

## نقش مشاغل خانگی در توسعه و پایداری اشتغال<sup>۱</sup>

کسب و کارها، از عوامل اصلی تحقق توسعه هستند. دولت‌ها بایستی در زمینه‌های مالی، اطلاعاتی، فن‌آوری، قانونی، حقوقی، بازاری، اجتماعی، امنیتی و سیاسی از کارآفرینان و افرادی که به‌دنبال راه‌اندازی کسب و کار هستند، حمایت کنند. یکی از سیاست‌های دولت به منظور حمایت از کسب و کارهای خرد، تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۱۳۸۹ می‌باشد. با توجه به گذشت ۴ سال از تصویب این قانون و اجرای آن در قالب طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، به منظور ارزیابی وضعیت مشاغل خانگی و پایداری آنها، و بررسی مشکلات موجود، اعتبارسنجی طرح مذکور ضروری به نظر رسید.

این مطالعه برگرفته از طرح «ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی» می‌باشد، که از میان ۵۱۶۹۹۹ متقاضی مستقل و پشتیبان دارای مجوز شغل خانگی که مشخصات آنها از سال ۱۳۹۰ تا پایان آبان ماه سال ۱۳۹۳ در سامانه مشاغل خانگی درج شده بوده است و با نمونه‌ای به حجم ۴۳۶۳ شامل ۴۲۳۲ نمونه مستقل و ۱۳۱ نمونه پشتیبان در سراسر کشور در سال ۱۳۹۴، به اجرا درآمد. روش نمونه‌گیری در این طرح، طبقه بندی دو مرحله‌ای با تخصیص متناسب می‌باشد. گردآوری اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه بوده است. با توجه به نتایج به دست آمده، پر طرفدارترین شغل خانگی در زمینه مشاغل مرتبط با فعالیت قالی بافی، گلیم بافی و زیلوبافی می‌باشد.

در این طرح بیش از ۶۳ درصد پایداری شغلی مشاهده شده است. ۶۲٫۲ درصد از شاغلان خانگی که تسهیلات دریافت کرده‌اند، ۹۰ درصد کل تسهیلات دریافتی را هزینه نموده‌اند که بیشترین تسهیلات در تهیه مواد اولیه مصرف شده است. همچنین ۳۷٫۸ درصد از آنان تسهیلاتی دریافت نکرده‌اند.

با توجه به اظهارات شاغلان خانگی، بازار یابی بیشتر محصولات مشاغل خانگی از طریق تبلیغات محیطی (تراکت، بروشور، بنر، پارچه نویسی، بیلبرد و...) بوده است. همچنین بیشتر محصولات تولید شده از طریق کارگاه‌های خانگی به فروش رسیده است. با توجه به کمبود منابع در جهت توسعه بنگاه‌های بزرگ، در این برهه از زمان، مشاغل خانگی می‌تواند کمکی در جهت ایجاد فرصت‌های شغلی و توسعه اشتغال قلمداد شود.

**واژگان کلیدی:** کسب و کارهای خرد و کوچک، مشاغل خانگی، پایداری شغلی، متقاضی مستقل و پشتیبان، اعتبارات خرد

### مقدمه

موضوع بیکاری در کشورهای در حال توسعه و همچنین توسعه یافته که هم‌اکنون با بحران جهانی اقتصاد مواجه هستند، یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های این کشورها در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی است. بنابراین سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها باید طوری تنظیم شوند که بتوانند این مشکل را که خیلی سریع می‌تواند به معضلی پیچیده تبدیل شود، کاهش دهند.

طرح راهبردی مشاغل خانگی موید استفاده از تمامی فرصت‌ها و پتانسیل‌های اشتغال‌زایی موجود در جامعه است. تجربه نشان داده است که مشاغل خانگی به دلیل ساختار ساده و زودبازدهی

۱- این مقاله مستخرج از طرح «اعتبارسنجی و آسیب‌شناسی طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی» است که توسط کارشناسان دفتر آمار و اطلاعات راهبردی دبیرخانه مشاغل خانگی تهیه و تدوین شده است

## چارچوب نظری

رابرت (۱۹۹۴)، در مطالعه خود با موضوع ماهیت و میزان کسب و کارهای خانگی (HBB)<sup>۱</sup>، اظهار می‌دارد این نوع کسب و کار پدیده جدیدی نیست و ریشه‌های تاریخی آن به پیش از انقلاب صنعتی در قالب صنایع روستایی (Cottage industries) باز می‌گردد. با ظهور صنعتی شدن و رشد سرمایه‌داری، سازماندهی مجدد تولید موجب جدائی محل کار از محل سکونت شد. سپس در عصر پسا صنعتی، با تغییرات چشمگیر در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تجدید ساختار شرکت‌ها و کوچک‌سازی آنها، تغییر در ارزش‌های اجتماعی، مقبولیت کار در خانه و بازنشاسی اهمیت (HBB) ها افزایش یافت.

در بخش عمده‌ای از ادبیات عمومی موجود در زمینه کسب و کارهای خانگی با تاکید بر فن‌آوری، به ارائه اطلاعاتی در خصوص مزایا و معایب این نوع از کسب و کارها پرداخته شده است. به‌طور مثال از جنبه‌های مثبت کسب و کارهای خانگی می‌توان به از بین بردن مشکلات نگهداری از کودکان، سیاست‌های اداری و دفتری، رفت و آمد و کنترل بر روند و زمان کار اشاره نمود. برخی از معایب شناسایی شده در خصوص (HBB)ها عبارت از عدم جدایی کار و خانواده و فرسایش در خانه می‌باشد.

از دلایل اهمیت ها می‌توان به مواردی همچون منافع اقتصادی و اجتماعی آنها، رشد تعداد کسب و کارهای خانگی، افزایش پژوهش‌ها و درخواست برای تحقیقات بیشتر، افزایش توجه دولت‌ها به این بخش و افزایش قابل توجه مقالات در مجلات و کتاب‌های مربوطه اشاره کرد.

لو (۱۹۸۸)<sup>۲</sup>، استر و فوستر (۱۹۹۲)<sup>۳</sup>، رابرتز (۱۹۹۴)، در مطالعات خود اظهار داشته‌اند بخش (HBB)، زیر مجموعه بخش‌های کسب و کارهای خرد و کوچک است و مانند این بخش‌ها دارای مزایای اقتصادی و اجتماعی می‌باشد.

از آنجا که کسب و کارهای خانگی دارای رشد سریع و پتانسیل کافی برای توسعه اقتصاد در سطوح محلی و منطقه‌ای می‌باشند، مورد علاقه بسیاری از محققان هستند. دسته‌ای از این محققان عبارتند از:

بورسورس (۲۰۰۹)<sup>۴</sup> با استفاده از داده‌های سرشماری انگلستان به

- 1- Home Based Business (HBB)
- 2- Lowe
- 3- Orser and Foster
- 4- Borsores

و نیاز اندک به سرمایه در جهت متعادل کردن بازار کار موثر بوده است.

کسب و کار خانگی (Home business) به آن بخشی از کسب و کارها گفته می‌شود که ممکن است لزوماً مشارکت همه اعضای خانواده را در بر نداشته و صرفاً یک یا چند نفر از اعضای خانواده در آن به فعالیت اقتصادی مشغول باشند.

امروزه با تحولات پدید آمده در عرصه فناوری به ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات، رویکرد جدیدی در رشد و توسعه کسب و کارهای خانگی پدیدار شده است.

