

روانسازی تجارت

بخش دوم - قسمت سوم

از: تام باترلی (Tom Butterly)

توجه ایجاد تسهیلات در داد و ستدهای بین‌المللی از طریق ساده‌سازی و هماهنگ نمودن مرحله بندی، روش‌ها و جریان اطلاعات به منظور رشد تجارت جهانی می‌باشد.

در عمل روانسازی تجارت معطوف به خلق کارایی و تقلیل هزینه‌ها در طول مسیر تجارت شامل فعالیت‌های اشاره شده در زیر می‌باشد:

- توافق فروش بین فروشنده و خریدار،
- مبادله مدارک تجاری مورد توافق،
- رعایت سلامت، ایمنی و سایر مقررات و استانداردها،

- اجرای تعهدات لازم در گمرکات و ارایه هر مدرک دیگری در زمان عبور از مرز،
- حمل و نقل صحیح کالا از محل فروشنده به محل خریدار،

- پیروی مشخصات کالا از نیازهای خریدار
- پرداخت به ازای کالا، و
- در اختیار گذاشتن کالا و محصولات نهایی.

تعداد نفراتی که در این مسیر دخالت دارند، به طور عمده بستگی به حجم مقررات، پیوستگی و مکانیزه بودن سیستم تجارت یک کشور خاص دارد. به طوری که برآورد شده است به طور متوسط در هر داد و ستد تجاری بین ۲۷ تا ۳۰ نفر دخالت دارند. این افراد شامل مسوولین کنترل کننده، واسطه‌ها، سرویس دهنده‌ها، بانک‌ها، وسائط حمل و نقل و آژانس‌های حمل و نقل می‌باشند. در شرایطی که تجارت از تسهیلات کافی برخوردار نیست، مراحل یاد شده نیازمند به ۴۰ سند یا مدرک می‌باشد که صرفاً مربوط به مقررات دولت‌های مربوطه نبوده و سایر سازمان‌ها نیز در صدور آن دخالت دارند. در شرایطی که تسهیلات کافی برخوردار باشد

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. تشکلهای 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.

نکات اولیه روانسازی تجارت

بالاخره روانسازی تجارت دقیقاً چیست؟ تعاریف متعددی طی سال‌ها عنوان شده است. از نظر UNECE روانسازی تجارت شامل عقلایی کردن سیستماتیک روش‌مندی مستند سازی در تجارت بین‌المللی می‌باشد. روش‌مندی به فعالیت‌ها، طرز کار و تشریفات مربوط به جمع‌آوری، عرضه، ارسال و پردازش داده‌های لازم برای حرکت کالا در تجارت بین‌الملل اطلاق می‌گردد. روانسازی تجارت، همچنین به معنای ساده‌سازی و استاندارد کردن روش‌ها و جریان اطلاعات مربوطه که برای حرکت کالا در سطح بین‌المللی از فروشنده به خریدار و تسهیل در پرداخت از خریدار به فروشنده لازم می‌باشد، آمده است.

عبارت حاوی رسالت UN/CEFACT شمایی از روانسازی تجارت به شرح زیر را عرضه می‌دارد: حمایت از فعالیت‌هایی که در مسیر گسترش توان کسب و کار، تجارت و موسسات اداری چه در کشورهای توسعه یافته چه در حال توسعه و چه کشورهای در حال گذار به منظور تبادل محصولات و خدمات مربوطه به نحو موثر. کانون اولیه

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

مثل استرالیا، کلیه مراحل یاد شده می‌تواند در یک سند بگنجد. در سیستم‌های دستی مراحل ورود داده‌ها و اطلاعات البته می‌تواند مفصل باشد که البته می‌تواند شامل ورود مجدد داده و یا اشتباهات داده‌ها نیز باشد. چنین مرحله‌ای هم برای واردات و هم برای تجارت گران تمام می‌شود و به میزان قابل ملاحظه‌ای از رقابت پذیری می‌کاهد.

بنابراین، روانسازی تجارت روشی است جامع و یک پارچه در تخفیف پیچیدگی و هزینه‌های مراحل داد و ستد تجارت و حصول اطمینان از اینکه تمامی فعالیت‌ها با روش‌های قابل پیش‌بینی و متکی به معیارها، استانداردها و روش‌های قابل قبول بین‌المللی صورت می‌پذیرد. از طرفی هدف مکمل بهینه نمودن تاثیرگذاری مقررات کنترل‌کننده به منظور تضمین ایمنی و سلامت شهروندان و جمع‌آوری مالیات‌ها و عوارض موضوعه می‌باشد.

