

« راهبردهای ارتباطی جهت توسعه و رونق کسب و کار در پاندومی
کرونا و پساکرونا »

۱ صمد میر
۲ نازنین ملکیان
۳ مهدی آقامحمدی
۴ سید عبدالرضا حسینی
۵ فرشته مرادی
۶ محمدعلی ورمزیار

چکیده

اقتصاد جهانی و به خصوص کسب و کار به عنوان جز لاینفک زندگی بشری تحت تأثیر حوادث مختلف از جمله بحران کرونا قرار گرفته است. مقاله پیش رو با عنوان «راهبردهای ارتباطی جهت توسعه و رونق کسب و کار در پاندومی کرونا و پساکرونا» در صدد آن است با استفاده روش تحقیق کتابخانه‌ای و اسنادی نهایتاً پیشنهادات کاربردی و مفیدی را جهت رونق کسب و کار فراهم آورد. برای این منظور در ابتدا با طرح تعاریف کسب و کار و بحران و کرونا و سپس بیان چارچوب نظری به بیان پیشینه اپیدمی‌های جهان و نیز پیش بینی فرصت‌ها و تهدیدها برای

-
- ۱ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق. Samadmir2@gmail.com
۲ استادیار و دکتری علوم ارتباطات اجتماعی (نویسنده مسئول) nz.malekian@gmail.com
۳ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق mahdiaghhamohammadi62@gmail.com
۴ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق mahyar8490@yahoo.com
۵ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق Fershtehm@gmail.com
۶ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق Dr.alivarmazyar@gmail.com

کسب و کار در پسا کرونا و نیز به مشاغل قابل توجه در پسا کرونا و تأثیرات کرونا بر اقتصاد و کسب و کارها و نیز اثرات کرونا بر تورم می پردازد.

سپس فرمولی در اخذ رضایت مندی آینده مشتریان در پسا کرونا و همچنین به این مهم که ایجاد و تقویت اعتماد عمومی شرط عبور از بحران کرونا می باشد، می پردازد و در ادامه در قالب عنوان پیشنهادات و راهکارها، راهبردهایی اجرایی در راستای عبور کسب و کار از بحران کرونا بیان گردیده است، از جمله: الف- راهبردهای رونق کسب و کار در کرونا و پسا کرونا ب- راهبرد کم کردن زیان های ناشی از کرونا در کسب و کارها ج- راهبردهای خروج از رکود کسب و کار چ- عوامل تأثیرگذار در ایجاد راهبردهای ارتباطی توسعه کسب و کار، و در خاتمه با ذکر نتیجه گیری و ارائه منابع مقاله خاتمه می یابد.

واژگان کلیدی: "کسب و کار"، "ویروس کرونا"، "پسا کرونا"، "راهبرد"

، "بحران".

مقدمه

نامش کووید ۱۹ است. جهانی را به خود مشغول کرده و برای نخستین بار کشورهای دنیا را برای مقابله با خود با یکدیگر متحد ساخته است. شاید کمتر کسی تصور می‌کرد که یک روز جمعیت چند میلیاردی دنیا تنها یک آرزو داشته باشند. اما امروز شاهد وقوع آن هستیم. همه گیری کرونا بحرانی بی سابقه در دهه‌های اخیر است. این بی سابقگی نه فقط ایران بلکه همه کشورها در سراسر جهان را بهت زده کرده است. در این بین، بعضی به خوبی می‌دانند که بحران‌های بی سابقه، به واکنش‌های تازه برای رویارویی نیاز دارد. نابودی کرونا و ویروس و تلاش برای درمان آن، موضوعی است که به بزرگ‌ترین دغدغه‌های فکری بشر حال حاضر تبدیل شده است. قرنطینه‌های اجباری و تعطیلی بسیاری از کسب و کارها، تنها بخشی از حمله کرونا به دنیا است. تعطیلی مرزها و بنگاه‌های اقتصادی، تجارت خارجی کشورها از جمله ایران را هم به تعطیلی کشانده است که زنگ خطری برای اقتصاد کشور که زخم بزرگی به نام تحریم را بر بدنه خود داشته، محسوب می‌شود آن‌طور که پیش‌بینی می‌شود چندان نمی‌توان امیدوار بود که تا یک سال آینده، شرایط تجاری تغییر محسوسی داشته باشد و روند رو به بهبودی را طی کند.

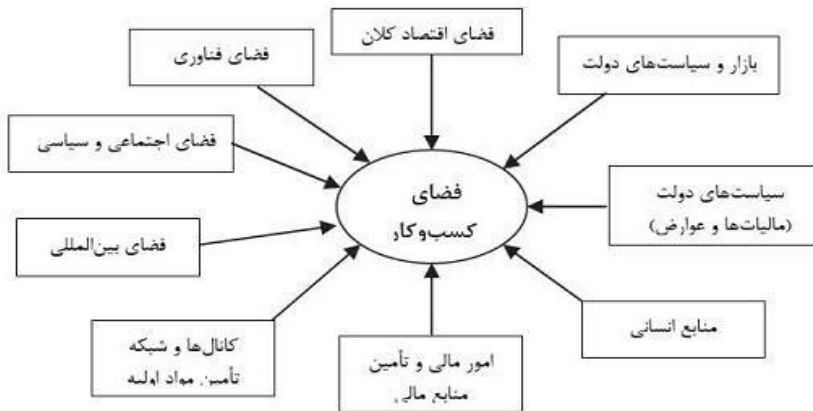
ویروس کرونا بیشترین ضربه را به اقتصاد جهان وارد کرده و همه ابزارها و اقداماتی همچون قرنطینه کردن‌های سراسری کشورها، باز ایستادن رفت و آمد میان کشورها و میان شهرها و بستن تمام مراکز خرید بزرگ و تجمع‌های اقتصادی، دینی، ورزشی و ... در ابعاد خود بی سابقه هستند و بیشتر از آنکه گویای دغدغه تلفات انسانی باشند، گویای دغدغه‌های اقتصادی هستند. هزینه‌های جانی به دلیل پیشرفت‌های فناوری و پزشکی به احتمال قوی حتی به مرزهای تلفات آنفلوآنزای اسپانیایی سالهای ۱۹۱۸ و ۱۹۱۹ نیز نزدیک نخواهد شد ولی هشدارها از رکود سخت اقتصادی‌هایی خبر می‌دهد که بشر تاکنون تجربه نکرده است.

رکود بازار و افت شدید فروش، کاهش شدید میزان فروش کسب و کارها و کندی چرخه گردش مالی مشکل عمده کسب و کارها به دلیل همه گیری کروناست. همه گیری بیماری در ماه‌هایی مردم را خانه نشین و بازار را رکود زده کرد که دوره

رونق فروش کسب و کارها بود و سطح گردش مالی به بیش از سطح متوسط می‌رسید. نگاه بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی و اصناف به کمک‌های دولتی و راهکارهای نجات از این دوران است که متأسفانه عقیم مانده است. متأسفانه با تعطیلی کسب و کارها و رکود در گردش پول و کسب درآمد، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی با مشکل رو به رو شده‌اند.

ویروس کرونا تأثیرات بی‌سابقه‌ای بر جهان داشته است و متأسفانه باید بگوییم که بدترین وضعیت آن از حیث اثرگذاری هنوز ایجاد نشده است. اگر قرار باشد شما در دنیای کسب و کار آینده حضور داشته باشید، باید از امروز اقدام مرتبط با آن را آغاز کنید. انجام این کار به ما و همه جهانیان کمک می‌کند تا جهت بهبود فضای کسب و کار و نهایتاً ایجاد مقاومت آتی نقش بهتری بازی کنند. طی دهه‌های اخیر فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولات و سیعی در حیات بشر ایجاد نموده است. به گونه‌ی که عملاً تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها را دربر گرفته و متأثر ساخته است. هر چند میزان اثرپذیری و به عبارتی بهره‌مندی بخش‌های مختلف از این پدیده یکسان نیست.

همانگونه که ملاحظه می‌شود عملاً بخش‌های مختلفی نظیر سلامت و بهداشت، امنیت، محیط زیست، کسب و کار و توسعه منطقه‌ای از قابلیت‌های این فناوری بهره‌مند می‌شوند، ضمن آنکه در بسیاری از موارد این ارتباط می‌تواند دو سویه باشد. به نظر می‌رسد یکی از مهمترین کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه اقتصاد تحقق می‌یابد. نحوه اثرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر حوزه اقتصاد می‌تواند از مجاری مختلفی ظاهر شود که از مهمترین آنها می‌توان به تسهیل و ارتقای فضای کسب و کار (به معنای عام آن)، و نیز تسهیل فعالیت‌های تجاری اشاره نمود که مورد اول عمدتاً به تعاملات اقتصادی داخل کشور مرتبط می‌شود و مورد دوم حکایت از بستر و مکانیزم (سازوکار) تعامل اقتصاد ملی با فضای بین‌الملل دارد.



مأخذ: (Daft 2003)

عوامل مؤثر بر فضای کسب و کار با توجه به مدل دفت (Daft,

2003)

یکی از مهمترین شاخه‌های ارتباطات توسعه‌ای فناوری اطلاعات و ارتباطات ایجاد درآمد (کسب و کار) می‌باشد که موضوع کسب و کار و تجارت امروزه مورد هجوم ویروس کرونا قرار گرفته و آن را در ورطه ضعف و کندی و گاهی نابودی قرارداده است، چه در نوع فناوری اطلاعات و ارتباطات آن و چه در نوع سنتی و متداول تر آن و یقیناً در آینده این مهم دستخوش تحولات اساسی در سطح منطقه و جهان خواهد شد و برنده این بحران اشخاص حقیقی و حقوقی خواهند بود که از امروز و حین بحران برای آینده و بعد از بحران طراحی، برنامه‌ریزی کرده و آموزش‌های مورد نیاز را بگذرانند و از مشاوران خبره و کارآموده و علوم روز استفاده بهینه نمایند و سازمان خویش را آماده رشد و ترقی نمایند هر چند سخت و نیازمند صرف وقت و هزینه‌های جانبی باشد که این هزینه‌ها خود نوعی سرمایه‌گذاری است برای آینده‌ای بهتر.

پاندمی ویروس کرونا که موجب بیماری کوید ۱۹ می‌شود طی یک سال گذشته و ماه‌ها و سال‌های پیش رو در دنیا و سرایت آن به کشور علاوه بر هزینه‌های جانی و مالی ملموس موجب تعلیق بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی در کشور شده

است. هرچند هنوز تخمین روشنی از میزان زیان مالی و هزینه اقتصادی آن بر اقتصاد کشور در دست نیست اما با توجه به کاهش محسوس تولید جهانی و در نتیجه کاهش تقاضای نفت و کاهش قابل ملاحظه قیمت آن، می‌توان انتظار داشت که طی ماه‌های آتی اقتصاد ایران از این شرایط در تنگنا قرار بگیرد. نکته مهم و حائز اهمیت، مشکلاتی است که بخش خصوصی کشور و به ویژه کسب و کارهای کوچک متحمل می‌شوند به طوریکه در این شرایط توان مالی و تولیدی خود را از دست خواهند داد و از این طریق کل تولید کشور را متأثر خواهند کرد.

هرچند شرایط اقتصادی ایران طی دو سال اخیر با کمبودهای شدیدی مواجه بوده اما شرایط جدید موجب عمیق‌تر شدن شرایط رکود تورمی حاکم بر کشور طی ماه‌ها و سال‌های آتی خواهد بود.

در چنین شرایطی اقتصاد کشور نیازمند بسته‌های راه‌گشای راهبردی ارتباطی مناسب می‌باشد تا علاوه بر محدود کردن آثار این بحران بر کسب و کار کشور، توان اقتصادی و مقابله با چالش‌های مشابه افزایش یابد. بنابراین در این بسته راهبردی ارتباطی ضمن پرداختن به چالش‌های پیش رو در دوران کرونا و تلاش در روند پیشرفت اقتصاد ایران بویژه در حوزه کسب و کار، هدف ارائه راهبردهای مفید در رونق اقتصاد و تجارت و خاصه کسب و کارها می‌باشد.

تعاریف و ویژگی‌ها

تعریف مفهوم راهبرد ارتباطی توسعه کسب و کار

در ساده‌ترین حالت، راهبرد ارتباطی توسعه کسب و کار را می‌توان مجموعه‌ای از ایده‌ها، ابتکارات و فعالیت‌هایی دانست که برای بهتر شدن یک کسب و کار وجود دارد. این امر شامل افزایش درآمد، رشد از نظر گسترش، افزایش سودآوری با ایجاد مشارکت استراتژیک و تصمیم‌گیری درباره‌ی استراتژی‌های کسب و کار است. (کشاورز، ۱۳۹۸). راهبرد ارتباطی توسعه کسب و کار مستلزم انجام وظایف و فرایندهایی برای ایجاد و اجرای فرصت‌های رشد در داخل و بین سازمان‌ها است. این موضوع، زیر مجموعه‌ای از کسب و کار، تجارت و تئوری سازمانی است. توسعه تجارت ایجاد ارزش در بلندمدت برای سازمان و از طریق مشتریان، بازار و روابط است.

توسعه کسب و کاری تواند به معنای هرگونه فعالیتی توسط یک سازمان کوچک یا بزرگ، غیرانتفاعی یا انتفاعی باشد که با هدف توسعه "تجارت" به نحوی صورت می‌گیرد. علاوه بر این، فعالیت‌های ارتباطی توسعه کسب و کار توسط یک مشاور توسعه کسب و کار می‌تواند در داخل یا خارج انجام شود. توسعه تجارت خارجی می‌تواند از طریق سیستم‌های برنامه‌ریزی که توسط دولت‌ها برای کمک به مشاغل کوچک ایجاد شده‌اند تسهیل شود. علاوه بر این، ایجاد شهرت همیشه به تسهیل توسعه کسب و کار کمک کرده است. با این حال، گاهی تعریف دقیق رشد و توسعه کسب و کار دشوار است.

فعالیت‌های توسعه کسب و کار در بخش‌های مختلف یک سازمان یا استارت‌آپ از جمله فروش، بازاریابی، مدیریت پروژه، مدیریت محصول و مدیریت فروشنده‌گان گسترش می‌یابد. شبکه سازی، مذاکره، مشارکت و تلاش برای صرفه جویی در هزینه نیز شامل این موضوع هستند. همه این بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف با هدف راهبردهای ارتباطی توسعه کسب و کار هدایت و تراز شده‌اند. (کشاورز، ۱۳۹۸).

تعریف و مفهوم کسب و کار، ویژگی‌ها و اهداف

تعاریف کسب و کار: تعاریف متفاوتی از کسب و کار وجود دارد. در واژه نامه‌ی آکسفورد کسب و کار به معنی خرید و فروش و تجارت آمده است. در واژه نامه لانگ من، کسب و کار به فعالیت پول در آوردن و تجارتي که از آن پول حاصل شود، گفته می‌شود. (امیدوار، ۱۳۸۹).

به زبان ساده، کسب و کار عبارت است از حالتی از مشغولیت و به طور عام، شامل فعالیت‌هایی است که تولید و خرید کالاها و خدمات با هدف فروش آنها را به منظور کسب سود، در بر می‌گیرد.

