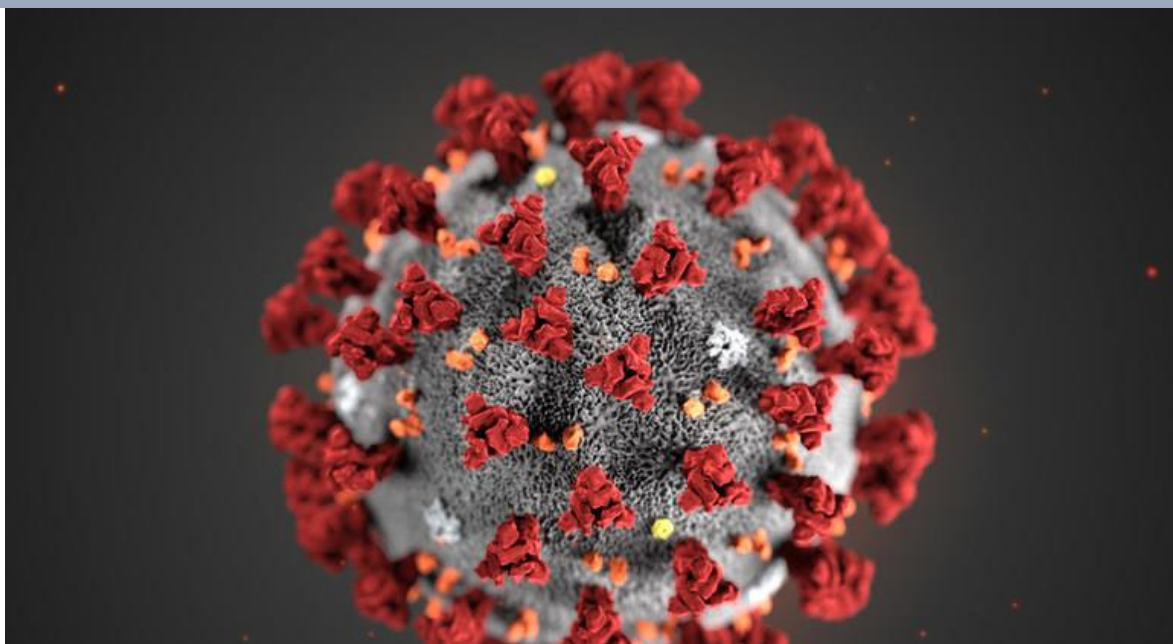


تأثير بحران شیوع کرونا ویروس بر استارت آپها



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

معاونت کسب و کار

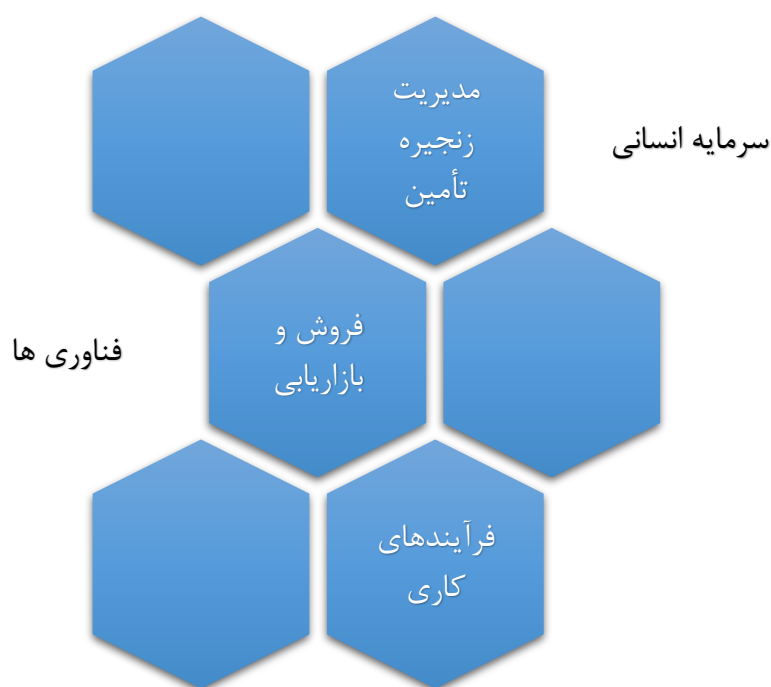
مدیریت کسب و کارهای نوین

مقدمه

با توجه به وقایع اخیر پیرامون بحران جهانی بهداشت و شیوع کرونا ویروس (Covid-19)، فعالیت بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی و شرکت‌های استارت‌آپی را دچار اختلال شده است. باید توجه داشت که گسترش فعالیت شرکت‌های استارت‌آپی و فناور، علاوه بر رشد فرهنگ کارآفرینی، بسیاری از مشکلات اقتصادی را مرتفع نموده و می‌تواند میزان بیکاری را در کشورها کاهش دهد، زیرا دولت‌ها بدون سرمایه‌گذاری مستقیم می‌توانند از پتانسیل آن‌ها بهره‌مند شوند. اگرچه این شرکت‌ها با کمک ایده‌های نوآورانه خود و فناوری‌های نوین خود می‌توانند به توسعه و رشد اقتصاد کشور کمک کنند، اما نکته حائز اهمیت اینکه در صورت وقوع اتفاقات پیش‌بینی نشده، تضمینی برای موفقیت آن‌ها وجود نخواهد داشت؛ تا آنجاکه طی دو ماه گذشته بحران شیوع کرونا ویروس در جهان آسیب جدی به این شرکت‌ها وارد نموده و همانند سایر بنگاه‌های اقتصادی دچار چالش و رکود شده اند. چالش شرکت‌های استارت‌آپی در مواجهه با کرونا ویروس با اثرگذاری آن بر مشتریان آغاز می‌شود. تغییر رفتار مشتریان می‌تواند محصولات و کانال‌های توزیع و فروش این شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. از طرف دیگر، شرکت‌های استارت‌آپی برای جلوگیری از ضرر و زیان بی‌شمار در این بحران، نیازمند راهکارهای خلاقانه برای رفع چالش‌ها در زمینه‌های مختلف سرمایه انسانی، مدیریت زنجیره تأمین، فروش و بازاریابی و... می‌باشند. لذا، ضروری است که همه رهبران کسب‌وکارها با نگاه و برنامه‌ریزی برای بحران فعلی، آینده پس از آن را نیز در نظر گیرند؛ زیرا پس از گذار از این شرایط و بازگشت به روال عادی کسب‌وکار برای بسیاری از آن‌ها دیگر یک گزینه نخواهد بود و شرایط جدیدی در محیط رقابتی حاکم خواهد گردید.

تأثیر کرونا بر اقتصاد استارت آپ ها

کرونا ویروس علاوه بر گرفتن جان انسان‌ها، از میان استارت‌آپ‌ها نیز قربانی می‌گیرد. تاکنون در سراسر دنیا و حتی کشور خودمان ایران، بسیاری از استارت‌آپ‌ها با مشکلات عدیده‌ای مواجه شده‌اند که آن‌ها را مجبور به کاهش نیروی برای کاستن هزینه‌هایشان و یا تغییر مدل کسب و کارشان کرده است. تأثیر این بحران از اثرگذاری بر روی مشتریان 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 این رو، شرکت‌ها برای جلوگیری از ضرر و زیان‌های بی‌شمار ناشی از این بحران، نیازمند راهکارهای خلاقانه برای رفع چالش در زمینه‌های ذیل هستند.



با وجود این راهکارها، بعضی دیگر نیز مجبور به تعطیل کردن استارت‌آپ خود شده‌اند. نمونه وطنی آن استارت‌آپ سفارش غذای آنلاین چیلیوری بود. اقداماتی که بیان شد به تنهایی کافی نیست و ادامه حیات استارت‌آپ‌ها وابسته به حمایت سرمایه‌گذاران آن‌ها است، سرمایه‌گذارانی که در شرایط فعلی کمتر ریسک می‌کنند.

