



آسیب شناسی الگوهای توسعه مشاغل خانگی در ایران

و پیشنهاد الگوهای نوین توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی برای وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

نجم‌الدین یزدی؛ شیوا آقائی؛ فاطمه صفار

چکیده

در سال‌های اخیر، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به‌عنوان متولی مشاغل خانگی معرفی شده است. در حالی که نهادهای دیگری از جمله معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، کمیته امداد امام خمینی، سازمان بهزیستی کشور و انجمن حمایت از زندانیان نیز در انجام و پیاده‌سازی طرح‌های توسعه ملی مشاغل خانگی به‌منظور حمایت از افراد کم‌بضاعت، زنان سرپرست خانوار و خانواده زندانیان فعالیت دارند. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی موظف است در کنار تسهیل مالی و خدمات اقتصادی، با چشم‌اندازی بلندمدت جهت سیاست‌گذاری در این حوزه بکوشد و با استفاده از ظرفیت سایر نهادهای دولتی و غیردولتی مرتبط و یادگیری از تجارب و الگوهای داخلی و بین‌المللی بتواند بهترین مداخله را در امر توسعه مشاغل خانگی انجام دهد. از این‌رو، در مطالعه حاضر ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای به بررسی الگوهای داخلی و بین‌المللی توسعه مشاغل خانگی پرداخته شده و سپس از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ذی‌نفعان کلیدی، الگوهای داخلی توسعه مشاغل خانگی به تصویر کشیده شده است. در نهایت با استناد به مطالعات انجام‌شده داخلی و بین‌المللی و همچنین الگوهای توسعه مشاغل خانگی داخلی و بین‌المللی، چهار الگوی توسعه مشاغل خانگی پیشنهاد شده است. این چهار الگو عبارت‌اند از: (۱) کارآفرینی محور، (۲) پشتیبان/پیش‌ران محور (۳) صنعت محور و (۴) اجتماع محور.

کلمات کلیدی:

الگوی کارآفرینی محور، الگوی پشتیبان/پیش‌ران محور، الگوی صنعت محور، الگوی اجتماع محور

مقدمه

اهمیت مطالعه موضوع مشاغل خانگی به منظور ارائه‌ی سیاست‌های کارآمد جدید به واسطه عواملی همچون تجربه همه‌گیری بیماری کرونا و ایجاد چندین هزار کسب‌وکار خانگی جدید در کنار رشد روزافزون بسترهای فروش برخط که باعث ایجاد تغییرات چشمگیر در حوزه فروش و بازاریابی این مشاغل شده‌اند، افزایش یافته است. در سال ۲۰۱۹، برطبق نظرسنجی در ۱۱۸ کشور، سازمان بین‌المللی کار تخمین زد که حدود ۲۶۰ میلیون کارگر خانگی در سراسر جهان مشغول به کار هستند که سهم ۷/۹ درصدی در اشتغال جهانی دارند [۱]. با وجود این، آمار این نوع کسب‌وکارها مبهم است و به دلیل قرارگیری در فضاهای خصوصی از دید عموم پنهان مانده و مورد غفلت قوانین کار نیز واقع شده‌اند. علی‌رغم این بی‌توجهی عمومی به کسب‌وکارها و کارگران خانگی، این نوع از مشاغل نه تنها طی سال‌های اخیر کم‌رونق نشده‌اند، بلکه به موازات پیشرفت‌های صنعتی، تنوع و فراوانی فعالیت‌های اقتصادی در منازل افزایش پیدا کرده‌اند. نکته‌ی قابل توجه در تغییر مفهوم مشاغل خانگی در سال‌های اخیر، گسترده‌تر شدن تولیدات و خدمات آن‌ها است.

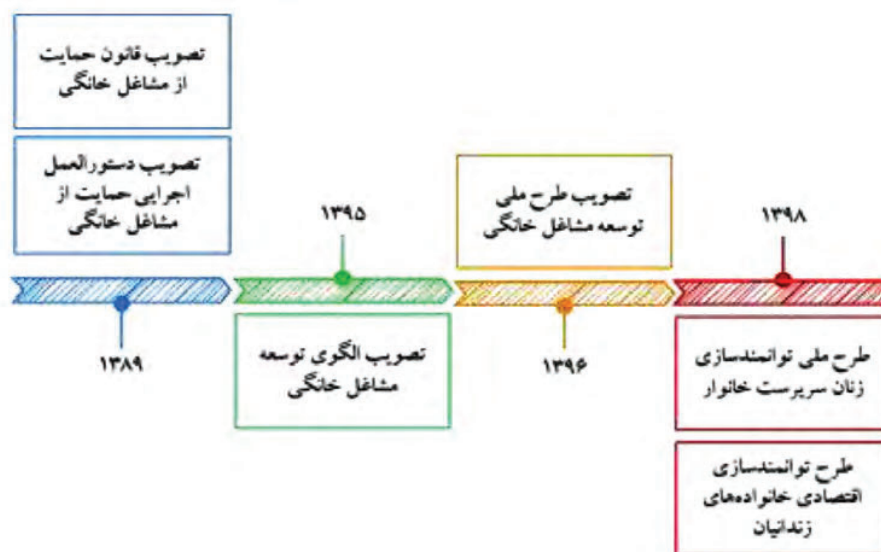
دلایل متعددی برای فعالیت مشاغل خانگی وجود دارد. تعداد زیادی از کارگران به دلایل مختلف قادر به ورود به اقتصاد رسمی نیستند، از سوی دیگر، تغییرات سریع در شرایط اقتصادی، نظام تولید را مجبور به اتخاذ رویکردی انعطاف‌پذیرتر و عملی‌تر کرده است. امکان انعقاد قرارداد با افراد خوداشتغال، به کارفرماها اجازه می‌دهد تا ریسک‌ها و هزینه‌های تولید را به کارگران خانگی منتقل کنند و از این طریق در هزینه‌های نیروی کار و ذخیره‌سازی کالاها صرفه‌جویی قابل توجهی داشته باشند. همچنین به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد تا قیمت‌های رقابتی‌تر محصول را برای مصرف‌کنندگان تعیین کنند [۲].

کسب‌وکار خانگی در ایران نیز سبقه طولانی دارد؛ از

دیرباز در خانه کارهایی از قبیل قالی‌بافی، گلیم‌بافی و انواع نساجی‌های سنتی انجام می‌گرفت؛ اما در یک دهه اخیر به دلایل مختلفی چون تحولات اقتصادی کشور، نبود امنیت شغلی و افزایش بیکاری تمایل برای خوداشتغالی و کار در منزل افزایش یافته است [۳].

عمده‌ی فعالیت‌های مهم اجرایی و سیاستی حوزه‌ی مشاغل خانگی در کشور از سال ۱۳۸۹، تحت نظارت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و پس از تصویب قانون سامان‌دهی و حمایت از مشاغل خانگی اتفاق افتاده‌اند. مهم‌ترین این اقدامات از این تاریخ را می‌توان در قالب شکل (۱) خلاصه کرد.

در سال ۱۳۹۶، طرح ملی توسعه مشاغل خانگی در دبیرخانه ستاد سامان‌دهی و حمایت از مشاغل خانگی در معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی طراحی و تصویب شد. این طرح، زمینه پایدارسازی مشاغل خانگی را از طریق اتصال به بازار با بهره‌مندی از شبکه‌های افقی و عمودی فراهم کرده است. همچنین این ستاد به‌عنوان یک نهاد تسهیلگر در شناسایی و توانمندسازی اشخاص حقیقی و حقوقی این حوزه نقش ایفا می‌کند و با استفاده از شبکه کارشناسان، مشاوران و تسهیلگران خود در سراسر کشور و با بهره‌مندی از ظرفیت‌های تمامی سازمان‌های دولتی و غیردولتی به‌ویژه بخش خصوصی، حلقه‌های مفقوده و خلأ طرح‌های مشابه قبلی را شناسایی و نقش و جایگاه مشاغل خانگی در اقتصاد کشور را توسعه می‌دهد. نهادهای دیگری نیز از جمله معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، کمیته امداد امام خمینی، سازمان بهزیستی کشور و انجمن حمایت از زندانیان، در انجام و پیاده‌سازی طرح‌های توسعه مشاغل خانگی در حمایت از افراد کم‌بضاعت، زنان سرپرست خانوار و خانواده زندانیان فعالیت دارند.



شکل ۱- گاه‌شمار مهم‌ترین اقدامات وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حوزه توسعه مشاغل خانگی

و الگوی توسعه این مشاغل به همراه اهداف، محدودیت‌ها و قواعد منتج از تجارب و پیشینه پژوهشی مشخص گردد.

تعاریف و چارچوب نظری

چارچوب نظری

در اواخر قرن بیستم به دنبال چند رخداد، اقتصاد کشورها و خصوصاً مناطق روستایی دچار تغییر شدند. اولین رخداد، حضور پررنگ کالاهای خارجی به دلیل تقویت زنجیره‌های ارزش جهانی در کشورها و لزوم رقابت کالاهای بومی با کالاهای وارداتی بود. این موضوع به همراه بی‌ثباتی‌های اقتصادی دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی موجب شد کسب‌وکارهای موجود سعی کنند نیروهای کمترولی متخصص‌تری را به کارگیرند تا بتوانند کیفیت مورد نیاز برای حضور در بازارهای جهانی را فراهم کنند [۴، ۵]. از طرفی رشد فناوری ارتباطات موجب تقاضای بیشتر برای نیروی کار آشنا با فناوری‌های نو در بخش‌های خدمات شد. همچنین،

مقاله حاضر، خلاصه‌ای از یک طرح پژوهشی را ارائه می‌دهد که به منظور ارائه الگویی کارآمد در راستای توسعه‌ی مشاغل خانگی برای وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اجرا شده است. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤالات است: (۱) تاکنون توسعه مشاغل خانگی توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بر اساس چه الگوهایی در ایران انجام شده و چه مزایا و معایبی بر آنها مترتب است؟ (۲) الگوهای موفق دنیا در توسعه مشاغل خانگی کدام‌اند؟ (۳) الگوهای موفق داخلی در زمینه توسعه مشاغل خانگی توسط کدام نهادها طراحی و اجرا شده‌اند؟ و در نهایت (۴) الگوی پیشنهادی برای ادامه مسیر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در توسعه‌ی مشاغل خانگی چیست؟ هدف نهایی از انجام این طرح در راستای توسعه‌ی مشاغل خانگی، توانمندسازی، نهادسازی و آموزش در فعالیتهای مرتبط با این مشاغل است. به این منظور ضروری است تا نقش هرکدام از نهادهای دخیل، به‌ویژه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در نسبت با یکدیگر به طور راهبردی و عملیاتی تبیین شده

صنعتی شدن کشاورزی موجب کاهش تقاضا برای کارگران در این بخش شد و مجموع این موضوعات موج بیکاری کارگران ساده را ایجاد کرد [۶].

به تدریج راهبران روستایی که به توسعه‌ی اقتصادی جوامعشان علاقه‌مند بودند سعی کردند برنامه‌های جامع‌تری را برای رسیدن به اهداف خود در پیش گیرند؛ در این برنامه‌ها تلاش شد از توسعه‌ی کسب‌وکارهای محلی و خوداشتغالی حمایت ویژه‌ای شود. این برنامه‌ها شامل کمک به شرکت‌های نوپای کوچک برای حفظ، افزایش احتمال بقا، جلوگیری از تعطیلی و تسهیل فرایند توسعه‌ی شرکت‌های مستقر در منطقه بوده است [۷].

