

بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد

اقتصاد نوین (دیجیتالی)

مسعود صوفی مجیدپور*

سیدتقی حسینی کیا**

تاریخ دریافت ۸۶/۶/۲۱ | تاریخ پذیرش ۸۶/۱۰/۱۶

عوامل مؤثری مانند وجود اطلاعات مناسب، تکنولوژی اطلاعات، مقررات زدایی، پدیده جهانی شدن، اینترنت و دیدگاه مدیران در تبدیل اقتصاد سنتی به اقتصاد نوین و دیجیتالی نقش بسیار مهمی داشته‌اند. به طوری که در گذار از اقتصاد سنتی به اقتصاد نوین تحولات بسیار شگرفی در فرایند اقتصادی جوامع رخ داده است و ایجاد این نوع اقتصاد - اقتصاد نوین (دیجیتالی) - باعث ارتباط بدون محدودیت زمانی و مکانی خریدار و فروشنده، دسترسی سریع به اطلاعات در حجم وسیع، صرفه‌جویی در زمان و مکان، کاهش هزینه تجارت، روند تسریع توسعه شرکت‌ها از محلی به فراملیتی، جهانی شدن، مشتری‌گرایی، بهبود کیفیت کالاها و خدمات، ایجاد اشتغال و ... شده است.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد نوین؛ تکنولوژی اطلاعات؛ مقررات زدایی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه.

E-mail: masoud_Sofi@hotmail.com

** عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه.

مقدمه

محور دنیای مدرن، دانایی و خردورزی است و اقتصاد نوین تحت تأثیر اندیشه و تکنولوژی مدرن شکل گرفته و با محور قرار دادن دانایی، شکل جدیدی از روابط را در درون خود تعریف کرده است. یکی از مهم‌ترین دستاوردهای تکنولوژی مدرن، فناوری اطلاعات است که از آن به «انقلاب ارتباطات» یاد می‌شود. انقلاب ارتباطات نه تنها افق‌های جدیدی در عرصه اقتصاد، سیاست و فرهنگ پیش‌رو قرار داده؛ بلکه فناوری‌های پیشرفته، به پیدایش دولت‌های نوین در قالب دولت الکترونیک انجامیده است. نظام اقتصاد مدرن برای کاهش هزینه‌ها و بوروکراسی و افزایش قابل توجه کیفیت و تنوع خدمات و فرآورده‌های اقتصادی و در مجموع تسریع در گردش سرمایه، از نظام فناوری اطلاعات کمک می‌گیرد و با بهره‌مندی از این امکان، به بازآفرینی و مهندسی مجدد فرایندها و خدمات اقدام می‌کند.

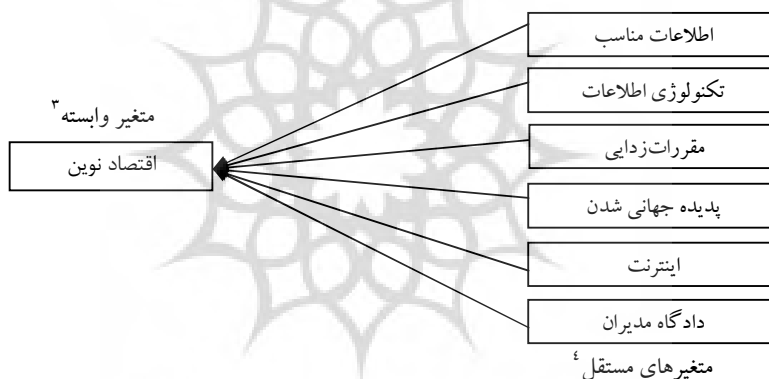
در اقتصاد نوین، دیگر بزرگ‌ترین بودن، بهترین فرآورده را تولید کردن و یا کارآمدترین بازاریابی را داشتن، کافی نیست. حتی پایین‌ترین قیمت‌ها و ارائه بهترین خدمات به مشتریان نیز به تنهایی کارساز نیستند. بررسی‌ها و تجربه‌ها نشان می‌دهند هر کسی و هر کجا باشید، در برابر رقیبانی که عنصر اطلاعات را ابزار دگرگون‌سازی بازار موجود قرار داده‌اند؛ آسیب‌پذیر خواهید بود. به هر سو که نگاه کنیم، کسب و کارهایی را می‌بینیم که در سایه اندازه بزرگ، یا هزینه پایین تولید زمانی در صنعت خود رهبر بازار بوده‌اند و یک شبه از رقیبانی شکست خورده‌اند که اطلاعات را «امتیاز رقابتی» خود قرار داده‌اند.

