



آمادگی کسب و کارها برای جامعه آینده



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

معاونت بررسی‌های اقتصادی





تهیه کننده: فروغ کریمی امیرکیاسر

ناظر: عاطفه قاسمیان

واحد گردآوری و تحلیل آمارهای اقتصادی

معاونت بررسی‌های اقتصادی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

خرداد ۱۴۰۰

از طریق ایمیل زیر می‌توانید پیشنهادهای و نظرات اصلاحی خود را به واحد مربوطه منعکس نمایید:

economic.tccim@gmail.com

استفاده از مطالب این گزارش با ذکر منبع بلامانع است.



چکیده

بسیاری از تغییرات اجتماعی که پیش از همه‌گیری کووید-۱۹ وجود داشت، طی یک سال اخیر سرعت گرفته است. مصرف‌کنندگان انتظار شفافیت بیشتری در مورد مبداء و منشاء کالاها دارند و شهروندان منتظر گذرنامه سلامت دیجیتال خود هستند که بتوانند دوباره سفر کنند. شهرنشین‌ها تقاضای محله‌ای هوشمندتر و پایدارتر به لحاظ زیست محیطی دارند که بتوانند با دوچرخه‌ها و اسکوترهای برقی در آن پیمایش کنند. این باور وجود دارد که این تقاضاهای نوظهور در رابطه با سبک زندگی، فرصت‌های کسب و کار جدیدی را هم خلق می‌کند که در استراتژی‌های پیش از بحران قابل دستیابی نبود. از این رو بنگاه‌ها باید خود را برای جامعه آینده آماده کنند.

در این گزارش، با بررسی نتایج نظرسنجی انجام شده توسط موسسه Accenture، میزان آمادگی بنگاه‌ها برای رویارویی با سبک‌های جدید زندگی جامعه آینده مورد بررسی قرار می‌گیرد.



جامعه سریعاً در حال تغییر است، کسب و کارها نیز باید همراه با آن تغییر کنند

بسیاری از تغییرات اجتماعی که پیش از همه‌گیری کووید-۱۹ در جریان بود، طی یک سال اخیر سرعت گرفته است. مصرف‌کنندگان انتظار شفافیت بیشتری در مورد مبداء و منشاء کالاها دارند و شهروندان منتظر گذرنامه سلامت دیجیتال خود هستند که بتوانند دوباره سفر کنند. شهرنشین‌ها تقاضای محله‌ای هوشمندتر و پایدارتر به لحاظ زیست محیطی دارند که بتوانند با دوچرخه‌ها و اسکوترهای برقی در آن پیمایش کنند. این باور وجود دارد که این تقاضاهای نوظهور در رابطه با سبک زندگی، فرصت‌های کسب و کار جدیدی را ارائه می‌دهد که در استراتژی‌های پیش از بحران قابل دستیابی نبود. از این رو بنگاه‌ها باید خود را برای جامعه آینده آماده کنند.

براساس نظرسنجی که توسط موسسه Accenture از ۱۵۰۰ مدیر ارشد اجرایی در ۲۱ کشور و ۱۰ صنعت انجام شده، مشخص شده که شکاف گسترده‌ای بین شناخت فرصت و دارا بودن آمادگی برای استفاده از آن وجود دارد. تقریباً دو سوم مدیران ارشد انتظار دارند که این تغییرات در سبک زندگی در ۵ سال آینده، تبدیل به یک شرایط نرمال جدید شود. با این اوصاف، ۶۰ درصد آنها اعتراف می‌کنند که بنگاه‌هایشان هنوز آمادگی لازم برای پاسخگویی به نیازهای درحال تکامل افراد را ندارد. در این نظرسنجی، گروه کوچکی - ۱۶۲ بنگاه - وجود دارند که در برداشتن گام‌های جسورانه به منظور استقبال از تغییرات، بسیار جلوتر از بقیه هستند. به این بنگاه‌ها، **پیشگامان (Forerunners)** گفته می‌شود. این پیشگامان، سهم کوچکی (تنها ۱۱ درصد از بنگاه‌های مورد بررسی) از جامعه را تشکیل می‌دهند؛ این بدان معناست که از هر ۱۰ بنگاه، ۹ بنگاه نیاز فوری به افزایش سرعت برای کسب آمادگی لازم را دارند تا از بنگاه‌های پیشگام عقب نمانند.

