

اشاره:

مهم‌ترین ابزار برای استفاده بهینه از فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری، اطلاع‌رسانی صحیح و به‌هنگام است. برای کشورهای روبه‌رشد نظیر ایران که در بخش صادرات وابسته به صدور یک ماده خام (نفت) می‌باشد و تنوع بخشیدن به صادرات از الزامات مسیر رشد و توسعه اقتصادی پایدار است، دستیابی به شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی تجاری و به‌کارگیری مناسب آن از سوی فعالان بخش‌های خصوصی و دولتی ضروری است.

برای رسیدن به چنین هدفی نه‌تنها ایجاد سخت‌افزارهای لازم (توسعه مخابرات و ارتباطات راه دور و نیز به‌کارگیری شبکه‌های رایانه‌ای) ضرورت دارد، بلکه ایجاد فن‌آوری اداری مناسب با اصلاح روش‌ها به‌ویژه در اطلاع‌رسانی ضرورتی غیرقابل انکار می‌باشد.

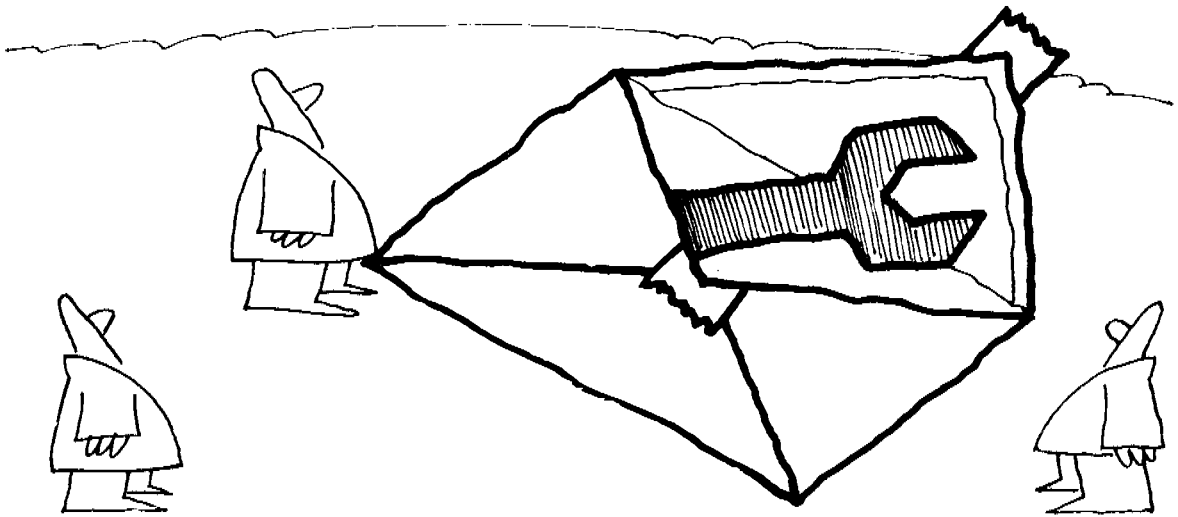
در سال‌های اخیر بر مبنای تبصره ۲۶ قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، اقداماتی از سوی وزارت بازرگانی با هماهنگی سایر نهادهای ذی‌ربط، صورت گرفته تا کار اطلاع‌رسانی تجاری تا مرحله تحقق تجارت الکترونیکی، پیشرفت حاصل نماید. هر چند که تا دستیابی به نقاط تجاری ایران یا به عبارت دیگر تجارت الکترونیکی از نظر سخت‌افزارها فاصله زیادی وجود ندارد، اما در بخش نرم‌افزاری آن برای تحقق تجارت در زیر یک سقف و بدون استفاده از کاغذ، فاصله زیادی وجود دارد.

این گزارش که به بررسی به‌کارگیری فن‌آوری اداری مناسب با اصلاح روش‌ها به‌ویژه در زمینه اطلاع‌رسانی تجاری می‌پردازد، توسط سوی کارشناس اقتصادی خانم خدیجه کریمی تدوین شده است. با هم این گزارش را می‌خوانیم.

