

روانسازی تجارت

بخش دوم / قسمت اول

از: تام باترلی (Tom Butterly)

همراه با شبکه حمایتی مورد نیاز که داده‌های اولیه آن توسط سازمان‌های وابسته به سازمان ملل ارایه و مبتنی بر استانداردها و ابزارهای بین‌المللی از پیش توافق شده باشد. برنامه‌های اجرایی بین‌المللی کشورها را در ایجاد و توسعه طرح‌های روانسازی تجارت راهنمایی می‌نماید.

اگرچه برنامه روانسازی تجارت حدود نیم قرن است که در کمیسیون اقتصادی سازمان ملل برای اروپا (UNECE)^(۱) و سایر سازمان‌های مربوط به تجارت پیگیری شده است ولی شمول این موضوع در اعلامیه وزیران دوحه در سازمان جهانی تجارت و افزایش توجه جهانی به مسایل امنیتی، مساله روانسازی تجارت را بیش از گذشته حساسیت سیاسی بخشیده است. در شرایطی که مصلحت‌ها و حق تقدم‌های روانسازی تجارت در دست تغییر می‌باشد، تعریف مجدد سرفصل‌های اصلی بیش از پیش اهمیت دارد. آنچه که امروز مورد نیاز می‌باشد، استفاده از روشی دوگانه است که هم استانداردهای موجود را هماهنگ و اجرایی نماید و هم نسل بعدی مقررات و استانداردهای روانسازی تجارت و رشد اقتصادی را در اقتصاد جدید و برخوردار از تجارت الکترونیکی و زنجیره جهانی کالا و خدمات توسعه بخشد. چنین برخوردی نیاز به دریافت کمک و حمایت بیشتر از دولت‌ها و جوامع تجاری دارد. علاوه بر آن، دستیابی به این مقصود نیاز به نقش گسترده‌تری از جانب سازمان‌هایی چون مرکز روانسازی تجارت و تجارت الکترونیکی سازمان ملل متحد دارد.

اقدام به ایجاد و تغییرات زیربنایی به منظور اجرای مبنای روانسازی تجارت نیاز به اراده قوی سیاسی دارد که خود مستلزم برخورداری از درک صحیحی از نیازها، مزایا

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.

خلاصه برای مرور مدیران

روانسازی تجارت موضوعی است متنوع و چالش‌آفرین که هم برای دولت و هم برای اربابان تجارت مزایای فراوانی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی دارد. روانسازی تجارت در گستره عظیمی از مقولات چون مقررات و نظارت دولتی، کارایی تجارت، حمل‌ونقل، تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (ICT) و بخش مالی نقش تاثیرگذار دارد. روانسازی تجارت اثر پرتوانی در رقابت‌پذیری و تلفیق بازار دارد، به علاوه استفاده از تکنیک‌های فهرست‌سازی جدید حمل و نقل مانند مفهوم "به موقع"، استفاده رو به افزایش بار هوایی، پیدایش زنجیره‌های جهانی کالا و ملزومات و تجارت الکترونیکی همگی نقش مفاهیم شفاف‌سازی و سرعت در مرزهای بین‌المللی را به عنوان زیربنای رقابت موثر در تجارت جهانی تاکید می‌نمایند. از اینرو، حیاتی است که استراتژی‌های روانسازی تجارت با سیاست‌های تجارت بین‌المللی و منطقه‌ای و همچنین با طرح‌های توسعه هماهنگی کامل داشته باشد.

هدف نهایی در درازمدت ایجاد ساختاری یکپارچه از روانسازی تجارت بین‌المللی است

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

و توانمندی شکل‌های محلی برای بوجود آوردن تغییرات لازم می‌باشد. یکی از توصیه‌های اصلی این مقاله اینست که دولت‌ها و رهبران بخش خصوصی مقوله روانسازی تجارت را به عنوان ابزار کلیدی در گسترش تجارت و توسعه اقتصادی تلقی نمایند. در این زمینه لازم است سازمان‌هایی که با روانسازی تجارت ارتباط دارند، از طریق اجرای برنامه‌های آگاه‌سازی خاص نسل جدید رهبران سیاسی را به اهمیت موضوع روانسازی تجارت حساس‌تر نمایند.

