

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 (نوافرین)

معاونت سیاست گذاری و اعتباربخش فناوری اطلاعات

ویرایش ۵

خرداد 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 حسنوند، پروین دلفانی، فاتره عاقلی، سهیل قنبری، ابوالفضل موسوی	
تحلیل نتایج آماری و استخراج نمودارها: ابوالفضل موسوی	
تدوین گزارش و نظارت علمی: سعید سلیمانی، سعید روشنی	
تاریخ تدوین: خرداد ۹۹	
نسخه: ۵	نوع سند: گزارش تحلیلی

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

فهرست

مقدمه	۵
چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کارها	۶
تأثیر ویروس کرونا بر کسب و کارهای آنلاین ایرانی (برگرفته از نظرات منتشره در سایتهای تحلیلی)	۷
صنعت خدمات گردشگری آنلاین، از افت فروش تا تعدیل نیرو	۸
تأثیر بر پلتفرمهای اطلاع رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی	۹
افزایش میزان خرید آنلاین	۹
تأثیر ویروس کرونا بر سامانههای حمل و نقل آنلاین	۹
رشد تماشای آنلاین فیلم و سریال	۱۰
تأثیر کرونا بر بازیهای آنلاین	۱۰
رشد خیره کننده برگزاری رویداد و کلاس آنلاین	۱۰
تأثیر بر اپلیکیشنهای مالی و فین تک	۱۰
کاهش تبلیغات آنلاین	۱۱
تأثیر بر مرسولات پستی فروشگاههای اینترنتی	۱۱
تأثیر لغو پروازها و حرکت قطارها بر ارسال بستههای پستی	۱۲
تأثیر بر بازار خرید و فروش موبایل	۱۲
تأثیر بر سرویسهای آنلاین توزیع غذا	۱۳
کاهش تراکشنهای شاپرکی	۱۳
جمع بندی (نظرات منتشره در سایتهای تحلیلی)	۱۵
تحلیل نتایج پیمایش شرکت های نوپای فناوری اطلاعات (سامانه نوآفرین)	۱۷
تأثیر منفی کرونا بر ۷۲ درصد کسب و کارها	۱۸
بازندگان و برندگان کرونا	۱۸
میزان تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کارها	۱۹
تعدیل نیروی انسانی، کمتر از تصویرها	۲۰

- ۲۱..... ویروس کرونا چگونه به کسب و کارها حمله کرده است؟
- ۲۳..... شیوع کرونا درآمدها را چگونه کاهش داده است؟
- ۲۴..... ۶- تاب آوری شرکتها در شرایط فعلی.....
- ۲۶..... ۷- مهمترین هزینه (تعهد) شرکت، در ماههای آینده.....
- ۲۶..... ۸- حوزههای اولویت دار برای دریافت حمایت های دولت.....
- ۲۷..... جمع بندی نتایج پیمایش.....

مقدمه

پاسخ به این سوال که کرونا چه تأثیری بر کسب و کارهای اینترنتی گذاشته است، با پیچیدگی‌ها و چالش‌هایی مواجه است؛ این پیچیدگی از سویی ناشی از تنوع زیاد کسب و کارهای امروزی است و تأثیر متفاوتی که کرونا بر هر یک از این کسب و کارها می‌گذارد؛ و از سوی دیگر، از آنجا که هر کسب و کاری 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 کسب و کار مورد مطالعه نیز اثری متفاوت داشته باشد.

علاوه بر این، باید در نظر داشت که اگرچه در نگاه نخست، برخی کسب و کارها از شرایط جدید منتفع می‌شوند، اما ممکن است به دلیل تأثیر منفی شیوع کرونا بر تأمین‌کنندگان آنها، این کسب و کارها 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 کسب و کارها (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 کسب و کارها 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 کسب و کارها سوالاتی پرسیده‌ایم.

چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کارها

در نظر بسیاری از افراد، کرونا یک بیماری با تأثیر وسیع و کوتاه مدت بر روی کسب و کارها 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 کسب و کار آماده نماییم. شاید بتوان این تغییرها را به نوعی یک جهش ژنتیکی در بازارها و کسب و کارها یا قدرت تخریب خلاقانه در اقتصاد نامید که می‌تواند بقا یا نابودی کسب و کارها را مشخص کند.

تأثیر این بحران از اثرگذاری بر روی مشتریان کسب و کارها 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 کسب و کار را تحت تأثیر قرار دهد.

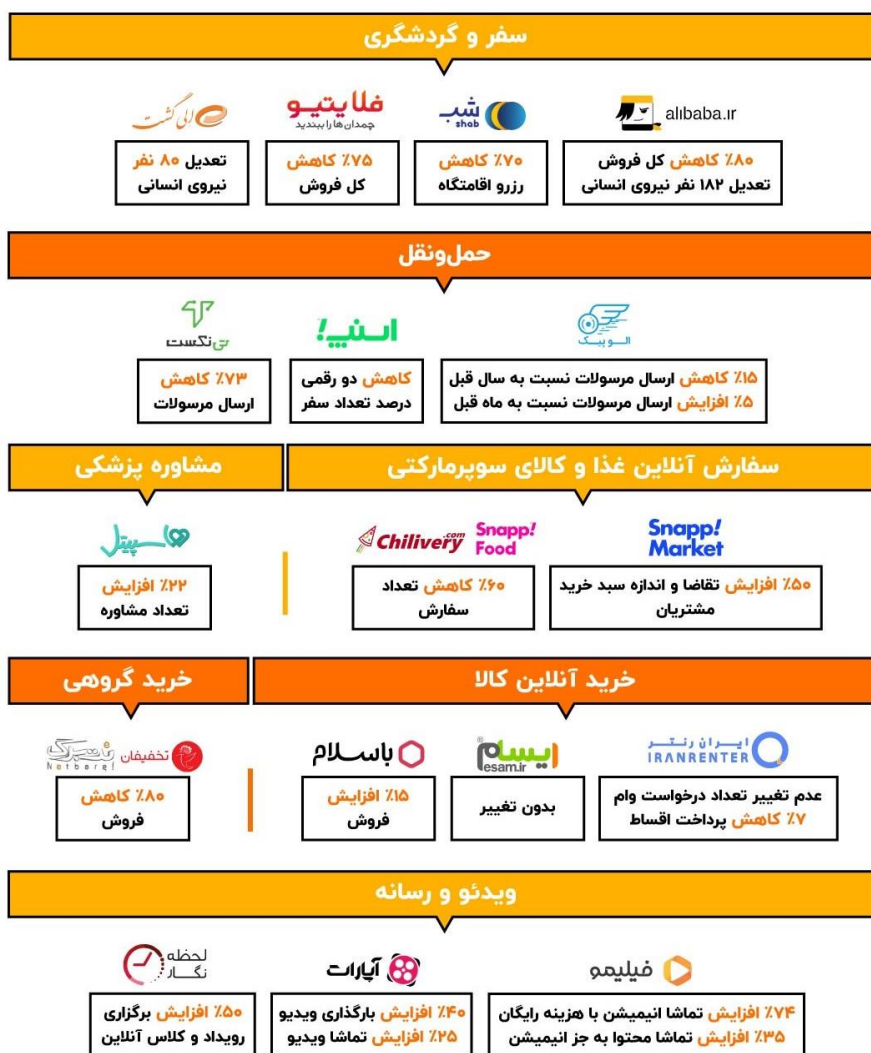
از طرف دیگر، شرکت‌ها برای جلوگیری از ضرر و زیان‌های بی‌شمار در این بحران، نیازمند راه‌حل‌های خلاقانه‌ای برای رفع چالش‌ها در زمینه‌های مختلف سرمایه‌انسانی، مدیریت زنجیره تأمین، فروش و بازاریابی، فناوری‌ها، فرآیندهای کاری مورد استفاده و سایر بخش‌ها هستند که در بسیاری از موارد می‌تواند به عنوان دانش در 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.

