

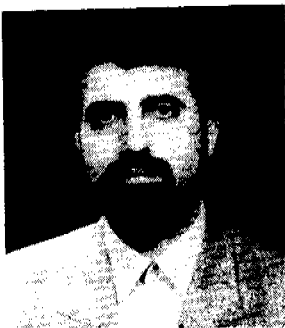
اشاره:

دستیابی به اطلاعات بازرگانی از ابزارهای بسیار مهم برای حضور مؤثر و فعال در بازارهای بین‌المللی است. اطلاعات بازرگانی باید صحیح، شفاف و به‌هنگام باشد و در اسرع وقت در اختیار مخاطبان قرار گیرد تا آنها بتوانند بهترین تصمیم‌ها را اتخاذ نمایند.

پیشرفت‌های علم و فن‌آوری، تجهیزات پیشرفته‌ای را در زمینه انتقال سریع اطلاعات از طریق رایانه‌ها و ارتباطات راه‌دور در اختیار نهاده است. آن گروه از دست‌اندرکاران تجارت که نتوانند از ابزارهای نوین تجاری و سیستم‌های اطلاع‌رسانی استفاده کنند، خواه‌ناخواه در رقابت جهانی باید دیر یا زود عرصه را ترک کنند.

با هدف افزایش سهم ایران در تجارت جهانی در دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور و در قالب تبصره ۲۶ ایجاد نظام اطلاع‌رسانی جامع و متمرکز بازرگانی پیش‌بینی شده و تاکنون بخش‌هایی از آن عملی شده است.

در رابطه با اهمیت موضوع اطلاع‌رسانی بازرگانی و پیشرفت‌های حاصله در این زمینه، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با مهندس ناصر نقاش‌زاده عضو هیأت‌مدیره و معاون مهندسی سیستم‌های شرکت خدمات انفورماتیک راهبر، وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.



نظام
اطلاع‌رسانی
بازرگانی
متمرکز و
مستحکم
به توسعه
اقتصادی
کمک
می‌کند

اطلاع‌رسانی بازرگانی در اقتصاد کشور دارد، امروز حرکت‌های منسجم و اقدامات برنامه‌ریزی‌شده‌ای در دست اجرا است.

■ جایگاه قانونی اطلاع‌رسانی بازرگانی را تشریح فرمایید.

□ تبصره ۲۶ قانون دومین برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به موضوع اطلاع‌رسانی بازرگانی پرداخته است و این تبصره مربوط به طراحی و پیاده‌سازی نظام جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی است. در این زمینه، قانون دولت را و دولت نیز وزارت بازرگانی را موظف به اجرای آن نموده است.

اقداماتی که در این زمینه انجام شده است ابتدا مربوط به بحث مطالعات امکان‌سنجی پروژه نظام جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی می‌باشد که طرح کلی آن نیز تدوین گردیده است. بر این اساس، طراحی تفصیلی و جزئیات طرح مشخص خواهد شد و روش‌های پیاده‌سازی طرح بررسی می‌شود. در کنار تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم، طراحی و راه‌اندازی شبکه آگاه‌گر بازرگانی صورت گرفته است. این شبکه در سال ۱۳۷۴ به بهره‌برداری رسیده و از آن پس به متقاضیان شبکه خدمت می‌دهد.

شبکه مذکور یک شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی مبتنی بر BBS و به عبارتی یک تابلو اعلانات الکترونیکی می‌باشد. در این تابلو بخش‌های مختلف اطلاعات بازرگانی گنجانده شده است.

■ لطفاً در زمینه اطلاع‌رسانی بازرگانی با استفاده از شبکه

«وب» (WEB) توضیح دهید.

لا با توجه به پیشرفت‌هایی که در زمینه فن‌آوری اطلاع‌رسانی در چند سال گذشته صورت گرفته است، مؤسسات اطلاع‌رسانی بزرگ جهانی برای امر اطلاع‌رسانی به فن‌آوری جدیدی به نام فن‌آوری «وب» (WEB) روی آورده‌اند.

