

نقش اطلاعات در صادرات

بازارهای جهانی روزبه‌روز گسترش می‌یابند و رقابت در این بازارها فشرده‌تر می‌شود.

قوانین و مقررات در حال تغییر هستند و هر تصمیم تازه‌ای، آثار وسیعی در بازارها به جا می‌گذارد. چه‌بسا اتخاذ یک تصمیم یا وضع یک قانون جدید، وضعیت بازار در یک منطقه از جهان را تغییر دهد و بسیاری از عاملان عرضه را تحت تأثیر بگیرد.

امروزه عرضه کالا و خدمات به بازارهای درون و بیرون مرزی تحت تأثیر عوامل بیشماری است که بر میزان تقاضا اثر می‌گذارد. عرضه‌کنندگان و سرمایه‌گذاران می‌بایست با دقت در وضعیت بازارها، نوع و میزان فعالیت خود را تعیین کنند، زیرا هر تغییر در شرایط بازار می‌تواند در راندن آنها از بازار ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی کارساز باشد و سرمایه‌گذاریشان را با ریسک بسیار مواجه سازد.

در چنین شرایطی نقش اطلاعات در تعیین حیطه فعالیت سرمایه‌گذاران، بقا یا فناى آنها، کلیدی است.

تهیه و تنظیم آمار و اطلاعات دقیق و جامع و نیز تحلیل صحیح و منطقی آنها می‌تواند در ادامه فعالیت موفقیت‌آمیز عاملان اقتصادی نقش بسزایی داشته باشد.

در این گزارش به نقش اطلاعات در صادرات می‌پردازیم:

عرضه و تقاضا

در یک نظام تجارت آزاد، عرضه و تقاضا نقش اصلی در تعیین قیمت دارند اما خود متأثر از عوامل بسیار فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روانی و... هستند. در حالیکه «قیمت» در گردش کار و سرمایه و شکل‌دهی به نظام تولید و مصرف، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

با این وصف، عاملان اقتصادی می‌بایست اطلاعات وسیعی از نظام بازار

داشته باشند تا بتوانند با سطح قیمت‌های موجود، حیطه کار و فعالیت خود را تعیین کنند. در شرایطی که آنها به بازارهای بیرون مرزی و صادرات توجه داشته باشند، نظام اطلاع‌رسانی در کنار عواملی که به آنها اشاره شد، باید به‌طور فعال و حساس عمل کند تا بتواند بقای فعالیت‌های اقتصادی را تضمین کند. ارائه هر گونه اطلاعات دور از واقع می‌تواند سرمایه‌گذاری را تباه کند. دقت و سرعت در انتقال اطلاعات در پیشگیری از وقوع وقایع زیانبار کارساز است.

امروزه در جهان عوامل مؤثر در عرضه کالاها و خدمات بسیار و در حال تغییر و تحول هستند. شناخت این عوامل و برنامه‌ریزی برای پاسخگویی به آنها با سرعت تغییر تکنولوژی (فن‌آوری‌های نوین) بسیار حساس و دارای اهمیت است. دسترسی به یک شیوه جدید تولید که هزینه را کاهش دهد، برای تعیین سرنوشت فعالیت تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران حساس است، اما شاید تغییر در روند بازار و شناخت به‌موقع این تغییر و تحولات اثر بیشتری داشته باشد.

برای مثال وضع یک تعرفه جدید برای کالای بخصوص یا اعمال یک تحریم بین‌المللی علیه کشوری، سرنوشت بسیاری از عرضه‌کنندگان آن کالا به بازار مخصوص را تغییر می‌دهد و گاه آنها را با ورشکستگی روبه‌رو می‌سازد.

بنابراین، عوامل سنتی مؤثر بر عرضه و تقاضای بازار، اکنون همانند گذشته تأثیرگذار نیستند و نقش اطلاعات بیش از پیش حساس شده است.

مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات نیز با دسترسی به اطلاعات مربوط به قیمت‌ها، واکنش‌های شدیدتر و عمیق‌تری نشان می‌دهند که تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران نمی‌توانند نسبت به این واکنش‌ها بی‌تفاوت باشند.

اطلاعات به‌هنگام بازارهای خارجی

تولیدکننده‌ای که قصد دارد محصول خود را به بازارهای بیرون مرزی عرضه کند، بیش از یک تولیدکننده که به بازار ملی می‌اندیشد، نیاز به اطلاعات دقیق، به‌هنگام و جامع دارد.

میزان عرضه محصولات مشابه، تکنولوژی تولید، سلیقه مصرف‌کنندگان، سطح هزینه‌های تولیدکنندگان رقیب، قیمت در بازار خارجی، قوانین و مقررات ورود به این بازارها و... موردنیاز صادرکنندگان است.

