پژوهشگاه
فضای مجازی

دفتر خاکستری ۱۳

پاسخ سریع
خردادماه ۱۴۰۴

مشاغل خانگی در ایران؛ واقعیت‌ها، آمارها

پاسخ به سوال مطرح شده از سوی معاونت تنظیم مقررات مرکز ملی فضای مجازی


بسم الله الرحمن

مشاغل خانگی در ایران؛ واقعیت‌ها، آمارها

پاسخ به سوالات مطرح شده از کمیسیون تنظیم مقررات

دفتر خاکستری (Quick Answer) **شمارهٔ سیزدهم**

نویسنده: علی حکیم‌سیما

تمام حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به پژوهشگاه فضای مجازی است و استفاده از آن تنها با ذکر منبع مجاز است.
همچنین محتوای منتشرشده در این گزارش بیانگر دیدگاه رسمی مرکز ملی فضای مجازی نیست.

نشانی: تهران، سعادت آباد، خیابان علامه شمالی، کوچه هجدهم غربی، پلاک ۱۷
تلفن: ۲۲۰۷۳۰۳۱-۰۲۱
کد پستی: ۱۹۹۷۹۸۷۶۲۹

خلاصه مدیریتی

با گسترش نقش مشاغل خانگی در سیاست‌های اشتغال‌زایی ایران، در سه سال اخیر شاهد رشد کم‌سابقه‌ای در گسترش این نوع کسب‌وکارها بوده‌ایم. هدف سیاست‌گذاران از توسعه مشاغل خانگی، توانمندسازی اقتصادی زنان، کاهش بیکاری و تسهیل کسب‌وکارهای خرد بوده است. با وجود این تلاش‌ها، داده‌ها و ارزیابی‌های میدانی نشان می‌دهد که این سیاست همچنان با چالش‌های ساختاری جدی مواجه است. این خلاصه مدیریتی با هدف پاسخ به هشت پرسش کلیدی، تصویری دقیق و تحلیلی از وضعیت مشاغل خانگی ارائه می‌دهد و مبتنی بر آمارهای رسمی، داده‌های پیمایشی و تحلیل‌های سیاستی تهیه شده است.

۱. چه درصدی از دریافت‌کنندگان مجوز، تسهیلات اشتغال دریافت کرده‌اند؟

*علی‌رغم صدور بیش از ۵۰۰ هزار مجوز از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳، نسبت دریافت‌کنندگان وام نسبتاً پایین بوده است:

۱۴۰۱: حدود ۲۲٪ از مجوزگیرندگان

۱۴۰۲: حدود ۱۷٪

۱۴۰۳: داده قطعی در دست نیست؛ اما کمتر از ۲۰ تا ۲۵٪ تا بهمن‌ماه

*در پیمایش میدانی انجام‌شده، تنها ۳٪ از پاسخ‌دهندگان دارای مجوز، وام دریافت کرده‌اند. این شکاف جدی بین سیاست‌های اعتباری و بهره‌مندی واقعی، نشانه‌ای از پیچیدگی فرایندها، ضعف اطلاع‌رسانی و عدم تناسب منابع مالی با رشد مجوزهاست.

۲. چند درصد از مجوزدارها واقعاً کسب‌وکار خود را شروع کرده‌اند؟

*تعریف «شروع کسب‌وکار» روشن نیست و سامانه‌های صدور مجوز توان پایش این موضوع را ندارند. بسیاری کسب‌وکارها نیز پیش از دریافت مجوز فعال بوده‌اند یا هرگز راه‌اندازی نشده‌اند. در نتیجه، آمار دقیقی از شروع واقعی فعالیت پس از صدور مجوز وجود ندارد. نبود سیستم رهگیری عملکرد، از موانع اصلی این ارزیابی است.

۳. چند درصد از این کسب‌وکارها به سودآوری واقعی رسیده‌اند؟

*«سودآوری واقعی» به معنای دستیابی به سود خالص (پس از کسر هزینه‌ها، زمان، و

استهلاک) است. داده‌ها نشان می‌دهد:
*فقط ۱۸.۲٪ از پاسخ‌دهندگان پیمایش، درآمد پایدار دارند.
*آمارهای غیررسمی تخمین می‌زنند که بین یک‌سوم تا نیمی از کسب‌وکارها به سوددهی واقعی رسیده‌اند.
*بخش قابل‌توجهی همچنان در مرحله تثبیت یا تلاش برای عبور از نقطه سربه‌سر هستند.

۴. چند درصد از کسب‌وکارها رشد یافته و از مقیاس خرد عبور کرده‌اند؟
*رشد کمی و کیفی مشاغل خانگی همچنان محدود است:
*فقط ۸.۵٪ از کسب‌وکارها بیش از سه نفر را درگیر کرده‌اند.
*سهم فعالیت‌های پشتیبان (به‌کارگیری دیگران یا شبکه‌سازی) نسبت به فعالیت‌های فردی بسیار پایین است.
*موفقیت‌های معدودی در برندسازی و صادرات گزارش شده‌اند، اما کمتر از ۱٪ از کل مجوزها به سطح برند ملی یا صادراتی رسیده‌اند.

۵. چند درصد از مشاغل خانگی در زنجیره ارزش فعال هستند؟
*داده‌های رسمی دراین‌خصوص پراکنده‌اند، اما سیاست وزارت کار در سال ۱۴۰۲ اختصاص ۷۰٪ تسهیلات به پشتیبان‌ها بوده است. در عمل:
* ۳۱.۸٪ از پاسخ‌دهندگان پیمایش گفته‌اند که یا دیگرانی را به کار گرفته‌اند یا برای دیگران کار می‌کنند.
*بیش از ۷۰۰ شبکه زنجیره تأمین تا پایان ۱۴۰۱ شکل‌گرفته، اما اطلاعات کمی درباره سهم واقعی وام‌گیرندگان در این زنجیره‌ها وجود دارد.

۶. چند درصد از کسب‌وکارهای خانگی به‌عنوان شغل دوم فعالیت می‌کنند؟
*در پیمایش ۲۹.۲٪ از دارندگان مجوزها، مشاغل خانگی را شغل دوم خود می‌دانند.
*در آمار رسمی اطلاعاتی در این زمینه موجود نیست.
*این آمار نشان می‌دهد که برای بسیاری، مشاغل خانگی نه اشتغال اصلی، بلکه راهی برای

جبران فشارهای معیشتی است.

۷. عمر متوسط کسب‌وکارهای خانگی در ایران چقدر است؟

*در ایران، داده رسمی در این زمینه وجود ندارد. بااین‌حال، در پیمایش میدانی، عمر متوسط کسب‌وکارها ۲.۸ سال برآورد شده است.

*در مقایسه، عمر متوسط در آمریکا و اروپا حدود ۵ سال است.

*عوامل مؤثر بر شکست زودهنگام شامل: سرمایه پایین، ضعف در بازاریابی، آموزش ناکافی، ناپایداری بازار و نبود حمایت ساختاری است.

۸. انگیزه‌های اصلی افراد از دریافت مجوز مشاغل خانگی چیست؟

*پیمایش نشان داد ۵۶.۴٪ از پاسخ‌دهندگان، ایجاد شغل و درآمد برای خانواده را انگیزه اصلی خود اعلام کرده‌اند.

سایر انگیزه‌ها شامل: استقلال مالی، دسترسی به تسهیلات، و رسمی‌سازی کسب‌وکار *بوده‌اند.

*این نشان می‌دهد مشاغل خانگی واکنشی به نیازهای اقتصادی‌اند نه صرفاً مشوق‌های دولتی.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، تحولات ساختاری در بازار کار، رشد نابرابری‌های اقتصادی و گسترش فناوری‌های ارتباطی، بسترهای نوینی را برای شکل‌گیری و توسعه مشاغل خانگی فراهم کرده‌اند. مشاغل خانگی به‌عنوان یکی از مصادیق اشتغال غیررسمی، انعطاف‌پذیر و کم‌هزینه، نه‌تنها به منزله راهکاری برای افزایش مشارکت اقتصادی اقشار آسیب‌پذیر—به‌ویژه زنان، جوانان و روستاییان—بلکه به‌مثابه ابزاری برای تاب‌آورسازی اقتصاد خانوار در برابر نوسانات کلان اقتصادی مطرح شده‌اند. در این میان، کشورهایی با نرخ بیکاری بالا یا ساختارهای ناکارای بازار کار، بیش از سایرین به توسعه مشاغل خانگی به‌عنوان یک سیاست فعال اشتغال‌زایی روی آورده‌اند.

در ایران، سیاست‌گذاری برای حمایت از مشاغل خانگی سابقه‌ای بیش از دو دهه دارد؛ اما طی سال‌های اخیر، به‌ویژه از سال ۱۴۰۱ به بعد، با تحولات قانونی مانند تصویب قانون تسهیل صدور مجوزهای کسب‌وکار و راه‌اندازی درگاه ملی مجوزها، موج گسترده‌ای از صدور مجوز مشاغل خانگی به راه افتاده است. دولت سیزدهم، با تأکید بر توانمندسازی اقشار ضعیف و ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال، برنامه‌های مختلفی برای توسعه این حوزه در دستور کار قرار داده است؛ از جمله تخصیص تسهیلات قرض‌الحسنه، توسعه زنجیره‌های تأمین، و اتصال کسب‌وکارهای خانگی به بازارهای دیجیتال. بر همین اساس، از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳، بیش از ۶۸۰ هزار مجوز مشاغل خانگی صادر شده که افزایشی کم‌سابقه در تاریخ این سیاست محسوب می‌شود.

بااین‌حال، پرسش اساسی این است که آیا رشد کمّی صدور مجوزها منجر به بهبود کیفیت اشتغال، سودآوری پایدار، و توانمندسازی واقعی صاحبان این مشاغل شده است؟ ارزیابی تجربه سه‌ساله اخیر، نیازمند بررسی دقیق داده‌های رسمی، تحلیل سیاست‌های اجرایی، و نیز شناخت وضعیت واقعی کسب‌وکارها در میدان عمل است. به‌ویژه در شرایطی که شکاف فزاینده‌ای میان سیاست‌های ابلاغی و میزان بهره‌مندی واقعی از حمایت‌ها—نظیر دریافت تسهیلات یا پیوستن به زنجیره ارزش—به چشم می‌خورد، ضرورت تحلیل میدانی و داده‌محور این حوزه دوچندان شده است.

پژوهش حاضر در پی آن است تا با بهره‌گیری از روش ترکیبی کمّی و کیفی، و بر اساس داده‌های رسمی و پیمایش میدانی در میان صدها کسب‌وکار خانگی فعال، تصویری واقع‌گرایانه از وضعیت مشاغل خانگی در ایران در بازه‌ی زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ ترسیم کند. در این مسیر، سؤالات کلیدی زیر موردبررسی قرار گرفته‌اند: چه درصدی از دریافت‌کنندگان مجوز، تسهیلات اشتغال دریافت کرده‌اند؟ چند درصد از مجوزدارها واقعاً کسب‌وکار خود را شروع کرده‌اند؟ چند درصد از کسب‌وکارها رشدیافته و از مقیاس خرد عبور کرده‌اند؟ چند درصد از مشاغل خانگی در زنجیره ارزش فعال هستند؟ چند درصد از کسب‌وکارهای خانگی به‌عنوان شغل دوم فعالیت می‌کنند؟ عمر متوسط کسب‌وکارهای خانگی در ایران چقدر است؟ انگیزه‌های اصلی افراد از دریافت مجوز مشاغل خانگی چیست؟

روش‌شناسی

در این مطالعه، هدف اصلی بررسی و تحلیل وضعیت واقعی مشاغل خانگی در ایران طی سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ بوده است. باتوجه‌به ماهیت پویای این حوزه، خلأ جدی در داده‌های رسمی موجود، و تغییرات مستمر در سیاست‌گذاری‌های دولتی، این پژوهش به روش ترکیبی (کمّی-کیفی) و باتکیه‌بر پیمایش میدانی هدفمند در کنار تحلیل اسنادی انجام شده است. در ادامه، مراحل و منطق روش‌شناختی این تحقیق به‌تفصیل شرح داده می‌شود.

۱. تحلیل اسنادی و داده‌های رسمی

در گام نخست، پژوهش به‌صورت گسترده به تحلیل محتوای اسناد و داده‌های آماری موجود در خصوص مشاغل خانگی پرداخته است. منابع مورداستفاده شامل:

گزارش‌های رسمی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی،

آمارهای منتشرشده توسط مرکز آمار ایران و درگاه ملی مجوزهای کسب‌وکار،

گزارش‌های عملکرد سه‌ماهه و سالانه طرح‌های اشتغال‌زایی و اعطای تسهیلات،

و اظهارات مقامات مسئول در رسانه‌های معتبر و سامانه‌های دولتی.

این داده‌ها برای تبیین روند صدور مجوزها، توزیع تسهیلات، نرخ اشتغال ایجادشده، ساختار فعالیت‌ها، عمر متوسط مشاغل، و سایر شاخص‌های کلان مربوط به مشاغل خانگی مورداستفاده قرار گرفته‌اند.

