

Structural Analysis of the Factors Affecting Iran's Home-Based Businesses Using Cross-Impact Analysis Method

Elham Morovati¹
Reihaneh Shahvali²
Zahra Naghizadeh³
Mohammad Sadegh Bijandi⁴

Abstract

Given the growing role of home-based businesses in the country's economic and social dynamics, accurately identifying the factors influencing the development of this sector is of paramount importance. This research aims to identify key factors affecting the growth of home-based businesses to facilitate policy-making in this area and maximize the potential of home-based businesses in the country. This study employs a mixed-methods approach (qualitative and quantitative) with an exploratory and applied research design. To this end, 44 interviews were conducted with policymakers, executive officials in the home-based business sector, university professors, and entrepreneurship researchers, as well as entrepreneurs and pioneers in the home-based business field. The data obtained from the interviews were coded and thematically analyzed using MAXQDA 2023 software. After coding the data and identifying key categories and subcategories, the factors were ranked using the method of interaction analysis. The results showed that the capacity of development and support institutions, the role of unions and associations, networking, clustering and sustainability, education, a supportive-developmental approach, positive discrimination, financial facilities and facilitation, virtual facilities and facilitation, and physical-spatial facilities and facilitation are the key factors in the home-based business system in Iran. It is expected that these findings, which have led to the identification of challenges and key points related to home-based businesses in the country, will result in the provision of practical solutions to improve productivity, enhance working conditions, develop more effective policies, and ultimately increase the share of home-based businesses in the national economy.

Keywords: *Home-based businesses, Policy-making, Interaction analysis, Thematic analysis.*

JEL Classification: *M13, O38, O29.*

1 Researcher at Women's Social Issues Research Group, Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR), Alzahra branch. Morovati@acecr.ac.ir.

2 Faculty member of Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR), Alzahra branch. reihan.shahvali@gmail.com.

3 Assistant professor of Academic Center for Education, Culture and Research, Alzahra branch, Tehran, Iran, naghizade@acecr.ac.ir.

4 Assistant Professor and Faculty Member, University of Science and Culture. bijandi@usc.ac.ir.

Introduction

Home-based Business (HBB) has deep roots in human history and has constantly interacted with social and economic changes. In Iran, the Law on the Organization and Support of HBBs was passed in 2010, providing a framework for supporting and organizing these activities, although they had existed sporadically before this date. However, like any other social phenomenon, the context and conditions for HBB have undoubtedly changed over time and with societal transformations. This necessitates a renewed and comprehensive look at the various dimensions of this issue. A cursory review of studies conducted on HBBs in Iran indicates that most of these studies have been conducted on a micro-scale, as case studies, and on specific regional samples. In line with this, the results of the research conducted by Naghizadeh, Morovati, and Shahvali (2023) on the academic community's perspective on women's HBB showed that the majority of studies in this area focus on rural occupations, and there is a lack of a developmental and macro-level approach. Given this fact and the passage of approximately 15 years since the enactment of the Law on the Organization and Support of HBBs in the country and the formalization of these businesses, the absence of a comprehensive, holistic, and applied study to assist in determining strategies for identifying priorities for allocating financial, research, and educational resources to facilitate future policy-making in this highly influential field is a significant gap.

Methodology

This study aimed to identify and prioritize key factors influencing the development of home-based businesses in Iran. Employing a mixed-methods approach was an exploratory study in nature and applied to its purpose. To this end, 44 interviews were conducted with policymakers and implementers in the field of home-based businesses, university professors, and entrepreneurship researchers, as well as home-based business entrepreneurs. The data collected from the interviews were coded and thematically analyzed using MAXQDA 2023 software. After coding the data and identifying the key categories and subcategories, the impact of these factors was ranked using the impact Analysis Method.

Results and Discussion

The findings indicated that leveraging the capacity of developmental and supportive institutions, the role of unions and cooperative associations, networking, clustering, and sustainability, education, a supportive-developmental approach, positive discrimination, financial facilities and facilitation, virtual facilities and facilitation, and physical-spatial facilities and facilitation are the most critical factors within the system of issues related to HBBs in Iran. To achieve sustainable development in HBBs, it is essential to optimize the utilization of development and support institutions. In this regard, institutions such as the ACECR, with their experience in implementing the National Development of HBBs Plan, play a significant role in identifying and empowering applicants and creating value chains. These organizations should collaborate in a networked manner to provide

necessary services and facilities to applicants, as well as share relevant information with other institutions. Otherwise, a significant portion of resources will be wasted (Parchami & Jalali, 2018). This finding aligns with the results of studies by Hajarian (2022) and Roschke & Domecka (2018), which emphasize the role of support institutions in developing HBBs.

Cooperatives and associations are pivotal in fostering the growth of home-based businesses. This conclusion corroborates the findings of Nasiri-Agdam and Mortazavi-Far (2011), who highlight the significant contribution of cooperatives and associations to enhancing the business environment. The interconnected nature of networking, clustering, and sustainability is a critical determinant of the structure of HBBs in Iran. The establishment of robust linkages between HBBs, support institutions, and market actors plays a pivotal role in enhancing the knowledge and skills of workers. This conclusion is consistent with the findings of studies by Roschke and Domecka (2018), Theo and Chung (2008), Alizadeh, Hoseinia, and Taghipouryan (2018), and Hastings, Anwar, and Chaudhury (2018), which underscore the significance of networking in fostering the growth of HBB and entrepreneurial ventures. Education emerges as a pivotal factor shaping the landscape of HBB in Iran. Both Theo and Chung (2008) and Hosseinzadeh and Mohammadi (2022) underscore the critical role of education in influencing the development and sustainability of home-based enterprises.

A supportive developmental framework is essential for fostering the growth and sustainability of HBBs in Iran. This framework entails the identification and prioritization of home-based businesses with high growth potential, a shift in societal perceptions towards these occupations, facilitation of market access for home-based business workers on the international stage, incentivizing private sector investments, and the creation of venture capital funds. The conclusions drawn from studies conducted by Malek et al. (2024), Roschke and Domecka (2018), Chen and Sinha (2016), and Movahedi and Pouya (2022) corroborate the pivotal role of developmental and supportive institutions in promoting HBBs. The implementation of affirmative action policies is essential for fostering equitable opportunities in the development of HBBs in Iran, particularly for marginalized groups. The results of this study corroborate the findings of Parvin and Arafi (2021), Momeni-Rad and Behboodi-Kalehry (2017), and Karami and Ibrahim (2021), which underscore the positive impact of affirmative action on employment policies targeting specific groups such as women and people with disabilities. Conversely, Barikloo and Fatemi-Nejad (2019) contend that gender-based affirmative action perpetuates gender stereotypes and reinforces the notion of women as a disadvantaged group.

This study reveals that financial support and facilitation are instrumental in the development of HBBs. These findings align with the research conducted by Roschke and Domecka (2018), Fatahi et al. (2019), and Tang et al. (2011), which underscore the critical role of financial facilitation in fostering home-based enterprises. Furthermore, the provision of virtual facilities and facilitation, such as online marketing tools, specialized e-commerce platforms, and incentives for digital participation, can significantly enhance the market reach and revenue of home-based businesses. The creation of physical spaces for product display and sales, including exhibition booths and dedicated sections in retail stores, can further increase the visibility and accessibility of home-based products. These findings corroborate the research of Roschke and Domecka (2018) and Mirzaei et al. (2022).

فصلنامه نظریه‌های کاربردی اقتصاد/ سال یازدهم/ شماره ۳/ پاییز ۱۴۰۳/ صفحات ۷۲-۳۵

تحلیل ساختاری مؤلفه‌های اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران به روش تحلیل اثرات متقابل

الهام مروتی^۱

پژوهشگر گروه پژوهشی مسایل اجتماعی زنان جهاد دانشگاهی الزهرا(س)، morovati@acecr.ac.ir

ریحانه شاهولی

هیات علمی گروه پژوهشی مسایل اجتماعی زنان جهاد دانشگاهی الزهرا(س)، reihan.shahvali@gmail.com

زهرا نقی‌زاده

استادیار گروه پژوهشی مسایل اجتماعی زنان جهاد دانشگاهی الزهرا(س)، naghizade@acecr.ac.ir

محمدصادق بیجندی

استادیار دانشگاه علم و فرهنگ، bijandi@usc.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۱

چکیده

باتوجه به نقش روزافزون مشاغل خانگی در پویایی اقتصاد و جامعه کشور، شناسایی دقیق عوامل مؤثر بر توسعه این بخش از اهمیت بالایی برخوردار است. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی مؤلفه‌های کلیدی اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران به منظور تسهیل امر سیاست‌گذاری در این عرصه و کمک به بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت مشاغل خانگی در کشور است. این مطالعه از نظر روش پژوهش از نوع آمیخته (کیفی - کمی)، از نظر هدف اکتشافی و از نظر کاربردی، پژوهشی کاربردی است. بدین منظور، ۴۴ مصاحبه با سیاست‌گذاران و عوامل اجرایی حوزه مشاغل خانگی کشور، اساتید دانشگاه و پژوهشگران عرصه کارآفرینی و همچنین کارآفرینان و پیشرانان مشاغل خانگی انجام شد. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA 2023 کدگذاری و تحلیل مضمون صورت گرفت. پس از کدگذاری داده‌ها و شناسایی مقولات و زیر مقولات کلیدی اثرگذار، با استفاده از روش تحلیل اثرات متقابل این عوامل رتبه‌بندی شد و نتایج به‌دست آمده نشان داد که بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی، نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌های هم‌سود، شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی، آموزش، رویکرد حمایتی - توسعه‌ای، تبعیض مثبت، تسهیلات و تسهیلات مالی، تسهیلات و تسهیلاتی‌های مجازی و تسهیلات و تسهیلاتی‌های کالبدی - فضایی، کلیدی‌ترین عوامل در نظام مسائل مشاغل خانگی در ایران هستند. انتظار می‌رود این یافته‌ها که منجر به شناسایی چالش‌ها و نکات کلیدی مرتبط با مشاغل خانگی در کشور شد، منتج به ارائه راهکارهای عملی برای ارتقای بهره‌وری، بهبود شرایط کاری، تدوین سیاست‌های کارآمدتر و نهایتاً افزایش سهم مشاغل خانگی از اقتصاد ملی کشور باشد.

واژه‌های کلیدی: مشاغل خانگی، سیاست‌گذاری، تحلیل اثرات متقابل، تحلیل مضمون.

طبقه‌بندی JEL: M13, O38, O29.

^۱ نویسنده مسئول مکاتبات

۱- مقدمه

مشاغل خانگی، ریشه در تاریخ طولانی انسان دارند و با تحولات اجتماعی و اقتصادی همواره در تعامل بوده‌اند. از صنایع دستی سنتی گرفته تا کارگاه‌های کوچک خانگی، این شکل از اشتغال همواره به‌عنوان مکمل یا جایگزینی برای اشتغال رسمی مطرح بوده است. با این حال، با ظهور انقلاب صنعتی و گسترش شهرنشینی، کار خانگی به حاشیه رانده شد و کار در کارخانه‌ها و ادارات به‌عنوان هنجار اصلی کار تبدیل شد. اما با تحولات تکنولوژیکی اخیر و تغییر الگوهای کاری، مشاغل خانگی بار دیگر به‌عنوان یک گزینه جذاب برای بسیاری از افراد مطرح شده است. در دنیای امروز، مشاغل خانگی نه تنها به‌عنوان یک راه برای کسب درآمد، بلکه به‌عنوان راهی برای تحقق تعادل بهتر بین کار و زندگی و افزایش خلاقیت و نوآوری نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. کسب‌وکارهای خانگی فرصت‌های اقتصادی واقعی برای کارآفرینان و صاحبان مشاغل کوچک فراهم می‌کنند و به‌طور کلی نقش معناداری در اقتصاد ایفا می‌کنند.

