



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



بنیاد دانشنامه نگاری ایران

دانشنامه کسب و کار خانگی

www.ketab.ir



دانشنامه کسب‌وکار خانگی / زیر نظر بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران، شورای علمی دانشنامه کسب‌وکار خانگی؛ دبیر علمی جهانگیر یداله‌ی فارسی- تهران: بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران، ۱۳۹۵.
هجده، ۱۲۴ص: مصور، جدول، نمودار. - (کتابخانه بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران؛ ۷۰)

ISBN: ۹۷۸-۹۶۴-۵۵۱۵-۷۸-۰

Encyclopedia of Home-Based Business

عنوان به انگلیسی:

با حمایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
۱. کسب‌وکار خانگی ایران ۲. Home-based businesses- Iran ۳. کارآفرینی- ایران ۴. Entrepreneurship-Iran الف. یداله‌ی فارسی، جهانگیر ۳۴۱ ب. بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران ج. شورای علمی دانشنامه کسب‌وکار خانگی د. مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
ه. Mo'assese Kar Va Tamin Ejtemaei

۶۵۸/۸۷۲

HD ۶۲/۳۸/۵۲ ۱۳۹۵

کتابخانه ملی ایران ۴۳۰۵۶۴۶

حق چاپ برای بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران محفوظ است.

دانشنامه کسب‌وکار خانگی

زیر نظر بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران - شورای علمی دانشنامه کسب‌وکار خانگی

دبیر علمی: جهانگیر یداله‌ی فارسی

چاپ اول: ۱۳۹۵

شمارگان: ۲۰۰۰

ناشر: بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران

چاپخانه: ناب‌نگار

بها: ۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال

ISBN: 978-964-5515-78-0

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۵۱۵-۷۸-۰

بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران - نشانی: تهران، سعادت‌آباد، بلوار فرهنگ، خیابان معارف، بن‌بست دانش، پلاک ۱
تلفن: ۴-۲۲۱۲۹۸۴۳ نامبر: ۲۲۰۷۳۲۲۷ صندوق پستی: ۴۷۸-۱۴۶۵۵ پست الکترونیکی: info@iecf.ir پایگاه الکترونیکی: www.iecf.ir

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی - نشانی: تهران، خیابان ستارخان، خیابان شهید سروش (یکم دریاں نو)، پلاک ۲۳
تلفن: ۵-۶۶۵۵۶۸۰۱ نامبر: ۶۶۵۵۶۸۱۳ کدپستی: ۱۴۵۵۹۶۳۳۱ پایگاه الکترونیکی: www.lssi.ir

مقدمه

کسب‌وکار خانگی از شروع زندگی اجتماعی انسان وجود داشته است. امروزه این نوع پیشه به‌مثابه راهبردی مهم برای توسعه اشتغال و درآمد مورد توجه سیاست‌گذاران است. اگر دفتر کسب‌وکاری در محل سکونت صاحب کسب‌وکار باشد، آن را خانگی تلقی می‌کنند. حتی کسب‌وکارهایی که انجام کار خارج از محل سکونت صورت می‌گیرد اما دریافت سفارش کار در خانه است، کسب‌وکار خانگی برشمرده می‌شود. این نوع کسب‌وکار مزایای بسیاری برای صاحب آن و خانواده وی دارد. از جمله می‌توان به ایجاد توازن میان مسئولیت خانوادگی و اشتغال، حذف هزینه‌های مربوط به خرید، رهن و اجاره محل کار و رفت‌وآمد به آن، استفاده از نیروی کار سایر اعضای خانواده و ایجاد زمینه‌های کار خانوادگی، امکان انتقال تجارب از طریق آموزش غیررسمی به شیوه استاد-شاگردی بین اعضای خانواده، همچنین مخاطره کمتر و ساعات کاری اختیاری اشاره کرد. فعالیت اقتصادی در محیط خانگی و یا محل‌هایی در مجاورت محل زندگی، امکان مشارکت اعضای خانوار برای انجام فعالیت اقتصادی مشترک، جلوگیری از رفت‌وآمدهای شهری و در نهایت صرفه‌جویی هزینه‌های اجتماعی و در کنار خانواده بودن یکی از اعضای سرپرست خانوار از دیگر مزایای مشاغل خانگی است.