دسترسی به یک سیستم اطلاع‌رسانی دقیق و به‌هنگام می‌تواند نقش اساسی برای صادرکنندگان ایفا کند و مجموعه سرمایه‌گذاری و فعالیت آنها را قرین موفقیت یا شکست نماید.

صادرکنندگان کالا در کشورهای در حال توسعه بیش از آنکه از ورود کالاهای با تکنولوژی پیشرفته‌تر آسیب ببینند از عدم دسترسی به اطلاعات بازار صدمه دیده‌اند. برای مثال تعیین میزان عرضه و تقاضا و اثرگذاری بر قیمت‌ها از سوی تولیدکنندگان کشورهای روبه‌رشد، همواره معضلی بوده و هست.

عملکرد سازمان‌های مختلفی که کشورهای روبه‌رشد حتی برای ماده‌ای حیاتی مانند نفت تشکیل داده‌اند، این واقعیت را نشان می‌دهد. در حالی که بیش از دوسوم ذخایر نفت خام و گاز طبیعی جهان در کشورهای روبه‌رشد قرار دارد، سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) به‌ویژه در ۱۵ سال گذشته نتوانسته است بسا اتخاذ یک روش تأثیرگذار بر قیمت‌ها، به دفاع از بازار نفت بپردازد. این چنین وضعیتی برای سازمان‌های دیگری که کشورهای روبه‌رشد برای کالاهای خاص تشکیل داده‌اند، نیز مشاهده می‌شود.

این وضعیت برای صادرکنندگان بخش خصوصی در کشورهای روبه‌رشد

بسیار دشوارتر و وخیم تر بوده است. عدم دسترسی به اطلاعات دقیق از میزان تقاضای بازار، ذخیره سازی کالاها، عرضه دیگر تولیدکنندگان، قوانین و مقررات تازه و... صادرکنندگان را تحت فشار قرار داده است. حتی فعالیت‌های گروهی و صنفی کشورهای روبه‌رشد به لحاظ ضعف در اجرای تصمیمات و تبنی‌های انجام شده، سبب شده است که تشکیلات صنفی در کشورهای توسعه یافته با اعمال یک روش واحد در مقابل آنها، عملاً آنها را به شکست روبه‌رو سازند. برای مثال تصمیم به ایجاد آژانس بین‌المللی انرژی در پی وقوع دو بحران در بازار نفت در دهه ۱۹۷۰ و تلاش کشورهای توسعه یافته عضو این آژانس در اجرای تصمیمات آن (ایجاد ذخایر استراتژیک نفت در سطح میزان تقاضای ۹۰ روز یا بیشتر) سبب شده است که امروزه بازار نفت بیش از آنکه تحت تأثیر تصمیم‌های تولیدکنندگان باشد از نظرات مصرف‌کنندگان (وضع مالیات سبز) اثر می‌پذیرد.

با وجود چنین شرایطی در بازار جهانی، صادرکنندگان بخش خصوصی به‌طور یقین می‌بایست به ابزار اطلاعات مجهز شوند تا بتوانند از رقابت فشرده بازار، جان سالم بدر برند.

اطلاعاتی که مورد نیاز صادرکنندگان خصوصی است، قیمت، میزان عرضه محصولات مشابه و جایگزین در بازار مورد نظر، کیفیت محصولات مشابه و جایگزین، قوانین و مقررات دولتی حاکم بر بازار (قوانین صادرات، واردات بازارهای خاص)، استانداردهای مورد نظر بازارهای صادراتی، سلیقه مصرف‌کنندگان خارجی، تقاضای واقعی و مؤثر برای کالا، روند قیمت‌های آینده، رقابت مکارانه (دامیننگ) از سوی رقیبان، نرخ برابری ارزها، شیوه و میزان تبلیغات و بازاریابی رقبا در بازارهای مورد نظر، رشد جمعیت و گروه‌های سنی تشکیل دهنده آن، عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای و شرایط ویژه‌ای که این پیمان‌ها برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان محلی ایجاد می‌کند، روند تقاضای مؤثر و... می‌باشند.

جمع‌آوری این‌گونه اطلاعات به‌طور خصوصی برای هر صادرکننده، غیرممکن می‌باشد، زیرا که تأمین هزینه جمع‌آوری این اطلاعات به‌طور خصوصی در بازارهای خارجی، از عهده صادرکنندگان خارج است. لذا ضرورت دارد بخش دولتی این‌گونه خدمات را برای صادرکنندگان جمع‌آوری و در کوتاه‌ترین زمان ممکن آن را در اختیار گذارد.

از آنجا که رشد صادرات غیرنفتی برای اقتصاد ایران اکنون در اولویت قرار دارد، هموار ساختن راه جمع‌آوری اطلاعات و توزیع آنها بین متقاضیان (صادرکنندگان) از وظایف دولت می‌باشد.

