



Barriers and Solutions for the Development of Women's Home-Based Businesses (Case Study: Vulnerable Women in Hamedan City)

Reza Movahedi¹ | Mehrdad Pouya²

1. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. (Corresponding Author). E-mail: r.movahedi@basu.ac.ir
2. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: m.pouya@basu.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 02 Dec 2022

Received in revised form:
16 Feb 2023

Accepted: 16 Feb 2023

Available online: 16 Feb 2023

Keywords:

Entrepreneurship
Education;
Women's Employment;
Entrepreneurship;
Home-Based Business;
Self-Supporting Women.

The development of home-based businesses among vulnerable people in the society psychologically and socially increases their mental and objective well-being and improves their living standards. It also increases trust and social capital and expands social relations among vulnerable people. Therefore, paying attention to vulnerable women's employment and entrepreneurship at home is one of the effective ways to improve the economic status of women in local communities. With this regard, the aim of the current research was to identify the solutions and barriers of women's home-based businesses in Hamadan city. This article has been done using the qualitative research method and the grounded theory approach. The main tool of data collection was in-depth and semi-structured interviews. Data were collected through interviews with female heads of families and key informants in Hamadan city. The number of samples included 19 people who were selected purposefully with the snowball method and based on the principle of data saturation. The results showed that the obstacles to the development of home-based businesses for self-supporting women include psychological-family obstacles, cultural obstacles, financial-support obstacles, educational obstacles, and marketing obstacles. Also, the main solutions including culture building and empowerment, financial support, advertising and marketing, and educational support were suggested.

Education and Management of Entrepreneurship, 2023, Vol. 2, No. 1, pp 93-107

Cite this article: Movahedi, R., & Pouya, M. (2023). Barriers and Solutions for the Development of Women's Home-Based Businesses (Case Study: Vulnerable Women in Hamedan City). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2 (1), 93-107. doi: 10.22126/eme.2023.2507 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.2507>

Publisher: Razi University



موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان (مورد مطالعه: زنان آسیب‌پذیر شهر همدان)

رضا موحدی^۱ | مهرداد پویا^۲

۱. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
(نویسنده مسئول). رایانامه: r.movahedi@basu.ac.ir

۲. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
رایانامه: m.pouya@basu.ac.ir

اطلاعات مقاله | چکیده

توسعه کسب و کارهای خانگی در بین افراد آسیب‌پذیر جامعه به لحاظ روانی و اجتماعی باعث افزایش رفاه ذهنی و عینی و بهبود سطح زندگی آن‌ها می‌شود، همچنین موجب افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی و گسترش روابط اجتماعی افراد آسیب‌پذیر می‌گردد. بر این اساس توجه به اشتغال و کارآفرینی زنان آسیب‌پذیر در منزل، یکی از راهکارهای مؤثر در بهبود وضعیت اقتصادی آنان در جوامع محلی است. از این‌رو هدف پژوهش حاضر، شناسایی راهکارها و موانع توسعه مشاغل خانگی زنان آسیب‌پذیر در شهر همدان است. این مطالعه با استفاده از روش پژوهش کیفی از نوع نظریه برخاسته از داده‌ها انجام شده است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند بود. داده‌ها از طریق مصاحبه با زنان سرپرست خانوار و مطلعین کلیدی در شهر همدان جمع‌آوری شد. تعداد نمونه‌ها شامل ۱۹ نفر بودند که به صورت هدفمند و با شیوه گلوله‌برفی و بر اساس اصل اشباع داده‌ها انتخاب شدند. نتایج نشان داد موانع پیش روی توسعه مشاغل خانگی برای زنان آسیب‌پذیر شامل موانع روان‌شناختی - خانوادگی، موانع فرهنگی، موانع مالی - حمایتی، موانع آموزشی و موانع بازاریابی هستند. همچنین راهکارهای اصلی شامل فرهنگ‌سازی و توانمندسازی، حمایت‌های مالی، تبلیغات و بازاریابی، و حمایت‌های آموزشی پیشنهاد گردید.

نوع مقاله: مقاله علمی - پژوهشی
تاریخچه مقاله:
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۱
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷
دسترسی آنلاین: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷
کلیدواژه‌ها:
آموزش کارآفرینی، اشتغال زنان، کارآفرینی، مشاغل خانگی، زنان خودسرپرست.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۱، سال ۱۴۰۲، صفحات ۱۰۷-۹۳
استناد: موحدی، رضا؛ پویا، مهرداد (۱۴۰۲). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان (مورد مطالعه: زنان آسیب‌پذیر شهر همدان). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲ (۱)، ۹۳-۱۰۷. doi: 10.22126/eme.2023.2507



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.2507>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

معضل بیکاری همواره با گسترش انواع آسیب‌های اجتماعی از جمله فقر، دزدی، بزهکاری و ... همراه بوده است؛ بنابراین، نبود فرصت‌های شغلی در جامعه به‌طور عام و اقشار کم درآمد به عنوان اقشار آسیب‌پذیر جامعه به‌طور خاص یکی از بزرگ‌ترین معضلاتی است که به نوبه خود توازن و تعادل جامعه را به هم می‌ریزد (کول^۱، ۲۰۲۲؛ میرلطفی و همکاران، ۱۳۹۳). ایجاد فضای کسب‌وکار عمومی و اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی، شرایط را برای تحقق توسعه پایدار فراهم می‌آورد (شاهرخی ساردو و شریفزاده، ۱۴۰۱). اهمیت جمعیت فعال در توسعه جوامع، زمانی مؤثر خواهد بود که کلیه افراد واقع در این طبقه، مشغول به فعالیت در بخش‌های مختلف اقتصادی باشند و یا به عبارتی، شاغل باشند؛ زیرا از نظر بسیاری از پژوهشگران، مهم‌ترین شرط برای رشد و توسعه هر جامعه‌ای، ایجاد اشتغال برای افراد آن جامعه است (کریسنزی و همکاران^۲، ۲۰۲۲؛ مولی و کاستا^۳، ۲۰۲۲). در این راستا، رویکردهایی پایدار هستند که با توجه به تغییرات فناوری و قواعد و مقررات بازار، به ارزیابی مداوم نیازهای جامعه و ضرورت‌های فناوری پرداخته و بتوانند مدل اشتغال مناسب‌تری ارائه کنند (هافستید و همکاران^۴، ۲۰۲۲؛ گورکی^۵، ۲۰۲۲؛ ساکس^۶، ۲۰۲۲). به همین دلیل، تدوین سیاست‌های توسعه اشتغال در منزل و مشاغل خانگی می‌تواند به عنوان راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینه اشتغال گروه‌های آسیب‌پذیر ایفای نقش کند.

تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای خانگی راهکار مناسبی برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم آوردن زمینه اشتغال زنان و جوانان به حساب می‌آید. بنابراین در شرایطی که کشور دچار مشکل بیکاری جوانان و زنان است و از طرفی اشتغال در بخش‌های دولتی و خصوصی با هزینه و سرمایه‌های به نسبت گزافی همراه است توسعه مشاغل خانگی فرصتی مناسب برای اجرای سیاست‌های اشتغال و کارآفرینی با ریسک و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کند. بر اساس آمار موجود در کشور، طی سال‌های ۹۲ تا ۹۶ حدود ۷۵۶ هزار نفر در کشور جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی اقدام کرده‌اند که از این تعداد برای حدود ۳۱۴ هزار نفر مجوز صادر گردیده است. ۸۰ درصد دریافت‌کنندگان تسهیلات از بانوان و ۲۰ درصد از مردان بودند. اقتصاد برخی کشورها از جمله تایوان تا ۸۰ درصد درآمدشان وابسته به کسب‌وکارهای خانگی است ولی در ایران بر اساس برآوردهای به عمل آمده رقمی بین ۱۰ تا ۱۵ درصد از تولید ناخالص داخلی در کشور به فعالیت در حوزه کسب‌وکارهای خرد و مشاغل خانگی اختصاص دارد که از این مقدار سهم کسب‌وکارهای خانگی حدود ۳۰ درصد از کل کسب‌وکارهای خرد در کشور است (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۴۰۱). با وجود مزایای توسعه کسب‌وکارهای خانگی و نقش عمده‌ای که می‌توانند در توسعه اشتغال و کارآفرینی ایفا نمایند، بروز موانع متعدد سبب شده تا کسب‌وکارهای خانگی به‌طور مناسب توسعه نیابند (انتظاریان و طهماسبی، ۱۳۸۹).

