



دانشگاه کردستان
University of Kurdistan
زانکۆی کوردستان



همایش ملی مدیریت کسب و کار در شرایط بحران و عدم اطمینان

نوآوری باز در مدیریت بحران. مورد مطالعه بحران کووید ۱۹

تهمینه صیاد دلشادپور، کریم کیاکجوری، فروغ رودگرنژاد

Karim_kia@ut.ac.ir

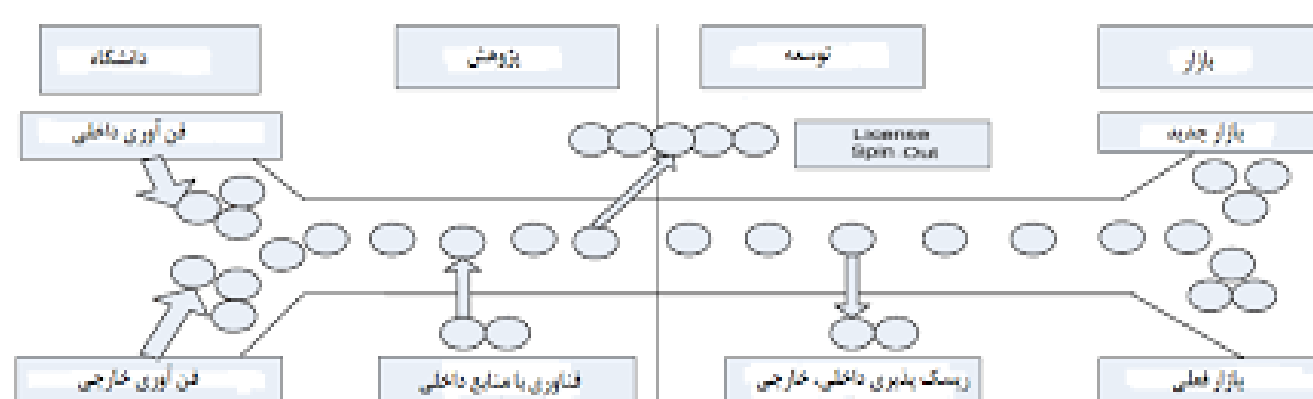
چکیده

از آنجایی که انسان همیشه با بحرانهای طبیعی و غیرطبیعی مواجه می‌باشد، باید برای کنترل این بحرانها به دنبال ارائه راه حلی باشد که آسیبهایی که از هر یک از این بحرانها انتظار می‌رود را کنترل نموده و یا به حداقل رساند. شیوع و همه گیری جهانی ویروس جدید کرونا و بیماری کووید ۱۹ به عنوان یک بیماری پاندمیک، یکی از بحرانی ترین شرایط را پیش روی نظام ارائه خدمات سلامت قرار داده است. دشواری مدیریت این بحران به ویژه با شرایط خاص کشور ایران و ناشناخته بودن بیماری و نبود تجارب کافی، عرصه را برای خلاقیت و نوآوریهای مختلف فراهم نموده است. نوآوری باز پدیده ای است که در چند سال اخیر بسیار مورد توجه واقع شده است. چرخه کوتاه نوآوری، افزایش هزینه های تحقیق و توسعه و همچنین کمبود منابع، از دلایل اصلی گرایش سازمانها به سمت استراتژی های جدید نوآوری است. نوآوری باز تأیید میکند که سازمانها به منظور تضمین موفقیت خود در توسعه محصول جدید، علاوه بر تحقیق و توسعه درونی نیازمند توسعه همکاری های خود با شرکای بیرونی هستند. هدف از این مقاله بررسی مروری موضوع نوآوری باز در زمان بحران پاندمیک کووید ۱۹ است. در این مقاله بعد از بخش مقدمه بخش های مدیریت بحران، نوآوری باز، و رابطه مدیریت بحران و نوآوری باز در پاندمی کووید ۱۹ و در نهایت بخش نتیجه گیری ارائه شده است.

۱- مقدمه

در تاریخ سی ام دسامبر ۲۰۱۹ سازمان جهانی بهداشت گزارش اپیدمی یک بیماری مشابه پنومونی را در ووهان چین دریافت نمود و در هفتم ژانویه به عنوان ویروس کووید ۱۹ توسط مقامات چینی شناخته شد. مدیر کل سازمان جهانی بهداشت در ۳۰ ژانویه ۲۰۲۰ ظهور یک بیماری جدید را اعلام کرد. شیوع فعلی این بیماری به عنوان وضعیت اضطراری و مخاطره آمیز برای سلامت عمومی در سطح بین المللی است. پس از همه گیری بیماری و درگیری تقریباً همه کشورها، آنان در تلاش جهت برنامه ریزی به منظور پیشگیری و کنترل این بیماری هستند. افرادی که با بیمار کووید ۱۹ در تماس نزدیک هستند یا از آنها مراقبت می کنند و سالمندان و افرادی که سابقه بیماریهای زمینه ای دارند، در خطر بیشتری برای ابتلا و مرگ و میر میباشند. در تاریخ هشتم فروردین ۱۳۹۹ کنفرانس کووید ۱۹ با ابتکار دفتر سازمان جهانی بهداشت با شرکت بیش از ۵۰۰ نفر از کشورهای عضو در ژنو برگزار گردید و در طی آن تجربیات و دستاوردها و سیاستهای موفق کشورهای چین، ژاپن، کره جنوبی و سنگاپور ارائه شد. کشور چین استراتژیهای اصلی را بر پایه سیستم فاصله گذاری اجتماعی موثر و هماهنگ، راه کارهای قرنطینه اجباری مبتنی بر قانون و یافته های علمی و مداخله های فوری (شامل کشف سریع بیماران، گزارش دهی سریع، ایزوله ساختن سریع و درمان فوری) بنا نهاد. ژاپن سه سیاست اصلی تشخیص سریع بیماران، بهبود وضعیت بخشهای مراقبت ویژه و توانمندسازی نظام ارایه خدمات برای برخورد با بیماران حاد تنفسی را در دستور کار خود قرار داد و در ضمن تامین تجهیزات و وسایل پزشکی از قبیل ونتیلاتور و اصلاح شیوه زندگی جامعه از دیگر پیشنهادات ژاپن بود. ضمن اینکه ژاپن در خصوص کاهش اثرات سوء تخریب های اقتصادی، اجتماعی، بهبود کیفیت خدمات بیمارستانی و افزایش تخت های ویژه نیز تلاش میکند. کشورهای کره جنوبی و سنگاپور نیز قوانین بهداشتی مشابه ای را وضع کرده اند. اکثر کشورها در برنامه آینده خود بر مدیریت بحران با توجه به نوآوری باز تاکید داشته اند. بنابراین نظام ارائه خدمات سلامت در ایران و بسیاری از کشورهای جهان در سال ۲۰۲۰، با یکی از بحرانی ترین شرایط تاریخ خود مواجه شد.

شروع کووید ۱۹ در اواخر سال ۲۰۱۹ در چین و شیوع گسترده آن در سایر کشورها مصداق یک بحران به معنای واقعی است که کمتر تاریخ چنین پدیده ای در این ابعاد ثبت کرده است. زیرا مسائل و مشکلات این بیماری به مسئله پزشکی و سلامت ختم نشده، تمامی ابعاد اجتماعی، آموزشی، اقتصادی و سیاسی کشورها را دچار بحران کرده است.



شکل ۱: مدل نوآوری بسته

نوآوری باز پدیده ای است که در چند سال اخیر بسیار مورد توجه واقع شده است. چرخه کوتاه نوآوری، افزایش هزینه های تحقیق و توسعه و همچنین کمبود منابع، از دلایل اصلی گرایش شرکتهای به سمت استراتژیهای جدید نوآوری است. نوآوری باز، الگویی مبتنی بر این فرض است که اگر شرکت ها به دنبال ارتقای سطح فناوری خود هستند، میتوانند و می بایست از ایده های فناورانه خارجی همانند ایده های داخلی بهره برده و از راه های داخلی و خارجی متنوع به سمت وسوسه بازار استفاده کنند تا سرعت بیشتر فرایندهای نوآورانه و هزینه کمتر آن سازمانها را چابک تر نماید. تحقیقات متعددی درباره پارادایم نوآوری باز در حوزه صنایع گوناگون صورت گرفته است.

۲- یافته ها

می دانیم که ممکن است از منابع غیر متعارف بتوان مشکلات پیچیده را حل کرد، به ویژه هنگامی که این راه حلها برای خود کاربران مزیت داشته باشد. کاربران می توانند ماسک های خودشان را بسازند، که هم انتقال بیماری به آنها را کاهش می دهد و هم مهمتر از آن برای جامعه، باعث کاهش انتقال بیماری به دیگران می شود. اما این ماسکهای خانگی، موجودی ماسک های کمیاب مورد نیاز برای کادر پزشکی خط مقدم را جبران نمی کند. ما در حال حاضر نسخه ای از این مورد را در خصوص مواد ضدعفونی کننده دست، می بینیم. دستورالعمل های خانگی برای ضدعفونی کننده دست (معمولاً دارای الکل و نرم کننده ها مانند آلوئه ورا هستند) در اینترنت فراوان است. در مورد ونتیلاتورها، گزارشاتی از پزشکان مختلف وجود دارد که تغییراتی در ونتیلاتورها ایجاد کرده اند تا همزمان برای چندین بیمار استفاده شود. نیاز است تا این تحولات توسط دیگران تأیید شود و بنابراین، پس از بررسی دقیق اگر مشکلی نباشد می توان آن را به طور گسترده به اشتراک گذاشت. این می تواند به عنوان مشتری - مشتری یا بازاریابی مصرف کننده - مصرف کننده تلقی شود. این درس دیگری برای نوآوری در بازیابی و بهبود است: کاربران می توانند منبع قدرتمندی از ایده ها و فرصت های ابتکاری در کسب و کار خود نیز باشند. همچنین این همه گیری، در مدیریت مالکیت معنوی باعث برانگیختن نوآوری شده است. در حال حاضر برخی از مبتکران، شرکت ها و دانشگاه ها را به انتشار مالکیت معنوی خود در مبارزه با کووید ۱۹ تشویق میکنند. یک گروه از دانشمندان و حقوقدانان در ایالات متحده و اروپا "تعهد کووید باز" را آغاز کرده اند که متعهد می شوند در مقابل اشخاص دیگری که در تلاش برای یافتن راه حل هایی برای این همه گیری هستند، از حق مالکیت معنوی خود بگذرند. سازمان بهداشت جهانی پیشنهاد ایجاد یک مجموعه حق ثبت اختراع را برای همه کسانی که در حال کار بر روی ابتکارات کووید ۱۹ هستند، فراهم می کند. همچنین همه اطلاعات علمی مهم را در اختیار آنها قرار میدهد.

۳- نتیجه گیری

در قلب هر بحران فرصت خارق العاده ای نهفته است و شاید به همین دلیل است که در فرهنگ شرقی برای واژه بحران به طور شگفت آوری از دو نماد "خطر" و "فرصت" استفاده می شود. در فجایع و بحرانهای یک دهه اخیر شاهد آن هستیم که اختلافات و تفاوتها در رهبری، فرهنگ و منابع موجود میتواند بر مدیریت بحران در مناطق مختلف تأثیر مثبت یا منفی بگذارد. در حالت نوآوری باز سازمانها محیط را برای فناوری و دانش، کاوش نموده و صرفاً به تحقیق و توسعه داخلی خود وابسته نیستند. نوآوری باز تأیید می کند که سازمانها به منظور تضمین موفقیت خود در توسعه محصول جدید، علاوه بر تحقیق و توسعه درونی نیازمند توسعه همکاری های خود با شرکای بیرونی هستند. در واقع همکاری، هماهنگی و ارتباط های عمیق بین سازمانها و شرکای متحد آنها تأثیر مثبتی بر پیامدهای عملکردی دارد. شرکتهای با انجام فرایندهای نوآوری باز این فرصت را پیدا می کنند تا با دسترسی به دانش تخصصی که قبلاً آن را در اختیار نداشتند، محصولات و خدمات جدید تر و با کیفیت تر ارائه کنند و با کسب مهارتها و تکنولوژی مکمل، هزینه و خطرات مربوط به ارتقای محصول را کاهش دهند.

به طور کلی یکی از مهم ترین فاکتورهایی است که در افزایش و یا کاهش میزان خسارت ها و تلفات انسانی در زمان بروز بحران هایی از جمله بیماری کرونا، تأثیر فراوانی دارد، مدیریت بحران است. چارچوب جدید نوآوری، گذشته را کاملاً متحول کرده و شرکتهای به جای اینکه صرفاً بخواهند تکنولوژی را برای استفاده خود خلق کنند، به دنبال آن خواهند بود که تکنولوژی خود را به روش های مختلف به محصول تبدیل نموده و آن را به بازار عرضه کنند. از سوی دیگر در چارچوب جدید شرکت ها دیگر تمایل ندارند که صرفاً در داخل شرکت به دنبال خلق تکنولوژی باشند و آمادگی یافته اند تا منابع دانش بیرون از شرکت را نیز مورد استفاده قرار دهند. همچنین در این چارچوب نه تنها شرکتهای نمی خواهند مالکیت معنوی نوآوری را به صورت انحصاری حفظ کرده و مانع استفاده سایرین شوند، بلکه مالکیت معنوی خود را به شکلی مدیریت می کنند که علاوه بر پیشرفت مدل کسب و کار خویش، امکان سودآوری بیشتر هم برای دیگران فراهم شود. در این راستا توجه به شرکت های نوپای متکی به تکنولوژی و دانش بنیان کوچک و متوسط اهمیت خاصی پیدا می کند. بنابراین محققین آتی می توانند به بررسی تأثیر نوآوری باز در شرکتهای نوپا و کوچک و متوسط بپردازند. همچنین پس از سپری کردن بحران کووید ۱۹، پیشنهاد می شود که محققان میزان تأثیر گذاری نوآوری باز بر مدیریت بحران را در صنایع مختلف بررسی کنند. و به مقایسه نتایج بین کشورهای مختلف در حوزه های جغرافیایی مختلف بپردازند.

۴- منابع

- Chesbrough, H (2020), To recover faster from Covid-19, open up: Managerial implications from an open innovation perspective, *Industrial Marketing Management*, vol. 88, pp.410-413
- Madhoshi, M & Kia Kojouri, K., (2018), identifying barriers to open innovation in uni, *Journal of teaching in marine sciences*, Vol. 4, pp. 1-15
- Malmir, R., Maher, A., Togyani., T & safari, M.S., (2020), COVID-19 Crisis Management: Reengineering the Health Care System in Iran, *journal of medical council of islamic republic of iran*, Vol. 38, No. 1, pp. 1-18
- Salem Ghafarokhi, A., Rostami, M., Alikhah, S., & Rezaee, S.R., (2021), The Impact of Cultural Differences on Crisis Management in Tourism Destinations, *Shabak Magazine*, Vol. 1, pp. 34-23
- Seifollahi, N., Shafiei Nikabadi, M., Mohajer, S., Beigi Firoozi, A., & Karim, M.H., (2019), The Impact of Open Innovation on new Product Development Performance with Emphasis on Knowledge Acquisition Capacity, *Management Researches*, Vol. 12, pp. 55-78.