



Explain the Basic Contexts of Rural Home Business Development with a Content Analysis Approach

Ahmad Hejarian¹

1. Postdoctoral Geography and Rural Planning, University of Isfahan. E-mail: A.hejarian@itr.ui.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received 8 March 2022

Received in revised form 9

July 2022

Accepted 22 July 2022

Published online 19 February
2024

ABSTRACT

In this research, using contextual analysis method, the contexts of rural home business development were identified. The information was collected based on semi-structured interviews and a study of sources and documents. Findings show that out of 126 open codes, 34 basic concepts were identified that can be divided into 11 categories of organizing themes. These concepts are divided into 11 categories including: motivational, structural and infrastructural factors, marketing, policy-making, educational and extension, management, partnership, financial and credit resources, information system, attitude and support as organizing themes of the research subject. Were. The results of the analysis indicate that the participation of members, empowerment of stakeholders, change of attitude of villagers, improvement of credit and financial resources of villagers, improvement of infrastructure and comprehensive policy for the development of home-based businesses should be considered. Employment and unemployment, which are very important issues in rural areas, can be solved in general through home-based jobs and their development.

Keywords:

Development, Home-based businesses, Rural areas, Theme analysis

Cite this article: Hejarian, A. (2024). Explain the Basic Contexts of Rural Home Business Development with a Content Analysis Approach. *Journal of Geography and Planning*, 27 (86), 1-20. <http://doi.org/10.22034/GP.2022.50649.2979>

© The Author(s).

Publisher: University of Tabriz.

DOI: <http://doi.org/10.22034/GP.2022.50649.2979>



Extended Abstract

Introduction

Home businesses have been very effective in reducing unemployment due to their unique benefits, and the countries that have used them to strengthen these businesses have achieved significant positive results. Setting up a business with minimal initial capital, the possibility of working part-time, the existence of short-term training courses, no need for significant space, etc., are the undeniable capabilities of home and family businesses. And it reveals the necessity of serious attention to this opportunity. Considering that the population of the rural community is about 35%, home jobs can be one of the suitable solutions to get rid of many problems because home jobs do not impose a high cost on families and can be an important solution. To create employment for villagers. Regarding the importance of home businesses in rural areas, it is enough that these businesses are a solution suitable to the living and personal social conditions of the villagers and can improve their economic and social status, so that most of the home business owners believe this. that working at home improves their quality of life. According to the past studies and on the one hand, considering the correlation of economic, cultural and social factors with the development of such jobs, especially in rural areas, it is possible to provide a detailed picture of development strategies in an inclusive and comprehensive manner based on existing research. is not. Thus, in this research, by understanding the importance and necessity of identifying strategies for the development of home businesses in rural areas, as the first contextual factor for the development of employment-generating projects in rural areas, and considering a comprehensive perspective, to identify the most important strategies A development in home businesses has been done so that by gaining a correct understanding of these indicators and how they affect the process of setting up and developing home businesses, it is possible to make suggestions for decision-making in order to facilitate the process of presentation. did In past studies, the authors and researchers emphasized on quantitative methods and the innovation and distinction of this study is in the use of qualitative methods and the use of the opinions of specialists and experts in this field.

Data and Method

The research data has been obtained through semi-structured in-depth targeted interviews with 12 academic professors, experts and stakeholders with expertise in the subject under study, according to the theoretical saturation with deep analysis and the adequacy of the obtained codes. Also, new concepts were not found in the subsequent interviews, using independent coders, 12 experts were used. In fact, the main research tool is the interview. By coding these interviews, analyzing each one and with targeted sampling and introduction of the next expert by each interviewee, he went to the next sample and this process is the basis for choosing the next expert and also by reaching the desired goals, the interview has been completed. The analysis unit of the research is the explanation of the elements of the development of rural home businesses and the observation unit is the interviews conducted with academic professors and relevant stakeholders.

The method of sampling is defined by the purpose of a research, and if the purpose is to generalize the findings of the research to a larger society from which the sample was selected, quantitative methods are used, and if the purpose is to understand a phenomenon among a society, the method is used. Qualitative methods are used and since in this research we seek to understand the basic and main features of the development of home businesses, sampling was done using the qualitative method and with targeted sampling among academic experts.

Results and Discussion

The data obtained from the interviews were analyzed with thematic analysis method and the main themes were identified with the aim of explaining the elements of rural home business development. In total, based on the thematic analysis of the data, 34 basic concepts were identified that form the basis of the research model. These concepts in 11 categories include: motivational, structural and infrastructure, marketing, policy making, educational and promotional factors, managerial, participation, financial and credit resources, informational, attitudinal and support system as the organizing themes of the research topic. became

Organizational motivational theme with concepts: creativity, talent, motivation, perseverance.

Structural and infrastructural theme with concepts: accessibility, parent companies, suitable location.

The theme of marketing with concepts: market, elimination of intermediaries, market friendliness.

Policy theme with concepts: legislation, upstream documents, executive guarantee.

Educational and promotional content with concepts: needs assessment, indigenous knowledge, educational content.

Management theme with concepts: supervision, overview, systemic approach, parallel work.

The theme of participation with concepts: non-governmental organizations, private sector.

The theme of financial and credit resources with concepts: allocation, facilities, investment.

The theme of information system with concepts: information, information technology, database.

The content of attitudinal factors with concepts: self-confidence, responsibility, sense of ownership.

The theme of support factors with concepts: insurance support, credit support, government support.

In the first stage, by open coding the conducted interviews, 126 open codes were obtained. be given for each theme. The theme of management factors has the largest share of codes, with 22 codes, which shows that experts emphasize more on this theme. In order to document the concepts and themes discovered, quotes from university professors and workers in this department were used, and conducting interviews and designing open questions according to the existing theoretical literature and studies in the field of home jobs, managers, as well as the experience of researchers and Previous studies and workers have been done in this department.

Conclusion

The participation of local people as key beneficiaries in business plans enables them to increase their responsibility and try to start businesses. The participation of local communities, including rural men and women, in various activities of participatory planning and evaluation increases their ability to develop jobs and causes them to develop their motivation. On the other hand, one of the basic goals of home business development is to improve inter-sectoral coordination and coherence among all sectors. In fact, by adopting strategies such as improving financial and credit resources, a comprehensive information system, etc., home business development can be provided through increasing the internal coordination and coherence of local communities and their communication with relevant officials.

One of the important achievements of the implementation of the development of home businesses, including the improvement of credit financial resources, improving the livelihood of local people and reducing poverty among these communities. Because the life and livelihood of the main beneficiaries, who are the local people, depends on the sources of income derived from it. Another consequence of the development of home businesses is economic prosperity, which indicates that home business development strategies, while promoting the economic well-being of communities, also care about the preservation and health of the environment. Also, according to the comprehensive view and the policy-making system, many parallel-work and redundancies are avoided, and as a result, the waste of capital and energy is avoided. Reducing the dependence of local people on government credits and financial assistance is one of the consequences of the development of home businesses. In fact, with the participation of all stakeholders in the implementation of projects to organize household jobs and improve the financial and credit resources of rural households, the dependence of villagers on the government will be reduced and rural stability will be achieved.

References

- Attride- Stirling, J. (۲۰۰۱). "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, Vol. ۱, No. ۳, ۲۸۵-۴۰۵
- Akbarpour, M. (2016). The Role and Function of Entrepreneurship Empowerment of Villagers in Rural Areas (Case Study: Central Part of Hashtroud). *Geography and Environmental Sustainability*, 6(1), 51-66.(In Persian)
- Agahi, H., Mirakzadeh, A., & Taghi Beigi, M. (2012). Prioritization of Effective Factors in the Development of Household Jobs in West Islamabad. *Quarterly Journal of Woman and Society*, 3(11), 181-202.(In Persian)
- Bahrami, R. (2020). Economic and social relations of rural industries (handicrafts and household jobs) on rural village Items: Sanandaj Village Towns. *Journal of Geography and Planning*, 24(72), 81-103. doi: 10.22034/gp.2020.10848. (In Persian)
- Braun, V. & Clarke, V. (۲۰۰۶), Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, Vol. ۳, No. ۲, Pp. ۷۷-۱۰۱
- Edwards, P., Edwards, S., & Economy, P. (2010). *Home-based business for dummies*. John Wiley & Sons.
- Harpa, E., Moica, S. and Dana, R. (2015). A predictive model of innovation in rural entrepreneurship. *Procedia Technology*, 19, pp. 471-478.
- Hosseininia, G. H., Davari, A., Baghersad, V., & Farokhmanesh, T. (2021). Causality, effectiveness and business performance: A fuzzy approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(1), 21-40. doi: 10.22059/jed.2021.318608.653594(In Persian)
- Kamali, Y.(2018). Methodology of content analysis and its application in public policy. *Public policy*.4 (2) .189-208

- Kalantaridis, C. and Bika, Z. (2011). Entrepreneurial origin and the configuration of innovation in rural areas: the case of Cumbria, North West England. *Environment and Planning*, 43 (4), pp. 866-884.
- King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2018). *Interviews in qualitative research*. SAGE Publications Limited.
- Izadi, B. H., Rezaei Moghaddam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Influencing Factors and Obstacles for Accomplishing Entrepreneurship Development in Agricultural Home-Based Businesses in Villages of Shiraz. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 39-51.(In Persian)
- Galloway, L. and Kapasi, I. (2014). Rural home-based businesses and their contribution to rural lives: An exploratory study. Research Report, HeriotWatt University, Edinburgh.
- Muntasab Mojabi, H. (1999). Reforming the information system, or promoting the culture of study and research? *Journal of information processing and management*, 11(1), 51-54.(In Persian)
- Mosayebi, S., Seydayee, S. S., Zangabadi, A., & Rahimi, A. (2014). Spatial Analysis of Employment Indicators, Using the Factor and Cluster Analyses (Case Study: Esfahan Province Towns). *Journal of Geography and Planning*, 18(47), 197-213. (In Persian)
- Muske, G. and Woods, M. (2005). Home-based business: An economic development alternative. Oklahoma Cooperative Extension Fact Sheets, Division of Agricultural Sciences and Natural Resources, Oklahoma State University
- Sharifzadeh, Mohammad Sharif, Abdollahzadeh, Gholamhossein, & Derbeh, Mohammad. (2018). Identifying and prioritizing areas for the development of green businesses in Golestan province. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 12(2), 201-219. doi: 10.22059/jed.2019.281260.653001.(In Persian).
- Sheikhan, N. (2001). Education and promotion of knowledge-based skills in some European countries. *Approach*, 16(38), 45-55
- Shojaeifard, A. (2020). Empowering and Creating Rural Entrepreneurship in Small Business Environment Case Study of Hormozgan Province Villages. *Regional Planning*, 9(36), 185-196.
- Rezaei, R., & Najafi, B. (2015). Barriers of Starting and Expanding Home based Businesses in Rural Areas of Urmia County. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(3), 433-451. doi: 10.22059/jed.2015.57644.(In Persian)
- Taggart, J. (2010). Networking experiences of Australian home based businesses. DBA Thesis, Southern Cross University, Australia.
- Taghibaygi, M., Agahi, H., & Mirakzadeh, A. A. (2014). A Study of Barriers and Suitable Solution in Development of Rural Household Jobs from the Perspective of Rural Women and Expert in the City of West Islamabad. *Journal of Rural Research*, 5(2), 283-310. doi: 10.22059/jrur.2014.52472.(In Persian)
- Tavakoli, M., Ahmadi, S., & Fazelniya, G. (2017). Analysis of Factors Affecting Rural Livelihoods (The Case Study: Villages of Sardasht Township). *Journal of Geography and Planning*, 20(58), 63-81.(In Persian)
- Walker Elizabeth, Webster Beverley (2004). Gender issues in homebased businesses. *Women in Management Review*. 19(3),404-412



تبیین بسترهای بنیادین توسعه مشاغل خانگی روستایی با رویکرد تحلیل مضمون

احمد حجاریان^{*۱}

۱. پسادکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، ایران. رایانامه: A.hajarian@ltr.ui.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	توسعه مشاغل خانگی به معنای واقعی خود می‌تواند بستر مناسبی برای توسعه ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به خصوص در مناطق روستایی و در مورد جوانان روستایی باشد و در صورت فعال شدن این بخش به طور یقین اجتماع ملی می‌تواند گام‌های ارزشمندتری در جهت توسعه بردارد. در این پژوهش با استفاده از روش تحلیل مضمون، بسترهای توسعه مشاغل خانگی روستایی شناسایی شدند. اطلاعات بر اساس مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و مطالعه منابع و اسناد جمع‌آوری شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد از میان ۱۲۶ کد باز ۳۴ مفهوم پایه‌ای شناسایی شد که در ۱۱ دسته مضامین سازمان‌دهنده قابل تقسیم بندی هستند. این مفاهیم در ۱۱ دسته شامل: عوامل انگیزشی، ساختاری و زیربنایی، بازاریابی، سیاستگذاری، آموزشی و ترویجی، مدیریتی، مشارکت، منابع مالی و اعتباری، نظام اطلاعاتی، نگرشی و حمایتی به عنوان مضامین سازمان‌دهنده موضوع پژوهش تقسیم بندی شدند. نتایج تحلیل‌ها حاکی از این است که باید به مشارکت اعضا، توانمندسازی ذینفعان، تغییر نگرش روستاییان، ارتقا منابع اعتباری و مالی روستاییان، بهبود زیرساختها و سیاستگذاری جامع و کامل در جهت توسعه مشاغل خانگی توجه نمود. اشتغال و بیکاری که از موضوعات بسیار مهمی در نواحی روستایی می‌باشد از طریق مشاغل خانگی و توسعه آن می‌تواند به طور کلی حل گردد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۴/۱۸	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۳۱	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۳۰	
کلیدواژه‌ها: توسعه، مشاغل خانگی، نواحی روستایی، تحلیل مضمون	

استناد: حجاریان، احمد (۱۴۰۲). تبیین بسترهای بنیادین توسعه مشاغل خانگی روستایی با رویکرد تحلیل مضمون. *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۷ (۸۶)، ۲۰-۱.



