

تأثیر جنگ ۱۲ روزه بر کسب و کارها

تیر و مرداد ۱۴۰۴



فهرست گزارش



- خلاصه مدیریتی ۳
- فضای کسب و کارها در زمان جنگ ۱۲ روزه ۶
- وضعیت کسب و کارها پس از توقف آتش ۱۶
- چشم‌انداز آینده ۲۲
- حمایت‌ها و سیاست‌های مورد انتظار از دولت ۲۶
- نظرات برخی از شرکت‌کنندگان ۲۹
- روش تحقیق و جامعه آماری ۳۲
- همراهان و همکاران در تهیه گزارش ۳۶

● در حمله متجاوزانه رژیم اسرائیل به کشور عزیزمان در بامداد ۲۳ خرداد ۱۴۰۴ و دوازده روز جنگ تحمیلی، اگرچه شاهد همبستگی مدنی مردم ایران در برابر متجاوز بودیم، ولیکن وقوع این جنگ، علاوه بر تخریب بخش‌های از تاسیسات نظامی و غیرنظامی و کشته شدن عده‌ای از هموطنان؛ موجب اختلال در فضای کسب‌وکارها و خسارات مالی و اقتصادی گردید که بدلیل عدم وجود مستندات و داده‌های کافی، کمتر مورد توجه سیاست‌گذار قرار گرفته است. اتاق بازرگانی تهران و گروه ایران‌تلنت با درک اهمیت این موضوع و با هدف ارائه یک تصویر دقیق از فضای کسب‌وکارهای کشور در دوره جنگ و پساجنگ، اقدام به جمع‌آوری دیدگاه‌های مدیران و فعالان اقتصادی کشور از طریق یک نظرسنجی گسترده نمودند.

این گزارش که مبتنی بر پاسخ ۷۳۵ مدیر و مالک کسب‌وکار است و با روش‌های آماری معتبر (ضریب اطمینان ۹۵٪) جمع‌آوری و تحلیل شده است، تصویر دقیق‌تری از میزان آسیب‌ها، نقاط ضعف زنجیره‌های تأمین، تنگناهای نقدینگی و انتظارات حمایتی بخش خصوصی ارائه می‌دهد.

یافته‌های این تحقیق از فضای کسب‌وکارها در دوره جنگ و پساجنگ، بینش جامع و دقیقی را فراهم می‌نماید که جا دارد در نظام تصمیم‌گیری کشور مورد توجه دقیق قرار گیرد تا در تدوین اولویت‌های سیاستی و طراحی بسته‌های حمایتی (مالیاتی، اعتباری و ارزی)، جهت تقویت تاب‌آوری زنجیره‌ها و برنامه‌های بازسازی هدفمند و مقرون‌به‌صرفه، بکارگرفته شود. بدین ترتیب گزارش حاضر راهنمایی روشن برای دستگاه‌های سیاست‌گذار، نهادهای مالی و سازمان‌های حمایتی باشد تا با اتکا به شواهد میدانی، اولویت‌ها را مشخص، مداخلات را سنجیده و ظرفیت‌های بازگشت به تولید و حفظ اشتغال را تسریع کنند.

همچنین مدیران و فعالان اقتصادی کشور می‌توانند از نتایج این نظرسنجی برای تحلیل موقعیت کسب‌وکار خود در شرایط پساجنگ استفاده نمایند و با اطلاعات کامل‌تری، نسبت به اتخاذ تدابیر راهبردی برای مواجهه با وضع کنونی استفاده نمایند. یافته‌های این تحقیق را می‌توان در چهار گروه اصلی طبقه‌بندی کرد: «**فضای کسب‌وکارها در زمان جنگ**»، «**وضعیت کسب‌وکارها در پساجنگ**»، «**چشم‌انداز آینده**» و «**انتظارات کسب‌وکارها از حاکمیت و اثربخشی اقدامات حمایتی دولت در زمان پساجنگ**»

۱) فضای کسب‌وکارها در زمان جنگ ۱۲ روزه

نتایج بدست آمده از این نظرسنجی نشان می‌دهد عموم فعالیت‌های اقتصادی کشور در دوره جنگ مختل شده‌است هر چند که میزان و شدت آن برای همه بخش‌ها و گروه‌ها یکسان نبوده است. **۹۰ درصد کسب‌وکارها در دوره جنگ دچار «افت تولید» یا «توقف تولید» شدند.** تاثیر جنگ بر کاهش درآمد شرکت‌های کوچک بیشتر بوده است به نحوی که ۶۳ درصد این بنگاه‌ها حداقل ۵۰ درصد «کاهش نقدینگی» داشته‌اند در حالی که ۴۷ درصد شرکت‌های بزرگ کاهش نقدینگی بیش از ۵۰ درصد را تجربه کرده‌اند. تاثیر جنگ بر زمینه فعالیت‌های مختلف، متفاوت بوده است اگرچه بطور کلی تمامی بخش‌ها به جز بخش حمل‌ونقل، حداقل ۵۰ درصد کاهش نقدینگی در زمان جنگ را تجربه کرده‌اند، اما بخش تولیدی (صنعتی) و بخش فناوری اطلاعات به ترتیب به میزان ۶۹٪ و ۶۳٪ بیش از ۵۰ درصد کاهش نقدینگی در زمان جنگ داشته‌اند. بخش حمل‌ونقل کمترین تاثیر منفی را دریافت کرده است آنگونه که ۲۵ درصد هیچ تغییری در درآمد‌ها نداشته‌اند.

«**کاهش تقاضای مشتریان**»، **مهم‌ترین عامل کاهش درآمد در روزهای ابتدایی جنگ بوده است (۶۶٪).** «اختلال در زیرساخت اینترنت» و به دنبال آن «اختلال در زنجیره تأمین»، «عملیات بانکی» و «مشکلات نیروی کار»، از جمله مهم‌ترین موانعی بوده‌اند که کسب‌وکارها در حفظ یا تداوم عملیات خود با آن‌ها مواجه شده‌اند. همچنین **۷۳ درصد کسب‌وکارها در دوره جنگ با «اختلال در تامین مواد اولیه» مواجه شدند،** نکته قابل توجه آن است که بیش از نیمی (۵۲٪) از شرکت‌هایی که از داخل مواد اولیه خود را تأمین می‌کرده‌اند نیز دچار اختلال در تأمین شده‌اند.

تقریباً نیمی از کسب‌وکارها (۴۷٪) توانسته‌اند برای حداقل ۵۰ درصد کارکنان و یا بیشتر، امکان دورکاری فراهم کنند و ۳۱ درصد اساساً امکان دورکاری نداشته‌اند. ۷۰ درصد شرکت‌های برای دور کاری با چالش اختلال زیرساخت‌های اینترنتی بوده‌اند. عمده شرکت‌ها حقوق پرسنل خود را در زمان جنگ بصورت عادی (یا دورکاری) محاسبه و پرداخت کرده‌اند (۶۹٪) و تنها ۱۸ درصد برای پرسنل خود در ایام جنگ مرخصی منظور کرده‌اند.

۲) وضعیت کسب‌وکارها در دوره پساجنگ

وضعیت کلی نشان‌دهنده آن است که هنوز عموم کسب‌وکارها در بازگشت به وضعیت پیش از جنگ با مشکل مواجه‌اند. ۷۴ درصد شرکت‌ها تولیدشان پس از جنگ نسبت به قبل از جنگ، دچار کاهش شده‌است. بازگشت به وضعیت عادی در پساجنگ برای کسب‌وکارهای کوچک دشوارتر است به نحوی که ۶۰ درصد از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همچنان با کاهش ظرفیت تولیدی بیش از ۲۰ درصد نسبت به پیش از شروع جنگ مواجه هستند. در دوره پساجنگ، بخش دارویی و بهداشتی (۶۰ درصد) و فناوری و اطلاعات (۴۲ درصد) توانسته‌اند سریع‌تر به شرایط عادی فروش و رونق بازگردند. در مقابل ۷۰ درصد بخش تولیدی هنوز نتوانسته است به شرایط پیش از جنگ بازگردد. «کمبود نقدینگی و منابع مالی» مهم‌ترین مانع کسب‌وکارها برای احیای پس از جنگ است. ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند با این مسئله مواجه‌اند و ۳۶ درصد کسب‌وکارها، موضوع «ابهام و عدم قطعیت نسبت به تکرار درگیری» را مهم‌ترین مانع برای از سرگیری فعالیت‌های خود می‌دانند.

۳۳ درصد شرکت‌ها اعلام کرده‌اند برای مواجهه با شرایط پساجنگ تعدیل نیروی کار را در دستور کار قرار داده‌اند و ۳۶ درصد شرکت‌ها بدنبال تعطیلی بخشی یا تمامی فعالیت‌های کسب‌وکار خود هستند. ۳۸ درصد کسب‌وکارها نیز، برای حفظ تاب‌آوری، «تقویت ذخایر مالی اضطراری (صندوق اضطراری)» را در برنامه خود قرار داده‌اند.

۳) چشم‌انداز آینده

نتایج نظرسنجی اخیر نشان می‌دهد که چشم‌انداز کسب‌وکارها در سه ماه آینده عمدتاً منفی است و تأثیرات شرایط اقتصادی و بحران‌های جاری به وضوح در عملکرد شرکت‌ها قابل مشاهده است. بیش از نیمی از کسب‌وکارها (۵۵٪) کاهش حجم تولید و فروش و همچنین کاهش نیروی انسانی را پیش‌بینی کرده‌اند؛ این موضوع نمایانگر اثرات کوتاه‌مدت بحران بر عملکرد عملیاتی و مدیریت منابع انسانی است. تنها ۱۴٪ از شرکت‌ها برنامه‌ای برای افزایش نیروی کار دارند، که نشان می‌دهد تمرکز غالب کسب‌وکارها بر مدیریت کاهش منابع انسانی است تا توسعه و رشد.

از منظر مالی، ۵۶٪ از پاسخ‌دهندگان انتظار بدتر شدن شرایط اقتصادی را دارند، ۱۱٪ ثبات شرایط فعلی را پیش‌بینی کرده‌اند و تنها ۱۶٪ نسبت به بهبود وضعیت امیدوار هستند. علاوه بر این، ۱۷٪ از شرکت‌ها به دلیل ابهام و بی‌اطمینانی قادر به ارائه برآورد دقیق نیستند؛ این آمار نشان‌دهنده فضای گسترده نگرانی و بی‌ثباتی در میان فعالان اقتصادی است. بدبینی نسبت به آینده در صنایع ساختمان، نفت، گاز، پتروشیمی و فناوری اطلاعات بیشتر است، در حالی که کسب‌وکارهای بخش کالای مصرفی و کشاورزی نسبت به آینده خود خوش‌بین‌تر هستند.

۴) انتظارات کسب‌وکارها از دولت

موضوع «رفع تنش‌های منطقه‌ای و ایجاد محیط امن»، مهم‌ترین مطالبه‌ای است که کسب‌وکارها از دولت انتظار دارند در اولویت سیاست‌گذاری قرار دهد (۵۱ درصد)؛ «تسهیل و تضمین دسترسی کسب‌وکارها به وام‌های کوتاه مدت و ضروری» و «تامین و تضمین زیرساخت‌های حیاتی (انرژی و حمل‌ونقل)» دیگر موضوعاتی است که بخش زیادی از کسب‌وکارها از دولت انتظار دارند مورد توجه قرار دهد. همچنین «ارائه معافیت یا تخفیف‌های مالیاتی» به عنوان موثرترین اقدام حمایتی دولت برای احیای کسب‌وکارها در دوران پساجنگ شناخته شده‌است. ۹۰ درصد کسب‌وکارها این ابزار حمایتی را موثر می‌دانند. بیش از ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان نیز «ارائه تسهیلات (وام کم‌بهره)» و «تسهیل دسترسی یا تخصیص ارز» را به عنوان اقدامات حمایتی دولت موثر می‌دانند.

سخنی با مخاطبان گزارش

ایران تلنت

همراهان گرامی،

رویداد تلخ جنگ دوازده روزه نه تنها اثرات عمیق و قابل توجهی بر فعالیتهای اقتصادی و معیشت کارکنان هزاران کسب و کار داشته است، بلکه داغ غیرقابل جبرانی بر دل بسیاری از هموطنانمان نشانده است.

ما به خوبی می‌دانیم خسارت‌های ناشی از این رویداد تلخ، محدود به آمار و ارقام نمی‌شود؛ بلکه ریشه در لحظات دشوار، تلاش‌های بی‌وقفه و نگرانی‌هایی دارد که تک تک هموطنانمان در این مدت متحمل شدند.

در یکی از لایه‌های شهر، کارآفرینان و مدیرانی بودند و هستند که جدا از تحمل خسارت‌ها و فشارهای مادی و روانی جنگ، تمام تلاش خود را کردند که امیدوار بمانند تا بتوانند کسب‌وکار و وابستگان آن را زنده نگه دارند. کسری نقدینگی، فضای پرابهام پیش رو و خسارت‌های رخ داده از یک سو، گرفتن تصمیمات سخت و قمار روی آینده نامشخص از سوی دیگر، فشار سنگینی را به کسب‌وکارها و فعالان اقتصادی وارد آورده است، به گونه‌ای که بعد از تجربه ماه‌ها رکود، خارج شدن از فضای انقباضی را دشوار کرده است.

این گزارش روایتی است جمعی از زبان مدیران کسب‌وکارهای بخش خصوصی کشور، که به زبان آماری سعی در به تصویر کشیدن واقعه از نگاه فعالان بخش خصوصی دارد. هدف ما شفاف‌سازی و به اشتراک گذاشتن تجربیات مدیران و راهکارهای آنان برای خروج از این بحران می‌باشد.

گروه ایران تلنت برای رونق کسب‌وکارها و گذر از شرایط ناپایدار فعلی، با تمام توان در مسیر احیا، بازسازی و رشد در کنار شما خواهد بود.

