

در زمینه بخشنامه‌ها نیز بخشنامه‌های بازرگانی صادره از سوی کمرک، وزارت بازرگانی، بانک مرکزی، وزارت صنایع و... روی شبکه موجود است.

○ در نقطه تجاری ایران، اطلاعات مربوط به قوانین و مقررات بازرگانی، فرصت‌های تجاری، دریافت سفارش، اطلاعات فرهنگی و گردشگری، اخبار و آگهی‌های بازرگانی - اقتصادی، اطلاعات صادرکنندگان و واردکنندگان، شرکت‌های تولیدی و صنعتی و... ارائه می‌شود.

۲- ارسال و دریافت اطلاعات فرصت‌های تجاری (ETO): در این زمینه تقاضاکنندگان کالا و خدمات می‌توانند اطلاعات موردنظر را دریافت دارند و عرضه‌کنندگان کالا یا خدمات می‌توانند مشخصات کالا و یا خدمات خود را روی شبکه ارسال نمایند.

۳- کاتالوگ الکترونیکی محصولات: در این بخش تولیدکنندگان می‌توانند کاتالوگ محصولات خود را روی شبکه تبلیغ نمایند.

۴- امکان دریافت سفارش: در این بخش خریداران می‌توانند سفارش خرید خود را به کارخانه تولیدکننده به صورت اتوماتیک از طریق شبکه ارسال دارند.

۵- اطلاعات فرهنگی و گردشگری: در این بخش هدف آن است که کاربران بتوانند اطلاعات عمومی شهرهای ایران را از شبکه دریافت دارند.

۶- اخبار و آگهی‌های بازرگانی - اقتصادی: در این بخش بولتن روزانه مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به صورت الکترونیکی روی شبکه قرار می‌گیرد. اخبار این بولتن در دو بخش فارسی و انگلیسی به اطلاع کاربران می‌رسد. اطلاعات بورس، ارز، طلا و... نیز در این بخش وجود دارد.

۷- معرفی اعضای مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران (EAN IRAN): مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران که دارای بیش از ۱۵۰۰ عضو می‌باشد، روی شبکه نقطه تجاری معرفی می‌شوند.

۸- اطلاعات صادرکنندگان و واردکنندگان ایرانی: در این بخش که منبع اطلاعات آن اتاق بازرگانی است، صادرکنندگان و واردکنندگان کالا و خدمات معرفی می‌شوند.

■ مفهوم نقطه تجاری چیست؟

□ نقطه تجاری مفهومی است که سازمان ملل آن را طرح کرده است و در بسیاری از کشورها نقطه تجاری وجود دارد. براساس تعریف ارائه شده توسط مرکز توسعه نقاط تجاری سازمان ملل (UNTPDC)، نقطه تجاری مرکزی است که دارای سه ویژگی به این شرح باشد:

- ۱- مرکز اطلاعات تجاری باشد.
- ۲- مرکز تسهیلات تجاری باشد.
- ۳- مرکزی باشد که بتواند ارتباط خود را از طریق شبکه‌های رایانه‌ای با شبکه نقاط تجاری جهانی (GTPNet) برقرار کند.

■ از چه زمانی بحث و بررسی برای ایجاد نقطه تجاری ایران در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی مطرح شد؟

□ از سال ۱۳۷۳ بحث ایجاد نقطه تجاری ایران در شورای انفورماتیک بازرگانی در مؤسسه مطرح و پس از انجام تحقیقات و مطالعات اولیه، قراردادی بین مؤسسه و شرکت راهبر منعقد شد. در این قرارداد شرکت راهبر موظف شد مرحله اول پایگاه اطلاع‌رسانی نقطه تجاری ایران را طراحی و راه‌اندازی کند.

شرکت راهبر در فضای طبقه همکف مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، شبکه اطلاع‌رسانی نقطه تجاری ایران را تأسیس کرد.

این شرکت در نقطه تجاری ایران، یک مرکز اطلاع‌رسانی مبتنی بر فن‌آوری «وب» (WEB Technology) ایجاد کرد که در آن اطلاع‌رسانی به صورت‌های «متنی» و «گرافیکی» امکان‌پذیر است. این شبکه حاوی اطلاعات متنوع بازرگانی می‌باشد.

■ لطفاً اطلاعات و خدمات موجود در شبکه نقطه تجاری ایران را ذکر فرمایید.

□ در حال حاضر تمامی خدمات ارائه شده در شبکه نقطه تجاری ایران، خدمات اطلاع‌رسانی است. این خدمات عبارتند از:

- ۱- ارائه اطلاعات قوانین و مقررات بازرگانی: در این بخش کاربران شبکه می‌توانند برحسب نیاز خود از قوانین و مقررات بازرگانی شامل مصوبات مجلس شورای اسلامی، هیأت دولت، بخشنامه‌های وزارتخانه‌های دست‌اندرکار تجارت خارجی، کمرک ایران، قانون مقررات صادرات و واردات و آیین‌نامه اجرایی آن استفاده نمایند.

۹- اطلاعات و مشخصات شرکت‌های تولیدی و صنعتی ایران: منبع این اطلاعات وزارت صنایع است. این بخش پایگاه اطلاعاتی مطلوبی برای کاربران شبکه است. در این بخش می‌توان مشخصات یک شرکت تولیدی را براساس نام محصول، نوع فعالیت شرکت و نام مدیرعامل جست‌وجو کرد.

۱۰- کتاب ایران شریک تجاری شما: این کتاب به زبان انگلیسی تدوین شده و اطلاعات مختلفی در مورد محصولات ایران، صنایع دستی ایران، اوضاع اقلیمی ایران و... در اختیار تجار قرار می‌دهد که به صورت الکترونیکی روی شبکه قرار دارد.

این کتاب هم‌اکنون علاوه بر شبکه، روی یک دیسک فشردۀ نوری به صورت چندرسانه‌ای عرضه شده است.

۱۱- اطلاع‌رسانی دو اجلاس بین‌المللی موسوم به ASEB و EDICOM98: با توجه به اینکه از ۱۳ تا ۱۹ تیرماه سال جاری دو اجلاس بین‌المللی در رابطه با تجارت الکترونیکی در تهران برگزار می‌شود، در شبکه نقطه تجاری ایران دو صفحه مخصوص (Home Page) فراهم شده است که اطلاعات و وقایع مربوط به این دو اجلاس را در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد.

در این زمینه، انواع اطلاعات موردنیاز شرکت‌کنندگان داخلی و خارجی ارائه شده است. ضمناً شرکت‌کنندگان خارجی در این اجلاس می‌توانند از طریق فرم‌های ثبت‌نام که به صورت الکترونیکی روی شبکه نقطه تجاری ایران می‌باشد، تقاضای حضور خود را ارسال دارند.

■ درباره تاریخچه نقاط تجاری جهان، مرکز نقاط تجاری و تعداد کشورهایایی که در جهت راه‌اندازی نقطه تجاری اقداماتی انجام داده‌اند، توضیح دهید.

۱) مرحله اول برنامه نقطه تجاری در سال ۱۹۹۲ آغاز شد و مرحله دوم آن جهت ارتباط دادن کلیه نقاط تجاری در شبکه سراسری نقاط تجاری (GTPNet) در سال ۱۹۹۴ شروع به کار کرد. در حال حاضر ۱۲۷ نقطه تجاری در ۱۰۶ کشور در مراحل مختلف پیاده‌سازی است.

○ کاتالوگ الکترونیکی محصولات از جمله خدمات نقطه تجاری ایران است. تولیدکنندگان می‌توانند تمام اطلاعات محصول خود از جمله شکل، مشخصات، قیمت و... را روی شبکه عرضه کنند.

در سال ۱۹۹۵ مرکز توسعه نقاط تجاری (UNTPDC) اولین مؤسسه‌ای در سازمان ملل بود که WEB Site ایجاد کرد. فن‌آوری جدیدی روی شبکه اینترنت است که با به‌کارگیری آن می‌توان اطلاعات را به صورت‌های متنی و تصویری، صوتی - تصویری ملاحظه نمود. WEB Site مربوط به مرکز توسعه نقاط تجاری (UNTPDC) و همچنین سایر WEB Site های سازمان ملل نظیر WTO، ITC و UNECE در ژنو و در مرکز بین‌المللی رایانه سازمان ملل واقع شده و ۸۰ درصد تراکم در شبکه سازمان ملل مربوط به UNTPDC WEB Site است.

