



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات  
سازمان فناوری اطلاعات ایران

بسمه تعالی

تأثیر شیوع ویروس کرونا بر کسب و کارهای فناوری اطلاعات در کشور

جمع بندی نظرات صاحبان صنایع

به همراه

نتایج پیمایش تأثیر کرونا بر شرکت های نوپا (نواقرین)

معاونت سیاستگذاری و اعتباربخش فناوری اطلاعات

ویرایش نخست

فروردین ۹۹

تأثیر شیوع ویروس کرونا بر کسب و کارهای فناوری اطلاعات در کشور	
سازمان فناوری اطلاعات ایران	معاونت سیاستگذاری و اعتباربخشی فناوری اطلاعات
همکاران انجام پیمایش (به ترتیب حروف الفبا): سارا حسنونند، پروین دلفانی، فائزه عاقلی، سهیل قنبری، ابوالفضل موسوی	
تحلیل نتایج آماری و استخراج نمودارها: ابوالفضل موسوی	
تدوین و نظارت علمی: سعید سلیمانی، سعید روشنی	
تاریخ تدوین: فروردین ۹۹	
نسخه: اول	نوع سند: گزارش تحلیلی

نظرات و دیدگاه‌های خود را در مورد این گزارش، از طریق ایمیل [itpolicy@ito.gov.ir](mailto:itpolicy@ito.gov.ir) و یا تلفن ۸۸۳۸۶۳۰۷ با معاونت سیاستگذاری و اعتباربخشی فناوری اطلاعات (سازمان فناوری اطلاعات ایران) در میان بگذارید.

فهرست

۴	مقدمه
۵	چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب‌وکارها
۶	تأثیر ویروس کرونا بر کسب‌وکارهای آنلاین ایرانی (برگرفته از نظرات منتشره در سایت‌های تحلیلی)
۷	صنعت خدمات گردشگری آنلاین، از افت فروش تا تعدیل نیرو
۸	تأثیر بر پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی
۸	افزایش میزان خرید آنلاین
۸	تأثیر ویروس کرونا بر سامانه‌های حمل‌ونقل آنلاین
۹	رشد تماشای آنلاین فیلم و سریال
۹	تأثیر کرونا بر بازی‌های آنلاین
۹	رشد خیره‌کننده برگزاری رویداد و کلاس آنلاین
۹	تأثیر بر اپلیکیشن‌های مالی و فین‌تک
۱۰	کاهش تبلیغات آنلاین
۱۰	تأثیر بر مرسولات پستی فروشگاه‌های اینترنتی
۱۱	تأثیر لغو پروازها و حرکت قطارها بر ارسال بسته‌های پستی
۱۱	تأثیر بر بازار خرید و فروش موبایل
۱۱	تأثیر بر سرویس‌های آنلاین توزیع غذا
۱۲	کاهش تراکنش‌های شاپرکی
۱۴	جمع‌بندی (نظرات منتشره در سایت‌های تحلیلی)
۱۶	تحلیل نتایج پیمایش شرکت‌های نوپای فناوری اطلاعات (سامانه نوآفرین)
۱۷	۱- چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب‌وکار (مثبت یا منفی)
۱۸	۲- میزان تأثیر شیوع کرونا بر کسب‌وکار
۲۰	۳- بررسی تعدیل نیروی انسانی ناشی از شیوع کرونا
۲۱	۴- مهمترین دلایل تأثیرات منفی کرونا بر کسب‌وکارها
۲۳	۵- تأثیر شیوع کرونا بر درآمد شرکت
۲۴	۶- تاب‌آوری شرکت در شرایط فعلی
۲۵	۷- مهمترین هزینه (تعهد) شرکت، در ماه‌های آینده
۲۶	۸- حوزه‌های اولویت‌دار برای دریافت حمایت‌های دولت
۲۷	منابعی دیگر برای مطالعه

## مقدمه

پاسخ به این سوال که کرونا چه تأثیری بر کسب‌وکارهای اینترنتی گذاشته است، با پیچیدگی‌ها و چالش‌هایی مواجه است؛ این پیچیدگی از سویی ناشی از تنوع زیاد کسب‌وکارهای امروزی است و تأثیر متفاوتی که کرونا بر هر یک از این کسب‌وکارها می‌گذارد؛ و از سوی دیگر، از آنجا که هر کسب‌وکاری با شبکه وسیع و متنوعی از مشتریان، تأمین‌کنندگان، نهادهای حاکمیتی و دولتی و... در ارتباط است و از آنها تأثیر می‌پذیرد، تأثیرپذیری هر یک از اجزای این شبکه از شیوع کرونا، می‌تواند بر کسب‌وکار مورد مطالعه نیز اثری متفاوت داشته باشد.

علاوه بر این، باید در نظر داشت که اگرچه در نگاه نخست، برخی کسب‌وکارها از شرایط جدید منتفع می‌شوند، اما ممکن است به دلیل تأثیر منفی شیوع کرونا بر تأمین‌کنندگان آنها، این کسب‌وکارها نتوانند از فرصت پیش آمده، برای توسعه فعالیت خود استفاده کنند؛ به عنوان مثال، به دلیل شرایط قرنطینه و افزایش ساعات حضور شهروندان در خانه، ارائه‌دهندگان خدمات ویدیوآنلاین، با افزایش تعداد کاربران و افزایش تقاضا مواجه شده‌اند؛ اما آیا زیرساخت‌ها لازم برای ارائه خدمات آنها، همچون پهنای باند و یا زیرساخت‌های ذخیره محتوا، پاسخگوی این میزان از افزایش تقاضا هست؟ مثال دیگری از این مساله، شرکت‌های فعال در حوزه نرم‌افزار هستند که اگرچه عموماً با عدم حضور نیروی کار در محل، دچار مشکلات نمی‌شوند، اما همانگونه که نتایج پیمایش اخیر سازمان فناوری اطلاعات نشان می‌دهد، بیشترین تأثیر منفی را از «اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش شامل خدمت‌دهندگان، پیمانکاران و...» گرفته‌اند. (نتایج کامل این پیمایش در همین گزارش آمده است.)

نکته دیگر، نحوه مواجهه کسب و کارها با شرایط جدید است؛ اینکه یک استارت‌آپ یا بنگاه اقتصادی، برای کاهش اثرات منفی شیوع کرونا بر خود، به تعدیل نیرو دست بزند، یا مدل درآمدی خود را تغییر دهد، یا به سمت تعاملات جدید با سایر بازیگران و اجزای زنجیره ارزش خود برود، می‌تواند تأثیر شرایط جدید را برای آن بنگاه یا کسب و کار متفاوت سازد. شناخت رفتار و نیز خواسته‌های کسب‌وکارها (که مهمترین هدف این مطالعه و پیمایش است) به حاکمیت کمک می‌کند تا بتواند سیاست‌های کارآمدتری را برای پایدار ساختن فعالیت‌های اقتصادی و نیز کاهش اثرات اجتماعی و اقتصادی شیوع کرونا بر شهروندان و کسب‌وکارها در پیش بگیرد.

### این گزارش شامل دو بخش است:

۱- بخش اول، که برگرفته از نظرات و دیدگاه‌های تعدادی از فعالان اقتصادی و صاحبان کسب و کارهای آنلاین و مجازی و نیز، برخی تحلیلگران این حوزه است که در روزهای اخیر، در مهمترین سایت‌های خبری و تحلیلی این حوزه منتشر شده است؛ منابع اصلی ما در این بخش، سایت techsara فارسی و سایت نشریه تخصصی پیوست (peivast.com) بوده است.

۲- بخش دوم، آمارها و تحلیل نتایج به‌دست‌آمده از یک پیمایش است که در گفتگوی تلفنی با مدیران حدود ۱۰۰ شرکت نوپای فناوری اطلاعات کشور، از میان ۲۰۰۰ شرکت که در سامانه نوآفرین (irannoafarin.ir) ثبت نام کرده‌اند، انجام شده است. در این پیمایش که روز ۲۳ فروردین ۹۹ و توسط همکاران ما در معاونت سیاستگذاری فناوری اطلاعات سازمان فناوری اطلاعات ایران انجام شده است، از تأثیرات شیوع ویروس کرونا بر این کسب‌وکارها سوالاتی پرسیده‌ایم.

در پایان نیز، فهرستی از چند گزارش، برای بررسی و مطالعه بیشتر آمده است.

## چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب‌وکارها

در نظر بسیاری از افراد، کرونا یک بیماری با تأثیر وسیع و کوتاه‌مدت بر روی کسب‌وکارها است. با این وجود، هنگامی که مسأله‌ای در جهان چنین وسعت همه‌گیری دارد، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که تأثیر آن پس از مدتی از بین برود. بلکه باید خود را برای تأثیر پایدار در جنبه‌های مختلف کسب‌وکار آماده نماییم. شاید بتوان این تغییرها را به نوعی یک جهش ژنتیکی در بازارها و کسب‌وکارها یا قدرت تخریب خلاقانه در اقتصاد نامید که می‌تواند بقا یا نابودی کسب‌وکارها را مشخص کند.

تأثیر این بحران از اثرگذاری بر روی مشتریان کسب‌وکارها آغاز می‌شود، سپس شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده و در نهایت، وضعیت رقابت در صنایع مختلف را تغییر می‌دهد. تغییر رفتار مصرف‌کنندگان در این شرایط می‌تواند پایدار بوده و محصول‌ها و کانال‌های توزیع کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار دهد.

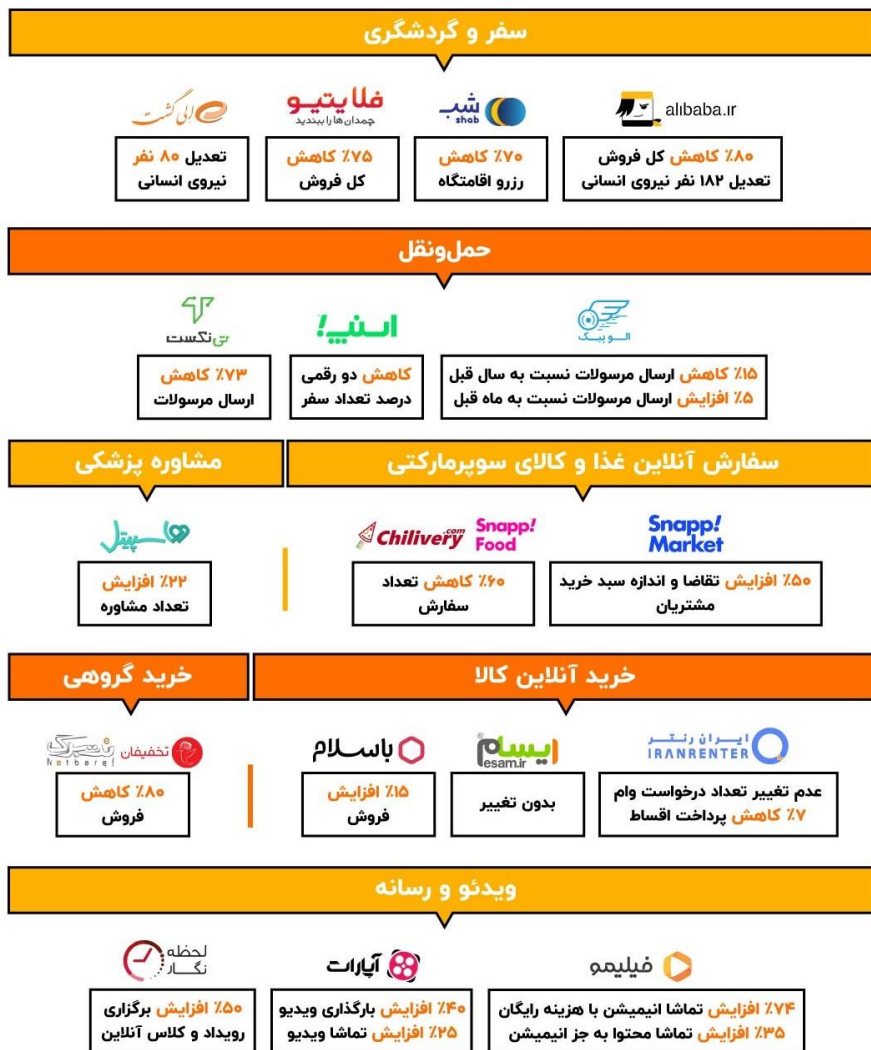
از طرف دیگر، شرکت‌ها برای جلوگیری از ضرر و زیان‌های بی‌شمار در این بحران، نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه‌ای برای رفع چالش‌ها در زمینه‌های مختلف سرمایه‌انسانی، مدیریت زنجیره تأمین، فروش و بازاریابی، فناوری‌ها، فرآیندهای کاری مورد استفاده و سایر بخش‌ها هستند که در بسیاری از موارد می‌تواند به عنوان دانش در درون سازمان ذخیره شده و شایستگی‌های خاصی را برای آن ایجاد نماید. این تغییرها در بازار خدمات شرکت‌ها و نیز در درون آن‌ها جهت مقابله با تهدیدها باعث نوآوری‌هایی می‌شود که بازار رقابتی صنایع مختلف را تحت‌الشعاع قرار داده و خود باعث ایجاد تحول‌هایی عظیم و پایدار دیگری می‌گردد. تحول‌های که نه تنها می‌توانند دامنه اثرگذاری وسیعی داشته باشند، بلکه اثر آن‌ها به مراتب فراتر از بازه زمانی این بحران باقی خواهد ماند.

در یک نگاه جهانی، و به گفته تحلیلگران موسسه مکنزی، به احتمال زیاد کشورهای حاضر در مناطق اصلی شیوع کرونا همچنان شاهد ادامه روند رشد این بیماری خواهند بود. این در حالی است که به احتمال قوی مناطق جدیدی نیز درگیر این بیماری خواهند شد. در چنین شرایطی، اعتماد مشتریان به ویژه در مناطق تحت اثر این بیماری ممکن است از بین برود و با محدودیت سفر و گردهمایی‌های اجتماعی ضعیف‌تر نیز شود. در نتیجه، این انتظار وجود دارد که رشد تولید ناخالص داخلی جهان، بین ۰.۳ تا ۰.۷ درصد کاهش یابد.<sup>۱</sup>

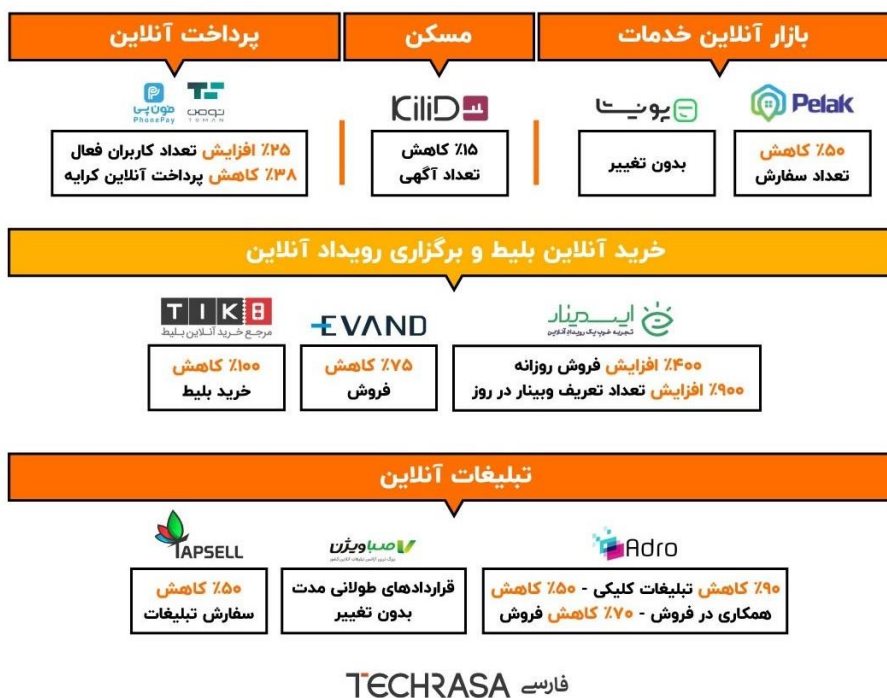
<sup>۱</sup> برگرفته از [techrasa.com/fa](http://techrasa.com/fa)

## تأثیر ویروس کرونا بر کسب و کارهای آنلاین ایرانی (برگرفته از نظرات منتشره در سایت‌های تحلیلی)

نمودار زیر، که تأثیر شیوع کرونا بر مهمترین کسب و کارهای آنلاین ایرانی در حوزه‌های مختلف را نشان می‌دهد، ماحصل بررسی و گفتگوی سایت [techrasa](#) با مدیران این شرکت‌ها است. این شرکت‌ها را می‌توان نماینده و نمونه‌ای بارز از حوزه‌های مختلف کسب و کارهای آنلاین دانست؛ از سوی دیگر، از آنجا که این کسب و کارها، عمدتاً بیشترین سهم بازار را در هر حوزه در اختیار دارند، می‌توان تأثیرات شیوع کرونا بر آنها را تا حد زیادی، نشان‌دهنده تأثیر کرونا بر آن حوزه و سایر کسب و کارهای فعال در آن حوزه دانست.







