

روشهای نوین بازرگانی؛ بزرگراه ورود به بازارهای جهانی

گروه گزارش: علی اکبر بابائی - فرانک جواهردشتی - سیما هاشمی - مهرانگیز یقین لو

بین‌المللی یک کشور را امکان‌پذیر می‌کند و شرایط برآوردن سریعتر نیازهای مشتری و تحویل به موقع کالا یا خدمت را فراهم می‌آورد. هماهنگ کردن فرآیند سفارش، توزیع، پرداخت، و جریان‌ات اداری و انجام آنها از طریق گسترش استانداردهای تکنولوژی اطلاعات یکی از اهداف عمده (EDI) است. در حال حاضر تجارت الکترونیکی به صورت موجی گسترده کشورهای مختلف جهان را فراگرفته است. برای همپایی با این موج گسترده باید در وهله اول با مفاهیم مطروحه در آن آشنا شده و پس از آن به پیاده‌سازی عملی آن در کشور بپردازیم. پذیرش تکنولوژیهای نوین و مناسب یکی از ملاکهای وجود مدیریت پیشرو و آگاه در یک سازمان است و یکبارگیری (EDI) به عنوان یک تکنولوژی نوین برای مدیران ما ضروری و غیرقابل اجتناب است.

البته در ایران بهره‌گیری از روشهای نوین بازرگانی از جمله استفاده از بارکد با استقبال مطلوبی روبرو شد و با سرعتی بیش از انتظار موده استقبال قرار گرفت. هم چنین استفاده از استانداردهای جهانی ایزو نیز به سرعت در بین مدیران پیشرو و معتقد به اصول نوین جای خود را باز کرد. اما بی‌شک معرفی هرچه بیشتر این روشها و برشمردن موانع و مشکلات استفاده از آنها در ایران می‌تواند به گسترش هرچه بیشتر آن کمک کند.

در این گزارش ویژه با تنی چند از متخصصان و دست‌اندرکاران اجرای این روشها گفتگو کرده‌ایم و از آنان راجع به چند و چون (EDI) هم چنین چگونگی استفاده از آن در ایران و مشکلات و نارسائیهای احتمالی پرسیدیم. آنچه از نظراتان می‌گذرد چکیده این گفتگوهاست.

گسترش تجارت بین‌الملل، استفاده از ابزارهای نوین را به یک ضرورت گریزناپذیر بدل ساخته است و اصولاً لازمه حرکت از یک اقتصاد درون‌گرا به اقتصاد پرون‌گرا، تناسب راه‌کارهای تجاری با نیازها و انتظارات کشورهای پیشرفته و جامعه بین‌الملل است. مطالعه و بررسی وضعیت مبادلات تجاری نشان می‌دهد که روشهای قدیمی و گاه منسوخ تجاری یکی از موانع عمده ورود به بازارهای بین‌المللی است. و در این راه تسهیل تجارت به مفهوم برطرف کردن موانع تجارت کارا و استفاده از شیوه‌های نوین بازرگانی یکی از اساسی‌ترین مسائلی است که دولت و مدیران بنگاههای اقتصادی باید به آن بپردازند و زمینه‌های رشد و تقویت آن را فراهم آورند.

در این زمینه بهره‌گیری از استانداردهای مبادله الکترونیکی اطلاعات (EDI) و انجام معاملات در قالب تجارت الکترونیک و بدون کاغذ یک اقدام اساسی و مبرم است. بیش از ۱۵ درصد ارزش کالاها در مقصد حمل را هزینه کل امور دفتری تشکیل می‌دهد. در حال حاضر بیشتر امور تجاری با اسناد کاغذی نظیر حواله‌های خرید، فاکتورهای فروش، قراردادهای حمل و ... صورت می‌گیرد و این کاغذبازی که بسیار پرهزینه و غیرکارا است، در نهایت منجر به افزایش قیمت تمام شده کالا و فشار بر مصرف‌کننده از یکسو و کاهش توان رقابتی تولیدکننده منجر خواهد شد و به همین دلیل است یکی از بحث‌های اساسی در تسهیل تجارت، بحث یکبارگیری و استفاده از (EDI) است. استفاده از (EDI) این امکان را فراهم می‌آورد که اطلاعات مستقیماً مابین کامپیوترهای درون سازمان انتقال یافته و بنابراین نیاز به وارد کردن مجدد اطلاعات وجود ندارد و خطر بروز اشتباه از بین می‌رود. استفاده از (EDI) تحولی اساسی در شیوه تجارت ملی و

دکتر محمد حسن صرافانی زاده مدیر دفتر تشویق و توسعه صادرات بانک صنعت و معدن نخستین کارشناسی بود که در زمینه چگونگی استفاده از روشهای نوین بازرگانی از جمله تجارت الکترونیک با وی گفتگو کردیم.

آقای صرافانی زاده پیش از پاسخ به این پرسش که چرا در شرایط فعلی نیاز به استفاده از (EDI) داریم، به چگونگی تولید و صادرات در کشور اشاره کرد و افزود:

اگر بخواهیم جست و جویی در مورد تولید در کشورمان داشته باشیم بایستی بگوییم که، تولید در کشور ما یک ریاضت است، تولید صنایع ما بیشتر حالت تحمیلی دارد و تولیدکنندگان ما این آزادی را ندارند که برحسب توانایی خویش و نیاز بازارهای خارجی به تولید بپردازند. در حقیقت منابع ما بیشتر وادار می شوند که به برآورده کردن نیاز بازار داخلی توجه کنند. وقتی یک کارخانه اجازه آن را نداشته باشد که از محصولش به صورت بهینه تری استفاده کند و انتخابی میان بازار داخل و خارج ندارد، دیگر خلأ قیتی برای توسعه کار باقی نمی ماند.

یکی از پایه ای ترین معضلات در مسیر افزایش صادرات، حاکم نبودن چنین وضعیتی بر صنعت و تولید است. وزارت دارایی، بانک مرکزی، مرکز توسعه صادرات، وزارت بازرگانی و همگی به صورت نهادهایی درآمده اند که هر صاحب صنعتی را به وحشت می اندازند، سرمایه دار کمتر راغب می شود که رنج و ریاضت و تولید را بر خود هموار نماید. در نتیجه ترجیح می دهد که سرمایه اش را به بانک بسپارد و سودش را دریافت کند یا آنکه سرمایه اش را در مسیر غیرتولیدی به کار بیندازد.

اصل خودکفایی نیابستی محور توسعه اقتصادی قرار گیرد یعنی منطقه ای فکر کردن امروز عصر وابستگی کشورها به یکدیگر است. عصری است که اگر دنیا بتواند نیازی را برآورده کند و ما نتوانیم در آن صورت شکست خواهیم خورد. ما بایستی در عصر توحید صنعتی زندگی بنماییم. توحید صنعتی یعنی همبستگی. امروز بایستی به صادرات اهمیت دهیم و آن را به عنوان یک ارزش ببینیم.

