنوان یک کارفرمای کوچک خانگی به این حق خود اشراف پیدا کند، دیگر هیچ کارفرمایی نمی‌تواند او را به زیرزمینی برای بیگاری ببرد؛ بنابراین، با توجه به محوریت عدالت در کار در نظام جمهوری اسلامی، پوشش‌های تأمین اجتماعی از مهم‌ترین سیاست‌های دولت محسوب می‌شود و نباید تحت عنوان مشاغل خانگی به استعمار عده‌ای در زیرزمین محبوس پرداخته شود. استانداردهای بهداشتی محیط کار در مشاغل خانگی نیز باید رعایت شود و نباید اجازه داد که یک کارفرما به بهانه مشاغل خانگی یک زیرزمین نمود را اجازه کند تا از چشم اداره امور مالیاتی و سازمان تأمین اجتماعی و بازرسی وزارت کار دور باشد (چهار بالش، ۱۳۸۶). نتایج تحقیقات رانی‌موهانتی^۱ و همکاران (۲۰۱۳) و آلسوپ^۲ و همکاران (۲۰۰۵)، میر لطفی و همکاران (۱۳۹۳)، انتظاریان و طهماسبی (۱۳۸۹)، احمدی و همکاران (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که راهکارهای حمایتی نقش بسزایی در توسعه مشاغل خانگی ایفا می‌کنند.

راهکارهای نهادی با تشکیلات منسجم در گروه دیگر قرار دارد. فعالیت اقتصادی زنان و روی آوردن آن‌ها به فعالیت‌های کارآفرینانه بر دو گونه است: بر پایه ضرورت یا بر پایه فرصت که البته در کشورهای توسعه‌یافته، بیشتر بر پایه فرصت و در کشورهای رو به توسعه بیشتر بر پایه ضرورت است. به‌هرروی هر دو گروه کارآفرینان به دلایل گوناگون از جمله بیکاری، کاهش دستمزدها و غیره وارد عرصه کارآفرینی می‌شوند (گلرد، ۱۳۸۶).

در نهایت می‌توان به راهکارهای بازاریابی اشاره کرد. در این زمینه سیاست‌های حمایتی در خصوص بازاریابی، بازاریابی و تبلیغات، توسعه صادرات تولیدات خانگی و غیره می‌تواند زمینه‌ساز توسعه مشاغل خانگی باشد (رودگرنژاد و کیاکجوری، ۱۳۸۹). ارتقای

1. Mohanty
2. Alsop

شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، بسترسازی حقوقی متناسب (کارگر شورکی، ۱۳۸۹)، برگزاری نمایشگاه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی که افزون بر بازاریابی و بازار رسانی تولیدات زنان روستایی و عشایری باعث ایجاد حس خودباوری و اعتماد در زنان می‌شود (پیشگاهی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۹) از جمله اقداماتی است که در این زمینه می‌تواند انجام گیرد. نتایج بررسی‌های ادوارد^۱ (۲۰۱۰)، پاپ زن و همکاران (۱۳۹۰)، بیگدلی و شاملو (۱۳۸۹) نیز مؤید همین مطلب بوده و نشان می‌دهد راهکارهای بازاریابی نقش مهمی در توسعه مشاغل خانگی ایفا می‌کنند.

از دیگر راهکارها می‌توان به تأمین منابع مالی اشاره کرد (خزاعی، ۱۳۷۸). افزایش تعداد و مبلغ وام‌ها سبب افزایش سطح تولید می‌شود و امکان بالا رفتن سطح فناوری واحدهای تولیدی را فراهم می‌آورد و این دو، درآمد روستایی را بالا می‌برند که در نتیجه آن سطح رفاه روستاییان افزایش می‌یابد. از سوی دیگر افزایش سطح تولید زمینه را برای اشتغال‌زایی بیشتر فراهم می‌آورد (سید امیری، ۱۳۸۷)؛ بنابراین پرداخت وام از سوی واحدهای اعتباری برای گسترش مشاغل کوچک و خانگی، یکی از راه‌های کمک به روستاییان فقیر است. برای پرداخت وام به این مشاغل به واحدهایی نیاز است که به نظام بانکی و صندوق‌های قرض‌الحسنه شباهتی ندارند، زیرا بخشی از سرمایه صندوق با مشارکت وام‌گیرندگان و بخش دیگر آن نیز از سوی دولت تأمین و توزیع آن با تصمیم‌گیری صاحبان سرمایه انجام می‌شود. به همین دلیل این واحدها، صندوق مشارکت زنان روستایی نام‌گذاری شده است. به منظور پدید آوردن واحدهای اعتباری کوچک و جدا از هم برای زنان روستایی نیاز است از یک سو روستاهای واجد شرایط مشخص شده و از سوی دیگر در این روستاها باید بیش از ۵۰۰ خانوار ساکن باشند تا بتوان از مجموع سرمایه جمع‌آوری‌شده به متقاضیان وام پرداخت کرد، همچنین در روستای یادشده بانک یا صندوق قرض‌الحسنه‌ای وجود نداشته باشد، چون ممکن است در پیدایش واحدهای اعتباری تأثیر منفی بگذارد، افزون بر این سطح سواد روستاییان نسبت به دیگر روستاها بالاتر باشد تا زمینه مشارکت بهتر را فراهم آورد و سطح درآمد نیز در حدی باشد که پس‌انداز مبلغی کم امکان‌پذیر باشد. اگرچه چنین آماری برای همه روستاها وجود ندارد ولی ارزش تولیدات هر روستا که در آمارگیری‌های کشاورزی انجام می‌شود، می‌تواند قابل‌استفاده باشد، نیاز است هنگامی که روستاهای واجد شرایط انتخاب شدند، در زمینه تأسیس صندوق مشارکت، با زنان روستایی صحبت شده و آن‌ها را به این امر ترغیب

