

بررسی اثرات کرونا بر اقتصاد دیجیتال



زهرا بیات

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور البرز، واحد کرج

www.bayat7104@yahoo.com

چکیده

جهان همواره در حال مواجهه با پدیده‌های جدید و نوظهور است؛ پدیده‌هایی که می‌توانند آثار مثبت یا مخربی را روی اقتصاد داشته باشند. انتشار ویروس کرونا از نقاط عطف اقتصادی در قرن بیستم به شمار می‌رود. ویروسی که منجر به رکود اقتصادی در تمام نقاط جهان بود و در ادامه باعث رشد چشمگیر پدیده‌ای به نام اقتصاد دیجیتال شد. میزان تاثیر پذیری کسب و کارها با شیوع کرونا کاملاً متفاوت است. این تاثیر پذیری با توجه به شرایط مختلف کشورها، اوضاع اقتصادی و تصمیمات دولتمردان آنها و البته نوع کسب و کار کاملاً متغیر است. علاوه بر این باید چالش موجود در جوامع برای دیجیتالی شدن اقتصاد را هم با توجه به پارامترهایی مانند زیرساخت‌ها و فرهنگ جوامع در نظر گرفت. اقتصاد دیجیتال و دیجیتالی شدن بسیاری از مشاغل پدیده‌ی نوظهوری نیست، بسیاری از کشورها سال‌ها پیش از این بستر استفاده از خریدهای آنلاین، هوش مصنوعی و شهروند الکترونیک را فراهم کرده بودند و زیرساخت‌های آن را تا حدی آماده کرده بودند؛ از این رو در شرایط شیوع ویروس کرونا که استفاده از این بسترها بیشتر شد؛ دیجیتالی شدن اقتصاد با سرعت چشمگیری در آن کشورها پیش رفت، از طرفی برخی کشورها که اقدامات کمتری در این خصوص انجام داده بودند، سعی کردند که با سرعت بیشتری شرایط را برای خریدهای آنلاین و ارائه خدمات اینترنتی فراهم کنند. در ادامه ضمن آشنایی با مفهوم اقتصاد دیجیتال به بررسی چالش‌ها و مشکلات موجود در زمینه‌ی تغییرات اقتصاد به سمت دیجیتالی شدن بعد از شیوع کرونا در جهان و ایران می‌پردازیم.

واژگان کلیدی: کرونا، اثرات اقتصادی، کووید ۱۹، اقتصاد دیجیتال

مقدمه

بزرگ‌ترین رویداد قرن بیستم، موضوع شیوع بیماری کرونا محسوب می‌شود. رویدادی که تاثیر مستقیم بر تک تک جنبه‌های زندگی، از جمله اقتصاد گذاشت. در روزهای آغازین انتشار این بیماری، به نظر می‌رسید که این بیماری تنها خطری برای سلامت

انسان محسوب می شود اما به مرور تاثیر آن بر اقتصاد و سایر ابعاد زندگی مشخص شد. طبق اعلام کارشناسان اقتصادی تاثیر شیوع این ویروس به حدی زیاد است که میتوان از آن به عنوان نقطه ی آغاز رکود در اقتصاد جهان نام برد. تعطیلی آژانس های مسافرتی، رشد منفی بازارهای مالی، تعطیلی ادارات و کارخانجات، عدم استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی، کاهش خرید غذاهای رستورانی تنها نمونه هایی از تاثیر این بیماری به شمار می رود. البته روشن است که تاثیر این بیماری برای همه ی جنبه های اقتصادی یکسان نبود؛ به عنوان مثال بسیاری از تولیدی های ماسک و مواد ضدعفونی کننده رونق چشمگیری در کسب و کارشان ملاحظه کردند و نقطه ی مقابل آنها آژانس های مسافرتی بودند که بیشترین ضربه و رکود را متحمل شدند. از دیدگاه علم اقتصاد آنچه موجب ایجاد خسارت از طریق انتشار ویروس کرونا شد، کاهش تقاضا بود.

به طور کلی از مجموع آثار مخرب شیوع این ویروس بر اقتصاد میتوان به افزایش بیکاری، کاهش تجارت خارجی و صادرات، کاهش چشمگیر صادرات چین به سایر کشورها و غیره نام برد.

آنچه تمامی دولت ها به آن باور داشتند این بود که با شیوع این بیماری دوران پر آشوبی را از لحاظ اقتصادی تجربه خواهند کرد. آشوب و تلاطمی که محدود به هیچ کشوری نمی شد و قطعا بر اقتصاد جهانی نیز تاثیر گذار بود. نقطه ی امید و روشنی بخش در این بود که دولت ها با توجه به تجربه ی بحران های پیشین خود آموخته بودند که میتوان تاثیر رکود ناشی از کاهش تقاضا را به کمک افزایش هزینه های دولت تا حدی کنترل کرد، بنابراین در بسیاری از کشورها تلاش شد تا علاوه بر ایجاد افزایش رفاه نقدی شهروندان، شرایط دور کاری را برای کارمندان ایجاد کنند تا مشکلات اقتصادی ناشی از این شرایط را به حداقل برسانند.