در ادامه، در مورد هر حوزه از کسب و کارهای آنلاین، توضیحاتی آورده شده است که برگرفته از سایت [techrasa](http://techrasa.com) و گزارش‌های منتشر شده در سایت نشریه تخصصی «پیوست» است؛ مطالب نقل شده از «پیوست» با زمینه خاکستری مشخص شده‌اند.

### صنعت خدمات گردشگری آنلاین، از افت فروش تا تعدیل نیرو

بیشترین تأثیر ویروس کرونا بر استارت‌آپ‌های ایرانی در صنعت فروش آنلاین خدمات گردشگری اتفاق افتاده است. استارت‌آپ‌های «فلائیو» و «علی بابا» که بیشترین سهم از فروش بلیط‌های هوایی را دارند، به ترتیب ۷۵٪ و ۸۰٪ کاهش در میزان کل فروش را تجربه کردند. این اتفاق به تعدیل نیرو در دو استارت‌آپ علی بابا و الی گشت منجر شد. در حوزه اجاره اقامتگاه‌های گردشگری نیز استارت‌آپ «شب» از کاهش ۷۰٪ رزرو اقامتگاه‌های گردشگری خبر داده است. «اسنپ‌تریپ» نیز با کاهش ۱۰۰ درصدی رزرو هتل‌ها و کاهش ۶۵ درصدی خرید پروازها مواجه شده است.<sup>۲</sup>

همچنین، مسعود طباطبایی، مدیرعامل علی بابا، اعلام کرد<sup>۳</sup> که این شرکت به دلیل مشکلاتی که در زمینه فعالیت شرکت‌های گردشگری از پاییز امسال تاکنون رخ داده و حالا هم با شیوع ویروس کرونا، قرارداد ۱۸۲ نفر از نیروهای خود را تمدید نکرده است. طباطبایی اعلام کرده این شرکت ۷۵۴ نفر نیروی انسانی داشته که بدین ترتیب می‌توان گفت علی‌بابا

<sup>۲</sup> بر اساس گزارش گروه اسنپ

<sup>۳</sup> برگرفته از سایت پیوست <https://bit.ly/3b0ltST>

حدود ۲۴ درصد از نیروهای خود را تعدیل کرده است. این شرکت با مشکل استرداد بلیط‌های ثبت شده مسافران از طریق این پلتفرم نیز روبه‌رو است.

### تأثیر بر پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی

بعد از کسب و کارهای آنلاین خدمات مسافرتی و گردشگری، پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی هستند که بزرگترین خسارت را به دلیل شیوع ویروس کرونا دیده‌اند. با توجه به لغو شدن تمامی رویدادها، میزان فروش استارتاپ «ایوند» ۷۵٪ کاهش داشته و ۹۰٪ فروش حال حاضر این استارتاپ از رویدادهای آنلاین است. همچنین استارتاپ «تیکت» نیز که در حوزه فروش بلیط تئاتر، کنسرت و سینما فعالیت دارد با افت ۱۰۰٪ خرید بلیط روبه‌رو شده و تمامی فروش خود را از دست داده است. مساله استرداد بلیت‌های خریداری شده، از چالش‌های پیش روی این کسب و کارهاست.

در حوزه تخفیف و خرید گروهی، دو مجموعه «تخفیفان» و «نت‌برگ» ۸۰٪ کاهش فروش داشته‌اند.

### افزایش میزان خرید آنلاین

توصیه پزشکان به ماندن در خانه موجب شده تا استارتاپ‌های خرید آنلاین کالا بتوانند رشد خوبی را داشته باشند. استارتاپ «باسلام» و «اسنپ‌مارکت» به ترتیب ۱۵٪ و ۵۰٪ در فروش و تقاضا رشد داشته‌اند که می‌تواند نتیجه تمایل مردم به خرید آنلاین و عدم خروج از خانه باشد. فروشگاه اینترنتی «ایسام» هم هیچ تغییری در فروش نداشته است.

### تأثیر ویروس کرونا بر سامانه‌های حمل و نقل آنلاین

سامانه حمل و نقل آنلاین نیز از ویروس کرونا در امان نمانده و کاهش رفت و آمد و ثبت سفارش در این صنعت اتفاق افتاده است. «اسنپ» از کاهش ۷۰ درصدی تعداد سفرها و اثرگذاری بر درآمد ۵۰۰ هزار راننده فعال این شرکت خبر داده است.<sup>۴</sup> استارتاپ «تی‌نکست» که در حوزه پست درون‌شهری فعالیت دارد، ۷۳٪ افت در ارسال تعداد بسته‌های پستی داشته است. اما برخلاف تی‌نکست، «لوپیک» افزایش ۵٪ در تعداد بسته‌های پستی را تجربه کرده که می‌تواند ناشی از افزایش تقاضای فصلی باشد.

از سوی دیگر، لوپیک در گزارشی دیگر<sup>۵</sup> با اعلام اینکه ثبت درخواست پیک در این سامانه بین ۱۰٪ تا ۱۲٪ کاهش داشته اعلام کرده است که با فعال کردن طرح‌های جدید مانند خرید از سوپرمارکت‌ها از طریق اپ یا راه‌اندازی سرویس «الو فروش» برای کمک به کسب و کارهای آفلاین، در تلاش برای جبران کاهش درآمد خود است. همچنین، این شرکت از توقف فعلی سرویس «الومارکت» می‌گوید و اینکه در شرایط فعلی، تمام تمرکزش را روی سرویس اصلی خود، یعنی ارسال بسته‌های پیکی گذاشته است.

<sup>۴</sup> برگرفته از گزارش گروه اسنپ

<sup>۵</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7r3>



## رشد تماشای آنلاین فیلم و سریال

خانه‌نشینی مردم باعث شده تا میزان تماشای آنلاین فیلم و سریال افزایش یابد. میزان بارگذاری و تماشای ویدیو در «آپارات» به ترتیب با ۴۰٪ و ۲۵٪ رشد همراه بوده است. همچنین، با رایگان شدن تماشای آنلاین انیمیشن در «فیلمو»، میزان تماشای محتوای انیمیشنی ۷۴٪ و دیگر محتوای بصری ۳۵٪ رشد کرده است.

از سوی دیگر، پلتفرم فیلمو در گزارشی دیگر<sup>۶</sup> آورده است که در روزهای شیوع کرونا در کشور به دلیل خانه ماندن بسیاری از افراد، میزان تماشای آنلاین فیلم روی این پلتفرم، ۶۵٪ افزایش داشته است.

## تأثیر کرونا بر بازی‌های آنلاین

رکورد خرید هفتگی بازی در هفته دوم فروردین ماه ۹۹ شکست. در این دوره زمانی رکورد ۲۲ میلیون نصب یا به‌روزرسانی برای بازی‌های بازار ثبت شد که نسبت به میانگین هفتگی سال قبل از آن ۷۲ درصد افزایش را نشان می‌دهد.<sup>۷</sup>

بر اساس آمار کافه بازار، کاربران از ابتدای اسفندماه ۹۸ تا ۱۵ فروردین امسال، ۱۰۷ میلیون بار، بازی دانلود یا به‌روزرسانی کردند و رکورد خرید هفتگی بازی را شکستند.

## رشد خیره‌کننده برگزاری رویداد و کلاس آنلاین

دو استارت‌آپ «ایسمینار» و «لحظه‌نگار» که بستر برگزاری رویداد و کلاس آنلاین هستند، رشد خوبی را کسب کرده‌اند. ایسمینار در مدت کوتاه شیوع کرونا، آمار خیره‌کننده افزایش ۴۰٪ فروش روزانه را ثبت و تنها در یک هفته ۶ هزار کاربر جدید را جذب کرده است. استارت‌آپ لحظه‌نگار هم از افزایش ۵۰٪ برگزاری رویداد و کلاس آنلاین خبر داده است.