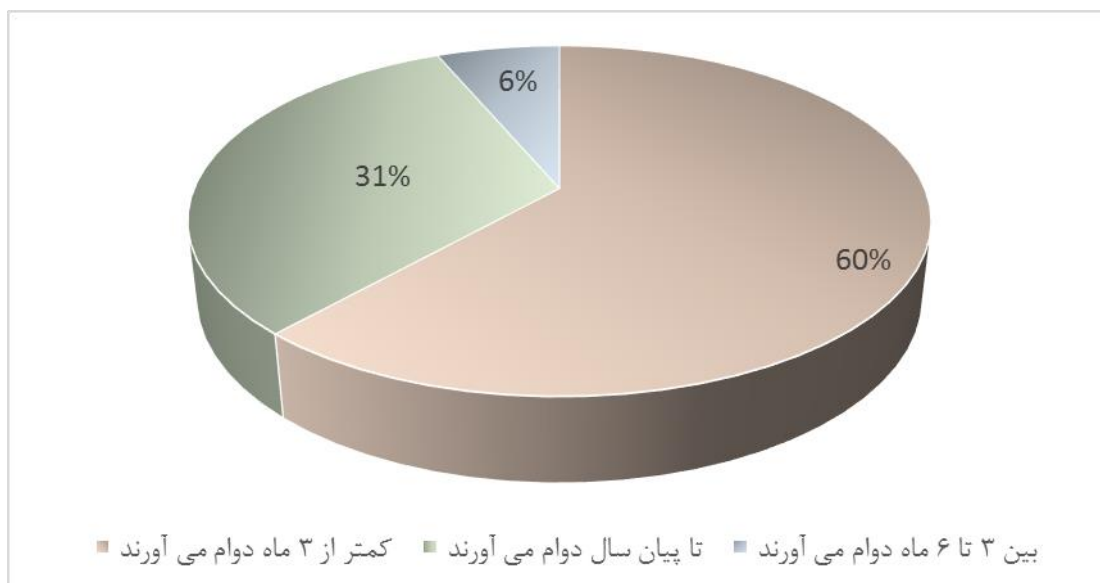
مطابق نظر تحلیل‌گران شرکت مکنزی، این انتظار وجود دارد که رشد تولید ناخالص داخلی جهان، بین ۰,۳ تا ۰,۷ درصد کاهش یابد.

شرکت‌های نوپا سه دلیل اصلی تأثیرات منفی کرونا بر کسب‌وکارها را به ترتیب ذیل اولویت‌بندی می‌کنند:

- کاهش مشتریان (تقاضا) و کاهش درآمدهای ناشی از آن
- کاهش حضور نیروی انسانی و اختلال در انجام عملیات کسب و کار
- اختلال در دسترسی به زنجیره ارزش، شامل خدمت دهندگان، پیمانکاران و ...

همچنین طی پرسشی که توسط سازمان فناوری اطلاعات ایران صورت گرفته از کسب و کارها تقاضا شده تا میزان تاب‌آوری خود را با همین میزان نقدینگی بیان کنند. نتیجه این پرسش در نمودار ذیل نشان داده شده است.

میزان تاب‌آوری	درصد
کمتر از ۳ ماه دوام می‌آورند	۶۰٪
تا پایان سال دوام می‌آورند	۳۱٪
بین ۳ تا ۶ ماه دوام می‌آورند	۶٪



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



در نهایت، مطابق نظر کارشناسان این حوزه و صاحبان کسب و کار، توصیه می‌شود کمک های دولتی متناسب با اولویت های ذیل در اختیار حوزه های مختلفی کسب و کار قرار گیرد:

- اپلیکیشن های آنلاین خدماتی، و حمل و نقل اینترنتی و غیراینترنتی
- استارت آپ های خدماتی و مواد غذایی
- استارت آپ های نوپای زیر ۱ سال
- استارت آپ های تجارت الکترونیک
- ایده های تبدیل کسب و کار به صورت آنلاین
- بخش تولیدی
- پلتفرم های خدماتی
- پوشاک و غذا
- تاکسی اینترنتی و سفارش غذا
- تجهیزات پزشکی

تأثیر کرونا بر استارت‌آپ‌های ایرانی^۱

جدول ذیل، تأثیر شیوع ویروس کرونا بر استارت‌آپ‌های ایرانی را نشان می‌دهد. از آنجا که این شرکت‌ها عمده سهم بازار در حوزه‌ی خود را در اختیار دارند، می‌توان تأثیر شیوع کرونا بر آن‌ها را تا حد زیادی، نشان دهنده تأثیر کرونا بر آن حوزه و سایر کسب و کارهای فعال در آن حوزه دانست.

تأثیر کرونا بر کسب و کارهای استارت‌آپی ایران

❖ سفر و گردشگری	
• ۸۰ درصد کاهش کل فروش و تعدیل ۱۸۲ نفر نیروی انسانی	
• تعدیل ۸۰ نفر نیروی انسانی	
❖ حمل و نقل	
• کاهش دو رقیبی درصد تعداد سفر	
• ۱۵ درصد کاهش ارسال مرسولات نسبت به سال قبل • ۱۵ درصد افزایش ارسال مرسولات نسبت به ماه قبل	
❖ سفارش آنلاین غذا و کالای سوپرمارکتی	
• ۵۰ درصد افزایش تقاضا و اندازه سبد خرید مشتریان	
• ۶۰ درصد کاهش تعداد سفارش	
❖ ویدئو و رسانه	
• ۷۴ درصد افزایش تماشای انیمیشن با هزینه رایگان • ۳۵ درصد افزایش محتوا به جز انیمیشن	
• ۴۰ درصد افزایش بارگزاری ویدئو • ۲۵ درصد افزایش تماشای ویدئو	

^۱ منبع: تکسرا فارسی

البته کرونا ویروس تنها بر اقتصاد استارت‌آپ های ایرانی اثر نگذاشته و حال و هوای این روزهای سیلیکون ولی نیز خوب نیست. در ادامه چند نمونه از تأثیرات کرونا ویروس بر اقتصاد استارت‌آپ های خارجی بیان می‌شود.

- با لغو بسیاری از سفرها در ماه مارس، **واندردنت**^۲ که استارت‌آپی در زمینه اجاره منزل در سانفرانسیسکو است، ۵۶ نفر از ۲۴۰ کارمندش را تعدیل کرد.
- **کلس پس**^۳، استارت‌آپی است که برنامه‌ای برای عضویت در کلاس‌های بدنسازی ارائه می‌کند. با شیوع کرونا ویروس و تعطیل شدن بسیاری از باشگاه‌ها، این استارت‌آپ ظرف مدت ۱۰ روز ۹۵ درصد درآمدش را از دست داد.

در این میان اما شرکت‌ها و استارت‌آپ‌هایی هستند که توانسته‌اند از این شرایط بحرانی منفعت کسب کنند. به طور مثال:

- شرکت مشاوره ای **شروود پارتنرز**^۴ که به استارت‌آپ‌های شکست خورده کمک می‌کند تا با تغییر ساختار حیات مجدد پیدا کنند، مدعی است که در هفته های اخیر میزان تماس‌هایش سه برابر شده است.
- همانطور که پیش‌تر نیز در جدول تأثیر کرونا بر کسب و کارهای استارت‌آپی ایرانی نشان داده شد، صنعت ویدئو و رسانه منافع زیادی از شیوع این ویروس و خانه نشین شدن بسیاری از افراد بدست آورده است.
- استارت‌آپ های ارائه خدمات اداری مانند: **سیمیا سرویس**، سفارشات بیشتری دریافت کردند. چون افراد تمایل داشتند کمتر از منزل خارج شوند و کارهای ضروری اداریشان را به جایی مطمئن بسپارند.
- سوپرمارکت‌های آنلاین و سایت‌های فروش آنلاین کالا افزایش فروش داشته‌اند و اعتماد عموم مردم به این نوع کسب و کارها بیشتر شد.

علاوه بر موارد فوق بعضی استارت‌آپ ها یا به تغییر مدل کسب و کار خود پرداخته‌اند یا در تلاش هستند تا از تمامی امکانات خود برای کمک به رفع مشکلات ایجاد شده بر اثر شیوع این ویروس استفاده کنند.

^۲ WanderJaunt

^۳ ClassPass

^۴ Sherwood Partners

- **استارت آپ کلس** پس برای ادامه حیات علاوه بر کاهش هزینه ها و لغو استخدام جدید، **مدل کسب و کار خود را تغییر داده** و به ساخت و پخش ویدئوهای آنلاین برای تمرین های ورزشی مشغول است.
- پلتفرم آموزشی **استاد سلام** نیز استارت آپ دیگری است که اعلام کرده تا پایان دوران شیوع کرونا همراه مدارس و دانش آموزان می ماند. این پلتفرم در این مدت کلاس های آنلاین برگزار می کند و معلمان و دانش آموزان را به صورت آنلاین به یکدیگر متصل می کند.
- **ابرآروان** در همان روزهای نخست بحران اعلام کرد که تا پایان دوران شیوع و گسترش ویروس کرونا، استفاده از خدماتش برای آپها و سایت های آموزشی رایگان خواهد بود.

