

اشاره:

ضرورت دسترسی آسان به اطلاعات بازرگانی برای تسهیل امر تجارت خارجی به‌ویژه رشد صادرات غیرنفتی، موجب گردید که در تدوین قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی بازرگانی مدنظر برنامه‌ریزان قرار گیرد.

براساس تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم، دولت و به تبع آن وزارت بازرگانی موظف به ایجاد نظام جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی شد. در این راستا مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وابسته به وزارت بازرگانی، مسؤلیت اجرایی این مهم را عهده‌دار شد و در سال‌های اخیر تلاش وافری برای تحقق این هدف بزرگ به‌عمل آورده است.

دسترسی به اطلاعات بازرگانی صحیح، دقیق و به‌هنگام نقش بسزایی در یافتن فرصت‌های تجاری و بهره‌گیری مناسب از امکانات و توانمندی‌های موجود تجاری دارد. لذا ایجاد نظام جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی با توجه به ضرورت جدا شدن اتکاکشور به درآمدهای حاصل از نفت، از اهمیت بسزایی برخوردار است.



خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای داریوش حقیقی‌طلب، ضرورت و مزایای ایجاد نظام جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی را جویا شد.

با هم این گفت‌وگو را می‌خوانیم.

# با اجرای تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم، ایران به نظام جامع و متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی مجهز می‌شود

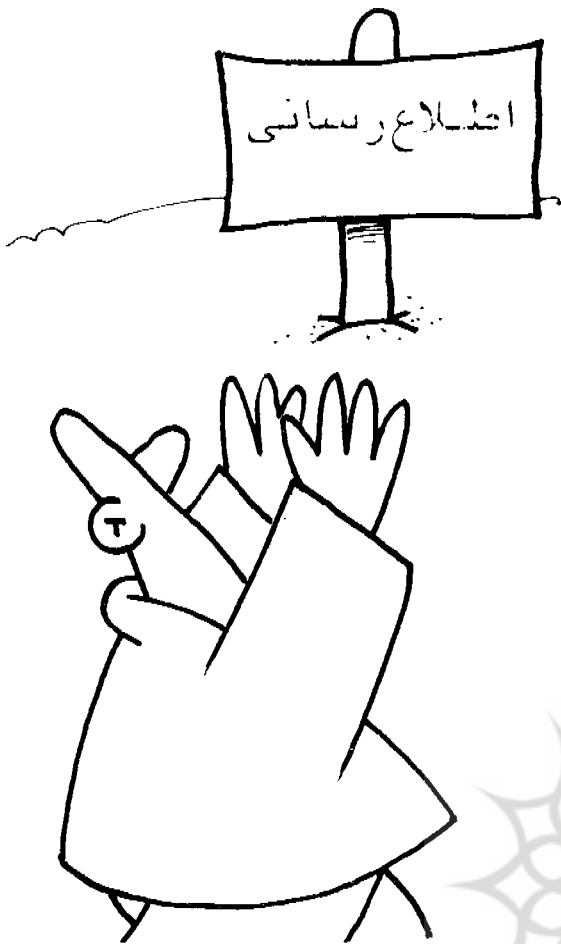
آمارها و اطلاعات بازرگانی خواسته شده است که با وزارت بازرگانی هماهنگی و همکاری‌های لازم را داشته باشند. متولی اجرای این تبصره، معاونت برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی و مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی است که در زمینه ایجاد شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی، فعالیت‌های گسترده‌ای تاکنون توسط مؤسسه یادشده انجام شده است.

## فعالیت‌های انجام شده در ایجاد شبکه متمرکز و جامع اطلاع‌رسانی تجاری را به‌طور مختصر اعلام فرمایید.

با انجام بررسی‌های تفصیلی مقدماتی نظیر تعریف دقیق مسأله و شرح خدمات مربوط و انجام مناقصه به‌منظور امکان‌سنجی و طراحی پروژه موضوع تبصره ۲۶ قانون برنامه

## تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم توسعه در زمینه اجرای شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی تجاری چه می‌گوید و چه وظایفی را برعهده وزارت بازرگانی و دیگر نهادها گذاشته است؟

در زمینه تبصره ۲۶ قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باید اشاره شود: با توجه به نارسایی‌ها و نقصان‌هایی که در امر جمع‌آوری، تمرکز، جامعیت، شفافیت و انتشار اطلاعات مربوط به بازرگانی در کشور وجود داشته، با مساعی که وزارت بازرگانی به‌عمل آورد، این تبصره در قانون برنامه دوم کنجاند شد که به موجب آن وزارت بازرگانی مکلف شده است شبکه متمرکز و جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور را راه‌اندازی نماید. در این زمینه از کلیه ارکان‌ها و دست‌اندرکاران تولید



دوم قراردادی از جانب مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با مجری مربوط منعقد شده است.