کرد. پس از آن که موافقت آنان به دست آمد، چند نفر از زنان روستایی علاقه‌مند را که فرصت بیشتر و سواد بالاتری دارند را انتخاب کرد تا آموزش‌های مقطعی و کوتاه‌مدت به آن‌ها داده شود (خزاعی، ۱۳۷۸). در مطالعات روبن و کوئین^۱ (۲۰۱۵)، والتر^۲ (۲۰۰۶)، هستریچ^۳ (۲۰۰۲)، تقی‌بیگی و همکاران (۱۳۹۳)، آگهی و همکاران (۱۳۹۱) و خنیفر و همکاران (۱۳۸۹) تأمین منابع مالی از مهم‌ترین راهکارهای توسعه مشاغل خانگی شناخته شده است.

روش تحقیق

روش‌شناسی این مطالعه کیفی است، در گام اول به شکل اسنادی و کتابخانه‌ای به شناسایی و گردآوری راهکارهای توسعه مشاغل خانگی از بین گزارش‌های رسمی، کتب، تحقیقات و مقالات مرتبط داخلی و خارجی پرداخته شد و در گام بعد با علم بر این موضوع که در دستیابی به هدف اصلی این مطالعه، کسب اطلاعات دقیق و طراحی مدل‌های ریاضی و آماری معتبر با محدودیت‌های جدی مواجه خواهد بود، از روش دلفی^۴ (محاسبه سه شاخص اجماع، اهمیت و اولویت) استفاده شد. می‌توان مهم‌ترین دلیل این انتخاب را در به وجود آوردن اجماع در بین صاحب‌نظران و متولیان اجرایی در طراحی راهکارهای عملیاتی و کاربردی توسعه کسب و کارخانگی با اعتبار بالا دانست. فرایند اجرای روش دلفی در این مطالعه به شرح زیر بوده است: ابتدا شرکت‌کنندگان (جدول ۱) در این مطالعه که شامل کارشناسان مشاغل خانگی در ادارات و سازمان‌های مربوطه در شهرستان اراک از جمله معاونت عمرانی استانداری مرکزی، اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی، کمیته امداد امام خمینی در سطح استان و شهرستان، سازمان صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان جهاد کشاورزی استان و شهرستان، سازمان فنی و حرفه‌ای، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان، صندوق مهر امام رضا علیه‌السلام، جهاد دانشگاهی و مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان مرکزی بودند، انتخاب و از آنان خواسته شد راهکارهای عملیاتی توسعه کسب و کارخانگی را که برآمده از مرحله اول مطالعه (مطالعات کتابخانه‌ای) و دسته‌بندی‌های مربوط به آن بود، به تشریح بیان کنند تا از خلال این بخش به اجماع و توافق نظر در باب ابعاد مختلف توسعه مشاغل خانگی نائل آیم. پس از تحلیل اولیه پاسخنامه‌ها، در مرحله اول و دستیابی به نتایج شرکت‌کنندگان بر حسب میانه پاسخ گروه، مرحله دوم برای مشخص ساختن شدت سازگاری

1. Reuben & Queen
2. Walter
3. Histrich
4. Delphi method

یا ناسازگاری با میانگین پاسخ‌های گروه و همچنین دستیابی به میزان اجماع و اهمیت ابعاد و خرده‌ابعاد راهکارهای توسعه مشاغل خانگی انجام پذیرفت. در مرحله سوم همچون مرحله قبل، بار دیگر بازخورد نتایج به شرکت‌کنندگان بر حسب میانه پاسخ گروه و همچنین تعیین میزان اهمیت و اولویت‌بندی شاخص‌ها ارسال و باز تحلیل شد. لازم به ذکر است پاسخگویان هر سه مرحله و هر مرحله شامل ۳۶ نفر از صاحب‌نظران آکادمیک و همچنین متولیان و کارشناسان اجرایی مشاغل خانگی در ادارات و نهادهای مربوطه که طبق نظر هارتموت اسر^۱ از توازن اجتماعی^۲ و وابستگی قشری تقریباً مشابه برخوردار بودند، به روش تصادفی و هدفمند انتخاب شدند. ویژگی‌های حرفه‌ای کارشناسان مشاغل خانگی حاکی از آن بود که ۳۱ نفر از مشارکت‌کنندگان در حوزه‌های اجرایی مشاغل خانگی و ۵ نفر نیز در حوزه مطالعاتی مشاغل خانگی فعالیت دارند. مشخصات کارشناسان در جدول ۱ آورده شده است. در نهایت بر اساس نتایج این پرسشنامه‌ها و بر اساس فرایند منطقی روش دلفی به میزان اجماع، اهمیت و اولویت هر یک از راهکارهای بیان‌شده در مدل تحقیق نائل شدیم.

