

روانسازی تجارت

بخش دوم - قسمت چهارم

از: تام باترلی (Tom Butterly)

روانسازی تجارت در اصل مشارکتی است بین دولت و بخش خصوصی که هر دو می‌توانند در این راه به میزان چشمگیری منتفع گردند. مشارکت فعال و متعهدانه بخش خصوصی در ایجاد و اجرای اقدامات مربوط به روانسازی تجارت پیش فرض موفقیت آنها محسوب می‌شود. علاوه بر آن بخش خصوصی می‌تواند از منابع عمده تامین هزینه‌های اجرایی سیاست‌های روانسازی تجارت باشد.

در واقع هر کشور و یا هر منطقه‌ای نیاز دارد برای خود برنامه کاری بلند مدتی در زمینه روانسازی تجارت تدارک ببیند که هم از ناحیه دولت و بخش خصوصی مورد حمایت تمام عیار قرار گیرد و هم در راستای استانداردها و مبنای توافق شده بین‌المللی روانسازی تجارت باشد. کمیسیون‌های منطقه‌ای سازمان ملل می‌توانند کمک بسیار موثری در ایجاد و گسترش چنین برنامه‌هایی در رابطه با مسایل اجرایی منطقه‌ای باشند. این کمیسیون‌ها در زمینه‌های اقتصادی، تجارت و توسعه به بالاترین ارگان سازمان ملل یعنی شورای اقتصادی و اجتماعی گزارش می‌دهند. این کمیسیون‌ها صحنه مطلوبی است برای دست یافتن به توصیه‌های عملی برای اجرا بدلیل اینکه در مقایسه با سایر ارگان‌های سازمان ملل کمیسیون‌های منطقه‌ای نزدیک‌ترین ارتباط را با متخصصین هر کشور دارند.

در سطح منطقه‌ای نقش تشکل‌های روانسازی تجارت (مانند سازمان‌های PRO و کمیته‌های روانسازی تجارت و غیره) بایستی مورد تجدید نظر قرار گرفته و تقویت و یا طراحی مجدد شوند تا در رابطه با اصول گفتگو، همکاری، سرمایه‌گذاری و مشارکت تجاری به حدی که مطلوب توصیه‌های UN/CEFA می‌باشد، برسیم.

اقتصادی سازمان ملل برای اروپا به منظور چاره‌اندیشی جهت برون‌رفت از این مشکلات و گسترش مزایای تجارت آزاد و با اتکا به تجارب ارزنده خود در زمینه روانسازی تجارت، گردهمایی ماهه سال ۲۰۰۲ میلادی را برپا نمود تا فضایی مناسب و بی‌طرف برای تصمیم‌گیران بخش خصوصی و عمومی به وجود آید. تشکل‌ها و شرکت‌های علاقمند به امر روانسازی تجارت از نقاط مختلف جهان گردهم آمدند تا نظرات و ملاحظات عملی خود را در زمینه روانسازی تجارت در محیط جدید جهانی مطرح نمایند.

وجود اراده سیاسی همچنین برای افزایش و تامین کمک‌های فنی به منظور اجرای سیاست‌های روانسازی تجارت توسط کشورهای در حال توسعه و در حال گذار الزامی می‌باشد. اگرچه تاکنون کمک‌های قابل ملاحظه‌ای توسط کمیسیون اروپا و سایر اهداکنندگان ارایه شده است ولی هنوز نیاز مبرمی به برنامه‌ریزی و تدارک پروژه‌های همیاری درازمدت که بطور صحیح طراحی شده باشند وجود دارند. عدم موفقیت در این زمینه علاقمندی کشورهای در حال توسعه را نسبت به شمول مبنای روانسازی تجارت در دستور کار دور بعدی سازمان تجارت بطور جدی کاهش می‌دهد.