در این زمینه به‌عنوان یکی از فعالیت‌های انجام شده حدود ۱۲۰ سازمان، نهاد و ارگان‌های گوناگون در کشور که به نحوی از انحاء در امر تولید و ایجاد آمارهای بازرگانی نقش دارند، مورد بررسی دقیق قرار گرفتند.

در این رهگذر اطلاعاتی که از سوی این سازمان‌ها تولید می‌شده است و نیز نیازهای اطلاعاتی آنها مشخص شده و فاز بعدی پروژه حرکت به سمت ایجاد یک نظام متمرکز و جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی است.

انجام تمهیدات لازم در مورد موضوعات سخت‌افزاری، نرم‌افزاری، ارتباطات و مخابرات و جنبه‌های مدیریتی مرجعیت اطلاع‌رسانی، حسابرسی و تدوین آیین‌نامه‌ها و فضای قانونی لازم برای ایجاد این شبکه نیز به‌طور طبیعی در آینده مدنظر قرار خواهد گرفت.

### ■ ویژگی‌های مهم طرح راه‌اندازی شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور را در چه می‌دانید؟

□ یکی از ویژگی‌های مهم این طرح که قبلاً در وزارت بازرگانی مورد بحث قرار گرفته بود، ایجاد انطباق بین «نظام تولید آمار بازرگانی» و «نظام مصرف آمار بازرگانی» است که در زمان‌های گذشته هیچ‌گاه به این صورت مورد توجه نبود. در این راستا، باید اشاره شود ممکن است تعدادی از سازمان‌ها آمارهایی را تولید کنند که مورد استفاده ندارد و از سوی دیگر اطلاعاتی موردنیاز باشد که به هیچ‌وجه تولید نمی‌شود، بنابراین بررسی نیازهای واقعی کشور به آمار بازرگانی و تولید آن آمارها یکی از محورهای مهم این بحث است. این آمارها باید به‌منظور برنامه‌ریزی‌های خاص و سیاست‌گذاری‌های مربوطه تولید و پردازش شود و همچنین بتواند به‌منظور پاسخ‌گویی به نیازهای آماری مراجع ذی‌صلاح بین‌المللی نیز مورد استفاده قرار گیرد.

ویژگی دیگر طرح این است که کشورهای مختلف جهان برای ایجاد شبکه‌های اطلاعات تجاری خود فعالیت کرده‌اند و در این راستا از سوی ایران، هیأت‌هایی به کشورهای که از نظر اقتصادی بافت مشابهی با ایران دارند، سفر کردند.

این هیأت‌ها از سیستم‌های اطلاع‌رسانی بازرگانی این‌گونه کشورها بازدید کردند و مقرر شده است از نتایج تجربیات و فعالیت‌های آنان در راه‌اندازی شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی جمهوری اسلامی ایران استفاده شود.

○ اگر تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم به‌طور کامل اجرا شود، ایران به یک شبکه متمرکز و جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی مجهز می‌شود و با ارتباط با سایر شبکه‌های تجاری بین‌المللی قادر خواهد بود فرصت‌ها و نیازمندی‌های تجاری را در سطح جهانی شناسایی کند.

ذکر این نکته ضروری است که یکی از موارد مهم استفاده از طرح متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور، در ایجاد نقطه تجاری جمهوری اسلامی ایران در فازهای فعلی و بعدی است. شایان ذکر است که در این رابطه تعداد زیادی از کشورهای جهان در ایجاد نقطه تجاری در کشور خود اقدام کرده‌اند.