۲. پیمایش میدانی

باتوجه‌به خلأ آشکار در داده‌های رسمی و دقیق پیرامون وضعیت واقعی مشاغل خانگی در ایران، تیم پژوهشی تصمیم گرفت پرسش‌نامه‌ای جامع طراحی کند تا ابعاد مختلف این حوزه از جمله دسترسی به تسهیلات، ساختار شغلی، انگیزه‌ها، سودآوری و ارتقای شغلی موردبررسی قرار گیرد. برای اجرای میدانی این طرح، همکاری مؤثر با پلتفرم «باسلام» شکل گرفت؛ بستری که باتوجه‌به ساختار تخصصی خود در حمایت از کسب‌وکارهای خرد و خانگی، یکی از فعال‌ترین و معتبرترین شبکه‌های دیجیتال در این حوزه محسوب می‌شود. ازاین‌رو، پرسش‌نامه طراحی‌شده از سوی باسلام در اختیار غرفه‌داران و فروشندگان این پلتفرم قرار گرفت.

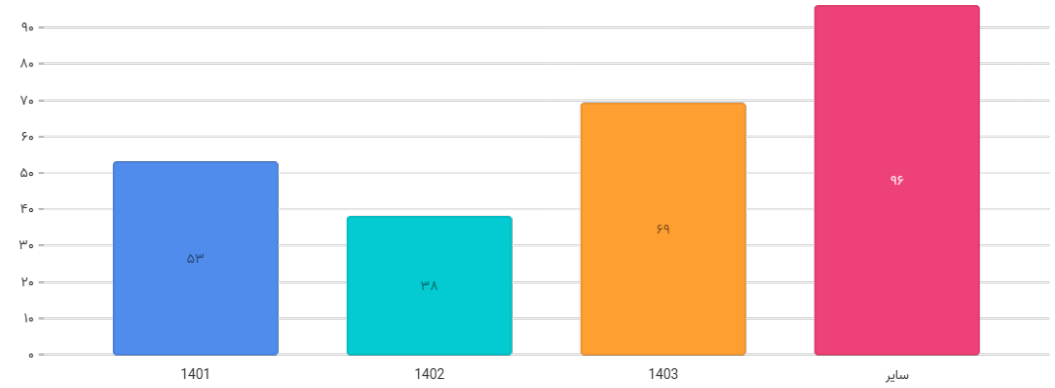
در مجموع، این پرسش‌نامه برای ۴۲۵ نفر به‌صورت تصادفی از دارندگان کسب‌وکار خانگی ارسال شد که از این میان، ۲۵۷ نفر به پرسش‌نامه پاسخ دادند. هرچند جامعه آماری «غرفه‌داران باسلام» نمی‌تواند به طور کامل نماینده کل مشاغل خانگی کشور باشد، اما باتوجه‌به نزدیکی بسیار بالای این گروه به زیست‌بوم واقعی مشاغل خانگی و فعالیت گسترده آن‌ها در بازار دیجیتال، نتایج به‌دست‌آمده می‌تواند دیدگاه‌های معتبر، مفید و قابل اتکایی درباره روندها، چالش‌ها و ظرفیت‌های این حوزه فراهم آورد.

در این پیمایش، پاسخ‌دهندگانی از بیش از ۹۰ شهر کشور شرکت کرده‌اند که بیانگر تنوع جغرافیایی مناسب جامعه آماری است. ترکیب جنسیتی شرکت‌کنندگان شامل ۶۹٪ زن و ۳۱٪ مرد است که باتوجه‌به سهم بالای زنان در اکوسیستم مشاغل خانگی، توزیعی قابل‌انتظار محسوب می‌شود. از منظر نوع فعالیت، بیشترین تمرکز مربوط به کسب‌وکارهای هنری و دست‌ساز (۴۳٪)، خیاطی و پوشاک (۱۵٪) و مواد غذایی (۱۱٪) بوده است. همچنین، کسب‌وکارهایی در حوزه‌های خدمات آنلاین، آموزشی، تولید لوازم‌خانگی، بدلیجات، محصولات آرایشی، لوازم‌تحریر، و سایر حوزه‌های خلاق نیز در میان پاسخ‌دهندگان حضور داشته‌اند.

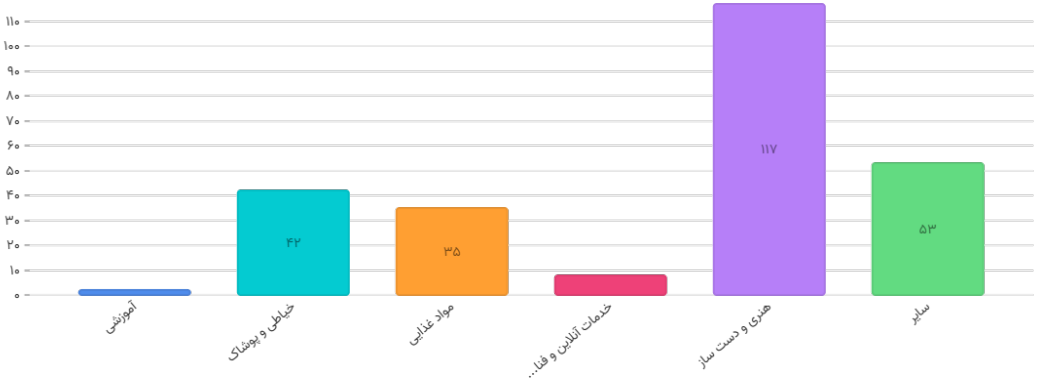
تنوع در نوع کسب‌وکارها و پراکندگی جغرافیایی نمونه‌ها، داده‌هایی باارزش و اعتبار میدانی فراهم آورده است که می‌تواند مبنای مناسبی برای تحلیل سیاست‌های حمایتی، طراحی برنامه‌های توسعه‌ای، و نیز درک عمیق‌تر از وضعیت واقعی مشاغل خانگی در سطح کشور قرار گیرد.

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
زن	۱۷۹	۶۹.۶%
مرد	۷۸	۳۰.۳%
جمع	۲۵۷	۱۰۰%

جدول یک- پراکندگی جنسیتی پیمایش



نمودار۱-سال شروع کسب و کارها



نمودار۲- پراکندگی نوع کسب و کارها

۱. دریافت تسهیلات اشتغال از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی توسط دارندگان مجوز مشاغل خانگی در سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳

در طرح مشاغل خانگی، افراد پس از دریافت مجوز کسب‌وکار خانگی می‌توانند از تسهیلات اشتغال (وام‌های قرض‌الحسنه) وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بهره‌مند شوند. آمارهای رسمی نشان می‌دهد هر سال تعداد قابل‌توجهی مجوز مشاغل خانگی صادر شده و بودجه‌ای برای وام اشتغال اختصاص‌یافته است. در این گزارش، تلاش شده است درصد دارندگان مجوز مشاغل خانگی که در سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ موفق به دریافت تسهیلات شده‌اند، ارائه شود. همچنین، تعداد مطلق مجوزهای صادرشده و تعداد تسهیلات پرداخت‌شده (بر حسب فقره وام) به تفکیک هر سال گزارش شده است.[۱] تعداد مجوزهای صادره برای مشاغل خانگی در کل کشور و تعداد دریافت‌کنندگان تسهیلات در جدول زیر ارائه شده است.

سال	مجوزهای مشاغل خانگی صادرشده (کل کشور)	دریافت‌کنندگان تسهیلات اشتغال (فقره وام)	درصد دارندگان مجوز دارای تسهیل
۱۴۰۱	۲۱۸,۰۰۰ مجوز	~۴۸,۹۰۰ فقره (پرداخت ~۲۵,۴۰۲ میلیارد ریال)	~۲۲٪ (حدود یک‌پنجم)
۱۴۰۲	~۳۰۰,۰۰۰+ مجوز (۲۶۳,۲۲۲ مجوز در ۱۰ ماه)	۵۱,۵۹۹ فقره (پرداخت ۳۶,۷۳۳ میلیارد ریال)	~۱۷٪ (حدود یک‌ششم)
۱۴۰۳	در دسترس نیست (احتمالاً در حد سال ۱۴۰۲ یا بیشتر)	در دسترس نیست (کندی در جذب تسهیلات)	نامشخص (تا بهمن تنها ~۲۵٪ تسهیلات پرداخت شده بود)

* داده‌های سال ۱۴۰۳ هنوز به طور کامل منتشر نشده است. بر اساس گزارش بهمن ۱۴۰۳، تنها حدود ۲۰ تا ۲۵ درصد از سهمیه تسهیلات مشاغل خانگی آن سال تا آن تاریخ توسط بانک‌ها پرداخت شده بود.

آمار تسهیلات و مجوزها به تفکیک سال

سال ۱۴۰۱: در سال ۱۴۰۱ جهش چشمگیری در صدور مجوزهای مشاغل خانگی رخ داد. به گزارش

---

۱. منابع مورد استناد شامل گزارش‌های رسمی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و خبرگزاری‌های معتبری چون ایرنا و تسنیم هستند.

رئیس دبیرخانه ستاد مشاغل خانگی، حدود ۲۱۸ هزار مجوز مشاغل خانگی در سال ۱۴۰۱ صادر شد که نسبت به سال ۱۴۰۰ بیش از ۲۰۰٪ رشد داشت. برای حمایت از این کسب‌وکارها، ۳۰۰۰ میلیارد تومان اعتبار (معادل ۳۰,۰۰۰ میلیارد ریال) تسهیلات قرض‌الحسنه اختصاص یافت[۲]. از این میزان، تا پایان سال ۱۴۰۱ حدود ۲۵,۴۰۲ میلیارد ریال تسهیلات پرداخت شد (معادل ~۸۵٪ از کل اعتبار مصوب). بر پایه آمار وزارت کار، در سال ۱۴۰۱ نزدیک ۴۸,۸۹۸ طرح صاحبان مشاغل خانگی به بانک‌ها معرفی شد که بیانگر تعداد تقریبی وام‌های اعطایی در این سال است[۳]. مقایسه تعداد مجوزها و وام‌های پرداخت‌شده نشان می‌دهد که حدود ۲۲٪ از افرادی که مجوز مشاغل خانگی گرفته بودند، توانستند از تسهیلات اشتغال بهره‌مند شوند (تقریباً یک نفر از هر پنج نفر).

سال ۱۴۰۲: روند صدور مجوزهای مشاغل خانگی در سال ۱۴۰۲ نیز با شدت ادامه یافت و رکورد جدیدی ثبت شد. بر اساس گزارش درگاه ملی صدور مجوزها، تنها در ۱۰ ماه نخست سال ۱۴۰۲ (ابتدای فروردین تا ۱۱ دی)، بیش از ۲۶۳ هزار مجوز کسب‌وکار خانگی در کشور صادر شده است که این رقم از کل مجوزهای صادره در سال ۱۴۰۱ (حدود ۲۱۹ هزار مجوز) هم فراتر رفت. بدین ترتیب انتظار می‌رود کل مجوزهای ۱۲ ماهه‌ی ۱۴۰۲ از مرز ۳۰۰ هزار فقره گذشته باشد که رکورد جدیدی محسوب می‌شود [۴]. از سوی دیگر، دولت منابع تسهیلات مشاغل خانگی را در سال ۱۴۰۲ افزایش داد و حدود ۴۰۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای وام قرض‌الحسنه این حوزه در نظر گرفت. (۳۳٪ بیش‌تر از سال ۱۴۰۱)[۵] عملکرد اجرای طرح نشان می‌دهد تا پایان سال ۱۴۰۲، مجموعاً ۵۱,۵۹۹ فقره وام مشاغل خانگی پرداخت شده است. مبلغ کل تسهیلات پرداخت‌شده در این سال به حدود ۳۶,۷۳۳ میلیارد ریال رسید که معادل حدود ۹۲٪ از اعتبار مصوب ۴۰,۰۰۰ میلیاردریالی است. با مقایسه تعداد مجوزها و تعداد دریافت‌کنندگان تسهیلات در سال ۱۴۰۲ می‌توان برآورد کرد تقریباً ۱۵٪ تا ۲۰٪ از دارندگان مجوزها موفق به دریافت وام

---

۲. https://irna.ir/xjMLcs

۳. https://tn.ai/۳۰۴۳۲۶

۴. https://farhikhtegandaily.com/page/۲۴۶۹۸۱/

۵. https://tn.ai/۲۹۱۶۸۳۰

اشتغال شده‌اند (حدود یک‌ششم) که اندکی کمتر از نسبت سال قبل است. کاهش نسبی این درصد می‌تواند ناشی از افزایش چشمگیر تعداد مجوزهای صادره در قیاس با ظرفیت و سرعت پرداخت تسهیلات باشد.[۶]

سال ۱۴۰۳: اطلاعات تفکیک‌شده و نهایی سال ۱۴۰۳ در زمان تهیه این گزارش به طور رسمی منتشر نشده است. بااین‌حال، شواهد اولیه حاکی از آن است که روند جذب و پرداخت تسهیلات در ۱۴۰۳ با کندی مواجه بوده است. به گفته‌ی یکی از مدیران وزارت کار در بهمن ۱۴۰۳، تاکنون تنها ۲۰ تا ۲۵ درصد از سهمیه تسهیلات مشاغل خانگی توسط بانک‌ها پرداخت شده است[۷]. این بدان معناست که باوجود صدور احتمالاً صدها هزار مجوز جدید در سال ۱۴۰۳، درصد بهره‌مندی مجوزگیرندگان از وام احتمالاً پایین‌تر از سال‌های قبل بوده است (ممکن است بسیاری از وام‌ها به پایان سال موکول شده یا تحقق‌نیافته باشد). البته وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از پیگیری برای تخصیص ۱۰۰٪ اعتبارات و حتی افزایش ۴۰٪ سقف تسهیلات مشاغل خانگی در سال جاری خبر داده است[۸]. باید منتظر ماند تا آمار رسمی کامل سال ۱۴۰۳ اعلام شود؛ اما بر اساس داده‌های موجود می‌توان حدس زد که درصد دارندگان مجوز که تسهیلات دریافت کرده‌اند در حدود ۱۰٪ تا ۲۰٪ خواهد بود و احتمالاً به رقم سال‌های ۱۴۰۱—۱۴۰۲ نزدیک می‌شود.