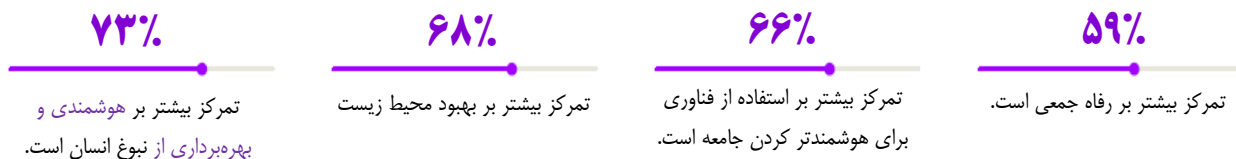
مشخصات کلیدی یک جامعه در حال تغییر

کدام ویژگی‌ها، جامعه سال ۲۰۳۰ را تعریف می‌کند؟

اکثریت قریب به اتفاق مدیران ارشد شرکت‌کننده در این نظر سنجی، مشخصات جامعه آینده را توسط عوامل؛ هوشمندی و نبوغ انسان، بهبود زیست‌محیطی، استفاده از فناوری برای ایجاد هوشمندی و رفاه جمعی تعریف می‌کنند (شکل ۱).

شکل ۱- ویژگی‌های برجسته جامعه آینده (تا سال ۲۰۳۰)

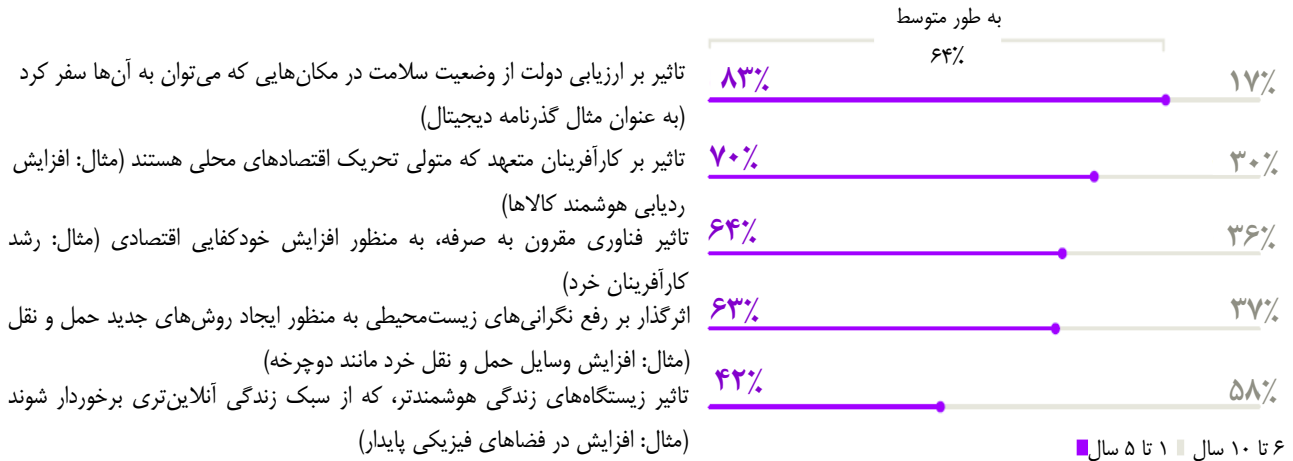
درصد پاسخ‌دهندگان که مقیاس «بسیار زیاد» یا «تا حدی زیاد» را انتخاب کرده‌اند.