اغلب این تصور وجود دارد که رشته‌های سنتی ظرفیت فعالیت در مشاغل خانگی را دارند در حالی که رشته‌های دانش محور خانگی نیز وجود دارد که می‌توانند در کاهش بیکاری فارغ التحصیلان نقش ویژه ای داشته باشند. بنابراین در کشور ما با توجه به ترکیب جمعیتی، کسب و کارهای خرد و خانگی می‌تواند بازدهی مناسب داشته و در کوتاه مدت و حتی در میان مدت در رفع مشکل بیکاری موثر باشد. در کنار مزایای فراوانی که برای مشاغل خانگی متصور است، می‌توان به انعطاف پذیری آن اشاره نمود به طوری که دولت‌ها با کمک‌های خود و سیاست‌گذاری‌های مناسب به طور یقین می‌توانند در جهت تغییر و بهبود کار گام بردارند.

بر اساس تحقیقاتی که توسط سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۰۲ میلادی با در نظر گرفتن ۳۷ کشور جهان صورت گرفته، توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط منجر به کاهش نرخ بیکاری می‌شود. به طور متوسط سهم کسب و کارهای خانگی در بین کسب و کارها ۳۰ درصد می‌باشد. (ابراهیم پور، حبیب و علیرضا محمدی، ۱۳۹۴، ص ۳۸)

## اهداف تحقیق

هدف کلی از این مطالعه، بررسی آمار و اطلاعات جمع آوری شده و اعتبار سنجی و آسیب شناسی طرح «ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی» می‌باشد. بخشی از اهداف تفصیلی این طرح به شرح ذیل است:

- \* میزان پایداری مشاغل خانگی
- \* میزان مشاغل خانگی فعال
- \* حجم اشتغال ایجاد شده برای متقاضیان قبلاً بیکار
- \* میزان تسهیلات پرداختی و سرانه ایجاد اشتغال

بررسی در هر مرحله با استفاده از فرمول کوکران و با توجه به حجم جامعه آماری بدست آمده است. با استفاده از نمونه گیری طبقه‌بندی (طبقه‌بندی بر اساس متغیر استان و شغل خانگی)، تعداد ۴۳۶۳ نفر شاغل خانگی ساماندهی شده، مورد مطالعه قرار گرفتند. جهت ورود اطلاعات و استخراج نتایج در قالب جداول خروجی، نرم افزاری طراحی گردید. این طرح با مشارکت ادارات کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی در سال ۱۳۹۴، در ۳۱ استان به اجرا درآمد.

### تجربه کشورهای پیشرفته در توسعه کسب و کارهای خانگی

امروزه کسب و کارهای خانگی از بخش‌های حیاتی فعالیت‌های اقتصادی کشورهای پیشرفته می‌باشند که از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضه محصول یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور می‌شوند، کسب و کار خانگی رشد فزاینده و قابل توجهی داشته و نقش مهمی در تولید ناخالص ملی کشورهای پیشرفته صنعتی دارا است.

با نگاهی گذرا به کشورهای توسعه یافته می‌توان به اهمیت مشاغل خانگی پی برد. در این کشورها اشتغال خانگی به دلیل ریسک پذیری پایین، کاهش مصرف انرژی، افزایش خلاقیت و سرمایه‌گذاری کمتر، مورد اقبال و توجه قرار گرفت.

به علت نسبی بودن اصول، قوانین و تئوری‌ها در علوم انسانی دیدگاه‌های گوناگونی در مورد تعریف یک پدیده اجتماعی و انسانی عنوان می‌شود. کسب و کار خانگی نیز از این امر مستثنی نبوده است. این امر، خود بیانگر اهمیت و پویایی این نوع از کسب و کار می‌باشد. به طوری که تعریف مشاغل خانگی در ایران تنها آن دسته از مشاغلی را که الزاماً توسط فرد در خانه‌ی خودش انجام می‌شود را در بر می‌گیرد (HB) در حالی که برای مشاغل خانگی در سایر کشورهای مورد بررسی، الزامی در خصوص فعالیت شخص در خانه‌ی خود به عنوان صاحب کسب و کار وجود ندارد و این شخص می‌تواند خدماتش را در خانه‌ی دیگران نیز ارائه دهد به عنوان مثال می‌توان به خدمات خانگی نظیر فیزیوتراپی، نگهداری از سالمندان و پرستاری اشاره نمود (HBB). وجود تعاریف مختلف مشاغل خانگی نشان‌دهنده پویایی و اهمیت این نوع از کسب و کارها می‌باشد.

شناسایی افراد خوداشتغالی که محل اصلی کار آن‌ها در خانه است پرداخت و کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی را شناسایی کرد.

سولومون و همکاران (۱۹۹۸)، در مقاله‌ای ادبیات مربوط به استراتژی کسب و کار و تجارت الکترونیکی را برای کسب و کارهای خانگی در مالزی مورد بحث قرار دادند.

والکر و همکاران (۲۰۰۸) نشان دادند دلایل متعددی وجود دارد که چرا شروع کسب و کار خانگی برای زنانی که به فکر مالکیت کسب و کار هستند جذاب است. آنها دریافتند ایجاد کسب و کار در خانه بسیاری از استرس‌هایی که زنان به طور بالقوه تجربه می‌کنند را کاهش می‌دهد به‌ویژه در زمینه امور مالی زیرا این نوع از کسب و کارها نیاز به سرمایه اولیه کمتری دارند. از آن جایی که زنان ریسک‌گریزتر از مردان هستند شروع یک سرمایه‌گذاری کوچک خطرات روانی آنان را نیز کاهش می‌دهد. با این حال، شاید بزرگترین جاذبه کسب و کار خانگی برای زنان توانایی آنان در شاغل شدن به جای نقش جنسیتی‌شان به عنوان مراقب و خانه‌دار باشد.

دسته دیگر از مطالعات به بررسی عوامل موفقیت در کسب و کارهای خانگی پرداخته‌اند در این زمینه سولدرسن (۱۹۹۸)، نتیجه گرفته است که کار سخت و مستمر یک عامل مهم در کسب و کار کوچک است. (معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال، ۱۳۹۴، ۱۵ الی ۱)

### روش‌شناسی تحقیق

روش جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز برای حصول اهداف اعتبارسنجی و آسیب‌شناسی «طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی» به صورت میدانی و کتابخانه‌ای بوده است. در این تحقیق ابزارگردآوری اطلاعات برای داده‌های کمی، پرسشنامه است. جامعه آماری در این تحقیق عبارت است از ۵۱۶۹۹۹ متقاضی مستقل و پشتیبان دارای مجوز شغل خانگی که مشخصات آنها از سال ۱۳۹۰ تا پایان آبان ماه سال ۱۳۹۳ در سامانه مشاغل خانگی درج شده بوده است. (سامانه مشاغل خانگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی)

در این تحقیق شیوه نمونه‌گیری به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی دو مرحله‌ای با تخصیص متناسب انتخاب شده و حجم نمونه مورد

