

بررسی عوامل موثر بر میزان تاب آوری کسب و کارهای ایران در پاندمی کرونا

ملیکا ملک آرا^۱، الهام خورسند^۲ سیروس طاهری باوندپور^۳، کامیاب کوثری^۴

۱-دانشجوی پسا دکترا مدیریت کسب و کار آموزشگاه عالی مدیریت تهران ، ایران،

mlym103@gmail.com

۲-کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی پیام نور تهران ، ایران

elhamkhorsand88@gmail.com

۳- دانشجوی دکترا مدیریت علوم تحقیقات تهران

Sirous_atbr00n@yahoo.com

۴- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی موسسه آموزش عالی مازیار^۱

Kamyabkosari.1995@gmail.com

چکیده

بحران جهانی ناشی از شیوع فراگیر ویروس کرونا پیامدهای گوناگونی داشته که از جمله در عرصه اقتصاد و به ویژه کار، طیف وسیعی از شاغلان را گرفتار بیکار یهای موقت یا بعضاً دائم نموده که اثری جز قطع یا کاهش درآمد ایشان نداشته است. کسب و کارها در این دوران دچار بحران شده اند. بنابراین باید چاره ای جهت تاب آوری کسب و کارها اندیشید. تاب آوری در کسب و کارها عبارت است از توانایی های ساختاری و سیستمی که باعث می شود شرکتها ظرفیت لازم برای مقابله با بحرانها را داشته باشند. تاب آوری قابلیت هایی برای کسب و کارها بوجود می آورد که بتوانند با وجود شرایط نامطلوب به بقا ادامه داده و در مسیر بازگشت و رشد قرار گیرند. در این مقاله بررسی عوامل موثر بر میزان تاب آوری کسب و کارهای ایران در پاندمی کرونا می پردازیم.

واژگان کلیدی: کسب و کار، پاندمی کرونا، تاب آوری.

۱- مقدمه

ویروس کرونا (کوید-۱۹) تقریباً در تمام کشورهای جهان جنبه فراگیری و عالم گیری به خود گرفته است و تمام ملت های جهان را تحت تاثیر خود قرار داده، میلیون ها نفر را مبتلا کرده، جان صدها هزار نفر را گرفته است و تقریباً اقتصاد جهان را مختل نموده و کشورها و ملت ها را از نظر سیاسی - اجتماعی به چالش کشیده است و به اصطلاح در حوزه اثرگذاری خود عدالت را رعایت کرده و همه کشورها و ملت ها را بدون توجه به نوع، غنا، جنسیت و سایر امور تبعیض آلود تحت تاثیر قرار داده است. اما به نظر می رسد پیامدهای این ویروس به ویژه در میان مدت و بلند مدت یکسان و همراه عدالت نخواهد بود و اثرات منفی آن بیشتر متوجه کشورها و ملت های فقیر و طبقات پایین خواهد بود و اثرات مثبت و پیامدهای مثبتی به ویژه در زمینه اقتصادی برای کشورها و ملت های غنی به همراه خواهد آورد و شکاف میان کشورها و طبقات اجتماعی را گسترده تر خواهد کرد، هر چند شاید در حوزه اثرگذاری بلند مدت خود، جامعه جهانی را به سمت دموکراسی رهنمون شود (میرزایی، ۱۳۹۹). بحران جهانی ناشی از شیوع فراگیر ویروس کرونا پیامدهای گوناگونی داشته که از جمله در عرصه اقتصاد و به ویژه کار، طیف وسیعی از شاغلان را گرفتار بیکار یهای موقت یا بعضاً دائم نموده که اثری جز قطع یا کاهش درآمد ایشان نداشته است (ابدی، ۱۳۹۹). در این میان کسب و کارها دچار بحران شده و باید چاره ای برای تداوم آن اندیشید، در این مقاله به بررسی عوامل موثر بر میزان تاب آوری کسب و کارها در پاندمی کرونا می پردازیم.

۲- ادبیات تحقیق

پاندمی کرونا

از روزهای آخر سال ۲۰۱۹ که خبر پدیدار شدن ویروس کرونا در چین به گوش همگان رسید، تاکنون که شیوع گستره و سریع آن موجب پدید آمدن پاندمی کووید ۱۹ شده است، تاکنون شمار زیادی از مردم کشورهای مختلف را مبتلا کرده و تعداد زیادی را نیز به کام مرگ کشانده است. پس از آنکه این ویروس به یک پاندمی تبدیل شد و بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای غربی درگیر آن شدند، اقتصاد جهانی دچار رکود بزرگی شده و روز به روز به گستره آن افزوده می شود. این رکود بزرگ که به تعبیر برخی، بزرگ ترین رکود در نود سال گذشته است (مطلبی، ۱۳۹۹).