در ایران قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ به تصویب رسید و با وجود آنکه پیش از این تاریخ نیز مشاغل خانگی به شکل پراکنده در کشور فعال بودند، از آن زمان زمینه‌های حمایت و ساماندهی فعالین این مشاغل فراهم گردید. با این وجود، به‌مانند هر پدیده اجتماعی دیگر، با گذشت زمان و تغییر و تحولات صورت گرفته در جوامع، مسلماً بسترها و زمینه‌های فعالیت مشاغل خانگی نیز دستخوش تغییر گردیده است. همین امر نیاز به یک نگاه مجدد و همه‌جانبه به ابعاد مختلف این موضوع را دارای اهمیت می‌سازد. بررسی اجمالی مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مشاغل خانگی ایران نشان می‌دهند که عمده این مطالعات در مقیاس خرد و به‌صورت مطالعات موردی و بر روی نمونه‌های خاص مناطق صورت گرفته‌اند. در همین راستا نتایج پژوهش نقی‌زاده، مروتی و شاه‌ولی^۱ (۱۴۰۲) در رابطه با نگرش فضای آکادمیک کشور به مسئله مشاغل خانگی زنان نشان داد محوریت اکثریت مطالعات در این حوزه مشاغل روستایی است و رویکرد توسعه‌ای و کلان در این بخش وجود ندارد. با در نظر داشتن این موضوع و گذشت حدود ۱۵ سال از تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در کشور و رسمیت یافتن فعالیت این کسب‌وکارها و خلأ یک مطالعه جامع،

همه‌جانبه‌نگر و کاربردی جهت استفاده در کمک به تعیین راهبردهای شناسایی اولویت‌های تخصیص منابع مالی، پژوهشی و آموزشی به‌منظور کمک به تسهیل سیاست‌گذاری‌های آینده پیش روی در این عرصه بسیار اثرگذار خواهد بود. در این راستا، مطالعه کنونی می‌کوشد جهت پر کردن این خلأ مطالعاتی، در ابتدا با استخراج مؤلفه‌های اصلی نظام مسائل مشاغل خانگی ایران، تمامی ابعاد اثرگذار بر توسعه این مشاغل را شناسایی کرده و در وهله دوم جهت مشخص کردن خط سیر آتی سیاست‌گذاری‌های آموزشی، مالی و سیاستی به اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها پردازد. سؤالات اصلی پژوهش حاضر به شرح زیر است:

الف) مؤلفه‌های اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران بر اساس دیدگاه‌های سیاست‌گذاران، نهادهای مرتبط، پژوهشگران و فضای آکادمیک و همچنین کارآفرینان و فعالین مشاغل خانگی چه مواردی هستند؟

ب) اولویت‌بندی مقولات کلیدی اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران بر اساس دیدگاه‌های سیاست‌گذاران، نهادهای مرتبط، پژوهشگران و فضای آکادمیک و همچنین کارآفرینان و فعالین مشاغل خانگی چگونه است؟

مقاله حاضر در ابتدا پس از تعریف مشاغل خانگی و بررسی ادبیات نظری مرتبط با موضوع مشاغل خانگی، همچنین مقالات تجربی در این زمینه و ارائه نتایج به‌دست‌آمده از طریق مصاحبه با چهار گروه از افراد اصلی مرتبط با حوزه مشاغل خانگی، پس از اولویت‌بندی مقولات کلیدی اثرگذار بر توسعه مشاغل خانگی ایران، به بحث در رابطه با این نتایج می‌پردازد.

۲- ادبیات موضوع

مشاغل خانگی در جهان در حال تبدیل شدن به شکل محبوبی از کسب‌وکار هستند؛ چراکه با پیشرفت‌های تکنولوژیک جوامع، ترجیحات سبک زندگی، تغییرات جمعیت‌شناختی و تکامل سریع اقتصاددانش محور به‌خوبی هماهنگ هستند (زنکتلر و همکاران^۱، ۲۰۲۲). این روند روبه‌رشد در بسیاری از نقاط جهان مشاهده شده است؛ به‌عنوان نمونه در ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۲۲ حدود ۳۳ میلیون کسب‌وکار خانگی کوچک وجود داشته است که رقمی معادل ۴۶ درصد از کل اشتغال بخش

خصوصی این کشور را تشکیل می‌دهد (اداره کسب‌وکارهای کوچک ایالات متحده آمریکا، ۲۰۲۲). در بخش خصوصی بریتانیا نیز آمارها نشان می‌دهند که شرکت‌های تک‌نفره حدود ۵۶ درصد از کل کسب‌وکارها را تشکیل می‌دهند (کتابخانه مجلس عوام بریتانیا^۱؛ به نقل از ملک و الخالدی، ۲۰۲۴). در سند چشم‌انداز عربستان سعودی (۲۰۳۰) جهت رسیدن از نرخ بیکاری ۱۲٪ به ۷٪، کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک به‌عنوان یکی از راه‌های اصلی این مسیر معرفی شده است. در سنگاپور نیز تعداد کسب‌وکارهایی که از خانه اداره می‌شوند مابین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ از ۱۹۰۰۰ نفر به ۲۰۶۰۰ نفر افزایش داشته است (سلیم^۲، ۲۰۱۷). در ایران بر اساس آمارهای منتشر شده توسط ستاد ساماندهی مشاغل خانگی، تا سال ۱۴۰۱ حدود ۱۶۰ هزار شغل خانگی در کشور ایجاد شده است.

تعاریف متعددی برای مشاغل خانگی در منابع مختلف ذکر است؛ اما در ساده‌ترین حالت، مشاغل خانگی را به‌عنوان کسب‌وکارهایی که بر اساس محل سکونت مالک کسب‌وکار ثبت شده‌اند، تعریف می‌کنند (میسون و همکاران^۳، ۲۰۱۱). این مشاغل عمدتاً به دو شکل اصلی انجام می‌شوند: گروه اول مشاغل خانگی که عمده فعالیت آنها در فضای خانه صورت می‌گیرد و گروه دوم آن دسته از مشاغل خانگی که از خانه مدیریت می‌شوند، اما بخش بیشتر فعالیت‌های آنها در منزل یا محل کار مشتری و به‌طور کلی فضای بیرون از خانه انجام می‌شود؛ مشاغل خانگی مرتبط به امور کشاورزی و روستایی به دلیل ماهیت خود و یا برخی فعالیت‌های مالی که باید در محل کار مشتری صورت گیرند، غالباً در دسته دوم جای می‌گیرند (روشکه و دومکا^۴، ۲۰۱۸). لازم به ذکر است در ایران بر اساس ماده ۲ قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، شیوه اول یعنی کار در خانه مورد تأیید قرار گرفته است.

سه دلیل عمده برای گرایش افراد به شروع یک کسب‌وکار خانگی وجود دارد: کاهش هزینه‌ها، ماهیت این نوع مشاغل که به فضای تجاری نیاز ندارند و راحتی انجام کار که از طریق مسائلی مانند کاهش رفت‌وآمد نمود پیدا می‌کند (میسون و همکاران، ۲۰۱۱)؛

¹ Small Business Administrati (SBA)

² House of Commons Library

³ Salim

⁴ Mason et al.

⁵ Reuschke & Domecka

وورلی و راجرز^۱، ۲۰۱۲). علاوه بر این مطالعات مختلف نشان داده اند که مشاغل خانگی منجر به ایجاد موفقیت های شخصی و خانوادگی (هیل و همکاران^۲، ۲۰۰۳؛ مورگانسون و همکاران^۳، ۲۰۱۰) و کسب استقلال اقتصادی برای زنان (واکر و ویستر^۴، ۲۰۰۴) است. بر اساس مبانی نظریه نهادی، مرزهای محدود کننده قوانین، خط مشی ها، نهادها و عرف و فرهنگ بر کارآفرینی و کسب و کارها اثرگذار است و رشد یا عدم رشد این واحدها متأثر از وضعیت نهادهای رسمی و غیررسمی حاکم بر جامعه است. نهادها از طریق اثرگذاری بر ماهیت فعالیت کسب و کارها و رشد آنها، مرزهایی جهت توسعه و یا محدودکردن اعمال و رفتار مالکان واحدهای کسب و کار تعیین می کنند (ولتر و همکاران^۵، ۲۰۱۴). از دیدگاه داگلاس نورث^۶، نظریه پرداز دیدگاه نهادگرایی، نهادها به عنوان قوانین بازی در جامعه هستند و میتوانند به صورت غیر رسمی با اثرگذاری بر نگرش ها، ارزش ها و هنجارها و یا به شکل رسمی از طریق قوانین اقتصادی و سیاسی اثرگذاری خود را نشان دهند (نورث، ۱۹۹۰؛ به نقل از ذوقی کودهی و همکاران^۷، ۱۴۰۳). بر این اساس توان گفت نهادهایی مانند دولت، نهادهای توسعه ای و حمایتی، از جمله انجمن های کسب و کار، اتحادیه ها و سایر نهادهای مرتبط با فرایند اشتغال همگی می توانند در ابعاد گوناگون بر موضوع مشاغل خانگی اثرگذار باشند. در این راستا فعالیت های نهادی از جمله تنظیم مقررات و قوانین مرتبط، تنظیمات مراحل اداری، امور مالیاتی، اعطای و اعطای وام، مشاوره، اطلاع رسانی، ایجاد زیر ساختهای مناسب و حمایت های مالی از جمله مواردی هستند که در نظر داشتن آنها منجر به بهبود سیاست گذاری در عرصه کسب و کارهای کوچک، متوسط و کارآفرینانه خواهد شد (داوریو همکاران^۸، ۱۳۹۵).

در باب سایر عوامل موثر بر مشاغل خانگی، ترکیبی از اصول عدالت، کارایی و اقتصادی سیاسی لزوم دخالت های دولتی و نهادی و سازمان های مختلف در بخش کسب و کار

¹ Vorley & Rodgers

² Hill et al.

³ Morganson et al.

⁴ Walker and Webster

⁵ Welter

⁶ Douglass North

⁷ Zoghi et al. (2024)

⁸ Davari et al. (2016)

خانگی را تأیید می‌کند (مدرسی و همکاران^۱، ۱۳۹۵). بسیاری از افراد فقیر به ویژه زنان فعال در این بخش در حالی از تبعیض و قدرت بازار نابرابر قرار دارند و از محدودیت مهارت‌ها، اطلاعات کارا و بیمه و شرایط تحمل ریسک متاثرند. در چنین شرایط نیروهای حمایتی و کمک‌کننده باید برای ارتقای بهره‌وری آنان تلاش کنند (چن و همکاران^۲، ۲۰۰۱). از منظر دیگر، بر اساس دیدگاه‌های نئوکلاسیک، بازده نهایی و دستاوردهای هر نیروی کار متناسب با ارزش نهایی کار وی است. با توجه به تأکید این نظریه بر عامل سرمایه انسانی در حوزه اشتغال، توسعه آموزش و تحصیلات، مهارت‌ها و دانسته‌های فنی افراد منجر به ارتقای وضعیت آن‌ها در بازار اشتغال و زمینه کسب‌وکار خواهد بود. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت آموزش در ابعاد دانش و مهارت‌افزایی در رابطه با فعالان مشاغل خانگی نیز نمود دارد. البته به اعتقاد نظریه‌پردازان این دیدگاه، موضوع لزوم برخی تبعیض‌ها در بازار کار امری طبیعی است؛ چراکه برخی عوامل منجر به بهره‌وی کمتر برخی گروه‌ها مانند زنان نسبت به مردان در بازار کار شده‌اند. با توجه به مزایای اقتصادی و اجتماعی متعدد مشاغل خانگی هم برای خانوارها و هم برای جوامع به‌طور کلی، شناخت مسائل مبتلابه این مشاغل، اولویت‌بندی و سیاست‌گذاری صحیح و کاربردی در این عرصه، منجر به بهره‌برداری حداکثری از مزایای این دسته مشاغل خواهد شد.

پژوهش‌های داخلی و خارجی نیز به موضوعات مختلف حوزه مشاغل خانگی پرداخته‌اند. ملک و همکاران^۳ (۲۰۲۴) با مرور سیستماتیک کلیه مقالات موجود مابین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ در حوزه مشاغل خانگی، مسائل اقتصادی مرتبط با آنها، چالش‌ها و استراتژی‌های موفقیت این مشاغل و همچنین اثر تغییرات اجتماعی و فناوری بر توسعه آنها را شناسایی کردند. نتایج این بررسی نشان داد که مفاهیم اثرگذار مرتبط با مشاغل خانگی در پنج تم اصلی ۱- تعاملات و کلیشه‌های جنسیتی ۲- مدل‌های کسب‌وکار آنلاین، رسانه‌های اجتماعی، تحولات دیجیتال و پذیرش فناوری ۳- انگیزه‌های کارآفرینانه، چالش‌ها و استراتژی‌های رشد مشاغل خانگی ۴- چالش‌های حقوقی و استراتژی‌های رسمی‌سازی در اقتصاد غیررسمی کسب‌وکارهای خانگی و ۵- زمینه‌های

¹ Modarresi et al. (2016)

² Chen et al.

³ Malik et al.

جغرافیایی و فرهنگی شکل‌دهنده شیوه‌های کسب‌وکار خانگی بیشترین موضوعات مورد بررسی در ادبیات حوزه کسب‌وکارهای خانگی بوده‌اند که باید مورد توجه پژوهشگران و سیاست‌گذاران این عرصه قرار گیرند.