با احترام و با امید

آسیه حاتمی یزد

بنیان‌گذار و مدیرعامل گروه ایران تلنت

اتاق بازرگانی تهران

جنگ دوازده روزه اسرائیل علیه ایران اسلامی، علی‌رغم پیامدهای ناگواری که بر مردم عزیزمان تحمیل کرد، صحنه‌های درخشانی از همبستگی مدنی همه اقشار و گروه‌های اجتماعی را در صیانت از کیان کشور در مقابل متجاوزان نیز به نمایش گذاشت که بر کسی پوشیده نیست و فعالان اقتصادی و کارآفرینان نیز که حامل اصلی جریان زندگی اقتصادی کشور می‌باشند همچون همه آحاد جامعه در این صحنه بزرگ نقش آفرینی کردند تا جریان زندگی در ایام جنگ تداوم یابد. با این وجود، این جنگ در فضای کسب‌وکارهای کشور خساراتی را تحمیل نمود که به دلیل عدم وجود مستندات و داده‌های کافی، کمتر مورد توجه سیاست‌گذار قرار گرفته است.

از این رو اتاق بازرگانی تهران به‌عنوان نماینده بخش خصوصی وظیفه خود می‌داند با ارائه گزارش‌های شواهدمحور، سیاست‌گذار را در اتخاذ تدابیر مناسب و طراحی سیاست‌های کارآمد برای حفظ تاب‌آوری اقتصاد و صیانت از کسب‌وکارها در برابر بحران بوجود آمده یاری رساند. ما متعهدیم از طریق روش‌های علمی و نظام‌مند دیدگاه‌ها و تجربیات فعالان کسب‌وکار را جمع‌آوری، تحلیل و به‌صورت شفاف در عرصه عمومی منتشر کنیم تا مبنای تصمیم‌گیری واقع‌بینانه قرار گیرد.

یافته‌های این تحقیق از فضای کسب‌وکارها در دوره جنگ و پساجنگ، بینش جامع و دقیقی را فراهم می‌نماید که جا دارد در نظام تصمیم‌گیری کشور مورد توجه دقیق قرار گیرد تا در تدوین اولویت‌های سیاستی و طراحی بسته‌های حمایتی، جهت تقویت تاب‌آوری کسب‌وکارها، بکارگرفته شود. همچنین مدیران و فعالان اقتصادی کشور می‌توانند از نتایج این نظرسنجی برای تحلیل موقعیت کسب‌وکار خود در شرایط پساجنگ استفاده نمایند و با اطلاعات کامل‌تری، نسبت به اتخاذ تدابیر راهبردی برای مواجهه با وضع کنونی استفاده نمایند.

بر خود لازم می‌دانیم از همه مدیران و فعالان اقتصادی که در ایام جنگ، در کنار دیگر اقشار جامعه، با همبستگی و ایستادگی از تداوم فعالیت‌ها و دفاع از کشور حمایت کردند صمیمانه قدردانی کنیم. همچنین قدردان تلاش‌های دولتمردان، نیروهای مسلح و دستگاه‌های اجرایی هستیم که برای حفظ جریان اصلی زندگی و استمرار فعالیت‌های اقتصادی در دوره جنگ و پس از آن کوشش نموده‌اند.

با امید به آینده‌ای روشن در فضای دور از جنگ برای همه مردمان صلح‌دوست ایرانی

فریدون وردی‌نژاد

دبیرکل اتاق بازرگانی تهران

• فضای کسب و کارها در زمان جنگ ۱۲ روزه



کاهش تولید و خدمات؛ اولین ضربه جنگ به کسب و کارها

● ۹۰٪ کسب و کارهای در زمان جنگ دچار افت تولید شدند.

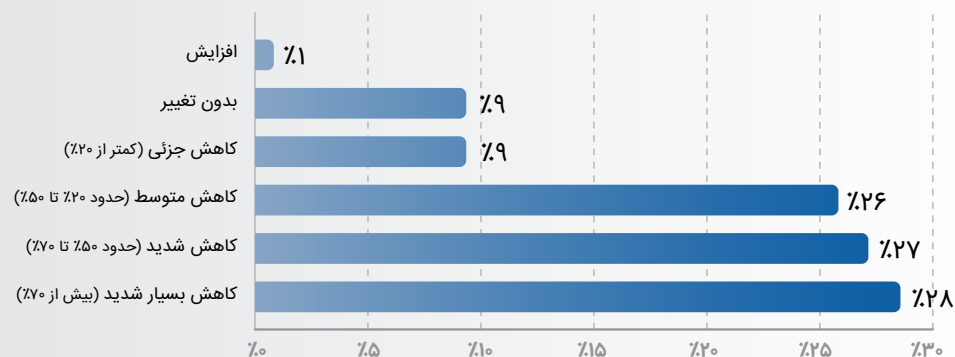
● ۵۵٪ از کسب و کارها اعلام کرده‌اند که حجم تولید و خدمات سازمان‌شان در بازه ۱۲ روز جنگ **بیش از ۵۰ درصد کاهش** یافته است.

● الگوی توزیع پاسخ‌ها نشان‌دهنده‌ی غلبه‌ی تأثیرات منفی شدید جنگ بر بخش خصوصی است. نه تنها کاهش درآمد، بلکه دامنه‌ی این کاهش و سرعت آن می‌تواند تبعاتی مانند تعدیل نیرو، تعطیلی پروژه‌ها و توقف تصمیمگیری‌ها را در پی داشته باشد که در تحلیل‌های بعدی باید به آن پرداخته شده است.

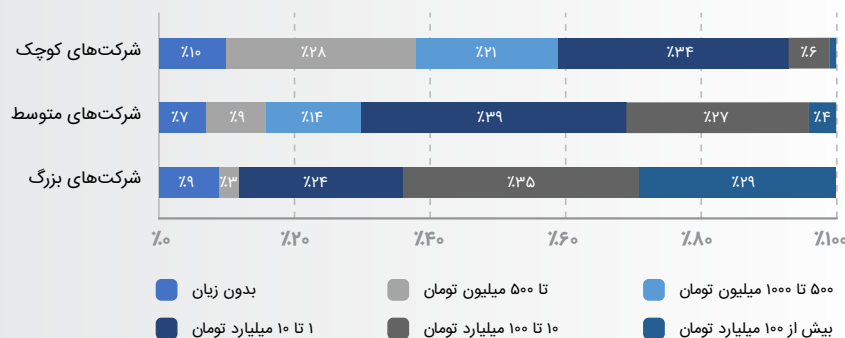
● زیان مستقیم ناشی از هزینه توقف، خسارت فیزیکی و جابجایی در مدت ۱۲ روز جنگ نیز چشم‌گیر بوده است. به طوری که ۴۱٪ از کسب و کارهای کوچک متحمل **بیش از ۱ میلیارد تومان**، ۳۱٪ از کسب و کارهای متوسط متحمل **بیش از ۱۰ میلیارد تومان** و ۲۹٪ از کسب و کارهای بزرگ متحمل **بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان** ضرر شده‌اند.

● داده‌های این نمودار به روشنی گواه آن هستند که جنگ، حتی در بازه‌های کوتاه‌مدت، می‌تواند منجر به اختلال جدی در جریان درآمدی شرکت‌ها شود. چنین نوسانی نه تنها برای سیاست‌گذاران، بلکه برای سرمایه‌گذاران و مدیران نیز زنگ هشدار برای بازنگری در برنامه‌های تاب‌آوری مالی و تنوع‌بخشی به منابع درآمدی تلقی می‌شود.

● تغییر در حجم تولید و خدمات در زمان جنگ



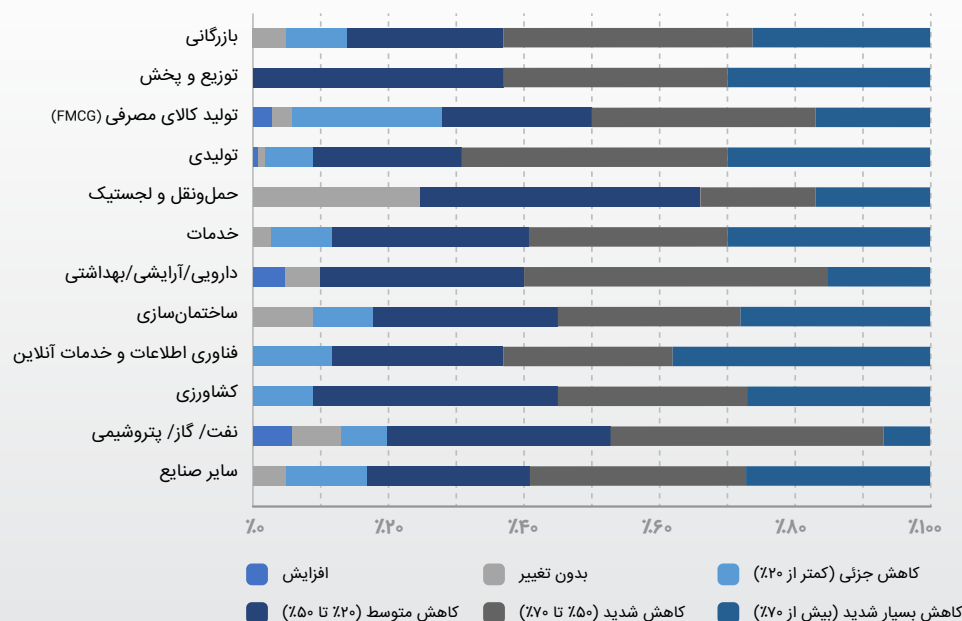
● زیان مستقیم ۱۲ روزه جنگ



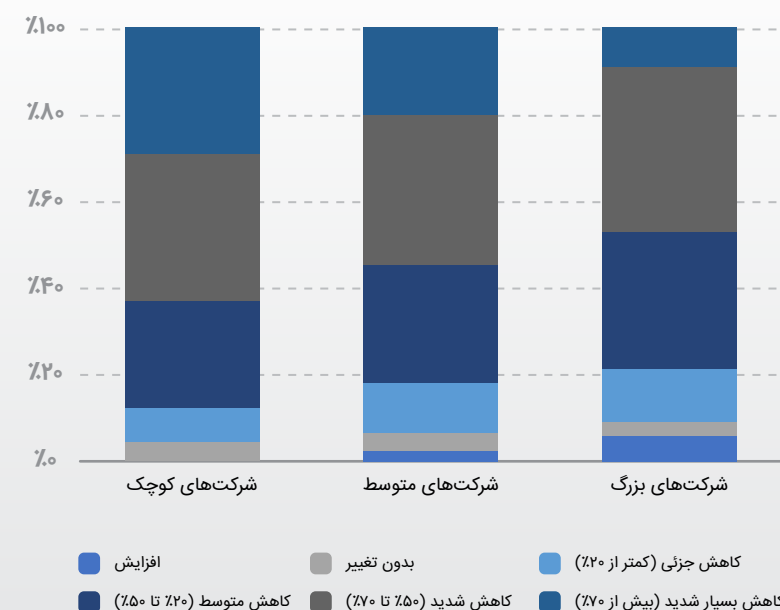


فشار مالی جنگ بر دوش شرکت‌ها؛ از درآمدهای ازدست‌رفته تا بقاء

● تغییرات گردش مالی ماهانه کسب‌وکارها در دوره جنگ به تفکیک صنعت



● تغییرات گردش مالی ماهانه کسب‌وکارها در دوره جنگ به تفکیک تعداد کارکنان



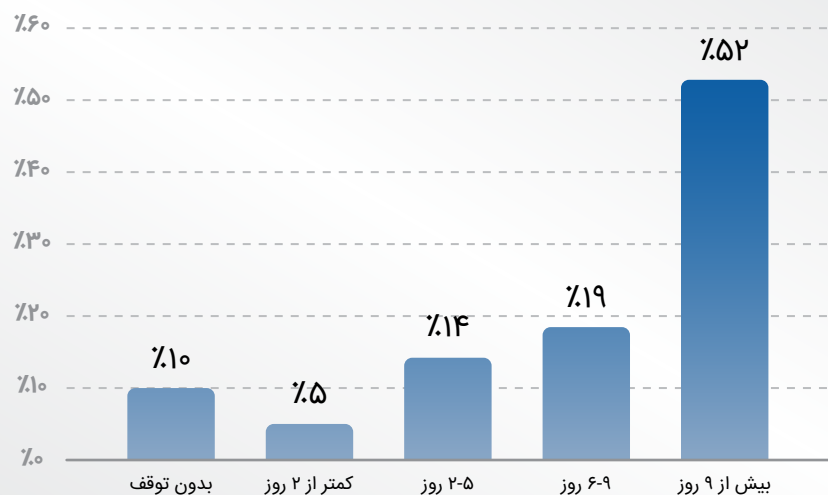
● تأثیر جنگ بر فعالیت‌های مختلف متفاوت بوده است اگرچه بطور کلی تمامی بخش‌ها به جز بخش حمل‌ونقل، حداقل **۵۰ درصد کاهش نقدینگی** در زمان جنگ را تجربه کرده‌اند؛ اما بخش تولیدی (صنعتی) و بخش فناوری اطلاعات به ترتیب به میزان **۶۹٪ و ۶۳٪ بیش از ۵۰ درصد کاهش نقدینگی** در زمان جنگ داشته‌اند. بخش حمل‌ونقل کمترین تأثیر منفی را دریافت کرده است به نحوی که ۲۵ درصد هیچ تغییری در درآمدها نداشته‌اند.