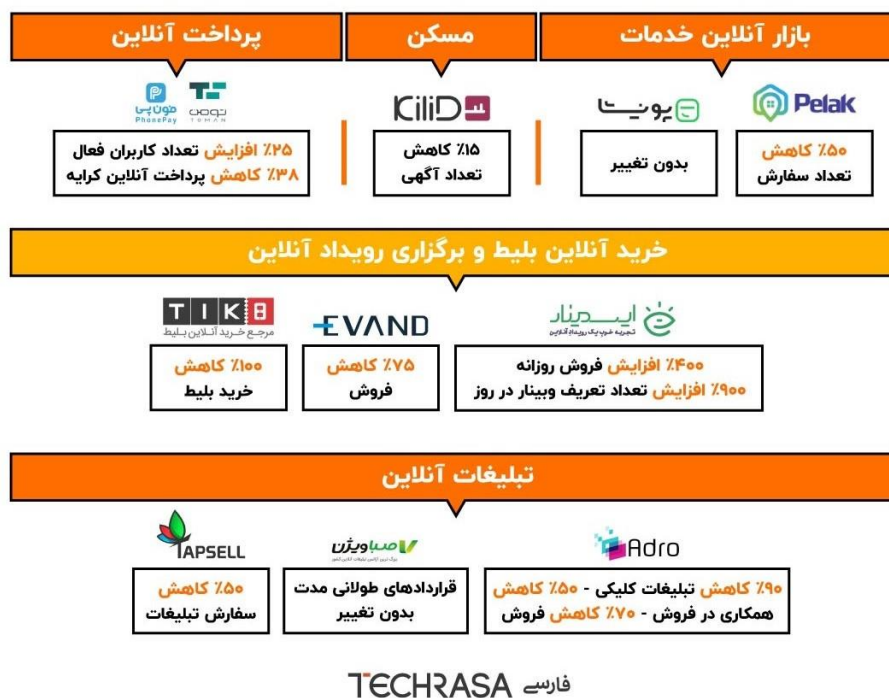
در یک نگاه جهانی، و به گفته تحلیلگران موسسه مکنزی، به احتمال زیاد کشورهای حاضر در مناطق اصلی شیوع کرونا همچنان شاهد ادامه روند رشد این بیماری خواهند بود. این در حالی است که به احتمال قوی مناطق جدیدی نیز درگیر این بیماری خواهند شد. در چنین شرایطی، اعتماد مشتریان به ویژه در مناطق تحت اثر این بیماری ممکن 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.^۱

^۱ برگرفته از techrasa.com/fa

تأثیر ویروس کرونا بر کسب و کارهای آنلاین ایرانی (برگرفته از نظرات منت شری 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](http://techrasa.com) 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 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 «فلایتیو» 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.^۲

همچنین، مسعود طباطبایی، مدیرعامل علی بابا، اعلام کرد^۳ 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

^۲ بر اساس گزارش گروه اسنپ

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

را تمدید نکرده است. طباطبایی اعلام کرده این شرکت ۷۵۴ نفر نیروی انسانی داشته که بدین ترتیب می‌توان گفت علی‌بابا حدود ۲۴ درصد از نیروهای خود را تعدیل کرده است. این شرکت با مشکل استرداد بلیط‌های ثبت‌شده 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 خریداری‌شده، 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.^۴ استارتاپ «تی‌نکست» که در حوزه پست درون‌شهری فعالیت دارد، ۷۳٪ افت در ارسال تعداد بسته‌های پستی داشته است. اما برخلاف تی‌نکست، «الوپیک» افزایش ۵٪ در تعداد بسته‌های پستی را تجربه کرده که می‌تواند ناشی از افزایش تقاضای فصلی باشد.

از سوی دیگر، الوپیک در گزارشی دیگر^۵ 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

^۴ برگرفته از گزارش گروه اسنپ

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

از توقف فعلی سرویس «الومارکت» می‌گویند و اینکه در شرایط فعلی، تمام تمرکزش را روی سرویس اصلی خود، یعنی ارسال بسته‌های پیکتی گذاشته است.

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 انیمشین در «فیلمو»، میزان تماشای محتوای انیمیشنی ۷۴٪ و دیگر محتوای بصری ۳۵٪ رشد کرده است.

از سوی دیگر، پلتفرم فیلمو در گزارشی دیگر^۶ 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.^۷ 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.^۸

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

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

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

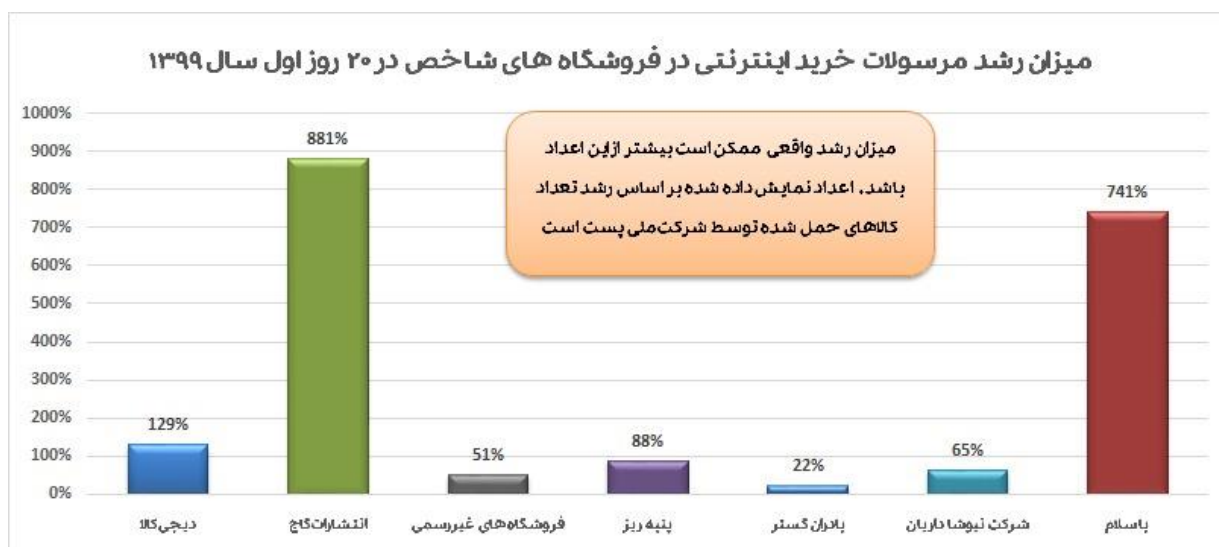
کاهش تبلیغات آنلاین

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 سفارشی 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^۹

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.