روشکه و میسون^۱ (۲۰۲۲) در بررسی نمونه‌ای شامل ۹۹۴ کسب‌وکار کوچک و متوسط در اسکاتلند دریافتند که اگرچه بستر فضای مجازی به‌عنوان محل فروش محصولات مشاغل خانگی پذیرفته شده است، اما از نظر کمی اثرات تحول فناوری‌های دیجیتال بر ماهیت و فرایند کارآفرینانه این مشاغل نسبتاً کم است و در واقع اکثریت مشاغل خانگی و کوچک از بسترهای آنلاین برای تجارت استفاده نمی‌کنند. همچنین نتایج مطالعه فیلیپ و ویلیامز^۲ (۲۰۱۹) نیز نشان داد در اقتصاد جدید جهانی، کسب‌وکارهای خانگی روستایی به علت دور بودن از فناوری‌های دیجیتال در حال عقب ماندن از سایر مشاغل هستند. روشکه و دومکا (۲۰۱۸) عمده‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی را شامل دسترسی به زیرساخت‌ها و شبکه‌های حمایتی، دسترسی به منابع مالی، قوانین و مقررات و برنامه‌ریزی می‌دانند و معتقدند سیاست‌گذاری باید در زیربخش‌های هر یک از این عرصه‌ها صورت گیرد. ایجاد فضاهای کار و جلسات، طراحی فضاهای کار اشتراکی و یا بازطراحی فضاهای مسکونی علاوه بر حل مشکل فضای کار مشاغل خانگی، از ماهیت منزوی این مشاغل می‌کاهد. در رابطه با مسائل مالی، دسترسی به وام‌های خرد از طریق سازمان‌های محلی و دولتی یک سیاست مطمئن جهت حل این چالش است و در رابطه با موضوع قوانین و مقررات، تدوین سیاست‌های واضح و حمایت‌گرانه و دردسترس بودن اطلاعات و بهبود شیوه‌های اطلاع‌رسانی به مشاغل خانگی اهمیت بسزایی دارند. نتایج بررسی هستینگز و همکاران^۳ (۲۰۱۸) بر روی ماهیت همکارانه و شبکه‌ای مابین کسب‌وکارهای خانگی در کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی^۴ نشان داد که همکاری مناسبی بین کسب‌وکارهای خانگی در این کشورها وجود دارد که عمده این همکاری در بخش‌های تولید، فروش و بازاریابی و تدارکات است.

¹ Reuschke & mason

² Philip & Williams

³ Hastings et al.

⁴ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

در زمینه لزوم وجود رویکرد حمایتی از مشاغل خانگی چن و سینها^۱ (۲۰۱۶) معتقدند از آنجاکه مشاغل خانگی از سایر نیروهای کار جدا هستند و دانش محدودی از بازارها و قیمت‌های بازاری دارند، بنابراین احتمال ساماندهی و غیررسمی ماندن آنها بسیار بیشتر از سایر گروه‌ها است و همین منزوی و سازمان‌یافته نبودن، توانایی آنها به‌عنوان نیروی کار برای مذاکره و چانه‌زنی در زمینه فروش کالا به قیمت مطلوب و بازاری و یا مذاکره با دولت‌ها برای فراهم کردن زیرساخت‌های و خدمات مناسب کار را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

نقش شبکه‌سازی و خوشه‌سازی در زمینه توسعه کسب‌وکارها به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و خانگی نیز از جمله مسائلی است که مطالعات مختلف به آنها پرداخته‌اند. شبکه‌ها اعم از رسمی و غیررسمی، محیط‌هایی هستند که بر کیفیت و کمیت اطلاعات و تبادل منابع تأثیر می‌گذارند (آلوکو و همکاران^۲، ۲۰۲۰). در همین رابطه، تئو و چونگ^۳ (۲۰۰۸) ضعف آموزش را در کنار ضعف سرمایه و شبکه‌سازی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌های راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی در کشور مالزی معرفی کردند. در ایران نیز تحقیقاتی در رابطه با مسائل مرتبط با مشاغل خانگی انجام شده‌اند که در زیر به برخی از آنها اشاره شده است: نتایج مطالعه حسین‌زاده و محمدی^۴ (۱۴۰۲) در رابطه با تأثیر فناوری اطلاعات در توسعه مشاغل خانگی نشان داد که مشاغل خانگی با بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، توانایی رشد و توسعه بیشتری دارند و به بازارهای جدید دسترسی پیدا می‌کنند. تمایل به استفاده از فناوری‌های جدید در این مشاغل بیشتر بر اساس درک سودمندی، سهولت استفاده و هنجارهای ذهنی تصمیم‌گیران تأثیرگذار است. ایجاد زیرساخت‌های فنی و آموزش‌های مرتبط می‌تواند در ارتقای بهره‌وری و پایداری مشاغل خانگی نقش مؤثری داشته باشد و در ایجاد فرصت‌های شغلی و رشد اقتصادی مؤثر باشد.

در رابطه با نقش نهادهای حمایتی در توسعه مشاغل خانگی عباسی و همکاران^۵ (۱۴۰۲) به مطالعه نقش فعالیت‌های سازمان بسیج سازندگی در توسعه این دسته از مشاغل

¹ Chen & Sinha

² Aluko et al.

³ Teoh & Chong

⁴ Hosseinzadeh & Mohammadi (2023)

⁵ Abbasi et al. (2023)

به‌منظور محرومیت‌زدایی پرداختند و نتیجه گرفتند پیشایندهای اصلی ارزش‌آفرینی سازمان بسیج سازندگی در توسعه کسب‌وکارهای خانگی شامل مضامین فراگیر توسعه چندجانبه، توانمندسازی زیرساختی، توسعه خودباوری و خوداتکایی، ظرفیت‌سازی اجتماع‌محور و توسعه زیست‌بوم اشتغال هستند. در مطالعه دیگر حجاریان^۱ (۱۴۰۲) با اشاره به این موضوع که توسعه مشاغل خانگی به معنای واقعی خود می‌تواند بستر مناسبی برای توسعه ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به‌خصوص در مناطق روستایی و در مورد جوانان روستایی باشد، در تبیین بسترهای بنیادین توسعه مشاغل خانگی روستایی، یازده دسته شامل عوامل انگیزشی، ساختاری و زیربنایی، بازاریابی، سیاست‌گذاری، آموزشی و ترویجی، مدیریتی، مشارکت، منابع مالی و اعتباری، نظام اطلاعاتی، نگرشی و حمایتی را به‌عنوان مضامین اصلی توسعه این مشاغل معرفی می‌کند.

نتایج تحلیل داده‌های مطالعه موحدی و پویا^۲ (۱۴۰۲) که از طریق مصاحبه با زنان سرپرست خانوار و مطلعین کلیدی در شهر همدان جمع‌آوری شد نشان داد موانع پیش روی توسعه مشاغل خانگی برای زنان آسیب‌پذیر شامل موانع روان‌شناختی-خانوادگی، موانع فرهنگی، موانع مالی-حمایتی، موانع آموزشی و موانع بازاریابی هستند. همچنین راهکارهای اصلی شامل فرهنگ‌سازی و توانمندسازی، حمایت‌های مالی، تبلیغات و بازاریابی و حمایت‌های آموزشی پیشنهاد گردید. در حوزه صادرات مشاغل خانگی، یافته‌های فتاحی و همکاران^۳ (۱۳۹۹) که با هدف شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های صادراتی مشاغل خانگی انجام شد نشان داد: الف) شاخص‌های مالی از قبیل ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری و درآمدی، هزینه‌های تولید و صادرات ب) بهبود فضای کسب و کار شامل اصلاح و بهبود قوانین و مقررات، افزایش ظرفیت‌های آموزشی، بهبود عملیات تولید و تکنولوژی کارگاهی ج) دسترسی به بازارهای خارجی، یعنی کسب اطلاعات عمومی بازار، تقویت دانش صادراتی و تقویت سازمان‌های توسعه صادرات و در نهایت د) توسعه قابلیت‌های صادراتی از طریق برنامه‌ریزی، افزایش قابلیت‌های بازاریابی،

¹ Hejarian (2024)

² Movahedi & Pooya (2023)

³ Fatahi et al. (2020)

افزایش قابلیت‌های استفاده از محصول و افزایش مزیت رقابتی در ارتقاء عملکرد و توسعه مشاغل خانگی تاثیر دارد.

نصیری اقدم و مرتضوی فر^۱ (۱۳۹۰) با اشاره به فاصله فضای فکری سیاست‌گذاران و فعالین کسب‌وکار به بررسی نقش انجمن‌ها و اتحادیه‌های خصوصی بر بهبود فضای کسب‌وکار پرداختند و نتایج این مطالعه نشان داد که انجمن‌ها با تغییر ترجیحات و رفتار اعضا، اثرگذاری بر سیاست‌گذاری دولت‌ها و اقدامات خود در جهت بهبود محیط کسب‌وکار، نقش مهمی در فعالیتهای اقتصادی دارند و همچنین قادرند انجام برخی امور تخصصی کسب‌وکارها را در اختیار بگیرند. مطالعه میرزایی و همکاران^۲ (۱۴۰۲) نشان داد که ایجاد و گسترش فضای مشروع برای حضور زنان در ابعاد مختلف از جمله بعد کالبدی و عملیاتی یکی از عواملی است که بیشترین تاثیر را بر توسعه پایدار کارآفرینی و مشاغل خانگی دارند.

۳- روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر روش پژوهش از نوع آمیخته، از نظر هدف اکتشافی و از نظر کاربردی، پژوهشی کاربردی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش کیفی کدگذاری و همچنین روش نیمه کمی تحلیل اثرات متقابل استفاده شده است. فرایند انجام این پژوهش به این صورت بود: در این پژوهش در ابتدا با رویکردی مروری، تمام مقالات، مصاحبه‌ها و گزارش‌هایی که با کلیدواژه مشاغل خانگی در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر همچون نورمگز، مگیران، SID، علوم انسانی و سیویلیکا و همچنین پایگاه‌های خبری معتبر همچون ایسنا، مهر و تسنیم بودند جمع‌آوری و با کمک نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۲۳ کدگذاری و تحلیل شد. سپس ۴۴ مصاحبه نیمه ساختاریافته (بازه زمانی ۱۴۰۱-۱۴۰۲) با چهار گروه از دست‌اندرکاران عرصه مشاغل خانگی مبتنی بر محورهای به‌دست‌آمده از مرحله قبل، برنامه‌ریزی و انجام شد. مشخصات افراد مصاحبه‌شونده در جدول ۱ ذکر شده است. مدت‌زمان انجام هر مصاحبه ۴۵ تا ۶۰ دقیقه بود. سپس به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، ابتدا تمامی متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شده و نکات کلیدی یکایک آن‌ها استخراج و مقوله‌های اولیه کدهای باز

^۱ Nasiri Aghdam & Mortazavifar (2011)

^۲ Mirzaei et al. (2023)

مشخص شد. در مرحله بعد، مفاهیم مشابه در کنار یکدیگر طبقه‌بندی شد و در نهایت باتوجه به نکات مطرح شده در مصاحبه‌ها، ۲۷ زیر مقوله در قالب ۴ مقوله اصلی اثرگذار بر توسعه مشاغل خانگی ایران استخراج گردید.

جدول (۱): لیست افراد مصاحبه‌شونده

سیاست‌گذاران کلان عرصه کسب‌وکار و دستگاه‌های اجرایی	
رئیس دبیرخانه ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی رئیس مرکز ملی مطالعات پایش و بهبود محیط کسب‌وکار ایران معاون سلامت اجتماعی سازمان بهزیستی کشور مدیر کارآفرینی و اشتغال اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران دبیر توسعه روستایی و اشتغال مناطق مرزی فراکسیون اشتغال و اصناف مجلس شورای اسلامی مدیرکل دفتر توانمندسازی خانواده و زنان سازمان بهزیستی کشور معاون اداره کل امور زنان و خانواده استانداری تهران و مسئول کارگروه کسب‌وکار استانداری تهران/ مشاور امور بانوان و خانواده فرمانداری تهران مدیرکل دفتر راهبری اجرایی آموزش سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور/ معاون دفتر راهبری اجرایی آموزشی سازمان فنی و حرفه‌ای کشور	رئیس اداره اشتغال و هدایت نیروی کار و مسئول دبیرخانه مشاغل خانگی اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران معاون امور مناطق شرکت ساماندهی صنایع و مشاغل شهر شهرداری تهران سرپرست سابق سازمان تأمین اجتماعی کشور و کارشناس متخصص سازمان تأمین اجتماعی معاون مالیاتی اسبق سازمان امور مالیاتی کشور و عضو جامعه مشاورین رسمی مالیاتی کشور مدیرکل دفتر توسعه فعالیت‌هایی کشاورزی زنان روستایی و عشایری وزارت جهاد کشاورزی رئیس کمیسیون بانوان اتاق تعاون ایران و هیئت‌رئیس تهران مدیرکل دفتر مالکیت فکری وزارت دادگستری
سازمان‌های وابسته، نهادهای توسعه‌ای و اتحادیه‌ها	
رئیس پارک علم و فناوری کرمانشاه معاون فناوری پارک علم و فناوری جهاد دانشگاهی استان البرز مشاور طرح‌های ملی اشتغال کشور و راهبر ارشد طرح‌های توسعه‌ای مشاغل خرد و کوچک و خانگی جهاد دانشگاهی مدیرکل کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی	مدیر اداره ترویج و توسعه کارآفرینی جهاد دانشگاهی مشاور اداره کل امور فرآورده‌های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو رئیس اداره راهبری شغلی کمیته امداد امام خمینی (ره) استان تهران دبیر دائمی جایزه ملی طراحی بسته‌بندی رئیس اتحادیه صنف خیاط زنان و مردانه تهران و