## تأثیر بر اپلیکیشن‌های مالی و فین‌تک

اگرچه آمار یا برآوردی از تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کارهای مبتنی بر خدمات مالی و فین‌تک در ایران منتشر نشده است، اما بر اساس تحقیقات جدید گروه deVere، شیوع ویروس کرونا، موجب افزایش ۷۲ درصدی تعداد کاربران اپلیکیشن‌های فین‌تک در اروپا شده است؛ در عین حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که اپلیکیشن‌های آسیایی نیز با همین میزان رشد طی دوره شیوع کرونا مواجه بوده‌اند.<sup>۸</sup>

<sup>۶</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7rb>

<sup>۷</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7qx>

<sup>۸</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7qw>

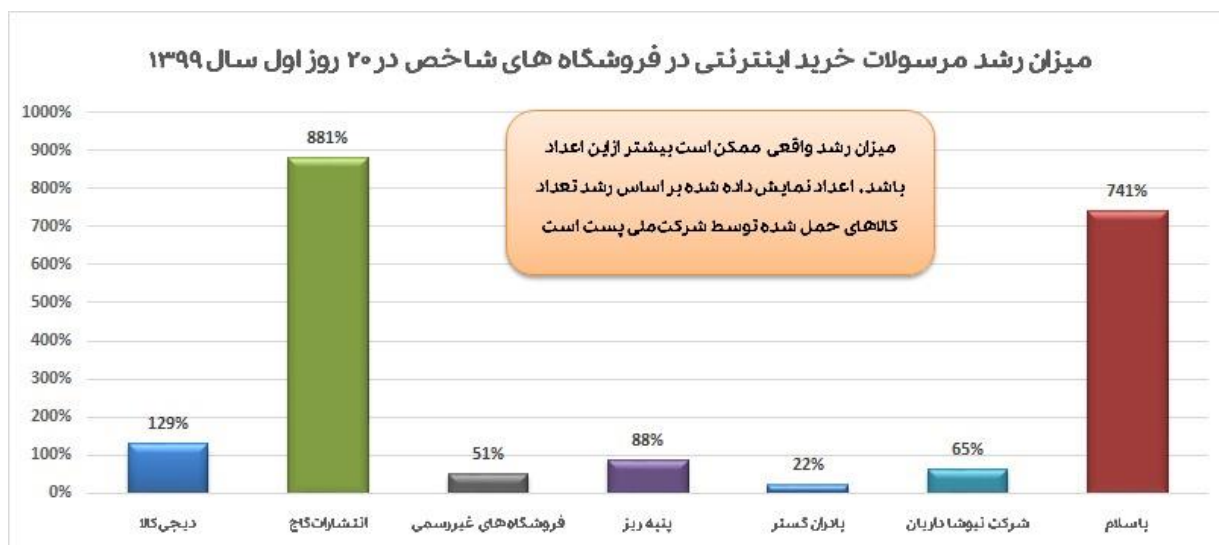
## کاهش تبلیغات آنلاین

با ایجاد بحران در کسب و کارها و افت درآمد، کاهش تبلیغات نیز دور از انتظار نیست. در حوزه تبلیغات آنلاین دو مجموعه «تپسل» و «ادرو» ۵۰٪ افت در ثبت سفارش تبلیغات را تجربه کرده‌اند. همچنین، مجموعه ادرو با کاهش ۷۰٪ در کل فروش مواجه شده است. طبق آمار این مجموعه، شیوع کرونا موجب کاهش ۹۰٪ تبلیغات کلیکی و ۵۰٪ همکاری در فروش شده است.

تأثیر بر مرسولات پستی فروشگاه‌های اینترنتی<sup>۹</sup>

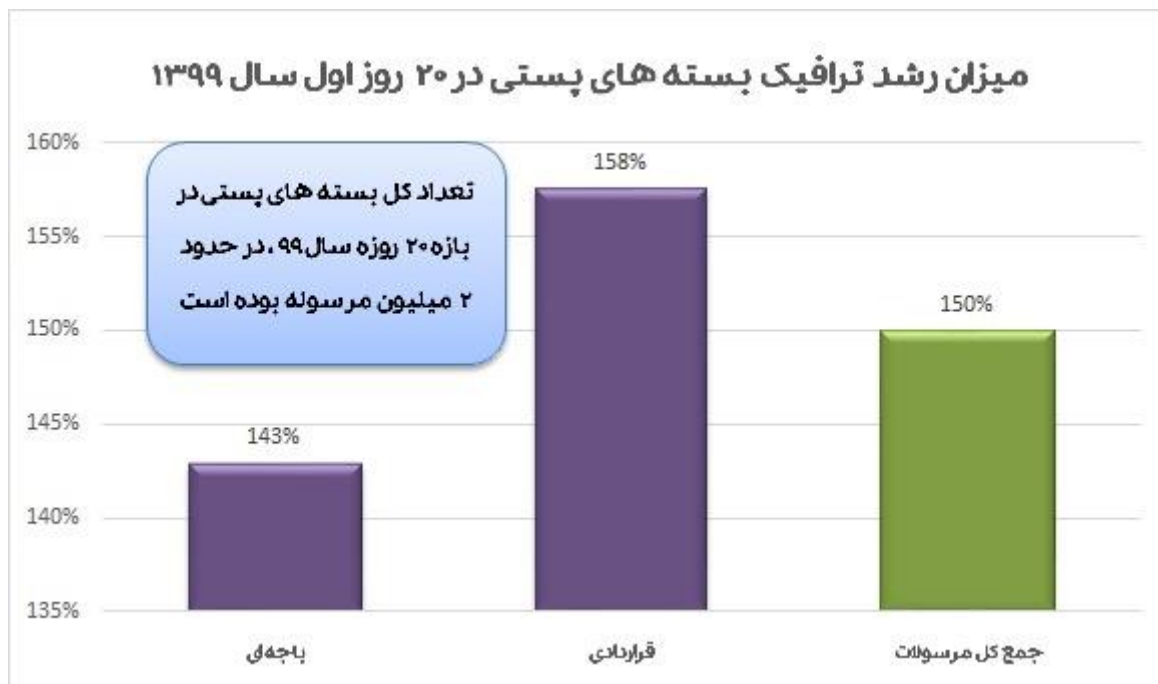
گزارش و آمار دریافتی از شرکت ملی پست از رشد قابل توجه تعداد مرسولات پستی مربوط به خریدهای اینترنتی از فروشگاه‌های شاخص در این حوزه، حکایت دارد: در میان فروشگاه‌های اینترنتی، «گاج مارکت» با ۲۳۶.۷۰۰ مرسوله در ۲۰ روز اول سال ۹۹، رتبه اول را در تعداد مرسولات خرید اینترنتی در اختیار داشته است و پس از آن، دیجیکالا با ۲۱۶.۱۰۰ مرسوله، در رتبه دوم بوده است.

آنچه در نمودار زیر مشاهده می‌شود، میزان رشد تعداد مرسولات خرید اینترنتی در ۲۰ روز نخست سال ۹۹ در مقایسه با زمان مشابه در سال گذشته است و نکته قابل توجه در آن، رشد ۷۰۰ الی ۸۰۰ درصدی مرسولات خرید اینترنتی دو فروشگاه «گاج مارکت» و «باسلام» در این بازه زمانی در مقایسه با سایر شرکت‌هاست.



از سوی دیگر، تعداد بسته‌های ارسالی از طریق پست نیز در ۲۰ روز نخست سال ۹۹ در مقایسه با زمان مشابه در سال گذشته، رشد قابل توجهی داشته است. (نمودار زیر) ذکر این نکته ضروری است که این آمار فقط مربوط به بسته‌های پستی است که در کارتن، بسته‌بندی و ارسال می‌شوند؛ بسیاری از فروشگاه‌های اینترنتی که عمدتاً اقلام ریز و کوچک می‌فروشند، از پاکت‌های بزرگ برای ارسال استفاده می‌کنند که طبیعتاً آمار آنها در این نمودار لحاظ نشده است.

<sup>۹</sup> بر اساس گزارش و اطلاعات دریافتی از شرکت ملی پست



### تأثیر لغو پروازها و حرکت قطارها بر ارسال بسته‌های پستی

در عین حال، عملکرد شرکت پست با مشکلاتی ناشی از تأخیر در ارسال بسته‌های پستی مواجه بوده است که به گفته محمد اخلاقی، مدیرکل دفتر مدیریت کیفیت و امور مشتریان شرکت پست، ناشی از لغو ۷۰ درصدی پرواز هواپیماها و ۱۰۰ درصدی حرکت قطارها بوده است.