علاوه بر این، دیدگاه‌های مدیران ارشد در مورد روند زندگی افراد که پیش‌بینی می‌شود در آینده ظهور کند نیز مورد بررسی قرار گرفته است. در نمودار زیر ۵ مورد سبک زندگی جدید که انتظار می‌رود تا سال ۲۰۳۰ ظهور کند، ارائه شده است. مدیران ارشد انتظار دارند که این تغییرات خیلی سریع‌تر اتفاق بیافتد.

شکل ۲- ۶۴٪ از مدیران ارشد انتظار دارند که سبک‌های جدید زندگی طی پنج سال آینده ظهور کند چه مدت طول می‌کشد تا این سبک‌های زندگی به یک وضعیت نرمال جدید تبدیل شود؟



شکل ۳- پیشگامان، انتظار اثرات قابل توجهی از سبک‌های زندگی در حال ظهور تا سال ۲۰۳۰ بر کسب‌وکارها دارند.

تأثیر مورد انتظار پیشگامان از سبک زندگی در حال ظهور آینده

درصدی از پاسخ‌دهندگان که درجه «بسیار زیاد» و یا «تا حد زیادی» را در مورد میزان تأثیر انتخاب کرده‌اند





پیشگامان - ۱۶۲ بنگاه پیشگام آماده برای جامعه آینده - انتظار دارند که تحت تأثیر بسیاری از شیوه‌های زندگی که در حال ظهور است، قرار بگیرند (شکل ۳). از این رو، اضطراب بالاتری را در این مورد تشخیص داده و با برداشتن گام‌های جسورانه در راستای رفع این تغییرات اقدام می‌کنند.

برای اینکه بنگاه‌ها طی دهه آینده پیشرفت کنند، نه تنها باید تغییراتی را که در حال رخ دادن هستند، تشخیص دهند، بلکه باید استراتژی‌های رشد خود را به روش‌های جسورانه تغییر دهند. در حال حاضر تعداد محدودی از بنگاه‌ها این کار را انجام می‌دهند. پیشگامان دریافته‌اند که بیشتر تغییرات نوظهور در سبک زندگی، چه برای آن‌ها آمادگی داشته باشند و چه نداشته باشند، بر کسب و کار آنها تأثیر خواهد گذاشت. از این رو، آنها تلاش خود را برای مقابله با چالش‌های جامعه در حال تغییر، سرعت داده‌اند. چگونگی این اقدامات در شکل ۴ آمده است:

شکل ۴ - اقدامات پیشگامان به منظور کسب آمادگی برای جامعه آینده



از فناوری، مسئولانه استفاده کنید

انتظارات جامعه در مورد حفظ حریم خصوصی و محافظت از داده‌ها، سریعاً در حال افزایش است. بنگاه‌ها همچنان که از داده‌های بزرگ، حسگرها، تجزیه و تحلیل پیشرفته و هوش مصنوعی در طول تعاملات مشتری و در دفتر کار خود استفاده می‌کنند، باید این انتظارات را برآورده‌کنند و از آن‌ها نیز فراتر روند.



در مراقبت از انسان، سرمایه‌گذاری کنید

همه‌گیری این امر را برای بنگاه‌ها ضروری ساخت که خارج از بحث مراقبت‌های سلامتی، قابلیت‌های نوآور خود را برای تمرکز بیشتر بر سلامت و رفاه فردی و جمعی تنظیم کنند. پیشگامان، در حال تغییر پورتفوی کسب و کار خود برای پاسخگویی به نیازهای پیچیده جامعه با ذهن سالم و کشف فرصت‌های جدید در «بازارهای حاشیه» بسیار شخصی هستند.



راه‌حل‌های پایدار ایجاد کنید

در حالی که بسیاری از بنگاه‌ها، اقداماتی را برای کاهش ردپای کربن خود انجام داده‌اند، پیشگامان تلاش خود را برای تزریق پایداری در هر جنبه از کسب و کار، از نحوه فعالیت و نحوه تولید و ورود به بازار گرفته تا نحوه طراحی و ساخت زیرساخت‌ها و زیستگاه‌های هوشمند، افزایش داده‌اند.



استعدادهای تطبیق‌پذیر را مورد هدف قرار دهید

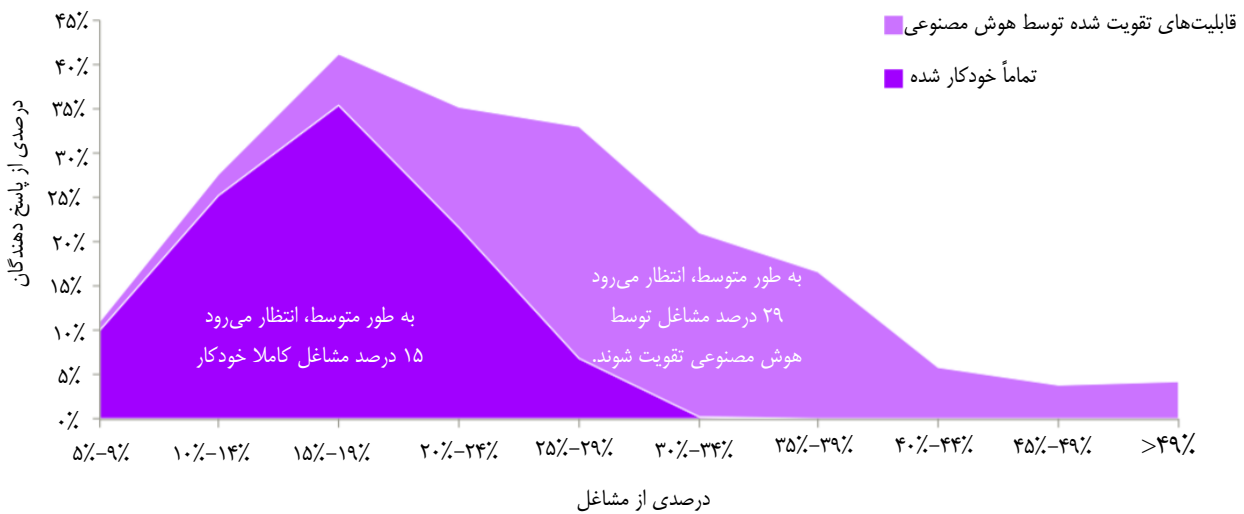
از آنجا که اتوماسیون و هوش مصنوعی، به امری عادی تبدیل شده، بنگاه‌ها باید رهبران جدیدی را جذب و استخدام کنند که بتوانند مسیر متفاوتی را ترسیم کنند. پیشگامان، با جذب استعدادهای فناور در همه زمینه‌های شغلی و زندگی و همچنین مهارت‌های لازم برای نقش‌های جدید در مشاغل آینده، مانند انسان‌شناسان دیجیتال و اخلاق‌شناسان هوش مصنوعی، در سطحی فراتر از تنها بهبود تسلط دیجیتال نیروی کار فعلی قرار دارند.