<p>حومه دبیرکل سازمان ملی کارآفرینی ایران</p>	<p>مدیر طرح‌های اشتغال‌زایی اجتماع‌محور بنیاد برکت رئیس مرکز ملی فرش ایران</p>
اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها، پژوهشگران و متخصصان عرصه کسب‌وکار	
<p>پژوهشگر و مدیرکل سابق منابع انسانی و پشتیبانی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی مدیر مرکز خدمات تخصصی HSSE و مدیریت خطر جهاد دانشگاهی واحد علوم پزشکی شهید بهشتی عضو هیئت علمی دانشگاه علم و فرهنگ، مشاور طرح‌های ملی اشتغال کشور مدیر ارتباط با جامعه صنعت دانشگاه و مدیرگروه رشته مدیریت مالی دانشگاه علم و فرهنگ استاد دانشگاه و مشاور و مدرس مهارت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی</p>	<p>استاد دانشگاه و مشاور و مدرس مهارت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی استادیار مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت صمت عضو هیئت علمی و رئیس کارآفرینی و ارتباط با صنعت دانشگاه سمنان تحلیلگر اقتصادی و دکترای مدیریت کسب‌وکار گرایش اقتصادی و مالی پژوهشگر و مدرس دانشگاه در زمینه اتباع خارجی پژوهشگر و مدرس دانشگاه در زمینه هوش مصنوعی عضو هیئت علمی دانشکده حقوق و مدیرگروه حقوق تجارت الکترونیکی دانشگاه علم و فرهنگ</p>
کارآفرینان و پیشرانان مشاغل خانگی	
<p>کارآفرین و پیشران رشته طراحی و ساخت طلا، جواهر و زیورآلات نایب‌رئیس اتحادیه پوشاک شهرستان ملارد، پیشران حوزه پوشاک و مدرس طراحی و دوخت پوشاک و صاحب برند تیکن معاون مدیرعامل شرکت مجموعه صادراتی نیکان بی‌زینس، کارگزار صادراتی خانه فناوری و شکوفایی ایران و مشاور صادراتی شرکت‌های تولیدی بانوی کارآفرین و پیشران شرکت بازرگانی گل‌سرخ (زعفران) کارآفرین و پیشران حوزه بسته‌بندی ادویه، دمنوش و حبوبات</p>	

منبع: یافته‌های تحقیق

در مرحله نهایی این بخش، پنل نخبگانی با حضور افراد زیر جهت بحث و بررسی و اعتبارسنجی برگزار شد: مدیرکل وقت دفتر سیاست‌گذاری و توسعه اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، اقتصاددان و پژوهشگر ارشد مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، مدیرکل وقت توسعه کارآفرینی و اشتغال جهاد دانشگاهی، مشاور طرح‌های ملی اشتغال کشور و راهبر ارشد طرح‌های توسعه‌ای مشاغل خرد و خانگی

جهاد دانشگاهی، استاد دانشگاه و مشاور کسب‌وکار و کارآفرینی، مدیر وقت اداره توانمندسازی و هدایت شغلی جهاد دانشگاهی، مدیر وقت اداره ترویج و توسعه کارآفرینی جهاد دانشگاهی و رئیس جهاد دانشگاهی واحد الزهرا (س). نظرات افراد حاضر در پنل نخبگانی، مبتنی بر اعتبار مقولات استخراج شد و در چند مورد نیز عناوینی جهت زیر مقولات پیشنهاد شد که به بحث و بررسی گذاشته شد و در انتها به تأیید نهایی رسید.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- مقولات و زیرمقوله‌های استخراج شده

رئوس مطالب مرتبط با مسائل نظام مشاغل خانگی در ایران در ۴ مقوله اصلی و ۲۷ زیر مقوله، مطابق شکل (۱) استخراج گردید:



شکل (۱): مقولات و زیرمقوله‌های استخراج شده

منبع: یافته‌های تحقیق

چالش‌های زیرساختی: چالش‌های مرتبط با راه‌اندازی، تدوین و گسترش برخی زیرساخت‌ها که رفع آن‌ها به بهبود وضعیت مشاغل خانگی کمک خواهد نمود.

۱- استانداردسازی: استانداردسازی مشاغل خانگی در بخش تعریف کیفیت محصولات و خدمات، قیمت‌گذاری‌ها و همچنین ارائه آموزش‌های استاندارد و منطبق با دانش روز و کاربردی و همچنین موضوع بسته‌بندی کالاها از مهم‌ترین مسائل مرتبط با مشاغل خانگی است که علاوه بر کمک به بازاریابی در داخل، در تسهیل فرایند صادرات این بخش نیز اثرگذار خواهد بود.

۲- برندسازی: برند، نشان و علامتی است که حکم نشان استاندارد برای محصولات خانگی را دارد و به مخاطب می‌قبولاند کسب‌وکاری که این نشان را بر روی محصولات خود دارد، تمامی ضوابط و استانداردهای لازم را از نظر کیفیت، بسته‌بندی، قیمت و غیره رعایت کرده است. مسئله هویت‌یابی این کسب‌وکارها نیز در قالب برندها اعم از مستقل و اشتراکی نمود پیدا می‌کند که یکی از مهم‌ترین الزامات توسعه شبکه‌سازی در کسب‌وکارهای خانگی است.

۳- بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای حمایتی و توسعه‌ای: نهادهای توسعه‌ای و حمایتی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بازوهای اجرایی مشاغل خانگی در کشور مطرح هستند. کم‌رنگ‌شدن فعالیت نهادها و سازمان‌های توسعه‌ای منجر به عدم تکمیل زنجیره ارزش و در نهایت به وجود آمدن مشکلاتی در بخش فروش مشاغل خانگی می‌شود. نهادهایی مانند بنیاد برکت، جهاد دانشگاهی، کمیته امداد حضرت امام خمینی (ره) و... می‌توانند علاوه بر مسائل فرهنگی، آموزش به متقاضیان، انجام پژوهش بابت نوآوری در تولید محصولات، ایجاد برند و استانداردسازی محصولات مشاغل خانگی، نه تنها در ایجاد اشتغال و یا واسطه‌گری در زمینه اشتغال‌زایی بلکه در بخش‌های تحقیقاتی، سیاست‌گذاری، استعدادیابی و شبکه‌سازی نیز ورود کنند.

۴- بیمه و تأمین اجتماعی: از آنجاکه مشاغل خانگی ساعات کاری مشخص نداشته و بازرسان بیمه امکان بازدید از کارگاه‌های خانگی را ندارند، در زیرمجموعه قانون کار قرار نمی‌گیرند و همین مسئله تا حدودی چالش‌هایی را برای آنان به وجود آورده است. هرچند برخی متخصصان معتقدند عدم الزام به بیمه، به‌عنوان یک مشوق منجر به افزایش تمایل افراد به حضور در مشاغل خانگی و فعالیت به‌عنوان پیشران می‌شود، اما

برای افراد تحت پوشش پشیرانان شرایط عدم اطمینان را به وجود می‌آورد. متخصصان کسب‌وکار معتقدند می‌توان در قانون برخی تمهیدات و تسهیلات بیمه‌ای از جمله برنامه‌های حمایتی بیمه، بیمه حوادث، بیمه تکمیلی، بازنشستگی و مهدکودک و... را برای مشاغل خانگی در نظر گرفت، اما همگی این موارد نیازمند این هستند که در متن قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی حتماً به آنها اشاره شود.

۵- مالیات: در سال‌های پس از تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، مسئله مالیات به‌عنوان یکی از چالش‌برانگیزترین مفاهیم مطرح بوده است. در حال حاضر باور عمومی در سطح جامعه و فعالین این بخش بر آن است که مشاغل خانگی از پرداخت مالیات معاف هستند؛ درحالی‌که چنین گزاره‌ای در قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی و یا دستورالعمل اجرایی مرتبط با آن ذکر نشده است. عدم شفافیت قانون و آیین‌نامه‌های مالیاتی برای فعالین این بخش یکی از عمده مشکلات در این حوزه است که مشکلاتی را بر سر راه فعالیت گسترده و همچنین اقدام برای صدور مجوز فعالیت به وجود آورده است. با توجه به موارد گفته شده در رابطه با مالیات مشاغل خانگی، در حال حاضر مهم‌ترین امر شفاف‌سازی فعالیت‌ها، وظایف و تکالیف قانونی هریک از عوامل درگیر در این بخش است.

۶- اطلاع‌رسانی و ترویج: از آنجاکه مشاغل خانگی پدیده‌ای نسبتاً جدید در ادبیات کسب‌وکار کشور هستند، لزوم این مقوله در شناساندن آن به متقاضیان فعالیت در این بخش و همچنین آشنایی بیشتر دست‌اندرکاران حوزه نظری و عملی کسب‌وکارهای خانگی با قوانین، دستورالعمل‌ها و راهکارهای اجرایی به‌روز، تأثیر زیادی بر ترویج مشاغل خانگی در کشور خواهد داشت. محور دیگر در این بخش، موضوع مهارت استفاده از اطلاعات موجود در وبسایت‌ها، رسانه‌ها و سایر منابع اطلاع‌رسانی است که افراد به دلایل مختلف اعم از آگاهی نداشتن از وجود این منابع و یا نداشتن مهارت درست استفاده از منابع، بهره‌چندانی از آنها نمی‌برند.

۷- تسهیلات و تسهیلهای مجازی: در دنیای امروز ارتباط تنگاتنگی بین شرایط کنونی این کسب‌وکارها با فضای مجازی وجود دارد. به دلیل اهمیت این موضوع، زیرمقوله‌های آن در چند زیرشاخه اصلی دسته‌بندی شد: سامانه‌های اطلاعاتی و نظارتی از جمله ایجاد بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی، ایجاد سامانه رصد و نظارت بر راه‌اندازی و

پایداری فعالیت مشاغل خانگی، پلتفرم‌های مشاوره مجازی از جمله در حوزه‌های مشاوره‌های تخصصی و انتقال تجربه در کسب‌وکارها، پلتفرم‌های فروش کالا و خدمات و همچنین پلتفرم‌های مالی و سرمایه‌گذاری و همچنین مسئله محدودیت‌های قانونی.

۸- ایمنی و بهداشت: در قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی به موضوعات خطر، ریسک و بیمه حوادث توجهی نشده است. عدم توجه کافی به مسئله ایمنی و سلامت در مشاغل خانگی، در نهایت پایداری آنها را با مشکل مواجه می‌کند.

۹- جرایم و تخلفات: در زمینه جرایم و تخلفات فعالین مشاغل خانگی و همچنین دست‌اندرکاران اجرایی در بخش‌های مختلف مرتبط با این کسب‌وکارها تا حدی ابهامات وجود دارد. مصادیق تخلفاتی که مجریان دستگاه‌های ذی‌ربط در رابطه با امور مشاغل خانگی انجام می‌دهند، به‌وضوح مشخص نیست و همین ابهامات اشخاص را دچار مشکل کرده است. از سوی دیگر به نظر می‌رسد با پیشرفت فناوری و ظهور و بروز فناوری‌های نوین، جرایم ارتكابی توسط افراد و سازمان‌ها نیز دستخوش تغییرات زیادی شده و ماهیت دیگری پیدا کرده‌اند که لازم است از قبل سیاست‌گذار و دستگاه‌های حاکم برای آنها تدابیر لازم را اندیشیده باشند.

چالش‌های توسعه سهم از بازار: مشاغل خانگی به‌عنوان پدیده‌ای نوپا در عرصه اقتصاد کشور با چالش‌هایی برای توسعه سهم از بازار روبه‌رو هستند که رفع آن‌ها سهم از بازار این گروه از مشاغل را بیش‌ازپیش توسعه خواهد داد.

۱۰- شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی: از آنجاکه مشاغل خانگی ماهیت نسبتاً ایزوله‌ای دارند، شبکه‌سازی می‌تواند از مهم‌ترین استراتژی‌های افزایش تعاملات اجتماعی آنان باشد. در حال حاضر در ایران به دو دلیل عمده ناآشنایی مشاغل خانگی با ظرفیت‌ها و مزیت‌های شبکه‌سازی و حضور در خوشه‌های کسب‌وکار و همچنین ضعف اکوسیستم کسب‌وکار کشور در شبکه‌سازی، بیشترین فعالیت مشاغل خانگی به‌صورت مستقل و انفرادی انجام می‌شود که تأثیر زیادی بر کاهش بهره‌وری آنان دارد. در این میان نقش صنایع در سطح ملی و بین‌المللی، کارآفرینان بزرگ و کارخانه‌ها و تولیدکنندگان عمده در کشور، می‌تواند بسیار پررنگ باشد؛ چراکه قرارگرفتن در زنجیره فعالیت یک کسب‌وکار بزرگ، به بازارسازی برای فروش محصولات و حرکت در جهت پایدارسازی مشاغل خانگی کمک زیادی می‌کند. یکی از رویکردهای نوین نسبت به

موضوع شبکه‌سازی در مشاغل خانگی، داشتن نگاه اجتماع‌محور به موضوع شبکه‌سازی و ورود در عرصه افراد آسیب‌پذیر اجتماع و شبکه‌سازی با افرادی مثل زندانیان، زنان سرپرست خانوار، معلولان و... است.