دستیابی به فن‌آوری اداری مناسب با اصلاح روش‌ها در اطلاع‌رسانی تجاری ضروری است

از خاتمه جنگ تحمیلی به اجرا درآمده، هدف توسعه صادرات غیرنفتی مد نظر برنامه‌ریزان بوده است، اما آمارهای مربوط به صادرات غیرنفتی کشور نشان می‌دهد که توفیق زیادی در این زمینه حاصل نشده است. اوج صادرات غیرنفتی ایران در سال ۱۳۷۳ به حدود ۴/۸ میلیارد دلار رسید و در سال‌های پس از آن درآمدهای حاصل از صادرات غیرنفتی سالانه از ۳/۵

اقتصاد ایران در نیم قرن اخیر وابستگی شدیدی به صادرات نفت و درآمدهای ارزی حاصل از آن برای تأمین اعتبارات جاری و عمرانی، واردات کالاهای موردنیاز مردم و تأمین نیازهای ارزی بخش‌های مختلف اقتصادی پیدا کرده است. هر چند که در دو برنامه توسعه اقتصادی که در ایران پس



تنوع کالاها و خدمات قابل صدور به بازارهای جدید رهنمون سازد. نظام مدیریت اداری - اقتصادی کشور اکنون بیش از گذشته به این واقعیت که مبنای تحرک بخشیدن به صادرات غیرنفتی، اطلاع‌رسانی صحیح و به‌هنگام می‌باشد، واقف گشته است. هر چند که اقدامات انجام شده در این راستا در برخی بخش‌ها مانند اطلاع‌رسانی تجاری از طریق شبکه آگاه‌گر وزارت بازرگانی و نخستین مرحله نقطه تجاری ایران به نتیجه رسیده است، اما کارآیی این بخش در فعالیتهای صادراتی هنوز جایگاه واقعی خود را نیافته است.

در این زمینه توجه به دو موضوع بسیار مهم است. اول آنکه اهمیت موضوع اطلاع‌رسانی تجاری و فرهنگ استفاده از شیوه‌های نوین تجارت الکترونیکی در میان دست‌اندرکاران بخش بازرگانی خارجی، رواج پیدا کند. دوم آنکه فن‌آوری اداری مناسب با اصلاح روش‌ها به‌ویژه در اطلاع‌رسانی تجاری به‌کار گرفته شود.

با توجه به آنکه به‌کارگیری شیوه‌های نوین تجاری (انتقال داده‌های الکترونیکی و تجارت بدون کاغذ) بدون استفاده مناسب از اطلاعات تجاری و فرصت‌های سرمایه‌گذاری میسر نمی‌گردد، لازم است که سازوکارهای مناسب برای این امر پیش‌بینی و تحقق پیدا کند.

با تلاش‌های انجام شده در راستای اجرای تبصره ۲۶ قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، بخشی از این فعالیت‌ها تحقق پیدا کرده و شبکه آگاه‌گر بازرگانی و مرحله نخست نقطه تجاری ایران دایر شده است.

میلیارد دلار تجاوز نکرد. این در حالی است که تأمین نیازهای واردات کشور سالانه ۱۵ میلیارد دلار هزینه دارد. کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی در یک سال اخیر نیز تنزل درآمدهای نفتی و تنگناهای ارزی را دامن زده است. لذا ضرورت رشد صادرات غیرنفتی برای تحقق رشد اقتصادی پایدار، کاملاً محسوس است.

○ نظام مدیریت اداری - اقتصادی کشور به اهمیت اطلاع‌رسانی صحیح و به‌هنگام در بخش بازرگانی برای تحرک صادرات غیرنفتی واقف شده، اما اقداماتی که تاکنون به عمل آورده کافی نیست.