در برخی از صنایع به جای دگرگون‌سازی فرایند دادوستد، ساختار صنعت از بیخ و بن، دگرگون می‌شود. برای مثال، اینترنت فرصتی فراهم آورده که سازمان‌ها بتوانند با مشتریان خود تبادل نظر کنند. بسیاری از شرکت‌ها از جمله شرکت‌های پرآوازه کامپیوتری همچون آی بی ام، مایکروسافت و ای تی اند تی، از این فرصت بهره‌برداری می‌کنند. اما ستاره‌های این بازار تازه، [نه شرکت‌های نامدار و جاافتاده]، بلکه جوانانی بیست و چندساله هستند که فرآورده‌های خود را به شکل اطلاعات از طریق کسب و کارهای الکترونیک به میلیون‌ها شرکت در سراسر جهان عرضه کرده و گوی سبقت را از شرکت‌های رهبر بازار

ر بوده و راه صدساله را یک‌شبه طی کرده‌اند.^۱

۱ عوامل مؤثر در شکل‌گیری اقتصاد نوین

در گذشته شاخص‌های توسعه اقتصادی کشورها بر مبنای عواملی از جمله شاخص درآمد سرانه، شاخص برابری قدرت خرید، شاخص درآمد پایدار، شاخص توسعه انسانی، شاخص‌های ترکیبی توسعه و حضور فعال زنان در عرصه اجتماع و استقلال ملی قرار داشت. اما امروزه دانشمندان معتقدند کشورهایی که دارای اطلاعات و شبکه‌های ارتباطی دیجیتال هستند^۲ از اقتصاد پیشرفته و نوین برخوردارند؛ زیرا از این طریق مدیران آنها به ایجاد تکنولوژی‌های اطلاعاتی اقدام کرده، مقررات دست و پاگیر را از بین برده و از طریق اینترنت مرزها را شکسته و وارد بازارهای جهانی می‌شوند و اقتصاد سنتی خود را به اقتصاد مدرن تبدیل می‌سازند.



منبع: مؤلفین

مدل تحلیلی ۱ عوامل مؤثر بر ایجاد اقتصاد نوین همراه با متغیرهای مستقل و وابسته

1. Kotler, Philip, "Marketing Management", Analysis Planning, Implementation and Control, 9th ed, 2005, p. 11.

۲. مالکوم گیلیس، دوایت اچ. پرکینز، مایکل روم و دانلدار. اسنود گراس، اقتصاد توسعه، ترجمه غلامرضا آزاد، نشر نی، ۱۳۷۹، ص ۱۲۴.

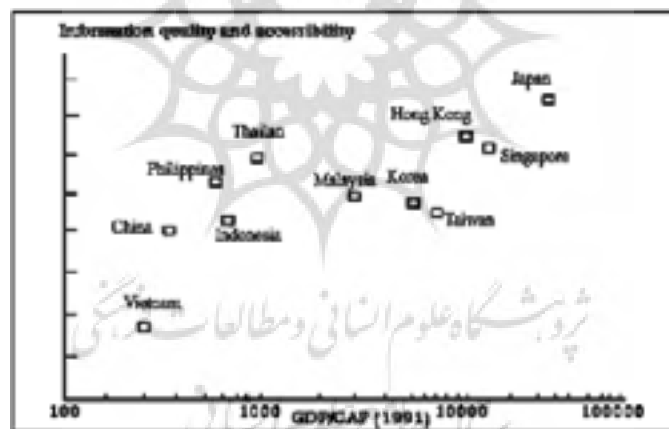
3. Dependent Variable

4. Independent Variables

در مدل تحلیلی (۱)، عوامل مؤثر بر ایجاد اقتصاد نوین معرفی شده است. بدیهی است که برای درجه‌بندی اهمیت هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته به یک تحقیق میدانی جداگانه نیازمندیم.