جدول ۱. ویژگی‌های حرفه‌ای کارشناسان مشاغل خانگی در ادارات متولی

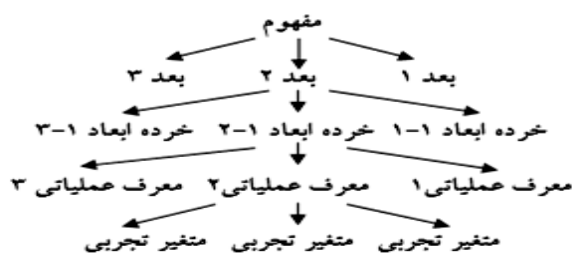
کارشناسان و متولیان			محل فعالیت
حوزه فعالیت	درصد	فراوانی	
اداره تسهیلات، مدیریت ترویج، توسعه روستایی، زنان روستایی، معاونت برنامه‌ریزی استان	۰/۲۵	۹	سازمان جهاد کشاورزی استان مرکزی
اداره طرح و برنامه	۲/۷۷	۱	اداره جهاد کشاورزی شهرستان اراک
دفتر امور روستایی، امور زنان	۱۳/۸۸	۵	استانداری معاونت عمرانی برنامه‌بودجه استان
اداره اشتغال	۵/۵۵	۲	اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی استان مرکزی
اداره اشتغال مهارت	۲/۷۷	۱	اداره صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری
اداره فرش، جهاد اقتصادی	۸/۳۳	۳	سازمان صنعت و معدن
معاونت صندوق، مسئول نظارت	۵/۵۵	۲	صندوق مهر امام رضا (علیه‌السلام)
اداره اشتغال	۸/۳۳	۳	کمیته امداد امام خمینی (ره) استان مرکزی
اداره خودکفایی	۱۱/۱۱	۴	کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان اراک
اداره اشتغال	۲/۷۷	۱	سازمان فنی و حرفه‌ای استان مرکزی
امور مطالعات اقتصادی و اجتماعی	۸/۳۳	۳	جهاد دانشگاهی استان مرکزی
اقتصاد و توسعه روستایی	۵/۵۵	۲	مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان مرکزی
	۱۰۰/۰	۳۶	جمع

1. H. Esser
2. sociability

یافته‌های تحقیق

فرایند شناسایی راهکارهای توسعه مشاغل خانگی

مدل در نظر گرفته شده تحقیق برای شناسایی راهکارهای توسعه کسب و کار خانگی با تکیه بر فرایند شاخص سازی تا سطح سوم، بر اساس مدل رسم شده در شکل ۱ صورت پذیرفته است.



شکل ۱. مدل تحقیق

این مطالعه به منظور تحلیل و دستیابی موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی، با استفاده از فرایند چندمرحله‌ای تکنیک دلفی، به محاسبه سه شاخص (اجماع، اهمیت و اولویت) پرداخته است.

نحوه محاسبه شاخص اجماع: این شاخص نشان‌دهنده این موضوع است که صاحب‌نظران آکادمیک و کارشناسان اجرایی مشاغل خانگی تا چه حد نسبت به موانع و راهکارهای بیان شده اجماع نظر و توافق دارند. لازم به ذکر است چهارگانه راهکارهای عملیاتی بیان شده از طریق مطالعات اسنادی (مرحله اول) به دست آمده‌اند؛ اما برای رسیدن به اجماع در زمینه شناسایی راهکارها و معرفی این فرایند ۴ سؤال تشریحی به شکل زیر طراحی شد:

الف) با این خرده‌بعد کاملاً موافقم (ب) با این خرده‌بعد تا حدی موافقم

ج) با این خرده‌بعد تا حدی مخالفم (د) با این خرده‌بعد کاملاً مخالفم

تعداد پاسخ‌ها به گزینه الف * ۲ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه ب * ۱ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه ج * (-۱) + تعداد پاسخ‌ها به گزینه د * (-۲)

تعداد کل پاسخ‌ها به گزینه الف تا ه

هر چه شاخص اجماع به صفر نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده تشتت آرا در باب خرده‌ابعاد انتخابی برای سنجش بعد مورد نظر است. از سوی دیگر هر چه مقدار شاخص اجماع از صفر دورتر باشد، نشانگر توافق بر سر موضوع مورد نظر است. در این مطالعه مقدار شاخص اجماع بر برداری (از ۲+ تا ۲-) نشان داده شده است تا میزان اجماع خبرگان کاملاً مشخص شود.

نحوه محاسبه شاخص اهمیت: این شاخص نشان‌دهنده میزان اهمیتی است که پاسخگویان برای هر یک از متغیرهای ذکر شده قائل‌اند. این شاخص در مرحله دوم تکنیک دلفی و پس از حصول به نتایج شاخص اجماع در باب شناسایی راهکارها به کار می‌رود. در این مرحله از میزان اهمیت خرده‌ابعاد و معرف‌های عملیاتی برآمده از آن با چهار گزینه «زیاد، متوسط، کم، بی‌اهمیت» نظرخواهی شد که هر یک از پاسخگویان می‌توانستند یکی از گزینه‌ها را انتخاب کنند. شاخص اهمیت نیز به صورت زیر محاسبه شده است:

تعداد پاسخ‌ها به گزینه زیاد * ۱۰۰ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه متوسط * ۵۰ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه کم * ۲۵ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه بی‌اهمیت *

تعداد کل پاسخ‌ها

نحوه محاسبه شاخص اولویت: از این شاخص برای اولویت‌بندی هر کدام از راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در سومین مرحله استفاده شده است. در این مرحله پس از تجزیه و تحلیل مراحل قبل، از نخبگان مورد مطالعه، درباره میزان اولویت مفاهیم مورد اجماع و دارای اهمیت نظرخواهی شد و آن‌ها پاسخ‌های خود را با انتخاب یکی از گزینه‌های «اولویت زیاد، اولویت متوسط و اولویت کم» بیان کردند. شاخص اولویت نیز به صورت زیر محاسبه شده است:

