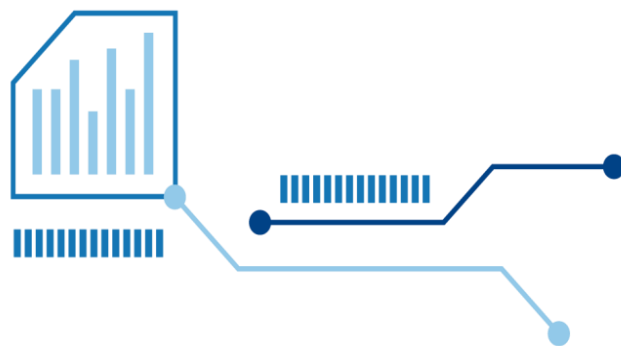




اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE



گزارش‌های منتخب

شهریور ۱۴۰۴

معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهی

معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهی با هدف اطلاع‌رسانی و ارتقاء سطح آگاهی‌های فعالان بخش خصوصی و با به‌کارگیری ظرفیت‌های نخبگان، دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی در راستای دستیابی به اهداف بلندمدت اتاق بازرگانی تهران در زمینه‌های گوناگون اقتصادی از جمله مسائل اقتصاد کلان، محیط‌کسب و کار، تجارت بین‌الملل به‌طور مستمر اقدام به انتشار گزارش‌ها و پژوهش‌های اقتصادی با استفاده از داده‌ها و اطلاعات منابع معتبر رسمی داخلی و بین‌المللی می‌کند.

اتاق بازرگانی تهران به‌منظور بهبود کمی و کیفی گزارشات خود از نظرات، انتقادات و پیشنهادات مخاطبین استقبال می‌نماید

۴	۱. نقش مسئولیت اجتماعی در ارتقای تصویر برند برای بازارهای صادراتی
۵	۲. مکانیزم ماشه و اقتصاد ایران: ارزیابی ریسک و نقشه راه تاب آوری
۶	۳. تقویت تاب آوری منابع انسانی در بنگاه‌های تولیدی در شرایط جنگ و بحران
۷	۴. روش‌ها و ابزارهای تائین مالی پروژه در بازار سرمایه (با نگاهی به تجربه بورس های جهانی)
۸	۵. تقویت تاب آوری بنگاه‌های تولیدی در جنگ و محیط‌های پرریسک / رویکرد ISO22301
۹	۶. اقتصاد سبز (شماره ۱۸)

