

با وجود رشد تعداد فعالان مشاغل خانگی و حمایت‌هایی که طی سال‌های اخیر از این حوزه شده، بسیاری از تولیدکنندگان همچنان معتقدند بزرگ‌ترین چالش آن‌ها نه تولید، بلکه فروش و دسترسی به بازار است. از یک سو، مشاغل خانگی به دلیل هزینه پایین راه‌اندازی و انعطاف‌پذیری، ظرفیت درخورتوجهی برای ایجاد اشتغال دارند و از سوی دیگر، نوسانات اقتصادی، محدودیت‌های ارتباطی و ضعف شبکه‌های بازاریابی، ادامه فعالیت آن‌ها را بادشواری مواجه کرده است. به نظر شما امروز مهم‌ترین ظرفیت‌های مشاغل خانگی چیست و چرا با وجود این ظرفیت‌ها بازار همچنان به اصلی‌ترین دغدغه فعالان این حوزه تبدیل شده است؟

مزروعی: مشاغل خانگی یکی از موفق‌ترین الگوهای اشتغال در دنیایه شمار می‌رود و امروز بسیاری از کشورها از این ظرفیت برای توسعه اقتصاد و ایجاد فرصت‌های شغلی استفاده می‌کنند. در ایران نیز طی حدود دودهمه گذشته، این حوزه به تدریج توسعه یافته و به‌ویژه پس از اصلاح دستورالعمل‌های اجرایی در سال ۱۳۹۹، روند صدور مجوزها شتاب گرفت و زمینه ورود افراد بیشتری به این بخش فراهم شد.

این الگو بیش از همه برای افرادی کارآمد است که با سرمایه کافی برای راه‌اندازی یک واحد تولیدی مستقل ندارند یا به دلیل شرایط خانوادگی و مسئولیت‌های شخصی، امکان حضور مستمر در محیط‌های کاری را ندارند. به همین دلیل، مشاغل خانگی توانسته‌اند فرصت مناسبی برای اشتغال زنان، سرپرستان خانوار و بسیاری از دانش‌آموختگان دانشگاهی ایجاد کنند.

انتظاریان: مزیت مهم دیگر این کسب وکارها، انعطاف‌پذیری بالای آن‌هاست. تجربه سال‌های اخیر نشان داده است که فعالان مشاغل خانگی خیلی سریع خود را با نیاز بازار تطبیق می‌دهند. برای مثال، در دوران شیوع کرونا بسیاری از تولیدکنندگان نوع فعالیتشان را تغییر دادند و در دوره جنگ نیز برخی واحدها متناسب با نیاز بازار، تولیدات خود را به سمت اقلام موردنیاز آن مقطع سوق دادند. این سرعت تطبیق، ویژگی‌ای است که معمولاً در پناه‌های بزرگ اقتصادی کمتر دیده می‌شود. با این حال، توسعه این حوزه صرفاً با صدور مجوز یا پرداخت تسهیلات امکان‌پذیر نیست. اگر تولیدکننده نتواند محصول خود را بفروشد یا به بازارهای جدید دسترسی پیدا کند، ادامه فعالیت برایش دشوار خواهد بود. به همین دلیل، امروز باید بیش از گذشته روی توسعه بازار، شبکه‌سازی و ایجاد ارتباط میان تولیدکنندگان و خریداران تمرکز کنیم.