بر طبق نظر "ارویک و هانت" کسب و کار عبارت است از هر نوع کسب و کاری که در آن خدمات یا کارهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می‌شود.

"پترسن و پلومن" بر این باورند که هر تبادلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد، کسب و کار نیست، بلکه کسب و کار، هر نوع تبادل تکراری و تجدید شونده خرید و فروش است.

بنابراین با توجه به تعاریف یاد شده می‌توان دریافت که کسب و کار با خرید و فروش کالاها، تولید کالاها یا عرضه خدمات، به منظور به دست آوردن سود، سر و کار دارد. (امیدوار، ۱۳۸۹).

ویژگی‌های کسب و کار: با توجه به تعاریف کسب و کار، ویژگی‌های کسب

و کار، عبارتند از:

۱. فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب ارزش
۲. معامله‌ی کالاها و خدمات
۳. تکرار معاملات
۴. انگیزه‌ی سود (مهم‌ترین و قدرتمندترین محرک اداری امور کسب و کار)
۵. فعالیت توأم با ریسک. کسب و کار، همیشه بر آینده متمرکز است و عدم اطمینان، ویژگی آینده است. از این رو، همواره کسب و کار، توأم با ریسک است.

اهداف کسب و کار: اهداف کسب و باور عمومی این است که تنها هدف کسب و کار، به دست آوردن سود اقتصادی است، در حالی که این امر، واقعیت ندارد. "آرویک" معتقد است همان‌طور که انسان تنها با هدف خوردن زندگی نمی‌کند، تنها هدف کسب و کار هم، کسب سود نیست. بنابراین، کسب و کارها هم دارای اهداف اقتصادی هستند و هم اهداف اجتماعی. (امیدوار، ۱۳۸۹).

تعریف مفهوم کرونا و پساکرونا

به بیماری واگیردار و کشنده ریوی تنفسی که در مجامع بین‌المللی با نام «کرونا‌ی جدید» و با نام علمی ویروس کوئید ۱۹ شناخته می‌شود، در این اثر به اختصار «کرونا» خطاب شده است. منظور از بحران کرونا، چالش‌هایی است که از سال ۲۰۲۰ میلادی از چین آغاز شده و تمام دنیا را فرا گرفت. این چالش‌ها، علاوه بر

مرگ صدها هزار نفر منجر به قرنطینه بسیاری از شهرها و کشورهای دنیا، تعطیلی طولانی مدت بسیاری از سازمان‌ها، اخلال و مشکل در تولید بسیاری از کالاها، تغییرات اساسی در الگوهای مصرف و تولید و تغییرات اساسی در الگوهای روابط در سطح فردی، بین فردی، سازمانی، ملی و بین‌المللی گردید (WHO, 2020). با توجه به ماهیت ادامه‌دار بودن بحران کرونا (Greig, 2020)، منظور از پساکرونا در این پژوهش، دوران پس از وقوع بحران کروناست و نه دوران رفع و از میان رفت کامل این بیماری.

ویروس‌های کرونا گروه بزرگی از ویروس‌ها هستند که می‌توانند حیوانات و انسان‌ها را آلوده کنند و باعث بروز ناراحتی‌های تنفسی شوند؛ این ناراحتی‌ها ممکن است به اندازه سرماخوردگی خفیف یا به اندازه ذات‌الریه شدید باشند. در موارد نادر، ویروس‌های کرونای حیوانی، انسان‌ها را آلوده می‌کنند و سپس بین آنها سرایت پیدا می‌کنند. شاید ویروس SARS (نشانگان تنفسی حاد) در سال ۲۰۰۲ الی ۲۰۰۳ را به خاطر بیاورید، این ویروس نمونه‌ای از ویروس کرونا بود که از حیوانات به انسان منتقل شد. یکی دیگر از موارد مهم و جدیدتر نژاد ویروس کرونا، MERS (نشانگان تنفسی خاورمیانه) نام دارد که در سال ۲۰۱۲ در خاورمیانه کشف شد و به گفته دانشمندان این ویروس ابتدا از شتر به انسان انتقال پیدا کرده است. در انسان، این ویروس عمدتاً از طریق تماس مستقیم با فرد بیمار سرایت پیدا می‌کند. این ویروس همچنین می‌تواند از طریق لمس سطح آلوده و سپس لمس دهان، بینی یا چشم‌ها سرایت پیدا کند، اگرچه گمان می‌رود این شیوه اصلی سرایت ویروس نباشد، www.cdc.gov (2020)

«مراکز کنترل و پیشگیری از بیماری» (CDC) اقدامات بهداشتی خوبی از جمله این موارد را توصیه می‌کند: شستشوی مکرر دست، مصرف مایعات، سرفه کردن در قسمت داخلی آرنج یا دستمال کاغذی و ماندن در خانه در صورت احساس بیماری. به علاوه، توصیه می‌کنیم که حتی اگر بیمار نیستید در خانه بمانید، مگر اینکه واقعاً لازم باشد بیرون بروید، و فاصله‌گذاری اجتماعی را رعایت کنید (حداقل حدود دو متر از دیگران فاصله بگیرید) و ماسکی بپوشید که دهان و بینی شما را

بیوشاند. علائم ویروس کرونای عبارتند از: تب یا لرز - سردرد - سرفه، گلودرد، انسداد بینی یا آبریزش بینی - از دست دادن ناگهانی حس چشایی یا بویایی - تنگی نفس یا مشکل در تنفس - حالت تهوع، استفراغ یا اسهال - سرگیجه، یا درد عضلات یا بدن. www.cdc.gov (2020),

هیچ واکنشی قاطعی تاکنون وجود ندارد هر چند جهان شروع به استفاده از واکنس‌هایی که مجوز اورژانسی و نه قطعی گرفته‌اند را از ابتدای سال ۲۰۲۱ میلادی آغاز نموده است و از آنجایی که ویروس است، آنتی‌بیوتیک‌ها هم روی آن تأثیری ندارند. ارائه‌دهندگان مراقبت بهداشتی بدون اینکه درمان خاصی وجود داشته باشد، عموماً اقدام به معالجه علائم و ایجاد احساس راحتی بیشتر در بیمار می‌کنند. www.cdc.gov (2020),

تعریف بحران در کسب کار

هرچند رویکردهای مختلفی در تعریف بحران وجود دارد، اما بر اساس رویکرد تصمیم‌گیری بحران تنها وقتی وجود دارد که عنصر تصمیم‌گیرنده معتقد باشد که با آن مواجه شده است (Roberts, 1988)، بنابراین هر وضعیتی، هر قدر هم که غیرعادی یا خطرناک باشد، تا هنگامی که انسان‌های مرتبط با آن معتقد نباشد، بحرانی نیست (Roberts, 1988). باید توجه داشت هرچند در اغلب موارد آنچه که نزدیک فرد و یا گروه، بحران تعریف می‌شود، ممکن است در نزد دیگری بحران تعریف نشود، اما در بحران‌های جهانی و بزرگ مثل شیوع ویروس کرونای جدید، این مسئله به هیچ وجه صادق نیست. در واقع بحران جهانی نشان دهنده ذات این مسئله بوده و ضرورت مشارکت و همکاری برای مواجهه با آن را آشکار می‌سازد.

بحران رخدادی است به صورت اتفاقی و ناگهانی که شرایط خطرناکی را برای انواع کسب و کارهای اینترنتی، استارت‌آپ‌ها و حتی کسب و کارهای سنتی ایجاد می‌کند. کسب و کارها در زمان بحران دچار شرایط ناپایدار و خطرناک می‌شوند. این وضعیت و بحران می‌تواند لحظه‌ای باشد و یا اینکه سال‌ها و ماه‌ها ادامه پیدا کند. خطرناک‌ترین کار در شرایط بحرانی، عدم پذیرش وضعیت بحرانی جدید می‌باشد. اگر کسب و کار شما در شرایط بحران قرار بگیرد ولی شما یا متوجه نشوید و یا اگر به

آن اهمیت ندهید شدیداً دچار افت در وضعیت ایده آل و نرمال خود می‌شوید. (کرمی، ۱۳۹۸).

در شرایط بحرانی بیزینس‌هایی که فقط به خود اتکا می‌کنند و به دنبال تعامل نیستند به شدت زمین می‌خورند. مهمترین وظایف مدیران عالی در هر شرکت و سازمان، ایجاد روابط با فضای بیرون آن سازمان می‌باشد. در شرایط بحرانی این مسئله می‌تواند کمک بزرگی به آن‌ها کند. ایجاد روابط و تعامل با افراد متخصص به خصوص در کسب و کارهای اینترنتی می‌تواند آن‌ها را از وضعیت بحران خارج کند. در زمان بحرانی وقتی شما می‌خواهید تبلیغی را انجام دهید حتماً باید یک مزیت رقابتی نسبت به رقبای خود داشته باشید و یا ایجاد کنید. این مسئله باعث جذب مشتریان زیادی می‌شود. مثلاً در زمان شیوع ویروس کرونا سایت‌های فیلم، تخفیف‌های بسیار ویژه‌ای را در خرید اکانت خود ایجاد کردند. در این زمان افراد در خانه‌های خود قرنطینه بودند و چه چیزی بهتر از اینکه با مبلغ کم وقت خود را با فیلم و سریال‌های جذاب سپری کنند. این سایت‌ها با تبلیغات گسترده در شبکه‌های مجازی مشتریان زیادی را جذب و ترافیک خود را بسیار ارتقا دادند. (کرمی، ۱۳۹۸).

روش پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش کتابخانه‌ای و اسنادی است و تلاش می‌گردد با استفاده از اصول منطقی و علمی به تفسیر دقیق مفاهیم مورد نظر پرداخته شود و جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تفسیر آنها کتابخانه‌ای و اسنادی است.

روش پژوهش اسنادی: پژوهش مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه اسناد، مانند آرشیوها یا آمار رسمی است [۱]. پژوهش اسنادی اعم از اسنادی و تاریخی است به همین جهت در این نوشتار تحقیق کتابخانه‌ای به عنوان یکی از اقسام تحقیق اسنادی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. ابزار جمع‌آوری اطلاعات محقق در روش کتابخانه‌ای، همه اسناد چاپی همانند کتاب، دایره‌المعارف‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، مطبوعات، مجلات، روزنامه‌ها، مقالات، هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها، لغت‌نامه‌ها، سالنامه‌ها، مصاحبه‌های چاپ شده، پژوهش‌نامه‌ها، کتاب‌های همایش‌های علمی، اسناد اصل،

اسناد دولتی، آمارنامه‌ها، اسناد شخصی و خصوصی، نشریه‌های رسمی دولتی و هرگونه اسناد و هر منبعی که به صورت چاپی قابل شناسایی باشد و نیز متون چاپی نمایه شده در بانک‌های اطلاعاتی و اینترنت و اینترنت، میکرو فیلم و میکرو فیش، دیسک‌ها و دیسک‌های رایانه‌ای، اسناد صوتی و تصویری، است (مجدفر، ۱۳۸۲: ۲۷۶).

چارچوب نظری و مفهومی

جامعه ایرانی طی چند ماه اخیر، چه در ساحت اجتماع و چه در حوزه سیاسی، تحولاتی را تجربه کرده است. از جمله آنها بوده است «تکرار و بازتولید» و نیز «رویدادهای غیرقابل تخمین» ویژگی‌های تحولات چند ماه اخیر جامعه ایرانی بوده است و همین ویژگی‌ها منجر به طرح این سؤال شده که آیا می‌توان گفت فضای کسب و کار در این مدت دچار بی‌نظمی و آشوبگرانه شده است؟ (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

با عنایت به این که موضوع این مقاله به‌طور مستقیم به مبحث بحران و مدیریت بحران ارتباط دارد، به‌نظر می‌رسد ارائه تعریف و تشریح ابعاد و ویژگی‌های این دو مفهوم، به‌عنوان چارچوب نظری آن، ضرورت و اولویت دارد. بدهی است با توجه به گستردگی ابعاد و کاربرد مفاهیم بحران و مدیریت بحران در علوم و عرصه‌های گوناگون، آن چه در این مقاله کاربرد بیشتری دارد، وجوهی از مفهوم بحران است که معطوف به ابعاد سیاسی، امنیتی و اجتماعی در تعامل سه‌جانبه بین جامعه، حکومت و عناصر بحران است. ضمن این که مفاهیمی هم‌چون شورش و فتنه را نیز با عنایت به کاربرد آن‌ها در برخی منابع و تحقیقات، نمی‌توان از نظر دور داشت. برای تحلیل فضای کنونی جامعه بازار ایران و جهان، «نظریه آشوب» استفاده می‌شود و با در هم تنیدن آن با مفهوم اثر «پروانه‌ای» در نظریه لورنز، مدلی تبیینی برای پیچیدگی فضای اقتصادی، اجتماعی و پیامدهای آن در جامعه ایران ارائه می‌شود. نظریه آشوب با گذر از این مفروض‌های نیوتنی و با تکیه بر مبانی فیزیک کوانتومی، این اصل را بیان می‌کند که در سیستمی پیچیده نمی‌توان گفت یک اتفاق دقیقاً دوباره تکرار خواهد شد، بلکه در ست در نقطه مقابل در این

گونه سیستم‌ها نظم و بی‌نظمی مکمل همدیگر هستند. مدل آشوب در واقع گویای آن است که تحولات اقتصادی و اجتماعی هستند و نباید به دنبال قاعده‌های عام و جهان شمول برای تبیین و تحلیل « مکان پرورده »، « زمینه پرورده » و « زمان پرورده » آنها بود، در مقابل باید، به دنبال قواعد خرد، محلی و متناسب با زمینه‌ها و زمانه جدید بود، زمینه و زمان‌هایی که خود دنیای مدرن نیز از گزند دگرگونی‌های مدهوش‌کننده آن در امان نیست. در نظریه آشوب با بهره‌آزادانه از چنین آموزه‌هایی در ساحت اقتصاد و سیاست، چنین انگاشته می‌شود که آنچه مایه تأثیرگذاری بازیگران در این عرصه‌ها می‌شود، از حاکمیتی که دارند یا از قانونی که نوشته شده بر نمی‌خیزد، بلکه در پدیده‌های ارتباطی در اقتداری که می‌توانند اعمال کنند ریشه دارد (Elliott, 2003).