۱. نقش مسئولیت اجتماعی در ارتقای تصویر برند برای بازارهای صادراتی



در فضای تجاری به شدت رقابتی و شبکه‌ای شده کنونی، برند دیگر تنها یک نشان یا ابزار بازاریابی نیست، بلکه بازتابی از هویت، اعتبار و نظام ارزشی یک شرکت در اذهان ذی‌نفعان است. در بازارهای بین‌المللی، به ویژه در اقتصادهای توسعه‌یافته، برندهایی موفق می‌شوند که علاوه بر کیفیت و قیمت رقابتی، نسبت به جامعه، محیط زیست و اصول اخلاقی نیز متعهد و مسئول عمل می‌کنند. مسئولیت اجتماعی شرکتی در دو دهه اخیر به عاملی حیاتی در شکل‌دهی به تصویر برند در سطح جهانی تبدیل شده است. امروزه مصرف‌کننده جهانی تنها محصول نمی‌خرد، بلکه «ارزش» می‌خرد و به برندهایی وابسته می‌شود که به حقوق بشر، توسعه پایدار، برابری جنسیتی و حفظ محیط زیست پایبندند. شرکت‌هایی که نتوانند شواهد شفافیتی از مسئولیت‌پذیری اجتماعی خود ارائه دهند با چالش‌های عمده‌ای از جمله محرومیت از بازارهای ارزشمندی مانند اتحادیه اروپا، محدودیت در مشارکت در مناقصات عمومی و حتی کمپین‌های ضد برند مواجه خواهند شد. برای ایران به عنوان کشوری با تنوع تولیدی بالا، موقعیت ژئوپلیتیک حساس و روابط تجاری آسیب‌پذیر، توجه به این موضوع از اهمیتی دوچندان برخوردار است. با وجود توانمندی بسیاری از برندهای ایرانی در حوزه کیفیت فنی و رقابت قیمتی، فقدان یک ساختار منسجم و راهبردی در حوزه مسئولیت اجتماعی باعث شده است تصویر برند آن‌ها در بازارهای صادراتی فاقد اعتماد، شفافیت و همدلی لازم باشد. تأثیر مسئولیت اجتماعی بر تصویر برند غالباً به صورت غیرمستقیم و از طریق میانجی‌هایی مانند شهرت شرکت و اعتماد مصرف‌کننده اعمال می‌شود. اتحادیه اروپا با وضع الزامات سختگیرانه شرکت‌های حاضر در زنجیره تأمین خود از جمله تأمین‌کنندگان خارجی مانند شرکت‌های ایرانی را به طور مستقیم و غیرمستقیم ملزم به رعایت استانداردهای مربوط کرده است. رعایت نکردن این استانداردها می‌تواند به معنای از دست دادن اتصال به یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین بازارهای جهان باشد. برای رفع این چالش‌ها، ایران نیازمند توسعه «نظام بومی مسئولیت اجتماعی شرکتی» صادرات‌محور است که بتواند پلی بین الزامات جهانی و واقعیت‌های محلی ایجاد کند. این نظام باید با تلفیق شاخص‌های بین‌المللی و ارزش‌های بومی، ایجاد یک نهاد ارزیابی کننده مستقل، طراحی نظام مشوق‌های دولتی و تدوین نقشه راه صنعتی مشخص، زمینه را برای تبدیل تهدیدات به فرصت‌های رقابتی فراهم آورد. بهبود تصویر برند ایرانی در بازارهای بین‌المللی از طریق مسئولیت اجتماعی نیازمند عزمی جدی و همکاری همه‌جانبه نهادهای حاکمیتی، اتاق‌های بازرگانی، تشکل‌های صنعتی و شرکت‌ها است.

۲. مکانیزم ماشه و اقتصاد ایران: ارزیابی ریسک و نقشه راه تاب آوری



این گزارش، تحلیلی جامع از «مکانیزم ماشه» (اسنپ‌بک) و پیامدهای راهبردی آن برای بخش خصوصی ایران ارائه می‌دهد. استدلال محوری این گزارش آن است که فعال سازی مکانیزم ماشه، صرفاً تداوم فشارهای موجود نیست، بلکه یک تغییر ماهوی در کارزار فشار علیه ایران محسوب می‌شود. این سازوکار، اقتصاد کشور را از وضعیت تحریم های یک‌جانبه، که امکان دور زدن نسبی آن ها وجود دارد، به یک رژیم انزوای اقتصادی فراگیر، الزام آور و دارای مشروعیت حقوقی بین المللی منتقل می‌کند. این تهدید، یک ریسک سیستمی است که نه بخش های خاص، بلکه پایه های بنیادین تجارت - یعنی نظام مالی و لجستیک - را هدف قرار می‌دهد. در چنین شرایطی، رویکرد بخش خصوصی باید از راهکارهای تاکتیکی برای «دیریت بحران» به یک پارادایم راهبردی نوین مبتنی بر «مدیریت ریسک سیستمی» و ایجاد یک اکوسیستم اقتصادی تاب آور و منطقه محور تغییر یابد.

۳. تقویت تاب‌آوری منابع انسانی در بنگاه‌های تولیدی در شرایط جنگ و بحران



این گزارش بر نقش حیاتی و تعیین‌کننده تاب‌آوری منابع انسانی در بنگاه‌های تولیدی در شرایط جنگ و بحران تأکید دارد. مرور تجربه‌های تاریخی، از جنگ جهانی دوم تا جنگ اوکراین، نشان می‌دهد که اگرچه فناوری‌های پیشرفته، زیرساخت‌ها و سرمایه مالی اهمیت زیادی دارند، اما آنچه نهایتاً بقای سازمان‌ها را تضمین کرده، نیروی انسانی مجهز، منعطف و متعهد بوده است.