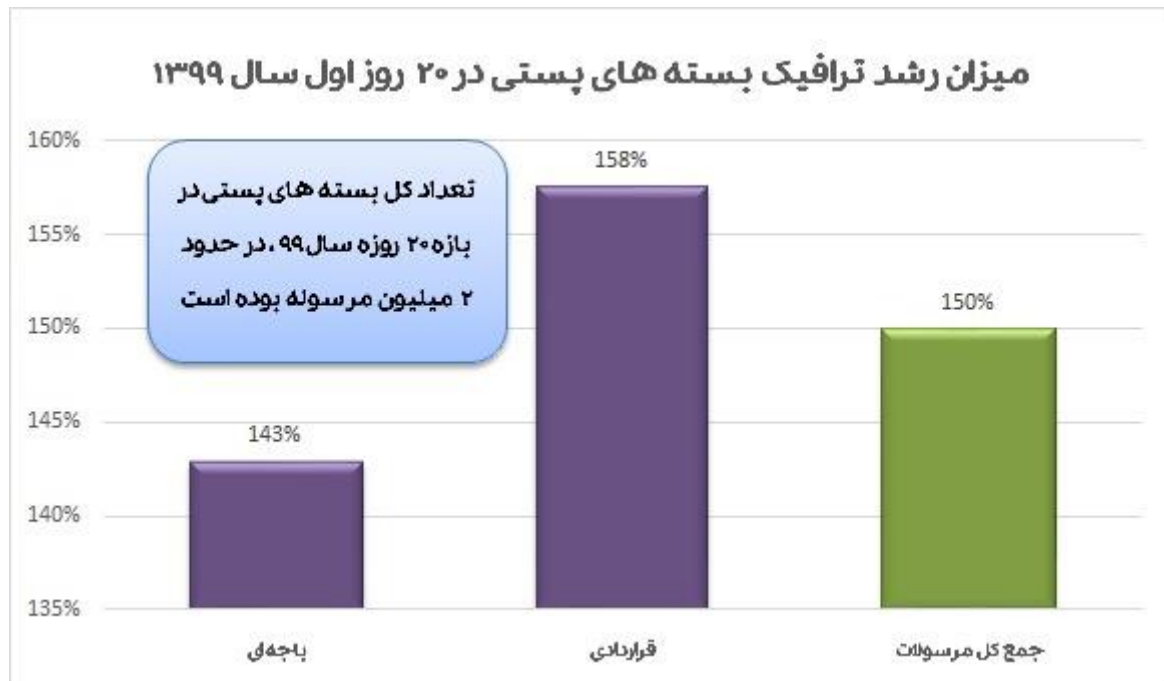
آنچه در نمودار زیر مشاهده می‌شود، میزان رشد تعداد مرسولات خرید اینترنتی در ۲۰ روز نخست سال ۹۹ در مقایسه با زمان مشابه در سال گذشته است و نکته قابل توجه در آن، رشد ۷۰۰ الی ۸۰۰ درصدی مرسولات خرید اینترنتی دو فروشگاه «گاج مارکت» و «باسلام» در این بازه زمانی در مقایسه با سایر شرکت‌هاست.



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

^۹ بر اساس گزارش و اطلاعات دریافتی از شرکت ملی پست

است که در کارتن، بسته بندی و ارسال می شوند؛ بسیاری از فروشگاه های اینترنتی که عمدتاً اقلام ریز و کوچک می فروشند، از پاکت های بزرگ برای ارسال استفاده می کنند که طبیعتاً آمار آنها در این نمودار لحاظ نشده است.



تأثیر لغو پروازها و حرکت قطارها بر ارسال بسته های پستی

در عین حال، عملکرد شرکت پست با مشکلاتی ناشی از تاخیر در ارسال بسته های 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 تاخیرها، بر عملکرد برخی کسب و کارها تأثیر منفی گذاشته است.^{۱۰}

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 خدمات جدی زده و کسب و کارهای زیادی در بازار موبایل به تعطیلی کشیده شده اند.^{۱۱}

^{۱۰} برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7re>

^{۱۱} برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7rc>

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

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

کاهش تراکنش‌های شاپرک

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.^{۱۴}

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٪

همچنین، بر اساس همین آمار، تعداد تراکنش‌های خرید اینترنتی در اسفند ۹۸ نسبت به ماه قبل آن، ۱۶,۶ درصد کاهش داشته است؛ در صورتیکه این تعداد در بهمن ۹۸ به نسبت ماه قبل از آن، ۷,۷ درصد رشد داشته است.

همچنین، در حالیکه مبالغ تراکنش‌های خرید اینترنتی در بهمن ۹۸ نسبت به ماه قبل از آن، ۲۰ درصد رشد داشته است، این رشد برای اسفند ۹۸ به نسبت ماه قبل از آن، به حدود ۱۰ درصد کاهش یافت است.

^{۱۲} برگرفته از سایت پیوست <https://bit.ly/2VhXCXZ>

^{۱۳} برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7qj>

^{۱۴} برگرفته از سایت پیوست <http://pvst.ir/7q5>

نوع	بهمن ۱۳۹۸	اسفند ۱۳۹۸	درصد تغییرات
تعداد تراکنش خرید اینترنتی	۹۹,۰۴۶,۰۷۰	۸۲,۵۶۶,۲۱۰	-۱۶٪
مبلغ تراکنش‌های خرید اینترنتی (میلیارد ریال)	۳۶۳,۳۰۲	۳۹۸,۹۴۷	۱۰٪

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.