● در دوره جنگ، شدت کاهش گردش مالی کسب‌وکارها متناسب با اندازه آن‌ها متفاوت بوده است. داده‌ها نشان می‌دهد شرکت‌های کوچک آسیب‌پذیرترین گروه بوده‌اند؛ به‌گونه‌ای که حدود **۶۳٪** آن‌ها با **افت نقدینگی بیش از ۵۰ درصد** مواجه شده‌اند. این رقم برای شرکت‌های بزرگ **۴۷٪** بوده که هرچند پایین‌تر است، اما همچنان سهم قابل‌توجهی محسوب می‌شود. در مقابل، شرکت‌های بزرگ و متوسط توان بیشتری در تاب‌آوری داشته‌اند. این روند نشان می‌دهد که بحران جنگ اگرچه بر تمامی بنگاه‌ها اثر گذاشته، اما فشار آن بر شرکت‌های کوچک شدیدتر و مستقیم‌تر بوده است؛ مسأله‌ای که می‌تواند پیامدهای مهمی بر بقاء و اشتغال بیش از **۸۰٪** بنگاه‌های خصوصی کشور داشته باشد.



نیمی از کسب‌وکارها ایستادند؛ توقف فعالیت در بحران جنگ

● توقف فعالیت کسب‌وکارها در زمان جنگ



● جنگ تأثیر مستقیم و فلج‌کننده‌ای بر روند تولید بنگاه‌ها داشته است. آمارها نشان می‌دهد **۹۰٪ کسب‌وکارها در این دوره ناچار به توقف تولید شدند؛** رقمی که عمق گستردگی بحران را آشکار می‌کند. از میان آن‌ها، بیش از نیمی از شرکت‌ها (۵۲ درصد) تقریباً در کل دوازده روز جنگ، یعنی برای بیش از ۹ روز، فعالیت تولیدی خود را به طور کامل متوقف کرده‌اند.

این ارقام نشان می‌دهد که جنگ نه تنها موجب اختلال مقطعی، بلکه باعث فلج شدن چرخه تولید در اکثر بنگاه‌ها شده و پیامدهای آن فراتر از یک وقفه کوتاه‌مدت، به کاهش توان عملیاتی و آسیب‌پذیری بلندمدت کسب‌وکارها منجر شده است.

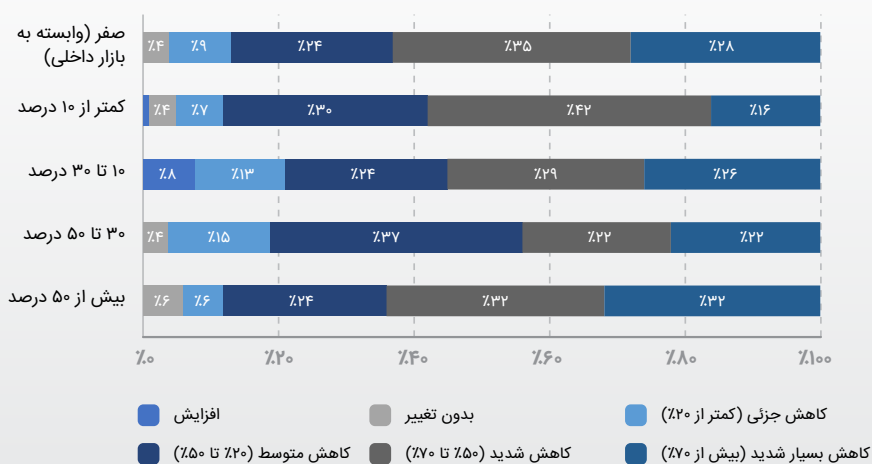


وقتی صادرات نمی‌تواند پناهگاه باشد؛ شوک جنگ به ارزآوری شرکت‌ها

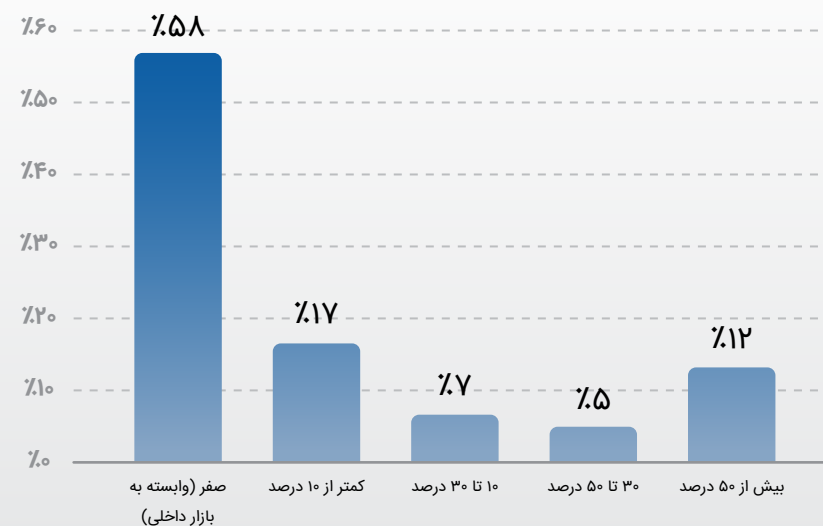
● بر اساس نتایج نظرسنجی، ۴۲٪ از کسب‌وکارها بخشی از درآمد خود را از محل صادرات کالا و خدمات تأمین می‌کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد در جریان جنگ، تفاوت معناداری میان میزان آسیب‌پذیری گردش مالی شرکت‌های صادرات‌محور و شرکت‌هایی که کاملاً وابسته به بازار داخلی هستند وجود نداشته است. هر دو گروه تقریباً با شدت مشابهی از نظر کاهش نقدینگی و اختلال در جریان درآمد مواجه شده‌اند.

این واقعیت بیانگر آن است که اثرات جنگ محدود به بازار داخلی یا خارجی نبوده و کل نظام اقتصادی به‌طور یکپارچه تحت فشار قرار گرفته است؛ به نحوی که حتی تنوع بازار نیز نتوانسته در برابر شوک‌های ناشی از جنگ نقشی حفاظتی ایفا کند.

● شدت تأثیر دوران جنگ بر گردش مالی ماهانه به تفکیک میزان سهم درآمد ارزی در سبد بازار کسب‌وکار



● سهم درآمدهای ارزی در سبد بازار کسب‌وکارها





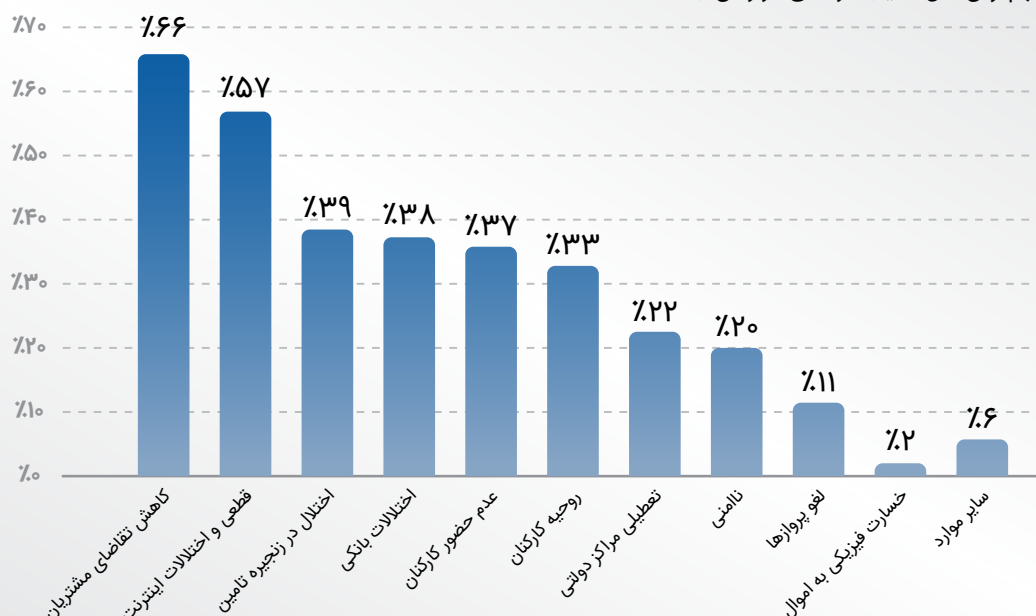
مهم‌ترین دلایل افت درآمد در جنگ از نگاه مدیران کسب‌وکارها

● بررسی پاسخ‌های مدیران کسب‌وکار نشان می‌دهد که **کاهش تقاضای مشتریان با بیشترین فراوانی (۶۶٪)، مهم‌ترین عامل کاهش درآمد در روزهای ابتدایی جنگ بوده است**. این موضوع، بر تأثیر سریع و مستقیم نااطمینانی‌های اقتصادی و روانی جامعه بر رفتار خرید و مصرف تأکید دارد و نشان می‌دهد که در شرایط بحرانی، افت سمت تقاضا می‌تواند بیش از هر عامل دیگری جریان درآمدی سازمان‌ها را مختل کند.

● در رده‌های بعدی، **اختلال در زیرساخت اینترنت و به دنبال آن اختلال در زنجیره تأمین، عملیات بانکی، عدم حضور کارکنان و روحیه کارکنان**، از جمله مهم‌ترین موانعی بوده‌اند که کسب‌وکارها در حفظ تداوم عملیات خود با آن‌ها مواجه شده‌اند. این عوامل، بر شکنندگی زیرساخت‌های دیجیتال، لجستیکی، مالی و منابع انسانی در زمان بحران‌ها دلالت دارند و نشان می‌دهند که تاب‌آوری در این حوزه‌ها، نقش کلیدی در کاهش آسیب‌های درآمدی ایفا می‌کند.

● در مقابل، عواملی نظیر ناامنی، تعطیلی مراکز دولتی، لغو پروازها و خسارات فیزیکی به اموال، با وجود آن‌که توسط درصد بالایی از پاسخ‌دهندگان تجربه شده‌اند، اما از نظر فراوانی به‌عنوان «مهم‌ترین علل کاهش درآمد» در رتبه‌های پایین‌تر قرار گرفته‌اند.

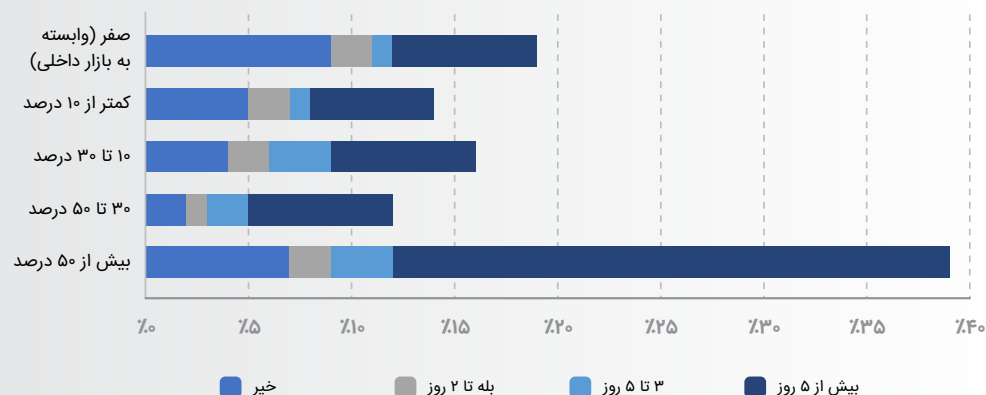
● مهم‌ترین علل آسیب درآمدی در زمان جنگ





آسیب‌پذیری زنجیره‌های تأمین در برابر بحران جنگ

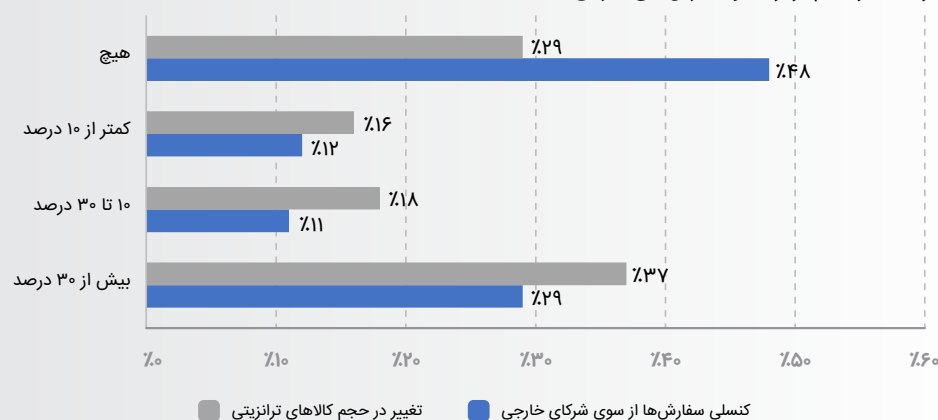
● تأخیر در تحویل مواد اولیه به تفکیک سهم زنجیره تأمین خارجی در مواد اولیه



● تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد زنجیره تأمین یکی از بخش‌هایی بوده که به شدت از جنگ آسیب دیده است. شرکت‌هایی که وابستگی بیشتری به واردات داشته‌اند، بیشترین فشار را تجربه کرده‌اند؛ به گونه‌ای که **۸۲٪ از بنگاه‌هایی که بیش از نیمی از مواد اولیه خود را از خارج تأمین می‌کردند، با اختلال جدی در تأمین مواجه شده‌اند.**

● با این حال، آسیب‌ها محدود به واردکنندگان نبوده است؛ چرا که **۵۲٪ از شرکت‌هایی که مواد اولیه خود را از منابع داخلی تأمین می‌کردند نیز دچار اختلال در دسترسی و تأمین شده‌اند.** این موضوع نشان می‌دهد اثرات جنگ، حتی زنجیره‌های درون‌مرزی را نیز تحت فشار قرار داده است.

● تأثیر جنگ بر حجم ترانزیت و سفارش‌های خارجی



● در کنار این موارد، بنگاه‌هایی که درگیر مبادلات خارجی بوده‌اند، **۵۲٪ لغو سفارش و ۷۱٪ تغییر در حجم کالای ترانزیتی** را گزارش کرده‌اند. این ارقام گویای آن است که جنگ نه تنها زنجیره‌های بین‌المللی بلکه شبکه‌های داخلی تأمین را نیز مختل کرده و عملاً تداوم تولید و عملیات را برای اکثریت کسب‌وکارها با چالش‌های جدی مواجه ساخته است.