اراده سیاسی از طرفی برای ایجاد هماهنگی بیشتر در فعالیتهای سازمان‌های بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی فعال در تهیه و اجرای موافقت‌نامه‌های مربوط به روانسازی تجارت مورد نیاز می‌باشد. شایسته است که اصول بنیادین روانسازی تجارت (ساده‌سازی و هارمونیزه کردن) سرلوحه کار خود سازمان‌های روانسازی تجارت در امر ایجاد رویکردی هماهنگ شده در این زمینه قرار گیرد.

اشاره

پیشرفت‌های چشمگیر تکنولوژی‌های جدید پیوسته جهان را کوچکتر از گذشته نشان می‌دهد. از طرف دیگر، عبور کالا و اطلاعات از مرز کشورها بسیار ساده‌تر از گذشته صورت می‌گیرد. اقدامات اتخاذ شده در زمینه روانسازی تجارت جهانی این امکان را افزایش می‌دهد که حرکت کالا بین کشورهای جهان و جریان اطلاعات تجاری سریع‌تر از گذشته ممکن گردد. روانسازی تجارت کمک می‌کند تا عامل رقابت‌پذیری بین فعالان تجارت جهانی تقویت گردد، فضای تجاری قابل اعتمادتری شکل گیرد و رشد اقتصاد جهانی و کاهش فقر قرین تحقق گردد.

فرآیند تجارت جهانی به شرطی که ساده، شفاف و کارا تعیین شود و در یک نظام باز و منسجم تجاری عمل نماید و با استانداردهای قابل اجرای تجارت جهانی همراه باشد، کیفیت و شرایط سرمایه‌گذاری و تجارت را بهبود خواهد بخشید. البته دستیابی به تمامی مزایای حاصل از روانسازی تجارت جهانی بدون حمایت اراده سیاسی کشورها میسر نمی‌گردد. کنفرانس بین‌المللی روانسازی تجارت که توسط "کمیسیون اقتصادی سازمان ملل برای اروپا" در روزهای ۲۹ و ۳۰ ماه مه سال ۲۰۰۲ میلادی تشکیل گردید، الزام به وجود اراده سیاسی جهت اعمال معیارهای روانسازی تجارت را روشن نمود.

به‌رغم نکات مثبت فوق، هر روز نگرانی‌های جدیدی در رابطه با بروز شکاف‌های فزاینده بین کشورهای مشتاق به فعالیت در تجارت جهانی به خصوص بین کشورهای توسعه‌یافته از یک طرف و کشورهای در حال رشد و یا در مرحله گذار از طرف دیگر، عنوان می‌گردد. کمیسیون

ب- ترویج و آگاه‌سازی

الزام به ترویج گسترده موضوع روان‌سازی تجارت امری مبرهن است به خصوص در شرایطی که رضایت خاطر سیاستمداران و مسوولان تراز اول دولتی مدنظر باشد. روان‌سازی تجارت باید بیشتر به عنوان مقوله‌ای سیاسی-اقتصادی شناخته شود تا یک موضوع صرفاً فنی. بهمین دلیل آگاهی از توسعه اقتصادی و جنبه‌های رقابت‌پذیری روان‌سازی تجارت باید در برنامه سیاسی مقامات دولتی قرار گیرد. سازمان تجارت جهانی، سازمان گمرکات جهانی، آپک و تعداد دیگری از سازمان‌های بین‌المللی در حال حاضر برنامه‌های ترویجی متعددی در دست اجرا دارند ولی چنانچه قرار باشد سطح آگاهی از روان‌سازی تجارت به عنوان موضوع کلیدی توسعه اقتصادی و سیاسی افزایش قابل ملاحظه‌ای یابد اقدامات بسیاری باید صورت گیرد. اگر قرار باشد سیاست‌مدارها و مقامات سطح بالای دولتی پیگیری امر روان‌سازی تجارت را بطور جدی در دستور کار خود قرار دهند بهتر است از اصول و مبانی روان‌سازی تجارت آگاه بوده و به مزایای آن اعتقاد داشته باشند. البته دست یافتن به چنین نتایجی آسان نمی‌باشد زیرا روان‌سازی خیلی بیش از سایر مقولات توسعه تجارت مثل کاهش تعرفه‌ها غامض و پیچیده می‌باشد. بهمین دلیل لازم است مفهوم روان‌سازی تجارت را به اجزای منطقی خود تجربه کرده و در قالبی منطقی و نه چندان فنی آرایه دهیم. علاوه بر آن مطلوب‌تر است چنانچه مزایای روان‌سازی تجارت در مقایسه با سایر مبانی تجارت چون کاهش تعرفه‌ها بصورت کمی عرضه گردد. برای مثال انجام مطالعات منطقه‌ای در این رابطه مفید می‌باشد.