<http://doi.org/10.22034/GP.2022.50649.2979>

© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تبریز.

مقدمه

محیط‌های جغرافیایی گوناگون، پتانسیل‌ها و الگوهای متفاوتی در زمینه‌های مختلف به ویژه در مساله معیشت و فعالیت ساکنان آن‌ها ارائه می‌دهند، که توجه به این مهم در برنامه‌ریزی‌های محلی و محیطی حایز اهمیت فراوان است (توکلی و همکاران، ۱۳۹۵).

امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه روستایی به عنوان یکی از اولویت‌ها و البته چالش‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه به ویژه در کشورهای غیرصنعتی دنیا، به چیزی فراتر از یک استراتژی ساده نیازمند است، چنانکه دستیابی به آن تنها در صورت برنامه ریزی دقیق نظام مند و از طریق عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت گرا امکان پذیر خواهد بود (شجاعی فرد، ۱۳۹۸: ۱۸۶). توسعه روستایی، پدیده‌ای چندبعدی به شمار می‌رود که امروزه نیازمند سیاستگذاری برای تمرکز بر توسعه ایده‌های نوآورانه و طرح‌های ابتکاری کسب و کار در مناطق روستایی است (Harapa et.al., 2015: 471). فراهم کردن شرایط اشتغال برای روستائیان، موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه و منزلت اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت و در نهایت ایجاد درآمد و توسعه مهارت‌های فرد می‌شود (اکبر پور، ۱۳۹۵: ۵۴).

فزونی جمعیت جوان کشور و افزایش نرخ بیکاری نسبت به سال‌های قبل از آن به ویژه دهه اخیر، سبب شده است که، موضوع اشتغال یکی از چالش‌های جدی و بحث‌انگیز کشور باشد. امروزه بیکاری بیش از پیش به منزله چشمگیرترین نشانه توسعه ناکافی در کشورهای جهان سوم نمایان می‌شود (Kalantaridis, 2011: 34). در بسیاری از کشورها بیکاری آشکار در مناطق روستایی دامنگیر درصد بالایی از افراد ۱۵ تا ۲۴ ساله است و حتی بخش‌های وسیعتری از نیروی کار چه در شهرها و چه در روستاها دچار کم کاری (اشتغال ناقص) هستند، به این معنا که منابع و فرصت‌های لازم برای افزایش درآمدهایشان را ندارند و نمی‌توانند آن را به سطوحی که قابل مقایسه با درآمد افراد دارای مشاغل شهری در بخش مدرن است برسانند (تقی بیگی، ۱۳۹۳: ۲۸۳).

کسب و کارهای خانگی به علت مزایای منحصر بفرد آنها در راستای کاهش بیکاری بسیار تاثیر گذار بوده و کشورهایی که در راستای تقویت این مشاغل به کار برده اند به نتایج چشمگیر مثبتی رسیده اند (Taggart, 2010: 36). راه اندازی کسب و کار با کمترین سرمایه اولیه، امکان کار به صورت پاره وقت، وجود دوره‌های آموزشی کوتاه مدت، عدم نیاز به فضای قابل توجه و غیره قابلیت‌های غیر قابل انکاری است که کسب و کارهای خانگی و خانوادگی داشته و الزام توجه جدی به این فرصت را آشکار می‌کند (حسینی نیا و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۵). با توجه به اینکه جمعیت جامعه روستایی حدود ۳۵ درصد است (سالنامه آماری، ۱۳۹۵)، مشاغل خانگی می‌تواند یکی از راه‌حل‌های مناسب برای رهایی از بسیاری مشکلات باشد چرا که مشاغل خانگی هزینه بالایی را برای خانواده‌ها تحمیل نمی‌کند و می‌تواند راهکار مهم برای ایجاد اشتغال روستائیان به شمار آید (تقی بیگی، ۱۳۹۳: ۲۸۵). در اهمیت مشاغل خانگی در نواحی روستایی همین بس که این مشاغل به منزله راه حلی متناسب با شرایط زندگی و فردی اجتماعی روستائیان می‌تواند باعث ارتقای وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود، به طوری که اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه، کیفیت زندگی آن‌ها را بهبود می‌بخشد. همچنین متخصصان آن را مهمترین راهکار توسعه روستایی در کشور حساب می‌کنند (ایزدی، ۱۳۹۲: ۶۳). در ایران از سال‌ها قبل روستائیان در منازل خود مشغول به انجام فعالیت بوده اند، اما این مشاغل با مشکلات زیادی از قبیل ناپایداری روبرو بوده و علیرغم وجود ظرفیت‌های زیاد، این کسب و کارها به ندرت توانسته اند موفق عمل نمایند (آگهی، ۱۳۹۱: ۱۸۵). بر مبنای مرور اجمالی پژوهش‌های انجام شده در حوزه مشاغل خانگی و به طور خاص کسب و کارهای روستایی، می‌توان دریافت که توسعه این مشاغل در گرو فراهم سازی مجموعه ای از عوامل و زمینه هاست.

مطالعات انجام شده در حیطه مشاغل خانگی را اگر از دو جنبه داخلی و خارجی مورد بررسی قرار دهیم، به طور کلی در این رابطه تحقیقات به شرح ذیل می‌باشد:

مطالعات داخلی

نقی‌زاده و همکاران (۱۴۰۲) به بررسی و مرور سیستماتیک مقالات پژوهشی حوزه مشاغل خانگی زنان در ایران پرداختند. با استفاده از نرم‌افزار MaxQda و بر اساس تکرار هم‌زمان کلیدواژگان در مقالات، مشخص شد که مقالات منتشر شده به ترتیب فراوانی به شش دسته عوامل و موانع مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی، آثار اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی، اثر مشاغل خانگی بر توانمندسازی زنان، اثر و نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی، الگوی رشد کسب‌وکارهای کوچک و خانگی و راهکارها و حمایت‌های دولتی تقسیم شدند.

بهرامی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به بررسی اثرات اقتصادی-اجتماعی صنایع روستایی (صنایع دستی و مشاغل خانگی) بر توسعه روستایی پرداخت. نتایج حاصل بیانگر این است که راهبرد توسعه مشاغل خانگی ضمن توسعه اقتصاد محلی از طریق اشتغال زایی و درآمد زایی، می‌تواند به عنوان یک راهبرد توسعه‌ای برای تحرک اقتصاد روستا تلقی گردد.

شریف زاده و همکاران (۱۳۹۸) به شناسایی و اولویت‌بندی زمینه‌های توسعه کسب‌وکارهای خرد در استان گلستان پرداخته‌اند. نتایج نشان داد هفت معیار کلیدی برای سرمایه‌گذاری در توسعه کسب‌وکارهای خرد در استان به ترتیب اولویت زیر شناسایی شد: (۱) سبزی‌نگی (سازگاری با محیط زیست)، (۲) امکان‌پذیری فنی و تخصصی، (۳) امکان‌پذیری اقتصادی، (۴) امکان‌پذیری بازار، (۵) امکان‌پذیری اجتماعی، (۶) تطابق آمایشی (ظرفیت‌ها و منابع طبیعی)، و (۷) اشتغال‌پذیری.

ظفری و همکاران (۱۳۹۵) در این تحقیق بیان می‌کنند که آموزش و ترویج شیوه‌های نوین تولید در صنعت مربوطه در جهت افزایش درآمد اعضا و سازماندهی به وضعیت عرضه محصولات موثر می‌باشد. در واقع هدف اساسی مورد نظر نقش راهکارهای توسعه‌ای مشاغل خانگی در گسترش جوامع روستایی شهرستان محل مطالعه بوده است.

رضایی و نجفی (۱۳۹۴) به بررسی موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه پرداختند. نتایج نشان داد پنج عامل ضعف حمایتی، محدودیت کسب‌وکارهای خانگی، ضعف زیرساختی و فرهنگی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی و نبود قوانین مرتبط با تبیین ۶۶/۴۸۳ درصد از واریانس کل، به ترتیب اولویت‌های اول تا پنجم را در شکل‌گیری و تعیین سازه برای «موانع راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی» داشتند.

کریمی (۱۳۸۸) از راههای افزایش گرایش افراد به سمت کسب و کارهای خانوادگی را اعطای تسهیلات در قالب وام‌های قرض الحسنه کم بهره، افزایش مدت بازپرداخت و حمایت دولت می‌داند.

مطالعات خارجی

گونزالس و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی مقررات مشاغل خانگی پرداختند. نتایج حاکی از آن است که مدل بومی کسب و کار در بخش مشاغل خانگی و همچنین نظریه‌پردازی در این زمینه لازم می‌باشد.

گالووی (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان مشاغل خانگی روستایی و نقش آنها بر زندگی روستاییان به این نتیجه رسید که این مشاغل بر زندگی شخصی افراد، به ویژه بر توازن کار و زندگی تاثیر مثبتی داشته است. هم چنین ساعت کار طولانی و نامشخص بودن زمان کاری را از مشکلات این مشاغل بیان کرد.

در تحقیقی که توسط ادوارد (۲۰۱۰) انجام گرفت راهکارهای مهم توسعه مشاغل خانگی را برخوردار از مهارت مدیریت مالی، مدیریت زمانی، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت بازار یابی دانست.

والکر (۲۰۰۴) به این نتیجه رسید که سه فاکتور بر تشویق افراد به سمت مشاغل خانگی موثر است: تاثیر خانواده، فاکتورهای ژنتیکی مانند مهارت، انگیزه، دانش و یادگیری مهارت‌ها و فاکتورهای محیطی مانند شرایط اقتصادی، ریسک کردن، خدمات حمایتی و سرمایه.

ماسکی و وودز^۱ (۲۰۰۵) مشوق‌ها، برگزاری دوره‌ها و برنامه آموزشی را گامی موثر در جهت افزایش گرایش افراد به مست‌مشاغل خانگی و مهمترین موانع اشتغال خانگی را نبود سرمایه، عدم تسهیلات اعتباری مناسب، عدم تشویق از جانب خانواده و نبود مهارت و تجربه می‌داند.