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	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	اسنپ تریپ	
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	«اسنپ مارکت»	
	کاهش ۷۰ درصدی تعداد سفرها و اثرگذاری بر درآمد ۵۰۰ هزار راننده فعال این شرکت	«اسنپ»	سامانه‌های حمل و نقل 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
	۵۰٪ افزایش 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 کلیک و ۵۰٪ همکاری در فروش	«ادرو»	
نسبت به مدت مشابه سال قبل	رشد ۸۸۱ درصدی تعداد مرسولات خرید اینترنتی	انتشارات گاج	مرسولات پستی فروشگاه‌های اینترنتی
	رشد ۷۴۱ درصدی تعداد مرسولات خرید اینترنتی	باسلام	
	رشد ۱۲۹ درصدی تعداد مرسولات خرید اینترنتی	دیجی کالا	
مشکل تعطیلی کسب و کارها 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

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 ثبت شده در سامانه ایران نوآفرین (irannoafarin.ir)، ۹۴ شرکت به روش نمونه‌گیری بدون جایگذاری طبقه‌بندی شده تصادفی^{۱۵}، انتخاب شدند که در حوزه‌های زیر فعالیت دارند:

- ۱- تولید بازی های رایانه‌ای
- ۲- اینترنت اشیاء
- 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-

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

- ۱- **خدمات آنلاین:** شامل فروشگاه‌های اینترنتی، پلتفرم‌های تحویل کالا و ارائه‌دهندگان خدمات (تاکسی و...)
- ۲- **خدمات نرم‌افزاری:** شامل تولید و توزیع نرم‌افزارها و بازی‌های رایانه‌ای، خدمات پشتیبانی و طراحی وبسایت و...
- ۳- **کسب و کارهای حضوری:** شامل حوزه‌هایی که ضرورتاً نیاز به حضور فیزیکی در محل کار دارند، مانند برخی خدمات مبتنی بر فناوری اینترنت اشیاء
- ۴- **خدمات پزشکی آنلاین:** شامل خدمات حوزه‌های سلامت، ارائه مشاوره‌های آنلاین و...

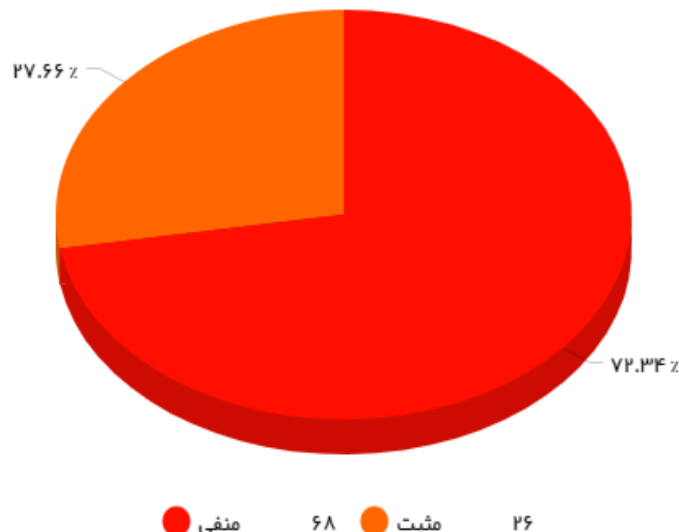
^{۱۵} Random clustering sampling without replacement

در ادامه، به تحلیل نتایج این پیمایش می‌پردازیم:

تأثیر منفی کرونا بر ۷۲ درصد کسب و کارها

همانگونه که در بخش نخست گزارش، به تفصیل و از زبان صاحبان کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات بیان شد، بر خلاف این تصور عمومی که انتظار می‌رود شیوع کرونا بر این کسب و کارها اثر چندانی نگذاشته باشد و حتی به رشد آنها کمک کرده باشد، تحلیل نتایج پیمایش اخیر در سازمان فناوری اطلاعات نیز نشان می‌دهد که:

در مجموع، بیش از ۷۲ درصد از کسب و کارهای فناوری اطلاعات اعلام کرده‌اند که شیوع کرونا بر آنها تأثیر منفی گذاشته است!



درصد کسب و کارهای متأثر از کرونا، بر اساس نوع تأثیر

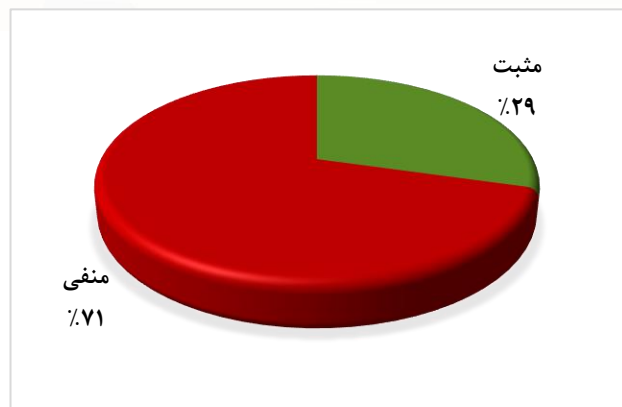
بازندگان و برندگان کرونا

در این میان، حوزه «خدمات آنلاین» مانند تاکسی‌های اینترنتی و شبکه‌های فروش آنلاین، بیشترین تأثیر منفی را از این وضعیت گرفته‌اند و در مقابل، حوزه‌های مربوط به خدمات پزشکی (تولید تجهیزات پزشکی، مشاوره آنلاین و...) بیشترین تأثیر مثبت را از کرونا گرفته‌اند.

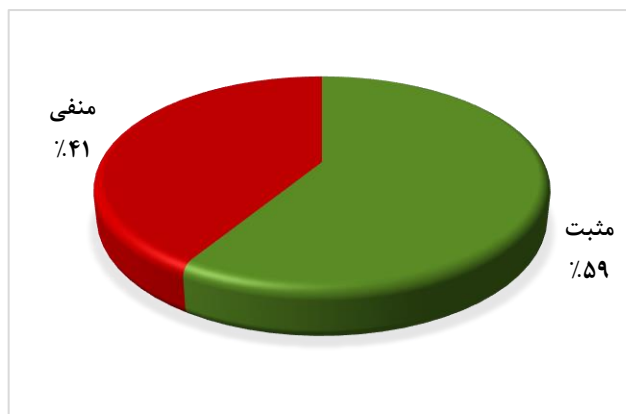
نمودارهای زیر، جزئیات این نکته را نشان می‌دهد:



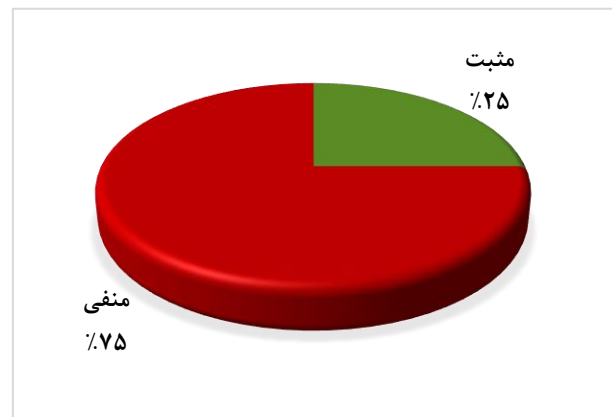
کسب و کارهای «خدمات نرم افزاری»



کسب و کارهای «خدمات آنلاین»



خدمات پزشکی آنلاین



کسب و کارهای «حضوری»