نکته قابل توجه این است که این تأخیرها، بر عملکرد برخی کسب‌وکارها تأثیر منفی گذاشته است.<sup>۱۰</sup>

### تأثیر بر بازار خرید و فروش موبایل

حسین غروی، رئیس هیات مدیره انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی از رکود ۳۰۰ درصدی در حوزه موبایل نسبت به شب عید سال گذشته خبر داده و اعلام کرده است که شیوع ویروس کرونا در کشور به واحدهای صنفی فعال در این بازار صدمات جدی زده و کسب‌وکارهای زیادی در بازار موبایل به تعطیلی کشیده شده‌اند.<sup>۱۱</sup>

به گفته او، بازار موبایل کشور شاهد رکودی ۶۰ درصدی در اسفندماه ۹۸ نسبت به بهمن ماه ۹۸ بوده است.

### تأثیر بر سرویس‌های آنلاین توزیع غذا

<sup>۱۰</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7re>

<sup>۱۱</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7rc>

اگرچه در ابتدای شیوع کرونا، سعید لطفی، مدیرعامل اسنپ فود از کاهش ۷۰ درصدی فروش این مجموعه خبر می‌دهد (معادل ۲۰ تا ۳۰ میلیارد تومان)<sup>۱۲</sup> اما در روزهای بعد، ظاهراً نیمی از کاربران اسنپ فود به چرخه سفارش آنلاین برگشته‌اند. مهرداد عبدالرزاق رئیس هیات مدیره اسنپ فود اعلام کرده است که پس از شیوع کووید ۱۹ سفارش‌های سرویس رستوران اسنپ فود کاهش شدیدی داشت، اما پس از آن، این روند تغییر کرده و تعداد سفارش‌های اسنپ فود نسبت به روزهای آغازین شیوع کرونا، ۴۰ درصد افزایش یافته است.<sup>۱۳</sup>

### کاهش تراکنش‌های شاپرکی

بر اساس گزارش‌های شاپرک، تعداد تراکنش‌های اسفندماه ۹۸، نسبت به ماه قبل از آن، ۱.۳ درصد کاهش یافته است، این کاهش تعداد تراکنش طی سال‌های گذشته تقریباً بی‌سابقه بوده است. به گونه‌ای که در سال ۹۷، تعداد تراکنش‌های انجام شده در اسفندماه نسبت به ماه قبل آن ۱۲.۵ درصد رشد و در سال ۹۶ میزان افزایش تعداد تراکنش‌ها در اسفندماه نسبت به بهمن ماه به ۱۳.۳۹ درصد می‌رسید.<sup>۱۴</sup>

نوع	اسفند ۱۳۹۷	اسفند ۱۳۹۸	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۲,۲۱۸,۵۰۱,۵۴۵	۲,۲۸۰,۶۲۹,۰۶۵	۲/۸۰٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۲,۹۳۹,۲۲۴,۵۱۲	۳,۲۸۱,۷۰۵,۶۹۱	۱۱/۶۵٪

نوع	بهمن ۱۳۹۸	اسفند ۱۳۹۸	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۲,۳۱۲,۲۰۹,۸۲۷	۲,۲۸۰,۶۲۹,۰۶۵	-۱/۳۷٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۳,۲۴۲,۳۰۸,۳۹۷	۳,۲۸۱,۷۰۵,۶۹۱	۱/۲۲٪

میزان رشد تراکنش‌های انجام شده در اسفندماه ۹۸ نسبت به مدت مشابه در سال ۹۷ فقط ۲.۸ درصد بوده، این در حالی است که تعداد تراکنش‌های انجام شده از طریق شاپرک در سال ۹۷ نسبت به سال ماقبل آن ۲۶.۴۹ درصد و تراکنش‌های شاپرکی در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵ نیز رشدی معادل ۲۵.۸۳ درصد را تجربه کرده‌اند.

<sup>۱۲</sup> برگرفته از سایت پیوست <https://bit.ly/2VhXCXZ>

<sup>۱۳</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7qj>

<sup>۱۴</sup> برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7q5>

نوع	اسفند ۱۳۹۶	اسفند ۱۳۹۷	درصد تغییرات
تعداد تراکنش	۱,۷۵۳,۹۳۱,۲۸۸	۲,۲۱۸,۵۰۱,۵۴۵	۲۶/۴۹٪
مبلغ تراکنش (میلیون ریال)	۱,۹۱۲,۵۰۰,۰۳۳	۲,۹۳۹,۲۲۴,۵۱۲	۵۳/۶۸٪

کاهش تعداد تراکنش‌های انجام شده در شبکه شاپرک نشان‌دهنده کاهش میزان خرید مردم و در نهایت کاهش میزان تراکنش‌های کارتی کشور در سال پیش است. طی سال‌های گذشته استقبال مردم نسبت به خرید کارتی افزایش یافته و اکثریت مردم ترجیح می‌دهند که به جای پول نقد از کارت بانکی برای خرید خود استفاده کنند؛ در دوره گسترش ویروس کرونا نیز برای بالا رفتن امنیت افراد پرداخت‌های آنلاین جایگزین پرداخت‌های کارتی شده است؛ اما کاهش تعداد تراکنش‌های صورت گرفته روی شبکه شاپرک در کل نشان‌دهنده کاهش خریدهای انجام شده از سوی مردم و کسب و کارهاست.

جمع‌بندی (نظرات منتشره در سایت‌های تحلیلی)

با توجه به مطالب فوق، می‌توان تاثیرات شیوع کرونا بر کسب و کارهای ایرانی را در قالب جدول زیر جمع‌بندی کرد:

توضیحات	برآورد اثرات شیوع کرونا	کسب و کار شاخص	حوزه فعالیت
	۷۵ درصد کاهش فروش	فلایتیو	خدمات گردشگری آنلاین
مشکل استرداد بلیت‌های خریداری شده تعدیل نیرو به میزان ۲۴ درصد	۸۰ درصد کاهش فروش	علی بابا	
	کاهش ۱۰۰ درصدی رزرو هتل‌ها کاهش ۶۵ درصدی خرید پروازها	اسنپ‌تریپ	
مشکل استرداد بلیت‌های خریداری شده	۷۵ درصد کاهش فروش	«ایوند»	پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی
	۱۰۰ درصد کاهش فروش	«تیکت»	
	۸۰ درصد کاهش فروش	«تخفیفان» «نت‌برگ»	
	۱۵ درصد افزایش تقاضا	«باسلام»	پلتفرم‌های خرید آنلاین
	۵۰ درصد افزایش تقاضا	«اسنپ‌مارکت»	
	کاهش ۷۰ درصدی تعداد سفرها و اثرگذاری بر درآمد ۵۰۰ هزار راننده فعال این شرکت	«اسنپ»	سامانه‌های حمل‌ونقل آنلاین
	۷۳٪ افت در ارسال تعداد بسته‌های پستی	«تی‌نکست»	
فیلمو تماشای انیمیشن را رایگان کرده است	رشد ۴۰ درصد (بارگذاری) و ۲۵ درصد (تماشا)	آپارات	پلتفرم‌های آنلاین پخش ویدئو
	۶۵٪ افزایش تماشا	فیلمو	
	۷۲ درصد رشد نسبت به مدت مشابه در سال قبل		بازی‌های آنلاین
ایسمینار تنها در یک هفته ۶ هزار کاربر جدید را جذب کرده است.	۴۰٪ افزایش فروش روزانه	ایسمینار	برگزاری رویداد و کلاس آنلاین
		لحظه‌نگار	
	۷۲٪ افزایش تعداد کاربران در اروپا در ایران نامشخص		اپلیکیشن‌های مالی و فین‌تک