با توجه به مطالعات گذشته و از سویی، با توجه به همبستگی عوامل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی با توسعه اینگونه مشاغل، به ویژه در مناطق روستایی، ارائه تصویر دقیقی از راهکارهای توسعه به صورت فراگیر و جامع بر مبنای پژوهش‌های موجود امکان پذیر نیست. بدین ترتیب در این پژوهش با درک اهمیت و ضرورت شناسایی راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در نواحی روستایی به منزله اولین عامل زمینه‌ای برای توسعه طرح‌های اشتغال‌زا در مناطق روستایی و با در نظر گرفتن دیدگاهی جامع، به شناسایی مهمترین راهکارهای توسعه‌ای در مشاغل خانگی پرداخته شده است تا براساس آن با کسب درک صحیحی از این شاخص‌ها و نحوه تاثیرگذاری آن‌ها در فرآیند راه‌اندازی و توسعه مشاغل خانگی بتوان پیشنهادهایی راهگشا برای تصمیم‌گیری به منظور تسهیل فرآیند ارائه کرد. در مطالعات گذشته، تاکید نویسندگان و پژوهشگران بر روش‌های کمی بوده و نوآوری و وجه تمایز این مطالعه در استفاده از روش کیفی و استفاده از نظرات متخصصان و خبرگان در این حیطه می‌باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با روش تحلیل مضمون^۲ انجام گرفته است. تحلیل مضمون، در واقع روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش همچنین، فرآیندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی، پردازش شده و تفصیلی تبدیل می‌کند (Braun & Clarke, 2006:77-101). در این روش داده‌های کیفی تقسیم‌بندی، طبقه بندی، تلخیص و بازسازی می‌گردند و یافتن الگوها و مفاهیم مهم را درون مجموعه، داده‌های کیفی تسهیل می‌نماید (Kamali, 2018:45). در این روش، بر اساس یک رویه مشخص و در سه سطح مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی موجود در متن)، مضامین سازمان دهنده (مضامین بدست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل) را نظامند می‌کند و نقش‌هایی از کل مضامین با توجه به رابطه اعم و اخص با یکدیگر در آن شبکه جایگذاری شده‌اند. (Kamali, 2018: 44; AttrideStirling, 2001:33)

داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه‌های هدفمند عمیق نیمه‌ساختار یافته با ۱۲ تن از اساتید دانشگاهی، کارشناسان و ذینفعان دارای تخصص با موضوع مورد مطالعه به دست آمده است، با توجه به اشباع نظری^۳ با تحلیل عمیق و کفایت کدهای به دست آمده و همچنین پیدا نشدن مفاهیم جدید در مصاحبه‌های بعدی، با استفاده از کدگذاران مستقل، از ۱۲ متخصص استفاده گردید. در واقع ابزار اصلی پژوهش مصاحبه می‌باشد. با کد گذاری این مصاحبه‌ها، به تحلیل هر کدام و با نمونه‌گیری هدفمند و معرفی متخصص بعدی توسط هر مصاحبه شونده، به سراغ نمونه بعدی رفته و این فرآیند مبنای انتخاب متخصص بعدی بوده و همچنین با رسیدن به اهداف مورد نظر، مصاحبه‌ها اتمام یافته است. واحد تحلیل پژوهش، تبیین عناصر توسعه مشاغل خانگی روستایی و واحد مشاهده‌ای، مصاحبه‌های انجام گرفته با اساتید دانشگاهی و ذینفعان مربوطه است.

شیوه نمونه‌گیری را هدف یک تحقیق مشخص می‌کند و اگر هدف تعمیم یافته‌های پژوهش به جامعه‌ای بزرگتر که نمونه از آن انتخاب شده باشد از روش‌های کمی و اگر هدف، فهم یک پدیده در میان جامعه‌ای باشد از روش‌های کیفی استفاده می‌شود و از آنجا که ما در این پژوهش به دنبال درک ویژگی‌های بستری و اصلی توسعه مشاغل خانگی برای تجدید آرایش هستیم، از روش کیفی و با نمونه‌گیری هدفمند از میان متخصصان دانشگاهی نمونه‌گیری انجام شد.

1. Muske and Woods
2. Thematic Analysis
3. Theoretical saturation

جدول ۱. ویژگی های مصاحبه شوندهگان (اساتید دانشگاه، کارشناسان و شاغلان در بخش مشاغل خانگی)

جنسیت		تحصیلات	
فرآوانی		فرآوانی	
۹	مرد	۲	کارشناسی
۳	زن	۳	کارشناسی ارشد
سن سابقه		۷	دکتری
۱۷	۳۱	۱۲	کل
۲۳	۵۷	آمار توصیفی	

برای تحلیل اطلاعات از روش تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شده است و همه مصاحبه‌ها به صورت خط به خط تحلیل شد. می‌توان گفت که براون و کلارک فرآیند تحلیل داده‌ها را دارای سه مرحله‌ی عمومی توصیف متن، تشریح و تفسیر متن، و ادغام و یکپارچه کردن دوباره متن می‌دانند. بنابر این تحلیل اطلاعات این پژوهش طی سه مرحله: (۱) کد گذاری باز (شناسایی مباحث، ویژگی‌ها و زمینه‌ها) (۲) کدهای محوری (دسته بندی مضامین) و (۳) کدهای انتخابی یا مضامین فراگیر انجام گرفت.

در واقع کد گذاری باز جست و جو درمیان اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها و به صورت خط به خط یا پاراگراف به پاراگراف، کد گذاری آنها و باز گذاشتن آنها برای مشاهده نتایج است و در مرحله کد گذاری محوری بر اساس مباحث اصلی پژوهش در دسته موضوعات بزرگ‌تر گروه بندی شده‌اند. در نهایت با کد گذاری انتخابی این موضوعات به یکدیگر وصل و روابط بین آنها ارزیابی شده است.

برای ارزیابی کیفیت و اعتبار یافته‌های تحلیل مضمون راههای مختلفی مانند استفاده از کد گذاران مستقل، دریافت بازخورد از مصاحبه شوندهگان و بکار گیری تطابق و همخوانی با ادبیات تحقیق و مطالعات معتبر در زمینه پژوهش وجود دارد (King, N.et al, 2018). در این پژوهش با روش استفاده از کد گذاران مستقل، تحلیل‌ها اعتبار سنجی شده و ساختار مضامین پیشنهادی و کد گذاری‌ها توسط چند نفر از افراد متخصص در مطالعات اقتصاد روستایی و مدیریت با کد گذاری مجدد نمونه‌هایی از مصاحبه‌ها انجام شد. همچنین این کدها با کدگذاری محققین مورد مقایسه قرار گرفت و در نهایت برخی از آنها مورد بازنگری قرار گرفتند.

یافته‌های پژوهش

داده‌های بدست آمده از مصاحبه‌ها با روش تحلیل مضمونی، تجزیه و تحلیل شده و با هدف تبیین عناصر توسعه مشاغل خانگی روستایی مضامین اصلی شناسایی شدند. در مجموع بر مبنای تحلیل مضمونی داده‌ها، ۳۴ مفهوم پایه ای شناسایی شد که اساس مدل پژوهش را تشکیل می‌دهند. این مفاهیم در ۱۱ دسته شامل: انگیزشی، ساختاری و زیربنایی، بازاریابی، سیاستگذاری، عوامل آموزشی و ترویجی، مدیریتی، مشارکت، منابع مالی و اعتباری، نظام اطلاعاتی، نگرشی و حمایتی به عنوان مضامین سازمان دهنده موضوع پژوهش تقسیم بندی شدند.

مضمون انگیزشی سازمانی با مفاهیم: خلاقیت، استعداد، انگیزه، پشتکار.

مضمون ساختاری و زیربنایی با مفاهیم: دسترسی، شرکت های مادر، مکان مناسب.

مضمون بازاریابی با مفاهیم: بازار، حذف واسطه، بازار پسندی.

مضمون سیاستگذاری با مفاهیم: قانونگذاری، اسناد بالادستی، ضمانت اجرایی.

مضمون آموزشی و ترویجی با مفاهیم: نیاز سنجی، دانش بومی، محتوای آموزشی.

مضمون مدیریتی با مفاهیم: نظارت، کلی‌نگری، نگرش سیستمی، موازی‌کاری.
 مضمون مشارکت با مفاهیم: سازمان‌های مردم‌نهاد، بخش خصوصی.
 مضمون منابع مالی و اعتباری با مفاهیم: تخصیص، تسهیلات، سرمایه‌گذاری.
 مضمون نظام اطلاعاتی با مفاهیم: اطلاع‌رسانی، فناوری اطلاعات، بانک اطلاعاتی.
 مضمون عوامل نگرشی با مفاهیم: خودباوری، مسئولیت‌پذیری، احساس مالکیت.
 مضمون عوامل حمایتی با مفاهیم: حمایت بیمه‌ای، حمایت اعتباری، حمایت دولتی.
 در مرحله اول با کد گذاری باز مصاحبه‌های انجام شده، ۱۲۶ کد باز به دست آمد که به علت تعداد زیاد آنها ترجیح داده شد فقط مفاهیم پایه‌ای و مضامین سازمان‌دهنده در پژوهش نشان داده شود و نمونه‌ای از نقل قول‌های متخصصان برای هر مضمون آورده شود. بیشترین سهم کدها را مضمون عوامل مدیریتی، با ۲۲ کد داشته که نشان‌دهنده تأکید بیشتر متخصصان بر این مضمون است. جهت مستندسازی مفاهیم و مضامین کشف شده از نقل قول‌های اساتید دانشگاه و شاغلان در این بخش استفاده شده و انجام مصاحبه‌ها و طراحی سوالات باز با توجه به ادبیات نظری موجود و مطالعات در زمینه مشاغل خانگی، مدیران، همچنین تجربه پژوهشگران و مطالعات قبلی و شاغلان در این بخش صورت گرفته است.

جدول ۲. مفاهیم پایه‌ای، مضامین سازمان‌دهنده و مضمون فراگیر پژوهش

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مفاهیم پایه‌ای	تعداد کدهای باز
تبيين بسترهای بنیادین توسعه مشاغل خانگی	انگیزشی	خلاقیت، استعداد، انگیزه، پشتکار	۸
	ساختاری و زیربنایی	دسترسی، شرکت‌های مادر، مکان مناسب	۱۴
	بازاریابی	بازار، حذف واسطه، بازار پسندی	۶
	سیاستگذاری	قانونگذاری، اسناد بالادستی، ضمانت اجرایی	۱۵
	آموزشی و ترویجی	نیازسنجی، دانش بومی، محتوای آموزشی	۱۲
	مدیریتی	نظارت، کلی‌نگری، نگرش سیستمی، موازی‌کاری	۲۲
	مشارکت	سازمان‌های مردم‌نهاد، بخش خصوصی	۷
	منابع مالی و اعتباری	تخصیص، تسهیلات، سرمایه‌گذاری	۱۷
	نظام اطلاعاتی	اطلاع‌رسانی، فناوری اطلاعات، بانک اطلاعاتی	۹
	عوامل نگرشی	خودباوری، مسئولیت‌پذیری، احساس مالکیت	۱۰
عوامل حمایتی	حمایت بیمه‌ای، حمایت اعتباری، حمایت دولتی	۶	

منبع: مطالعات نگارنده

بحث

مدیریت

مدیریت مهمترین عامل در حیات، رشد و بالندگی یا مرگ جامعه است و روند حرکت از وضع موجود به سوی وضع مطلوب را کنترل می‌کند. توسعه مشاغل خانگی به منزله الگویی خاص با شیوه‌های مختلف و پارادایم‌های مخصوص به خود است که نیازمند الگوی مدیریت مجزا و منطبق با شرایط اقتصادی، اجتماعی و بوم‌شناختی حاکم بر روستا می‌باشد. مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که مدیریت روستایی به طور اعم و به طور اخص مدیریت توسعه مشاغل خانگی به طور اخص از روند اندیشه و طراحی شده منسجمی باید برخوردار باشد. هر فعالیتی در هر نقطه نیازمند مدیریت اصولی آن فعالیت می‌باشد و مشاغل خانگی به عنوان سیستم پویا دارای ساختار پیچیده است و این امر سبب دخیل شدن سازمان‌ها و فعالیت‌های مختلف می‌گردد. تمامی این مسایل نیازمند یک مدیریت درست است که شرایط مطلوب را بین تولیدکننده، مصرف‌کننده و سایر نهاد‌های مرتبط برقرار نماید و بر توسعه آن بیفزاید. این مدیریت شامل مدیریت در سطوح بالا شامل فرماندار و بخشدار تا سطح خرد که دهیاران و شوراهای روستا است را شامل می‌شود. هماهنگی مذکور بسیار ضروری می‌باشد. این در حالی است که در کشور ما فقط سازمان

صنعت و معدن مشارکت دارد. حتی به مشارکت واحدهای درون سازمانی (مشاغل خانگی و صنوف) توجهی نمی‌شود، چه برسد به مشارکت برون سازمانی مثل وزارت کار و تعاون (آگهی و همکاران، ۱۳۹۱).