موضوع روانسازی تجارت و امنیت بایستی از اولویت خاص برخوردار باشد و توجه مسوولان به اهمیت بالقوه اجرای صحیح مبانی روانسازی تجارت در پیشبرد و بهبود شرایط امنیتی معطوف گردد. برنامه‌های مربوط به روانسازی تجارت و ساختارهای منطقه‌ای چون کمیسیون اروپا سازمان همکاری اقتصادی آسیا و اقیانوسیه-ایک (APEC)^(۲) در این زمینه کاملاً فعال شده‌اند. کمیسیون‌های منطقه‌ای سازمان ملل نیز باید با توجه به ارتباط نزدیک خود با دولت‌ها و متخصصین امر نقش فعال‌تری در این زمینه ایفا نمایند. یکی از پیشنهادها مطرح در این مقاله تاکید بر نیاز به هماهنگ نمودن فعالیت‌های شکل‌های مختلف است که با ایجاد و گسترش روانسازی تجارت مربوط می‌باشند. این هماهنگی احتمالاً می‌تواند در قالب یک روش رسمی‌تر مدیریت دسته جمعی برای ایجاد هماهنگی و به صورت تفاهنامه شکل گیرد.

علاوه بر آن، لازم است که همه کشورها حداقل نمونه‌ای از استانداردهای روانسازی تجارت را اجرایی کرده باشند. چنین اقدامی در تعیین درجه نیازمندی یک کشور به دریافت کمک‌های فنی برای احراز سطح مطلوبی از روانسازی تجارت کمک می‌نماید و در نتیجه، سازمان‌های کمک‌کننده ذیربط و دولت‌ها این امکان را خواهند داشت که موضوع تقاضای کمک رادر هیات مدیره‌های خود به عنوان اولویت توسعه تجاری و تخصیص بودجه مورد نیاز مطرح نمایند.

چنین کمک‌های فنی بایستی بر مبنای برنامه‌های از پیش موافقت شده روانسازی تجارت در سطح ملی شکل گرفته و برای درازمدت، کامل و نتیجه محور باشد. تحقیقات وسیعی در زمینه روانسازی تجارت مورد نیاز می‌باشد تا برنامه توسعه روانسازی تجارت و کارهای اجرایی وابسته را راهنمایی نموده و منبع اطلاع‌رسانی مورد نیاز باشد. همچنین برای ایجاد و تبیین بحث‌های متوازن و ملموس در حوزه آگاه‌سازی اشاره شده در فوق نیز انجام تحقیقات خاص لازم

**حیاتی است که استراتژی‌های
روانسازی تجارت با سیاست‌های
تجارت بین‌المللی و منطقه‌ای
و همچنین با طرح‌های
توسعه هماهنگی کامل
داشته باشد.**

می‌باشد. در آخر، لازم است تمام امکانات بالقوه روانسازی تجارت در پیشبرد عملکرد اقتصادی بنگاه‌های اقتصادی و کشورها متجلی گردد. روانسازی تجارت می‌تواند فشار بوروکراسی را روی شرکت‌ها تخفیف دهد، دستیابی به بازار را گسترش دهد، دامنه فعالیت شرکت‌های کوچک و متوسط را در تجارت بین‌المللی افزایش دهد و فساد را کاهش دهد و به تمام کشورها کمک نماید تا از مزایای توسعه تجارت جهانی بهره‌مند شوند. دستیابی به چنین نتایجی برای سازمان‌های بین‌المللی مغتنم می‌باشد علی‌الخصوص اینکه این سازمان‌ها در درجه اول به تجارت به عنوان ابزار اولیه ایجاد توسعه اقتصادی و اجتماعی نگاه می‌کنند. هدف از تهیه این مقاله آرایه خلاصه‌ایست از مباحث جاری و اولویت‌های عملی که پیش روی روانسازی تجارت قرار گرفته‌اند. این مقاله مبتنی بر بررسی کار و عملکرد

سازمان‌های اصلی بین‌المللی که در روانسازی تجارت دخالت داشته‌اند، بود و از فعالیت‌ها و تجربیات ۴۰ ساله کمیسیون اقتصادی سازمان ملل متحد برای اروپا بهره جسته است. این مقاله برای بحث در همایش بین‌المللی روانسازی تجارت که توسط کمیسیون مذکور در ماه مه سال ۲۰۰۲ میلادی تشکیل گردید، آماده شده است.