بدین ترتیب روانسازی تجارت در درجه اول موارد زیر را در بر می‌گیرد:

- ساده سازی (و در صورت امکان حذف) تشریفات و مقررات، به خصوص تشریفات مربوط به واردات، صادرات و ترانزیت کالا،
- موزون نمودن مقررات و قوانین مربوطه،
- بهبود و استاندارد کردن تجهیزات زیربنایی شامل حمل و نقل، تجهیزات گمرکی، و
- استاندارد کردن و هماهنگ نمودن تعاریف و مبانی اطلاعاتی و بهره‌مندی از تکنولوژی اطلاعات برای تبادل اینگونه اطلاعات.

روانسازی تجارت در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی کاربرد دارد. در سطح ملی روانسازی تکیه بر ساده سازی و هارمونیزه کردن زیرساخت‌ها و روش‌های مربوط به تجارت در داخل کشور می‌باشد. ولی این به خودی خود کفایت نمی‌کند. وقتی کالا از مرز بین‌المللی عبور می‌کند عملاً از یک نظام اداری - حقوقی به نظامی دیگر منتقل می‌گردد. بنابراین لازم است که معیارهای روانسازی تجارت را در سطح بین‌المللی

هماهنگ نمود و به همین دلیل سازمان ملل و سایر سازمان‌های بین‌المللی واضع استاندارد و مقررات نقش اساسی پیدا می‌کند. در توسعه روانسازی تجارت لازم است دولت‌ها با یکدیگر و یا سازمان‌های بین‌المللی جهت ایجاد هماهنگی و ساده‌سازی در روش‌ها و مدارک و همچنین اجزای سیستم تجارت و حمل و نقل همکاری نمایند. در واقع هدف اولیه و دلیل اصلی ایجاد کار افزارها موافقتنامه‌های تدارک دیده

**آنچه که امروز مورد نیاز است
اتخاذ روش دوگانه است
که از یک طرف به هماهنگ کردن
و اجرای معیارهای موجود توجه
نماید و از طرفی به توسعه و ایجاد
نسل بعدی مقررات و معیارهای
روانسازی اقتصادهای جدید با
خصوصیت استفاده از تجارت
الکترونیکی و زنجیره تامین
جهانی همت گمارد.**

شده توسط UNECE و سایر سازمان‌های بین‌المللی از اوایل دهه ۶۰ میلادی در زمینه روانسازی تجارت همین بوده است.

مشکلات، اولویت‌ها و استراتژی توسعه

موضوع تعیین و تبیین اولویت‌های کلیدی روانسازی تجارت و مشکلات اجرایی آن در چند سال گذشته توسط تعدادی از سازمان‌های دولتی و بین‌المللی مورد بررسی قرار گرفته و گزارشات بسیاری در این زمینه منتشر شده است. در قسمت‌های زیر منتخبی از گزارشات اشاره شده بررسی گردیده و براساس مدارک و تجربیات سازمان UNECE زمینه‌هایی که از اولویت خاصی

برخوردار می‌باشند، به طور خلاصه گزارش می‌گردند.

در سال ۱۹۹۸ میلادی کنفرانس سازمان تجارت جهانی در مورد روانسازی تجارت فهرست مفصلی از مواردی که در واقع فراخوانی برای اجرای معیارهای متعدد عملی مربوط به حمل و نقل، روش‌ها، گمرکات، اسناد تجاری با یکپارچگی و استفاده از تکنولوژی اطلاعات می‌باشد، ارائه کرد. بیش از نیمی از این موضوعات مربوط به مدارک و اسناد موجود روانسازی تجارت می‌گردد مانند: کنوانسیون کیوتو، موافقتنامه مونترال ۴، کنوانسیون سازمان IMO در زمینه روانسازی ترافیک بین‌المللی، راهنمای سازمان ملل برای تهیه اسناد تجاری، UN/ED/FACT، اعلامیه آروشا در مورد عملکرد یکنواخت گمرکات، اقدام اطلاعاتی G7 و توصیه ۱۸ UN/CEFACT. از موضوعات باقی مانده به طور عمده می‌توان به هارمونیزه کردن داده‌ها و گسترش و هماهنگ نمودن روانسازی تجارت اشاره نمود.

در سال ۱۹۹۹ میلادی، سازمان تجارت جهانی مجدداً به ارزیابی عنوان‌های روانسازی تجارت بر مبنای مشاوره‌های غیر رسمی با اعضاء و همچنین از طریق برگزاری جلسات رسمی در کمیته تجارت و توسعه مبادرت نمود و سرفصل‌های اولیه را به شرح زیر مشخص کرد: ساده سازی و شفافیت بیشتر در تهیه مدارک رسمی، یکنواخت کردن روش‌ها و کنترل‌های اداری، روانسازی تجارت از طریق استفاده بیشتر از تکنولوژی اطلاعات و ساده و هماهنگ نمودن مقررات مربوط به حمل و نقل و ترانزیت کالا. اگر چه بعضی از موضوعات اشاره شده در مدارک و توصیه‌های موجود روانسازی تجارت به چشم می‌خورد ولی بسیاری از آنها فاقد قدرت اجرایی بوده بعضی‌ها هنوز در مرحله انتخاب می‌باشند و بعضی دیگر طرفداران چندانی ندارند و به طور کلی جملگی با نیازها و روش‌های متداول تجارت امروزی همخوانی ندارند.

سازمان اپک در بررسی فعالیت‌های خود به این نتیجه دست یافت که روش مفیدتر برای آن سازمان نگرش به روانسازی تجارت از یک پرسپکتیو افقی و ایجاد هماهنگی بیشتر بین کمیته‌های متعدد اپک می‌باشد. اپک در واقع رویکرد استراتژیک وسیع‌تری به مساله روانسازی تجارت اتخاذ نموده و اولویت‌های زیر را مشخص کرده است:

- برقرار کردن کانونی در روانسازی تجارت در سطح بالا که شامل بعد توسعه در داخل اپک می‌باشد،
- تجدید اهداف روانسازی تجارت و برقرار نمودن اهداف اجرایی به جای صرف اندازه‌گیری دروندادها،

- عنوان نمودن روانسازی تجارت به عنوان یک اولویت، و

- سرمایه‌گذاری در تحقیقات مربوط به روانسازی تجارت و ایجاد ظرفیت.

کمیسیون اروپا اطلاعات وسیعی در زمینه روانسازی تجارت در اختیار سازمان تجارت جهانی قرار داده و یکی از حامیان منظور نمودن روانسازی تجارت در دستور کار آن سازمان می‌باشد. کمیسیون اروپا همیشه از هماهنگ کردن و ساده کردن اطلاعات و مدارک، مدرنیزه کردن گمرکات و تکنیک‌های مدیریت گمرکات، اتوماسیون و همگن کردن کنترل‌های دولتی به عنوان سوژه‌های دارای اولویت حمایت نموده است. کمیسیون اروپا به خصوص تاکید خاصی بر لزوم ارایه کمک‌های فنی به کشورهای در حال توسعه و در حال گذار به منظور اجرایی نمودن اهداف روانسازی تجارت به عنوان رکن اصلی اقدامات سازمان تجارت جهانی نه به عنوان سوژه‌ای جانبی داشته است.

در تعیین اولویت‌های روانسازی تجارت گروه کاری روش‌های تجارت بین‌المللی مربوط به UN/CEFACT نظر خود را به لزوم نگاه به روانسازی تجارت به عنوان یک سیاست و نه یک روش فنی استوار نموده و موارد زیر را به عنوان اولویت‌های مهم انتخاب کرد:

- توجه بیشتر به زمینه‌های سیاسی و

اقتصاد کلان روانسازی تجارت،
- افزایش قابل توجه گسترش و اجرای روانسازی تجارت،

- توسعه و اتخاذ روش جهانی هماهنگ شده در زمینه روانسازی تجارت،

روانسازی تجارت روشی است

جامع و یک پارچه در تخفیف

پیچیدگی و هزینه‌های مراحل

داد و ستد تجارت و حصول

اطمینان از اینکه تمامی فعالیت‌ها

با روش‌های قابل پیش‌بینی

و متکی به معیارها،

استانداردها و روش‌های

قابل قبول بین‌المللی

صورت می‌پذیرد.

- استاندارد کردن الزامات اطلاعاتی و اتخاذ استانداردهای داده‌های اطلاعاتی،

- اعمال اصلاحات، مدرنیزه کردن و ایجاد هماهنگی در گمرکات، و

- ارایه کمک‌های فنی جهت اجرا.

باتوجه به موارد فوق و تجارب سازمان UNECE به عنوان یک سازمان معیار گذار در روانسازی تجارت به نظر UNECE

اولویت‌های لازم در روانسازی تجارت در چند سال اخیر تغییر کرده است. آنچه که امروز مورد نیاز است اتخاذ روش دوگانه

است که از یک طرف به هماهنگ کردن و اجرای معیارهای موجود توجه نماید و از

طرفی به توسعه و ایجاد نسل بعدی مقررات و معیارهای روانسازی اقتصادهای جدید با

خصوصیت استفاده از تجارت الکترونیکی و زنجیره تامین جهانی همت گمارد.