	۵۰٪ کاهش در ثبت سفارش تبلیغات	«تپسل»	تبلیغات آنلاین
	۵۰٪ کاهش در ثبت سفارش تبلیغات، ۷۰٪ کاهش در کل فروش، ۹۰٪ کاهش تبلیغات کلیکی و ۵۰٪ همکاری در فروش	«ادرو»	
نسبت به مدت مشابه سال قبل	رشد ۸۱ درصدی تعداد مرسولات خرید اینترنتی	انتشارات گاج	مرسولات پستی فروشگاه‌های اینترنتی
	رشد ۷۴ درصدی تعداد مرسولات خرید اینترنتی	باسلام	
	رشد ۱۲۹ درصدی تعداد مرسولات خرید اینترنتی	دیجی کالا	
مشکل تعطیلی کسب‌وکارها در بازار موبایل	رکود ۳۰۰ درصدی در حوزه موبایل نسبت به شب عید سال گذشته بازار موبایل کشور رکودی ۶۰ درصدی در اسفندماه ۹۸ نسبت به بهمن ماه ۹۸ داشته است		بازار خرید و فروش موبایل
	ابتدا کاهش ۷۰ درصدی فروش، سپس تغییر روند و ۴۰٪ افزایش تعداد سفارشات	اسنپ فود	سرویس‌های آنلاین توزیع غذا
کاهش تعداد تراکنش‌های انجام شده در شبکه شاپرک نشان‌دهنده کاهش میزان خرید مردم و در نهایت کاهش میزان تراکنش‌های کارتی کشور در سال پیش است.	اسفندماه ۹۸، نسبت به ماه قبل ۱.۳٪ کاهش تعداد تراکنش‌ها		تراکنش‌های شاپرکی

## تحلیل نتایج پیمایش شرکت‌های نوپای فناوری اطلاعات (سامانه نوآفرین)

در پیمایشی که به صورت نظرسنجی تلفنی، توسط سازمان فناوری اطلاعات ایران در روز ۲۳ فروردین ۱۳۹۹، انجام شد، از میان ۲۰۰۰ شرکت نوپای ثبت‌شده در سامانه ایران نوآفرین (irannoafarin.ir)، ۹۴ شرکت به روش نمونه‌گیری بدون جایگذاری طبقه‌بندی شده تصادفی<sup>۱۵</sup>، انتخاب شدند که در حوزه‌های زیر فعالیت دارند:

- ۱- تولید بازی های رایانه‌ای
- ۲- اینترنت اشیا
- ۳- امنیت اطلاعات و شبکه
- ۴- امنیت مکان
- ۵- هوش مصنوعی
- ۶- هوش تجاری
- ۷- حمل و نقل شهری
- ۸- پوشاک
- ۹- تجهیزات پزشکی
- ۱۰- فروشگاه اینترنتی
- ۱۱- بازاریابی دیجیتال
- ۱۲- نرم افزارهای کاربردی
- ۱۳- سایر

از طریق تماس تلفنی مستقیم با مدیران عامل شرکت‌های منتخب، نتایج زیر به دست آمده که حوزه های مختلف و همسان در دسته‌های زیر تقسیم‌بندی شده‌اند:

- ۱- **پزشکی:** شامل حوزه های سلامت، مشاوره آنلاین، تولید تجهیزات پزشکی و...
- ۲- **نرم/فزار:** شامل تولید و توزیع نرم‌افزارها و بازی‌های رایانه‌ای و خدمات پشتیبانی و طراحی وبسایت و...
- ۳- **تجارت الکترونیک و فروشگاه‌های اینترنتی:** شامل فروشگاه‌ها و پلتفرم‌های تحویل کالا و ارائه‌دهندگان خدمات (تاکسی و ...)
- ۴- **حوزه‌هایی که ضرورتاً نیاز به حضور فیزیکی در محل کار دارند:** مانند تولیدات کارگاهی، نساجی و...

در ادامه، تحلیل نتایج این پیمایش، بر اساس سوالات پیمایش آمده است:

<sup>15</sup> Random clustering sampling without replacement

### ۱- چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کار (مثبت یا منفی)

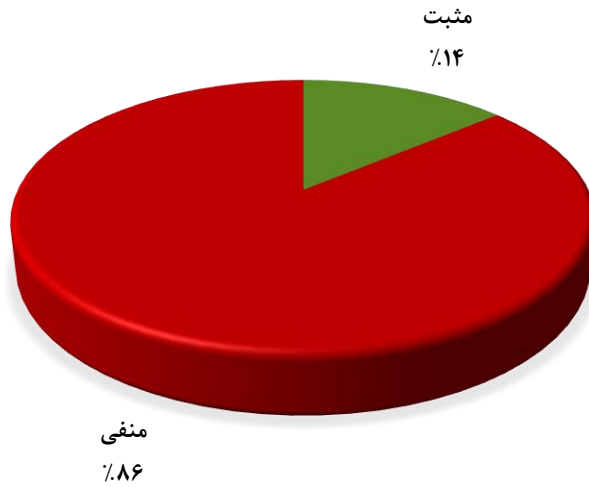
در تحلیل نتایج موجود نظرسنجی مبنی بر اینکه ویروس کرونا در چه حوزه‌هایی تأثیرات مثبت و منفی گذاشته است، این نتایج به دست آمد:

حوزه‌های مربوط به خدمات پزشکی (تولید تجهیزات پزشکی، مشاوره آنلاین و...) بیشترین تأثیر مثبت را از کرونا گرفته‌اند. همچنین حوزه مربوط به خدمات آنلاین، همچون تاکسی اینترنتی و شبکه‌های فروش اینترنتی نیز بیشترین تأثیر منفی را از این وضعیت گرفته‌اند.

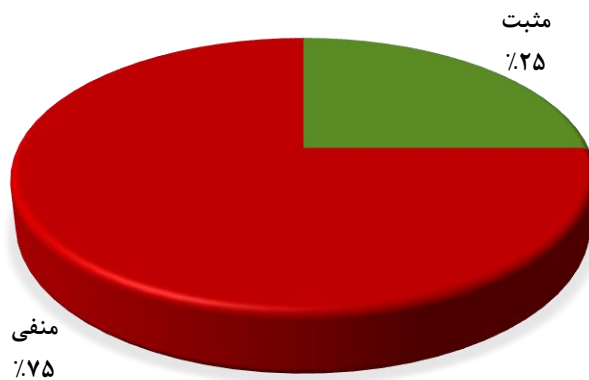
در نمودارهای زیر، نتایج آماری این بررسی آمده است:



### خدمات فن آوری اطلاعات و نرم افزار



### حوزه‌های نیازمند حضور فرد در محل کار



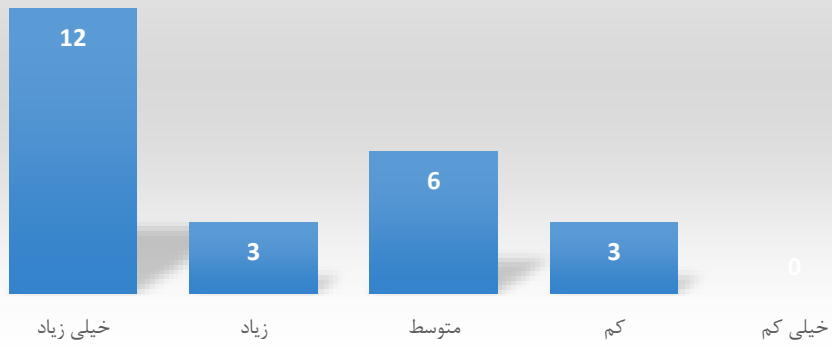
## ۲- میزان تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کار

میزان این تاثیرگذاری بر حوزه‌های مختلف بدین شرح است:

تأثیرات منفی کرونا بر انواع کسب و کارها، شدت زیادی داشته است، به نوعی که در تمامی حوزه‌های مورد بررسی، صنایع یا به صورت تعطیل درآمد و یا با بیشترین محدودیت، خدمات خود را ارائه می کنند.