- 1- Solomon and Fernald
- 2- Soldressen

## تعریف کسب و کار خانگی در کشورهای مورد مطالعه

کشور	تعریف
سازمان بین المللی کار	شغل خانگی، شغلی است که توسط عضو یا اعضای یک یا چند خانوار با هدف کسب سود یا درآمد در واحد مسکونی که در آن ساکن هستند انجام می شود (مقاله نامه‌ی شماره ۱۷۷ ILO).
ایران	بر اساس قانون مشاغل خانگی، کسب و کار خانگی به آن دسته از فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار 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.
مالزی	مفهوم کسب و کار در خانه برمی‌گردد به کسانی که خوداشتغال هستند و در خانه کار می‌کنند یا توسط یک سازمان استخدام می‌شوند اما کارشان را در خانه انجام می‌دهند.
انگلیس	"هر کسب و کاری که مشغول فروش محصولات یا خدمات به بازار است و توسط یک شخص خوداشتغال یا بدون کارگر دایر شده است و از یک ملک مسکونی به عنوان محل اجرای عملیاتش استفاده می‌کند".
استرالیا	مشاغل خانگی، هر کسب و کاری است که فعالیت خود را از خانه، در خانه یا هر دو آغاز می‌کند. <sup>۱</sup> کسب و کاری "در خانه" در نظر گرفته می‌شود که بیشتر فعالیت‌های مربوط به آن در خانه‌ی خود فرد انجام می‌پذیرد. همچنین کسب و کار "از خانه" نامیده می‌شود که افراد در خانه برای دیگران کار می‌کنند. این بخش عمدتاً از کسب کارهای کوچک ساخته شده (کمتر از ۵ نفر) و متشکل از طیف گسترده‌ای از خرده‌فروشی، خدمات و صنایع تولیدی می‌باشد.
آمریکا	مشاغلی که دفتر اصلی آن‌ها در خانه‌ی مالک کسب و کار (اتاق، گاراژ و زیر زمین) راه‌اندازی شده است.
کانادا	کسب و کاری که به جای ملک تجاری، از ملک مسکونی برای فعالیت استفاده می‌شود.

در حال حاضر بیش از ۱۵۰ کشور جهان در زمینه مشاغل خانگی فعالیت می‌کنند و اجزای متشکله بسیاری از تولیداتی که به بازار عرضه می‌شود در محیط خانه‌ها صورت می‌گیرد.

### آمریکا

ایالات متحده آمریکا در بین کشورهای جهان، در حمایت از کارآفرینان اقتصادی پیشتاز بوده و با تصویب قانون کسب و کارهای کوچک<sup>۱</sup> در سال ۱۹۵۳ و در پی آن تشکیل دپارتمان امور کسب و کارهای کوچک (SBA SBA)<sup>۲</sup> به‌عنوان قدیمی‌ترین سابقه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دولتی برای توسعه کارآفرینی محسوب می‌گردد. در این کشور ۲۲ درصد از کل کسب و کارهای جدید ثبت شده، کسب و کارهای خانگی هستند.

طبق اطلاعات SBA، امروزه ۲۷ میلیون کسب و کار در آمریکا وجود دارد که ۹۹٫۷ درصد (یا در حدود ۲۶٫۹ میلیون) آنها کسب و کارهای کوچک هستند (کسب و کارهایی با کمتر از ۵۰۰ نفر شاغل) و از این تعداد کسب و کار کوچک، بیش از نیمی در حدود ۵۲ درصد

1- Small Business Act

2- Small Business Administration Department

یا ۱۳,۵ میلیون - کسب و کارهای خانگی می‌باشند.

## کانادا

در کانادا بیش از نیمی از صاحبان کسب و کارهای کوچک، خانه را به عنوان محل کسب و کار خود انتخاب می‌کنند. به طور کلی سه نوع کسب و کار خانگی در کانادا وجود دارد: پاره وقت، کوچک و تمام وقت. استر و فوستر (۱۹۹۲) نشان دادند ۱۰ تا ۱۱ درصد خانواده‌های خوداشتغال کانادایی به صورت پاره وقت یا تمام وقت در خانه‌ی خود کار می‌کنند. زنان صاحب کسب و کار در منطقه‌ی آتلانتیک کانادا ۱۷۵,۰۰۰ نفر را استخدام و بیش از ۲ میلیارد خرید و فروش کرده‌اند. نکته‌ی حائز اهمیت آن است که ۵۰ درصد کسب و کارهای فوق در این منطقه خانگی هستند. لازم به ذکر است که تقریباً ۵۰ درصد از زنان این منطقه در کسب و کار خود از فن‌آوری کامپیوتر استفاده می‌کنند.

## استرالیا

دولت استرالیا عملکرد کسب و کارهای خانگی را یکی از عوامل بسیار مهم برای کمک به تحقق منافع محلی، اجتماعی و اقتصادی می‌داند. این کسب و کارها بزرگترین گروه کسب و کار در استرالیا هستند و حدود ۵۸ درصد از همه کسب و کارهای این کشور را تشکیل داده‌اند. همچنین **HBB** مشاغل خانگی ۶۷ درصد از بخش کسب و کارهای خرد و کوچک را به خود اختصاص داده است. در استرالیا ۶ تا ۷ درصد کل شاغلین این کشور در بخش کسب و کارهای خانگی، مشغول به فعالیت هستند. همچنین در این کشور هم اکنون ۶۸۰ هزار واحد در بخش مشاغل خانگی به تولید و فعالیت مشغولند.

## انگلیس

در کشور انگلیس، مطابق آمارگیری نیروی کار در سال ۲۰۰۵، ۳/۱ میلیون نفر عمدتاً در خانه کار می‌کنند که شامل ۱۱ درصد از نیروی کار است و در مقایسه با سال ۱۹۹۷ که تعداد کارگران شاغل در خانه فقط ۲/۳ میلیون نفر و ۹ درصد از نیروی کار بوده است. در حال حاضر کسب و کار خانگی حدود نیمی از کسب و کارهای کوچک را تشکیل داده است. براساس گزارش سازمان ملل (۲۰۰۹)، ۵۸ درصد از کسب و کارهای خانگی در انگلیس به صورت تمام وقت فعالیت می‌کنند. لازم به ذکر است کسب و کار تمام وقت در کشور انگلیس، کسب و کاری است که افراد بیشتر از ۳۰ ساعت در هفته را به آن اختصاص می‌دهند. علاوه بر این بیش از ۷۰ درصد کسب و کارهای خانگی در انگلیس توسط زنان راه‌اندازی و اداره می‌شوند و سهم مردان در این بخش، تنها ۲۹ درصد بوده است.

## هند

در هند سازمان‌های حمایت‌کننده‌ای وجود دارند که هدف آنها حمایت از زنان کارگر خانگی است که توسط واسطه‌ها و کارفرمایان استثمار می‌شوند. کشورهای پر جمعیتی همچون هند با استفاده از فضای سایبر در عرصه توسعه مشاغل خانگی بسیار فعال هستند. زنان هندی از طریق کامپیوترهای خانگی یا تلفن همراه خود در معاملات بورس شرکت می‌کنند. همچنین در هندوستان چندین سازمان مردم نهاد و غیر دولتی فعال در زمینه اشتغال، خود اشتغالی زنان را در بخش‌های مختلف روستایی و شهری، در برنامه خود قرار داده‌اند.

## مالزی

در مالزی، مفهوم کسب و کار در خانه برمی‌گردد به کسانی که خوداشتغال‌اند و در خانه کار می‌کنند یا توسط یک سازمان استخدام می‌شوند اما کارشان را در خانه انجام می‌دهند. به طور اساسی این تعریف، مفهوم کار از راه دور و کسب و کارهای خانگی را پوشش می‌دهد. توجه اصلی به "کسب و کارهای خانگی" مربوط به صاحبان مشاغل است که خوداشتغال و خود مدیر هستند. بیشتر مشارکت‌کنندگان کسب و کارهای خانگی را زنان تشکیل می‌دهند. زنان این کشور بیشتر به انجام کار با دست مانند صنایع دستی و خیاطی نسبت به کار با فن‌آوری تشویق می‌شوند.