اصول اولیه

دخالت سازمان ملل متحد در زمینه تجارت بین‌المللی در چهارچوب اساسنامه سازمان ملل که در تاریخ ۲۶ ژوئن ۱۹۴۵ میلادی در شهر سان فرانسسکو به امضا رسید، صورت می‌گیرد. این اساسنامه حاوی اصول اولیه سازمان ملل در زمینه ترویج و اشاعه پیشرفت اجتماعی، سطح زندگی بهتر، اشتغال کامل و توسعه اقتصادی است و همچنین مقرر می‌دارد که سازمان ملل برای مسایل بین‌المللی اقتصادی و اجتماعی چاره‌جویی نماید.

در چهارچوب اساسنامه سازمان ملل، تجارت به عنوان ابزاری برای صلح و توسعه اقتصادی، ریشه‌کن کردن فقر و ایجاد فضایی مناسب برای آزادی، مساوات و حرمت انسانی انگاشته شده است. چنین رویکردی اصل راهنما، زیربنا و بهانه اصلی کلیه فعالیت‌های سازمان ملل در حیطه تجارت می‌باشد. باید توجه نمود که تاکید بر توسعه تجارت بین‌المللی از اهداف نهایی اساسنامه نیست بلکه استفاده از امکانات بالقوه تجارت جهانی برای ایجاد زمینه مناسب جهت اشاعه رشد و توسعه اقتصادی و در نتیجه، ریشه‌کن کردن فقر مدنظر بوده است. در نتیجه سازمان ملل متحد مضر است که جهانی شدن، فراگیر و بر محور عدالت استوار بوده و به عنوان نیروی مثبت در خدمت تمام مردم جهان باشد. سازمان ملل در شرایط ویژه‌ای برای قبول چنین مسوولیتی قرار گرفته است. این سازمان تنها سازمانی است که از عضویت جهانی

برخوردار بوده و سیطره جامعی از تبادل اطلاعات، انجام مذاکرات، برقراری معیارها، اظهار امیدواری‌ها و پیگیری برنامه‌های اجرایی را در اختیار دارد.

عملکرد سازمان ملل در زمینه روانسازی تجارت به درستی در راستای رسالت این سازمان بوده است. نقش ما اینست که اطمینان حاصل کنیم که تجارت بین‌المللی در حد توان کارا باشد و توجه کامل به مصالح و امنیت ملی کشورها بنماید. به علاوه، ابزار و تکنیک‌های روانسازی تجارت باید در اختیار همه کشورها قرار گیرد تا بتوانند از مزایای اجرایی آن بطور عادلانه برخوردار باشند.

روانسازی تجارت در محیط تجارت جهانی

تجارت جهانی موضوعی است متنوع و مشکل‌ساز که هم برای دولت و هم برای اربابان تجارت مزایای فراوانی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی دارد. روانسازی تجارت در گستره عظیمی از مقولات چون مقررات و نظارت دولتی، کارایی تجارت، حمل و نقل، تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و بخش مالی نقش تأثیرگذار دارد. روانسازی تجارت در عین حال موضوعی است سیاسی، اقتصادی، تجارتی، اداری، فنی و تکنولوژیکی و تمام این جهات بصورت مرکب در شکل گرفتن استراتژی‌های روانسازی تجارت یک کشور و یا یک منطقه دخالت دارند.

اگر بطور سنتی روانسازی تجارت مقوله‌ای فنی محسوب شده است، در سال‌های اخیر این امر در سیاست‌های تجاری و توسعه اقتصادی نقش کلیدی داشته است. با تأثیر فراوانی که روانسازی تجارت بر رقابت‌پذیری و یکپارچگی بازار دارد احتمالاً به عنوان مبحثی در سیاست‌های توسعه تجارت نقشی حساس‌تر از موضوعی چون کاهش تعرفه‌ها دارد. برای مثال، متوسط کاهش تعرفه‌ها در موافقتنامه‌های دور اروگوئه تقریباً دو درصد کل ارزش تجارت برآورد می‌شد در حالی که

مزایای بالقوه حاصله از روانسازی تجارت حدود دو تا سه درصد پیش‌بینی شده است. با توجه به کاهش چشمگیری که تاکنون تحت تأثیر گات و دور اروگوئه در میزان تعرفه‌ها حاصل شده است امکان استفاده از مزایای

اقدام به ایجاد و تغییرات زیربنایی به منظور اجرای مبانی روانسازی تجارت نیاز به اراده قوی سیاسی دارد که خود مستلزم برخورداری از درک صحیحی از نیازها، مزایا و توانمندی تشکلهای محلی برای بوجود آوردن تغییرات لازم می‌باشد.

روانسازی تجارت توجه بیشتری را به خود مبدول کرده است. دلیل مهم دیگری که در پیدایش روانسازی تجارت به عنوان عامل کلیدی سیاست‌های اقتصادی سهم داشته، تغییرات ایجاد شده در ماهیت تجارت است. امروزه دغدغه اصلی صرف دسترسی به بازارهای جهانی نیست بلکه مهم، رساندن به موقع کالا به بازار بدون تأخیر عمده و یا افزایش هزینه‌های حاصل از رفع موانع اداری، گمرکی و فنی مورد نظر می‌باشد. افزایش قابل ملاحظه جریان کالا در تجارت که حاصل استفاده از تکنیک‌های فهرست‌سازی جدید حمل و نقل مانند مفهوم "به موقع" و استفاده بیشتر از بار هوایی نقش شفاف‌سازی و سرعت در مرزهای بین‌المللی را در دستیابی به مزایای بالقوه موافقتنامه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی اصولی‌تر نموده است. تجارت در چنین شرایطی برای هر کشوری مشکل است به خصوص برای کشورهایی که با بازارهای اصلی جهانی فاصله زیادی دارند مانند کشورهایی که راه به دریاهای آزاد ندارند یا به عبارتی، زمین محصور می‌باشند. در واقع، بعضی از سیاست‌های روانسازی

تجارت توسط سوئد و فنلاند بر این باور استوار بوده که دسترسی به بازارهای اروپا نیاز به برنامه‌ریزی و کنترل عملکرد کلیه مراحل تجارت شامل ارسال کالا به خریدار و انعکاس پیشرفت آن تا مقصد نهایی می‌باشد.

برای مثال، در حالی که زنجیره جهانی کالا و خدمات نیاز به شرایطی مناسب جهت تسهیل حرکت آزاد کالا و خدمات در مرزهای بین‌المللی دارد، ملاحظات قانونی و مقرراتی مربوطه را نیز پیوسته مدنظر دارد از جمله قبول نیاز به سرعت و تحرک در تولید و حرکت کالا در مرزها، رویکردی آماده برای انتقال اطلاعات، نیاز به قانونگذاری مناسب برای قانونی کردن امضا و گواهی‌های کامپیوتری، اشاعه فرهنگ سازمانی که زنجیره تامین کالا و خدمات را به صورتی یکپارچه و کلی نگاه می‌کند (به جای تمرکز روی یکی از آراء) و بالاخره بذل توجه خاص به رضای (و پیش‌بینی) نیازها و عمکردهای مشتریان.