کسب‌وکار هنگامی راه‌اندازی می‌شود که شخصی به این نتیجه برسد که می‌تواند از طریق تولید کالا یا خدمات و ارائه آن به بازار، سود کسب کرده و به جامعه کمک کند. کسب‌وکارهای خانگی به لحاظ اندازه در گروه کسب‌وکارهای خرد قرار می‌گیرند. کسب‌وکارهای خانگی به کم‌چک‌ترین نوع کسب‌وکار گرایش دارند. این کسب‌وکارها به فعالیت‌های کسب تک‌نفره یا دونفره شباهت دارند و فروش آنها محدود و گردش مالی آنها نیز پایین است. افرادی که در این کسب‌وکارها مشغول به کار هستند ممکن است در یک هفته کاری به کسب‌وکار وی دو ساعت و یا نیمه‌وقت دیگری نیز بپردازند. صاحبان کسب‌وکارهای خانگی علاقه بیشتری به استفاده از سرمایه‌های شخصی مانند اموال، اعتبار و پس‌انداز دارند تا اینکه از سرمایه‌های کسب‌وکار مانند وام مدت‌دار استفاده کنند.

کسب‌وکار خانگی هزینه بالایی را به خانواده‌ها تحمیل نمی‌کند و در عین حال می‌تواند سبب افزایش درآمد و در نهایت تولید ثروت در کشور شود. ضرورت توسعه کسب‌وکارهای خانگی، درجمله امکانات مناسب برای توسعه اشتغال‌های خرد و متوسط است به‌ویژه برای جمعیت وسیعی از زنان و جوانان که دارای مهارت‌هایی در انجام برخی از کارها هستند، اما به‌علت بازار نامناسب اشتغال نمی‌توانند جذب بازار شوند. تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینه اشتغال زنان و جوانان محسوب می‌شود. دولت‌ها برای توسعه کسب‌وکارهای خانگی اقداماتی انجام می‌دهند. این اقدامات براساس شرایط خاص هر جامعه و کشور انتخاب می‌شوند. برخی از اقدامات مهم توسعه کسب‌وکار خانگی عبارت‌اند از:

- ایجاد بازار برای محصولات کسب‌وکارهای خانگی؛
- ایجاد تسهیلات لازم برای توسعه قابلیت‌های حرفه‌ای و کارآفرینی در خانواده‌ها، زنان و جوانان؛
- معرفی الگوهای موفق کسب‌وکارهای خانگی به جامعه؛
- افزایش دسترسی کارآفرینان به منابع به‌خصوص شبکه‌های توزیع و تأمین؛
- شناسایی فرصت‌های پایدار کارآفرینی بر مبنای خانه در هر محل و منطقه؛
- ایجاد شبکه عرضه خدمات مشاوره کسب‌وکار، فنی و مدیریتی به کسب‌وکارهای خانگی؛
- شبکه‌سازی بین کسب‌وکارهای خانگی مشابه و مرتبط در سطح ملی و منطقه‌ای؛
- حمایت از شکل‌گیری شرکت‌های مادر تخصصی دانش‌بنیان برای تأمین ورودی‌های کسب‌وکارهای خانگی و فروش محصولات آنها.

نوع دیگر کسب‌وکار مرتبط با خانواده، کسب‌وکار خانوادگی است. کسب‌وکاری که از سه شرط «بنیان‌گذار آن اعضای یک خانواده باشند»، «مالکین آن اعضای یک خانواده باشند»، و «مدیران آن اعضای یک خانواده باشند» دو شرط را دارا باشد، خانوادگی است. به لحاظ آماری اکثر کسب‌وکارهای موجود در جهان خانوادگی است.

در چند سال اخیر، توسعه کسب و کارهای خانگی و خانوادگی مورد توجه جدی بسیاری از دولت‌ها قرار گرفته است. علل این توجه، تا حد زیادی به هدف‌های توسعه‌ای مانند ایجاد رفاه، اشتغال و مزیت رقابتی مربوط می‌شود که مهم‌ترین هدف دولت‌ها را تشکیل می‌دهند و در صورت موفقیت این سیاست‌ها، بخش عمده‌ای از اقتصاد کشور پوشش داده شده است. به‌طور کلی دولت‌ها برای توسعه کسب و کارهای خانگی و خانوادگی موارد زیر را مورد توجه قرار می‌دهند:

- توسعه قابلیت‌های کارآفرینی به‌خصوص در اعضای خانواده؛

- ایجاد ساختارهای حمایتی مانند اتصال به شبکه‌ها؛

- استفاده از سیاست‌های مالی و پولی.

در دهه اخیر، در کشورمان، به توسعه کسب و کارهای خانگی توجه خاص نشان داده شده است. حمایت‌های متنوع از طریق دستگاه‌های اجرایی متعدد در حال گسترش است. در کمبود منابع غنی به زبان فارسی در مورد کارآفرینی و آشنایی حاصل از ورود عده زیادی علاقمند به حوزه آموزش و نویسندگی درباره کارآفرینی، وجود منبعی جامع برای ایجاد زبان مشترک و ترویج دانش پایه کارآفرینی لازم بود. همچنین به علت نوپا بودن آموزش رسمی کارآفرینی در کشور، منبع مناسبی برای مراجعه پژوهشگران و سیاست‌گذاران وجود نداشت. از این رو، بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران و مؤسسه کار و تأمین اجتماعی تألیف و تدوین دانشنامه‌ای تخصصی در زمینه کارآفرینی را در دستور کار خود قرار دادند تا از رهگذر آن خلأ مربوط به فقدان منابع و مراجع علمی به زبان فارسی در رشته کارآفرینی تا حدودی جبران شود.