یکی از شقوق عوامل مدیریتی مقوله کلی نگر در سازمان‌های مرتبط است. یکی از کارشناسان بیان نمودند که کلی نگر در سازمان‌های مرتبط، مهمترین عامل توسعه مشاغل خانگی می‌شود. سازمان‌ها به پیگیری برنامه‌های سازمانی خود تمایل دارند تا اینکه ارتباطات و یکپارچگی را با سایر سازمان‌ها و نهاد برای دستیابی به اهداف مشترک توسعه دهند. کارکنان اغلب به انجام وظایف محول شده روزانه می‌پردازند و به فکر هماهنگی با سایر بخش نمی‌باشند. این وظیفه مدیران می‌باشد که این ارتباط را برقرار سازند. اگر این اقدامات بخشی نگرانه در مسیر جداگانه و براساس سیاست‌های خاص سازمان‌ها ادامه یابد در آینده شاهد تداوم کم رنگ شدن فعالیت این دسته خواهیم بود. یکی از کارشناسان در این مورد اذعان داشت:

هر بخشی بدون توجه به سایر بخش‌ها و برقراری ارتباط منطقی بین فعالیت خود و سایر فعالیت‌ها که در حوزه مشاغل خانگی انجام می‌شود در جریان است، به عنوان مثال بخش خدمات و کشاورزی و صنعت هر کدام اهداف خاص خود را بدون هماهنگی با بخش‌های دیگر دنبال می‌کنند. این گونه عمل کردن سبب کاهش بهره‌وری و سرانه در بخشی می‌شود که نایده گرفته می‌شود.

در حقیقت مدیریت جامع نگر می‌تواند ارتباط بین بخش‌ها را برقرار و از بخشی نگر کارکنان بخش‌های دخیل جلوگیری و به یک دید کلی نگرانه در کل سیستم دست یابد به طوری که نه تنها میان بخش‌ها تعامل سازنده برقرار کنند بلکه می‌تواند بین جوامع محلی، ذینفعان مشاغل خانگی، کارکنان، بخش خصوصی تشکل‌ها و تعاونی‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای این دید یکپارچه و سیستمی را پیاده سازی کند. بر پایه داده‌های جمع آوری شده برای تضمین موفقیت برنامه‌های مدیریت مشاغل خانگی به صورت توأم باید مورد توجه قرار گیرد و حد بهینه و تعادل بین تمام بخش‌ها رعایت شود و این تنها راه پایداری عوامل مدیریتی می‌باشد.

تعامل با سازمان‌ها و دیگر دستگاه‌های اجرایی مرتبط نیز از دیگر عوامل مدیریتی است که باعث می‌شود یک مدیر با اتخاذ راهبردها و سیاست‌های مناسب توسعه مشاغل خانگی را رقم بزند. یکی از کارشناسان گفته است مواضع متفاوت سازمان‌های مرتبط، وجود سازمان‌های موازی و اولویت‌دهی هر سازمان به منافع خودش و ناهماهنگی بین ادارات ذیربط باعث دوباره کاری و موازی کاری می‌گردد و عدم توسعه را به همراه خواهد داشت.

عدم هماهنگی دستگاه‌های اجرایی از شقوق عوامل مدیریتی می‌باشد. مصاحبه کنندگان اظهار داشتند که هر یک از ما یکبار اگر به سازمان میراث فرهنگی یا سازمان صنعت و معدن و تجارت مراجعه می‌کند، پشیمان می‌شود. هر یک از این سازمان‌ها پیگیری کارها را بر یکدیگر محول می‌کنند و این امر سردرگمی ما در جهت رسیدن به خواسته‌هایمان می‌گردد. در حالی است که توسعه این امر در گرو همراهی و هماهنگی کلیه بخش‌ها می‌باشد.

پروژه‌ها و طرح‌ها و برنامه‌های دولتی اجرا شده در عرصه مشاغل خانگی علی‌رغم هزینه و اعتبارات صرف شده تاکنون نتوانسته آن طور که باید و شاید در توسعه این مشاغل ایفای نقش کند و زندگی و معیشت مردم را بهبود بخشد. از جمله عواملی که باعث وقوع این امر شده است مدیران نمی‌توانند قوانین و سیاست‌های موجود را به طور کامل بکار گیرند.

بر پایه مصاحبه‌های انجام شده یکی از چالش‌های مدیریتی، عدم برنامه ریزی بر پایه اصولی می‌باشد. برنامه ریز که در حقیقت همان مدیر می‌باشد باید علاوه بر داشتن نگاهی بلند و همه جنبه گرا، با در نظر گرفتن منافع مردم محلی و آشکار کردن مسیر توسعه با رویکردی مشخص و برنامه ریزی اصولی و میان مدت اقدام تا به مطلوب خود دست یابد. بررسی جایگاه توسعه روستایی در زمینه مشاغل خانگی که از سال ۱۳۶۷ آغاز شده است نشان می‌دهد که تا برنامه چهارم توسعه مشاغل خانگی جایگاه مشخص و قابل توجهی در روند برنامه ریزی‌های کلان توسعه ملی نداشته است. که در آن به طور هر چند گذرا توسعه مشاغل خانگی را به عنوان یکی از فعالیت‌های دارای مزیت نسبی در نواحی روستایی معرفی کرده است. اما پس از برنامه چهارم شاهد سیاست‌های دولت در زمینه توسعه مشاغل خانگی در نواحی روستایی هستیم، تشکیل کارگروه ویژه، تعیین حدود ۳۷۰ روستای هدف و تعیین پتانسیل‌های بالقوه از جمله برنامه‌هایی بود که به منظور توسعه مشاغل خانگی در دستور کار نهاد‌های

ذیربط قرار گرفته و مدیران ملزم به اجرایی نمودن آن هستند. با وجود این در برنامه چهارم نیز جایگاهی قانونی آن به طور مشخص بیان نشده و در چارچوب روند کلی توسعه مشاغل مورد توجه قرار گرفت. در برنامه پنجم توسعه برای نخستین بار در بند های مختلف موضوع توسعه مشاغل خانگی مورد توجه قرار گرفته است که این خود موجب مباحثات می باشد. نظارت هم یکی دیگر از مقوله های مطرح شده در عوامل مدیریتی می باشد. مشکلی که در همه کشورهای توسعه نیافته با آن دست به گریبان هستند، فقدان نظارت بر امور مختلف هست. این امور می توانند اجرای طرح ها و پروژه ها باشد و یا اینکه نظارت بر اجرای قوانین و یا نظارت بر خدمات و یا منابع اعتباری. مدیر باید بتواند ناظر بر این بخش ها باشد و بر کم و کیف قضایا نظارت و با استفاده از اختیارات خود تمهیدات لازم را بکار گیرد.

سیاست گذاری

سیاست گذاری بیشتر متوجه دولت است و قوانینی که برای بخش های مختلف به تصویب می رسد را شامل می شود. نتایج حاصل از مصاحبه با جامعه تحقیق نشان می دهد که اگر چه سیاست هایی برای پرداختن به موضوع توسعه مشاغل خانگی تدوین شده است، اما فقدان یک دستورالعمل سیاست گذاری منسجم برای رویکردی هماهنگ وجود ندارد. در این راستا یکی از اساتید دانشگاه در رشته کارآفرینی اشاره نمود که برای توسعه مشاغل خانگی باید سیاست ها و برنامه های هماهنگ و همچنین سندی وجود داشته باشد که مسیر کلی را نشان دهد و چهارچوب کلی فعالیت ها را تعیین کند. این سند باید به گونه ای تنظیم شود که راهبردها، اهداف، برنامه ریزی کوتاه مدت، میان مدت، بلند مدت، افراد و جوامع تولید کننده و بازار، و تمام مسایل اجتماعی و اقتصادی و طبیعی در آن مشخص گردد. سپس باید دستور العمل تدوین نمود که مشخص سازد چه منابعی به چه کارکرد هایی اختصاص یابد و ذینفعان بهره بردار در آن مشخص شود. لذا بایستی متولی جهت این امر در دولت وجود داشته تا به طور اختصاصی پیگیر این مسئله باشد (تقی بیگی و همکاران، ۱۳۹۳).

یکی از کارشناسان در زمینه سیاستگذاری به این نکته اشاره می کند: بوروکراسی اداری جهت گرفتن مجوزها از قبیل پروانه کسب و یا گواهی بهداشت بایستی تسهیل شود. مشکل اصلی که در برنامه ها و طرح های ملی و منطقه ای وجود دارد جایگاه قانونی مشاغل خانگی بسیار ضعیف و نارساست و فقدان سیاست های راهبردی و ساختاری در آن ها برای راهبری برنامه ها و طرح های توسعه مشاغل خانگی در سطح محلی وجود ندارد. آنچه نگارنده از فحوای کلام مصاحبه شوندگان استنباط نموده این است که مشاغل خانگی در روستاها این جایگاه قانونی را ندارد. زمانیکه یک فعالیت جایگاهی در برنامه های کلان و خرد توسعه کشور نداشته باشد برنامه و بودجه مناسبی هم در جهت توسعه آن وجود ندارد. لذا مشاغل خانگی بیش از پیش نیازمند وجاهت قانونی می باشد. به علت بوروکراسی اداری که در ایران و بالاخص در شهر های کوچک و روستاها وجود دارد و افراد جهت گرفتن مجوز احداث و توسعه و بهره برداری وجود دارد و بندهای متعددی را بایستی رعایت نمایند، در صورت رفع این موانع شاهد توسعه مشاغل خانگی هستیم.

بر پایه یافته های حاصل از مصاحبه ها یکی از مسایل مهم توجه به نقش زنان و سیاست ها و رویکرد های اتخاذ شده در قبال این موضوع می باشد. زنان در کشور ما در صورت ایجاد بسترهای لازم اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی نقش قابل توجهی در بسیاری از فعالیت های اقتصادی، تولید و خدماتی ایفا می کنند و می توانند به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر چگونگی توسعه مشاغل خانگی نقش کلیدی داشته باشند.

در این خصوص یکی از کارشناسان در این زمینه اظهار داشته اند:

از آنجایی که بسیاری فعالیت ها در خانه بر عهده زنان روستایی است، لذا دارای اوقات فراغت بیشتری بوده و به تبع باید به نقش و مشارکت آنان در توسعه مشاغل خانگی بیشتر توجه نمود، ولی این موضوع تا کنون مورد غفلت واقع شده است.

عوامل زیر بنایی و ساختاری

یافته های حاصل از مصاحبه بیانگر این است که تسهیلات عمرانی و زیر ساختی به عنوان شرایط بستر ساز، بر توسعه مشاغل خانگی تاثیر گذار هستند. چرا که توسعه همه جانبه از توسعه روستایی جدا نیست. پیامدهای توسعه نیافتگی مناطق روستایی چون فقر گسترده، نابرابر فزاینده، افزایش جمعیت، بیکاری و مهاجرت تاثیر قابل توجهی بر توسعه مشاغل خانگی می گذارد. برای تضمین موفقیت برنامه ها و پروژه های مربوط به توسعه باید حد بهینه و تعادل بین عملیات حفاظتی، بهره برداری و عمران و توسعه باید رعایت شود.

یکی از اساتید دانشگاه در این زمینه اظهار داشتند که :

اهمیت امور زیر بنایی مانند راه سازی، آب رسانی، شبکه مخابراتی، بهسازی، احداث مدارس و... در توسعه مشاغل به خاطر ایجاد بستر های مناسب جهت ارتقای شاخص توسعه انسانی، توسعه فعالیت های کشاورزی، بالابردن توان تولید و به دنبال آن افزایش اشتغال روستاهاست. برخورداری از این امکانات حق هر انسانی است و نمی توان تاثیر آن را در ارتقای سطح زندگی جوامع محلی نادیده گرفت. لذا اجرای توسعه مشاغل خانگی در گرو امکانات و امور زیر بنایی و ساختاری می باشد.