پیمایش میدانی

در پیمایش میدانی انجام‌شده، تنها ۳٪ از پاسخ‌دهندگان، اعلام کرده‌اند که موفق به دریافت تسهیلات اشتغال از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی شده‌اند؛ رقمی که به طور محسوسی پایین‌تر از میانگین کشوری در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ (به ترتیب حدود ۲۲٪ و ۱۷٪) است. این تفاوت معنادار را می‌توان ناشی از چند عامل دانست: نخست آنکه جامعه آماری این پیمایش، فقط شامل فروشندگان فعال در پلتفرم «باسلام» است که به‌احتمال زیاد

۶.https://tn.ai/۳۲۱۰۶۵۹

۷.https://tn.ai/۳۲۴۴۳۶۴

۸.https://tn.ai/۲۹۱۶۸۳۰

از شیوه‌های دیجیتال، فروش مستقیم، یا سرمایه‌گذاری شخصی بهره می‌برند و به‌جای انتظار برای دریافت تسهیلات رسمی، تمرکز خود را بر بهره‌برداری فوری از بازار و جذب مشتری گذاشته‌اند. دوم، پیچیدگی‌ها و فرایندهای اداری مرتبط با دریافت تسهیلات که موجب می‌شود بسیاری از فعالان خرد یا از ورود به این فرآیند صرف‌نظر کنند، یا به دلیل نداشتن شرایط لازم—مانند ضمانت‌های بانکی، ارائه طرح توجیهی و...—از دسترسی به آن بازبمانند؛ و سوم، فقدان آگاهی کافی یا عدم پیگیری مؤثر برای ورود به فرآیند دریافت وام. این نرخ پایین بهره‌مندی از تسهیلات، درعین‌حال، هشداری جدی نسبت به شکاف میان سیاست‌های حمایتی و میزان بهره‌مندی واقعی صاحبان کسب‌وکار از آن‌هاست. این وضعیت نشان می‌دهد که بسیاری از کارآفرینان خانگی، علی‌رغم دریافت مجوز فعالیت، عملاً از چرخه حمایت‌های مالی دولت و نظام بانکی بی‌بهره مانده‌اند. ازاین‌رو، بهبود فرایندهای اطلاع‌رسانی، گسترش خدمات غیرحضوری، تسهیل شرایط ضمانت و طراحی سامانه‌های هوشمند تخصیص تسهیلات می‌تواند از جمله راهکارهای مؤثر در جهت کاهش این شکاف و افزایش دسترسی فعالان خانگی به منابع حمایتی باشد.

۲. آغاز فعالیت دریافت‌کنندگان مجوز مشاغل خانگی و سودآوری واقعی آن‌ها از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳

فاصله میان دریافت مجوز و آغاز واقعی کسب‌وکارهای خانگی

پاسخ دقیق به این پرسش که چند درصد از دریافت‌کنندگان مجوز مشاغل خانگی در بازه زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ واقعاً کسب‌وکار خود را آغاز کرده‌اند، مستلزم تبیین مفهومی کلیدی به نام «شروع کسب‌وکار» است. دریافت مجوز به‌تنهایی نمی‌تواند به‌عنوان معیاری قطعی برای راه‌اندازی واقعی یک فعالیت اقتصادی تلقی شود؛ چراکه تعریف و سنجش «آغاز فعالیت اقتصادی» می‌تواند بسته به شاخص‌های مختلف، متفاوت باشد. به‌عنوان‌مثال، آیا صرفاً شروع فروش کالا یا خدمات ملاک است؟ یا باید ورود به بازارهای دیجیتال، ثبت در نظام مالیاتی و بیمه‌ای، یا حتی آغاز تولید بدون فروش را نیز نوعی شروع فعالیت تلقی کرد؟ این تفاوت در تعاریف، کار ارزیابی دقیق میزان شروع کسب‌وکارها را دشوار می‌سازد.

از سوی دیگر، بخش قابل‌توجهی از مشاغل خانگی در ایران بدون اخذ مجوز رسمی آغاز به

فعالیت می‌کنند. کسب‌وکارهایی همچون تهیه غذای خانگی، خیاطی، تولید صنایع‌دستی، یا خدمات مراقبت از کودک و سالمند اغلب در بستر خانواده شکل می‌گیرند و ممکن است سال‌ها به فعالیت خود ادامه دهند، بی‌آنکه هرگز برای دریافت مجوز رسمی اقدام کرده باشند. به بیان دیگر، فقدان مجوز لزوماً به معنای فقدان فعالیت اقتصادی نیست.

در نقطه مقابل، گروهی از افراد نیز صرفاً باهدف بهره‌مندی از تسهیلات، حمایت‌های دولتی یا مزایای قانونی، اقدام به دریافت مجوز کرده‌اند، اما در عمل هرگز کسب‌وکاری را راه‌اندازی نکرده‌اند. این دوگانه، نشانگر شکافی معنادار میان «صدور مجوز» و «آغاز فعالیت اقتصادی واقعی» است؛ شکافی که می‌تواند موجب خطای تحلیلی در استناد به آمارهای مربوط به توسعه اشتغال خانگی شود.

از منظر زیرساخت آماری نیز، سامانه‌های فعلی از جمله سامانه صدور مجوز مشاغل خانگی، عمدتاً به ثبت اطلاعات اولیه و فرآیند اداری صدور مجوز محدود بوده و فاقد سازوکار مؤثر برای پایش، ارزیابی و پیگیری وضعیت واقعی کسب‌وکار پس از صدور مجوز هستند. علاوه بر این، عدم دسترسی به اطلاعات تراکنش‌های مالی کسب‌وکارها، به‌عنوان یکی از شاخص‌های کلیدی برای سنجش فعالیت اقتصادی واقعی، محدودیت مضاعفی را در ارزیابی عملکرد این مشاغل ایجاد کرده است.

در مجموع، در غیاب سامانه‌های هوشمند و یکپارچه برای رصد و پایش فعالیت واقعی پس از صدور مجوز، نمی‌توان با اطمینان آماری اعلام کرد که چه تعداد از دارندگان مجوز، عملاً کسب‌وکار خود را آغاز کرده‌اند. در نتیجه، هرگونه برآورد در این زمینه، عمدتاً جنبه کیفی داشته و با درصد خطای قابل‌توجهی همراه خواهد بود.

سودآوری واقعی در کسب‌وکارهای خانگی: چالشی فراتر از درآمدزایی

پاسخ به این پرسش که چه درصدی از کسب‌وکارهای خانگی آغازشده در سال‌های اخیر به سودآوری واقعی دست یافته‌اند، نیازمند درک دقیق‌تری از مفهوم «سودآوری واقعی» است. در بسیاری از تحلیل‌ها، صرف کسب درآمد یا پوشش بخشی از هزینه‌ها به‌عنوان سودآوری تلقی می‌شود؛ درحالی‌که این تلقی بسیار ساده‌انگارانه و گمراه‌کننده است. سودآوری واقعی، تنها

به معنای «درآمد داشتن» نیست، بلکه به معنای مثبت‌بودن تراز مالی کسب‌وکار پس از کسر تمامی هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم آن است. این هزینه‌ها شامل مواردی چون:

*هزینه مواد اولیه و ابزار کار

*هزینه استهلاک تجهیزات

*زمان صرف‌شده توسط فرد یا اعضای خانواده (به‌عنوان هزینه فرصت)

*هزینه‌های پنهان مانند افت کیفیت زندگی یا محدودشدن فضا و منابع خانگی

بنابراین، کسب‌وکاری ممکن است از بیرون موفق به نظر برسد یا حتی به درآمدی دست‌یافته باشد، اما در محاسبه دقیق اقتصادی، دچار زیان باشد یا به‌سختی در نقطه سربه‌سر قرار گیرد.

سود خالص مثبت و میزان موفقیت در مشاغل خانگی

باوجود دسترسی نسبی به آمارهای مرتبط با اشتغال‌زایی در حوزه مشاغل خانگی، آمار رسمی و دقیقی درباره نسبت افرادی که به «سود خالص مثبت» دست یافته‌اند، منتشر نشده است. نهادهای مسئول مانند وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مرکز آمار ایران، تمرکز خود را عمدتاً بر تعداد مجوزهای صادرشده و میزان اشتغال ایجادشده قرار داده‌اند و کمتر به شاخص‌های واقعی سودآوری توجه داشته‌اند. این در حالی است که سودآوری، یکی از شاخص‌های کلیدی در سنجش پایداری و موفقیت اقتصادی مشاغل خانگی به شمار می‌رود. فقدان داده‌های دقیق در این زمینه، تحلیل جامع از اثربخشی سیاست‌های حمایتی را با محدودیت مواجه ساخته و ضرورت توسعه سازوکارهایی برای رصد عملکرد مالی این کسب‌وکارها را دوچندان می‌سازد.

بااین‌حال، برخی برآوردهای تحلیلی و گزارش‌های غیررسمی اشاره کرده‌اند که درصدی از مشاغل خانگی در یکی دو سال نخست فعالیت، به درآمدزایی مطلوب می‌رسند. به‌عنوان نمونه، در یکی از این بررسی‌ها آمده است که بیش از ۴۰٪ از فعالان مشاغل خانگی موفق به کسب درآمد مناسب شده‌اند و حتی برخی از آن‌ها درآمدی بالای ۵۰ میلیون تومان در ماه گزارش کرده‌اند. اگرچه این آمار مستقل و تأییدشده نیست، اما نشان می‌دهد که احتمالاً نزدیک به نیمی از

مشاغل خانگی، از لحاظ درآمدی به نقطه سربه‌سر یا سوددهی رسیده‌اند.[۹] بااین‌وجود، باید تأکید کرد که درآمد مناسب الزاماً به معنای سود خالص مثبت نیست. سود خالص واقعی مستلزم کسر تمامی هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم از درآمد است. باتوجه‌به موارد مطروحه، می‌توان گفت که نرخ واقعی سودآوری خالص، احتمالاً پایین‌تر از نرخ درآمدزایی است و بخشی از کسب‌وکارهایی که به‌ظاهر فعال و دارای درآمد هستند، هنوز از منظر اقتصادی به سود خالص نرسیده‌اند.