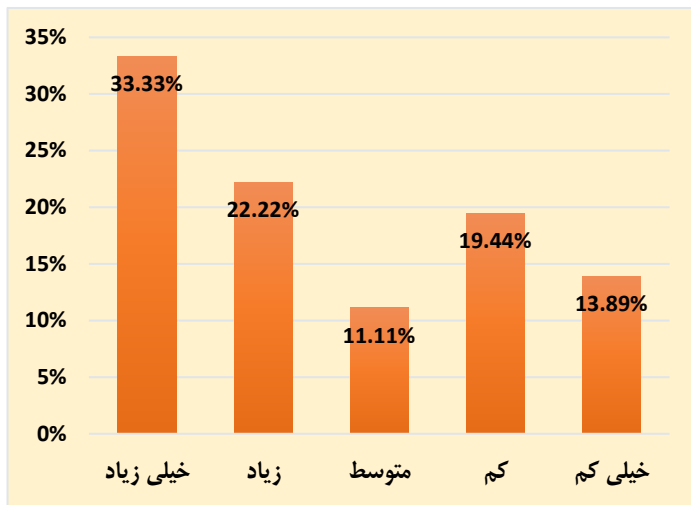
نسبت کسب و کارهای متأثر از کرونا در حوزه های مختلف، بر اساس نوع تأثیر (مثبت یا منفی)

میزان تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کارها

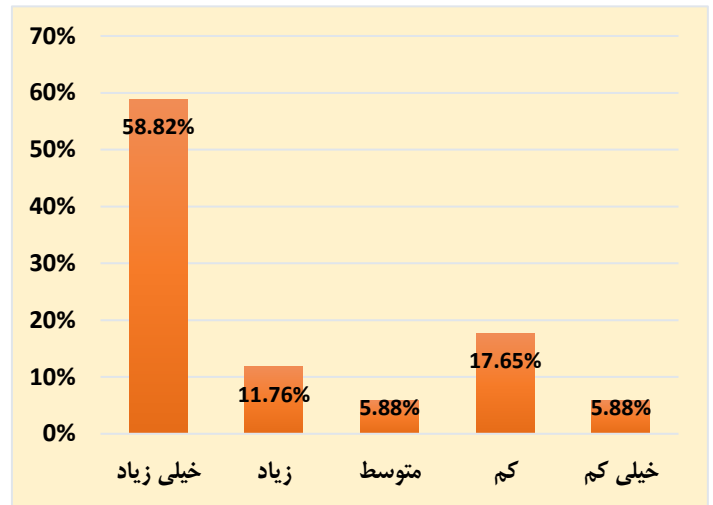
با بررسی بیشتر نتایج پیمایش در هر کدام از حوزه های چهارگانه بالا، می توان آمار بخش قبل را با جزییات بیشتری تحلیل کرد؛ در این پیمایش، از صاحبان کسب و کارها پرسیده ایم که میزان تأثیرگذاری شیوع کرونا بر فعالیت آنها چقدر بوده است. پاسخ ها را در ۵ دسته زیر قراردادده ایم:

- (۱) تأثیر خیلی زیاد/ بیش از ۸۰ درصد تأثیر
- (۲) تأثیر زیاد/ بین ۶۰ تا ۸۰ درصد تأثیر
- (۳) تأثیر متوسط/ بین ۴۰ تا ۶۰ درصد تأثیر
- (۴) تأثیر کم/ بین ۲۰ تا ۴۰ درصد تأثیر
- (۵) تأثیر خیلی کم / کمتر از ۲۰ درصد تأثیر

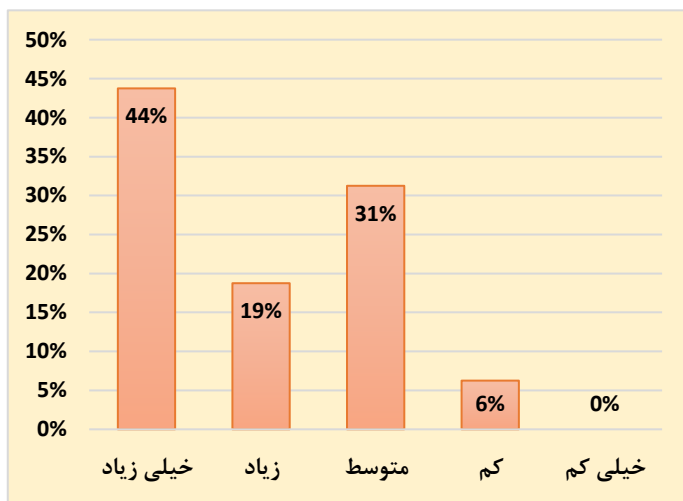
نتایج این بررسی در نمودارهای زیر آمده است:



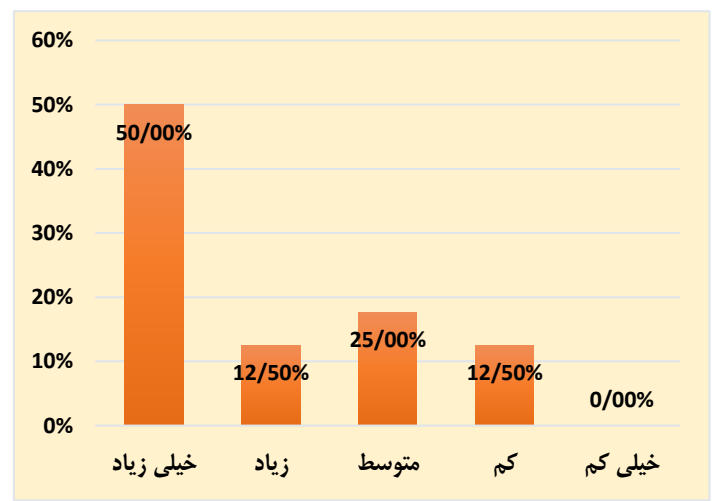
کسب و کارهای «خدمات نرم افزاری»



کسب و کارهای «خدمات آنلاین»



خدمات پزشکی آنلاین



کسب و کارهای «حضوری»

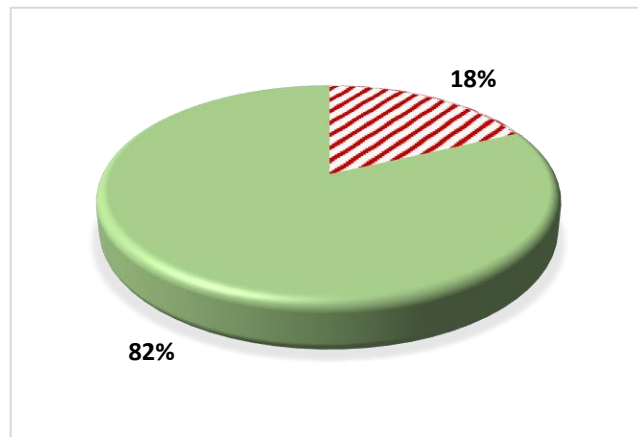
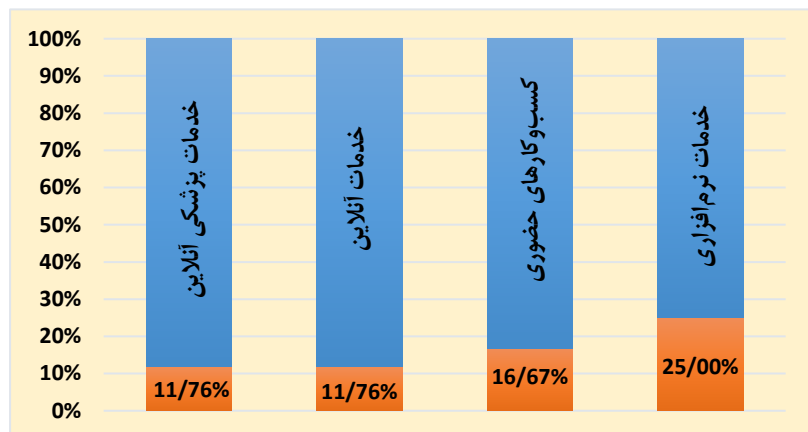
نسبت کسب و کارهای متأثر از کرونا در حوزه های مختلف، بر اساس میزان تأثیر