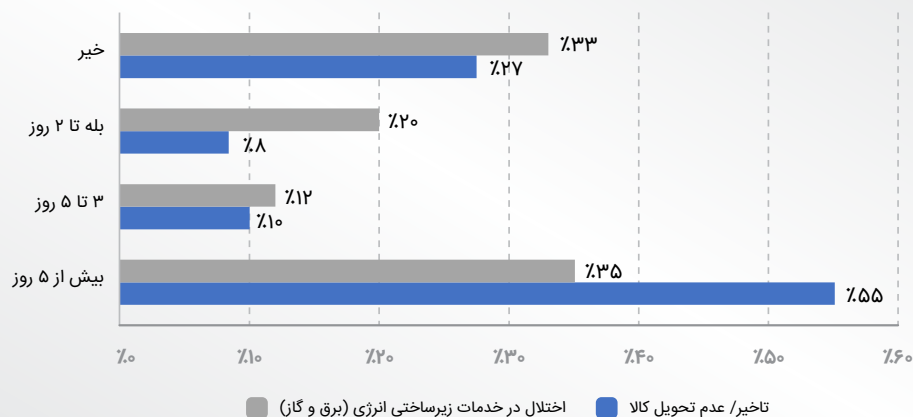
وقتی زیرساخت ناپایدار است، کسب‌وکار متوقف می‌شود.

● در طول جنگ ۱۲ روزه، بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۶۷٪ شرکت‌ها با اختلال در دریافت خدمات زیرساختی نظیر برق و گاز مواجه شده‌اند و ۷۳٪ کسب‌وکارها در تحویل کالا با تأخیر یا عدم تحویل روبه‌رو بوده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که نزدیک به ۷۰٪ کسب‌وکارها در تأمین نهادهای اصلی تولید، از جمله مواد اولیه و انرژی، با چالش مواجه بوده‌اند.

● با این حال، لازم است به این نکته توجه شود که همبستگی زمانی بین وقوع اختلال در خدمات زیرساختی انرژی و دوره جنگ لزوماً به معنای رابطه علت و معلولی مستقیم نیست. برخی از اختلالات ممکن است پیش از جنگ نیز وجود داشته یا تحت تأثیر عوامل دیگر رخ داده باشند و صرفاً در این بازه زمانی شدت یافته‌اند. بنابراین، داده‌ها بیشتر بیانگر همزمانی رخدادها و تشدید احتمالی اثرات جنگ بر زنجیره تأمین و خدمات زیرساختی هستند تا تأیید مستقیم تأثیر جنگ بر همه اختلالات گزارش‌شده.

● برای اطمینان از ارتباط واقعی این اختلالات با جنگ، ضروری است که این موضوع در بازه زمانی دیگری نیز مورد تحقیق قرار گیرد و داده‌ها در شرایط مشابه غیرجنگی نیز بررسی شود تا تمایز بین اثرات جنگ و عوامل غیرمرتبط روشن گردد.

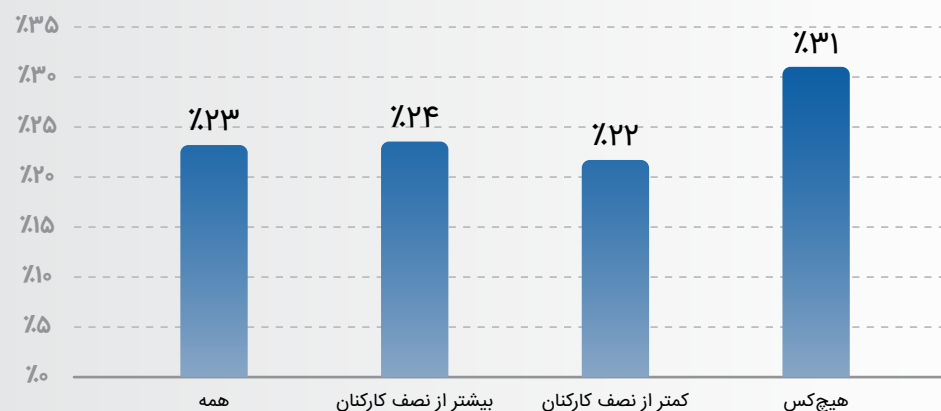
● وضعیت دسترسی به خدمات زیرساختی انرژی و تحویل کالا





بررسی رویکردهای محاسبه کارکرد پرسنل در شرایط جنگی

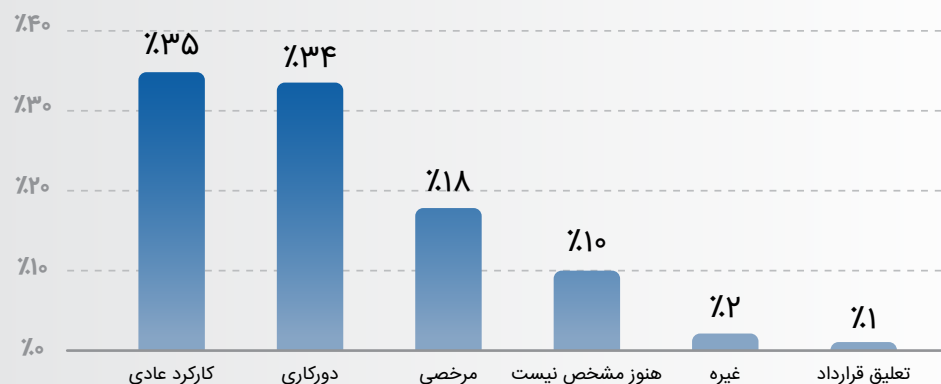
● امکان دورکاری در شرایط جنگ



● تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که جنگ ۱۲ روزه فشار قابل توجهی بر مدیریت نیروی انسانی کسب‌وکارها وارد کرده است. تقریباً ۳۱٪ از کسب‌وکارها در این دوره امکان دورکاری برای هیچ یک از کارکنان خود را نداشته‌اند، که اغلب در شرکت‌های با فعالیتهای عملیاتی یا تولیدی محسوس بوده است.

● یکی از چالش‌های اصلی مدیران، تعیین نحوه محاسبه کارکرد کارکنانی بود که در زمان جنگ قادر به حضور در محل کار نبودند. نتایج نظرسنجی حاکی از آن است که واکنش کسب‌وکارها متفاوت بوده است: ۱۸٪ روزهای غیبت را مرخصی در نظر گرفته‌اند، ۳۵٪ آن را به عنوان کارکرد عادی محاسبه کرده‌اند و ۳۴٪ از دورکاری به جای حضور فیزیکی استفاده کرده‌اند. نکته قابل توجه این است که ۱۰٪ از کسب‌وکارها تا زمان جمع‌آوری اطلاعات هنوز تصمیمی قطعی در این زمینه اتخاذ نکرده بودند.

● نحوه محاسبه کارکرد کارکنانی که زمان جنگ در محل حضور نداشته‌اند



● این پراکندگی در تصمیم‌گیری‌ها نشان‌دهنده نبود سیاست‌های استاندارد برای مواجهه با شرایط اضطراری است و می‌تواند پیامدهایی مستقیم بر بهره‌وری، شفافیت محاسبات حقوق و دستمزد و رضایت کارکنان داشته باشد. داده‌ها همچنین بر اهمیت آمادگی سازمان‌ها برای بحران‌ها و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دورکاری و سیاست‌های مدیریت بحران تأکید می‌کند.

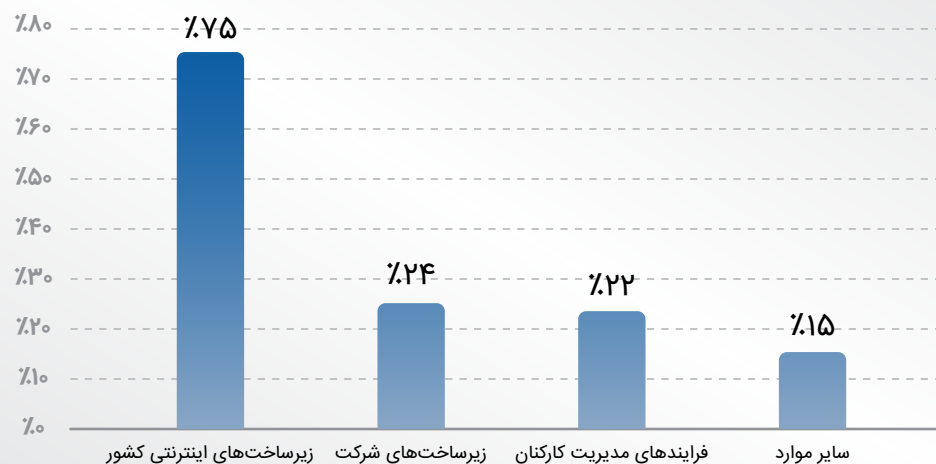


زیرساخت، ابزار، مدیریت؛ سه ضلع ناکارآمدی دورکاری در جنگ

● تحلیل نمودار نشان می‌دهد که در میان شرکت‌هایی که امکان دورکاری داشته‌اند، **بزرگ‌ترین مانع برای ادامه فعالیت‌ها در دوران جنگ، زیرساخت‌های اینترنتی کشور بوده است؛ بیش از ۷۰٪ شرکت‌ها با مشکلات جدی در این حوزه مواجه بوده‌اند.** این آمار بر اهمیت دسترسی پایدار و با کیفیت به اینترنت به عنوان یکی از پیش‌نیازهای حیاتی دورکاری و استمرار عملیات سازمانی در شرایط بحرانی تأکید می‌کند.

● پس از آن، **زیرساخت‌های داخلی شرکت و فرآیندهای مدیریت کارکنان** در رتبه‌های بعدی قرار دارند و هر دو سهم قابل توجهی از چالش‌ها را تشکیل می‌دهند. این نتایج نشان می‌دهد که نبود ابزارها، زیرساخت‌ها و فرآیندهای مناسب نه تنها محدودیت‌های عملیاتی ایجاد می‌کند، بلکه تاب‌آوری سازمان‌ها در مواجهه با بحران‌ها را نیز کاهش می‌دهد. این امر ضرورت سرمایه‌گذاری در فناوری و بازنگری فرآیندهای مدیریت نیروی انسانی برای افزایش آمادگی سازمان‌ها در شرایط اضطراری را برجسته می‌کند.

● چالش‌های دورکاری



• وضعیت کسب و کارها پس از توقف آتش



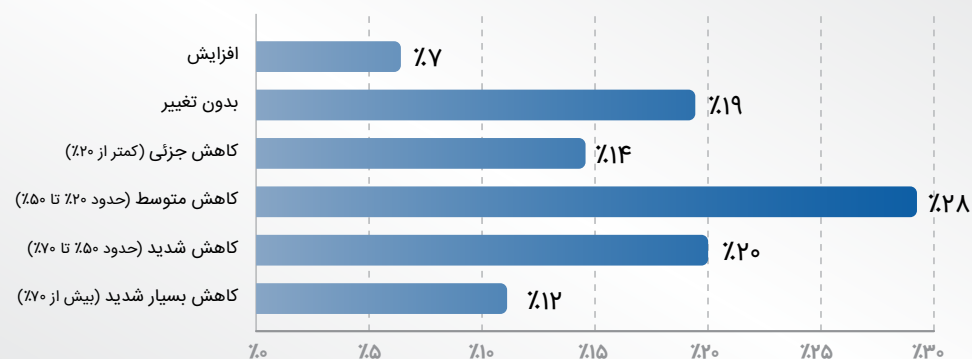
ارزیابی تغییرات عملیاتی بنگاه‌ها پس از توقف آتش نسبت به پیش از جنگ

● نتایج به دست آمده از نظرسنجی نشان می‌دهد که علی‌رغم پایان درگیری‌ها و بازگشت نسبی به شرایط عادی، **بخش عمده‌ای از کسب‌وکارها همچنان با کاهش ظرفیت تولید و خدمات نسبت به دوران پیش از جنگ مواجه‌اند.** در مجموع، ۷۴٪ پاسخ‌دهندگان گزارش داده‌اند که ظرفیت تولیدی آنها بعد از توقف آتش نیز نسبت به قبل از جنگ کاهش یافته است.

● **بیشترین فراوانی مربوط به کاهش بین ۲۰ تا ۵۰ درصد ظرفیت است (۲۸٪).** که نشان‌دهنده یک افت محسوس در وضعیت کسب‌وکارهاست. پس از آن، کاهش‌های شدیدتر یعنی بین ۵۰ تا ۷۰ درصد (۲۰٪) و ۱۲٪ از مشارکت کنندگان با افت بیش از ۷۰٪ ظرفیت پس از توقف آتش نسبت به پیش از شروع جنگ مواجه هستند. این آمار نشان می‌دهد که اثرات جنگ برای بسیاری از شرکت‌ها به سادگی با پایان درگیری‌ها جبران نشده است.

● در مقابل، تنها ۲۴٪ از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که پس از توقف آتش تاثیر منفی‌ای نسبت به پیش از شروع جنگ بر درآمد کسب‌وکارشان احساس نکرده‌اند. این موضوع بیانگر آن است که بازگشت به سطح درآمد پیش از جنگ برای اکثریت کسب‌وکارها زمان‌بر بوده و تاب‌آوری درآمدی در مواجهه با بحران، در سطح پایینی قرار دارد.