با گذشت زمان و رشد این بیماری، ضمن در نظر گرفتن افزایش احتمال ابتلا در اماکن شلوغ و پر تردد، تعداد زیادی از مردم به سمت خریدهای اینترنتی رفتند تا میزان حضور خود در اجتماعات را به حداقل برسانند. به مرور حجم استفاده از خریدهای اینترنتی افزایش یافت و اینطور به نظر می رسد که تنها بخش دیجیتال و تجارت الکترونیک است که در زمان شیوع کرونا پیشرفت بی سابقه و پیش بینی نشده ای را تجربه کرد. بنابر آنچه گفته شد تجارت الکترونیک وارد مرحله ی جدیدی شد که تا حدودی عاملی برای بهبود خسارت های اقتصادی ایجاد شده، بود.

چگونگی اثر کرونا بر اقتصاد دیجیتال

بیماری کرونا در اواخر سال ۲۰۱۹ میلادی در شرایطی که عموم مردم چین آماده ی برگزاری جشن سال نو بودند در شهر ووهان آغاز شد و در تاریخ یازدهم مارس سازمان بهداشت جهانی این ویروس را به عنوان یک بیماری دنیایگیر اعلام کرد. میزان انتقال این ویروس بین افراد مختلف متغیر بود، طوریکه عده ای می توانستند این عفونت را به چندین نفر انتقال دهند و عده ای دیگر احتمال

داشت بیماری را انتقال ندهند. ابتدا آنچه ذهن همگان را به خود مشغول کرده بود مدت زمانی بود که احتمال داشت این بیماری دوام بیاورد؛ آنچه نتایج بررسی‌ها نشان میداد، حاکی از این بود که این بیماری حداقل تا حدود ۴ سال آینده ادامه خواهد داشت و با توجه به شرایط قرنطینه و محدودیت‌هایی رفت و آمدی و ترس از حضور در اجتماعات، آنچه صاحبان کسب و کارها را نگران میکرد، آینده‌ی کسب و کارشان بود.

با طولانی شدن پروسه‌ی رشد و شیوع ویروس کرونا، ضمن در نظر گرفتن ابهاماتی که در خصوص میزان تاثیر گذاری واکسن این بیماری در برابر انواع جهش‌های مختلف آن، به نظر می‌رسد همه‌ی کشورها نگران احیای رکود اقتصادی حاکم بر جوامعشان هستند. بر اساس گزارش ایرانا، با مشاهده‌ی آمارها روشن است که شیوع این ویروس خسارت‌های بیشماری را به اقتصاد جهانی وارد کرده است؛ به گونه‌ای که طبق تازه‌ترین گزارش سازمان‌های بین‌المللی تاثیرات شیوه این ویروس بر اشتغال ۴ برابر شدیدتر از بحران رخ داده در سال ۲۰۰۸ است.

سازمان بین‌المللی کار گزارش می‌دهد، محدودیت‌های اعمال شده به منظور پیش‌گیری از شیوع هرچه بیشتر این ویروس منجر به کاهش ۸٫۸ درصدی ساعات کاری در سراسر جهان شده است. کاهش ساعات کاری به معنای ایجاد بحران در اوضاع اقتصادی هر کشور است.

3

اقتصاد دیجیتال چیست؟

پیش از هر چیز لازم است که به طور دقیق‌تر با مفهوم اقتصاد دیجیتال آشنا شویم. اقتصاد دیجیتال به اقتصادی گفته می‌شود که مبتنی بر فناوری‌های محاسباتی دیجیتالی است؛ اما اغلب به عنوان انجام تجارت از طریق بازارهای مبتنی بر اینترنت و شبکه جهانی وب تلقی می‌شود. از اقتصاد دیجیتال به عنوان اقتصاد اینترنتی، اقتصاد جدید یا اقتصاد وب هم یاد می‌شود. نکته‌ی قابل توجه در این است که اقتصاد دیجیتال و اقتصاد سنتی با هم در آمیخته است و تعیین دقیق مرز آنها سخت است؛ چراکه اقتصاد دیجیتال ناشی از میلیاردها ارتباط آنلاین روزانه بین مردم، مشاغل، ابزارها، اطلاعات و فرآیندهاست. بدون اینترنت، اقتصاد دیجیتالی که اقتصاد جهانی بر آن اجرا می‌شود، امکان پذیر نیست.