سختداری: به اعتقاد من، یکی از مهم‌ترین اشکالات این است که هنوز به مشاغل خانگی نگاه سیستمی نداریم. بسیاری از فعالان این حوزه به صورت جزیره‌ای کار می‌کنند، یعنی هر تولیدکننده به تنهایی باید مواد اولیه تهیه کند، آموزش ببیند، مجوز بگیرد، بازاریابی انجام دهد و محصولش را بفروشد. طبیعی است که یک کسب‌وکار کوچک توان انجام هم‌زمان همه این وظایف را ندارد. تجربه طرح ملی توسعه مشاغل خانگی نیز نشان داده که هر جا شبکه‌سازی شکل گرفته، نتایج به مراتب موفق‌تر بوده است. وقتی تأمین‌کننده مواد اولیه، تولیدکننده، بازاریاب و فروشنده در قالب یک شبکه کنار هم قرار می‌گیرند، هزینه‌ها کاهش پیدا می‌کند، دسترسی به بازار آسان‌تر می‌شود و قدرت رقابت نیز افزایش می‌یابد. به همین دلیل، اگر قرار باشد بازار مشاغل خانگی تقویت شود، باید از فعالیت‌های فردی فاصله بگیریم و به سمت ایجاد شبکه‌های تخصصی و زنجیره‌های همکاری حرکت کنیم. **عبداله‌زاده:** تجربه شخصی من هم همین موضوع را تأیید می‌کند. فعالیت مجموعه ما از دل یکی از همین شبکه‌ها آغاز شد. در ابتدا تنها در حوزه طراحی و ساخت ابزار فرش فعالیت می‌کردیم، اما به تدریج با ارتباطی که میان فعالان این حوزه شکل گرفت، وارد تولید گلیم دست‌باف شدیم و امروز ۸۴ نفر از بانوان سرپرست خانوار با مجموعه ما همکاری می‌کنند.

اگر آن شبکه وجود نداشت، شاید شکل‌گیری این مجموعه سال‌ها زمان می‌برد. شبکه‌سازی باعث شد تولیدکننده، تأمین‌کننده، آموزش‌دهنده و بازار در کنار هم قرار بگیرند و مسیر توسعه بسیار کوتاه‌تر شود. به همین دلیل معتقدم یکی از مهم‌ترین نیازهای امروز مشاغل خانگی، احیای همین ارتباطات و ایجاد شبکه‌های پایدار میان فعالان این حوزه است.

بخش جالب توجهی از فعالان مشاغل خانگی
معتقدند حمایت‌های مالی، هرچند ضروری است، اما به تنهایی نمی‌تواند مشکلات این حوزه را حل کند. به نظر شما شبکه‌سازی تا چه اندازه می‌تواند به توسعه بازار این کسب‌وکارها کمک کند؟

سختداری: همان‌طور که اشاره کردم حلقه مفقوده این حوزه، نبود نگاه سیستمی است. در آن طرح، ابتدا مزیت‌های هر منطقه را شناسایی کردیم و سپس فعالان هر حوزه را در قالب شبکه‌های تخصصی کنار هم قرار دادیم. در این شبکه‌ها، «عالم توسعه» وظیفه شناسایی فعالان، اتصال آن‌ها به یکدیگر و برطرف‌کردن مشکلات زنجیره را برعهده داشت. برای نمونه، در حوزه فرش ابتدا تأمین‌کنندگان مواد اولیه، سپس تولیدکنندگان و بعد فعالان حوزه فروش را شناسایی و به هم متصل کردیم. همه اعضا نیز از طریق گروه‌های مجازی با یکدیگر در ارتباط بودند.

نتیجه این شبکه‌سازی افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و شکل‌گیری بازار بود. در کلات، با اتصال یک شرکت دانش‌بنیان تولیدکننده دستگاه تبدیل پشم به نخ، تولیدکنندگان روستا و فعالان حوزه فروش و صادرات،

رونق مشاغل خانگی در گرو شبکه‌سازی

در میزگرد شهرآرا فعالان مشاغل خانگی تأکید کردند که پیوند تولیدکنندگان راه دسترسی به بازار است

ملیحه قلاچ، محسن موسوی‌زاده



میزان اشتغال زایی بالا، سرمایه اولیه اندک، انعطاف‌پذیری و امکان فعالیت در منزل، مشاغل خانگی را به یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های اقتصاد ایران تبدیل کرده است. با این حال، فعالان این حوزه معتقدند که چالش امروز، دیگر صرفاً تولید یا حتی دریافت مجوز نیست، بلکه «بازار» به یکی از مهم‌ترین حلقه‌های مفقوده زنجیره مشاغل خانگی تبدیل شده است. از رکود بازار داخلی و محدودیت‌های اینترنتی گرفته تا نوسان قیمت مواد اولیه، دشواری دسترسی به بازارهای صادراتی، ضعف شبکه‌های فروش و کم‌رنگ بودن ارتباط میان تولیدکنندگان و صنایع، همگی موانعی است که ادامه فعالیت بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی را بادشواری روبه‌رو کرده است.