یکی دیگر از برنامه‌ها برای توسعه‌ی این جوامع، تسهیل شروع و یا توسعه‌ی مشاغل خُرد و خانگی بود. هر چند این مشاغل به اندازه‌ی کارخانه‌های بزرگ و صنعتی نیروی کار جذب نمی‌کردند؛ اما اثر تجمعی اشتغال در مشاغل خانگی می‌توانست بسیار قابل توجه باشد. علاوه بر این، جنبش کار در خانه می‌توانست به منزله‌ی سوپاپ اطمینان برای جوامعی باشد که با معضل تعدیل نیروی شرکت‌ها و کارخانه‌های بزرگ مواجه بودند؛ زیرا کارکنانی که بدین دلیل از کار بیکار شده بودند می‌توانستند راه جدیدی برای امرار معاش داشته باشند و مهاجرت تنها راه پیش روی آن‌ها نبود. در دهه‌های اخیر رشد سریع ارتباطات از راه دور، فناوری اطلاعات و استفاده از رایانه‌های شخصی نقش مهمی در تسریع رشد مشاغل خانگی داشته است [۷].

تعاریف

در ادبیات این حوزه، تعاریف متعددی برای کسب‌وکار یا مشاغل خانگی ذکر شده است؛ لیکن تعریف معیار در این پژوهش، همان تعریف قانونی و مصوب مشاغل خانگی در نظام حقوقی و اجرایی ایران به شرح زیر است:

«مشاغل یا کسب‌وکارهای خانگی، آن دسته از

فعالیت‌هایی است که توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب‌وکار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی هم‌جوار شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد».

ماهیت ویژه‌ی مشاغل خانگی موجب شده این مشاغل ویژگی‌های منحصر به فردی داشته باشند که آن‌ها را از سایر انواع کسب‌وکارها متمایز می‌کند. برخی از این ویژگی‌ها در ادامه توضیح داده شده است:

● ارائه‌ی تولیدات و خدمات جدید، انعطاف در

تولید: این کسب‌وکارها معمولاً در مقیاسی بسیار کوچک برای رفع نیازهای محلی شروع به فعالیت می‌کنند.

● توانایی پذیرش سفارش‌های کوچک و

شخصی‌سازی شده: کسب‌وکارهای خُرد و خانگی عمدتاً متکی به بازار و منابع محلی هستند؛ در نتیجه به‌طور کلی توانایی پذیرش سفارش‌های کوچک را دارند.

● روابط کاری غیررسمی: افراد مشغول در

کسب‌وکارهای خانگی معمولاً رابطه‌ای غیررسمی با کارفرما و همکاران خود دارند.

● اتکا بر منابع محلی: بسیاری از کسب‌وکارهای

خانگی از منابع موجود محلی - نظیر ماهی، میوه، محصولات کشاورزی - استفاده کرده، و با پردازش آنها ارزش افزوده ایجاد می‌کنند.

● بازار محلی: مقیاس تولید کالا و خدمت در

کسب‌وکارهای خانگی کوچک است و معمولاً به بازار محلی عرضه می‌شود.

● سرمایه مورد نیاز اندک: حجم تولیدات کسب و

کارهای خانگی در ابتدای فعالیت، کم است. در

است، با این حال می‌توان با اقداماتی نظیر ایجاد امکان دسترسی به اطلاعات، آموزش، شبکه‌های اجتماعی مرتبط، شیوه‌های تأمین مالی مختص این کسب‌وکارها، شرایط کاری و امکان دسترسی آن‌ها به بازارهای مختلف را بهبود بخشید [۳]. همچنین نتایج مطالعه‌ی دیگری نشان می‌دهد عواملی چون فرهنگ‌سازی کارآفرینانه، ظرفیت‌سازی کارآفرینانه و توانمندسازی کارآفرینانه، مهم‌ترین پیشران‌های توسعه کسب‌وکارهای بسیار کوچک در بخش مشاغل خانگی روستایی هستند [۹].

در میان پژوهش‌هایی با محوریت مشاغل خانگی و عاملیت زنان، می‌توان به مقاله‌ی «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی» اشاره کرد. مطابق نتایج این مطالعه، مهم‌ترین متغیرهایی که باعث توسعه مشاغل خانگی از دید زنان می‌شود عبارت‌اند از: داشتن مهارت، تخصص و تجربه، انگیزه‌ی کسب استقلال بیش‌تر، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق؛ اما مهم‌ترین این متغیرها از دید کارشناسان، برگزاری کلاس‌های آموزشی، برطرف کردن نیاز مالی زنان و ایجاد بازار محلی برای فروش محصولات است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد بین سطح تحصیلات و عضویت در تشکل‌ها، با ایجاد و توسعه شغل خانگی توسط زنان رابطه معناداری وجود دارد [۱۰]. همچنین، مطالعه عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان در مشاغل خانگی شهرستان رشت [۱۱] نشان می‌دهد که عوامل زمینه‌ای مانند عوامل اقتصادی و انگیزه‌های فردی هنگامی که با شرایط مداخله‌گر و چالش‌هایی مانند شرایط بازار و عوامل وابسته به دولت همراه شود، منجر به اتخاذ راهبردهایی است که باعث تقویت مهارت‌های کسب‌وکار می‌گردد و پیامد آن، توسعه مؤلفه فردی مانند ایجاد احساس شکوفایی و اتکالی به خود و رضایت مصرف‌کننده است و دولت با اجرای مداخلاتی مانند اصلاح قوانین مربوط به حوزه کسب‌وکار و گسترش آموزش‌هایی که منجر به افزایش

بیشتر مواقع صاحبان این کسب‌وکارها با پس‌انداز اندک خود یا حمایت خانواده سرمایه‌ی موردنیازشان را تأمین می‌کنند.

● **سربار پایین:** این کسب‌وکارها معمولاً به دلیل خانوادگی بودن، نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه‌ی کم و انرژی و مواد اولیه‌ی ارزان قیمت، هزینه‌ی سربار اندکی را متقبل می‌شوند.

● **نیاز به یادگیری توانایی‌ها و مهارت‌های جدید:** هرچه کسب‌وکارهای خانگی بیشتر توسعه پیدا می‌کنند، نیاز آن‌ها به کسب توانایی‌ها و مهارت‌های جدید افزایش می‌یابد.

● **نیاز به آشنایی با فناوری‌های جدید موردنیاز و استفاده از آن‌ها:** در برخی مواقع نیاز است کسب‌وکارهای خانگی با مجموعه‌های بزرگ‌تر و سازمان‌یافته‌تر رقابت کنند؛ بدین منظور باید از لحاظ کیفیت و قیمت رقابت‌پذیر باشند [۸].

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش‌های داخلی

به‌طور کلی پژوهش‌های داخلی انجام‌شده در این حوزه را می‌توان در سه محور اصلی طبقه‌بندی کرد:

۱. آشنایی و شناسایی ظرفیت‌های موجود در بحث مشاغل خانگی

در پژوهشی با هدف شناسایی ویژگی‌های کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای ایران، انگلستان و هند (به‌عنوان کشورهایی که دارای حمایت‌هایی در این حوزه هستند) و ارائه راهکارهایی در سطح کلان برای بهبود شرایط کسب‌وکارهای خانگی ایران، نشان داده‌شده است که هرچند برخی از عوامل موفقیت این مشاغل به فضای کلی کسب‌وکار مرتبط

مهارت‌های کسب‌وکار می‌شود می‌تواند به توسعه مشاغل خانگی کمک نماید. مطالعه‌ی موردی شهرستان رزن [۱۲] نیز نشان می‌دهد عوامل مهمی که گروه‌های ضعیف و توانمند زنان فعال در مشاغل خانگی را از هم متمایز می‌کنند به ترتیب عبارت‌اند از: تأمین مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی.

۲. آسیب‌شناسی و شناسایی عوامل بازدارنده توسعه‌ی مشاغل خانگی

در یکی از مطالعاتی که با هدف شناسایی عوامل بازدارنده‌ی گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی انجام شده، ضعف زیرساخت‌ها و منابع مالی، موانع فرهنگی و اجتماعی، موانع شخصیتی، ضعف نظام‌های حمایتی، موانع خانوادگی و برخوردار نبودن از فرصت‌های آموزشی از جمله مهم‌ترین این عوامل معرفی شده است [۱۳]. در پژوهشی دیگر با تمرکز بر استان مرکزی نشان داده شده که عامل شرایط ناپایدار اقتصادی کشور با وزن ۰/۱۴۰ مهم‌ترین مانع بازاریابی مشاغل خانگی بوده است و پس از آن متغیرهای بی‌ثباتی در قوانین و مقررات، فقدان فرهنگ پشتیبان تولید و محرک نوآوری، نبود ارتباط مستمر میان صاحبان مشاغل و متولیان رتبه‌های بعدی قرار دارند [۱۴]. از دیگر عوامل بازدارنده، مشکل خرید ارزان محصولات است که بیشترین تأثیر را در عدم گرایش روستاییان شهرستان کهگیلویه به راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی دارد [۱۵].

۳. ارائه‌ی راهکار برای از بین بردن موانع موجود در توسعه مشاغل خانگی

از میان مطالعاتی که بر ارائه‌ی راهکار برای توانمندسازی اقشار کم‌درآمد انجام شده‌اند، می‌توان به پژوهش جهانی دولت‌آباد [۱۶] اشاره کرد. در این پژوهش با تجزیه و تحلیل پرسش‌نامه‌هایی که در اختیار ۲۰ نفر از کارشناسان بخش

تعاون و مشاغل خانگی قرار گرفته بود، نتیجه گرفته شد که به‌طور کلی وضعیت توانمندی اقشار کم‌درآمد تحت تأثیر عملکرد ضعیف شرکت‌های تعاونی در حوزه مشاغل خانگی، به‌ویژه از بُعد اقتصادی، چندان رضایت‌بخش نیست. در همین راستا، محققان به یک الگوی اقتصادی پیشنهادی رسیدند که طبق آن دستیابی به توانمندی اقشار کم‌درآمد توسط تعاونی‌ها و مشاغل خانگی، معلول به کارگیری اقدامات راهبرد تدافعی در ابتدای کار و بهره‌گیری از اقدامات بازنگری، محافظه‌کارانه و تهاجمی در ادامه دانسته می‌شود. علاوه بر آن، در مطالعه‌ی موردی مربوط به بندر خمیر نیز راهکار ارائه شده برای توسعه مشاغل خانگی زنان، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بوده که تأثیر معناداری در توانمندسازی زنان فعال در اقتصاد خانگی دارد [۱۷].