بنگاه‌های موفق در این دوره‌ها، با اتخاذ مجموعه‌ای از اقدامات هدفمند توانسته‌اند عملیات حیاتی خود را تداوم بخشند. این اقدامات شامل آموزش چندمهارتی برای کارکنان به‌منظور پوشش خلأهای ناگهانی، جانشین‌پروری اضطراری برای جایگزینی سریع نیروهای کلیدی، انعطاف‌پذیری در الگوی شیفت‌ها، پشتیبانی روانی و اجتماعی برای کاهش فرسودگی، و توزیع جغرافیایی نیروها برای کاهش ریسک تمرکز بوده است. چنین رویکردهایی سبب شده است تا منابع انسانی نه‌تنها از بحران‌ها آسیب نبینند، بلکه به موتور محرک تداوم و نوآوری تبدیل شوند.

از منظر مدیریتی، استانداردهای بین‌المللی نظیر ISO 22301 تداوم کسب‌وکار، ISO 22316 تاب‌آوری سازمانی، IEC 62443 (امنیت سایبری صنعتی) و ANSI/ASIS SPC.1 (امنیت و مدیریت ریسک) ابزارهای عملی و آزموده‌ای برای طراحی، پیاده‌سازی و بهبود برنامه‌های تاب‌آوری منابع انسانی فراهم می‌کنند. این چارچوب‌ها نه‌تنها فرایند مدیریت بحران را ساختارمند می‌سازند، بلکه به ارتقای انسجام سازمانی، اعتماد کارکنان، امنیت ارتباطات و اثربخشی تصمیم‌گیری کمک شایانی می‌کنند.

توصیه کلیدی این گزارش برای بنگاه‌های ایرانی آن است که با بهره‌گیری از این تجربه‌ها و استانداردها، پروژه‌های شبیه‌سازی بحران، آموزش‌های روانی-رفتاری برای ارتقای تحمل فشار، برنامه‌های جانشین‌پروری و بازآموزی نیروها، سازوکارهای حمایت مالی و رفاهی از کارکنان و به‌کارگیری فناوری‌های دیجیتال در مدیریت بحران را در دستور کار قرار دهند. چنین اقداماتی می‌تواند منابع انسانی را از یک بخش بالقوه آسیب‌پذیر، به یک مزیت رقابتی پایدار و نقطه اتکای اصلی سازمان در شرایط پرریسک بدل سازد.

۴. روش ها و ابزارهای تامین مالی پروژه در بازار سرمایه (بانکهای به تجربه بورس های جهانی)



با توجه به محدودیت بودجه عمومی و منابع مالی خارجی، پیشرفت بسیاری از پروژه های زیرساختی به دلیل کمبود منابع مالی معطل مانده اند. همزمان رونق و عمق بخشی به بازار بورس، نشان داده که بازار سرمایه داخلی ظرفیت های زیادی را برای تامین مالی پروژه ها فراهم می کند اما عموماً به دلیل عدم آشنایی مدیران پروژه های کشور بلااستفاده می ماند. محوریت نظام بانکی در تامین مالی در ایران و در عین حال ناکارآمدی بانک ها در جذب نقدینگی و هدایت منابع به سمت تولید لزوم به کارگیری و توسعه ابزارها و نهادهای مالی را بیش از پیش نمایان می سازد. در این گزارش برخی از روش های تامین مالی پروژه ها با استفاده از ظرفیت های بازار سرمایه معرفی شده اند. در هر حال باید در نظر داشت که هر یک از این ابزارهای تامین مالی، محدودیت ها و کاربردهایی خاصی دارد و بسته به شرایط پروژه و الزامات ذینفع می بایست از بین آن ها دست به انتخاب زد. پس از بررسی این روش ها، تجارب بورس کشورهای مختلف جهان در تامین مالی پروژه ها مورد ارزیابی قرار گرفته و درنهایت پیشنهادهایی برای ایران به منظور تامین مالی پروژه های کشور از طریق بازار سرمایه ارائه شده است.