تعداد پاسخ‌ها به گزینه اولویت زیاد * ۱۰۰ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه اولویت متوسط * ۵۰ + تعداد پاسخ‌ها به گزینه اولویت کم * ۲۵ +

تعداد کل پاسخ‌ها

هر چه شاخص اولویت هر یک از خرده‌ابعاد به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده اولویت بیشتر این موضوعات و از سوی دیگر هر چه نمره شاخص به صفر گرایش داشته باشد، بیانگر اولویت کمتر موضوعات مورد نظر خبرگان بوده است. در زیر به تحلیل و تبیین هر یک از ابعاد چهارگانه توسعه مشاغل خانگی به انضمام تفکیک‌های برآمده از پرسشنامه در سطوح مختلف ساختن متغیرها پرداخته شده است.

۱. راهکارهای اجتماعی - نهادی

۱.۱. آموزش زنان روستایی شاغل در زمینه مشاغل خانگی

در زمینه توسعه کسب‌وکار خانگی، آموزش بجای عامل زمینه‌ای بودن عاملی است مبدل که در صورت وجود می‌تواند به عنوان عاملی تلقی شود که دانش را به مهارت و مهارت را به تخصص تبدیل کند. این به نوبه خود موجب افزایش دقت و راندمان و بهره‌وری بیشتر

می‌شود. این امر بر همگان کاملاً روشن و آشکار شده که در بسیاری از موارد زنان روستایی صاحب مشاغل خانگی تحصیلات آکادمیک نداشته و هیچ‌گونه آموزش حرفه‌ای در خصوص شغل خود دریافت نکرده‌اند، اما مهارت کافی در زمینه شغل خود دارند و به یقین می‌توان بیان کرد گنجاندن دانش مربوط می‌تواند زمینه‌ساز رونق و توسعه حرفه‌ای‌شان را فراهم آورد.

۲.۱. تقویت ساختار رقابتی، نهادی و محیطی

محیط کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی اثر متقابل بر یکدیگر دارند، بدین معنا که محیط مناسب، احتمال وقوع رفتار کارآفرینانه را افزایش می‌دهد و ایجاد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی، نیز می‌تواند به بهبود فضای کسب‌وکار منجر شود. نظریه سه‌شاخه‌گی پتی گرو بیان می‌دارد که هر رفتاری تابع زمینه و ساختاری است. حال اگر هدف، ایجاد رفتار کارآفرینانه باشد، می‌بایست، ساختارها و زمینه‌های مؤثر در رفتار کارآفرینانه شناسایی شوند، این عوامل با وضعیت ایدئال مقایسه شوند تا بتوان برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام داد. لذا هر چه محیط کسب‌وکار در یک کشور مساعدتر باشد، احتمال ایجاد و رشد کسب‌وکارهای موجود بالاتر می‌رود.

۳.۱. فرهنگ‌سازی در اشتغال خانگی

به منظور موفقیت در این طرح باید یاد بگیریم طبق رویکرد برد-برد کار کنیم. بیمه و فرهنگ‌سازی این موضوع که بیمه حق هر شهروند ایرانی است، می‌تواند به صورت یک کانال نظارتی مطرح باشد، زیرا وقتی فرد به حقوق خود اشراف پیدا می‌کند، دیگر هیچ کارفرمایی نمی‌تواند او را به زیرزمینی برای بیگاری ببرد. با توجه به اینکه در نظام جمهوری اسلامی، محور کار عدالت است، پوشش‌های تأمین اجتماعی از مهم‌ترین سیاست‌های دولت محسوب می‌شود و نباید تحت عنوان مشاغل خانگی به استثمار عده‌ای در زیرزمین محبوس پرداخته شود. استاندارهای بهداشتی محیط کار در مشاغل خانگی نیز باید رعایت شود و نباید اجازه داد که یک کارفرما به بهانه مشاغل خانگی، زیرزمینی‌نمور را اجازه کند تا از چشم اداره امور مالیاتی و سازمان تأمین اجتماعی و بازرسی وزارت کار دور باشد. چهاربالش (۱۳۸۶) در یافته‌های خود به نتایج مشابهی دست یافت.

۴.۱. تقویت ویژگی‌های شخصیتی

ارتقای روحیه آزادی و استقلال عمل در افراد به عنوان یکی از پیامدهای توسعه مشاغل خانگی در حوزه فردی است. پیش‌بینی و اجرای برنامه‌های ترویجی و آموزشی با هدف ارتقای دانش، بینش و مهارت اعضای خانواده‌های ایرانی به ویژه بانوان برای آماده‌سازی بستر

خانواده در مسیر پذیرش مسئولیت مشاغل خانگی ضروری به نظر می‌رسد که از طریق ابزارهای رسانه‌ای (به ویژه رسانه ملی)، محصولات فرهنگی، مدارس و دانشگاه‌ها، کانون مشاوره خانواده و غیره میسر خواهد بود. ایجاد شرایط و فضای مناسب برای شکل‌گیری و فعال شدن تعاونی‌های خانوادگی نیز می‌تواند تأثیرات توسعه مشاغل خانگی را تقویت کند. نتایج مطالعات کارگر شورکی (۱۳۸۹) و بیگدلی‌شاملو (۱۳۸۹) با نتیجه حاصل از این بخش همخوانی دارد. لازم به ذکر است معرف‌های عملیاتی هریک از خرده‌ابعاد فوق که توسط صاحب‌نظران و متولیان اجتماعی در این مطالعه انتخاب و میزان اهمیت آن‌ها تأیید شد، به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲. شاخص‌های اجماع، اهمیت راهکارهای اجتماعی - نهادی توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی

خرده ابعاد	شاخص اجماع	شاخص اهمیت	معرف‌های عملیاتی
آموزش	۰/۲۵	۶۲/۵	آشنایی ساده‌تر با مشاغل خانگی از طریق آموزش به فرزندان، ارائه آموزش‌های حرفه‌ای قبل از اعطای تسهیلات بانکی
تقویت ساختار رقابتی، نهادی و محیطی	۰/۲۸	۹۲/۸۷	ایجاد شبکه ارتباط کاری، برگزاری جشنواره، ایجاد پشتیبان و عامل توسعه، ایجاد تشکیلات منسجم، تعریف استاندارد برای تولیدات، آشنا کردن افراد با شیوه‌های تبلیغی، تقویت جایگاه خاص و دائم برای مشاغل خانگی
تقویت و ترغیب فرهنگ کارآفرینی	۰/۶۶	۱۰۰	فرهنگ‌سازی در حوضه مشاغل خانگی، ترویج فرهنگ مصرف تولیدات خانگی، فعالیت مداوم تعاونی‌ها برای ترویج کسب‌وکار آسان و پرسود
تقویت ویژگی‌های شخصیتی و مهارت‌های فردی	۱/۵	۷۵	ارتقای مهارت افراد قبل از اعطای تسهیلات، برگزاری همایش‌ها برای توسعه خلاقیت‌های شغلی، ایجاد اعتمادبه‌نفس و تقویت ویژگی‌های شخصی شاغلان، شناسایی و حمایت از دانش بومی و تلفیق با تکنولوژی نوین

۲. راهکارهای اقتصادی - حمایتی

۱.۲. حمایت‌های ساختاری و بیمه‌ای

با توجه به نقش و اهمیت غیر قابل انکار مشاغل خانگی در چرخه اقتصاد، حمایت از آن نیز یکی از ملزومات این فرایند محسوب می‌شود. یکی از روش‌های مؤثر برای حمایت از مشاغل خانگی، راه‌اندازی مشاغل با در نظر گرفتن ظرفیت‌ها و مزیت‌های نسبی در هر روستاست؛ به نحوی که تمامی زنان روستایی بر تولید جمعی آن محصول به توافق نظر برسند. چنین اقدامی موجبات فراهم آمدن نتایجی همچون تأمین و افزایش امنیت شغلی ساکنان می‌شود.

۲.۲. سیاست‌های حمایتی در بازاریابی

تولیدکنندگان محصولات خانگی باید بدانند مشتریان و بازار هدفشان چه کسانی‌اند. ایجاد روابط با مشتری عاملی مهم در یک کسب‌وکار است. محصولات و خدمات فروخته‌شده

باید توسط کانال‌های توزیع ایجادشده به وسیله شرکت به دست مشتریان برسند. این مسئله می‌تواند هم به وسیله ابزارهای ساده‌ای مانند خدمات پستی انجام شود و هم اینکه توسط یک شرکت بزرگ حمل و نقل که محصولات شرکت را در سراسر کشور پخش می‌کند، صورت پذیرد؛ اما چنین اقداماتی نیازمند اتخاذ تدابیری همچون حمایت‌های دولت در زمینه بازاریابی، یکنواخت کردن قیمت مواد اولیه به گونه‌ای که زمینه رقابت سالم در بازار فراهم شود، هدایت کردن گردشگران در روستاها به سمت تولیدات خانگی، تشکل بازارهای هفتگی در شهرها و همچنین برگزاری نمایشگاه‌های تولیدات خانگی است. حمایت‌های مادی و اختصاص وام‌های بلندمدت با توجه به نقش مؤثر مشاغل خانگی در توسعه اقتصادی روستا می‌تواند عاملی مؤثر برای سازمان‌دهی اشتغال خانگی زنان روستایی و برآورده شدن نیازهای زنان شاغل در عرصه روستا به صورت جمعی و کاهش ریسک با فعالیت گروهی به شمار آید.

۳.۲. تأمین منابع مالی مورد نیاز

سیاست‌های پولی و مالی برای تأمین نیازهای مالی و اعتباری از طریق افزایش سقف تسهیلات به متقاضیان، تأمین سرمایه با سود کم و دوره تنفس بالا به نحوی که تولیدکنندگان بهره‌وری لازم رسیده باشند و بتوانند اقساط وام را پرداخت کنند، جلب مشارکت اقتصادی سرمایه‌گذاران از طریق بازدید از روستاها، مشاغل موجود و توانایی‌های زنان، تشکیل صندوق مشارکت زنان روستایی برای تأمین سرمایه مورد نیاز همراه با مشارکت وام‌گیرندگان و ضمانت گروهی زنان روستایی در قالب تعاونی‌های زنان برای دریافت تسهیلات می‌تواند به عنوان راهکاری مؤثر زمینه‌ساز گسترش و توسعه کسب‌وکارهای خانگی شوند. نتایج مطالعات خزاعی (۱۳۷۸) نیز نتیجه این بخش را تأیید می‌کند.