اغلب تسهیلات و امکانات روستایی بسیار محدودند و در گستره سرزمین های وسیع دچار پراکندگی اند که این مانعی بر سر راه توسعه می باشد. در حقیقت می توان گفت بین امکانات زیر ساختی روستا و تعداد مشاغل خانگی رابطه معناداری وجود دارد. در حقیقت می توان گفت که وجود تمامی مقوله ها شرط لازم برای توسعه می باشد اما کافی نیست، بلکه وجود تاسیسات زیربنایی است که می تواند نیاز ذینفعان را بر طرف کند. زمانی که زیر ساخت های روستا آماده نباشد چگونه می توان توقع توسعه به طور عام و توسعه مشاغل خانگی را داشت؟ بیشتر اظهار کنندگان بیان داشته اند که صاحبان مشاغل که قصد راه اندازی شغلی را داشته اند با مشکل مکانی جهت ایجاد روبرو بوده اند.

یکی از شاغلان در این بخش اظهار داشته اند که جاذبه روستا به داشتن ویژگی سنتی آن است و هدف کسانی که به روستا می آیند و از روستا بازدید می کنند دیدن کالاهای تولید شده توسط روستایی است. این در حالی است که مکانی جهت برگزاری جشنواره ها، ارایه محصولات وجود ندارد. از جمله ساختارهایی که باید به آن توجه شود ساختار حمل و نقل می باشد. یکی از اظهار کنندگان بیان داشتند که کیفیت مناسب راههای ارتباطی روستا و حتی راههای درون روستا عاملی بسیار قوی در رونق گرفتن بازار و به تبع آن توسعه مشاغل خانگی می شود. در حقیقت ساختار حمل و نقل یکی از اصول توسعه روستایی است که سبب سهولت دسترسی مردم به روستاها و نقاط دیگر و به مراتب بالارفتن کیفیت زندگی روستایی و رونق تولید می گردد.

بازاریابی

بازاریابی روستایی به معنای برقراری ارتباط مبادله ای بین مناطق شهری و روستایی، بازاریابی نهاده های کشاورزی و محصولات غیر کشاورزی روستایی به کار گرفته می شود (توکلی و همکاران، ۱۳۹۵). اما اکنون دارای مفهوم گسترده ای می باشد که تمامی فعالیت های بازاریابی روستا به شهر و بالعکس را در بر می گیرد. امروزه بازاریابی روستایی به عنوان ابزاری برای توسعه یاد می شود. در حقیقت به معنای انتقال تولیدات کشاورزی و صنایع دستی روستایی به شهر و تامین نهاده های کشاورزی، کالاهای مصرفی و بادوام روستائیان از شهر است. در این خصوص می توان گفت بازار یابی نقش بسیار مهمی در توسعه مشاغل خانگی دارد. در حقیقت بازار شهری مکان مناسبی برای فروش تولیدات روستایی و کسب درآمد برای روستائیان می باشد. در بازاریابی شرکت های تعاونی روستایی نقش کلیدی را بازی می کنند به طوری که بدون اینگونه تعاونی ها عملاً بازاریابی روستایی معنایی پیدا نمی کند. ایجاد شرکت های تعاونی روستایی تحولات زیر را می تواند در مناطق روستایی در پی داشته باشد :

افزایش قدرت چانه زنی در تولید کنندگان، تولید محصول متناسب با نیاز بازار، شناساندن محصولات محلی در سطح ملی و بالاتر از آن، اعمال مدیریت ریسک محصولات تولیدی، حرکت در جهت چشم اندازهای تعیین شده در برنامه های مربوطه، خودکفا شدن روستا، امکان عرضه محصولات روستائیان به بازار بر اساس استاندارد های محلی منطقه ای و ملی و حتی بین المللی، برقراری ارتباط عادلانه بین شهر و روستا، برقراری و توسعه ارتباطات با بازارهای جهانی، امکان بهره گیری از تکنولوژی های نوین فراوری محصولات توسط تولید کنندگان از طریق اطلاع رسانی و آموزش به آنها، امکان برگزاری نمایشگاه های محلی

برای معرفی و فروش محصولات به صورت از تولید به مصرف، امکان بهره‌گیری از ساز و کارهای بومی و محلی برای فروش و معرفی محصولات نظیر شبیه بازارها و...

در مقوله بازار یابی حذف شبکه‌ای دلالت و واسطه نیز ضروری می‌باشد. در این رابطه یکی از شاغلان در این بخش ابراز کردند که دلالت و واسطه‌ها در زنجیره تبادلات اقتصاد روستایی وارد شده و با سو استفاده از خلا و ناکارآمدی تعاونی‌های روستایی، سود کلانی را نصیب خود می‌کنند. این دلالت‌نهادها و مواد خام مورد نیاز تولید کنندگان روستایی را با قیمت بالایی به آنها می‌فروشند و از سوی دیگر تولیدات آنها را با قیمت پایینی خریداری نموده و در بازارهای مختلف کالاهای خریداری شده روستاییان را با قیمت بسیار بالایی به فروش می‌رسانند.

منابع مالی و اعتباری

یکی دیگر از عوامل مهم در توسعه مشاغل خانگی ارتقا منابع مالی و اعتباری می‌باشد. یکی از عوامل مهم تولید و اشتغال سرمایه است. در جوامع در حال توسعه که عمده بهره‌برداران آن خرده پا هستند پروژه‌های اعتباری و وام دهی ابزار مناسبی برای رسیدن به اهداف بهره‌برداری و افزایش تولید و رفع محرومیت و فقر جامعه روستایی هستند (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰). در جامعه روستایی بزرگترین مشکل روستاییان نیاز به سرمایه و لاجرم اجبار آنان به ارزان فروشی محصول و دسترنج خودشان به بهای نازل می‌باشد. اصولاً زندگی در محیط روستایی به گونه‌ای است که روستایی ناگزیر از استفاده از اعتبارات است. از طرفی عملکرد نظام بانکی به شیوه سنتی نیز به گونه‌ای است که گروه‌های فقیر را زیر چتر حمایت‌های اعتباری نگه نمی‌دارد، زیرا پرداخت وام به این گروه‌های روستایی ریسکی بسیار بزرگ محسوب می‌شود، چرا که هیچ‌گونه وثیقه‌ای که بازپرداخت وام را تضمین سازد در اختیار ندارد و نیز قابلیت باز پرداخت وام در نزد آنان پایین است، چون براساس فعالیت‌های کم بازده کار می‌کنند و درآمدشان نیز صرف امرار معاش می‌شود.

به طور کلی می‌توان ضرورت و اهمیت اعتبارات برای روستاییان را چنین عنوان کرد:

- روستایی بخاطر طبیعت شغل خود ناگزیر از استفاده اعتبارات است.
- منابع اعتباری موجود که روستاییان می‌توانند از آنها تامین اعتبار کنند، ناکافی است.
- منابع اعتباری موجود به دلیل ترس از عدم پرداخت وام خود از طرف روستاییان چندان مایل به دادن وام اعتبار به روستاییان نیستند.

- وجود قوانین دست و پاگیر که روستایی را از دریافت اعتبارات تقریباً محروم می‌کند.

- طولانی شدن مراحل دریافت وام که اصولاً مورد مصرف وام را بی اعتبار می‌کند.

- فقدان شعب بانکی کافی در مناطق روستایی

به دلایل فوق نیاز به وجود تشکیلاتی جدید که روستاییان بتوانند به سهولت از آن اعتبار دریافت کنند، در جامعه روستایی کنونی کاملاً ضروری به نظر می‌رسد، چرا که صندوق‌های اعتبار روستایی از نظر تامین اعتبارات کوتاه مدت و فوری برای روستاییان از هر سازمان اعتباری دیگری مناسب تر به نظر می‌رسد. طبق مطالعات مولف در کشور های آلمان، هندوستان، بنگلادش، مصر، قبرس و چند کشور دیگر این کشورها علاوه بر داشتن بانکهای خصوصی در جهت کشاورزی و زراعت که به روستاییان وام و اعتبار می‌دهد، دارای صندوقهای اعتباری روستایی در خصوص مشاغل خانگی نیز هستند که نیاز آنها را مرتفع می‌سازد. یکی از مواردی که مصاحبه‌شوندگان در جهت ارتقا عوامل مالی و اعتباری بیان کرده اند «نحوه دریافت وام و تسهیل مراحل آن» می‌باشد. در این جهت ارایه پیشنهاد زیر در جهت شرایط اخذ وام و جایگزینی برای وثیقه می‌باشد.

گرامین بانک شیوه بانکداری سنتی را با از میان بردن نیاز به وثیقه دگرگون کرده است و یک سیستم بانکداری بر پایه اعتماد و اطمینان دو طرفه پاسخ‌گویی، مشارکت و خلاقیت به وجود آورده است. این موسسه تسهیلات اعتباری را بدون دریافت وثیقه برای فقیرترین مردم در بین فقرای روستاهای بنگلادش فراهم آورد. در این بانک اعطای تسهیلات اعتباری یک سلاح

اقتصادی در برابر فقر محسوب می شود و به عنوان یک کالتالیزور در توسعه همه جانبه اقتصادی اجتماعی به منظور بهره مندی افراد نیازمندی که از حیطة خدمات بانكدارى دور نگه دشا شده اند عمل می کند.

گزارشها نشان می دهد گرامین تا سپامبر ۲۰۰۲ به دو میلیون و چهارصد هزار نفر وام پرداخت کرده است که ۹۵ درصد این ترکیب را زنان تشکیل می دهند. تاثیر مثبت اقدامات گرامین برای کمک به وام گیرندگان فقیر با مطالعات و تحقیقات انجام گرفته توسط موسسات خارجی نظیر بانک جهانی، موسسه تحقیقاتی و سیاستگذاری مواد غذایی و موسسه مطالعات و تحقیقات بنگلادش به اثبات رسیده است. به عنوان مثال صرف مبلغ ۲۰ دلار به عنوان هزینه های اداری در اعطای یک وام ۱۷ دلاری غیر اقتصادی است. یعنی متحمل شدن این هزینه ها که وام دهنده را در مقابل قصور پرداخت مشتری حمایت می کند ممکن است ضرورتی نداشته باشد. اما در روش گرامین بانک وام دهندگان محلی می دانند چه کسانی دارای اعتبار هستند و چه کسانی نیستند. بنابراین نیازی به درخواست وثیقه ندارد و از تشریفات اداری زیادی جلوگیری می کنند. یک راه دیگر که از درخواست وثیقه جلوگیری می کند وام دادن به یک گروه است نه فرد، در این صورت زمانی که فردی در بازپرداخت قسط وام خود قصور می کند، سایر افراد متحمل ضرر می شوند و با گروه یا فرد قصور کننده برخورد خواهند کرد.

وام دهندگان میتوانند تا حد امکان تشریفات اداری را حذف کنند و این در صورتی است که مجبور نباشند علت دریافت وام را از وام گیرنده سوال کنند. این یک بخش دیگری است که در آن فرضیه های قدیمی در رابطه با اعطای وام زیر سوال برده می شود. به طوری که در گذشته افراد تصور می کردند اعطای وام فقط به سرمایه گذاری های تولیدی اختصاص دارد، اما تحقیقات نشان می دهد که احتمال بازپرداخت وامهایی که به منظور مصرف گرفته می شوند بیشتر است و این وام ها در واقع یک سرمایه گذاری محسوب می شوند.

آموزشی-ترویجی

تمامی صاحب نظران بر ضرورت آموزش نیروی انسانی و به ویژه آموزش های مهارتی برای تربیت افراد توانمند تاکید داشتند. از دیدگاه آنها، باید به نیروی انسانی به عنوان سرمایه نگریست. موفقیت سازمانها، موفقیت یک شهر، یک استان و یک کشور در گرو داشتن نیروی انسانی توانمند است (شیخان، ۱۳۹۵: ۴۵). امروزه حتی اعتقاد بر این است که مهم ترین مزیت نسبی کشورها، استان ها و سازمانها در داشتن نیروی انسانی با مهارت و آموزش دیده است. فرق بین شرکتها و سازمانهای موفق در داشتن و یا نداشتن نیروی انسانی ماهر و متخصص است.