استعدادهای تطبیق‌پذیر را مورد هدف قرار دهید

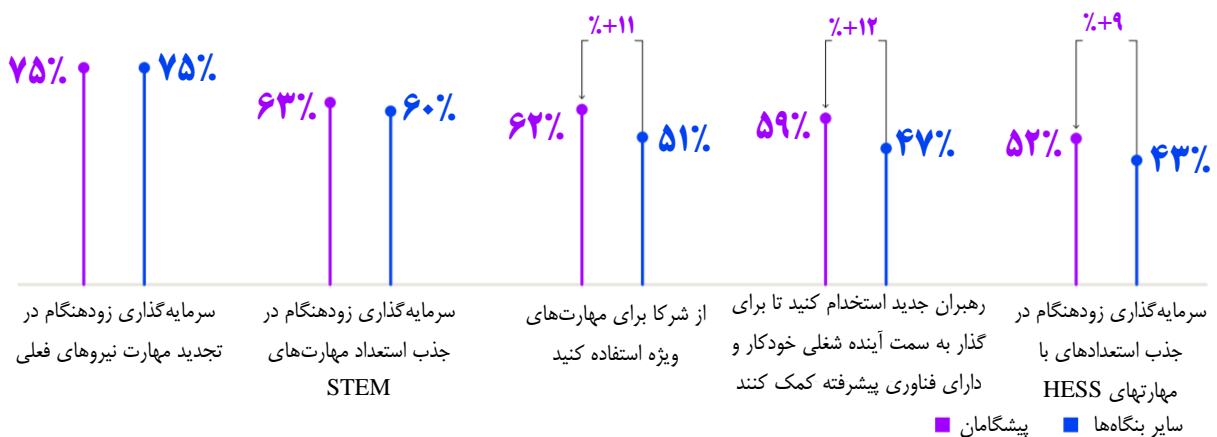
مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که مدیران اجرایی انتظار دارند به طور متوسط، انجام ۱۵ درصد از مشاغل، به صورت تماماً خودکار و ۲۹ درصد مشاغل توسط هوش مصنوعی تقویت شوند (شکل ۵). این امر بنگاه‌ها را ملزم می‌کند که در قابلیت‌های بنیادی جدید (مانند داده، تحلیل و هوش مصنوعی) سرمایه‌گذاری کنند و همچنین نیروی کار خود را برای فعالیت و موفقیت در آینده‌ای بسیار متفاوت آماده کنند. اما آیا جامعه خود را برای این سفر آماده می‌کند؟ پاسخ تنها تعداد کمی از آنهاست.

شکل ۵- مدیران ارشد انتظار دارند که به طور متوسط، انجام تقریباً یک سوم مشاغل تا ۵ سال آینده، توسط هوش مصنوعی تقویت شود نسبت مشاغلی که طی ۵ سال آینده، تماماً خودکار یا توسط هوش مصنوعی تقویت می‌شوند (درصد)



شکل ۶- پیشگامان در استخدام رهبران جدید، شراکت در استفاده از مهارت‌های ویژه و سرمایه‌گذاری زود هنگام در استعداد های جدید، به ویژه در مهارت‌های HESS فعال تر هستند.

استراتژی‌های استعدادیابی که باید در پنج سال آینده اتخاذ شود





پیشگامان، علاوه بر ارتقای مهارت نیروهای خود، زمینه را برای تقویت هوش مصنوعی در ۵ سال آینده نیز فراهم می‌کنند: استخدام رهبران جدید در موقعیت‌های ابزاری، استفاده از شرکای با استعداد برای استفاده از مهارت‌های خاص و سرمایه‌گذاری زود هنگام در مهارت‌های STEM (علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات) و مهارت‌های HESS (علوم انسانی، آموزش و علوم اجتماعی) - شکل ۶.

راه‌حل‌های پایدار ایجاد کنید

با افزایش نگرانی‌های زیست‌محیطی، مدیران ارشد، سیگنال‌هایی مبنی بر تعهد برای تغییر نشان داده‌اند. اکنون بسیاری، نه تنها به دلیل فشارهای خارجی، بلکه به دلیل پتانسیل‌های تجاری، از حرف زدن به عمل کردن روی آورده‌اند. در میان ۱۲ کشوری که بررسی شده، ۳۵ درصد بنگاه‌ها، تبدیل شدن به یک کسب‌وکار پایدار زیست‌محیطی را مهم‌ترین موضوع تمرکز طی ۵ سال آینده دانسته‌اند. کسب‌وکارهای مشغول در صنایعی که همیشه سرمایه‌های طبیعی خود را با دقت مدیریت نمی‌کردند، مانند حمل و نقل و انرژی، به دنبال راه‌حلی برای متوقف کردن، یا حداقل کاهش تخریب زیست‌محیطی هستند (شکل ۷).

شکل ۷- بیش از یک سوم مدیران ارشد گفته‌اند که ثبات مهم‌ترین تمرکز کسب‌وکار آنها در پنج سال آینده خواهد بود.