● تغییر در حجم تولید- خدمات پس از توقف آتش نسبت به پیش از شروع جنگ



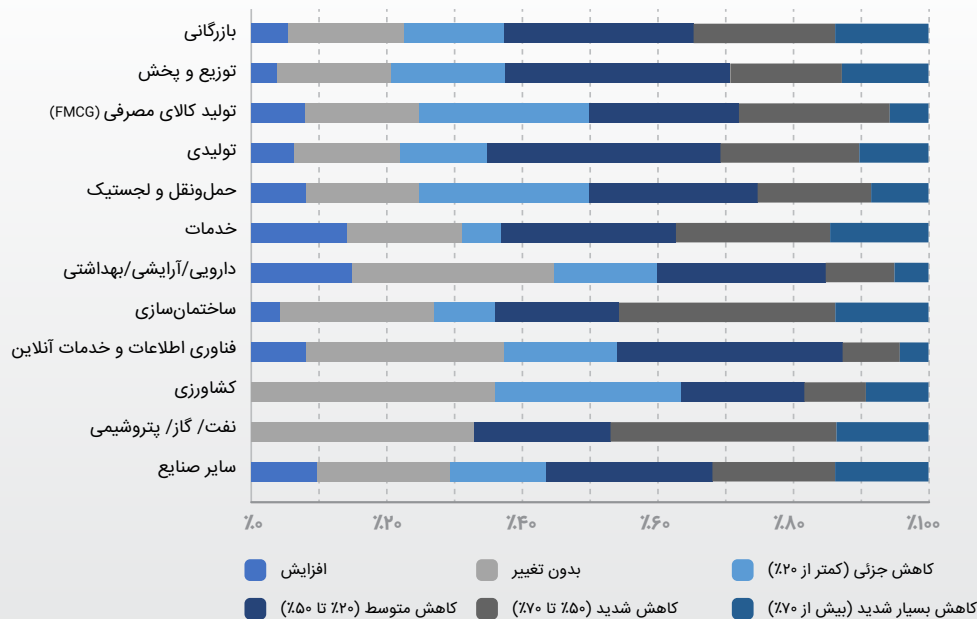
سنجش ظرفیت تولید و خدمت‌رسانی پس از توقف آتش در صنایع مختلف



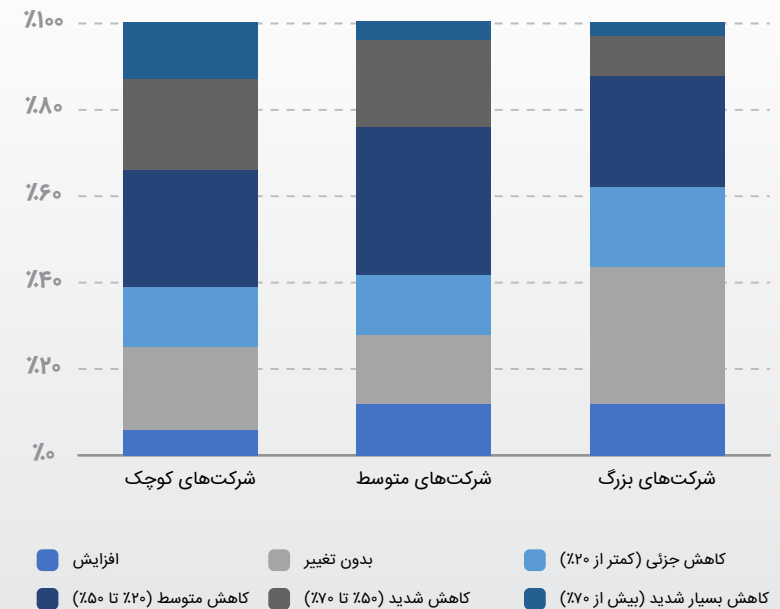
● بررسی نتایج نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای بزرگ در فاصله کوتاهی پس از توقف آتش، با سرعت بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها به سطح درآمدی پیش از جنگ بازگشته‌اند. این در حالی است که حدوداً ۶۰٪ از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همچنان با کاهش ظرفیت تولیدی بیش از ۲۰٪ نسبت به پیش از شروع جنگ مواجه هستند.

● از منظر صنعتی نیز الگوی بازگشت به درآمد پیش از جنگ، یکدست نیست. داده‌ها نشان می‌دهند در دوره پس از توقف آتش، بخش دارویی و بهداشتی (۶۰٪) و فناوری اطلاعات و خدمات اینترنتی (۴۲٪) توانسته‌اند سریع‌تر به شرایط عادی فروش و رونق بازگردند. در مقابل ۷۰٪ بخش تولیدی هنوز نتوانسته است به شرایط پیش از جنگ بازگردد.

● تغییر در حجم تولید - خدمات پس از توقف آتش



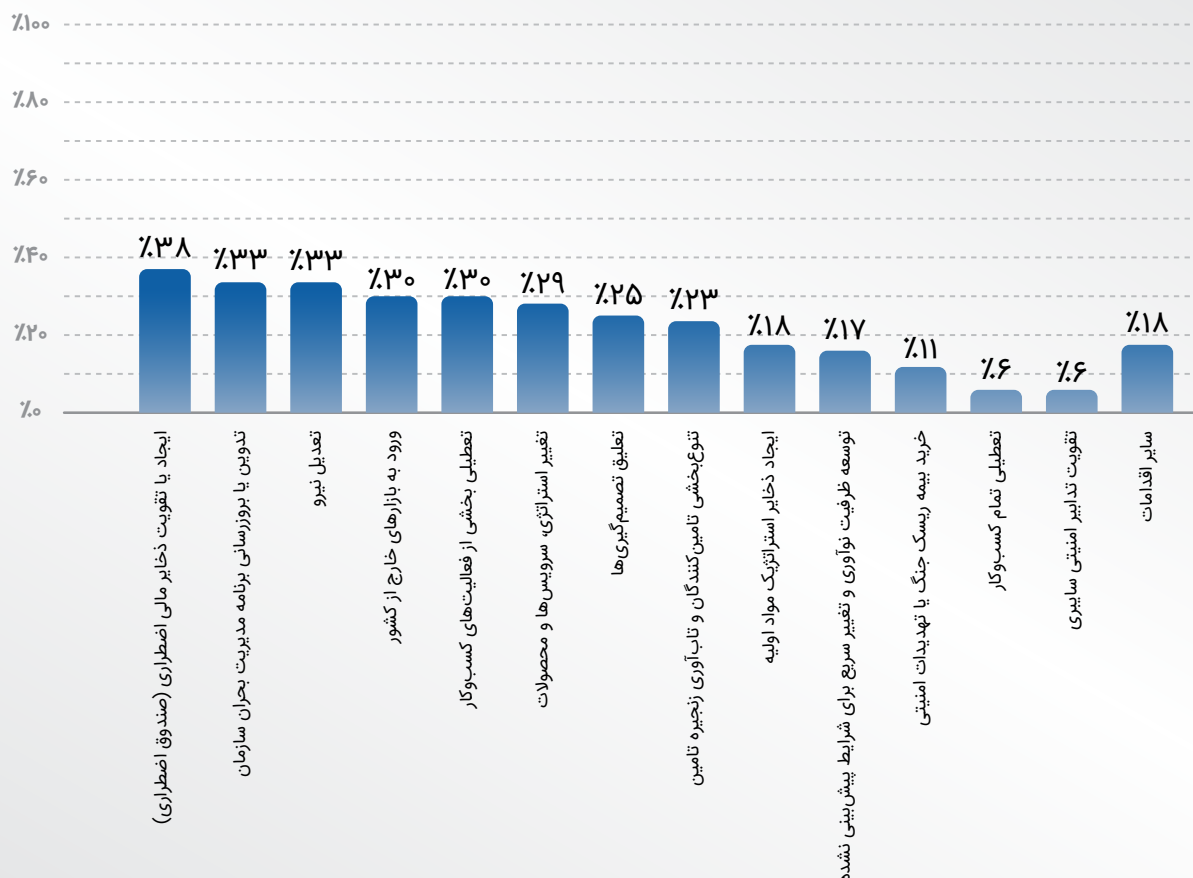
● تغییر در ظرفیت تولید پس از توقف آتش نسبت به پیش از شروع جنگ





روایت تاکتیکی بنگاه‌ها از بقاء؛ اقدامات اجرایی پس از جنگ

● اقدامات اجرایی کسب‌وکارها



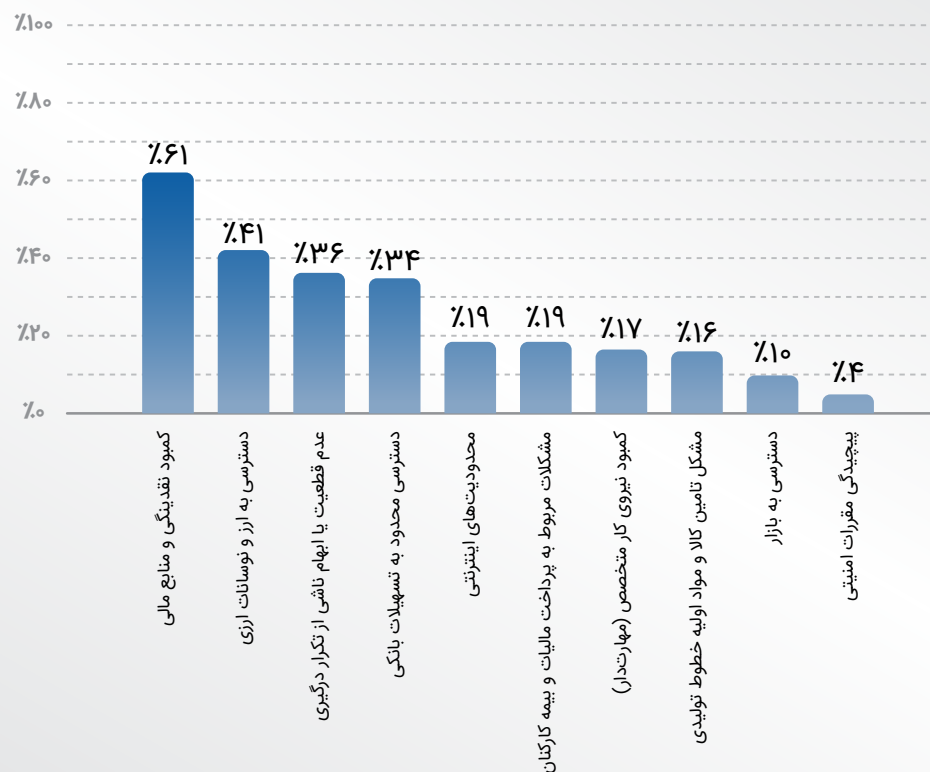
● از مشارکت‌کنندگان نظرسنجی پرسیده شد که چه اقداماتی را در اولویت تقویت تاب‌آوری بنگاه خود پس از پایان جنگ قرار می‌دهند. پاسخ‌ها نشان می‌دهد که کسب‌وکارها به‌صورت فعال به دنبال جنگ ۱۲ روزه، برای افزایش تاب‌آوری خود چهار دسته اقدام را در اولویت قرار داده‌اند:

- **تمرکز بر پایداری مالی و مدیریت بحران:** بیشترین فراوانی به اقداماتی چون ایجاد صندوق اضطراری (۳۸٪)، تدوین برنامه مدیریت بحران (۳۳٪) و تعدیل نیرو (۳۳٪) اختصاص دارد. این نشان‌دهنده تلاش بنگاه‌ها برای مقابله با شوک‌های مالی و حفظ ثبات عملیاتی است.
- **تغییرات ساختاری و استراتژیک:** کسب‌وکارها با اقداماتی مانند ورود به بازارهای خارجی (۳۰٪)، تعطیلی بخشی از فعالیت‌ها (۳۰٪) و تغییر در استراتژی یا محصولات (۲۹٪)، به دنبال کاهش ریسک و افزایش انعطاف‌پذیری مدل کسب‌وکار خود هستند.
- **مقاوم‌سازی زنجیره تامین و مدیریت ریسک:** با اینکه در اولویت پایین‌تری قرار دارند، اقداماتی مانند تنوع‌بخشی به تامین‌کنندگان (۲۳٪) و ایجاد ذخایر مواد اولیه (۱۸٪) حاکی از درک اهمیت پایداری عملیاتی و نوآوری در شرایط پیش‌بینی‌نشده است.
- **اقدامات با فراوانی کمتر:** خرید بیمه ریسک جنگ (۱۱٪) و تقویت امنیت سایبری (۶٪) کمتر مورد توجه بوده‌اند. همچنین، تنها ۶٪ تعطیلی کامل کسب‌وکار را در نظر گرفته‌اند که نشان‌دهنده تمایل بیشتر به ماندگاری و مقابله فعالانه با بحران است.



چالش‌های بازگشت کسب‌وکارها به شرایط عادی پس از بحران جنگی

● چالش‌های اصلی کسب‌وکارها برای احیای فعالیت‌ها



● پس از پایان جنگ، کمیود نقدینگی و منابع مالی به عنوان

اصلی‌ترین مانع برای احیای فعالیت‌های کسب‌وکارها مطرح بوده است؛ حدود ۶۰٪ پاسخ‌دهندگان با این چالش مواجه بوده‌اند. این وضعیت نشان‌دهنده اهمیت مدیریت مالی و تأمین منابع پایدار برای افزایش تاب‌آوری سازمان‌ها در شرایط بحران است.

دسترسی به ارز با ۴۰٪، دومین دغدغه بنگاه‌ها برای بازگشت به شرایط عادی محسوب می‌شود و حساسیت فعالیت‌های اقتصادی به نوسانات و محدودیت‌های بازار ارز را برجسته می‌کند. همچنین، **ابهام و عدم قطعیت نسبت به تکرار درگیری‌ها با ۳۶٪**، سومین مانع برای از سرگیری فعالیت‌ها است که ضرورت برنامه‌ریزی استراتژیک و برقراری صلح و آرامش در منطقه را نشان می‌دهد.

این یافته‌ها تأکید می‌کنند که بازسازی کسب‌وکارها پس از بحران نیازمند ترکیبی از مدیریت مالی هوشمند، دسترسی به منابع حیاتی و برنامه‌ریزی برای مواجهه با عدم قطعیت‌های آینده است.