توانمندسازی نیروی انسانی از طریق آموزش مهارت شغلی و تخصصی در مراکز آموزش مهارتی یکی از راهکارهای اساسی در توسعه مشاغل خانگی محسوب می شود. از دیدگاه آنها مهمترین و با اهمیت ترین داراییها، سرمایه انسانی است. همه سرمایه ها با وجود سرمایه انسانی است که باعث تولید و ارائه محصولات و خدمات می شود. در خصوص عملکرد و میزان اثر بخش آموزش های مهارتی در تربیت نیروی انسانی توانمند برای جامعه، نظرات گوناگون از سوی مصاحبه شوندگان ارائه گردیده است. برخی مصاحبه شوندگان بر این باورند که این آموزشها نسبت به هزینه و سرمایه گذاری های صورت گرفته دارای اثر بخشی کم بوده هنوز به جایگاه مطلوب نرسیده ایم و فاصله زیادی داریم. برخی از صاحب نظران نیز معتقد بودند تغییرات اساسی در ۵۰ سال اخیر ایجاد شده و افراد ماهر مورد نیاز کارگاههای تولیدی تربیت شده مراکز فنی و حرفه ای بودند که آموزش های مهارتی را ارائه کرده اند، از دیدگاه آنان این آموزشها آثار مفیدی و موثری داشته اند و در سال های اخیر رویکرد خوبی از لحاظ نرم-افزاری و سخت افزاری به وجود آورده اند. به طور مثال در بخش صنایع دستی به دلیل آموزش به صورت عملی و در محیط کار افراد توانمندی تربیت می شوند. با این حال کاستیها و ضعفها و مشکلاتی نیز در مسیر اثر بخشی این آموزشها وجود دارند (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۵).

همانگونه که بیان گردید آگاه ساختن مردم محلی با برنامه ها و آموزش های تخصصی لازم و برگزاری کلاس های آموزشی و ترویجی از جمله عواملی بودند که جامعه مورد مطالعه به آن اشاره داشتند. جوامع محلی طی مصاحبه اظهار داشتند که شرکت در کلاسها و کارگاههای آموزشی در زمینه مشارکت آنان و ارتقا منابع مالی و اعتباری تاثیر گذار بوده است. همچنین سبب ارتقا

نظام اطلاعاتی آنها نیز شده است. یکی از شاغلان در این رابطه عنوان کرد که شرکت در کلاسها و برنامه های آموزشی به مردم محلی جرات و توان داد که فکر نکنند راه اندازی یک شغل نیاز به منابع مالی و اعتباری و همچنین نظام اطلاعاتی گسترده دارد بلکه مردم می‌توانند با یک سرمایه اندک کسب و کار جدید راه‌اندازی و شروع به فعالیت کنند.

صاحب‌نظران معتقدند برای اجرای آموزش‌های مهارتی نیاز سنجی واقعی انجام نمی‌شود. آموزش‌های دانشگاهی با نیازهای بخشی ارتباطی ندارد. پیوند بین صنعت و دانشگاه اتفاق نیفتاده است. فاصله بین متولیان آموزش‌های مهارت و اقتصاد وجود ندارد. ارائه کنندگان آموزش‌های مهارتی با نیازهای متقاضیان آشنا نیستند و تناسبی بین آموزش‌ها و نیازها وجود ندارد. تمام موارد بر توجه آموزش‌های مهارتی به نیازهای بازار اشاره دارد که منجر به تولید فارغ‌التحصیلان و آموزش دیدگانی می‌شود که مهارت مورد نیاز بخش‌های مختلف اقتصادی را دارد. گاهی اوقات دیده می‌شود که آموزش با تاخیر نسبت به مشاغل ارائه می‌شود. بدین معنی که چندین سال پس از شکل‌گیری شغل و یا بکارگیری فناوریهای جدید در صنایع آموزش‌های مربوط به آنها در موسسات آموزشی دیده می‌شود. از طرفی نیز برخی مصاحبه‌شوندگان اظهار داشته‌اند که بازار، آموزش دیدگان مهارتی را جذب نمی‌کند، تقاضا برای مهارت‌های آموزش داده شده در بازار وجود ندارد و به همین دلیل رقابت و تمایلی برای آموزش مهارتی وجود ندارد. به عبارت دیگر شرایط اقتصادی به گونه‌ای است که نتیجه کار فرد در بازار، تقاضای کافی ندارد. همچنین قوانین و مقررات، بستر و هماهنگی لازم برای جذب آموزش دیدگان مهارتی وجود ندارد.

توجه به نقش کاربردی دانش بومی در توسعه مشاغل خانگی یکی از شرایط تاثیر گذار بر اجرای آن است. که در این خصوص با روش‌های خاص و منحصر به فرد خود می‌تواند نقش بسیار مهمی در پررنگ کردن دانش بومی داشته باشد. دانش جوامع محلی چون در بطن جوامع محلی تکامل یافته است با شرایط بومی و منطقه‌ای کاملاً سازگار می‌باشد، لذا شرایط مناسبی برای اجرای توسعه فراهم می‌سازد.

دانش اکثر روستاییان متأثر از دانش بومی و فرهنگ جوامع محلی بوده و به صورت نسل به نسل منتقل شده و با اقلیم، فرهنگ و تعاملات اجتماعی هر جامعه متناسب است و به دلیل روابط غیر رسمی به صورت ضمنی و پنهان است. در صورت برنامه‌ریزی در راستای حفظ و توسعه دانش بومی جوامع محلی می‌توان زمینه رشد درون‌زا و پایدار جوامع را فراهم کرد. بنابراین با شناسایی فرایند مدیریت داشتن بومی و مسایل و مشکلاتی که کسب و کارهای خانگی مواجه هستند می‌توان زمینه حفظ و توسعه کسب و کارهای خانگی را در جوامع محلی و فعالیت‌های کسب و کارهای به وجود آورد. لذا با توجه به اینکه بسیاری از کسب و کارهای خانگی مردم محور و مبتنی بر ویژگی‌ها و فرهنگ جامعه محلی هستند و براساس دانش ضمنی بومی و موروثی که به صورت رسمی ثبت نشده است فعالیت می‌کنند، لذا دانش بومی نیز اهمیت فراوانی در توسعه این مشاغل دارد.

یکی از اساتید در این زمینه بیان نمودند:

برای توسعه همه جانبه مشاغل خانگی باید قبل از هر چیز بهره‌گیری از دانش بومی و روش‌های سنتی مرسوم فراهم شود. بحث دانش بومی در گذشته چندان مورد توجه مسئولان و پژوهشگران نبود و به دست فراموشی سپرده شده بود، اما خوشبختانه طی سالهای اخیر این دانش به جایگاه اصلی خود نزدیکتر شده است. بهره‌مندی نیروی کلیدی از مهارت و تخصص در زمینه‌های گوناگون، مهمترین نیاز یک مجموعه تولید به حساب می‌آید. تولیدکنندگان مهارت محور در تولید ارزش برای مجموعه تولیدی نقش مهمی ایفا می‌کنند. چالش‌های ذهنی خویش را حل کنند و دانش فنی‌شان را گسترش دهند. منابع انسانی توسعه یافته روند انجام فعالیت‌ها را به طور دقیق بررسی و تلاش می‌کند دانش و مهارت خویش را به بهترین شکل در اختیار واحد تولیدی قرار دهند. نیروی انسانی توانمند با ویژگی‌ها، تخصص و توان خود، می‌تواند کسب و کار خود را راه‌اندازی و آن را در جهت توسعه و پیشرفت، مدیریت کند. به طور عمده آموزش‌های مهارتی ارائه شده از سوی دانشگاه جامع علمی کاربردی و آموزشکده‌های فنی و حرفه‌ای، هنرستان‌ها و مراکز فنی و حرفه‌ای به دنبال ایجاد توانمندی در نیروی انسانی مورد هدف خود، در جهت انجام فعالیت‌ها و وظایف شغلی و ایجاد کسب و کار هستند. پس مهارت شاخصه‌ای ویژه در امر توسعه و به ویژه توسعه مشاغل می‌باشد. یکی از اعضا هیات علمی دانشگاه اذعان کرد:

جوانان و خانواده‌ها روستایی باید بدانند که داشتن مدرک و تحصیلات دانشگاهی نمی‌تواند علتی برای اشتغال باشد، وی خاطرنشان کرد: آنچه که امروز در جذب نیروی کار مورد اهمیت است، بحث مهارت است که حرف اول و آخر را در اشتغال می‌زند، از همین رو توصیه می‌کنیم جویندگان کار صرفاً به داشتن مدرک تحصیلی اکتفا نکرده و به دنبال مهارت‌آموزی باشند.

عوامل نگرشی

عوامل نگرشی نشانگر آمادگی ذهنی ذینفعان است که تاثیر قابل توجهی بر اتخاذ راهبرد های توسعه مشاغل خانگی و مشارکت در بخش مالی و تصمیم سازی در این زمینه می‌شود. بر اساس داده های جمع آوری شده باور و اعتقاد قانون گذران و مسئولان به برنامه ها و فعالیت های مشاغل خانگی نگرش و دیدگاه مثبت گروههای مختلف ذینفع می باشد. دولت نیز در عرصه نگرش نقش مهمی ایفا می کنند. اما قبل از هر چیز مردم جوامع محلی و ذینفعان باید خودرا باور و به تاثیر گذاری فعالیت‌های خود اعتماد داشته باشند.

در رابطه با خود باوری یکی از مصاحبه شوندگان اذعان داشت:

در اکثر کشورها خود باوری را در رابطه با راه اندازی مشاغل می شناسند. اما در کشور ما خود باوری لازم برای راه اندازی مشاغل در بین جوامع محلی وجود ندارد و هنوز نتوانسته جایگاه خود را تثبیت کند. یکی از اعضای هیات علمی بیان داشتند که :

امروز نیازمند تغییر نگرش نه تنها روستاییان بلکه آحاد جامعه نسبت به فرهنگ اشتغال هستیم، وی افزود: متأسفانه یکی از بزرگ‌ترین مبلغان فرهنگ نادرست اشتغال، خانواده‌هایی هستند که فقط شغل دولتی را به عنوان شغل به حساب می‌آورند، بنابراین نه تنها فرهنگ اشتغال بین جوانان، بلکه خانواده‌ها نیز تغییر نگرش لازم است.

وی با اشاره به این که متأسفانه تفکر غالب بین روستاییان که در تلاش برای دستیابی به شغلی هستند این است وی به شهر مهاجرت و به استخدام بخش خصوصی و یا بخش دولتی درآید، تصریح کرد: این تفکر باعث شده که جوانان روستایی از دولت فقط انتظار فراهم کردن زمینه‌های استخدام داشته باشند. این در حالی است که با توجه به وضعیت اقتصادی و کاهش حجم سرمایه‌گذاری در سال‌های اخیر و عدم تناسب فرصت‌های ایجاد شده با ورودی جمعیت بیکار روستایی به بازار کار شهری، راهی جز تغییر رویکرد و نگرش روستاییان نسبت به اصلاح فرهنگ اشتغال نداریم.

این استاد با یادآوری این که اگر دستگاه‌های ذی ربط با مشاغل خانگی نسبت به استفاده از حداکثر ظرفیت خود اقدام کنند، قادر به جذب ۳۰۰۰ نفر در طول سال در این بخش خواهند بود، اظهار کرد: این بیانگر آن است که از مجموع ۴۰ هزار نفر بیکاری که در جست‌وجوی کار هستند، حداکثر ۳۰۰۰ نفر می‌توانند وارد عرصه فعالیت مشاغل خانگی و ۳۷ هزار نفر باقی‌مانده باید در مکان و جای دیگری مشغول به کار شوند، از همین رو نیازمند تغییر تفکر فرهنگ اشتغال در جامعه هستیم.

