

اقتصاد اطلاعات^۱ در ایران و جهان

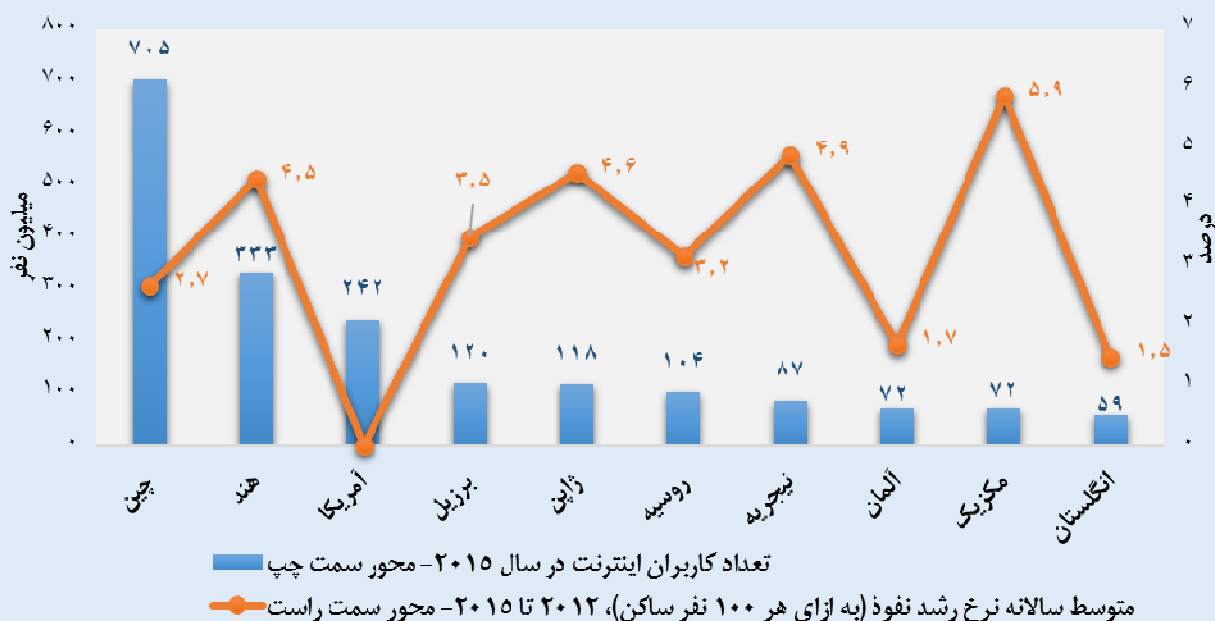
بر اساس گزارش اخیر آنکتاد^۲، در سال ۲۰۱۵ اقتصادهای در حال توسعه و در حال گذار حدود ۷۰ درصد از کاربران اینترنتی جهان را به خود اختصاص داده‌اند و بیشترین تعداد کاربران مربوط به دو کشور چین و هند بوده است. در بین ۱۰ اقتصاد اول جهان با بیشترین تعداد کاربران اینترنتی، تنها ۴ کشور توسعه یافته قرار دارد (نمودار ۱).

در برخی کشورهای در حال توسعه و نوظهور مانند برزیل، هند، مکزیک و نیجریه نرخ رشد سالانه استفاده از اینترنت بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵، بین ۴ تا ۶ درصد بوده؛ در حالی که این نرخ در اقتصادهای توسعه یافته (به جز ژاپن) با توجه به اینکه این بازارها نزدیک به اشباع هستند، بسیار کندتر است (نمودار ۱).

نمودار ۱- ۱۰ اقتصاد جهان با بیشترین تعداد کاربران اینترنتی در سال ۲۰۱۵ و متوسط نرخ رشد



سالانه آن‌ها طی سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵

^۱ Information Economy^۲ United Nations Conference On Trade And Development (UNCTAD)

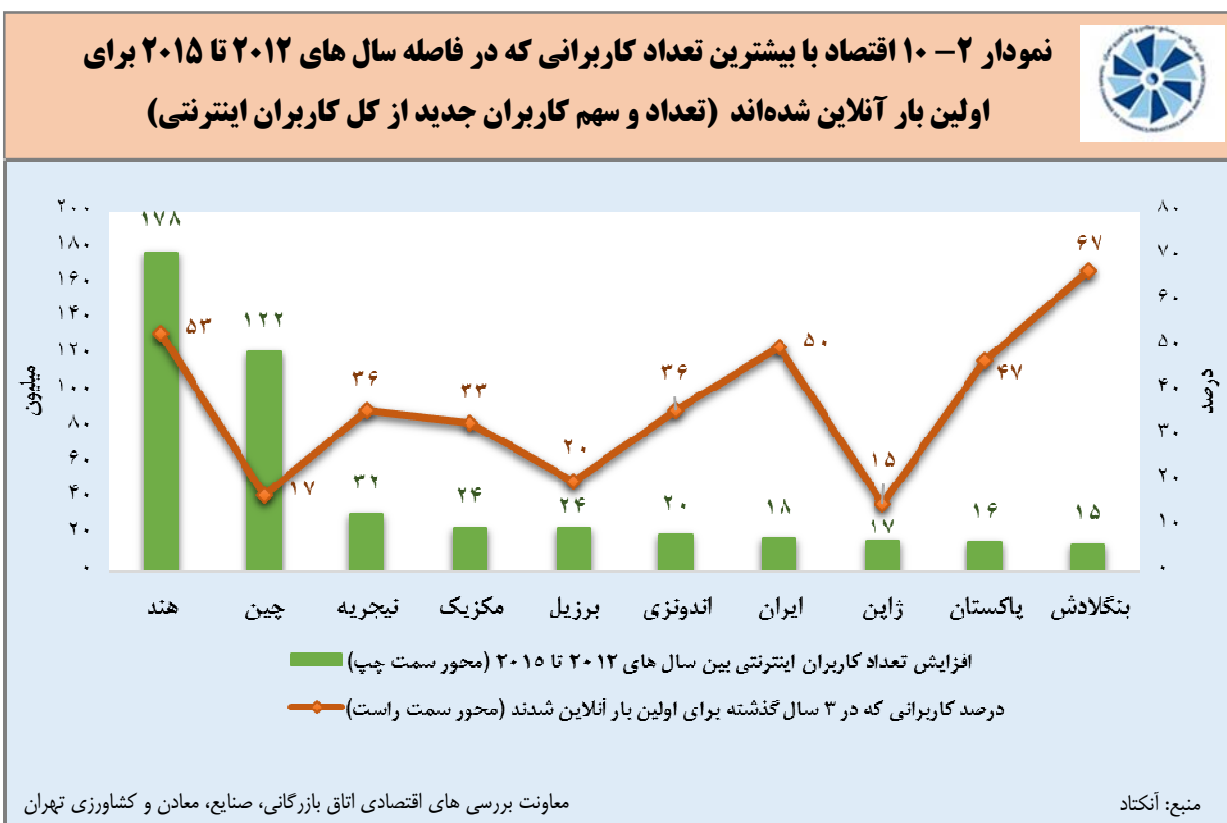


معاونت بررسی های اقتصادی

قریب به ۹۰ درصد از ۷۵۰ میلیون نفری که بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵ برای نخستین بار آنلاین شده‌اند، از کشورهای در حال توسعه بوده‌اند که بیشترین تعداد را هند (۱۷۸ میلیون نفر) و چین (۱۲۲ میلیون نفر) داشته‌اند. در سه سال گذشته، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه حدود نیمی از کاربران اینترنتی یا بیشتر، برای اولین بار آنلاین شده‌اند. از این کشورها می‌توان به بنگلادش، هند، ایران و پاکستان اشاره کرد (نمودار ۲).

آمارهای مربوط به ایران نیز نشان می‌دهد که طی سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵، حدود ۱۸ میلیون کاربر جدید به کاربران اینترنتی ایران اضافه شده‌اند و به عبارتی طی این سه سال حدود ۵۰ درصد از کل ۳۶ میلیون نفر کاربران اینترنتی ایران، کاربرانی جدید بوده‌اند.

