

روند کارآفرینی تغییر یافته پس از COVID-19 با توجه به تقاضای بازار

مرکز مشاوره و خدمات کارآفرینی شاخص پژوه

مقدمه

به دلیل وقوع بیماری همه‌گیر COVID-19 و گسترش آن در سراسر جهان، سازمان‌ها مجبور به ارزیابی مجدد استراتژی‌های تجاری خود می‌شوند. پتانسیل بقا و پایداری در پی تأثیر منفی گسترده بیماری همه‌گیر COVID-19، مورد نگرانی بسیاری از رهبران تجاری و کارآفرینان قرار گرفته است. با بهبودی از این بحران به عنوان نقطه اتکای جامعه برای کارآفرینان، ارزیابی و پیش‌بینی مسیر آینده موفقیت کارآفرینی و رهبری بازار بسیار مهم شده است. در دنیای بعد از شیوع (COVID-19)، باید راه‌های رشد کارآفرینی را تأیید کرد زیرا برای مثبت اندیشی در اقتصاد امری حیاتی است. در چشم‌انداز دانشگاهی و دنیای آزمایشی تجارت، این جنبه‌ها باید با تمرکز استراتژیک بر رشد کارآفرینی و افزایش بهره‌وری مورد توجه قرار گیرند.

در واقع این دوران، موجی از نوآوری، مثبت و منفی را در دنیای کارآفرینی پرورش داده است. محققان و کارآفرینان زندگی خود را وقف ایجاد آینده‌ای برای مصرف‌کنندگان و سازمان‌ها می‌کنند. مطالعات علمی، همراه با خطرات قابل توجهی که کارآفرینان متحمل می‌شوند، برای پایان دادن به بحران COVID-19 و طراحی تکنیک‌های جدید برای انطباق با جهان پس از همه‌گیری ضروری است و در حالی که کارآفرینان خوش‌بین و مقاوم هستند، همه‌گیری‌ها از آن‌ها می‌خواهد تا رویکرد تجاری خود را برای دهه‌های آینده تغییر دهند. اگرچه ممکن است برخی از مشاغل به شدت سقوط کرده باشد، اما سایر عناصر پیرامون همه‌گیری باعث ایجاد نسل بعدی کارآفرینان می‌شود.

در این راستا، چند روند در کانون توجه کسب و کارها قرار گرفته است. کار در خانه یا کار از راه دور یکی از این گرایش‌هاست که محبوبیت بی‌نظیری در بین کارآفرینان و بازرگانان پیدا کرده است. در تحقیقات اخیر منتشر شده در مجله بین‌المللی علم و فناوری پیشرفته، اعلام شد که کار در منزل به طور هم‌زمان برای نهادهای شرکتی سودآور و در عین حال مضر است و صرف‌نظر از این موارد، تحقق این مفهوم خاص مستلزم پاسخگویی کارفرمایان و کارمندان همراه با حداکثر ارتباطات و بهینه‌سازی وضعیت فناوری‌های پیشرفته است.

استفاده از مفهوم کار از خانه توسط کارآفرینان نیاز به تأکید بر مدیریت مؤثر نیز دارد. با استناد به تحقیقات صورت گرفته، نتیجه گرفته می‌شود که کار در خانه به اقدامات محیطی، اجتماعی و مدیریت سازمان با تمرکز بر ایجاد تحول در دوره کار سنتی دفتر کمک می‌کند. بررسی جهانی محققین همچنین نشان می‌دهد که ۷۵ درصد سازمان‌ها تمرکز خود را بر تغییر سیاست‌ها و فلسفه‌ها گذاشته‌اند تا نیروی کار برای کار انعطاف‌پذیر تشویق شود. بهره‌گیری از فن‌آوری نوظهور، جلسات تجاری مجازی، اشتیاق به محتوای جدید برای جذب مشتری روندهایی است که الگوی تازه ظهور یافته‌های شیوه‌های تجاری و کارآفرینی را مشخص می‌کند.