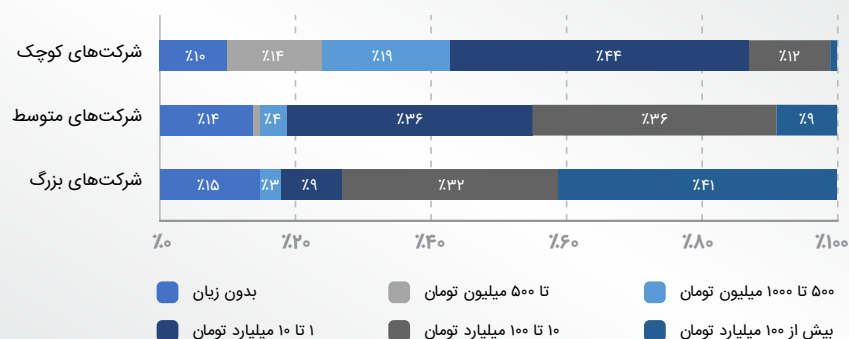


نیاز اضطراری تامین مالی جهت جبران خسارت جنگ

● شدت نیاز به تأمین مالی برای جبران خسارت‌های ناشی از جنگ با توجه به اندازه بنگاه‌ها متفاوت است. در **شرکت‌های کوچک، ۴۴٪** از پاسخ‌دهندگان اعلام کرده‌اند که نیاز اضطراری آن‌ها برای جبران خسارت **بین ۱ تا ۱۰ میلیارد تومان** است. در **شرکت‌های متوسط، ۳۶٪** به تأمین مالی **بین ۱۰ تا ۱۰۰ میلیارد تومان** نیاز دارند، در حالی که در **شرکت‌های بزرگ، ۴۱٪** بیش از **۱۰۰ میلیارد تومان** برای جبران خسارت جنگ اعلام کرده‌اند.

این داده‌ها نشان می‌دهد که با افزایش مقیاس بنگاه، میزان منابع مالی مورد نیاز برای بازسازی فعالیت‌ها به طور قابل توجهی افزایش می‌یابد و ضرورت برنامه‌ریزی مالی متناسب با اندازه و ظرفیت سازمان‌ها را برجسته می‌کند. چنین تصویری همچنین اهمیت دسترسی سریع و هدفمند به منابع مالی برای پایداری و تاب‌آوری کسب‌وکارها پس از بحران را نشان می‌دهد.

● نیاز اضطراری کسب‌وکارها برای جبران خسارت جنگ و احیای فعالیت‌ها



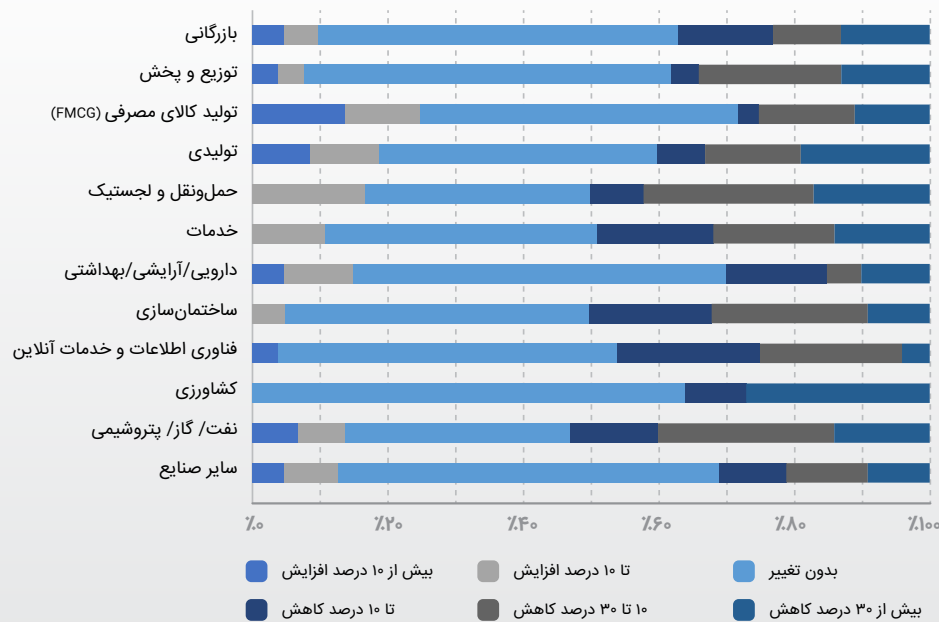
• چشم‌انداز آینده



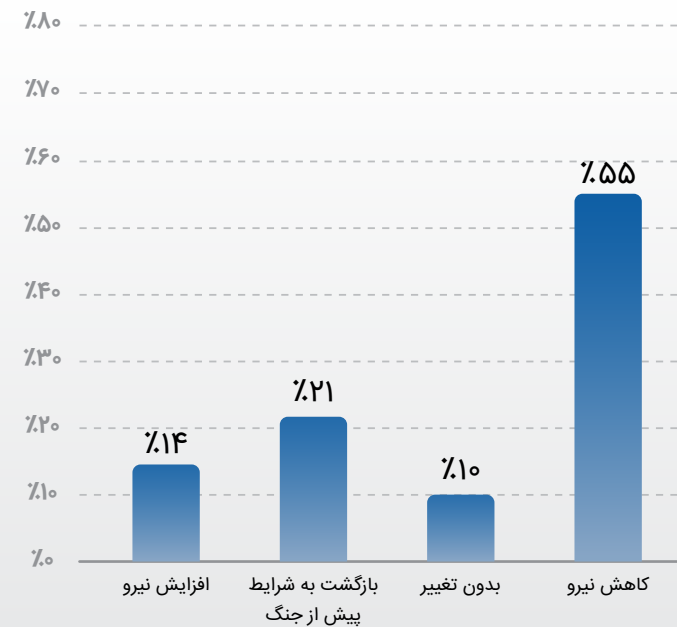
چشم‌انداز تعدیل یا توسعه منابع انسانی در سه ماه آینده

● **بیش از نیمی از کسب‌وکارها (۵۵٪) اعلام کرده‌اند که در سه ماه آینده اقدام به تعدیل نیرو خواهند نمود**، که نشان‌دهنده اثرات کوتاه‌مدت بحران بر نیروی انسانی است. با این حال، صنایع مصرفی و دارویی، آرایشی و بهداشتی نسبت به سایر بخش‌ها چشم‌انداز تعدیل کمتری دارند؛ تنها ۳۰٪ از شرکت‌های فعال در این صنایع برنامه‌ای برای کاهش نیرو در سه ماه آینده اعلام کرده‌اند. در مقابل، بخش‌های ساختمان و نفت و گاز بیشترین نرخ تعدیل را پیش‌بینی می‌کنند، به طوری که ۵۰٪ از کسب‌وکارهای فعال در این صنایع قصد کاهش نیروی کار خود را دارند. نکته قابل توجه این است که تنها ۱۴٪ از شرکت‌ها برنامه‌ای برای افزایش تعداد کارکنان در سه ماه آینده دارند، که نشان می‌دهد شرایط فعلی بیشتر به مدیریت کاهش منابع انسانی متمرکز است تا توسعه و رشد.

● چشم‌انداز تغییر حجم نیروی انسانی در ۳ ماه آینده



● چشم‌انداز تغییر تعداد کارکنان در ۳ ماه آینده

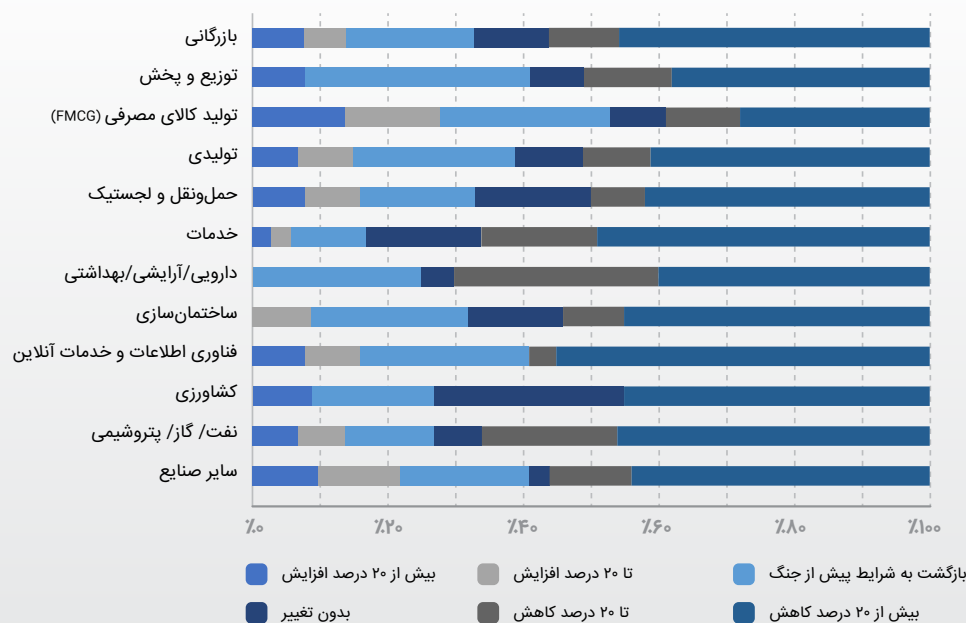




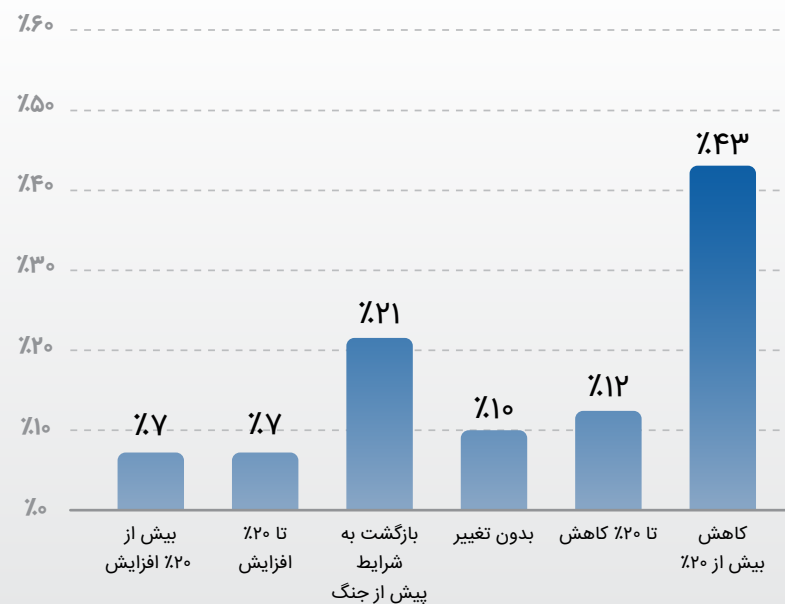
پیش‌بینی تغییرات تولید و فروش بنگاه‌ها در سه ماه آینده

● بیش از نیمی از کسب‌وکارها (۵۵٪) پیش‌بینی کاهش حجم تولید و فروش در سه ماه آینده را دارند، که نشان‌دهنده تأثیر ملموس شرایط فعلی بر عملکرد اقتصادی شرکت‌ها است. به طور کلی، این روند در صنایع مختلف نسبتاً یکسان بوده و تفاوت چشمگیری میان بخش‌ها مشاهده نمی‌شود، که بیانگر گستردگی اثر بحران بر کل اقتصاد و نه تنها صنایعی خاص می‌باشد.