مساله ترویج و اشاعه مبانی روان‌سازی تجارت مساله خطیری است که مستلزم ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط با روان‌سازی تجارت به منظور دست یافتن به یک پیام یکنواخت می‌باشد. سازمان‌هایی چون سازمان تجارت جهانی، سازمان

گمرکات جهانی UN.CEFACT، کنفرانس سازمان ملل در مورد تجارت و توسعه و اتاق بازرگانی بین‌المللی باید کماکان در سطوح بین‌المللی موضوع را پیگیری نمایند.

در سطح منطقه‌ای کمیسیون‌های سازمان ملل می‌توانند طلایه‌داران توسعه روان‌سازی تجارت در منطقه باشند. سایر سازمان‌های منطقه‌ای نظیر آپک، آ.سه.آن. جامعه توسعه آفریقای جنوبی می‌توانند نوبه خود نقش موثری ایفا نمایند. در سطح ملی نیز می‌توان از سازمان‌های مسوول روان‌سازی تجارت

روان‌سازی تجارت در اصل مشارکتی است بین دولت و بخش خصوصی که هر دو می‌توانند در این راه به میزان چشمگیری منتفع گردند. مشارکت فعال و متعهدانه بخش خصوصی در ایجاد و اجرای اقدامات مربوط به روان‌سازی تجارت پیش فرض موفقیت آنها محسوب می‌شود.

دعوت نمود تحت نظارت سازمان‌های یاد شده نسبت به آگاه‌سازی موضوع اقدام نمایند.

سازمان‌های مختلف مربوط به موضوع روان‌سازی تجارت باید نسبت به تهیه و انتشار مدارک تبلیغاتی همت گمارند. نشریاتی چون نشریه مشترک UNCTAD و UNECE با عنوان "مجموعه توصیه‌های مربوط به روان‌سازی تجارت" باید به عنوان راهنمای روان‌سازی تجارت بازنویسی شود و روشن نماید که چگونه توصیه‌های آرایه شده بهم پیوسته بوده و به چه نحوی می‌توان آنها را اجرایی نمود. علاوه بر آن کتاب راهنما باید بتواند به کشورها کمک کند که در میان طیف وسیعی از موافقت‌نامه‌های موجود

کدامیک مفیدتر و موثرتر در تعیین حق تقدم‌های اجرایی می‌باشد. برای سایر موافقت‌نامه‌ها نیز راهنمای مشابهی لازم می‌باشد.

ج- اجرا و توسعه

فعالیت در زمینه روان‌سازی تجارت در کمیسیون اقتصادی سازمان ملل برای اروپا و تعدادی دیگر از ارگان‌های سازمان ملل و سازمان‌های بین‌المللی بیش از چهل سال سابقه دارد. در این دوره در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه پیشرفت‌های چشمگیری در مورد نحوه و عملکرد زنجیره معاملات تجاری صورت پذیرفته است ولی آنچه مسلم است هنوز کارهای زیادی باید انجام شود و بسیاری از مسائلی که حل آنها هدف موافقت‌نامه‌های موجود می‌باشد، هنوز هم موجب کندی پیشرفت کار در عملکردهای مربوط به تجارت بین‌المللی می‌باشند. کانون اصلی فعالیت می‌بایست به طرف هارمونیزه کردن و اجرایی کردن استانداردهای موجود هدایت شده و از طرفی ایجاد و گسترش مقررات و استانداردهای نسل بعد نیز باید با توجه به نیازهای اقتصادهای جدید با برخورداری از تجارت الکترونیکی و زنجیره جهانی عرضه و تسهیلات مورد نیاز در دست برنامه باشد.