نتایج مطالعات مختلف، بیانگر وجود چالش‌ها و مشکلات مختلف در فرایند توسعه کسب‌وکارهای خانگی در مناطق مختلف کشور است (یعقوبی‌فرانی و جلیلیان، ۱۳۹۴؛ نجفی و صفا، ۱۳۹۳؛ میرلطفی و همکاران،

1. Cole
2. Crescenzi et al.
3. Mouly & Costa
4. Hafstead et al.
5. Görkey
6. Saks

۱۳۹۳). رامبد و مختارپور (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی مسائل و نیازهای صاحبان مشاغل و متقاضیان مشاغل پرداختند. مسائل و مشکلات شامل موارد زیر بودند: تبعیض جنسیتی، محدودیت‌های قانونی، ساعات کاری زیاد، تداخل با وظایف خانوادگی، مقررات دست و پاگیر، نارضایتی بیمه‌های اجتماعی، به‌روز نبودن آموزش‌ها و تمایل به شیوه‌های آموزش استاد-شاگردی، عدم نظارت بر اجرای قوانین، ضعف در بازاریابی، کافی نبودن تسهیلات بانکی، عدم ثبات اقتصادی، نرخ بالای رشد تورم و محدودیت در دسترسی به فضای مجازی.

نتایج پژوهش پرجمی و جلالی (۱۳۹۸) در باره بررسی کسب‌وکارهای خانگی نشان می‌دهد که راهکارهای موفقیت کسب‌وکارهای خانگی بستگی به عواملی مانند دسترسی به اطلاعات، آموزش، شبکه‌های اجتماعی و شیوه‌های تأمین مالی دارد. در پژوهشی که توسط موحدی و همکارانش (۱۳۹۸) انجام شده است میزان سودمندی و منافع حاصل از توانمندسازی زنان عضو شرکت‌های تعاونی اعتباری، خرد تعیین گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که از دیدگاه پاسخگویان، «افزایش آگاهی اجتماعی»، «افزایش استقلال فکری»، «ارتقاء اعتماد به نفس»، «افزایش قدرت پس‌انداز» و «احساس پیشرفت» به ترتیب با میانگین ۳/۶۲، ۳/۶۱، ۳/۵۶، ۳/۵۰ و ۳/۴۸ پنج اولویت اول را به خود اختصاص دادند.

در پژوهش امیری و همکاران (۱۳۹۸) به مفهوم‌پردازی چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه پرداخته شد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد فرایند کسب‌وکارهای خانگی علی‌رغم مزایای بی‌شماری که دارد، موضوعی پیچیده و چندبعدی است؛ مهم‌ترین مقوله‌های علی شناخته شده شامل «چالش در مهارت‌های بازاریابی»، «چالش در مهارت‌های مدیریتی و کار تیمی»، «چالش در زیرساخت‌های قانونی و سیاست‌گذاری»، «چالش در سازوکارهای مشاوره‌ای»، «چالش در تأمین تجهیزات و امکانات زیرساختی»، «چالش در حمایت‌های پشتیبانی» و «چالش در برندینگ و هویت‌سازی» هستند. مرادندزادی و واحدی (۱۳۹۸) در پژوهش خود در باره واکاوی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام این موانع را به شش دسته شامل موانع اقتصادی-سیاسی، تجربه کسب و کار، مهارتی، آموزشی، فرهنگی-اجتماعی و روان‌شناختی تقسیم کردند.

در پژوهش علی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) به منظور ارائه مدل توسعه کسب‌وکارهای خانگی در شهر تهران مبتنی بر رویکرد محله‌محوری به روش آمیخته، مدل کیفی توسعه کسب‌وکارهای خانگی در این شهر در شش بعد کسب‌وکار خانگی، فرهنگ‌سازی اشتغال زنان، تقویت فرهنگ کار، تقویت هویت محلی، رویکرد محله‌محوری در مدیریت شهری و توانمندسازی زنان ارائه شد. یافته‌های حاصل از تحلیل ابعاد، بیانگر آن بود که از بین ابعاد توانمندسازی زنان با میانگین ۰/۸۹ بیش‌ترین و فرهنگ‌سازی اشتغال زنان با میانگین ۰/۶۷ کمترین تأثیر را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی در شهر تهران داشت.

امیدی و چهارسوقی امین (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان نقش کسب‌وکارهای کوچک خانگی در کاهش فقر خانوارهای روستایی شهرستان مهران بین کارکردهای آزادی و استقلال عمل بیش‌تر کسب‌وکارهای خانگی، پایین بودن هزینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی، تناسب با ویژگی‌های جسمی افراد معلول و کم‌توان، موفقیت بیش‌تر جسمی افراد معلول و کم‌توان در انجام کسب‌وکار خانگی، تناسب با اقشار مختلف کسب‌وکارهای خانگی، عدم نیاز به مجوز کسب‌وکارهای خانگی و کاهش فقر خانوارهای روستایی رابطه مثبت و معناداری مشاهده کردند. همچنین کارکردهای تناسب با اقشار مختلف، پایین بودن هزینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی و عدم نیاز به مجوز کسب‌وکارهای خانگی، ۶۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته کاهش

فقر خانوارهای روستایی را تبیین نمود.

در پژوهشی با عنوان شناسایی پیش‌ران‌های مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی که توسط فلاح (۱۳۹۷) انجام شد از رویکردی آمیخته و پرسش‌نامه محقق‌ساخته برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کرد. در مرحله کیفی، جامعه آماری این پژوهش، خبرگان، استادان و کلیه افرادی بودند که در حوزه مشاغل خانگی فعالیت عملی یا پژوهشی داشتند و در مجموع ۱۲ نفر به روش نمونه‌گیری زنجیره‌ای انتخاب شدند. در مرحله کمی نیز جامعه آماری شامل کلیه افرادی بود که در کسب‌وکارهای خانگی روستایی با کمتر از ۹ نفر نیرو و حداقل دو سال سابقه فعالیت می‌کردند که از این بین ۴۳ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. نتایج نشان داد عواملی همچون فرهنگ‌سازی کارآفرینانه، ظرفیت‌سازی کارآفرینانه و توانمندسازی کارآفرینانه، مهم‌ترین پیش‌ران‌های توسعه کسب‌وکارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی هستند.

در پژوهش نادری‌مهدی و تیموری (۱۳۹۶) با هدف شناسایی راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان اراک ۳۶ نفر از صاحب‌نظران دانشگاهی و متولیان اجرایی حوزه اشتغال خانگی به شکل غیر تصادفی و هدفمند انتخاب شدند. نتایج حاکی از آن بود که خرده‌بعد «تقویت فرهنگ کارآفرینی» به عنوان راهکاری اجتماعی نهادی، رتبه اول را (با نمره ۱۰۰) به خود اختصاص داد و هم‌چنین خرده‌بعد «سیاست‌های حمایت در بازاریابی» نیز به عنوان راهکار اقتصادی حمایتی، رتبه اول را (با نمره ۸۰) به خود اختصاص داد و در نهایت در بررسی (شاخص اولویت) فرایند دلفی نیز خرده‌بعد «تقویت ساختارهای نهادی، رقابتی و محیطی» به عنوان راهکار اجتماعی نهادی، رتبه اول (با نمره ۸۷/۵۷) و خرده‌بعد «بهبود قوانین و رویه‌های کاری» (با نمره ۱۰۰) بالاترین اولویت را نسبت به دیگر خرده‌بعدها کسب کردند. نتایج پژوهش رحمانیان‌کوشکی و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان واکاوی موانع فراروی کارآفرینی خانگی در نواحی روستایی با تأکید بر اقتصاد مقاومتی و با استفاده از تحلیل عاملی نشان داد که متغیرها در شش عامل ضعف حمایتی، موانع اقتصادی، موانع فرهنگی و اجتماعی، ضعف دانشی و اطلاع‌رسانی، موانع خانوادگی و نبود قوانین مرتبط قرار گرفتند و مجموع این شش عامل ۷۰/۵۲۱ درصد از واریانس موانع فراروی کارآفرینی خانگی را تبیین کردند.

ناتان و همکاران^۱ (۲۰۱۹) در پژوهشی در باره عوامل مهم و تأثیرگذار بر پذیرش تجارت الکترونیک از طرف صاحبان کسب‌وکارهای خانگی در مالزی و سنگاپور نشان دادند که سطح دانش فناوری اطلاعات، درک ریسک و اعتماد به فضای برخط از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر پذیرش نوآوری‌های تجارت الکترونیک هستند. در نهایت توصیه می‌کنند که دولت‌ها باید از طریق کارگاه‌های آموزشی و دیگر روش‌های اطلاع‌رسانی به ترویج تجارت الکترونیک در میان اصحاب مشاغل خانگی کمک کنند.