۱۱- تسهیلات و تسهیلهای مالی: یکی از موضوعاتی که اکثر مشاغل خانگی در ابتدای شروع فعالیت خود با آن مواجه هستند، مسئله مالی است که باید فراتر از ارائه وام جهت راه‌اندازی شغل خانگی، متوجه لزوم اختصاص منابع مالی به مراحل مختلف فعالیت یک کسب‌وکار خانگی مانند صادرات و تأمین فضای فروش و همچنین استفاده از سایر سیستم‌های تأمین مالی برای بهره‌وری بیشتر مشاغل خانگی باشد. در این زمینه وجود مکانیسم‌های نظارتی که مانع حضور سوداگران در عرصه کسب‌وکارهای خانگی شده و منابع مالی به سمت کسانی که هدف اصلی آن‌ها راه‌اندازی یک کسب‌وکار پایدار است، گسیل می‌شود.

۱۲- حضور در بازارهای بین‌المللی: حضور در بازارهای جهانی برای مشاغل خانگی کشور به علل گوناگونی دشوار است؛ کیفیت نسبتاً پایین محصولات، حجم کم تولید، عدم دسترسی، نبود مؤلفه‌های استاندارد و یکسان‌سازی تولیدات و همچنین بسته‌بندی نامناسب، محصولات مشاغل خانگی را از دسترسی سطح کلان به عرصه صادرات محروم نموده است. یکی از اصلی‌ترین راهکارها برای حل مسئله ناتوانی برای حضور در عرصه‌های صادراتی، تعریف استانداردها، استفاده از ظرفیت پیشران‌ها و قابلیت شبکه‌سازی در مشاغل خانگی است.

۱۳- تسهیلات و تسهیلهای کالبدی - فضایی: تولید کالاها و خدمات مشاغل خانگی در فضای خانه انجام می‌شود و بنابراین این مشاغل به مکانی برای ارائه این محصولات و خدمات خود نیازمندند. همکاری نهادهای حمایتی در زمینه تأمین مکان جهت فروش محصولات و همچنین کارگاه‌هایی به‌منظور کارورزی و کسب و انتقال تجربه عملی می‌تواند تأثیر زیادی در بهبود وضعیت مشاغل خانگی در کشور داشته باشد. همچنین مشکل تأمین مکان جهت کار به‌ویژه در گروه‌های خاص اجتماعی مانند زنان سرپرست خانوار که یکی از گروه‌های اصلی متقاضی مشاغل خانگی هستند، با شدت بیشتری نمود دارد.

۱۴-مدیریت شرایط بخران: مشاغل خانگی نسبت به سایر کسب‌وکارها در فضای منزوی‌تری فعالیت می‌کنند و همین امر می‌تواند مسائل خاصی را برای آنها پدید آورد. وقایعی مانند تحریم‌های اقتصادی، فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و بحرانی مانند کووید-۱۹ می‌تواند آنها را به شدت تحت تأثیر قرار دهد؛ بنابراین لازم است از قبل برای این شرایط تدابیری اندیشیده شود.

۱۵-مالکیت معنوی: بخشی از فعالین مشاغل خانگی به صورت غیررسمی فعالیت می‌کنند و بخش رسمی نیز تا حد زیادی از حق مالکیت معنوی بر محصولات و خدمات تولیدی خود محروم هستند. در حال حاضر در برخی رسته‌های محدود مانند قالی‌بافی و پوشاک، اقداماتی برای حفظ مالکیت معنوی صورت گرفته است که لازم است علاوه بر گسترش دامنه آن، در سایر رسته‌های مشاغل خانگی نیز این اقدامات انجام شوند.

۱۶-رویکردهای توسعه‌ای - حمایتی: قانون کنونی ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی باهدف رفع چالش‌های اشتغال بر اساس منابع آماری سازمان‌های حمایتی مانند سازمان بهزیستی کشور، جهاد دانشگاهی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و بنیاد برکت با تأکید بر گروه‌های آسیب‌پذیر از قبیل زنان سرپرست خانوار نوشته و مصوب شده است؛ اما طی این سال‌ها افراد متخصص و توانمند بسیاری مشاغل خانگی را به‌عنوان یک فرصت مناسب کسب‌وکار شناسایی کرده‌اند. در چنین شرایطی لازم است ابتدا سهم کنونی مشاغل خانگی از تولید ناخالص داخلی مشخص شود و سپس برنامه‌ریزی‌های دقیقی برای بهبود آن پیش‌بینی و تدوین شود.

چالش‌های گستره زمینه فعالیت: این مقوله به‌روزرسانی تعریف مشاغل خانگی و ابعاد آن، مصادیق مشاغل خانگی، لزوم بازنگری در نگاه به مشاغل خانگی و حوزه شمول آن را در برمی‌گیرد:

۱۷-مشاغل آینده و فناوری‌های نوین: فناوری‌های نوین صرف‌نظر از اندازه و مختصات مشاغل بر تمامی کسب‌وکارها اعم از صنایع بزرگ تولیدی و یا کسب‌وکارهای کوچک خانگی اثرگذار خواهند بود. در دو سر طیف فناوری‌های نوین از یک سو سیاست‌گذاران قرار دارند که باید به مبانی قانونی و شیوه استفاده از این پدیده‌ها در کسب‌وکار بپردازند و در سوی دیگر این طیف، فعالین مشاغل خانگی قرار دارند که علاوه بر یادگیری نحوه

استفاده از آنها در کسب و کار، باید همگام با فناوری‌های جدید، اطلاعات قبلی خود را نیز به‌روزرسانی کنند.

۱۸- مشاغل دانشجویی و نخبگانی: با وجود تغییر ماهیت مشاغل به سمت مشاغل فناوریانه و خدماتی، قشر جوان و تحصیل کرده که به خوبی با فضای زندگی دیجیتال خو گرفته‌اند، می‌توانند به انواع مختلف مشاغل جدید به صورت خانگی روی آورند و لازم است در این رابطه برنامه‌ریزی‌های مقتضی انجام شود.

۱۹- مشاغل خدماتی: مشاغل خدماتی که در نقطه مقابل مشاغل تولیدی قرار می‌گیرند می‌توانند مجموعه‌ای از حوزه‌های مختلف مانند ارائه مشاوره در حوزه‌های مالی، روان‌شناسی، سلامت تا خدمات مرتبط با صنایع غذایی، حمل‌ونقل، طراحی و غیره را در بر گیرند.

۲۰- مشاغل روستایی: ماهیت مشاغل روستایی و مفهوم خانه در روستاها با مناطق شهری متفاوت است. تعریف کنونی از خانه باعث شده است زنان روستایی که در خانه و مزارع خود به فعالیت‌هایی ذاتاً خانه محور مشغول‌اند، نتوانند در زمره تعریف مشاغل خانگی قرار گیرند و با چالش‌های حقوقی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، فردی و چالش‌های تخصصی در این زمینه روبه‌رو هستند؛ این موضوع نیازمند بازنگری است.

۲۱- مشاغل حوزه اقتصاد فرهنگ: اقتصاد فرهنگ، صنایع خلاق و اقتصاد هنر، مفاهیم و مقوله‌های جدیدی در بخش اشتغال هستند که بستر بزرگی از مشاغل را شکل می‌دهند. باتوجه به منابع غنی فرهنگی در کشور ما از جمله محتوای قرآن کریم، شاهنامه و سایر متون دینی و تاریخی فضای بسیار وسیعی جهت حضور در عرصه تولید محتوا، ساخت فیلم، کلیپ، انیمیشن و... برای مشاغل خانگی فراهم است.

چالش‌های فرهنگی - اجتماعی: باتوجه به قرار گرفتن بستر مشاغل خانگی در خانه و خانواده، بعد اجتماعی و فرهنگی این نوع از مشاغل حائز اهمیت است.

۲۲- آموزش: مسئله آموزش در سه بعد آموزش‌های عمومی، مهارتی و مهارت‌های اشتغال‌پذیری مطرح است. ارائه آموزش‌های استاندارد برای همه رسته‌های شغلی، امکان دسترسی افراد در هر منطقه جغرافیایی و فراهم کردن فرصت دریافت آموزش‌ها به روش‌های گوناگون اعم از آموزش حضوری و از راه دور، می‌تواند تأثیر زیادی در دریافت بازخورد مثبت از آموزش‌ها برای افراد داشته باشد.

۲۳- پژوهش: نهادهای پژوهشی و دانشگاه‌ها می‌توانند با انجام پژوهش و فراهم کردن مبانی علمی مناسب در راستای اجرای یک سیاست‌گذاری درست و کاربردی کمک کنند. اما مسئله اینجاست که به نظر می‌رسد در حال حاضر فضای پژوهشی کشور نتوانسته است فعالیت‌های خود را به سمت پژوهش‌های علمی مناسب و کاربردی جهت توسعه مشاغل خانگی جهت‌دهی کند.

۲۴- تبعیض مثبت: مشاغل خانگی نسبت به سایر مدل‌های کسب‌وکار ویژگی‌های خاص و ماهیت منحصربه‌فردی دارند که این ویژگی‌ها باعث شده است، طبق آمار موجود، اقشار خاصی از اجتماع همچون زنان و افراد با معلولیت‌های خاص، مشاغل خانگی را به‌عنوان عرصه مناسب انجام فعالیت اقتصادی برگزینند. این در حالی است که در حال حاضر در بعد سیاست‌گذاری و اجرا توجه چندانی به مسئله زیرساخت‌های مناسب برای این گروه‌ها نشده تا از ظرفیت مشاغل خانگی برای این قشر بهره‌برداری شود.

۲۵- نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌های همسود: وجود سازمان‌های مرتبط و اتحادیه‌های تخصصی، نقش بسیار مهمی در توسعه کسب‌وکارهای خانگی دارد چرا که به نظر می‌رسد وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به‌تنهایی توان رسیدگی به مسئله عمده‌ای مانند کسب‌وکارهای خانگی را ندارد. وجود اتحادیه‌های فعال و تخصصی صنفی می‌تواند رسمیت بیشتری به فعالیت مشاغل خانگی داده و دسترسی آنان به تسهیلات مختلف و پیگیری حقوق را آسان کند.

۲۶- هویت دهی با رویکرد اعتمادسازی: از آنجاکه مشاغل خانگی در فضایی ایزوله به کسب‌وکار مشغول هستند، تا حدودی دچار چالش‌های هویتی برای به رسمیت شناخته‌شدن از سوی عموم مردم و بنگاه‌های بالادستی هستند. برندسازی و توسعه برندهای ملی و منطقه‌ای برای ایجاد یک هویت مستقل برای مشاغل خانگی و تقویت حس اعتماد مردم، آموزش استراتژی‌های مختلف هویت‌بخشی به کسب‌وکار توسط بخش‌های آموزشی، توسعه‌ای‌نماد برای فعالیت در فضای مجازی و بستر فروشگاه‌های اینترنتی از محورهای هویت‌دهی با رویکرد اعتمادسازی خواهد بود.

۲۷- حقوق خانه و خانواده: خانه رکن اصلی و محوری در مشاغل خانگی است و تمامی موارد دیگر حول محور آن قرار دارند، اما چالش‌های بزرگی در رابطه با آن وجود دارد که با در نظر گرفتن این شروط، عملاً بسیاری از کسب‌وکارهایی که امروزه در دنیا با عنوان

کسب‌وکار خانگی شناخته می‌شوند از عرصه این مشاغل کنار گذاشته می‌شوند. براین‌اساس در این زمینه باید مسئله تقابل کار از خانه/کار در خانه، نقش‌ها و تکالیف اعضای خانواده، حقوق و روابط بین اعضای خانواده، پارادوکس حق خانه، ظرفیت‌های خانه و حق همسایگی در قانون تدقیق یابد.

۴-۲- تحلیل ساختاری یا تحلیل اثر متقابل

پس از شناسایی مقولات اصلی و زیرمقوله اثرگذار بر مشاغل خانگی ایران، مشخص شد که برخی از این مسائل علاوه بر آثار ساده‌ای که بر این مشاغل دارند، بر برخی از زیرمقوله دیگر نیز اثرگذار هستند و این آثار انتشاری می‌توانند در داخل شبکه گسترده‌تر هم بشوند. بر همین اساس با به‌کارگیری روش تحلیل ساختاری اثرات متقابل و بهره‌گیری از نرم‌افزار اکسل، آثار شبکه‌ای هر یک از مسائل محاسبه شدند.