UN/CEFACT با توجه به تخصص گسترده خود نقش مهمی در گسترش معیارها و استانداردهای جدید که در فوق اشاره شد، خواهد داشت. به علاوه کارگروه روش‌های تجارت بین‌المللی UN/CEFACT می‌تواند در تعیین و گسترش استراتژی‌های اجرایی موافقت‌نامه‌های بین‌المللی کمک موثری بنماید. برای مثال ITPWG اخیراً سرگرم توسعه مدلی است که براساس آن توصیه‌های لازم برای اجرایی کردن ایده "پنجره منفرد" که در واقع بمثابة "مغازه‌ای با یک بار رجوع" است برای تبادل اطلاعات مربوط به تجارت بین تجار و دولت و بین سازمان‌های دولتی. روش‌های مناسب دیگری نیز توسط ITPWG می‌توانند پس از مشاهده و

هماهنگی با سازمان‌های بین‌المللی تجارت اتخاذ شوند. کنفرانس‌های بین‌المللی مانند کنفرانس بین‌المللی روانسازی تجارت ۲۰۰۲ که توسط UNECE برگزار شد می‌تواند در این روند مشارکت مناسبی داشته باشد.

د- کمک‌های فنی

سازمان‌های بین‌المللی و کشورها در مورد نیاز به برنامه‌های کمک‌های فنی در حد بسیار وسیع به منظور افزایش توان روانسازی تجارت در کشورهای در حال رشد و کشورهای در حال گذار اتفاق نظر دارند. در واقع یکی از موارد کلیدی در "اعلامیه وزیران دوحه" اشاره خاص به همین مورد می‌باشد.

برنامه کمک‌های فنی برای کشورهای در حال توسعه و مناطق باید مبتنی بر تجربه و تحلیل دقیق از نیازهای خاص هر کشور و یا منطقه از طرفی و اهداف کلی برنامه‌های جهانی روانسازی تجارت از طرف دیگر باشد. یکی از ابزارهای مفید در این رابطه سندی است که اخیراً بانک جهانی بنام "روانسازی تجارت و حمل و نقل" منتشر نموده است: جعبه ابزاری برای بازرسی، تجزیه و تحلیل و اقدامات چاره‌جویانه (۲۰۰۱).

در بدو امر توصیه شده است که پروژه‌های کمک‌های فنی باید درازمدت با اعتبار مالی کافی، هدف محور، کاملاً منسجم بوده و در تمام مراحل تجزیه و تحلیل نیازها، برنامه‌ریزی پروژه، اجرا و بازنگری بدون وقفه جریان داشته باشد. روش "سیکل مدیریت پروژه" که توسط بانک جهانی و کمیسیون اروپا مورد استفاده قرار می‌گیرد و می‌تواند در گسترش این برنامه‌ها مفید می‌باشد.

برنامه‌های کمک‌های فنی موجود سازمان تجارت جهانی وسیله‌ای مفید برای استفاده در مذاکرات آتی و کمک به روشن شدن موضوع برای گروه‌های نمایندگی کشورها می‌باشد ولی به‌رحال برنامه‌های بیشتری در زمینه کمک‌های فنی مانند آنچه که سازمان‌های اهداءکننده همچون کمیسیون اروپا و بانک جهانی عرضه می‌کنند مورد نیاز

بوده و برنامه‌های موجود باید تقویت شوند. در زمینه‌هایی چون اصلاح گمرکات، اجرای موافقت‌نامه‌ای بین‌المللی روانسازی تجارت، هماهنگ کردن فعالیت سازمان‌های متعدد دولتی و همچنین ایجاد و توسعه و اجرای

در واقع هر کشور و یا هر منطقه‌ای نیاز دارد برای خود برنامه کاری بلند مدتی در زمینه روانسازی تجارت تدارک ببیند که هم از ناحیه دولت و بخش خصوصی مورد حمایت تمام عیار قرار گیرد و هم در راستای استانداردها و مبانی توافق شده بین‌المللی روانسازی تجارت باشد.