اقتصاد دیجیتال با گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در تمام بخش‌های تجاری به منظور افزایش بهره‌وری پشتیبانی می‌شود. دگرگونی دیجیتالی اقتصاد در حال تضعیف مفاهیم متعارفی در خصوص چگونگی ساختار کسب و کارها، نحوه دسترسی مصرف‌کنندگان به خدمات، اطلاعات کالاهای قابل ارائه و همینطور چگونگی سازگاری دولت‌ها با این چالش‌های نظارتی جدید است. آینده‌ی کاری، به ویژه بعد از همه‌گیری ویروس کرونا به اقتصاد دیجیتال کمک می‌کند. در حال حاضر افراد بیشتری نسبت به

قبل به صورت آنلاین کار می‌کنند و به این ترتیب با افزایش فعالیت‌های آنلاین به اقتصاد دیجیتال جهانی کمک می‌شود و شرکت‌هایی که از سیستم‌های اینترنتی پشتیبانی می‌کنند، سودآورتر از همیشه هستند.

اصطلاح «اقتصاد دیجیتال» برای اولین بار توسط یک پروفیسور و اقتصاددان ژاپنی در بحبوحه‌ی رکود اقتصادی در ژاپن در دهه ۱۹۹۰ ذکر شد. اما زیرساخت‌های اقتصاد دیجیتال مربوط به دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی است و به مرور این اقتصاد رشد کرد تا در سال ۲۰۰۰ میلادی مباحثی مانند اقتصاد شبکه و اینترنت ایجاد شد. امروزه و علی‌الخصوص بعد از شیوع کرونا، دیجیتالی شدن اقتصاد به منظور ایجاد اشتغال، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی در اغلب کشورهای جهان مطرح است و عموم کشورها در تلاش هستند تا سهم اقتصاد دیجیتال را نسبت به اقتصاد سنتی افزایش دهند.

به گفته‌ی توماس مسنبورگ، محقق و اقتصاددان آمریکایی سه بخش اصلی اقتصاد دیجیتال را می‌توان به شکل زیر نام برد:

- زیرساخت‌های کسب و کار الکترونیکی (سخت‌افزار، نرم‌افزار، مخابرات، شبکه‌ها، سرمایه‌انسانی و غیره)
- کسب و کار الکترونیکی (نحوه انجام کسب و کار به عبارتی دیگر هر فرآیندی که یک سازمان از طریق شبکه‌های کامپیوتری انجام می‌دهد).

4

- تجارت الکترونیک (انتقال کالا، به عنوان مثال زمانیکه یک کتاب به صورت آنلاین فروخته می‌شود).

در اقتصاد جدید، شبکه‌های دیجیتال و زیرساخت‌های ارتباطی بستری جهانی را فراهم می‌کنند که بر اساس آن افراد در سازمان‌ها استراتژی‌ها، تعامل، ارتباط، همکاری و جست و جوی اطلاعات را ارائه دهند.

از مزایای اقتصاد دیجیتال می‌توان به کاهش هزینه‌های معاملاتی، افزایش بهره‌وری، کمرنگ یا حذف شدن واسطه‌گری، افزایش مشتریان، حذف محدودیت‌های جغرافیایی، تسهیل شرایط دسترسی به انواع کالاها و بازارها با حداقل هزینه اشاره کرد.

تجوان پتینگر یکی از اساتید برجسته‌ی اقتصاد در دانشگاه گرینز آکسفورد به طور پیوسته در خصوص تحقیقاتی را ارائه می‌دهد. جدول زیر بخشی از مقایسه‌ی اقتصاد دیجیتال و اقتصاد سنتی از دیدگاه تجوان پتینگر است.

اقتصاد سنتی	اقتصاد دیجیتال
محل کار در کارخانه‌ها و شرکت‌ها	محل کار در هر فضایی که اینترنت تامین شود.
ساعات کاری از ۹ صبح تا ۵ عصر	ساعات کاری کاملاً آزاد
نحوه پرداخت به صورت حضوری در بانک‌ها یا نقدی	بانکداری الکترونیک و بدون نیاز به پول نقد
نیازمند کارمند و کارگر	انجام کار بدون نیاز به نیروی انسانی و به کمک اتوماسیون
تبلیغات به صورت روزنامه‌ای یا دهان به دهان	تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی و اینترنت

مقایسه‌ی اقتصاد دیجیتال و اقتصاد سنتی

آنچه از مقایسه ی این جدول بر می آید، مزایای بالای دیجیتالی شدن اقتصاد است؛ اما تجوان پتینگر معتقد است که تغییرات ایجاد شده در اقتصاد درست مانند هر تغییر دیگری دارای مزیت ها و معایب خاص خود است و تعدادی از معایب دیجیتالی شدن اقتصاد را به شکل زیر نام می برد:

- قدرت انحصاری

به عنوان مثال آمازون که یک بازار بزرگ آنلاین محسوب می شود، بیشترین حجم فروش را به خود اختصاص داده است و بسیاری از شرکت ها باید محصولات خود را جهت فروش بیشتر در بستر آمازون ارائه کنند. به طور مشابه گوگل هم بسیار شناخته شده تر از سایر سایت های جست و جوگر است و همین موضوع باعث می شود که چند غول فناوری همواره سودآورتر از بقیه کسب و کارهای اینترنتی باشند.