پیشینه پژوهش‌های بین‌المللی

مطالعه‌ی انجام‌شده توسط OECD در سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که مشاغل خانگی نه تنها جزئی و کم‌اهمیت نیستند، بلکه بسیاری از آن‌ها بازیگران مهمی در اقتصادهای محلی و حتی در سطح ملی و بین‌المللی هستند. این پژوهش نشان می‌دهد که عمده‌ی کارآفرینان مشاغل خانگی در اغلب کشورها زنان هستند و هزینه‌های نسبتاً پایین راه‌اندازی این مشاغل سبب می‌شود تا افرادی با توانایی مالی کم‌تر نیز بتوانند فعال باشند. چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی گرچه بسته به موقعیت جغرافیایی، نوع تولیدات و ویژگی‌های صاحبان آن‌ها متفاوت‌اند، اما عمده‌ی آن‌ها را می‌توان در مشکل دسترسی به زیرساخت‌های پشتیبانی کسب‌وکار خلاصه کرد. دلیل این امر جدایی فیزیکی و اجتماعی از همکاران و شرکای تجاری بالقوه‌ی این مشاغل است. با وجود این، بر اساس یافته‌های این مطالعه، سیاست‌گذاری عمومی تا حد زیادی می‌تواند چالش‌های یادشده را مرتفع سازد. از جمله این اقدامات، حذف موانع موجود در قانون و

بود که از طریق مصاحبه با بازیگران کلیدی به دست آمد، همچنین داده‌های دیگری نیز در خلال مطالعه اسناد و الگوهای داخلی و بین‌المللی حاصل شد. دومین جزء پژوهش، پیش‌یادداشت‌برداری از مصاحبه‌های انجام‌شده و اسناد منتشر شده داخلی و بین‌المللی الگوهای توسعه مشاغل خانگی بود. تدوین گزارش نوشتاری نهایی نیز برای پاسخ به سؤالات پژوهش جزء سوم و آخر پژوهش کیفی حاضر را تشکیل داد.

برای بررسی ادبیات موجود در حوزه مورد پژوهش از روش کتابخانه‌ای و جهت شناسایی الگوهای موجود در حوزه مشاغل خانگی از تکنیک مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه‌شوندگان شامل مدیران، کارآفرینان، مطلعان کلیدی و ذی‌نفعان بودند. مصاحبه در این پژوهش با محوریت سؤالات اصلی پژوهش و در جهت شناسایی الگوهای موجود در حوزه مشاغل خانگی صورت گرفت.

بحث و یافته‌ها

الگوهای داخلی

الگوهای داخلی توسعه مشاغل خانگی بر اساس مصاحبه‌های انجام شده با ذی‌نفعان و صاحب‌نظران این حوزه در بانک رسالت، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، بنیاد برکت، مؤسسه تاک و جهاد دانشگاهی و سایر مستنداتی که در اختیار نگارندگان قرار گرفته استخراج و به تصویر کشیده شده‌اند.

۱. الگوی توسعه مشاغل خانگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

بر اساس قانون مشاغل خانگی (مصوب سال ۱۳۸۹ مجلس شورای اسلامی)، ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی یکی از سیاست‌های اشتغال‌زایی کشور است. این

مقررات به نفع توسعه مشاغل خانگی توسط سیاست‌گذاران است. این مقررات شامل قوانین مربوط به قراردادهای اجاره و مالیات بر دارایی می‌شود. بهبود اتصال دیجیتال در مناطق مسکونی و مناطق روستایی برای اطمینان از مشارکت مشاغل خانگی در اقتصاد جهانی نیز ضروری است. همچنین مهم است که دسترسی به فضاهای کار مشترک و فضاهای همکاری مقرون به صرفه ارائه داده شود تا آن دسته از کارآفرینان خانگی بالقوه که دارای نیازهای خاص هستند (مانند مراقبت از کودک و ناتوانی و بی‌حرکتی) نیز بتوانند در این چرخه فعال باشند [۱۸].

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات مربوط به تنظیم مقررات مشاغل خانگی در حال حاضر، ماهیت ناسازگار و مبهم بسیاری از قوانین و عدم قطعیت ناشی از آن است. یکی از وظایف سیاست‌گذاران برای توسعه‌ی کسب‌وکارهای خانگی به‌روزرسانی قوانین و مقررات به‌نحوی است که مانع نوآوری و خلاقیت نبوده و به نفع مشاغل خودگردان خانگی باشند. سخت‌گیری بیش از حد برای صدور مجوز، بسیاری از فعالیت‌های بی‌ضرر خانگی را بیهوده جرم‌انگاری می‌کند و عاملان آن‌ها را مجبور می‌سازد فعالیت‌های خود را متوقف کنند یا آن‌ها را به طور غیررسمی ادامه دهند. انعطاف متولیان می‌تواند هم نوآوری و هم بازدهی اقتصادی در کسب‌وکارهای خانگی را افزایش دهد [۱۹].

روش تحقیق

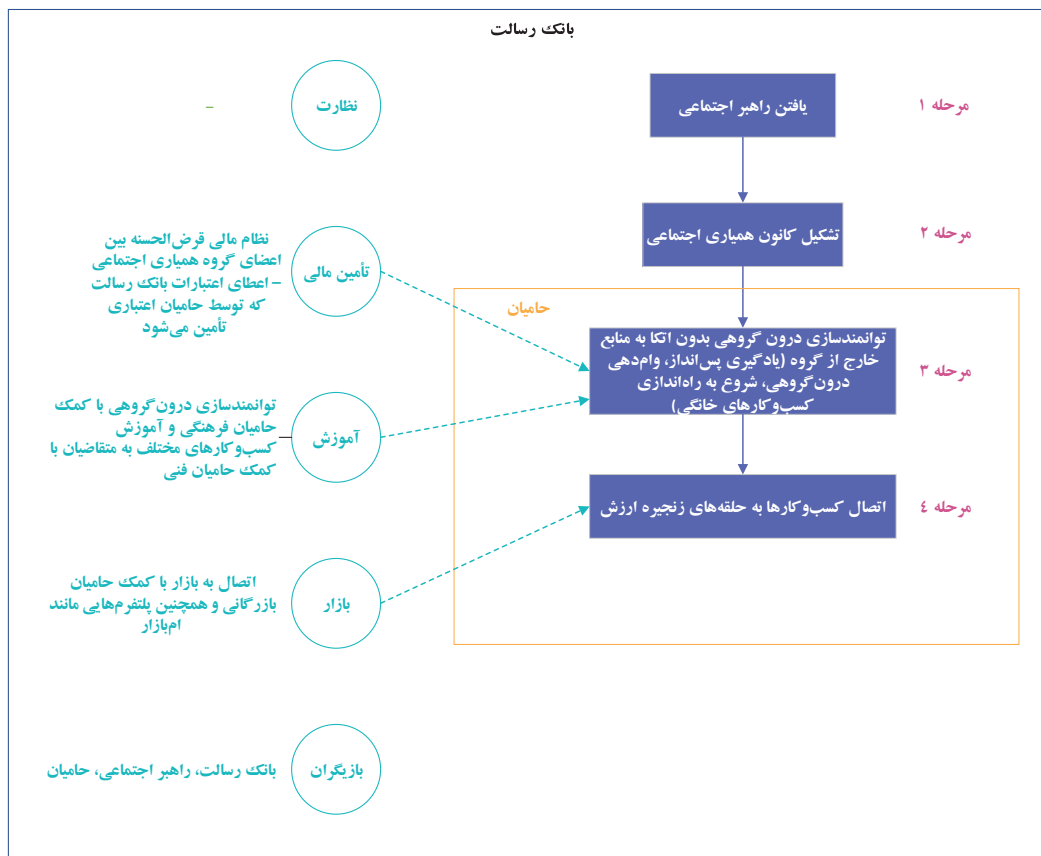
این تحقیق اکتشافی از نوع مطالعه موردی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها باتوجه به ماهیت پژوهش، کیفی و از نوع توصیفی و پیمایشی است که برای انجام آن از ابزارهایی نظیر منابع متعدد، اسناد و مدارک، گزارش‌ها فنی، ثبت‌های آرشیوی، مشاهده و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. اولین جزء پژوهش کیفی حاضر استفاده از داده‌هایی

که مشاغل خانگی توسط افرادی که مهارت‌های لازم را دارند بسط و توسعه پیدا کرده است و مداخله وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از جنس مداخلات مالی برای پایدارسازی و کمک به بقای این مشاغل است.

بانک قرض الحسنه رسالت به دنبال ترویج بانکداری اسلامی و افزایش میزان تسهیلاتی است که به سپرده‌گذاران خود اعطا می‌کند. از همین رو یکی از اهداف مهم این بانک، ایجاد مشاغل خرد با حداقل هزینه تمام شده و کاهش هزینه تسهیلات بانکی است تا بتواند در افزایش سطح رفاه مردم، جامعه و حل مشکلات آنان نقش مؤثری را ایفا کند.

الگوی توسعه مشاغل خانگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در شکل (۲) به تصویر درآمده است. این الگو تمرکز بر توانمندسازی مالی فعالان کسب و کار خانگی دارد. از همین رو به نظر می‌رسد که مفاهیمی از قبیل آموزش، مهارت‌آموزی و توانمندسازی نقش‌چندانی را در این الگو ایفا نمی‌کند. به‌عنوان‌نگارندگان، در این الگو فرض بر این است





شکل ۳- الگوی توسعه مشاغل خانگی بانک رسالت

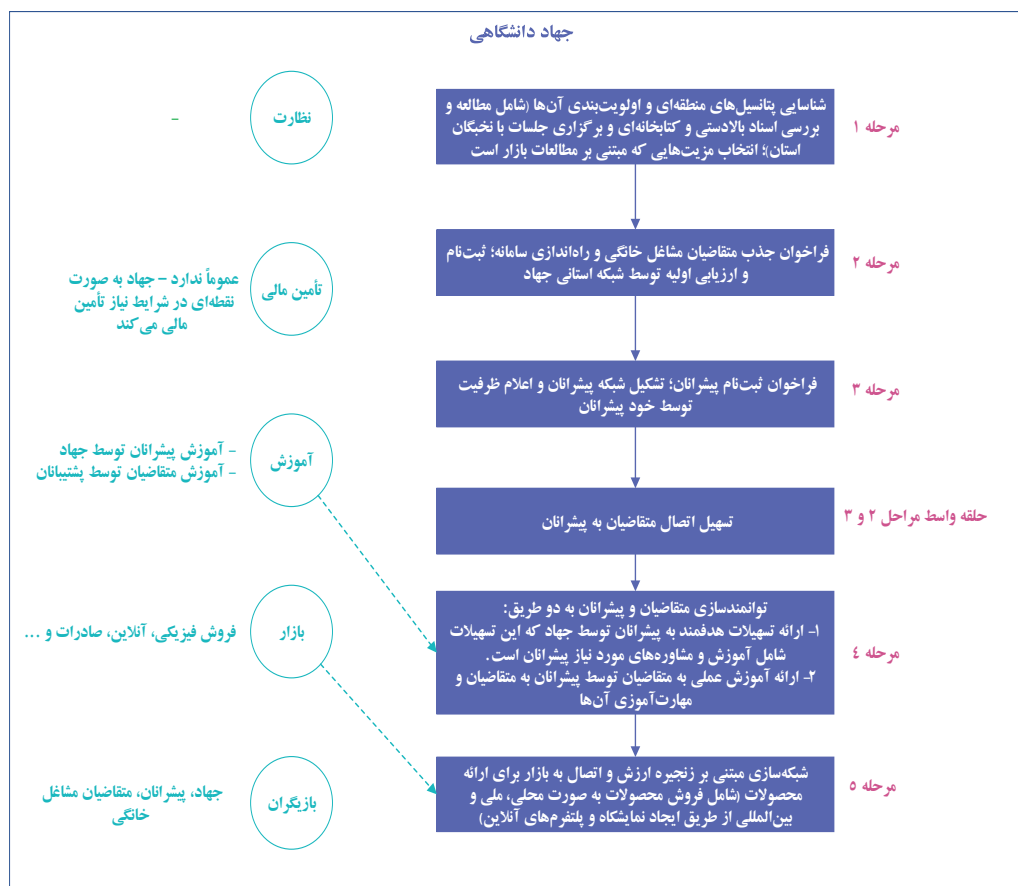
و می تواند افراد زیادی را پیرامون خود جمع کند که به زعم نگرانندگان این ویژگی می تواند به بقا و پایداری مشاغل خانگی مخصوصاً در نقاط روستایی کشور کمک کند. همچنین به واسطه اعتماد گسترده ای که نسبت به راهبر اجتماعی در یک منطقه وجود دارد، افراد بیشتری در مشاغل درگیر می شوند که تبعات اجتماعی گسترده ای از قبیل کاهش نرخ بیکاری و افزایش سطح رفاه خواهد داشت.

۳. الگوی توسعه مشاغل خانگی جهاد دانشگاهی

بر اساس مطالعه اسناد و مصاحبه با مطلعان کلیدی جهاد دانشگاهی، الگوی توسعه مشاغل خانگی جهاد دانشگاهی در شکل (۴) به نمایش درآمده است.

بر طبق آمار منتشر شده حوزه فعالیت این بانک در مراکز تمامی استان ها و ۱۲۰ شهر است و در سال ۱۴۰۰، حدود ۵۰ درصد از وام های اعطایی این بانک به مشاغل خرد و خانگی اختصاص یافته است. با مطالعه اسناد بالادستی بانک رسالت و مصاحبه های صورت گرفته با اعضای دانشگاه توسعه اجتماعی رسالت الگوی شکل (۳) استخراج شد.

با بررسی و مرور الگو بانک رسالت در توسعه مشاغل خانگی می توان تمرکز آن بر توانمندسازی و تأکید خاص بر آموزش افراد درگیر در مشاغل خانگی در اتکا به منابع داخلی را تشخیص داد. از دیگر نکات برجسته این الگو، نقش راهبر اجتماعی است. راهبر اجتماعی فردی است که در یک اجتماع محلی از محبوبیت گسترده ای برخوردار است

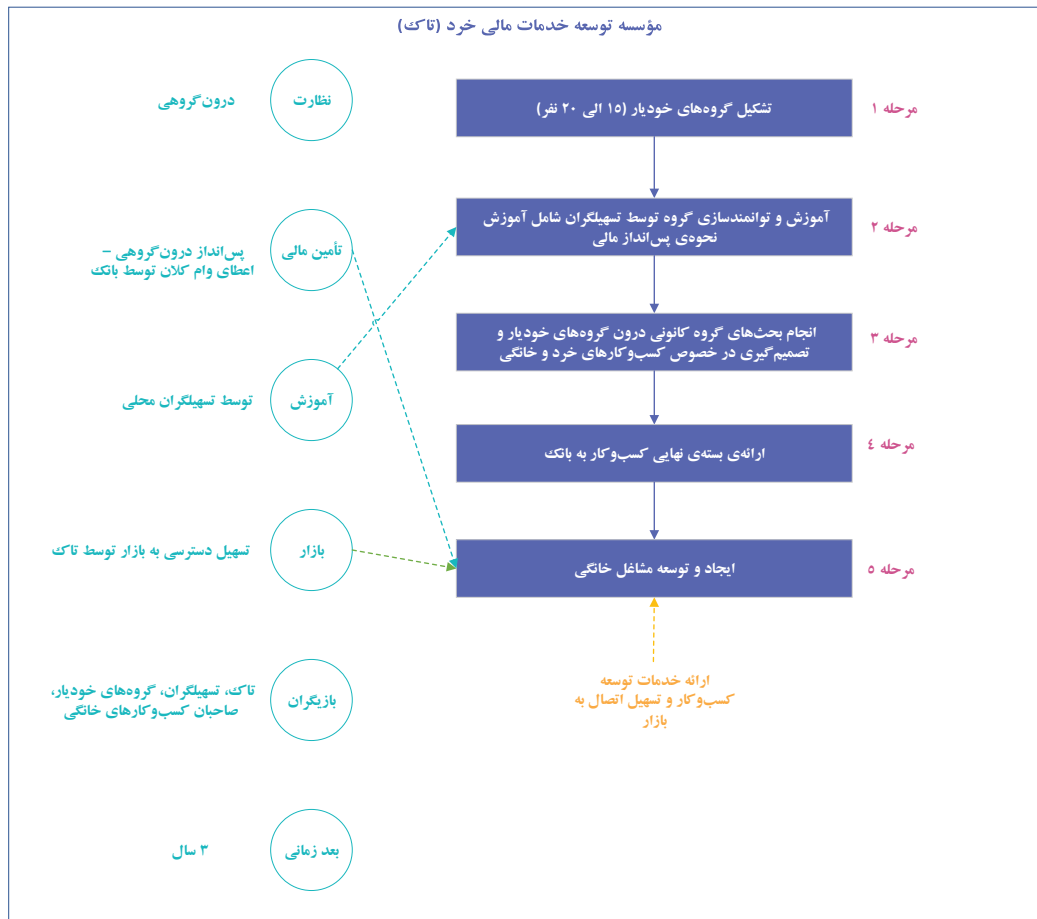


شکل ۴- الگوی توسعه مشاغل خانگی جهاد دانشگاهی

۴. الگوی توسعه کسب و کار مؤسسه توسعه خدمات مالی خرد (تاک)

مؤسسه بین‌المللی توسعه خدمات مالی خرد (تاک)، نهادی غیردولتی و غیرتجاری است که در سال ۱۳۸۰ تأسیس شده است. اهداف اصلی این مؤسسه «توانمندسازی، اشتغال و کارآفرینی» است. استفاده از ابزار «تأمین مالی خرد»، راهکار استراتژیک این مؤسسه برای رسیدن به این اهداف و کمک به فقرزدایی و کاهش آسیب‌پذیری افراد کم‌درآمد است.

اهتمام به آموزش یکی از عناصر مهم در الگوی توسعه مشاغل خانگی جهاد دانشگاهی است. باین کار از طریق پیوند افراد با مراکز مختلف آموزشی نظیر سازمان فنی و حرفه‌ای انجام می‌پذیرد و نقشی برای تأمین مالی افراد متقاضی مشاغل در نظر گرفته نشده است. از همین رو به نظر می‌رسد این الگو برای مناطق کم‌برخوردارتر که در آن افراد نیاز به آموزش‌های پایه‌ای و مقدماتی دارند مناسب است تا بدین طریق کسب مهارتی کرده و زمینه برای توانمندسازی آنها فراهم شود.



شکل ۵- الگوی توسعه مشاغل خانگی مؤسسه توسعه خدمات مالی خرد (تاک)

داخل گروه را جایگزین نیاز به وثیقه و ضمانت‌نامه‌های شخصی (که هیچ‌یک در دسترس گروه‌های کم‌درآمد قرار ندارند) می‌سازد.

۵. الگوی توسعه مشاغل خانگی بنیاد برکت

هدف اصلی بنیاد برکت، توسعه کسب‌وکارهای پایدار و توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع محروم باتوجه به مزیت‌های نسبی و رقابتی مناطق مذکور است. توسعه پایدار، نقطه‌ی تلاقی اقتصاد، فرهنگ و جامعه محسوب می‌شود. پرورش و مشارکت نیروی انسانی کارآمد و ماهر،

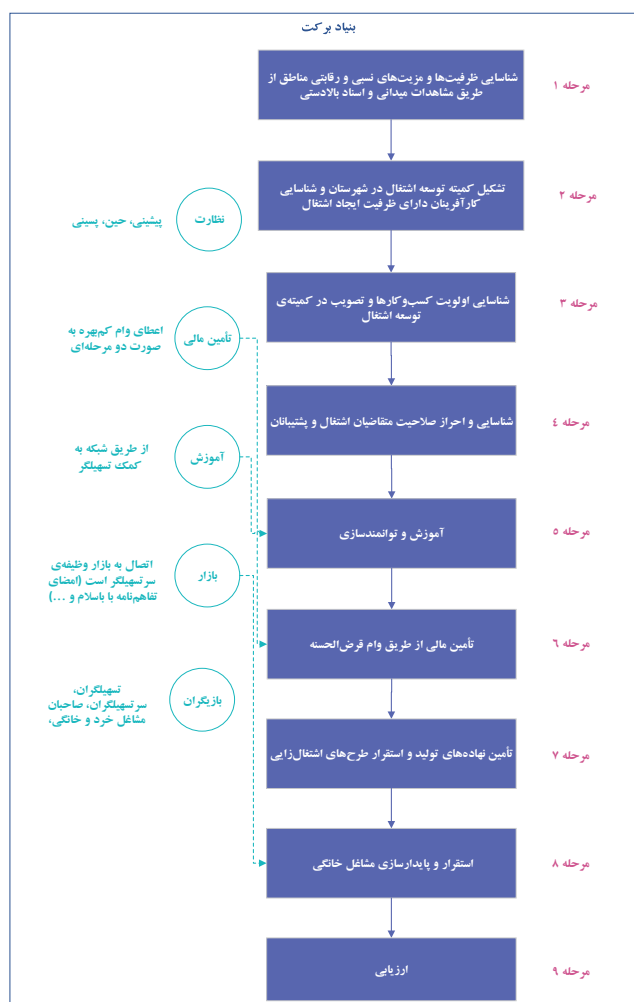
رسالت و وظیفه اصلی مؤسسه تاک تسهیلگری اشتغال برای گروه‌های خودیار است و در نهایت اعضای گروه‌ها بر خودشان نظارت می‌کنند و نظارت بیرونی از جانب بانک یا مؤسسه صورت نمی‌پذیرد. از مزیت‌های این الگو می‌توان به این امر اشاره کرد که اگر گروه‌ها در هر مرحله از کسب‌وکار خود با مشکلاتی روبه‌رو شوند، با استفاده از نظام اجتماعی موجود در گروه، به یکدیگر کمک‌های گوناگون اعم از مالی یا مشورتی می‌رسانند. این شیوه را می‌توان یکی از مناسب‌ترین شیوه‌های تأمین مالی برای فقیرترین گروه‌های شهرنشین دانست؛ زیرا سرمایه اجتماعی ایجاد شده در

آموزش است که منجر به بهره‌وری بیشتر این الگو در مناطق روستایی و کم‌برخوردار می‌شود. همچنین شیوه نظارتی این الگو از وجوه تمایز آن است.

الگوهای بین‌المللی

از الگوهای بین‌المللی الگوی بانک گرامین، الگوی توسعه‌ی مشاغل خُرد و خانگی نهال و جنبش یک روستایک محصول (اوپ) مورد بررسی قرار گرفتند.