مهمترین حوزه تمرکز کسب و کار در پنج سال آینده
(درصد پاسخ‌دهندگان)

تبدیل شدن به یک کسب و کار پایدارتر در ۵ سال آینده- صنعت
(درصد پاسخ‌دهندگان)





در مراقبت‌های انسانی، سرمایه‌گذاری کنید

همه‌گیری، سلامت و رفاه را به تمام بخش‌های مصرف‌کننده منتقل کرده است. زمانی که نوبت به ارائه پیشنهادات جدید برای افراد و جوامع می‌رسد، این فرصت تنها به بخش مراقبت‌های بهداشتی محدود نمی‌شود. در واقع، برخی از بنگاه‌ها در بخش‌های گسترده‌ای مانند خدمات مالی و کالاهای مصرفی از فرصت‌های رفاه انسانی استفاده کرده‌اند. به عنوان مثال، در صنعت غذایی، محبوبیت روزافزون رژیم‌های گیاهی، منجر به رشد فوق‌العاده بازار جهانی جایگزین‌های گوشت، شده است.

شکل ۸- پیشگامان به فرصت‌های مربوط به بهبود مراقبت‌های بهداشتی پیشگیرانه و رفاه فردی جذب می‌شوند.

جذاب‌ترین فرصت در نوآوری‌های انسان محور

درصد پاسخ‌دهندگانی که رتبه برتر را انتخاب کرده‌اند

مراقبت‌های خدمات	محصولات و خدماتی که	محصولات و خدماتی که از
بهداشتی پیشگیرانه با استفاده از فناوری پیشرفته	مراقبت‌های فردی را بهبود می‌بخشد	افراد در دنیای دیجیتال محافظت می‌کند
به عنوان مثال، تشخیص زود هنگام بیماری با استفاده از هوش مصنوعی	به عنوان مثال، تغذیه شخصی و تناسب اندام	به عنوان مثال، بیمه سایبری شخصی، برنامه‌های سم‌زدایی دیجیتال



تسلط بر نوآوری که رفاه را افزایش دهد، آسان نیست. پیشگامان، با مواد زیر خود را از سایر بنگاه‌ها متمایز کرده‌اند:

- برای پیشگیری بیماری‌ها، بیشتر از همتایان خود فکر می‌کنند، نه اینکه فقط به دنبال توسعه درمان‌ها باشند. با کمک فناوری‌های پیشرفته، ۸۳ درصد از پیشگامان در نظر دارند سرمایه‌گذاری خود را در زمینه تشخیص زودرس بیماری و خدمات بهزیستی شخصی انجام دهند.
- ایجاد مدل‌های کسب‌وکار جدید که به طور خاص برای پاسخگویی به تقاضاهای جدید بازار طراحی شده‌اند. به عنوان مثال، ۴۹ درصد از پیشگامان، در مقایسه با ۲۹ درصد دیگر، قصد دارند مدل‌های جدید کسب و کار را برای استفاده از فرصت‌های آینده مربوط به رفاه فردی راه‌اندازی کنند.