یکی از مهمترین مفاهیم به کار رفته در نظریه آشوب، « اثر پروانه‌ای » است که نقش عوامل کوتاه مدت در بروز تحولات بزرگ و احتمالاً آشوب‌ناک را تبیین کند. می‌توان اثر پروانه‌ای را که سنگ بنای نظریه آشوب است، به طور خلاصه اینگونه بیان کرد که رخدادهای کوچک می‌توانند تأثیرات بسیار گسترده‌ای داشته باشد. اثر پروانه‌ای به این معناست که تغییر جزئی در شرایط اولیه می‌تواند به نتایج وسیع و پیش‌بینی نشده در ستاده‌های سیستم منجر شود. در نظریه آشوب یابی نظمی اعتقاد بر آن است که تمامی پدیده‌ها به خصوص ویروس کرونا، نقاطی وجود دارند که تغییری اندک در آنها سبب تغییرات عظیم خواهد شد و در این رابطه سیستم‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی از اثر پروانه‌ای برخوردارند. در واقع با ایجاد ویروس کووید ۱۹ در ووهان چین در تمام جهان طوفانی برپا شد، و تحلیل‌گران اجتماعی و اقتصادی باید با آگاهی از این نکته مهم به تحلیل و تنظیم مسائل مربوطه بپردازند (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

تعریف بحران، ویژگی‌ها و انواع آن: بحران یک نشانه است برای این که تصمیم‌گیرندگان را از وضعیت غیرمتعارف و نامطلوب آگاه سازد. ویژگی بحران مانند عملکرد تب در بدن انسان است که نشان از نارسایی در عملکرد یکی از سیستم‌های بدن دارد. بحران‌های داخلی در جوامع گوناگون نمایان‌گر وجود یک

عدم تعادل در نظام داخلی کشور است. جنبش‌ها، نارضایتی‌ها، تحرکات گروهی، آشوب‌ها و تظاهرات، همگی از وجود نقص در یکی از سیستم‌های فرعی نشان دارد. (محمودنژاد، ۱۳۸۲: ۱۵). «مفهوم بحران از زوایای گوناگون مدنظر صاحب‌نظران بوده است و از ابعاد مختلف به تعریف آن پرداخته‌اند. پیچیدگی این مفهوم به حدی است که حتی برخی بر این باورند که امکان ارائه تعریف موجزی برای بحران وجود ندارد و به جای عرضه تعریف واحدی از بحران، می‌توان در چارچوب هر دیدگاه به‌طور مجزا مفهوم بحران را تعریف کرد» (کاظمی، ۱۳۶۹: ۱۲). از نگاهی دیگر، «بحران عبارت است از وضعیتی که نظم سیستم اصلی یا قسمت‌هایی از آن را که ما سیستم فرعی می‌نامیم، مختل کرده است و پایداری آن را به هم زند، به زبان دیگر، یک بحران وضعیتی است که تغییری ناگهانی در یک یا چند قسمت از عوامل متغیر سیستم به وجود می‌آورد» (کاظمی، ۱۳۶۹: ۱۳). در یک نگاه کلی می‌توان گفت: «هرگاه منافع و ارزش‌های بنیادین و اهداف حیاتی جامعه و حکومت مورد تهدید قرار گیرد، وضعیتی منتظره یا غیر منتظره به‌صورت ناگهانی ظاهر شود یا شرایط خاص روان‌شناختی، رفتاری نزد نخبگان درون حکومت شکل گیرد، پدیده‌ای به نام بحران حادث شده است» (تاجیک، ۱۳۷۹: ۷۸).

از جمله ویژگی‌های بحران این است که دست‌کم سه احساس عمده و نگرانی اساسی را نزد حاکمیت و مدیران حکومت برمی‌انگیزد: الف) احساس از دست دادن قدرت ب) احساس خروج اوضاع از کنترل ج) احساس خطر نابودی (هریسون و کارون، ۱۳۷۸: ۱۸). از دیگر ویژگی‌های بحران، این است که «حوادث و اتفاقات به‌صورت پیوسته و مستمر روی می‌دهد. این ویژگی را برخی با تعبیر چرخه بحران توصیف کرده‌اند و سه مرحله پیش، حین و پس از بحران را به‌عنوان مراحل اساسی چرخه بحران برشمرده‌اند» (زندى، ۱۳۸۵: ۶۹). در دسته‌بندی بحران‌ها، از یک منظر، دو گونه بحران سطح اول و سطح دوم را مورد اشاره قرار می‌دهند. بحران سطح اول به بحرانی اطلاق می‌شود که در ذهن و رفتار نخبگان تصمیم‌ساز رخ می‌نماید، آنانی که خود مدیریت بحران را بر دوش دارند. بحران سطح اول معمولاً منشأیی اندرونی دارد، از بالا به پایین عمل می‌کند، شدتی بالا، دامنه و گستره‌ای فراخ و تأثیر و

درآمدی بس عمیق و پایا دارد. بحران سطح دوم بحرانی است که ریزبندنه‌های یک نظام را مورد حمله قرار می‌دهد، از زیر می‌جوشد، کانون‌های متعدد قدرت و مقاومت را به خدمت می‌گیرد و در ذهنیت عمومی جامعه نشست می‌کند. این دو نوع از بحران، در تعاملی دوسویه و مستمر با یکدیگرند. «در هنگامه بحران‌ها و تلاطمات اجتماعی، سیاسی رابطه‌ای تنگاتنگ و تعاملی میان نخبگان و مردم برقرار است و کردار و رفتار نخبگان، بازتاب تعیین‌کننده‌ای در نوع کنش‌ها و واکنش‌های آحاد یک جامعه دارد و بالعکس» (تاجیک، ۱۳۷۹: ۲۵ و ۲۷).

بحران آشوب در ایران: شرایط کرونا، جهان جدیدی شکل داده است و شکی نیست که تبعات فراوانی بر یکایک جوامع نیز خواهد داشت، البته به نحوه عملکرد و مواجهه حکومت، دولت و ملت ایران با بحران کنونی بستگی دارد. همچنین به نحوه عملکرد و سازکارهای جهانی و نهادهای بین‌المللی و تحولات فناوری در این زمینه وابسته است. بنابراین نمی‌توان به طور قطع و روشن در باره آینده جامعه ایران سخن گفت اما با در نظر گرفتن برخی واقعیت‌هایی که اکنون آشکار شده است می‌توان گفت امکان شکل‌گیری چند تحول، کاملاً محتمل است. برخی رخ داده‌ها فردی و در سطح خرد قابل بحث هستند و برخی دیگر در سطح میانی مثل نهاد خانواده و نهادها و مناسک اجتماعی قابل مطالعه می‌باشند. در ایران «پسا کرونا» فرهنگ سیاسی مردم دستخوش تغییراتی خواهد شد و در نتیجه این تحول، نظام سیاسی ایران لاجرم باید به بازاندیشی در بنیادهای فکری و سیاسی خود بپردازد. در غیر این صورت می‌توان این احتمال را داد که آشوب‌ها و چالش‌های فراگیر مهارناپذیری در حوزه اقتصاد و آسیب‌های اجتماعی در ایران پسا کرونا در بر بگیرد (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

با قدرت فناوری‌های نوین ارتباطی هم زمان می‌توان «امید اجتماعی» را در قالب شکل‌های متفاوت به جامعه بازگرداند. اما می‌توانیم درک کنیم که چرا قواعد نظریه‌های خطی دیگر راه‌گشای تبیین پیچیدگی فضای ملتهب اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ایران نیست. می‌توانیم متوجه شویم که چرا رخدادی کوچک می‌تواند همه پیش‌بینی‌ها را دگرگون کند و چرا هر اتفاق کوچکی می‌تواند تأثیراتی

گسترده در پی داشته باشد. پس از هر رخداد بهداشتی، سیاسی ناهمخوان، محصور گفتمان نظریه‌های خطی نباشیم (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

با استناد به نظریه آشوب به طور خلاصه می‌توان گفت جامعه ایران از نظر مهارت‌های تحلیلی پیشرفت کرده و مطالبه‌گرتر شده است، به دلیل ناتوانی در پاسخگویی به مطالبات نارضایتی و بحران شکل می‌گیرد. این بحران به افزایش شمار خرده گروه‌ها منجر می‌شود. افزایش شمار خرده گروه‌ها موجب کژکارکردی حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی و مدیریت کسب و کار می‌شود. در این هنگام است که تحولی کوچک (اثر پروانه‌ای) می‌تواند پیامدی گسترده و غیرقابل پیش‌بینی داشته باشد (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

اثر پروانه‌ای و تحولات مهم بهداشتی، اقتصادی، اجتماعی در ایران، نمونه درخشانی است که می‌توان در رابطه با اثر پروانه‌ای بر شمرد، آغاز ویروس کرونا در کشور چین است، این بیماری که یک بیماری ژنتیکی محسوب می‌شود یعنی از طریق انسان به انسان منتقل می‌شود. این ویروس آغازگر شراره‌های اجتماعی و اقتصادی شد که پس از چین، کشورهای دیگر را در بر گرفت تبیین این نظریه با نظریه آشوب به خوبی امکان پذیر است. اثر پروانه‌ای در تحولات اخیر ایران را می‌توان در نمونه‌های زیادی مشاهده کرد. اهم این تحولات را می‌توان به تعطیلی نظام آموزشی، بسته شدن فعالیت‌های اقتصادی، قرنطینه کردن افراد و ... اشاره کرد (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

پیشینه اپیدمی‌های جهانی و کسب تجربیات در پاندومی کرونا

اثرات بیماری کرونا در سطح بنگاه‌ها و با دیدگاه کسب کاری بیش از آنکه در دوره بروز این بیماری حائز اهمیت باشد در دوران پسا کرونا تأثیرگذار خواهد بود. کرونا اتفاقی منفی برای اقتصاد کشورهاست. این اثرات که از تغییرات رفتاری چشمگیر مصرف‌کنندگان نشات می‌گیرد، صاحبان کسب و کارها را ملزم به تغییر استراتژی آنها در طول زنجیره ارزش از طراحی و تأمین تا تولید و بازاریابی و فروش خواهد نمود. چراکه شرایط ماندگاری یک کسب و کار در بازار مطمئناً پس از این

دوران تغییر خواهد کرد. شایان توجه است که در سال ۲۰۰۳ در زمان بروز سارس، صناعی که بیشترین تأثیرپذیری را داشتند، شرکت‌های صنعتی مبتنی بر تولیدات کارخانه‌ای، شرکت‌های دولتی، شرکت‌های خارجی و خصوصی بودند. مشکل اصلی پیش آمده برای آنها، کمبود نیروی کار، تقاضای صادرات معطل شده و آسیب جدی به سود آن شرکت‌ها بود. با توجه به اینکه مطمئناً بیماری‌های همه‌گیر و این چنین بحران‌هایی در سال‌های آتی نیز وجود خواهد داشت، بررسی این آثار نشان دهنده است که شرکت‌ها باید با تغییر ماهیت و استراتژی به سمتی حرکت نمایند که بحران‌های این چنینی تأثیر کمتری بر آنها داشته باشد. مثلاً پس از بحران مالی در سال ۲۰۰۸، چین انتقال از صنعتی شدن به خدمات صنعتی را آغاز نمود. این کشور با آموختن از تجربه اقصادهای پیشرفته مانند ایالات متحده آمریکا، ژاپن و کره جنوبی برای جلوگیری از دام درآمد متوسط، تعدیلات صنعتی جدیدی انجام داد. در سال ۲۰۱۴ چین در پی شتابی که در تحولات خود یافته بود، پروژه‌های "کارآفرینی و نوآوری انبوه" را آغاز نمود. هرچند شرایط اخیر از بیشتر جوانب چون گستردگی و جو روانی تقریباً بی سابقه است لیکن بررسی شرایط نزدیک در سایر کشورها نیز بیانگر این امر می‌باشد.

آنچه در این راستا حائز اهمیت است نقش علم و فناوری در مسیر تغییر استراتژی کسب و کارهای موجود و حتی ایجاد کسب و کارهای جدید خواهد بود. از این رو بررسی وضعیت کشور در حوزه علم و دانش و اتصال این حلقه به صنعت به منظور ارزش آفرینی بیشتر می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. آگاهی از اثرات این بیماری بر کسب و کارها پس از این دوران و برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی‌های مناسب در دو سطح دولت و بخش خصوصی ضمن کاهش آثار نامطلوب به وجود آمده قادر است تهدیدها را به فرصت تبدیل نموده و با توجه به ظرفیت‌های مناسب کشور در زمینه دانش و علم، کشور را در تحقق اهداف سند چشم انداز در منطقه یاری نماید (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۱۳).

اپیدمی‌های جهانی

بیماری سارس ۲ از نوامبر ۲۰۰۲ تا جولای ۲۰۰۳: شیوع این بیماری در جنوب جمهوری خلق چین باعث بروز ۸۰۹۸ مورد احتمالی شد و در پایان مرگ ۷۷۴ تن در ۱۷ کشور گزارش شد. بیشتر موارد این بیماری در چین و هنگ کنگ گزارش شد. زمانی که بحران سارس پیش آمد، اقتصاد چین در حال رشد بود و ارقام مسافران خارجی و تجارت در مسیر رشد سریعی قرار داشتند. با وجود این، چین ششمین اقتصاد بزرگ جهان بود و این در حالی است که امروز چین دومین اقتصاد بزرگ دنیا و از نظر تجارت جهانی بزرگترین اقتصاد دنیاست. در سال ۲۰۰۲ چین تنها میزبان حدود هفت میلیون سفر بوده در حالی که در حال حاضر تعداد سفرهای بین‌المللی سالانه حدود ۱۵۰ میلیون سفر تخمین زده می‌شود و بر اساس آمار سازمان ملل متحد، در حال حاضر هفت فرودگاه از ۱۰ فرودگاه بزرگ دنیا در چین قرار دارد. در زمان شیوع سارس، اکثر کارخانه‌ها و مدارس چینی به فعالیت خود ادامه دادند و مشارکت چین در اقتصاد جهانی نصف سهم امروزش بود (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۱۴)

شیوع ویروس آنفلوآنزای خوکی در سال ۲۰۰۹: این بیماری از مکزیک آغاز شد و تا پایان سال ۲۰۱۰ ادامه یافت. نتیجه یک تحقیق دانشمندان که در سال ۲۰۱۱ منتشر شد نشان می‌دهد که بین ۱۱ تا ۲۱ درصد جمعیت جهان به این ویروس مبتلا شدند. کارشناسان سازمان جهانی بهداشت بر این باور هستند که حدود ۲۸۴ هزار و ۵۰۰ نفر از مبتلایان در سطح جهان جان خود را از دست دادند. بیماری مرس در عربستان در سال ۲۰۱۲ (۱۳۹۱): ویروس کرونا باعث بروز یک بیماری شبیه سارس در عربستان شد که برخلاف سارس نه تنها دستگاه تنفس بلکه ارگان‌های حیاتی دیگر بدن مثل کلیه و کبد را نیز درگیر می‌کرد به همین دلیل مرگ و میر آن بیشتر و حدود ۳۶ درصد بوده و لذا نام بیماری را مرس (سندرم تنفسی کشنده خاورمیانه) گذاشتند. کانون اصلی این بیماری شش کشور عربستان سعودی، امارات متحده عربی، قطر، عمان، یمن و کویت بوده است (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۱۴).

ویروس مرگبار ابولا در آفریقا: این ویروس نخستین بار در سال ۱۹۷۶ در آفریقای مرکزی مشاهده شد. ابولا از اواخر سال ۲۰۱۳ در جنوب گینه ظاهر شد، بعد به سرعت در غرب آفریقا شیوع پیدا کرد و به مرگ ۱۱ هزار نفر انجامید. در سال ۲۰۱۴ نیز با انتشار مجدد این ویروس که از گینه شروع شد و به کشورهای همسایه سیرالئون و لیبریا گسترش یافت حدود ۴۰۰ نفر جان خود را از دست داده‌اند. این بزرگترین مورد شیوع ابولا از نظر موارد ابتلا، آمار مرگ و پراکندگی جغرافیایی به حساب می‌آید.