سیستم‌ها و تکنولوژی اطلاعات و ارتباطی همگی نیاز به گسترش وسیع و حمایت دارند. کارهای انجام شده UNCTAD و بانک جهانی باید تقویت شده و توسط سایر سازمان‌ها تکمیل گردد.

هزینه کل کمک‌های فنی و نیازمندی‌های آن احتمالاً بالا خواهد بود. برای نمونه، وام بانک جهانی برای راه‌اندازی و به روز نمودن تشریفات گمرکی تونس در سال ۱۹۹۹ به ۳۵ میلیون دلار نیاز داشت و تجدید ساختار فیزیکی و مدیریتی تجهیزات بندری در لهستان به وامی به میزان ۳۸ میلیون دلار نیاز داشت. با توجه به نیاز بسیاری از کشورهای در حال توسعه به دریافت کمک بودجه مورد نیاز برای ارایه کمک‌ها بسیار بالا خواهد بود. این واقعیت باید هنگام برنامه‌ریزی و بررسی‌های مزیت‌های روانسازی تجارت مدنظر قرار گیرند. پروژه‌های کمک‌های فنی منطقه‌ای مانند پروژه‌های کمیسیون اروپا هزینه آنرا

می‌پردازد و می‌تواند مدنظر قرار گیرد.

۵- هماهنگی

سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای متعددی چون UN/ WCO ، WTO ، CEFACT ، UNCTAD ، ICC ، WB و کمیسیون‌های منطقه‌ای سازمان ملل در امر روانسازی تجارت فعال می‌باشند. ولی علیرغم حسن رابطه و تبادل اطلاعات میان سازمانی در امر برنامه‌ریزی پروژه‌ها جای بهبود از نظر انسجام و هماهنگی بچشم می‌خورد. اتخاذ روش مدیریت مشترک می‌تواند مورد نظر و بررسی قرار گیرد. اتخاذ چنین روشی در چهارچوب یک تفاهم‌نامه می‌تواند خطوط اختیارات و مسؤلیت‌های هر سازمانی را ترسیم نماید. در این امر استفاده از تفاهم‌نامه‌های موفق موجود به عنوان الگو مانند تفاهم‌نامه بین UNECE و سازمان بین‌المللی استاندارد، اتحادیه بین‌المللی مخابرات و IEC که به منظور ایجاد هماهنگی در گسترش استانداردهای تجارت الکترونیکی مانند UN/EDIFACT و EBXML منعقد گردید، می‌تواند سر مشق باشد.

الگوی دیگری برای هماهنگ‌سازی که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد موافقتنامه مشارکت تسهیلات جهانی در حمل و نقل و تجارت است که در سال ۱۹۹۹ با حمایت بانک جهانی و اتاق بازرگانی بین‌المللی به عنوان قدم اول آغاز شد. برای مثال مشارکت تسهیلات جهانی درصدد است گروه‌های مخصوص در زمینه اندازه‌گیری عملکرد روانسازی به منظور جمع‌آوری سیستماتیک داده‌ها و ایجاد متودولوژی‌های متعارف جهت ایجاد و پیگیری شناسه‌های روانسازی تشکیل دهد.