در این زمینه شبکه آگاه‌گر بازرگانی مطالعات زیادی را انجام داد و شبکه اطلاع‌رسانی دیگری مبتنی بر «وب» را ایجاد کرد که همان شبکه نقطه تجاری ایران می‌باشد. این شبکه با فن‌آوری اینترنت و مبتنی بر «وب» است. متقاضیان علاقه‌مند به اطلاعات بازرگانی می‌توانند از طریق این شبکه اطلاعات خود را به دست آورند. پایگاه دیگری نیز در کنار شبکه نقطه تجاری ایران بر روی اینترنت وجود دارد که آدرس آن: <http://www/irancommerce.com> می‌باشد. این آدرس

■ نقش اطلاع‌رسانی بازرگانی را تشریح فرمایید.

□ لازمه اجرای هر فعالیت اقتصادی، داشتن اطلاعات کافی در آن زمینه است. نداشتن اطلاعات باعث می‌شود تا انسان در فضای تاریکی حرکت کند که در آن امکان بروز هر مشکلی متصور است.

برای پرهیز از مواجه شدن با مشکلات، باید اطلاعات لازم وجود داشته باشد. به عبارت دیگر اصولاً اطلاعات دقیق، صحیح، کامل و بهنگام، دستمایه لازم برای انجام هر گونه فعالیت می‌باشد.

به‌طور کلی اطلاعات در جهان امروز یک کالای راهبردی شناخته می‌شود و این کالا توانسته است جای کالاهای راهبردی گذشته مانند فولاد را که قبلاً دارای اهمیت ویژه‌ای بود، بگیرد. به دیگر سخن برای حرکت‌های صحیح بازرگانی باید با اطلاعات، مسیر حرکت را روشن کرد تا از خطاهای احتمالی و اشکالاتی که در حین حرکت بازرگانی پیش می‌آید، پرهیز شود.

در حرکت بازرگانی کشور دو بخش وجود دارد که عبارتند از:

۱- بخش اطلاعات بازرگانی

۲- بخش عملیات بازرگانی

این دو بخش مانند دو بال یک هواپیما هستند که اگر هر دوی آنها به‌طور صحیح کار خود را انجام دهند، هواپیما می‌تواند به‌طور مطلوب پرواز کند. چنانچه در یکی از این دو بال مشکلی به‌وجود آید، طبیعتاً پرواز هواپیما با اشکال مواجه خواهد شد.

○ اطلاعات دقیق، صحیح، کامل و به‌هنگام دستمایه لازم برای انجام هر اقدام و فعالیتی است. اطلاعات در جهان امروز یک کالای راهبردی شناخته شده است.

مقوله اطلاع‌رسانی و فن‌آوری اطلاعات، جزو مقولاتی است که در دنیای جدید وارد شده و در ایران نیز زمانی کوتاه است که مطرح شده است. برای دستیابی به اطلاعات صحیح باید یک نظام اطلاع‌رسانی در هر رشته مشخص شود. در زمینه اطلاع‌رسانی بازرگانی، مطالعات عدیده‌ای در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی انجام شد و در نهایت به اقدامات اولیه‌ای در این زمینه منجر شد. نظر به اهمیتی که

موظف به ارائه اطلاعات دقیق اقتصادی - بازرگانی خود به وزارت بازرگانی هستند، اما متأسفانه تا به حال برای تأمین این اطلاعات، مشکلات زیادی وجود داشته است که این مشکلات عمدتاً به فرهنگ اطلاع‌رسانی و حمیت‌های قسمتی بازمی‌گردد. در بخش مشکلات باید گفته شود هر کشور در زمینه اطلاع‌رسانی بازرگانی، مسایل خاص خود را دارد. برای مثال در سنگاپور که کشور کوچکی است، راه‌اندازی شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی کار مشکلی نبوده است، اما در ایران بحث تأمین و تغذیه اطلاعات برای این شبکه، یکی از مشکلات عمده می‌باشد.

چنانچه دانش فنی این امر تحقق یابد و شبکه برقرار شود، ولی خوراک لازم که همان اطلاعات است به شبکه تزریق نشود، شبکه با مشکل اساسی مواجه خواهد شد.

این اطلاعات بایستی از دستگاه‌های داخل و خارج وزارت بازرگانی، شبکه را تغذیه نماید. اطلاعات یادشده در زمینه‌های ثبت سفارش، بیمه، گمرک، حمل و نقل، بانک و... می‌باشد که باید در اختیار شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی و نقطه تجاری ایران قرار گیرد.