همانطور که در اسامی استارت آپ ها فوق مشخص است، این بحران نه تنها دامن گیر استارت آپ های تازه کار شده، بلکه استارت آپ های یک تاز و نامی را هم دچار بحران نموده است. بطور مثال، استارت آپ ایربی ان بی^۵ که ۳۱ میلیارد دلار ارزش گذاری شده است، طی این روزها جذب نیروی جدید را متوقف کرده و پیش پرداختی که حدود ۸۰۰ میلیون دلار بوده و صرف هزینه بازاریابی شده است را بازپس گرفته است.

به گفته دنیل ژائو اقتصاددان ارشد شرکت گلس در^۶ مسیر پیش روی استارت آپها به مراتب بدتر از زمان ترکیدن حباب دات کام در اوایل قرن بیست و یکم و بحران مالی ۲۰۰۸ میلادی است. سکویا کپیتال^۷ از شرکت های اصلی سرمایه گذاری خطرپذیر شرکتی، کرونا ویروس را **قوی سیاه ۲۰۲۰** معرفی کرد.

راهکار شرکت های استارت آپی برای بقا این خواهد بود:

- **کاهش هزینه ها**
- **کاهش قیمت محصول**
- **تلاش برای کاهش هزینه های ثابت (مانند: اجاره بها و...)**

^۵ Airbnb

^۶ Daniel Zhao

^۷ Glassdoor

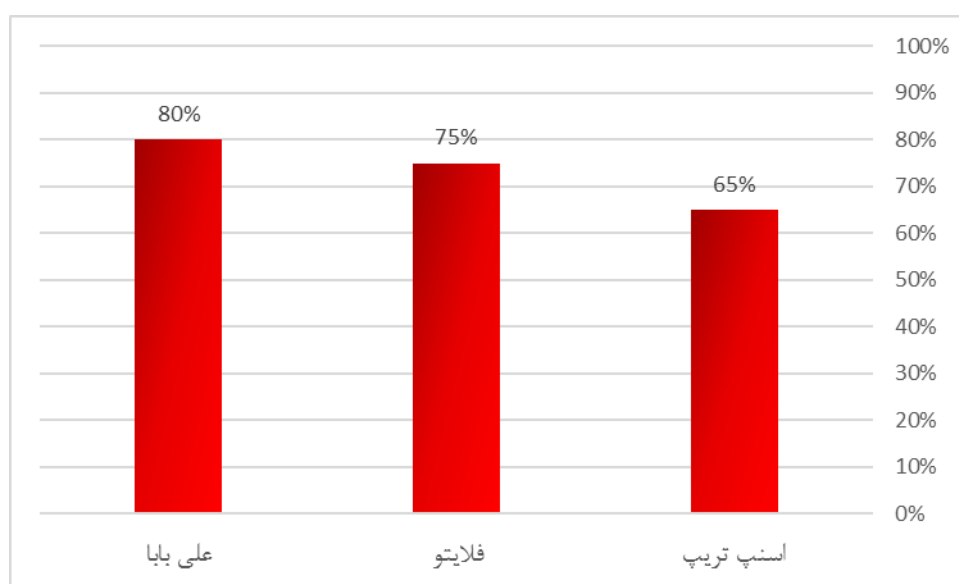
^۸ Sequoia Capital

در این شرایط که بسیاری از استارت‌آپ‌ها دچار مشکل شده‌اند، شرکت‌های سرمایه‌گذار معتقدند اکنون زمان **تصفیه** است. بسیاری از سرمایه‌گذاران خطرپذیر، در سال‌های اخیر سود خوبی از سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها بدست آورده‌اند و تمایلی ندارند این سرمایه را در یک استارت‌آپ دچار مشکل استفاده کنند. گروهی از سرمایه‌گذاران خطرپذیر شرکتی معتقدند: الان زمان حذف استارت‌آپ‌هایی است که توانایی بقا در شرایط سخت را ندارند.

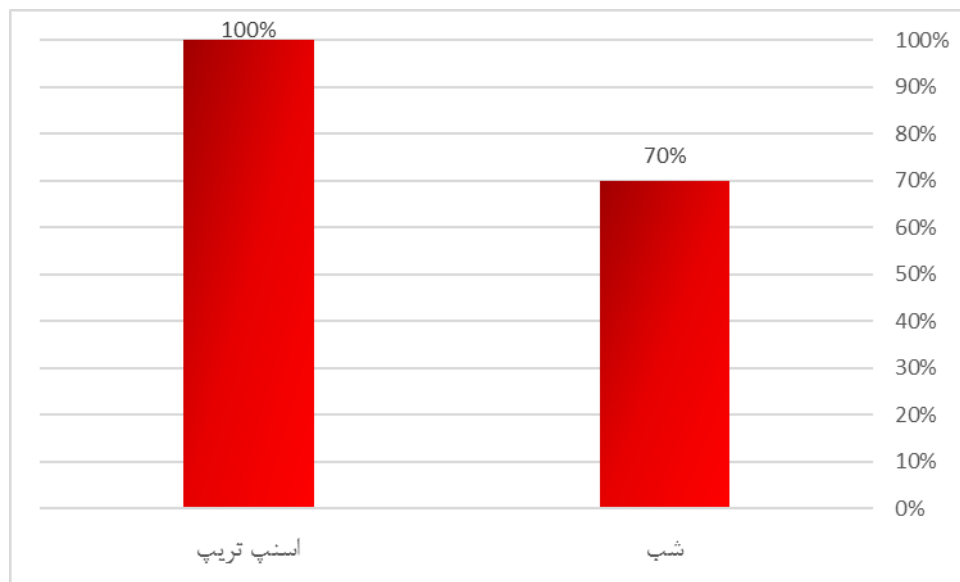
شیوع ویروس کرونا بهترین فرصت برای جلب اعتماد عمومی، نمایش چابک بودن و به صرفه بودن توسط استارت‌آپ‌ها می‌باشد.

عمده آسیب‌های وارد شده به استارت‌آپ‌های ایرانی

به نظر می‌رسد جامعه استارت‌آپی ایران همراهی خوبی برای کاهش شیوع ویروس کرونا داشته و توانسته قابلیت‌ها و ویژگی‌های متعدد و متنوعی را برای پشت سر گذاشتن این روزها و پیش‌برد کارها و امور روزانه از راه دور در اختیار کاربران قرار دهد. با این حال بخش‌های آسیب‌دیده کسب و کارهای استارت‌آپی آن‌هایی هستند که بر خدمات حضوری، سفرها و سفارشات غذای بیرون برتمرکز داشتند. دو بخش فروش آنلاین بلیت‌های فرهنگی به دلیل لغو برنامه‌های فرهنگی و فروش بلیت‌های سفرهای داخلی و خارجی به دلیل لغو پروازها، آسیب جدی دیده‌اند. کسب و کارهایی هم که در زمینه فروش آنلاین غذا فعالیت دارند با کاهش شدید فروش مواجه شده‌اند. در نمودار ذیل میزان افت فروش بلیط‌های هواپیما در شرکت‌های فروش آنلاین بلیط را مشاهده می‌کنید.



ابلاغیه وزارت راه و شهرسازی مبنی بر لغو سفرها بدون کسر جریمه، باعث شوک به تأمین کنندگان شد و استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه در استرداد وجوه مشتریان با مشکل مواجه شدند. نمودار ذیل درصد کاهش اجاره اقامت‌های گردشگری در دو استارت‌آپ اسنپ تریپ و شب را نشان می‌دهد.