در فازهای نهایی ایجاد نقاط تجاری، موقعیتی فراهم می‌آید که کلیه خدمات مربوط به تجارت خارجی اعم از صادرات و واردات از جمله صدور مجوزها، خدمات بانکی، حمل و نقل، بیمه و امور گمرکی در زیر یک سقف و در یک نقطه ارائه می‌شود. در کنار این خدمات، یکی از مسایل مهم ارائه اطلاعات

بین‌المللی می‌بایست انتشار یابد، به زبان انگلیسی ترجمه شده و در شبکه قرار گیرد. همچنین پیش‌بینی شده است اطلاعات لحظه‌ای مانند بورس، قیمت‌ها و غیره در این سیستم دیده شود. در نهایت یک مرجعیت در کشور وجود داشته باشد که هر تاجر یا هر فردی با اتصال به آن شبکه به اطلاعات موردنیاز تجاری در داخل کشور و سایر کشورها دسترسی پیدا کند. این امر نیز یکی از خواص تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم پنج‌ساله است.

### ■ در حال حاضر نظام اطلاع‌رسانی تجاری در ایران چگونه است؟ نقاط قوت و ضعف آن را ذکر کنید.

□ همان‌طور که همه می‌دانیم، هم‌اینک اطلاعات مرتبط با بازرگانی به‌صورت پراکنده در بسیاری از سازمان‌ها و ارگان‌های بازرگانی کشور تولید می‌شود. از سوی دیگر نیازهای زیادی در امور مربوط به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری بازرگانی از جانب مسئولین و مراجع ذی‌ربط و همچنین به‌منظور پیشبرد امور روزمره بازرگانی و فعالیت‌های پژوهشی و مطالعاتی از جانب تجار و سایر متقاضیان وجود دارد، ولی قبلاً در کشور این موضوع مطرح نبوده است که این «نیاز» و «تولید» با یکدیگر مورد تطبیق قرار گیرند.

با توجه به این پراکندگی، بسیاری از تجار و متقاضیان برای دسترسی به اطلاعات تجاری با مشکل و یا انحصار مواجه و مجبور هستند با مراجعه به سازمان‌های مختلف، وقت خود را تلف کنند و در انتها بدون جواب باقی بمانند. تجار، وزارتخانه‌ها، نهادها، مؤسسات پژوهشی، دانشگاه‌ها، مؤسسات تولیدی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها، مراجع قضایی و مالیاتی و غیره از متقاضیانی هستند که به دنبال آمارهای بازرگانی داخلی و یا خارجی می‌باشند، ولی چون این آمارها در نقاط مختلفی وجود دارد و نظام متمرکزی آنها را حمایت نمی‌کند، نیازمندان این آمارها دچار مشکل می‌شوند.

○ وزارت بازرگانی آمارهای مربوط به ثبت سفارشات واردات، بانک مرکزی آمارهای مربوط به گشایش اعتبارات اسنادی و گمرک آمارهای مربوط به ترخیص کالاها را در اختیار دارند. با توجه به فاصله زمانی میان ثبت سفارش تا واردات کالا، آمارهای مربوطه از نظر اختلاف زمانی در ثبت، با هم اختلاف پیدا می‌کنند.

## ○ هدف از ایجاد شبکه جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی آن است که تجار با اتصال به این شبکه بتوانند اطلاعات موردنیاز خود را در اسرع وقت به‌دست آورند.

تجاری به تجار کشور است و در نهایت قرار است با اتصال به شبکه جهانی نقطه تجاری که بخشی از آن نیز تاکنون فعال شده است، امکاناتی فراهم شود تا هر عامل تجاری که در کشور خود وارد نقطه تجاری شود، در حقیقت با ارتباطات مخابراتی به کلیه اطلاعات بازرگانی مجاز سایر کشورها نیز دسترسی پیدا کند.

در ضمن یکی از اقداماتی که تاکنون در رابطه با تبصره ۲۶ علاوه بر انعقاد قرارداد امکان‌سنجی انجام شده است، ایجاد شبکه آگاه‌گر بازرگانی در محل مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی است. در این شبکه که به اصطلاح شبکه BBS نامیده می‌شود، اطلاعات زیادی در زمینه‌های مختلف بازرگانی جمع‌آوری شده است. کلیه تجار و کسانی که به این اطلاعات نیاز دارند، می‌توانند با تماس رایانه‌ای از طریق مودم و خط تلفن به تمامی این اطلاعات دسترسی پیدا کنند و عضو این شبکه رایانه‌ای باشند. لذا هر گاه پروژه مربوط به این تبصره قانونی به‌طور کامل انجام شود، در حقیقت یک شبکه کشوری ایجاد خواهد شد که از طریق ماهواره‌ها و مخابرات به کلیه شبکه‌های اطلاع‌رسانی بازرگانی سایر کشورها و مراجع بین‌المللی متصل خواهد شد.

همان‌طور که گفته شد این کار یکی از پیش‌نیازها برای ایجاد مرحله نهایی نقطه تجاری و در نهایت رسیدن به مرحله‌ای است که کشور بتواند از تجارت الکترونیکی بهره‌گیری کند.

### ■ در پایان دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور نظام اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور چه شرایطی خواهد داشت؟

□ این امر موکول به انجام پروژه تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم است. حتی در آن صورت است که جمهوری اسلامی ایران در موقعیتی قرار می‌گیرد که به یک شبکه جامع و متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی کشوری مجهز می‌شود و با اتصال این شبکه به سایر شبکه‌های تجاری بین‌المللی اطلاعات به روز، فرصت‌ها و نیازمندی‌های تجاری به‌روز در جمهوری اسلامی ایران و سایر کشورها در این شبکه دیده می‌شود. در این زمینه پیش‌بینی می‌شود اطلاعات مجازی که از ایران در سطح

امید بر این است که با اجرای پروژه تبصره ۲۶ این مشکل حل شود، به طوری که یک مرجعیت مشخص در کشور برای اطلاع‌رسانی بازرگانی به وجود آید تا از اتلاف وقت متقاضیان اطلاعات و پراکنده و دوباره‌کاری جلوگیری شود.

**■ بعضی اوقات مشاهده می‌شود آمارهایی مثلاً در مورد واردات کشور از جانب مسئولین سازمان‌های مختلف برای دوره زمانی و یا سال مشخصی اعلام می‌شود که بعضاً با یکدیگر متفاوت است. ممکن است علت این موضوع را توضیح دهید؟**

□ در ارتباط با آمارهای بازرگانی خارجی کشور سه سازمان متولی هستند. این سه سازمان عبارتند از:

۱- وزارت بازرگانی که در مرحله صدور مجوز ثبت سفارش واردات و در آغاز چرخه خرید خارجی کشور مطرح است.

۲- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران که در مرحله گشایش اعتبارات (و یا به اصطلاح صدور فیش رایانه‌ای) برای واردات کشور از طریق سیستم بانکی مطرح است.

۳- گمرک جمهوری اسلامی ایران که در مرحله ترخیص کالا مطرح می‌باشد.

برای آنکه کالایی وارد کشور شود باید این مسیر طی شود و سه سازمان با توجه به شرح وظایف خود آمارهایی را به ثبت می‌رسانند.

- آماري که در وزارت بازرگانی ثبت می‌شود، آمار ثبت سفارشات واردات است.

- در بانک مرکزی عمدتاً آمار مرتبط با مصارف ارزی سازمان‌ها ثبت می‌شود.

- در گمرک ایران آمار واردات (والبته صادرات) قطعی کالا ثبت می‌گردد.

این آمارها با توجه به اختلاف زمانی که برای ثبت آنها وجود دارد، از نظر مقایسه با یکدیگر سنخیت زیادی ندارند.

به‌طور مثال کلیه مجوزهایی که وزارت بازرگانی در یک سال مشخص برای واردات کالا به کشور صادر می‌کند، به‌خصوص

آن مجوزهایی که در سه‌ماهه آخر سال صادر می‌شوند و آمارهای مربوط در آمار بازرگانی همان سال ثبت می‌شود،

وارداتشان عملاً در سال بعد صورت می‌گیرد و در آمار واردات قطعی گمرک ایران در سال بعد به ثبت می‌رسد. بنابراین ارقامی

که برای ثبت سفارشات واردات وزارت بازرگانی مثلاً در اواخر سال ۷۵ جزء آمارهای عملکرد وزارت بازرگانی ثبت می‌شود،



این ارقام برای گمرک در سال ۷۶ به ثبت می‌رسد، در حقیقت در برخی مواقع که مسئولین این سه ارگان ارقامی را برای دوره مشخص زمانی (مثلاً سال ۷۵) اعلام می‌کنند، این ارقام مربوط به سازمان‌های متبوع است که عملاً می‌تواند با توجه به توضیح فوق کاملاً با یکدیگر یکسان نباشد.

در مورد آمارهایی که در معاونت بازرگانی خارجی وزارت بازرگانی تحت عنوان آمارهای ثبت سفارش واردات وجود دارد، از چند سال قبل که مراکز تهیه و توزیع کالا ایجاد شدند و مقرر شد که بازرگانان ایرانی برای اولین بار در تاریخ بازرگانی کشور به مراجع خاص برای کسب مجوز ثبت سفارش مراجعه کنند، این تفکر ایجاد شد که از طریق فرم‌هایی که تدوین شده بود، اطلاعات لازم در امر واردات در این مقطع جمع‌آوری شود.

در این زمینه ابتدا به صورت فرم‌های دستی این کار انجام می‌گرفت، ولی از سال ۱۳۶۴ به بعد، این امر در معاونت خارجی وزارت بازرگانی به صورت رایانه‌ای انجام می‌شود و فرم‌های ثبت سفارش با کدگذاری‌هایی که در مورد سرفصل‌های

نیز به نام اتصال مکانیزه آمارهای وزارت بازرگانی، بانک مرکزی و گمرک ایران جزو برنامه‌ها از گذشته در مد نظر قرار داشته است که در این زمینه تبادل نظر و پاره‌ای بررسی‌های مقدماتی لازم انجام گرفته است.

در صورت اجرای کامل این طرح، در هر دوره زمانی مشخص می‌توان تعیین کرد که از هر کالایی چه میزان ثبت سفارش شده است و چه میزان گشایش اعتبار در بانک مرکزی انجام شده است و چه مقدار کالا از طریق گمرک جمهوری اسلامی ایران عملاً وارد کشور شده است که این مطلب می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کالایی در کشور بسیار مفید باشد. همچنین مقایسه این آمارها اطلاعات اضافی دیگری را ایجاد خواهد کرد. برای مثال تفاوت بین آمار گشایش‌های اعتبار یک کالای به خصوص و آمار واردات آن کالا به کشور در هر دوره زمانی می‌تواند نشان‌دهنده آمار کالاهای در راه باشد که قبلاً برای آنها گشایش اعتبار شده ولی هنوز به گمرک نرسیده است.

ضمناً با داشتن آمار ثبت سفارشات در اول چرخه خرید خارجی کشور می‌توان برای تخصیص ارز، پیش‌بینی‌های لازم را انجام داد و حتی می‌توان برای بنادر و گمرکات کشور برنامه‌ریزی کرد که مثلاً چه میزان کالا در شش یا هفت ماه آینده از چه مبدأ ورودی قرار است وارد کشور شود و گمرکات کشور از نظر ظرفیت مبادی ورودی می‌توانند برنامه‌ریزی کنند. حتی با در دست داشتن آمار ثبت سفارشات می‌توان میزان درآمدهای دولت از اخذ عوارض گمرکی و غیره با توجه به کالاهایی که در راه هستند را از قبل پیش‌بینی کرد.

○ یکی از خواص شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی، کاهش چشمگیر تشریفات اداری برای کسب و ارایه اطلاعات است و پراکندگی کار را نیز کم می‌کند.

#### ■ سیستم کدگذاری HS و بروکسل را تشریح فرمایید.

□ سیستم کدگذاری‌های کالایی بروکسل به BTN یا CCCN مشهور است. اخیراً کلیه کشورهای جهان سیستم‌های کدگذاری خود را به سیستم HS یا سیستم هماهنگ شده تغییر داده‌اند و در گمرک ایران نیز این امر انجام شده است. آمارهای اخیر بازرگانی خارجی گمرک ایران نیز روی تعرفه‌های کالایی سیستم HS منتشر می‌شود.

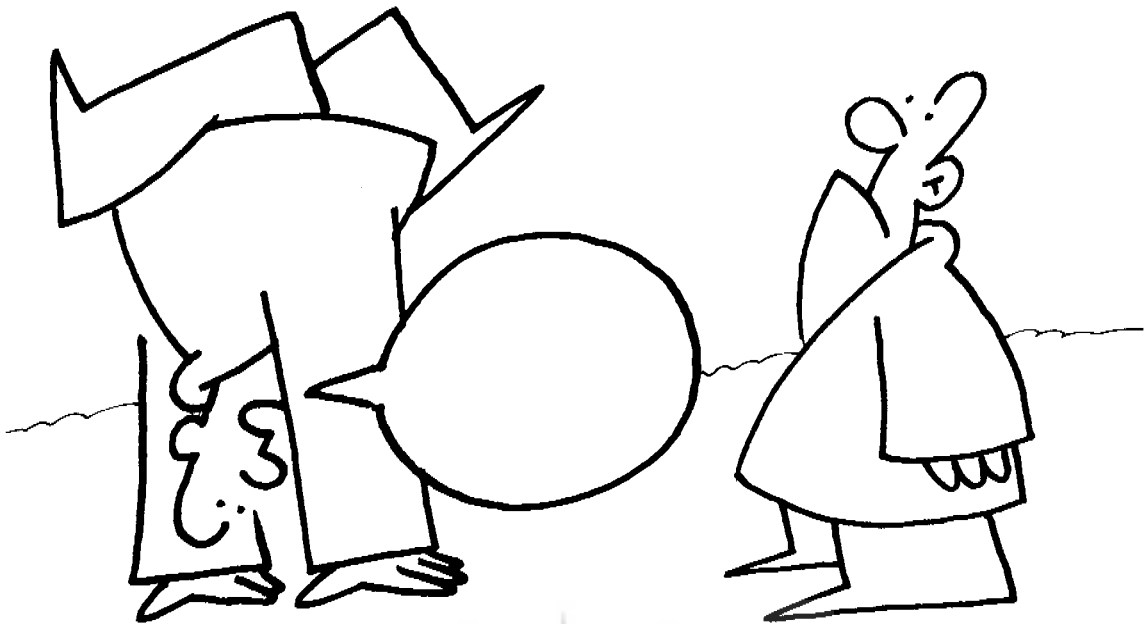
○ در سیستم‌های نوین اطلاع‌رسانی بازرگانی که در بحث نقاط تجاری مطرح است، موضوع فرصت‌های تجاری الکترونیکی (ETO) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این سیستم هر شرکت می‌تواند اطلاعات مربوط به کالاهای خود و نیازهایش را در یک فضای رایانه‌ای بین‌المللی منتشر سازد.

اطلاعاتی این فرم‌ها انجام شده است و به خصوص کدگذاری‌هایی که در مورد ریز کالاهای وارداتی به کشور، متقاضیان، شرکت‌های فروشنده خارجی و سایر سرفصل‌ها انجام شده، یک سیستم رایانه‌ای در معاونت بازرگانی خارجی ایجاد شده است که در حقیقت سیستم کاملی محسوب می‌شود و می‌تواند آمارهای ریز کالا، ریز متقاضیان واردات کشور، ریز شرکت‌ها و کشورهای فروشنده و نیز سایر سرفصل‌های اطلاعاتی از قبیل مقدار و ارزش ثبت سفارشات، نوع معامله، نوع ارز، وسیله حمل، مبادی ورودی کالا و غیره را در اختیار قرار دهد. این آمارها به‌ویژه از سال ۷۲ به بعد که طبق قانون مقررات صادرات و واردات کشور کلیه واردکنندگان کشور موظف شدند به وزارت بازرگانی مراجعه کنند، از جامعیت بیشتری برخوردار شده و مورد استفاده بسیاری مراجع، سازمان‌ها، مؤسسات، وزارتخانه‌ها و تجار کشور قرار دارد.

بنابراین می‌توان گفت آمارهای ثبت سفارش در وزارت بازرگانی، آمارهایی هستند که نیازهای واقعی وارداتی کشور را در آغاز چرخه خرید خارجی در قالب مجوزهای صادره نشان می‌دهد، آمارهای بانک مرکزی عملکرد مصارف ارزی و گشایشات اعتبار را بازگو می‌کند و آمارهای گمرک، آمارهای واردات قطعی به کشور را نشان می‌دهد که هر کدام از دیدگاه کارشناسی مورد استفاده خاص خود را دارد و کارشناسانی که از آنها استفاده می‌کنند، می‌بایست با توجه به معنی و مفهوم هر یک از این آمارها از آنها بهره‌برداری کنند.

■ چه طرح‌های دیگری در زمینه آمار بازرگانی خارجی کشور جزو برنامه‌ها قرار دارد؟

□ علاوه بر آنکه قرار است آمار ثبت سفارشات از دیدگاه کدگذاری کاملاً به روز شود و از سیستم کدهای هماهنگ شده یا (HS) به جای کدهای بروکسل استفاده شود و نیز نوسازی شبکه نرم‌افزاری و سخت‌افزاری وزارت بازرگانی، طرح دیگری



جهانی مطرح است، تجار ایرانی را در مقایسه با تجار سایر کشورها در وضعیت مطلوب‌تری قرار دهد.

هنگامی که اطلاع‌رسانی به‌روز و به‌هنگام باشد، این امر تأثیر بسیاری در جهت دسترسی به بازارهای بین‌المللی دارد و تجار ایرانی می‌توانند از طریق این سیستم‌ها به بازارها و منابع فروش جدید راه پیدا کنند. همچنین از طریق این سیستم‌های اطلاعاتی تماس سریع‌تری را با طرف‌های تجاری خود ایجاد کنند و به سرعت بتوانند بازار لازم را برای کالاهای صادراتی خود ایجاد کنند و در این راستا نقش این‌گونه سیستم‌های اطلاعاتی بازرگانی در ورود تجارت‌های کوچک و متوسط به صحنه تجارت بین‌المللی حایز اهمیت می‌باشد.

در شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی، تمهیدات ویژه‌ای اندیشیده شده است تا تجار مراکز استان و شهرستان به این سیستم بپیوندند و به اطلاعات به‌روز دسترسی پیدا کنند و کارهای مربوط به کسب اطلاعات برای واردات و صادرات خود را در شهرستان انجام دهند و از سفرهای بی‌مورد به مرکز و اتلاف وقت جلوگیری شود.

**■ در زمینه نقش اطلاع‌رسانی در تأمین نیازهای بازرگانی توضیح دهید.**

□ در سیستم‌های نوین اطلاع‌رسانی بازرگانی که در مبحث نقاط تجاری مطرح است، موضوع ETO یا فرصت‌های تجاری

طرح دیگری نیز در دست اجرا است که در آمار ثبت سفارشات وزارت بازرگانی سیستم HS روی کدگذاری کالاها به صورت تفصیلی که قبلاً به آن اشاره شد، پیاده شود.

○ با اجرای کامل تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم، یک مرجعیتی برای اطلاع‌رسانی بازرگانی ایجاد می‌شود و ارتباط بین این مرجعیت و تمامی نهادهای تولید آمارهای بازرگانی به وجود می‌آید. این مرجعیت فضای قانونی لازم و تمهیدات اداری، مالی و پرسنلی و در نهایت ارایه خدمات به متقاضیان را به عهده خواهد داشت.

**■ آیا اطلاع‌رسانی تجاری در توسعه صادرات کالاهای**

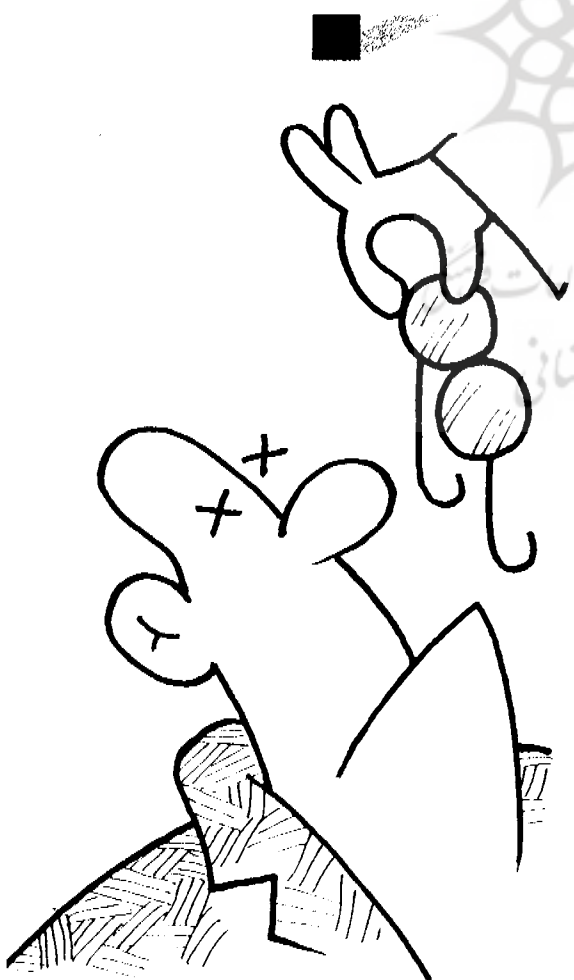
**غیرنفتی و منظم شدن واردات نقش اساسی دارد؟**

□ کار تجارت با اطلاعات توأم است، با توجه به اینکه گسترش معقول تجارت در امر واردات و توسعه صادرات غیرنفتی، محوری عمده برای توسعه اقتصادی کشور محسوب می‌شود. بنابراین ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی به طوری که بتواند اطلاعات روز را به سرعت در اختیار تجار قرار دهد، به‌طور طبیعی می‌تواند در فضای فشرده رقابتی که در تجارت

مرجعیتی در این زمینه ایجاد خواهد شد. با تمهیداتی که در زمینه سخت‌افزار، نرم‌افزار و مخابرات این طرح اتخاذ خواهد شد، ارتباطی بین این مرجعیت و کلیه سازمان‌های تولید آمار بازرگانی به وجود می‌آید. بنابراین هر متقاضی از آن پس برای دریافت آمار بازرگانی در سطح کشور فقط با این مرجعیت در تماس خواهد بود.