به‌طورکلی، مانند بسیاری از کسب‌وکارهای خرد، بسیاری از مشاغل خانگی در ماه‌ها یا حتی سال‌های ابتدایی با حاشیه سود پایین فعالیت می‌کنند و رسیدن به سودآوری پایدار زمان‌بر است. برخی گزارش‌های رسانه‌ای نیز به این چالش‌ها اشاره دارند. برای مثال، باوجود صدور بیش از ۶۰۰ هزار مجوز در سه سال گذشته (۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳)، تعداد اشتغال واقعی یا مشاغل تثبیت‌شده بسیار کمتر گزارش شده است؛ این شکاف می‌تواند نشانه‌ای از عدم راه‌اندازی واقعی، توقف فعالیت یا نرسیدن به مرحله سودآوری باشد.[۱۰]

براین‌اساس، با جمع‌بندی داده‌های کیفی موجود، می‌توان تخمینی محتاطانه ارائه داد مبنی بر اینکه احتمالاً تنها بین یک‌سوم تا نیمی از مشاغل خانگی آغازشده طی سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳، به سود خالص مثبت رسیده‌اند. سایر کسب‌وکارها یا همچنان در مراحل اولیه فعالیت قرار دارند، یا در حال تلاش برای پوشش هزینه‌ها هستند. تأکید می‌شود که این تخمین، بر پایه داده‌های پراکنده و تجربه میدانی از فضای کسب‌وکارهای کوچک در ایران است و برای دستیابی به یک نرخ دقیق و قابل‌اتکا، نیاز به اجرای مطالعات میدانی گسترده، نظام‌های پایش عملکرد و انتشار عمومی داده‌های مرتبط با طرح ملی مشاغل خانگی وجود دارد؛ امری که تاکنون به‌صورت سیستماتیک محقق نشده است.[۱۱]

مشاغل خانگی در سطح کشور طی سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ رشد کم‌سابقه‌ای از نظر تعداد مجوز

۹.https://shrr.ir/۰۰۱Eoi

۱۰. https://shrr.ir/۰۰۱Eoi

۱۱.https://shrr.ir/۰۰۱Eoi

و اشتغال داشته‌اند و سهم آن‌ها در ایجاد اشتغال جدید به حدود ۱۰ درصد رسیده است. بااین‌حال، اطلاعات رسمی در خصوص سهم کسب‌وکارهای خانگی که به سود خالص مثبت رسیده‌اند منتشر نشده و شواهد نشان می‌دهد که همه کسب‌وکارهای آغازشده به مرحله سودآوری نرسیده‌اند. بسیاری از فعالان این حوزه هنوز در مرحله تثبیت، توسعه محصول و تلاش برای گسترش بازار فروش قرار دارند. برآوردهای غیررسمی حاکی از آن است که احتمالاً کمتر از نیمی از مشاغل خانگی تازه‌تأسیس طی این سه سال توانسته‌اند به سوددهی کامل برسند؛ درحالی‌که بخش قابل‌توجهی یا تنها درآمدی محدود کسب کرده‌اند یا فعالیت خود را متوقف کرده‌اند.[۱۲]

پیمایش میدانی

در پیمایش صورت‌گرفته، از میان ۲۳۶ پاسخ‌دهنده، تنها ۴۳ نفر (معادل ۱۸.۲٪) اعلام کرده‌اند که کسب‌وکار خانگی‌شان به درآمد پایدار رسیده است، درحالی‌که ۸۱.۸٪ دیگر (۱۹۳ نفر) یا هنوز به این مرحله نرسیده‌اند یا با نوسانات و بی‌ثباتی درآمدی مواجه‌اند. این میزان نسبتاً پایین از دستیابی به پایداری مالی، بیانگر چالش‌های ساختاری و اقتصادی عمیقی است که کسب‌وکارهای خانگی در مسیر تثبیت خود تجربه می‌کنند.

مشاغل خانگی در مسیر دستیابی به درآمد پایدار با چالش‌های متعددی مواجه‌اند. نخست آنکه بسیاری از این کسب‌وکارها فاقد دسترسی به منابع مالی کافی، آموزش‌های تخصصی در حوزه بازاریابی و مدیریت، و نیز شبکه‌های توزیع مؤثر هستند. دوم، فقدان زیرساخت‌های حمایتی پایدار و ضعف در اتصال به بازارهای گسترده‌تر، موجب می‌شود که فروش و درآمد این مشاغل ناپایدار بوده و عمدتاً به حلقه‌ای محدود از مشتریان محلی یا آشنایان وابسته بماند. افزون بر این، بخش قابل‌توجهی از کسب‌وکارهای خانگی با سرمایه اندک و به‌صورت نیمه‌وقت یا به‌عنوان شغل مکمل راه‌اندازی شده‌اند؛ وضعیتی که خود مانعی برای تمرکز و رشد اقتصادی پایدار به شمار می‌رود.

باتوجه‌به این آمار، می‌توان نتیجه گرفت که شروع کسب‌وکار خانگی گرچه دردسترس‌تر از

---

۱۲. https://irannewspaper.ir/۹۳۸۶۲/۶/۸۴۸۹

سایر اشکال کارآفرینی است، اما رسیدن به نقطه سوددهی و پایداری نیازمند مداخله حمایتی هدفمند، آموزش‌های توسعه‌محور و سیاست‌های تسهیل‌گر بازار است. در غیر این صورت، درصد قابل‌توجهی از این مشاغل در سطحی محدود و بی‌ثبات باقی می‌مانند.

۳. عبور از مقیاس خرد به مقیاس بزرگ‌تر (ارتقاء کمی یا کیفی) مشاغل خانگی از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳

طبق آمار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صدور مجوز کسب‌وکارهای خانگی در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است. در سال ۱۴۰۱ با اجرای قانون تسهیل مجوزها، تعداد مجوزهای مشاغل خانگی به ۲۱۸,۹۸۲ فقره رسید که افزایشی معادل ۲۰۱٪ نسبت به سال قبل داشت. این جهش در ۱۴۰۲ نیز ادامه یافت و تنها در ۱۰ماهه ابتدایی ۱۴۰۲ بیش از ۲۶۳ هزار مجوز جدید در سراسر کشور صادر شده است که رکورد تازه‌ای محسوب می‌شود. در جدول زیر روند صدور مجوز و اشتغال مرتبط ارائه شده است[۱۳]:

سال	مجوزهای صادره کسب‌وکار خانگی	رشد سالانه مجوز	اشتغال جدید ایجادشده در قالب مشاغل خانگی	سهم از کل اشتغال جدید کشور
۱۴۰۱	۲۱۸,۹۸۲ مجوز	+۲۰۱٪	حدود ۹۰,۰۰۰ شغل	~۱۰٪ از اشتغال ایجادشده
۱۴۰۲	۲۶۳,۲۲۲ مجوز (تا دی‌ماه)	رکورد تاریخی	~۱۰۳,۰۰۰ شغل (۱۴۰۱) → هدف‌گذاری ~۱۵٪ اشتغال ۱۴۰۲	هدف ۱۵٪ (سهم هدف‌گذاری‌شده)
۱۴۰۳	— (آمار رسمی کامل منتشر نشده)	،	ادامه روند رشد مجوزها	— (در دست اقدام)

* در سال ۱۴۰۱، با صدور حدود ۲۱۹ هزار مجوز در حوزه مشاغل خانگی، تنها نزدیک به ۹۰ هزار فرصت شغلی تحقق‌یافته است. این نسبت نشان می‌دهد که بخش قابل‌توجهی از دریافت‌کنندگان مجوز، شاید نزدیک به نیمی از آن‌ها، در آن سال یا هنوز به مرحله راه‌اندازی کسب‌وکار فعال نرسیده‌اند، یا فعالیت آن‌ها صرفاً در حد خوداشتغالی فردی باقی‌مانده است. به‌عبارت‌دیگر، صدور مجوز لزوماً به معنای تحقق اشتغال پایدار و مولد نیست. در همین راستا، معاون اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز اعلام کرده

۱۳.https://farhikhtegandaily.com/page/۲۴۶۹۸۱

است که مشاغل خانگی سهمی حدود ۱۰ درصد از کل اشتغال ایجادشده را به خود اختصاص داده‌اند، و هدف‌گذاری برای سال ۱۴۰۲، افزایش این سهم به ۱۵ درصد است. بااین‌حال، داده‌های موجود در خصوص میزان حمایت مالی از این حوزه، تصویر متفاوتی ارائه می‌دهد. طبق آمار رسمی، تنها ۰٫۰۶ درصد از کل تسهیلات بانکی کشور در سال ۱۴۰۱ به مشاغل خانگی اختصاص‌یافته است، رقمی بسیار ناچیز که نشانگر کم‌توجهی نظام تأمین مالی به ظرفیت‌های بالقوه این بخش است. این سطح پایین از حمایت مالی، یکی از موانع جدی در مسیر رشد، مقیاس‌پذیری و پایداری مشاغل خانگی به شمار می‌رود. در نبود سرمایه‌گذاری مؤثر، بسیاری از این کسب‌وکارها در سطحی خرد باقی می‌مانند و امکان توسعه یا ورود به زنجیره‌های تأمین و بازارهای بزرگ‌تر را نمی‌یابند.[۱۴][۱۵][۱۶]

ارتقای کمی: گذار از مقیاس خرد به مقیاس بزرگ‌تر

از منظر ارتقای کمی (افزایش تولید، فروش و تعداد کارکنان)، آمارهای موجود حاکی از آن است که بخش عمده کسب‌وکارهای خانگی همچنان در مقیاس خرد (خانگی و فردی) باقی‌مانده‌اند و تنها درصد اندکی توانسته‌اند به سطح بالاتر (مثلاً کسب‌وکارهای کوچک یا کارگاهی) گام بردارند. هرچند آمار دقیق کشوری درباره این درصد منتشر نشده، اما می‌توان به برخی شاخص‌های مرتبط اشاره کرد:

بر طبق تعریف طرح ملی مشاغل خانگی، دو نوع فعالیت وجود دارد:

*مستقل (فرد صرفاً برای خودش کار می‌کند)

*پشتیبان (فرد علاوه بر کسب‌وکار خود، برای چند نفر دیگر اشتغال خانگی ایجاد و آن‌ها را حمایت می‌کند).

فعالان پشتیبان را می‌توان نمونه‌ای از ارتقای کسب‌وکارهای خانگی از سطح خرد به سطحی بالاتر دانست؛ چراکه این افراد عملاً مسئولیت سازمان‌دهی، پشتیبانی و مدیریت شبکه‌ای از چند کسب‌وکار خانگی را بر عهده دارند. این نقش، اگر به‌درستی تقویت شود، می‌تواند به تقویت زنجیره تأمین، تجمیع ظرفیت‌ها و افزایش مقیاس تولید بینجامد. بااین‌حال، بررسی آمار مجوزهای صادره نشان می‌دهد که بخش عمده‌ی آن‌ها به فعالیت‌های

---

۱۴. https://ana.ir/۰۰۳rHy

۱۵. https://farhikhtegandaily.com/news/۸۷۷۲۲

۱۶. https://tn.ai/۲۹۱۶۸۳۰

مستقل و خوداشتغالی فردی اختصاص‌یافته و تنها سهم محدودی به‌عنوان «فعال پشتیبان» ثبت شده‌اند. در نتیجه، اغلب دارندگان مجوز، صرفاً کسب‌وکارهای کوچکی را باهدف تأمین معیشت شخصی راه‌اندازی کرده‌اند و کمتر به سمت تبدیل‌شدن به کارفرما، ایجاد اشتغال برای دیگران، یا راه‌اندازی کارگاه‌های با مقیاس بزرگ‌تر حرکت کرده‌اند. این واقعیت، بر لزوم طراحی سیاست‌هایی برای شناسایی، توانمندسازی و توسعه نقش فعالان پشتیبان تأکید دارد تا مسیر رشد و مقیاس‌پذیری مشاغل خانگی هموارتر شود.[۱۷]

نسبت اشتغال ایجادشده به تعداد مجوزها می‌تواند یک نشانه باشد. چنان‌که اشاره شد، در سال ۱۴۰۱ تعداد اشتغال تحقق‌یافته (~۹۰ هزار) تقریباً معادل ۴۰٪ تعداد مجوزهای صادره همان سال بوده است. حتی با درنظرگیری تأخیر زمانی در راه‌اندازی کسب‌وکارها، این آمار گویاست که بخش قابل‌توجهی از صاحبان مجوز هنوز فراتر از یک فعالیت بسیار کوچک (حتی غیرفعال) نرفته‌اند. اگر همه دریافت‌کنندگان مجوز فعال می‌شدند و حتی برخی خود نیروی کار دیگری جذب می‌کردند، می‌بایست تعداد اشتغال ایجادشده از تعداد مجوز فراتر رود. اما در عمل عکس این است که نشان می‌دهد تبدیل کسب‌وکارهای خانگی به کسب‌وکارهای بزرگ‌تر و دارای کارکنان اضافی، بسیار محدود بوده است.[۱۸] برخی منابع استانی نیز تلویحاً این وضعیت را تأیید می‌کنند. برای مثال، استان تهران باوجود سهم ۱۶٫۵٪ جمعیت کشور، تنها ۲٫۸٪ از اشتغال خانگی کشور در سال ۱۴۰۱ را به خود اختصاص داده است. این بدان معناست که در استان‌های توسعه‌یافته‌تر (که انتظار می‌رود کسب‌وکارها قابلیت رشد بیشتری داشته باشند) نیز سهم مشاغل خانگی در اشتغال کم بوده و عمدتاً خرد باقی‌مانده‌اند. استان‌های دارای عملکرد بهتر در اشتغال خانگی (مانند خوزستان با ۹٫۷٪ سهم اشتغال خانگی کشور) نیز بیشتر در تعداد ایجاد کسب‌وکار خانگی فعال موفق بوده‌اند تا ارتقای مقیاس آن‌ها.[۱۹]

بنابراین، بر پایه شواهد فوق می‌توان نتیجه گرفت در فاصله سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ تنها درصد

۱۷.https://farhikhtegandaily.com/news/۹۱۹۹۳/

۱۸.https://farhikhtegandaily.com/news/۸۷۷۲۲/

۱۹.https://farhikhtegandaily.com/news/۸۷۷۲۲

اندکی (احتمالاً در حدود چند درصد از کل دارندگان مجوزها) توانسته‌اند کسب‌وکار خانگی خود را از مقیاس صرفاً خانوادگی و خرد به سطح بزرگ‌تر (استخدام نیروهای بیشتر یا تبدیل به کارگاه کوچک) ارتقا دهند. اکثریت قریب‌به‌اتفاق همچنان در قالب کسب‌وکارهای خرد مشغول به فعالیت‌اند و رشد آن‌ها عمدتاً در حد افزایش جزئی تولید یا فروش بدون تغییر اساسی ساختار کسب‌وکار بوده است.