در برزیل و چین بیش از ۵۰ درصد جمعیت آن‌ها از اینترنت استفاده می‌کنند؛ در حالی که در هند تنها کمی بیشتر از یک چهارم جمعیت آن‌ها کاربر اینترنتی هستند.



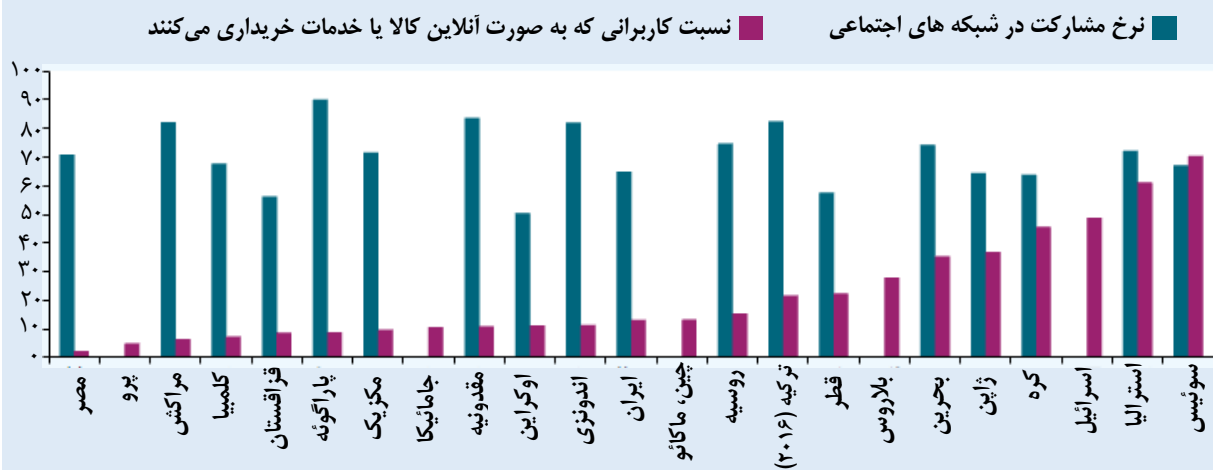


معاونت بررسی های اقتصادی

آمارهای کمیسیون اروپا^۳ نشان می دهد که در سال ۲۰۱۶، دو سوم کاربران اینترنتی در اروپا خرید آنلاین داشته اند و میزان استفاده آن ها بخصوص بین افراد جوان، به طور پیوسته در حال افزایش است. در حال حاضر در دانمارک، آلمان و انگلستان بیش از ۸۰ درصد کاربران اینترنتی، آنلاین خرید می کنند. آمارهای مشابه از برخی کشورهای در حال توسعه نیز نشان می دهد در سال ۲۰۱۵، نسبت کاربران اینترنتی که آنلاین خرید می کنند از زیر ۳ درصد در بسیاری از کشورهای کمتر توسعه یافته تا ۶۰ درصد در سنگاپور متغیر بوده است (نمودار ۳).

در کشورهای در حال توسعه، کاربران اینترنتی در مقایسه با مشارکت در شبکه های اجتماعی، تمایل کمتری به خرید آنلاین دارند. این امر ممکن است به دلیل عدم اطمینان به فضای مجازی، آگاهی پایین نسبت به تجارت الکترونیک و یا ترجیحات فرهنگی باشد. به عنوان مثال سال ۲۰۱۵ در ایران نرخ مشارکت افراد در شبکه های اجتماعی حدود ۷۰ درصد بوده اما نرخ کاربران اینترنتی که خرید آنلاین می کنند به ۲۰ درصد هم نمی رسد. یکی از نکات جالب توجه در بین کشورهای مورد بررسی مربوط به سوئیس است که در این کشور نرخ کاربران اینترنتی که در شبکه های اجتماعی فعالیت می کنند کمتر از کاربرانی است که به خرید اینترنتی می پردازند.