صادرات برای ما یک جنگ تجاری است و ابزارهای مناسب خودش را می خواهد و بایستی این ابزارها نهادینه شود. حال مفهوم تکنولوژی ارتباطات در اینجا برای ما مشخص می شود ما بایستی آموزشهای لازم را برای هر تکنولوژی

نوین فراگیریم. مفهوم آموزش امروز رمز بقاء است و قدر مسلم هزینه گزافی را نیز دربردارد. اما هزینه نادانی به مراتب بیشتر از آموزش است. امروز آموزش، پژوهش و پرورش بایستی در راستای آفرینش قرار گیرد تا، سرمایه گذاری فکری ما بتواند جوابگوی آن باشد. واژه تکنولوژی اطلاعات یک پدیده است در روند معمول ارتباطات برای استفاده از هر تکنولوژی بایستی خصلتهایی را که در بازارهای بین المللی وجود دارد را فراگیریم. ما نیابستی به دنبال بهترین ها باشیم بلکه بایستی به دنبال مناسب ترین ها باشیم. حال در پاسخ به سوال اول شما که چرا در شرایط فعلی نیاز به استفاده از روش (EDI) وجود دارد باید بگوییم که:

هدف از ورود به (EDI) یعنی ورود به شبکه جهانی اطلاعات. ما قبل از آنکه بخواهیم کار با (EDI) را شروع کنیم بایستی خصلت صادراتی را در خود به وجود آوریم. ما در ابتدای راه صادرات هستیم. صادرکنندگان ما که تاکنون بعد مسافتی را تجربه نکرده اند باید سعی کنند که شبه بندی کالاهایشان بهتر شود و باید به کالاهایشان خصلت صادراتی بدهند. کالای صادراتی باید بتواند به صورت عرف آن جامعه تولید شود و قابل عرضه کردن باشد. یک کالا زمانی ارزش صادرات دارد که مطابق با عرف و سنت کشور خریدار تولید و عرضه شود، اگر غیر از این باشد شکست خواهد خورد. برای استفاده از تکنولوژی اطلاعاتی برای آنکه بتوانیم در صحنه بین المللی حاضر شویم باید خودمان را به آن مرحله برسانیم یا به عبارت دیگر به یک خود تحریمی دست بزنیم. برای حضور در بازارهای بین المللی و استفاده از شبکه ارتباطات بایستی زیرساختهای فکری ما عوض شود. طراحی نظام صادرات ما نیز بایستی قابلیت غیرتقد فروش را بتواند ارائه کند. هنوز در کشور ما قانونمندی اعتباری و قسطی حکم فرما نشده است. اعتبار در کشور ما بیشتر به صورت نقدی است و هنوز به معنای واقعی اعتبار و اعتباری کار کردن

*** آقای تاجدینی: برخی از شرکتهای بزرگ غربی در مبادلات تجاری خود به شرکای خود اعلام کرده اند که چنانچه دادوستد با آنان به صورت سنتی و با استفاده از روشهای مبتنی بر کاغذ انجام گیرد، درصدد خاصی به قیمت کالا خواهند افزود.**

نرسیده ایم. استفاده کردن از شبکه (EDI) نیازمند ایجاد اعتبار و اعتماد نسبت به سیستم تجاری خودمان است چون سیستم سریع پردازش می شود و اگر این اعتبار و اعتماد را نتوانیم در شبکه جهانی برای خودمان ایجاد کنیم، در نتیجه حرمت اقتصادی ما از بین خواهد رفت و باعث ضرر ما می شود. ما برای آنکه بخواهیم از این سیستم استفاده کنیم بایستی ذهنیت مثبت را در طرف مقابل خویش ایجاد کنیم و این کار یک حرکت جمعی را می طلبد، نه یک حرکت فردی در کشورهای خارجی و صحنه بین المللی باید یک نگرش مثبت به تجارت ما ایجاد شود. ما وقتی صحبت از تولید، بازرگانی، بازاریابی و فروش با استفاده از روش (EDI) می کنیم این کار ما ایجاد جهت کرده و باعث پیشرفت در کار می شود. البته لازم است بگوییم که در این میان باید به سایر عوامل که باعث کندی کار می شود نیز اشاره کنیم عواملی مانند گمرک، حمل و نقل سیستم اعتباری و بانک کشور و امثالهم این عوامل می تواند به عنوان یک عامل بازدارنده مطرح شود. برخی از هدفهای عمده برای استفاده از روشهای نوین به این شرح است:

۱- پسانداز در وقت

۲- سرعت دستیابی به بیش از یک منبع تجاری

۳- تصمیم گیری سریع

برای آنکه بخواهیم به این اهداف برسیم، بایستی بوروکراسی تخصصی را ایجاد کنیم، به عبارت بهتر یعنی سرعت ورودی به سیستم به سرعت خروجی سیستم را با یکدیگر هماهنگ کنیم. اگر بتوانیم چنین کاری را انجام دهیم بایستی ثبات رویه در قوانین داشته باشیم. در جامعه ای مثل ما که تغییرات بسیار زیاد است استفاده از این سیستم در عمل دشواری زیادی دارد. زیرا علاوه بر این عامل بایستی بتوانیم در شرایط رقابتی محیط بین الملل نیز وارد شویم. چون در محیط بین الملل رقابت حرف اول را می زند و بسیار مهم است.

آیا ما چنین چیزی را تاکنون تجربه کرده ایم آیا تولیدکنندگان ما می توانند در یک محیط رقابتی عمل کنند. چون رقابت کردن شمش قوی می خواهد و دل و جرات. حال اگر هدف ما توسعه صادرات و فروش کالا به دنیای غرب و شرق است باید بتوانیم این توان و قدرت را در خود ایجاد کنیم و این امر میسر نمی شود جز از طریق آموزش تخصصی. اگر ما توسعه صادرات را مبنای توسعه اقتصادی قرار دهیم، چون

صادرات یک مسئله برون مرزی است بایستی به مسائل برون مرزی توجه ویژه‌ای کنیم. صحبت آخر آنکه اگر بخواهیم از این روشهای نوین استفاده کنیم بایستی سعی کنیم که توان‌ها و قابلیت‌ها را در خودمان افزایش دهیم، مسائل و مشکلات که باعث ایجاد دردسر در کارها می‌شود را کم کنیم، سازماندهی آماری کشور را بهبود ببخشیم، توحید صنعتی را در جامعه ایجاد کنیم و در نهایت به مشتری خود اعتبار و ارزش قائل شویم.