وجود بحرانهای سیاسی در سط جهان، کاهش قدرت تأثیرگذاری نهادها و سازمانهای بین المللی، درگیری تجاری بین آمریکا و چین، بروز چالشهایی منطقه ای همچون بحران سوریه و... سبب گردید که جهان در سال ۲۰۲۰ میلادی در انتظار بحران جدید جهانی باشد، لیک علیرغم این چالشها تفسیر بدبینانه ای پیرامون آینده جهان وجود نداشت. در این میان پاندمی کرونا این معادلات را پیچیده ساخته و آینده سیستم جهانی را در ابهام فرو برده است.

شیوع ویروس کرونا سبب گردیده سازمان توسعه و همکاریهای اقتصادی هشدار دهد که در ماههای آتی اقتصادهای بزرگ جهان وارد رکود شده و یا رشد مثبت اقتصادی نداشته و یا این رشد منفی گردد. گسترش ویروس کرونا موجب شده فعالیتهای اقتصادی از جنبه های مختلفی همچون کاهش رفت و آمدها، نااطمینانی و احتیاط مشتریان، تعطیلی کسب و کارهای دارای تعامل اجتماعی، کاهش تقاضای بسیاری از صنایع و خدمات و مسدود شدن مسیرهای ارتباطی با سایر کشورها تحت تاثیر قرار گیرد. اختلال در صادرات از مرزهای زمینی، کاهش ورود و خروج گردشگر، کاهش قیمت و تقاضای جهانی نفت، کاهش قیمت محصولات صادراتی و اختلال در تجارت جهانی، از مهمترین پیامدهای شیوع کرونا در حوزه تجارت خارجی کشورها بوده است (مقدسی و اسماعیلی جعفرآبادی، ۱۳۹۹).

عوامل موثر بر میزان تاب آوری کسب و کارهای ایران در پاندمی کرونا

ظاهراً یکی از مهم ترین پیامدهای شیوع کرونا پدیده «جهانی شدن زدایی» ، به سبب بسته شدن مرزهای زمینی، دریایی و هوایی کشورها، مختل شدن جریان عادی مواد اولیه، کالاها، سرمایه ها و نیروی انسانی و تعطیلی کسب و کارها و واحدهای تولیدی (دست کم به صورت موقتی) است. این گونه به نظر می رسد که درحال حاضر اغلب کشورها ضربات ناشی از شیوع کرونا را در اقتصاد خود احساس

کرده اند. به باور بالدوین و دی مانورو (۲۰۲۰)، پس از شیوع کرونا کشورها به نوعی آنفلوانزای اقتصادی مبتلا شده اند که شوک منفی موقتی را به عرضه و تقاضای بخشهای گوناگون وارد کرده است. آنها معتقدند که پاندمی کوید-۱۹ هم شوک بر عرضه و هم شوک بر تقاضا به شمار می رود و به همین سبب، جریان مبادلات را در سطوح گوناگون به شدت کند کرده، در عرصه تولید و همچنین در زنجیره های تأمین، دشواریهای بسیاری را در پی داشته است. در اغلب سازمانها، فرایند تطبیق پذیری با تغییرات محیط و عدم قطعیت بسیار پیچیده است و تصمیم ها و رفتارهای متفاوت در سطوح گوناگون سازمان را دربر می گیرد موفقیت هر سازمان به فرایندهای تطبیق پذیری خارجی (محیط) و داخلی (راهبرد، ساختار، فرایندها و ایدئولوژی) بستگی دارد. این فرایندها با تراز کردن سازمان با بازاری آغاز می شود که برای پاسخگویی به نیازهای کنونی و آتی مشتریان تلاش می کند. به عبارت دیگر هدف این نوع تحلیل، ارزیابی تطبیق پذیری سازمانی با محیط های درحال تغییر است و این کار را از راه مطالعه ارتباط میان راهبرد، ساختار و فرایندهای سازمان انجام می دهد. براساس مطالعات تجربی، شرکتها یا واحدهای کسب و کار را از نظر راهبردهای تطبیق با محیط، به چهار گروه تقسیم می کنند که عبارتند از: فرصت جویان، مدافعان، واکنش دهندگان و تحلیلگران (باقری و همکاران، ۱۳۹۹).