ویروس زیکا در برزیل: این ویروس در ماه مه ۲۰۱۵ به برزیل راه یافت. در برزیل در سال ۲۰۱۵ بیش از ۸۴۰۰۰ مورد ابتلا به این ویروس و در سال ۲۰۱۶ بیش از ۲۱۰۰ مورد ثبت شد. به دلیل شیوع آن که در سال ۲۰۱۵ در برزیل آغاز شد، سازمان جهانی بهداشت در فوریه ۲۰۱۶ آن را یک وضعیت اضطراری بهداشت عمومی در عرصه بین‌المللی اعلام کرد. تاکنون ۹ کشور در آمریکای مرکزی و جنوبی موارد ابتلا به این ویروس را گزارش کرده‌اند.

سال گذشته سازمان بهداشت جهانی در گزارشی اعلام کرد از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۹، هزار و ۴۸۳ مورد بیماری همه‌گیر در ۱۷۲ کشور جهان رخ داده است که پرهزینه‌ترین آن‌ها در تاریخ معاصر، افت بهره‌وری ۴۰ میلیارد دلاری ناشی از بیماری سارس در سال ۲۰۰۳ و ضرر ۵۵ میلیارد دلاری آنفلوآنزای خوکی در سال ۲۰۰۹ بوده که هر دو آنها از چین آغاز شده بودند. سازمان بهداشت جهانی همچنین اعلام کرده که شیوع ابولا در غرب آفریقا در حدفاصل سالهای ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ بیش از ۵۳ میلیارد دلار به اقتصاد و جامعه خسارت زده است.

آنچه در این بررسی قابل توجه است: بررسی گستردگی، مدت زمان شیوع و منطقه اصلی بروز بیماری‌های همه‌گیر جهانی نشان دهنده آن است که ظهور گسترده‌تر این بیماری‌ها در کشورهای با جمعیت بازتر و در اقتصادهای در حال ظهور می‌تواند سبب تغییر ماهیت و استراتژی واحدهای اقتصادی آن جوامع گردد و در بلندمدت به مقاومت بیشتر و شکنندگی کمتر واحدهای اقتصادی آن جامعه در مقابل این بحران‌ها کمک نماید به نظر می‌رسد در شیوع ویروس کرونا نیز تاریخ

دوباره تکرار خواهد شد و شرکت‌های با تکنولوژی باز به کمک کارمندان خود در دورکاری، بتوانند جهش بلندی در فرصت پیش آمده برای گسترش و توسعه خود ایجاد نمایند (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۱۴)

مطمئناً بعد از پایان این اپیدمی، بیشتر شرکت‌ها، حتی شرکت‌ها در صنایع سنگین که تمایلی به آنلاین شدن نداشتند، نیز دیجیتالی شدن را مد نظر قرار خواهند داد.

پیش بینی فرصت‌ها و تهدیدها برای کسب و کار در پسا کرونا

اقتصاد در پسا کرونا شرایط و وضعیت متفاوتی برای جهان و کشورها در پی خواهد داشت البته قبل از پیش بینی این شرایط باید در نظر داشت که دوران پسا کرونا به دو صورت کلی ترسیم می‌شود، ابتدا اینکه برای این بیماری درمان قطعی پیدا شود و مثل بسیاری بیماری‌ها مانند طاعون، درمان و ریشه کن شود و در منظر دوم این بیماری مثل بیماری آنفلانزا و ایدز با بشر خواهد ماند. اما در هر صورت شیوع این بیماری علاوه بر آثار و تبعات آن بر جسم و سلامتی انسان‌ها، بر اوضاع اقتصادی کشورها نیز اثرات فراوانی خواهد داشت، پیش بینی‌های متعددی از اوضاع اقتصادی کشور در دوره پسا کرونا وجود دارد که اکثر آنها بر کاهش رشد اقتصادی، گسترش بیکاری و فقر در جوامع دلالت دارد. در کنار این اثرات ذکر شده، اقتصاد پسا کرونا به نظر می‌رسد اقتصاد متفاوتی خواهد بود که تفاوت مشهود بین مؤلفه‌های اقتصاد پسا کرونا و اقتصاد قبل از این بیماری وجود خواهد داشت (الطافی، ۱۳۹۹).

از یک منظر می‌توان اقتصاد پسا کرونا را به مانند اقتصاد پسا طاعون سیاه، در نیمه قرن ۱۴ میلادی دانست. همه‌گیری این بیماری در اواسط قرن ۱۴ در تمام کشورهای اروپایی مشاهده شد و اثرات مخربی به لحاظ مرگ و میر در جهان داشت. تخمین زده می‌شود یک سوم جمعیت ایران در آن زمان در اثر همه‌گیری این بیماری کشته شدند. اثرات مرگ و میر ناشی از شیوع ویروس کرونا در مقایسه با شیوع طاعون سیاه بسیار اندک است، اما نکته مهم در خصوص تحولات اقتصاد پسا طاعون است که می‌تواند برای اقتصاد پسا کرونا نیز در اقتصادهای جهان، قابل کاربرد باشد. در دوره پسا طاعون، ساختار اقتصادی بیشتر کشورهای دگرگون شد و اختلاف رشد و

توسعه بین کشورهای جهان و حتی در بین کشورهای یک منطقه نیز بیش از پیش افزایش یافت. برای مثل، رشد و توسعه کشورهای شرق و غرب اروپا در دوره قبل از شیوع طاعون بسیار ناچیز بود، اما در دوره پساتاعون، اختلاف بین این دو گروه از کشورها افزایش یافت و امروزه نیز این شکاف در رشد و توسعه کشورهای این منطقه، مشاهده می‌شود. البته نباید فراموش کرد که علت افزایش شکاف در رشد و توسعه اقتصادی کشورها، تنها ناشی از شیوع طاعون سیاه نبوده، بلکه شیوع طاعون سیاه، آغازگر این شکاف بین کشورها بوده است (الطافی، ۱۳۹۹).

در تجربه تاریخی بعد از پاندومی طاعون بیشتر کشورهایی که تجربه موفقیت در رشد و توسعه اقتصادی داشتند و اختلاف خود را با سایر کشورها، افزایش دادند، کشورهایی بودند که رشدهای اقتصادی مبتنی بر علم و فناوری را دنبال کردند. بررسی تاریخ اقتصادی کشورها در این دوره نشان می‌دهد اختراعات صنعتی در دوره پساتاعون بیشتر مورد توجه قرار گرفت و کشورهایی که از این اختراعات هم سو با رشد و توسعه اقتصادی خود بهره گرفتند، کشورهای موفق بودند. نمونه این‌ها دو کشور آلمان و انگلیس بودند، این دو کشور برخلاف سایر کشورها، با حمایت ویژه از توسعه علم و فناوری، مسیرهای رشد و توسعه را با شتاب بیشتری در مقایسه با سایر کشورها طی کردند و این امر، افزایش رونق و رفاه اقتصادی را نیز برای آنها به دنبال داشت. در حالی که سایر کشورها از جمله کشورهای شرق اروپا، همان مسیر گذشته را دنبال کردند و اقتصاد سنتی خودشان را مبنای رشد و توسعه اقتصادی قرار دادند، نتیجه این تلاش‌ها، افزایش اختلاف بین رشد و توسعه اقتصادی در بین کشورهای اروپای غربی و شرقی شد (الطافی، ۱۳۹۹).

با در نظر گرفتن این تجربه تاریخی به خصوص شرایط اقتصادی در آن مقطع زمانی بعد از گسترش طاعون سیاه، در مورد دوره پسا کرونا نیز می‌توان برخی پیش‌بینی‌ها را انجام داد. در دوره پسا کرونا، اکثر اندیشمندان اقتصادی بر این اعتقاد هستند که اقتصاد کشورها به دوره قبل از شیوع این ویروس برنخواهد گشت. از این رو، اقتصاد کشورها در دوره پسا کرونا متفاوت از اقتصاد قبل از این ویروس خواهد بود. با توجه به پیشرفت علم و فناوری به ویژه در چند دهه اخیر، می‌توان پیش‌بینی کرد

که دوره پساکرونا همانند دوره پساطاعون منجر به شکل‌گیری شکاف در رشد و توسعه اقتصادی کشورهای جهان خواهد شد. در دوره پساکرونا، کشورهایی که توجه و سرمایه‌گذاری ویژه در گسترش، توسعه و به‌کارگیری علم، فناوری و نوآوری انجام داده‌اند، مسیر رشد و توسعه متفاوتی از کشورهایی خواهند داشت که سرمایه‌گذاری آنها در حوزه علم، فناوری و نوآوری اندک بوده است. به گونه‌ای که این اختلاف در سرمایه‌گذاری و توجه به جایگاه علم، فناوری و نوآوری در اقتصادها، می‌تواند منجر به شکل‌گیری قدرت‌های جدید در اقتصاد جهانی از یک طرف و افول قدرت‌های سابق حتی در بین کشورهای اروپای توسعه یافته شود (الطافی، ۱۳۹۹).

پیش‌بینی می‌شود دوره پساکرونا فرصت بسیار خوبی فراهم کرده است که کشورهای دارای علم، فناوری و نوآوری جهش‌های رشد و توسعه اقتصادی خود را در مقایسه با سایر کشورها به دست آورند. در طرف مقابل، کشورهایی که به علم، فناوری و نوآوری در اقتصاد توجه لازم و ویژه نداشته‌اند، در مسیر افول قرار گرفته و فاصله رشد و توسعه اقتصادی بالایی با کشورهای یادشده، تجربه خواهند کرد. پدیده یادشده، در اقتصاد دوره پساکرونا، احتمال رخداد بالایی دارد. اقتصاد پساکرونا، ویژگی‌های متفاوتی در مقایسه با اقتصاد قبل از کرونا خواهد داشت که دستیابی به جهش‌های اقتصادی برای کشورهای سرمایه‌گذار در علم، فناوری و نوآوری را تسهیل می‌کند.

بعد از دو انقلاب صنعتی و اطلاعاتی، گسترش اینترنت و در نتیجه آن پیشرفت و توسعه ارتباطات و اطلاعات موجب شد تا دگرگونی بزرگی در فناوری‌ها در آینده نزدیک قابل‌تصور باشد. به گونه‌ای که امروزه انقلاب دیجیتال به عنوان واژه کلیدی در تحولات جهانی مورد تأکید قرار گرفته و این انقلاب، بر زندگی و جامعه کشورها، تأثیر داشته است. رشد روز افزون تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات موجب شده تا اقتصاد کشورها نیز متحول شود و بیش از گذشته در جهت دیجیتالی شدن حرکت کنند. دوره پساکرونا فرصت بسیار مغتنمی برای رشد بالای اقتصاد دیجیتال فراهم کرده است. از جمله فناوری‌های این حوزه می‌توان به فناوری‌های بلاکچین، پرینت سه بعدی، اینترنت اشیا، رایانش ابری، رباتیک و هوش مصنوعی اشاره کرد.

هر چند به کارگیری این فناوری‌ها در اقتصاد دیجیتال از سوی برخی از کشورها مورد توجه قرار گرفته است، اما دوره پسا کرونا، اقتصاد کشورها را به سمت اقتصاد دیجیتال ملزم می‌کند. از این رو، کشورهایی که سرمایه گذاری‌های کلان در توسعه و به کارگیری فناوری‌های اقتصاد دیجیتال داشته‌اند، مسیرهای هموار در رشد و توسعه اقتصادی تجربه خواهند کرد (الطافی، ۱۳۹۹).

با توجه به تحول در اقتصاد دوره پسا کرونا در کشورهای جهان، مشاغل مبتنی بر اقتصادهای سنتی با تهدید جدی مواجه خواهند شد. بسیاری از این مشاغل، دیگر در اقتصاد جدید جایگاهی نداشته و از بین خواهند رفت. اقتصادهای مبتنی بر اقتصاد دیجیتال، دیگر نیازی به نیروی کار همانند دوره قبل کرونا نخواهد داشت و این امر، بیشتر مشاغلی که با اقتصاد دیجیتال انطباق پیدا نکنند را با رکود مواجه کرده و حتی دستمزد این مشاغل نیز کاهش خواهد یافت. اقتصادهای قبل از کرونا برای همه نیروهای کار، اعم از نیروی کار ساده تا نیروی کار ماهر، ظرفیت ایجاد شغل داشته‌اند، به گونه‌ای که یادگیری مهارت و کسب دانش تنها در حوزه‌های محدودی از اقتصاد به عنوان یک الزام کلیدی به شمار می‌آمد، اما اقتصاد پسا کرونا، تحول بزرگی در نیروی کار ایجاد کرده و فرصت‌های شغلی را به سمت نیروی کار ماهر هدایت خواهد کرد. چنین تحولی از یک سو نیروی کار در اقتصاد کشورها را افزایش داده و از سوی دیگر، دستمزد نیروی کار را افزایش خواهد داد. نکته مهم، تهدید جدی برای اقتصادهایی است که تربیت نیروی کار ماهر را در اولویت قرار نمی‌دهند. این در حالی است که اقتصادهای دارای نظام تربیت نیروی کار متخصص، نه تنها تولیدات با ارزش افزوده بالا را خواهند داشت بلکه نیروی کار مسلط بر اقتصاد کشورها نیز خواهند بود (الطافی، ۱۳۹۹).

در اقتصاد قبل از شیوع این بیماری، کشورهای صاحب علم، فناوری و نوآوری هم در زمره کشورهای پیشرو و توسعه یافته نیز قرار داشتند، اما در دوره پسا کرونا، اهمیت علم، فناوری و نوآوری در مقایسه با دوره قبل از کرونا، در ارزش آفرینی و توان رقابت بین کشورها افزایش خواهد یافت. کشورهایی که در خصوص علم، فناوری و نوآوری سرمایه گذاری کرده‌اند و مسیرهای دانش بنیان شدن اقتصاد

را فراهم کرده‌اند، با جهش در رشد اقتصادی مواجه شده و با اختلاف فراوان در مقایسه با سایر کشورها، قرار خواهند گرفت. حتی وقوع این پدیده، ممکن است برخی از اقدهای تو سعه یافته فعلی را نیز با مشکل روبرو کند و کشورهای نوظهور در عرصه علم، فناوری و نوآوری، نقش پر رنگ‌تری در اقتصاد جهان پسا کرونا خواهد داشت. در سوی مقابل، کشورهایی که در فضای دیجیتالی شدن اقتصاد تلاشی نکرده اند یا گام‌های حرکت آنها کند است، در دوره پسا کرونا با تهدید جدی مواجه خواهند شد و شکاف رشد و توسعه آنها با کشورهای گروه اول در مقایسه با دوره قبل از کرونا، بیشتر خواهد شد. از این رو، ضروری است از این نگاه، برنامه‌های تحول در اقتصاد کشورها مورد ارزیابی قرار گیرد و برنامه‌های حرکت به سمت اقتصاد دیجیتال و اقتصاد دانش بنیان، بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

با توجه به ویژگی‌های یادشده، مشاهده می‌شود اقتصاد دوره پسا کرونا فرصت‌ها و تهدیدهای زیادی برای اقتصاد کشورها بدنبال خواهد داشت. مهم‌ترین فرصت مغتنم در دوره پسا کرونا، سرعت گرفتن رشد اقتصاد دیجیتال و افزایش نفوذ آن در اقتصاد کشورها است. کشورهایی که در مسیر دیجیتالی شدن اقتصاد گام برداشته‌اند یا برنامه‌های مشخص و معینی برای دیجیتالی شدن اقتصاد دارند، قطعاً در این مسیر موفق شده و می‌توانند جهش رشد و توسعه اقتصادی را تجربه کنند. برای چنین کشورهایی، دوره پسا کرونا، دوره فرصت برای اقتصاد به شمار می‌آید (الطافی، ۱۳۹۹).