ارتقای کیفی: بهبود کیفیت، برندینگ و صادرات

از منظر ارتقای کیفی (کیفیت محصول، برندسازی، استانداردها و صادرات) نیز نمونه‌های موفق، معدود اما در حال ظهور بوده‌اند. در سال‌های اخیر دولت و نهادهای حامی مشاغل خانگی بر اتصال این کسب‌وکارها به بازارهای بزرگ‌تر و ایجاد برندهای مستقل تأکید داشته‌اند. طرح الگوی نوین توسعه مشاغل خانگی (اجرایی‌شدن با همکاری جهاد دانشگاهی در چند استان) نمونه‌ای از این تلاش‌هاست که نتایج آن نشان می‌دهد چه میزان از صاحبان مشاغل خانگی به بهبود کیفی و برندسازی دست یافته‌اند:

بر اساس گزارش‌های ارائه شده، اجرای آزمایشی الگوی جدید مشاغل خانگی در ۹ استان طی سال‌های ۱۳۹۷—۱۳۹۸ منجر به ایجاد ۳۲ برند جدید محصول خانگی شد و محصولات حدود ۱۰,۶۰۰ نفر از متقاضیان به بازارهای بزرگ‌تر متصل گردید. این ۳۲ برند ایجادشده که زمینه‌ساز اشتغال مستقیم ۵,۸۰۰ نفر بودند، نشان‌دهنده آن است که در یک طرح حمایتی گسترده نیز تنها چند ده کسب‌وکار خانگی توانسته‌اند به سطح برند ارتقا یابند. حتی اگر این الگو پس از ۱۳۹۸ به کل کشور تعمیم‌یافته باشد، تعداد برندهای برآمده از مشاغل خانگی در قیاس با ده‌ها هزار فعال این حوزه، بسیار اندک و در حد چند دهم درصد است. به بیان دیگر، کمتر از ۱٪ از صاحبان مشاغل خانگی موفق به برندسازی و شناساندن محصولات خود در سطح ملی یا بین‌المللی شده‌اند .[۲۰]

استانداردسازی و بهبود کیفیت محصولات خانگی جزو اهداف اعلام‌شده این الگوی جدید بوده است. اقدامات حمایتی شامل آموزش مهارتی، بهبود بسته‌بندی، ایجاد برند مشترک

۲۰. https://www.mehrnews.com/news/۴۷۱۶۹۰۴/

و اتصال به شرکت‌های بالادستی صورت‌گرفته تا کیفیت تولیدات خانگی افزایش یابد. گرچه آمار دقیقی از تعداد گواهی‌های استاندارد اخذشده یا محصولات صادراتی مشاغل خانگی در دست نیست، اما گزارش‌ها از برخی استان‌ها حاکی از موفقیت محدود در صادرات برخی محصولات خانگی (مانند صنایع‌دستی، غذاهای سنتی و...) است. این موارد بیشتر به‌صورت موردی گزارش شده و هنوز در مقیاس درصد قابل‌توجهی از کل مشاغل خانگی قابل‌مشاهده نیست.[۲۱]

وزارت کار برای ارتقای شبکه‌سازی و کیفیت، تشکیل تعاونی‌های تأمین نیاز مشاغل خانگی در استان‌ها را نیز در دستور کار قرار داده است. تا اواخر ۱۴۰۲، ۲۰ تعاونی استانی مشاغل خانگی ایجاد شده و روند تشکیل تعاونی‌ها در سایر استان‌ها ادامه دارد. هدف از این تعاونی‌ها، تجمیع تأمین مواد اولیه باکیفیت، ارائه آموزش‌های تخصصی، و کمک به فروش و بازاریابی محصولات خانگی است. شکل‌گیری این ساختارها نشان‌دهنده تلاش برای توانمندسازی کیفی صاحبان مشاغل خانگی است. همچنین برپایی نمایشگاه‌ها و بازارچه‌های فروش از دیگر اقدامات بوده است؛ به‌طوری‌که در سال ۱۴۰۱ تعداد ۵۱۲ نمایشگاه عرضه محصولات مشاغل خانگی برگزار شد و در نیمه اول ۱۴۰۲ نیز ۳۵۹ بازارچه/نمایشگاه برپا گردید. این اقدامات به فروش بیشتر و دیده‌شدن محصولات کمک کرده و گامی در جهت برندینگ و توسعه بازار محسوب می‌شود، هرچند هنوز بسیاری از تولیدکنندگان خانگی به بازارهای صادراتی یا نشان‌های تجاری معتبر دسترسی پیدا نکرده‌اند.[۲۲]

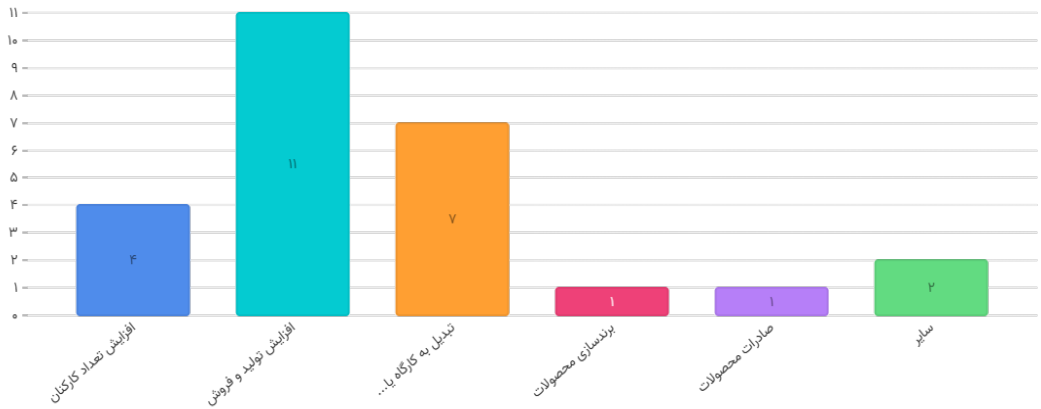
پیمایش میدانی

در پیمایش انجام‌شده بر روی پاسخ‌دهندگان دارای مجوز مشاغل خانگی، تنها ۸.۵٪ از افراد اعلام کرده‌اند که کسب‌وکارشان را از مقیاس خرد به سطح بزرگ‌تر ارتقا داده‌اند، به‌گونه‌ای که تعداد افراد درگیر در کسب‌وکارشان بیش از سه نفر شده است. این عدد، گرچه باتوجه‌به شرایط اقتصادی و محدودیت‌های ساختاری موجود، قابل‌انتظار است، اما نشان‌دهنده

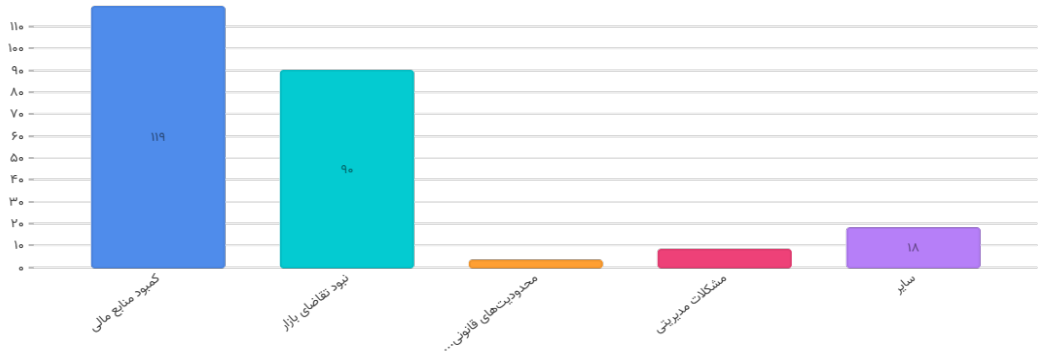
۲۱.https://www.mehrnews.com/news/۴۷۱۶۹۰۴/

۲۲.https://farhikhtegandaily.com/page/۲۴۶۹۸۱/

یک ضعف جدی در زنجیره رشد و مقیاس‌پذیری مشاغل خانگی است. مقایسه این داده با آمارهای رسمی کشور که از صدور صدها هزار مجوز در سال خبر می‌دهد، بیانگر آن است که اکثریت‌قریب‌به‌اتفاق صاحبان مجوزها در سطح خوداشتغالی فردی باقی‌مانده‌اند و موفق به تبدیل فعالیت خود به ساختارهای پایدارتر و بزرگ‌تر (نظیر کارگاه، شبکه پشتیبان یا برند تثبیت‌شده) نشده‌اند. علل این موضوع را می‌توان در سه حوزه اصلی جست‌وجو کرد: نخست، عدم دسترسی گسترده به منابع مالی و سرمایه در گردش که مانع از توسعه کسب‌وکار و جذب نیروی جدید می‌شود؛ دوم، نبود آموزش‌های تخصصی در زمینه مدیریت رشد، برندینگ و بازاریابی حرفه‌ای؛ و سوم، عدم وجود ساختارهای حمایتی پیوسته؛ مانند تعاونی‌های تأمین مواد اولیه یا پلتفرم‌های صادراتی مؤثر. همچنین، بخش مهمی از پاسخ‌دهندگان از طریق پلتفرم‌های دیجیتال مانند باسلام فعالیت می‌کنند که معمولاً مدل کسب‌وکارشان بر پایه خرده‌فروشی فردی و مقیاس کوچک بنا شده است، نه ساختار تولید انبوه یا توسعه‌سازمانی. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که رشد عددی مجوزها لزوماً به ارتقای ساختاری و کیفی کسب‌وکارها منجر نمی‌شود و برای تحقق این هدف، سیاست‌گذاری باید فراتر از صدور مجوز، بر توانمندسازی واقعی، مشاوره توسعه، دسترسی به بازارهای گسترده و تضمین حمایت‌های زنجیره‌ای تمرکز یابد.



نمودار ۳- ابعاد ارتقاء کسب و کار



نمودار ۴-علل عدم توسعه کسب و کار

۴. مشاغل خانگی و زنجیره ارزش از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳

بر اساس منابع رسمی، آمار تفکیکی دقیقی از درصد دریافت‌کنندگان تسهیلات مشاغل خانگی که در سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ وارد زنجیره ارزش شده‌اند، منتشر نشده است. به بیان دیگر، در گزارش‌های متصل‌شدن، عدد صریحی که نشان دهد چه درصدی از وام‌گیرندگان این سال‌ها یا برای کسب‌وکار دیگری کار کرده‌اند یا افرادی را در کسب‌وکار خانگی خود به کار گرفته‌اند یافت نشد.[۲۳] بااین‌حال، روند سیاست‌گذاری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان می‌دهد توجه به اتصال مشاغل خانگی به زنجیره‌های ارزش در سال‌های اخیر افزایش‌یافته است. در ادامه به چند شاخص مرتبط اشاره می‌شود:

*سهم تسهیلات «پشتیبان» در زنجیره ارزش — مدل پشتیبان به اشخاص یا بنگاه‌هایی اطلاق می‌شود که با به‌کارگیری چندین نفر در قالب شبکه، تولید خانگی را سامان‌دهی می‌کنند. در سال ۱۴۰۲ وزارت کار تأکید کرد که «۷۰٪ از تسهیلات مشاغل خانگی باید به پشتیبان‌ها پرداخت شود تا زنجیره ارزش تقویت گردد».[۲۴] این رویکرد به این معناست که بخش عمده‌ای از اعتبارات، به طرح‌هایی اختصاص یابد که متقاضی وام در آن‌ها یا نقش

۲۳. https://irna.ir/xjGWjb

۲۴. https://irna.ir/xjNDt۹

کارفرمای شبکه‌ای از مشاغل خانگی را دارد (افراد دیگری را به کار می‌گیرد) یا خود در قالب شبکه تأمین یک کسب‌وکار بزرگ‌تر فعالیت می‌کند. اگرچه تاکنون آمار دقیقی از میزان تحقق این هدف در سطح کشور منتشر نشده، اما اتخاذ چنین سیاستی، نشانه‌ای از عزم نهادهای متولی برای تقویت نقش وام‌گیرندگان در زنجیره‌های تولید و فروش و افزایش پیوند ساختاری میان مشاغل خانگی و بخش‌های بزرگ‌تر اقتصادی است.