در کنار چالشها و تهدیدهایی که کرونا به وجود آورده است، فرصتهایی نیز وجود دارد که با برنامه ریزی صحیح می توان از آن بهره برداری نمود. پیش نیاز تبدیل تهدید فراگیری بیماری کرونا به فرصت برای کسب درآمد برای

انواع کسب و کارها و حتی دولتها، تغییر نگرش در افکار و بنیادهای فکری و روی آوردن به تفکر خلاقانه و مبتکرانه برای استفاده از هر نوع ابتکار و خلاقیت در زمینه های کاری است؛ فرصتهایی برای بخشهای خصوصی مانند توسعه مشاغل خانگی، کسب و کارهای دیجیتال و پلتفرمی، بسته بندی کالاها، توسعه اقلام بهداشتی، استارت آپها، هوش مصنوعی، حوزه سلامت و برندسازی در توزیع مویرگی و ... و همچنین فرصتهایی برای تصمیم گیران و سیاست گذاران مانند توسعه کامل و فزاینده دولت الکترونیک و ایجاد سهولت در دریافت مجوزها و تکمیل و تهیه نظام جامع آماری و اطلاعاتی دولت در بخشهای مختلف از جمله تکمیل سامانه های مالیاتی، نظام جامع آمار و اطلاعات شاغلان (رسمی و غیررسمی)، شناسایی ضعفهای زیرساختی بخش بهداشت و درمان و ... بیش از گذشته فراهم است. درخصوص پیشنهادهای حمایت از کسب و کارها نیز، اعمال حمایتهای مالی و تسهیلاتی اعطای تسهیلات سرمایه در گردش، استفاده از ظرفیت اوراق گام (گواهی اعتبار مولد) کاهش انواع هزینه ها و عوارض و ... اعمال حمایتهای ساختاری (فراهم سازی فوری زیرساختهای سخت افزاری و نرم افزاری برای دسترسی های مورد نیاز، تسهیل فوری مجوزهای ایجاد یا توسعه فروشگاههای مجازی (اینترنتی) و راه اندازی سایر کسب و کارها و ...، حمایت از صنایع تکمیلی زنجیره تولید غذا در بخش کشاورزی (جهت حفظ و افزایش امنیت غذایی)، فعال شدن دیپلماسی اقتصادی در دوران کرونا (جهت حفظ بازارهای صادراتی و وارداتی مورد نیاز) و مواردی دیگر می تواند در دستور کار قرار بگیرد:

*حمایت از صنایع تکمیلی زنجیره تولید غذا در بخش کشاورزی: باید حداکثر مراقبت از بر پا ماندن و فعال بودن زیرساختهای اساسی و بخشهای کلیدی به ویژه صنایع تولیدکننده محصولات غذایی به عمل آید. این صنایع در کاهش ضایعات و افزایش بهره وری تولید در بخش کشاورزی نقشی مؤثر دارند لذا کمک به این بنگاهها برای زنده ماندن در شرایط بحران از طریق کمک به تأمین مالی و اعتباری این بنگاهها و قرار دادن محصولات آنان در سبد معیشتی برای اقشار ضعیف می تواند مد نظر قرار گیرد.

*فعال شدن دیپلماسی اقتصادی در دوران کرونا: رایزنی مقامات وزارت خارجه ایران با کشورهای همسایه به منظور تعریف پروتکل بهداشتی متقابل دوجانبه و چندجانبه برای باز شدن مرزها یا تسریع فرایندهای تجارت زمینی بین ایران و کشورهای همسایه و رصد مستمر بازارهای صادراتی ایران در سایر کشورها از جمله کشورهای جنوب شرق آسیا توسط تیمهای تخصصی و انجام اقدامات بموقع برای حفظ یا توسعه بازارهای صادراتی (به ویژه زنجیره فولاد) توصیه می شود (تهرانی، ۱۳۹۹).

تاب‌آوری به کسب و کارها کمک می‌کند در هر شرایطی بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند. تاب‌آوری در مفهوم شرکتی به معنی توانایی مقاومت در برابر بحران‌ها و ریسک فاکتورها است. تاب‌آوری در کسب و کارها عبارت است از توانایی‌های ساختاری و سیستمی که باعث می‌شود شرکت‌ها ظرفیت لازم برای مقابله با بحران‌ها را داشته باشند. تاب‌آوری قابلیت‌هایی برای کسب و کارها بوجود می‌آورد که بتوانند با وجود شرایط نامطلوب به بقا ادامه داده و در مسیر بازگشت و رشد قرار گیرند. ظرفیت تاب‌آوری به بقای بلندمدت شرکت کمک می‌کند. استراتژی، کسب و کار یک شرکت را در برابر ریسک‌های بالقوه حمایت می‌کند و به برنامه ریزی برای تاب‌آوری و بقا در شرایط آشفته کمک می‌کند. بر اساس تجارب شرکت‌های مشاوره‌ای برتر جهان و مصاحبه با کارآفرینان ابعاد استراتژی‌های تاب‌آوری در پنج بخش بررسی شده‌اند:

* سرمایه انسانی - اقدامات پیشگیرانه و حمایتی: سرمایه انسانی بازوی شرکت‌ها برای دستیابی به اهداف است. یکی از مهمترین وظایف مدیران در مواجهه با بحران کرونا آن است که محیط کار ایمن و سلامت ایجاد کنند و به‌گونه‌ای اقدام نمایند که کارکنان کماکان احساس کنند که سازمان برای آنها ارزش قائل است. حمایت از کارکنان در این شرایط بر تعهد بلندمدت کارکنان تاثیر مثبت دارد. از دست دادن نیروهای با استعداد در زمان فعلی، در دوران پساکرونا به سادگی قابل جبران نخواهد بود. همچنین ممکن است برند کارفرمایی شرکت‌ها را تحت تاثیر منفی قرار دهد.

* اقدامات ابتکاری در حوزه بازاریابی و فروش: بازاریابی فرایند برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌های قیمت‌گذاری، تبلیغات و فروش کالاها و خدمات است. با شروع بحران کرونا جامعه از نظر روانی و اقتصادی آسیب دیده است. مشتریان برای انطباق خود با بحران عادات و رفتار خرید خود را تغییر داده‌اند. لذا شرکت‌ها بایستی هوشمندانه اقدامات ابتکاری در عناصر اصلی آمیخته بازاریابی (مکان، محصول، قیمت و ترویج) را استفاده نمایند.

* اقدامات ابتکاری در زنجیره تامین مواد: زنجیره تامین شامل شبکه تامین‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، عمده فروشان و خرده فروشان است که به تامین مواد اولیه و حمل و نقل کمک می‌کنند. به دلیل افت تولید در کشورهای مختلف، محدودیت سفرهای بین شهری مشکلات زیادی را در زنجیره تامین کسب و کارها بوجود آورده است، لذا بایستی با اقداماتی ابتکاری این مشکلات تامین مواد اولیه را کاهش داد.

* مدیریت مالی: در بحران کرونا باعث کاهش تقاضا و در نتیجه کاهش فروش کسب و کارها شده است، لذا در چنین شرایطی، جریان نقدینگی که حیات کسب و کارها به آن وابسته است را با مشکل مواجه کرده است و تمرکز بر مدیریت منابع مالی و انضباط مالی را ضروری نموده است

*تفکر استراتژیک و کارآفرینانه: تفکر استراتژیک فرآیندی است که بواسطه آن، مدیران با نگرستن در سطح کلان و کل نگر، دیدگاه متفاوتی از شرکت و محیط یافته و روندهای آینده صنعت را مشخص می کنند. در دوره بحران کرونا که ویژگی آن تغییر انتظارات مشتری، کارکنان و ذی نفعان است، تفکر استراتژیک به عنوان هسته مرکزی خلق مزیت رقابتی تلقی می گردد تا بتوان با تغییرات همسو شد و پاسخ مناسبی ارائه داد(داوری و همکاران، ۱۳۹۹).

تبلیغات: نگرشهایی که نسبت به تبلیغات شکل می گیرند بر روی نگرش مشتریان نسبت به نام تجاری و همچنین، هدف خرید مشتریان، تاثیرگذار است. اگر هدف نهایی تبلیغات، ایجاد نگرش مثبت نسبت به تبلیغات و نام تجاری باشد، افزایش احتمال خرید یا یک پاسخ احساسی مثبت به یک تبلیغ، می تواند به عنوان بهترین شاخص ارزیابی اثر بخشی تبلیغات باشد. از نظر محققان در شرایط فعلی و پاندمی کرونا موارد زیر در تبلیغات نتایج کاربردی تری را به دست می دهد:

*تقویت مارک تجاری: تقویت مارک تجاری به تقویت گرایش و میل مثبت مشتریان به یک مارک تجاری اشاره دارد.

*محرک بودن: محرک بودن در تبلیغات نشان دهنده آن است که تبلیغات برای دیدن، رضایت بخش، تفریحی و جذاب باشد.

*همدلی: همدلی در تبلیغات نشان دهنده حالت توسعه یافته ای است که در آن بینندگان تا چه حد در رویدادها، احساسات و رفتارهایی که در تبلیغات نشان داده شده اند، شرکت می کنند و آنها را درک می کنند.