به همین منوال، تجارت الکترونیکی جهانی امکانات فراوانی برای توسعه اقتصادی میسر می‌نماید ولی از طرفی سیستم سریع تحویل‌دهی محصولات و خدمات هماهنگ شده با مفهوم "فوری" در تجارت الکترونیکی را الزامی می‌نماید. مسلماً غیرمنطقی خواهد بود که تجارت الکترونیکی در شرایطی بکار رود که عملیات تجاری با فشار دادن دکمه‌ای نهایی شود ولی کالای مورد معامله روزها در مرز عاقل بماند. در چنین شرایطی مسلماً امکان رشد تجارت الکترونیکی متکی به وجود نظام حمل و نقل کارا و مقررات و تشریفات جوابگو می‌باشد. به همین دلیل، بسیار مهم است مطمئن شویم که خصوصیات و نیازهای روانسازی تجارت با سیاست‌های تجاری ملی و منطقه‌ای و طرح‌های توسعه و آبادانی همخوانی داشته باشد. این نکته در رابطه با تجارت منطقه‌ای از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشد زیرا در سال‌های اخیر رشد قابل توجه بلوک‌های تجاری منطقه‌ای باز امکان

توسعه تجارت منطقه‌ای به عنوان قدم‌های اولیه دسترسی به رهاسازی بیشتر در تجارت جهانی را میسر نموده است. سازمان همکاری اقتصادی آسیا- پاسیفیک هم اکنون روانسازی تجارت را به عنوان عامل کلیدی در سیاست‌های توسعه اقتصادی خود پذیرفته است. به همین ترتیب، روانسازی تجارت عامل اصلی برنامه‌های توسعه تجارت اتحادیه اروپا می‌باشد. توجه مجدد به روانسازی تجارت به عنوان یک سیاست و نه یک مقوله فنی تبعات مهمی در این مقاله برای موضوعات مورد بحث دارد.

روانسازی تجارت و تجارت الکترونیکی دو عامل حیاتی در توسعه تجارت جهانی بوده و در نتیجه، در دستور کار کمیسیون اقتصادی سازمان ملل برای اروپا نقش اساسی داشته است. فعالیت در زمینه روانسازی تجارت در UNECE و سایر سازمان‌های وابسته به سازمان ملل سابقه ۴۵ ساله دارد. نتیجه این فعالیت پیدایش ۲۰۰ مورد روانسازی تجارت است که در مجموعه توصیه‌های روانسازی تجارت "فهرست شده است. کمیسیون اقتصادی اروپا خود بیش از ۳۰ مورد توصیه‌های

مربوط به مبانی روانسازی تجارت را تعیین نموده و تنها استاندارد موجود جهانی تجارت الکترونیکی را تکوین نموده است. به منظور ایجاد هماهنگی در سطح جهانی در این زمینه UNECE که خود مرکز فعال

**در چهارچوب اساسنامه
سازمان ملل، تجارت به عنوان
ابزاری برای صلح و توسعه
اقتصادی، ریشه کن کردن فقر و
ایجاد فضایی مناسب برای آزادی،
مساوات و حرمت انسانی انگاشته
شده است. چنین رویکردی اصل
راهنما، زیربنا و بهانه اصلی کلیه
فعالیت‌های سازمان ملل در حیطه
تجارت می‌باشد.**

روانسازی تجارت با تجارت الکترونیکی روش‌های یکپارچه و منسجمی را اتخاذ نموده است. این مرکز با تکیه بر سه ستون تجارت پایه‌گذاری شده است: مرحله‌بندی و تشریفات اجرایی، اطلاعات، و تکنولوژی. هدف به وجود آوردن مراحل کاری و استانداردهای ساده، شفاف و موثر در تجارت جهانی می‌باشد. برای رسیدن به چنین هدفی این مرکز از پیشرفت‌های تکنولوژی اطلاعات بهره جسته و سعی دارد بر مبنای ساده‌سازی و هماهنگ‌سازی مراحل کاری دولت و بخش خصوصی روش‌های جدیدی در روانسازی تجارت ابداع نماید.

زیر نویس‌ها:

- 1) UNECE (UN Economic Commission For Europe)
- 2) APEC (Asian Pacific Economic Cooperation)

مأخذ: کتاب Trade Facilitation از انتشارات سازمان ملل ۲۰۰۳

ادامه دارد □

این مسایل در سازمان ملل می‌باشد "مرکز روانسازی تجارت و تجارت الکترونیکی سازمان ملل" را تاسیس نموده است. این مرکز در این زمینه با تکیه بر ارتباط متقابل

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	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