- ماهیت اعتیاد آور فناوری

درحالیکه تئوری استفاده از اینترنت بر صرفه جویی کردن در زمان است و ممکن است در زمان بسیار کوتاهی بلیط اتوبوس، قطار یا هواپیما را خرید کنیم؛ اما این زمان ذخیره شده ممکن است با چک کردن فیس بوک، توئیتر یا جست و جوهای اینترنتی تلف شود. همچنین حجم بسیار زیاد اطلاعات میتواند باعث غرق شدن ما در اطلاعات شود و آنچه را واقعا به آن نیاز داریم از دست بدهیم. داشتن انتخاب های بیشتر، لزوماً به نتایج بهتر منجر نمی شود؛ چراکه هرگاه با حجم زیادی از نتایج رو به رو شویم، مجبوریم برای تصمیم گیری زمان زیادی را صرف کنیم و در نتیجه به تعویق انداختن تصمیم گیری آسان تر می شود.

- هزینه های زیست محیطی

این تصور که اقتصاد دیجیتال یک " راه حل سبز " است، کاملاً اشتباه است. چراکه مراکز داده به کمک برق کار می کنند و همین موضوع باعث انتشار گاز کربن دی اکسید در فضا می شود. در آمریکا مراکز داده حدود ۲ درصد از مصرف برق آمریکا را در سال ۲۰۱۴ تشکیل می دادند. علاوه بر این منسوخ شدن برنامه های تلفن های همراه یا رایانه ها، مصرف کنندگان را تشویق می کند که مدل های جدید را خریداری کنند و همین موضوع دلیلی برای مصرف بیشتر مواد خام است.

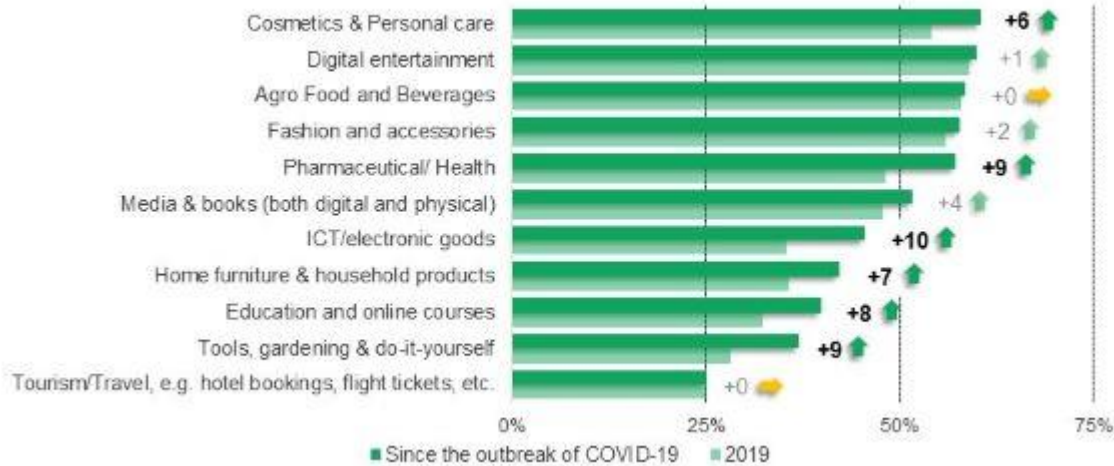
به طور کلی با در نظر گرفتن مفهوم اقتصاد دیجیتال و در نظر گرفتن مجموعه ی مزایا و معایب آن، به نظر می رسد که دیجیتالی شدن اقتصاد دارای مزایای بیشتری نسبت به معایب است؛ علاوه بر این اگر شک و تردیدی در خصوص لزوم تبدیل کسب و کارها

به حالت دیجیتالی وجود داشت، ویروس کرونا آنها را از بین برد. در دنیای بدون تماس، اکثریت قریب به اتفاق تعاملات با مشتریان و کارمندان باید به صورت مجازی انجام می‌شد تا از شیوع هرچه بیشتر این بیماری جلوگیری شود. با این تفاسیر فعالیت دیجیتالی تنها راه برای در امان ماندن تجارت‌ها از تعطیلی بود. از این رو شاهد تمایل کارخانه‌ها و شرکت‌ها برای حرکت به سمت دیجیتالی شدن هستیم.