*آشنایی: معمولاً برای افزایش آشنایی مشتریان با تبلیغات، یک شرکت، راهبردهای تبلیغات تکراری را در دستور کار قرار می دهند. در نتیجه مشتریان به مدت چندین ماه، یا چندین سال در معرض تبلیغات مشابهی قرار می گیرند و با آن تبلیغات آشنایی پیدا می کنند.

*سردرگمی (گیج شدن): سردرگمی اشاره به درجه ای دارد که بینندگان حس می کنند که تبلیغات برای پیروی و دنبال کردن سخت هستند(یاور گهر و منصوری موید، ۱۳۹۹).

۳- نتیجه گیری

گسترش ویروس کرونا موجب شده فعالیتهای اقتصادی از جنبه های مختلفی همچون کاهش رفت و آمدها، نااطمینانی و احتیاط مشتریان، تعطیلی کسب و کارهای دارای تعامل اجتماعی، کاهش تقاضای بسیاری از صنایع و

خدمات و مسدود شدن مسیرهای ارتباطی با سایر کشورها تحت تاثیر قرار گیرد. یکی از مهم ترین پیامدهای شیوع کرونا پدیده «جهانی شدن زدایی» ، به سبب بسته شدن مرزهای زمینی، دریایی و هوایی کشورها، مختل شدن جریان عادی مواد اولیه، کالاها، سرمایه ها و نیروی انسانی و تعطیلی کسب و کارها و واحدهای تولیدی (دست کم به صورت موقتی) است. در این شرایط به کسب و کارها آسیب جدی وارد گردیده است. تاب‌آوری، قابلیت‌هایی برای کسب و کارها بوجود می‌آورد که بتوانند با وجود شرایط نامطلوب به بقا ادامه داده و در مسیر بازگشت و رشد قرار گیرند. استراتژی، کسب و کار یک شرکت را در برابر ریسک های بالقوه حمایت میکند و به برنامه ریزی برای تاب‌آوری و بقا در شرایط آشفته کمک می‌کند.

۴- مراجع

- ✓ ابدی، سعید رضا، ۱۳۹۹، کرونا و کار تابع، مجله تحقیقات حقوقی، ویژه نامه حقوق و کرونا، دوره ۲۳، ص ۲.
- ✓ میرزایی، خلیل، ۱۳۹۹، علت ها و پیامدهای همه گیری و عالم گیری ویروس کرونا-کووید ۱۹، فصلنامه علمی - تخصصی، ارزیابی تاثیرات اجتماعی، شماره دوم، ویژه نامه پیامدهای شیوع ویروس کرونا - کووید ۱۹، ص ۲.
- ✓ مطلبی، سید محمد موسی، ۱۳۹۹، تاثیر پاندمی کرونا-کووید ۱۹ بر پیش بینی رشد تولید ملی سال ۱۳۹۹، فصلنامه علمی - تخصصی، ارزیابی تاثیرات اجتماعی، شماره دوم، ویژه نامه پیامدهای شیوع ویروس کرونا - کووید ۱۹، ص ۲.
- ✓ یآوری گهر، فاطمه، منصوری موید، فرشته، ۱۳۹۹، واکاوی نقش تبلیغات بر نیت رفتاری مشتریان در دوران پساکرونا در صنعت گردشگری، فصلنامه مدیریت گردشگری ویژه نامه همه گیری کووید ۱۹، ص ۷-۱۰.
- ✓ باقری، ابوالفضل، بوشهری، علیرضا، نصری، ابوالفضل، ۱۳۹۹، نقش حمایت های دولت در شکل گیری راهبردهای فرصت جویانه شرکتهای دانش بنیان در مواجهه با پیامدهای پاندمی کرونا، فصلنامه سیاست نامه علم و فناوری، دوره ۱۰، شماره ۲، ص ۴ و ۵.
- ✓ تهرانی، ایمان، ۱۳۹۹، درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۵۳) فرصتها و تهدیدهای کرونا برای کسب و کارهای ایرانی،
- ✓ معاونت پژوهشهای اقتصادی دفتر: مطالعات اقتصادی، کد موضوعی ۲۲۰، شماره مسلسل ۱۷۲۱۹.
- ✓ مقدسی، علیرضا، اسماعیلی جعفرآبادی، مسعود، ۱۳۹۹، آرایه راه کارهای مناسب برای مدیریت کرونا در صنعت خرده فروشی، سومین کنفرانس حسابداری و مدیریت، ص ۴.
- ✓ داوری، علی، حسینی نیا، غلامحسین، جعفرزاده، مهدی، چیت ساز، احسان، ۱۳۹۹، پنج استراتژی تاب‌آوری کسب و کار در شرایط بحران کرونا، <https://www.irna.ir/news/۸۳۷۵۵۹۹۱>