به‌طور کلی در این زمینه اطلاعات بایستی دارای چهار ویژگی زیر باشد:

یک آدرس اینترنتی است و متعلق به وزارت بازرگانی می‌باشد. در این زمینه از اقصی نقاط جهان هر فردی که با اینترنت تماس داشته باشد، با دادن این آدرس می‌تواند اطلاعات موجود در پایگاه را دریافت نماید.

هر متقاضی می‌تواند با انتخاب موارد زیر به اطلاعات بازرگانی موردنظر دست یابد:

- ۱- ایران شریک تجاری شما
- ۲- راهنمای صادرکنندگان و واردکنندگان ایرانی
- ۳- فهرست شرکت‌های تولیدی و صنعتی
- ۴- اخبار روزانه بازرگانی
- ۵- انتشارات بازرگانی
- ۶- ارتباط با پایگاه‌های دیگر اطلاع‌رسانی

■ در زمینه برنامه‌های آینده اطلاع‌رسانی بازرگانی، توضیحاتی ارائه فرمایید و مشکلات آن را ذکر کنید.

□ از برنامه‌های آینده اطلاع‌رسانی، مهم‌ترین برنامه‌ای که باید در وزارت بازرگانی دنبال شود، بحث طراحی و ایجاد شبکه جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی است که موضوع تبصره ۲۶ برنامه دوم می‌باشد. برای این کار باید برنامه‌ریزی‌های مختلفی صورت گیرد تا این پروژه به بار بنشیند و به بهره‌برداری برسد.

○ در تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم توسعه اقتصادی کشور، طراحی و پیاده‌سازی نظام جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی به عهده دولت و از سوی دولت به وزارت بازرگانی واگذار شده است.

مشکل اساسی، ناآشنایی تجار و بازرگانان با اطلاع‌رسانی بازرگانی است. در این زمینه به‌طور حتم باید یک فعالیت وسیع فرهنگی از قبیل تبلیغات رادیو - تلویزیونی، مصاحبه، آگهی‌های روزنامه‌ای و آگهی‌های اینترنتی و شبکه‌ای صورت گیرد. برای آشنایی بیشتر قشر بازرگانان و تجار ایرانی همچنین باید گردهمایی‌هایی برگزار شود تا فواید استفاده از شبکه جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی برای مخاطبین آن روشن شود.

مشکل دیگر تأمین اطلاعات برای این شبکه است. طبق تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم، تمامی دستگاه‌های اقتصادی



۱- صحیح باشد.

۲- دقیق باشد.

۳- به‌هنگام باشد.

۴- کامل باشد.

مشکل دیگر، مشکل زیرساختار مخابراتی کشور است. اگر زیرساختار مخابراتی مطلوبی در کشور وجود داشته باشد، می‌توان در اطلاع‌رسانی بازرگانی موفق‌تر بود. شرکت مخابرات در این زمینه از پنج سال قبل اقداماتی را انجام و آنها را توسعه داده است. امید می‌رود زیر ساختار مطلوب مخابراتی کشور جهت انتقال داده‌ها در آینده نزدیک فراهم شود.

مکانیزه و ماشینی نبودن برخی سازمان‌ها و دستگاه‌ها نیز از دیگر مشکلات نظام اطلاع‌رسانی بازرگانی و جمع‌آوری اطلاعات است. باید سازمان‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات بازرگانی خود، نظام رایانه‌ای طراحی کنند تا از مشکلات داخلی آن سازمان و نیز ارائه خدمات اطلاعاتی به بیرون سازمان جلوگیری به عمل آید.

سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های مختلف برای قراردادن اطلاعات بازرگانی خود روی شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی، باید انگیزه‌های لازم را داشته باشند. اگر بتوان این انگیزه‌ها را تقویت کرد، قطعاً در تحرک و توسعه بیشتر بازرگانی کشور مفید و مؤثر خواهد بود.

○ سازمان‌های اقتصادی برای جمع‌آوری اطلاعات بازرگانی خود باید نظام رایانه‌ای طراحی کنند تا از مشکلات داخلی آنها و نیز ارائه خدمات اطلاعاتی به بیرون سازمان جلوگیری شود.