یکی از مبنای صادرات غیرنفتی و به عبارت بهتر به تحرک و داشتن بخش صادرات کالاها و خدمات، اطلاع‌رسانی دقیق و به‌هنگام در مورد موضوعات تجاری است. فقدان اطلاعات تجاری موجب شده که صادرکنندگان همواره به صدور کالاهای سنتی به بازارهای از پیش شناخته شده اکتفا کنند. هزینه‌های بازاریابی و رهیابی به بازارهای نوین برای صادرکنندگان ایرانی که از منابع مالی قابل‌توجهی برخوردار نیستند، موجب گردیده که آنها از حضور در میدان‌های رقابت تازه و تلاش برای رشد صادرات غیرنفتی بازمانند.

با این وصف، اطلاع‌رسانی بازرگانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد که می‌تواند بخش صادرات غیرنفتی را به

کشورهایی که به نحو مطلوب از تجارت الکترونیکی استفاده می‌شود، تمامی نهادهای اداری درگیر در امر صادرات، روش‌های اداری خود را متناسب با فن‌آوری‌های موجود اصلاح کرده‌اند. به عبارت دیگر تجارت در زیر یک سقف مستلزم به‌کارگیری فن‌آوری اداری مناسب با تجارت الکترونیکی است.

در این زمینه بخش‌های حمل و نقل (اعم از زمینی، هوایی، دریایی)، بیمه و بانکداری و دیگر خدمات موردنیاز تجارت (گمرک و...)، توانسته‌اند با به‌کارگیری فن‌آوری اداری مناسب به شبکه تجارت الکترونیکی (ارتباط راه‌دور و رایانه‌ها) متصل باشند و در اسرع وقت به پیام‌های الکترونیکی مخاطبان و متقاضیان این خدمات پاسخ دهند.

در ایران در بخش گمرک پروژه آسیکودا و در بخش بانکی پروژه سویفت به اجرا درآمده است. اما هنوز نقش و کارایی لازم در ارایه به‌موقع خدمات به صادرکنندگان را ندارد. هنوز فرآیند ترخیص کالا از گمرک یا انجام تشریفات گمرکی مربوط به صادرات غیرنفتی و نیز گشایش اعتبارات اسنادی و تبادل ارز میان خریداران و فروشندگان کالاها و خدمات صادراتی، با مراجعات متعدد صادرکنندگان در فرآیندی طولانی و حاوی تشریفات اداری نه‌چندان ساده و بر روی کاغذ، انجام می‌شود. لذا نمی‌توان گفت که خدمات موردنیاز تجارت در بخش گمرک و امور بانکی، از تحول لازم و فن‌آوری مناسب و پاسخ‌گوی تقاضای علاقه‌مندان به تجارت الکترونیکی برخوردار شده است.

در بخش اطلاع‌رسانی بازرگانی نیز هنوز بسیاری از صادرکنندگان برای دریافت اطلاعات به مراجعه فردی به شبکه آگاه‌گر بازرگانی نیاز دارند. برای دستیابی به اطلاعات به‌موقع و صحیح از طریق شبکه‌های رایانه‌ای، در اختیار داشتن رایانه، اتصال به شبکه آگاه‌گر، نیروی انسانی کارآمد برای دریافت، تجزیه و تحلیل داده‌های الکترونیکی و سرانجام برنامه‌ریزی برای کار صادرات، ضروری است.

○ نهادهای دولتی دخیل در امر صادرات باید به یک تفکر واحد در زمینه اطلاع‌رسانی بازرگانی و تسهیل روش‌های تجاری برسند و سازوکارهای مناسب را فراهم آورند.

اما متأسفانه هنوز صادرکنندگان کالا ارتباط خود را با شبکه آگاه‌گر بازرگانی برای کسب به‌موقع و سریع اطلاعات تجاری در حد قابل قبول برقرار نساخته‌اند.