هماهنگی باید نتیجه محور باشد نه روش محور. در مورد فعالیت‌های شخصی که سازمان‌ها برای خود اختیار می‌کنند، باید تصمیمگیری مناسبی صورت گیرد. یک ساختار رسمی برای هماهنگی می‌توان ایجاد نمود به شرط آنکه منشاء فایده اضافه باشد

ب- ترویج و آگاه‌سازی

الزام به ترویج گسترده موضوع روان‌سازی تجارت امری مبرهن است به خصوص در شرایطی که رضایت خاطر سیاستمداران و مسوولان تراز اول دولتی مدنظر باشد. روان‌سازی تجارت باید بیشتر به عنوان مقوله‌ای سیاسی-اقتصادی شناخته شود تا یک موضوع صرفاً فنی. بهمین دلیل آگاهی از توسعه اقتصادی و جنبه‌های رقابت‌پذیری روان‌سازی تجارت باید در برنامه سیاسی مقامات دولتی قرار گیرد. سازمان تجارت جهانی، سازمان گمرکات جهانی، آپک و تعداد دیگری از سازمان‌های بین‌المللی در حال حاضر برنامه‌های ترویجی متعددی در دست اجرا دارند ولی چنانچه قرار باشد سطح آگاهی از روان‌سازی تجارت به عنوان موضوع کلیدی توسعه اقتصادی و سیاسی افزایش قابل ملاحظه‌ای یابد اقدامات بسیاری باید صورت گیرد. اگر قرار باشد سیاستمدارها و مقامات سطح بالای دولتی پیگیری امر روان‌سازی تجارت را بطور جدی در دستور کار خود قرار دهند بهتر است از اصول و مبانی روان‌سازی تجارت آگاه بوده و به مزایای آن اعتقاد داشته باشند. البته دست یافتن به چنین نتایجی آسان نمی‌باشد زیرا روان‌سازی خیلی بیش از سایر مقولات توسعه تجارت مثل کاهش تعرفه‌ها غامض و پیچیده می‌باشد. بهمین دلیل لازم است مفهوم روان‌سازی تجارت را به اجزای منطقی خود تجربه کرده و در قالبی منطقی و نه چندان فنی ارایه دهیم. علاوه بر آن مطلوب‌تر است چنانچه مزایای روان‌سازی تجارت در مقایسه با سایر مبانی تجارت چون کاهش تعرفه‌ها بصورت کمی عرضه گردد. برای مثال انجام مطالعات منطقه‌ای در این رابطه مفید می‌باشد.

مساله ترویج و اشاعه مبانی روان‌سازی تجارت مساله خطیری است که مستلزم ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط با روان‌سازی تجارت به منظور دست یافتن به یک پیام یکنواخت می‌باشد. سازمان‌هایی چون سازمان تجارت جهانی، سازمان

گمرکات جهانی UN.CEFACT، کنفرانس سازمان ملل در مورد تجارت و توسعه و اتاق بازرگانی بین‌المللی باید کماکان در سطوح بین‌المللی موضوع را پیگیری نمایند.

در سطح منطقه‌ای کمیسیون‌های سازمان ملل می‌توانند طلایه‌داران توسعه روان‌سازی تجارت در منطقه باشند. سایر سازمان‌های منطقه‌ای نظیر آپک، آ.سه.ان. جامعه توسعه آفریقای جنوبی می‌توانند نوبه خود نقش موثری ایفا نمایند. در سطح ملی نیز می‌توان از سازمان‌های مسوول روان‌سازی تجارت

**روان‌سازی تجارت در اصل
مشارکتی است بین دولت و
بخش خصوصی که هر دو
می‌توانند در این راه به میزان
چشمگیری منتفع گردند.
مشارکت فعال و متعهدانه
بخش خصوصی در ایجاد
و اجرای اقدامات مربوط
به روان‌سازی تجارت
پیش فرض موفقیت آنها
محسوب می‌شود.**

دعوت نمود تحت نظارت سازمان‌های یاد شده نسبت به آگاه‌سازی موضوع اقدام نمایند.