## ایتالیا

کشور ایتالیا از دو دهه قبل برای توسعه و صنعتی کردن و کاهش بیکاری در مناطقی که کمتر توسعه یافته بود (مناطق جنوبی که بعدها به ایتالیای سوم موسوم شد)، سیاست توسعه و گسترش کسب و کارهای کوچک و خانگی را در پیش گرفت. در مناطق جنوبی ایتالیا بیکاری حتی به بالاتر از نرخ ۲۲ درصد رسید (امامی مبینی، ۱۳۸۳). با توجه به مزیتی که کشور ایتالیا در تولید کفش‌های چرمی دارد، سیاست‌های حمایتی خود را در صنایع کوچک و خانگی و به ویژه در بخش تولیدات کفش و کیف‌های چرمی متمرکز کرد. بیش از ۷۹ درصد از مجموع شرکت‌های صنعتی این کشور را که جزو ۷ کشور صنعتی جهان است، واحدهای کوچک و متوسط و خانگی تشکیل می‌دهد و در زمینه اشتغال ۸۷ درصد از کل نیروهای شاغل در بخش صنعت و ۶۱ درصد از نیروهای شاغل در بخش‌های غیر صنعتی را شرکت‌ها و واحدهای کوچک و خانگی تشکیل داده‌اند.

## تایوان

نقطه جهش اقتصاد تایوان، پس از جدایی این کشور از چین (بر مبنای شعار "هر خانه، کارخانه و هر کارخانه، خانه است")، از کسب و کارهای خانگی آغاز شده است و امروزه این شکل از فعالیت اقتصادی با بیش از هشتاد درصد از اقتصاد این کشور به صورت مستقیم و غیر مستقیم رابطه دارد.

## چین

کشور چین نیز با بهره گرفتن از این مدل، برای کاهش قیمت تمام شده و کسر هزینه‌های سربار، بخشی از تولید یا تمام فرایند تولید کالاهای ساخته شده را با بهره گرفتن از این شکل از فعالیت اقتصادی انجام می‌دهد. دولت این کشور نقش محوری در توسعه تولیدات خانگی داشته است. هم‌اکنون بیش از ۳۱ درصد محصولات این کشور در حوزه کسب و کار خانگی طراحی و تولید می‌شوند. (معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال، ۱۳۹۴، ۲۰ الی ۴۰)

## یافته‌ها

در این بخش اطلاعات ارایه شده، برگرفته از نتایج اعتبارسنجی «طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی» می‌باشد.

## سه رشته پر طرفدار مشاغل خانگی

با توجه به نتایج حاصله، به ترتیب سه گروه شغلی قالی بافان، گلیم بافان و زیلوبافان - دستی (قالی بافان دستی، گلیم بافان و زیلوبافان)، کارکنان سایر صنایع طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (کارکنان نساجی، خیاطان و دوزندگان پوشاک، طراح لباس) و کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری (دامداران، پرورش دهندگان مرغ و زراعتکاران

و سبزیکاران) از پر طرفدارترین گروه‌های شغلی می‌باشند. لذا این تصور که رشته فعالیت‌های سنتی ظرفیت فعالیت در مشاغل خانگی را دارند، در کشور ما عینیت دارد.

### مشاغل خرد و خانگی، ظرفیت مطلوب ایجاد اشتغال پایدار

مبحث اشتغال و پیچیدگی‌های آن در جامعه امروز ایران، توجه بسیاری از دولت‌مردان و سیاست‌مداران را به خود جلب کرده است. در این میان اشتغال پایدار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است چرا که اشتغال پایدار را میتوان یکی از ارکان توسعه پایدار به شمار آورد. همواره پایداری شغلی یکی از چالش‌برانگیزترین مسائل بازار کار بوده است، چرا که شرط اصلی برای کاهش بیکاری، بقای مشاغل و تداوم فعالیت افراد در آنها میباشد. از این رو همواره این موضوع برای سیاستگذاران و تحلیلگران بازار کار حائز اهمیت بوده است.

در این میان مشاغل خانگی به عنوان نوعی کسب و کار که با عضویت اعضای خانواده در فضای مسکونی شکل میگیرد و همچنین به دلیل نیاز به سرمایه‌گذاری اندک، در راستای ایجاد اشتغال پایدار مورد توجه قرار میگیرد. لذا در این طرح نیز پایداری مشاغل خانگی مد نظر قرار گرفته است. بررسی مشاغل دارای مجوز شغل خانگی نشان می‌دهد، ۶۳،۵ درصد آنها در زمان آمارگیری دایر بوده یا حداکثر تا یک ماه پیش از آن دایر بوده‌اند. به عبارت بهتر در این طرح بیش از ۶۳ درصد، پایداری شغلی مشاهده شده است.

### جدول ۱- وضعیت مشاغل خانگی

شرح	جمع	دایر است	دایر بوده اما در حال حاضر دایر نیست	دایر نیست	فاقد آدرس صحیح و فاقد مجوز	عدم همکاری
درصد	۱۰۰،۰	۴۲،۷	۸،۱	۲۹،۲	۱۹،۶	۰،۴

### جدول ۲- پایداری شغلی مشاغل خانگی

مشاغل دارای مجوز *	شغل پایدار**	سهم پایداری شغلی (درصد)
۳۴۸۹	۲۲۱۵	۶۳،۵

\* شامل مشاغلی است که کارگاه‌های آنها "دایر است"، "قبلاً دایر بوده اما در حال حاضر دایر نیست" و "دایر نیست" می‌باشد.  
 \*\* شامل مشاغلی است که کارگاه‌های آنها "دایر است" و "قبلاً دایر بوده اما در حال حاضر دایر نیست" می‌باشد.  
 طبق نتایج حاصله، بیشترین طول مدت پایداری شغلی در مشاغل خانگی ۲ تا ۳ سال میباشد. همچنین بررسی توزیع جنسی شاغلان نشان می‌دهد، بین زنان و مردان از نظر روند سهم پایداری شغلی تفاوتی وجود ندارد. بر این اساس به ترتیب شاغلان زن و شاغلان مرد که طول مدت اشتغال آنها در شغل فعلی، بین ۲ تا ۳ سال است، ۳۹،۸ درصد و ۴۰،۸ درصد می‌باشد. همچنین می‌توان گفت، کارگاه‌های دایر حداقل ۳ ماه فعال بوده‌اند.

### جدول ۳- مشاغل پایدار بر حسب جنس شاغلان به تفکیک طول مدت پایداری شغلی

شاغلان خانگی			طول مدت پایداری شغلی
زن	مرد	مرد و زن	
۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱	جمع
۰	۰	۰	کمتر از ۳ ماه
۱۳	۵	۱۸	۳ تا ۶ ماه
۵۴	۱۶	۷۰	۶ تا ۱۲ ماه
۲۶۹	۶۷	۳۳۶	۱ تا ۲ سال
۵۹۱	۱۵۳	۷۴۴	۲ تا ۳ سال
۵۵۹	۱۳۴	۶۹۳	۳ سال و بیشتر

### سرمایه گذاری در مشاغل خانگی

مشاغل خانگی یکی از زمینه‌های افزایش مشارکت مردم در اقتصاد و از جمله راهکارهای مناسب برای توسعه اشتغال های خرد و متوسط است. توسعه اشتغال از طریق مشاغل خرد و خانگی به عنوان یک ضرورت در اکثر کشور های دنیا مطرح است. نیاز کم مشاغل خانگی به منابع مالی و مزایای فراوان و نقش سازنده آنها در اشتغال و توسعه اقتصادی سبب شده دولت‌ها به توسعه مشاغل خانگی توجه ویژه‌ای داشته و از این ظرفیت‌ها برای توسعه متوازن استفاده کنند.