با تلاش وسیعی که برای انجام سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی در نخستین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور انجام شد و در کنار آن موانع رشد صادرات به تدریج کاهش یافت، ارزش صادرات غیرنفتی از حدود یک میلیارد دلار در ابتدای برنامه به ۴/۳ میلیارد دلار در پایان برنامه رسید.

اکنون که بنا داریم در دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، ارزش صادرات غیرنفتی را به بیش از ۲۷ میلیارد دلار برسانیم، روش‌های سنتی بازاریابی صادرات نمی‌تواند پاسخگو باشد.

برای رسیدن به ۶/۱۵ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی در سال ۱۳۷۸، گسترش شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی و در اختیار نهادن به‌موقع آمار، اطلاعات، قوانین و مقررات و... باید در اولویت قرار گیرد.

سرعت بخشیدن به این اقدامات رکن توسعه صادرات غیرنفتی است. البته توجه به گزینش آمار و اطلاعات مورد نظر بازرگانان، تحلیل اصولی و منطقی اطلاعات و به‌موقع در اختیار قرار دادن آنها، می‌تواند کمک بزرگی به رشد صادرات غیرنفتی باشد. دقت و سرعت در گزینش اطلاعات و انتقال سریع آنها وظیفه اصلی سازمان ارائه‌دهنده این خدمات نوین است.

در اجرای تبصره ۲۶ قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و

فرهنگی کشور، دولت موظف است طی دو سال اول برنامه، شبکه مستمرکز اطلاع‌رسانی تجاری، بین‌المللی و داخلی کشور را از طریق وزارت بازرگانی طراحی و اجرا نماید. وزارت بازرگانی به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی مأموریت داد این مصوبه را اجرا نماید.

نخستین گام در این جهت افتتاح مرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی بود. این مرکز در سال ۱۳۷۳ در وزارت بازرگانی فعالیت خود را آغاز کرد و خدمات لازم را به‌صورت حضوری به متقاضیان بازرگانی کشور ارائه داد.

برای بین‌المللی شدن شبکه مذکور، شبکه بی‌بی‌اس تحت عنوان شبکه آگاه‌گر بازرگانی افتتاح شد تا کلیه خدمات آن به‌صورت کامپیوتری قابل دسترسی باشد. در مراسم افتتاح که آقایان یحیی آل اسحاق وزیر بازرگانی، مهندس محمد غرضی وزیر پست و تلگراف و تلفن، دکتر محمد نهاوندیان معاون طرح و برنامه وزارت بازرگانی و حدود ۱۵۰ تن از متخصصین و کارشناسان شبکه انفورماتیک کشور حضور داشتند، ابتدا مهندس سیدعلیرضا چراغی مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک راهبر با معرفی شرکت راهبر گفت: این شرکت در اوایل سال ۱۳۷۱ تأسیس شد و هدف از تأسیس این شرکت اتکا بر دو محور «اطلاع‌رسانی» و «فعالیت نرم‌افزاری» بود. مهندس چراغی گفت: تجربه این شرکت به هفت سال قبل از آن یعنی فعالیت مرکز خدمات ماشینی وزارت بازرگانی بازمی‌گردد. این شرکت ابتدا در زمینه تکمیل بانک اطلاعاتی و ثبت سفارشات فعالیت خود را آغاز کرد و همزمان به شرکت اجازه داده شد که اطلاعات خود را در اختیار متقاضیان قرار دهد.

مهندس چراغی گفت: برای تکمیل بانک اطلاعات بازرگانی کشور، کتاب مقررات صادرات و واردات به‌صورت برنامه پیش‌نویس شده کامپیوتری در اختیار متقاضیان قرار می‌گرفت.

پس از آن قانون امور گمرکی و

آئین نامه‌های اجرایی آن نیز به صورت برنامه پیش‌نویس نوشته ارائه گردید و بخشنامه‌های مربوط به امر بازرگانی نیز روی کامپیوتر قرار گرفت و در محل شرکت و به صورت حضوری به متقاضیان ارائه شد. لازم به توضیح است که بخشنامه‌ها مرتباً «به‌روز» می‌شود.

مهندس چراغی گفت: مرکز شماره یک اطلاع‌رسانی در محل وزارتخانه از یک سال قبل فعالیت خود را به صورت حضوری آغاز کرد. آمار نشان می‌دهد در شش ماهه گذشته حدود هشت هزار متقاضی به این مرکز مراجعه کرده‌اند. ضمناً بانکهای اطلاعاتی دیگری چون بانک اطلاعاتی (EIU) که حاوی آخرین اطلاعات در خصوص اوضاع و احوال اقتصادی، بازرگانی و سیاسی کشورها می‌باشد در اختیار مرکز اطلاع‌رسانی قرار گرفت.