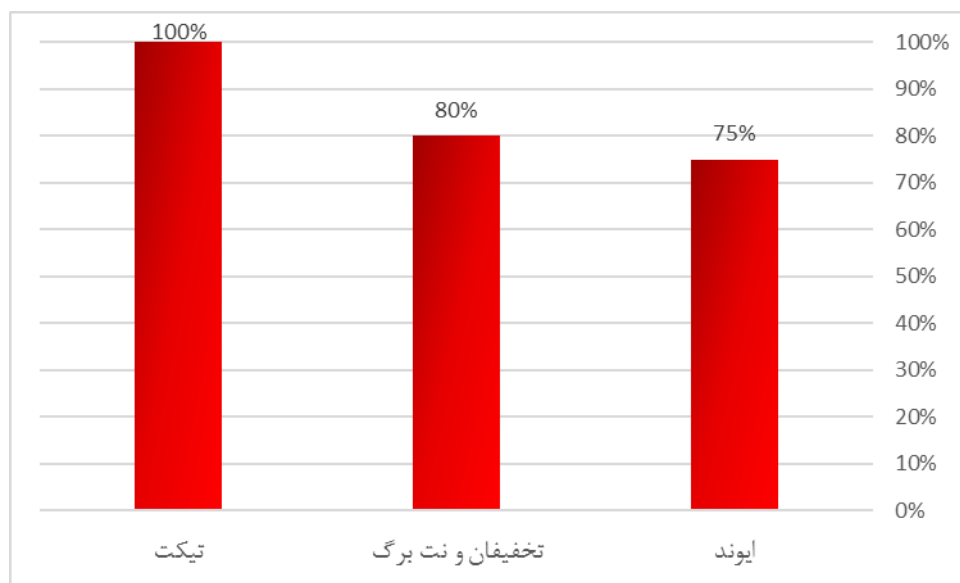


یکی دیگر از مشکلات پیش روی استارت‌آپ‌های حوزه گردشگری پایین بودن سقف اعتبارات بانکی در برابر بالا بودن میزان مبلغ سفرهای کنسل شده است که باعث تأخیر در استرداد وجوه مردم شده است. درآمد استارت‌آپ‌های فروش بلیط به صورت کارمزدی است و بابت کنسلی، حق سرویسی دریافت نمی‌شود، بنابراین با کنسلی بلیت‌ها، کارمزدها نیز بازگشت داده می‌شود که متأسفانه طی دو ماه اخیر با لغو سفرها در برخی روزها، میزان کنسلی سفرها از فروش بالاتر رفته است. همچنین آن‌ها با چالش سرمایه در گردش مواجه شده‌اند و ناچارند تمام هزینه‌های دریافتی را، استرداد کنند؛ در حالیکه بسیاری از شرکت‌های حمل و نقل پول کنسلی سفرها را به استارت‌آپ‌ها باز نگردانده‌اند و این خسارت‌های سنگینی برای آن‌ها به بار آورده است.

بعلاوه برای استارت‌آپ‌های گردشگری به طور معمول تمام برنامه‌های بازاریابی، مربوط به فروش پایان سال می‌شود که با توجه به شرایط فعلی و انجام نشدن فروش‌های برنامه‌ریزی شده، سرمایه تبلیغات انجام شده، بازگردانده نشده است. باید توجه داشت که به شکل مشخص در حوزه دفاتر خدمات مسافرتی حدود ۴۰٪ سود سالانه آژانس‌ها از فروش تورها و سفرهای نوروزی حاصل می‌شود که امید می‌باشد که جبران آن در ماه‌های آتی نخواهد بود و با ادامه وضعیت اضطراری در اردیبهشت و خرداد عملاً میزان اثرگذاری ویروس کرونا بر فعالیت این کسب و کارها به مرحله غیر قابل جبرانی خواهد رسید.

در استارت‌آپ‌های فعال در حوزه‌ی اطلاع‌رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی مانند: رزرو بلیت سینما یا تئاتر، فروش بلیت رویداد و تخفیف استفاده از اماکن و...، زیان و کاهش فروش حتی به ۱۰۰ درصد رسیده است.

در نمودار ذیل تأثیر شیوع این ویروس بر پلتفرم های اطلاع رسانی خدمات تفریحی و فرهنگی را مشاهده می کنید. (درصد کاهش فروش)



البته در این میان ایوند توانسته با فروش بلیط رویدادهای آنلاین میزان فروش خود را ۹۰ درصد افزایش دهد. با وجود این که استارت آپ های حوزه حمل و نقل درون شهری شرایط بهتری نسبت به مجموعه های گردشگری دارند، اما آنها نیز با کاهش ۱۰ تا ۲۰ درصدی تقاضا مواجه شده اند. در خصوص استارت آپ های فعال در زمینه بیک شهری مثل اسنپ باکس و الو بیک، باید گفت که در این دوره بازار هدفایشان می تواند کسب و کارهایی باشند که در پی شیوع این ویروس بیشتر به سمت انجام امور به کمک بیک رفته اند تا اجناس ایشان را به افرادی که در منزل هستند برسانند.

برای اکثر استارت آپ ها، معضل پرداخت حق بیمه شخصی که به دلیل شیوع کرونا فعالیت نمی کند فشار زیادی بر کارفرما وارد کرده است. در پی شیوع ویروس کرونا و مشکلات ناشی از آن، بیشتر کسب و کارها ناچار به مرخصی و دورکاری کارکنان خود روی آورده اند، از سوی دیگر با وجود کاهش چشمگیر فروش و درآمد ناشی از شرایط فعلی، پرداخت حقوق نیروها خود معضلی بزرگ شده است. بسیاری از استارت آپ ها ناچار به تعدیل نیرو شده اند که با تداوم گسترش کرونا ویروس، زیان این مجموعه ها بیشتر خواهد شد. این نیروها پیش تر در این شرکت ها به سختی جذب شده اند و آموزش دیده اند و در آینده ممکن است جذب شرکت های رقیب شوند.

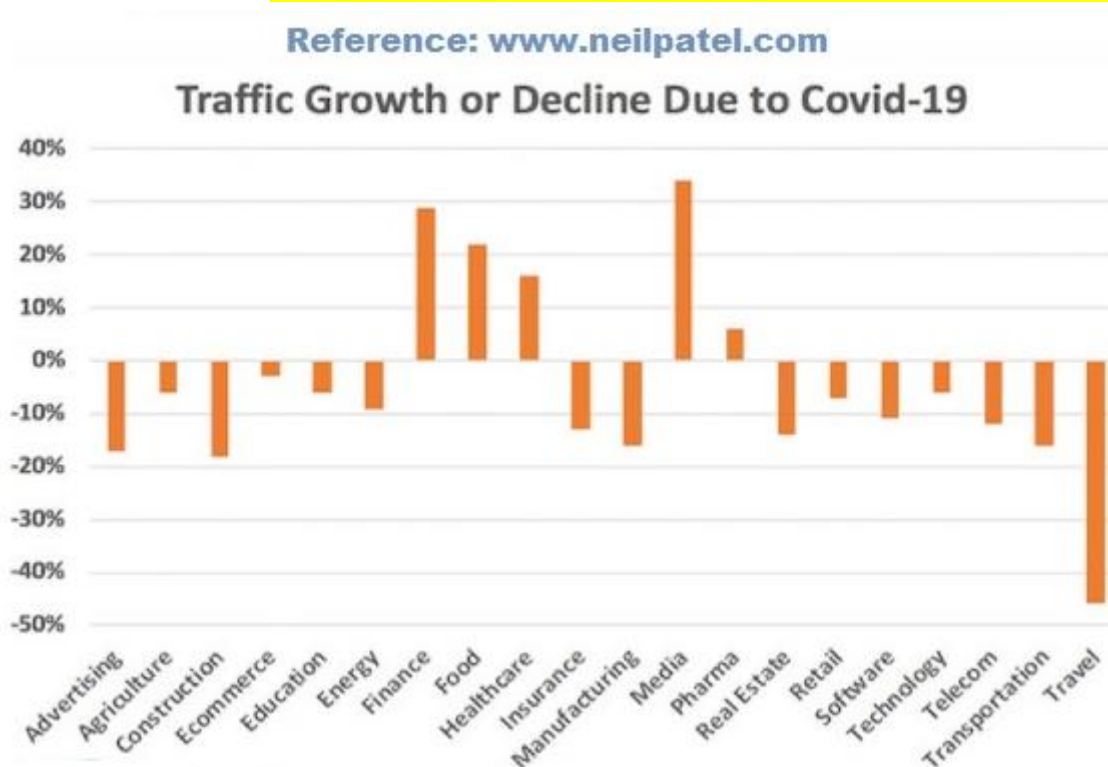
از سوی دیگر، ضرر غیر مستقیم فراهم نبودن زیرساخت ها به استارت آپ ها را نیز نباید نادیده گرفت. این معضل از دو دیدگاه استارت آپ ها را با چالش مواجه کرده است :

- زمانیکه شرکت‌ها نیروهای خود را دورکار کردند، نبود زیرساخت‌های لازم همچون قطعی اینترنت، کند بودن سرعت، قطع و وصلی صدا و ... خسارت غیرمستقیم زیادی را به استارت‌آپ‌ها تحمیل کرده است.