نمودار ۳- نسبت کاربران اینترنتی که خرید آنلاین انجام می دهند یا در شبکه های اجتماعی مشارکت می کنند، سال ۲۰۱۵ (درصد)



معاونت بررسی های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

منبع: آنکتاد

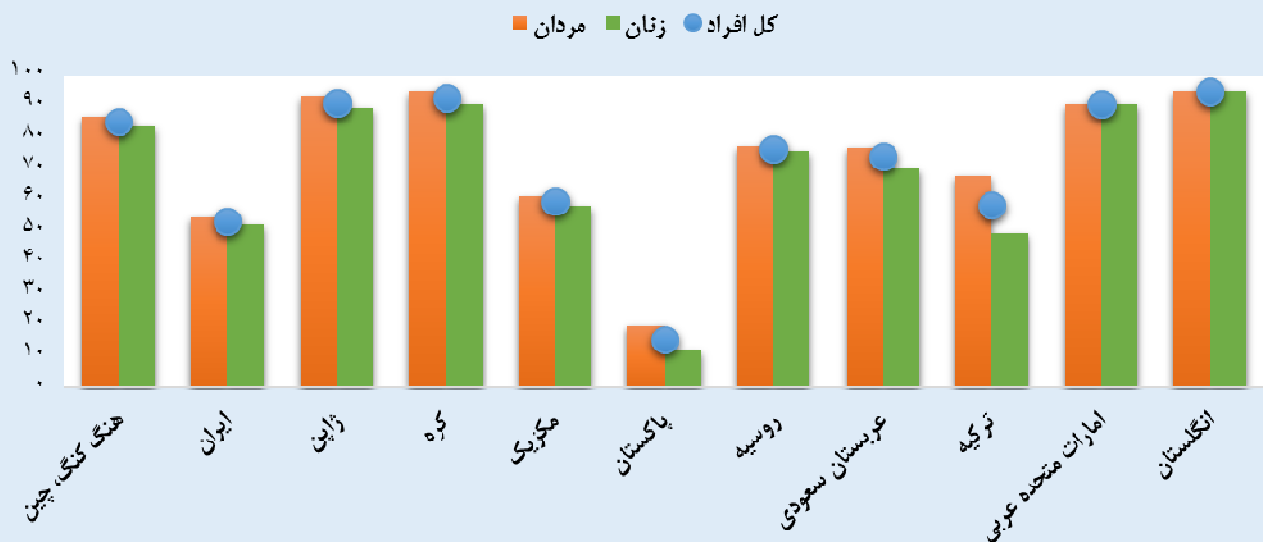
^۳ Euro-Stat



معاونت بررسی های اقتصادی

طبق آمارهای اتحادیه بین المللی مخابرات^۵ در سال ۲۰۱۶ نسبت افرادی که در ایران از اینترنت استفاده کرده اند، ۵۳ درصد بوده است. این نسبت در انگلستان، کره و امارات متحده عربی قریب ۹۰ درصد و در پاکستان کمتر از ۲۰ درصد است. طبق آمارها در اکثر کشورها درصدی از مردان جامعه که از اینترنت استفاده می کنند نسبت به زنانی که از اینترنت استفاده می کنند بیشتر بوده است. در ایران حدود ۵۴.۳ درصد از مردان و ۵۲.۱ درصد از زنان از اینترنت استفاده می کنند (نمودار ۵).

نمودار ۵- نسبت افرادی که از اینترنت استفاده می کنند به تفکیک جنسیت (درصد زنان (مردانی) که از اینترنت استفاده می کنند)، سال ۲۰۱۵ یا ۲۰۱۶



معاونت بررسی های اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

منبع: اتحادیه بین المللی مخابرات

منابع:

- UNCTAD, "INFORMATION ECONOMY REPORT", ۲۰۱۷
- <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/default.aspx>

تهیه شده توسط فروغ کریمی امیرکیاسر
مهرماه ۱۳۹۶

^۵ International Telecommunication Union