تحلیل ساختاری یا تحلیل اثر متقابل، روشی برای تشخیص روابط متقابل است؛ به‌طوری که تأثیر هر متغیر بر متغیر اصلی هدف درجه‌بندی می‌شود؛ به‌عبارت‌دیگر، تحلیل ساختاری اثرات متقابل روشی نیمه‌کمی است که در آن، به‌جای روابط علت - معلولی ساده، روابط متقابل بین خرده سیستم‌های مختلف، در ماتریس تحلیل می‌شود. تحلیل اثر متقابل، به‌منزله ابزار پژوهش‌ها درباره آینده، نقش شاخص یک متغیر را در ارتباط با سایر متغیرهای درون یک سیستم آشکار و آن دسته از متغیرهایی را شناسایی می‌کند که نقش مهم و معناداری در توسعه سیستم در آینده ایفا می‌کنند. اطلاعاتی که این روش تأمین می‌کند، تصویری از اثر متقابل بین متغیرها است. همچنین تصویری از این است که چه چیز وابسته و چه چیز مستقل است، چه چیز پیشران است و چه چیز به‌وسیله چیزهای دیگر پیش برده می‌شود (الوندی^۱، ۱۴۰۰). روش تحلیل اثر متقابل در شناسایی متغیرها و روندهای کلیدی بسیار مفید است. برای یک متغیر، ویژگی مهم بودن، داشتن ارتباط قوی با سیستم است که با تعداد و شدت این ارتباطات سنجیده می‌شود. متغیرهایی که چنین ویژگی دارند، متغیرهای کلیدی نامیده می‌شوند. بدیهی است که هرگونه تغییر در متغیرهای کلیدی، بر کل سیستم تأثیر می‌گذارد.

به‌منظور یافتن کلیدی‌ترین محرک اثرگذار بر مشاغل خانگی از ماتریس اثرات متقابل استفاده شده است. در این ماتریس مقدار هر آرایه (سلول) نشان‌دهنده اثر سطر بر

^۱ Alvandi (2021)

ستون است. چنانچه سطر بر ستون اثرگذار باشد از عدد ۰.۵ و در غیر این صورت از ۰ استفاده شده است. انتخاب عدد ۰.۵ به این دلیل است که نشان‌دهنده ضریب همبستگی مستقیم متعادلی است. در روش‌های آماری تعیین دقیق ضرایب همبستگی بین متغیرها به کمک داده‌های تجربی و تحلیل‌های کمی صورت می‌گیرد، اما در شرایطی که داده‌های دقیق و یا اطلاعات کافی در دسترس نیست و پژوهشگر نیاز به ساده‌سازی مدل دارد از ضرایب همبستگی متعادل فرضی قراردادی استفاده می‌شود. انتخاب این عدد به‌عنوان یک مقدار میانه، نشان‌دهنده وجود رابطه مستقیم و متعادل بین متغیرهاست. این مقدار به اندازه کافی قوی است که بیانگر ارتباط متغیرها باشد و نه آنقدر قوی است نشان‌دهنده رابطه قطعی شدید باشد. لذا در مطالعه حاضر طی برگزاری نشست نخبگانی عدد ۰.۵ به‌عنوان ضریب همبستگی متعادل تعیین گردید.

اثرات مستقیم

مجموع اثرات مستقیم هر سطر بر سایر عوامل اثرگذار بر توسعه مشاغل خانگی برابر است با مجموع ارقام تمام آرایه‌های سطر مربوطه. براین‌اساس و باتوجه‌به نظرات متخصصان در مصاحبه‌ها، ۸ سطر شامل حضور در بازارهای بین‌المللی، جرائم و تخلفات؛ اطلاع‌رسانی و ترویج، مالیات، بیمه و تأمین اجتماعی، مشاغل روستایی، مشاغل دانشجویی و مشاغل خدماتی فاقد اثر بر سایر عوامل هستند. در مقابل بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی بیشترین تأثیر را بر سایر متغیرها دارد. پس از آن، آموزش، تسهیلات مجازی، تسهیلات فضایی - کالبدی، اتحادیه‌ها و انجمن‌های همسود و شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی بیشترین تأثیر را بر سایر عوامل دارند.

اثرات غیرمستقیم

اثرات ستون‌های اثرپذیر از یک سطر بر سایر ستون‌ها به‌عنوان آثار غیرمستقیم یک عامل در نظر گرفته می‌شوند. آثار غیرمستقیم از ضرب برداری یک سطر بر ستون اثرات مستقیم به دست می‌آیند و بدیهی است که اگر اثر مستقیم وجود نداشته باشد، اثر غیرمستقیم نیز وجود ندارد. امکان دارد اثرات مستقیم یک عامل کم، اما آثار غیرمستقیم آن به دلیل اثر عوامل واسطه زیاد باشد. به‌عنوان‌مثال، اتحادیه‌ها و انجمن‌های همسود و شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی اگرچه آثار مستقیم کمتری نسبت به آموزش، تسهیلات مجازی و تسهیلات فضایی - کالبدی دارند، اما آثار

غیرمستقیم بالایی دارند. چنین وضعیتی در رویکرد حمایتی - توسعه‌ای و تسهیلات و تسهیلهای مالی هم وجود دارد که آثار مستقیم کم، اما آثار غیرمستقیم بسیار قابل توجه هستند.

اثرات کل شبکه‌ای

اثرات کل شبکه‌ای عبارت‌اند از مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم که بر اساس آن عوامل مختلف به شرح جدول زیر برحسب کل اثرات مرتب شده‌اند. همچنین، هر یک از این مسائل خود نیز بر توسعه مشاغل خانگی اثرگذار هستند؛ بنابراین، اثر نهایی برابر است با مجموع اثرات کل شبکه‌ای و اثر ساده که در اینجا ۱ در نظر گرفته شده است.

جدول (۲): اثرات نهایی عوامل مؤثر بر مشاغل خانگی در ایران

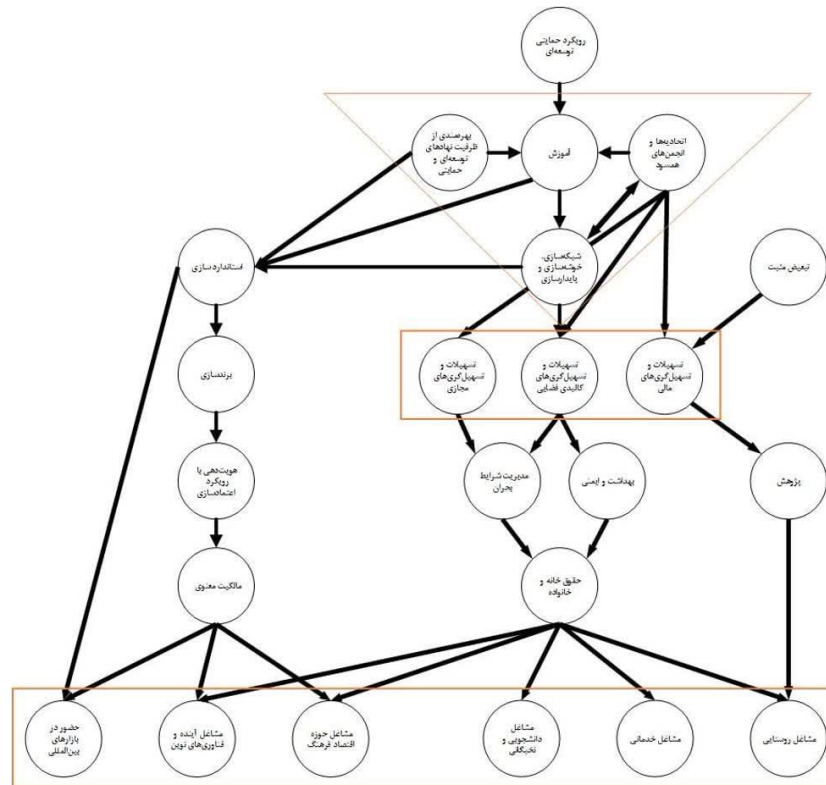
عوامل مؤثر	اثر ساده	مجموع ضرایب مستقیم	مجموع ضرایب غیرمستقیم	اثرات کل شبکه‌ای	اثر نهایی
بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی	۱	۶/۵۰	۱۶/۷۵	۲۳/۲۵	۲۴/۲۵
اتحادیه‌ها و انجمن‌های هم‌سود	۱	۴/۵۰	۱۵/۵۰	۲۰/۰۰	۲۱/۰۰
شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی	۱	۴/۵۰	۱۳/۲۵	۱۷/۷۵	۱۸/۷۵
آموزش	۱	۶/۰۰	۱۰/۲۵	۱۶/۲۵	۱۷/۲۵
رویکرد حمایتی - توسعه‌ای	۱	۳/۰۰	۱۲/۲۵	۱۵/۲۵	۱۶/۲۵
تبعیض مثبت	۱	۴/۰۰	۹/۵۰	۱۳/۵۰	۱۴/۵۰
تسهیلات و تسهیلهای مالی	۱	۲/۵۰	۱۰/۷۵	۱۳/۲۵	۱۴/۲۵
تسهیلات و تسهیلهای مجازی	۱	۵/۵۰	۷/۰۰	۱۲/۵۰	۱۳/۵۰
تسهیلات و تسهیلهای کالبدی - فضایی	۱	۵/۰۰	۶/۵۰	۱۱/۵۰	۱۳/۵۰
پژوهش	۱	۳/۵۰	۵/۷۵	۹/۲۵	۱۰/۲۵
حقوق خانه و خانواده	۱	۳/۵۰	۴/۷۵	۸/۲۵	۹/۲۵
استانداردسازی	۱	۴/۰۰	۳/۷۵	۷/۷۵	۸/۷۵
مالکیت معنوی	۱	۳/۵۰	۴/۲۵	۷/۷۵	۸/۷۵

فصلنامه نظریه‌های کاربردی اقتصاد/ سال یازدهم/ شماره ۳/ پاییز ۱۴۰۳					
۶۱					
۷/۵۰	۶/۵۰	۷/۰۰	۲/۵۰	۱	بهداشت و ایمنی
۷/۲۵	۶/۲۵	۴/۲۵	۲/۰۰	۱	مدیریت شرایط بحران
۶/۵۰	۵/۵۰	۴/۰۰	۱/۵۰	۱	هویت‌دهی با رویکرد اعتمادسازی
۵/۵۰	۴/۵۰	۳/۰۰	۱/۵۰	۱	برندسازی
۱/۵۰	۰/۵۰	۰	۰/۵۰	۱	مشاغل آینده و فناوری‌های نوین
۱/۵۰	۰/۵۰	۰	۰/۵۰	۱	مشاغل حوزه اقتصاد فرهنگ
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	مشاغل خدماتی
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	مشاغل دانشجویی و نخبگانی
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	مشاغل روستایی
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	بیمه و تأمین اجتماعی
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	مالیات
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	اطلاع‌رسانی و ترویج
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	جرایم و تخلفات
۱/۰۰	۰	۰	۰	۱	حضور در بازار بین‌المللی

منبع: یافته‌های تحقیق

در واقع، مسائلی که اثر نهایی آن‌ها ۱ شده است، فقط خود بر توسعه مشاغل خانگی تأثیر دارند و بر اساس نظرات افراد مصاحبه‌شونده، اثری بر سایر مسائل ندارند. این مسائل صرفاً اثرپذیر هستند و به‌عنوان نتیجه تحولات سایر مسائل در نظر گرفته می‌شوند. مداخله مستقیم در این مسائل اگرچه بر توسعه مشاغل خانگی تأثیر دارد، اما به‌عنوان یک مداخله پارادایمی یا مداخله‌ای که بتواند تغییر ساختاری در کل نظام مسائل مشاغل خانگی ایجاد کند شناخته نمی‌شود. بر اساس اطلاعات جدول و نتایج بررسی، می‌توان ۹ عامل را به‌عنوان کلیدی‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی در ایران مبتنی بر مجموع آثار مستقیم و غیرمستقیم شناسایی کرد. بر اساس جهت اثرات، نقطه عزیمت مداخله در توسعه مشاغل خانگی "رویکرد حمایتی و توسعه‌ای" است. این رویکرد منجر به بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی و ایجاد اتحادیه‌ها و انجمن‌های همسود می‌شود که این دو عامل به نوبه خود با بهره‌گیری از عامل "آموزش"، مسئولیت شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی را به عهده می‌گیرند. مجموعه زیرساخت‌های اجتماعی مذکور با اتکا به تبعیض مثبت منجر به فعال‌شدن انواع

تسهیلات شامل کالبدی - فضایی، مجازی و مالی می‌شوند که احتمالاً این تسهیلات فعال‌کننده متغیرهای واسطه دیگر برای فراهم کردن زمینه توسعه مشاغل خانگی هستند.



شکل (۲): گراف روابط متقابل مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه مشاغل خانگی ایران

منبع: یافته‌های تحقیق

۵- نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که بهره‌مندی از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای و حمایتی، نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌های هم‌سود، شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی، آموزش، رویکرد حمایتی - توسعه‌ای، تبعیض مثبت، تسهیلات و تسهیلات‌های مالی، تسهیلات و تسهیلات‌های مجازی و تسهیلات و تسهیلات‌های کالبدی - فضایی، کلیدی‌ترین عوامل در نظام مسائل مشاغل خانگی در ایران هستند.