○ تجار جوان و تحصیل‌کرده، انگیزه بیشتری برای ورود به بازارهای جدید و رقابت در میادین بین‌المللی دارند. اما نیاز واقعی آنها کسب اطلاعات تجاری و شناسایی فرصت‌های تجاری است.

توضیح این موضوع که تجارت الکترونیکی موجب افزایش کارایی تجاری و کاهش هزینه‌های مبادله (به میزان ۲۵ درصد) می‌شود، شاید برای بسیاری از صادرکنندگان کشور ضروری است. این امر می‌تواند به تاجر جوان و تحصیل‌کرده بیش از تاجر سنتی کمک کند. زیرا تاجر جوان با سرمایه اندکی که در اختیار دارند، با بهره‌گیری از اطلاعات تجاری قادر به توسعه فعالیت خود، شناخت بازارهای جدید و ورود به میدان‌های جدید رقابت می‌باشند، در حالی که تاجر سنتی که به‌صورت کالاها به بازارهای شناخته شده به‌ویژه در اروپا عادت کرده‌اند، تمایل کمتری نسبت به ورود به این جرگه نوین دارند. بنابراین آموزش تجارت الکترونیکی در دانشگاه‌ها (به‌ویژه در رشته‌های اقتصاد و بازرگانی) ضروری است تا علاقه‌مندان به این رشته‌ها بتوانند در آینده با استفاده از دانش خود در کار صادرات، تحولی به‌وجود آورند. اگرچه برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت یا همایش‌های ویژه در مورد تجارت الکترونیکی می‌تواند در بهبود و پیشرفت کار صادرکنندگان سنتی نیز مؤثر باشد.

به‌کارگیری فن‌آوری مناسب اداری

با وجود آنکه از اواخر سال گذشته تاکنون در بخش مقررات صادرات غیرنفتی تحولات عظیمی رخ داده و بسیاری از قوانین، آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و شیوه‌های اداری حاکم بر کار صادرات متحول شده و مسیر بهبود را طی کرده است، اما هنوز کاستی‌هایی وجود دارد تا بتوان به رشد صادرات غیرنفتی دست یافت.

همکام با اصلاح مقررات حاکم بر صادرات و روش‌های اجرایی، ضرورت دارد فن‌آوری اداری مناسب در این بخش به‌ویژه در راستای اطلاع‌رسانی تجاری به‌کار گرفته شود. در

○ بقای اقتصاد کشور و دستیابی به رشد پایدار اقتصادی برای حصول اطمینان خاطر نسبت به آینده‌ای درخشان برای نسل‌های بعدی، مستلزم تحرک بخشیدن به صادرات غیر نفتی است.

ترویج فرهنگ استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای میان صادرکنندگان با بهره‌گیری از رایانه‌های شخصی، الزامی است و در این زمینه آموزش و آرایه خدمات مناسب می‌تواند مفید و مؤثر باشد.

با این وجود مسأله حساس به‌کارگیری فن‌آوری مناسب با اصلاح روش‌ها به‌ویژه در اطلاع‌رسانی تجاری می‌باشد. تحقق چنین امری نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و تأمین هزینه‌های موردنیاز برای دستگاه دولتی فعال در این بخش، برنامه‌ریزی برای اصلاح روش‌ها و دستیابی به فن‌آوری لازم، ایجاد ارتباطات میان نهادهای درگیر در کار صادرات از طریق رایانه‌ها و... می‌باشد. لذا برنامه‌ریزان تجارت خارجی چنانچه انجام فعالیت‌های بازرگانی به شیوه نوین تجارت الکترونیکی را مدنظر دارند، می‌بایست به راهکارهای عملی در این زمینه، تعیین پیش‌نیازها از نظر مقررات اداری، تدوین برنامه برای هماهنگی ارگان‌ها و نهادهای درگیر در جهت به‌کارگیری فن‌آوری‌های جدید رایانه‌ای، کاهش مقررات و آیین‌نامه‌های دست‌وپاگیر و اصلاحات ضروری دیگر عنایت کافی مبذول دارند.