عوامل انگیزشی

انگیزه یک حالت روانی آمادگی برای انجام یک عمل که بر اساس تجربیات سازمان یافته و روی عکس العمل افراد نسبت به پدیده ها و موفقیت ها به صورت پویا موثر است معرفی می‌کند. در حقیقت یک آمادگی قبلی برای پاسخی مسلم، قطعی و معلوم به محرک های خاص، شناخت و رفتار مرتبط هستند. برای بررسی انگیزه های افراد می توان از سه جز یعنی احساسات شناخت و رفتار بهره گرفت. لذا اهداف و آرمان های خود و موضوع انگیزه ارتباط بسیار نزدیکی پیدا می‌کند. پس با انگیزه به سمت آن موضوع سعی در دنبال کردن اهداف خود دارد و بدین طریق نیازهای مختلف خود را برآورده می‌سازد. پس انگیزه از دو سو می‌توان نگرسته شود:

نخست از دیدگاه فردی که به موضوعی انگیزه دارد و دوم اینکه موضوع انگیزه چه هدفی را از پیوستن افراد به آن دنبال می‌کند. آنچه در رابطه با موضوع مشاغل قابل اهمیت است هر دو جهت موضوع می باشد. به طور کلی پذیرفته شده است انگیزه

های دارای ماهیت اجتماعی نقش اساسی را در اقدامات جامعه مدرن بازی می‌کنند و بر کیفیت زندگی همه افراد آن جامعه تاثیر می‌گذارند. اگر انگیزه های مطلوب شناسایی شوند و اجتماع هم با آنها موافق باشد کیفیت بهتری را رقم خواهد زد. نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه ها حاکی از آن است که یکی از شروط مهم و اساسی برای تحقق راهبرد های توسعه مشاغل خانگی برانگیختن و ایجاد انگیزه در ذینفعان می باشد. اما باید توجه داشت که در توسعه مشاغل ذینفعان نیازها و ویژگی های متفاوتی دارند، از این رو باید ساز و کارهایی متناسب با هر کدام ایجاد کرد. به تعبیری انتخاب دقیق نوع صحیح انگیزه ها و مدیریت مناسب آن‌ها اثر قابل توجهی در توسعه مشاغل خانگی دارد. در این باب یکی از ذینفعان مصاحبه شوند اظهار کرد:

شرایط بازار و عرضه محصولات و خرید تولیدات باعث ایجاد انگیزه برای تولیدات مازاد و بیشتر و توسعه شغل در جهات مختلف شده است. وی در ادامه می گوید: به طور مثال فعالیت بنده تولید رب گوجه می باشد و همه اعضا خانواده در این امر مشغول به کار شده اند. در نتیجه گران شدن رب گوجه صنعتی تقاضای بازار بر رب خانگی به دلیل برابر شدن قیمت با محصول مشابه صنعتی آن زیاد شده و اکنون علاوه بر رب گوجه، رب نارنج نیز در کنار آن تولید می کنیم. این به جهت آن است که وقتی تقاضای بازار بر تولیدات زیاد شود باعث ایجاد انگیزه شده است. و دلگرمی تولید کننده را برای تولید محصولات بیشتر در پی دارد.

مشارکت

مشارکت ذینفعان یکی از راهبرد های اساسی و اجتناب ناپذیر توسعه مشاغل خانگی است. توسعه مشاغل خانگی بی تردید با نگرشی همه جانبه که نقش ویژه‌ای در بهره برداری مناسب، اصولی و پایدار مشاغل دارد، بدون توجه به نقش کلیه ذینفعان و مشارکت آنان در سطوح مختلف از تصمیم گیری و برنامه ریزی تا اجرا و نظارت بر اجرای طرح ها بی فایده خواهد بود و اثر بخشی آن در تقابل با سایر فعالیت ها محو خواهد شد (آگهی و همکاران، ۱۳۹۶).

سرمایه گذاری و انباشت سرمایه ناشی از آن کلید رشد اقتصادی هر کشور به شمار می آید. سرمایه گذاری در اغلب کشورها، بویژه در کشورهای درحال توسعه، توسط بخش خصوصی و دولتی انجام می گیرد. مشارکت سرمایه گذاری بخش خصوصی نه تنها به عنوان جزئی از تقاضای کل، بلکه مهمتر از آن، منبع رشد و فرصتهای شغلی در آینده است. از میان سرمایه گذاری در بخشهای مختلف اقتصادی، سرمایه گذاری در بخش مشاغل خانگی از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار است. سرمایه گذاری در بخش مشاغل خانگی علاوه بر اینکه موجب رشد تولید و اشتغال در این بخش می شود، با توجه به ارتباطات پسین و پیشین با سایر فعالیتهای اقتصادی، به رشد تولید و اشتغال در بخشهایی مانند کشاوری و صنعتی نیز کمک می کند. در این راستا باید گفت که مشارکت بخش خصوصی از متغیرهای مهم در توسعه مشاغل خانگی است.

یکی از ابعاد توسعه مشاغل خانگی برنامه ریزی پایین به بالا است که اساس مشارکت آن مشارکت مردم محلی و دخالت موثر آنان در فرایند برنامه ریزی و اجرای طرح هاست. جوامع محلی به واسطه تشکیل تعاونی ها در سطح محلی یاد می گیرند که چگونه با برنامه ریزی مشارکتی بحث و تبادل نظر، اولویت دادن به فعالیت ها، سرمایه ها از طریق صندوق های اعتباری خرد و... می توانند طرح های مشاغل خانگی را اجرا و این مقوله را توسعه دهند.

در این باره یکی از اساتید دانشگاه اظهار کرده اند:

نرخ مشارکت روستاییان پایین است، نرخ بیکاریشان طی سال‌های اخیر افزایش یافته است و گزینه های شغلی آنان همچنان محدود باقی مانده است. همچنین تلاش‌های روستاییان تحصیل کرده در بازار کار با توفیق درخوری همراه نبوده است. طی سال‌های نخست پس از انقلاب و دوران جنگ، نرخ مشارکت و اشتغال روستاییان دچار کاهش چشمگیری شد. سیاست گذاری عمومی تا حدی موجبات این کاهش را فراهم آورد، هر چند که عوامل دیگری نیز دخیل بودند.

با توجه به تغییرات سریع در نظام‌های اطلاعاتی موضوع اطلاعات به روز یکی از مهمترین مساله‌های اصلی برای بکارگیری نظام اطلاعاتی در جوامع روستایی می باشد (منتصب، ۱۳۷۳). نظام اطلاعاتی باید بتواند اطلاعات مورد نیاز ذینفعان را فراهم نماید و جوامع ذینفع از تاثیر اطلاعات آگاه بوده و از داشتن فناوری‌های نوین بهره گیرند. به خصوص در مشاغل خانگی به دلیل پیچیدگی و تنوع بسیار زیاد در آن از اهمیت دو چندان برخوردار است.

یکی از اعضای هیات علمی دانشگاه در این زمینه بیان نمودند که: پایگاه‌های اطلاعاتی در عرصه سیستم‌های بزرگ مقیاس دارای تامین کنندگان اطلاعاتی بسیار، حجم زیاد اطلاعات، ذینفعان متنوع با نیازهای مختلف هستند. لذا در این حالت باید یک نظام اطلاعاتی ترکیبی و تلفیقی وجود داشته باشد که نیازهای واقعی طیف متنوع ذینفعان را شناسایی کند، پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی آنان باشد و در عین حال از فناوریهای اطلاعاتی مناسب بهره برد.

یکی دیگر از اساتید دانشگاه اظهار کردند:

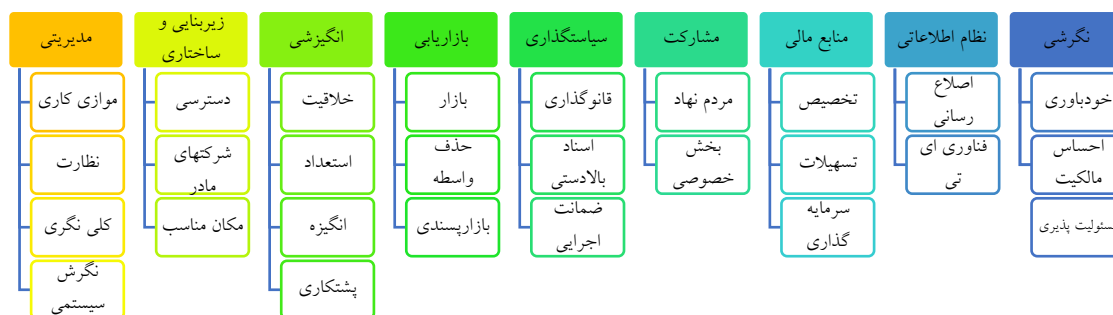
امروزه فناوری اطلاعات به سرعت در حال رشد و گسترش است که نه تنها باعث از دست رفتن مشاغل نمی‌شود بلکه مشاغل متعددی را در همه بخش‌های صنعتی، کشاورزی و خدماتی ایجاد می‌کند. که البته اشتغال در آنها نیاز به داشتن تخصص لازم در زمینه فناوری است.

فناوری ماهیت و نوع کار را تغییر می‌دهد و باعث جابه‌جایی مشاغل می‌شود. فناوری جوامع و سازمان‌ها را نیز تحت تاثیر خود قرار داده است و تاثیر آن به حدی است که بر مشاغل بگونه‌ای سایه افکنده است که آگاهی عمومی را در جهت استفاده از این فناوری بر همگان ضروری نموده است. این فناوری باعث گردیده کم‌کم جوامع روستایی به مشاغل خانگی روی آورده و اثرات مثبت و مزایای آن را خود روستاییان احساس کنند.

عوامل حمایتی

بر اساس یافته‌های حاصل با شرکت کنندگان در پژوهش نقش عوامل حمایتی می‌تواند راهبرد مهمی در زمینه توسعه مشاغل خانگی باشد این مقوله از مقولاتی تحت عنوان «وجود مشاوره مناسب در جهت راه اندازی فعالیت»، «وجود آموزش‌های لازم جهت تولید انبوه»، «در نظر گرفتن بیمه محصولات تولیدی»، «حمایت‌های دولتی اعم از معافیت مالیاتی»، «حمایت‌های بیمه ای کارگران» و «حمایت‌های بانکی و اعتباری» می‌باشد.

درنهایت با شناسایی و کشف مضامین سازمان دهنده و پایه‌ای و در یافتن روابط بین موضوعات اصلی، نمودار تشریح ویژگی‌ها و عوامل موثر جهت بسترهای توسعه مشاغل خانگی را به شکل زیر می‌توان ترسیم کرد:



شکل ۱. مدل مفهومی بسترهای توسعه مشاغل خانگی

از این مدل می‌توان دریافت که برای بسترهای توسعه مشاغل خانگی لازم است بستری که این تصمیمات و مضامین برای آن گرفته می‌شود از جنبه‌های مختلف مورد توجه قرار گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

کسب و کارهای خرد روستایی با فراهم سازی زمینه‌های لازم برای اجرای خدمات فنی و زیربنایی، می‌توانند نقش مهمی در اشتغال، توانمندسازی، افزایش راندمان، کاهش هزینه‌های تولید، بهره‌وری مطلوب از منابع روستایی و ارتقای سطح درآمد کشاورزان داشته باشند.

در این پژوهش با توجه به مضامین استخراج شده می‌توان گفت که مقوله توسعه مشاغل خانگی مفهومی است که می‌تواند سایر مقوله را پوشش دهد و نیز جنبه تحلیل داشته باشد. در یک نگاه کلی می‌توان گفت که جامعه مورد مطالعه بر توسعه مشاغل خانگی که خود بر گرفته و انتزاع شده از سایر مقوله‌های عمده است و تحت تاثیر عوامل متعددی صورت می‌پذیرد، تاکید داشتند. آنان اذعان داشتند که اگر در توسعه مشاغل خانگی عوامل مدیریتی و سیاستگذاری جامع و صحیح حاکم نباشد برنامه ریزی‌ها و پروژه‌ها و فعالیت‌های اجرایی و... نتایج موفقیت آمیزی به دنبال نداشته و اثرات منفی آن نمود پیدا می‌کند. در روستا مردمی که زندگی می‌کنند که از منابع آن استفاده کرده و زندگی و شیوه‌های معیشتی آنها بر اساس واقعیات و موجودیت‌های محل می‌باشد. لذا در نظر گرفتن تمام جوانب موثر در مشاغل خانگی به خصوص مدیریت و بازار یابی و مشارکت جوامع محلی اجتناب ناپذیر است. از این رو پدیده توسعه مشاغل خانگی به عنوان عامل اساسی و هسته مرکزی در الگوی تحلیل مضمون در نظر گرفته می‌شود. نکته دیگری نیز که باید به آن توجه شود این است که توسعه مشاغل خانگی یک فرایند چند ذینفعی است که تمام افراد ذینفع را شامل می‌شود. کلیه ذینفعان باید در جهت شناسایی مشکلات و منابع مورد توجه در توسعه و اجرای طرح‌های مربوط به آن با راهبرد هایی که پایداری اجتماعی و اقتصادی را به همراه داشته باشد مشارکت داشته باشند. با توسعه مشاغل خانگی می‌توان شاهد پیامد های آن از جمله «کاهش مهاجرت مردم محلی به شهر»، «توانمند سازی مردم محلی»، «کاهش آسیب‌های اجتماعی»، «افزایش سطح مشارکت و احساس مسئولیت پذیری و حس تعاون در بین اهالی»، «بهبود وضعیت آموزشی»، «بهبود ساختار جمعیتی»، «کاهش وابستگی مردم محلی به اعتبارات و تسهیلات و کمک های دولتی مانند یارانه»، «ارتقا زیر بنای صنعت توریسم و گردشگری»، «رشد و توسعه روستا»، «بهبود معیشت مردم محلی»، «افزایش کیفیت تولیدات»، «ارتقای رفاه اقتصادی» و «حرکت در مسیر توسعه پایدار» بود.

