

آسیا برای احیای اقتصاد نوین نیازمند تجدید ساختار است

اشاره:

فن آوری اطلاعات در قرن بیست و یکم، چالش‌های جدیدی را در عرصه تجارت کالاهای خدمات و بازارهای پولی و مالی ایجاد می‌کند که رویارویی با آنها متضمن سرمایه‌گذاری در این زمینه است. کشورهایی که توانسته‌اند در تجدید ساختار بنگاه‌های اقتصادی و تجهیز آنها به فن آوری اطلاعات سرزیر اقدام و سرمایه‌گذاری کنند، در قرن جدید از موقعیت برتر تجاری بهره‌مند می‌شوند.

در عصر اطلاعات، چالش‌های جدیدی میان آمریکا و آسیا و مغول‌های تجاری این دو قاره یعنی ایالات متحده و ژاپن قابل مشاهده است و از آنجا که در ایالات متحده حذف نظارت دولت در دو دهه اخیر، زمینه فعالیت گسترده مؤسسات و شرکت‌های اقتصادی را در بخش سرمایه‌گذاری در فن آوری اطلاعات فراهم ساخته، این کشور از موقعیت برتری نسبت به ژاپن برخوردار شده است. اما آسیا به ویژه (ژاپن، کره جنوبی، هنگ‌کنگ و سنگاپور) تلاش‌هایی را برای غالب یافتن از لحاظ تجارت آغاز کرده‌اند که مفید خواهد بود، اما یک شبه به نتیجه نمی‌رسد، زیرا بنگاه‌های اقتصادی این کشورها هنوز موقعیت مناسبی ندارند.

در این مقاله که از شماره اخیر نشریه «بزنس ویک» توسط شاکم لیلی عمرالی ترجمه و تلخیص شده، با سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در فن آوری اطلاعات و موقعیت کنونی آسیا در این بخش آشنا می‌شویم.

در همین حال شرکت‌های بزرگ آسیایی به ویژه شرکت‌های ژاپنی و کره‌ای به تجدید ساختار و ادغام دست زده‌اند و آن را راهی عاقلانه برای بهره‌گیری از موقعیت تجارت جهانی تلقی می‌کنند.

شرکت‌هایی مانند «ان‌تی تی دوکومو» (NTT Docomo) که عرضه‌کننده خدمات تلفن همراه در ژاپن است، به ادغام سیستم‌های تلفن همراه «نت» و بی‌سیم می‌اندیشد. دیگر شرکت‌های بزرگ مانند «سامسونگ الکترونیکز» و

جهانی به دست آورند. در حال حاضر در بسیاری از هیأت‌مدیره‌های شرکت‌های آسیایی بحث‌هایی در خصوص همگرایی رایانه‌های شخصی، تلفن‌های همراه و تجارت الکترونیکی و تأثیر عظیم آن بر رشد بهره‌وری منطقه و هزینه‌های مصرفی جریان دارد.

در همین حال سرمایه‌گذاران جهانی هر سهمی را که مانند روند اقتصاد جدید آسیا باشد و بتواند بورس‌های اطراف منطقه را تحرک و رونق بخشد، می‌طلبند و از آن خود می‌سازند.

اکنون در سراسر آسیا، از اقوام چینی، تایلندی، تایوانی گرفته تا تجار مسؤول و افراد مخاطره‌جو (ریسک‌پذیر) حاضر در «بیت‌ولی» در مرکز توکیو، نسبت به محدودیت‌های اقتصاد نوین خوشبینی وجود دارد. اما آیا این خوشبینی، واقع‌بینانه است؟

با گذشت دو سال از بحران اقتصادی شرق آسیا، مدیران و سیاست‌گزاران آسیایی اکنون مشتاق هستند که منافع سرشاری از توسعه فن آوری اطلاعات، اینترنت و تجارت الکترونیکی در سطح

«هیتاچی» نیز درصدد ادغام هستند، اما آنها به تجدید ساختار نیاز دارند، تجدید ساختاری که در شرکت‌های آمریکایی رقیب در دهه ۱۹۸۰ جریان یافت.

شرکت‌های شرق آسیا برای به دست آوردن محصولات فن‌آوری اطلاعات به سرعت عمل نیاز دارند، با همان سرعتی که افزایش تقاضا برای تراشه‌های رایانه‌ای در آسیا را شاهد بودیم.

اینها نشانه‌های «اقتصاد نوین» در ساخت کالا می‌باشد. اما سرمایه‌گذاران باید هنر صبوری را همان‌طور که برای یک تحول بزرگ اقتصادی انتظار می‌کشند، بیاموزند. زیرا تغییراتی که در شرق آسیا پیش می‌رود، به دوره زمانی طولانی نیاز دارد.

مشکل آنجاست که شرق آسیا و به‌ویژه ژاپن اکنون فاقد نوعی فرائقدینگی و بازارهای وسیع سرمایه‌ای، شبکه‌های نقل و انتقالات سریع سرمایه، دانشگاه‌های منطبق با سطوح جهانی، فرهنگ مخاطره‌جویی، صفات لازم برای بازسازی ساختار و افراد باتدبیر در زمینه فن‌آوری‌های پیشرفته می‌باشد. با این مشکلات، آسیا نمی‌تواند رشد اعجاب‌انگیز آمریکا را که از اواسط دهه ۱۹۹۰ آغاز و تجربه شده را کسب کند. اگرچه برخی از این مباحث در حال شکل‌گیری و فعال شدن می‌باشند، اما همه این عوامل چنین نمی‌باشند و هیچکدام از آنها در سطحی که اکنون در آمریکا وجود دارد، نیستند.

□ جنگ گسترده

آسیا باید یک دوره طولانی را در زمینه اصلاحات پشت سرگذارد تا به عوامل موردنیاز برای جهش اقتصادی یا «اقتصاد نوین» دست یابد.

آمارها نشان می‌دهد که ارزش سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در زمینه فن‌آوری اطلاعات در آمریکا اکنون

معادل ۳۴ درصد کل سرمایه‌گذاری در بخش بازرگانی این کشور است، در حالی که نزدیکترین رقیب آن یعنی ژاپن فقط ۲۰ درصد سرمایه‌گذاری‌های بازرگانی‌اش مختص فن‌آوری اطلاعات است. به عبارت دیگر حجم سرمایه‌گذاری در بخش فن‌آوری اطلاعات در آمریکا و ژاپن با هم تفاوت فاحشی دارند.

موضوع دیگر سرمایه‌ای کردن «بازار سهام» می‌باشد. ارزش بازار سهام آمریکا حدود ۱۷ تریلیون دلار است و برای انجام معاملات راهبردی و توسعه‌ای ماوراءبحری موقعیت بسیار ممتازی دارد و توانسته است جنگ گسترده‌ای را در بازارهای سهام ماوراءبحار به راه اندازد. در حالی که ارزش هیچ‌یک از بازارهای سهام آسیا نزدیک به بازار سهام آمریکا نمی‌باشد. حتی ارزش بازار سهام ژاپن که بزرگترین بازار سهام آسیا می‌باشد، به ۴ تریلیون دلار نمی‌رسد.

کارشناسان راه‌حیل را در کاهش مداخله دولت و شیوه‌های مالی پس‌رونده در آسیا می‌بینند و می‌گویند، اقتصاد منطقه باید به وابستگی، اتکا و تمرکز خود روی صادرات کالا پایان دهد. در واقع چیزی که دهه‌های گذشته همچنان وجود داشته است.

در این زمینه «سام مک‌کین» مدیرمسئول تجارت الکترونیکی در «پرایس‌واتر هائوس کامرس» در توکیو می‌گوید: تصور انجام اصلاحات و زدودن اقتصاد از تمرکز بر صادرات بسیار دشوار است و مانند رویای ساخت فضاپیما است، آن هم در زمانی که هنوز نمی‌دانیم چگونه باید یک هواپیما ساخت. اما این حقیقت وجود دارد که حذف نظارت دولت، تجدید ساختار عمده‌فروشی و فن‌آوری‌های جدید در حال تأثیرگذاری بر اقتصاد آسیا می‌باشد. کارشناسان عقیده دارند که اصلاحات

موردنیاز آسیا، پیامدهای گوناگونی خواهد داشت. در دوره اول احیای اقتصاد نوین در آسیا، قبل از آنکه سود کلانی از بابت بهبود و رشد بهره‌وری و نیز رشد اقتصادی سریع غیرتورمی حاصل شود، مشاغل بسیاری حذف خواهد شد و قدرت قیمت‌گذاری توسط شرکت‌های تازه تأسیس یا تجدیدساختار شده از بین می‌رود. به عبارت دیگر ضمن تضعیف قدرت رقابت شرکت‌های آسیایی در بازارهای جهانی، بیکاری نیز در این منطقه افزایش می‌یابد.

با وجود آنکه زبان‌های ناشی از اصلاحات برای احیای اقتصاد نوین، دست‌کم در مرحله نخست «کلان» برآورد می‌شود، اما بسیاری از رهبران کشورهای آسیایی از چنین تغییری حمایت می‌کنند. رئیس‌جمهوری کره جنوبی، نخست‌وزیر سنگاپور و مدیر ارشدی در هنگ‌کنگ به فن‌آوری اطلاعاتی، مخابرات و اینترنت به چشم کلیدهایی به سوی موفقیت می‌نگرند.

پیش‌بینی می‌شود سرمایه‌گذاری در زمینه فن‌آوری اطلاعات در آسیا رو به افزایش گذارد. تایوان که در زمینه رایانه‌های قابل حمل (لپ‌تاپ) و برد اصلی (مادربرد) صاحب قدرت رقابت است، قصد دارد با انجام سرمایه‌گذاری‌های لازم و اعمال اصلاحات ساختاری، ارزش بازار نرم‌افزاری خود را تا سال ۲۰۰۵ به سه برابر میزان کنونی (۴/۵ میلیارد دلار) برساند. هند نیز با وجود آنکه از ارزش بازار کمتری در زمینه نرم‌افزار برخوردار است، اما جاه‌طلبی‌هایی در این زمینه دارد.

به نظر می‌رسد که تغییرات برای احیای اقتصاد نوین و دگرگونی‌های لازم رخ دهد. اما در برخی از کشورهای آسیایی که آمادگی اقتصادی بیشتری دارند، عمیق‌تر از سایر کشورها خواهد

بود. بر اساس گزارش‌های موجود، قول انجام اصلاحات و تغییرات برای احیای «اقتصاد نوین» در ژاپن داده شده است، با وجود آنکه مشکلات قابل توجهی نیز وجود دارد. اما آنچه که قولش در ژاپن داده شده، در خلال دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ در آمریکا صورت گرفت. با حذف نظارت دولت، زمینه گسترده‌ای برای ابداعات و بازسازی ساختاری در شرکت‌های آمریکایی فراهم شد. اما در ژاپن به تازگی در حال ظهور است.

با کاهش قیمت‌ها در ژاپن، تلاش‌هایی برای حذف نظارت دولت در این کشور به ویژه در بخش‌های تلفن همراه، واردات نفت و خدمات مالی صورت گرفت که نتیجه آن گسترش اقتصاد ژاپن به میزان سالانه ۸۰ میلیارد دلار در خلال دهه ۱۹۹۰ بوده است.

حذف نظارت دولت فقط بر کمیسیون‌های سهام موجب حذف ۴۰ دلار تنزیل سهام بر روی ارتباطات لحظه‌ای (On-line) شده است. بازار جدید ثانویه سهام توکیو و نیز ورود به بازار سهام ناسداک (Nasdaq) ژاپن در سال ۲۰۰۰ به راه‌اندازی فن‌آوری پیشرفته برای جذب سرمایه و گردش بازار سرمایه و مالی کمک کرده است. در این بخش سافت بانک (در زمینه راه‌اندازی اینترنت) و شرکت دوکومو (سازنده عظیم تلفن‌های همراه) از بازیگران اصلی فن‌آوری پیشرفته در جهان شده‌اند.

با این حال یک پرسش وجود دارد که آیا ژاپن می‌تواند در فن‌آوری اطلاعات به یک رهبر جهانی تبدیل شود؟ برخی کارشناسان عقیده دارند که این امر محقق خواهد شد، با وجود آنکه نفوذ رایانه‌های شخصی در میان خانوارهای ژاپنی اکنون فقط در سطح ۳۰ درصد می‌باشد، در

حالی که این سهم در آمریکا ۵۰ درصد است.

«جیوسوک ایکه‌گامی» مدیر برنامه‌ریزی امور بازرگانی درواحد تجارت الکترونیکی سافت بانک عقیده دارد که رهبری ژاپن در بخش فن‌آوری اطلاعات قابل تحقق است و در مقابل موضوع نفوذ رایانه‌های شخصی در میان خانوارهای ژاپنی و مقایسه آن، به این مسأله اشاره دارد که در بخش نفوذ تلفن همراه، سهم خانوارهای ژاپنی دو برابر آمریکایی‌ها و در بخش سیستم‌های دریاوردی، سهم ژاپن بیش از سه برابر آمریکا می‌باشد.

وی می‌افزاید: این دو مقوله می‌تواند نقاط قوت مهمی در دستیابی به تجارت الکترونیکی در آسیا باشند.

اما پرسش اساسی و سوزاننده آن است که آیا عدم دخالت دولت، بهره‌گیری از رایانه‌های شخصی و شبکه‌های حقوقی به اندازه کافی در بافت جامعه آسیایی و به ویژه ژاپن رسوخ می‌کند و اختلالی در اوضاع اقتصادی پدید می‌آورد یا خیر؟

در رابطه با این سؤال، چند مسأله اهمیت دارد. اول آنکه ژاپنی‌ها در حال حاضر سه برابر آمریکایی‌ها پول برق می‌دهند، دو برابر بیش از آنها هزینه مسکن می‌پردازند و ۳۰ درصد بیشتر از آمریکایی‌ها هزینه اتصال به اینترنت را پرداخت می‌کنند. در عین حال خرید کالا از روی اینترنت در ژاپن چیز نوظهوری است، اما احتمال دارد که تا سال ۲۰۰۳ حجم این‌گونه خریدها به ۳۰ میلیارد دلار در سال برسد که این میزان در مقابل رقم ۲۰۰ میلیارد دلاری موردنظر شرکت مشاوره‌ای «اندرس» آمریکا ناچیز است.

برخی کارشناسان عقیده دارند که مشکل می‌توان گفت که ذهنیت «یا

دیجیتالی باش یا بمیر» در میان مدیران ژاپنی قوت گرفته است. اما این واقعیت که راهبرد «ضربه بزن و شلیک کن» در میان شرکت‌های کاردان جهانی نظیر سونی و تویوتا شدت گرفته است. سونی به سوی بانکداری On-line و تویوتا در وب‌سایت گازو (Gazoo) در زمینه فروش خودرو و خدمات تعمیرات و بیمه فعالیت‌های خود را آغاز کرده و گسترش داده‌اند.

در حال حاضر برخی شرکت‌های نوآور ژاپنی مانند «اسکول» که بزرگترین عرضه‌کننده محصولات و لوازم اداری در ژاپن است، به استفاده از اینترنت برای سفارش‌گیری و تحویل ۲۴ ساعته به مشتری روی آورده و با ایجاد یک مرکز توزیع با فن‌آوری پیشرفته در نزدیکی توکیو، سفارش‌های عظیمی را پاسخ می‌دهد.

سودهای ناشی از بهره‌گیری از اینترنت که نصیب شرکت اسکول می‌شود، این امکان را فراهم می‌کند که میزان فروش خود را بدون افزایش نیروی کارش از سطح کنونی (۱۰۰ نفر) دو برابر کند.

با این حال آنچه موجب نگرانی «شین یاسونوب» مدیر بخش سیاست الکترونیک صنایع در وزارت تجارت بین‌المللی و صنایع ژاپن شده، آن است که شرکت‌های ژاپنی به ویژه واحدهای صنعتی اشتیاق فراوانی نسبت به بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین ندارند.

وی مسی‌گوید: ارزش تجارت الکترونیکی میان شرکت‌های بازرگانی ژاپن تا سال ۲۰۰۳ باید به ۶۵۰ میلیارد دلار افزایش یابد، اما این رقم هم در قیاس با فعالیت موردانتظار شرکت‌های آمریکا، رقم قابل توجهی نیست.

بخش‌های صنایع شیمیایی، کاغذ، منسوجات و توزیع در ژاپن، با کمبود

نقدینگی مواجه هستند و انتظار نمی‌رود که رشد آنها در سال جاری میلادی از یک درصد فراتر رود. با این مشکل، آنها حتی شروع به جایگزینی شبکه‌های دهه ۱۹۸۰ خود نکرده‌اند. بنابراین آنها امکان بهره‌گیری از رشد بهره‌وری را نیز از دست خواهند داد. یاسونوب تأکید کرد که آنها به هیچ وجه در کارشان جدیت ندارند.

مشکل دیگر در تحولات آتی در ژاپن که نگرانی محافل آغازگر اصلاحات را نیز باعث شده، یافتن نیروی انسانی لایق و کارآمد و در حد کافی برای انجام دگرگونی‌های موردنیاز می‌باشد. ژاپنی‌هایی که در شرکت‌های بزرگ مانند توشیبا، ان‌ئی‌سی و هیتاچی کار می‌کنند، حاضر نیستند کار خسته‌کننده مورد درخواست شرکت‌های جدید را بپذیرند. «یوشی کسانیکاتو» مأمور ارشد عملیاتی شرکت «اتویوتل - ژاپن ک.ک.» که از نوامبر گذشته فروش خودرو از طریق وب‌سایت را آغاز کرده، می‌گوید که بزرگترین چالش برایش، یافتن مدیران شایق به مخاطره (ریسک کردن) می‌باشد. وی افزود: این کار همانند یک بازی سرعتی است که خیلی به سبک و سیاق ژاپنی‌ها نزدیک نمی‌باشد.