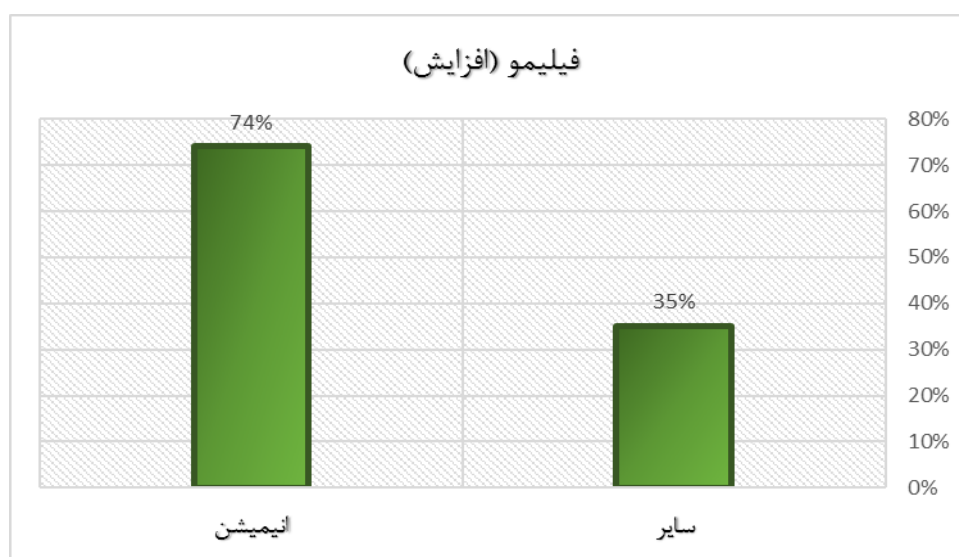
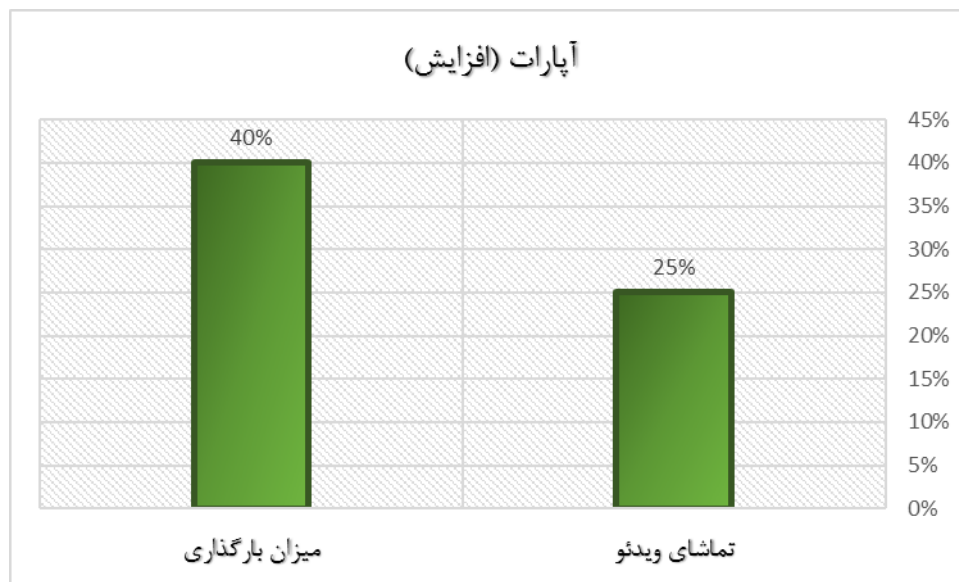
- در مواردیکه استارت‌آپ‌ها با رشد چشمگیر حجم تقاضا مواجه شدند، با توجه به عدم آمادگی زیرساختی ایشان برای این حجم از تراکنش در بسیاری از موارد قادر به پاسخگویی به مشتریان نبودند. این موضوع نه تنها فرصت درآمدزایی را از ایشان سلب نمود بلکه با ایجاد مشتریان ناراضی هزینه‌های هنگفتی را از دیدگاه بازاریابی به آنها تحمیل نمود.

از طرفی نباید تأثیرات این ویروس بر روند سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها را نیز نادیده گرفت. میزان سرمایه‌گذاری خطرپذیر در ایران حتی پیش از شیوع ویروس کرونا با افت قابل توجهی رو به رو بود و با شرایط فعلی این وضعیت هر روز بدتر می‌شود. البته این مسئله تنها در ایران اتفاق نیافتاده و بسیاری از صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در سراسر دنیا، میزان جسارت و ریسک‌پذیر خود را کاهش داده‌اند. بیشتر این صندوق‌ها سخت‌گیری‌های بیشتری در اعتبارسنجی، ارزش‌گذاری و مذاکرات به کار گرفته‌اند.

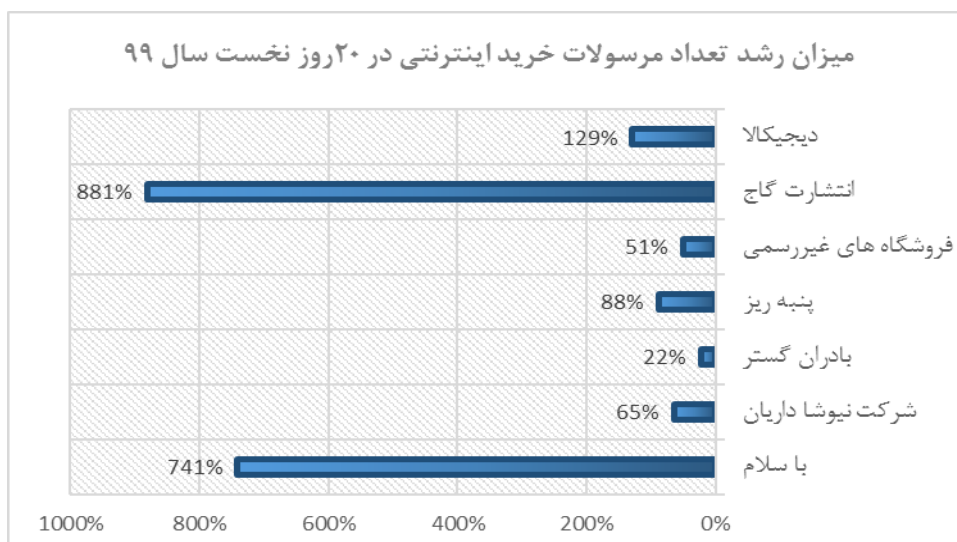
از سوی دیگر تغییر مدل زندگی عموم جامعه و تبعاً جستجوی ایشان جهت دسترسی به خدمات، لطمه‌ای بنیادین به ترافیک وب سایت‌های کسب و کارهای مرتبط با فناوری اطلاعات و متعاقباً جایگاه اینترنتی ایشان وارد خواهد آورد که جبران آن مستلزم صرف مقدار هنگفتی از هزینه و زمان می‌باشد. نتایج مطالعاتی تأثیر کرونا بر ترافیک کسب و کارهای اینترنتی به شرح نمودار ذیل برآورد شده است :



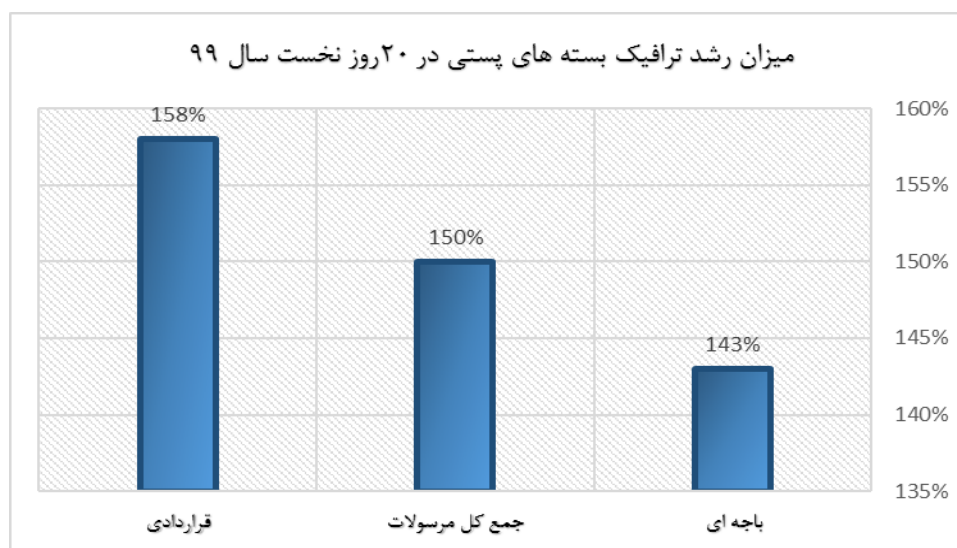
با وجود همه این موارد بعضی از شرکت‌های استارت‌آپی توانسته اند از این شرایط بحرانی بیشتری سود را کسب کنند. خانه نشین شدن مردم سبب شده تا میزان تماشای فیلم و سریال به صورت آنلاین افزایش یابد. استارت‌آپ‌های آپارات و فیلیمو مطابق نمودارهای ذیل از رشد خوبی برخوردار شده اند.