مشارکت مردم محلی به عنوان ذینفعان کلیدی در طرح‌های مشاغل آنان را توانمند می‌سازد که مسئولیت پذیری را در خود افزایش داده و در راه اندازی مشاغل سعی نمایند. مشارکت جوامع محلی اعم از مردان و زنان روستایی در فعالیت‌های متنوع برنامه ریزی و ارزشیابی مشارکتی، توانایی آنان را برای توسعه مشاغل افزایش می‌دهد و سبب توسعه انگیزه آنان می‌شود. از سوی دیگر از اهداف اساسی توسعه مشاغل خانگی بهبود هماهنگی و انسجام بین بخشی در بین تمام بخش‌ها است. در واقع با اتخاذ راهبردهایی از قبیل ارتقا منابع مالی و اعتباری، نظام اطلاعاتی جامع و... می‌توان از طریق افزایش هماهنگی و انسجام درونی جوامع محلی و ارتباط آنها با مسئولین ذیربط توسعه مشاغل خانگی فراهم شود.

یکی از دستاوردهای مهم اجرای توسعه مشاغل خانگی از جمله ارتقای منابع مالی اعتباری، بهبود معیشت مردم محلی و کاهش فقر در بین این جوامع است. چرا که حیات و معیشت ذنفعان اصلی که همانا مردم محلی می‌باشند وابسته به منابع درآمدی حاصل از آن است. از دیگر پیامد های توسعه مشاغل خانگی رفاه اقتصادی است که بیانگر آن است که راهبرد های توسعه مشاغل خانگی ضمن ارتقای رفاه اقتصادی جوامع، به حفظ و سلامت محیط زیست نیز اهمیت می‌دهد. هم چنین با توجه به دیدگاه جامع و نظام سیاست گذاری از بسیاری از موازی کاری و دوباره کاری‌ها اجتناب و به تبع آن از هدر رفت سرمایه و انرژی جلوگیری می‌شود. کاهش وابستگی مردم محلی به اعتبارات و کمک های مالی دولتی از پیامد های توسعه مشاغل خانگی است. در واقع با مشارکت کلیه ذینفعان در اجرای طرح های ساماندهی مشاغل خانگی و ارتقای منابع مالی و اعتباری خانوار روستایی وابستگی روستاییان به دولت کاهش یافته و پایداری روستایی محقق می‌شود.

آگهی، حسین، میرک زاده علی، تقی بیگی معصومه. (۱۳۹۱). اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی. فصلنامه زن و جامعه، سال ۳، شماره ۳، صص ۱۸۱-۲۰۱

اکبرپور، محمد. (۱۳۹۵). نقش و عملکرد توانمندسازی روستاییان در کارآفرینی مناطق روستایی مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان هشتروند. جغرافیا و پایداری محیط، سال ۶، شماره ۱۸، صص ۵۱-۶۶.

ایزدی، بنت الهدی، رضائی مقدم، کورش، اسداله پور، علی. (۱۳۹۵). سازه های موثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی بخش کشاورزی در مناطق روستایی شیراز. علوم ترویج و آموزش کشاورزی، شماره ۱۲، دوره ۱، صص ۳۹-۵۱

بهرامی، رحمت. (۱۳۹۹). اثرات اقتصادی-اجتماعی صنایع روستایی (صنایع دستی و مشاغل خانگی) بر توسعه روستایی مورد: روستاهای شهرستان سندرود. نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، دوره ۲۴، شماره ۷۲، صص ۸۱-۱۰۳

تقی بیگی، معصومه، آگهی، حسین، میرک زاده، علی اصغر. (۱۳۹۳). بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام آباد غرب. پژوهشهای روستایی، شماره ۵، دوره ۲، صص ۲۸۳-۳۱۰.

توکلی، مرتضی، احمدی، شیرکو، فاضل نیا، غریب. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل موثر بر معیشت روستایی (بررسی موردی: روستاهای شهرستان سردشت). نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، دوره ۲۰، شماره ۵۸، صص ۶۳-۸۱

رضائی، روح اله، نجفی، بهمن. (۱۳۹۴). موانع راه اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۳، صص ۴۳۳-۴۵۱.

حسینی نیا، غلامحسین، داوری، علی، باقرصاد، وجیه، فرخ منش، ترانه. (۱۴۰۰). علّیت، اثرسازی و عملکرد کسب و کار: یک رویکرد فازی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۴، شماره ۱۱، صص ۲۱-۴۰.

سالنامه آماری، ۱۳۹۵

شریف زاده، محمدشریف، عبدالله زاده، غلامحسین، رهبری، محمد. (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت بندی زمینه های توسعه کسب و کارهای سبز در استان گلستان. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۲۰۱-۲۱۹.

شجاعی فرد، علی، ۱۳۹۸، توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیطهای کسب و کار کوچک مورد: دهستان آیسین-شهرستان بندرعباس. برنامه ریزی منطقه ای، سال ۹، شماره ۳۶، صص ۱۸۵-۱۹۶.

شیخان، ناهید. (۱۳۸۵). آموزش و ترویج مهارتهای دانش محور در بعضی از کشورهای اروپایی. رهیافت، دوره ۱۶، شماره ۳۸، صص ۴۵-۵۵

مسیبی، سمانه، صیدایی، سیداسکندر، زنگی آبادی، علی، رحیمی، علیرضا. (۱۳۹۳). تحلیل فضایی شاخص های اشتغال با استفاده از تحلیل عاملی و تحلیل خوشه ای (نمونه موردی شهرستان های استان اصفهان). نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، دوره ۱۸، شماره ۴۷، صص ۱۹۷-۲۱۳.

منتصب مجابی، حسن. (۱۳۷۳). اصلاح نظام اطلاع رسانی، یا ترویج فرهنگ مطالعه و تحقیق؟. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۱۱، شماره یک، صص ۵۴-۵۱

نقی زاده، زهرا، مروتی، الهام، شاه ولی، ریحانه. (۱۴۰۲). مرور سیستماتیک مقالات پژوهشی حوزه مشاغل خانگی زنان در ایران. مجله پژوهش های کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۲، صص ۹۱-۱۰۸. doi: 10.22034/jer.2023.2002655.1041

Akbarpour, M. (2016). The Role and Function of Entrepreneurship Empowerment of Villagers in Rural Areas (Case Study: Central Part of Hashtroud). *Geography and Environmental Sustainability*, 6(1), 51-66. (In Persian)

Agahi, H., Mirakzadeh, A., & Taghi Beigi, M. (2012). Prioritization of Effective Factors in the Development of Household Jobs in West Islamabad. *Quarterly Journal of Woman and Society*, 3(11), 181-202. (In Persian)

Attride- Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research. *Qualitative Research*, 1(3), 385-405

- Bahrami, R. (2020). Economic and social relations of rural industries (handicrafts and household jobs) on rural village Items: Sanandaj Village Towns. *Journal of Geography and Planning*, 24(72), 81-103. doi: 10.22034/gp.2020.10848. (In Persian)
- Braun, V. & Clarke, V. (۲۰۰۶). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101
- Edwards, P., Edwards, S., & Economy, P. (2010). *Home-based business for dummies*. John Wiley & Sons.
- Galloway, L. and Kapasi, I. (2014). Rural home-based businesses and their contribution to rural lives: An exploratory study. Research Report, HeriotWatt University, Edinburgh.
- Gonzalez, O., & Gray, N. (2023). Zoning for Opportunity: A Survey of Home-Based-Business Regulations. The Center for Growth and Opportunity, Utah State University.
- Harpa, E., Moica, S. and Dana, R. (2015). A predictive model of innovation in rural entrepreneurship. *Procedia Technology*, 19(2), 471-478.
- Hosseinia, G. H., Davari, A., Baghersad, V., & Farokhmanesh, T. (2021). Causality, effectiveness and business performance: A fuzzy approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(1), 21-40. doi: 10.22059/jed.2021.318608.653594(In Persian)
- Kamali, Y. (2018). Methodology of content analysis and its application in public policy. *Public policy*, 4 (2) .189-208
- Kalantaridis, C. and Bika, Z. (2011). Entrepreneurial origin and the configuration of innovation in rural areas: the case of Cumbria, North West England. *Environment and Planning*, 43 (4), 866-884.
- King, N., Horrocks, C., & Brooks, J. (2018). *Interviews in qualitative research*. SAGE Publications Limited.
- Izadi, B. H., Rezaei Moghaddam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Influencing Factors and Obstacles for Accomplishing Entrepreneurship Development in Agricultural Home-Based Businesses in Villages of Shiraz. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 39-51.(In Persian)
- Mosayebi, S., Seydayee, S. S., Zangabadi, A., & Rahimi, A. (2014). Spatial Analysis of Employment Indicators, Using the Factor and Cluster Analyses (Case Study: Esfahan Province Towns). *Journal of Geography and Planning*, 18(47), 197-213. (In Persian)
- Muntasab Mojabi, H. (1999). Reforming the information system, or promoting the culture of study and research? *Journal of information processing and management*, 11(1), 51-54.(In Persian)
- Muske, G. and Woods, M. (2005). *Home-based business: An economic development alternative. Oklahoma Cooperative Extension Fact Sheets, Division of Agricultural Sciences and Natural Resources*, Oklahoma State University
- Naghizadeh, Z., Morovati, E., & Shahvali, R. (2023). A Systematic Review of Research on Women's Home Businesses in Iran. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(2), 91-108. doi: 10.22034/jer.2023.2002655.1041.(In Persian)
- Sharifzadeh, Mohammad Sharif, Abdollahzadeh, Gholamhossein, & Derbeh, Mohammad. (2018). Identifying and prioritizing areas for the development of green businesses in Golestan province. *Scientific Research Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, 12(2), 201-219. doi: 10.22059/jed.2019.281260.653001.(In Persian).
- Sheikhan, N. (2001). Education and promotion of knowledge-based skills in some European countries. *Approach*, 16(38), 45-55
- Shojaeifard, A. (2020). Empowering and Creating Rural Entrepreneurship in Small Business Environment Case Study of Hormozgan Province Villages. *Regional Planning*, 9(36), 185-196.
- Rezaei, R., & Najafi, B. (2015). Barriers of Starting and Expanding Home based Businesses in Rural Areas of Urmia County. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(3), 433-451. doi: 10.22059/jed.2015.57644.(In Persian)
- Taggart, J. (2010). *Networking experiences of Australian home based businesses*. DBA Thesis, Southern Cross University, Australia.
- Taghibaygi, M., Agahi, H., & Mirakzadeh, A. A. (2014). A Study of Barriers and Suitable Solution in Development of Rural Household Jobs from the Perspective of Rural Women and Expert in the

- City of West Islamabad. *Journal of Rural Research*, 5(2), 283-310. doi: 10.22059/jrur.2014.52472.(In Persian)
- Tavakoli, M., Ahmadi, S., & Fazelnia, G. (2017). Analysis of Factors Affecting Rural Livelihoods (The Case Study: Villages of Sardasht Township). *Journal of Geography and Planning*, 20(58), 63-81.(In Persian)
- Walker Elizabeth, Webster Beverley (2004). Gender issues in homebased businesses. *Women in Management Review*. 19(3),404-412