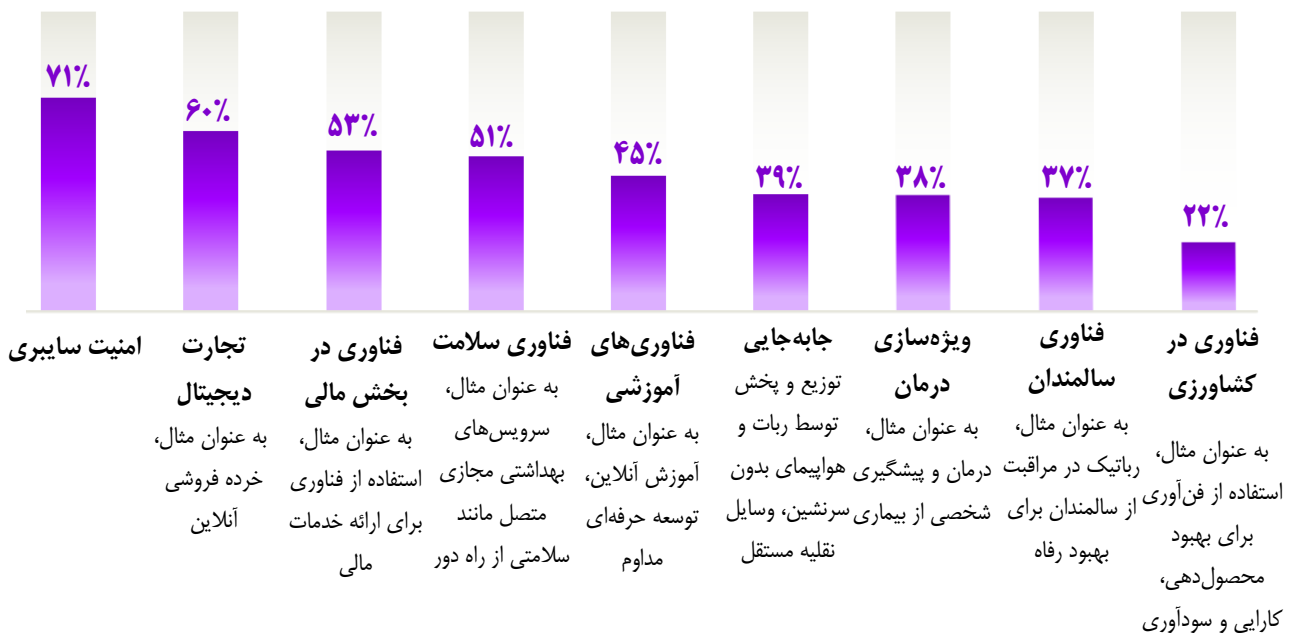
از فناوری، مسئولانه استفاده کنید

فناوری در پنج سال آینده همچنان نقش مهمی در تسریع توسعه مدل‌های کسب و کار جدید ایفا خواهد کرد. آن دسته از بنگاه‌هایی که متعهد می‌شوند از فناوری برای ایمن و هوشمندتر ساختن محصولات و خدمات استفاده کنند، موقعیت بهتری برای جامعه آینده خواهند داشت. رایانش ابری، حسگرهای هوشمند، تجزیه و تحلیل پیشرفته و هوش مصنوعی همچنان به زنجیره‌های ارزش تزریق می‌شوند. اما بزرگترین تحول، چگونگی استقبال بنگاه‌ها از استفاده منصفانه و اخلاقی از فناوری خواهد بود. فناوری ممکن است از رهبران کسب و کارها بخواهد تصمیم‌های دشواری در مورد پایان دادن به استفاده از برخی سرویس‌هایی که مطابق با استانداردهای بالای مصرف‌کننده نیستند، بگیرند. شایان ذکر است که بنگاه «سونی» متعهد شده به دلیل تهدید اخلاقی، شروع به غربالگری تمام محصولات مبتنی بر هوش مصنوعی خود کند (به عنوان مثال سگ رباتیک Aibo). این بنگاه معیارهای اخلاقی هوش مصنوعی مانند حفاظت از حریم خصوصی را در فرآیند کنترل کیفیت خود گنجانده و آماده اصلاح یا حذف هرگونه پیشرفتی است که از نظر اخلاقی دارای نقص باشد.

مدیران ارشد انتظار دارند تقاضای آینده برای امنیت سایبری، تجارت دیجیتال، خدمات مالی و فناوری سلامت افزایش یابد.

افزایش تقاضا برای خدمات دارای فناوری در پنج سال آینده

درصد پاسخ دهندگانی که پاسخ «بسیار زیاد» یا «تا حد زیادی» را انتخاب کردند



پیشگامان در تمرکز بر محافظت از دارایی‌های دیجیتال (داده‌های مشتریان و کارکنان) و ساخت عملیات پیشرفته‌تر و هوشمندتر، از همتایان خود جلوتر هستند. اکثر مدیران ارشد، فرصتی را برای توسعه خدمات مجهز به فناوری برای پاسخگویی



به تقاضای آینده می‌بینند. انتظار می‌رود در پنج سال آینده فرصت‌های جدید در زمینه امنیت سایبری، تجارت دیجیتال و دسترسی دیجیتال به خدمات مالی و بهداشتی افزایش یابد.