

اینترنت، عامل توسعه کسب و کارها و اقتصاد

دکتر روح الله نوری

مهم ترین اثر اینترنت بازسازی اقتصاد و فعالیت‌های سنتی است. اینترنت قابلیت‌های اساسی تغییر شکل اساسی در همه کسب و کارها را فراهم کرده که شامل تمامی اجزای زنجیره ارزش و انواع فعالیت‌ها (و نه فقط شرکت‌های آنلاین) می‌شود. این امر، شامل تغییرات عمده‌ای می‌شود که نه تنها در مورد نحوه خرید و فروش محصولات، بلکه همچنین در مورد چگونگی طراحی، تولید و توزیع محصولات و خدمات نیز بحث می‌کند. امروزه حتی یک کسب و کار کوچک هم می‌تواند با زنجیره تامین پویا کار کند که در سطح جغرافیایی وسیعی گسترده است و با نیروی کاری جهانی تجارت می‌کند. نتایج مطالعات در مورد طرح‌های جهانی کوچک و متوسط نشان می‌دهد که ۷۵٪ آثار اقتصادی اینترنت متعلق به شرکت‌های سنتی بوده است که خود را نوعی از کاربران اینترنتی نمی‌دانستند. این کسب و کارها از تولید بیشتری که اینترنت فراهم می‌کند سود می‌برند. همچنین اینترنت می‌تواند به عنوان کاتالیزر یا واسطه‌ای با قدرت برای فرآیند خلق مشاغل نقش داشته باشد. البته این صحیح می‌باشد که اینترنت باعث کهنه و بی‌ارزش شدن بسیاری از مشاغل شده است. با این حال شواهد بسیاری نشان می‌دهند این فناوری به نوعی ایجاد کننده مشاغل زیادی است. تا زمانی که شرکت‌ها کارکنانی (از مهندسان تا پرسنل فروش و خدمات) را استخدام می‌کنند تا محصولات و خدمات اینترنتی طراحی و تولید کنند، مشاغل به خودی خود در محیط اینترنت ایجاد می‌شوند. با این حال اینترنت به ایجاد مشاغل در زمینه‌های دیگر نیز کمک کرده است. به عنوان مثال در یک تجزیه و تحلیل از یک شرکت فرانسوی نشان داده شد، با اینکه اینترنت ۵۰۰ هزار شغل را در طول ۱۵ سال گذشته این بنگاه از بین برده، در عین حال ۱,۲ میلیون شغل جدید را به وجود آورده که به طور خالص می‌توان گفت این رقم ۲,۴ شغل برای هر یک شغل از بین رفته است. این نتیجه گیری از طرف مطالعه جهانی مک کینزی نیز مورد تایید قرار گرفته که بیان می‌دارد برای هر شغل از بین رفته، ۲,۶ شغل فراهم شده است. در حالی که