● چشم‌انداز حجم تولید و فروش در ۳ ماه آینده به تفکیک صنعت



● چشم‌انداز حجم تولید/فروش در سه ماه آینده



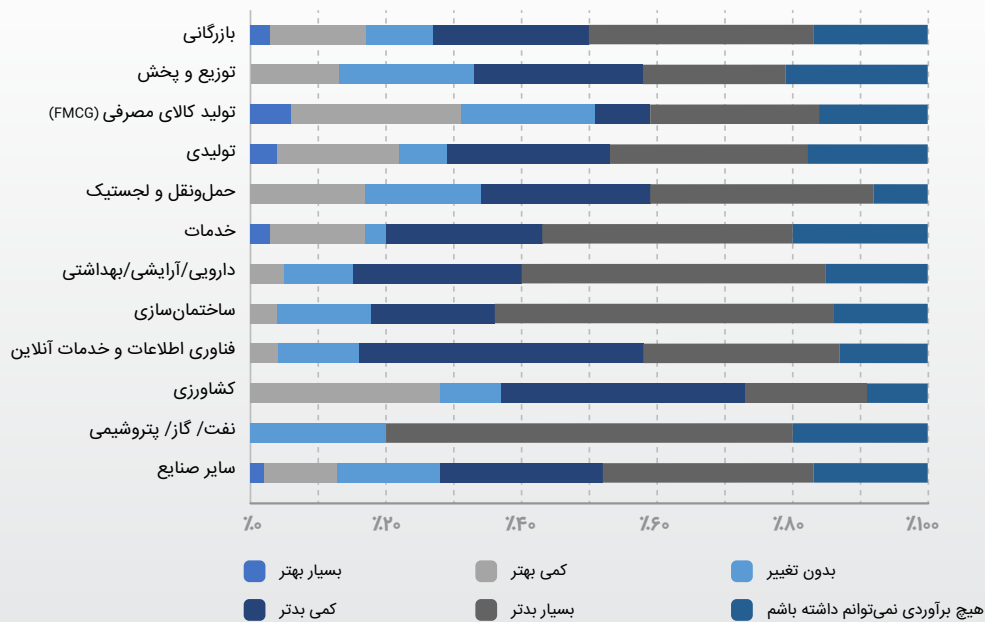


پیش‌بینی وضعیت مالی کسب‌وکارها در سه ماه آینده

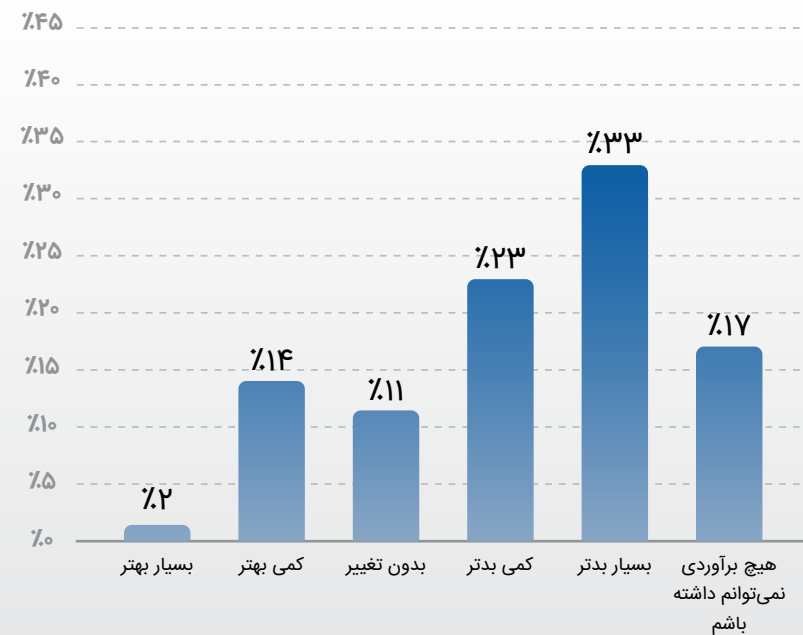
● نتایج کلی نشان می‌دهد که چشم‌انداز وضعیت مالی - اقتصادی کسب‌وکارها در سه ماه آینده عمدتاً منفی است. در مجموع، ۵۶٪ از پاسخ‌دهندگان انتظار بدتر شدن شرایط (۲۳٪ کمی بدتر، ۳۳٪ بسیار بدتر)، ۱۱٪ انتظار ثبات شرایط فعلی و ۱۶٪ به بهبود وضعیت امیدوارند. همچنین، ۱۷٪ از کسب‌وکارها در شرایطی از ابهام و بی‌اطمینانی قرار دارند که حتی قادر به ارائه برآوردی نیستند. این داده‌ها بیانگر فضای عمومی نگرانی و بی‌ثباتی در میان فعالان اقتصادی است.

بدبینی نسبت به آینده کسب‌وکار در صنایع ساختمان سازی، نفت، گاز، پتروشیمی و فناوری اطلاعات بسیار بیشتر است. در مقابل کسب‌وکارهای بخش کالای مصرفی و تولیدات کشاورزی نسبت به آینده کسب‌وکار خود خوش‌بینی بیشتری دارند.

● چشم‌انداز وضعیت مالی و اقتصادی ۳ ماه آینده کسب‌وکارها



● وضعیت مالی - اقتصادی کسب‌وکار در سه ماه آینده



• حمایت‌ها و سیاست‌های مورد انتظار از دولت

درخواست‌های راهبردی بخش خصوصی از دولت در دوران بازسازی



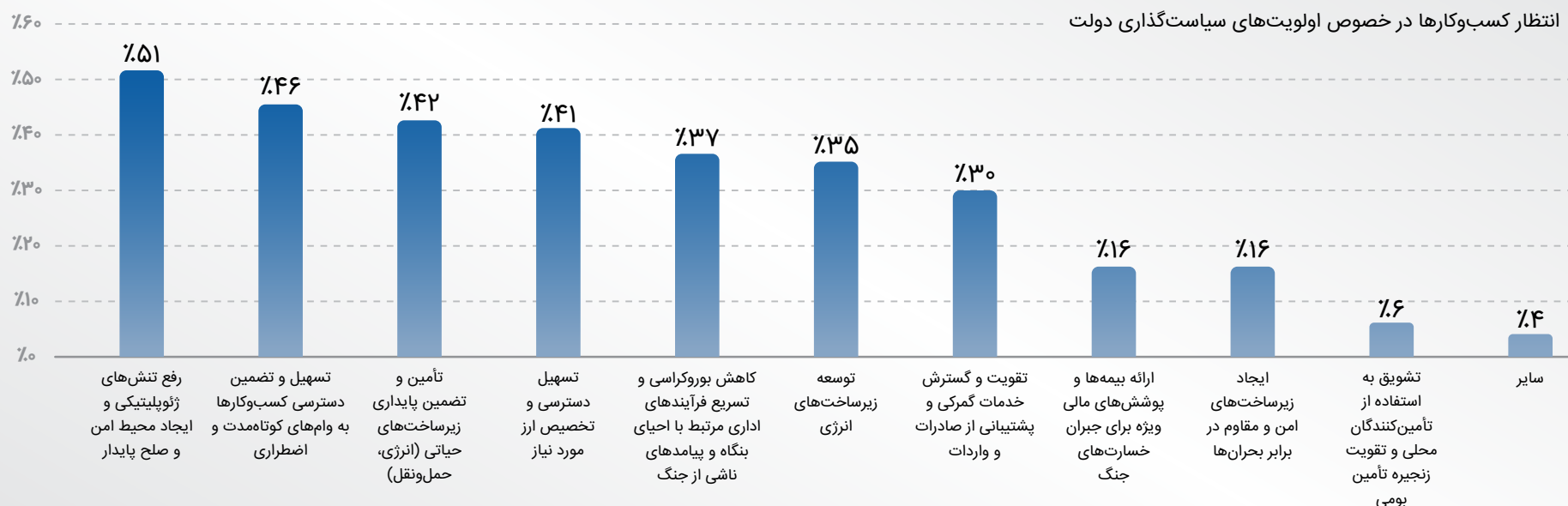
این یافته‌ها نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری مؤثر دولت در دوران پسا جنگ باید به‌طور همزمان بر امنیت سیاسی، دسترسی به منابع مالی و تضمین پایداری زیرساخت‌ها متمرکز باشد تا زمینه احیای سریع و پایدار کسب‌وکارها فراهم گردد.

همچنین، ۳۰٪ از پاسخ‌دهندگان به تقویت و گسترش خدمات گمرکی و پشتیبانی از صادرات و واردات، و ۱۶٪ به ارائه بیمه‌ها و پوشش‌های مالی ویژه برای جبران خسارت‌های جنگ و ایجاد زیرساخت‌های امن و مقاوم در برابر بحران‌ها اشاره کرده‌اند. در نهایت، تشویق به استفاده از تأمین‌کنندگان محلی و تقویت زنجیره تأمین بومی با ۶٪، کمترین اولویت‌ها را تشکیل می‌دهد.

پس از آن، تسهیل و تضمین دسترسی به وام‌های کوتاه‌مدت و اضطراری با ۴۶٪ و تأمین و تضمین پایداری زیرساخت‌های حیاتی مانند انرژی و حمل‌ونقل با ۴۲٪، از اصلی‌ترین نیازهای اقتصادی و عملیاتی کسب‌وکارها به شمار می‌روند. دسترسی و تخصیص ارز مورد نیاز با ۴۱٪، کاهش بوروکراسی و تسریع فرآیندهای اداری مرتبط با احیای بنگاه‌ها با ۳۷٪ و توسعه زیرساخت‌های انرژی با ۳۵٪ نیز در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار دارند.

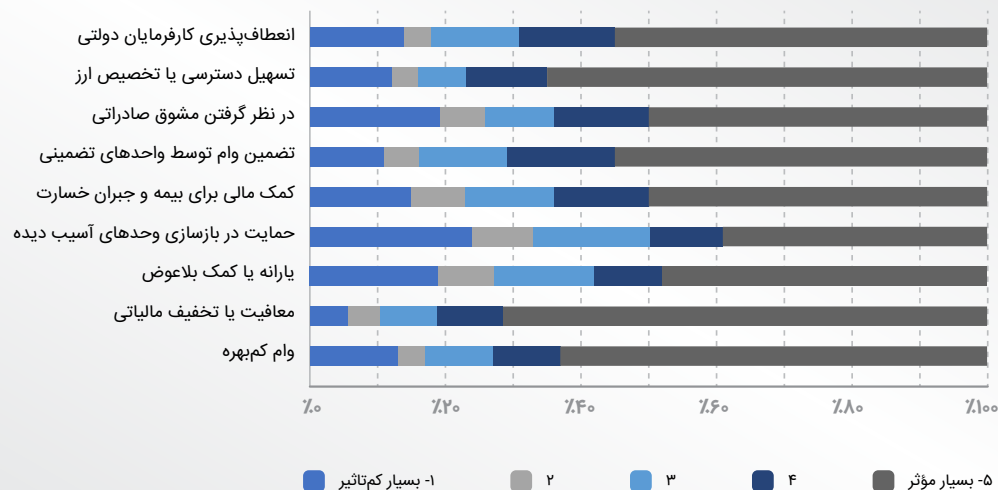
تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که پس از جنگ، کسب‌وکارها با مجموعه‌ای از نیازها و اولویت‌ها برای بازسازی و استمرار فعالیت‌های خود مواجه‌اند. برجسته‌ترین انتظار آن‌ها، **رفع تنش‌های ژئوپلیتیکی و ایجاد محیط امن و صلح پایدار است؛ ۵۱٪** پاسخ‌دهندگان این موضوع را در اولویت سیاست‌گذاری دولت قرار داده‌اند، که اهمیت امنیت و ثبات سیاسی به عنوان پایه‌ای برای عملکرد پایدار سازمان‌ها را نشان می‌دهد.

● انتظار کسب‌وکارها در خصوص اولویت‌های سیاست‌گذاری دولت





● انتظارات کسب‌وکارها از حمایت‌های دولت



● ۹۰٪ از پاسخ‌دهندگان «**ارائه معافیت‌ها یا تخفیف‌های مالیاتی**» را مؤثرترین اقدام حمایتی دولت برای احیای کسب‌وکارها در دوران پساجنگ می‌دانند. این موضوع اهمیت سیاست‌های مالیاتی کارآمد و کاهش فشارهای مالی بر سازمان‌ها را برای تسریع بازسازی و ادامه فعالیت‌ها نشان می‌دهد.

● علاوه بر این، **بیش از ۸۰٪** پاسخ‌دهندگان، **ارائه تسهیلات مالی کم‌بهره و تسهیل دسترسی یا تخصیص ارز** را از دیگر اقدامات مؤثر دولت برای حمایت از کسب‌وکارها ارزیابی کرده‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ترکیبی از سیاست‌های مالی و ارزی کارآمد، می‌تواند نقش کلیدی در توانمندسازی سازمان‌ها برای بازگشت سریع و پایدار به فعالیت‌های اقتصادی ایفا کند.

• نظرات برخی از شرکت کنندگان



● معاونت یک شرکت متوسط:

نگرانی عموم فعالان صنعت از آینده کشور و اقتصاد و چشم‌انداز نامشخص و عدم امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی میان‌مدت مهم‌ترین چالش‌های فعلی هستند که باعث رکود شدید و بلاتکلیفی فعالان اقتصادی شده است.

● مدیرعامل / بنیانگذار یک شرکت کوچک فعال در صنعت فناوری اطلاعات و خدمات اینترنتی:

قطعی و اختلالات اینترنت عامل نابودی بخش بزرگی از کسب‌وکارهای ایران است.

● مدیرعامل یک شرکت تولیدی کوچک:

وضعیت اقتصادی کسب‌وکار ما بسیار آشفته می‌باشد. بلاتکلیفی، رکود، بروکراسی کلافه‌کننده، قوانین بسیار اذیت‌کننده، عدم حمایت دولت و آشفتگی منابع انسانی بسیار بسیار حاد شده‌اند. صدای ما را به گوش مراجع مربوطه برسانید تا بلکه کاری کنند، پیش از آن که دیر شود.

● مدیرعامل / بنیانگذار یک شرکت کوچک فعال در صنعت فناوری اطلاعات و خدمات اینترنتی:

بزرگ‌ترین ضربه جنگ ایجاد ابهام در خصوص آینده کسب‌وکار است که موجب می‌شود تصمیمات بلند و میان‌مدت زیرساختی کنار گذاشته شوند.

● مدیر یک شرکت بزرگ فعال در صنعت کالاهای مصرفی:

به دلیل عدم پیش‌بینی دقیق فقط باید انعطاف‌پذیری داشته باشیم چون تصمیمات کلی در دست دولت است.

● مدیرعامل یک شرکت بازرگانی کوچک:

در شرایط کنونی و با توجه به بی‌تفاوتی دولت و حکومت به سرنوشت فعالان اقتصادی، سرمایه‌های بسیاری از کشور خارج شده و فعالیت‌های زیادی تعطیل شده. حجم بالای مالیات، عوارض و دریافت‌های دولتی به همراه فساد گسترده، مانع تمایل برای ادامه فعالیت‌هاست. مبارزه با فساد و کاهش بروکراسی دولت مهم‌ترین کاری است که باید کرد.



• مدیرعامل یک شرکت بزرگ فعال در صنعت خودروسازی:

بخاطر اختلالات بانکی و ارزیابی و حمل‌ونقل و... تولید کاهش و ناگزیر به تعطیلی و تعدیل نیرو بوده‌ایم. جز بهبود اوضاع سیاسی کشور راهکاری برای بهبود اوضاع اقتصادی متصور نیستیم.

• مدیرعامل یک شرکت فعال در صنایع غذایی:

تنها راه، ارتباط سالم اقتصادی با بازارهای جهانی و استفاده از سرمایه شرکت‌های سرمایه‌گذاری بین‌المللی است که باعث رشد تولید و بهبود فضای کسب‌وکار می‌شود.

• مدیرعامل یک شرکت کوچک فعال در صنعت فناوری اطلاعات و خدمات اینترنتی:

در صورت تداوم ابهام ناگزیر به توقف فعالیت‌های توسعه‌ای و در ادامه کاهش هزینه‌ها از طریق تعدیل هستیم.