به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار مشاغل خانگی، بهره‌گیری بهینه از ظرفیت نهادهای توسعه‌ای - حمایتی ضروری است. در این راستا، نهادهایی مانند جهاد دانشگاهی

باتجربه اجرای طرح ملی توسعه مشاغل خانگی، در شناسایی و توانمندسازی متقاضیان و ایجاد زنجیره‌های ارزش نقش مؤثری دارند. همچنین، ارائه آموزش‌های تخصصی و مهارتی توسط سازمان‌هایی چون سازمان فنی و حرفه‌ای و مراکز رشد، به ارتقای کیفیت محصولات و خدمات خانگی کمک شایانی می‌کند. ترویج فرهنگ کارآفرینی و معرفی مشاغل خانگی از طریق رسانه‌ها، به‌ویژه صداوسیما، می‌تواند آگاهی جامعه را در این زمینه افزایش دهد. برای برنامه‌ریزی بهتر و هماهنگ‌تر، شناسایی تمامی نهادهای حمایتی و خدمات ارائه شده توسط آن‌ها، یک گام اساسی محسوب می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، توسعه موفق مشاغل خانگی نیازمند یک اکوسیستم حمایتی قوی است که در آن نهادهای مختلف با هم همکاری کرده و از طریق آموزش، تسهیلگری، سرمایه‌گذاری و ترویج، به رشد و توسعه این بخش کمک کنند. دستیابی به اهداف رشد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی نیازمند بهبود فضای کسب‌وکار به‌صورت کلی در کشور و وجود جریان اطلاعات شفاف و میسوطی درباره کسب‌وکارهای خانگی است که می‌تواند توسط سازمان‌هایی تأمین شود که بر اساس قانون موظف‌اند این خدمات را در اختیار این کسب‌وکارها قرار دهند. سازمان‌های مذکور می‌بایست هم‌جهت باهم و به‌صورت شبکه‌ای خدمات و امکانات لازم را در اختیار متقاضیان و همچنین اطلاعات لازم را در اختیار سایر نهادها قرار دهند، در غیر این صورت بخش اعظمی از منابع بدون بهره‌وری از بین خواهد رفت (پرچمی و جلالی^۱، ۱۳۹۸). این نتیجه هم‌سو با نتایج مطالعات باغبانی و همکاران^۲ (۱۴۰۲) و حجاریان (۱۴۰۲) و روشک و دومکا (۲۰۱۸) است که بر نقش نهادهای حمایتی در توسعه مشاغل خانگی تأکید دارند.

اتحادیه‌ها و انجمن‌های هم‌سود در توسعه مشاغل خانگی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند. این نهادها با ایجاد پل ارتباطی بین مشاغل خانگی و نهادهای دولتی و خصوصی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی و تخصصی، افزایش آگاهی در مورد کارآفرینی و اهمیت مشاغل خانگی، ارائه مشاوره‌های تخصصی و ایجاد شبکه‌ها، به رشد و توسعه این بخش کمک شایانی می‌کنند. علاوه بر این، اتحادیه‌ها با حمایت از حقوق و منافع فعالان مشاغل خانگی و فراهم کردن تجهیزات اولیه، به ایجاد یک محیط پایدار برای فعالیت این

¹ Parchami & Jalali (2019)

² Baghbani et al.(2023)

افراد کمک می‌کنند. در واقع، این نهادها با فعالیتهای متنوع خود، به ارتقای دانش و مهارت فعالان مشاغل خانگی، تسهیل دسترسی به بازار و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و خانگی کمک می‌کنند. این نتیجه با یافته‌های مطالعه نصیری‌ا قدم و مرتضوی‌فر (۱۳۹۰) که بر نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌ها بر بهبود فضای کسب‌وکار تاکید دارند، هم‌سو است. اما دیدگاه‌های مخالفی نیز در رابطه با نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌ها در توسعه کسب‌وکارها وجود دارد. اقتصاددانانی مانند میلتون فریدمن^۱ بر این باورند که شکل‌های مختلف مانند اتحادیه‌ها و انجمن‌های کسب‌وکار نه تنها کارکرد مثبتی ندارند، بلکه به علت حمایت از منافع قدرتمندان مخل رشد اقتصادی هستند.

شبکه‌سازی، خوشه‌سازی و پایدارسازی عامل دیگری است که نقش بسیار مهمی در ساختار مشاغل خانگی در ایران ایفا می‌کنند. ایجاد ارتباطات مؤثر بین فعالان مشاغل خانگی و نهادهای حمایتی و بازار، به افزایش آگاهی و مهارت‌های فعالان کمک شایانی می‌کند. همچنین، ایجاد پلتفرم‌های آنلاین تخصصی و تشویق به استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی، به تسهیل تعاملات و تبادل اطلاعات بین فعالان کمک می‌کند. شناسایی و تقویت خوشه‌های مشاغل خانگی در مناطق مختلف کشور، بر اساس پتانسیل رشد و اشتغال‌زایی، می‌تواند بر ایجاد زنجیره‌های ارزش و همکاری‌های بین‌بنگاهی در این حوزه مؤثر باشد. این نتیجه با نتایج مطالعه روشک و دومکا (۲۰۱۸)، تئو و چونگ (۲۰۰۸)، (علیزاده و همکاران^۲، ۱۳۹۸) و هستینگر و همکاران (۲۰۱۸) در رابطه با اهمیت شبکه‌سازی در توسعه مشاغل خانگی و کارآفرینی هم‌راستا است. عامل بعدی، آموزش است که به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین عوامل اثرگذار مشاغل خانگی در ایران مطرح است. افزایش برنامه‌های آموزشی هدفمند و متنوع، متناسب با نیازهای روزافزون بازار، از جمله اقدامات ضروری است. تأمین منابع مالی کافی برای برگزاری دوره‌های آموزشی، استفاده از روش‌های نوین آموزشی و ارائه آموزش‌های تخصصی و عمومی به همراه به‌روزرسانی مداوم محتوای آموزشی، همگی در ارتقای سطح دانش و مهارت فعالان این حوزه مؤثر هستند. آموزش مهارت‌های زندگی، کارآفرینی و آشنایی با قوانین و مقررات مرتبط با کسب‌وکار نیز از دیگر ابعاد مهم آموزش در این زمینه است. با این

^۱ Milton Friedman

^۲ Alizadeh et al. (2020)

رویگرد، می‌توان به توسعه مشاغل خانگی، افزایش کیفیت محصولات و خدمات و در نهایت، ارتقای جایگاه این بخش در اقتصاد کشور کمک کرد. تئو و چونگ (۲۰۰۸) و حسین‌زاده و محمدی (۱۴۰۲) نیز آموزش را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی اثرگذار بر مشاغل خانگی معرفی می‌کنند.

برای توسعه مشاغل خانگی در ایران، داشتن رویکرد حمایتی - توسعه‌ای از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این رویکرد شامل شناسایی و اولویت‌بندی مشاغل خانگی با پتانسیل بالا، تغییر نگرش جامعه نسبت به این مشاغل، حمایت از حضور فعالان در بازارهای بین‌المللی، تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر است. همچنین، همکاری نهادهای دولتی با بخش خصوصی برای ارائه خدمات آموزشی، مشاوره‌ای و بازاریابی به صاحبان مشاغل خانگی، گامی مهم در جهت تقویت این بخش محسوب می‌شود. نتایج مطالعات مختلف از جمله ملک و همکاران (۲۰۲۴)، روشک و دومکا (۲۰۱۸)، چن و سینها (۲۰۱۶) و موحدی و پویا (۱۴۰۲) نیز بر نقش نهادی توسعه‌ای و حمایتی بر توسعه مشاغل خانگی صحنه گذارده‌اند. تبعیض مثبت در توسعه مشاغل خانگی کشور باهدف ایجاد فرصت‌های برابر برای همه، به‌ویژه گروه‌های کمتر برخوردار، نقش مهمی ایفا می‌کند. این رویکرد با پیش‌بینی منابع مالی پایدار، تسهیل دسترسی زنان به فرصت‌های کسب‌وکار، حمایت از جوانان و ایجاد شرایط مناسب برای معلولان، به توسعه این بخش کمک می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، تبعیض مثبت با ارائه حمایت‌های مالی، آموزشی و مشاوره‌ای، به توانمندسازی گروه‌های هدف و کاهش نابرابری‌ها در دسترسی به منابع و فرصت‌ها کمک می‌کند و در نتیجه به افزایش بهره‌وری مشاغل خانگی منجر می‌شود. نتایج این بخش از مطالعه با یافته‌های مطالعات پروین و عارفی^۱ (۱۴۰۱)، مومنی‌راد و بهبودی کلهری^۲ (۱۳۹۶) و کرمی و ابراهیمی^۳ (۱۴۰۱) همسو است که بر اثرات تبعیض مثبت بر در حوزه سیاست‌گذاری‌های اشتغال گروه‌های خاص از جمله زنان و معلولان تأکید داشته‌اند. اما در نقطه مقابل باریکلو و فاطمی‌نژاد (۱۳۹۸) بر این باورند که اعمال

¹ Parvin & Arefi (2022)

² Momeni rad & Behboodi kalhori (2017)

³ Karami & Ebrahimi (2022)

تبعیض مثبت بر مبنای جنسیت موجب بازپروری تفاوت‌های زنان و مردان شده و زنان را به‌عنوان جنس ضعیف نشان می‌دهد.

نتایج این مطالعه نشان داد که تسهیلات و تسهیلهای مالی نیز نقش مهمی در فعالیت مشاغل خانگی ایفا می‌کنند. این تسهیلات شامل ارائه وام برای خرید تجهیزات، مواد اولیه و بازاریابی، اختصاص یارانه برای جبران بخشی از هزینه‌های تولید یا خدمات، ارائه روش‌های ضمانت وام برای متقاضیان بدون وثیقه کافی، مشاوره مالی در زمینه مدیریت مالی، بودجه‌بندی و سرمایه‌گذاری، برگزاری دوره‌های آموزشی مالی و ایجاد و تقویت صندوق‌های حمایتی می‌شود. این اقدامات با تأمین مالی موردنیاز کسب‌وکارهای خانگی و ارتقای سواد مالی آن‌ها، به پایداری و رشد آن‌ها کمک می‌کند. هم‌راستا با نتایج مطالعه کنونی، یافته‌های روشک و دومکار (۲۰۱۸)، فتاحی و همکاران (۱۳۹۹)، تنگ و همکاران (۲۰۱۱) نقش تسهیلهای مالی بر توسعه مشاغل خانگی را به اثبات رساندند. عامل بعدی تسهیلات و تسهیلهای مجازی است که با افزایش آشنایی فعالان مشاغل خانگی با ابزارهای بازاریابی آنلاین، ایجاد پلتفرم‌های تخصصی تجارت الکترونیک، ارائه تسهیلات و مشوق‌ها برای حضور در این پلتفرم‌ها، توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، راه‌اندازی مراکز خدمات ICT روستایی، برگزاری مسابقات و جشنواره‌های آنلاین و افزایش آگاهی عمومی نسبت به خرید آنلاین، می‌توانند به توسعه بازار آنلاین مشاغل خانگی و در نتیجه افزایش فروش و درآمد آن‌ها کمک کنند. این اقدامات نه تنها به رشد کسب‌وکارهای خانگی کمک می‌کند؛ بلکه فرصت‌های شغلی جدیدی را نیز ایجاد می‌کند. روشک و میسون (۲۰۲۲)، فیلیپ و ویلیامز (۲۰۱۹)، حسین‌زاده و محمدی (۱۴۰۲) و ملک و همکاران (۲۰۲۴) نیز تسهیلهای مالی در حوزه فضای مجازی را از ابعاد مهم توسعه مشاغل خانگی معرفی می‌کنند.

ارائه تسهیلات و تسهیلهای کالبدی - فضایی به‌منظور ایجاد فضاهای مناسب برای نمایش و فروش محصولات، همچون اختصاص غرفه‌های نمایشگاهی یا بخش‌هایی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای به تولیدکنندگان خانگی، به افزایش دیده‌شدگی و دسترسی مشتریان به این محصولات کمک شایانی می‌کند. علاوه بر این، فراهم‌سازی فضاهای کار اشتراکی که شامل امکانات اداری، کارگاهی و خدماتی هستند، به فعالان مشاغل خانگی اجازه می‌دهد تا از منابع و زیرساخت‌های مشترک بهره‌مند شوند و در نتیجه، هزینه‌های

خود را کاهش دهند. در نهایت، فراهم آوردن فضاهای مناسب برای ملاقات با مشتریان و انجام معاملات، به حرفه‌ای‌تر شدن و افزایش اعتماد مشتریان به مشاغل خانگی کمک می‌کند. در مجموع، می‌توان گفت که تسهیلات و تسهیلهای کالبدی - فضایی با فراهم آوردن محیطی مناسب برای کار و کسب‌وکار، به توسعه پایدار مشاغل خانگی و افزایش سهم آن‌ها در اقتصاد کشور کمک می‌کند. این نتیجه با یافته‌های مطالعه روشک و دومکا (۲۰۱۸) و میرزایی و همکاران (۱۴۰۲) همسو است.