در میزگرد «بازار مشاغل خانگی» از تولید تا فروش، فعالان این حوزه و مسئولان دستگاه‌های اجرایی، هر یک از زاویه‌ای متفاوت به بررسی مهم‌ترین چالش‌ها و راهکارهای توسعه بازار پرداختند. از تجربه یک تولیدکننده پوشاک که برای حفظ نیروهایش از سرمایه شخصی هزینه می‌کند تا تولیدکننده صنایع دستی که به دلیل نوسان قیمت مواد اولیه، قرارداد صادراتی خود را از دست داده است. در کنار این دغدغه‌ها، مسئولان و کارشناسان نیز معتقدند توسعه مشاغل خانگی تنها با پرداخت تسهیلات یا صدور مجوز محقق نمی‌شود. شکل‌گیری شبکه‌های همکاری، ایجاد زنجیره‌های تأمین و فروش، توسعه بازارچه‌های دائمی، برندسازی، آموزش‌های تخصصی و اتصال تولیدکنندگان خرده به بنگاه‌های بزرگ، از جمله اقداماتی است که می‌تواند این کسب‌وکارها را از فعالیت‌های پراکنده و فردی به بازیگران مؤثر اقتصاد تبدیل کند.



در همین راستا، شهرآرا در این میزگرد با حضور جمعی از فعالان، پشتیبانان و مسئولان حوزه مشاغل خانگی، به بررسی مهم‌ترین چالش‌های بازار این کسب‌وکارها، موانع توسعه فروش، ظرفیت‌های صادراتی و راهکارهای تقویت پیوند میان تولید و بازار پرداخته است.

در این میزگرد، راضیه کیخسروی فعال حوزه طراحی و دوخت لباس، صبا عبدالله‌زاده، فعال حوزه فرش و گلیم دست‌باف، ناهید انتظاریان، مدیر کارآفرینی و اشتغال اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان رضوی، حسن سختداری، مدیر مرکز رشد فناوری‌های سلامت جهاد دانشگاهی استان و مهرداد مزروعی، کارشناس حوزه مشاغل خانگی سازمان جهاد کشاورزی استان، حضور داشتند و دیدگاه‌های خود را درباره مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی این بخش و راهکارهای توسعه بازار مشاغل خانگی مطرح کردند.



علائق محمد حسن طهرانی (شهرآرا)

پروژه انصراف بدویم، در حالی که از نظر کیفیت و توان تولید هیچ مشکلی نداشتیم. محدودیت‌های بانکی نیز یکی دیگر از چالش‌های جدی است. برخی از مشتریان خارجی اعلام می‌کنند به دلیل تحریم‌ها امکان انتقال پول به ایران را ندارند یا این کار برای آن‌ها پارسک همراه است. از طرف دیگر، محدودیت‌های اینترنت و اختلال در ارتباطات نیز اعتماد مشتریان خارجی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. زمانی که نتوانیم به موقع پاسخ ایمیل یا پیام مشتری را بدویم، طبیعی است که او برای ادامه همکاری دچار تردید شود.

بخش دیگری از بازار ما نیز به حوزه گردشگری وابسته است. پیش از این با هتل‌ها و اقامتگاه‌های بوم‌گردی همکاری داشتیم و محصولات صنایع دستی در طراحی داخلی آن‌ها استفاده می‌شد. اما با کاهش رونق گردشگری، این بخش از بازار نیز آسیب دیده است.

کیخسروی: در حوزه پوشاک هم ظرفیت صادرات وجود دارد. کشورهای حاشیه خلیج فارس به محصولات دست‌دوز گل‌دوزی و طراحی‌هایی که هویت ایرانی داشته باشند، علاقه‌مند هستند و ما نیز برای ورود به این بازار برنامه‌ریزی کرده بودیم. هدفمان این بود که با حضور در نمایشگاه‌های تخصصی، محصولات را معرفی کنیم و سپس فروش را به‌طور مستمر ادامه دهیم. اما وقتی ارتباطات اینترنتی محدود می‌شود و بازار داخلی نیز با چالش‌های اقتصادی مواجه می‌شود، دسترسی به بازارهای خارجی هم دشوارتر شود. امروز حتی بسیاری از موزن‌ها و فروشگاه‌های داخلی سفارش‌های خود را کاهش داده‌اند و این موضوع روی برنامه‌ریزی برای صادرات نیز اثر گذاشته است.