در مورد این مرجعیت فضای قانونی لازم و تمهیدات اداری، مالی و پرسنلی و تشکیلاتی و در نهایت نحوه ارائه خدمات و سرویس‌دهی به متقاضیان و هزینه‌های احتمالی مطروحه مدنظر قرار خواهد گرفت.

اصولاً با ایجاد شبکه متمرکز و جامع اطلاع‌رسانی بازرگانی، اطلاعات صحیح با سرعت و سهولت در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد و حتی متقاضیان و مراجع ذی‌صلاح خارج از کشور نیز چنانچه به اطلاعات بازرگانی از قبیل مقررات بازرگانی، اطلاعات مربوط به واردات و صادرات، دیگر اطلاعات مربوط به فرصت‌های تجاری نیاز داشته باشند، می‌توانند با این مرجعیت تماس حاصل کنند و اطلاعات موردنیاز خود را دریافت دارند.



الکترونیکی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این سیستم علاوه بر آنکه هر شرکت می‌تواند اطلاعات مربوط به کالاها و نیازمندی‌های تجاری خود را در سیستم رایانه‌ای بین‌المللی قرار دهد، قادر است کالاهای تولیدی خود را برای کلیه متقاضیان در سطح جهانی به صورت تصویری به نمایش بگذارد. این حرکت اینک در کشور انجام می‌شود و کسانی که با شبکه آگاه‌گر بازرگانی و نقطه تجاری در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در تماس هستند، این امکان را دارند که برای کالاهای تولیدی خود از طریق گذاشتن نیازمندی‌ها در شبکه بین‌المللی اقدام نمایند. در این زمینه اطلاعات موردنظر شرکت‌های داخلی در شبکه بین‌المللی قرار می‌گیرد و متقاضیان در اقصی نقاط جهان می‌توانند با این شرکت‌ها تماس بگیرند و برای خرید و یا فروش کالا اقدام نمایند.

### ■ آیا شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی، تشریفات

#### اداری در دستگاه‌های اقتصادی کشور را کاهش می‌دهد؟

□ یکی از مهم‌ترین خواص شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور این است که در زمینه کسب و آرایه اطلاعات، تشریفات اداری را به میزان چشمگیری کاهش می‌دهد و پراکندگی کار نیز بسیار کم می‌شود. با وجود چنین شبکه‌ای، هر متقاضی می‌تواند به صورت مستقیم و بدون مراجعه به سازمان‌های ذی‌ربط به اطلاعات مجاز آنان در یک نقطه متمرکز دسترسی پیدا کند و اطلاعاتی که انتشار آنها محرمانه نیست و در شبکه موجود است، فقط با یک تماس و عضویت در آن شبکه در دست متقاضی قرار می‌گیرد.

دریافت اطلاعات می‌تواند به صورت شبانه‌روزی انجام شود و تشریفات اداری به معنایی که وجود دارد برای کسب اطلاعات از بین خواهد رفت. انتظار بر این است که با ایجاد شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی، کلیه متقاضیان به ویژه آنها که در ارتباط با پژوهش و آموزش کار می‌کنند و یا متقاضیانی که در ارتباط با تولید و توسعه تولید فعالیت دارند، بتوانند در اسرع وقت به اطلاعات موردنیازشان در امر بازرگانی دسترسی پیدا کنند و از این نظر است که تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم می‌تواند نقش مهم و مفیدی را در جامعه ایفا نماید.

### ■ تبلور واقعی اجرای کامل طرح ایجاد شبکه متمرکز

#### اطلاع‌رسانی بازرگانی چیست؟

□ در صورت اجرای کامل طرح و نیز اجرای مراحل نهایی طرح ایجاد شبکه متمرکز اطلاع‌رسانی، بالطبع مرکزیت و