از آنجا که کسب‌وکارهای خانگی و کوچک نیاز به منابع متنوع کمتر با ریسک‌پذیری و سرمایه‌گذاری کمتری دارند لازم است راه‌اندازی و توسعه این نوع کسب‌وکارها مورد توجه ویژه قرار گیرند. توسعه کسب‌وکارهای خانگی در بین افراد آسیب‌پذیر جامعه به لحاظ روانی و اجتماعی باعث افزایش رفاه ذهنی و عینی و بالا رفتن سطح زندگی آن‌ها می‌شود، هم‌چنین موجب افزایش اعتماد و سرمایه اجتماعی و گسترش روابط اجتماعی افراد آسیب‌پذیر می‌شود (مرادنژادی و واحدی، ۱۳۹۸)؛ بنابراین مشاغل خانگی اهمیت

بسیاری در رونق اقتصادی و کاهش بیکاری در جوامع مختلف داشته و لازم است دولت نسبت به توسعه این‌گونه کسب‌وکارها برنامه‌ریزی‌ها و راهبردهای بلندمدت، کوتاه‌مدت و میان‌مدت را ارائه نماید. انجام این پژوهش دقیقاً در راستای پرداختن به این راهبرد اساسی است که اشتغال در منزل با صرف هزینه‌های بسیار پایین می‌تواند بخشی از مشکلات اساسی دولت در حل کردن معضل بیکاری را برطرف نماید. با توجه به رقابت شدید جهانی، برنامه‌ریزی دقیق کسب‌وکار برای سودآوری، ضروری و اجتناب‌ناپذیر است و این بدان معناست که تمام قسمت‌های کسب‌وکار از جمله کسب‌وکار در منزل باید بهینه‌سازی و تقویت شده و این امر باعث تغییر در جزئیات الگوهای کسب‌وکار می‌شود.

با وجود اهمیت کسب‌وکار خانگی به‌ویژه در مناطق آسیب‌پذیر شهر همدان تاکنون تلاش علمی و منسجمی برای تبیین کسب‌وکارهای خانگی به عنوان یک الگو و مدل جدید اشتغال صورت نگرفته است. استان همدان یکی از استان‌هایی است که در آن قابلیت‌های فراوانی در زمینه‌های مختلف کشاورزی، صنعتی و خدماتی برای اشتغال‌زایی وجود دارد. به عنوان مثال صنایع دستی در استان از تنوع و ویژگی‌های منحصر به فردی برخوردار است که از جمله این ویژگی‌ها تعداد زیاد شاغلین این بخش، وجود مهم‌ترین کانون و کارگاه‌های مجتمع صنایع دستی (نظیر سفال لالچین)، وجود استعدادها و پتانسیل‌های بالا، نیروی کار جوان و ماهر، مواد اولیه ارزان و قابل‌دسترس و بالاخره شهرت و اعتبار جهانی را می‌توان نام برد. در سایر زمینه‌ها به‌ویژه گردشگری و بوم‌گردی، فرش، مبیل و منبت و طیفی از تولیدات باغی، کشاورزی و دامی نیز پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های زیادی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید در مناطق مختلف شهری و روستایی استان وجود دارد که می‌توانند در یک زنجیره هدفمند اقتصادی، معیشت و ارزش افزوده لازم را برای اقشار مختلف تأمین کنند. لذا این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- قابلیت‌های اشتغال و کارآفرینی خانگی در یک محله آسیب‌پذیر شهر همدان کدام‌اند؟
- موانع و مشکلات توسعه اشتغال و کارآفرینی در منزل برای زنان آسیب‌پذیر شهر همدان کدام‌اند؟
- چه راهکارهایی را در زمینه توسعه اشتغال و کارآفرینی در منزل متناسب با یک محله آسیب‌پذیر شهر همدان می‌توان تدوین کرد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر به صورت کیفی و از نوع نظریه‌برخاسته از داده‌ها (تئوری بنیانی) است که در آن برای گردآوری داده از روش‌های مصاحبه عمیق انفرادی و مشاهده مستقیم استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل بانوان جویای کار در یک محله آسیب‌پذیر شهر همدان (کوی محمدیه) و کارشناسان مرتبط با مشاغل خانگی و امور بانوان در شهرستان همدان بود. داده‌ها از طریق مصاحبه با بانوان خودسرپرست و مطلعین کلیدی در شهرستان همدان جمع‌آوری شد. با توجه به اصول پژوهش‌های کیفی تعداد ۱۹ نفر از کارشناسان مرتبط و ساکنین کوی محمدیه به صورت هدفمند و با شیوه گلوله‌برفی انتخاب شدند. تعداد نمونه‌ها بر اساس اصل اشباع داده‌ها تا زمانی که داده‌های گردآوری‌شده به اشباع نظری برسند تعیین شد.

چگونگی تحلیل داده‌ها برگرفته از رویکرد نظریه‌برخاسته از داده‌ها بر اساس سه روش کدگذاری باز، کدگذاری محوری تا رسیدن به مقوله‌ها یا مفاهیم مشترک و کدگذاری گزینشی صورت گرفت. در مرحله کدگذاری باز داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌های عمیق به صورت جزء به جزء و خط به خط جهت استخراج و شکل‌بندی مفاهیم اولیه مورد بررسی قرار گرفت به طوری که در انتهای این مرحله مجموعه‌ای از

مفاهیم، کلمات یا جملات به عنوان کدهای باز نام‌گذاری شدند. در مرحله دوم یعنی کدگذاری محوری، مفاهیمی که در قالب کدهای باز از نظر معنایی و مفهومی مشابهت و نزدیکی بیشتری داشتند در قالب مقوله‌های فرعی طبقه‌بندی شده سپس مقوله‌های فرعی تبدیل به مقوله‌های اصلی گردیدند. در کدگذاری گزینشی پدیده اصلی که همان مسئله اصلی پژوهش است (راهکارهای اشتغال و کارآفرینی در منزل در شهر همدان) به عنوان هسته در نظر گرفته شده است. سپس ارتباط بین کلیه مقوله‌های اصلی و فرعی حول محور مقوله هسته، مورد بررسی قرار گرفته و گزاره‌ها یا نظریه‌ها بر اساس خط سیر داستانی برخاسته از داده‌ها ترسیم شد. مشخصات مشارکت‌کنندگان در جدول زیر آمده است.

جدول ۱. مشخصات افراد مصاحبه‌شونده

| ردیف | سن | مدرک تحصیلی | مسئولیت | سابقه کار |
|------|----|-----------------------|--|-----------|
| ۱ | ۵۴ | کارشناسی ارشد | رئیس اداره کمیته امداد امام خمینی شهرستان همدان | ۲۵ |
| ۲ | ۳۴ | کارشناسی | کارشناس مسئول امور اجتماعی اداره بهزیستی شهرستان همدان | ۸ |
| ۳ | ۳۱ | کارشناسی | کارشناس دفتر زنان اداره بهزیستی شهرستان همدان | ۱۲ |
| ۴ | ۳۴ | کارشناسی | عضو هیأت امنای مسجد سیدالشهداء کوی محمدیه | ۶ |
| ۵ | ۵۳ | کارشناسی ارشد | عضو هیأت امنای مسجد سیدالشهداء کوی محمدیه | ۲۷ |
| ۶ | ۵۲ | کارشناسی | مسئول مرکز نیکوکاری و عضو شورای اجتماعی کوی محمدیه | ۱۴ |
| ۷ | ۳۶ | دکتری | معاون اجتماعی سازمان فرهنگی شهرداری همدان | ۱۲ |
| ۸ | ۵۱ | دکتری | استادیار دانشگاه | ۱۳ |
| ۹ | ۳۵ | دانشجوی کارشناسی ارشد | اداره جهاد کشاورزی شهرستان همدان | ۱۲ |
| ۱۰ | ۳۴ | کارشناسی ارشد | اداره جهاد کشاورزی شهرستان همدان | ۱۳ |
| ۱۱ | ۳۲ | کارشناسی ارشد | اداره جهاد کشاورزی شهرستان همدان | ۱۰ |
| ۱۲ | ۲۹ | دانشجوی دکتری | دانشجوی دانشگاه رازی | - |
| ۱۳ | ۳۱ | کارشناسی ارشد | مسئول آموزش و مربی آموزش سفال | ۱۳ |
| ۱۴ | ۵۱ | دانشجوی کارشناسی ارشد | سازمان جهاد کشاورزی استان همدان | ۱۵ |
| ۱۵ | ۳۹ | کارشناسی ارشد | معاون امور زنان استانداری همدان | ۱۳ |
| ۱۶ | ۳۷ | کارشناسی ارشد | مدیر دفتر امور بانوان استانداری همدان | ۱۲ |
| ۱۷ | ۲۲ | دیپلم | از ساکنین کوی محمدیه شهر همدان | ۲ |
| ۱۸ | ۳۸ | زیر دیپلم | از ساکنین کوی محمدیه شهر همدان | ۱ |
| ۱۹ | ۴۲ | زیر دیپلم | از ساکنین کوی محمدیه شهر همدان | ۱ |

نتایج و بحث

نتایج حاصل از تحلیل محتوای مشاغل خانگی مناسب برای زنان خودسرپرست

در این قسمت بعد از استخراج کدهای باز، در مرحله کدگذاری محوری، داده‌ها به طور دائمی با هم مقایسه شده و با چندین بار مطالعه و رفت و برگشت میان کدها و مفاهیم تا رسیدن به مقوله‌های مشترک، این کار ادامه یافت. طوری که حاصل این مقایسه‌ها و رفت و برگشت‌ها، رسیدن به مفاهیم مشابه و قرار دادن آن‌ها در یک طبقه یا مجموعه، تحت عنوان مقوله‌های فرعی بود. این روند تا رسیدن به مقوله‌های اصلی ادامه پیدا کرد. در این سؤال، تعداد ۳ مقوله اصلی (مشاغل مرتبط با صنایع دستی، مشاغل مرتبط با صنایع خوراکی و مشاغل مرتبط با خدمات) استخراج شدند. سه مقوله یاد شده در مجموع در بر گیرنده ۱۳ مقوله فرعی و ۹۹ کدباز بودند که در ادامه به شرح زیر بیان شده‌اند:

الف: مشاغل مرتبط با صنایع دستی: این مقوله در بر گیرنده ۴ مقوله فرعی از قبیل «فرش و رشته‌های مرتبط، دوزندگی و رشته‌های مرتبط، هنرهای دستی (مصنوعات چوب و سفالی) و طراحی» است و در مجموع ۳۴ کد باز را در بر دارد.