مشاغل قابل توجه در پسا کرونا

مشاغلی که می‌توان پس از کرونا به رونق آنها توجه داشت عبارتند از:

[۱ض]

- خدماتی که در محل مورد نظر خدمات ارائه می‌دهند مانند تعمیرکار، کارواش و غیره، احتمالاً پس از دوره کرونا با استقبال بیشتری از سوی سرمایه گذاران و مشتریان روبرو شوند.

- کسب و کارهای آنلاین قطعاً با استقبال بیشتری مواجه خواهند شد، چراکه در شرایط مختلف امکان خدمات رسانی به مردم برای آنها فراهم است.
- از آنجا که اقتصاد و سبک زندگی به سمت دیجیتالی شدن پیش می‌رود، هوش مصنوعی بیشتر مورد توجه و توسعه قرار می‌گیرد تا با استفاده از ظرفیت‌های این حوزه و همچنین اینترنت اشیاء، بتوان نیاز به ارتباط فیزیکی افراد برای دریافت خدمات را کاهش داد.
- یکی دیگر از خدماتی که می‌تواند مورد توجه کارآفرینان قرار گیرد، آموزش آنلاین است، چرا که در ایران حدود ۱۸ میلیون دانشجو و دانش‌آموز وجود دارد که نیازمند خدمات آموزشی از راه دور هستند و کشور نیز ظرفیت انجام این کار را ندارد.
- صنعت دارو نیز از جمله مواردی است که در دوران پس از کرونا با همکاری شرکت‌های دانش بنیان و سرمایه گذاری، می‌تواند شتاب چشمگیری بگیرد و صادرات آن افزایش یابد.
- نگاه تغییر پارادایمی به دوران پس از کرونا یعنی باید به چند نکته به صورت جدی توجه کرد. در تمام دنیا تقاضا نسبت به کالاهای بهداشتی، درمانی و بیمارستانی وجود دارد که ماده خام اولیه این محصولات مشتقات نفتی است. در شرایطی که تقاضا در این سطح بالا وجود دارد و می‌توان گفت حتی پس از فروکش کردن کرونا به دلیل تغییر سبک زندگی مردم تا مدت‌ها استفاده از این قبیل کالاها رواج خواهد داشت، تولید در این زمینه بدون تردید برای ما یک فرصت تلقی می‌شود (اداره کل پیشگیری، ۱۳۹۹).

تأثیرات کرونا بر اقتصاد و کسب و کارها

- ۱- اپیدمی ویروس کرونا هفت تأثیر بر فضای اقتصاد کشور دارد، شامل: [۱س].
- افت شدید در کسب و کارها به خصوص کسب و کارهای مرتبط با تقاضای خانوارها
- ۲- کاهش سرمایه گذاری به خصوص در کسب و کارهای خرد و کلان

- ۳- کاهش شدید تولید و رشد اقتصادی، افزایش تنش در بازارهای مالی
- ۴- کاهش صادرات و اخلاص در تنظیمات فروش خارجی
- ۵- تعدیل نیروی کار شاغل در بخش‌های رسمی و غیررسمی
- ۶- کاهش درآمد طبقات پایین درآمدی و بدتر شدن توزیع درآمدها
- ۷- از دست دادن تدریجی مشتریان داخلی و خارجی سابق (eghtesadonline.com)

همچنین رسته‌هایی که بیشترین آسیب را از شرایط موجود متحمل می‌شوند را می‌توان به شرح زیر عنوان کرد:

- مراکز تولید و توزیع غذاهای آماده اعم از رستوران‌ها، کافه‌ها، طبخ‌ها، تالارهای پذیرایی، قهوه‌خانه‌ها، اغذیه‌فروشی‌ها (و موارد مشابه به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت)

- مراکز مربوط به گردشگری شامل هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مجتمع‌های جهانگردی و گردشگری، مهمان‌پذیرها، مهمانسراها، مسافرخانه‌ها، زائرسراها (و موارد مشابه به تشخیص وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)

- حمل و نقل عمومی مسافر درون شهری و برون شهری اعم از هوایی، جاده‌ای، دریایی و ریلی

- دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری

- تولید و توزیع پوشاک

- تولید و توزیع کیف و کفش

- مراکز توزیع آجیل، خشکبار، قنادی، بستنی و میوه

- مراکز و مجتمع‌های ورزشی و تفریحی

- مراکز و مجتمع‌های فرهنگی و آموزشی

- مراکز تولید، توزیع و فروش صنایع دستی

این ده رسته از مشاغل تأثیرپذیری بیشتری از این شرایط خواهند داشت و جایگاه بسیار مهمی در اقتصاد ایران دارند، چرا که بر اساس گزارشات سهم

شاغلان این ۱۰ رسته از کل اشتغال کشور ۵ درصد است و حدود ۳/۷ میلیون نفر در این زیربخش‌ها به طور مستقیم امرار معاش می‌کنند که حداقل ۱/۵ میلیون آنها شاغلان مزد و حقوق بگیر هستند. (eghtesadonline.com).

شیوع کرونا می‌تواند سه اثر بر روی روند نرخ تورم داشته باشد می‌تواند سه بردار اصلی اثرگذار بر آینده نرخ «نحوه بهره‌گیری از سیاست‌های پولی» و «کاهش دارایی‌های ارزی»، «مصرفی تورم در سال جاری» باشد. اگرچه ایجاد رکود و تقاضای مصرفی می‌تواند به نوعی باعث تداوم روند کاهش نرخ تورم باشد، اما از سوی دیگر، افزایش نرخ ارز به دلیل کاهش عرضه آن یا احتمالاً بهره‌گیری از سیاست‌های پولی انبساطی در ماه‌های پیش رو می‌تواند اثر افزایشی بر نرخ تورم داشته باشد و احتمالاً در سال جاری و سال ۱۴۰۰ این روند تداوم خواهد داشت.

اثرات کرونا بر تورم اقتصادی

به نظر می‌رسد که بیماری کرونا که در اسفند ماه سال ۱۳۹۸ آغاز شد، می‌تواند سه اثر بر روند تورم ایجاد کند. از این سه اثر، یک اثر نقش‌کاهشی و دو اثر نقش‌افزایشی داشته باشد. در ابتدای اسفند ماه ۱۳۹۸ به طور رسمی اعلام شد که پای این بیماری به ایران باز شده است و در نتیجه روند بسیاری از کسب و کارها با اختلال روبه‌رو شد. از سوی دیگر، بسیاری از تقاضاهای غیرضروری مانند خرید پوشاک یا املاک کاهش یافت و جای آن را به مایحتاج ضروری مانند خوراکی‌ها و آشامیدنی و وسایل بهداشتی داد. بنابراین به نظر می‌رسد که کاهش تقاضای مصرفی روی نرخ تورم اثر کاهشی داشته باشد که در سال ۱۳۹۹ چنین نشد. البته از سوی دیگر، بیماری کرونا می‌تواند روی نرخ تورم اثر افزایشی نیز داشته باشد. در حال حاضر این بیماری باعث اختلال در صادرات غیرنفتی و همچنین افت قیمت نفت و محصولات پتروشیمی شده است. در نهایت این موضوع می‌تواند اثر افزایشی در نرخ ارز و در نهایت نرخ تورم داشته باشد (irna.ir/news).

بر این اساس می‌توان صنایع برنده و بازنده در اثر شیوع جهانی کووید ۱۹ را از همدیگر تفکیک نمود: صنایعی مانند گرد شگری، هتلداری و حمل و نقل در

میان مدت، بیشترین آسیب را از شیوع جهانی کووید ۱۹ می‌بینند. در این صنایع فرصت‌ها بیشتر حول ادغام و تملیک و بازسازی ساختاری پدید خواهند آمد. صنایعی مانند داروسازی، فناوری‌های ارتباطی و کسب و کارهای آنلاین در میان مدت با بخت و اقبال بیشتری رو به رو خواهند شد و سرمایه‌گذاران می‌توانند در این صنایع بازده مطلوبی کسب کنند.

نکته کلیدی برای حفظ اقتصاد این است که تا آنجا که ممکن است در حالی که رکود را تحمل می‌کنیم، برای بهبودی سریع موقعیت تلاش نماییم. دلیلی ندارد که این بحران نقاط قوت اساسی اقتصاد کشور را تضعیف کند. کسب و کارهای کوچک، بازنده بزرگ اقتصاد کرونا در ایران بوده‌اند. بررسی تجربیات جهانی شامل تجربیات پنج کشور: چین، کره جنوبی، آمریکا، هنگ کنگ و ایتالیا نشان می‌دهد این کشورها دو بسته سیاستی را برای مقابله با شیوع کرونا و کاهش آثار اقتصادی آن به کار گرفته‌اند، بسته اول: مربوط به هزینه‌های بهداشتی است که هدف از اجرای این سیاست‌ها، کاهش شیوع این ویروس در مناطق جغرافیایی کشور است (irna.ir/news).

اما بسته دوم سیاست‌های حمایتی کشورهای مذکور، مربوط به بسته‌های مالی است که به طور مستقیم قصد دارند آثار و پیامدهای شیوع کرونا بر کسب و کارها را به حداقل برسانند. بررسی‌ها نشان می‌دهد کشورهای مذکور در بسته‌های حمایتی خود ابتدا به شناسایی کسب و کارهایی که بیشترین آسیب را از شیوع کرونا و ویروس می‌بینند، پرداخته‌اند و سپس بر حمایت‌هایی در حوزه‌های بیمه‌ای، بانکی، کمک گرفتن از استارت‌آپ‌ها و دورکاری و ... تمرکز کرده‌اند. همچنین شاخص‌های آماری در ایران بیانگر این است که بخش‌های حمل و نقل، گردشگری، رستوران‌ها، بخش آموزش، بخش سرگرمی‌ها، خدمات خرد شهری (آرایشگاه‌ها، اغذیه‌ها و ...) بیشترین آسیب را از شیوع کرونا دیده‌اند.

توقف کامل فعالیت‌ها، نیمه تعطیل شدن و دورکاری در بسیاری از کسب و کارها موجب کاهش حجم تولید و در نهایت، رکود اقتصادی در آینده می‌شود. به منظور کاهش آسیب در حوزه کسب و کار، تعامل و کنش فعالانه از سوی سه بازیگر

ضروری است. «فعالان اقتصادی» و «نهادهای صنفی»، «قانونگذار» یعنی سیاست‌گذاری در زمینه کاهش تأثیرات نامطلوب کووید ۱۹ بر کسب و کارهای داخلی، نیازمند تفکیک این کسب و کارها بر اساس میزان آسیب پذیری آنها در شرایط بحرانی است. شرکت‌های فعال در حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش صنایع سنگین و زیربنایی نظیر نفت و گاز، معدن کاری، فولاد، فلزات اساسی و خودرو سازی در این دسته قرار می‌گیرند. (irna.ir/news).

دسته بعدی به صنایعی تعلق دارد که حتی در شرایط بحرانی نیز روند فعالیت خود را ادامه می‌دهند و تعطیلی یا توقف تولید برای آنها در بحرانی‌ترین حالت به معنای کاهش موقتی درصدی از تولید و جبران سریع این کاهش پس از بروز اولین نشانه‌های مبتنی بر رفع بحران است صنایعی نظیر: مواد غذایی، دارو سازی و محصولات بهداشتی از جمله صنایعی هستند که حتی با فرض بر تشدید بحران ناشی از کووید ۱۹ به دلیل لزوم پاسخگویی به نیازهای اساسی جامعه به فعالیت خود ادامه خواهند داد. بنابراین، سیاست گذاری در خصوص کنترل کرونا ویروس در دسته سوم از کسب و کارها که بیشتر به صورت شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط اداره می‌شوند و عمدتاً در بخش خدمات شکل گرفته‌اند، حساسیت بیشتری دارد. از جمله این کسب و کارها: آرایه‌شگاه‌ها، رستوران‌ها، باشگاه‌های ورزشی، آموزشگاه‌ها و بخش‌های مربوط به گردشگری هستند. در این میان بخش دیگری از کسب و کارها نیز در وضعیت فعلی نه تنها بازار خود را از دست نمی‌دهند، بلکه مشتریان جدیدی به دست می‌آورند. کسب و کارهای آنلاین (طیف وسیع استارت آپها) و شرکت‌های ارائه دهنده خدمات ارتباطاتی (اپراتورهای تلفن همراه و تأمین کنندگان زیرساخت اینترنتی) از جمله این شرکت‌ها هستند.

فرمولی در اخذ رضایتمندی آینده مشتریان در پسا کرونا

دنیای امروز با دنیای گذشته به دلیل بحران و فراگیری ویروس کرونا متفاوت شده و شاید هیچکس نداند این فراگیری و اثر گذاری بر روی کسب و کارها تا کجا ادامه خواهد داشت. مشاوران کسب و کار هر کدام ایده‌های مختلفی در برابر

سناریوهای احتمالی پیش روی ما دارند، اما از نگاه استراتژیک و راهبردی، چه فکری برای کسب و کار خود کرده‌اید؟

آیا به فکر دریافت خدمات مشاوره مدیریت برای این کار بوده‌اید؟ و یا اینکه خود شما به عنوان رهبر کسب و کار دست به اقداماتی زده‌اید؟ (H.B, S, 2020).

در کنار بحران شدید سلامت و فراگیر ناشی از بیماری کروناویروس مدیران، سرتاسر جهان با چالش‌های شغلی عظیمی رو به رو هستند، همچون: کاهش و حتی حذف تقاضاهای مشتری، اصلاحات قانونی و مقرراتی چشمگیر، قطع زنجیره تأمین، بیکاری، رکود اقتصادی و افزایش عدم اطمینان نسبت به آینده. از اینرو تمامی فعالان تجاری و کسب و کار نیاز به راه‌هایی برای بهبودی وضع موجود دارند. مشخصاً واکنش‌های موقت کار نمی‌کنند و اکنون زمان آن رسیده که سازمان‌ها زمینه‌ای برای بهبودی خود را فراهم کنند.

نظریه پرداز مدیریت "هنری مینتزرگ" استراتژی معروف با عنوان (P5) را اینگونه تعریف می‌کند: برنامه، چیدمان، الگوسازی، قرار گرفتن در موقعیت و ایجاد چشم انداز. (position, plan, perspective, projects, and preparedness). در این متن چارچوب او برای ارائه پیشنهاد استراتژی فوق را با وضع موجود و بحران سلامتی ناشی از کرونا را تطبق داده‌ایم و سؤالات زیر می‌تواند شما را راهنمایی کند تا برای تلاش به منظور بازگشت از بحران، راهبرد درستی اتخاذ کنیم و انطباق درستی با بحران فراگیر کرونا برای کسب و کارهایمان داشته باشیم (H.B, S, 2020).