۵. تقویت تاب‌آوری بنگاه‌های تولیدی در جنگ و محیط‌های پرریسک / رویکرد ISO 22301



اقتصاد ایران در محیطی پرریسک و پرچالش قرار دارد؛ ترکیبی از تهدیدهای ژئوپلیتیکی، تحریم‌ها و ناپایداری‌های زنجیره تأمین، تاب‌آوری سازمانی خصوصاً در بنگاه‌های تولیدی را به یک ضرورت حیاتی بدل کرده است. بحران‌های اخیر، از جمله جنگ ۱۲ روزه، نشان داده‌اند که آمادگی ساختاری برای جلوگیری از توقف فعالیت‌های تولیدی ضرورت دارد.

این گزارش با تمرکز بر استاندارد بین‌المللی ISO 22301:2019 چارچوبی عملی برای تقویت تاب‌آوری و تضمین تداوم عملیات بنگاه‌های تولیدی در هنگام بحران و جنگ را ارائه می‌دهد. یافته‌های کلیدی گزارش نشان می‌دهند تاب‌آوری بنگاه‌های تولیدی بر سه محور بنیادین شکل می‌گیرد: حفاظت از فرآیندهای حیاتی تولید، توسعه برنامه‌های بازیابی عملیات و حفظ زنجیره تأمین و تقویت آمادگی نیروی انسانی. در محور حفاظت از فرآیندهای حیاتی، بنگاه‌ها باید خطوط تولید حساس را شناسایی کرده، مکانیزم‌های حفاظتی طراحی کنند و فرآیندها را براساس اهمیت آنها برای تداوم کسب‌وکار اولویت‌بندی نمایند. محور توسعه برنامه‌های بازیابی عملیات شامل ایجاد مراکز جایگزین، ذخیره‌سازی استراتژیک مواد اولیه و محصولات حیاتی و طراحی شبکه‌های توزیع چندلایه و انعطاف‌پذیر است تا حتی در شرایط اختلال شدید، تولید و توزیع به صورت مستمر ادامه یابد. تقویت آمادگی نیروی انسانی نیز از دیگر ارکان تاب‌آوری است. آموزش و تمرین‌های شبیه‌سازی بحران، ایجاد فرهنگ سازمانی مبتنی بر انعطاف‌پذیری و مدیریت دانش و مهارت‌های کلیدی، توانایی سازمان در پاسخ سریع و کارآمد به بحران‌ها را افزایش می‌دهند. تحلیل نمونه‌های بین‌المللی و داخلی نشان می‌دهد که دیجیتالی‌سازی فرآیندها، انعطاف‌پذیری سازمانی، مدیریت منابع انسانی و شبکه‌ها و روش‌ها تأمین و توزیع جایگزین، عوامل کلیدی موفقیت در مواجهه با بحران هستند. این اقدامات نه تنها ظرفیت تولید را حفظ می‌کنند، بلکه اعتماد مشتریان و اعتبار سازمانی را نیز ارتقا می‌دهند و برای بنگاه‌های ایرانی تلفیق استاندارد ISO 22301 با شرایط بومی و بهره‌گیری از تجارب جهانی، مسیر عملی برای افزایش تاب‌آوری، پایداری و توان رقابتی فراهم می‌کند و بنگاه‌ها را قادر می‌سازد حتی در شرایط بحرانی نیز به عملکرد مستمر و مؤثر خود ادامه دهد.



معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، در راستای افزایش آگاهی فعالان بخش خصوصی به ویژه هیات نمایندگان محترم اتاق، اقدام به گردآوری و تنظیم نوشتار حاضر نموده است. در این نوشتار، بر اساس تازه‌ترین آمارهای اقتصادی منتخب و با تکیه بر منابع رسمی داخلی و خارجی نمایی از اقتصاد کشور به تصویر کشیده شده است که شامل موارد زیر است:

رکورد رشد نقدینگی در ۲۶ ماه اخیر

ادامه سیاست‌های انقباضی بانک مرکزی

سیگنال رکودی شاپرک برای سومین ماه متوالی

شامخ اقتصاد و صنعت باز هم در رکود

حجم ۴۴ میلیارد دلاری تجارت خارجی در ۵ ماه اول

شاخص دلاری بورس در کف ۶ ساله

پیش‌بینی شکست کف یکساله قیمت نفت

عطش ترامپ برای دریافت صلح نوبل



معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهی
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران