



شیوع ویروس کرونا در کشور آرام آرام و به شکل رسمی فقط چند روز قبل از انتخابات مجلس اعلام شد. پیش از این اخبار شیوع کرونا در کشورهایی نظیر چین به گوشمان رسیده بود ولی هنوز مستقیماً با آن درگیر نشده بودیم و از عمق فاجعه با خبر نبودیم. کرونا به همان سرعتی که پیش‌بینی می‌شد، در کشور شیوع پیدا کرد و حالا کسب‌وکارها را به شدت درگیر خود کرده به طوری که در کمتر از یک ماه و پیش از آغاز سال نو، تقریباً ۶۰۰ تا ۷۰۰ نفر از کارمندانی که در شرکت‌های معروف حوزه فناوری کار می‌کردند که به «اکوسیستم استارت‌آپی» معروف هستند، شغل خود را از دست دادند. مسئله اینجاست که این جریان احتمالاً تبدیل به یک سریال دنباله‌دار، و نه‌چندان دیدنی تبدیل خواهد شد.

به گزارش فابانیوز، موج اول از همان روزهای نخست، از «علی بابا» به عنوان بازیگر اصلی حوزه گردشگری در فضای آنلاین و با تعدیل نیروی ۱۸۰ نفر از پرسنل آغاز شد. سپس تنها در فاصله چند روز، به ترتیب نوبت به مجموعه‌های دیگری چون ال‌گشت، اسنپ‌تریپ، اسنپ‌فود و توقف فعالیت چیلیوری رسید. با یک حساب سرانگشتی تقریباً نزدیک به ۷۰۰ نفر در آستانه سال نو و کمتر از یک ماه شیوع کرونا، بیکار شده‌اند. واقعیت این است که چنین حجمی از بیکاری را در کمتر از یک ماه، نمی‌توان توجیه کرد. بعضی شرکت‌ها تاکید دارند که تعدیل‌هایشان مربوط به بخش مرکز تماس، پشتیبانی و در واقع، افراد غیرمتخصص است که البته همین هم عذر بدتر از گناه است. بیایید با خودمان صادق باشیم: این یک شکست مطلق برای چیزی است که اسم خودش را گذاشته «اکوسیستم استارت‌آپی»؛ چراکه حالا اعتمادی را از دست می‌دهد که بعداً، در ساحل آرامش، به سادگی قابل پس گرفتن نیست.

این از دست دادن حجم عظیمی از کارکنانی است که وارد اکوسیستم شده‌اند و حتی اگر بخواهیم بی‌ذخیره کنیم که بیشتر این موارد حول بخش‌های کمتر مرتبطی با وجوه فناوری همچون کال سنتر و یا افراد تازه‌کار بخش‌ها بوده، باید اذعان کنیم که این شکست برای اکوسیستم فناورانه کشور سنگین تمام شده است و اعتماد از دست رفته‌ای را به وجود خواهد آورد.

شیوع کرونا در ایران همانند شیوع آن در چین، در آستانه سال نو صورت گرفت و این موضوع جدا از ضررهایی که به بازار شب عید فروشگاه‌های فیزیکی زده، برای فروشگاه‌های اینترنتی چندان بد تمام نشده است. در واقع باید گفت اکوسیستم فناورانه کشور در هر شرایطی از جمله شرایط وخیم امروز برندگان و بازندگان خود را دارد؛ برندگان آن البته نمی‌توان لزوماً به آنها گفت برنده، ولی اوضاع آنها لااقل تا حدی بهتر از بقیه است.

به چه کسانی می‌توان گفت برنده؟

فروشگاه‌های اینترنتی در این روزها با رشد فروش نسبی مواجه شده‌اند به طوری که برخی از آنها از انبوه حجم سفارشات امکان پردازش تمامی سفارش‌ها را ندارند، و حتی شرکتی مثل دیجی‌کالا مجبور به استخدام گسترده‌ای برای پاسخگویی به نیازهای مردم شد. شرکت ملی پست که وظیفه ارسال بسیاری از این سفارشات را برعهده دارد با رشد ۴۵ درصدی ارسال کالا روبرو شده است. این را عضو هیات مدیره پست به دیجیاتو می‌گوید. از سوی دیگر پیک‌های موتوری که سفارش‌های داخل شهری را به مردم می‌رسانند نیز طبق آمار بیش از همیشه سرشان شلوغ است.

همچنین کسب‌وکارهایی چون VOD که حالا بیشتر از همیشه مخاطب پیدا کرده‌اند و البته اپراتورهای اینترنت که علی‌رغم ۱۰۰ گیگ هدیه‌ای که به مردم داده‌اند، با رشد مصرف اینترنت مردم فروش بیشتری پیدا کرده‌اند. این برندگان هم اما کماکان درگیر موضوع کرونا هستند و تمامی نیروهای آنها با این شیوع دست و پنجه نرم می‌کنند. در واقع نباید فراموش کنیم که علی‌رغم بازار خوب داشتن در این شرایط بد، زندگی خوبی در کنار این کسب‌وکارها و نیروهای آنها وجود ندارد.

و آنها که باختند

از آنسو اما کسب‌وکارهای با محوریت گردشگری، اولین و بیشترین قربانیان شیوع کرونا در کشور به حساب می‌آیند چرا که عملاً تمام فروش شب عید خود را به مشتریان پس دادند. پس دادن رقم‌های چند ده میلیارد تومانی از سوی مجموعه‌هایی چون علی بابا و فلاپتیو نشان می‌دهد که این کسب‌وکارها با چه حجم از زیان روبرو شده‌اند.

بسیاری از کارشناسان بر این باورند که کسب‌وکارهای کوچک حوزه گردشگری احتمال تعطیلی و یا به بیانی تلخ‌تر، احتمال مرگ‌شان وجود دارد. حوزه گردشگری اولین و بزرگترین حوزه‌ای است که توسط کرونا زیر سایه مشکلات قرار گرفته است اما تنها حوزه ضربه دیده نیست. کسب‌وکارهای خدمات محور نیز با کاهش فروش بسیاری مواجه شده‌اند و استارت‌آپی‌هایی که در این زمینه‌ها فعالیت می‌کردند عملاً مشتریان خود را از دست داده‌اند. امروزه کمتر کسی حاضر است که خدمات و کارهای خود و منزلش را به دست دیگری بسپرد و ترجیح می‌دهد تمامی کارها را در چارچوب خانه خود و قرنطینه خانگی‌اش انجام دهد.

جدا از تمام صحبت‌های فوق نباید فراموش کنیم که همزمانی شیوع کرونا در کشور با ایام پیشواز سال نو، مسائلی چون پرداخت حقوق به موقع کارکنان و دادن عیدی به کارمندان

در این شرایط، برای تمامی کارفرماها پیش آمد و فشار اقتصادی را در این شرایط بدتر از همیشه کرد. همچنین تیم‌های سرمایه‌گذاری را نباید فراموش کرد که در این شرایط، اکثر آنها قراردادهای را کنار گذاشته‌اند و قرار است بعداً به آنها فکر کنند؛ هرچند عده‌ای نیز با دیدی بلندپروازانه و آینده‌نگرانه همچنان به سرمایه‌گذاری مشغول هستند.

من در خانه می‌مانم

امروزه رتق و فتق امری چون آشپزی (شکست کسب‌وکارهای حوزه سفارش آنلاین غذا) شستشو (شکست کسب‌وکارهای حوزه شستشوی منازل و البسه و...) تعمیرات لوازم منزل (شکست کسب‌وکارهای خدمات) رفت آمد محدود به بیرون از خانه (شکست تاکسی‌های آنلاین) و حتی تفریحات (شکست کسب‌وکارهای فروش بلیت و تخفیف گروهی و...) به صورت خانگی در آمده و مردم به خانه و دستان تمیز و ضدعفونی شده خود بیشتر اطمینان دارند. تغییر سبک زندگی مردم پیش‌بینی‌ها و گزارش‌ها را به جایی رسانده که بسیاری از کارشناسان بر این باورند اگر این رویه طولانی‌مدت باشد ممکن است مواردی مانند فیلم دیدن مردم در سینماها کاهش بسیاری در آینده پیدا کند و مردم ترجیح دهند که در خانه فیلم‌ها را از سرویس‌های استریم دنبال کنند و آینده صنعت سینما هم به مخاطره بیفتد.

مقصود از آوردن این صحبت‌ها اینست که تغییر رفتار زندگی مردم می‌تواند در هر کسب‌وکاری، چه آنلاین و چه فیزیکی تأثیر گذار باشد و با ادامه دار شدن این شرایط، بعید نیست که این تغییرات محسوس‌تر در زندگی شهروندان پیاده‌سازی شوند؛ خریدهای مجازی آنلاین بیشتر (به نفع فروشگاه‌های اینترنتی) و انجام خدماتی در منزل و به دستان خودشان به جای سپردن آن به دیگر مجموعه‌ها (شکست برخی مجموعه‌های آنلاین و فیزیکی).

شاید وقتی دیگر

تمامی این موارد باعث می‌شود که بدانیم حتی اگر همین امروز کرونا به طرز معجزه‌آسایی در جهان ریشه‌کن شود، مشکلات این کسب‌وکارهای آنلاین تمام نخواهد شد و تا زمانی که سبک زندگی مردم به قبل برگردد، ممکن است مدت زمان زیادی طول بکشد. حتی شاید بتوان گفت که اگر این سبک زندگی طول بکشد، بسیاری از مردم راه و روش خود را عوض کرده و ترجیح بدهند که جور دیگری زندگی را پیش بگیرند. این موضوع اما بحث روانشناسانه دیگری می‌طلبد که جاییش در این گزارش نیست.

در نهایت باید گفت که تعدیل نیروها و یا حتی تعطیلی برخی استارت‌آپ‌ها در روزهای شیوع کرونا، تنها راه‌حل برای عده‌ای به شمار می‌رود و حجم مشکلات را فراتر از ظرفیت استارت‌آپ خود می‌بینند. کرونا موضوعی است که در هیچ کتاب و جزوه‌ای، پیش‌بینی آن برای مدیران کسب و کار نشده بود و مواجهه با آن و یاد گرفتن برآمدن از پس مشکلات آن، مدت زمانی را می‌طلبد و تا این بازه زمانی طی شود، شکست‌های دیگری نیز رخ خواهد داد.

همانطور که کوبی برایانت فقید گفته بود، برنده بودن تقریباً هیچ مرز خاکستری ندارد ولی شرایط فعلی جزو همان شرایط معدود و کمیاب برندگی در هاله خاکستری است. به هر حال به قول «اسپنسر جانسون» نویسنده آمریکایی هر «شرایطی یک برنده دارد» و حتی در این شرایط سیاه، برندگان حضور دارند؛ ولو اینکه خاکستری باشند.

دیجیاتو