UNTPDC در ژوئن سال ۱۹۹۵ از بانکوک در تایلند به ملبورن استرالیا در محل مؤسسه فن‌آوری ملبورن RMIT انتقال یافت و هم‌اکنون مرکز هماهنگی تمامی نقاط تجاری در جهان می‌باشد.

■ لطفاً در زمینه فرصت‌های تجاری اطلاعات بیشتری به خوانندگان بدهید.

□ ETO یا فرصت‌های تجاری، در واقع اطلاعات عرضه و تقاضا می‌باشد که به صورت آگهی روی شبکه ظاهر می‌شود. ETO در سال ۱۹۹۳ ارائه شد و تا سال ۱۹۹۶ یک بیلیون مورد در کل شبکه GTPNet تبادل شده است.

اطلاعات فرصت‌های تجاری که هر روزه روی شبکه نقطه تجاری ایران قابل دریافت است، به کاربران این امکان را می‌دهد که با عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات موردنیاز خود در سراسر دنیا آشنا شده و متقابلاً کالا و خدمات قابل عرضه خود را به متقاضیان دیگر نقاط جهان معرفی نمایند.

فرصت‌های تجاری با استانداردهایی که سازمان ملل تعیین کرده است، به‌طور روزانه روی شبکه نقاط تجاری جهان منتقل می‌شود و در نقطه تجاری ایران نیز دریافت می‌گردد.

روزانه به‌طور متوسط ۴۰۰ الی ۵۰۰ فرصت تجاری در نقطه تجاری ایران دریافت می‌شود که پس از پردازش‌های لازم، برای استفاده کاربران روی این شبکه قرار می‌گیرد.

فرصت‌های تجاری روی شبکه آگاه‌گر بازرگانی نیز قرار می‌گیرد تا کاربران شبکه آگاه‌گر هم بتوانند از آن استفاده کنند. فرصت‌های تجاری می‌تواند در گسترش تجارت خارجی ایران نقش عمده‌ای ایفا کند.

■ منظور از «پردازش» اطلاعات فرصت‌های تجاری (ETO) در شبکه نقطه تجاری چیست؟

اطلاع‌رسانی، نمایشگاه رایانه و نیز بیست‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی تهران، در سال گذشته بودند که متخصصین امر تجارت با نقطه تجاری ایران آشنا شدند و بسیاری از افراد نیز علاقه‌مند شدند که از امکانات شبکه نقطه تجاری ایران استفاده کنند.

■ برای شناساندن هر چه بیشتر شبکه نقطه تجاری ایران چه تمهیداتی باید در نظر گرفته شود؟

□ یکی از مسایلی که در خصوص شبکه نقطه تجاری مطرح است و باید به آن توجه زیادی شود، تبلیغات است. بسیاری از متخصصین و دست‌اندرکاران امر تجارت، هنوز از توانایی‌ها و خدماتی که در شبکه نقطه تجاری ارایه می‌شود، آگاهی ندارند. به همین جهت تبلیغات می‌تواند در معرفی شبکه نقطه تجاری نقش اساسی ایفا کند.

■ شبکه نقطه تجاری در حال حاضر چه تعداد کاربر دارد؟

□ در حال حاضر کاربران شبکه آگاه‌گر که از شبکه نقطه تجاری نیز استفاده می‌کنند ۲۰۰ عضو هستند و برای گرفتن اعضای بیشتر، تسهیلاتی فراهم خواهد شد. شبکه نقطه تجاری ایران در یازدهمین نمایشگاه کتاب و اطلاع‌رسانی معرفی شد تا از این طریق، دست‌اندرکاران تجارت به‌طور وسیع‌تری با این شبکه آشنا شوند. استقبال مردم و متخصصین از غرفه شبکه نقطه تجاری در این نمایشگاه واقعاً چشمگیر بود.