۱- پس از همه‌گیری کرونا به چه موقعیتی می‌توانید دست یابید؟
برای اتخاذ تصمیمات استراتژیک هوشمند، باید موقعیت سازمان خود را در محیط خود درک کنید، شما در بازار خود چه کسی هستید؟ در اکوسیستم خود چه نقشی دارید؟ و رقبای اصلی شما چه کسانی هستند؟ شما همچنین باید درک کنید که لاجرم به کجا هدایت می‌شوید؟ آیا می‌توانید عملیات خود را متوقف کنید و بعد از همه‌گیری مجدداً بدون تغییر راه اندازی کنید؟ آیا می‌توانید بازار از دست رفته را

بازیابی کنید؟ آیا شما ورشکسته خواهید شد یا می‌توانید به عنوان یک رهبر بازار که ناشی از تحولات در جریان قفل است، ظاهر شوید؟ اینها سؤالاتی است که باید به آن پاسخ دهید.

در طول روزهای اخیر درباره امکان فعالیت اقتصادی بسیاری از صنایع حرف‌هایی را می‌شنویم. از جمله در صنعت توریسم و مسافرت، هتلداری و صنایع مرتبط با برگزاری رویدادهای فیزیکی. از طرف دیگر برای برخی صنایع می‌شنویم که شرکت‌هایی هستند که رشد خود را سرعت بخشیده‌اند. این به آن دلیل است که ارزش پیشنهادی مناسبی برای این فضا دارند.

مثلا افرادی که در تهیه تجهیزات دفتری و اداری فعال هستند، ابزارهای ارتباطی و دورکاری با اینترنت را ارائه می‌دهند و یا خدمات تحویل درب منزل را راهبری می‌کنند. به دلیل همین تفاوت‌های ذاتی در خلق ارزش شرکت‌ها مقاومت متفاوتی از خود نشان می‌دهند. پس قدم‌هایی آهسته برای کسب موقعیت خود در دنیای بعد از بحران بردارید. (H.B, S, 2020).

۲- برنامه شما برای بازگشت به وضع قبلی چیست؟

برنامه، مجموعه‌ای از اقدامات عملی است که راه رسیدن به موقعیتی را که امیدوارید به آن برسید نشان می‌دهد. باید آنچه را که امروز انجام می‌دهید را بتوانید فردای بازگشت به شرایط عادی توضیح دهید. در شرایط فعلی سؤال درست این است که شما برای گذر و نه حل بحران چه کار باید بکنید و پس انجام آن چه وضعیتی خواهید داشت.

فقدان برنامه فقط باعث نابسامانی در وضعیت کنونی می‌شود. راهکار آن این است که با نگاه عمیق ببینید، برنامه‌ریزی کنید و با آینده‌نگری دست به اقدام بزنید (H.B, S, 2020).

۳- فرهنگ و هویت شما چگونه تغییر خواهد کرد؟

چشم انداز، یعنی جوری که یک سازمان دنیای پیرامون و خود را در آن می‌بیند. به احتمال بسیار زیاد، در نتیجه بیماری همه‌گیر کرونا، فرهنگ و هویت شما تغییر خواهد کرد. در اثر یک بحران این امکان وجود دارد که در نتیجه مردم گرد

هم آیند و روحیه استقامت جمعی تسهیل شود. اما همچنین از سوی دیگر این امکان می‌رود که افراد را از هم دور کند. چرا؟ چون غالباً مراقب خودشان هستند و این یعنی بی‌اعتمادی به غیر! خیلی مهم است که توجه داشته باشید که چشم انداز شما چگونه در آب در خواهد آمد، این بدان معناست که فقط چشم انداز نداشته باشید و حتما و حتما آن را به بوته آزمایش بگذارید.

سازمان شما از نظر فرهنگی چقدر برای مقابله با بحران آماده بود؟ آیا اوضاع جاری باعث شد تا کارمندان شما جمع شوند یا آنها را از هم دور کنند؟ آیا با پایان یافتن این وضعیت، آنها سازمانی متفاوت را خواهند دید؟ پاسخ‌های شما به شما می‌گوید که با پایان یافتن همه‌گیری، چه چشم اندازی می‌توانید به دست آورید؟ پس دست به کار شوید و خود عامل تعیین وضعیت باشید (H.B, S, 2020).

۴- به چه پروژه‌های جدیدی نیاز دارید تا آنها را اجرا، راه اندازی و هماهنگ کنید؟

پاسخ‌های شما به سؤال فوق باید شما را به مجموعه‌ای از پروژه‌های قابل اجرا برای مقابله با مشکلات مربوط به ویروس کرونا هدایت کند. چالش اصلی اولویت بندی و هماهنگی است که در نتیجه آن آینده سازمان را تضمین می‌کند. از شروع پروژه‌های بیشماری که همه به منابع بحرانی یکسان، وابسته هستند برحذر باشید و توجه داشته باشید که ممکن است این پروژه‌ها به افراد خاص مانند مدیران ارشد یا بخش‌های خاص مانند IT وابسته باشند. با ایجاد پروژه‌های جدید زیاد، شما ممکن است با جنگ بر سر منابع مواجه شوید که پاسخ‌های استراتژیک و سریع شما را به تأخیر انداخته یا خنثی می‌کند. پس برای اجراء پروژه‌های جدید، اول از همه در مورد منابع تصمیم‌گیری کنید (H.B, S, 2020).

۵- شما چقدر برای اجرای برنامه‌ها و پروژه‌های خود آمادگی دارید؟ نهایتاً دست به کار شوید و آمادگی سازمان خود را ارزیابی کنید. آیا شما آماده و قادر به انجام پروژه‌های مورد نظر خود هستید، به ویژه اگر بخش بزرگی از سازمان شما به دورکاری مجبور شده باشد؟ مشخصاً ما در سطح فردی، تیمی،

سازمانی و ملی تفاوت‌های زیادی در آمادگی مشاهده می‌کنیم. منابع و نیروهای مورد نظر، جدای از سرعت و کیفیت از لحاظ فرآیندها منجر به تصمیم‌گیری بسیار متفاوت عمل می‌کنند و همین تفاوت‌ها تعیین می‌کند چه کسی به موفقیت دست می‌یابد و چه کسی از موفقیت باز خواهد ماند (H.B, S, 2020).

۵ سؤال طرح گردید که این می‌تواند به شما در ترسیم حرکات فعلی و آینده کسب و کارتان کمک کند. توجه داشته باشید که مشتریان شما به یاد خواهند آورد که شما در هنگام بحران چگونه واکنش نشان داده‌اید. به عنوان مثال، افزایش قیمت در هنگام کمبود، می‌تواند در رضایت‌مندی آینده مشتریان تأثیر بسزایی داشته باشد.

ویروس کرونا تأثیرات بی‌سابقه‌ای بر جهان داشته است و متأسفانه باید بگوییم که بدترین وضعیت آن از حیث اثرگذاری هنوز ایجاد نشده است. اگر قرار باشد شما در دنیای کسب و کار آینده حضور داشته باشید، باید از امروز اقدام مرتبط با آن را آغاز کنید. انجام این کار به ما و همه جهانیان کمک می‌کند تا جهت بهبود فضای کسب و کار و نهایتاً ایجاد مقاومت آتی نقش بهتری بازی کنند (H.B, S, 2020).

ایجاد و تقویت اعتماد عمومی شرط عبور از بحران کرونا

اتفاقاتی مانند شیوع ویروس کرونا، طی ۱۰۰ سال گذشته بی‌سابقه بوده و جهان هم به همان نسبت برای مواجهه با آنها کم تجربه و کم تبحر است. حتی بحران‌هایی مانند شیوع وبا و بیماری‌های واگیردار دیگر مانند سارس نیز به این اندازه وسیع و مخرب نبودند و عموماً در سطح چند کشور باقی ماندند یا اینکه با کمک دارویی مهار شدند، ولی کرونا تجربه‌ای جدید و متفاوت به شمار می‌آید. شیوع ویروس کرونا و اثرات اقتصادی آن وضعیت عمومی کشور را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. حتی اقتصادهای توسعه یافته و مستحکم هم از اثرات مخرب ناشی از مبارزه با این ویروس در امان نمانده‌اند و آنها نیز به خصوص در بخش‌های مربوط به خدمات دچار بحران جدی شده‌اند. به طوری که پیش‌بینی می‌شود رشد

اقتصادی جهانی طی شش ماهه اول سال جاری میلادی (۲۰۲۱)، مجدداً روندی منفی به خود بگیرد (خوانساری، ۱۳۹۹: ۵)

اما نکته قابل توجه در مورد واکنش‌ها به این بیماری مربوط به رفتارها و اقدامات ایران و قیاس آن با دیگر کشورهای جهان است. چند روز ابتدای شیوع ویروس در ایران با برخی نا هماهنگی‌ها و اضطراب‌ها همراه بود به طوری که دسترسی مردم به مواد ضد عفونی کننده یا تجهیزاتی مانند ماسک، سخت شده بود ولی پس از مدت کوتاهی با مشارکت بخش خصوصی و آحاد مردم از شدت التهاب‌ها کم شد. در همین دوره زمانی در اروپا و آمریکا هم مشکل تامین نیازهای اولیه مانند ماسک و ماده ضد عفونی کننده پیش آمد و قیمت‌ها هم چند برابر افزایش یافت و در نهایت با مشکل کمبود هم مواجه شدند. از این منظر اقدامات صورت گرفته در ایران قابل تقدیر است. به خصوص این که با وجود تحریم‌ها، کشور به این توانمندی رسیده که به سرعت تجهیزات مورد نیاز برای مبارزه با این بیماری را تهیه کند. البته مردم در این مسیر نقش بی بدیلی ایفا کردند. آنها با درک درست وضعیت هم در تامین نیازها کمک رسان شدند و هم اینکه با خریدهای هیجان زده کشور را با بحران مواجه نکردند. در این مقطع زمانی عزم جدی بخش خصوصی، همراهی دولت برای رفع دست اندازهای اداری و همکاری مردم قابل فهم و درک بود و به خصوص باید شهروندان ایرانی را ستود که تحت تأثیر برخی جوسازی‌ها دچار اضطراب در رفتارهایشان و خریدهای هیجان زده نشدند (خوانساری، ۱۳۹۹: ۵).

اما از منظر اقتصادی باید پذیرفت که شیوه ویروس کرونا یک اتفاق تعیین کننده در مناسبات جهانی است. به طور حتم آینده اقتصاد ایران و جهان پس از کرونا به شدت متفاوت از گذشته خواهد بود.

بنابراین ایجاد و تقویت اعتماد عمومی همگانی، شرط عبور از بحران کرونا خواهد بود و از منظر داخلی می‌توان به چند سرفصل اشاره کرد: (خوانساری، ۱۳۹۹: ۵).

۱- این که این بیماری نشان داد که اقتصاد ایران هر اندازه روی توان داخلی حساب باز کند و به پتانسیل‌های درونی توجه داشته باشد، مفید و منطقی است. اگرچه نباید دیپلماسی خارجی و ارتباط تجاری با دیگر کشورهای جهان را فراموش کرد. با این حال در این بحران اخیر، این صنایع و توانمندی‌های داخلی کشور بود که کمک شایان توجهی به تأمین و عرضه کالاها کرد و کمترین میزان وابستگی به واردات از کشورهای دیگر صورت گرفت. ۲- این که طی ماه‌های گذشته با تعطیلی یا کاهش ساعات کار ادارات، خدمات رسانی دولتی کمتر دچار وقفه شد. بنابراین باید از این تجربه درس گرفت و بوروکراسی‌های زائد را تا سرحد ممکن کاهش داد و اندازه دولت را همان طور که بارها بخش خصوصی و اقتصاد دانان گفته‌اند، کوچک و چالاک کرد.

۳- سومین نکته مربوط به توجه به علم روز و استفاده از ابزارهای روزآمد است. در جریان کرونا، شبکه‌های اجتماعی جریان اطلاع رسانی را به دست گرفتند و سیستم توزیع کالا به کمک اینترنت پیش رفت. در واقع نظام پخش کالا که بر بستر وب توسعه یافته بود، کارآمدی خود را نشان داد. همین تجربه برای پذیرش یک واقعیت کافی است، این که حاکمیت بپذیرد ابزارهایی مانند تلگرام یا توئیتر می‌توانند در شبکه اطلاع رسانی سالم و آموزش به مردم چه اندازه مؤثر باشند یا این که با ابزاری مانند یوتیوب می‌توان ویدئوهای آموزشی مفیدی در اختیار عموم مردم قرار داد. بنابراین فیلتر آنها برای جلوگیری از برخی سوءاستفاده‌های سیاسی، معنای آنچنانی ندارد.

۴- چهارمین درسی که کرونا به کشور داد این بود که باید مقوله توسعه دولت الکترونیک را جدی گرفت. در این زمان مشخص شد که بسیاری از امور می‌تواند بر بستر دولت الکترونیک انجام شود و اساساً نیازی به مراجعات حضوری افراد وجود ندارد. در این شرایط اگر دولت الکترونیک به دقت معنا شود، روندهای اقتصادی نیز برای مردم و صاحبان کسب و کار تسهیل می‌شود (خوانساری، ۱۳۹۹: ۵).

از منظر خارجی هم جهان پس از کرونا متفاوت از قبل است. مهم ترین نکته خارجی این که توازن قدرت در این دوره زمانی تغییر کرد. کشورهای با نهایت پیشرفت مانند امریکا و چین همان اندازه در مبارزه با کرونا در دسر داشتند که کشورهای کمتر توسعه یافته. به معنای دیگر شیوع ویروس کرونا معنای ضعیف و قوی را در نظم جهانی از میان برد و نشان داد که کشورها تا چه اندازه می توانند آسیب پذیر باشند. اما از نگاه اقتصادی، باید در انتظار تعمیق رکود جهانی و کاهش رشد اقتصادی بود که از جمله اثرات زودرس آن گسترش بیکاری، کاهش قیمت نفت و بحران در سطح شرکت هاست (خوانساری، ۱۳۹۹: ۵).

پیشنهادات و راهکارها (۴ پیشنهاد راهبردی)

۱- راهبردهای رونق کسب و کار در کرونا و پسا کرونا

اینکه ویروس کرونا باعث رکود اقتصادی شدیدی در جهان خواهد شد و بسیار بیشتر از انسان‌هایی که قربانی این ویروس می‌شوند، کسب و کارها و شغل‌های بی‌شماری از بین خواهند رفت مورد توافق تقریباً تمام اقتصاددانان است. کشور ما هم از آفت مصون نخواهد بود و دلایل روشنی وجود دارد که احتمالاً صدمات شدیدتری نیز در ایران به وجود آید که اهم آن عدم وجود مدیران متخصص در سمت‌های راهبری اقتصاد، نداشتن روابط بین‌المللی قوی و ضعف مدیریت در امر دیپلماسی و اقتصاد به شدت دولتی (و حتی بعضاً ضدخصوصی) و کم بنیه است که می‌تواند به این فرضیه بیشتر دامن بزند. از طرف دیگر ظرفیت‌های بسیار زیاد اقتصادی در کشور ما وجود دارد که در صورت مدیریت صحیح و به موقع می‌تواند فرصت بی نظیری را نصیب کشور کند، به شرط آنکه مدیریت این ظرفیت‌ها در دست بخش خصوصی قرار بگیرد و دولت حمایت از بخش خصوصی برای قوی‌تر شدن و بزرگتر شدن آن را در صدر وظایف خود قرار بدهد (ریاحی، ۱۳۹۹: ۵۸).

در دوران کرونا همگی متوجه شدیم که در کشورمان به چه سرعتی کیت‌های آزمایشگاهی تشخیص بیماری ساخته شد و با چه مهارتی پلازما درمانی شکل گرفت و همینطور چگونه فعالان اقتصادی، تحقیقات در مورد داروهای جدید

را شروع کردند و چطور ظرفیت تولید لوازم مورد نیاز مثل ماسک و غیره افزایش یافت. در مورد نیروی انسانی تمام کادر درمانی از خودگذشتگی کردند و نظیر آن در هیچ کجا دیده نشد. کاری که خیرین بخش خصوصی از اتاق‌های بازرگانی تا گروه‌های مختلف انجام دادند، در جهان نظیر نداشت.

ساختن درمانگاه در یک هفته با امکانات کشورمان شاهکار بود. اما به دلیل نقص و ضعف در دیپلماسی و همین‌طور در فرماندهان اقتصاد کلان کشور، این اتفاقات مهم نه بعد جهانی پیدا کردند و نه امکان صادرات فراهم شد.

کره جنوبی هم‌زمان با کشور ما کیت‌های آزمایشگاهی تشخیص را ساخت و الان دارد به تمام کشورها صادر می‌کند و بنگاه‌های ما که کار مشابه کردند در تلاش هستند که بازاری در داخل را دست و پا کنند. پلاسما درمانی به صورت مدون و اصولی اولین بار در ایران شروع شد و وقتی ۴۰ روز بعد از ما آمریکا شروع به این کار کرد، دنیا آن را معجزه نامید هنوز هم دیر نیست، با ظرفیت عظیم کشور ما می‌توان با تغییر طرز فکر و استراتژی به بازار دنیا چنگ انداخت.

بنگاه‌های خصوصی ایرانی هم اکثراً بسیار خوب عمل کردند، چه در زمینه عمل به پروتکل‌های حفظ ایمنی کارکنان و علی‌رغم تعطیلات دوره‌ای در کشور، کم و بیش تولید خود را ادامه دادند و در بخش خدمات، با مدد آی تی دورکاری رونق داشت و علی‌رغم ضعف زیرساختی در زمینه سریع توانستیم خود را با شرایط وفق دهیم.

خرده فروشان، خودفرمایان و خلاصه تمام مردم نیز ضمن رعایت اصول ایمنی همه‌گونه همکاری را با دولت و یکدیگر کردند. با توجه به سردرگمی در دستورالعمل‌ها به نظر می‌رسد مردم ایران از بهترین

جوامع بودند و دلیل آن نرخ کمتر ابتلا و مرگ و میر بر اثر بیماری در مقایسه با حتی کشورهای بسیار پیشرفته است (ریاحی، ۱۳۹۹: ۵۸).

اکنون دو راه در پیش روی دولت محترم خواهد بود. یا پس از بازگشت زندگی به شرایط عادی، دولت هم شرایط عادی را دنبال کند و بخواید با بودجه‌ای که بسیاری از اقلام مربوط به منابع آن از ابتدا

هم نشدنی بوده، کشور را اداره کند و از طرفی چون به برخی از منابع قطعاً نمی‌رسد، با فشار مالیاتی آن را جبران کند که به نظر نگارنده کمر اقتصاد توان تحمل این فشار را نخواهد داشت و خواهد شکست و نه تنها امکان جبران شغل‌های از دست رفته را نخواهیم داشت که کسب و کارهای زیاد و به تبع آن شغل‌های زیادی از بین خواهند رفت.

یا روابط بین‌المللی خود را سامان ببخشد و با توجه به رکود سنگین قابل پیش‌بینی در جهان و ظرفیت‌های نیروی انسانی، صنعتی یا معدنی، علمی و زیرساخت‌های مناسب در کشور، صاحبان سرمایه و صنعت را برای کار به ایران بخواند که با توجه به شرایط بد اقتصادی در سایر کشورهای مشابه و مزیت‌های ایران و به شرط اصلاح قوانین و مقررات، از آن استقبال خواهد شد (ریاحی، ۱۳۹۹: ۵۸).

دولت باید اعتماد فعالان اقتصادی بخش خصوصی و عامه مردم را جلب کند. بعد از یک سال نگرانی برای از دست دادن شغل و بیماری، برای عادی شدن شرایط باید روحیه مثبت به مردم تزریق شود و این کار از وظایف مهم بخش خصوصی است که پرسنل خود را به هر نحو ممکن حفظ کند و این مهم به شرطی میسر است که دولت حمایت همه جانبه از بنگاه‌های خصوصی به عمل آورد و حتی در مواردی دستمزد بخشی از پرسنل را به عهده بگیرد.

بخش خصوصی کشور هم طبعاً با به وجود آمدن فضای مناسب و رفع موانع تولید و محیط کسب و کار و از طرف دیگر امکان صادرات کالا و خدمات، جان تازه‌ای خواهند گرفت و موقعیت برگشت به شرایط عادی و حتی توسعه را خواهند یافت.

تصور می‌شود که همه مردم جهان نیز بعد از این ویروس تغییرات فرهنگی عمیقی خواهند داشت، از نظافت و بهداشت گرفته تا خودداری از اسراف و از کم توقعی گرفته تا وظیفه شناسی اجتماعی و مذهبی بیشتر مشاهده خواهد شد و حتماً برای ترمیم اقتصاد در صحنه حاضر خواهند بود (ریاحی، ۱۳۹۹: ۵۸).

۲- راهبرد کم کردن زیان‌های ناشی از کرونا در کسب و کارها

با توجه به اینکه برخی اثرات اقتصاد جهانی بر اقتصاد ایران عبارتند از: کاهش شدید بهای نفت در بازار جهانی - کاهش صادرات غیرنفتی به دلیل محدودیت‌های ناشی از گسترش بیماری کرونا - کاهش نرخ رشد اقتصادی در اثر کاهش حجم دریافتی‌های ارزی - فشار بیشتر بر منابع ارزی و احتمال افزایش کنترل بر بازار ارز - کاهش شدید در درآمدهای ارزی، ریالی دولت و ایجاد کسری بودجه.

بنابراین می‌توان مدلی مبتنی بر چند توصیه را خطاب به کسب و کارها، شرکت‌ها و نهادها ارائه داد تا تجارت‌ها در تمامی زمینه‌ها با حداقل زیان مواجه شوند (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۸).

حفاظت از کارکنان: بحران کووید ۱۹ به لحاظ احساسی برای برخی چالش برانگیز بوده و زندگی روزمره را به نوعی بی سابقه دستخوش تغییرات ساخته است. برای شرکت‌ها، تجارت همیشگی دیگر جزو گزینه‌ها نیست. این شرکت‌ها می‌توانند برنامه‌ای را تنظیم و اجرا کنند و به نحوی از کارکنان مجموعه حمایت کنند که در راستای دستورالعمل‌های محتاطانه باشد.

تشکیل تیم مقابله با کووید ۱۹: شرکت‌ها باید افرادی را از هر زمینه و تخصص لازمی در این تیم بگمارند. به علاوه در بسیاری از موارد، اعضای تیم باید از نقش‌های روزمره خود چشم‌پوشی کنند و اغلب زمان خود را برای مقابله با ویروس کرونا اختصاص دهند. اصول کاری مشترکی برای اغلب شرکت‌ها وجود دارند که می‌توان به لزوم حفظ سلامت و اموال کارکنان، تست استرس مالی و ایجاد برنامه اضطراری برای مواقع ضروری، نظارت بر زنجیره تأمین و پاسخ سریع به بحران، پاسخ مناسب به شوک‌های بازار و افت تقاضا و در نهایت هماهنگی و ارتباط با دیگر حوزه‌های اجرایی اشاره کرد (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۸).

حفظ نقدینگی لازم برای عبور از طوفان: کسب و کارها نیاز دارند سناریوهایی را پیش‌بینی و در راستای سیاست‌های شرکت تهیه و تدوین کنند. برای متغیرهای حیاتی که بر درآمد و هزینه‌ها تأثیرگذار هستند، آنها می‌توانند

حساب‌های مالی نظیر چرخش نقدینگی را برای هر سناریو در نظر بگیرند و محرک‌هایی را که تا حد زیادی بر نقدینگی مؤثر هستند را مثل کاهش هزینه‌ها شناسایی و اجرایی کنند.

تشبیت زنجیره تأمین: شرکت‌ها باید مقیاس و بازه زمانی که ممکن است زنجیره تأمین کازی آنها در معرض اختلال قرار بگیرد را تشخیص دهند. اغلب شرکت‌ها سریعاً بر تشبیت فوری زنجیره کالا متمرکز می‌شوند. آنها همچنین باید رزرو خطوط انتقال کالا و آمادگی آنها و همچنین آماده ساختن زنجیره‌های تأمین خود را در نظر بگیرند. به علاوه در زمانی که اختلال در زنجیره تأمین ایجاد می‌شود. شرکت‌ها باید از این منابع در راستای تولیدات مهم‌تر خود استفاده کنند.

حفظ ارتباط با مشتریان: شرکت‌هایی که عرضه را بهتر رصد می‌کنند اغلب موفق می‌شوند، چراکه آنها در بخش اصلی مشتریان خود سرمایه‌گذاری و رفتار آنها را پیشبینی می‌کنند. برای نمونه در چین درحالی که تقاضای مصرف‌کنندگان پایین است، ارتباط از بین نرفته است و مردم به طور وسیعی به سوی خرید آنلاین برای تأمین تمامی کالاها و خدمات حرکت کرده‌اند. این روند همچنین شامل اطمینان از کیفیت محصولات است که به صورت آنلاین فروخته می‌شوند نیز می‌شود (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۸).

تمرین برنامه: بسیاری از تیم‌های حرفه‌ای زمان خود را صرف فهم درست نیازهای لازم برای برنامه ریزی عرضه در شرایط اضطراری نمی‌کنند، مگر زمانی که گرفتار آن شده باشند. این جایی است که میزگردها و کارگاه‌ها می‌توانند نقش گرانبهایی داشته باشند. شرکت‌ها می‌توانند از مدل‌سازی‌هایی برای نشان دادن پروتکل فعال سازی در فازهای مختلف پاسخ اضطراری بهره بگیرند. باید اطمینان حاصل شود که نقش هر تیم مشخص و مجزا از دیگران است.

هدف‌گذاری: کسب و کارها به همان اندازه‌ای قوی هستند که جوامع آنها قدرتمند باشد. شرکت‌ها باید تلاش کنند درک کنند چگونه از تلاش‌های پاسخ اضطراری برای نمونه با فراهم ساختن پول، تجهیزات یا تخصص حمایت کنند. برای

مثال، چند شرکت در چین با تغییر نوع فعالیت خود به تولید ماسک و لباس مخصوص روی آورده‌اند (مرکز ملی مطالعات، ۱۳۹۸: ۸).

۳- راهبردهای خروج از رکود کسب و کار

کسب و کار همواره متأثر از شاخص‌هایی است که هر یک به نوبه خود می‌توانند زمینه این فضا را بهبود و یا اثری منفی بر آن داشته باشند. آنچه محرز و مسلم است وجه اشتراک عوامل تأثیر گذار بر این اکوسیستم در سراسر کشورهای توسعه یافته، در حال توسعه و حتی کشورهای کمتر توسعه یافته می‌باشد. امروزه نقش بنگاه‌های خرد و کوچک تأثیر زیادی بر اقتصاد کشورها و تولید ناخالص داخلی آنها دارد که البته این تأثیر در کشورهای در حال توسعه جایگاه ویژه‌ای دارد (meidoun.ir).

در واقع اگر از دیدگاه آینده پژوهی بخواهیم به این موضوع بیندیشیم شاید استفاده از "روندها" و "وقایع" برای این ویروس تا حد زیادی ناآشنا باشد اما بهره‌گیری از موارد مشابه و رخدادهای متفاوت می‌تواند ما را در اتخاذ تصمیمات منطقی‌تر یاری رساند. کاهش ارزش پول ملی، افزایش تورم و عدم نظارت‌های صحیح و علمی در بازار و بکارگیری روش‌های غیر منطقی و قیمت گذاری‌های توجیه ناپذیر، برای اقتصاد دانان خود بستری مناسب را برای تأثیر پذیری بیشتر و سریعتر فضای کسب و کار ایران در روزهای اخیر ایجاد کرده است (meidoun.ir).

هر کسب و کاری فرمول مدیریتی جداگانه می‌خواهد برای بخش‌های خدماتی، تولیدی، گردشگری، مسکن، خودرو، بورس، بازارهای نفتی و ... راهکار خاصی لازم است. اگر بخواهند به کسب و کار برگردند باید بررسی شود که چگونه عمل کنیم تا این مشاغل رشد داشته باشند باید هر صنفی را جداگانه در نظر گرفت و برای آن برنامه‌ریزی داشت. در عصر پسا کرونا شاهد تغییر در رفتار و سبک زندگی مردم و همچنین کسب و کارها خواهیم بود و دوران پسا کرونا، پر از تهدید و فرصت خواهد بود، بنابراین اگر بتوانیم تهدیدها را خنثی و از فرصت‌ها استفاده کنیم، موفق خواهیم بود.

برخی روش‌هایی که می‌تواند در دوران پسا کرونا یاریگر فضای کسب و کار باشند، عبارتند از: (meidoun.ir).

۱- تلاش کلیه مسئولین کشور برای افزایش اعتماد عمومی مردم به حاکمیت از طریق ضابطه‌مندی حاکمیتی (توجه به شایسته سالاری) وجهان‌پذیری اقتصادی.

۲- تلاش برای حذف پارامترهای تأثیرگذار که موجب افول سرمایه‌های اجتماعی در کشور گردیده (رشد سیستم‌های اجتماعی) و انضباط مندی اجتماعی.

۳- باز آفرینی استراتژی‌های کشور در حوزه‌های کسب و کار و پرهیز از تزریق راهکارهای کوتاه مدت بدون در نظر گرفتن اثرات منفی این تصمیمات در بلند مدت به عبارتی ضرورت تدوین چشم انداز برای معماری کسب و کار در کشور.

۴- تلاش همه جانبه برای ایجاد شفافیت در کلیه حوزه‌های مرتبط با اکوسیستم کسب و کار و بهبود جایگاه شفافیت ایران.

۵- کمک به سرمایه‌گذاران واقعی داخلی و خارجی به منظور اطمینان از حمایت‌های حاکمیتی برای بهبود فضای کسب و کار (اهرم سازی مزیت‌های محدود و استفاده اصولی از مزیت‌های رقابتی کشور)

۶- بازنگری و خلق استراتژی‌هایی برای ایجاد سیستم‌های نوین مدیریتی و مدیریت سیستم‌ها با بهره‌گیری از تجارب موفق سایر کشورها (ساختار زدایی و ضرورت جهش خلاقانه).

۷- پذیرش خردمندانه ضرورت بازنگری در برخی قوانین و مقررات حوزه کسب و کار به عنوان یکی از الزامات کار مجلس یازدهم چرا که باید باور کنیم قانون، تبلور باورهای اخلاقی هر جامعه است.

۸- پرهیز از اقتصاد سیاسی و جایگزین نمودن سیاست‌های اقتصادی صحیح بجای آن.