• مدیرعامل یک شرکت بازرگانی کوچک:

درخواست ما این است: ثبات دراز مدت در امور اقتصادی، مالی و بازرگانی توأم در مسایل قانونی و سیاسی.

• مدیرعامل یک شرکت کوچک فعال در صنعت لجستیک:

مدیرعامل باید با تدبیر و اندیشه باشد و به موضوع آرامش دادن به روحیه تیمی پرسنل اهمیت دهد. ما حتی با طرح‌های تشویقی بهترین کنترل را داشتیم. حتی یک روز کاری هم تعطیل نبودیم در کنار دیگر مسئولین و مقامات نظامی ما هم در بخش اقتصادی با تمام توان ایستادیم و ارائه خدمات دادیم. مدیرعامل باید توانمند باشد و مدیریت بحران را داشته باشد. با تشکر از این نظر سنجی

• مدیرعامل یک شرکت فعال در صنایع غذایی:

مجموعه ما در حومه‌ی شهر تهران است و به جز روز آخر مشکلی با صداها و اتفاقات جنگ نداشتیم ولی تجربه‌ی جالب من این بود که پرسنل تمام شب از ترس در خانه‌هایشان بیدار بودند. پس طی روز تمرکز کافی نداشتند و تمام روز با صدای هر ماشینی که از کنار کارخانه عبور می‌کرد از جا می‌پریدند و مدام دنبال اخبار بودند. به همین خاطر اجباراً تعطیل کردیم.

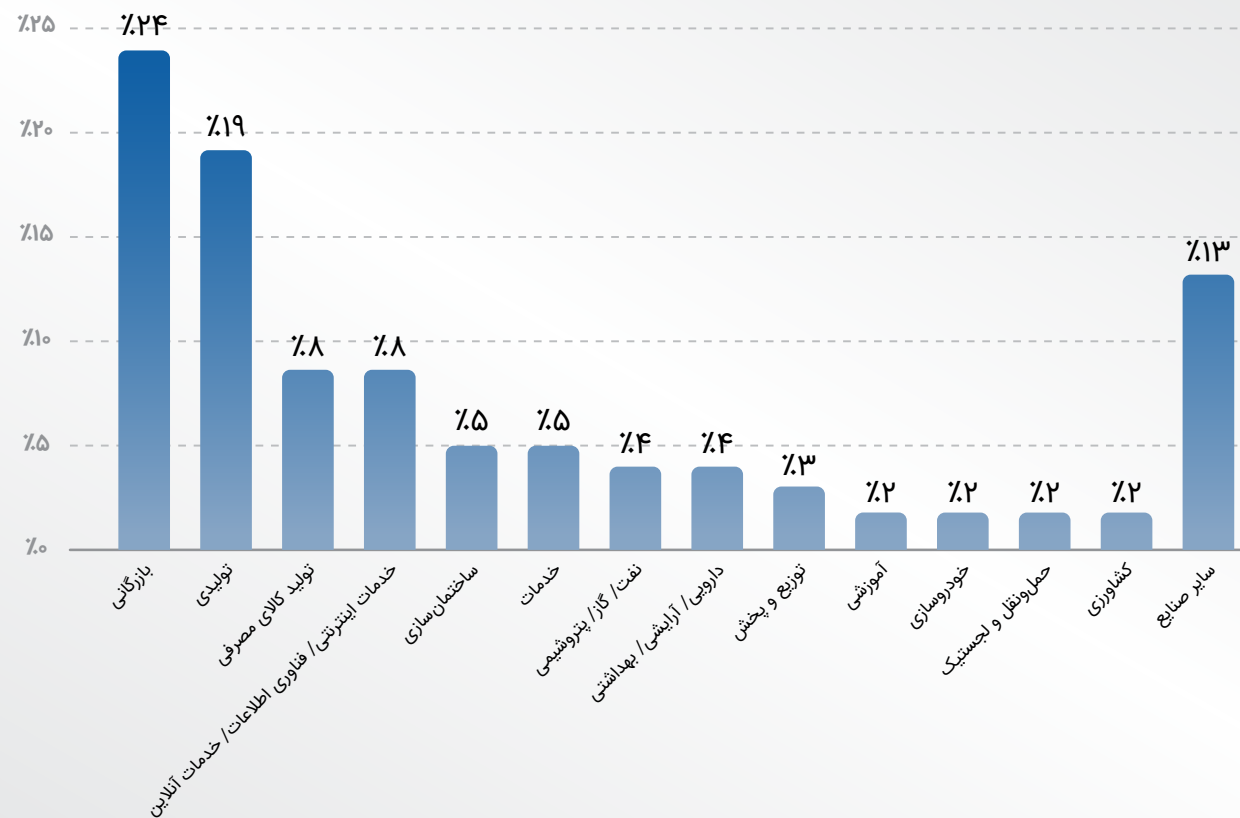
• روش تحقیق و جامعه آماری



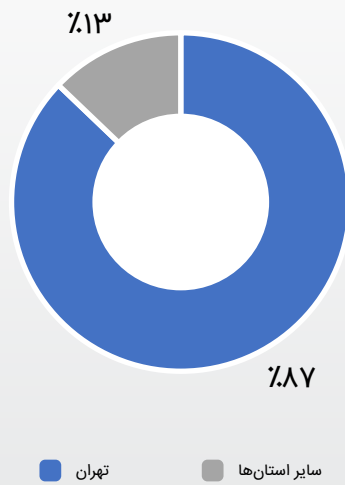
- اطلاعات این گزارش از تحلیل پاسخ‌های ثبت شده برای پرسشنامه‌ای که به همت اتاق بازرگانی تهران، گروه ایران‌تلنت و رسانه پیوست به بیش از ۵۵ هزار نفر از مدیران عامل و صاحبان کسب و کارهای خصوصی در ۴ مرحله در بازه ۱۱ تیر ماه تا ۱۳ مرداد ارسال شده استخراج شده است.
- پرسشنامه ارسالی حاوی ۳۷ سوال در چهار بخش مشخصات کلی کسب و کار، برآورد تأثیرات کوتاه‌مدت جنگ دوازده روزه، حمایت‌ها و سیاست‌های مورد انتظار از دولت و چشم انداز آینده بوده و میانگین مدت پاسخگویی به پرسشنامه توسط مشارکت‌کنندگانی که تا انتهای نظرسنجی شرکت نموده‌اند، ۳۷ دقیقه و ۵۵ ثانیه بوده است.
- اطمینان از پایایی نتایج پرسشنامه، از روش فرم‌های موازی مورد تحقیق قرار گرفته است. پس از انجام عملیات آماری جهت تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها، با ضریب اطمینان ۹۵٪ و در نظر گرفتن حاشیه خطای کلی حدود ۴/۳٪ $\pm$ نتایج این پرسشنامه قابل تعمیم به جامعه کسب و کارهای خصوصی می‌باشد.

● تعداد کل مشارکت‌کنندگان در تکمیل این نظرسنجی: ۷۳۵ نفر

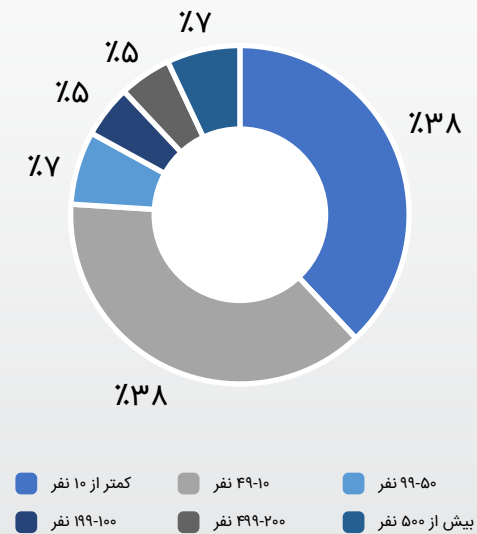
● مشارکت‌کنندگان به تفکیک صنعت



● مشارکت‌کنندگان به تفکیک استان



● مشارکت‌کنندگان به تفکیک تعداد کارکنان





● ایران تلنت

ایران تلنت با اتکا به تجربه ۲۳ ساله در حوزه جذب و استخدام و همکاری با بیش از ۵۰ هزار کارفرمای ایرانی و بین‌المللی، به عنوان شریک استراتژیک سازمان‌ها در رشد و توسعه سرمایه انسانی به شمار می‌رود.

خدمات ایران تلنت برای سازمان‌ها:

• **جذب و استخدام:** بانک رزومه ۳/۵ میلیون نفری از مستعدترین متخصصین و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی.

• **اتوماسیون جذب و استخدام (ATS):** تسریع فرآیندهای جذب و کاهش هزینه‌های استخدام

• **گزارش‌های مدیریتی و اقتصادی:** ارائه تحلیل‌های دقیق مبتنی بر داده‌های بازار کار و اقتصاد، برای پشتیبانی از تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مدیران.

• **سرویس برند کارفرمایی:** تقویت و مدیریت برند کارفرمایی سازمان برای جذب و نگهداشت استعدادهای برتر، و تبدیل برند سازمان به نماد اعتبار و فرصت‌های توسعه‌ای.

• **ارزیابی عملکرد و شایستگی‌ها:** شناسایی تخصصی توانمندی‌ها و نیازهای آموزشی کارکنان، در جهت ارتقای بهره‌وری سازمانی.

● اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

اتاق تهران با سابقه‌ی ۱۴۲ ساله قدیمی‌ترین و بزرگترین نهاد و تشکل بخش خصوصی در ایران محسوب می‌شود به عنوان اصلی‌ترین پارلمان بخش خصوصی در ایران شناخته می‌شود. شرکت‌های بازرگانی، صنعتی، کشاورزی و معدنی ایران از مجموعه‌های بزرگ فولادسازی، پتروشیمی، خودروسازی، بانک‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری گرفته تا مجموعه‌های دانش‌بنیان و نوپا، صنایع غذایی، صنایع دارویی، صنایع نساجی و ... عضو اتاق تهران هستند و بخش مهمی از نبض اقتصاد کشور در این اتاق جریان دارد.

علاوه بر این تعداد زیادی از تشکل‌های بخش خصوصی نیز عضو اتاق تهران بوده و همکاری و هم افزایی گسترده‌ای با اتاق تهران دارند.

همچنین اتاق تهران با بهره گرفتن از کارشناسان خبره در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار به‌طور روزانه به اعضای اتاق، تشکل‌ها، فعالان اقتصادی و کسب‌وکارها مشاوره ارائه می‌دهد. هم اکنون انواع خدمات مشاوره در زمینه‌های «امور بانکی»، «دعاوی حقوقی بانکی»، «مدیریت مالی»، «امور مالیاتی»، «بیمه و تأمین اجتماعی»، «مقررات محیط زیست»، «قانون کار»، «امور گمرکی»، «صادرات و واردات»، «اصلاح ساختار مالی» و «ورشکستگی و انحلال پنگاه» را به اعضا ارائه می‌دهد.

اعضا اتاق تهران می‌توانند به صورت حضوری، به صورت آنلاین (مراجعه به بخش خدمات مشاوره در وب سایت اتاق تهران) یا به صورت تلفنی (تماس با سامانه ۱۸۶۶) از خدمات مشاوره بهره برده و چالش‌هایشان را با کارشناسان کارآزموده هر بخش در میان بگذارند.

● ماهنامه پیوست

ماهنامه پیوست اولین رسانه مدیریتی حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران است. این ماهنامه در حقیقت حاصل وصلت روزنامه‌نگاری فناوری ایران با راهبران بازار فاوای کشور است که می‌کوشد گره‌ها و چالش‌های سیاست‌گذاری، مدیریت و توسعه کسب و کار در این بازار را شناسایی کند و با همراهی نخبان این بازار برای آنها راه‌حلی ارایه کند.

از جمله مهمترین بخش‌های این ماهنامه که توسط جمعی از روزنامه‌نگاران با سابقه این حوزه و مدیران ارشد فناوری کشور تاسیس شده است می‌توان به پرونده ماه، باشگاه مدیران، خدمت و تجارت، حقوق فناوری اطلاعات، پیوست جهان و راه‌حل اشاره کرد. پرونده‌ای مفصل در مورد مهمترین اتفاق هر ماه، ثبت تاریخ شفاهی در قالب گفت و گو با یک مدیر، یک شرکت با سابقه حوزه فناوری و استارت‌آپ‌ها، معرفی و بازشناسی خدمات بانکداری و دولت الکترونیک، استفاده از ظرفیت‌های قانونی برای فناوری اطلاعات کشور و معرفی مهمترین گرایش‌های فناوری در جهان در همین بخش‌ها از ماهنامه اتفاق می‌افتد.

راه‌های ارتباطی

 **IranTalent**
research@irantalent.com
۰۲۱-۲۲۷۷۷۷۰۴

 اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE
info@tccim.ir
۰۲۱-۸۸۷۲۰۴۶۱ ۰۲۱-۸۸۷۱۲۵۵۸

 پیواست
info@peivast.com
۰۲۱-۴۲۸۲۴۰۰۰

• مشارکت‌کنندگان در تهیه گزارش:

دکتر علیرضا اسدی، مشاور معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهشی اتاق بازرگانی تهران	ناظر علمی گزارش
مریم بهرامی‌نژاد، مدیر ارتباط با اعضای اتاق بازرگانی تهران	ارتباط با فعالان اقتصادی
نیکداد خلیقی، مدیر ارشد مارکتینگ ایران‌تلنت	مدیر پروژه
نرگس احمدزاده، تحلیلگر کسب‌وکار ایران‌تلنت	تحلیل داده
غزاله نثاری، کمپین منیجر ایران‌تلنت	جمع‌آوری اطلاعات
بشیر راستگوفر، طراح ارشد گرافیک ایران‌تلنت	طراحی گرافیک گزارش
مهرک محمودی، سردبیر پیوست	جمع‌آوری اطلاعات

تمام حقوق چاپ و نشر این گزارش محفوظ است.

• به امید روزهای روشن‌تر...