برای فایز آمدن بر مشکلات ذکر شده باید طرح جامعی در زمینه نظام اطلاع‌رسانی وجود داشته باشد. در این طرح باید مشخص شود چه دستگاه‌ها و بخش‌هایی تغذیه‌کننده و تولیدکننده اطلاعات برای شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی هستند و چه دستگاه‌ها و بخش‌هایی مصرف‌کننده اطلاعات هستند. به عبارت دیگر مراکز تولید و مصرف اطلاعات باید روشن باشد. البته ممکن است برخی مراکز تولید اطلاعات در برخی موارد، خود مصرف‌کننده اطلاعات باشند و برعکس. لذا در این شبکه همکاری تنگاتنگی بین مراکز تولید و مصرف اطلاعات وجود

دارد و این همکاری باید برقرار باشد.

چنانچه یک نظام اطلاع‌رسانی متمرکز بازرگانی مستحکمی ایجاد شود، می‌تواند در توسعه اقتصادی کشور نقش بسزایی را ایفا نماید. زیرا اطلاعات بازرگانی از انحصار خارج می‌شود و در دسترس همگان قرار می‌گیرد. یک شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی مطلوب باید محیط مناسبی برای برقراری ارتباطات باشد، این شبکه باید محیط را جهت دسترسی و جست‌وجوی سریع اطلاعات برای متقاضیان فراهم آورد.

■ قابلیت‌ها و امکانات شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی را ذکر فرمایید.

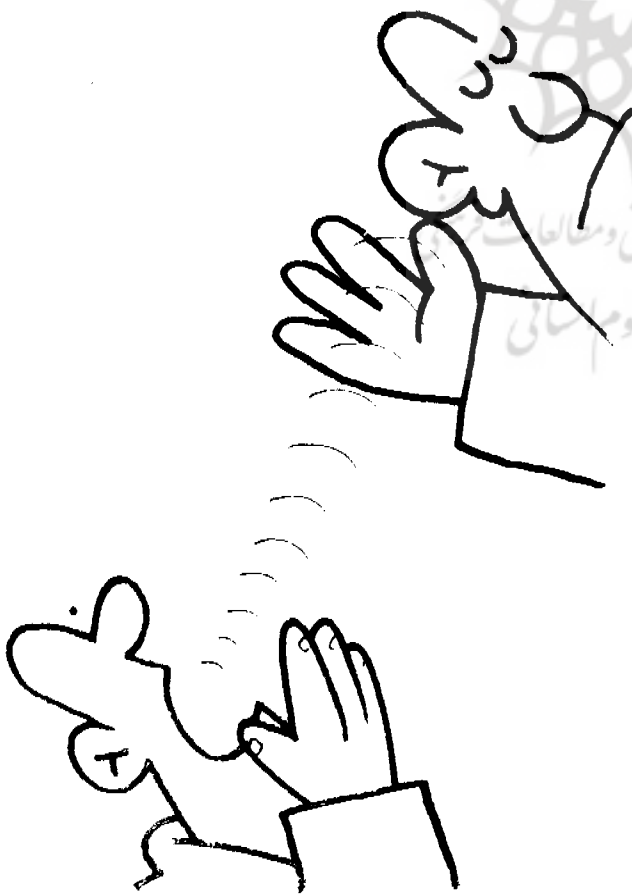
۱- ارائه خدمات همزمان به کاربران شبکه

ایجاد کتابخانه از فایل‌های مختلف با توجه به موضوعات مختلف بازرگانی

امکان پست الکترونیکی

۲- امکان همایش رایانه‌ای راه دور

ایجاد گروه‌های تخصصی بازرگانی مانند گروه صادرات، گروه واردات و گروه تحقیقات بازرگانی که می‌توانند پیام‌های عمومی خود را روی شبکه قرار دهند.



بانک‌های اطلاعاتی که براساس موضوعات مختلف دسته‌بندی شده است.

- اخبار بازرگانی روزانه (بولتن روزانه بازرگانی)

- اتصال کاربران از طریق شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی به دیگر شبکه‌های موجود کشور.

■ کاربردهای شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی را اعلام

فرمایید.

□ کاربردهای شبکه عبارتند از:

- ۱- ایجاد امکان دسترسی به اطلاعات تجاری و بازرگانی
- ۲- امکان دسترسی به اطلاعات مختلف مانند بورس، ارز، طلا و...
- ۳- ارائه اخبار بازرگانی
- ۴- بانک‌های اطلاعاتی اقتصادی و بازرگانی می‌تواند روی شبکه قرار گیرد.