ابتدا شورای علمی دانشنامه کسب و کار خانگی شامل آقایان دکتر منوچهر اکبری، دکتر محمدرضا سپهری، دکتر سیدمصطفی رضوی، سیدحسین نصیری، محمود نثاری حقیقی فرد، دکتر جهانگیر یداللهی فارسی، دکتر حسن ابراهیمی، دکتر سعید جعفری مقدم، دکتر قنبر محمدی الزم، دکتر محمدرضا زالی، دکتر علی احسان حیدری، دکتر مسعود رضایی، ابراهیم صادقی فر و خانم دکتر ریما مرشد در بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران همکاری و طی جلسات متعددی درباره سیاست‌های کلی این دانشنامه، راهبردها و فرایندهای اجرایی کار، خصوصیات مؤلفان و همکاران طرح تصمیم‌گیری شد و متعاقب آن تهیه مدخل‌های دانشنامه، در دستور کار قرار گرفت. مدخل‌ها را به شرح ذیل می‌توان نام برد:

- مدخل‌هایی که به معرفی ویژگی‌ها و کارکردهای کسب و کارهای خانگی می‌پردازند؛

- مدخل‌هایی که کل یا جزئی از فرایند کسب و کار خانگی را تشریح می‌کنند؛

- مدخل‌هایی که به ابعاد غیرفردی، حقوقی و اجتماعی کسب و کارهای خانگی می‌پردازند؛

- مدخل‌هایی که تحقیقات در حوزه کسب و کارهای خانگی را تحلیل می‌کنند.

حجم مطالب مورد قبول برای هر مدخل براساس اهمیت مدخل در کسب و کارهای خانگی، حجم مطالب موجود در کتب و نشریات و نیاز خوانندگان فارسی‌زبان در شورای علمی تعیین شد. در تنظیم حجم مقالات سعی بر آن بود که ضمن حفظ جامعیت و عرضه مبانی اولیه موضوعی، از تفصیل اضافی و ورود به مباحث جانبی اجتناب شود.

پس از آگاهی و دعوت علاقمندان به همکاری، فهرست همه نویسندگان در ضمیمه‌ای مرتبط با کارآفرینی از مراکز کارآفرینی دانشگاه‌های کشور و فهرست اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های مذکور در رشته‌های مرتبط مانند اقتصاد، مدیریت، حسابداری، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و حقوق، که در موضوع‌های مرتبط به کارآفرینی دارای تألیفات بودند، تهیه شد و از آنها برای همکاری دعوت به عمل آمد. ضمن آنکه فهرست مدخل‌ها نیز برای دعوت به همکاری نویسندگان و پژوهشگران اطلاع‌رسانی شد. همچنین از نویسندگان خواسته شد مدخل‌هایی را که مناسب می‌دانند ولی در فهرست اعلام نشده برای بررسی و تصویب به شورای علمی دانشنامه پیشنهاد دهند. دستورالعمل تدوین مقالات و شیوه‌نامه نگارش مقالات دانشنامه نیز در اختیار قرار گرفت.

مقالات دریافتی را ابتدا دبیر علمی مطالعه می‌کرد و در صورت نیاز، اصلاحات لازم به نویسنده پیشنهاد می‌شد. پس از آن برای مقالات اصلاح‌شده و منطبق با شیوه‌نامه نگارش مقالات، در شورای علمی دانشنامه، داور تعیین می‌شد. هر مقاله را دو داور بررسی می‌کردند و در صورت تأیید، وارد مرحله بعدی آماده‌سازی مقاله می‌شد. مقالاتی که به اصلاح نیاز داشتند، پس از برگشت از سوی نویسنده، دوباره داوری می‌شدند.