اقتصاد ایستار را به اقتصاد پویا و متکی به دانایی و سرمایه‌ی انسانی تبدیل خواهد کرد که توجه و مراقبت از محیط‌زیست و سهم آیندگان از منابع را نیز با جدیت دنبال خواهد نمود. در الگوی توسعه مشاغل خانگی برکت (شکل ۶)، گروهی از مسئولان اجرایی در مناطق هدف گرد هم می‌آیند تا شناسایی دقیقی از منطقه صورت بگیرد و در نهایت ترویج مشاغل خانگی هدفمندتر باشد. از این‌رو کمیته‌ها و جلساتی که تشکیل می‌شود، متشکل از افراد صاحب‌منصب محلی است. در الگوی برکت نیز تأکید ویژه بر توانمندسازی و



شکل ۶- الگوی توسعه مشاغل خانگی بنیاد برکت

۶. الگوی بانک گرامین

در بنگلادش نهادهای مختلف، کمک کنندگان بین‌المللی و سایر سازمان‌های غیردولتی مدل‌ها و رویکردهای متفاوتی از نهادسازی به منظور توسعه روستایی و محلی را آزمایش کرده‌اند که علی‌رغم تنوع راهبردها همگی هدف کاهش فقر را دنبال کرده‌اند. بیشتر این فعالیت‌ها توسط کمک‌های اهدایی ساختارنیافته‌ای حمایت می‌شدند که قطع یا کاهش آن‌ها مانع مهمی برای ادامه‌ی فعالیت‌ها بود. در نتیجه، علی‌رغم تلاش‌های فراوان، در اوایل دهه ۱۹۷۰ بنگلادش نهادهای اندکی برای مداخله در کاهش نابرابری و فقر در اختیار داشت. در چنین شرایطی محمد یونس ایده‌ی وام‌های خرد را برای مقابله با فقر پیشنهاد داد. محمد یونس کارآفرین، اقتصاددان و از مهم‌ترین فعالان حوزه‌ی اعتباردهی خرد در جهان است که به دلیل این پیش‌گامی در بنگلادش و تأسیس بانک گرامین ب جایزه‌ی صلح نوبل را دریافت کرده است. نظامی که محمد یونس به عنوان استاد اقتصاد در دانشگاه چیتاگونگ بنگلادش تصمیم به راه‌اندازی آن گرفت، با این هدف بود که از افراد فقیری که برای تغییر شرایط مالی خود تلاش می‌کنند، حمایت شود. ایده جدید اعتبار خرد شامل ارائه وام‌های کوچک به افراد یا گروه‌ها بر اساس اعتماد شخصی بود و مشتریان آن عموماً قادر به ارائه وثیقه یا تضمین برای مبالغ کمتر از ۱۰ دلار نبودند.

استفاده‌ی عمده‌ی وام‌گیرندگان از این پول در زمینه‌ی راه‌اندازی مشاغل کوچک، خرید مواد خام برای کسب‌وکار موجود یا پرداخت بدهی با بهره بالا است. رویکرد وام‌دهی فقط به ضمانت شخصی از وام‌گیرندگان نیاز دارد و وام‌های آن بدون بهره است. آزمایش‌های اولیه یونس موفقیت‌آمیز بود: وام‌گیرندگان فقیر وام‌های خود را به موقع پس دادند. پس از پرداخت بدهی‌ها از اولین گروه وام‌گیرندگان، یونس این نظام را به روستاهای مجاور گسترش داد. در سال ۱۹۷۹، او به بانک مرکزی بنگلادش مراجعه کرد و پروژه را به سایر

مناطق گسترش داد. در سال ۱۹۸۳، گرامین بانک به عنوان یک مؤسسه مستقل تأسیس شد که نام خود را از گرامین، به معنای روستا یا منطقه روستایی گرفته است. امروزه، بانک گرامین ۶/۷۴ میلیون مشتری دارد و انواع خدمات مالی را به نیازمندان ارائه می‌دهد. وام‌گیرندگان این بانک مالک ۹۰ درصد سهام آن هستند. ۹۶ درصد وام‌گیرندگان زنان هستند و نرخ بازپرداخت به ۹۷ درصد رسیده است. شعبه‌های بانک گرامین در بیش از ۷۲۰۰۰ روستا در بنگلادش خدمات ارائه می‌دهند [۲۰].

سازوکار الگوی بانک گرامین از پایین به بالا و مبتنی بر اجتماع است؛ یعنی ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی از تشکیل گروه‌هایی که از نظر پیشینه اقتصادی و اجتماعی شبیه به هم هستند، آغاز می‌شود و گروه‌های تشکیل شده تحت آموزش‌های لازم قرار گرفته و توانمند می‌شوند تا مهارت‌های مالی لازم را کسب کنند.

۷. برنامه‌ی توسعه‌ی مشاغل خرد و خانگی در نپال

در دهه‌های اخیر، نپال پیشرفت چشمگیری را در بسیاری از مناطق خود داشته و نرخ فقر در آن کاهش یافته است. البته کاهش نرخ فقر در مناطق روستایی و دورافتاده با موانع بزرگی همچون نابرابری‌های منطقه‌ای و اجتماعی مواجه است. این نابرابری‌ها ناشی از موانع جغرافیایی و ساختار اجتماعی ناعادلانه‌ی کشور نپال است. فرصت‌های تولید درآمد در این مناطق ناکافی هستند که در طی سالیان طولانی موجب فقر و مهاجرت نیروی کار شده است. از طرفی کمبود دانش، مهارت و فناوری مانع از تحول کشاورزی سنتی به صنعتی شده است [۲۱].

دولت نپال برای حفظ سرمایه‌ی نیروی انسانی جوان کشور و بهبود امنیت و ثبات اجتماعی، رویکرد ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید را دنبال می‌کند. برنامه‌های توسعه‌ی اخیر نپال به «مسئولیت دولت در افزایش

فرصت‌های شغلی با انتقال دانش و مهارت به منابع انسانی کشور در راستای بازار کار» اشاره کرده‌اند. بدین ترتیب از سال ۱۹۹۸ دولت نپال با همکاری برنامه‌ی توسعه‌ی سازمان ملل متحد (UNDP) تلاش کرد با پیاده‌سازی برنامه‌ی توسعه‌ی مشاغل خُرد و خانگی، فرصت‌های اشتغال بیشتری را برای جامعه فراهم کند. به کمک این برنامه بیش از ۶۰۰۰ کسب‌وکار خُرد و خانگی ایجاد شد. اهداف این برنامه عبارتند از:

- فقرزدایی از خانوارهای کم‌درآمد به وسیله‌ی توسعه‌ی پایدار مشاغل خُرد و خانگی (با مشارکت ۷۰ درصدی زنان)؛
- ایجاد ظرفیت برای سازوکارهای ارائه خدمات کسب‌وکارهای خُرد و خانگی؛
- تسهیل سیاست‌ها و دستورالعمل‌های دولتی در توسعه‌ی کسب‌وکارهای خُرد و خانگی [۲۱].

جامعه هدف الگوی توسعه مشاغل خُرد و خانگی نپال، فقیرترین افراد جامعه است. الگوی این برنامه بر مبنای ترکیبی از توسعه کارآفرینی، تأمین مالی، اتصال به بازار، خدمات مشاوره‌ای و همچنین همکاری نهادهای ذی‌ربط ملی و منطقه‌ای پایه‌ریزی شده است.

۸. جنبش یک روستا یک محصول (اُوپ)

جنبش یک روستا یک محصول (اُوپ) یک برنامه احیای اقتصاد منطقه‌ای است که از سال ۱۹۷۹ در ژاپن آغاز شد و به دلیل رویکردهایش در تبدیل محصولات محلی به رقابتی در بازارهای محلی، ملی و جهانی به یکی از برنامه‌های موفق اقتصادی منطقه تبدیل شد. جنبش اُوپ بر منحصربه‌فرد بودن محصول و همچنین فرهنگ و منابع محلی تأکید دارد. همچنین، این جنبش از طریق تمرکز بر پویایی اقتصادی روستا، درآمد محلی و همبستگی اجتماعی در افزایش و بهبود رفاه مردم محلی نقش مؤثری را ایفا کرده است.

موفقیت جنبش اُوپ منجر به اتخاذ این مدل در مناطق روستایی چندین کشور شد. در حال حاضر جنبش اُوپ با نام‌های متفاوتی در سراسر جهان گسترش یافته است [۲۲]. ایده اصلی برنامه اُوپ این است که روستاهای یک منطقه با هم همکاری کرده و یک محصول واحد را برای تولید انتخاب می‌کنند تا به نوبه خود این محصول را به بازار عرضه کرده و به مخاطبان بیشتری بفروشند. البته باید این نکته را مدنظر داشت که روستاها ملزم به تولید یک محصول نیستند. در عوض باید یکی از محصولات متعدد خود را برای عرضه در بازار معرفی کنند. رهبری مؤثر و کارآمد، پاسخگویی و شفافیت، خلاقیت و نوآوری از طریق توسعه پایدار منابع انسانی، اتکا به خود، کار تیمی، مشارکت و شبکه‌سازی، حفظ و توسعه فرهنگ‌های محلی و مشارکت اجتماع‌محور از ارزش‌های اصلی اتخاذ برنامه اُوپ در کشورهای عضو انجمن ملل آسیای جنوب شرقی است. توسعه جنبش‌های اُوپ عمدتاً توسط دولت‌های مرکزی آغاز می‌شود. در بیشتر موارد، اقدامات دولت‌های مرکزی با اشکال مختلفی از حمایت‌های دولتی همراه است که در برابر تقاضاهایی که برای این برنامه وجود دارد، کافی نیستند؛ بنابراین، انتخاب بالقوه‌ترین گروه‌ها به‌مثابه گروه‌های هدف برنامه‌های اُوپ ضروری است. مهیارها و سازوکار انتخاب باید به شیوه‌ای پاسخگو و هدفمند انجام شود تا رقابت منصفانه بین گروه‌ها حفظ شود [۲۲].

بررسی و مطالعه الگوهای بین‌المللی حاکی از آن است که هرکدام با توجه به شرایط خاص کشور میزبان طراحی شده‌اند و هیچ یک از آنان را نمی‌توان در کشوری مانند ایران مستقیماً پیاده‌سازی کرد و انتظار نتیجه‌ای مشابه داشت. با وجود این، می‌توان گفت الهام‌گیری از این الگوها و متناسب‌سازی آنان با شرایط ویژه ایران می‌تواند موجب تاب‌آوری بیشتر اقتصاد محلی شده و گامی به سمت اقتصاد مقاومتی باشد.



شکل ۷-الگوهای پیشنهادی توسعه مشاغل خانگی

الگوهای پیشنهادی

با جمع‌بندی مطالعات و مصاحبه و تجربه‌ها و بررسی الگوهای داخلی و بین‌المللی، چهار الگوی پیشنهادی برای توسعه مشاغل خرد و خانگی ایران ارائه شده است: کارآفرینی محور، پشتیبان/پیشران محور، صنعت‌محور و اجتماع‌محور.

الگوی کارآفرینی محور

ساختار این الگو متشکل از ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و متقاضیان مستقل مشاغل خانگی است که هر کدام از این عوامل در ادامه توضیح داده می‌شود.

ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی متشکل از نمایندگان تام‌الاختیار دستگاه‌های سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت کشور، مرکز امور زنان و خانواده نهاد ریاست جمهوری، صداوسیما و مرکز آمار ایران است. این ستاد در سطح کلان و ملی، سیاست‌های مربوط به مشاغل خانگی را تدوین می‌کند. سایر دستگاه‌های ذی‌ربط نیز می‌توانند با تأیید ریاست ستاد در جلسات شرکت نمایند. ضوابط مجوز مشاغل و کسب‌وکارهای خانگی مصوب ستاد، توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط ابلاغ خواهد شد.

ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی، از برنامه‌های ابلاغی ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی تبعیت

می‌کنند و فعالیت‌های خود را بر مبنای مصوبات ستاد پیگیری می‌نمایند. حفظ و صیانت از نیروی کار، حمایت از توسعه اشتغال در چارچوب سیاست‌های کلی ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی از جمله اهداف این ادارات کل است. همچنین کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری هر استان، وظیفه بررسی و شناخت فرصت‌ها، ظرفیت‌ها، محدودیت‌ها و موانع ایجاد و توسعه کسب‌وکار خانگی در استان، تعیین مشاغل دارای اولویت به تناسب مزیت‌های نسبی و رقابتی و بازارهای فروش محلی، ملی و صادراتی از میان فهرست مشاغل خانگی مصوب ستاد و ارائه پیشنهاد مشاغل خانگی جدید و دارای خصوصیات مذکور به دبیرخانه ستاد را برعهده دارند.