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 ۲۱۶۱۰۰ 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. میزان رشد واقعی ممکن است بیشتر از این اعداد باشد. اعداد نمایش داده شده براساس رشد تعداد کالاهای حمل شده توسط شرکت ملی پست است.



از سوی دیگر، تعداد بسته های ارسالی از طریق پست نیز در ۲۰ روز نخست سال ۹۹ در مقایسه با زمان مشابه در سال گذشته، رشد قابل توجهی داشته است. در نمودار ذیل ذکر این نکته ضروری است که این آمار فقط مربوط به بسته های پستی است که در کارتن، بسته بندی و ارسال می شوند؛ بسیاری از فروشگاه های اینترنتی که عمدتاً اقلام ریز و کوچک میفروشند، از پاکت های بزرگ برای ارسال استفاده می کنند که طبیعتاً آمار آن ها در این نمودار لحاظ نشده است.



البته استارت آپ ها می بایست با این افزایش تقاضای هیجانی بازار که قطعاً پس از بحران کرونا فروکش خواهد نمود بسیار محتاطانه برخورد نمایند، در غیراینصورت این تقاضای هیجانی پس از فروکش نمودن بحران کرونا قطعاً لطمات جبران ناپذیری بر اکوسیستم استارت آپی وارد خواهد آورد.

چگونگی تأثیر شیوع کرونا بر کسب و کار

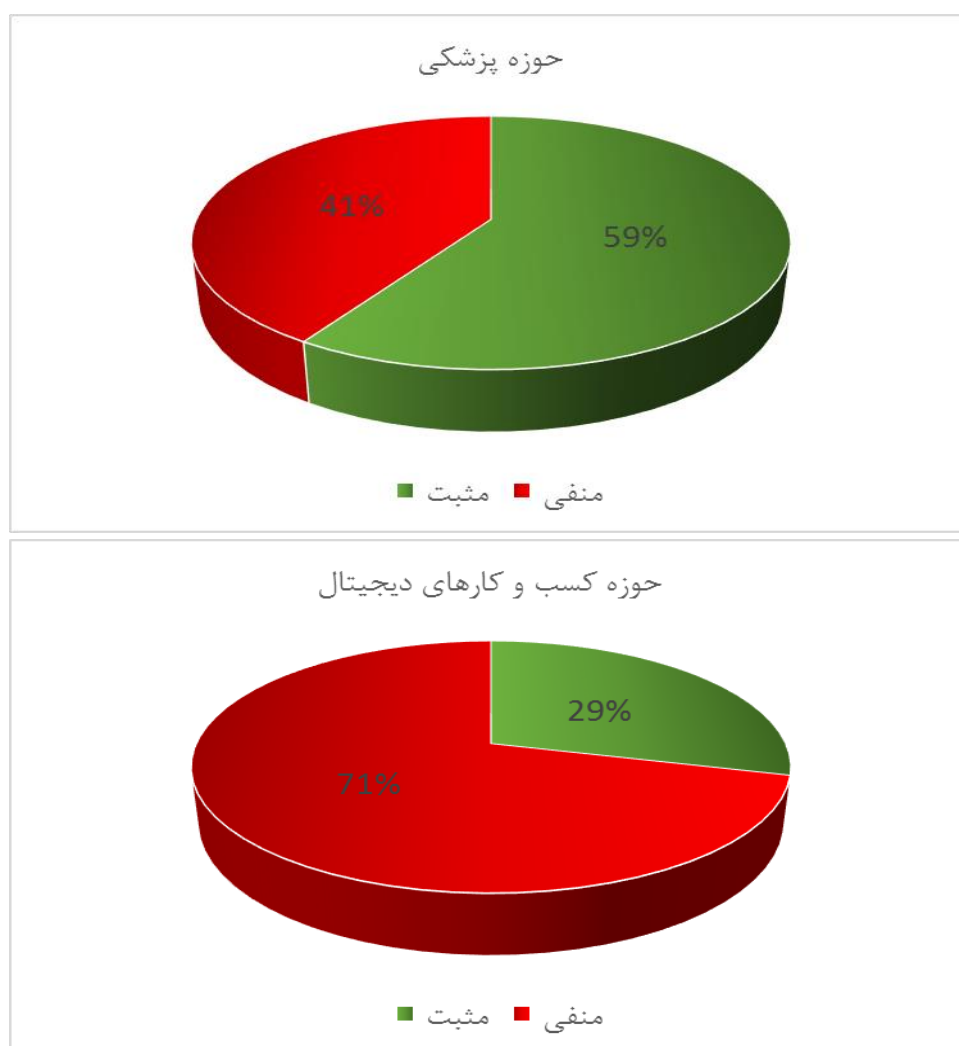
سازمان فناوری اطلاعات ایران، طی یک نظرسنجی تلفنی از میان ۲۰۰۰ شرکت نوپای ثبت شده در سامانه ایران نوآفرین، ۹۴ شرکت به روش نمونه‌گیری بدون جایگزین طبقه‌بندی شده تصادفی، انتخاب نموده و آن‌ها را در حوزه‌های ذیل دسته‌بندی نموده است:

پزشکی: شامل حوزه‌های سلامت، مشاوره آنلاین، تولید تجهیزات پزشکی و...

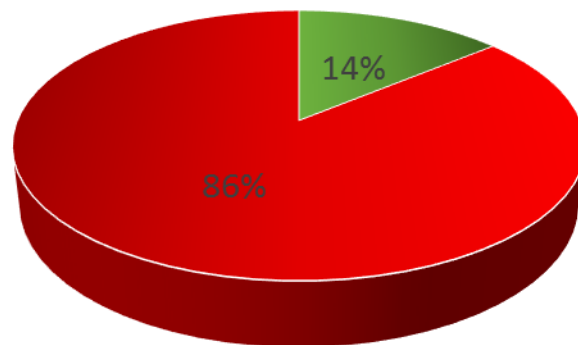
نرم افزار: شامل تولید و توزیع نرم افزارها و بازی‌های رایانه‌ای و خدمات پشتیبانی و طراحی وبسایت و...
تجارت الکترونیک و فروشگاه‌های اینترنتی: شامل فروشگاه‌ها و پلت‌فرم‌های تحویل کالا و ارائه دهندگان خدمات (تاکسی و...)

حوزه‌هایی که ضرورتاً نیاز به حضور فیزیکی در محل کار دارند: مانند تولیدات کارگاهی، نساجی و...