■ کسانی که امکان استفاده از شبکه نقطه تجاری ایران را در محل کار خود ندارند، چگونه می‌توانند از امکانات شبکه استفاده کنند؟

□ برای کسانی که به هر دلیلی نمی‌توانند از طریق رایانه در محل کار خود از شبکه استفاده کنند، این امکان فراهم شده است تا در محل نقطه تجاری ایران در طبقه همکف ساختمان مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی حضور یابند و اطلاعات موردنیاز خود را از کارشناسان اطلاع‌رسانی به‌صورت حضوری دریافت کنند. کارشناسان شبکه نقطه تجاری ایران اطلاعات موردنیاز مراجعه‌کنندگان را یا از طریق بانک‌های اطلاعاتی که در شبکه نقطه تجاری وجود دارد و یا از شبکه اینترنت کسب می‌کنند و در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند.

■ آیا شبکه نقطه تجاری و اطلاعات فرصت‌های تجاری می‌تواند حجم تجارت خارجی ایران را گسترش دهد؟

□ مستندات نشان می‌دهد یکی از مؤثرترین راه‌های توسعه

□ وقتی اطلاعات ETO دریافت می‌شود، از لحاظ نرم‌افزاری، مجموعه‌ای از عملیات روی آنها انجام می‌شود تا به شکل قابل استفاده برای کاربران، در شبکه درج شود. این مجموعه عملیات را پردازش می‌گویند.

■ لطفاً بفرمایید امکان کاتالوگ الکترونیکی محصولات چه خدماتی را در اختیار کاربران آن قرار می‌دهد؟

□ یکی از خدماتی که در شبکه نقطه تجاری ایران وجود دارد، امکان کاتالوگ الکترونیکی محصولات است. در این بخش از خدمات نقطه تجاری ایران، تولیدکنندگان می‌توانند کاتالوگ محصول تولیدی خود را شامل کلیه اطلاعات محصول از جمله شکل، مشخصات، قیمت و... را روی شبکه عرضه نمایند. عرضه کاتالوگ تبلیغاتی محصولات می‌تواند به‌صورت‌های متنی، گرافیکی و تصویری، «صوت» و یا حتی به‌صورت «فیلم» باشد.

○ بسیاری از متخصصان و دست‌اندرکاران تجارت هنوز از توانایی‌ها و خدماتی که در شبکه نقطه تجاری ارایه می‌شود، آگاهی ندارند، لذا تبلیغ برای معرفی این شبکه ضروری است.

در بخش امکان کاتالوگ الکترونیکی محصولات، کلیه تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و ارایه‌کنندگان خدمات می‌توانند کالا یا خدمات خود را روی شبکه نقطه تجاری ایران تبلیغ نمایند. با توجه به اینکه شبکه نقطه تجاری ایران به شبکه اینترنت متصل است، کسانی که کالای خود را در شبکه نقطه تجاری ایران تبلیغ می‌کنند، در واقع آن را در شبکه جهانی اینترنت تبلیغ می‌نمایند.

در برنامه توسعه این بخش، ارایه خدمات مختلفی از جمله عرضه کالا، سفارش خرید کالا، پرداخت مبلغ کالا به طرق مختلف و... از طریق فرم‌های الکترونیکی در نظر گرفته شده است.

■ استقبال از شبکه نقطه تجاری ایران را تاکنون ارزیابی کرده‌اید؟

□ بعد از آنکه نقطه تجاری ایران افتتاح و راه‌اندازی شد، آغاز به کار آن در رسانه‌ها اعلام شد. در نمایشگاه‌های بین‌المللی که در تهران برگزار شده، نقطه تجاری ایران معرفی گردیده است. عمده‌ترین این نمایشگاه‌ها، نمایشگاه

اطلاعات تجاری. صحت، دقت و سرعت مبادلات اطلاعات را افزایش می‌دهد و در نهایت تسهیلات فراوانی را برای تجار و بازرگانان ایجاد می‌کند.

چنانچه بخواهیم در امر صادرات کالاهای غیرنفتی جهش اساسی داشته باشیم، باید در سرمایه‌گذاری برای توسعه شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی و تجارت الکترونیکی که امر تجارت را آسان می‌کند، اهتمام ورزیم.