پس از تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در سال ۸۹، هر ساله مبالغی از محل منابع قرض الحسنه به مشاغل خانگی اختصاص می‌یافت ولی این مبالغ همواره روند نزولی داشته است و در طول سال‌های ۹۰ تا ۹۳ تسهیلات پرداختی مشاغل خانگی بسیار کمتر از مبالغ ابلاغی بوده و مبالغ ابلاغی نیز بسیار کمتر از سهم مصوب بوده است.

بر اساس نتایج اجرای اعتبارسنجی "طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی در ایران" در ارتباط با وضع تامین مالی و ارائه تسهیلات، بررسی‌ها نشان می‌دهند، از میان شاغلان خانگی که متقاضی دریافت تسهیلات بوده‌اند، ۶۲،۲ درصد تسهیلات را دریافت کرده، ۳۷،۸ درصد هیچ‌گونه تسهیلاتی از محل طرح مشاغل خانگی دریافت ننموده‌اند.

### جدول ۴- شاغلان خانگی به تفکیک وضع دریافت تسهیلات

شاغلان خانگی			وضعیت دریافت تسهیلات	
	زن	مرد	مرد و زن	
			تعداد	جمع
۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱	تعداد	درصد
۷۹،۸	۲۰،۲	۱۰۰،۰	درصد	جمع
۵۵۰	۱۵۴	۷۰۴	تعداد	دریافت نشده
۷۸،۱	۲۱،۹	۱۰۰،۰	درصد	درصد
۹۳۶	۲۲۱	۱۱۵۷	تعداد	دریافت شده
۸۰،۹	۱۹،۱	۱۰۰،۰	درصد	درصد



## نحوه و زمینه مصرف تسهیلات دریافتی در مشاغل خانگی

از میان ۱۱۵۷ دریافت کنندگان تسهیلات، ۹۰،۰ درصد آنها تسهیلات دریافتی را کاملاً جهت انجام شغل خانگی هزینه کرده‌اند، ۸،۰ درصد بخشی را هزینه نموده و ۲،۰ درصد از آنها به طور کلی تسهیلات دریافتی را هزینه نکرده‌اند.

### جدول ۵- شاغلان خانگی دریافت کننده تسهیلات بر حسب نحوه مصرف تسهیلات

شرح	جمع	کاملاً هزینه شده	بخشی از تسهیلات هزینه شده	اصلاً هزینه نشده است	شاغلان خانگی	
					تعداد	درصد
	۱۱۵۷	۱۰۴۲	۹۲	۲۳		
	۱۰۰،۰	۹۰،۰	۸،۰	۲،۰		

در شاغلان خانگی که تسهیلات را کاملاً هزینه نموده‌اند، بیشترین تسهیلات هزینه شده به ترتیب در تهیه مواد اولیه با ۵۰،۴ درصد و ماشین آلات و ابزار با ۸،۷ درصد می‌باشد. این ترتیب در شاغلان فوق‌الذکر که بخشی از تسهیلات دریافتی را هزینه کرده‌اند با ۵۰،۴ درصد (تهیه مواد اولیه) و ۳۸،۷ درصد (ماشین آلات و ابزار) مشاهده می‌گردد.

### جدول ۶- شاغلان خانگی دریافت کننده تسهیلات بر حسب زمینه مصرف تسهیلات

شرح	کاملاً هزینه شده			بخشی از تسهیلات هزینه شده			اصلاً هزینه نشده است
	ماشین آلات و ابزار	مواد اولیه	سایر	ماشین آلات و ابزار	مواد اولیه	سایر	
شاغلان خانگی	۵۹۹	۷۸۰	۱۶۹	۵۵	۶۹	۱۳	۲۳

\*پاسخگویان می‌توانستند به بیش از یک گزینه در خصوص زمینه مصرف تسهیلات، اشاره نمایند.

## بازاریابی و نحوه عرضه محصول در مشاغل خانگی

بازاریابی در کسب و کار امروز یک امر ضروری است. بازاریابی را می‌توان، به عنوان فعالیتی لازم برای تطبیق کالاها با نیازها و خواسته‌های بازار تعریف کرد. بازاریابی مفهوم بسیار جامع تری دارد که فعالیت‌هایی چون برنامه ریزی و قیمت گذاری و توزیع تبلیغات و معرفی محصولات را در بر می‌گیرد. تبلیغات مناسب، توجه به تغییر دائم در نیازها و در نهایت بهره‌گیری از فناوری روز از الزامات اساسی بازاریابی است.

در مشاغل خانگی نیز بازاریابی از اهمیت زیادی برخوردار است. طبق نتایج تحقیق، بیشترین شیوه بازاریابی محصولات مشاغل خانگی از طریق تبلیغات محیطی (تراکت، بروشور، بنر، پارچه نویسی، بیل‌بورد و...) با ۵۷،۳ درصد، صورت گرفته است. همچنین بیشترین نحوه عرضه محصولات این مشاغل نیز از طریق کارگاه با ۴۷،۹ درصد می‌باشد.

جدول ۷- بازاریابی، بازاریابی و معرفی محصولات مشاغل خانگی

شیوه بازاریابی، بازاریابی و معرفی محصولات										شرح
کارت ویزیت		جراید		رسانه های جمعی		پیامک یا تماس تلفنی		اینترنت		
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۲,۲	۴۵	۰,۲	۴	۱,۱	۲۲	۷,۱	۱۴۵	۱,۱	۲۳	مشاغل خانگی

جدول ۸- بازاریابی، بازاریابی و معرفی محصولات مشاغل خانگی (دنباله)

شیوه بازاریابی، بازاریابی و معرفی محصولات								شرح
جمع		اظهار نشده		سایر		تبلیغات محیطی		
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۰۰,۰	۲۰۴۲	۰,۲	۴	۳۰,۸	۶۲۸	۵۷,۳	۱۱۷۱	مشاغل خانگی

### مشاغل خانگی راهکار توسعه اشتغال

مشاغل خانگی راهکار توسعه اشتغال و پویایی جامعه است. این نوع مشاغل به دلیل مزایای خاص خود در جهت رفع بیکاری بسیار موثر بوده و کشورهایی که برنامه هایی را برای تقویت این مشاغل به کار گرفته اند به نتایج موفقیت آمیزی رسیده اند. در کشور ما نیز چنانچه از نتایج برمی آید از مجموع شاغلان خانگی، ۴۰,۹ درصد قبل از اشتغال فعلی، شاغل و ۵۹,۱ درصد بیکار بوده اند. به عبارت دیگر میتوان گفت بیش از نیمی از افراد (نزدیک به ۶۰ درصد) قبلاً بیکار بوده که از محل اجرای طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی مشغول فعالیت شده و شاغل جدید محسوب می شوند که از این میان ۸۷,۶ درصد را زنان و ۱۲,۴ درصد را مردان به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۹- شاغلان خانگی بر حسب جنس به تفکیک وضع فعالیت قبل از اشتغال فعلی

شاغلان خانگی			شرح	
	زن	مرد	مرد و زن	
جمع	تعداد	۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱
	درصد	۷۹,۸	۲۰,۲	۱۰۰,۰
بیکار	تعداد	۹۶۴	۱۳۶	۱۱۰۰
	درصد	۸۷,۶	۱۲,۴	۱۰۰,۰
شاغل	تعداد	۵۲۲	۲۳۹	۷۶۱
	درصد	۶۸,۶	۳۱,۴	۱۰۰,۰