اما در کره جنوبی شرایط با ژاپن تفاوت زیادی دارد. کره در زمینه کاربرد اینترنت و تجارت الکترونیکی از ژاپن پیش افتاده است. تعداد شرکت‌هایی که در سال گذشته در کره راه‌اندازی شدند به دو برابر سال ۱۹۹۸ رسید و بالغ بر ۴۷۰۰ شرکت بود. در همین حال ارزش بازار سهام «کوسداق» (Kosdaq) (معاملات ماوراءعمومی سهام از طریق شبکه‌های رایانه‌ای) ۱۳ برابر شده و به حدود ۱۰۰ میلیارد دلار رسید.

حتی مدیران بنگاه‌های اقتصادی در «شانه‌بول» کره جنوبی به امید ثروتمند

شدن بر صادرات خود افزوده‌اند. در همین حال «چودونگ سونگ» استاد بازرگانی دانشگاه ملی سئول در دسامبر گذشته گفت که از خروج ۳۰ تن از دانشجویان و پیوستن آنها به تازه‌کاران امور تجاری در شانه‌بول حیرت کرده است.

خبرهای دیگری نیز منتشر شده از جمله آنکه شرکت اوراق بهادار سامسونگ، تاجر و تحلیلگر مهم خود را از دست داده است. این تاجر به «سرم تکنولوژی» که یک مؤسسه تأمین‌کننده خدمات تلفنی اینترنت است، پیوست. ارزش سهام سرم تکنولوژی از زمان ثبت آن در اوت ۱۹۹۹ تاکنون ۹۰ برابر شده و به هر سهم معادل ۲۱۰ دلار رسیده است. در واقع «چو دونگ سونگ» عقیده دارد که کره به اردوی «اقتصاد نوین» ملحق شده است.

با اخباری که از جامعه کره به دست آمده، می‌توان گفت ذوق و شوق معاملات الکترونیکی در این کشور حتی در میان توده‌های مردم بیشتر شده است. برای مثال «پارک جی‌هونگ» که مأمور آتش‌نشانی است، روزه چند ساعت به تجارت از طریق اینترنت می‌پردازد و توانسته است سهم خود را به ۲۰ هزار دلار برساند.

وی عقیده دارد که تجارت الکترونیکی، تجارت و دنیای عظیمی است. در واقع این شور و اشتیاق‌ها، پیام‌های دلگرم‌کننده‌ای برای پیشبرد فن‌آوری اطلاعات در جامعه کره می‌باشد و امتیاز روشنی تلقی می‌شود. با این حال نوعی تغییر اساسی و موردنیاز برای بازسازی ساختاری شرکت‌ها، ضروری است که پیش‌درآمدی برای احیای «اقتصاد نوین» است که هنوز به‌طور کامل در کره آغاز نشده است.

مشکل اصلی نیز کمبود نقدینگی

برای سرمایه‌گذاری برای تجدید ساختار و بهره‌گیری از فن‌آوری اطلاعات می‌باشد. «شرکت کره جنوبی» با زحمت و تلاش در سال گذشته ۶۰ درصد سودهای عملیاتی خود را صرف بازپرداخت اصل و فرع بدهی‌هایش کرد. بدهی‌های شرکت‌های کره‌ای در واقع میراث پیروی از راهبرد توسعه‌ای «باز و قرض‌کن» بود که موجب بحران اقتصادی کره در اواخر سال ۱۹۹۷ شد.

کارشناسان عقیده دارند که حجم بالای بدهی شرکت‌های کره‌ای و ضرورت بازپرداخت اصل و فرع آنها سبب می‌شود که سرمایه‌های کافی برای سرمایه‌گذاری جهت دستیابی به فن‌آوری پیشرفته در دسترس نباشد. در این زمینه هنوز کره جنوبی برای بخش مالی و نظام بانکداری خود نتوانسته است ثبات لازم را ایجاد کند، در حالی که این بخش، سیستم گردش هر گونه اقتصادی اعم از نوین یا سنتی است.

با این اوصاف، اوضاع اقتصادی آسیا یک‌شبه متحول نخواهد شد و نیاز به کار و سرمایه‌گذاری و صبر و بردباری دارد. با این وجود آسیا این نعمت تازه وارد (الگوهای تازه تجارت اینترنتی) را می‌تواند از آمریکا وارد کند و با توسعه اینترنت و پایین آمدن قیمت آن، مصرف‌کنندگان و تجار آسیایی دسترسی و سبتری به اطلاعات مربوط به تولیدات و قیمت‌های آنها پیدا کنند.

گسترش تجارت الکترونیکی در آسیا به یقین موانع پنهان تجارت را از بین می‌برد و رونق اقتصادی را به دنبال خواهد داشت. با این وجود عملی ساختن آن چندان آسان نیست.