در نهایت، با توجه به اهمیت روزافزون مشاغل خانگی در اقتصاد کشورهای جهان و از جمله کشور ما؛ و با استناد به یافته‌های جامع و ارائه نظام مسائل مشاغل خانگی ایران در پژوهش کنونی، امید است یافته‌های آن به غنای ادبیات موجود در زمینه مشاغل خانگی بیفزاید. به طور خاص، نتایج این پژوهش می‌تواند در طراحی برنامه‌های عملیاتی جهت مشاغل خانگی و توسعه زیرساخت‌های لازم در این بخش و همچنین بازبینی و به‌روزرسانی قانون، مفید واقع شود. انتظار می‌رود این یافته‌ها که منجر به شناسایی چالش‌ها و نکات کلیدی مرتبط با مشاغل خانگی در کشور شد، منتج به ارائه راهکارهای عملی برای ارتقای بهره‌وری، بهبود شرایط کاری، تدوین سیاست‌های کارآمدتر و نهایتاً افزایش سهم مشاغل خانگی از اقتصاد ملی کشور باشد.

تضاد منافع

نویسندگان نبود تضاد منافع را اعلام می‌دارند.

فهرست منابع

۱. الوندی، هومن (۱۴۰۰). تحلیل ساختاری اثرات متقابل چالش‌های اجتماعی ایران در رویارویی با آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. ۱۰(۲)، ۱۵۳-۱۲۹.
۲. باریکلو، علیرضا و فاطمی‌نژاد، سید حسن (۱۳۹۸). روایی و کارایی تبعیض مثبت در احقاق حقوق زنان. حقوق اسلامی، ۱۶(۶۳)، ۱۶۱-۱۳۳.
۳. پرچمی، داود و جلالی، فاطمه (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی کسب‌وکارهای خانگی در راستای تحقق سیاست‌های کلی اشتغال. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۷(۲۶)، ۱۸۵-۱۶۴.
۴. پروین، خیرالله و عارفی، محمدشعیب (۱۴۰۱). بررسی تطبیقی تبعیض مثبت در زمینه استخدام معلولان در حقوق ایران، آمریکا و هند. مطالعات حقوق بشر اسلامی، ۱۱(۱)، ۷-۳۱.
۵. حجازیان، احمد (۱۴۰۲). تبیین بسترهای بنیادین توسعه مشاغل خانگی روستایی با رویکرد تحلیل مضمون. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۷(۸۶)، ۳۹-۲۱.
۶. حسین‌زاده، الهه و محمدی، محسن (۱۴۰۲). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات در توسعه مشاغل خانگی (مطالعه موردی استان خراسان شمالی). نشریه مهندسی سیستم و بهره‌وری، ۳(۳)، ۱۱۱-۸۲.
۷. داوری، علی و فرخ‌منش، ترانه (۱۳۹۵). شناسایی تأثیر سیاست‌های کارآفرینی بر راه اندازی و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان حوزه فاوا. مدیریت اطلاعات، ۲(۱)، ۲۳-۱.
۸. ذوقی کودهی، حجت، داوری، علی و رضوانی، مهران (۱۴۰۳). طراحی چارچوب سیاستگذاری توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر ابعاد نهادی (نظریه داده بنیاد). پژوهشنامه بازرگانی، ۲۸(۱۱۰)، ۱۱۹-۸۳.
۹. عباسی، رسول، محمدرضا، فلاح و اکبری کجانی، عاطفه (۱۴۰۲). شناسایی پیشایندهای ارزش آفرینی سازمان بسیج سازندگی در توسعه کسب و کارهای خانگی به منظور محرومیت زدایی. مطالعات وقف و امور خیریه، ۱(۲)، ۲۸۸-۲۶۵.

۱۰. علیزاده، رمضان، حسینی‌نیا، غلامحسین و تقی پوریان، محمدجواد (۱۳۹۸). گرایش کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکارهای خانگی مبتنی بر محصولات کشاورزی در بروز رفتارهای شبکه‌محور در استان‌های منتخب. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، ۱۵(۲)، ۱۷-۲۹.

۱۱. فتاحی، محمدعظیم، حیدرزاده، کامبیز و بدیع زاده، علی (۱۳۹۹). چالش‌ها و فرصت‌های صادراتی مشاغل خانگی (صنایع‌دستی استان همدان). *راهبردهای بازرگانی*، ۲۷(۱۵)، ۱۰۱-۱۱۴.

۱۲. مدرسی، میثم، آراستی، زهرا، طالبی، کامبیز، و فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). آسیب شناسی برنامه‌های حمایتی دولت از رشد کسب و کارهای خانگی از دیدگاه زنان صاحب کسب و کارهای خانگی در ایران. *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۴(۲)، ۵۰-۳۱.

۱۳. موحدی، رضا و مهرداد، پویا (۱۴۰۲). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان (مورد مطالعه: زنان آسیب‌پذیر شهر همدان). *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲(۱)، ۹۳-۱۰۷.

۱۴. مومنی‌راد، احمد و بهبودی کلهری، سارا (۱۳۹۶). بررسی تاثیر تبعیض مثبت بر اشتغال زنان در حقوق ایران. *جستارهای حقوق عمومی*، ۱(۳)، ۴۳-۱۳.

۱۵. میرزایی، خلیل، شکوری، اعظم، سپه پناه، مرجان، عواطفی کمل، فرشته، سامیان، مسعود (۱۴۰۲). شناسایی سناریوهای توسعه پایدار روستایی استان همدان (با تأکید بر توسعه کارآفرینی و مشاغل خانگی). *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۲(۴۳)، ۱-۱۸.

۱۶. نقی‌زاده، زهرا، مروتی، الهام و شاه‌ولی، ریحانه (۱۴۰۲). مرور سیستماتیک مقالات پژوهشی حوزه مشاغل خانگی زنان در ایران. *پژوهش‌های کارآفرینی*، ۲(۲)، ۱۰۸-۹۱.

۱۷. نصیری‌اقدم، علی و مرتضوی‌فرد، زینب (۱۳۹۰). بررسی نقش تشکلهای بخش خصوصی در بهبود محیط کسب و کار. *فصلنامه مجلس و راهبرد*، ۶۵، ۹-۳۶.

1. Abbasi, R., Fallah, M., & Akbari Kojani, A. (2023). Identifying the antecedents of value creation of basij sazandegi organization in the development of home businesses to remove deprivation. *Journal of Endowment & Charity Studies*, 1(2), 265-288 (In Persian).

2. Alizadeh, R., Hoseinia, G., & Taghipouryan, M. (2020). Entrepreneurial Orientation of Agricultural Home-based Business Owners on their Network-oriented Behaviors in Selected Provinces. *Iran Agricultural Extension and Education Journal*, 15(2), 17-29 (In Persian).
3. Aluko, O., Siwale, J., Simba, A., & Mswaka, W. (2019). The Role of Networks in Opportunity Identification: A Focus on African Transnational Entrepreneurs. *International Review of Entrepreneurship*, 17(4).
4. Alvandi, H. (2021). Structural Analysis of Interactions of Iran's Social Challenges in the Face of the future of Virtual Social Networks. *Strategic Research on Social Problems in Iran University of Isfahan*, 10(2), 129-153 (In Persian).
5. Barikloo, A., & Fateminezhad, H. (2020). Validity and efficiency of positive discrimination in the realization of women's rights. *Journal of Islamic Law*, 16(63), 133-161 (In Persian).
6. Chen, M. A., & Sinha, S. (2016). Home-based workers and cities. *Environment and Urbanization*, 28(2), 343-358.
7. Chen, M. A., Jhabvala, R., & Lund, F. (2002). *Supporting workers in the informal economy: A policy framework*. Geneva: International Labour Office.
8. Davari, A., & Farrokh Menesh, S. (2015). Identifying the impact of entrepreneurship policies on the establishment and development of knowledge-based businesses in the Fava region. *Scientific Journal of Information Management*, 2(1), 1-23 (In Persian).
9. Fatahi, M., Heidarzadeh, K., & Badiezadeh, A. (2020). Export challenges and opportunities for home-based businesses (Handicrafts of Hamadan Province). *Business Strategies*, 27(15), 101-114 (In Persian).
10. Hastings, D., Anwar, M. N., & Chowdhury, G. (2018). Exploring the collaborative activities of home-based businesses In OECD countries.
11. 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.
12. Hejarian, A. (2023). Explain the Basic Contexts of Rural Home Business Development with a Content Analysis Approach. *Journal of Geography and Planning*, 27 (86), 21-39 (In Persian).
13. Hosseinzadeh, E., & Mohammadi, M. (2023). The impact of information technology on the development of home-based businesses (Case study: North Khorasan Province). *Systems Engineering and Productivity*, 3(3), 82-111 (In Persian).
14. 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*.

15. 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.
16. Mirzaei, K., Shokori, A., Sepehpanah, M., Avazfeh Kamal, F., & Samian, M. (2023). Identifying sustainable rural development scenarios in Hamadan province (with emphasis on entrepreneurship development and home-based businesses). *Spatial Economics and Rural Development*, 12(43), 1-18 (In Persian).
17. 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.
18. Modaresi, M., Arasti, Z., Talebi, K., & Farasatkah, M. (2016). Criticizing Governmental Supportive Programs for Home-based Business Growth; Viewpoint of Home-based Businesses' House Wives. *Quarterly Journal of Public Organizations Management*, 4(2), 31-50 (In Persian).
19. Momenirad, A., & Behboodi Kalhor, S. (2017). Investigating the impact of positive discrimination on women's employment in Iranian law. *Investigating the impact of positive discrimination on women's employment in Iranian law*, 1(3), 13-43 (In Persian).
20. Movahedi, R., Pooya, M. (2023). Barriers and solutions for the development of women's home-based businesses (Case study: Vulnerable women in Hamadan city). *Education and Entrepreneurship Management*, 2(1), 93-107 (In Persian).
21. Naghzadeh, Z., Morovati, E., & Shahvali, R. (2023). A systematic review of research articles on women's home-based businesses in Iran. *Entrepreneurship Research*, 2(2), 91-108 (In Persian).
22. Nasiriaghdam, A., & Mortazavifar, Z. (2011). Examining the role of private sector organizations in improving the business environment. *Majlis and Rahbord*, 18(65), 9-36 (In Persian).
23. Parchami, D., & Jalali, F. (2019). Comparative analysis of home-based businesses in achievement of macro employment policies. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 7(26), 164-185 (In Persian).
24. Parvin, kh., & Arefi, M (2021). A comparative study of positive discrimination in the field of employment of disabled people in the laws of Iran, America and India. *Eslamic Human Rights*. 11(1), 7-31 (In Persian).
25. Philip, L., & Williams, F. (2019). Remote rural home based businesses and digital inequalities: Understanding needs and expectations in a digitally underserved community. *Journal of Rural Studies*, 68, 306-318.
26. Reuschke, D., & Mason, C. (2022). The engagement of home-based businesses in the digital economy. *Futures*, 135, 102542.

27. Reuschke, D., & Domecka, M. (2018). Policy brief on home-based businesses.
28. Salim, Z. (2017). More S'poreans are ditching offices, here's how you can work from home and be your own boss too. vulcan post. Retrieved from <https://vulcanpost.com/603921/home-business-singapore-what-you-need-to-know/>.
29. Saudi Vision 2030 Available at: https://www.vision2030.gov.sa/media/rc0b5oy1/saudi_vision203.pdf.
30. Small Business Administration (SBA) (2022), "Advocacy Releases 2022 Small business profiles for the states and territories", SBA Number: 22-06 ADV, available at: <https://advocacy.sba.gov/2022/08/31/advocacy-releases-2022-small-business-profiles-for-the-states-and-territories/> (accessed March 2024)
31. Teng, S. I. V. C. H. O. U., Prien, S. O. K. H. A. K., Mao, N. A. R. A., & Leng, B. U. N. H. O. R. (2011). Impacts of micro-credit on household economics. *International Journal of Environmental and Rural Development*, 2(1), 108-114.
32. Teoh, W. M. Y., & Chong, S. C. (2008). Improving women entrepreneurs in small and medium enterprises in Malaysia: policy recommendations.
33. 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.
34. Walker, E., & Webster, B. (2004). Gender issues in home-based businesses. *Women in management review*, 19(8), 404-412.
35. Zenkteler, 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.
36. Zoghi Kodehi, H., Davari, A., & Rezani, M. (2024). Entrepreneurship Corporate of Framework the Designing Dimensions Institutional on Based Policy Development (Theory Grounded). *Iranina Journal o f Trade Studies*. 28(110), 83-119 (In Persian).