برای این منظور مسلماً سازمان‌های درگیر در روانسازی تجارت نیاز به ایجاد تغییرات

عمده در روش‌ها و سیاست‌های خود دارند و محققاً دولت‌ها و هم جوامع تجاری الزام به

ایجاد تعهد و حمایت بیشتر دارند. در این مسیر سازمان‌هایی چون UN/CEFACT نقش مهمی خواهند داشت.

از نظر UNECE موارد زیر به عنوان موضوعات کلیدی و استراتژیک برای اجرا گسترش روانسازی تجارت در سال‌های آتی مطرح می‌باشند:

الف- اراده سیاسی- ایجاد و گسترش اراده سیاسی برای اجرایی کردن معیارهای موجود روانسازی تجارت،

ب- اشاعه مفاهیم روانسازی تجارت برای ایجاد آگاهی در سطوح بالای دولت و تجارت،

ج- اجرا و توسعه موافقتنامه‌های موجود و جدید در زمینه روانسازی تجارت،

د- ارایه کمک‌های فنی برای حمایت از برنامه‌های اجرایی،

ه- ایجاد هماهنگی در مساعی روانسازی تجارت بین سازمان‌های مختلف،

و- توسعه و پیشرفت تکنولوژی و استانداردهای ICT به منظور حمایت از روانسازی تجارت،

ز- انجام تحقیقات در زمینه‌های سیاست‌گذاری در روانسازی تجارت، سنجش اجرا و منافع، و

ح- گسترش ارتباط بین روانسازی تجارت و امنیت.

هر یک از این زمینه‌ها در زیر تشریح می‌گردد:

الف- اراده سیاسی

وجود اراده سیاسی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی به منظور ایجاد و اجرای تصمیمات کلیدی در خصوص روانسازی تجارت شرط اولیه پیشرفت پایدار می‌باشد. نیاز به اراده سیاسی و جهت داشتن فقط در کشورهای در حال توسعه و یا کشورهای در حال گذار لازم نمی‌باشد.

حتی در اقتصادهای پیشرفته اروپا و آمریکا معیارهای موجود روانسازی تجارت به طور کامل اجرا نشده‌اند. به علاوه باید اطمینان حاصل نمود که امکانات جدید تجارت بین-

المللی حاصل از تجارت الکترونیکی و

باشد، اراده سیاسی در سطح ملی نیز الزامی می‌باشد. اقدام در زمینه‌های فساد، شفاف سازی و درستکاری که در مراحل مختلف زنجیره تجارت وجود دارد و بدون اراده سیاسی میسر نمی‌باشد. اینها مسایل پیچیده‌ای می‌باشند که حل آنها بدون اعمال رهبری قوی در سطح بالای مدیران دولتی امکان پذیر نمی‌باشد. منافع روانسازی تجارت باید برای تمام کشورها به طور مساوی مد نظر قرار گیرد تا رهبران سیاسی بتوانند آنرا سرلوحه کار خود قرار دهند. به همین دلیل معیارها و اقدامات و پیشنهادهای باید نیازها و اهداف موسسه را به طور کامل شامل شود.

ادامه دارد



موضوع تعیین و تبیین اولویت‌های کلیدی روانسازی تجارت و مشکلات اجرایی آن در چند سال گذشته توسط تعدادی از سازمان‌های دولتی و بین‌المللی مورد بررسی قرار گرفته و گزارشات بسیاری در این زمینه منتشر شده است.

احتمالاً در این مسیر تجدید نظر در مسوولیت‌ها و تغییر موقعیت پست‌های سازمانی بالا هنگام سیاست‌های جدید که می‌تواند در اهداف و عملکرد سازمان‌ها موثر

زنجیره تامین جهانی در دستور کار روانسازی تجارت منظور گردد. در تمامی موارد فوق‌الذکر اراده سیاسی با مقررات و معیارهای موجود و با آمادگی اجرای آن به نحو هماهنگ در رابطه مستقیم می‌باشد. نیاز به اراده سیاسی بیشتر از این بابت مطرح است که اجرای مبنایی روانسازی تجارت در بعضی مواقع نیاز به ایجاد تغییرات عمده در نحوه عملکرد، احکام و طرز کار بعضی سازمان‌های دولتی هم در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی دارد. برای حصول این مقصود سازمان‌های دولتی و خصوصی ممکن است نیاز به همکاری بیشتر و علنی‌تر داشته و به اهداف مشترک توسعه اقتصادی و اجتماعی توجه بیشتری نمایند تا اینکه اهداف خود را جداگانه جستجو نمایند.

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) قطع نشریه: ۲۱×۲۷/۵ - اندازه مطالبه: ۱۷×۲۲/۵ | 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 |