ب: مشاغل مرتبط با صنایع خوراکی: این مقوله در بر گیرنده ۵ مقوله فرعی از قبیل «تهیه مواد اولیه آشپزی و خوراکی در منزل، تهیه مواد لبنی در منزل، فراوری و بسته‌بندی ادویه‌جات در منزل، فراوری و بسته‌بندی تنقلات و موارد مشابه در منزل و تهیه غذا و رشته‌های مرتبط در منزل» است و در مجموع ۵۰ کد باز را در بر دارد.

ج: مشاغل مرتبط با خدمات: مقوله مذکور، دارای ۴ مقوله فرعی با نام «خدمات پرستاری در منزل، آموزش در منزل، خدمات در منزل و بازاریابی» را در بر دارد که این مقوله فرعی نیز در بر گیرنده ۱۵ کد باز است. نتایج این بخش نشان داد بر حسب توانمندی زنان محله محمدیه که هم زنان بی‌سواد و کم‌سواد و هم زنان باسواد را شامل می‌گردد، می‌توان مشاغلی را تعریف کرد که به راحتی بتوان آن‌ها را به عنوان منبع درآمد ثابت و مورد قبول این قشر، پیشنهاد داد. در این محله ۷۰ خانوار بدسرپرست و یا خودسرپرست وجود دارد (شناسایی شده‌اند) و سطح مهارت‌ها، دانش و سواد متفاوتی دارند و لذا می‌توان بر اساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های بررسی شده، مشاغل متناسبی را پیشنهاد داد. با توجه به اینکه این محله قبلاً بافت روستایی داشته است، لذا زنان این محله، برخی امور و فعالیت‌ها را می‌توانند بدون نیاز به آموزش، انجام دهند. از جمله این اقدامات می‌توان به تهیه لبنیات خانگی، دوزندگی‌های ساده، بسته‌بندی و فراوری مواد خوراکی و ادویه‌جات را نام برد. این فعالیت‌ها نیاز به سرمایه آن‌چنان زیادی نداشته و تمام زنان به راحتی می‌توانند از عهده آن برآیند. همچنین با توجه به اینکه عمدتاً افراد شناسایی شده، زنان متأهل و دارای فرزند هستند، لذا ویژگی عمده کارهای پیشنهاد شده باید به گونه‌ای باشد که تمام وقت زنان را به خود اختصاص ندهد و از سویی دیگر بتواند با امکانات منزل و همراهی افراد خانواده صورت گیرد.

جدول ۲. مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای باز در باره مشاغل خانگی مناسب خانوارهای خودسرپرست

| تعداد | مقوله اصلی | مقوله فرعی | کدهای باز |
|-------|-----------------------------|--|---|
| ۳ | | فرش‌بافی | قالی‌بافی، حصیربافی، گلیم‌بافی، |
| | | دوزندگی و رشته‌های مرتبط در منزل | نمد دوز مدرن، سازنده انواع کیف و کمر بند نیمه صنعتی، دوزنده کیف موبایل (دوزنده کیف و ساک)، لیف سازی، تهیه و دوخت کیف‌های چرم، تهیه و دوخت کارت‌های بانکی چرم، تهیه و دوخت جای موبایل، دستگیره‌دوزی، ملحفه‌دوزی، تشک‌دوزی، عروسک‌بافی، چادردوزی |
| ۱۲ | | | |
| | مشاغل مرتبط با صنایع دستی | صنایع چوب و سفال | تهیه سفال و سرامیک مدرن، مجسمه‌سازی، سازنده مجسمه‌های چوبی، میناکاری، سیاه‌قلم کاری، منبت و مقعرکاری، تهیه تابلوهای منبت کاری شده، تهیه دکوراسیون مقعرکاری شده، تهیه وسایل آشپزخانه چوبی، دکوراسیون چوبی منزل |
| ۱۰ | | | |
| | | طراحی | خوشنویسی، طراحی و ساخت عروسک نمایشی، طراحی و ساخت ماسک نمایشی و تزئینی، طراحی و ساخت ابزار و ادوات تعزیه، طراحی دکوراسیون داخلی، طراحی سیاه‌قلم، طراحی و ساخت و بافت ریش و سبیل و کلاه‌گیس مصنوعی، طراحی و دوخت مقنعه و روسری، طراحی و ساخت مانکن |
| ۹ | | | |
| | مشاغل مرتبط با صنایع خوراکی | تهیه مواد اولیه آشپزی و خوراکی در منزل | تهیه‌کننده بلغور، برشته‌ساز و بسته‌بندی کردن آجیل سویا، تهیه مغز تخمه‌ها، تهیه ذرت بو داده، تهیه‌کننده انواع نان محلی و کلوچه، تهیه نبات، تولیدکننده رشته آش، تهیه نخودچی، تولید شیره انگور، برشته کردن گندم برای تنقلات، تهیه پفیلا، تهیه ذرت مکزیکی، تهیه موسیر و سیر برای رستوران‌ها و منازل، تولید سمنو، تولید انواع حلوا سنتی، تهیه آش‌های سنتی و محلی، تهیه غذاهای محلی |
| ۱۷ | | | |
| | | تهیه مواد لبنی در منزل | تهیه ماست خانگی، تهیه کره محلی، تهیه روغن حیوانی، تهیه مواد اولیه ماست خانگی، تهیه دوغ محلی، تهیه کشک محلی |
| ۶ | | | |

ادامه جدول ۲. مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای باز در باره مشاغل خانگی مناسب خانوارهای خودسرپرست

| تعداد | کدهای باز | مقوله فرعی | مقوله اصلی |
|-------|---|---|-----------------------------|
| ۸ | بسته‌بند ادویه‌جات آسیاب نشده، بسته‌بند محصولاتی نظیر لیمو عمانی، بسته‌بند شکر سفید، فرآوری‌کننده (خرد کردن) و بسته‌بند قند، فرآوری‌کننده محصول زعفران (جمع‌آوری، پاک کردن، خشک کردن، درجه‌بندی و بسته‌بندی)، بسته‌بند زرشک، فرآوری‌کننده و بسته‌بند انواع غلات و خشکبار، فرآوری‌کننده و بسته‌بند سبزیجات (پاک کردن و خشک کردن). | فرآوری و بسته‌بندی ادویه‌جات در منزل | |
| ۱۰ | تولیدکننده و بسته‌بند کودهای ارگانیک، تولید چیپس میوه (تولید میوه خشک)، فرآوری‌کننده (پاک کردن و خشک کردن) و بسته‌بندی میوه‌جات، فرآوری‌کننده و بسته‌بند انواع جوانه‌ها (گندم، ماش و عدس)، فرآوری‌کننده (پاک کردن) و بسته‌بند انواع دانه‌های روغنی، آماده‌ساز و بسته‌بند فرآورده‌های کنجد نظیر ارده، حلوا ارده و سایر محصولات سنتی، کشمش پاک‌کن و بسته‌بندی، تولیدکننده و بسته‌بند قره‌قروت، تولیدکننده و بسته‌بند نقل و آب‌نبات. | فرآوری و بسته‌بندی تنقلات و موارد مشابه در منزل | مشاغل مرتبط با صنایع خوراکی |
| ۹ | تهیه ترشیجات، تهیه مربا، تهیه پیازداغ، تهیه ژله، تهیه دسر، پرورش قارچ، تهیه سمنو و وسایل عید، کشت سبزیجات در باغچه، شکستن گردو و مغز کردن آن‌ها. | تهیه غذا و رشته‌های مرتبط در منزل | |
| ۴ | پرستاری از بزرگسالان، پرستاری از افراد ناتوان در منزل، انجام خدمات نظافت منازل، پرستاری از کودک. | خدمات پرستاری در منزل | |
| ۳ | معلم خصوصی دانش آموزان، تدریس خصوصی قرآن در منزل، تدریس کلاس‌های آموزشی و مهارتی برای زنان در منزل. | آموزش در منزل | مشاغل مرتبط با خدمات |
| ۵ | تعمیرات لامپ و تعمیرات LED در منزل، آرایشگری در منزل، خیاطی در منزل، تولید سیم ظرف‌شویی، تولید جعبه‌های مقوایی تزئینی و کادویی. | خدمات در منزل | |
| ۳ | بازاریابی محصولات به صورت اینترنتی، مدیریت وبسایت‌های تبلیغاتی برای تبلیغ و فروش محصولات. | بازاریابی محصولات | |