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

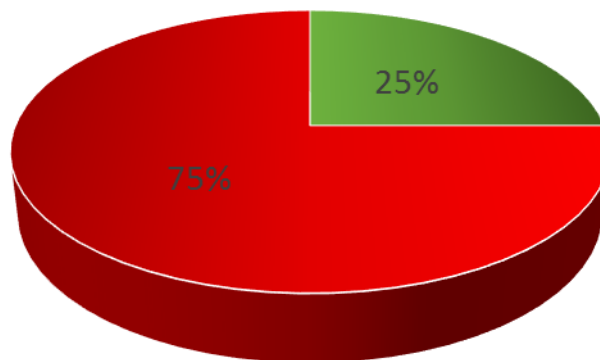


حوزه خدمات فناوری اطلاعات و نرم افزار



■ مثبت ■ منفی

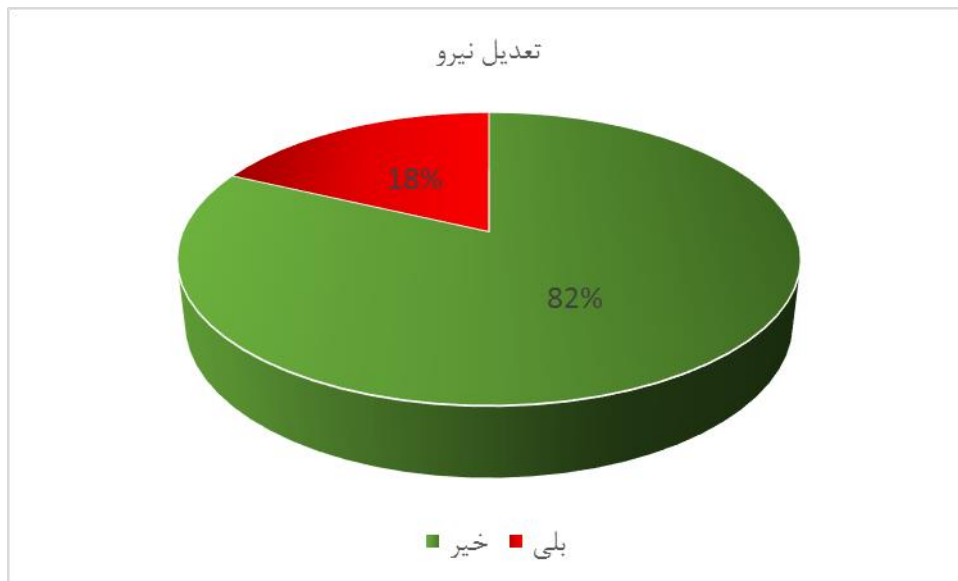
حوزه های نیازمند حضور فرد در محل کار



■ مثبت ■ منفی

با توجه به اطلاعات به دست آمده حوزه های مربوط به خدمات پزشکی بیشترین تأثیر مثبت را از کرونا گرفته اند و حوزه مربوط به خدمات آنلاین (تاکسی اینترنتی، شبکه فروش اینترنتی و...) نیز بیشترین تأثیر منفی را از این وضعیت گرفته اند.

میزان تعدیل نیرو در این شرکتها مطابق نمودارهای ذیل است:



اقدامات برخی کشورها برای کمک به استارت آپها

افزایش سریع منابع تخصیص داده شده به توسعه اکوسیستم استارت آپی در طی سالیان گذشته به این معنا است که اکنون دولت‌ها اهمیت هدف‌گذاری بر استارت آپ‌ها برای یاری رساندن در چنین شرایط را می‌دانند. به همین دلیل برخی کشورها اقداماتی را برای حمایت از این کسب و کارهای نوپا انجام داده اند که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم.

- در کشور آلمان، دولت علاوه بر در نظر گرفتن یک بسته حمایتی ۷۵۰ میلیارد یورویی، تصمیم دارد تا در صورت لزوم به طور مستقیم سهام شرکت‌های خصوصی را خریداری کند. البته این خرید سهام به طور موقت و برای جلوگیری از ورشکستگی می‌باشد.
- کشور ایتالیا بسته حمایتی ۲۵ میلیارد یورویی برای جبران خسارات ناشی از شیوع کرونا برای کسب و کارها در نظر گرفته است. این بسته حمایت ابعاد مختلفی دارد و از کمک مالیاتی گرفته تا تعویق پرداخت قبوض را شامل می‌شود. این کشور مهلت ارسال اظهارنامه مالیاتی را ۳ ماه به تعویق انداخته و همچنین، مهلت پرداخت قبوض را تا ۳۰ آوریل به تعویق انداخته است. سایر اقدامات عبارتند از:
 - اعطای کمک هزینه ماهانه ۵۰۰ یورو به مدت ۳ ماه به افرادی که به صورت خود اشتغالی کار می‌کنند
 - فراهم آوردن امکانات و ملزومات مورد نیاز برای دورکاری کارمندان دولت
 - اعطای وام بدون بهره و با بازپرداخت ۱۵ ساله جهت تأمین نقدینگی و کمک به بازپرداخت وام های پیشین
 - به تعلیق درآمدن هزینه های تأمین اجتماعی و عوارض شهرداری از ۲۳ فوریه تا پایان آوریل (پس از پایان این دوره، مبالغ به صورت اقساط دریافت می‌گردد).

- کشور استرالیا با ارائه بسته ۱۸ میلیارد دلاری به مقابله با تأثیرات اقتصادی شیوع کرونا پرداخته است. این بسته پنج گروه اصلی را به عنوان جامعه هدف در نظر می‌گیرد:
 - بسته رفاهی ۷۵۰ دلاری برای افراد واجدالشرایط اختصاص پیدا می‌کند.
 - صاحبان مشاغل کوچک همراه با کارآموز، مبلغ ۲۱ هزار دلار برای کارآموزی دریافت خواهند کرد.
 - مشاغل کوچک و متوسط بین ۲ هزار تا ۲۵ هزار دلار کمک نقدی برای گردش پول دریافت می‌کنند.
 - دیگر شرکت‌ها (به استثناء شرکت‌های بزرگ) مشمول تخفیف‌های مالیاتی و همچنین کمک‌های ۱۵۰ هزار دلاری برای تشویق به سرمایه‌گذاری می‌شوند
 - مشاغل و شرکت‌های بزرگ نیز به یک صندوق جدید ۱ میلیارد دلاری دسترسی پیدا می‌کنند.

به گزارش روزنامه دنیای اقتصاد، وزیر ارتباطات اعطای وام کم بهره از وجوه اداره شده یا صندوق نوآوری به شرکت‌ها یا برخی تخفیف‌های بیمه و مالیات را به عنوان کمک دولت مطرح کرد؛ با این حال به نظر نمی‌رسد ضرر و زیان ناشی از اتفاقات هفته‌های اخیر با چنین تمهیداتی قابل جبران باشد.

ایده‌هایی برای استارت‌آپ‌ها برای بازگشت به اوج در زمان شیوع کرونا و ویروسی

نمی‌توان این واقعیت را انکار کرد که شیوع کرونا و ویروس اثرات مخربی را بر کسب و کارهای استارت‌آپی گذاشته است. بسیاری از بنیان‌گذاران شرکت‌های استارت‌آپی در مورد عواقب و فشارهای ناشی از این بحران دلگیر هستند و متأسفانه قادر به حفظ تمامی کارکنان خود نیستند. اما با وجود این شرایط هنوز هم فرصت برای بازگشت به اوج و حفظ مشتریان وجود دارد. هنوز هم ایده‌هایی وجود دارد که بتواند توجه مردم را به سمت شما جلب کند. بنابراین، اگر به عنوان یک شرکت نوپا قصد دارید تا کارکنان و مشتریان خود را حفظ کنید و به کشور خود در این شرایط بحرانی مدد رسانده و مجدد به اوج برگردید، به کارگیری ایده‌های ذیل پیشنهاد می‌گردد.

• برقراری ارتباط با اکوسیستم استارت‌آپی جهان

بسیاری از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوآور اروپایی و آمریکایی برای سالیان متمادی نقش الگو را برای سایر استارت‌آپ‌ها ایفا می‌کردند. در شرایط فعلی تقویت ارتباط با این استارت‌آپ‌های موفق بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. این استارت‌آپ‌ها می‌توانند با مشاوره‌های خود به دیگر کارآفرینان در مدیریت این بحران کمک کنند.

• برگزاری وبینار، ارائه پادکست و برگزاری جلسات پرسش و پاسخ رایگان

شرایط فعلی بسیاری از برگزار کنندگان رویداد را وادار به برگزاری رویداد به صورت آنلاین کرده است. این شیوه تا زمانیکه منع شرکت در تجمعات وجود دارد ادامه خواهد داشت. بنابراین، اکنون بهترین فرصت است تا استارت‌آپ‌ها با استفاده از ظرفیت درونی خود و یا مشارکت با سایر استارت‌آپ‌ها یک تیم تشکیل داده و رویدادهای آنلاین، وبینار و جلسات آنلاین پرسش و پاسخ برگزار کنند و یا پادکست ارائه کنند.

• ارائه خدمات منتورینگ به تیم‌های در حال رشد

بسیاری از استارت‌آپ‌ها در شرایط بحرانی فعلی راه‌اندازی شده‌اند و عدم تجربه کافی بنیان‌گذاران آن‌ها شرایط را برای مقابله با چالش‌های پیشرو دشوار کرده است. در این بین استارت‌آپ‌هایی هستند که از مراحل اولیه راه‌اندازی یک کسب و کار عبور کرده‌اند و راهکار مقابله با بسیاری از این چالش‌ها را می‌شناسند. بهترین کاری که این دسته از استارت‌آپ‌ها می‌توانند انجام دهند تا هم برای خود اعتبار کسب کنند و هم به شرکت مشابه خود کمک کنند، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغ و مشاوره در زمینه تخصص‌ایشان است.