این استاد و کارشناس مسائل اقتصادی و بازرگانی در ادامه گفتگو در پاسخ به این سوال که آیا شیوه‌های نوین تجارت توانسته است مشکلات تجارت یا صادرات را کاهش دهد گفت: ما قبل از آنکه بخواهیم به شیوه‌های نوین تجارتی وصل شویم بایستی شیوه‌های نوین فنون را در قرن بیست و یکم یاد بگیریم، فنون جدید تجارتی تکیه بر بازاریابی دارد. اطلاع از سلیقه مشتری قبل از تولید البته با استفاده از مزیت‌های موجود تولید که اقتصادی باشد مهمترین عامل در فروش یک کالا است. ما باید در تجارت بین‌الملل همه چیزمان نو باشد. در سیستم‌های نوین تجارتی نقش کاغذبازی به حداقل رسیده است، اصول بازاریابی و فروش، حرفهای نو و تازه برای گفتن دارد. اگر ما نتوانیم ایده‌های نو داشته باشیم، اگر نتوانیم مشکلات را برطرف کنیم، اگر نتوانیم کاغذبازها را کم کنیم، اعلام موجودیت کردن به این کشورها نه تنها یک فاجعه بلکه یک خیانت بزرگ است. ما برای آنکه بخواهیم وارد سیستم تجارتی در دنیا شویم بایستی سازمانهای کارفرمایی تجارتی را متشکل یا ایجاد کنیم، دیگر وقت آن گذشته که از طریق سعی و خطا با شبکه تجارت بین‌الملل کار کنیم. هرکار نیاز به تخصص خودش را دارد و تکنولوژی خاص خودش را می‌طلبد. الان بزرگترین معضل کشور آن است که اکثر سیستم‌ها تجارتی کشور با دولت کار می‌کنند و با حمایت دولت رشد می‌کنند. این کار باعث می‌شود تا تفکر دولتی ریشه بر صنعت کشور انداخته و نتواند آن نیاز واقعی صنعت را شناسایی و برطرف نماید. در نهایت آنکه ما بایستی عوامل نامشهود را شناسایی کرده و نوین کنیم تا بتوانیم از شبکه‌های تجارتی نوین نهایت استفاده را بکنیم.

ناکارایی روشهای سنتی

وی سپس به دلایل ناکارآمدی روشهای سنتی پرداخت و در این زمینه گفت:

* آقای یحیایی: تنوع وجوه دریافتی به وسیله سازمانهای دست‌اندرکار بازرگانی در ایران تحت عناوین حقوق گمرکی، سود بازرگانی، عوارض ویژه از جمله مشکلات اجرای روش تجارت بدون کاغذ است.

روشهای سنتی کاربرد منطقه‌ای دارند نه کاربرد بین‌المللی. اگر ما بخواهیم وارد صحنه بین‌المللی بشویم، سنت هزینه‌زا خواهد بود. سنتها دیگر دارای ارزش در جامعه نیستند ما بایستی سعی کنیم که به روشها و سنتهای جهانی تجهیز شویم. به عبارتی دیگر روشها و قراردادهای تجارتی ما شامل قراردادهای مورد قبول سازمانهای جهانی شود.

بنابراین ما اگر بخواهیم در تجارت بین‌الملل دارای ارزش و نقش باشیم، محکوم به عضویت در سازمان تجارت جهانی (WTO) خواهیم بود. اگر بخواهیم توسعه صادرات را به عنوان توسعه کشور قلمداد کنیم، محکوم به آن هستیم که عضو این سازمان باشیم. صحبت از عضویت، عضویت تمام اعضا است و صحبت وارد شدن در یک کلوپ جهانی است. اما بحث آن است که آیا آنها می‌خواهند که ما وارد شویم، آیا آنها ما را می‌پذیرند یا خیر. اگر ما تشخیص داده‌ایم که ضعیف هستیم بایستی برای کارهایمان برنامه‌ریزی داشته باشیم و این ضعف را به حداقل ممکن کاهش دهیم. مودی‌گریهای تجارتی همگی به خاطر عدم دانش ما حادث می‌شود. اگر ما عضو نشویم هیچوقت نقاط قوت و ضعف خویش را متوجه نمی‌شویم. ما برای آنکه عضو شویم بایستی ابتدا اصولی را رعایت کنیم که تاکنون این اصول را رعایت نمی‌کردیم. اگر نخواهیم اصول و فنون جدید تجارت را یاد بگیریم، اگر نخواهیم به سازمانهای بین‌المللی همچون (WTO) وصل شویم و در شبکه اطلاع‌رسانی جهان قرار نگیریم، به زودی از نظام تجارتی حذف خواهیم شد. ما یک اماندگی داریم نه عقب ماندگی که باید سعی کنیم آن را برطرف کنیم.

پاسخ دکتر صرافی‌زاده در رابطه با این سوال که نقش دولت در کارآمدی یا ایجاد مشکل در استفاده از شیوه‌های نوین تجارت چیست؟ چنین بود:

نقش دولت صرفاً باید بسترسازی باشد، برای حرکت قانونمندان اعضای فعال تجارتی خود نه

انجام کار توسط دولت. دولت به علت محدودیت اعضا، محدودیت فکر نیز دارد. نظارت، هدایت، رعایت، حفاظت در زمینه‌های خیلی محدود حمایت اعضا را می‌طلبد. چون تجارت یک مسئله خودجوش است هر چقدر دولت از طرف تجارتی بودن سازمانها اجتناب کند، زمینه‌های بروز استعدادهای در فعالیت تجارتی برای سایر اعضا جامعه فراهم خواهد شد. چرا به جای آنکه مردم را دولتی کنیم نخواهیم دولت را مردمی کنیم. الان مردم دولتی هستند. دولت در همه جای دنیا دارای یک بدنه بزرگ و یک مغز کوچک است و بر همین اساس با مغز کوچک نمی‌توان در صحنه بین‌المللی حضور پیدا کرد. حال به طور طبیعی این پرسش پیش می‌آید که، برای رفع موانع و مشکلات موجود در تجارت یا صادرات چه راههایی هست. برخی از راه‌حلها به طور خلاصه از این قرار است:

بایستی فرهنگ صادراتی ایجاد کنیم و به صادرات فقط به عنوان فروش یک کالا یا خدمت نگاه نکنیم بلکه سود سیاسی اجتماعی مطلب را در امر صادرات در نظر بگیریم زیرا بودن در مبادلات بین‌المللی یک اصل است و سود ما در حضور ما است. برای ورود به بازارهای بین‌المللی ذهنیت مثبت را باید در طرف مقابل ایجاد کرد و این یک عزم جمعی را می‌طلبد نه فردی.

برای صادرات، صنعت باید تحرک داشته باشد و نیاز ارز کشور برای اداره صنعتش ضرورت توسعه صادرات صنعتی را ایجاد می‌کند. و در نهایت آنکه باید خودمان را در سطح بین‌المللی برسانیم و خودمان را از استفاده توانمندیهای بین‌المللی محروم نکنیم. زیرا دانش یک اندوخته بشری است و استفاده از آن متعلق به کل جهان است به عبارت دیگر به خود تحریمی دست نزنیم و اگر ایجاد می‌کند از کارشناسان جهانی نیز استفاده کنیم.

آقای امیر محسن حشمتی مدیر عامل یک شرکت کامپیوتری خصوصی که در زمینه‌های کامپیوتر و مدیریت بازرگانی تخصص دارد و هم‌اینک با استفاده از این روشها در زمینه تهیه، بازاریابی و صادرات نرم‌افزار رایانه فعالیت می‌کند نیز در مصاحبه‌ای با خبرنگار تدبیر در این زمینه چگونگی استفاده از روشهای نوین توضیحاتی داد.