## توسعه مشاغل خانگی عامل توانمندسازی بانوان در اقتصاد جامعه

نقش اشتغال در پویایی زندگی انسان انکار ناپذیر است و میتوان آن را کانون ارتباطات انسان و اجتماع تلقی کرد. در جهت این پویایی بی تردید زنان به عنوان نیمی از جمعیت، تأثیری مستقیم در توسعه جامعه دارند. در جامعه‌ای که مشارکت زنان در زمینه اشتغال و فعالیت های اقتصادی بیشتر باشد رفاه اجتماعی نیز بیشتر خواهد بود. (آگهی،

حسین و دیگران، ۱۳۹۱، ۱۸۲)

یکی از زمینه‌های مهم فعالیت اقتصادی زنان مشاغل خانگی می‌باشد. مشاغل خانگی به عنوان یکی از اشکال فعالیتهای اقتصادی است که به واسطه کارکرد و مزایای خاص آن راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان به‌ویژه برای زنان بشمار می‌رود. یکی از اهداف اجرای سیاست حمایت از مشاغل خانگی، توسعه اشتغال و کاهش نرخ بیکاری به ویژه برای زنان بوده است. لذا بررسی وضع فعالیت شاغلان خانگی میتواند بیانگر میزان تحقق این امر باشد. چنانچه از نتایج برمیآید، از کل شاغلان خانگی، ۷۹٫۸ درصد را زنان و ۲۰٫۲ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. از این رو به نظر می‌رسد زنان با توجه به مسوولیت‌های خود در امور منزل و تربیت فرزندان، ترجیح می‌دهند که در محیط منزل و در کنار اعضای خانواده به انجام فعالیت پرداخته و علاوه بر احساس مفید بودن، با عرضه محصولات خود به کسب درآمد نیز بپردازند.

جدول ۱۰- شاغلان خانگی به تفکیک جنس

شاغلان خانگی			شرح
زن	مرد	مرد و زن	
۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱	جمع
۷۹٫۸	۲۰٫۲	۱۰۰٫۰	درصد

## ساختار سنی شاغلان خانگی

بیشترین تعداد شاغلان خانگی به ترتیب مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۳۴ ساله با ۲۲٫۱ درصد و پس از آن متعلق به گروه سنی ۳۵ تا ۳۹ ساله با ۱۶٫۷ درصد می‌باشد. بیشترین سهم شاغلان خانگی در گروه مردان با ۱۷٫۶ درصد مربوط به گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ ساله و در گروه زنان با ۲۳٫۶ درصد مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۳۴ ساله می‌باشد. به طور کلی با توجه به نتایج حاصله می‌توان گفت که از سن ۴۰ سال، با افزایش سن از تعداد شاغلان خانگی کاسته شده است.

جدول ۱۱- شاغلان خانگی بر حسب جنس به تفکیک گروه سنی

شاغلان خانگی			گروه سنی
زن	مرد	مرد و زن	
۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱	جمع
۱	۰	۱	۱۵-۱۹ ساله
۵۵	۹	۶۴	۲۰-۲۴ ساله
۱۷۳	۶۶	۲۳۹	۲۵-۲۹ ساله
۳۵۱	۶۱	۴۱۲	۳۰-۳۴ ساله
۲۵۵	۵۶	۳۱۱	۳۵-۳۹ ساله
۲۳۲	۵۰	۲۸۲	۴۰-۴۴ ساله
۱۶۵	۴۵	۲۱۰	۴۵-۴۹ ساله
۱۳۴	۳۴	۱۶۸	۵۰-۵۴ ساله
۷۹	۲۷	۱۰۶	۵۵-۵۹ ساله
۴۱	۲۷	۶۸	۶۰ ساله و بیشتر

### وضع مهارت شاغلان خانگی

کسب و کارهای خانگی در ایران سابقه دیرینه دارند، بسیاری از صنایع دستی که امروزه هم وجود دارند، در منازل و محل سکونت افراد تولید می‌شده‌اند. استفاده از سایر اعضای خانواده به عنوان نیروی کار و ایجاد زمینه کار خانوادگی، امکان انتقال تجارب را از طریق آموزش غیر رسمی به شیوه استاد - شاگردی بین اعضای خانواده فراهم نموده است. بنابراین می‌توان گفت کسب و کار خانگی پدیده جدیدی نیست، بلکه در نتیجه تغییرات و تحولاتی که در فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی امروز به وجود آمده است به آن توجه بیشتری شده است و این نوع کسب و کارها روز به روز گسترش و توسعه می‌یابد. نتایج تحقیق حاضر نیز موبد این موضوع می‌باشد. مطابق نتایج حاصله، ۹۷،۵ درصد از شاغلان خانگی دارای مهارت و ۲،۵ درصد آنان در فاقد مهارت بوده‌اند. از میان شاغلان خانگی دارای مهارت، ۴۰،۰ درصد به صورت تجربی (استاد- شاگردی، یادگیری از طریق دوستان، آشنایان، اعضای خانواده و ...) بوده است.

جدول ۱۲- شاغلان خانگی بر حسب جنس و به تفکیک وضع مهارت

شاغلان خانگی			وضع مهارت	
	زن	مرد	مرد و زن	
۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱	تعداد	جمع
۷۹,۸	۲۰,۲	۱۰۰,۰	درصد	
۲۷	۱۹	۴۶	تعداد	فاقد مهارت
۵۸,۷	۴۱,۳	۱۰۰,۰	درصد	
۱۴۵۹	۳۵۶	۱۸۱۵	تعداد	دارای مهارت
۸۰,۴	۱۹,۶	۱۰۰,۰	درصد	

جدول ۱۳- شاغلان خانگی بر حسب جنس و به تفکیک مرجع کسب مهارت\*

شاغلان خانگی			مرجع کسب مهارت
زن	مرد	مرد و زن	
۹۵	۱۰	۱۰۵	موسسات کارآموزی (آموزشگاه آزاد)
۷۶۶	۷۲	۸۳۸	مرکز آموزش فنی و حرفه‌ای
۵۴۵	۲۴۴	۷۸۹	تجربی
۱۷۹	۶۳	۲۴۲	سایر (مانند کسب آموزش از طریق اتحادیه‌ها، دستگاه‌های اجرایی، هنرستان و دانشگاه)

\*پاسخگویان می‌توانستند به بیش از یک گزینه اشاره کنند.

### شاغلان خانگی تک شغلی و چند شغلی

۸۴,۰ درصد از شاغلان خانگی صرفاً به انجام شغل خانگی پرداخته و شغل دیگری ندارند. در مقابل ۱۵,۶ درصد علاوه بر انجام شغل خانگی، در شغل دیگری نیز مشغول فعالیت هستند که در این میان مردان با ۵۳,۶ درصد سهم بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند. کمتر از یک درصد افراد نیز وضعیت دارا بودن شغل دیگر خود را اظهار ننموده‌اند.