مدیرعامل شرکت خدمات انفورماتیک راهبر در ادامه سخنان خود اظهار داشت: بانک اطلاعاتی فروشندگان خارجی کالا به ایران که حدود ۸۰ هزار فروشنده طرف قرارداد با ایرانیان را دربرمی‌گیرد، از دیگر خدمات این شرکت می‌باشد. این بانک از اطلاعات موجود روی فرم ثبت سفارشات استخراج می‌شود. ضمناً دیسک‌های نوری (CD-ROM) در اختیار داریم که اطلاعات دومیلیون شرکت تجاری خارجی روی آنها موجود است و در اختیار متقاضیان قرار می‌گیرد.

وی یادآور شد: ارائه آمارهای مربوط به تجارت خارجی کشورها با استفاده از بانک اطلاعاتی همچون Trains به صادرکنندگان کالا ارائه می‌شود.

مزایده‌ها، مناقصه‌های بین‌المللی و شناسه‌های تجاری (Trade Leads) نیز از دیگر خدمات عمده این شرکت محسوب می‌شود که روزانه از بانکهای اطلاعاتی بین‌المللی استخراج و در اختیار متقاضیان قرار داده می‌شود.

با افتتاح «شبکه آگاه‌گر بازرگانی» که انشاءالله انجام خواهد پذیرفت دیگر ضرورتی به حضور فیزیکی متقاضیان در مراکز اطلاع‌رسانی شرکت نمی‌باشد، بلکه

متقاضیان خواهند توانست از اقصی نقاط ایران و جهان با ما تماس بگیرند و اطلاعات را مستقیماً استخراج کنند. بدیهی است بتدریج اطلاعات بازرگانی جدید به این بانک افزوده می‌شود و امید می‌رود در آینده نه‌چندان دور بتوانیم مجموعه اطلاعات بازرگانی کشور را چه بصورت حضوری و چه بصورت تماس مستقیم کامپیوتری در اختیار متقاضیان قرار دهیم. وی در پایان خاطرنشان ساخت شرکت راهبر شبکه اطلاع‌رسانی اتاق بازرگانی را در آینده نزدیک راه‌اندازی و ارتباط متقابل آن را با شبکه آگاه‌گر بازرگانی برقرار خواهد کرد.

اطلاعات، توسعه و عدالت

سپس آقای دکتر محمد نهان‌دیان معاون طرح و برنامه وزارت بازرگانی و سرپرست مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی گفت: وزارت بازرگانی در مجموعه سیاست‌گذاری خود، گسترش اطلاعات، شکستن انحصارات اطلاعاتی، اطلاع‌رسانی، بهره‌برداری و برخورداری از اطلاعات بازرگانی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و ارتباط تصمیم‌گیری‌های مدیریت اقتصادی کشور با اطلاعات در دسترس جهانی را از محورهای حرکت خود قرار داده است.

وی گفت: در سیاست‌های رشد، توسعه و تعدیل اقتصادی از بحث‌های عمده‌ای که مطرح است آن است که اگر بتوانیم شرایط بازرگانی را به شرایط رقابت کامل نزدیک کنیم در آن صورت تخصیص عوامل، تخصیص بهینه خواهد بود و اجحافات تحقق نخواهد یافت. اینها از آثار و تبعات ساختار بازار رقابت کامل است. اما این نکته کمتر مورد تأکید قرار می‌گیرد که حتی در شرایطی که عرضه‌کنندگان فراوان باشند، تقاضاکنندگان نیز فراوان باشند و بقیه شرایط ساختار رقابت کامل هم وجود داشته باشد، طبعاً باید تعادل عرضه و تقاضا در حد معقول تخصیص بهینه عوامل را تحقق دهد. اما اگر عاملین اقتصادی اطلاع از شرایط یکدیگر نداشته باشند، فواید ساختار بازار رقابت کامل را در

تخصیص بهینه عوامل و در تعیین قیمت در شرایط متعادل نخواهید دید و این شرایط شبه‌انحصاری در بازار حاکمیت خواهد داشت، اگرچه دلایل واقعی تعادل اقتصادی و رقابت اقتصادی وجود دارد.

دکتر نهان‌دیان گفت: باید توجه داشت به همان میزان که در صحنه عینیت ما تلاش می‌کنیم که انحصار شکنی شود و شرایط رقابتی تخصیص بهینه عوامل را تأمین کند، از این سو باید سیستم اطلاع‌رسانی اقتصادی خودمان را گسترش دهیم که این عینیت به ذهنیت تصمیم‌گیری عوامل اقتصادی ربط پیدا کند و این ربط وجود نخواهد داشت، مگر با ایجاد سیستم اطلاع‌رسانی بازرگانی.