آقای حشمتی در ابتدای مصاحبه به تحولات مخابرات و ارتباطات که زمینه‌ساز EDI یا به عبارتی ON - LINE COMMERCE است،

اشاره کرد و افزود: پس از به بازار آمدن کامپیوترهای شخصی و استفاده از دستگاه مودم (MODEM) این روش ارزان فراگیر شد. و بزرگترین اتفاق نیز در دهه آخر قرن بیستم استفاده از اینترنت و در پی آن پدیده تجارت الکترونیک است.

این پدیده در حال حاضر در آمریکا، اروپا و کشورهای حوزه پاسیفیک به طرز گسترده‌ای در خدمت بازرگانان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان قرار دارد. و سایت‌های WGB امکان رسیدن به بازارهای جهانی را با کمترین هزینه فراهم کرده است.

تواناییهای تجارت الکترونیک

این سیستم به تدریجی طراحی شده که شرکت‌های عضو می‌توانند با اتصال به این سایت ضمن پیدا کردن محصول و یا شرکت موردنظر خود (کلیه راهنماهای تولیدی و بازرگانی جدید کشورهایی که با آن تشکیلات قرارداد دارند در این سیستم وجود دارد)، سفارشات خود را اعلام و تقاضای پیشنهاد قیمت کنند.

به همین ترتیب مسئله فروش و بازاریابی کالاها و خدمات هم انجام می‌شود. روزانه هزاران اعلامیه مناقصه و مزایده از سراسر جهان توسط اعضاء که شامل سازمانهای دولتی و شرکت‌های بخش خصوصی می‌باشد در این سیستم وارد می‌شوند. زمان، هزینه و پوشش این روش در مقایسه با روشهای سنتی (مانند آگهی، روزنامه و غیره) از مزیت‌های چشمگیر این نوع تجارت الکترونیکی هستند.

طبق آخرین آمار منتشره توسط سازمان نظرسنجی (IDC)، شرکت‌هایی که مستقیماً به مشتریان خود از طریق اینترنت وصل هستند حد متوسط ۵۰٪ تا ۹۰٪ در هزینه‌های فروش، پشتیبانی و توزیع صرفه‌جویی کرده‌اند. وی سپس به مزایا و معایب عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی اشاره کرد و افزود:

بطور خلاصه، پس از ۷ سال کارشناسی و مذاکره، در اول ژانویه ۱۹۹۵ سازمان تجارت جهانی تشکیل شد که دربرگیرنده ۱۳۲ کشور جهان است. از میان کشورهای منطقه بحرین، مصر، قطر، کویت، تونس، مراکش و امارات متحده عربی از امضاءکنندگان این قرارداد بودند.

بحث پیوستن جمهوری اسلامی ایران به این سازمان مدتهاست که جزو داغ‌ترین بحث‌های بازرگانی در کشور است. کشورهایی که قصد پیوستن به آن را دارند ابتدا می‌بایست اصلاحات

زیادی در ساختار اقتصاد و مقررات بازرگانی خود اعمال کنند. موافقین عضویت در WTO معتقدند این اقدام باعث خواهد شد که ساختار اقتصاد ایران موزون شود. البته موضوع مهم این است که این ساختار پیش از عضویت باید با شرایط WTO هماهنگ و موزون شود. مخالفان این طرح اعتقاد دارند که حذف ناگهانی سوبسیدها و سیاست‌های حمایتی در حالی که جامعه ضرورت و اجبار آن را در نمی‌یابد، عامل به هم ریختن ساختار اقتصادی کشور خواهد شد.

به هر صورت، با شرایط کنونی کشور محدودیتهای بسیاری که در امر واردات و صادرات وجود دارد، امکان پیوستن به WTO وجود ندارد. البته، پیوست یا عدم پیوست به WTO لزوماً تأثیر آنچنانی بر استفاده از تجارت الکترونیکی ندارد.

پرسش دیگری که باوی در میان گذاشتیم این بود که برای استفاده از روشهای نوین تجارت مثل تجارت الکترونیک چه مراحلی را باید گذرانند؟ وی در پاسخ گفت:

اولین شرط استفاده از تجارت الکترونیکی داشتن بستر مناسب مخابراتی و ماهواره‌ای است. برای اتصال به شبکه‌های جهانی و پیوستن به خانواده بزرگ اینترنت به صورت ON - LINE به بیش از این امکانات که داریم نیاز خواهیم داشت. امکان دسترسی یکسان به اطلاعات بازرگانی و شکستن انحصار اطلاعات اولین و مهمترین قدمها است.

با اینکه روند مثبتی در این زمینه دیده می‌شود، هم شرکت مخابرات (از طریق شرکت دینای ایران) و هم بخش خصوصی می‌باید با این مسئله فعال‌تر برخورد کنند و به نظر می‌رسد که برای رسیدن به این هدف باید دولت و مجلس با اصلاح قانون و تخصیص بودجه برای خرید تجهیزات مدرن ماهواره‌ای در اسرع وقت به این مهم دست یابند.

*** آقای صرافنی‌زاده: در سیستم‌های نوین تجاری نقش کاغذبازی به حداقل رسیده است. اصول بازاریابی و فروش، حرفهای نو و تازه برای گفتن دارد. اگر ما نتوانیم ایده‌های نو داشته باشیم، اگر نتوانیم مشکلات را برطرف کنیم و اگر نتوانیم کاغذبازها را کم کنیم، اعلام موجودیت کردن به این کشورها یک فاجعه است.**

ایشان در رابطه با این سوال که برای ساخت یا تجارت قطعات و دستگاههای صنعتی یا فرآورده‌های کشاورزی و ... چگونه می‌توان شیوه‌های جدید تجارت را بکار گرفت، بدین گونه پاسخ دادند که:

تولیدکنندگان و صادرکنندگان ما باید هرچه زودتر بتوانند با درست کردن سایت‌های وب (WEB SITE) و اتصال به شبکه‌های جهانی، کالاهای خود را به بهترین روش به خریداران معرفی کنند. طراحی یک WEB SITE موثر و موفق مانند درست کردن یک بروشور صادراتی نیاز به تخصص خاص دارد. ما نیاز داریم که شرکت‌هایی در این زمینه تاسیس و با استفاده از جدیدترین ابزار این کار (سخت‌افزار و نرم‌افزار) به بازرگانان کشور خدمات مناسبی بدهند. البته در یکی دو سال اخیر چندین شرکت برای این موضوع تشکیل شده که کافی نیست.

آقای امیرمحسن حشمتی در رابطه با این سوال که پیش نیازهای استفاده از روشهای نوین تجارت از نظر آموزش، سخت‌افزار و نرم‌افزار چیست؟ وی گفت: پس از حل مسئله اتصال ON - LINE به شبکه اینترنت و بستن قرارداد با SERVICE PROVIDERهای معروف نیازهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری استفاده از این خدمات نسبتاً موضوعی پیش پا افتاده است.