نتایج حاصل از تحلیل محتوای موانع توسعه مشاغل خانگی برای زنان خودسرپرست

در این قسمت، سؤال دوم پژوهش نیز تحلیل شد. دومین سؤال بدین گونه پرسیده شد: «موانع پیش روی توسعه مشاغل خانگی برای زنان خودسرپرست و یا بدسرپرست در کوی محمدیه کدام‌اند؟» در این بخش همانند بخش قبلی، متن مصاحبه‌ها در باره سؤال اول پژوهش پیاده‌سازی شد. در مجموع ۳۲ کد باز حاصل شد. در این قسمت تعداد ۴ مقوله اصلی (مقوله موانع روان‌شناختی - خانوادگی، موانع فرهنگی، موانع مالی - حمایتی، موانع آموزشی و موانع بازاریابی) و ۷ مقوله فرعی استخراج شدند. در ادامه این موانع به شرح زیر بیان شده‌اند:

الف: موانع روان‌شناختی - خانوادگی: این مقوله در بر گیرنده «موانع شخصیتی فردی و موانع خانوادگی» است. این مقوله به عنوان یکی از مهم‌ترین موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی برای زنان به‌شمار می‌رود زیرا مشکلات فرهنگی، فردی و خانوادگی را در بر دارد.

بنابراین برنامه‌های مد نظر برای زنان خودسرپرست که از آسیب‌پذیرترین اقشار هم هستند باید از تقویت اعتماد به‌نفس زنان و بسترسازی برای نفی زن‌ستیزی زنان از سوی مردان خانوار و حتی جامعه شروع شود و سپس به سمت امور اقتصادی و فراهم نمودن امکانات لازم برای تهیه شغل گام برداشته شود. گام اول در توانمندسازی باید بازگرداندن اعتماد به‌نفس و هویت و مهارت‌های کلامی و ارتباطی زنان باشد. زنان باید باور داشته باشند که یک زن خودسرپرست هم مدیر منزل است، هم نان‌آور و هم باید در جامعه حضور فعال داشته باشد و لذا می‌طلبد دامنه مهارت‌های ایشان بیشتر شود. باید مدیریت خانواده و فرزندپروری را در آن‌ها تقویت کرد. باید تدابیری اندیشیده شود که خود آن‌ها به این نتیجه برسند که مشارکت در برنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌ها اهمیت دارد و نباید احساس ضعف کنند.

ب: موانع فرهنگی: عوامل فرهنگی در همه جوامع به عنوان یک عامل تأثیرگذار در شکل‌گیری پدیده‌های اجتماعی شناخته شده‌اند. عوامل فرهنگی بر روابط انسانی حاکم بر جوامع، وضع قوانین، نگرش افراد در زمینه شیوه زندگی و شخصیت افراد تأثیرگذار است. اشتغال زنان به عنوان یک پدیده اجتماعی و به عنوان یک متغیر وابسته به طور جدی تحت تأثیر عوامل فرهنگی است.

ج: موانع مالی - حمایتی: هر چند مشاغل خانگی سابقه‌ای طولانی در کشور ما دارد؛ ولی از سال ۸۹ این مشاغل با تصویب قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، جنبه رسمی به خود گرفت. در این قانون، دولت موظف است که مشاغل خانگی را ساماندهی و حمایت کند، به صورتی که زمینه اشتغال برای متقاضیان آن فراهم شود. این ضوابط حمایتی در زمینه مالیات، تأمین وام قرض‌الحسنه، حق بیمه خویش‌فرما (سهام دولت فقط دو درصد است)، تعرفه مصرف آب، برق و سوخت مصرفی باید از محل بودجه سنواتی لحاظ می‌شود. بدون شک توجه بیشتر به این موضوع سبب می‌شود تا زنان وارد چرخه تولید شده و بتوانند سهم بیشتری در بهبود معیشت خانوار ایفا کنند. طرح ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی یکی از برنامه‌های دولت در راستای اشتغال‌زایی به‌ویژه برای زنان تلقی می‌شد (تقی‌بیگی، ۱۳۹۰). با توجه به اینکه توسعه مشاغل خانگی زنان مستلزم تأمین منابع مالی و نیز حمایت‌های خانواده خواهد بود، لذا «توسعه وام‌های خانگی برای بهره‌مند شدن زنان در راستای ایجاد کسب‌وکار» بدون تردید در این راستا می‌تواند مؤثر واقع شود و در واقع قبل از انجام هرگونه برنامه باید به پشتوانه مالی آن توجه نمود. نهادها، ارگان‌ها و یا خیرین‌ی که قصد دارند حامی مالی این برنامه باشند، مشخص شوند و تا انتهای کار باید به طور ثابت در راستای هدف، اقدامات مشخص شده خود را به سرانجام برسانند.

د: موانع آموزشی: مورد مهم بعدی آموزش، (زمان و مکان کلاس‌های آموزشی) است. بدون تردید ابتدا باید آموزش‌های مد نظر هم‌سو و هماهنگ با علاقه، ظرفیت و توان زنان مخاطب باشد. نتایج و تجربیات نشان داده‌اند که این‌گونه آموزش‌ها بدون تردید مورد استقبال بسیار خوبی قرار خواهند گرفت و می‌توان به نتیجه آن بسیار امیدوار بود.

ه: موانع بازاریابی: از سوی دیگر، به موازات آموزش‌های داده‌شده، باید به بازاریابی محصولات تولید شده توجه اساسی شود. در غیر این صورت هر آنچه هزینه مالی و زمانی صرف تولید محصول در منزل شود مثمر نخواهند بود.

جدول ۳. مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای باز در باره موانع مشاغل خانگی بانوان خودسرپرست

| تعداد | کدباز | مقوله فرعی | مقوله اصلی |
|-------|---|-----------------------------------|------------------------------|
| ۶ | عدم روحیه کار تیمی و گروهی، عدم توانایی در برقراری ارتباط با سایر زنان، عدم توانایی‌های مورد نیاز برای شروع کار، عدم میل به ایجاد تحول در دانسته‌های شخصی برای شروع کار، اعتماد به نفس پایین فرد، عدم خودباوری فرد. | موانع شخصیتی فردی | موانع روان‌شناختی - خانوادگی |
| ۷ | نگرش منفی خانواده به کار کردن دختران و زنان، سخت‌گیری در انتخاب کار زنان و دختران خانواده و اعمال محدودیت‌هایی در این باره، عدم استقبال همسران و آقایان خانواده از تداوم کار زنان، زیاد بودن فعالیت‌های بچه‌داری، زیاد بودن فعالیت‌های مدیریت منزل، نداشتن وقت آزاد برای انتخاب کار، زشت دانستن فعالیت‌های خارج از منزل برای زنان و دختران خانواده از سوی بزرگان و مردان خانواده. | موانع خانوادگی | |
| ۴ | عدم توانایی نهادهای مرتبط در شناسایی دقیق زنان خود یا بدسرپرست، عدم همکاری زنان و دختران نیازمند به نهادهای مرتبط، تصورات منفی در مورد همکاری با نهادهای مرتبط، وجود نگاه‌های ترحم‌آمیز جامعه به زنان و دختران خود یا بدسرپرست. | نگرش منفی به زنان خود یا بدسرپرست | موانع فرهنگی |
| ۳ | انعطاف‌ناپذیری زنان در برخی مشاغل، دستمزدهای بسیار اندک برای زنان در شرایط برابر با آقایان، نبود تفکر جمعی در جامعه هدف. | هنجارهای اشتباه جامعه | |

ادامه جدول ۳. مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای باز در باره موانع مشاغل خانگی بانوان خودسرپرست

| تعداد | کد باز | مقوله فرعی | مقوله اصلی |
|-------|--------|--|--------------------|
| ۴ | | موانع مالی | موانع مالی- حمایتی |
| | | همکاری ناتمام برخی نهادهای مرتبط برای ایجاد مشاغل مورد نیاز زنان خود یا بدسرپرست، عدم تأمین هزینه‌های مورد نیاز برای ایجاد شغل جدید، گران بودن وسایل و ادوات مورد نیاز برای ایجاد یک کار جدید، عدم وجود برنامه حمایتی دولت در مراحل بعد از راه‌اندازی مشاغل خانگی. | |
| ۴ | | موانع آموزشی | موانع آموزشی |
| | | مناسب نبودن زمان برگزاری کلاس‌ها، دور بودن مکان برگزاری کلاس‌های آموزشی، طولانی بودن زمان برگزاری کلاس‌های آموزشی، نیازسنجی نکردن برای یاددهی مهارت‌های مورد نیاز جامعه مخاطب. | |
| ۴ | | موانع بازاریابی | موانع بازاریابی |
| | | عدم وجود بازار ثابت برای فروش محصولات، نداشتن ارتباط و همکاری مداوم بین نهادهای مرتبط برای ایجاد بازارهای فروش، وجود دلال‌ها و واسطه‌ها برای فروش محصولات، کوچک بودن بازارهای محلی و عدم دسترسی به بازارهای مناسب برای فروش محصولات. | |

نتایج تحلیل راهکارهای توسعه مشاغل خانگی برای زنان خودسرپرست

در این سؤال، تعداد ۴ مقوله اصلی (مقوله فرهنگ‌سازی و توانمندسازی، حمایت‌های مالی، تبلیغات و بازاریابی، حمایت‌های آموزشی) استخراج شدند. دو مقوله مذکور در مجموع در برگیرنده ۷ مقوله فرعی و ۳۷ کد باز بودند که در ادامه به شرح زیر بیان شده‌اند:

الف: راهکار فرهنگ‌سازی و توانمندسازی: همان‌گونه که در قسمت قبلی مشخص شد یکی از موانع اشتغال و یا تداوم اشتغال زنان محله محمدیه، وجود هنجارهای اشتباه خانواده و جامعه و حتی وجود برخی ویژگی‌های منفی زنان خودسرپرست است. در این راستا باید ابتدا در راستای کاهش و یا حذف موانع، راهکارهایی ارائه داد که در این مقوله توانمندسازی و فرهنگ‌سازی برای اشتغال زنان مهم‌ترین راهکارها بودند. توانمندسازی از جایی آغاز می‌شود که بی‌قدرت‌ترین افراد یعنی افراد فقیر و حاشیه‌ای مثل زنان جای دارند و باعث می‌شود آن‌ها از بیرون فرایند توسعه به درون آن آورده شوند به طوری که قدرت رویارویی با دشواری‌ها را داشته باشند، از توانایی و قابلیت نیل به هدف‌های خویش برخوردار باشند و بتوانند با افزایش توانمندی خویش به هدف‌های مورد نظر برسند. رویکرد توانمندسازی زنان برخاسته از طرح موضوعاتی همچون توسعه انسانی و عدالت جنسیتی است و از طریق مفاهیمی نظیر انتخاب، قدرت کنترل بر زندگی خود و منابع، توانایی تصمیم‌گیری و دارا بودن مهارت‌های زندگی تبیین و تعریف می‌شود و موجب احساس استقلال و اعتماد به نفس بیشتر آن‌ها می‌شود.

ب: راهکار حمایت مالی: مروری بر قسمت قبلی به خوبی نشان می‌دهد که زنان محله محمدیه برای شروع کار، تداوم و حتی تأمین مالی کار مورد نظر با مشکلات فراوانی مواجه‌اند. لذا راهکارهای بیان شده نیز تا حد ممکن در این راستا بوده است. از مهم‌ترین راهکارهای این مقوله، تأمین مالی مشاغل است. منابع مالی سنگ بنای اصلی ایجاد هر شغلی هستند. در این محله با توجه به اینکه زنان خودسرپرست و یا بدسرپرست، جامعه مخاطب ما هستند در این باره، ابتدا جامعه‌ی هدف باید شناسایی شود که عمدتاً توسط نهادهای بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) صورت می‌گیرد. زنان خودسرپرست و یا بدسرپرست توانایی مالی بسیار محدودی دارند و این منابع عموماً باید از نهادهای مرتبط تأمین گردد. تشویق زنان برای ایجاد وام‌های خانگی و یا تأمین اعتبار از نهادهای دولتی از دیگر راهکارهای تأمین مالی و اقتصادی این مشاغل خواهد بود. بنابراین پرداخت وام از سوی واحدهای اعتباری در جهت گسترش مشاغل کوچک و خانگی، یکی از راه‌های کمک به اقشار فقیر است. برای پرداخت وام به این مشاغل به واحدهایی نیاز است که به نظام بانکی و صندوق‌های

قرض‌الحسنه شباهتی ندارند؛ زیرا بخشی از سرمایه صندوق با مشارکت وام‌گیرندگان و بخش دیگر آن نیز از سوی دولت تأمین می‌شود و همچنین توزیع آن با تصمیم‌گیری صاحبان سرمایه انجام می‌شود. ج: تبلیغ و بازاریابی: برای بهبود وضعیت مشاغل خانگی در کوی محمدیه نیاز به تبلیغ و بازاریابی است. بازاریابی و تبلیغ از مؤلفه‌های مهم در بخش راهکارهای ایجاد اشتغال خانگی هستند. یکی از نکات مهم در سهولت تبلیغات و بازاریابی استفاده از اینترنت و فضای مجازی است. امروزه اینترنت فضایی را فراهم کرده است که نمی‌توان به آن به چشم تنها یک سرگرمی نگاه کرد بلکه فرصت ارزشمندی است که می‌توان از آن درآمدزایی داشت و اشتغال ایجاد کرد. بدون تردید با توسعه این زیرساخت‌ها و آشنا کردن صاحبان مشاغل خانگی با چگونگی استفاده از فرصت‌های تولید و بازاریابی در این دنیای مجازی، می‌توان به تداوم و سودآوری مشاغل امید داشت. از سوی دیگر باید به موازات تأمین مالی، به بازاریابی تولیدات و محصولات اندیشید. تولیدکنندگان محصولات خانگی باید بدانند که مشتریان و بازار هدفشان چه کسانی هستند. ایجاد روابط با مشتری عاملی مهم در یک کسب‌وکار است. محصولات و خدمات فروخته شده باید توسط کانال‌های توزیع ایجاد شده به وسیله شرکت به دست مشتریان برسند. در واقع بازاریابی، فروش و تبلیغات حلقه‌هایی هستند که باید هم‌زمان به توسعه آن‌ها توجه شود.

جدول ۴. مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای باز در باره راهکارهای توسعه مشاغل خانگی بانوان خودسرپرست

| تعداد | کدباز | مقوله اصلی | مقوله فرعی |
|-------|--|--------------------------|----------------------------|
| ۷ | تغییر نگاه مردان برای اشتغال زنان در جامعه، مقابله با زن‌ستیزی در جامعه، فراهم کردن بستری برای پررنگ کردن حضور زنان در جامعه، برگزاری دوره‌های آموزشی برای خانواده‌ها در راستای بیان فواید و ضرورت حضور زنان شاغل در جامعه، فرهنگ‌سازی در حوضه مشاغل خانگی، ترویج فرهنگ مصرف تولیدات خانگی، فعالیت مداوم تعاونی‌ها برای ترویج کسب‌وکار آسان و پرسود. | فرهنگ‌سازی و توانمندسازی | فرهنگ‌سازی در اشتغال خانگی |
| ۷ | تقویت مهارت‌های زندگی زنان، تقویت مهارت‌های مدیریتی زنان، تقویت ارتباطات زنان (افزایش شبکه‌های ارتباطی بین زنان)، افزایش اعتماد به نفس زنان، افزایش خودباوری زنان، افزایش حس ارزشمندی زنان، برگزاری کلاس‌های روان‌شناسی و مشاوره مداوم به زنان و خانواده آن‌ها. | توانمندسازی | توانمندسازی |
| ۲ | ترغیب زنان برای تشکیل گروه‌های محلی و جمع‌آوری سرمایه کار با وام خانگی، ارائه مشاوره برای نحوه هزینه‌کرد وام‌های افراد تحت پوشش. | حمایت‌های مالی | تأمین اولیه راه‌اندازی شغل |
| ۴ | افزایش لینک‌های ارتباطی با نهادهای مرتبط، استفاده از ظرفیت‌های محله برای ایجاد اشتغال، استفاده از امکانات محله برای کارگاه و مکان‌های مورد نیاز شغل جدید، قراردادهای همکاری با نهادهای مرتبط با کار. | تأمین مالی | تداوم شغل |
| ۶ | برگزاری کلاس‌ها در زمان‌های مناسب و کم‌بار برای زنان، برگزاری کلاس‌ها با مربی ماهر، ظرفیت‌سنجی زنان برای یاددهی مهارت‌های مورد نیاز، نظارت بر آموزش‌های ارائه شده، برگزاری کلاس‌ها بدون محدودیت سنی، برگزاری کلاس‌ها با مشوق‌های خاص برای تشویق به یادگیری زنان. | حمایت‌های آموزشی | آموزش مهارت‌های لازم |
| ۷ | ظرفیت‌سنجی از بازار شهر برای تولید محصولات مورد نیاز و پرکاربرد، ترغیب زنان برای شبکه‌سازی و تعاملات با همدیگر برای فروش محصولات، تعاملات با سایر تولیدکنندگان برای افزایش دامنه فروش، ایجاد شبکه ارتباط کاری، برگزاری جشنواره، ایجاد پشتیبان و عامل توسعه، ایجاد تشکیلات منسجم. | تبلیغ و بازاریابی | شبکه‌سازی و تبلیغات |
| ۴ | استفاده از فضای مجازی برای تبلیغات، استفاده از ظرفیت‌های شهرستان‌های مجاور با افزایش دامنه تبلیغات اینترنتی، آشنا نمودن افراد با شیوه‌های تبلیغی، تقویت جایگاه خاص و دائم برای مشاغل خانگی. | بازاریابی | بازاریابی |