معاون وزارت بازرگانی تأکید کرد: تا زمانی که اطلاعات در انحصار کسانی باشد و اطلاعات اقتصادی به صورت گسیخته باشد، فواید حاصل از رقابت را هرگز لمس نخواهیم کرد. نکته اساسی دیگر این است که معمولاً یک نوع تعارضی در بحث‌های سیاست‌گذاری اقتصادی وجود دارد. در حول مکاتب بزرگ اقتصادی که آیا هدف را رشد اقتصادی قرار دهیم یا عدالت اقتصادی، خیلی از مدل‌های رشد عملاً با زیر پا گذاشته شدن به فراموش شدن موقت اهداف عدالت اقتصادی منجر می‌شود که نمونه‌های آن در سیستم‌های سرمایه‌داری دیده شده است. از طرف دیگر، هدف‌گذاری روی عدالت اقتصادی بدون توجه به رشد، اصل سفره را کوچک می‌کند. لذا سهم افرادی که دور سفره نشسته‌اند ولو عادلانه هم تقسیم صورت گیرد، کم خواهد شد. جمع بین رشد و عدالت اقتصادی معمولاً جمع دشواری است و ظرافت و اشراف فوق‌العاده‌ای را می‌خواهد که انشاءالله همه در تلاشیم تا چنین مدیریتی را در مدیریت اقتصادی کشور تأمین کنیم.

دکتر نهان‌دیان گفت: نکته درخشانی که در امر اطلاع‌رسانی اقتصادی وجود دارد این است که این امر هم به نفع رشد است و هم به نفع عدالت اقتصادی و در نتیجه چون «اطلاع» حق هر عامل اقتصادی است، در میدان اقتصادی باید دایره

اطلاعات محرمانه را به حداقل برسانیم. این محرمانه بودن اطلاعات باید چه از دیدگاه عاملین خصوصی و چه از دیدگاه عاملین عمومی به حداقل برسد و به طور کلی باید مبنایی برای آن در نظر گرفته شود.

وی گفت: بسیاری از ثروتهای بادآورده از انحصار اطلاعات اقتصادی نشأت می‌گیرد و مسلماً اگر اطلاعات اقتصادی را از نظر رشد، عمومیت ببخشیم، عامل اقتصادی ما در رقابت با رقیب خارجی، خود را توانا خواهد دید.

معاون وزارت بازرگانی گفت: در برنامه توسعه اقتصادی کشور باید دید «برون‌نگر» داشته باشیم و روی صادرات تأکید کنیم. در واردات و صادرات بدون دستیابی به اطلاعات اقتصادی جهان امکان فعالیت وجود ندارد.

وی گفت: در اثر نداشتن اطلاعات اقتصادی لطمات جبران‌ناپذیری از نوسانات زینبار در فعالیت‌های بازرگانی خود خورده‌ایم و یکی از محورهایی که در شبکه «آگاه‌گر بازرگانی» مورد استفاده قرار می‌گیرد، اطلاعات مربوط به ثبت سفارش واردات «به‌روز» می‌باشد.

دکتر نهاوندیان گفت: چه از دیدگاه رشد و چه از دیدگاه عدالت اقتصادی باید زیر پرچم اطلاع‌رسانی اقتصادی تلاش کنیم، بخصوص در شرایطی که سیاست دشمن سیاست تحمیل انزوای اقتصادی بر ما است. دشمن می‌خواهد مبادلات اقتصادی ما به حداقل تقلیل پیدا کند و ما در صحنه اقتصادی حضور نداشته باشیم. به این جهت، اطلاع‌رسانی اقتصادی یکی از بزرگترین خدماتها در مقابله با دشمنان کشور و انقلاب است.

وی گفت: با تمهیداتی که صورت گرفته است، از شبکه شارع می‌توان وارد شبکه آگاه‌گر بازرگانی شد و از شبکه آگاه‌گر بازرگانی نیز می‌توان داخل شبکه شارع شد و به این ترتیب یک همبستگی در این زمینه به‌وجود آمده است.

وی گفت: در مسیر این حرکت مجلس محترم شورای اسلامی با تصویب تبصره ۲۶ قانون برنامه دوم توسعه کمک بسیار

بزرگی کرده است و وزارت بازرگانی را مکلف کرده است که سیستم جامع و متمرکز اطلاعات بازرگانی را ظرف دو سال طراحی و راه‌اندازی نماید. این حرکت بسیار بزرگ است.

دکتر نهاوندیان گفت: حدود ده‌سال است که قرار است اطلاعات بازرگانی، اطلاعات سیستم بانکی کشور و اطلاعات سیستم گمرکی کشور با یکدیگر مرتبط شوند و این کار عملی نیست جز اینکه با یک بسیج همه‌جانبه به این هدف نایل آمد.