در حال حاضر، خوشبختانه در بازار ایران کلیه این اقلام با قیمتهای قابل رقابت وجود دارد. در شروع برای اتصال به شبکه‌های یادشده، یک رایانه با مودم و پردازشگر و نرم‌افزار مناسب که مجانی هستند کافی است. پس با داشتن یک ID (نام شناسایی) و کد رمز (PASSWORD) که از SERVICE PROVIDER گرفته می‌شود، می‌توان به شبکه‌های مجانی اینترنت راه یافت. در صورتی که بخواهیم کالاها و خدمات صادراتی خود را از طریق شبکه اینترنت به جهانیان بشناسانیم نیاز به یک SERVER پر قدرت خواهیم داشت که VEB SITE خود را بر روی آن گذاشته و با تبلیغ آدرس این سایت به علاقمندان سرویس دهیم. این آدرس را می‌بایست در تمام مکاتبات، سرکاغذ و کارت ویزیت شرکتها، بروشورها و در تبلیغات به همه اعلام کنیم. صدور پیش‌فاکتور و پروفورما و بقیه کارهای بازرگانی نیز از همین سیستم قابل انجام خواهد بود.

معمولاً پس از برپائی یک سایت حداقل به یک نفر به‌عنوان مسئول نگهداری و به روزآوری

اطلاعات نیاز خواهد بود که اصطلاحاً به او WEB MASTER یا اپراتور سیستم می‌گویند. این فرد یا افراد مسئول خواهند بود که کلیه تغییرات در مشخصات فنی و قیمت‌های کالا یا خدمات عرضه شده را اعمال کند. همچنین تهیه فهرستی از کسانی که وارد WEB SITE شده‌اند از اهم مسئولیت‌های این فرد و یا واحد است.

آقای حشمتی نقش دولت و مجلس را در پیشبرد این امور موثر دانست و افزود: به مسایل مربوط به همکاری یا عدم همکاری دولت و نقش دولت قبلاً اشاره شد، درهرحال بدون این باور و همکاری از سوی دولت و مجلس رسیدن به این هدف یعنی استفاده از روشهای نوین بازرگانی ممکن نخواهد بود. برگزاری همایش‌هایی از قبیل همایشی که در اواخر سال گذشته در مورد تجارت الکترونیک و کاربردهای آن در ایران توسط موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی برگزار شد بطور قطع می‌تواند موثر باشد.

در ضمن دولت خصوصاً شرکت مخابرات ایران که متولی اجرای طرحهای مخابراتی منجمله شبکه اینترنت است در نهایت می‌باید امکاناتی را فراهم کند که افراد و شرکتهای بتوانند با هزینه‌های معقول به شبکه اینترنت وصل شوند.

برخی از مشکلات کار

آقای همایونفر یحیایی، محقق و مدرس مباحث بازرگانی خارجی و گمرک نیز در این زمینه به‌ویژه در مورد مسایل و مشکلات کار و راههای رفع آن نظراتی دارد.

وی نیز معتقد است که پیاده کردن این سیستم در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران نیاز به بسترسازی برای حل مشکلات دارد. در غیر این صورت استفاده از آن امکان‌پذیر نیست. آقای یحیایی مشکلات را به این شرح دسته‌بندی کرد: - وجود قوانین، مقررات، دستورالعمل و تشریفات پیچیده که دائم نیز تغییر می‌کنند.

- تنوع وجوه دریافتی به‌وسیله سازمانهای دست‌اندرکار امر بازرگانی در ایران تحت عناوین حقوق گمرکی، سود بازرگانان، عوارض شهرداری، هلال‌احمر، صندوق ضمانت صادرات، عوارض ویژه، هوایی، بندری، بهداشتی، تعاون، هزینه‌های گمرکی، مابه‌التفاوت سازمان حمایت، حق ثبت سفارش، کارمزد پست سفارش و... که علاوه بر روشهای متفاوت و پیچیده برای محاسبه هر یک از این وجوه،

نگهداری و واریز آن به حسابهای مختلف بسیار وقت‌گیر و مشکل‌آفرین است.

- تفاوت مأخذ تعرفه‌های گمرکی بیشتر کالاها با یکدیگر.

- تعدد مراکز تصمیم‌گیری و عدم هماهنگی و همکاری آنها در امر تجارت

- نیاز به امکانات سخت‌افزاری و پرسنلی متخصص.

- عدم استفاده از تجارت بدون کاغذ از طرف بسیاری از کشورهای طرف مبادله تجاری با ایران از جمله کشورهای تازه استقلال یافته و شوروی سابق

- مقاومت نیروهای انسانی سازمانهای دست‌اندرکار واردات و صادرات در راه اجرای سیستم‌های الکترونیکی اطلاعات.

- عدم احساس مسئولیت واردکنندگان و صادرکنندگان به‌ویژه سازمانهای دولتی در ترخیص سریع محصولات خود از گمرک.

*** آقای حشمتی: تجارت الکترونیک در حال حاضر در آمریکا، اروپا و کشورهای حوزه پانسفیک به‌طور گسترده‌ای در خدمت بازرگانان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان قرار دارد و امکان رسیدن به بازارهای جهانی را با کمترین هزینه فراهم کرده است.**

- عدم برنامه‌ریزی صحیح و پیش‌بینی امکانات حمل‌ونقل و انتقال کالا از میادین ورودی و خروجی پس از ترخیص کالا.

آقای یحیایی سپس به راهها و پیشنهادهای خود اشاره کرد و در این زمینه گفت: اولین گام برای استفاده از سیستم الکترونیکی اطلاعات ساده کردن و استاندارد کردن قوانین، مقررات به گونه‌ای که در سیستم‌های الکترونیکی (رایانه‌ها) قابل استفاده باشد و برخورداری ثبات بیشتر.

این کارشناس راه‌حلهای بعدی را به این شرح پیشنهاد کرد:

- ادغام عناوین وجوه مختلف دریافتی از کالاهای وارداتی و صادراتی درهم و استفاده از عناوین بین‌المللی.

- کاهش تنوع در مأخذ تعرفه‌های گمرکی بخصوص در مورد کالاهایی که می‌توانند دارای مأخذهای یکسان باشند.

- تأسیس و فعال کردن هرچه سریعتر «کانون

تجارت» است به‌گونه‌ای که تمام سازمانهای ذیربط در امر بازرگانی خارجی مثل وزارتخانه‌ها، سازمانهای دولتی، شرکتهای بیمه، اتاق بازرگانی، شرکتهای بازرسی و حمل‌ونقل، اتحادیه‌ها و... در محل واحدی گردهم آیند و در دادن اطلاعات و خدمات لازم در زنجیره تجارت به متقاضیان همکاری کنند.

- ارزیابی و پیش‌بینی امکانات مالی برای تهیه امکانات سخت‌افزاری از منابع داخلی یا بین‌المللی و فراهم کردن زمینه آموزش و تربیت نیروی انسانی کافی برای استفاده از وسایل رایانه‌ای.