*توسعه شبکه‌های تأمین و زنجیره ارزش — گزارش‌های سال ۱۴۰۲ از شکل‌گیری شمار قابل‌توجهی شبکه تولید و تأمین در حوزه مشاغل خانگی حکایت دارد. به طور مثال رئیس دبیرخانه ستاد مشاغل خانگی اعلام کرد تا پایان ۱۴۰۱ بیش از ۷۰۰ شبکه زنجیره تأمین محصولات مشاغل خانگی در کشور ایجاد شده است.[۲۵] وجود این شبکه‌ها بدان معناست که بسیاری از فعالان مشاغل خانگی به‌صورت گروهی یا با اتصال به حامیان (پشتیبان‌ها) در حال تولید و فروش محصولات هستند. هر شبکه در واقع مجموعه‌ای از کسب‌وکارهای خانگی متصل به یکدیگر یا به یک کارآفرین پشتیبان است و حاکی از حضور بخش قابل‌توجهی از صاحبان مشاغل خانگی در زنجیره‌های ارزش است. اگرچه درصد دقیق وام‌گیرندگانی که عضو این شبکه‌ها هستند مشخص نیست، اما افزایش تعداد شبکه‌ها را می‌توان به‌عنوان نشانه‌ای از رشد مشارکت در زنجیره ارزش تلقی کرد.

*اشتغال‌زایی مشارکتی ناشی از تسهیلات — داده‌های پراکنده نشان می‌دهد بخش مهمی از دریافت‌کنندگان وام، علاوه بر اشتغال خود، برای دیگران نیز شغل ایجاد کرده‌اند. به‌عنوان نمونه، در گزارش عملکرد سه‌ماهه منتهی به ابتدای ۱۴۰۴، آمده است که طی آن دوره ۱,۲۵۷ طرح مشاغل خانگی با استفاده از تسهیلات اجرا شده و در نتیجه آن «۴,۳۳۵ فرصت شغلی ایجاد و تثبیت شده». این رقم بیان می‌کند که به طور متوسط هر دریافت‌کننده وام در این مدت بیش از ۳ نفر (شامل خودش) اشتغال ایجاد کرده است که گویای درگیرشدن بخش قابل‌توجهی از وام‌گیرندگان در شبکه همکاری با دیگر افراد است. همچنین در همین گزارش ذکر شده ۷,۹۸۲ نفر از طریق «طرح ملی توسعه مشاغل خانگی» به بازار کار اتصال یافته‌اند که

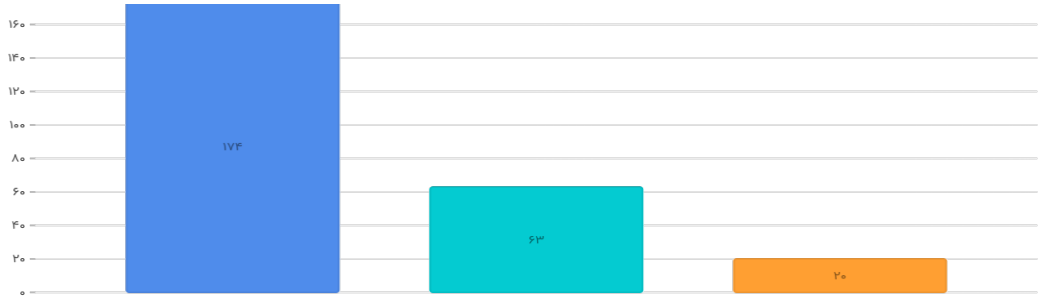
۲۵. https://tn.ai/۲۹۱۸۶۳۸

باز هم مؤید تلاش برای پیوندزدن مشاغل خانگی به بازارها و زنجیره‌های موجود است.[۲۶]

پیمایش میدانی

در پیمایش انجام‌شده، ۳۱.۸٪ از پاسخ‌دهندگان اظهار داشته‌اند که در فعالیت اقتصادی خود تنها نیستند؛ به این معنا که یا برای دیگران کار می‌کنند، یا افرادی را به کار گرفته‌اند. این نسبت حاکی از آن است که نزدیک به یک‌سوم از افراد وارد زنجیره ارزش شده‌اند و در قالب شبکه‌های تولید یا عرضه با دیگران همکاری دارند؛ بنابراین، از وضعیت صرفاً خوداشتغالی فردی فراتر رفته‌اند.

این عدد گرچه هنوز با هدف‌گذاری‌های رسمی (نظیر تخصیص ۷۰٪ تسهیلات به پشتیبان‌ها در سال ۱۴۰۲) فاصله دارد، اما نشانه‌ای مثبت از گسترش تدریجی تعاملات کاری و شکل‌گیری بسترهای تولید مشارکتی است. بااین‌حال، لازم است موانعی همچون نبود نهادهای واسط، ضعف آموزش‌های مدیریتی، و دسترسی محدود به بازارهای پایدار برطرف شود تا نسبت بیشتری از دریافت‌کنندگان تسهیلات به‌صورت واقعی در زنجیره ارزش قرار گیرند و صرفاً به فعالیت‌های فردمحور محدود نمانند.



نمودار ۵- تعداد افراد مشارکت کننده در کسب و کار

۵. شغل دوم دریافت‌کنندگان مجوز مشاغل خانگی از سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳

شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد بخشی از دریافت‌کنندگان مجوز مشاغل خانگی طی سال‌های اخیر، افرادی بوده‌اند که شغل دیگری نیز داشته‌اند و در واقع کسب‌وکار خانگی

۲۶. https://irna.ir/xjGWjb

برایشان جنبه مکمل درآمد و شغل دوم داشته است. هرچند آمار دقیقی از این سهم در دست نیست، اما سیاست‌ها و اظهارات مقامات مسئول و کارشناسان بیانگر این واقعیت است. برای مثال، دبیر ستاد ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی وزارت کار صراحتاً اعلام کرد که از نظر قانونی محدودیتی وجود نداشت که متقاضی مشاغل خانگی «شاغل» باشد یا بیکار؛ بااین‌حال به دلیل محدودیت منابع مالی، در یکی از جلسات ستاد مقرر شده که پرداخت تسهیلات مشاغل خانگی به افراد شاغل متوقف شود.[۲۷] این تصمیم که در بحبوحه اجرای طرح‌های مشاغل خانگی اتخاذ شد، به‌روشنی نشان می‌دهد تعداد قابل‌توجهی از دریافت‌کنندگان مجوز، پیش‌تر شغل و درآمد دیگری داشته‌اند؛ به‌طوری‌که سیاست‌گذار را ناچار کرده برای جلوگیری از بهره‌مندی دوشغله‌ها از وام‌های کم‌بهره، مانع پرداخت وام به افراد شاغل شود.[۲۸]

از منظر تحلیلی نیز بسیاری از کارشناسان معتقدند وضعیت اقتصادی کشور در سال‌های اخیر (تورم فزاینده و کاهش قدرت خرید) سبب شده تا اشتغال دوم به یک ضرورت برای خانوارها تبدیل شود. در شرایط فعلی بخش بزرگی از نیروی کار برای تأمین مخارج زندگی به شغل دوم روی آورده‌اند و این پدیده به یک امر عادی بدل شده است. بحران اقتصادی و گرانی‌های سال‌های اخیر بسیاری از کارمندان، کارگران و حتی بازنشستگان را مجبور کرده است که بعد از کار اصلی خود، فعالیت‌های دیگری (رسمی یا غیررسمی) مانند رانندگی، فروشندگی یا کسب‌وکارهای خانگی انجام دهند. در مجموع افراد دارای شغل ثابت، برای جبران کاهش ارزش درآمد، به کسب‌وکارهای خانگی به‌عنوان منبع درآمد دوم می‌نگرند.

باتوجه‌به نبود آمار رسمی دقیق، نمی‌توان درصد مشخصی را برای کل کشور ارائه کرد؛ اما بر پایه اطلاعات موجود می‌توان گفت در سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ بخش قابل‌توجهی از گیرندگان مجوز مشاغل خانگی افراد بیکاری بوده‌اند که این مجوز برایشان به‌مثابه اشتغال اصلی و ایجاد درآمد تازه بوده است. درعین‌حال، بخشی از مجوزها نیز نصیب شاغلان دارای درآمد

---

۲۷. https://satfa.acecr.ac.ir/fa/news/۱۱۵۲۰

۲۸. https://satfa.acecr.ac.ir/fa/news/۱۱۵۲۰

شده است که کسب‌وکار خانگی را به‌عنوان شغل دوم و مکمل معاش برپا کرده‌اند. شواهد سیاستی (مانند ممنوعیت وام به شاغلین دارای مجوز خانگی) نشان می‌دهد سهم این دسته کم نبوده است.[۲۹]

پیمایش میدانی

در نتایج پیمایش صورت‌گرفته، مشخص شد که ۲۹.۲٪ از پاسخ‌دهندگان دارای مجوز مشاغل خانگی، این فعالیت را شغل دوم خود عنوان کرده‌اند و شغل اصلی دیگری نیز دارند. این یافته به‌روشنی نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای خانگی برای بخشی از افراد، نه به‌عنوان منبع درآمد اصلی بلکه به‌عنوان مکمل معیشتی و راهکاری برای مقابله با فشارهای اقتصادی دیده می‌شوند. واقعیت اقتصادی کشور—نظیر کاهش قدرت خرید، افزایش هزینه‌های زندگی و تورم فزاینده—باعث شده تا اشتغال دوم به یک پدیده فراگیر تبدیل شود. ازاین‌رو، بخش قابل‌توجهی از متقاضیان، حتی باوجود اشتغال رسمی، به سمت مشاغل خانگی سوق یافته‌اند.

۶. عمر متوسط کسب و کارهای خانگی در ایران و دنیا

در ایران دادهٔ رسمی روشنی درباره‌ی «طول عمر» یا مدت بقای کسب‌وکارهای خانگی منتشر نشده است. بااین‌حال، مطالعات موردی و گزارش‌های مرتبط با کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نشان می‌دهد که بسیاری از مشاغل خانگی ایرانی به دلیل چالش‌های مالی، اقتصادی (مانند درآمد پایین، نبود سرمایه و تسهیلات کافی) و ضعف حمایت‌های دولتی عملاً در چند سال نخست فعالیت خود با مشکل مواجه می‌شوند. به بیان دیگر، هرچند آمار دقیقی در دست نیست، اما به نظر می‌رسد الگوی بقا/شکست کسب‌وکارهای خانگی در ایران مشابه بسیاری اقتصادهاست: درصد قابل‌توجهی در سال‌های اول تعطیل می‌شوند. در نبود منابع مستقیم، می‌توان به مطالعات مربوط به بنگاه‌های کوچک‌تر مراجعه کرد که نشان داده‌اند ثبات اقتصادی ضعیف، تورم و سیاست‌گذاری ناکارآمد از عوامل کاهش عمر بنگاه‌ها هستند.[۳۰]

۲۹.https://satfa.acecr.ac.ir/fa/news/۱۱۵۲۰

۳۰.حسینی، س.، و همکاران. (۱۳۹۸). «تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت یا شکست کسب‌وکارهای خانگی در ایران».

مقایسه بین‌المللی

مطالعات جهانی حاکی است کسب‌وکارهای کوچک (شامل بسیاری کسب‌وکارهای خانگی) نرخ شکست بالایی دارند. به‌عنوان نمونه در آمریکا، اداره آمار کار[۳۱] گزارش می‌دهد حدود ۲۰٫۸٪ مشاغل در سال اول تعطیل می‌شوند و تقریباً نیمی (۴۹٫۹٪) ظرف پنج سال اول از بین می‌روند. به بیان دیگر، پس از یک سال حدود ۸۰٪ کسب‌وکارها فعال هستند و پس از پنج سال تنها حدود نیمی باقی می‌مانند. در اتحادیه اروپا نیز بر اساس داده‌های یوروستات[۳۲]، حدود ۸۱٪ کسب‌وکارهای تازه تأسیس پس از یک سال همچنان فعال می‌مانند؛ ولی پس از پنج سال فقط نزدیک به ۴۵٪ دوام می‌آورند. جدول زیر مقایسه‌ای از نرخ بقا در چند کشور را نشان می‌دهد[۳۳۳۴]:

کشور	بقا پس از ۱ سال	بقا پس از ۵ سال	بقا پس از ۱۰ سال
آمریکا[۳۵]	٪۸۰≈	٪۵۰≈	٪۳۰≈
اتحادیه اروپا[۳۶]	٪۸۱≈	٪۴۵≈	،
هند[۳۷]	٪۲۰≈	،	٪۸≈
چین[۳۸]	٪۵۰≈	،	٪۲۰≈

* نرخ بقای ۱ساله در آمریکا و اروپا حدود ۸۰٪ است (یعنی ~۲۰٪ شکست در سال اول). در آمریکا نصف مشاغل ظرف ۵ سال از بین می‌روند؛ در اروپا نیز کمتر از نیمی از بنگاه‌های نوپا پنج سال دوام می‌آورند. مطالعات هند نشان می‌دهد تنها ۲۰٪ استارتاپ‌ها پس از ۵ سال ادامه حیات می‌دهند و فقط ۸٪ بیشتر از ۱۰ سال فعال می‌مانند (هرچند این ارقام مربوط به بخش فناوری/استارتاپ است، اما نشانگر دشواری بقا در هند است). در چین نیز پژوهش‌ها حاکی‌ست بیش از نیمی از شرکت‌های کوچک در سال اول شکست می‌خورند و تنها ~۲۰٪ تا ۱۰ سال بعد فعال می‌مانند.

فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۳۰(۲)، ۱۲۳—۱۴۵.

۳۱. BLS

۳۲. نام اداره آمار اتحادیه اروپا (Eurostat)

۳۳. https://entm.ag/QZniH۳

۳۴. https://ec.europa.eu/eurostat/business_dynamics

۳۵. https://entm.ag/QZniH۳

۳۶.https://ec.europa.eu/eurostat/business_dynamics

۳۷. https://www.counselindia.com/blog-detail/the-percentage-of-startups-failing-in-india

۳۸.https://ideas.repec.org/a/eee/finana/v۸۸y۲۰۲۳ics۱۰۵۷۵۲۱۹۲۳۰۰۲۱۰۷.html

تفکیک بر اساس نوع کسب‌وکار خانگی

اطلاعات آماری مشخصی برای مقایسه عمر کسب‌وکارهای خانگی بر اساس نوع فعالیت (تولیدی، خدماتی، آنلاین، صنایع‌دستی و نظایر آن) در منابع در دسترس اندک است. بااین‌حال، می‌توان نکاتی کلی بیان کرد: کسب‌وکارهای تولیدی (مثلاً صنایع‌دستی یا کارگاه‌های کوچک) معمولاً نیاز به سرمایه مادی، مواد اولیه و هماهنگی زنجیره تأمین دارند و ممکن است از نظر دسترسی به بازارهای فروش محدودتر باشند، درحالی‌که مشاغل خدماتی یا آنلاین (مثل محتواسازی یا خدمات آموزشی از راه دور) با سرمایه اندک‌تر آغاز می‌شوند؛ اما در مقابل با رقابت جهانی و نیاز به مهارت‌های دیجیتال مواجه‌اند. به‌طورکلی می‌توان انتظار داشت که کسب‌وکارهای آنلاین و خدماتی (با موانع ورود کمتر) در شروع نرخ بقای اولیه بالاتری داشته باشند، ولی سرعت تغییر فناوری و رقابت زیاد ممکن است طول عمر طولانی آن‌ها را کوتاه کند. در مقابل، کسب‌وکارهای تولیدی یا صنایع‌دستی سنتی با سرمایه‌گذاری بیشتر و اتکای به منابع محلی کار می‌کنند که از یک سو به ثباتی نسبی در بازارهای محلی منجر می‌شود، ولی از سوی دیگر مشکلات اقتصادی کلان (مثل نوسانات ارزی یا تورم) و کمبود حمایت‌های ساختاری، عمر این کسب‌وکارها را کاهش می‌دهد. (به دلیل کمبود داده، اعداد دقیق برای هر دسته موجود نیست.)

عوامل مؤثر بر عمر متوسط کسب‌وکار خانگی

بر اساس تحقیقات مختلف، چند دسته عامل اصلی بر افزایش یا کاهش عمر کسب‌وکارهای خانگی تأثیر می‌گذارند:

*عوامل مالی، اقتصادی: کمبود سرمایه و منابع مالی، درآمد پایین صاحبان کسب‌وکار، هزینه بالای تسهیلات بانکی (بهره وام‌ها) و بی‌ثباتی اقتصادی عمومی، از مهم‌ترین موانع طول عمر کسب‌وکارهای خانگی‌اند. مطالعات نشان می‌دهد بسیاری از صاحبان مشاغل خانگی به دلیل درآمد ناچیز و عدم ثبات (مثلاً عدم تضمین فروش محصول یا تغییرات نامشخص بازار) توان تأمین هزینه‌های تولید را ندارند. این موارد عملاً بقا را کاهش می‌دهد.

*عوامل مدیریتی، ساختاری: فقدان تجربه مدیریتی و آموزش‌های مهارتی، ضعف در برنامه‌ریزی

و بازاریابی، و عدم بهره‌مندی از مشاوران متخصص، از دیگر چالش‌هاست. برای مثال نبود آموزش فنی مناسب یا راهنمایی بیزینس (Mentoring) باعث می‌شود بسیاری از کارآفرینان خانگی نتوانند با تغییرات بازار و رقبا هماهنگ شوند. علاوه بر این، ساختارهای حمایتی ناکافی در سطح استانی و محلی و نبود تشکل‌ها یا شبکه‌های توزیع کارآمد، "میراث‌دار" شدن و انتقال مهارت را دشوار می‌کند.

*عوامل سیاست‌گذاری و قوانین: ضعف‌های قانونی و سیاست‌گذاری در حمایت از مشاغل خرد، عامل مهم دیگری است. بررسی‌ها نشان می‌دهد نبود قوانین جامع برای مشاغل خانگی، حمایت ضعیف مالیاتی، قوانین بانکی دست‌وپاگیر و همچنین عدم امنیت شغلی (مثلاً عدم حمایت بیمه‌ای) مانع رشد و تداوم این کسب‌وکارها هستند. به‌عنوان‌مثال، دریافت وام بانکی اغلب مستلزم وثیقه سنگین است یا مشمول شرایط پیچیده‌ای است که کوچک‌ترین واحدها را از دریافت تسهیلات محروم می‌کند.

دسترسی به اطلاعات و نیروی انسانی: کمبود آموزش، اطلاعات بازار و نیروی کار ماهر نیز اثر منفی دارد. تحقیقات ایرانی تأکید می‌کنند فقدان آموزش مهارتی برای کارآفرینان خانگی و کمبود آمار دقیقی از وضعیت مشاغل خانگی، یکی از موانع کلیدی است. نبود خلاقیت و نوآوری در محصولات یا خدمات نیز شانس بقا را کم می‌کند.

*شرایط کلان اقتصادی، اجتماعی: در مواردی مانند ایران، عواملی چون تحریم‌های اقتصادی، نوسانات شدید ارزی، تورم بالا و رکود اقتصادی نیز طول عمر مشاغل کوچک را کاهش می‌دهد (گرچه اینها در مطالعه‌های مذکور تصریح نشده، اما مشاهده می‌شود و در مقالات عامل مهمی برشمرده می‌شود). همچنین ماهیت خانوادگی و جنسیتی بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی می‌تواند مزیت‌هایی مانند هزینه پایین نیروی کار ایجاد کند، ولی گاهی به کمبود انگیزه یا مشارکت محدود خانگی بینجامد.

به طور خلاصه، افزایش طول عمر متوسط کسب‌وکارهای خانگی نیازمند تقویت هم‌زمان چند مؤلفه است: بهبود دسترسی به سرمایه و تسهیلات مالی، آموزش و مشاوره تخصصی برای کارآفرینان (به‌ویژه زنان)، فراهم‌سازی چارچوب قانونی حمایتی و هماهنگی نهادی، و آگاه‌سازی بازار و مصرف‌کنندگان درباره محصولات خانگی. مثلاً اعطای تسهیلات کم‌بهره یا بازاریابی

اینترنتی می‌تواند بقای این کسب‌وکارها را افزایش دهد.[۳۹]

پیمایش آماری

در نتایج پیمایش حاضر، میانگین عمر کسب‌وکارهای خانگی ۲.۸ سال برآورد شده است که اگرچه نشانه‌ای از عبور بخشی از این مشاغل از مرحله ابتدایی فعالیت است، اما همچنان نشان‌دهنده‌ی محدود بودن عمر متوسط و شکنندگی بقای آن‌ها است. این عدد، نسبت به نرخ بقای جهانی (مانند دوام ۵۰٪ مشاغل تا ۵ سال در آمریکا و اروپا) پایین‌تر است و با ویژگی‌های اقتصاد ایران و ضعف‌های ساختاری کاملاً هم‌خوانی دارد. در تحلیل این وضعیت، باید به عواملی مانند نبود سرمایه کافی، فقدان آموزش و تجربه مدیریتی، دشواری دسترسی به بازار، ناپایداری درآمد و سیاست‌های حمایتی ناپیوسته اشاره کرد؛ چالش‌هایی که موجب می‌شوند بسیاری از کسب‌وکارهای خانگی ایرانی پیش از رسیدن به نقطه رشد یا تثبیت، از چرخه فعالیت خارج شوند. همچنین، اکثریت این مشاغل به‌صورت فردی، بدون پشتوانه نهادی یا شبکه‌ای اداره می‌شوند و در فقدان یک اکوسیستم حمایتی مؤثر، توان مقابله با بحران‌های اقتصادی یا تغییرات بازار را ندارند. این در حالی است که در کشورهای موفق‌تر، عوامل تسهیل‌گر چون دسترسی آسان‌تر به وام، ساختارهای تعاونی، حمایت‌های بیمه‌ای و مالیاتی، و آموزش مستمر، نقش کلیدی در افزایش طول عمر مشاغل خرد ایفا می‌کنند. ازاین‌رو، بهبود عمر متوسط مشاغل خانگی در ایران مستلزم تحول ساختاری در سیاست‌گذاری و تقویت هم‌زمان مهارت، سرمایه و بازار است.

۷. مهم‌ترین انگیزه‌های دریافت‌کنندگان مجوز مشاغل خانگی

در سال‌های اخیر، مشاغل خانگی به‌عنوان یکی از راهکارهای مؤثر در جهت اشتغال‌زایی، توانمندسازی اقتصادی خانوارها و توسعه اقتصاد غیررسمی، موردتوجه سیاست‌گذاران کشور قرارگرفته‌اند. افزایش صدور مجوزهای مشاغل خانگی از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان از رشد تقاضا برای قانونی‌سازی این نوع فعالیت‌ها دارد. اما برای درک بهتر این روند، لازم

۳۹. حسینی، س.، وهمکاران. (۱۳۹۸). «تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت یا شکست کسب‌وکارهای خانگی در ایران». فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۳۰(۲)، ۱۲۳—۱۴۵.

است به انگیزه‌های اصلی متقاضیان این مجوزها پرداخته شود؛ از جمله تمایل به رسمی‌سازی کسب‌وکار، دسترسی به تسهیلات مالی، ایجاد اشتغال، و نیز عوامل اجتماعی و فرهنگی که در پس این انتخاب نهفته‌اند.

*رسمی‌سازی و قانونی کردن کسب‌وکار خانگی: بسیاری از صاحبان کسب‌وکارهای خانگی انگیزه اصلی خود را «قانونی کردن فعالیت اقتصادی در منزل» اعلام می‌کنند. دریافت مجوز مشاغل خانگی به‌مثابه صدور جواز کسب برای کسب‌وکار خانگی عمل می‌کند. با داشتن مجوز، فعالیت افراد در چارچوب مقررات رسمی قرار گرفته و امکان معامله با دیگر کسب‌وکارها و ادارات دولتی بدون نگرانی از تخلفات قانونی فراهم می‌شود. به‌طورکلی این مجوز زمینه تعامل رسمی با بازار را فراهم می‌آورد و اعتبار کار خانگی را افزایش می‌دهد.[۴۰]

*دسترسی به تسهیلات و حمایت‌های مالی: توانایی بهره‌مندی از وام‌های بانکی و حمایت‌های دولتی یکی از انگیزه‌های مالی مهم برای اخذ مجوز است. مطابق دستورالعمل‌ها، دارندگان مجوز می‌توانند به‌راحتی از تسهیلات کم‌بهره بانک‌ها و صندوق‌های قرض‌الحسنه استفاده کنند. همچنین مجوز مشاغل خانگی افراد را از برخی معافیت‌های بیمه‌ای و مالیاتی برخوردار می‌کند. این حمایت‌ها شامل وام در گردش و سرمایه در گردش، تجهیزات کاری، معافیت از بیمه و عوارض اداری بوده و به درآمدزایی و توسعه کسب‌وکار کمک می‌کنند. مطالعه‌ها نشان می‌دهد بسیاری از متقاضیان مجوز، صرفاً به‌خاطر امکان دریافت چنین تسهیلاتی (ازجمله وام‌های اشتغال‌زایی و بیمه اجتماعی ویژه) انگیزه دارند.[۴۱]

*ایجاد اشتغال و تأمین درآمد خانوار: انگیزه اصلی دیگری که در داده‌های رسمی مشاهده می‌شود، «تأمین شغل و درآمد برای خود یا اعضای خانواده» است. مشاغل خانگی راهکاری برای اشتغال‌زایی خانوادگی به شمار می‌آیند. گزارش‌های دولتی تصریح می‌کنند که با توسعه مشاغل خانگی می‌توان علاوه بر تأمین نیاز مالی خانواده‌ها، فرصت شغلی پاره‌وقت مناسبی برای افرادی (به‌ویژه زنان) فراهم کرد که امکان کار در بیرون از منزل ندارند. به‌عبارت‌دیگر،

۴۰. https://www.alef.ir/news/۴۰۲۰۹۱۲۰۷۳.html

۴۱. https://www.alef.ir/news/۴۰۲۰۹۱۲۰۷۳.html

بسیاری از دارندگان مجوز با هدف خوداشتغالی یا کمک به اقتصاد خانواده و جلوگیری از بیکاری اعضای خانواده اقدام به دریافت مجوز کرده‌اند. تحلیل‌ها نشان می‌دهند این افراد مایل‌اند از طریق کسب‌وکار خانگی، تعادل بهتری میان مسئولیت‌های خانوادگی و اشتغال ایجاد کنند.[۴۲]