۴.۲. بهبود قوانین و رویه‌های کاری

مهمترین مانع راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار خانگی، وجود مقررات دست و پاگیر دولتی در زمینه اخذ مجوز و همچنین تعدد متولیان مشاغل خانگی است که این امر موجب سردرگمی متقاضیان می‌شود. لازم به ذکر است، معرف‌های عملیاتی هر یک از خرده‌ابعاد فوق که توسط صاحب‌نظران و متولیان در این مطالعه انتخاب و میزان اهمیت آن‌ها تأیید شد، به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳. شاخص اجماع، اهمیت راهکارها اقتصادی- حمایتی توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی

معرف‌های عملیاتی	شاخص اهمیت	شاخص اجماع	خرده ابعاد
راه‌اندازی مشاغل خانگی با توجه به ظرفیت‌های موجود، برطرف کردن نقاط ضعف و تضمین امنیت شغلی، برقراری پوشش بیمه برای شاغلان، تشکیل گروه‌های هدف برای حمایت، در نظر گرفتن بیمه محصولات خانگی، فراهم کردن ابزار و تجهیزات پیشرفته جهت سرعت بخشیدن به کار، تصویب تولید جمعی در هر روستا.	۷۸/۵۷	۰/۴۲	حمایت‌های ساختاری و بیمه‌ای
تشکیل بازارهای هفتگی، برگزاری نمایشگاه جهت فروش تولیدات، حمایت‌های دولت در زمینه بازاریابی و بازاریابی، یکنواخت کردن قیمت مواد اولیه، هدایت گردشگران به سمت خرید در محل عرضه.	۸۰	۰/۸	سیاست‌های حمایت در بازاریابی
افزایش سقف تسهیلات، تشکیل صندوق مشارکت، جلب مشارکت اقتصادی سرمایه‌گذاران، تأمین سرمایه با سود کم، ضمانت گروهی افراد.	۷۰	۰/۶	تأمین منابع مالی موردنیاز
اصلاح قوانین مربوط به دریافت تسهیلات، رفع موانع در صدور مجوزهای بهداشتی.	۶۲/۵	۲	بهبود قوانین و رویه‌های کاری

نتیجه‌گیری

توسعه کسب‌وکارهای خانگی به نسبت سایر کسب‌وکارها کم‌هزینه‌تر و ریسک‌پذیری کمتری دارد و می‌تواند منافع بی‌شماری را نصیب زنان روستایی کند. علاوه بر این، با توجه به ناتوانی بخش کشاورزی در اشتغال‌زایی کافی برای نیروی کار، توسعه اشتغال غیر کشاورزی به ویژه برای گروه‌های کم‌زمین یا فاقد زمین که برای تأمین نیازهای زندگی درآمد کافی ندارند، از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به این مهم، بر آن شدیم تا با استفاده از روش کیفی (تکنیک دلفی) به بررسی و شناسایی راهکارهای عملیاتی توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اراک بپردازیم. بر اساس نتایج محاسبات شاخص اجماع، اهمیت و اولویت این‌گونه استنباط شد که در مسیر شناسایی راهکارهای توسعه کسب و کار خانگی، دستیابی به شاخص اجماع بر سر ابعاد و خرده‌ابعاد در نظر گرفته‌شده، در میان پاسخگویان توافق نظر وجود دارد؛ اما درجه توافق بر خرده‌بعد «بهبود قوانین و رویه‌های کاری» از جمله دسته-بندی‌های مربوط به راهکارهای اقتصادی- حمایتی از درجه اعتبار بالایی (با نمره ۲) برخوردار است. این امر نشان از توافق نظر پاسخگویان در اصلاح قوانین مربوط به دریافت تسهیلات و رفع موانع در صدور مجوزهای بهداشتی است. همچنین شاخص اجماع به‌دست‌آمده در خرده‌بعد «تقویت ویژگی‌های شخصی و مهارت‌های فردی» (با نمره ۱/۶) بالاترین رتبه را در میان راهکارهای اجتماعی- نهادی ارائه‌شده دارد و حاکی از توافق نظر پاسخگویان در زمینه راهکارهای عملیاتی نظیر ارتقای مهارت افراد قبل از اعطای تسهیلات، برگزاری همایش‌ها به منظور توسعه خلاقیت‌های شغلی، ایجاد اعتمادبه‌نفس، شناسایی و حمایت از دانش بومی

خواهد بود. هرچند در محاسبه شاخص اولویت نیز نتایج تقریباً یکسان و برابری به دست آمد، خرده‌بعد «تقویت و ترغیب فرهنگ کارآفرینی» (با نمره ۱۰۰) بالاترین میزان اهمیت را در میان سایر ابعاد اجتماعی- نهادی مطرح شده دارد. در محاسبه شاخص اهمیت راهکارهای اجتماعی- نهادی نیز خرده‌بعد «سیاست‌های حمایت در بازاریابی» (با نمره ۸۰) بالاترین میزان اهمیت را داراست. در بررسی نتایج محاسبات شاخص اولویت نیز، بالاترین میزان اولویت خرده‌بعد مطرح شده در زمینه راهکارهای اجتماعی- نهادی خرده‌بعد «تقویت ساختار رقابتی، نهادی و محیطی» (با نمره ۷۸/۵۷) و «همچنین بهبود قوانین و رویه‌های کاری» (با نمره ۱۰۰) بالاترین اولویت را از دیدگاه پاسخگویان در میان سایر خرده‌بعد مطرح شده اقتصادی حمایتی در مسیر توسعه کسب‌وکار خانگی داراست. لازم به ذکر است عمق واکاوی مفهوم توسعه کسب و کار خانگی در این مطالعه در سه سطح «ابعاد، خرده ابعاد، معرف‌های عملیاتی» مطرح بوده است.