سازمان‌های مختلف مربوط به موضوع روان‌سازی تجارت باید نسبت به تهیه و انتشار مدارک تبلیغاتی همت گمارند. نشریاتی چون نشریه مشترک UNCTAD و UNECE با عنوان "مجموعه توصیه‌های مربوط به روان‌سازی تجارت" باید به عنوان راهنمای روان‌سازی تجارت بازنویسی شود و روشن نماید که چگونه توصیه‌های ارایه شده بهم پیوسته بوده و به چه نحوی می‌توان آنها را اجرایی نمود. علاوه بر آن کتاب راهنما باید بتواند به کشورها کمک کند که در میان طیف وسیعی از موافقت‌نامه‌های موجود

کدامیک مفیدتر و موثرتر در تعیین حق تقدم‌های اجرایی می‌باشد. برای سایر موافقت‌نامه‌ها نیز راهنمای مشابهی لازم می‌باشد.

ج- اجرا و توسعه

فعالیت در زمینه روان‌سازی تجارت در کمیسیون اقتصادی سازمان ملل برای اروپا و تعدادی دیگر از ارگان‌های سازمان ملل و سازمان‌های بین‌المللی بیش از چهل سال سابقه دارد. در این دوره در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه پیشرفت‌های چشمگیری در مورد نحوه و عملکرد زنجیره معاملات تجاری صورت پذیرفته است ولی آنچه مسلم است هنوز کارهای زیادی باید انجام شود و بسیاری از مسائلی که حل آنها هدف موافقت‌نامه‌های موجود می‌باشد، هنوز هم موجب کندی پیشرفت کار در عملکردهای مربوط به تجارت بین‌المللی می‌باشند. کانون اصلی فعالیت می‌بایست به طرف هارمونیزه کردن و اجرایی کردن استانداردهای موجود هدایت شده و از طرفی ایجاد و گسترش مقررات و استانداردهای نسل بعد نیز باید با توجه به نیازهای اقتصادهای جدید با برخورداری از تجارت الکترونیکی و زنجیره جهانی عرضه و تسهیلات مورد نیاز در دست برنامه باشد.

UN/CEFACT با توجه به تخصص گسترده خود نقش مهمی در گسترش معیارها و استانداردهای جدید که در فوق اشاره شد، خواهد داشت. به علاوه کارگروه روش‌های تجارت بین‌المللی UN/CEFACT می‌تواند در تعیین و گسترش استراتژی‌های اجرایی موافقت‌نامه‌های بین‌المللی کمک موثری بنماید. برای مثال ITPWG اخیراً سرگرم توسعه مدلی است که براساس آن توصیه‌های لازم برای اجرایی کردن ایده "پنجره منفرد" که در واقع بمثابة "مغازه‌ای با یک بار رجوع" است برای تبادل اطلاعات مربوط به تجارت بین تجار و دولت و بین سازمان‌های دولتی. روش‌های مناسب دیگری نیز توسط، ITPWG می‌توانند پس از مشاهده و

(و نه بوروکراسی و مدیریت اضافی)، در بدو امر باید جلسه‌ای مشترک بین مسوولین فنی و اداری به نمایندگی از سازمان‌هایی که با یکدیگر همکاری دارند به منظور رسیدگی به مسایل زیر تشکیل گردد:

- بررسی محتوا و ساختار موافقتنامه تفاهمی نظیر آنچه که در فوق اشاره شد
- تبادل نظر و بحث در مورد برنامه‌های کاری و استراتژی‌ها
- بررسی نیازهای کلی
- تشخیص و تعیین فاصله‌ها و دوباره کاری‌ها و

- تعیین و تخصیص مسوولیت‌های خاص هر سازمان در موارد انتخاب شده با تکیه بر الزامات قانونی به عنوان مهمترین عامل تخصیص

ترتیب پیشنهادی فوق به هیچ وجه نباید در اهداف و عملکرد سازمان‌ها تاثیر و یا تغییری ایجاد نماید. برعکس هدف اصلی