۹- پرهیز از نگاه نزدیک بین به موضوعات کسب و کار و استفاده از یک تفکر سیستمی مبتنی بر وجوه مختلف این موضوع و پذیرش وابستگی متقابل اجزاء و پرهیز از پافشاری بر تفکر خطی.

۱۰- تعیین شاخص‌های کلیدی عملکرد بخصوص در ایام جاری و پرهیز از سندروم تزلزل در تصمیم‌گیری‌های منطقی و مبتنی بر واقعیات (meidoun.ir). و ...

۴- عوامل تأثیرگذار در ایجاد راهبردهای ارتباطی توسعه کسب و

کار

۱- نقش مشتریان در توسعه کسب و کار: مشتریان همان‌هایی هستند که صورت حساب‌ها را پرداخت می‌کنند. افرادی هستند که به ازای محصولات و یا خدمات شما، به شما پول می‌دهند. بدون وجود مشتری، کسب و کاری برای شما وجود نخواهد داشت تا بخواهید آن را توسعه دهید. شاید محصول شما آن ویژگی‌هایی که من می‌خواهم را نداشته باشد. شاید محصول شما کامل باشد، اما اصلاً من خبر نداشته باشم که شرکت شما آن را می‌فروشد. شاید هم شما اصلاً به من دست پیدا نکرده‌اید، چون هیچ وقت درب خانه من را نزده‌اید. این که چطور می‌توانید با تعامل با مشتریان خود ارزش‌های طولانی مدت خلق نمایید بسیار مهم است (کرمی، ۱۳۹۸).

۲- نقش بازارها در توسعه کسب و کار: بازار جایی است که مشتریان در آن زندگی می‌کنند. یک روش برای شناخت بازارها بر اساس جغرافیای آن‌ها است، در صورتی که فقط بر روی من‌نیان و اساس نهفته است که در روابط قوی پنهان است. ایجاد روابط، مدیریت و گسترش این روابط که بر اساس اعتماد، احترام و افزایش ارزش به صورت دو جانبه شکل می‌گیرند، همان پایه و اساسی است که جریان ارزش در دراز مدت را امکان پذیر می‌نماید. برقراری و حفظ ارتباطات با شرکاء، مشتریان، کارکنان، جراید و مجلات و غیره، همه و همه پایه و اساس موفقیت برای تمامی تلاش‌هایی است که در جهت توسعه کسب و کار صورت می‌گیرد. به

همین دلیل، ارتباطات در تمامی تعاریف جامع از این اصطلاح دارای جایگاهی برجسته است.

بنابراین هرگونه تلاش اعم از بازار سازی، فروش، تبلیغات، اعطای نمایندگی، برندینگ و... فروش در ایران تمرکز داشته باشم و شما در لندن ساکن باشید، دیگر شما به عنوان یک مشتری در دسترس من قرار ندارید چون من در حال حاضر به بازارهای اروپا دسترسی ندارم. اما مشتریان در بازارهای دیگری هم زندگی می کنند که بر اساس آمار و ارقام، سبک زندگی یا نگرش های آنها برای خرید تعریف شده است. شناسایی فرصت هایی برای رسیدن به مشتریان جدید بر اساس بازارهای جدید، نکته مهمی است که خلق ارزش در دراز مدت را برای شما به ارمغان خواهد آورد (کرمی، ۱۳۹۸).

۳- نقش روابط در توسعه کسب و کار: تلاش های موفق برای توسعه کسب و کار نیز متکی به یک ب در راستای به دست آوردن مشتری از طریق یک روابط خوب در بازارها را توسعه کسب و کار می گویند (کرمی، ۱۳۹۸).

نتیجه گیری

مثل هر تاریخ دیگری، تاریخ کرونا را هم کشورهای پیروز میدان خواهند نوشت. هر کشور و هر فردی دارد فشار اجتماعی ناشی از کرونا را به شکل‌های جدید و پیش بینی نشده‌ای تجربه می‌کند. در این میان، تنها کشورهایی که با استفاده از نظام‌های سیاسی، اقتصادی و درمانی خاص خودشان اوضاع را تحت کنترل بگیرند، می‌توانند از نتایج ویرانگر این بحران سربلند بیرون بیایند. این سیستم‌های موثر ممکن است حتی در کشورهای بسته‌تر وجود داشته باشد.

در هر حال، شکی نیست که این بحران به تغییر ساختار قدرت بین‌المللی خواهد انجامید چون ویروس کرونا باعث محدودیت فعالیت اقتصادی و ایجاد تنش در مناسبات کشورها می‌شود. بنابراین در درازمدت، ظرفیت تولید اقتصاد جهانی را نیز کم خواهد کرد، به خصوص به دلیل آن که خیلی‌ها سر کار نمی‌روند و کسب و کارهای زیادی تعطیل‌اند. چنین وضعیتی در کشورهای توسعه نیافته ممکن است روی کارگران آسیب پذیر تأثیر بگذارد و سهم آنها در اقتصاد را کاهش دهد. چنین نظام بین‌المللی شاهد مناقشات و بی‌ثباتی‌های زیاد خواهد بود.

پاندمی کرونا باعث تقویت ناسیونالیسم و موقعیت حکومت‌ها در سرا سر دنیا خواهد شد. حکومت‌ها هر نوعی که باشند به تدابیر اضطراری برای مدیریت بحران کرونا متوسل شده و بعید است که حتی بعد از پایان بحران کرونا هم دست از اختیاراتی که در این دوران نصیب شده بود بردارند. از آن سو به وضوح می‌توان دید که ویروس کرونا در آینده در تسریع روند تغییر نفوذ جهانی از غرب به شرق نقش خواهد داشت. کشورهای آسیایی در مدیریت بحران کرونا بد عمل نکرده‌اند. کره جنوبی و سنگاپور تدابیر مؤثری برای کنترل کرونا داشتند و چین هم پس از اشتباهات اولیه‌اش موفق شد ماجرا را مدیریت کند. اما واکنش دولت‌های اروپایی و آمریکا به بحران کرونا آهسته و حتی بسیار بی‌حساب و کتاب بوده است، به طوری که «برند غرب» از این بابت آسیب زیادی را متوجه خودش دیده است.

آنچه که حتی در دوران پسا کرونا هم احتمال عوض شدنش بسیار کم است، ماهیت مناقشه‌آمیز سیاست جهانی است. بحران‌های مشابه قبلی از جمله اپیدمی آنفلوآنزا در سالهای ۱۹۱۸ و ۱۹۱۹ میلادی باعث نشدند که رقابت‌های بزرگ در عرصه جهانی به پایان برسند یا عصر جدیدی از همکاری جهانی شکل بگیرد. بحران کرونا نیز چنین قدرتی نخواهد داشت.

احتمالش هست که کشورهای مختلف از آن فضای اغراق شده منتسب به جهانی سازی فاصله بگیرند، اما همزمان شاهد آن خواهیم بود که شهروندان در کشورهای مختلف دنیا بیش از گذشته چشم امید به حکومت‌ها داشته باشند و حکومت‌ها و شرکت‌های تجاری نیز به دنبال یافتن راهی برای کاهش آسیب پذیری‌های خود در آینده بیفتند.

به صورت خلاصه می‌توان گفت که ویروس کرونا میراثی از خود به جا خواهد گذاشت که بهترین توصیفش این است: جهانی کمتر باز، کمتر مرفه و کمتر آزاد. اوضاع می‌توانست ضرورتاً این طور نباشد. اما ترکیب یک ویروس کشنده، ضعف حکومت‌های جهان در برنامه‌ریزی و بی‌کفایتی سران کشورها باعث خواهد شد بشریت در مسیری جدید و نگران کننده قرار بگیرد.

توسعه و پرداختن به مسئله زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک یکی از راه‌های موثر رونق و حفظ کسب و کار در دوران کرونا و پسا کرونا است، برخلاف تصور برخی از افراد که در دوران رکود منفعل عمل می‌کنند باید گفت دوران رکود فرصت مناسبی برای تجدید قوا و رفع مشکلات و ضعف‌هایی است که طی چند سال به آن پرداخته نشده است، طبق تجارب تجارت جهانی در دوران رکود و بحران‌های اقتصادی، کشورها و جوامع صنفی بایست هوشمندانه‌تر به توسعه و بهبود زیرساخت‌هایی بپردازند که باعث بقای آنها در دوران رکود و تقویت شان پس از رکود است. اقدام دقیق، بانضباط و هوشمندانه برنامه‌ریزی کلان و ریز در فرایندهای توسعه کسب و کار و اقتصاد در کشورها توسط دولت‌ها و صاحبان صنایع بزرگ و کوچک و حمایت‌های دولتی و اتحادیه‌های صنفی و تخصصی و ایجاد روابط برنامه‌ریزی شده بین‌المللی در راستای توسعه کسب و کار و ایجاد رفاه بشریت

از منظر سازمان ملل و نیز توجه به نظریات خبرگان و متخصصین مربوطه در سطح داخلی کشورها و یا جوامع بین‌المللی اعم از اساتید دانشگاه‌ها و دانش‌آموختگان خبره متخصص و سازمان‌های مردم‌نهاد داخلی و خارجی و استفاده از تجارب پاندومی‌های موجود در تاریخ بشریت و بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای و سواد دیجیتالی و ارتباطات بین‌دولتی و بین‌مردمی بدون در نظر گرفتن مرزهای جغرافیایی و ارتباطات راه دور از طریق شبکه‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های دیجیتال که سرعت فعالیت‌ها را بیش از پیش تسریع کند و از همه مهم‌تر خلوص نیت نوع بشر و اتکا به تقوای ذاتی بشریت در خدمت به هم‌نوع و ... سبب می‌شود. هزینه‌های بهبوده عملیاتی کاهش پیدا کرده و هزینه‌های سربرار بهتر آنالیز شود. همچنین با دقت بیشتری درآمدها و رایندهای اقتصادی واحدهای صنفی، صنعتی و یا شرکت، با سرعت عجبیبی مدیریت و بهینه‌سازی شود. با نگاهی اجمالی به توسعه فناوری کشورهای نظیر کره جنوبی، چین، برزیل و سنگاپور که به رشد فناوری اطلاعات در صنعت طی سال‌های اخیر پرداخته‌اند متوجه می‌شویم که فناوری تا چه حد به کمک مدیریت بحران می‌آید، در مسائل اخیر در ایران و جهان نیز دیدم که فناوری اطلاعات و بهینه‌سازی‌های دانش بنیان موفق شد اوضاع را بهتر کنترل نموده و از آسیب‌های بیشتر جلوگیری نماید.

متخصصان برجسته‌ای تی و سایر توسعه دهندگان کسب و کارها به شیوه راهبردی برای حل مشکلات کسب و کار صنوف و کارآفرینان راه‌حل‌های مؤثری را ارائه می‌دهند لذا اخذ مشاوره با چند گروه برجسته فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک در این خصوص (توسعه کسب و کار و اقتصاد سازمانی، چه خرد و چه کلان) پروژه‌های راهبردی اقتصاد و کسب و کار را با هدف فراهم کردن استفاده همزمان فضای آفلاین و آنلاین اصناف و شرکت‌ها روبرو خواهد کرد و اینجاست که ضعف‌ها تبدیل به نقاط قوت و تهدیدها تبدیل به فرصت خواهند شد و یقیناً با شیوه‌های بسیار آسان می‌توان بخشی زیادی از مشکلات فعلی و آتی را کاهش دهد و به توسعه پایدار نزدیک شد.

منابع

۱. اداره کل پیشگیری‌های اجتماعی در مبارزه با ویروس کرونا، سازمان تعزیرات حکومتی، وزارت دادگستری، (بهار ۱۳۹۹). مقاله فضای کسب و کار در سایه کرونا.
۲. الطافی سامان، (۱۳۹۹)، اقتصاد پسا کرونا، سایت تابناک، کد خبر: ۱۰۰۵۵۸.
۳. امیدوار مجید، (۱۳۸۹)، تعاریف کسب و کار، ویژگی‌ها و اهداف، سایت راهکار مدیریت.
۴. تاجیک، محمدرضا، (۱۳۷۹)، مدیریت بحران، نقدی بر شیوه‌های تحلیل و تدبیر بحران در ایران، تهران: فرهنگ گفتمان.
۵. خوانساری مسعود، (۱۳۹۹)، جهان پس از کرونا، ماهنامه اقتصادی آینده نگر شماره ۹۵، ص ۵.
۶. ریاحی ناصر، (۱۳۹۹)، جهان پس از کرونا، ماهنامه اقتصادی آینده نگر شماره ۹۵، ص ۵۸.
۷. زندی، ابراهیم. (۱۳۸۵)، « بررسی مفهوم مسائل اجتماعی و نسبت آن با بحران اجتماعی»، فصل‌نامه پژوهش دانشکده اطلاعات، سال ششم، شماره ۲۰، ۷۵-۵۵.
۸. کاظمی، علی‌اصغر. (۱۳۶۹)، مدیریت بحران‌های بین‌المللی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
۹. کرمی میلاد، (۱۳۹۸)، مدیریت کسب و کار در شرایط بحران، وبلاگ شخصی میلاد کرمی.
۱۰. کرمی میلاد، (۱۳۹۸)، توسعه کسب و کار چیست؟، وبلاگ شخصی میلاد کرمی.
۱۱. کشاورز مهدی، (۱۳۹۸)، توسعه کسب و کار چیست؟، سایت اکادمی دیجیتال مارکتینگ. - مجدفر، فاطمه، (۱۳۸۲)، جامعه‌شناسی عمومی، تهران، شعاع، چاپ اول، ص ۲۷۶.
۱۲. محمودنژاد، محمد. (۱۳۸۲)، «شناخت تهدیدات امنیتی»، تهران: فصلنامه مطالعات دفاع دانشگاه عالی دفاع، شماره ۸، ۲۳-۱۴.
۱۳. مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کارها، معاونت امور اقتصاد - وزارت امور اقتصادی و دارایی، (اسفند ۱۳۹۸)، بسته پیشنهادی حمایت از کسب و کارها در پسا کرونا.

۱۴. هریسون، جفری و جان کارون، (۱۳۸۷)، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، تهران: انتشارات آبتین.

منابع لاتین

1. Daft, L. R. (2003). *Management*. Cengage Learning Pulication.
2. -Ellio , Euel (۲۰۰۳), Knowledge Management Organiza!onal Intelligence and Learning,
3. and Complexity, Vol. II- Complexity, Politics and Public Policy, Régis, Dandoy .
4. Greig, Finlay (2020) Coronavirus symptoms explained: meaning of a ‘persistent’ or ‘continuous’ cough, high temperature and loss of smell and taste, URL: <https://inews.co.uk/news/health/coronavirus-symptoms-explained-persistent-continuous-cough-temperature-high-loss-smell-taste-anosmia-409092>.
5. (H.B,S)Harvard Business Review (<https://hbr.org/2020/04/preparing-your-business-for-a-post-pandemic-world>)
6. <http://meidoun.ir/home/newsitem/1820>
7. -<https://www.eghtesadonline.com>
8. <https://www.irna.ir/news>
9. Roberts, Jonathan M. (1988), Decision-making during International Crises. London: the Macmillan Press.
10. WHO and European Investment Bank strengthen efforts to combat COVID-19 and build resilient health systems to face future pandemics, world health organization, 1 May 2020.
11. -www.cdc.gov, [Learn about COVID-19 Research at CHLA](#) (2020).