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از مباحث اساسی در زمینه توسعه، میزان بهره‌گیری درست و منطقی از توانایی‌ها و استعداد‌های نیروی انسانی هر جامعه است. بر این پایه، شغل یا اشتغال یکی از موضوعات مورد توجه علوم اجتماعی است که مباحث زیادی را به خود اختصاص داده است. نقش اشتغال در پویایی زندگی انسان انکارناپذیر است و می‌توان آن را کانون ارتباطات انسانی و اجتماعی تلقی نمود. در جهت این پویایی، بی‌تردید زنان، به عنوان نیمی از جمعیت، تأثیر مستقیمی در توسعه جامعه دارند زیرا هدف هر جامعه‌ای، به حداکثر رساندن رفاه اجتماعی است و رفاه اجتماعی تابعی از درآمد سرانه، توزیع عادلانه‌ی درآمد، بهبود سطح امکانات آموزشی، بهداشتی، رفاهی و میزان مشارکت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی مردان و زنان است. در جامعه‌ای که مشارکت زنان در زمینه اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی بیشتر باشد، رفاه اجتماعی نیز بیشتر خواهد بود، زیرا مشارکت زنان در بازار کار، موجب کاهش نرخ باروری، افزایش سطح تولید، افزایش درآمد سرانه و در نتیجه سبب افزایش رفاه اجتماعی کل جامعه می‌شود.

نتایج نوشتار پیش رو نشان داد حمایت‌های خانواده، تبلیغ و بازاریابی و تأمین منابع مالی توسط دولت سه مقوله اساسی و مهم برای بهبود وضعیت مشاغل خانگی در کوی محمدیه شهر همدان است. بازاریابی و تبلیغ، از مؤلفه‌های مهم در بخش راهکارهای ایجاد اشتغال خانگی هستند. یکی از نکات مهم برای تسهیل تبلیغات و بازاریابی استفاده از اینترنت و فضای مجازی است. سایر مواردی که بر اساس نتایج پژوهش باید در این زمینه مورد توجه قرار گیرند عبارت‌اند از: ظرفیت‌سنجی از بازار شهر برای تولید محصولات مورد نیاز و پُرکاربرد، برگزاری نمایشگاه‌های دائمی و فصلی (ملی، منطقه‌ای و محلی) برای محصولات زنان سرپرست خانواده و افراد آسیب دیده، اعطای کمک‌های بلاعوض به زنان سرپرست خانوار جهت راه‌اندازی مشاغل خانگی، تأسیس صندوق ویژه اشتغال زنان سرپرست خانوار، شکل‌گیری و فعال شدن تعاونی‌های خانوادگی، حمایت رسانه‌ها، فضای مجازی و خیرین در زمینه بازاریابی و فروش محصولات. با توجه به اینکه توسعه مشاغل خانگی زنان مستلزم تأمین منابع مالی و نیز حمایت‌های خانواده خواهد بود، لذا «توسعه وام‌های خانگی برای بهره‌مند شدن زنان در راستای ایجاد کسب‌وکار» بدون تردید می‌تواند مؤثر واقع گردد و در واقع قبل از انجام هرگونه برنامه باید به پشتوانه مالی آن توجه نمود، نهادها، ارگان‌ها و یا خیرینی که قصد دارند حامی مالی این برنامه باشند، مشخص شوند و تا انتهای کار باید به طور ثابت در راستای هدف، اقدامات مشخص شده خود را به سرانجام رسانند.

با توجه به اینکه آموزش و برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت و کاریابی سهم قابل توجهی در توسعه مشاغل خانگی در محله مورد مطالعه داشته است. بنابراین موارد زیر پیشنهاد می‌شود: برگزاری کلاس‌های آموزشی مهارت‌های کاریابی و اشتغال در منزل، ارائه خدمات مشاوره‌ای رایگان جهت اشتغال در منزل برای زنان سرپرست خانوار، ایجاد بانک اطلاعاتی جامع از زنان سرپرست خانوار در شهر همدان، برگزاری دوره‌های مهارت‌آموزی توسط سازمان‌های مختلف از جمله سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، برگزاری کلاس‌های روان‌شناسی و مشاوره مداوم به زنان و خانواده آن‌ها، آموزش مهارت‌های خلاقیت کسب‌وکار به زنان سرپرست خانوار. یکی دیگر از راهکارهای ایجاد و توسعه مشاغل خانگی حمایت‌های قانونی و حقوقی از تشکیل این مشاغل به‌ویژه از طریق معافیت مالیاتی برای شرکت‌هایی که از زنان سرپرست خانوار استفاده کنند و کاهش نابرابری دستمزدی بین زنان و مردان سرپرست خانوار در مشاغل یکسان است.

برنامه‌های مد نظر برای زنان خودسرپرست که از آسیب‌پذیرترین اقشار هم هستند باید از تقویت اعتماد به‌نفس زنان و بسترسازی برای نفی زن‌ستیزی زنان از سوی مردان خانوار و حتی جامعه شروع شود و سپس به سمت امور اقتصادی و فراهم نمودن امکانات لازم برای تهیه شغل گام برداشته شود. گام اول در توانمندسازی باید بازگرداندن اعتماد به‌نفس و هویت و مهارت‌های کلامی و ارتباطی زنان باشد. زنان باید باور داشته باشند که یک زن خودسرپرست هم مدیر منزل است، هم نان‌آور و هم باید در جامعه حضور فعال داشته باشد و لذا می‌طلبد دامنه مهارت‌های ایشان بیشتر گردد. باید مدیریت خانواده و فرزند پروری را در آن‌ها تقویت کرد. باید تدابیری اندیشیده گردد که خود آن‌ها به این نتیجه برسند که مشارکت در برنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌ها اهمیت دارد و نباید احساس ضعف کنند.

سیاسگزاری

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که با کمک‌ها و حمایت مالی معاونت اقتصادی استانداری همدان انجام گرفته است. نویسندگان لازم می‌دانند که مراتب سپاس و قدردانی خود را از مسئولین مربوطه به‌ویژه دفتر امور بانوان استانداری ابراز نمایند.

منابع

- امیدی، سجاد؛ چهارسوقی، امین (۱۳۹۷). نقش کسب‌وکارهای کوچک خانگی در کاهش فقر خانوارهای روستایی شهر مهران. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۷ (۱)، ۱۸۱-۱۶۷.
- امیری، صبا؛ نادری، نادر؛ محمدی‌فر، یوسف (۱۳۹۸). مفهوم‌پردازی چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی در روستاهای استان کرمانشاه. *پژوهش‌های روستایی*، ۱۰ (۲)، ۱۸۵-۱۷۲. doi: 10.22059/JRUR.2019.276528.1333
- انتظاریان، ناهید؛ طهماسبی، طاهره (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران. *ماهنامه کار و جامعه*، ۲۷ (۱)، ۹۸-۷۸.
- پرجمی، داود؛ جلالی، فاطمه (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی کسب‌وکارهای خانگی در راستای تحقق سیاست‌های کلی اشتغال. *نشریه سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۷ (۲)، ۱۸۵-۱۶۵. doi: 10.32598/JMSP.7.2.164
- تقی‌بیگی، معصومه؛ آگهی، حسین؛ میرک‌زاده، علی‌اصغر (۱۳۹۳). بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب. *پژوهش‌های روستایی*، ۵ (۲)، ۳۱۰-۲۸۳. doi: 10.22059/jrur.2014.52472
- رامبد، املیا؛ مختارپور، مهدی (۱۳۹۹). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر اشتغال زنان بر توسعه اجتماعی ایران (مطالعه موردی: زنان صاحبان مشاغل خانگی در مناطق ۱۶ و ۱۹ تهران). *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۲ (۳)، ۱۵۸-۱۳۳.
- رحمانیان کوشکی، مهدی؛ زارعی، یعقوب؛ استعلاجی، علیرضا (۱۳۹۶). واکاوی موانع فراروی کارآفرینی خانگی در نواحی روستایی با تأکید بر اقتصاد مقاومتی از دیدگاه دانشجویان جهادگر بسیجی به مناطق محروم (مطالعه موردی: دهستان کامفیروز، شهرستان مرودشت). *برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۲ (۲)، ۲۴۹-۲۶۵.
- شاهرخی ساردو، صالح؛ شریف‌زاده، مریم (۱۴۰۱). پدیدارشناسی چالش‌های توسعه کارآفرینی روستایی از دیدگاه کارآفرینان پیشرو در بخش مرکزی شهرستان جیرفت. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۱ (۱)، ۳۴-۱۹. doi: 10.22126/eme.2023.2457
- علی‌پور، شهرام؛ هاشمی، سید محمود؛ عامری شهبابی، محسن (۱۳۹۸). ارائه مدل توسعه کسب‌وکارهای خانگی در شهر تهران مبتنی بر رویکرد محله محوری. *نشریه مدیریت کسب‌وکار*، ۴۴ (۴)، ۳۶۴-۳۴۳. dor: 20.1001.1.22520104.1398.11.44.17.3