محتوای دانشنامه به ترتیبی تنظیم شده است که نیاز مخاطبان متنوع را به شرح زیر تأمین کند:

- سیاست‌گذاران توسعه کسب و کار؛

- دانشجویان رشته کارآفرینی؛

- اعضای هیئت علمی رشته کارآفرینی و رشته‌های مرتبط؛

- پژوهشگران کارآفرینی و کسب‌وکار؛
 - مربیان کارآفرینی و کسب‌وکار؛
 - مشاوران کارآفرینی؛
 - مربیان و مدرسان کسب‌وکار در مدارس و مهدکودک‌ها؛
 - خانواده‌هایی که مایل‌اند بر آیندهٔ فرزند خود اثر بگذارند؛
 - جوانان دارای آرزوی کسب‌وکار.
- سطح نگارش مقالات طوری تنظیم شده است که برای مخاطبان قابل درک باشد و نیازهای اولیه برای درک مفاهیم مرتبط با کسب‌وکار خانگی را تأمین کند.
- دانشنامه حاضر اولین مرجع کارآفرینی به صورت دانشنامه‌گی در ایران است. این دانشنامه به لحاظ وسعت مخاطبین و پوشش کامل همهٔ ابعاد موضوع، اثری کم‌نظیر است.
- کار انجام‌شده در نوع خود کمک بزرگی به توسعهٔ دانش کارآفرینی در کشور است. بزرگوارانی در فرایند تهیه این دانشنامه، آشکار و پنهان، زحمت کشیدند. در این خصوص به‌ویژه از مسئولان محترم بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران و مؤسسه کار و تأمین اجتماعی که شرایط لازم را برای این کار ارزشمند فراهم کردند، سپاسگزارم. امیدوارم همهٔ حامیان و همکاران دانشنامه در همهٔ امور زندگی و شغلی موفق و سرافراز باشند.
- اقدام بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی در تولید دانشنامهٔ کسب‌وکار خانگی، حرکتی بزرگ در جهت توسعهٔ دانش کسب‌وکار در کشور است. امید است با ادامهٔ این‌گونه فعالیت‌ها شاهد توسعه چشمگیر و شایستهٔ کسب‌وکارهای خانگی در کشور باشیم.

جهانگیر یداللهی فارسی

دبیر علمی دانشنامه کسب‌وکار خانگی

فهرست

۱۳۱	بازاریابی چریکی در کسبوکار خانگی	۱	آگهی تبلیغاتی در کسبوکار خانگی
۱۳۵	بازاریابی در کسبوکار خانگی	۶	امیخته بازاریابی در کسبوکارهای خانگی
۱۳۹	بازاریابی سفارشی در کسبوکار خانگی	۹	اثرات و پیامدهای توسعه کسبوکارهای خانگی در مناطق روستایی
۱۴۱	بازاریابی شبکه‌ای در کسبوکار خانگی	۱۴	اخلاق در کسبوکار خانگی
۱۴۵	بازاریابی فردبه‌فرد در کسبوکار خانگی	۱۸	ارتباط با دیگران در کسبوکار خانگی
۱۴۶	بازاریابی کسبوکار خانگی در کشاورزی	۲۱	ارتباط نیازهای شخصی با کسبوکار خانگی
۱۴۹	بازاریابی ویروسی در کسبوکار خانگی	۲۵	ارتباطات بازاریابی در کسبوکارهای خانگی
۱۵۱	بانک مجازی ایده کسبوکارهای خانگی	۲۸	ارتباطات بین کسبوکارهای خانگی