■ بازرگانان شهرستان‌ها چگونه می‌توانند از نقطه تجاری ایران استفاده کنند؟

□ بین استان‌های مختلف کشور و شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی که در محل مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی مستقر می‌باشد، ارتباط برقرار شده است. در حال حاضر ۱۹ استان کشور به این شبکه متصل هستند و کسانی که در شهرستان‌ها بخواهند از خدمات شبکه نقطه تجاری و شبکه آگاه‌گر استفاده کنند، می‌توانند به ادارات بازرگانی استان‌ها مراجعه و اطلاعات موردنیاز خود را درخواست و دریافت نمایند.

○ برای ایجاد جهش اساسی در صادرات غیرنفتی، سرمایه‌گذاری برای توسعه شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی و تجارت الکترونیکی ضروری است.

■ برای وصل شدن به شبکه نقطه تجاری ایران چه ابزاری موردنیاز است؟

□ برای اتصال به این شبکه، یک دستگاه رایانه شخصی (PC)، یک دستگاه مودم که ارتباط بین دو رایانه را برقرار می‌سازد، یک خط تلفن و یک نرم‌افزار ارتباطی که بتواند به شبکه WEB نقطه تجاری ایران متصل شود، مورد نیاز است. این نرم‌افزار ارتباطی عمدتاً NETSCAPE و یا INTERNET EXPLORER می‌باشد که تحت WINDOWS 95 عمل می‌کنند.

■ آیا برای توسعه صادرات غیرنفتی توصیه‌ای دارید؟
□ ما امیدواریم که توسعه شبکه نقطه تجاری ایران، ابزاری را برای توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی ایجاد کند.



صادرات کالاهای غیرنفتی، توسعه این نوع شبکه‌هاست. اگر این شبکه‌ها توسعه پیدا کند و فرهنگ استفاده از آن بین تجار و بازرگانان ایرانی رایج شود، تغییرات بسیار زیادی در شیوه تجاری کشور پدید خواهد آمد.

○ یکی از مؤثرترین راه‌های توسعه صادرات کالاهای غیرنفتی، استفاده از شبکه نقطه تجاری و اطلاعات فرصت‌های تجاری است و باید فرهنگ استفاده از این شبکه‌ها بین تجار و بازرگانان رایج شود.

■ ارزیابی شما از استقبال مردم و بازرگانان از اطلاعات فرصت‌های تجاری چیست؟

□ استقبال مردم از این سیستم بسیار مطلوب و درخور تحسین بوده است. فرصت‌های تجاری از جمله مواردی از خدمات ارائه شده در شبکه نقطه تجاری است که تجار و بازرگانان از آن استقبال چشمگیری کرده‌اند.

■ آیا شبکه نقطه تجاری ایران در توسعه صادرات غیرنفتی می‌تواند نقش اصولی ایفا کند؟

□ استفاده از شبکه نقطه تجاری به دلیل اینکه یکی از شیوه‌های جدید تجارت را طرح می‌کند، موفقیت به‌ممراد خواهد داشت. در جهان تجارت، امروزه کسانی موفق عمل خواهند کرد که شیوه‌های نوین تجارت را به‌کار گیرند.

هم‌اکنون در تجارت جهانی، خرید و فروش، اطلاع‌رسانی و... روی شبکه اینترنت در حال انتقال است و از طریق این شبکه، تجارت رونق چشمگیری پیدا کرده و بسیار آسان و روان شده است. استفاده از تجارت الکترونیکی باعث می‌شود هزینه‌های سریار و زاید حذف شود و یک تاجر در محل کار خود به اطلاعات موردنیاز دسترسی پیدا کند.

به‌کارگیری تجارت الکترونیکی با استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای، سفرهای زائد و مخارج مترتب بر آن را از میان می‌برد. استفاده از شبکه نقطه تجاری در کاهش هزینه‌های مبادلات اطلاعات تجاری و دیگر هزینه‌ها نقش عمده‌ای ایفا می‌کند. در کشورهایی که از روش‌های سنتی و کاغذی در مبادلات اطلاعات تجاری استفاده می‌کنند، حجم بسیار زیادی کاغذ مبادله می‌شود که صرف هزینه بسیار زیاد و اتلاف وقت را موجب می‌شود. در مبادلات کاغذی، دقت کاهش می‌یابد و خستگی دربردارد، در صورتی که استفاده از شبکه‌های تبادل