۲ تأثیر اطلاعات بر ایجاد اقتصاد نوین

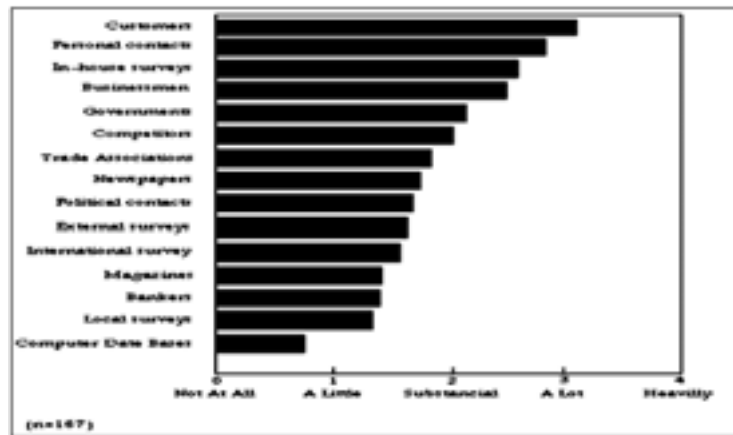
دانشمندان اطلاعات را یکی از منابع مهم شکل‌گیری اقتصاد نوین دانسته‌اند. با توجه به نمودار (۱) می‌توان به رابطه وضعیت اطلاعات و درآمد ملی کشورها پی برد. همچنین شیوه‌های جمع‌آوری اطلاعات - که مبنای اصلی تصمیم‌گیری است - نشان می‌دهد که قابلیت اطمینان اطلاعات در کشورهای در حال توسعه نسبت به کشورهای پیشرفته، کمتر بوده است؛ زیرا از راه علمی به دست نمی‌آید. در نتیجه این تصمیمات که بر پایه اطلاعات نادرست اتخاذ شده، برای انجام فعالیت‌های اقتصادی کاملاً صحیح نبوده و این کشورها نمی‌توانند اقتصاد سنتی خود را به اقتصاد نوین تبدیل کنند.^۱ (نمودار ۲)



Source: www.asiandevbank.org

نمودار ۱ رابطه وضعیت اطلاعات با درآمد ملی کشورها

1. Keegan W.J., "Global Marketing Management", Prentice Hall International INC, 1999, p. 170.



Source: www.asiandemographics.com

نمودار ۲ منابع اطلاعاتی در کشورهای آسیا

در نتیجه همان‌طور که می‌بینیم تقریباً چند گروه از کشورها را می‌توان به شرح ذیل از یکدیگر تفکیک کرد:

گروه اول- در آسیا فقط ژاپن هم‌تراز آمریکا و اروپا بوده، منحنی هزینه گردآوری اطلاعات در آن بالاست و کیفیت اطلاعات نیز بالاست.

گروه دوم- سنگاپور و هنگ کنگ که سنگاپور در مرز خط قابلیت دسترسی و هنگ کنگ زیر خط کیفیت اطلاعات قرار دارد.

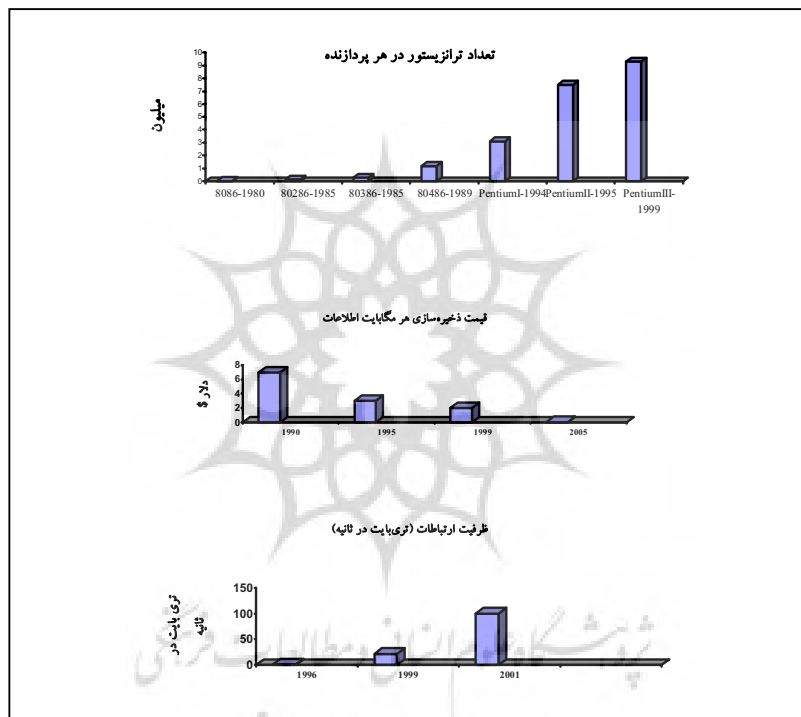
گروه سوم- مالزی، تایلند و فیلیپین که مشابه هم بوده و کیفیت اطلاعات در آنها متوسط، اما قابلیت دسترسی به اطلاعات بسیار کم است.

گروه چهارم- تایوان و تا حدودی اندونزی که هم از نظر کیفیت و هم قابلیت دسترسی، ضعیف هستند.

گروه پنجم- چین و ویتنام که با گردآوری اطلاعات رابطه خوبی ندارند و از نظر فرهنگی آن را نوعی جاسوسی می‌پندارند.

۳ تأثیر تکنولوژی اطلاعات بر ایجاد اقتصاد نوین

همان‌طور که گفته شد، اطلاعات به‌عنوان یکی از شاخص‌های شکل‌گیری اقتصاد نوین مطرح است؛ اما در این میان تکنولوژی‌های پیشرفته اطلاعات به روند توسعه اقتصاد سنتی به اقتصاد نوین کمک بسیاری کرده است و سخت‌افزارها نیز با ویژگی‌هایی از جمله افزایش سرعت محاسبه، کاهش قیمت ذخیره‌سازی اطلاعات و افزایش ظرفیت‌های ارتباطی در ایجاد اقتصاد نوین نقش مهمی داشته‌اند که در زیر به تشریح آنها می‌پردازیم.^۱ (نمودار ۳)



مأخذ: علی مستأجران، همان، ۱۳۸۰، ص ۵.

نمودار ۳ تأثیر تکنولوژی اطلاعات در اقتصاد نوین

۱. علی مستأجران، مفاهیم استراتژیک در اقتصاد نوین. انتشارات کیومرث، چاپ اول، ۱۳۸۰، ص ۴.

• افزایش سرعت محاسبه: سرعت پردازنده‌های پنتیوم در ده سال اخیر از پنج مگاهرتز به بالاتر از یک گیگاهرتز افزایش یافت. یعنی سرعت آن از پنج میلیون گام در ثانیه به بیش از یک میلیارد گام در ثانیه رسید.

• کاهش قیمت ذخیره‌سازی اطلاعات: در این مدت در کامپیوترهای شخصی، هزینه ذخیره‌سازی یک مگابایت اطلاعات (معادل یک میلیون حرف الفبا) از هفت دلار به دو دلار کاهش یافت و طبق برنامه‌های تنظیم شده این هزینه در سال ۲۰۰۵ به پنج سنت تقلیل یافت.

• افزایش ظرفیت‌های ارتباطات: در سال ۱۹۹۹ رشد تکنولوژی باعث شد که در هر ثانیه ۲۲ تریلیون بایت مخابره شود. یعنی متنی به حجم ۱۴۷ میلیون صفحه (A4) را می‌توان در یک ثانیه مخابره کرد. پیش‌بینی می‌شود ظرفیت ارتباطی در سال‌های اخیر چندین برابر این میزان شده باشد!

همان‌طور که اشاره شد تکنولوژی پیشرفته موجب تبدیل اقتصاد سنتی به اقتصاد نوین و ایجاد سودآوری برای بنگاه‌های اقتصادی شده است. همچنین تکنولوژی اطلاعات، شیوه‌های انجام فعالیت‌های تجاری-اقتصادی را کاملاً تغییر داده است. در جدول (۱) تأثیر تکنولوژی اطلاعات در فعالیت‌های تجاری مانند خرید^۱، تولید^۲ و لجستیک^۳ ارائه می‌شود.

در ثبت سفارش خرید الکترونیک، خریدار به‌طور مستقل وارد سیستم می‌شود و خرید خود را انجام می‌دهد. تکنولوژی اطلاعات به ما اجازه می‌دهد که روابط خود را با عرضه‌کنندگان مواد اولیه، کالا و خدمات از نو تعریف کنیم. درحقیقت با استفاده مشترک از اطلاعات، روابط خریدار و فروشنده نزدیک‌تر شده و علاوه بر آن فرایند تولید، اطلاعات مربوط به خطوط تولید، برنامه‌ریزی تولید، طراحی محصولات و ... در دسترس جهانیان قرار می‌گیرد.

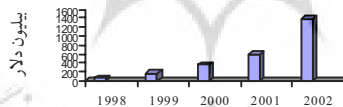
-
1. Purchasing
 2. Manufacture
 3. Logistics

جدول ۱ تأثیرات تکنولوژی اطلاعات بر فعالیت‌های تجاری

تأثیر تکنولوژی اطلاعات در لجستیک	تأثیر تکنولوژی اطلاعات در تولید	تأثیر تکنولوژی اطلاعات در خرید
- مدیریت یکپارچه موجودی انبار - بهینه‌سازی مسافت و مسیر حمل کالا - کمک به بارگیری ترکیبی یا ترانس شپمنت ^۱	- پشتیبانی به‌هنگام قطعات برای مونتاژ و ساخت - بهینه‌سازی فرایند تولید	- ثبت سفارش خرید الکترونیک - ارزیابی اتوماتیک سفارش‌های خرید - طراحی سیستم خرید از طریق مصرف‌کننده - پیش‌بینی خرید از طریق مصرف‌کننده - به صورت الکترونیک

Source: Keegan, W.J, "Global Marketing Management", Prentice Hall Snternational, INC, 1999, P. 450.

همچنین تکنولوژی اطلاعات بر فعالیت‌های لجستیکی اثر بیشتری داشته است؛ مانند محصولات در حال حمل و تحویل که در هر نقطه‌ای از جهان به‌خوبی قابل ردیابی است. رشد بازدهی فعالیت‌های اقتصاد نوین در شش سال ۱۹۹۸-۲۰۰۲ هر سال نسبت به سال قبل خود رشد صعودی داشته است (نمودار ۴).



Source: forrester Research.

نمودار ۴ رشد بازدهی فعالیت‌های اقتصاد نوین

_____ بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد اقتصاد نوین (دیجیتالی) ۹۱

از دیگر مزایای کاربرد تکنولوژی اطلاعات، کاهش قیمت تمام شده است. در جدول ۲ بین هزینه سنتی و هزینه از طریق اینترنت مقایسه انجام شده است. و ما کاهش ۵۰ تا ۹۷ درصدی هزینه‌ها را در تمامی موارد شاهد هستیم. تکنولوژی اطلاعات تغییر در شیوه کسب و کار و نیز کاهش قیمت تمام شده را به دنبال داشته است. بنابراین مفهوم اقتصاد نوین براساس این موضوع پایه گذاری شده است. (جدول ۲).

جدول ۲ مقایسه بین هزینه سنتی و هزینه از طریق اینترنت

میانگین هزینه هر معامله			
میانگین هزینه توزیع در هر معامله (دلار)			
موارد نمونه	معاملات از طریق سیستم سنتی	معاملات از طریق اینترنت	درصد ذخیره
بلیت هواپیما	۸	۱	۸۷
بانکداری	۱/۱	۰/۱	۸۹
پرداخت صورتحساب	۲/۳	۰/۹	۶۱
بیمه عمر	۵۵۰	۲۷۵	۵۰
نرم افزار	۱۵	۰/۴	۹۷

مأخذ: علی مستأجران، همان، ۱۳۸۰، ص ۵.

۴ تأثیر مقررات زدایی^۱ بر ایجاد اقتصاد نوین

مقررات زدایی یکی دیگر از عوامل مؤثر بر ایجاد اقتصاد نوین است که باعث شده شرکت‌ها مراحل توسعه خود را به سرعت از محلی^۲ به بین‌المللی^۳ و به ترتیب از چندملیتی^۴ به جهانی^۵ و فراملیتی^۶ ارتقا دهند.^۷

1. Deregulation
2. Internal
3. International
4. Multinational
5. Global
6. Transnational

۷. سید تقی حسینی کیا، مدیریت بازاریابی جهانی، انتشارات علوم پایه، چاپ اول، ۱۳۸۰، ص ۱۶۱.

در بیست سال گذشته بی‌اعتبار ساختن مقررات محلی، به جهانی و صنعتی شدن اقتصادها، سرعت بخشیده است. بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی موجب حذف محدودسازی‌های تجاری-محلی دولت‌ها شده‌اند. مخبرات و ارتباطات، صنعتی است که با رشد انفجارآمیز خود موجب منتفی شدن مقررات دولتی و محلی (در بخش موبایل و دیجیتال) شده است. برای مثال در انگلستان قیمت مکالمه تلفنی نسبت به سال ۱۹۸۴، ۳۵ درصد کاهش یافته است. در آمریکا از زمان شکست ای. تی. اند تی در سال ۱۹۸۲، هزینه مکالمه راه دور حدود پنجاه درصد کاهش داشته است. این روند موجب تشدید رقابت شده؛ زیرا اتحادیه اروپا از پایان سال ۱۹۹۱ رقابت کامل را به اجرا درآورده است.

بدیهی است حذف مقررات محلی و محدودیت‌ها درباره خدمات الکترونیکی، خطوط هوایی، خدمات مالی، ارتباط و ... باعث گسترش بازارها و ایجاد اقتصاد نوین شده است. به طوری که در دو سال اول حذف مقررات دولتی، قیمت‌ها از چهار تا پانزده درصد و برای برخی مشتریان خاص، بیش از این مقدار کاهش یافته است. پیش‌بینی می‌شود در ده سال آینده، قیمت‌ها حداقل ۲۵ درصد و در برخی موارد تا پنجاه درصد کاهش و میزان سود بنگاه‌های اقتصادی به همان اندازه افزایش یابد.

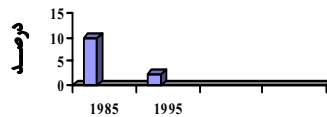
۵ تأثیر جهانی شدن^۱ بر ایجاد اقتصاد نوین

چهارمین عامل مؤثر بر ایجاد اقتصاد نوین، جهانی شدن است. همچنان که هزینه ثبت معاملات پیوسته کاهش می‌یابد، موانع ناشی از مقررات محلی تحت تأثیر اقتصاد بازار، برداشته می‌شود و بازارهای بالقوه برای محصولات و خدمات غرب به‌طور روزافزون گسترش می‌یابد. اطلاعات به دست آمده از سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲ نشان می‌دهد که بین سال‌های ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۵، تجارت بین‌المللی دو برابر شده و با افزایش قابل

1. Globalization

2. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD).