- تشویق کشورهای طرف مبادلات تجاری به استفاده از سیستم الکترونیکی اطلاعات و تجارت بدون کاغذ از طریق سازمان اکو با مذاکره در کنفرانس‌ها و سمینارهای منطقه‌ای.

- آشنا کردن نیروهای انسانی شاغل در سازمانهای ذیربط در زنجیره تجارت به مزایای استفاده از سیستم الکترونیکی اطلاعات و ساده شدن تشریفات و کاهش مراجعه‌کنندگان.

- تدوین ضوابط و مقررات دقیق برای ملزم کردن واردکنندگان سازمانهای دولتی در ترخیص سریعتر کالاهای خود و اعمال تعرفه‌های انبساط‌داری مناسب.

- و سرانجام برنامه‌ریزی صحیح و دقیق در توزیع کالاهای وارداتی و صادراتی بین میادین ورودی و خروجی مختلف به منظور جلوگیری از تراکم و حمل‌ونقل سریع کالا از این میادین.

آقای دکتر حمیدرضا تاج‌دینی دبیر کمیته ملی ادیفاکت ایران و مشاور موسسه مطالعات، پژوهشها و برنامه‌ریزی وزارت بازرگانی نیز کارشناس دیگری بود که در گفتگو با خبرنگار تدبیر شرکت کرد.

وی در ابتدای سخنانش دلایل و چگونگی روی آوردن کشورها به روشهای نوین بازرگانی و تجارت را برشمرد و گفت: تأثیرات کاربرد، فن‌آوریهای جدید در زمینه اطلاع‌رسانی که عرصه‌های گوناگون زندگی اجتماعی بشر را در برگرفته است. علاوه بر ایجاد تغییرات و تحولات در اهداف و نوع فعالیتهای مربوطه، شیوه‌های اجرایی را نیز دگرگون ساخته است و تأثیراتی که این کاربرد در عرصه داد و ستد و تجارت برجای گذاشته است شاهدی بر این مدعی است. نقش این فن‌آوریها بر نوع اقدامات شیوه‌های اجرایی، مقررات، همچنین تنوع در نوع عملیات تجاری و میزان اثر گذاریهای آن در

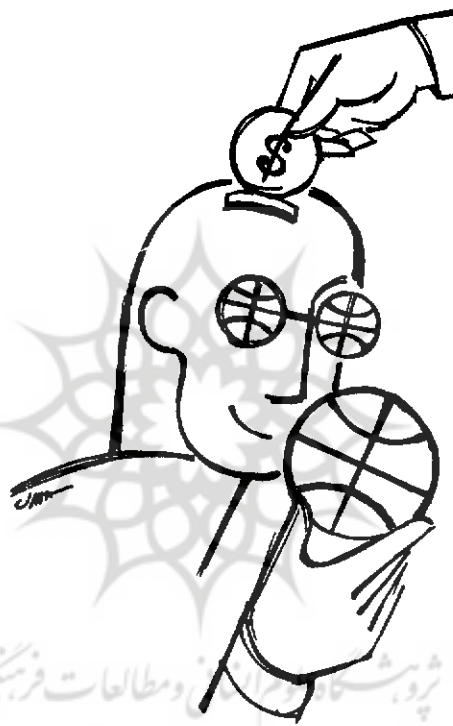
اقتصادهای ملی، بطورمستمر روبه افزایش است. در این مقطع از روابط بین‌الملل که با پایان یافتن شرایط و مقتضیات حاکم بر دوران به اصطلاح جنگ سرد، پدیده‌هایی همچون جهانی شدن اقتصاد، اهمیت بیش از پیش یافتن بلوکهای منطقه‌ای و فراملیتی در زمینه همکاری‌های اقتصادی و نیز توجه جدی به امکان تحقق همگرایی اقتصادی میان ملتها از برجستگی خاصی برخوردار شده‌اند، آشنایی، تجهیز و کاربرد دانش و فن‌آوریهای مربوط به تجارت اموری اجتناب‌ناپذیر است. تا ملتها در این جولانگاه پرقابلیت بازارهای جهانی، به جایگاهی شایسته دست یابند.

یکی از اثرات گسترش ارتباطات و احراز نقش محوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی در عرصه تجارت جهانی، آن است که رقابت‌ها بصورت مستمر، فشرده‌تر می‌شوند و قیمت تمام شده کالا نیز براساس هزینه عوامل تولید بطور مرتب کاسته می‌شود. علاوه بر این زمینه جدیدی از رقابت در کاستن از هزینه‌های مبادله بین عوامل ذی‌مدخل در تجارت بین‌المللی نیز آغاز شده است. از این رو ابداع و اعمال روشهایی که بتواند هزینه معاملاتی را کاهش دهند به عنوان اولویتی در دستور کار موسسات بازرگانی در عرصه رقابت بین‌المللی قرار گرفته است.

براساس محاسباتی که از سوی سازمانها و موسسات تخصصی بین‌المللی از جمله کنفرانس ملل متحد برای تجارت و توسعه (آنکتاد) صورت گرفته است، زمان و هزینه موردنظر برای انجام یک معامله چنانچه با استفاده از تکنولوژیهای تجارت الکترونیکی صورت گیرد حدود ۲۵ درصد از کل هزینه‌های مربوطه کاسته می‌شود. در این محاسبه نشان داده شده است که در هر عملیات تجاری بطور متوسط بین ۶ تا ۱۰ درصد قیمت تمام شده، صرف هزینه مبادلات تجاری از قبیل امور گمرکی حمل و نقل، بیمه و عملیات بانکی می‌شود.

در نتیجه چنانچه در عملیات تجاری به جای روشهای سنتی مبتنی بر مبادله اسناد کاغذی، اطلاعات و اسناد مربوطه از طریق بهره‌گیری از فن‌آوریهای تجارت الکترونیکی انجام پذیرد، ۲۵ درصد از ۶ تا ۱۰ درصد هزینه‌های یاد شده صرفه‌جویی خواهد شد و اگر حجم مبادلات تجاری جهان را در شرایط حاضر رقمی حدود ۵۴۰۰ میلیارد دلار به حساب آوریم، صرفه‌جویی‌هایی که از قبل استفاده از

تکنولوژیهای مربوطه به تجارت الکترونیکی عاید خواهد شد بصورت چشمگیر و عاجل قابل شامل است ولی می‌توان گفت بهره‌گیری از فن‌آوریهای تجارت الکترونیکی، از جمله مبادله الکترونیکی داده‌های بازرگانی (EDI) به دلیل توجیه روشن اقتصادی کاربرد آنها، بصورت اجباری درخواهد آمد. مثلاً، برخی از شرکتهای بزرگ غربی در مبادلات تجاری خود به شرکای خود اعلام کرده‌اند که چنانچه معامله با آنها به صورت سنتی و با استفاده از روشهای مبتنی بر کاغذ انجام گیرد، در صد خاصی به قیمت کالا خواهند افزود.