در کنار انتقادهایی که نسبت به ضعف بازار
فروش محصولات مشاغل خانگی مطرح می‌شود، دستگاه‌های متولی چه اقداماتی انجام داده‌اند و این اقدامات تا چه اندازه توانسته به رونق بازار مشاغل خانگی کمک کند و چه برنامه‌هایی برای تقویت این بخش در دستور کار قرار دارد؟

انتظاریان: مهم‌ترین چالش سال گذشته، از دست رفتن بخشی از بازار فروش بود. بسیاری از فعالان مشاغل خانگی محصولات خود را از طریق فضای مجازی عرضه می‌کردند و هم‌زمان نمایشگاه‌های مناسبی نیز فرصت مناسبی برای فروش آن‌ها بود. اما محدودیت‌های اینترنت و برگزاری نشدن بخشی از نمایشگاه‌ها، این مسیر را با مشکل روبه‌رو کرد. به همین دلیل، وزارت تعاون طرح «هزار میدان، هزار بازار» را در دستور کار قرار داده تا

جای برگزاری نمایشگاه‌های مقطعی، با بازارهای مستمر برای عرضه محصولات مشاغل خانگی ایجاد شود. در کنار این بازارها، دوره‌های

آموزشی رایگان برای ارتقای کیفیت برگزار می‌شود تا فعالان با موضوعاتی مانند برندسازی، بازاریابی، تولید محتوا و حتی صادرات آشنا شوند و حضور مؤثرتری در بازار داشته باشند.

همچنین همکاری با برخی سکوهای فروش داخلی آغاز شده است تا تولیدکنندگان بازار خود را محدود به شهر محل فعالیتشان نبینند. البته هنوز بخش زیادی از فعالان این حوزه از این ظرفیت‌ها استفاده نمی‌کنند و باید اطلاع‌رسانی گسترده‌تری انجام شود.

مزروعی: در بخش کشاورزی نیز تجربه راه‌اندازی فروشگاه‌های «روستا بازار» نتایج قابل قبولی داشته است. این فروشگاه‌ها به‌طور اختصاصی محصولات مشاغل خانگی را عرضه می‌کنند و توانسته‌اند واسطه‌ها را تا حدی حذف کنند. موضوعی که هم به نفع تولیدکننده بوده و هم مصرف‌کننده.

اکنون حدود ۱۰۰ «روستا بازار» در استان فعالیت می‌کنند و برنامه توسعه آن‌ها نیز ادامه دارد. البته این مکان‌ها تنها مسیر فروش نیستند و تولیدکنندگان می‌توانند محصولات دارای مجوزهای لازم را به فروشگاه‌های زنجیره‌ای عرضه کنند. همچنین یکی از مهم‌ترین ضعف‌های امروز، اطلاع‌رسانی است. هنوز بسیاری از تولیدکنندگان نمی‌دانند چه بازارهایی برای عرضه محصولاتشان ایجاد شده یا چگونه می‌توانند از این ظرفیت‌ها استفاده کنند. اگر این فاصله اطلاعاتی کمتر شود، بخش مهمی از مشکلات بازار نیز برطرف خواهد شد.

اگر قرار باشد چند اقدام در اولویت سیاست‌گذاری قرار گیرد تا این کسب‌وکارها از فعالیت‌های خرد و پراکنده به بازیگران مؤثر اقتصاد تبدیل شوند، مهم‌ترین اقدامات چیست؟