تاثیر کرونا بر اقتصاد دیجیتال در جهان

اگرچه رشد اقتصاد دیجیتال در ابتدای شیوع کرونا غیر قابل تصور به نظر می‌رسید اما بسیاری از محققان و کارشناسان بحران ایجاد شده را شرایط ایده‌آلی برای دو برابر کردن تحول دیجیتال می‌دانستند. هرچند که در ابتدا خریدهای حضوری برای کشور چین ۴۲٪ کاهش و ۲۰٪ کاهش برای خریدهای آنلاین مشاهده شد اما همین موضوع نشان دهنده تمایل افراد برای خرید اینترنتی بود. با توجه به این شواهد و در نظر گرفتن شواهد رکود اقتصادی که قبلاً به دلیل شیوع بیماری‌های واگیر مشاهده شده بود، تمایل شرکت‌ها به سوق دادن مشتریان به سمت خرید آنلاین، روشی مطمئن برای حفظ منافع دولت‌ها و شرکت‌ها بود. نتیجه‌ی چنین تغییری در مسیر خرید، افزایش استفاده از اینترنت و ترافیک اینترنتی بود. به عنوان مثال حجم استفاده از اینترنت در ایتالیا دو برابر شد و حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد از خریدهای اینترنتی هم به عنوان اولین خرید آنلاین ثبت شد. به طور کلی عکس‌العمل دولت‌ها برای رفع رکود اقتصادی ایجاد شده و حرکت به سمت دیجیتالی شدن، کاملاً متفاوت بود. بیشتر دولت‌ها پاسخ‌های کوتاه مدت به همه‌گیری را در اولویت خود قرار دادند اما برخی دیگر نیز برای بهبود اوضاع دست به اجرای تصمیمات بلندمدت زدند. به عنوان مثال در آمریکای لاتین، دولت کاستاریکا سرویس پیامکی به منظور بهبود ارتباط بین تولیدکنندگان محصولات کشاورزی، گوشت و ماهی راه‌اندازی کرد. دولت آفریقا نیز در سنگال کمپین اطلاعاتی، آموزشی و آگاهی در خصوص مزایای تجارت الکترونیک برای تمام اقشار مردم راه‌اندازی کرد. در اندونزی نیز دولت یک برنامه‌ی ظرفیت‌سازی برای تسریع دیجیتالی شدن شرکت‌های کوچک و بزرگ راه‌اندازی کرد. بر اساس نظرسنجی انجام شده طی سال ۲۰۱۹ به کمک انجمن تجارت الکترونیک آمریکا با همکاری شبکه اطلاعات برزیل، در خصوص میزان تغییر خریدهای آنلاین، نمودار زیر بدست آمد.

% of active online shoppers conducting at least one online purchase every 2 months.



درصد رشد خریداران آنلاین برای هر گروه

7

همانطور که از مشاهده ی نمودار بالا بدست می آید، خریدهای اینترنتی به دسته های مختلفی از جمله: محصولات خانگی، مراقبت شخصی، کتاب و نرم افزار، مد و لباس، محصولات پزشکی و دارویی و غیره تقسیم بندی شده است. نتایج حاصل از این است که در اکثر دسته بندی های انجام شده، حدود ۶ تا ۱۰ درصد افزایش رخ داده است و طبق نمودار ارائه شده بیشترین سودها مربوط به فناوری اطلاعات و ارتباطات، الکترونیک، باغبانی، داروها، محصولات خانگی و مراقبت های شخصی است. نمودار نشان می دهد که خریداران آنلاین حداقل یک خرید آنلاین در ماه انجام می دهند. الکساندر باربوسا، مدیر مرکز منطقه ای مطالعات توسعه اعلام کرد که در بازه ی همه گیری ویروس کرونا، عادت مصرف آنلاین در برزیل به طور قابل توجهی تغییر کرده است، به طوریکه بخش بیشتری از کاربران اینترنت محصولات ضروری مانند غذا و نوشیدنی، لوازم آرایشی و دارویی را به صورت اینترنتی خرید می کنند. همچنین این تحقیق نشان داد که افزایش خریدهایی آنلاین بعد از شیوع کرونا در بین کشورهای مختلف متفاوت است. بیشترین افزایش در چین و ترکیه و کمترین رشد در سوئیس و آلمان مشاهده شده است؛ دقیقا کشورهایی که پیش از این بستر مناسب برای خریدهایی آنلاین داشتند، رشد کمتری را شاهد بودند.

از دیگر نتایج این نظرسنجی و تحقیق انجام شده این بود که زنان و افرادی که دارای تحصیلات عالی هستند، بیشتر از دیگران تمایل به خریدهای آنلاین داشته و نیز بیشترین افزایش هم در همین گروه مشاهده شد. به طور کلی افراد ۲۵ تا ۴۵ ساله در برزیل نیز بیشترین افزایش خریدهای آنلاین را داشتند.