به دلیل همه‌گیری COVID-19، بسیاری از مشاغل تحت تأثیر آن هم به صورت منفی قرار گرفته‌اند. برای کاهش هزینه‌ها، بسیاری از مشاغل در حال کوچک سازی هستند. برای حفظ رقابت و اطمینان از تداوم تجارت، اولین کاری که باید انجام شود پذیرفتن یک استراتژی بازاریابی عملی است تا بتوان بقای تجارت را تضمین کرد. به دلیل COVID-19، بخش آموزش نیاز به حداکثر رساندن تعاملات دیجیتال را برای یادگیری مفید و سودمند احساس کرده است. در واقع، استفاده از رسانه‌های آنلاین پدیده‌ای غیرقابل انکار و موجود است که ارتباط آن را نمی‌توان انکار کرد این تغییر پارادایم با استفاده روزافزون از WhatsApp, Zoom, Hangout و سایر درگاه‌های یادگیری مشخص می‌شود.

علیرغم ضربه شدید همه‌گیر COVID-19، صنعت رسانه توانسته است از طریق ارائه اطلاعات به روز سهامدار اصلی خود (مشتری) را مطلع و مشغول خود کند. بیماری همه‌گیر COVID-19 برای متخصصان روابط عمومی سودمند است زیرا مدیریت روابط سرمایه‌گذار و صنعت برای رهبران تجاری یا به عنوان دقیق غول‌های رسانه‌ای و واسطه‌گران از اهمیت بالایی برخوردار است. در تلاش برای انتقال پیام به مشتریان، تبلیغات و آگهی‌های ضروری ارزیابی می‌شود. در این شرایط، صنعت روابط عمومی و تبلیغات احتمالاً پس از COVID-19 سودمند خواهد بود. تجارت الکترونیکی بخش دیگری است که علیرغم تأثیرپذیری از بیماری همه‌گیر COVID-19 سودمند بوده است. آمازون علیرغم اینکه با یک زمان پرتنش روبرو شده است، توانسته است با شرایط متغیر کنار بیاید. بازیگران صنعت تولید محتوا مانند نتفلیکس و آمازون شاهد افزایش میزان بازدید بوده‌اند که در نتیجه آن، عملکرد مالی آن‌ها افزایش یافته است. از آنجا که بسیاری از سازمان‌ها به جای جلسات حضوری آفلاین، تنظیمات خود را برای استفاده از این ابزارها تغییر داده‌اند، محبوبیت Zoom و Skype نیز افزایش یافته است. معاشرت در طول قرنطینه با استفاده بیشتر از این ابزارهای کنفرانس ویدیویی آسان‌تر شد. از همه مهم‌تر، بروز همه‌گیر COVID-19 باعث افزایش شدید تقاضای ماسک‌های جراحی و تنفسی شد. بسیاری از تجار، خرده‌فروشان، صاحبان مغازه‌های کوچک، ماسک‌هایی را با قیمتی بالاتر از نرخ مناسب بازار به فروش رسانده‌اند و در صورت کیفیت خوب، با نرخ برتر هم به فروش می‌رسانند.

و اما

افرادی که مایلند اهداف حرفه‌ای خود را در زمینه کارآفرینی دنبال کنند، لازم است قبل از سرمایه‌گذاری، بازار را به درستی مطالعه کنند. با توجه به روندهای صنعتی رمزگشایی شده در بالا، برنامه‌ریزی دقیق برای یک حرفه در کارآفرینی نیاز به زمان دارد.

کارآفرینان افرادی هستند که فرصت‌های ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت را تشخیص می‌دهند و از آن‌ها استفاده می‌کنند. به صراحت می‌توان گفت شیوع کرونا دسته‌های کاملاً جدیدی از کسب‌وکارها را تسهیل کرده که بعضی از آن‌ها منجر به ایجاد تحول‌های بزرگ

۱۱۴ / روند کارآفرینی تغییر یافته پس از COVID-19 با توجه به تقاضای بازار

می‌شود. سازمان‌هایی که تصمیم می‌گیرند از تغییرات شرایطی استفاده کنند، موفق خواهند شد.

شاید مهمترین نقشی که کارآفرینان در طول یک بحران بر عهده دارند این است که آنها متعهد به بهبودی هستند و آرزو دارند که به رشد اقتصادی خود ادامه دهند.