۵- امکان بازاریابی و ثبت سفارشات روی شبکه موجود است و فروشندگان و خریداران می‌توانند از طریق این شبکه با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند و گفت‌وگوهای تجاری بین خریدار و فروشنده انجام شود.

۶- امکان خرید و فروش کالاهای تولیدی مؤسسات و کارخانه‌ها روی شبکه. در این زمینه در اجلاس شانزدهم ادیفاکت آسیا نمایشی از یک مرکز خرید و فروش الکترونیکی ارائه شد.

۷- امکان تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی روی شبکه نقطه تجاری ایران.

۸- امکان ارائه کاتالوگ الکترونیکی محصولات روی شبکه نقطه تجاری

۹- شبکه می‌تواند محیطی برای ارائه مقالات علمی و بازرگانی باشد و کسانی که به پژوهش‌های بازرگانی و فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی مشغول هستند، می‌توانند از این شبکه استفاده کنند.

۱۰- برقراری ارتباط بین دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی

۱۱- شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی می‌تواند به‌عنوان یک مرکز خرید و فروش برای کالا و خدمات نیز باشد.

■ روش‌های دستیابی به شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی

چيست؟

□ ابزار موردنیاز برای دستیابی به شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی عبارتند از:

۱- رایانه

۲- مودم

۳- خط تلفن

۴- نرم‌افزارهای ارتباطی

۵- نرم‌افزارهای مرورگر (Browser)

■ مطالعات انجام شده در تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم را

تشریح فرمایید.

□ در تبصره ۲۶ مطالعات در دو بخش داخلی و خارجی انجام شده است: در بخش مطالعات داخلی، دستگاه‌ها و وزارتخانه‌های ذی‌ربط از نظر نقش آنها در شبکه اطلاع‌رسانی و نحوه ارتباط و انواع اطلاعاتی که بایستی به شبکه تغذیه نمایند یا از آن استفاده نمایند، مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش مطالعات خارجی ابتدا ۱۰ کشور به‌صورت کتابخانه‌ای مورد مطالعه قرار گرفتند که از میان آنها سه کشور سنگاپور، مالزی و هند برای مطالعات میدانی انتخاب شدند.

در مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی مواردی از قبیل تصویر کلی کشور، ساختار شبکه‌های اطلاع‌رسانی، تاریخچه شکل‌گیری، انواع اطلاعات و سرفصل‌های اطلاعاتی، عملیات تجاری، استفاده‌کنندگان، مخابرات و نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای مورد استفاده، مطالعه و بررسی شدند.

■ کسانی که بخواهند عضو شبکه اطلاع‌رسانی متمرکز

بازرگانی شوند چه مراحل را باید طی کنند؟

□ در حال حاضر شبکه نقطه تجاری ایران و شبکه آگاه‌گر بازرگانی فعال است و آماده ارائه خدمات می‌باشد. اعضا می‌توانند از طریق شرکت خدمات انفورماتیک راهبر عضو شبکه شوند و اطلاعات موردنیاز خود را از طریق شبکه آگاه‌گر بازرگانی یا نقطه تجاری ایران دریافت نمایند.

■ آیا تا پایان برنامه دوم پنج‌ساله شبکه اطلاع‌رسانی

متمرکز بازرگانی به‌طور کامل راه‌اندازی خواهد شد؟

□ طبق برنامه قرار است تا پایان برنامه دوم راه‌اندازی شود. اما برای راه‌اندازی آن مشکلاتی وجود دارد که با همدلی و هماهنگی برطرف خواهد شد. در هر صورت پس از تکمیل مطالعات امکان‌سنجی و طراحی کلان بایستی نسبت به طراحی تفصیلی، تهیه و نصب تجهیزات نرم‌افزاری، سخت‌افزاری، مخابراتی و ساختن برنامه‌های کاربردی موردنیاز شبکه اقدام شود. پس از استقرار شبکه و تجهیزات مربوطه، نگهداری شبکه و به‌روز رسانی اطلاعات، از مهم‌ترین اقداماتی است که باید صورت پذیرد.