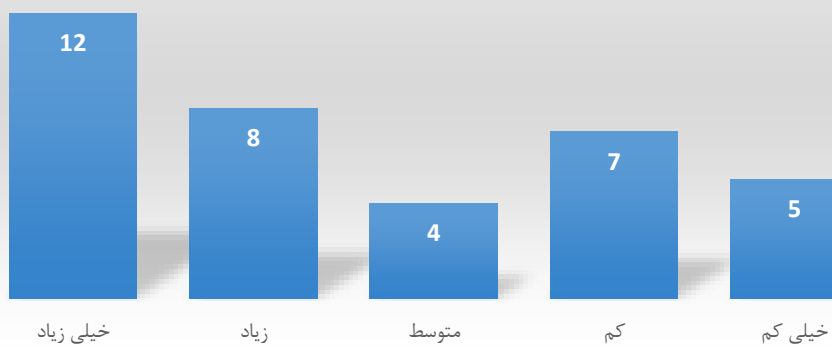
در نمودارهای زیر، نتایج آماری این بررسی آمده است:

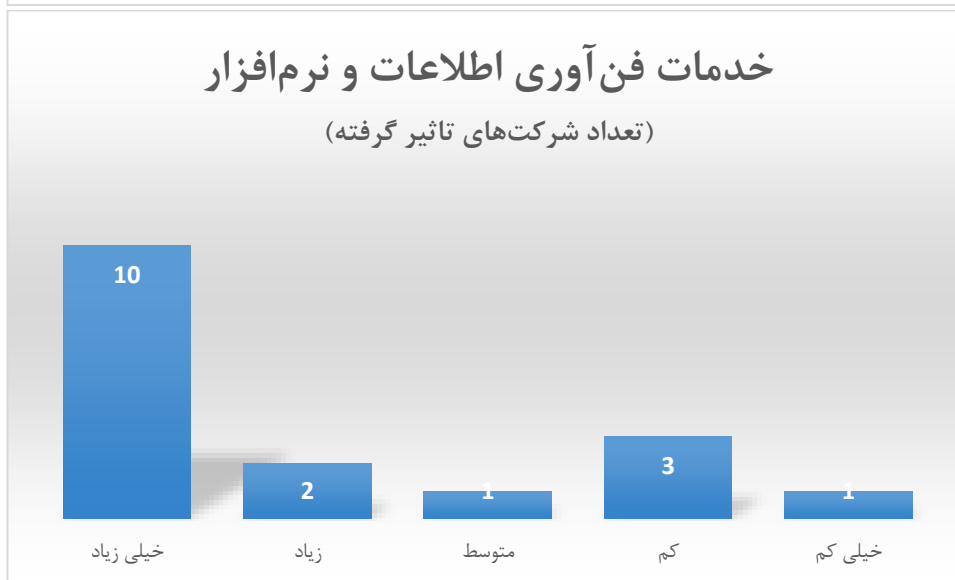
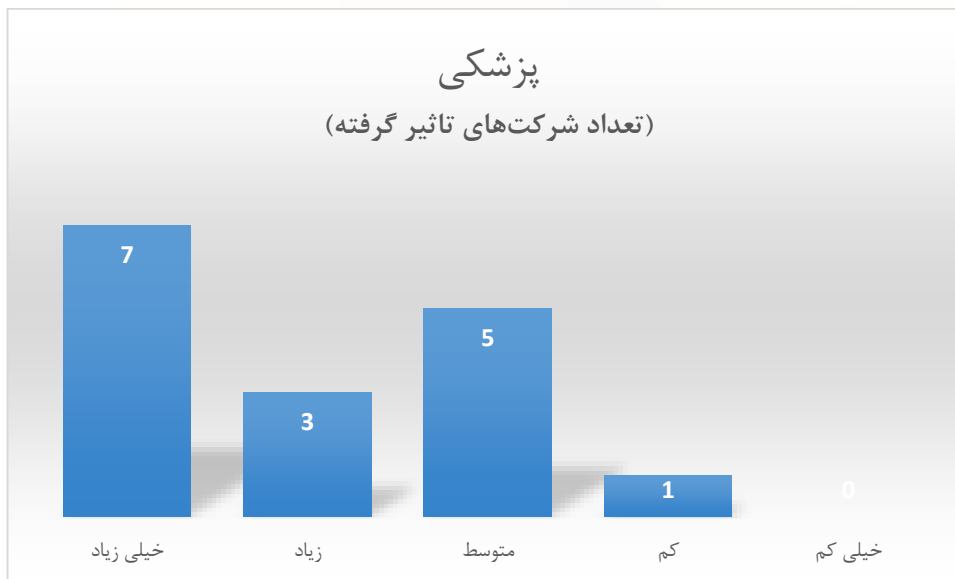
### حوزه های نیازمند حضور فرد در محل کار (تعداد شرکت های تاثیر گرفته)



### نرم افزار

(تعداد شرکت های تاثیر گرفته)





### ۳- بررسی تعدیل نیروی انسانی ناشی از شیوع کرونا

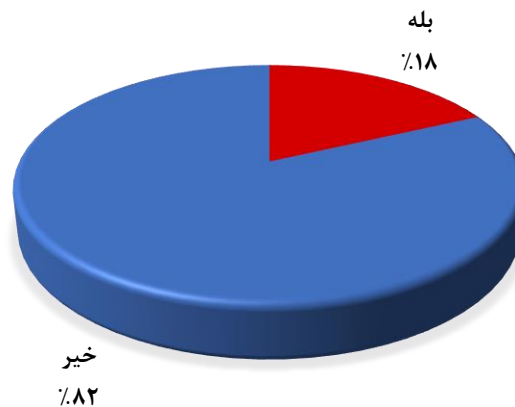
از سوی دیگر، نتایج این پیمایش نشان می‌دهد که

تنها ۱۸ درصد شرکت‌های موجود، به دلیل شیوع کرونا مجبور به کاهش نیروهای خود شده‌اند و بیشترین تعدیل نیرو در حوزه نرم‌افزار بوده است.

نمودارهای زیر، نتایج آماری این بررسی را نشان می‌دهد:



### تعدیل نیرو



### تعدیل نیرو بر اساس حوزه فعالیت

(تعداد شرکت‌هایی که تعدیل نیرو داشته‌اند)



### ۴- مهمترین دلایل تأثیرات منفی کرونا بر کسب‌وکارها

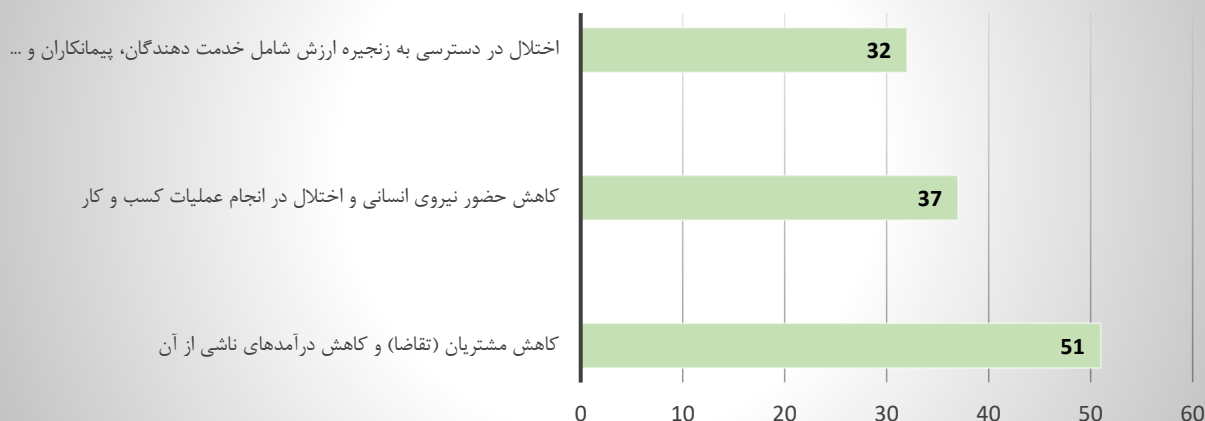
برای بررسی و سنجش مهمترین دلایل تأثیر منفی شیوع کرونا بر کسب‌وکارها، ۳ نکته زیر مورد پرسش قرار گرفت؛ این سوال از شرکت‌هایی پرسیده شد که تأثیر کرونا را بر کسب‌وکار خود منفی اعلام کرده بودند:

- ۱- کاهش مشتریان (تقاضا) و کاهش درآمدهای ناشی از آن
  - ۲- کاهش حضور نیروی انسانی و اختلال در انجام عملیات کسب و کار
  - ۳- اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش، شامل خدمت دهندگان، پیمانکاران و ...
- نتایج این بررسی نشان می‌دهد که

شرکت‌های نوپای با تأثیرپذیری منفی از شیوع کرونا، «کاهش مشتریان (تقاضا) و کاهش درآمدهای ناشی از آن» را بیشترین عامل تأثیر ویروس کرونا بر کسب‌وکار خود می‌دانند.