بیان راهکارها

از دیدگاه کارشناسان، راهکارهای حمایتی نظیر در نظر گرفتن بیمه تولیدات برای حمایت از شاغلان؛ فراهم کردن ابزار و تجهیزات پیشرفته به منظور افزایش کیفیت محصولات و سرعت در کار موارد مورد اجماع کارشناسان بوده و بالاترین میزان شاخص اولویت را نیز به خود اختصاص داده‌اند که نشان‌گر آن است که این موارد از دیدگاه کارشناسان در مقایسه با سایر موارد از ارجحیت بالایی برخوردارند. کارشناسان معتقد بودند راهکارهای رقابتی همچون ارائه راهکارهایی از طرف دولت برای افزایش بازاریابی تولیدات خانگی و تعریف استانداردهای لازم برای تولید محصولات باکیفیت که موردپسند بازار باشد، برقراری ارتباط بین تولیدکنندگان، برگزاری جشنواره‌ای تولیدات خانگی به منظور افزایش رقابت سالم بااهمیت‌ترین راهکارهای شناسایی شده‌اند که با تقویت ساختار رقابت بین تولیدکنندگان امکان بهره‌گیری تمامی تولیدکنندگان از امکانات موجود فراهم خواهد شد. بر اساس نتایج مطالعه دلفی صورت گرفته می‌توان راهکارهای عملیاتی و کاربردی زیر را برای توسعه مشاغل خانگی پیشنهاد کرد:

- پیش از آن که تسهیلاتی برای آغاز فعالیت پرداخت شود، مهارت‌های فردی متقاضیان در زمینه کسب‌وکار همگام با رشد خلاقیت شغلی مطابق با تکنولوژی قابل‌رقابت با بازار افزایش یابد و تحقق این امر جز با در نظر گرفتن و حمایت دانش بومی کاربران مسیر

- نخواهد بود. واضح است در صورتی که این عوامل فردی فراهم شود، اعتماد به نفس زنان روستایی در ارائه طریق راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار خانگی افزایش خواهد یافت.
- بهبود قوانین و رویه‌های کاری از طریق اصلاح قوانین مربوط به دریافت تسهیلات، رفع موانع در صدور مجوزهای بهداشتی حاصل شود.
 - مشاغل خانگی با توجه به مزیت نسبی و همچنین ظرفیت‌های موجود در هر روستا راه‌اندازی شوند و با تشکیل گروه‌های هدف برای حمایت، ابزار تجهیزات پیشرفته کار به منظور بالا بردن بهره‌وری فراهم شود و از این طریق مانع انحراف مصرف وام پرداختی در مسیری دیگر غیر از کسب‌وکار خانگی شود.
 - با برقراری پوشش بیمه مناسب موجبات پایداری کسب و کار خانگی و تضمین امنیت شغلی شاغلان فراهم شود.
 - سیاست‌های حمایتی به منظور رونق و توسعه کسب و کار خانگی همچون تشکیل بازارهای هفتگی، برگزاری نمایشگاه برای فروش تولیدات، یکنواخت کردن قیمت مواد اولیه، هدایت گردشگران به سمت خرید در محل عرضه و... نیز به کار رود.
 - با برقراری شبکه ارتباط کاری بین تولیدکنندگان محصولات خانگی مرتبط، زمینه ایجاد تشکیلات منسجم مانند تشکل‌ها و تعاونی‌ها و خوشه‌های کارآفرینی زنان فراهم شود تا از این طریق شاخص‌هایی برای تولید محصول استاندارد حاصل شود. به علاوه جایگاه مشاغل خانگی تثبیت و دائمی شود. تمامی این فعالیت‌ها را پشتیبان یا عامل توسعه کسب‌وکار خانگی جهت‌دهی و تا مرحله بازاریابی و بازاریابی تولیدات خانگی فرد شاغل در کسب و کار خانگی را هدایت می‌کند.

منابع

- احمدی، ن. باغبان، ا. و فاتحی زاده، م. (۱۳۸۸). کسب‌وکارهای خانگی راهی به سوی اشتغال‌زایی زنان و کارآفرینی در خانه. همایش نقش زن در توسعه علوم، فرهنگ و تمدن اسلامی، تاریخ، تهران، صفحه ۸.
- احمد پورداریانی، م. و مقیمی، م. (۱۳۸۰). نقش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک. مجله تدبیر، شماره ۱۱۳.
- آزادارمکی، ت. شهبازی، ز. و مبارکی، م. (۱۳۹۱). بررسی و شناسایی شاخص‌های کاربردی توسعه اجتماعی (با استفاده از تکنیک دلفی). فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، ۱ (۱): ۲۳-