تسهیلگر فردی است که به متقاضیان مستقل مشاغل خانگی آموزش‌های لازم را می‌دهد و حلقه ارتباطی بین متقاضیان و ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان‌ها است و تحت نظر این اداره کل فعالیت می‌کند.

متقاضیان مستقل مشاغل خانگی نیز اشخاص حقیقی یا حقوقی هستند که آمادگی اجرای طرح مشاغل خانگی به صورت مستقل را دارند.

در مرحله اول فرایند الگوی کارآفرینی محور، مذاکره با سکوهای فروش برخط صورت می‌پذیرد. سکوهای فروش آنلاین باید در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی شناخته شده بوده و سرمایه اجتماعی مناسبی داشته باشند. مذاکره با این

سکوها از طرف ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی امکان فروش و پایداری مشاغل خانگی را فراهم می‌کند. سپس، باید به آموزش و توانمندسازی تسهیلمان پرداخته شود. تسهیلمان به واسطه نقش مهمی که در الگو دارند باید در زمینه‌های مالی و کسب‌وکار آموزش ببینند. منظور از توانمندسازی مالی، آموزش‌هایی درباره انواع تسهیلات مالی، چگونگی وام‌گرفتن و آشنایی با انواع روش‌های تأمین مالی است. منظور از توانمندی کسب‌وکار نیز آشنایی با شیوه‌های گوناگون راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار، شیوه‌های پایداری و اتصال کسب‌وکارها به حلقه‌های گوناگون زنجیره ارزش است.

در مرحله بعدی لازم است تا ظرفیت‌ها و توانمندی‌های متقاضیان مشاغل خانگی شناسایی شده و توانایی‌های بالقوه این افراد به فعل درآید. در این مرحله، تسهیلمان نقش به‌سزایی را ایفا می‌کنند و از طریق روش‌هایی همچون برگزاری جلسات مصاحبه و آشنایی با متقاضیان مشاغل خانگی به شناسایی ظرفیت آنان می‌پردازند. وظیفه آموزش و توانمندسازی متقاضیان نیز از وظایف تسهیلمان است که در سه محور مالی، کسب‌وکار و فنی انجام می‌شود.

توانمندسازی مالی متقاضیان به معنای آموزش امور مالی مقدماتی است که شامل آموزش چگونگی پس‌انداز کردن، وام‌گرفتن، آشنایی با تسهیلات گوناگون مؤسسات مالی و اعتباری است. توانمندسازی فنی شامل آموزش و مهارت‌آموزی متقاضیان مشاغل خانگی در رشته‌های شغلی موردنظرشان است. هدف این نوع توانمندسازی آن است که متقاضیان بتوانند محصولات خود را با کیفیت بالا و استاندارد تولید کنند؛ کیفیت بالا و استانداردسازی محصولات ضامن پایداری مشاغل خانگی است. برای این نوع توانمندسازی تسهیلمان می‌توانند متقاضی انجام تولید هر محصول را با افراد موفق که محصول مشابه تولید کرده‌اند مرتبط سازد تا فرد بتواند

در کنار آن‌ها مهارت مربوطه را بیاموزد. همچنین تسهیلمان می‌توانند دوره‌های آموزشی (حضور و مجازی) مناسب را به چنین فردی معرفی کنند. توانمندسازی کسب‌وکار شامل آموزش‌هایی در خصوص چگونگی شروع یک کسب‌وکار جدید، رسیدن به درآمد و سودآوری، مدیریت منابع انسانی و شیوه‌های بهینه تولید است. در توانمندسازی فنی و کسب‌وکار می‌توان از ظرفیت‌های موجود در مؤسسات فنی و حرفه‌ای و جهاد دانشگاهی در سطح کشور استفاده کرد. همچنین صاحبان کسب‌وکارهای خرد و خانگی می‌توانند با ایجاد رابطه و شبکه‌سازی بین افراد و کسب‌وکارها، ایده‌ها و تجارب خود را به اشتراک بگذارند تا علی‌رغم رقابت نسبی در بازار، توسعه وجهه‌ای همه‌جانبه داشته باشد.

مرحله بعد شامل اعطای وام و ارائه فناوری‌های مناسب است. پس از فراگیری آموزش‌های موردنیاز و کسب توانمندی، متقاضیان برای راه‌اندازی و یا توسعه کسب‌وکار خود ممکن است به امکاناتی نیاز داشته باشند. این امکانات به دو شکل مالی و غیرمالی در اختیار این افراد قرار داده می‌شود. منظور از تسهیلات مالی ارائه‌ای وام به آن‌ها و منظور از تسهیلات غیرمالی، ارائه فناوری‌های مناسب است. فناوری‌های مناسب فناوری‌هایی ساده، کوچک‌مقیاس، به نسبت ارزان و مقرون‌به‌صرفه، با مصرف انرژی کم و سازگار با محیط‌زیست هستند که متناسب با شرایط محلی انتخاب می‌شوند. این فناوری‌ها از ابتدا به گونه‌ای طراحی می‌شوند تا به‌سادگی توسط افرادی با منابع و مهارت‌های فنی محدود استفاده شوند و به محیط‌زیست آسیب نرسانند. همچنین ارائه تجهیزات فناورانه موجب کارایی، بهره‌وری و اثربخشی این مشاغل نیز می‌گردد. این تسهیلات توسط اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و تسهیلمان به متقاضیان مشاغل خانگی ارائه می‌شود.

مرحله نهایی شامل اتصال به حلقه‌های زنجیره ارزش است؛ منظور، تولیدکنندگان مواد اولیه و بازار فروش برای

و رفاه اجتماعی، پشتیبانان/پیشرانان و متقاضیان مشاغل خانگی است. توضیح درمورد برخی نقش‌ها همچون ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و تسهیلگران نقش محوری برعهده دارند و شرایط را برای اتصال مشاغل خانگی به حلقه‌های گوناگون زنجیره ارزش فراهم می‌کنند. این اقدام، زمینه لازم برای پایدارسازی مشاغل خانگی را فراهم می‌کند. الگوی کارآفرینی محور در شکل (۸) به تصویر درآمده است.

الگوی پشتیبان/پیشران محور

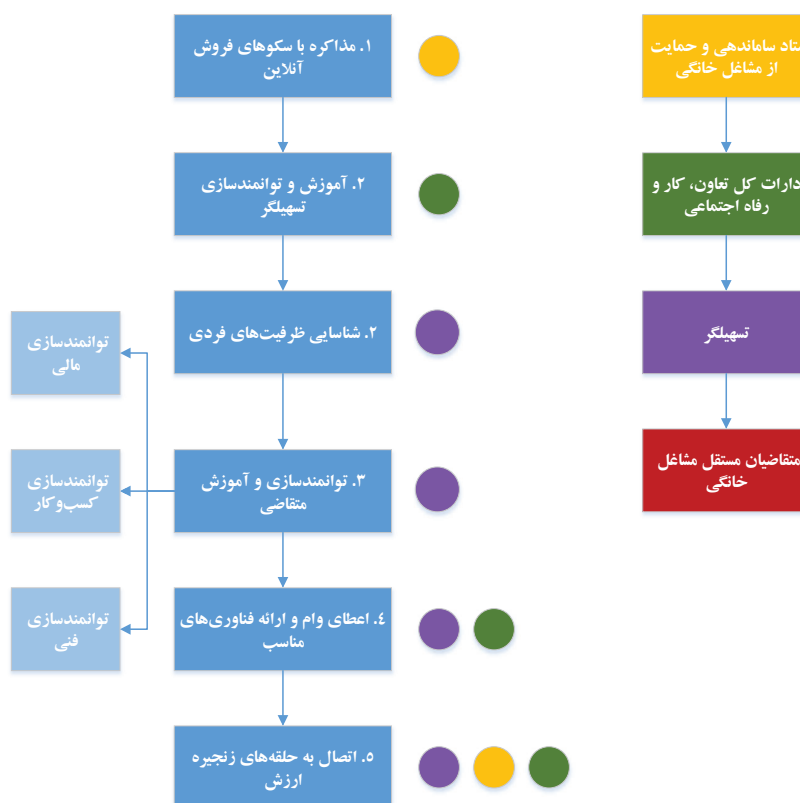
ساختار الگوی پشتیبان/پیشران محور شامل ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و متقاضیان مستقل مشاغل خانگی است.

محصولات است. در این مرحله ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و تسهیلگران نقش محوری برعهده دارند و شرایط را برای اتصال مشاغل خانگی به حلقه‌های گوناگون زنجیره ارزش فراهم می‌کنند. این اقدام، زمینه لازم برای پایدارسازی مشاغل خانگی را فراهم می‌کند. الگوی کارآفرینی محور در شکل (۸) به تصویر درآمده است.

الگوی پشتیبان/پیشران محور

ساختار الگوی پشتیبان/پیشران محور شامل ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و متقاضیان مستقل مشاغل خانگی است.

الگوی کارآفرینی محور



شکل ۸- الگوی پیشنهادی کارآفرینی محور

مشاوره‌های موردنیاز در زمینه شبکه‌سازی است. علاوه بر آن، آموزش‌هایی درمورد نحوه برندسازی، بسته‌بندی محصول و عکاسی از محصول داده می‌شود. آموزش و توانمندسازی پشتیبانان/پیشرانان، برعهده ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان‌ها است.

در مرحله پنجم پشتیبانان/پیشرانان به توانمندسازی و آموزش متقاضیان مشاغل خانگی می‌پردازند و در نهایت شبکه‌سازی مبتنی بر زنجیره‌های ارزش و اتصال به بازار برای ارائه محصولات صورت می‌گیرد. پشتیبانان/پیشرانان به دنبال شبکه‌سازی مبتنی بر زنجیره ارزش هستند که منجر به تشکیل شبکه کسب‌وکار می‌گردد. الگوی پشتیبانان/پیشران محور در شکل (۹) نشان داده شده است.

مرحله اول فرایند این الگو، مذاکره با سکوه‌های آنلاین است. در مرحله بعد، ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی برای ثبت‌نام پشتیبانان/پیشرانان اعلان فراخوان داده و شبکه‌ای از پیشرانان را تشکیل می‌دهد. مؤلفه اصلی این مرحله، شناسایی پیشرانان و ظرفیت آنها است. تسهیل ارتباط و اتصال پیشرانان و متقاضیان مشاغل خانگی از نقش‌های مهمی است که در این الگو برعهده ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی است؛ این ارتباط با توجه به توانمندی‌ها و علاقه‌مندی‌های هر متقاضی و ظرفیت‌های هر پشتیبان/پیشران صورت می‌پذیرد.