۱۵۳	بانکداری الکترونیکی در کسبوکار خانگی	۳۳	ارتباطات کسبوکار خانگی
۱۵۶	بخش غیررسمی در کسبوکارهای خانگی	۳۶	ارزش پیشنهادی
۱۶۰	بخش‌بندی بازار در کسبوکار خانگی	۳۸	ارزش‌آفرینی برای مشتری
۱۶۵	برنامه‌ریزی در کسبوکارهای خانگی	۴۳	ارزشیابی کسبوکار خانگی
۱۶۸	برنامه‌ریزی راهبردی شرکت‌های خانوادگی	۴۶	ارزیابی بازار کسبوکارهای خانگی
۱۷۰	برند در کسبوکار خانگی	۴۰	ارزیابی مخاطره در کسبوکارهای کوچک
۱۷۴	برون‌سیاری در کسبوکار خانگی	۵۳	ارزیابی مشتریان بالقوه در کسبوکار خانگی
۱۷۶	بسترهای قانونی حمایت از کسبوکارهای خانگی	۵۰	استقلال در کسبوکار خانگی
۱۸۰	بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط	۶۰	اعتبارات خرد
۱۸۵	به اشتراک و کسبوکار خانگی	۶۵	اکوسیستم متن باز در کسبوکارهای خانگی مبتنی بر وب
۱۸۸	بهره‌وری در کسبوکار خانگی	۷۰	الزامات زیرساختی امنیت در کسبوکارهای خانگی مبتنی بر وب
۱۹۱	همیشه‌سازی: آن در کسبوکار خانگی	۷۲	الزامات کسبوکار خانگی مبتنی بر وب
۱۹۴	بیمه و کسبوکار خانگی	۷۵	الگوی برای تبیین نقش کسبوکار خانگی در توسعه کارآفرینی
۱۹۶	بین‌المللی شدن شرکت‌های خانوادگی	۷۹	امکانات کسبوکار خانگی
۲۰۰	پتانسیل‌های مناطق روستایی: ایجاد کسبوکارهای خانگی	۸۲	امنیت شغلی در کسبوکار خانگی
۲۰۳	پشتیبانی کسبوکارهای خانگی	۸۸	انتقال دانش در کسبوکارهای خانوادگی
۲۰۶	پیامدهای شکست در کسبوکار خانگی	۸۹	انطباق‌پذیری در کسبوکارهای خانگی
۲۰۹	پیش‌بینی تنش‌های کسبوکار خانگی	۹۲	انگیزاننده‌های کسبوکار خانگی
۲۱۰	پیش‌بینی و هدف‌گذاری در کسبوکار خانگی	۹۵	انگیزه‌های ایجاد کسبوکارهای خانگی در مناطق روستایی
۲۱۳	پیوندهای خانوادگی	۹۸	انواع کسبوکارهای خانگی
۲۱۷	تأثیر آموزش‌های کارآفرینی در ایجاد کسبوکارهای خانگی	۱۰۱	انواع مخاطره
۲۲۲	تأثیر خانواده بر پایداری کسبوکار خانگی	۱۰۴	انواع مشاغل خانگی روستایی
۲۲۵	تأثیر شبکه بر کسبوکارهای خانگی	۱۰۷	اهداف کسبوکارهای خانگی
۲۲۷	تأثیر فناوری اطلاعات در کسبوکار خانگی	۱۱۱	اهمیت اقتصادی کسبوکار خانگی
۲۳۴	تأثیر کسبوکار خانگی بر رشد خانواده	۱۱۴	اهمیت کسبوکارهای خانگی
۲۳۸	تأمین مالی کسبوکار خانگی	۱۱۸	اهمیت و ضرورت کسبوکار خانگی
۲۴۲	تأمین‌کنندگان کسبوکارهای خانگی	۱۱۹	ایجاد کسبوکار خانگی در اوقات فراغت
۲۴۶	تبلیغات در کسبوکار خانگی	۱۲۳	بازار کار روستایی
۲۴۹	تجاری‌سازی نوآوری کارآفرینان خانگی	۱۲۷	بازار محصولات خانگی: هفته‌بازار و بازارهای محلی روستایی