*انگیزه‌های اجتماعی و فرهنگی: در کنار دلایل اقتصادی، عوامل اجتماعی، فرهنگی نقش مهمی در انگیزه متقاضیان مجوز مشاغل خانگی دارند. به‌ویژه برای زنان، تمایل به حفظ استقلال مالی و اثبات شایستگی در جامعه، به‌عنوان انگیزه‌های درونی قابل‌توجه گزارش شده است. پژوهش‌های علمی نشان داده زنان کارآفرین خانگی با انگیزه‌هایی مانند نیاز به اثبات توانمندی، استقلال‌طلبی و جلب رضایت اجتماعی کسب‌وکار خود را گسترش می‌دهند. علاوه بر این، وجود توقعات فرهنگی و خانوادگی (نقش سنتی زنان در خانه و کار هنری، صنایع‌دستی) نیز موجب شده بسیاری «از سر علاقه یا وظیفه اجتماعی» وارد این حوزه شوند. برای مثال، مقامات ارشد دولتی بارها بر نقش زنان در توانمندسازی اقتصاد خانواده تأکید کرده‌اند؛ قائم‌مقام ریاست‌جمهوری امور زنان اشاره کرده است زنان می‌توانند هم‌زمان اقتصاد خانواده و کسب‌وکار را هدایت کنند. این نوع دیدگاه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز در تمایل به دریافت مجوز مؤثر بوده است.[۴۳] [۴۴]

---

۴۲. https://irna.ir/xjLrxg

۴۳. مدرسی، میثم؛ آراستی، زهرا؛ طالبی، کامبیز؛ فراست‌خواه، مقصود. (۱۳۹۵). کارآفرینی زنان در ایران: زنان دارای کسب‌وکار خانگی چگونه برای رشد انگیزه پیدا می‌کنند؟ فصلنامه بین‌المللی کارآفرینی جنسیتی (International Journal of Gender and Entrepreneurship)، سال ۸، شماره ۴، صفحات ۴۴۶ تا ۴۷۰.

۴۴. https://irna.ir/xjLrxg

انگیزه	شرح مختصر
رسمی‌سازی فعالیت‌ها	قانونمندکردن کسب‌وکار خانگی؛ دریافت جواز کسب برای فعالیت در منزل
دسترسی به حمایت‌های مالی	امکان دریافت وام‌های بانکی با بهره پایین، معافیت بیمه/مالیاتی و حمایت‌های دولتی
اشتغال‌زایی خانوار	خوداشتغالی و کسب درآمد برای اعضای خانواده؛ فراهم‌کردن شغل مناسب زنان خانه‌دار
انگیزه‌های اجتماعی، فرهنگی	تحقق استقلال مالی، اثبات شایستگی فردی و نقش حمایتی در خانواده؛ حفظ توازن کار و زندگی

پیمایش آماری

در نتایج پیمایش صورت‌گرفته، مهم‌ترین انگیزه دریافت‌کنندگان مجوز مشاغل خانگی با اختلاف قابل‌توجه، «ایجاد شغل و درآمد برای خود و خانواده» عنوان شده است؛ به‌طوری‌که ۵۶.۴٪ از پاسخ‌دهندگان این گزینه را دلیل اصلی راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی خود اعلام کرده‌اند. پس از آن، انگیزه‌هایی همچون استقلال مالی و اجتماعی (به‌ویژه برای زنان)، دسترسی به تسهیلات و حمایت‌های دولتی، و رسمی‌سازی فعالیت اقتصادی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این نتایج نشان می‌دهد که برای بخش بزرگی از فعالان این حوزه، مشاغل خانگی راهکاری جدی برای خوداشتغالی معیشتی و پاسخ به نیاز اقتصادی خانوار در شرایط دشوار معیشتی است، نه صرفاً اقدامی نمادین یا حاشیه‌ای.

از سوی دیگر، تفاوت معناداری میان اهداف سیاست‌گذار و انگیزه‌های واقعی متقاضیان دیده می‌شود. درحالی‌که برخی سیاست‌های دولتی، مانند معافیت‌های بیمه‌ای یا امکان دریافت وام، به‌عنوان مشوق‌های ساختاری تعریف شده‌اند، تنها درصد کمی از پاسخ‌دهندگان این موارد را انگیزه اصلی خود دانسته‌اند. این مسئله نشان می‌دهد که مشاغل خانگی بیش از آنکه پاسخی به سیاست‌گذاری بالابه‌پایین باشند، پاسخی مستقیم به نیازهای اقتصادی و فردی هستند—به‌ویژه برای گروه‌هایی مانند زنان خانه‌دار، جوانان جویای درآمد، یا افرادی که امکان ورود به بازار کار رسمی را ندارند. همچنین انگیزه‌های اجتماعی و فرهنگی همچون حفظ

شأن خانوادگی، اثبات توانمندی، یا علاقه به فعالیت‌های هنری، خلاق نیز به طور محدود در میان پاسخ‌ها دیده می‌شود که به ماهیت متنوع و چندوجهی این نوع کسب‌وکارها اشاره دارد.

در مجموع، تحلیل انگیزه‌ها بیانگر آن است که سیاست‌گذاران برای اثرگذاری واقعی در توسعه مشاغل خانگی باید تمرکز خود را بر تقویت زیرساخت‌های معیشتی، حمایت از ایجاد درآمد پایدار، و کاهش موانع اولیه راه‌اندازی کسب‌وکار قرار دهند، نه صرفاً تکیه بر ابزارهایی مانند مجوزدهی یا ارائه محدود تسهیلات.

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
رسمی‌سازی فعالیت اقتصادی و دریافت جواز کسب	۴	۱.۵%
دسترسی به تسهیلات مالی و حمایت‌های دولتی	۶	۲.۳%
ایجاد شغل و درآمد برای خود و خانواده	۱۴۴	۵۶%
استقلال مالی و اجتماعی (ویژه زنان)	۹۲	۳۵.۷%
سایر	۱۱	۴.۳%
جمع	۲۵۷	۱۰۰%

جدول پیمایش انگیزه کسب‌وکارها

جمع‌بندی

طی سه سال اخیر، سیاست‌گذاری کلان در حوزه اشتغال خرد در ایران با تمرکز ویژه بر توسعه مشاغل خانگی دنبال شده است. افزایش کم‌سابقه تعداد مجوزهای صادره (بیش از ۶۸۰ هزار مورد در سه سال) و اختصاص بودجه‌های چند ده‌هزار میلیاردریالی برای تسهیلات، نماد تلاش دولت سیزدهم برای تقویت این بخش است. بااین‌حال، تحلیل داده‌ها و بررسی میدانی وضعیت واقعی این مشاغل، تصویری پیچیده و در مواردی متناقض را نشان می‌دهد.

نخست، نسبت بهره‌مندی از تسهیلات اشتغال خانگی علی‌رغم رشد تعداد مجوزها، محدود و ناکارآمد باقی‌مانده است. آمار رسمی نشان می‌دهد تنها ۲۲٪ در سال ۱۴۰۱ و حدود ۱۷٪ در سال ۱۴۰۲ از دارندگان مجوز موفق به دریافت وام شده‌اند، حال‌آنکه در پیمایش میدانی محدود

باسلام این نسبت به طرز معناداری تنها ۳٪ گزارش شده است. این شکاف بزرگ حاکی از ناهماهنگی میان سیاست‌های حمایتی و ظرفیت واقعی جذب و بهره‌مندی متقاضیان از تسهیلات است. دلایلی همچون پیچیدگی فرایندهای اداری، نبود اطلاع‌رسانی همگانی و تمایل فعالان به سرمایه‌گذاری شخصی در این زمینه مؤثر بوده‌اند.

دوم، اگرچه مجوزدهی شتاب گرفته، اما اطلاعات قابل اتکایی درباره راه‌اندازی واقعی کسب‌وکار پس از دریافت مجوز وجود ندارد. نبود سامانه‌های پایش عملکرد سبب شده است تشخیص دقیق نرخ شروع کسب‌وکار غیرممکن باشد. بااین‌حال، داده‌های غیررسمی و ارزیابی‌های میدانی نشان می‌دهد بخش قابل‌توجهی از مجوزها به راه‌اندازی واقعی منجر نشده‌اند و کسب‌وکارهای فعال نیز عمدتاً در سطحی خرد و معیشتی باقی‌مانده‌اند.

سوم، در بحث سودآوری واقعی، تنها ۱۸.۲٪ از پاسخ‌دهندگان میدانی اظهار کرده‌اند که به درآمد پایدار رسیده‌اند. این رقم پایین، نشان‌دهنده چالش ساختاری در تبدیل کسب‌وکارهای خانگی به مدل‌های پایدار اقتصادی است. عواملی مانند نداشتن بازار گسترده، سرمایه ناکافی، مهارت محدود در بازاریابی، و ساختار حمایتی ضعیف از جمله موانع اصلی سودآوری شمرده می‌شوند. اگرچه برخی آمارهای پراکنده حکایت از درآمدهای بالا در اقلیتی از کسب‌وکارها دارد، اما غالب فعالیت‌ها با حاشیه سود پایین و درآمد ناپایدار همراه‌اند.

چهارم، ارتقای مقیاس کسب‌وکار—از حالت فردی به ساختارهای گروهی یا کارگاهی—نیز محدود مانده است. داده‌های پیمایش نشان می‌دهد تنها ۸.۵٪ از پاسخ‌دهندگان توانسته‌اند کسب‌وکار خود را توسعه داده و بیش از سه نفر را درگیر کنند. این در حالی است که سیاست‌گذار تلاش کرده با حمایت از مدل «پشتیبان»، زنجیره‌های تولید خانگی را تقویت کند؛ اما تحقق عملی این هدف نیازمند آموزش، سرمایه‌گذاری و اتصال به بازارهای پایدار است. همچنین، حدود ۳۲٪ از پاسخ‌دهندگان در زنجیره‌های ارزش مشارکت داشته‌اند—چه به‌عنوان تولیدکننده برای دیگران، چه به‌کارگیری دیگران در کسب‌وکار خود. این عدد گرچه از میانگین سنتی مشاغل خانگی فراتر رفته، اما هنوز با هدف‌گذاری‌ها فاصله دارد و نشان می‌دهد که بیشتر کسب‌وکارها همچنان به‌صورت فردی اداره می‌شوند.

پنجم، یافته قابل‌توجه دیگر این است که تعداد قابل‌ملاحظه‌ای از پاسخ‌دهندگان مشاغل

خانگی را به‌عنوان شغل دوم برگزیده‌اند. این واقعیت، انعکاسی از بحران اقتصادی و لزوم جبران کسری درآمد خانوارهاست. در چنین بستری، مشاغل خانگی بیشتر نقشی مکمل دارند تا جایگزین شغل اصلی.

در زمینه انگیزه‌ها نیز، بیش از ۵۶٪ از پاسخ‌دهندگان ایجاد شغل و درآمد را انگیزه اصلی خود دانسته‌اند؛ درحالی‌که انگیزه‌هایی چون دریافت تسهیلات، رسمی‌سازی فعالیت یا استقلال مالی، رتبه‌های پایین‌تری دارند. این امر بیانگر آن است که مشاغل خانگی در ایران بیش از آنکه محصول سیاست‌گذاری بالابه‌پایین باشند، واکنشی فردی به بحران‌های معیشتی‌اند.

توسعه مشاغل خانگی در ایران، علی‌رغم موفقیت در جنبه کمّی (افزایش مجوزها)، در زمینه‌های کیفی چون پایداری، سودآوری، ارتقا، و مشارکت در زنجیره ارزش با چالش‌های جدی مواجه است. برای عبور از وضعیت فعلی و دستیابی به یک اکوسیستم پایدار، اصلاحات در سطوح زیر ضروری است:

- بازطراحی فرایندهای اعطای تسهیلات و تسهیل فرایندها
- ایجاد سامانه‌های هوشمند برای رصد عملکرد کسب‌وکارها پس از مجوز
- آموزش تخصصی بازاریابی، فروش و مدیریت مالی برای صاحبان مشاغل
- ایجاد شبکه‌های توزیع و برندینگ مشترک
- گسترش مشارکت‌های دیجیتال و حمایت از فروش آنلاین

بدون این اصلاحات، خطر تداوم نرخ شکست بالا، هدررفت منابع، و بی‌اعتمادی عمومی نسبت به سیاست‌های اشتغال خرد جدی خواهد بود.

QUICK
ANSWER

دفترهای خاکستری

این دفترها برای پاسخ علمی سریع، مختصر و دقیق به مسئله‌ها و نیازهایی تهیه و تَولید می شود که در حین فعالیت مرکز ملی فضای مجازی و سایر دستگاه ها پیش آمده و به بررسی دقیق و در عین حال سریع نیاز دارند.



پژوهشگاه
فضای مجازی