علاوه بر موضوع خریدهای آنلاین، به مرور فرصت‌های دیگری نیز فراهم آمدند که به کمک آنها امکان سرمایه‌گذاری و کسب درآمد افزایش یافت. با توجه به قوانین محدودیت تردد و خانه نشین شدن عموم مردم تمایل به دریافت خدماتی مانند: سرگرمی، آموزش (در انواع حیطة‌های مختلف مانند آشپزی، خیاطی، ورزشی و غیره) برای سپری کردن اوقات فراغت بیشتر شد. با توجه به اینکه این آموزش‌ها و خدمات در بستر رسانه‌های اجتماعی ارائه می‌شد نتیجه افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی مانند واتس‌آپ، تلگرام، فیس‌بوک و سایر رسانه‌ها بود. به عنوان مثال بخش تجزیه و تحلیل فیس‌بوک افزایش ۵۰ درصدی از بازدیدهای روزانه خود را در آخرین ماه مارس سال ۲۰۲۰ منتشر کرد؛ در گزارشی مجزا واتس‌آپ اعلام کرد که ۴۰ درصد افزایش در تعداد کاربران خود داشته است. تیک‌تاک نیز اعلام کرد که در ماه مارس سال ۲۰۲۰ با افزایش ۵ درصدی دانلودهای خود مواجه شده است.

8

طی آنچه گزارشات نشان می‌دهد، خریداران اینترنتی نسبت به سال ۲۰۱۶ حدود شش برابر بیشتر برای رزرو خدمات آنلاین هزینه می‌کنند. با توجه به رعایت فاصله‌ی اجتماعی در وسایل حمل و نقل عمومی مانند هواپیما و قطار، قیمت بلیط‌ها افزایش یافت. به گفته‌ی الکساندر دوجونیاک، مدیر کل انجمن بین‌المللی حمل و نقل هوایی یاتا، اجرای فاصله‌ی ایمن در هواپیماها مستلزم خالی ماندن حداقل یک سوم صندلی‌های هواپیما است و طی جلسه‌ی پیشنهاد داد که شرکت‌های هواپیمایی اید قیمت بلیط‌ها را حداقل ۵۰ درصد افزایش دهند تا به حداقل سود ممکن دست یابند. علاوه بر این افزایش استفاده از خدمات آنلاین به طور مستقیم باعث افزایش درخواست حمل و نقل تحویل کالا می‌شود که همین موضوع باعث افزایش هزینه‌های جانبی در خریدهای آنلاین است.

رشد اقتصاد دیجیتال بعد از کرونا در ایران

از بخش‌هایی که طی سال‌های اخیر و بعد از شیوع ویروس کرونا رشد چشمگیری در کشورمان داشت، موضوع اقتصاد دیجیتال و ایجاد کسب و کارهای آنلاین بود. گزارشات منتظر شده از رشد اقتصادی شش ماه اول سال ۱۳۹۹ که مرکز آمار ایران منتشر کرده است، خبر از منفی بودن رشد اقتصادی ایران طی هشت سال اخیر می‌دهد. با در نظر گرفتن تحریم‌ها و شیوع ویروس کووید-۱۹ انتظارات بر این بود که شش ماه‌ی دوم سال ۱۳۹۹ هم ارقام منفی برای رشد اقتصادی ثبت شود و این برای اولین بار بعد از جنگ

است که کشور به طور متوالی طی سه سال رشد منفی داشته است. چراکه در بهار سال ۹۹ رشد منفی ۳,۵ درصدی نسبت به سال ۹۸ و در بهار سال ۹۸ رشد منفی ۱۳,۱ درصدی نسبت به سال ۹۷ را تجربه کرده بود. مجموعه‌ی این آمار و ارقام نشان می‌دهد که اقتصاد ایران نیازمند تغییر سیاست گذاری است.

همانند سایر کشورها، ایران هم در سال‌های بعد از شیوع کرونا در برخی از بخش‌ها رشد مثبتی را داشته است و یکی از مهم‌ترین بخش‌های آن که به طور قابل توجهی پیشرفت داشت، اقتصاد دیجیتال و سایر حوزه‌های مربوطه به کسب و کارهای آنلاین است؛ به طوری که تراکنش‌های انجام شده در بخش خریدهای آنلاین و دیجیتال در سال اخیر ۲۷۰ درصد نسبت به سال قبل رشد داشته است.

طبق گزارش ایسنا، دیجیتالی شدن بخش‌های مختلف زندگی روزمره از زمان شیوع بیماری کرونا، سرعت چشمگیری پیدا کرده است؛ به گونه‌ای که بسیاری از شرکت‌های کوچک که تمایلی به دیجیتالی شدن نداشتند یا در این مسیر کند حرکت می‌کردند، برای حفظ منافع خود و کارکنانشان مجبور به پذیرش تغییرات شده و تغییرات اساسی در زیرساخت‌های خود به منظور دیجیتالی شدن انجام داده‌اند.