وی در پایان گفت: جز با وصل کردن امکانات اطلاعاتی موجود نمی‌توانیم به آن قدرتی که لازمه رقابت خشن بازارهای بین‌الملل دهه آینده است برسیم.

وی افزود: امید است با تلاشی که همه علاقه‌مندان به تحقیقات و مطالعات و رشد اقتصادی کشور و همیاری و کمکی که همه علاقه‌مندان تحقق عدالت اقتصادی در کشور می‌کنند، حرکت عظیم اطلاع‌رسانی بازرگانی به اهداف جامع و نهایی خود برسد.

پس از سخنان آقای نهاوندیان، آقای مهندس غرضی وزیر پست و تلگراف و تلفن ابتدا گسترش شبکه اطلاع‌رسانی و شبکه مخابراتی کشور را تشریح کرد و گفت: تمامی اقشار به‌ویژه دانشجویان دانشگاه‌ها می‌توانند از شبکه اطلاع‌رسانی موجود در مخابرات کشور استفاده کنند.

وی گفت: حدود شش‌هزار پایگاه پستی و مخابراتی کشور می‌توانند تمامی امکانات موجود خود از جمله اطلاعات موجود در سیستم شارع را در اختیار بازرگانان قرار داده و حتی برای ثبت سفارش نیز آنان را یاری دهند.

پس از سخنان آقای مهندس غرضی، آقای یحیی آل اسحاق وزیر بازرگانی گفت: با توجه به توسعه بازارها در سطح جهان و رشد انفجاری ابزارها و تکنولوژی‌های ارتباطی و مخابراتی مدرن و کامپیوترها که ماهیتاً منجر به افزایش حجم تجارت جهانی می‌شود، موضوع بعدی که این روزها قویاً در سطح بین‌المللی توسط دولتها مدنظر قرار گرفته است افزایش

کارایی و بهره‌وری در تجارت و تأمین امکانات، تسهیلات و اطلاعات برای تجار هر کشور به‌منظور پیوستن و برخورداری از سهمی عادلانه‌تر در عرضه رقابت فشرده در تجارت جهانی است.

به عنوان تحقق این هدف، استفاده از تجارت الکترونیکی و در راستای آن مکانیزمی که به (EDI) شهرت یافته مدنظر قرار گرفته است.

وی گفت: پیش‌بینی مراجع بین‌المللی این است که سرعت رشد استفاده از تجارت الکترونیکی و فراگیر شدن آن در سطح جهان که سالیانه معادل ۵۰ درصد برآورد شده است باعث خواهد شد که ظرف چند سال آینده استفاده از کاغذ و روشهای سنتی کاغذی عملاً از صحنه تجارت بین‌المللی زدوده شود. لذا بدیهی است کشورهایی که عوامل تجاری خود را با این تحول مهم تطبیق ندهند، ناگزیر از صحنه تجارت بین‌المللی بیرون رانده خواهند شد و در انزوا قرار خواهند گرفت. از این رو است که از چندی پیش موضوع حرکت به سمت بهره‌گیری از تجارت الکترونیکی یا (EDI) و اجرای پروژه‌های مرتبط با آن با تأیید مقام محترم ریاست جمهوری و دیده شدن موضوع در خط مشی‌های اساسی بخش تجارت خارجی در برنامه پنج‌ساله دوم به‌عنوان یک هدف اساسی و مهم در دستور کار وزارت بازرگانی قرار گرفته است و بررسی‌ها، فعالیتها و اقداماتی در این زمینه‌ها از طریق شورای برنامه‌ریزی انفورماتیک بازرگانی در حال انجام می‌باشد.

این فعالیتها عمدتاً در جهت پیشنهاد تشکیل شورایی عالی تجارت الکترونیکی ایران، بررسی در مورد تدوین پیش‌نویس قوانین لازم، انجام دوره‌های آموزشی و آگاه‌سازی‌های عمومی، احداث نقطه تجاری جمهوری اسلامی ایران، اجرای طرح بارکد ملی، پیوستن و فعالیت در مجامع منطقه‌ای و بین‌المللی مرتبط با موضوع از جمله هیأت EDI-FACT آسیا و بالاخره راه‌اندازی شبکه جامع و متمرکز اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور در سطوح داخلی و بین‌المللی مطرح می‌باشد که طرح

مهم اخیر موضوع تبصره ۲۶ قانون برنامه پنج ساله دوم توسعه را تشکیل می دهد. آقای آل اسحاق در ادامه گفت: شاید نیاز به توضیح نباشد که راه اندازی شبکه موضوع تبصره ۳۶ قانون برنامه دوم که پروژه های فراگیر در سطح ملی بوده و برای اولین بار در سطح کشور اجرا می شود قطعاً مساعدت، هماهنگی و همکاری کلیه سازمانها، دستگاهها و وزارتخانه های ذیربط کشور را طلب می کند و در حال حاضر مطالعات مربوط به امکان سنجی و طراحی فنی شبکه با ویژگی ها و اهداف خاص خود و همچنین ادغام فعالیت های موازی در این زمینه در حال انجام می باشد.