انتظاریان: امروز مهم‌ترین موضوع این است که فعالان مشاغل خانگی به صورت انفرادی فعالیت نکنند. تجربه نشان داده هر جا تولیدکنندگان در قالب پشتیبان، تعاونی یا شبکه‌های تخصصی فعالیت کرده‌اند، هم دسترسی به مواد اولیه آسان‌تر بوده، هم امکان فروش افزایش یافته و هم استفاده از حمایت‌های دولتی هدفمندتر شده است. به همین دلیل تلاش می‌کنیم فعالان را به سمت فعالیت‌های شبکه‌ای هدایت کنیم تا زنجیره‌های همکاری میان آن‌ها شکل بگیرد. از سوی دیگر، داشتن مجوز نیز اهمیت زیادی دارد. وقتی اطلاعات فعالان این حوزه در سامانه‌های رسمی ثبت شود، امکان برنامه‌ریزی، آموزش، پرداخت تسهیلات و حمایت‌های بعدی دقیق‌تر خواهد بود. در کنار آن، تلاش کرده‌ایم از منابع مختلف، از جمله تبصره‌های حمایتی، بخشی از تسهیلات را به مشاغل خانگی اختصاص دهیم. هرچند معتقدیم حمایت مالی تنها بخشی از مسیر توسعه این حوزه است.

مزروعی: اطلاع‌رسانی همچنان یکی از ضعف‌های جدی این حوزه است. افراد زیادی ایده و توان تولید دارند، اما نمی‌دانند از چه مسیری باید وارد شوند. چه حمایت‌هایی وجود دارد و چگونه می‌توانند محصول خود را به بازار برسانند. در کنار آن، تجربه فروشگاه‌های «روستا بازار» نشان داده است که اگر این تولیدکننده و بازاریاب حلقه واسط مطمئن ایجاد شود، هم تولیدکننده سود بیشتری می‌برد و هم مصرف‌کننده محصول را با قیمت مناسب‌تری تهیه می‌کند. این تجربه می‌تواند در سایر بخش‌ها نیز توسعه پیدا کند.

سختداری: تا زمانی که هر تولیدکننده به تنهایی دیگر

تأمین مواد اولیه، تولید، فروش و بازاریابی باشد، هزینه‌ها بالا می‌رود و قدرت رقابت کاهش پیدا می‌کند. اما اگر

زنجیره ارزش شکل بگیرد، هر حلقه وظیفه تخصصی خود را انجام می‌دهد و تجربه‌اش افزایش بهره‌وری و توسعه

بازار خواهد بود. نتیجه این که در طرح ملی توسعه مشاغل

خانگی به دست آمد، نشان داد این مدل کاملاً عملی

است و می‌تواند دوباره احیا شود.

عبداله‌زاده: فعالان مشاغل خانگی ثابت کرده‌اند که از نظر کیفیت، توان رقابت دارند. آنچه امروز بیش از هر چیز به آن نیاز داریم، ثبات در فضای کسب‌وکار، دسترسی آسان‌تر به مواد اولیه، حفظ ارتباط با بازارهای داخلی و خارجی و حمایت از صادرات است. اگر این شرایط فراهم شود، بسیاری از تولیدکنندگان بدون اتکال به حمایت‌های مستمر دولتی می‌توانند بازار خود را پیدا کنند و حتی ارزآوری داشته باشند.

کیخسروی: من هم معتقدم کار وجود دارد و بازار هم وجود دارد، مسئله این است که باید مسیر رسیدن تولیدکننده به بازار هموار شود. اگر تولیدکننده دغدغه تأمین مواد اولیه، بازاریابی و فروش نداشته باشد، می‌تواند تمام تمرکز خود را بر کیفیت محصول بگذارد. نتیجه آن هم حفظ اشتغال، افزایش تولید و توسعه بازار خواهد بود. هدفی که همه ما در این میزگرد بر ضرورت آن تأکید داشتیم. **انتظاریان:** در حال حاضر اگر در سطح کشور نگاه کنیم، حدود ۶ درصد اقتصاد کشور به حوزه مشاغل خانگی اختصاص دارد. با وجود همه کمبودها و مشکلات، این سهم جالب توجه است و اگر این حوزه به شکل صحیح مدیریت و حمایت شود، می‌تواند سهم بیشتری نیز پیدا کند. با توجه به شرایط فعلی کشور، به نظر من باید بیش از گذشته به سمت توسعه مشاغل خانگی حرکت کنیم؛ زیرا این کسب وکارها هزینه تولید کمتری دارند، انعطاف‌پذیرتر هستند و خیلی سریع خودشان را با نیاز بازار تطبیق می‌دهند.