ایجاد هماهنگی در اجرای برنامه‌های کاری به طریقی است که از دوباره کاری و تداخل

**الزام به ترویج گسترده
موضوع روانسازي تجارت امري
مبرهن است به خصوص در
شرایطی که رضایت خاطر
سیاستمداران و مسوولان
تراز اول دولتی مدنظر باشد.
روانسازي تجارت باید بیشتر
به عنوان مقوله‌ای سیاسی-
اقتصادی شناخته شود تا یک
موضوع صرفاً فنی.**

ممانعت گردیده و اطمینان حاصل کند که تمام اولویت‌های موضوعی به نفع کشورهای

عضو در نظر گرفته شده است. برای اشاعه اطلاعات مربوط به برنامه‌های کاری (هماهنگ شده) برای عموم توصیه می‌شود از پروژه‌های اینترنتی و DATA FALE فعالیت‌ها که براساس تفاهم‌نامه‌ای حاصل شده باشد و فهرست تمام پروژه‌های عمده و فعالیت‌های جاری اعم از اجرایی و یا در دست برنامه در آن مشروح باشد، استفاده گردد. از این طریق کلیه فعالیت‌های مکمل سازمان‌های خارجی و برنامه کلی اجرایی مشخص می‌گردد. سازمان تجارت جهانی به عنوان یکی از برنامه‌های کمک‌های فنی مربوط به تجارت سرگرم تهیه یک پایگاه اطلاعاتی درباره تمام برنامه‌های کمک (دوجانبه و یا چندجانبه) در زمینه روانسازي تجارت می‌باشد که احتمالاً در اواخر ۲۰۰۲ تکمیل خواهد شد.

ادامه دارد
□

تعرفه جدید خدمات تبلیغاتی نشریه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران

* با توجه به افزایش چشمگیر تیراژ (شمارگان) نشریه و توزیع دقیق و سراسری آن میان شرکت‌ها، اعضای محترم اتاق و مراکز رسمی مربوطه، تعرفه جدید خدمات به شرح زیر اعلام می‌گردد:

توضیحات	ویژه نامه اتاق بازرگانی (فارسی) <small>قطع نشریه: ۲۱×۲۷/۵-اندازه مطلب: ۱۷×۲۲/۵</small>	محل چاپ آگهی
- فیش واریز وجه نقد به حساب بانکی ۱۰۱۱۰ بانک ملت، شعبه شرکت نفت، خیابان طالقانی، تهران، یا چک هزینه چاپ آگهی دروجه «اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران» همزمان با پذیرش سفارش چاپ آگهی دریافت می‌شود. - هزینه انجام سفارش چاپ آگهی از اشخاص حقوقی و حقیقی خارجی به دلار دریافت می‌شود. - اقامتگاه شرکت / موسسه، تعیین کننده خارجی یا داخلی بودن آن می‌باشد. - هزینه‌های طراحی، عکاسی و فیلم به عهده آگهی دهنده می‌باشد. - هر صفحه رنگی یا سیاه و سفید رپرتاژ آگهی با قیمت‌های فوق به اضافه هزینه تهیه متن و هزینه طراحی دریافت می‌شود. - توزیع جزوات تبلیغاتی همراه با نشریات، باتوجه به ضخامت کاغذ یا مقوای آن و هزینه پستی مربوطه محاسبه و دریافت خواهد شد.	۱,۴۰۰,۰۰۰ تومان	آگهی‌های رنگی: صفحه پشت جلد
	۱,۰۰۰,۰۰۰ تومان	صفحه داخل جلد
	۸۵۰ هزار تومان	صفحه روبروی شناسنامه
	۶۰۰ هزار تومان	صفحه اول و صفحه آخر چهار رنگ
	۵۰۰ هزار تومان	صفحه وسط
	۴۵۰ هزار تومان	صفحات داخلی
	۲۵۰ هزار تومان	آگهی‌های تک رنگ: یک صفحه داخلی
	۱۷۰ هزار تومان	نیم صفحه داخلی
	۱۲۰ هزار تومان	ربع صفحه