توجهی روبه‌رو است. (نمودار ۵)

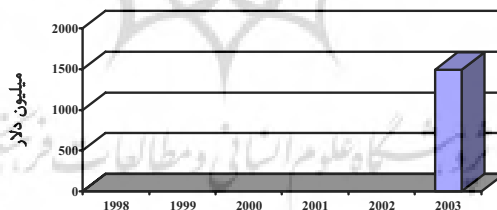


Source: www.oecd.org

نمودار ۵ میزان واردات و صادرات بین‌المللی به تولید ناخالص داخلی^۱

۶ تأثیر اینترنت بر ایجاد اقتصاد نوین

پدیده بسیار مؤثر دیگر بر ایجاد اقتصاد نوین، اینترنت است. پیش‌بینی می‌شود که میزان فعالیت‌های اقتصادی اینترنتی تا چهار سال آینده، ده برابر خواهد شد. گفتنی است که در سال ۲۰۰۳ میلادی فقط در کشور آمریکا حجم تجارت الکترونیک به مرز ۱/۵ تریلیون (۱۵۰۰ میلیارد دلار) رسید و همچنین اینترنت موجب حذف واسطه‌ها در فعالیت‌های اقتصادی نوین شده است. (نمودار ۶)



Source: Us Department of Commerce (Emarketer)

نمودار ۶ رشد سریع اینترنت و تجارت الکترونیک

1. Gross Domestic Product (GDP)

در جدول (۳) برخی از ویژگی‌های اصلی اینترنت که در فرایند توسعه اقتصادی و تغییر شیوه‌های کسب و کار تأثیر بسیاری داشته و همگی آنها در ایجاد اقتصاد نوین و دیجیتالی مؤثر بوده‌اند بیان می‌شود.^۱

جدول ۳ ویژگی‌های اصلی اینترنت

ویژگی‌های اصلی اینترنت	کاربرد
فعالیت‌های شبانه‌روزی	از نظر زمانی هیچ محدودیت تجاری وجود ندارد. ۲۴ ساعته کار می‌کند و از آن می‌توان در معامله و مبادله استفاده کرد و البته زمان کار به سرعت خط و ترافیک شبکه بستگی دارد.
دسترسی همگان به آن	برای بیشتر شرکت‌ها و مشتریان، بهانه دستیابی نداشتن به اینترنت وجود ندارد؛ بلکه بیشتر مردم دنیا به اینترنت دسترسی دارند و خواهند داشت همانند وسایل دیگر مثل تلفن و فاکس.
جهانی بودن	دستیابی به بازارهای جهانی را بدون وجود موانع فیزیکی میسر می‌سازد. بنابراین تصور ذهنی ما از مفاهیم «نزدیک» و «دور» تغییر خواهد کرد و دنیا به دهکده جهانی تبدیل خواهد شد.
محلی بودن	اینترنت نه تنها تجارت جهانی را میسر و آسان می‌سازد؛ بلکه تجارت فرده‌فرد را نیز در بازارهای محلی و داخلی آسان کرده است.
چند رسانه‌ای بودن	اینترنت در واقع ترکیبی از رسانه‌های مختلف است و می‌توان به وسیله آن تماس گرفت، مطالب را انتقال داد، قرارداد بست، نمونه محصولات را در معرض نمایش قرار داد، مشاوره‌های لازم را ارائه کرد، به فروش دیجیتالی اقدام کرد و ...
تفاهمی بودن اینترنت در دنیا	از اینترنت می‌توان به عنوان یک فرصت برای بهبود وسیع روابط تجاری و ارائه خدمات بهتر به مشتریان استفاده کرد.
فرد به فرد بودن	باعث ایجاد بازاریابی فرده‌فرد و برقراری روابط تجاری دوستانه بین افراد در سراسر جهان می‌شود.

1. Chaffeyk, D, *Internet Marketing*, Esse: Prentic Hall, 2000, P. 26.

جدول ۳ ویژگی‌های اصلی اینترنت

ویژگی‌های اصلی اینترنت	کاربرد
آثار شبکه داخلی و خارجی اینترنت	هزینه پایین و رشد سریع تعداد روابط، فرایند تجاری را قادر می‌سازد که با شرکای زیادی در شبکه کار کند؛ با افزایش تعداد شرکا، سود نیز افزایش می‌یابد.
اثربخشی تصمیمات	باعث ترکیب اطلاعات شده و می‌توان در تمام موارد اطلاعات لازم را به دست آورد. تصمیم‌گیری اثربخش‌تر می‌شود و در حال حاضر برای ادغام اطلاعاتی و عملیاتی value-brain فراهم کرده است.

Source: Chaffeyk, D, *Internet Marketing*, Esse: Prentic Hall, 2000, P. 169.