۳۹۸	خوداشتغالی در کسبوکارهای خانگی	۲۵۴	تحقیق و توسعه در کسبوکار خانگی
۴۰۱	خوداشتغالی روستایی	۲۵۸	تحول نقش زنان در کسبوکار خانگی
۴۰۶	خوداشتغالی شهری از طریق کسبوکار خانگی	۲۶۱	ترک خدمت سازمانی و کارآفرینی خانگی
۴۱۰	خودباندگی	۲۶۴	تضاد فعالیت در یک کسبوکار خانگی
۴۱۳	خوشه‌های کسبوکار در کسبوکارهای خانگی	۲۶۸	تضاد کار و خانواده
۴۱۷	دارایی‌های فکری در کسبوکار خانگی	۲۷۱	تعادل کار و خانواده
۴۲۴	دریافت‌کننده قیمت	۲۷۵	تعارض و عملکرد کسبوکارهای خانوادگی
۴۳۰	دسترسی به اطلاعات کسبوکارهای خانگی	۲۸۰	تفاوت کسبوکار خانگی و کسبوکار خانوادگی
۴۳۳	دسترسی به فضای کار	۲۸۴	تقسیمات بازار محصولات خانگی
۴۳۸	دسته‌بندی کسبوکار خانگی	۲۸۷	تنگناهای زمانی در کسبوکار خانگی
۴۴۲	دفتر کار خانگی کاسب کار زن	۲۹۱	توسعه کسبوکار خانگی، سیاست‌ها و موانع
۴۴۴	دفترداری خانگی	۲۹۵	توسعه موفق کسبوکارهای خانگی در مناطق روستایی
۴۴۶	دلایل و انگیزه‌های راماندازی کسبوکارهای خانگی	۲۹۹	جامعه‌های متن باز در کسبوکار خانگی مبتنی بر وب
۴۴۹	ذی‌نفعان کسبوکارهای خانگی مبتنی بر وب	۳۰۴	جانشین‌پروری در کسبوکارهای خانوادگی
۴۵۳	راهبرد در کسبوکار خانگی	۳۰۸	جایابی برند در کسبوکار خانگی
۴۵۶	راهبردهای بین‌المللی شدن شرکت‌های خانوادگی	۳۱۱	جریان نقدی در کسبوکار خانگی
۴۵۹	رسانه‌های جمعی و ترویج کسبوکارهای خانگی	۳۱۴	جغرافیای کارآفرینی روی سایه
۴۶۴	رشد فضای کسبوکار خانگی	۳۱۹	جغرافیای کارآفرینی شهری
۴۶۹	رشد کسبوکارهای خانگی	۳۲۲	جمع‌سپاری برای ایده‌یابی و تأمین مالی در کسبوکارهای خانگی
۴۷۳	رقابت در کسبوکارهای خانگی	۳۲۶	چارچوب ذهنی صاحبان کسبوکار خانگی
۴۷۸	روش آموزش استاد-شاگردی در کسبوکارهای خانگی	۳۳۱	چرخه حیات بازار در کسبوکار خانگی
۴۸۲	روش قیمت‌گذاری بر مبنای هزینه در کسبوکارهای خانگی	۳۳۴	چرخه حیات محصولات خانگی
۴۸۶	رهبری کارآفرینانه در کسبوکارهای خانوادگی	۳۳۸	حریم خصوصی کسبوکار خانگی
۴۸۸	ریشه‌های شکست کسبوکارهای خانگی	۳۳۹	حسابداری در کسبوکار خانگی
۴۹۳	زمینه تولید پوشاک در خانه	۳۴۱	حسابرسی در شرکت‌های خانوادگی
۴۹۸	زمینه ورود به کسبوکار خانگی	۳۴۶	حضور کودکان در کسبوکار خانگی
۵۰۴	زمینه‌های توسعه کسبوکارهای خانگی در مناطق روستایی	۳۴۸	حقوق کار و کسبوکار خانگی
۵۰۸	زنان و کسبوکار خانگی	۳۵۱	حمایت از کسبوکار خانگی نوپا
۵۱۳	سازوکارهای مشارکت روستاییان در توسعه کسبوکارهای خانگی	۳۵۵	حمایت‌های بیمه‌ای از کسبوکارهای خانگی
۵۱۷	سرمایه اولیه در کسبوکار خانگی	۳۵۸	حمایت‌های حقوقی از نوآوری‌های مبتنی بر کسبوکار خانگی
۵۲۱	سرمایه فکری در کسبوکار خانگی	۳۶۲	خانواده و کسبوکار خانگی
۵۲۶	سرمایه‌گذاری مخاطر پذیر در کسبوکارهای خانگی	۳۶۵	خدمات ارزش افزوده همراه در کسبوکارهای خانگی
۵۳۰	بسته‌های بازاریابی در کسبوکار خانگی	۳۷۰	خدمات تلفن همراه در کارآفرینی خانگی
۵۳۴	بسخ‌شناسی کسبوکار خانگی	۳۷۴	خدمات حسابداری در کسبوکار خانگی
۵۳۷	سیاست‌های توسعه کسبوکار خانگی روستایی	۳۷۵	خدمات خانگی
۵۴۴	سیاست‌های حمایت از کسبوکارهای خانگی	۳۷۸	خدمات خانگی خاص معلولین
۵۵۰	سیاست‌های کلی اشتغال و کسبوکارهای خانگی	۳۸۱	خدمات خانگی طراحی معماری پایدار
۵۵۶	شاخص‌های فروش در کسبوکار خانگی زنان	۳۸۳	خرده‌فروشی در کسبوکار خانگی
۵۶۱	شبکه‌ها در کسبوکار خانوادگی	۳۸۶	خصوصیات خانواده و شرکت‌های خانوادگی
۵۶۴	شخصی‌سازی در کسبوکار خانگی	۳۹۰	خودآغازگری در کسبوکار خانگی
۵۶۷	شرکت در کسبوکار خانگی	۳۹۱	خودآرزیابی در کسبوکار خانگی
۵۷۱	صاحبان کسبوکارهای خرد	۳۹۵	خوداشتغالی در خانه