استفاده از اینترنت باعث پیشرفت عملکرد در کسب و کارهای بزرگ می‌شود، این تاثیر میان SMEها (کسب و کارهای متوسط و کوچک) و سازمان‌های تازه کار بسیار بیشتر و قابل ملاحظه‌تر می‌باشد. در مطالعه‌ای بر روی ۴۸۰۰ از بنگاه‌های متوسط و کوچک در ۱۲ کشور، این نتیجه حاصل شد؛ مواردی که حداقل استفاده از وب را داشتند رشد کرده‌اند. این یافته‌ها در مورد تمامی قسمت‌های اقتصاد صدق می‌کند. علاوه بر این SMEهایی که از وب درک مناسبی داشتند از درصد سود فروش دو برابری برخوردار بودند. این کسب و کارهای مبتنی بر دانش وب همچنین بیش از دو برابر شرکت‌هایی که از اینترنت استفاده چندانی نداشتند اشتغال‌زایی کرده‌اند. این امر در سرتاسر زنجیره تولید، از خرده فروشی تا تولید، وجود دارد. بزرگ‌ترین تاثیر اینترنت بر کسب و کارهای متوسط و کوچک، هموارکننده بودن آن است، بدین معنی که برای یک تجارت کوچک این امکان را فراهم می‌کند تا از روز اول کار خود، با قابلیت‌هایی که در گذشته فقط برای شرکت‌های بزرگ وجود داشته است، به عنوان شرکتی جهانی شروع به کار کند. آنها می‌توانند به مشتریان خود دسترسی داشته باشند، تامین‌کنندگان را بیابند، از استعدادهای سایر نقاط جهان بهره‌برداری کنند و همچنین از اینترنت به عنوان ابزار منحصر بفردی برای بازاریابی و برندسازی استفاده کنند. در نتیجه شرکت‌های کوچک می‌توانند مانند بنگاه‌های بزرگ رقابت داشته باشند. این روند به ظهور بنگاه‌های چند ملیتی که بعضاً از آنها با اصطلاح "جهانی زاده شده" نیز یاد شده، منجر شده است. به عبارت دیگر این شرکت‌ها فعالیت‌ها و ارتباطات تجاری خود را با کشورهای متعددی شروع می‌نمایند که روش کارآفرینان گذشته را رد می‌کنند. در گذشته کارآفرینان از یک کشور شروع می‌شد و فقط تا زمانی به مرزهای بیشتر راه پیدا می‌کرد که شرکت ابعاد بزرگ‌تری پیدا کند. اما نباید از بهره‌برداران اصلی رشد اینترنت یعنی عموم مردم غفلت شود. اساساً اینترنت به مصرف‌کنندگان قدرتی بخشیده است تا قیمت‌ها را مقایسه کنند، حراجی‌ها را پیدا کنند و از مشخصات فروش اتومبیل‌ها و اجاره املاک بدون آنکه از دلالت و واسطه‌گران کمک گرفته شود اطلاع پیدا نمایند. این امکان را نیز فراهم می‌کند که آدرس راه‌ها و جاده‌ها و اطلاعات بهداشتی و سلامتی را به دست آورند. زمان مصرف‌کنندگان هدر نمی‌رود، تصویری روشن از قیمت‌ها ارائه می‌دهد و به مشتریان امکان دسترسی به محصولات دور از دسترس را فراهم می‌نماید. تحقیقات علمی صورت گرفته نشان می‌دهند، هر چقدر مصرف‌کنندگان بیشتر از وب سایت‌های مقایسه قیمت استفاده می‌کنند قیمت‌ها نیز بیشتر افت خواهند داشت و تفاوت بیشتری میان قیمت‌های متوسط و حداقل وجود دارد. مطالعات تحقیقاتی نشان می‌دهد به علت وضوح و روشنی قیمت‌ها در وب سایت‌ها، قیمت‌های آنلاین به صورت میانگین ۱۰٪ کمتر از موارد مشابه آفلاین آنها هستند. مزاد اقتصادی که مصرف‌کنندگان در آلمان

از طریق خدمات وب سایت به دست می آورند ۱۸ دلار در هر ماه و ۲۸ دلار در ماه در انگلستان می باشد. این مازاد به دست آمده از طریق اینترنت در سال ۲۰۰۹ از مقدار ۱۰ میلیارد دلار در فرانسه تا ۶۴ میلیارد دلار در ایالات متحده دارای تفاوت بوده است. به طور کلی باید گفت، تاکنون اینترنت این موضوع را به اثبات رسانده که می تواند قدرتی تغییردهنده باشد که به صورت مداوم و پایدار جامعه و اقتصاد قرن بیست و یکم را شکل می دهد. اما این تغییر می تواند مثبت باشد و موتورهای رشد را در بخش های مختلف صنعت و اقتصاد کشور به حرکت درآورده و صنایع جدیدی از الکترون ها و کدهای نرم افزاری ایجاد کند. همچنین اینترنت می تواند به میلیون ها نفر این امید و فرصت را بدهد تا دانش را گسترش دهند، به مصرف کنندگان قدرت ببخشد و تعاملات اجتماعی را سازمان دهی کند. البته این در صورتی است که برنامه راهبردی و بلند مدت برای اقتصاد اینترنتی - در کشور، در سطح میانی و در بنگاه ها - به صورت منسجم و یکپارچه طراحی شده و به اجرا درآید.



مرکز بررسی ها و مطالعات راهبردی