۷ انجام فعالیت‌های اقتصاد نوین از طریق تجارت الکترونیک

به‌طور کلی انجام فعالیت‌های اقتصاد نوین از طریق تجارت الکترونیک با پنج روش زیر انجام می‌گیرد:^۱

۱. شرکت به مصرف‌کننده،^۲

۲. شرکت به شرکت،^۳

۳. مصرف‌کننده به مصرف‌کننده،^۴

۴. شرکت به دولت،^۵

۵. دولت به مصرف‌کننده.^۶

از میان روش‌های یاد شده دو روش (شرکت به مصرف‌کننده) و (شرکت به شرکت) بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. فرمول فعالیت‌های اقتصاد نوین از طریق تجارت

۱. علی صنایعی، بازاریابی و تجارت الکترونیک. انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ دوم، سال ۱۳۸۰، صص ۱۸۸-۱۸۷.

2. Business to Consumer (B2C)

3. Business-to-Business (BtoB)

4. Consumer-to-Consumer (CtoC)

5. Business-to-Government (BtoG)

6. Government-to-Consumer (GtoC)

الکترونیک به شرح زیر است:

$$EB = EC = BI + CRM + SCM + ERP$$

تجارت الکترونیک = هوشمندی شرکت‌ها + ارتباط مدیریت با مشتری + مدیریت عرضه زنجیره‌ای + برنامه‌ریزی منابع شرکت

۸ تفاوت فرایند مبادلات اقتصادی نوین شرکت به شرکت با شرکت به مصرف‌کننده
 به‌طور کلی مصرف‌کنندگان بازار شرکت به شرکت از شرکت به مصرف‌کننده کمتر است؛ اما حجم و مقدار فروش در بازار شرکت به شرکت از شرکت به مصرف‌کننده بیشتر است. علت این تفاوت را می‌توان با مقایسه این دو مبادله اقتصادی به‌دست آورد (جدول ۴).

جدول ۴ تفاوت مبادلات شرکت به شرکت و شرکت به مصرف‌کننده

مبادلات شرکت به مصرف‌کننده	مبادلات شرکت به شرکت
مصرف‌کننده هدف	مصرف‌کننده هدف
• مصرف‌کننده	• مصرف‌کننده بازرگانی
- استفاده پرسنلی	- فروشنده مجدد ^۱
- استفاده خانگی	- بازار صنعتی
ماهیت تقاضا	ماهیت تقاضا
• برانگیخته شده به وسیله مصرف‌کننده	• مشتق شده بر مبنای تقاضای مصرف‌کننده
فرایندهای مبادله	فرایندهای مبادله
• غیررسمی	• رسمی
- فشارهای کمتر بر خریدها	- فشار بیشتر بر خرید
- تصمیم‌گیرنده کمتر	- تصمیم‌گیرندگان بیشتر
• ارتباط غیرمستقیم مصرف‌کننده	- تماس مستقیم مصرف‌کننده
• مذاکره ساده	• مذاکره پیچیده

مأخذ: علی صناعی، همان، ص ۱۸۹.

۹ تأثیر مدیران اجرایی بر ایجاد اقتصاد نوین

همان‌طور که گفته شد فناوری مبادله الکترونیکی اطلاعات فقط با کنار گذاشتن شیوه‌های مبتنی بر کاغذ محدود نمی‌شود؛ بلکه کاربرد آن نقش تعیین‌کننده‌ای در ارتقای کارایی و بهره‌وری سازمان‌ها، بهبود مدیریت و روان ساختن معاملات و مراودات بازرگانی دارد و به‌طور کلی نحوه فعالیت سازمان‌ها را به‌صورت بنیادی تغییر می‌دهد. در تجارت بین‌المللی، دسترسی آسان و مطمئن به اطلاعات و برقراری ارتباط سریع با بازارهای جهانی، از اهمیت و حساسیت خاصی برخوردار است.

با بهره‌برداری از مبادله الکترونیکی اطلاعات، هزینه تهیه، پردازش و کاربرد اطلاعات کاهش می‌یابد؛ فاصله جغرافیایی و زمانی بین بازارها از میان می‌رود و تجارت بین‌المللی همانند یک عرصه به هم پیوسته و «بدون مرز» شکل می‌گیرد. درحقیقت، مدیریت مؤثر اطلاعات، سبب جابه‌جایی مزیت‌های سنتی شده و خود به‌عنوان یک برتری رقابتی نیرومند در صحنه تجارت ظهور می‌کند. یکی از ویژگی‌های مهم تجارت الکترونیکی در مراحل نهایی اجرا، روان ساختن روش‌های فعالیت و کاهش هزینه عملیات بازرگانی است. بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد که استفاده از مبادله الکترونیکی اطلاعات به جای روش‌های سنتی مبتنی بر کاغذ، در مجموع ۲۱ تا ۷۰ درصد صرفه‌جویی در هزینه فعالیت‌های مختلف تجاری را به‌همراه دارد.