9

روشن است که همواره سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان به طور پیوسته از نقدینگی خود مراقبت می‌کنند و از این رو در خصوص ایده‌های جدید محتاط‌تر عمل می‌کنند اما در شرایط بحرانی، شرایطی مشابه با انتشار ویروس کرونا، موضوع عملگرایی امری بسیار حیاتی برای هر کسب و کاری به شمار می‌رود. درک مفاهیمی مانند بلاک چین یا توصیفاتی در خصوص استفاده از اینترنت برای رسیدن به زندگی راحت‌تر در شرایط قبل از شیوع کرونا بسیار سخت‌تر بود چراکه معمولاً مردم بیشتر تمایل دارند که پول خود را برای مسائلی خرج کنند که مشکلات واقعی آنها را حل می‌کند. در این میان کسب و کارهایی که زودتر و پیش از شیوع بیماری کرونا اقدام به ایجاد فضای اینترنتی کرده بودند، بیش از بقیه بهره‌وری داشتند.

علاوه بر خریدهای آنلاین، حوزه‌های فعالیتی دیگری نیز مانند طراحی و تولید بازی‌های آنلاین، انواع نرم‌افزارهای آنلاین مناسب تلفن‌های هوشمند، فیلم‌ها و ویدیوهای آموزشی ارائه شده در رسانه‌های اجتماعی آنلاین هم به عنوان پارامترهای رشد اقتصاد دیجیتال در کشورمان محسوب می‌شود.

طی سال‌های اخیر به دلیل محدودیت‌های اجتماعی مانند رعایت فاصله اجتماعی، آنلاین شدن تعداد زیادی از مدارس و دانشگاه‌ها، محدودیت‌های تردد و کاهش دید و بازدیدهای خانوادگی و کاهش چشمگیر مسافرت‌ها، استفاده از تلفن‌های هوشمند رشد چشمگیری پیدا کرد. این رشد به حدی چشمگیر بود که طبق گزارش ارائه شده از کافه بازار میزان درآمد طراحان و فروشندگان بازی‌ها و نرم‌افزارهای تلفن‌های همراه هوشمند معادل ۱۸۹ میلیارد تومان بوده است که این مبلغ رشدی حدود ۹ برابر طی پنج

سال اخیر را نشان می‌دهد. لازم به اشاره است که مبلغ مذکور تنها مربوط به گزارشی از کافه بازار است که احتمالا با در نظر گرفتن سایر توسعه دهندگان این مبلغ تا ۲۵۰ میلیارد تومن هم خواهد رسید.

طی سال ۱۳۹۹ شاخص گوگل عبارت "خرید موبایل" توسط کاربران ایرانی را حدود ۲۳ درصد بیشتر از قبل نشان می‌دهد که احتمالا دلیل اصلی آن افزایش خانه نشینی به دلیل شیوع کرونا و آنلاین شدن آموزش‌ها در مدارس، دانشگاه‌ها و ادارات است. با در نظر گرفتن این شاخص گوگل، قطعا کافه بازار هم در سال جاری اقدامات مهمی در خصوص ارائه خدمات و فروش محصولات خود خواهد داشت و همه‌ی این موارد نشان دهنده‌ی رشد پر شتاب اقتصاد دیجیتال بعد از کرونا است.

در شرایطی که شیوع ویروس کرونا شدت گرفت و جهش‌های مختلفی نیز از آن مشاهده شد، فروش آنلاین رشد چشمگیری پیدا کرد، به گونه‌ای که خریداران در فضای کاری هم برای تامین نیازهای روزمره خود به فروشگاه‌های آنلاین مراجعه می‌کردند، در حالیکه پیش از این شرایط افراد بعد از اتمام ساعت کاری خود به فروشگاه‌ها مراجعه و نیازهای روزمره‌ی خود را تامین می‌کردند، از این رو فروشگاه‌هایی که علاوه بر بخش حضوری، خدمات خرید آنلاین هم داشتند؛ نه تنها با کاهش درخواست مواجه نشدند، بلکه فروش بیشتری از محصولات خود را شاهد بودند. سایر کسب و کارهایی که فاقد این ویژگی بودند، احساس نیاز بیشتری به داشتن وب سایت یا نرم افزاری که بتوانند محصولات خود را به صورت آنلاین به فروش برسانند، کردند.

بر اساس گزارش ارائه شده در پایگاه اطلاع رسانی و پایش آثار اقتصادی کرونا، مطابق با آمار منتشر شده توسط مرکز آمار ایران که تعداد افراد شاغل بالای ۱۵ سال را در سال ۱۳۹۹ ارائه کرد، به صورت میانگین ۲۱ درصد از افراد شاغل، در حیطه‌ی تجارت الکترونیک مشغول هستند. تعداد این افراد حدود ۵ میلیون نفر برآورد شده است. طبق همین گزارش بیش از ۸۵ درصد این واحدهای تجارت الکترونیک از سرمایه شخصی افراد تامین شده است. وارد شدن سرمایه‌ی افراد در چرخه‌ی تجارت الکترونیک به طور مستقیم به بهبود اوضاع اقتصاد دیجیتال و به تبع آن بهبود اقتصاد کشور کمک خواهد کرد.