استاندارد کردن پیامها

در این رابطه به نظر می‌رسد کشورهایی که خود را با روند جاری عرصه‌های تجارت بین‌الملل منطبق نسازند، حضورشان در ارتباطات و رقابت بین‌المللی با صرف هزینه‌های بیشتری توأم خواهد بود و ناگزیر از حضور فعال در این عرصه توأم با رقابت تنگاتنگ، باز خواهند ماند. به این لحاظ تلاشهایی که در سطح بین‌المللی در زمینه امور مربوط به طراحی تدوین، نظارت، به هنگام‌سازی و کاربرد تجارت الکترونیکی مطرح است از حدود ۱۵ سال پیش، اهمیت و اولویت خاصی یافته است. آنچه که

درباره مبادله پیامهای تجاری به صورت الکترونیکی اهمیت دارد، موضوع استانداردسازی و یکسان‌سازی پیامهاست. طوری که برای تمام عوامل ذی‌مدخل در امر تجارت قابل درک باشد. پس با توجه به این ضرورت، حرکت بین‌المللی خاصی برای تدوین استانداردهای مربوط به پیامهای تجارت الکترونیکی آغاز شده است. که در ایالات متحده آمریکا با اتخاذ تمهیداتی برای فراهم سازی امکان مبادله الکترونیکی داده‌های بازرگانی براساس ضوابط و استانداردهای ویژه میان شرکتهای آمریکایی آغاز شده است.

از سوی دیگر کشورها و موسسه‌های مربوطه در قاره اروپا در این زمینه به ابتکارات خاصی دست زده‌اند که منجر به تاسیس مرکزی در چارچوب سازمان ملل متحد برای رسیدگی به امور پیامهای استاندارد (EDIFACT) شد. به ساده‌ترین عبارت و تعریف با استانداردهای جهانی EDIFACT که در زمینه مبادله الکترونیکی، داده‌های بازرگانی (EDI) به عنوان یکی از فن‌آوریهای مطرح در مقوله گسترده تجارت الکترونیکی (ELECTRONIC COMMERCE) اهمیت دارد، تبدیل اطلاعات تجاری به پیامهای استاندارد قابل انتقال از یک رایانه در هر نقطه جهان به دیگر رایانه‌ها در دیگر نقاط جهان امکان‌پذیر است. تدوین، تصویب، کنترل و به‌هنگام‌سازی این استانداردها در حیطة صلاحیت کمیسیون اقتصادی اروپا (ECE) وابسته به سازمان ملل متحد است.

امور مربوط به تسهیل تجاری در حال حاضر به نهادی واگذار شده است بانام مرکز ملل متحد برای تسهیل روشها و عملیات اداری، بازرگانی و ترابری که بانام اقتصادی CEFACET معروف است. با تشکیل این مرکز نوعی سیاست تمرکزگرایی در سازمان ملل متحد آغاز شد. در سومین اجلاس رسمی CEFACET که در اواخر اسفند ماه سال ۱۳۷۶ در ژنو تشکیل شد تصمیم بر آن شد تا کلیه امور مربوط به تجارت الکترونیکی در این مرکز بین‌المللی متمرکز شود. که در صورت تصویب و اعمال این سیاست ارگان‌های هماهنگ‌کننده قاره‌ای و منطقه‌ای می‌باید منحل می‌شدند. اما به ابتکار هیات نمایندگی جمهوری اسلامی ایران و پشتیبانی قاطع کشورهای ذیربط آسیایی از جمله ژاپن، ادامه کار ارگان هماهنگ‌کننده آسیا در امور

پیامهای استاندارد EDIFACT مورد تصویب قرار گرفت.

جمهوری اسلامی ایران در پیگیری چنین سیاستی به کشورهای آسیایی اینگونه استدلال نمود که انحلال آرمان هماهنگ‌کننده منطقه آسیا در امور پیامهای استاندارد EDIFACT زمینه حضور و مشارکت فعال این قاره در تصمیم‌گیریهای جهانی مربوطه را از بین خواهد برد و کشورهای قاره آسیا با توجه به نفوذ کشورهای قدرتمند غربی صرفاً دنباله‌رو تصمیمات آنها خواهند بود. علیهذا خوشبختانه امروز شاهد آن هستیم که هیات ادیفاکت آسیاتحت عنوان ASEA یا (ASIA EDIFACT BOARD) بصورت فعال به وظایف تخصصی خود می‌پردازد.

شایان ذکر است که دبیرخانه هیات ادیفاکت آسیا در شهر توکیو است و کشورهای ژاپن، کره جنوبی، مالزی، جمهوری خلق چین، سنگاپور، اندونزی، تایلند، فیلیپین، سریلانکا و جمهوری اسلامی ایران اعضای کامل و کشورهای هنگ‌کنگ و برونتی و کمیسون اقتصادی - اجتماعی ملل متحد برای منطقه آسیا و اقیانوس آرام (اسکاپ) ناظران هیات ادیفاکت آسیا هستند.

این هیات دوازده گروه کاری دارد که به ترتیب عبارتند از؛

گروه کاری آگاه‌سازی و آموزش، گروه کاری ارزیابی امور فنی پیامهای ادیفاکت، گروه کاری الکترونیک و رایانه، گروه کاری خرید، گروه کاری بررسی امور گمرکی، گروه کاری بررسی امور مالی، گروه کاری بررسی امور حقوقی، گروه کاری بررسی امور ایمنی و حفاظت گردش الکترونیکی اطلاعات، گروه کاری بررسی امور ترابری هوایی، گروه کاری بررسی امور دارویی و بهداشتی و گروه کاری بررسی امور مربوط به حفاظت از محیط زیست.

زمینه‌های حضور ایران در این عرصه

وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در راستای تحقق سیاست استراتژیک افزایش و مآلاً جهش حجم صادرات غیرنفتی و خدمات کشور و در پرتو درک واقعیات در زمینه‌های حاکم بر نظام اقتصادی جهانی و نیز احساس اجتناب‌ناپذیری و لزوم تامین دانش و فن‌آوریهای مربوطه در عرصه شدیداً رقابت‌آمیز بازارهای جهانی، از شروع اجرای قانون برنامه اول توسعه

اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور، مطالعات کارشناسی گسترده‌ای را سرلوحه دستور کار خود قرار داده است. متعاقباً با تصویب تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم توسعه که وزارت بازرگانی راه طراحی و راه‌اندازی نظام جامع و متمرکز اطلاع‌رسانی تجاری بین‌المللی و داخلی موظف ساخت، کلیه وزارتخانه‌ها، سازمانها، موسسه‌ها و نهادهای دولتی را مکلف به هماهنگ‌سازی اقدامات و عرضه اطلاعات لازم برای تحقق هدف یاد شده به وزارت بازرگانی کرد. که اقدامات و برنامه‌ریزیهای این وزارتخانه در گستره مدرن‌سازی عملیات و ساختار تجاری کشور شتاب بیشتری به خود گرفت.