در مرحله چهارم، توانمندسازی پشتیبانان/پیشرانان انجام می‌شود. توانمندسازی با تأکید ویژه بر آموزش و



شکل ۹- الگوی پیشنهادی پشتیبان/پیشران محور

الگوی صنعت محور

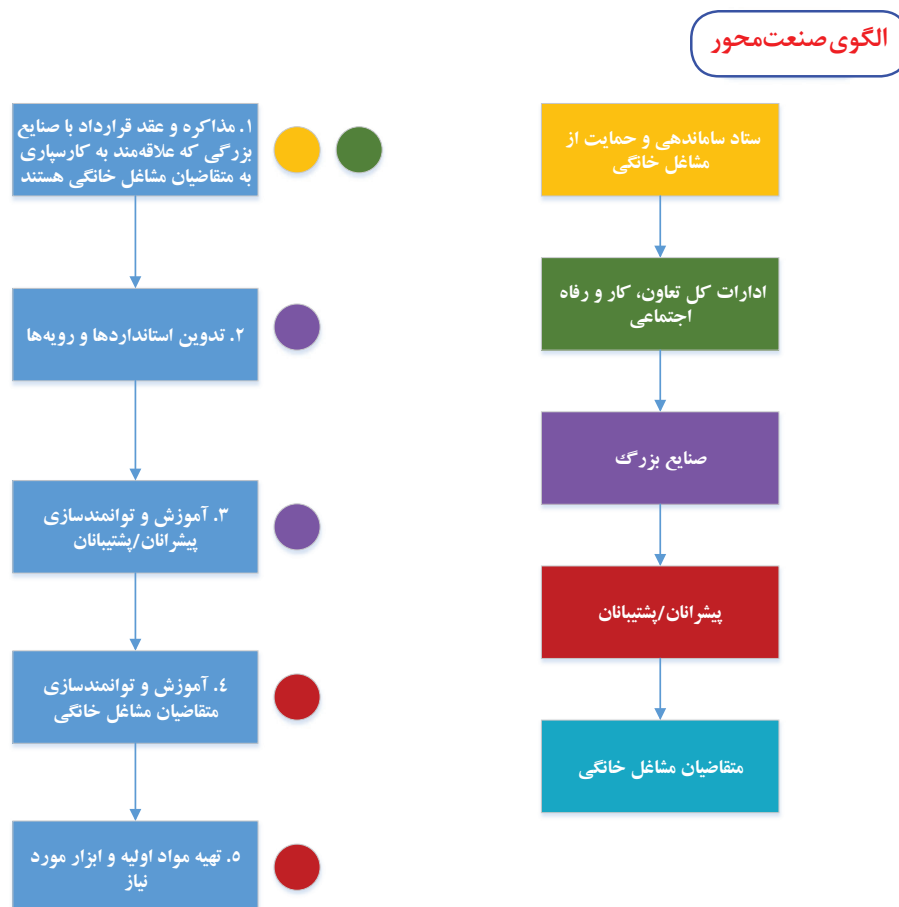
ساختار الگوی صنعت محور متشکل از ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صنایع بزرگ، پشتیبان/پیشران و متقاضیان مشاغل خانگی است. منظور از صنایع بزرگ در ساختار مذکور، شرکت‌ها و صنایعی هستند که به تولید و ارائه خدمات در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی مشغول هستند. لازمه شکل‌گیری الگوی صنعت محور، شناسایی شرکت‌های دغدغه‌مند در حوزه مسئولیت اجتماعی، آشناسازی این شرکت‌ها با تأثیرات مثبت ترویج مشاغل خانگی در مناطق کم‌برخوردار، مذاکره و اقناع این شرکت‌ها و تشریح فرایند اجرا و پیاده‌سازی این الگو است.

در اولین مرحله از فرایند، شناسایی و عقد قرارداد با صنایع بزرگ که متعهد به مسئولیت اجتماعی بوده و علاقه‌مند به کارسپاری به متقاضیان مشاغل خانگی هستند، توسط ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی صورت می‌پذیرد. اگر چه تعاریف «مسئولیت اجتماعی شرکت» متنوع است؛ اما این موضوع که مسئولیت شرکت در کنار سودآوری، شامل تعهدات اجتماعی و زیست‌محیطی به ذی‌نفعان مختلف می‌شود، به شکل گسترده‌ای پذیرفته شده است. یکی از مسئولیت‌های اجتماعی که می‌توان برای شرکت‌های در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی در نظر گرفت کمک به ایجاد اشتغال به‌خصوص در میان اقشار ضعیف و کم‌برخوردار به وسیله‌ی رشد و توسعه مشاغل خانگی است. مشاغل خانگی ایجاد شده با این روش پایداری بیشتری دارند و دیگر نگران یافتن بازار فروش و تأمین مواد اولیه و... نخواهند بود.

لازم است صنایع و شرکت‌های بزرگی که به مسئولیت اجتماعی خود اهمیت می‌دهند با تأثیرات مثبت ترویج

فعالیت در حوزه‌ی مشاغل خانگی بر اجتماعات کم‌برخوردار (همچون بهبود معیشت و توانمندسازی جامعه) آشنا شده، به ورود به این حوزه ترغیب شده و با ظرفیت‌های موجود برای ورود به این حوزه آشنا شوند. همچنین برای تشویق صنایع و شرکت‌های بزرگ به برون‌سپاری فعالیت‌ها به مشاغل خانگی لازم است تا مشوق‌هایی از طرف دولت ارائه شود. این مشوق‌ها می‌تواند شکل‌های گوناگونی اعم از ارائه یارانه / سوبسید برای خرید مواد اولیه، معافیت و یا تخفیف‌های مالیاتی، ارائه مشوق‌های صادراتی و معرفی رایگان محصولات این صنایع و شرکت‌ها در نمایشگاه‌های ملی باشد. البته نوع مشوق مناسب بستگی به محصولات آنها دارد. سیاست‌های تشویقی دولت، می‌تواند زمینه لازم را برای هدایت مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به سمت مشاغل خانگی فراهم سازد.

در مرحله بعدی، شرکت‌ها به تدوین استانداردها و رویه‌های خود به منظور آموزش و توانمندسازی پشتیبان/پیشران می‌پردازند. لازم به ذکر است که در این الگو، انتخاب و آموزش پشتیبانان/پیشرانان برعهده خود صنایع و شرکت‌ها بر مبنای ویژگی‌ها و استانداردهای مورد نظر خودشان است. مرحله بعدی در این الگو، شامل آموزش و توانمندسازی متقاضیان مشاغل خانگی توسط پشتیبان/پیشران است. این آموزش مبتنی بر استانداردها و آموزش‌های موردنظر صنعت/شرکت است. در نهایت نیز در راستای شروع و توسعه مشاغل خانگی، مواد اولیه و یا ابزار خاصی که موردنیاز متقاضیان است توسط پشتیبان/پیشران (حلقه واسط بین متقاضیان مشاغل خانگی و صنایع و شرکت‌های بزرگ) در اختیار آنها قرار می‌گیرد. الگوی صنعت محور در شکل (۱۰) به تصویر کشیده شده است.



شکل ۱۰- الگوی پیشنهادی صنعت محور

الگوی اجتماع محور

ساختار الگوی اجتماع محور شامل ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی، تسهیلگران، اجتماع محلی و مقتضیان مشاغل خانگی است. منظور از اجتماع محلی، محدوده جغرافیایی مشخصی است که افراد در آن همدیگر را می‌شناسند، نیازهای مشترکی دارند و برای رفع نیازهای مشترکشان اهداف مشترک طراحی کرده‌اند و جهت دستیابی به آن برنامه‌ریزی کرده و فعالیت‌هایی را پیش‌بینی کرده‌اند و در اجرا نیز با یکدیگر همکاری می‌کنند.

در اولین مرحله از این فرایند، مذاکره با سکوهایی

فروش آنلاین انجام می‌شود. مرحله بعدی شامل شناسایی پتانسیل‌های منطقه‌ای است که یکی از وظایف اصلی ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی است. در این مرحله تلاش می‌شود تا مزیت‌ها مبتنی بر بازار همان منطقه شناسایی شوند تا کسب‌وکارها در نهایت برای فروش محصولات تولیدی با مشکل مواجه نشوند. سپس فناوری‌های مناسب توسط ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی شناسایی شوند. این تجهیزات فناورانه در راستای توسعه، بهره‌وری و کارایی مشاغل خانگی هستند. در مرحله بعدی، تسهیلگران از منظر شبکه‌سازی، مالی و کسب‌وکار توسط کارشناسان اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی توانمند می‌شوند. لازم

به ذکر است که در الگوهای پیشین هر کدام از این سطوح توانمندسازی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

وجه تمایز الگوی پیشنهادی اجتماع محور، تشکیل گروه‌های خودیار به کمک تسهیلگر است. تشکیل گروه‌های خودیار در مناطق کم‌برخوردار جامعه دو هدف کلی آشناسازی جامعه محلی با پتانسیل‌های منطقه‌ای و ایجاد روحیه خودباوری را دنبال می‌کند. گروه‌های خودیار، متشکل از ۵ الی ۲۰ نفر هستند که هدف و رویکرد مشترکی داشته و قابلیت تعامل سازنده با یکدیگر را دارند. این افراد ظرفیت بالقوه‌ای برای شروع کسب‌وکارهای خرد و خانگی دارند. شناخت اجتماع محلی از ظرفیت‌های موجود در منطقه خود، مانع از مهاجرت نیروهای تخصصی به خصوص در شهر و روستاهای کوچک می‌شود. علاوه بر آن، لازم است تا روحیه خودباوری و اتکا به خود در افراد محلی شکل بگیرد. منظور این است که افراد محلی به این باور برسند که بدون احتیاج به نیروهای خارج از اجتماع و کمک‌های مالی و غیرمالی دولتی نیز می‌توان به موفقیت دست یافت. گروه‌های خودیار در بسیاری از موارد به منظور حمایت از افراد آسیب‌پذیر جامعه، به‌ویژه زنان سرپرست خانوار، افراد دارای معلولیت و جوانانی که به منابع مالی دسترسی ندارند تشکیل می‌شوند.

در این مرحله، توانمندسازی اعضای گروه‌های خودیار توسط تسهیلگران صورت می‌گیرد. این مرحله به منظور افزایش دانش، توانایی‌ها، دارایی‌ها و قابلیت‌های اعضای گروه‌های خودیار برای ایجاد تغییر در زندگی و محیط پیرامونی‌شان و شروع یک کسب‌وکار خانگی و موفق انجام می‌شود. سه نوع توانمندسازی مدنظر است: توانمندسازی مالی، توانمندسازی فنی و توانمندسازی کسب‌وکار.

توانمندسازی مالی به معنای آموزش امور مالی مقدماتی به گروه‌های خودیار است که شامل آموزش چگونگی پس‌انداز کردن، وام گرفتن، آشنایی با تسهیلات گوناگون

مؤسسات مالی و اعتباری و حل مشکلات درون گروهی بدون اتکا به منابع خارج از گروه است. اصول کلیدی بُعد مالی این رویکرد عبارت‌اند از: اعتماد متقابل، مسئولیت‌پذیری، مشارکت و خلاقیت. اعضای گروه‌های خودیار در راستای آموزش‌هایی که دریافت می‌کنند، توافق می‌کنند که ماهانه مقداری پول را (که همه‌ی اعضا قابلیت پرداخت آن را داشته باشند) پس‌انداز کنند و پس از مدتی برای حل مشکلات، مبالغ جمع‌شده را به صورت وام در اختیار یکی از اعضا قرار دهند. پس از مدتی، آنها برای حل بسیاری از مشکلاتشان نیازی به منابع خارج از گروه نخواهند داشت و می‌توانند روی پای خود بایستند.

توانمندسازی فنی و توانمندسازی کسب‌وکار، در این الگو مشابه با الگوی کارآفرینی محور است که قبلاً توضیح داده شد و در اینجا به منظور کاهش حجم مطالب، تکرار نمی‌شود.