وی یادآور شد به عنوان یکی از اقداماتی که در بعد کوتاه مدت در راستای اهداف پروژه اخیر در دست بررسی قرار داشته است، راه اندازی شبکه آگاه گر بازرگانی و یا شبکه بی بی اس بازرگانی می باشد به طوری که تجار و سایر استفاده کنندگان از این شبکه بتوانند از کلیه نقاط کشور از طریق بهره گیری از یک دستگاه کامپیوتر پی سی و برخوردار از ابزارهای مخابراتی موجود به صورت مستقیم با شبکه تماس گرفته و از آمار و اطلاعات بازرگانی پیش بینی شده در شبکه بهره برداری نمایند.

آقای آل اسحاق در پایان گفت: قطعاً با همه تلاشی که در این زمینه توسط همکاران ارجمند و محترم در وزارت بازرگانی انجام گرفته، اطلاعات موجود در شبکه آگاه گر بازرگانی در حد فعلی کافی نیست و مسلماً در آینده بتدریج ولی به طور مداوم شبکه از تنوع و حجم بالاتری از آمار و اطلاعات بازرگانی برخوردار خواهد شد.

آخرین سخنران مراسم افتتاح شبکه آگاه گر بازرگانی آقای مهندس ناصر نقاش زاده مدیر مهندسی نرم افزار شرکت خدمات انفورماتیک راهبر و مدیر فنی شبکه آگاه گر بازرگانی بود.

وی در معرفی شبکه آگاه گر بازرگانی گفت: امروز اطلاعات به عنوان یک کالای استراتژیک درآمده و پدیده انفجار اطلاعات رخ نموده است، به همین خاطر

تکنولوژی اطلاعات مطرح شده است. بر اساس این تکنولوژی شبکه های اطلاع رسانی گوناگونی در سراسر دنیا به وجود آمده است.

شبکه آگاه گر بازرگانی، یک سیستم اطلاع رسانی بی بی اس است. در این سیستم، محیطی ایجاد شده تا بتوان در آن به تبادل اطلاعات بازرگانی و اقتصادی پرداخت و دسترسی سریع به اطلاعات بازرگانی میسر می گردد.

کاربران شبکه آگاه گر بازرگانی می توانند به صورت همزمان داخل شبکه باشند و پیام های اقتصادی خود را مبادله کنند.

آقای نقاش زاده گفت: در این سیستم می توان کتابخانه ای از فایلها را تشکیل داد و فایلها را روی این شبکه منتقل کرد. ضمناً از ویژگی های اساسی این سیستم پست الکترونیکی است که کاربران آن می توانند به وسیله پست الکترونیکی نامه های خود را برای یکدیگر ارسال دارند. در پست الکترونیکی لزومی ندارد که کاربران هنگام ارسال نامه هایشان در پایگاه حضور داشته باشند. بلکه پیام آنها در شبکه ذخیره می شود و هرگاه کاربر با شبکه ارتباط برقرار کرد می تواند نامه خود را دریافت دارد.

مهندس نقاش زاده از دیگر سرویس های این سیستم را کنفرانس کامپیوتری راه دور ذکر کرد و گفت: در این شبکه افراد می توانند به صورت همزمان و مستقیم با یکدیگر گفتگو داشته باشند. انجمن ها یا محیطی که امکان ارسال پیام های عمومی در شبکه وجود دارد، از دیگر سرویس های قابل دسترسی از طریق شبکه آگاه گر بازرگانی است. در این شبکه تعدادی انجمن از قبیل انجمن صادرات، انجمن واردات، انجمن محققین بازرگانی و... تشکیل شده است و افرادی که دست اندرکار امور مختلف بازرگانی هستند می توانند در انجمن مربوطه عضو شده و با یکدیگر تبادل نظر کنند.

مهندس نقاش زاده گفت: یکی از ویژگی های مهم شبکه آگاه گر بازرگانی، بانک های اطلاعاتی است.

استفاده کنندگان از شبکه براساس شاخص ها و کلید واژه هایی که نیاز دارند می توانند در پایگاه های اطلاعاتی این شبکه، اطلاعات مورد نظر خود را استخراج کنند. یکی از پایگاه های اطلاعاتی مهم در این شبکه «پایگاه اطلاعاتی آمار بازرگانی خارجی کشور» است.