- آگهی، ح. میرک‌زاده، ع. ا. و تقی‌بیگی، م. (۱۳۹۱). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی. *فصلنامه زن و جامعه*، ۳ (۳): ۲۰۲-۱۸۱.
- انتظاریان، ن. و طهماسبی، ط. (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران. *ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی*، ۱۲۷: ۹۸-۷۸.
- بیگدلی شاملو، ا. (۱۳۸۹). *ساماندهی فعالیت مشاغل خانگی در قالب تعاونی‌های تأمین نیاز مشاغل*. دفتر تعاونی‌های توزیعی وزارت تعاون.
- پاپ‌زن، ع. ح. خالدی، خ. سلیمانی، ع. (۱۳۹۰). ارزشیابی آموزش‌های فنی حرفه‌ای زنان روستایی در زمینه صنایع دستی. *فصلنامه علمی- پژوهشی جامعه‌شناسی زنان*، شماره سوم. صص ۲۱-۳۷.
- پاک‌بین، ن. (۱۳۸۰). مشارکت زنان روستایی در توسعه. *نشریه بزرگر*، دوره ۲۲، شماره ۸۵۲، صص ۴۸-۴۵.
- پیشگاهی‌فرد، ز. و ام‌البین، پ. (۱۳۸۹). آینده‌پژوهی وضعیت اشتغال زنان در منطقه خاورمیانه با تأکید بر جایگاه ایران. *پژوهش زنان*، ۷ (۳): ۱۰۶-۸۹.
- تقی‌بیگی، م. آگه، ح. و میرک‌زاده، ع. ا. (۱۳۹۳). بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب. *پژوهش‌های روستایی*، دوره ۵ (۲): ۳۱۰-۲۸۳.
- چهاربالش، م. (۱۳۸۶). مشاغل خانگی، چالش‌ها، راهکارهای صنعت کفش. *مجله صنعت کفش*، سال چهاردهم، مهرماه ۱۳۸۶، شماره ۱۱۸، صص ۱۹-۱۵.
- خزاعی، ع. (۱۳۷۸). *صندوق مشارکت زنان روستایی. اقتصاد کشاورزی و توسعه*، شماره ۲۶، صص ۲۴۵-۲۵۹.
- خنیفر، ح. احمدی‌آزم، ه. و زمانی‌فر، م. (۱۳۸۹). *نقش انگیزه و عوامل جمعیت‌شناختی در کارآفرینی خانگی*. اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی، صص ۶۱-۵۶.
- رودگرنژاد، ف. و کیاچوری، ک. (۱۳۸۹). *چالش‌ها و موانع توسعه کسب و کارهای خانگی*. اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی چالش‌ها-راهکارها، تهران، صص ۱۴۳-۱۳۵.
- سروش‌مهر، ه. رفیعی، ح. کلانتری، خ. و شعبانعلی‌فمی، ح. (۱۳۸۸). *بررسی پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی و عوامل مؤثر بر بهبود آن (مطالعه موردی: شهرستان همدان)*. *پژوهش‌های روستایی*، سال ۱، شماره ۱، صص ۱۶۵-۱۴۳.
- سیدامیری، ن. (۱۳۸۷). *بررسی و تعیین عوامل مؤثر در رشد و توسعه کسب و کارهای خانگی در استان تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- قلی‌زاده، ا. (۱۳۸۷). *بررسی علل نادیده گرفتن نقش زنان روستایی در فرایند توسعه کشورهای در حال توسعه. اقتصاد کشاورزی و توسعه*، سال هفتم، شماره ۲۷، پائیز ۸۷.
- کارگر شورکی، ه. (۱۳۸۹). *توسعه مشاغل خانگی راهبردی مطمئن در پیگیری نهضت همت مضاعف کار مضاعف*. اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی، صص ۱۷۶-۱۴۷.

- گلرد، پ. (۱۳۸۶). ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی. سال ۱۱، شماره ۴۴، صص ۳۶۷-۲۵۹.
- میرلطفی، م. ر. علوی‌زاده، ا. م. و بدخش، ی. (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی (مطالعه موردی روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۳ (۵): ۱۱-۱.
- نیرومند، پ. و سجدیان جزی، س. (۱۳۹۰). بررسی مسائل و راهکارهای ایجاد اشتغال با تأکید بر دو محور کار از راه دور و کار در منزل. ماهنامه کار و جامعه. شماره ۱۳۴، صص ۴۹-۴۸.
- یعقوبی‌فرانی، ا. موحدی، ر. (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران. ماهنامه کار و جامعه. شماره ۱۴۲، صص ۵۰-۳۸.

- Alsop, R. Frost. M. and Jeremy, B. (2005). Empowerment in practice from analysis to implementation. South Asia Environment and Social Unit. *World Bank*, Washington . DC
- Distelberg, B. & Adrian, B. (2010). The Role of Values and Unity in Family Businesses. *J Fam Econ Iss*, 31:427-441
- Estrin, S. & Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Bus Econ* 37(4):397-415
- Gray, H. (2012). Bi-Polar: College Education and Loans to Small Businesses Headed by Black Females. *Rev Black Polit Econ*, 39:361-371
- Hisrich, R.D. (2002). *Entrepreneurship*, New York; Mcgraw Hill
- Noguera, M. Alvarez, C. Merigo, G. & Urbano, D. (2015). Determinants of female entrepreneurship in Spain: an institutional approach. *Compute Math Organ Theory* 21:341-355.
- Rani Mohanty, S. Das, B. and Trupti, M. (2013). Empowerment of Women in Rural Odisha through Microenterprises. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)* Volume 12, Issue 1 (May- Jun. 2013), PP 01-08.
- Reuben, L. & Queen, P. (2015). Capital Constraints and Industry Mix Implications for African-American Business Success. *Rev Black Polit Econ*, 42:355-378
- Ruth, H. (2004). Minority women's microenterprises in rural areas of the United States of America: African American, Hispanic American and Native American case studies. *Geo Journal* 61: 281-289
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home based enterprises in four developing Countries. *work employment and society*. Volume, 20(1) pages 165-185
- Walter, P. (2006). Introduction to the special issue toward building women's Entrepreneurship, *Theory & practice*, paris.OEC