در مرحله نهایی، توسط ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و تسهیلگران به صاحبان و متقاضیان کسب‌وکارهای خانگی تسهیلات اعطا می‌شود. این تسهیلات که با هدف رشد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی ارائه می‌شود شامل فناوری‌های مناسب و وام است. ضمانت وام ارائه شده برعهده همه اعضای گروه خودیار است تا دریافت‌کننده نسبت به وام دریافتی و بازپرداخت آن احساس مسئولیت داشته باشد. اعطای این وام‌ها بدون نیاز به هیچ وثیقه‌ای و تنها با ضمانت‌های گروهی (اطمینان از اینکه وام‌گیرنده از وام خود استفاده مؤثری می‌کند و قادر به بازپرداخت بدهی‌های خود است) انجام می‌شود. در واقع نظارت در این الگو از نوع درون گروهی است. اولویت و تأکید این مرحله بر معرفی و ارائه تسهیلات غیرمالی اعم از فناوری‌های مناسب به جای کمک‌های مالی مستقیم به صاحبان کسب‌وکارهای خانگی است در شکل (۱۱) این الگو به تصویر کشیده شده است.



شکل ۱۱- الگوی پیشنهادی اجتماع محور

چهار الگو، هر کدام نقاط قوت و ضعفی دارند که برای بستر اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی خاصی مناسب هستند. در کل به‌زعم نگارندگان، الگوی اجتماع محور زمینه لازم را برای پایداری سازی مشاغل خانگی فراهم می‌کند که خود یک مؤلفه بسیار مهم است. با توجه به شرایط موجود کشور، در حال حاضر امکان پیاده‌سازی چنین الگویی وجود ندارد؛ اما وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با آموزش و توانمندسازی تسهیلگران و پشتیبانان/پیشرانان می‌تواند زمینه‌های لازم برای اجرا و به‌کارگیری این مدل فراهم کند.

هر چهار الگوی پیشنهادی شامل عناصری هستند که در الگوی فعلی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی دیده نمی‌شود. این عناصر در جدول (۱) جمع‌بندی شده‌اند.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر با استناد به مطالعات انجام شده داخلی و بین‌المللی و همچنین مدل‌های توسعه مشاغل خانگی داخلی و بین‌المللی، چهار الگوی کارآفرینی محور، پشتیبان/پیشران محور، صنعت محور و اجتماع محور پیشنهاد شد. این

الگوی پیشنهادی بعدی نگارندگان، الگوی صنعت محور است که زمینه لازم را برای اتصال مشاغل خانگی به صنایع بزرگ فراهم می کند. اتصال به صنایع بزرگ یکی از مؤلفه های کلیدی است که می تواند زمینه لازم برای پایدارسازی مشاغل خانگی را ایجاد کند. در این الگو نیازی نیست متقاضیان مشاغل خانگی دغدغه اتصال به بازار و نوسانات آن را داشته باشند و شوک های اقتصادی آسیب کمتری به مشاغل خانگی می زنند. البته نکته ای منفی این مدل این است که متقاضیان مشاغل خانگی تجربه ای استقلال و اتکا به خود را نخواهند داشت و در صورتی که صنعت/بنگاه به هر دلیلی از ادامه ی همکاری با آن ها سر باز زند مشاغل نمی توانند به تنهایی و بدون اتکا به دیگران محصولی قابل عرضه تولید کرده و در بازارهای هدف به فروش برسانند.

در هر چهار الگوی پیشنهادی نقش دولت از نوع تنظیم گری است؛ یعنی دولت بسترهای لازم را برای ایجاد مشاغل خانگی و توسعه ی آن ها فراهم می کند تا افراد بتوانند با حمایت های مالی، فنی، آموزشی و... کسب و کارهای خانگی خود را آغاز کنند، به سودآوری برسند و حتی در صورت موفقیت کسب و کار خود را توسعه دهند. در همه ی این الگوها دولت وظیفه ی تعیین رویه ها و دستورالعمل های کلان را برای توسعه ی مشاغل خانگی در سطح کشوری بر عهده دارد. برای تأثیرگذاری بیشتر و اجرای بهتر الگوها، در همه ی آن ها سلسله مراتبی در نظر گرفته شده است که ساختار اجرایی الگوها را مشخص می سازد. در ساختار الگوهای پیشنهاد شده، پس از ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی، پشتیبان/پیشران یا تسهیلگر وجود دارد که از جنس مردم محلی است و با متقاضیان مشاغل خانگی ارتباط برقرار کرده و در حقیقت حلقه ی واسطی بین دولت و متقاضیان مشاغل

خانگی است. بسیاری از وظایف در راستای توانمندسازی متقاضیان مشاغل خانگی و پایدارسازی این مشاغل به این پشتیبان/پیشران یا تسهیلگر سپرده می شود؛ بنابراین دولت دخالت مستقیمی در امور مشاغل خانگی نداشته و تنها به تهیه ی خط مشی ها و دستورالعمل های مناسب می پردازد؛ بسترسازی می کند؛ با بازیگران بزرگی همچون سکوها ی آنلاین و شرکت ها و صنایع بزرگ مذاکره می کند؛ و از همه مهم تر وظیفه ی آموزش و توانمندسازی پیشرانان/پشتیبانان و تسهیلگران را بر عهده دارد.

یکی از نکات قابل توجه این است که اگر در منطقه ای، مشاغل خانگی ایجاد شده اند و مشغول فعالیت هستند لازم نیست که دولت مداخله مستقیمی داشته باشد و الگوی مدنظر خود را پیاده کند بلکه می تواند تسهیلات را در اختیار گروه های فعال آن منطقه که مشغول ایجاد و توسعه مشاغل خانگی هستند قرار دهد. در نهایت به نظر می رسد که مداخلات مستقیم دولت و یا بخش دولتی در ایجاد و یا توسعه کسب و کارهای خانگی کارایی ندارد و لازم است تا حلقه واسطی مانند پشتیبان/پیشران و یا تسهیلگر بین بخش دولتی و متقاضیان مشاغل خانگی وجود داشته باشد. البته برای کارآمدسازی این شیوه نیز لازم است تا حلقه های واسط آموزش های مناسبی دریافت کرده و توانمندی های لازم را کسب کرده باشند و بتوانند دانش خود را به متقاضیان مشاغل خانگی ارائه دهند.

این پژوهش تحت حمایت مالی مؤسسه کار و تأمین اجتماعی و به سفارش معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به انجام رسیده است و نویسندگان بدینوسیله مراتب تشکر خود را اعلام می دارند.

جدول ۱- عناصر الگوهای پیشنهادی توسعه کسب و کارهای خانگی

الگوی کار آفرینی محور	الگوی پشتیبان/پیشران محور	الگوی صنعت محور	الگوی اجتماع محور
تأکید بر توانمندسازی تسهیلاتگران	تشکیل شبکه‌ای از پشتیبانان/پیشرانان	شناسایی و عقد قرارداد با صنایع بزرگ	تأکید بر اجتماعات محلی برای ایجاد و توسعه مشاغل خانگی
شناسایی ظرفیت متقاضیان مشاغل خانگی	توانمندسازی پشتیبانان/پیشرانان با تأکید ویژه بر آموزش و مشاوره‌های مورد نیاز در زمینه شبکه‌سازی	تدوین استانداردها و رویه‌ها	شناسایی ظرفیت‌های منطقه‌ای توسط ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی
ارائه فناوری‌های مناسب		تهیه مواد اولیه و ابزار مورد نیاز	تشکیل گروه‌های خودیار به کمک تسهیلاتگر
اتصال و پیوند به حلقه‌های گوناگون زنجیره ارزش			آموزش انواع توانمندسازی‌ها اعم از مالی، فنی و کسب و کار

منابع

- [1] Berg J, Humblet M, Soares S. Working from home: from invisibility to decent work. Geneva: International Labor Organization (ILO). 2021.
- [2] Nilsson M, Mazumdar I, Neunsinger S. Home-Based Work and Home-Based Workers (1800-2021). 2022 Jan 1.
- [۳] پرچی د، جلالی ف. (۱۳۹۸) بررسی تطبیقی کسب و کارهای خانگی در راستای تحقق سیاست‌های کلی اشتغال. فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان. ۱۳۹۸؛ ۷(۲۶): ۱۸۵-۱۶۴.
- [4] Coates VT. Office automation technology and home-based work. In The new era of home-based work. Routledge; 2019 Jul 11:114-125.
- [5] Gumpert D. Work in the home: Trends and implications. Entrepreneur. 1984;12(3):54-6.
- [6] Berch B. The Resurrection of Out-Work. Monthly Review. 1985 Nov 4;37(6):37.
- [7] Rowe BR, Haynes GW, Stafford K. The Contribution of Home-Based Business Income to Rural and Urban Economies. Economic Development Quarterly. 1999 Feb;13(1):66-77.
- [8] Soosai V, Lalitha N. Micro Enterprises and its impact on livelihood. MJP Publisher; 2019 Jun 7.
- [۹] فلاح م. شناسایی پیشران‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی. تحقیقات بازاریابی نوین. ۱۳۹۷؛ ۸(۳): ۱۴۰-۱۱۹.

- [۱۰] آگهی ح، میرک‌زاده ع. اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی. فصلنامه زن و جامعه. ۱۳۹۱؛ ۳(۳): ۱۸۱-۲۰۲.
- [۱۱] یگانه‌فر ا، رحمتی غفرانی ی. مطالعه عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان در مشاغل خانگی مطالعه موردی شهرستان رشت. چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین‌المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب‌وکار. تهران: ۱۴۰۰.
- [۱۲] نادری مهدی ک، وحدت مؤدب ه. بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی زنان دارای مشاغل خانگی (مطالعه موردی شهرستان رزن). زن در توسعه و سیاست. ۱۳۹۷؛ ۱۶(۲): ۱۹۶-۱۷۵.
- [۱۳] یعقوبی فرانی ا، وحدت مؤدب ه، لطیفی س. شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردود شهرستان رزن). زن در توسعه و سیاست. ۱۳۹۲؛ ۱۱(۴): ۵۷۴-۵۵۹.
- [۱۴] درخشانی درآبی ک، امیدی ج، حسن‌نژاد ر، براتی ن. رتبه‌بندی موانع توسعه بازاریابی در مشاغل خانگی: مطالعه موردی استان مرکزی. مدیریت تبلیغات و فروش. ۱۴۰۱؛ ۱۰.
- [۱۵] میرلطیفی م، علوی‌زاده س‌ام، بدخش ی. آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی. ۱۳۹۳؛ ۳(۱): ۱-۱۱.
- [۱۶] جهانی دولت‌آباد ا، جهانی دولت‌آباد، ر. (۱۳۹۷) راهکارهای توانمندسازی اقشار کم‌درآمد باتکیه بر مشاغل خانگی. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. ۱۳۹۷؛ ۹(۳۶): ۱۴۰-۱۰۴.
- [۱۷] تقی‌پور، سروگل (۱۳۹۸) بررسی تأثیر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر توسعه مشاغل خانگی زنان (مطالعه موردی: شهرستان بندر خمیر) تحقیقات جدید در علوم انسانی بهار، - (۱۶)، ۵۸-۴۳.
- [18] Policy Brief on Home-Based Businesses. OECD SME and Entrepreneurship Papers. 2018 Dec 19.
- [19] Gonzalez O, Gray N. Zoning for Opportunity: A Survey of Home-Based-Business Regulations. The Center for Growth and Opportunity. 2024 Feb 22.
- [20] Szpara MY, Ahmad I, Pederson PV. Nobel Peace Laureate Muhammad Yunus: A Banker Who Believes Credit is a Human Right. Social Education. 2007 Jan 1;71(1):9.
- [21] UNDP. Mid Term Evaluation of Micro-Enterprise Development Programme. 2016.
- [22] Indonesian Ministry of Cooperatives & SMEs. Improvement Rural Living Condition Through One Village One Product (OVOP) Movement. 2014.