نتیجه‌گیری

آنچه از مطالعه‌ی این تحقیق بر می‌آید، موضوع شیوع بیماری کرونا و تاثیر مستقیم آن بر رشد اقتصاد دیجیتال است. با توجه به همه‌گیری این بیماری، همه‌ی دولت‌ها به سمت دیجیتالی شدن پیش رفتند تا به کمک اینترنت، ضمن رعایت فاصله‌ی اجتماعی و جلوگیری از شیوع هرچه بیشتر این بیماری، خسارات اقتصادی ناشی از این شرایط را تا حدودی مهار کنند. اقتصاد دیجیتال به کمک شیوع کرونا، رشد چشمگیری را تجربه کرد اما به اعتقاد بسیاری از محققان و کارشناسان بعد از اتمام این بیماری، دیگر شرایط اقتصادی جوامع تمایلی برای برگشت به سمت سنتی نخواهد داشت؛ چراکه اقتصاد دیجیتال مزایا و رفاه

فراوانی را به همراه آورد. دور کاری، خرید آنلاین و تحویل سفارشات درب منزل، برقراری ارتباط‌های تصویری با اقصی نقاط جهان، آموزش انواع مهارت‌ها به کمک فیلم‌های آموزشی برجسته‌ترین اساتید، همه و همه تنها نمونه‌های از مزایای دیجیتالی شدن اقتصاد است؛ بنابراین لازم است که دولت‌ها برای بهبود اوضاع اقتصاد دیجیتال خود برنامه‌ریزی کنند و کشورهایی که گامی در این مسیر برداشته‌اند، زیرساخت‌های مناسبی را برای استفاده از آن فراهم کنند.

جهان همواره در حال تغییر و تحول بوده است؛ تجربه‌هایی مانند جنگ‌های جهانی، شیوع انواع بیماری‌های همه‌گیر مانند کرونا به عنوان نقاط عطف به شمار می‌روند. قطعاً شیوع بیماری کرونا آخرین چالش جهان نخواهد بود. مرور تاریخ و تجربه‌ی دولت‌ها نشان می‌دهد که در شرایط بحرانی، کشورهایی کمترین خسارت را تجربه می‌کنند که زیرساخت‌های اقتصادی قوی‌تری داشته‌اند. با درنظر گرفتن مجموع تغییراتی که در فضای الکترونیک، شبکه و فناوری اطلاعات رخ می‌داده است، روشن است که امروزه دولت‌ها برای بقای خود نیازمند اقتصاد دیجیتال هستند. اقتصادی که بتواند روند تجاری را فارغ از زمان و مکان تسهیل کند. اقتصادی که قادر باشد با توجه به تغییرات ایجاد شده در جامعه، خود را با شرایط وفق دهد.

www.irma.ir
<https://www.nature.com/>
https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_economy
<https://www.economicshelp.org/>
<https://unctad.org/>
<https://coronomy.ir/>

عبدالملکی، حجت‌الله، ۱۳۹۹، اقتصاد کرونا-اقتصاد مقاومتی در عصر ویروس کرونا، چاپ اول، انتشارات آوان جنوب.

منتی، حسین، بررسی اثرات ویروس کرونا-کووید ۱۹ بر اقتصاد جهانی، نشریه ارزیابی تأثیرات اجتماعی، دوره اول، شماره دوم (ویژه نامه پیامدهای شیوع کرونا-کووید ۱۹)، بهار ۱۳۹۹، ۱۶۳-۱۸۱

Abdullah, Z., 2020. COVID-19: Safe distancing on aircraft and higher ticket prices could be 'new normal' for industry say analysts. Channel News Asia, April 30.

Bukht, Rumana; Heeks, Richard (2017-08-03). **Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy**. Rochester, NY.

Carlsson, Bo (2004-09-01). **The Digital Economy: what is new and what is not?**. Structural Change and Economic Dynamics. Contains the special issue New and Old Economy: **The Role of ICT in Structural Change and Economic Dynamics**.

Peitz, Martin; Waldfoegel, Joel (2012-08-06). **The Oxford Handbook of the Digital Economy**. Oxford University Press.

3rd National Conference on Interdisciplinary Research in Management & Humanistic Science

25 February 2022-Tehran

سومین همایش ملی تحقیقات میان رشته‌ای در مدیریت و علوم انسانی

محل برگزاری: تهران

۶ اسفند ۱۴۰۰

Mesenbourg, T.L. (2001). **Measuring the Digital Economy**. U.S. Bureau of the Census.

Victoria News. **COVID-19: Social media use goes up as country stays indoors**. 31 March 2020. Retrieved 15 April 2020.

Stassen, Murray (24 March 2020). **Coronavirus quarantine appears to be driving a global TikTok download boom**. Music Business Worldwide.