## جدول ۱۴- شاغلان خانگی بر حسب جنس به تفکیک دارا بودن شغل دیگر علاوه بر شغل خانگی

شاغلان خانگی			شرح مرد و زن	
	زن	مرد		
۱۴۸۶	۳۷۵	۱۸۶۱	تعداد	جمع
۷۹,۸	۲۰,۲	۱۰۰,۰	درصد	
۱۳۵	۱۵۶	۲۹۱	تعداد	شغل دیگری علاوه بر شغل خانگی دارد
۴۶,۴	۵۳,۶	۱۰۰,۰	درصد	
۱۳۴۶	۲۱۸	۱۵۶۴	تعداد	شغل دیگری علاوه بر شغل خانگی ندارد
۸۰,۱	۱۳,۹	۱۰۰,۰	درصد	
۵	۱	۶	تعداد	اظهار نشده
۸۳,۳	۱۶,۷	۱۰۰,۰	درصد	

### سرانه ایجاد شغل خانگی

یکی از مسائل جدی در هنگام تدوین برنامه‌های توسعه به ویژه در حوزه فرابخشی اشتغال بحث سرمایه گذاری مورد نیاز برای ایجاد یک فرصت شغلی در کل اقتصاد و همچنین به تفکیک فعالیتهای اقتصادی است. با توجه به نتایج طرح حدود ۲۵ درصد از شاغلان خانگی، قبل از تصدی شغل خانگی فعلی، بیکار بوده‌اند و شاغل جدید تلقی می گردند. با تعمیم این نسبت به کل افراد دارای مجوز شغل خانگی که از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳ در سامانه مشاغل خانگی ثبت شده اند (۱۲۸۸۰۲۹ نفر) و با احتساب مجموع تسهیلات پرداختی توسط دولت به میزان ۲۲۱۹۲ میلیارد ریال، به طور متوسط برای ایجاد هر شغل جدید ۷۰ میلیون ریال توسط دولت تسهیلات پرداخت شده است. با توجه به این که تسهیلات اعطایی از سوی دولت بخشی از سرمایه گذاری کل در ایجاد شغل در طرح‌های اقتصادی بوده و اغلب قریب به ۳۰ درصد کل سرمایه گذاری لازم را شامل می شود، لذا با در نظر گرفتن سهم آورده افراد متقاضی شغل خانگی، می توان گفت سرمایه لازم برای راه اندازی یک شغل خانگی، حدود ۲۰۰ میلیون ریال برآورد می گردد. محاسبه و پیش بینی سرمایه مورد نیاز برای ایجاد یک فرصت شغلی در سال ۱۳۹۴ در کل کشور نشان میدهد، سرمایه سرانه مورد نیاز برای ایجاد یک فرصت شغلی، ۲۰۳۲ میلیون ریال بوده است که این سرانه در هریک از فعالیت های اقتصادی متفاوت میباشد. (طائی، حسن و منیعی، رضا، ۱۳۹۳، ص ۱۳)

بنابراین با توجه به سرانه بالای ایجاد یک شغل در کشور به نظر میرسد در این برهه از زمان با توجه به رکود اقتصادی حاکم در کشور، سیاست های حمایتی از کسب و کارهای خرد به ویژه طرح "ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی" در ایجاد اشتغال جدید نتیجه بخش خواهد بود.

### نتیجه گیری

همان گونه که از نتایج برمی آید مشاغل خانگی قالی بافی، گلیم بافی، خیاطی، طراحی لباس و پرورش دام و طیور

مطابق نتایج حاصله، ۹۷،۵ درصد از شاغلان خانگی دارای مهارت و ۲،۵ درصد آنان در فاقد مهارت بوده‌اند. از میان شاغلان خانگی دارای مهارت، ۴۰،۰ درصد به صورت تجربی (استاد- شاگردی، یادگیری از طریق دوستان، آشنایان، اعضای خانواده و ...) بوده است. لذا مشاغل خانگی امکان انتقال تجارب را از طریق آموزش غیر رسمی به شیوه استاد - شاگردی بین اعضای خانواده فراهم نموده است. ۸۴،۰ درصد از شاغلان خانگی تک شغلی بوده و ۱۵،۶ درصد در زمره چند شغلیها قرار دارند.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته، می‌توان گفت سهم دولت در ایجاد هر شغل خانگی قریب به ۷۰ میلیون ریال می‌باشد.

## پیشنهادها:

توجه به کسب و کارهای خانگی امری مهم و ضروری می‌باشد و پیشنهاد می‌گردد:

در این موقعیت اقتصادی، سیاستگذاران، مسوولین و مقامات محلی برنامه‌های خود را به سمت کسب و کارهای خانگی سوق داده و از مزیت‌های آن برای توسعه اقتصادی استفاده نمایند و با توجه به پتانسیلهای موجود در هر منطقه، با ارایه راهنمایی و مشاوره در مراحل راه اندازی این نوع کسب و کارها، پایداری آنها را تضمین نمایند.

با توجه به اهمیت ویژه بازار در حیطه کسب و کارهای خانگی، لازم است دولت حمایت‌های خود در زمینه تامین مکان‌های مناسب برای عرضه محصولات مشاغل خانگی توسط شهرداری‌ها و به کارگیری امکانات و فضاهای ممکن و موجود سایر دستگاه‌های اجرائی را افزایش دهد. همچنین توسعه فعالیت‌های تجارت الکترونیک و ایجاد تمهیدات لازم برای حمایت از مشاغل خانگی در زمینه بازاریابی، بازاریابی و صادرات را مورد توجه ویژه قرار دهد.

می‌توان با بازنگری در تعریف مشاغل خانگی و نزدیک ساختن آن به تعاریف کشورهای دیگر امکان بهره‌گیری از خدمات خانگی نظیر فعالیت‌هایی مثل فیزیوتراپی، نگهداری از سالمندان، پرستاری، نگهداری حیوانات، در ایران نیز مهیا نمود.

با توجه به تجربه سایر کشورها بخصوص آمریکا، می‌توان به اهمیت شفاف بودن اطلاعات و وجود راهنمایی‌های گسترده از سوی نهادهای متولی کسب و کارهای خانگی برای کارآفرینان و

بیشترین فراوانی را در نمونه‌های بررسی شده دارند. از آنجا که کسب و کارهای خانگی از نظر ایجاد شغل و نوآوری در تولید و عرضه کالا و خدمات و سنخیت با تکنولوژی IT و تجارت الکترونیک، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در بازارهای مختلف شده است، بازنگری در رشته مشاغل خانگی و ایجاد رشته‌های جدید که مبتنی بر فناوری نوین و دانش باشد، می‌تواند برای اکثر افراد به ویژه جوانان و فارغ التحصیلان بستر مناسبی برای راه اندازی آسان و ساده فعالیت‌های اقتصادی فراهم آورده و نقطه شروعی برای ورود به بازار کار باشد. (داودی راد، ناصر، ۱۳۸۹، ۷)

با توجه به پایین بودن هزینه راه اندازی و استفاده از امکانات منزل در این نوع مشاغل و به تبع آن مقاوم بودن در برابر رکود اقتصادی، این نوع کسب و کارها از موفقیت بالایی برخوردار هستند. نتایج حاصل از این طرح نیز موید این امر می‌باشد به طوری که در ۶۳،۵ درصد از مشاغل خانگی پایداری شغلی مشاهده شده است. بیشترین طول مدت پایداری شغلی در مشاغل خانگی ۲ تا ۳ سال می‌باشد و همچنین ۳۹،۸ درصد از شاغلان زن و ۴۰،۸ درصد از شاغلان مرد، طول مدت اشتغال بین ۲ تا ۳ سال دارند.

از میان مشاغل خانگی موفق، ۶۲،۲ درصد تسهیلات دریافت نموده‌اند که ۱۹،۱ درصد آنان را مردان و ۸۰،۹ درصد آنان را زنان تشکیل می‌دهند. شاغلان خانگی که تسهیلات دریافت نموده و آن را کاملاً هزینه کرده‌اند، بیشترین تسهیلات خود را به ترتیب در تهیه مواد اولیه با ۵۰،۴ درصد و ماشین آلات و ابزار با ۳۸،۷ درصد مصرف نموده‌اند.

