



اقتصاد دیجیتال همان فناوری اطلاعات نیست!

معاون وزیر ارتباطات گفت: چالش اصلی اقتصاد دیجیتال در ایران نه در سطح هسته مرکزی بلکه در سطح همراهسازی صنایع بزرگ منبع‌محور ایران برای پیوستن به «تحول دیجیتال» است.

«اقتصاد دیجیتال» فروشی

واژه‌ها گاهی برای فراموش کردن مفاهیم بزرگ کافی هستند. خیانتی که واژه‌ها گاه به مفاهیم می‌کنند برابر با قتل آن مفهوم است؛ خصوصاً وقتی بازار مکاره فروش واژه‌ها داغ باشد.

گاهی برخی واژه‌ها چنان مد می‌شوند که پسوند و صفت و مضاف الیه هر واژه دیگری می‌شوند؛ مثل همین واژه‌های «هوشمند» و «دیجیتال» که هم نشین هر واژه‌ای می‌شوند. آن قدر که گاه دوست داری فریاد بزنی بر سرشان: «این چنین با همه درساخته‌ای یعنی چه؟»

دیجیتال و هوشمند این روزها واژه‌های محبوبی هستند برای شعارسازی‌ها و به همین دلیل است که «هرکسی از ظن خود شد یار» او!

اقتصاد دیجیتال چیست؟

فناوری اطلاعات همه چیز را به رنگ خویش درآورده است؛ از کارهای روزمره‌ای مانند «گرفتن یک تاکسی دربیست» که با اپلیکیشن‌هایی مانند اسنپ و تپ سی است تا «دیدن فیلم» از روی فیلمو و نماوا و ... تا «کارهای بانکی» از طریق آپ و ۷۸۰ و همراه کارت و ...

همه این‌ها در مرز میان فناوری اطلاعات و فعالیت‌های سنتی غوطه‌ور هستند؛ اما دامنه اقتصاد این حوزه‌ها تا کجاست و در ایران تا چه اندازه است؟

این غوطه‌وری در سه سطح قابل تفکیک است:

سطح ۱ هسته مرکزی: در مرکز اقتصاد دیجیتال شرکت‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) نشسته‌اند. از اپراتورهای موبایل گرفته است تا شرکت‌هایی که خدمات میزبانی و ابری ارائه می‌دهند. شرکت‌های نرم‌افزاری که توسعه نرم‌افزارها را نیز بر عهده دارند در این مرکز هستند.

سهام اقتصادی این هسته مرکزی البته بزرگ نیست و در کشورهای مختلف بین دو تا پنج درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) است و در ایران در سال گذشته رسیده است به ۳.۴ درصد که نسبت به سال ۹۵ رشد ۵۲ درصدی را تجربه کرده است (در برابر با رشد اقتصادی منفی چهار درصد سال ۹۷).

سطح ۲ تعریف محدود اقتصاد دیجیتال (Narrow Scope of Digital Economy): اما اقتصاد دیجیتال تنها شامل شرکت‌های فناوری اطلاعات نمی‌شود؛ بلکه شرکت‌هایی مانند اسنپ و تپ سی با استفاده از فناوری اطلاعات شکل گرفته‌اند؛ هرچند در حوزه حمل‌ونقل فعال هستند. به عبارتی جزو آن شرکت‌های هسته (سطح ۱) قرار نمی‌گیرند. به همین دلیل درآمد آن‌ها جزو درآمد بخش فناوری اطلاعات نیست؛ اما جزو درآمد «اقتصاد دیجیتال» قرار دارد.

به این ترتیب با شکل‌گیری این شرکت‌ها سطح ۲ یعنی سطح کاربری و به کارگیری فناوری اطلاعات شکل می‌گیرد.

هر چه جامعه‌ای بتواند بهتر از سایرین از زیرساخت هسته مرکزی (سطح ۱) بهره‌برد، کیفیت زندگی و هم‌زمان خلق ثروت را ارتقا خواهد داد.

سهام سطح ۲ (اقتصاد دیجیتال محدود) می‌تواند به ۱۰ تا ۱۵ درصد از GDP برسد. در ۲۰۱۷ در کشوری مانند آمریکا این سهم ۶.۹ درصد و چین ۶ درصد بوده است. در ایران نیز در سال گذشته این سهم به ۶.۵ درصد رسیده است و نسبت به سال ۹۵ رشد ۷۱ درصد داشته است.

سطح ۳ تعریف فراگیر اقتصاد دیجیتال یا اقتصاد دیجیتالی شده (Digitalized Economy): به کارگیری فناوری اطلاعات در صنعت و افزایش ارزش افزوده محصولات یا کاهش هزینه‌ها از طریق اتوماسیون یا رباتیک یا حتی بهره‌گیری از نظام اداری مرتبط منجر به شکل‌گیری این سطح از اقتصاد می‌شود.

آن چه با نام صنعت ۴.۰ (Industry ۴.۰) شناخته می‌شود در همین سطح ۳ از اقتصاد دیجیتال است. سهم این بخش می‌تواند به ۱۵-۳۰ درصد از کل GDP برسد.

چالش اصلی در نوسازی صنایع سنتی و منبع‌محوری مانند فولاد یا انرژی یا پتروشیمی در همین سطح ۳ بروز می‌کند. هر چه دسترسی به منابع ارزان‌تر باشد، تمایل و اجبار برای به‌روز شدن و استفاده از ابزار فناوری اطلاعات کاهش می‌یابد.

چالش کلیدی اقتصاد دیجیتال در ایران

به این ترتیب شرکت‌های فعال در هسته مرکزی ICT در حقیقت زیرساخت اولیه رشد اقتصاد دیجیتال هستند؛ هرچند ممکن است این هسته مرکزی به اندازه کافی رشد بیابد

ولی سایر سطوح هیچ رشدی نداشته باشند.

به عبارتی رشد هسته مرکزی الزاما منجر به رشد اقتصاد دیجیتال نمی شود و در سطوح ۲ و ۳ اقتصاد دیجیتال در کنار رشد هسته مرکزی لازم است تا زمینه های حقوقی و قانونی برای این گذار ایجاد شود.

چالش اصلی اقتصاد دیجیتال در ایران نه در سطح هسته مرکزی بلکه در سطح همراه سازی صنایع بزرگ منبع محور ایران برای پیوستن به «تحول دیجیتال» است.

«تحول دیجیتال» از طریق ابزارهایی مانند تنظیم گری، ارتقاء استانداردها و افزایش قیمت منابع اولیه و مشوق های استفاده از فناوری امکان پذیر است؛ ابزارهایی که بیشتر نیاز به تغییر چارچوب های ذهنی مدیران دارد و تنها از طریق شکل گیری نسل نوگرایی از مدیران امکان پذیر است. / ایرنا