با توجه به ضرورت تحرک بخشیدن به صادرات غیرنفتی برای رشد پایدار اقتصادی و کاهش اتکا به درآمدهای حاصل از صادرات نفت، برنامه‌ریزان و سیاست‌گزاران اقتصادی باید تلاش شایسته‌ای را در جهت تحقق بخشیدن به تجارت الکترونیکی و انتقال داده‌های الکترونیکی، به‌عمل آورند. شاید فرصت زیادی برای این کار در اختیار نباشد، لذا تأمین نیازها در اسرع وقت و برنامه‌ریزی برای فعالیت ثمربخش ضروری است.

در یک برنامه جامع می‌توان تمامی نیازها، روش‌های اصلاح کار تجارت و اطلاع‌رسانی تجاری، فن‌آوری‌های موردنیاز در بخش‌های مختلف، هماهنگی‌های لازم برای ارتباط مناسب نهادهای درگیر در کار صادرات و صادرکنندگان و... را پیش‌بینی و طراحی نمود. منابع مالی موردنیاز این طرح را تجهیز کرد و اقدامات لازم را در جهت تحقق سریع آن به‌عمل آورد. تحرک حاصله در بخش صادرات می‌تواند بهترین پاسخ

برای ارزیابی اقتصادی این طرح باشد.

آنچه مسلم است، نهادهای دولتی دخیل در کار صادرات باید به یک تفکر واحد در زمینه اطلاع‌رسانی تجاری و تجارت الکترونیکی دست یابند تا بتوانند تمامی ابزارهای موردنیاز را در ارتباط دقیق و منسجم با هم فراهم سازند. چنانچه در این زمینه حتی یک واحد ذی‌ربط نخواهد به اقدام لازم پاسخ دهد، تمامی سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های انجام شده از حیز انتفاع خارج می‌شود.

این ضرورت که مثلاً گمرک باید در اسرع وقت به پیام‌ارسالی از سوی یک صادرکننده برای انجام تشریفات گمرکی پاسخ دهد، کاملاً محسوس می‌باشد تا صادرکننده بتواند اطلاعات موردنیاز را کسب نموده و تشریفات را در کوتاه‌ترین زمان به انجام رساند.

اصلاح روش‌های اجرایی کار صادرات و اطلاع‌رسانی تجاری و استفاده از فن‌آوری مناسب می‌تواند در رشد صادرات غیرنفتی، فعالیت چندباره یک بازرگان در طول سال و سودآوری بیشتر و انگیزه قوی‌تر او برای گسترش دامنه فعالیت، مؤثر باشد.

در حال حاضر یک صادرکننده فعال شاید بیش از دو بار در سال نتواند فعالیت تجاری خود را به انجام رساند. این امر نه‌تنها به دلیل ساختار طولانی تشریفات صادرات، بلکه به لحاظ ضعف اطلاعات صادرکننده نیز می‌باشد که برای بازاریابی کالاها یا خدمات در فضای بسته قدم برمی‌دارد. در حالی که چنانچه فن‌آوری مناسب کسب اطلاعات تجاری در اختیار وی باشد، دست‌کم در بخش بازاریابی و انجام مذاکرات تجاری تا عقد قرارداد از طریق پیام‌های الکترونیکی می‌تواند خیلی سریع اقدام نماید.

با این وصف ضرورت دارد که بخش بازرگانی با یک تفکر واحد از سوی تمامی نهادهای درگیر در کار صادرات حمایت شود و زمینه‌های لازم از نظر فن‌آوری موردنیاز و روش‌های اجرایی را طراحی کند.

آنچه مسلم است بقای اقتصاد کشور در درازمدت، دستیابی به رشد اقتصادی پایدار، ایجاد رفاه برای مردم، کاهش وابستگی به منابع تمام‌شدنی نفت و اطمینان خاطر از آینده‌ای روشن برای نسل‌های آتی، مستلزم تحرک و رشد سریع صادرات غیرنفتی است.