۷۳۹	کسبوکار خانگی کشاورزی	۵۷۹	طرح کسبوکار خانگی
۷۴۲	کسبوکار خانگی مبتنی بر اینترنت	۵۸۴	عوامل پیش‌برنده در ایجاد کسبوکار خانگی توسط زنان
۷۴۷	کسبوکار خانگی معلولین	۵۸۸	عوامل پیش‌برنده کسبوکارهای خانگی
۷۵۰	کسبوکار خانگی و اشتغال زنان روستایی	۵۹۳	عوامل جمعیت‌شناختی کسبوکارهای خانگی
۷۵۳	کسبوکار خانگی و توسعه روستایی	۵۹۶	عوامل شکست کسبوکار خانگی
۷۵۸	کسبوکار خانگی و توسعه منطقه‌ای	۶۰۰	عوامل شکل‌گیری کسبوکارهای خانگی
۷۶۲	کسبوکار خانگی و خانواده سنتی	۶۰۴	عوامل موفقیت در کسبوکار خانوادگی
۷۶۳	کسبوکار خانگی و خانواده هسته‌ای		عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری در
۷۶۶	کسبوکار خانگی و رضایتمندی کارآفرینان	۶۱۰	کسبوکارهای خانگی
۷۶۹	کسبوکار خانگی و زندگی خانوادگی: ابعاد ارتباط و همگرایی	۶۱۶	عوامل مؤثر بر دوام‌پذیری در کسبوکار خانگی
۷۷۲	کسبوکارهای خانگی و قوانین مالیاتی	۶۲۱	فرانشیز در کسبوکار خانگی
۷۷۶	کسبوکار خانگی و کارآفرینی روستایی	۶۲۳	فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینانه در کسبوکارهای خانگی
۷۷۹	کسبوکار خانوادگی	۶۲۸	فرایندهای کسبوکار خانگی
۷۸۴	کسبوکار خرد		فرصت‌های مبتنی بر نرم‌افزارهای متن‌باز در توسعه کسبوکار خانگی
۷۸۸	کسبوکار مهندسی خانه‌محور	۶۳۲	مبتنی بر وب
۷۹۱	کسبوکارهای اینترنتی خانگی ایجادکننده تنوع	۶۳۷	فروش با کارت اعتباری در کسبوکار خانگی
۷۹۳	کسبوکارهای خانگی با مالکیت زنان	۶۴۱	فروش به شرکت‌ها در کسبوکار خانگی
۷۹۶	کسبوکارهای خانگی جوان‌محور	۶۴۳	فروش تولیدات دست‌ساز
۷۹۸	کسبوکارهای خانگی در حقوق تجارت	۶۴۷	فروش مستقیم در کسبوکار خانگی
۸۰۱	کسبوکارهای خانگی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه	۶۵۱	فروشگاه اینترنتی خرده‌فروشی
۸۰۶	کسبوکارهای خانگی و مراقبت از فرزندان	۶۵۶	فرهنگ جوانمردی در کسبوکار خانگی
۸۰۸	کنترل فرایند کسبوکار خانوادگی	۶۵۸	فرهنگ و نگرش روستاییان نسبت به کسبوکار خانگی
۸۱۵	کنترل و نظارت بر کسبوکار خانگی	۶۶۲	فضای کارآفرینی در کسبوکار خانگی
۸۱۸	استاندارد و نشان تجاری در کسبوکار خانگی	۶۶۷	فعالیت خانگی کم‌هزینه
۸۲۳	اخلاق فکری در کسبوکار خانگی	۶۷۰	قابلیت‌های روستاییان برای فعالیت در حوزه کسبوکارهای خانگی
۸۳۲	مبانی کسبوکار خانگی	۶۷۳	قدرت بازار
۸۳۵	متنوع‌سازی اقتصادی روستایی	۶۷۸	قواعد حقوقی حاکم بر ایجاد واحدهای کسبوکار خانگی
۸۴۱	مخاطره مالی در کسبوکار خانگی	۶۸۲	قوانین و مجوزهای کسبوکار خانگی
۸۴۵	مدیریت ارتباط با مشتریان در کسبوکار خانگی	۶۸۷	کار آنلاین در خانه
۸۴۹	مدیریت دانش در کسبوکارهای خانگی مبتنی بر وب	۶۹۰	کار از خانه
۸۵۴	مدیریت زمان در کسبوکارهای خانگی	۶۹۴	کار مجازی در خانه
۸۵۸	مدیریت سرمایه در گردش در کسبوکار خانگی	۶۹۸	کارآفرین در خانه
۸۶۲	مدیریت عایدات در شرکت‌های خانوادگی	۷۰۰	کارآفرینی در خانه
۸۶۷	مدیریت مخاطره در کسبوکارهای خانگی	۷۰۴	کاربرد ادغام‌ها در کسبوکارهای خانگی
۸۶۹	مدیریت هزینه در کسبوکارهای خانگی	۷۰۸	کاهش تهدید محیطی در کسبوکار خانگی
۸۷۵	مراکز رشد کسبوکار خانگی	۷۱۱	کاهش هزینه در کسبوکار خانگی
۸۷۶	مرز کار و خانواده	۷۱۶	کسبوکار اینترنتی خانگی عامل سرریز دانش
۸۷۸	مزایا و معایب کسبوکار خانگی	۷۱۸	کسبوکار خانگی
۸۸۲	مسئولیت‌پذیری اجتماعی در کسبوکارهای خانگی	۷۲۲	کسبوکار خانگی بر مبنای فناوری نوین
۸۸۹	مشارکت خانواده در کسبوکار خانگی	۷۲۷	کسبوکار خانگی بر مبنای فناوری نوین برای زنان
۸۹۱	مشاوره در کسبوکار خانگی	۷۳۲	کسبوکار خانگی پرورش کرم خاکی
۸۹۴	مشتری در خانه	۷۳۷	کسبوکار خانگی در نظریه‌های اقتصادی

