



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 منبع محور ایران برای پیوستن به «تحول دیجیتال» است.

اقتصاد دیجیتال «فروشی»

واژه ها گاهی برای فراموش کردن مفاهیم بزرگ کافی هستند. خیانتی که واژه ها گاه به مفاهیم می کنند برابر با قتل آن مفهوم است؛ خصوصا وقتی بازار مکاره فروش واژه ها داغ باشد.

گاهی برخی واژه ها چنان مد می شوند که پسوند و صفت و مضاف الیه هر واژه دیگری می شوند؛ مثل همین واژه های «هوشمند» و «دیجیتال» که هم نشین هر واژه ای می شوند. آن قدر که گاه دوست داری فریاد بزنی بر سرشان: «این چنین با همه در ساخته ای یعنی چه؟»

دیجیتال و هوشمند این روزها واژه های محبوبی هستند برای شعارسازی ها 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 روزمره ای مانند «گرفتن یک تاکسی در بستر» که با اپلیکیشن هایی 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 این ها در مرز میان فناوری اطلاعات و فعالیت های سنتی غوطه ور هستند؛ اما دامنه اقتصاد این حوزه ها تا کجاست و در ایران تا چه اندازه است؟

این غوطه وری در سه سطح قابل تفکیک است:

سطح ۱ هسته مرکزی: در مرکز اقتصاد دیجیتال شرکت های فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) نشسته اند. از اپراتورهای موبایل گرفته است تا شرکت هایی که خدمات میزبانی و ابری ارائه می دهند. شرکت های نرم افزاری که توسعه نرم افزارها را نیز بر عهده دارند در این مرکز هستند.

سهم 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 شرکت های فناوری اطلاعات نمی شود؛ بلکه شرکت هایی مانند اسنپ و تپ سی با استفاده از فناوری اطلاعات شکل گرفته اند؛ هرچند در حوزه حمل و نقل فعال هستند. به عبارتی جزو آن شرکت های هسته (سطح ۱) قرار نمی گیرند. به همین دلیل درآمد آن ها جزو درآمد بخش فناوری اطلاعات نیست؛ اما جزو درآمد «اقتصاد دیجیتال» قرار دارد.

به این ترتیب با شکل گیری این شرکت ها سطح ۲ یعنی سطح کاربری و به کارگیری فناوری اطلاعات شکل می گیرد.

هر چه جامعه ای بتواند بهتر از سایرین از زیرساخت هسته مرکزی (سطح ۱) بهره ببرد، کیفیت زندگی و هم زمان خلق ثروت را ارتقا خواهد داد.

سهم سطح ۲ (اقتصاد دیجیتال محدود) می تواند به ۵ تا ۱۰ 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 هزینه ها از طریق اتوماسیون یا رباتیک یا حتی بهره گیری از نظام اداری مرتبط منجر به شکل گیری این سطح از اقتصاد می شود.

آن چه با نام صنعت ۴.۰ (Industry 4.0) شناخته می شود در همین سطح ۳ از اقتصاد دیجیتال است. سهم این بخش می تواند به ۱۵-۳۰ درصد از کل GDP برسد.

چالش اصلی در نوسازی صنایع سنتی و منبع محوری مانند فولاد یا انرژی یا پتروشیمی در همین سطح ۳ بروز می کند. هر چه دسترسی به منابع ارزان تر باشد، تمایل و اجبار برای به روز شدن و استفاده از ابزار فناوری اطلاعات کاهش می یابد.

چالش کلیدی اقتصاد دیجیتال در ایران

به این ترتیب شرکت های 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