از جمله تسهیلات دیگر، امکان دسته بندی و جستجوی اطلاعات است. در این شبکه اطلاعات در زمینه های مختلف دسته بندی شده و می توان به صورت جستجوی متنی در آنها جستجو کرد. در این قسمت سه بانک اطلاعاتی که هم اکنون در شبکه موجود و قابل استفاده است عبارتند از:

- ۱) قانون مقررات صادرات و واردات
- ۲) قانون امور گمرکی و آیین نامه اجرایی آن
- ۳) بخشنامه های بخش بازرگانی کشور

آقای نقاش زاده گفت: از امکانات جالب این شبکه اخبار بازرگانی است که روزانه به دو زبان فارسی و انگلیسی قابل دسترسی است. از امکانات دیگر این شبکه، امکان راهیابی به سایر مراکز اطلاع رسانی داخلی و خارجی است.

مهندس نقاش زاده آخرین امکان را امکان پرسشنامه و نظرخواهی نام برد که براساس این امکان مدیریت آگاه گر بازرگانی جهت آگاهی یافتن از نظرات کاربران در ارائه خدمات بهتر با ارسال پرسشنامه الکترونیکی به نظرخواهی می پردازد.

شبکه آگاه گر بازرگانی محیطی مناسب برای کاربردهای مختلف تجاری بازرگانی به این شرح است:

- ۱) پست الکترونیکی
- ۲) دسترسی به اطلاعات تجاری و بازرگانی داخلی و خارجی
- ۳) دسترسی به اطلاعات بورس و ارز
- ۴) ارائه اخبار بازرگانی به فارسی و انگلیسی
- ۵) بانکهای اطلاعاتی اقتصادی، بازرگانی
- ۶) بازاریابی و ثبت سفارشات

دستیابی به شبکه گفت: ارتباط با شبکه به دو روش میسر است. روش اول: ارتباط از طریق خط تلفن معمولی و روش دوم ارتباط از طریق خط ایکس ۲۵ می باشد. وی در پایان گفت: کاربران می توانند با تلفن های ۷-۶۴۳۹۲۰۳ به شبکه مرتبط شوند و این خطوط تلفن بزودی به سه برابر افزایش می یابد. □

یا خدمات
۱۲) امکان برقراری ارتباط با سایر مراکز اطلاع رسانی داخلی و خارجی
وی ابزار مورد نیاز کاربران برای ارتباط با شبکه آگاه گر بازرگانی و استفاده از آن را کامپیوتر، مودم، خط تلفن و نرم افزار ارتباطی ذکر کرد.
مهندس نقاش زاده در مورد طرق

۷) خرید و فروش کالاهای مؤسسه ها و کارخانه ها
۸) تبلیغات و آگهی های بازرگانی
۹) ارائه مقالات علمی - تحقیقاتی (بازرگانی)
۱۰) برقراری ارتباط بین دانشگاه ها و مراکز تحقیقات بازرگانی
۱۱) مرکز معاملات خرید و فروش کالا

به مناسبت میلاد خجسته آخرین حجت الهی، حضرت ولی عصر (عج)

شبکه آگاه گر بازرگانی

به منظور دستیابی دست اندرکاران بازرگانی کشور به اطلاعات بازرگانی داخلی و تجارت بین المللی، آغاز به کار کرد.

عمده ترین قابلیت های سیستم اطلاع رسانی «شبکه آگاه گر بازرگانی» عبارتند از:

۱) پایگاه اطلاعات بازرگانی

۲) پست الکترونیکی

۳) کنفرانس کامپیوتری راه دور

۴) امور مشترکین

۵) انجمن های بازرگانی

۶) راهیابی به سایر شبکه ها و مراکز اطلاع رسانی

در حال حاضر، خدمات اطلاع رسانی شبکه آگاه گر در قالب بانکهای اطلاعاتی زیر قابل دسترسی است:

۱) بانک اطلاعات ثبت سفارشات

۲) بانک اطلاعات قانون مقررات صادرات و واردات

۳) بانک اطلاعات قانون امور گمرکی و آیین نامه اجرایی آن

۴) بانک اطلاعات بخشنامه های بخش بازرگانی کشور

۵) بولتن روزانه بازرگانی (فارسی)

۶) بولتن روزانه بازرگانی (انگلیسی)

تعداد بانکهای اطلاعاتی بازرگانی این شبکه با همیاری کلیه دست اندرکاران کشور بتدریج افزایش خواهد یافت.

طرق دستیابی به «شبکه آگاه گر بازرگانی» عبارتند از:

• ارتباط مستقیم با شبکه از طریق شماره تلفن های ۶۴۳۹۲۰۳، ۶۴۳۹۲۰۴، ۶۴۳۹۲۰۶، ۶۴۳۹۲۰۷

• ارتباط از طریق ۲۱۰۸۱۰۰۰۶۱ > X.25 LINE

جهت کسب اطلاعات بیشتر از طریق شماره تلفن ۶۴۳۹۲۲۰ تماس حاصل فرماید.