فلاح، محمدرضا (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۸ (۳)، ۱۴۰-۱۱۹. doi: 10.22108/nmrj.2018.108568.1539

میراندزادی، همایون؛ واحدی، مرجان (۱۳۹۸). واکاوی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام. *تحقیقات اقتصاد کشاورزی*، ۱۲ (۳)، ۳۱۸-۳۰۳. doi: 20.1001.1.20086407.1398.11.43.15.4

موحدی، رضا؛ حاجی هاشمی، زهرا؛ شهیدی، نوشین (۱۳۹۸). عوامل اثرگذار بر کارآمدی پروژه‌های توانمندسازی زنان روستایی، مورد: تعاونی‌های خرد اعتباری در استان اصفهان. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۸ (۱)، ۱۸۲-۱۶۱.

میرلطفی، محمودرضا؛ علوی‌زاده، امیرمحمد؛ بدخش، یوسف (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی. *پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۳ (۵)، ۱۲-۱.

نادری‌مهیدی، کریم؛ تیموری، زهرا (۱۳۹۶). شناسایی راهکارهای توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان اراک. *توسعه محلی (روستایی - شهری)*، ۹ (۲)، ۳۲۴-۳۰۷. doi: 10.22059/jrd.2017.67456

نجفی، بهمن؛ صفا، لیلیا (۱۳۹۳). بررسی کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌ها توسعه آن‌ها در مناطق روستایی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار*، ۱ (۲)، ۷۳-۶۱. doi: 20.1001.1.24767735.1393.1.2.5.2

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۴۰۱). *سهم مشاغل خانگی از بازار تولید و اشتغال قابل افزایش است*. برگرفته از سایت: <https://mkh.mcls.gov.ir/fa/news/281778>

یعقوبی‌فرانی، احمد؛ جلیلیان، سارا (۱۳۹۴). اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۴ (۲)، ۱۱۳-۹۲.

References

- Alipour, S., Hashemi, S. M., & Ameri Sharabi, M. (2019). Delivery a model for home business development on the basis of neighborhood oriented approach in the in Tehran Metropolis. *Business Management*, 11 (44), 343-364. doi: 20.1001.1.22520104.1398.11. 44.17.3 (in Persian).
- Amiri, S., Naderi, N., & Mohammadifar, Y. (2019). Conceptualization of the Challenges in Home-based Businesses in the Villages of Kermanshah Province. *Rural Research*, 10 (2), 172-185. doi: 10.22059/jrur.2019.276528.1333 (in Persian).
- Cole, M. (2022). *Education, equality and human rights: issues of gender, 'race', sexuality, disability and social class*. Taylor & Francis.
- Crescenzi, R., Ganau, R., & Storper, M. (2022). Does foreign investment hurt job creation at home? The geography of outward FDI and employment in the USA. *Journal of Economic Geography*, 22 (1), 53-79. doi: 10.1093/jeg/lbab016
- Entezarian, N., & Tahmasabi, T. (2009). Obstacles and solutions to the development of home businesses in Iran. *Work and Society Monthly*, 27 (1), 78-98. (in Persian).
- Fallah, M. R. (2018). Identifying Drivers Affecting Micro-business Development in Rural Home Business. *New Marketing Research*, 8 (3), 119-140. doi: 10.22108/nmrj.2018.108568.1539 (in Persian).
- Görkey, S. (2022). Technological change and unemployment nexus from a gender perspective: empirical evidence from a panel cointegration approach. *Gender, Technology and Development*, 26 (2), 1-22. doi: 10.1080/09718524.2022.2043986
- Hafstead, M. A., Williams III, R. C., & Chen, Y. (2022). Environmental policy, full-employment models, and employment: A critical analysis. *Journal of the Association of Environmental and Resource Economists*, 9 (2), 199-234. doi: 10.1086/716598
- Ministry of Cooperation, Labor & Social Welfare (2022). *The share of home businesses in the production and employment market can be increased*. Available at: <https://mkh.mcls.gov.ir/fa/news/281778> (in Persian).
- Mirlotfi, M. R., Alavizadeh, A. M., & Badakhsh, Y. (2013). Pathology of the effects of home business development in rural areas. *Research and Rural Planning*, 3 (5), 1-12 (in Persian).

- Mohadi, R., Haji Hashemi, Z., & Shahidi, N. (2018). Factors affecting the efficiency of rural women's empowerment projects, case: microcredit cooperatives in Isfahan province. *Spatial Economics and Rural Development*, 8 (1), 161-182 (in Persian).
- Moradnezehadi, H., & Vahedi, M. (2019). Analyzing Barriers of Home Businesses Start up in Rural Areas of Ilam Province. *Agricultural Economics Research*, 11 (43), 303-318. doi: 20.1001.1.20086407.1398.11.43.15.4 (in Persian).
- Mouly, J., & Costa, E. (2022). *Employment policies in developing countries: a comparative analysis*. Taylor & Francis.
- Naderi Mahdei, K., & Teimouri, Z. (2017). Identifying Solutions for the Development of Home Women's Rural Workers Town of Arak. *Community Development (Rural and Urban Communities)*, 9 (2), 307-324. doi: 10.22059/jrd.2017.67456 (in Persian).
- Najafi, B., & Safa, L. (2013). Investigating entrepreneurial home businesses and the obstacles and challenges of their development in rural areas. *Entrepreneurship studies and sustainable agricultural development*, 1 (2), 61-73. doi: 20.1001.1.24767735.1393.1.2.5.2 (in Persian).
- Nathan, R.J., Victor, V., Gan, C.L., & Kot, S. (2019) Electronic commerce for home-based businesses in emerging and developed economy, *Eurasian Business Review*, 9 (4), 463-483. doi: 10.1007/s40821-019-00124-x
- Omid, S., & Chaharsoghi Amin, H. (2018). The role of small home businesses in reducing the poverty of rural households in Mehran city. *Space economy and rural development*, 7 (23), 167-182 (in Persian).
- Parchami, D., & Jalali, F. (2019). Comparative Analysis of Home-based Businesses in Achievement of Macro Employment Policies. *Macro and Strategic Policies*, 7 (26), 164-185. doi: 10.32598/JMSP.7.2.164 (in Persian).
- Rahmanian koushki, M., Zarei, Y., & Estelaji, A. (2017). On the Analysis of Barriers in front of Domestic Entrepreneurship in Rural Areas with Emphasis on Resistive Economy to Deprived Areas from Basiji Jihadist Students' Points of View (Case Study: Kamfiroz Rural District, Marvdasht County). *Studies of Human Settlements Planning*, 12 (2), 249-265 (in Persian).
- Rambod, E., & Mokhtarpour, M. (2020). Sociological Study of the Impact of Women's Employment on Social Development in Iran (Case of Study: Women Home Business Owners in 16th and 19th Districts of Tehran). *Iranian Social Development Studies*, 12 (47), 133-158 (in Persian).
- Saks, A. M. (2022). Caring human resources management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 32 (3), 1-15. doi: 10.1016/j.hrmr.2021.100835
- Shahrokhi Sardo, S., & Sharifzadeh, M. (2023). Phenomenology of Rural Entrepreneurship Development Challenges from the Leading Entrepreneurs' Viewpoints in Central District of Jiroft County. *Education and Management of Entrepreneurship*, 1 (1), 19-34. doi: 10.22126/eme.2023.2457 (in Persian).
- 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. *Rural Research*, 5 (2), 283-310. doi: 10.22059/jrur.2014.52472 (in Persian).
- Yaqoubifarani, A., & Jalilian, S. (2014). Social and Economic Consequences of Domestic Occupations of Rural Women in the County of West Islam-Abad. *Spatial Economics and Rural Development*, 4 (2), 92-113 (in Persian).