تعدیل نیروی انسانی، کمتر از تصویرها

از سوی دیگر، نتایج این پیمایش نشان می دهد که

تنها ۱۸ درصد شرکت های موجود، به دلیل شیوع کرونا مجبور به کاهش نیروهای خود شده اند و در عین حال، بیشترین تعدیل نیرو در حوزه نرم افزار بوده است.

نمودارهای زیر، نتایج آماری این بررسی را نشان می‌دهد:



نسبت شرکت‌هایی که تعدیل نیرو داشته‌اند از تعداد موجود در هر دسته

نسبت شرکت‌هایی که تعدیل نیرو داشته‌اند

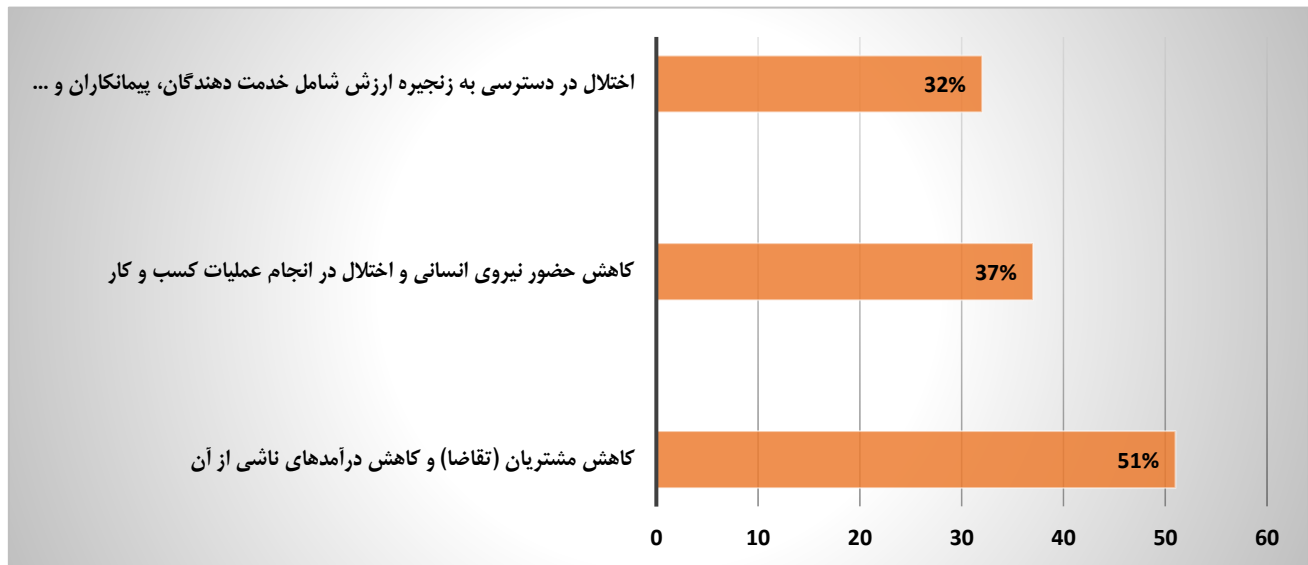
ویروس کرونا چگونه به کسب و کارها حمله کرده است؟

برای بررسی و سنجش مهمترین دلایل تأثیر منفی شیوع کرونا بر کسب و کارها، ۳ نکته زیر مورد پرسش قرار گرفت؛ البته این سوال از شرکت‌هایی پرسیده شد که پیشتر، تأثیر کرونا را بر کسب و کار 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

۱) درصد شرکت‌های نوپایی که شیوع کرونا بر آنها تأثیر منفی گذاشته است، «کاهش مشتریان (تقاضا) و کاهش درآمدهای ناشی از آن» را مهمترین تأثیر ویروس کرونا بر کسب و کار خود می‌دانند.

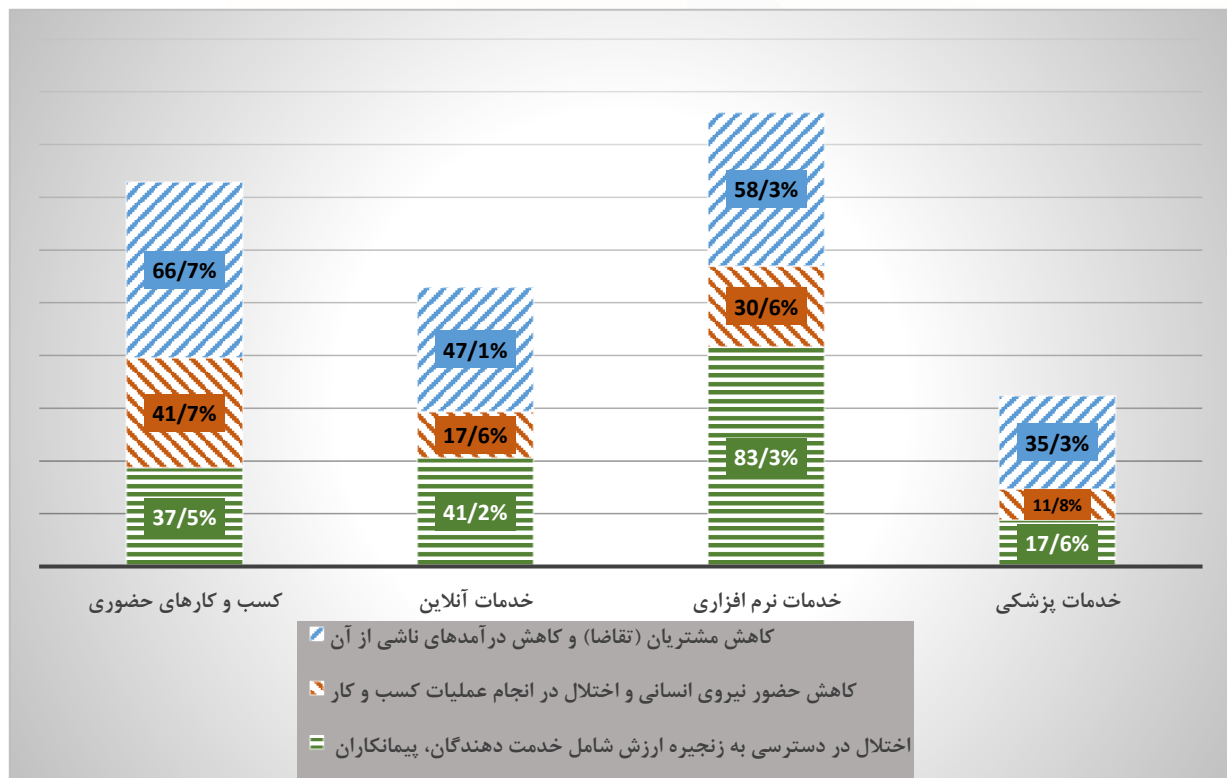
نمودار زیر، جزییات این بررسی را نشان می‌دهد:



سهام مهمترین دلایل تاثیر منفی کرونا بر کسب و کارهای مختلف

در عین حال، نمودار بعدی نشان می دهد که

شرکت های فعال در حوزه نرم افزار اگرچه عموماً با عدم حضور نیروی کار در محل، دچار مشکلات نمی شوند، اما بیشترین تأثیر منفی را از «اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش، شامل خدمت دهندگان، پیمانکاران و...» گرفته اند.

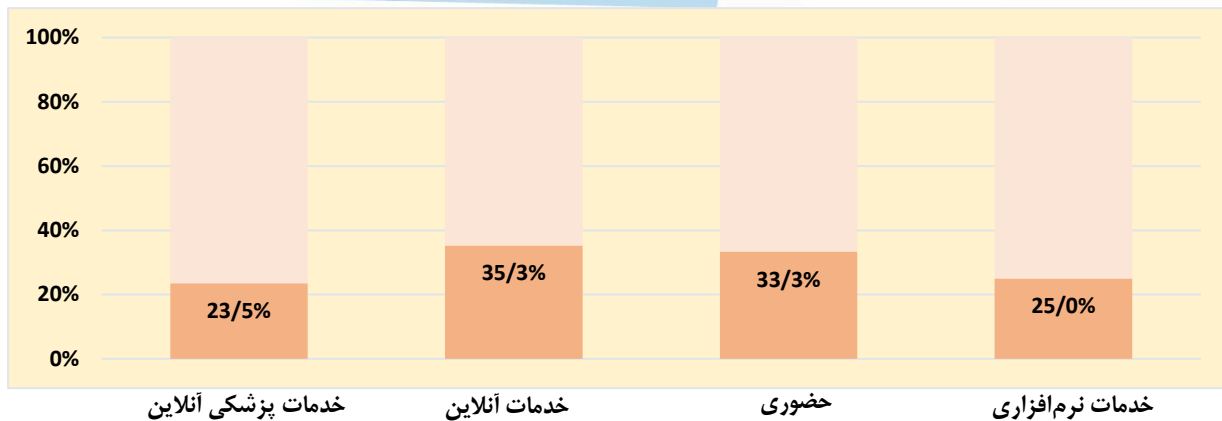


چگونگی تأثیر کرونا بر کسب و کارهای مختلف

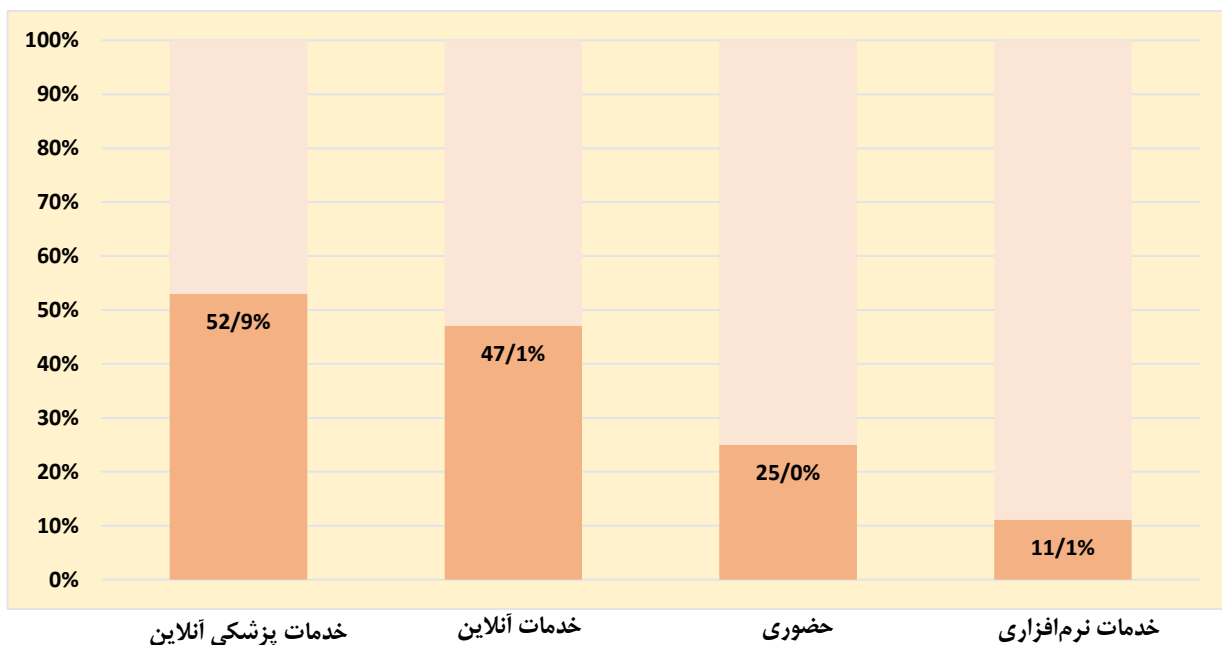
شیوع کرونا درآمدها را چگونه کاهش داده است؟

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.



درصد کسب و کارها در هر دسته، که درآمدشان بیش از ۸۰ درصد کاهش یافته است



درصد کسب و کارها در هر دسته، که درآمدشان کاهش نیافته است

۶- تاب آوری شرکتها در شرایط فعلی

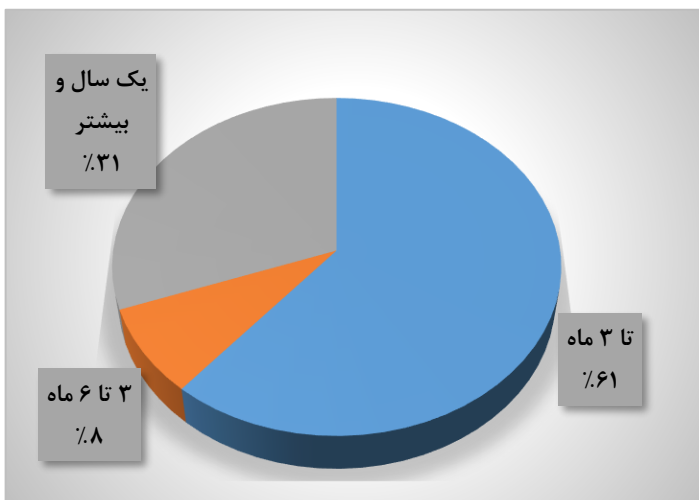
از شرکتها پرسیده ایم که «با همین میزان از نقدینگی، تا چند ماه قادر به ادامه فعالیت خود هستید؟» نتایج نشان می دهد که