نمودار زیر، جزئیات این بررسی را نشان می‌دهد:

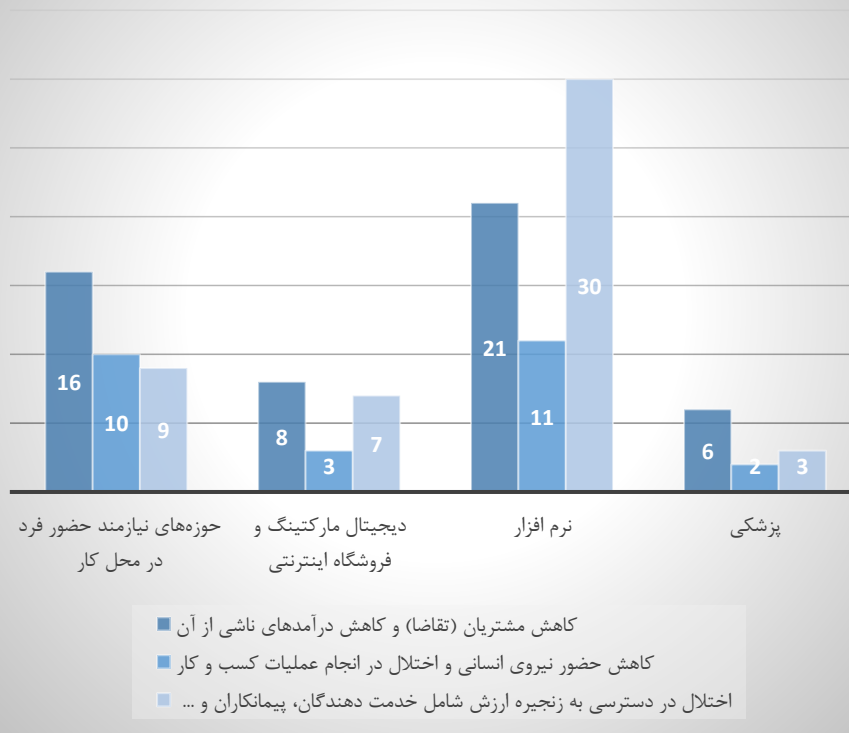
### دلایل تاثیر کرونا بر روی کسب و کارهای مختلف



در عین حال، نمودار بعدی نشان می‌دهد که

شرکت‌های فعال در حوزه نرم‌افزار اگرچه عموماً با عدم حضور نیروی کار در محل، دچار مشکلات نمی‌شوند، اما بیشترین تأثیر منفی را از «اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش، شامل خدمت‌دهندگان، پیمانکاران و...» گرفته‌اند.

### مشکلات تاثیر گذار در هر کسب و کار



### ۵- تأثیر شیوع کرونا بر درآمد شرکت

بررسی حوزه‌هایی که بیشترین و کمترین کاهش درآمد را به سبب ویروس کرونا داشته‌اند، نشان می‌دهد که

شرکت‌های فعال در حوزه پزشکی، بیشتر از سایر حوزه‌ها اعلام کرده‌اند که یا کاهش درآمد نداشته‌اند و یا کاهش درآمد ناچیزی داشته‌اند. از طرف دیگر، شرکت‌های فعال در حوزه نرم‌افزار بیشتر از سایر حوزه‌ها، کاهش درآمد داشته‌اند.

### عدم کاهش درآمد

(تعداد شرکت‌هایی که در هر حوزه کاهش درآمد نداشته اند)



### کاهش بسیار زیاد درآمد

(تعداد شرکت‌هایی که کاهش درآمد چشم گیری داشتند)



## ۶- تاب آوری شرکت در شرایط فعلی

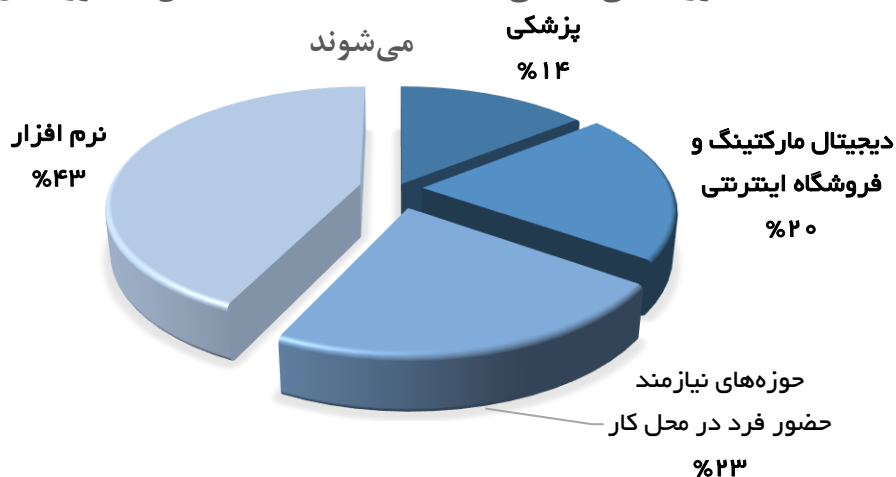
از شرکت‌ها پرسیده‌ایم که «با همین میزان از نقدینگی، تا چند ماه قادر به ادامه فعالیت خود هستید؟» نتایج نشان می‌دهد که

از ۹۴ شرکت، ۵۸ شرکت (۶۱ درصد) ادعا کرده‌اند که در صورت تداوم شرایط موجود، کسب و کارشان در کمتر از ۳ ماه به طور کامل تعطیل خواهد شد. ۶ شرکت دیگر بین ۳ تا ۶ ماه تاب می‌آورند و ۳۰ شرکت نیز ادعا کرده‌اند که با منابع موجود تنها تا پایان سال می‌توانند به فعالیت در کسب و کار خود ادامه دهند.

همچنین، ۴۳ درصد شرکت‌هایی که کمتر از ۳ ماه منابع برای ادامه کسب و کار خود دارند، در حوزه نرم‌افزار فعالیت دارند.

نمودارهای بعدی، این آمار را در حوزه‌های مختلف نشان می‌دهد:

نسبت حوزه‌هایی که طی ۳ تا ۶ ماه آینده، فعالیتشان به طور کامل متوقف



## ۷- مهمترین هزینه (تعهد) شرکت، در ماه‌های آینده

از شرکت‌ها خواسته شده است که با اولویت‌بندی اعلام کنند که در ماه‌های آینده، «کدام یک از هزینه‌های زیر، بیشترین تعهد (فشار) را برای آنها در پی خواهد داشت؟» نتایج این بررسی به این شرح است:

اولویت اول: حقوق و دستمزد  
 اولویت دوم: بیمه  
 اولویت سوم: اجاره‌بها  
 اولویت چهارم: مالیات  
 اولویت پنجم: بازپرداخت وام‌ها  
 اولویت ششم: هزینه‌های بازرگانی ساختارها و فرآیندها برای تداوم فعالیت کسب و کار در شرایط جدید (خرید یا ایجاد زیرساخت‌ها و آموزش کارکنان برای دورکاری و...)  
 اولویت هفتم: تعهد به انجام با اتمام قراردادهای با سازمان‌های دولتی یا حاکمیتی

## ۸- حوزه‌های اولویت‌دار برای دریافت حمایت‌های دولت

نظر صاحبان این کسب‌وکارها، در خصوص حوزه‌های اولویت‌دار برای دریافت تسهیلات دولتی، به این شرح است: (به ترتیب اولویت)

۱. اپلیکیشن‌های آنلاین خدماتی، و حمل‌ونقل اینترنتی و غیراینترنتی
۲. استارت‌آپ‌های خدماتی و مواد غذایی
۳. استارت‌آپ‌های نوپای زیر ۱ سال
۴. استارت‌آپ‌های تجارت الکترونیک
۵. ایده‌های تبدیل کسب‌وکار به صورت آنلاین
۶. بخش تولیدی
۷. پلتفرم‌های خدماتی
۸. پوشاک و غذا
۹. تاکسی اینترنتی و سفارش غذا
۱۰. تجهیزات پزشکی



## منابعی دیگر برای مطالعه

- ۱- گزارش‌های مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در مورد شیوع کرونا؛ از جمله سه گزارش زیر:
  - درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا ( ۱۶ ) ارزیابی راه طی شده و بایسته‌های مسیر پیشرو (ویرایش دوم)  
<https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1490085>
  - درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۸) بررسی آثار اقتصادی و پیشنهادهایی برای مدیریت تبعات آن  
<https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1462301>
  - درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۴) بررسی مشکلات و چالش‌های آموزش الکترونیکی وزارت آموزش و پرورش  
<https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1462281>

۲- گزارش‌های تحلیلی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، در آدرس‌های زیر:

<https://bit.ly/34w0kgV>

<https://bit.ly/3a4yRUH>

<https://bit.ly/2y6dKE9>

<https://bit.ly/2K1hnOl>