در زمینه تمهیدات اتخاذ شده برای ایجاد تسهیل روشها و افزایش کارایی ساختار نظام تجاری کشور اقدامات ارزنده‌ای از سوی معاونت برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی این وزارتخانه صورت گرفته شده است که اهم آن عبارتند از:

۱- طراحی و راه‌اندازی شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی (آگاهگر) و تلاش در جهت تجهیز و تقویت مستمر سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شبکه اطلاع‌رسانی.

۲- تاسیس مرکز ملی شماره‌گذاری کالاها و خدمات ایران و تلاش در جهت اشاعه فرهنگ رمزینه یا خط نماد (بارکد) و احراز عضویت این مرکز به عنوان نخستین مرکز از نوع خود در منطقه غرب آسیا در موسسه بین‌المللی شماره‌گذاری کالا و خدمات (EAN) INTERNATIONAL

۳- طراحی و راه‌اندازی مرحله نخست اولین نقطه تجاری ایران و تلاش در جهت طراحی و راه‌اندازی مرحله دوم این نقطه تجاری که عملاً عوامل ذی‌مدخل از بخش خصوصی و دولتی بازرگانی در یک مکان از کلیه خدمات وزارتخانه‌ها، سازمانها و موسسات مسوؤل در عملیات تجاری نظیر گمرک، بیمه، امور حمل و نقل، امور بانکی و برخوردار شوند.

۴- پایان موفقیت‌آمیز مرحله امکان‌سنجی برای پی‌ریزی نظام جامع و متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی بین‌المللی و داخلی کشور و تامین آمادگی‌های لازم به منظور ورود به فاز اجرایی و عملیاتی.

مضافاً در راستای سیاست این وزارتخانه جهت تامین مشارکت فعال در تصمیم‌گیریهای بین‌المللی مربوطه و با توجه به مقبولیت جهانی پیام‌های استاندارد ادیفاکت، هیئت نمایندگی

وزارت بازرگانی برای نخستین بار در پانزدهمین اجلاس «ASEB» (مالزی - آبانماه ۱۳۷۴) حضور پیدا کرد و متعاقباً در دوازدهمین اجلاس عمومی آن به عنوان تنها کشور غرب آسیا، رسماً عضویت این سازمان را احراز نمود. «کمیته ملی ادیفاکت ایران» که نمایندگی جمهوری اسلامی ایران در «هیئت ادیفاکت آسیا» را برعهده دارد و در ۱۵ مرداد ماه ۱۳۷۵ با مشارکت دیگر وزارتخانه‌ها و موسسات ذیربط در معاونت برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی تاسیس شد. این «کمیته» که در واقع مرجعیت مربوط به امور فن‌آوریهای تسهیل تجاری، به ویژه تجارت الکترونیکی، در کشور را برعهده دارد از سیزدهم لغایت ۱۹ تیرماه سالجاری میزبان شانزدهمین اجلاس «هیئت ادیفاکت آسیا» و کنفرانس علمی بین‌المللی ادیکام ۹۸ خواهد بود.

نقش دولت در راستای بکارگیری فن‌آوریهای مربوط به تجارت الکترونیک

در امر تسهیل تجارت و تحقق ارتقای کارایی ساختار نظام تجاری کشور دو مقوله از اهمیت بسیار برخوردار است. نخست اینکه چنانچه فن‌آوریهای جدید از جمله تجارت الکترونیکی و EDI به نحوه شایسته در عرصه مبادلات تجاری داخلی و بین‌المللی بکار گرفته شوند، به تحقق بخشی از هدف اصلی کمک خواهد کرد. مقوله بعدی لزوم تجدیدنظر و بهینه‌سازی در بروکراسی و تشریفات اداری مربوط به عملیات تجاری است.

به دیگر سخن، فوائد بهره‌گیری از تجارت الکترونیکی هنگامی قابل تصور و تامین است که اصلاحات لازم در مقررات و شیوه‌های جاری در امر تجارت صورت پذیرد.

بدیهی است که اصلاح‌سازی در تشریفات و بروکراسی امری است که به خودی خود تحقق صرفه‌جویی‌های قابل توجهی در صرف هزینه‌های مربوط به عملیات تجاری را در برخواهد داشت. با در نظر گرفتن نقش تعیین‌کننده و محوری دولت و دیگر ارکان و ارگانهای رسمی کشور نظیر قوه مقننه، موفقیت در کاربرد فن‌آوریهای مربوط به تجارت الکترونیک به صورت مستقیم، منوط به عزم و اراده دولت در همگام سازی روشها و بروکراسی تجاری با نیازهای مطروحه در کاربرد فن‌آوریهای مربوط به تجارت الکترونیکی است. □

کد ایران

رهستادن شرکت تخصصی بارکد در ایران

✓ پیاده سازی سیستمهای مختلف :

- انبارداری مکانیزه (بارکد)
- کنترل تولید مکانیزه (بارکد)
- حضور و غیاب کامپیوتری (بارکد / نوار مغناطیسی)
- کنترل تردد مکانیزه (بارکد / نوار مغناطیسی)
- کنترل دسترسی مکانیزه (بارکد / نوار مغناطیسی)
- سیستم کامپیوتری قبوض آب - برق - تلفن و گاز (بارکد)

✓ ارائه انواع سخت افزار و نرم افزار لازم :

- انواع چاپگر بارکد
- انواع اسکنر بارکد
- نرم افزارهای بارکد
- جمع کننده اطلاعات الکترونیکی

✓ ارائه انواع خدمات :

- صدور انواع کارتهای پلاستیکی
- تبدیل کد ملی به بارکد

همه چیز درباره بارکد



کتابخانه

✓ نخستین و تنها شرکت ایرانی عضو AIM

✓ سازنده و ارائه دهنده طیف کامل سخت افزارها و نرم افزارهای بارکد

✓ طراح و پیاده کننده انواع سیستمهای مبتنی بر تکنولوژی بارکد



آرایه سیستمه (با مسئولیت محدود)

دارای گواهینامه تائید صلاحیت جهت مشاوره سیستمهای کیفیت و ISO 9000 از نظام تائید صلاحیت ایران در موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران (شماره ثبت ملی ۲/۱۱۳)

استادان و کارشناسان شرکت پس از برنامه ریزی مناسب، برای اجرای بهینه طرح در کنار شما خواهند بود.

خدمات شرکت آرایه سیستم:

- مشاوره و آموزش در زمینه مدیریت کیفیت و استانداردهای بین المللی ISO 9000
- مشاوره و راهنمایی به منظور استقرار سیستم کیفیت و اخذ گواهینامه معتبر
- همراهی با کارفرما برای حفظ و بهبود سیستم پس از اخذ گواهینامه
- آموزشهای کاربردی

تلفن / دورنگار: ۸۲۵۷۹۵۱ - ۸۲۶۱۴۸۵

نشانی: شهرآرا - بخش خیابان ۱۶ ساختمان ۴۰ طبقه سوم شماره ۵