بیشترین شیوه بازاریابی محصولات مشاغل خانگی از طریق تبلیغات محیطی (تراکت، بروشور، بنر، پارچه نویسی، بلبورد و...) با ۵۷،۳ درصد، صورت گرفته است. همچنین بیشترین نحوه عرضه محصولات این مشاغل نیز از طریق کارگاه با ۴۷،۹ درصد می‌باشد. بیش از نیمی از شاغلان خانگی از محل اجرای طرح "ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی" مشغول فعالیت شده‌اند بنابراین نزدیک به ۶۰ درصد از شاغلان خانگی، قبلاً بیکار بوده و شغل جدید محسوب می‌شوند که از این میان ۸۷،۶ درصد را زنان و ۱۲،۴ درصد را مردان به خود اختصاص داده‌اند.

از کل شاغلان خانگی، ۷۹،۸ درصد را زنان و ۲۰،۲ درصد را مردان تشکیل داده‌اند. بنابراین به نظر میرسد طرح مشاغل خانگی عاملی موثر در توانمند سازی زنان در اقتصاد جامعه می‌باشد.

متقاضیان راه‌اندازی این نوع از کسب و کارها، پی برد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد در خصوص شفافیت اطلاعات و ارائه راهنمایی اقدامات موثری صورت گیرد.

نقش دولت در ایران بسیار پررنگ می‌باشد در صورتی که در اغلب کشورهای مورد مطالعه، سازمان‌های غیردولتی و تشکل‌های مردم نهاد در زمینه کسب و کارهای خانگی فعال هستند. در نتیجه لازم است علاوه بر استفاده از امکانات دولتی، ظرفیت‌های بخش خصوصی و غیر دولتی و شوراهای محلی، تعاونی‌ها و NGOها نیز مورد توجه قرار گیرند. با توجه به ضرورت بهره‌گیری از تجارب موفق سایر کشورها و کاربردی نمودن آنها در عرصه مشاغل خانگی، پژوهش حاضر می‌تواند به عنوان یک زیرساخت و گام اول برای پژوهش‌های تکمیلی و مورد نیاز آتی باشد. لذا پیشنهاد می‌شود با در نظر گرفتن محورهای مهم و موثر در پیشبرد و توسعه مشاغل خانگی، از ظرفیت‌های نتایج این بررسی به منظور انجام تحقیقات تکمیلی و ارتقاء مشاغل خانگی کشور استفاده شود.

تخصیص اعتبار به طرح‌های مطالعاتی در زمینه شناسایی رشته‌های جدید و بهره‌گیری از تجارب سایر کشورها در زمینه کسب و کار خانگی پیشنهاد می‌گردد. همچنین توصیه می‌شود تنها به کارهای مطالعاتی اکتفا نشود و برقراری ارتباط مستقیم با نهادهای متولی چنین مشاغلی در جهان، در دستور کار قرار گیرد (امضاء تفاهم نامه همکاری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی بین‌المللی و..).

علی‌رغم اقدامات ارزشمند وزارت متبوع در زمینه توسعه کسب و کارهای خانگی از جمله (تشکیل ستاد و راه‌اندازی سامانه حمایت از مشاغل خانگی) هنوز بخش عمده‌ای از افراد که می‌توانند از این ظرفیت‌ها استفاده کنند از آنها اطلاعی ندارند. بنابراین لازم است در این زمینه فرهنگسازی و اطلاع‌رسانی شود. در این راستا پیشنهاد می‌شود به شناسایی جامعه هدف (آن دسته از جمعیت بیکار، که توان بالقوه موفقیت در کسب و کارهای خانگی را دارند)، در راستای استفاده هرچه بیشتر از پتانسیل این نوع کسب و کار با هدف کاهش بیکاری در کشور، پرداخته شود.

## منابع:

- آگهی، حسین. میرک زاده، علی اصغر. تقی بیگی، معصومه. (۱۳۹۱). اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی. فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه، سال سوم، شماره سوم. صص ۲۰۲-۱۸۱.
- ابراهیم پور، حبیب و صمدی. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر عوامل پایداری سازی در توانمند سازی مجریان طرحهای مشاغل خانگی. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه. شماره ۱۸۵. صص ۵۲-۳۸.
- داوودی راد، ناصر. (۱۳۸۹). ضرورت شکل‌گیری نهاد متولی توسعه کسب و کارهای خانگی. روزنامه بازار کار، سال یازدهم، شماره ۵۹۵، ص ۷.
- اعتبارسنجی و آسیب‌شناسی "طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی"، ۱۳۹۴- پژوهشگران معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال
- گزارش اعتبارسنجی طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی"، ۱۳۹۴- مرکز آمار و اطلاعات راهبردی
- سامانه مشاغل خانگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی [www.mashaghelkhanegi.ir/user/default.aspx](http://www.mashaghelkhanegi.ir/user/default.aspx)
- طائی، حسن. منیعی، رضا. (۱۳۹۳). محاسبه میزان سرمایه و نیروی کار مورد نیاز برای یک واحد تولید ناخالص داخلی (ICOR و ILOR) و سرمایه‌گذاری سرانه برای ایجاد یک فرصت شغلی در اقتصاد ایران. تالار گفتگوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- ABS. Australian Bureau of Statistics Characteristics of Small Business. Canberra: Catalogue No. 8127.0, Australian Government Publishing Service, 1995b.
- Department of Workplace Relations and Small Busine. Annual Review of Small Business 1997. Australia: Just Print Management, 1998.
- Good, W., و M Levy. 'Home-Based Business: A Phenomenon of Growing Economic Importance'. Journal of Small Business & Entrepreneurship, vol. 10, no. 1, pp. 34-46., 1992.
- Hakim, K. 'Homeworking in Britain', Employment Gazette, vol. 95, no. 2, February, pp. 92-104.



- 1987a.
12. Lowe, A. "'The Familial Economic Unit'." , paper presented at the 11th National Small Firm Policy Research Conference, 17-19 Novembe. Cardiff, 1988.
  13. Orser, B, و M Foster. ", Home Enterprise: Canadians and Home-Based Work." The Home-Based Business Project Committee, Canada, 1992.
  14. Oster, B. 'Macroenvironmental Factors and Myths of Home-Based Work'. Vienna, Austria: Proceedings of the 36th World International Council for Small Business, 1991b.
  15. Peacock, R. W. 'Home-Based Enterprises in South Australia'. Small Enterprise Series No. 26, University of South Australia., 1994.
  16. Peacock, R. W. Home Based Employment and Enterprises in Australia. Small Enterprise Series No. 20, University of South Australia, 1991.
  17. Roberts, L. P. An Assessment of the Nature and Extent of Home-Based Business Activity in Calgary, Masters dissertation. University of Calgary, 1994.
  18. Robinson, Loscocco &. 1991.
  19. Soldressen, Fioriton. 1998.
  20. Solomon, G, و L Fernald. "Training and Development Needs of Home-Based Business Entrepreneurs." Proceedings of 34th Annual World International Council of Small Business Conference, June, 2009. Quebec, Canada, 1989.
  21. Walker, E, و L Still. "The use of business assistance by women home-based business operator." Paper prevevted at 16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand. Ballarat: University of Ballarat, 2003.
  22. Walker, J. Home-Based Working in Australia. Canberra: URU Working Paper No. 1, Urban Research Unit, Research School of Social Sciences, Australian National University, 1987.