• مشاوره به بنگاه‌ها برای دیجیتالی شدن

تا پیش از شیوع کرونا ویروس در جهان بنگاه‌های اقتصادی تمایل چندانی به دیجیتالی شدن نداشتند، ام در شرایط فعلی با توجه به درخواست دولت‌ها مبنی بر عدم حضور در تجمعات و رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی به دورکاری روی آورده‌اند و همین موضوع سبب شده تا بسیاری از آن‌ها به تحول دیجیتال بیاورند. عدم حضور کارکنان در محیط کار، نیاز به دیجیتالی شدن بسیاری از فرآیندهای کاری را به وجود آورده و بسیاری از شرکت‌ها به دنبال روش‌های جدید و مدل‌های کسب و کار دیجیتال هستند. در این بین شرکت‌ها استارت‌آپی می‌توانند با توجه به تخصص درونی خود در موارد ذیل به این شرکت‌ها یاری برسانند:

- راه‌اندازی فروشگاه آنلاین
- اجرای برنامه‌های بازاریابی
- راه‌اندازی اتوماسیون مبتنی بر هوش مصنوعی
- جمع‌آوری داده‌های IOT
- مشاوره در مورد ابزارهای IT مورد نیاز
- و ...

چالش‌ها و راهکارهای پیشنهادی برای حمایت از کسب و کارهای نوین در بحران کرونا

- با توجه به دستور ستاد مقابله با کرونا مبنی بر رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی، بسیاری از کسب و کارهای نوین و دانش بنیان ناچار به انجام دورکاری شده‌اند. متأسفانه ضعف پهنای باند، هزینه بالای بسته‌های اینترنت، قطعی‌های مکرر و... آسیب‌های جدی به این کسب و کارها وارد نموده است. از طرفی افزایش استفاده عموم مردم از اینترنت به مشکلات این بخش دامن می‌زند. لذا پیشنهاد می‌گردد، زیرساخت‌های لازم برای ارتقای سرعت، افزایش پهنای باند و تخفیفات قیمتی به مشترکین شرکتی مد نظر قرار گیرد.
- با توجه به درصد استفاده بالای مردم از اینترنت تلفن همراه در مقایسه با اینترنت ثابت و هزینه‌های بالای اینترنت تلفن همراه، کاهش تعرفه اینترنت تلفن همراه برای ارتقای سطح استفاده مشترکین از اینترنت فراهم آید.
- افزایش تعداد نیروهای دورکار برای کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت باعث وجود مشکلاتی در گزارشات بازرسان تامین اجتماعی از تعداد نیروهای فعال کسب و کار در محل کار شده است، لذا خواهشمند است ترتیبی اتخاذ گردد تا مشکل عدم تطابق تعداد نیروهای اعلامی و حاضر در محل کار برای کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت رفع گردد.
- با توجه به لزوم خرید آنلاین و عدم حضور بی مورد در اجتماعات و نیاز بسیاری از کسب و کارها به فروش اقلام خود، توصیه می‌شود با تبلیغات رسانه‌ای مناسب میزان آگاهی و تمایل مردم برای خرید آنلاین افزایش داده شود.
- دولت در همکاری با صدا و سیما امکان تبلیغات رایگان برای کسب و کارهای اینترنتی را فراهم نماید تا در این شرایط با جذب مخاطبین حداکثری به فضای کسب و کارهای اینترنتی، سهم این قبیل از کسب و کارها از اقتصاد کشور بطور زیرساختی افزایش یابد.
- با توجه به افزایش میزان خرید آنلاین از فروشگاه‌های اینترنتی، بخشی از مشتریان این نوع کسب و کارها به دلایل متعدد از جمله ناآشنا بودن با فرآیند خرید اینترنتی و... توانایی استفاده از خدمت رمز دوم پویا را ندارند. لذا پیشنهاد می‌گردد در صورت امکان این خدمت به طور موقت لغو شده و یا شرایط فعال‌سازی آن تسهیل گردد.
- وزارت ارتباطات قصد دارد ضمن ارائه تسهیلات به استارت آپ‌ها از ایشان پشتیبانی کند، ولیکن همانطور که مشخص است در فضای کسب و کارهای نوآورانه و فناورانه با عنایت به نرخ شکست بالای این کسب و کارها ارائه تسهیلات به ایشان، مدل مناسبی از حمایت نمی‌باشد و ممکن است نه تنها به حمایت از ایشان ختم نشده بلکه آینده فعالیت اقتصادی ایشان را تحت الشعاع قرار داده و صرفاً تعداد بدهکاران بانکی را افزایش دهد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد این تأمین مالی به طرق ذیل اتفاق افتد:

۱. در خصوص آندسته از فعالان اقتصادی که در شرایط رونق اقتصادی قرار دارند، دولت بانک ها را ملزم به تأمین مالی از طریق قراردادهای مضاربه نماید.

۲. در مورد شرکت هایی که تحت فشار رکود اقتصادی قرار دارند، دولت بانک ها را ملزم به تأمین مالی از طریق پیش خرید خدمات آتی این شرکت ها نماید.

- با توجه به رکود اقتصادی و محدودیت های اقتصادی سرمایه گذاران در کسب و کارهای نوین، و هزینه های روزافزون کسب و کارهای نوین، نیاز به تأمین مالی فعالیت های نوآورانه این کسب و کارها بیش از پیش پررنگ گردیده است، لذا پیشنهاد میگردد در کنار تأمین تسهیلات در قالب وام و معافیت ها برای این کسب و کارها، ترتیبی اتخاذ گردد تا علاوه بر حضور کسب و کارهای اینترنتی بزرگ در بازار سرمایه، شرکت های سرمایه گذاری جسورانه با حضور در بازار سرمایه با جذب منابع مالی و سپس تزریق آن به کسب و کارهای نوین و نوپا، به تأمین مالی انبوه فعالیت های نوآورانه اهتمام ورزند.

- همانطور که مشخص است، افزایش حجم تقاضای رخ داده، پایدار نبوده و پس از فروکش نمودن بحران کرونا تعدیل خواهد شد. بنابراین تأمین برخی تجهیزات از دیدگاه بلندمدت برای کسب و کارها توجیه پذیر نخواهد بود، لذا پیشنهاد می گردد دولت زیرساخت هایی را خریداری کرده و طی مدت زمان بحران کرونا با اتخاذ تدابیر حمایتی در اختیار ایشان قرار دهد یا اینکه شرایط اجاره تجهیزات از شرکت های ارائه کننده را تسهیل نماید.

- همانطور که مشخص است، در ساختارهای زنجیره تأمین برخی کسب و کارها با افزایش چشمگیر تقاضا و برخی دیگر با افت چشمگیر مواجه شده اند. به منظور متعادل سازی تأثیرات نوسان بازار و پیشگیری از بروز اختلالات ناشی از افت تقاضا در آینده، پیشنهاد می گردد نهادهای متولی اقدامات لازم در خصوص ایجاد کنسرسیوم ها را معمول دارند. به عنوان مثال در فروشگاه های آنلاین که با افزایش حجم تقاضا مواجه شده اند، بهتر است بجای توسعه تجهیزات انبارداری، طی همکاری کنسرسیومی از ظرفیت فروشگاه های سطح شهرها بهره ببرند. این امر مستلزم همکاری سازمان صمت و امور مالیاتی می باشد.

- پیشنهاد می گردد دولت، شرکت ها دولتی، بانکها و مؤسسات انتفاعی وابسته به دولت را ملزم نماید که بخشی از منابع بودجه ۱۴۷۴ هزار میلیارد تومانی تخصیص داده شده را صرف فعالیت های نوآورانه و فناورانه در تعامل با استارت آپ ها و شرکت های دانش بنیان نماید. بدین طریق ضمن جلوگیری از ورشکستگی و تعدیل نیرو در اکوسیستم کسب و کار نوین، نرخ نفوذ نوآوری و فناوری در کسب و کارها توسعه خواهد یافت و اهداف اقتصاد دانش بنیان نیز محقق خواهد شد.

- با عنایت به ابلاغیه وزارت راه و شهرسازی مبنی بر لغو سفرها بدون کسر جریمه، بسیاری از کسب و کارهای گردشگری برای بازپرداخت وجوه مشتریان با مشکل سقف انتقال وجه بین بانکی مواجه شده اند. لذا تقاضا می گردد تا در صورت امکان سقف انتقال وجه برای این گروه از کسب و کارها افزایش یابد.

- پیشنهاد می‌گردد، شهرداری تهران مجوز استقرار و فعالیت شرکت‌های استارت‌آپی و دانش بنیان در اماکن با کاربری مسکونی را برای مدت طولانی و حداقل یکسال ابلاغ نماید.