از ۹۴ شرکت، ۵۸ شرکت (۶۲ درصد) ادعا کرده اند 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 می آورند و ۳۰

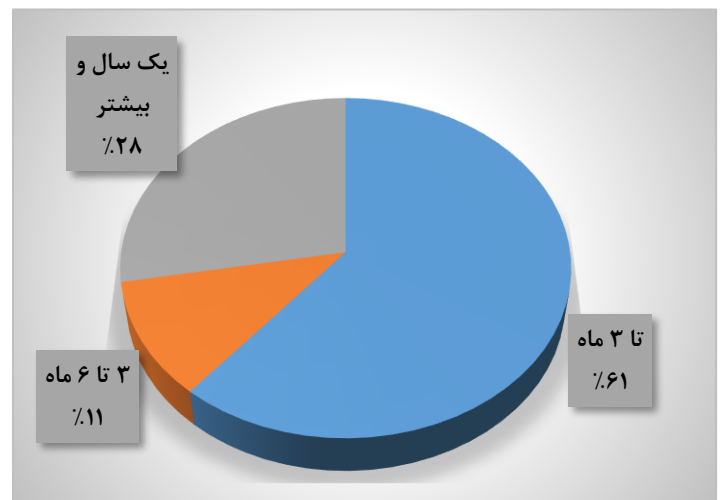
شرکت نیز ادعا کرده‌اند که با منابع موجود تنها تا پایان سال می‌توانند به فعالیت در کسب و کار خود ادامه دهند.

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

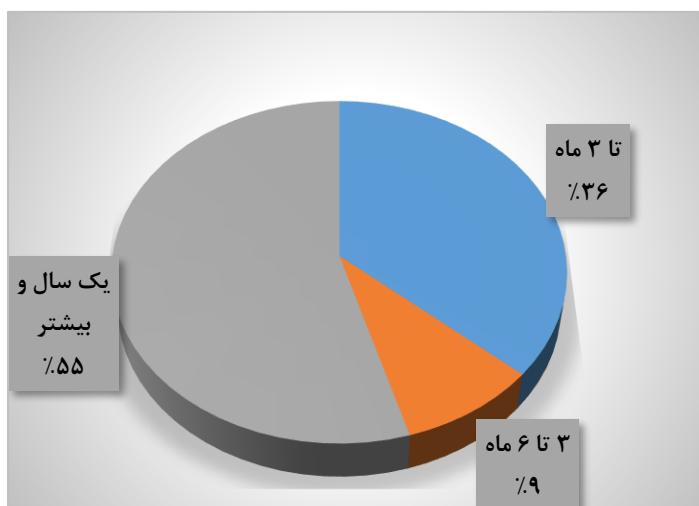
نمودارهای بعدی، این آمار را در حوزه‌های مختلف نشان می‌دهد:



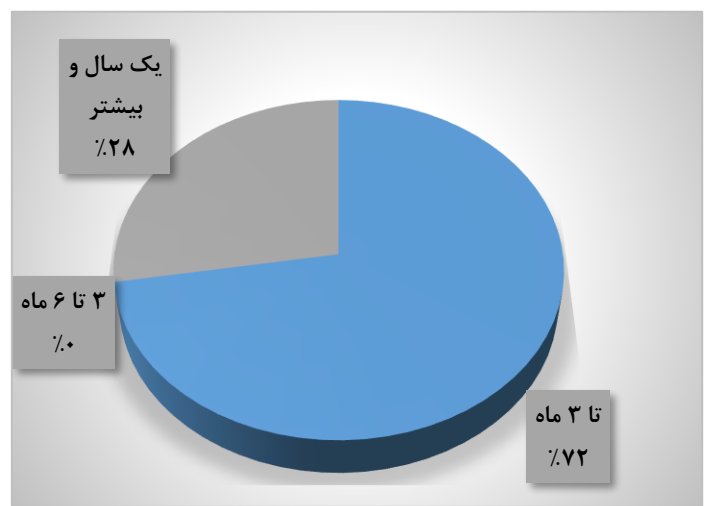
کسب و کارهای «خدمات نرم‌افزار»



کسب و کارهای «خدمات آنلاین»



خدمات پزشکی آنلاین



کسب و کارهای «حضور»

تاب‌آوری کسب و کارها در شرایط تداوم وضعیت فعلی

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 بازطراحی 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 کسب و کارها، در خصوص حوزه‌های اولویت‌دار برای دریافت تسهیلات دولتی، به این شرح است: (به ترتیب اولویت)

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

جمع بندی نتایج پیمایش

نتایج این پیمایش را می توان در جدول زیر و بدین شکل خلاصه کرد:

خدمات آنلاین	خدمات نرم افزاری	کسب و کارهای «حضور»	خدمات پزشکی آنلاین	همه کسب و کارها		
۷۱٪	۸۶٪	۷۵٪	۴۱٪	۷۲,۳٪	تأثیر منفی بر کسب و کارها	
۵۸,۸٪	۳۳,۳٪	۵۰٪	۴۴٪	-	تأثیر بیش از ۸۰ درصدی بر کسب و کارها	
۵,۹٪	۱۳,۹٪	۰٪	۰٪	-	تأثیر کمتر از ۲۰ درصدی بر کسب و کارها	
۱۱,۷٪	۲۵٪	۱۶,۶٪	۱۱,۷٪	۱۸٪	درصد کسب و کارهایی که مجبور به تعدیل نیرو شده اند	
۴۷,۱٪	۵۸,۳٪	۶۷,۷٪	۵۳,۳٪	۵۱٪	دلیل تأثیر کرونا	کاهش مشتریان (تقاضا)
۱۷,۶٪	۳۰,۶٪	۴۱,۷٪	۱۱,۸٪	۳۷٪		کاهش حضور نیروی انسانی
۴۱,۲٪	۸۳,۳٪	۳۵,۵٪	۱۷,۶٪	۳۲٪		اختلال در زنجیره ارزش
۳۵,۳٪	۲۵٪	۳۳,۳٪	۲۳,۵٪	-	کاهش درآمد بیش از ۸۰ درصدی	
۴۷,۱٪	۱۱,۱٪	۲۵٪	۵۲,۹٪	-	عدم کاهش درآمد	
۶۱٪	۶۱٪	۷۲٪	۳۶٪	۶۲٪	تأثیر آوری	کمتر از ۳ ماه
۱۱٪	۸٪	۰٪	۹٪	۶٪		بین ۳ تا ۶ ماه
۲۸٪	۳۱٪	۲۸٪	۵۵٪	۳۲٪		تا پایان سال