در چنین فضایی، مدیران شرکت‌ها ناگزیر باید افق نگرش خود را به فراتر از شیوه‌های سنتی تجارت گسترش دهند. آنچه به یقین می‌توان گفت این است که چنانچه شرکتی و یا کشوری به هر علت، نتواند به این موج شتابان و فراگیر بپیوندد؛ در آینده‌ای نه چندان دور، از صحنه رقابت بین‌المللی به حاشیه رانده خواهد شد و بسیاری از فرصت‌های کسب و کار را به سود دیگران از دست خواهد داد.

نتیجه‌گیری و ارائه راهکارهای لازم

عوامل مؤثر در شکل‌گیری اقتصاد نوین مانند اطلاعات، تکنولوژی اطلاعات،

مقررات زدایی، پدیده جهانی شدن، اینترنت و دیدگاه‌های مدیران می‌تواند باعث تسهیل فعالیت‌های اقتصادی شود. این فعالیت‌های اقتصادی عبارتند از:

۱. ارتباط مستقیم و بدون محدودیت زمانی و مکانی بین خریدار و فروشنده،
 ۲. دستیابی سریع به اطلاعات در حجم وسیع،
 ۳. صرفه‌جویی در زمان و مکان (ایجاد جوامع مجازی)،
 ۴. کاهش هزینه‌های بازاریابی در اقتصاد نوین نسبت به مدل سنتی،
 ۵. جهانی بودن (دسترسی در سطح جهانی)،
 ۶. مشتری‌گرایی، به‌طوری‌که با استفاده از فناوری اینترنت باعث تسهیل قیمت‌گذاری، طراحی و تعیین مشخصات کالاها به‌صورت برخط^۱ شده و بدین ترتیب مشتری‌گرایی روزبه‌روز افزایش می‌یابد،
 ۷. روند سریع‌تر توسعه شرکت‌ها از محلی به فراملیتی،
 ۸. از میان رفتن مرزهای فیزیکی و تبدیل جهان به یک دهکده جهانی،
 ۹. افزایش کیفیت کالاها و خدمات و تعریف استاندارد جهانی،
 ۱۰. در نهایت افزایش صادرات و ایجاد سرمایه‌گذاری و اشتغال.
- باتوجه به نرخ رشد سریع تجارت جهانی و ایجاد اقتصاد الکترونیکی – که باعث ۲۱ الی ۷۰ درصد صرفه‌جویی در انجام فعالیت‌های اقتصادی شده است – کشورهای در حال توسعه از طریق راهکارهایی می‌توانند اقتصاد سنتی را به اقتصادی نوین تبدیل کنند. از جمله این راهکارها به‌شرح ذیل است:

۱. تشکیل گروه کاری برای تسهیل بازاریابی و تجارت الکترونیکی،
۲. تشکیل گروه کاری برای ایجاد بانک‌های اطلاعاتی تجاری مشترک با استفاده از نظام تعرفه‌ای ترجیحی،
۳. شناسایی مزیت‌های نسبی به‌واسطه تحقیقات بازرگانی،

_____ بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد اقتصاد نوین (دیجیتالی) ۹۹

۴. آموزش بازاریابی و تجارت الکترونیکی به دست‌اندرکاران گمرک، بازرگانان کشور و دانشجویان دانشگاه‌ها،

۵. تبدیل سیستم‌های سنتی کاغذی به سیستم‌های الکترونیکی نوین در اداراتی مانند بانک‌ها، گمرک، حمل‌ونقل و ...



منابع و مأخذ

حسینی کیا، سید تقی. مدیریت بازاریابی جهانی، انتشارات علوم پایه، چاپ اول، ۱۳۸۰.
صنایعی، علی. بازاریابی و تجارت الکترونیک، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ دوم، ۱۳۸۰.
گیلیس، مالکوم، دوایت اچ. پرکینز، مایکل روم و دانلدار. اسنودگراس. اقتصاد توسعه، ترجمه
غلامرضا آزاد، نشر نی، تهران، ۱۳۷۹.

مستأجران، علی. مفاهیم استراتژیک در اقتصاد نوین، انتشارات کیومرث، چاپ اول، ۱۳۸۰.

Chaffeyk, D. *Internet Marketing*, Esse: Prentice Hall, 2000.

Keegan, w. J. *Global Marketing Management*, Prentice Hall International Inc, 1999.

Kotler, Philip. "Marketing Management", Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th ed. 2005.

www.asiandemographics.com

www.asiandevbang.org

www.oecd.com