۱۰۰۷	نقش شایستگی‌های فردی در کسب‌وکارهای خانگی	۸۹۶	مشتری محصولات خانگی
	نقش شبکه دانش در مدیریت خوشه‌های صنعتی متشکل از واحدهای	۹۰۰	مطالعات امکان‌سنجی در کسب‌وکار خانگی
۱۰۱۲	کسب‌وکار خانگی	۹۰۳	مطالعات تطبیقی کسب‌وکار خانگی
۱۰۱۷	نقش شبکه‌های اجتماعی در کسب‌وکار خانگی مبتنی بر وب	۹۱۰	معافیت مالیاتی در کسب‌وکار خانگی
۱۰۲۳	نقش فرایندهای اداری در ایجاد کسب‌وکار خانگی	۹۱۴	معلولین در کسب‌وکار خانگی
۱۰۲۷	نقش فرهنگ ملی در توسعه کسب‌وکار خانوادگی	۹۱۶	معیارهای ارزشیابی ایده‌ها و فرصت‌های کسب‌وکارهای خانگی
۱۰۳۲	نقش کارآفرینان زن در کسب‌وکار خانگی	۹۲۰	مفهوم شناسی کسب‌وکار خانگی
۱۰۳۵	نقش کسب‌وکارهای خانگی در توسعه اشتغال		مقایسه توسعه کسب‌وکارهای خانگی در کلان شهرها و شهرهای
۱۰۳۹	نقش میراث فرهنگی در توسعه کسب‌وکار خانگی	۹۲۴	کوچک
۱۰۴۵	نقش نوآوری در توسعه کسب‌وکارهای خانگی	۹۲۸	مکان کار کسب‌وکار خانگی
۱۰۵۰	نقش هنجارهای خانوادگی روی قصد در کسب‌وکارهای خانوادگی	۹۳۱	منابع ایده‌یابی کارآفرینان خانگی
۱۰۵۲	نقش‌های خانگی در مقابل نقش‌های کاری	۹۳۶	موانع ایجاد کسب‌وکار خانگی توسط زنان
۱۰۵۷	نقش‌های صاحبان کسب‌وکار خانگی	۹۴۰	موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی
۱۰۶۲	نمونه‌هایی از کارآفرینی زنان در کسب‌وکارهای خانگی ایران	۹۴۳	موانع کارآفرینی روستایی در کسب‌وکار خانگی
۱۰۶۷	نوآوری‌های فناورانه در کسب‌وکارهای خانوادگی	۹۴۷	موانع کسب‌وکار خانگی
۱۰۶۹	نیروی کار خانگی	۹۴۸	موقعیت کسب‌وکار خانگی در بازار
۱۰۷۴	ویژگی‌های شخصی کارآفرینان خانگی	۹۵۱	مؤسسات بازاریابی در کسب‌وکار خانگی
۱۰۷۷	ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان خانگی		مؤلفه‌ها و سازوکارهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی
۱۰۸۳	ویژگی‌های صاحبان کسب‌وکار خانگی	۹۵۵	
۱۰۸۶	ویژگی‌های فردی مالک: مؤثر بر رشد کسب‌وکار خانوادگی	۹۶۰	مهمان‌پذیر خانگی
۱۰۸۹	ویژگی‌های کسب‌وکار خانگی	۹۶۴	مهندسی دانش در کسب‌وکارهای خانگی مبتنی بر وب
۱۰۹۵	هزینه فروش محصولات کسب‌وکار خانگی	۹۷۱	میزبانی یا مهمان‌نوازی
۱۰۹۷	هزینه‌های مستقیم در کسب‌وکار خانگی	۹۷	نظام اقتصادی خانواده
۱۱۰۱	هزینه‌های نامشهود در کسب‌وکار خانگی	۹۸۱	نفوذ در بازار
۱۱۰۶	یادگیری از شکست در کسب‌وکار خانوادگی	۹۸۶	نقش تعاون در توسعه کسب‌وکار خانگی
۱۱۱۱	یادگیری در کسب‌وکار خانگی	۹۹۱	نقش راهبرد دولت در کسب‌وکار خانگی
۱۱۱۵	یادگیری غیررسمی کارآفرینان خانگی		نقش روش تأمین مالی خرد در توسعه کسب‌وکارهای خانگی و کاهش
۱۱۱۷	یادگیری خانوادگی	۹۹۵	فقر
۱۱۲۰	یکپارچگی و پای کار و خانه	۹۹۹	نقش زنان در توسعه کسب‌وکارهای خانگی
		۱۰۰۳	نقش زنان در کسب‌وکار خانگی