



# دانشگاه آزاد اسلامی

## واحد تهران مرکز - دانشکده مدیریت

---

### اصول و مبانی تجارت

نقش نقطه تجاری در رفع مشکلات صادرات در ایران

# هو الحكى م

---

# فهرست مطالب

---

- 1- مقدمه،
- 2- آشنایی با نقطه تجاری،
- 3- تعریف نقطه تجاری،
- 4- ویژگی‌های نقطه تجاری،
- 5- اهداف و مزایای نقطه تجاری،
- 6- ساختار کلی یک نقطه تجاری،
- 7- اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی،
- 8- خدمات فعلی نقطه تجاری ایران،

" ادامه... "

"...ادامه"

---

- 9- خدمات ارائه نشده در نقطه تجاری ای‌ران،
- 10- نقش نقطه تجاری ای‌ران در رفع موانع و مشکلات صادرات،
- 11- مشکلات درون سازمانی،
- 12- مشکلات برون سازمانی،
- 13- نتیجه‌گیری و
- 14- منابع و ماخذ.

امروزه هیچ کشوری در انزوای کامل زندگی نمی کند. جایگاه تجارت بین المللی در رشد و توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه تا به جایی اهمیت یافته است که اغلب از آن به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصاد داخلی نام می برند. از ابزارهای تسهیل گر تجارت در شرایط کنونی نیز توجه به تجارت الکترونیک و همچنین بهره گیری از خدمات نقطه تجاری است.

در حال حاضر، تلاش گسترده ای در سطح جهان به خصوص از طرف کشورهای در حال توسعه جهت بهره گیری از مزایای نقطه تجاری در جهت بهبود کارایی تجاری موسسات کوچک و متوسط کشور خود در جریان است.

در ایران نیز با نگاهی به سیاست گذاریها از گذشته تاکنون، متوجه حرکت تدریجی از رویکرد درون گرایی (سیاست جایگزینی صادرات) به نگرش برونگرایی و توسعه صادرات در عرصه تجارت بین المللی می شویم.

باتوجه به اهمیت توسعه صادرات غیرنفتی و لزوم کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی، ضرورت توجه به نقش موسسات کوچک و متوسط در روند آینده کشور برجسته تر می شود. همچنین باتوجه به تاکید برنامه چهارم توسعه و چشم انداز 20 ساله کشور برای توسعه صادرات غیرنفتی لزوم بهره گیری از ابزارهای نوین تجارت همچون تجارت الکترونیک بیش از پیش احساس می گردد.

راهکار توسعه نقطه تجاری به عنوان ابزاری برای ایجاد بستر مناسب جهت توسعه صادرات کشور از طریق موسسات کوچک و متوسط راهکار مناسبی است که در برنامه چهارم توسعه کشور نیز توسعه آن پیش بینی شده است.



# آشنایی با نقطه تجاری

---

بحث کارایی تجاری در ابتدا در هشتمین جلسه کنفرانس توسعه و تجارت ملل متحد (UNCTAD) (United Nations Conference On Trade And Development) در کارتاژینای کلمبیا در سال 1992 مطرح شد. هدف اصلی و اولیه کارایی تجاری کمک به تسهیل یکپارچگی و مشارکت کشورهای توسعه یافته و کشورهای با اقتصاد در حال گذار از طریق تسهیل ورود مؤسسات کوچک و متوسط به تجارت بین الملل است. به تدریج مجموعه‌ای از راه حلها که دربرگیرنده توصیه‌ها و رهنمودهایی برای کارایی تجاری است، به عنوان سیاست جهانی در کلمبیا تدوین شد.

# آشنایی با نقطه تجاری

---

یک ابزار عملی بسیار مهم برای رسیدن به هدف تسهیل تجاری، نقطه تجاری است. نقطه تجاری (TRADE POINT) کارکردهای بازرگانی بهتری در تمامی زمینه‌های مرتبط با تجاری از قبیل گمرک، بانکداری، بیمه، حمل و نقل، اطلاعات تجاری، فعالیتهای تجاری و ارتباطات و اطلاعات معرفی می کند.

## آشنایی با نقطه تجاری

---

این نقاط ابزار دسترسی به آخرین فناوریهای تجاری از جمله تجارت الکترونیک و تبادل الکترونیک داده ها برای به کارگیری آن راه حلها هستند. در نقاط تجاری بخشهای دولتی و خصوصی در زمینه های تجاری با هم همکاری می کنند. ضمن اینکه عملکرد نقطه تجاری، منافع کاملی را از طریق اتصال به شبکه جهانی نقطه تجاری (Global Trade Point Network) (GTPNET) فراهم می کند.

## آشنایی با نقطه تجاری

---

برنامه نقاط تجاری با راه اندازی 16 نقطه تجاری در سرتاسر دنیا آغاز شد و طی سالهای بعد نیز درخواستهای فراوانی از کشورهای مختلف جهت تامین نقطه تجاری به آنکتاد (UNCTAD) ارایه شد. در ادامه شبکه جهانی نقطه تجاری جهت افزایش اتصال بین نقاط تجاری از طریق امکانات الکترونیک راه اندازی شد. بین سالهای 1994 تا 1996 متخصصان نقطه تجاری و هماهنگ کنندگان محلی، در شکل گیری برنامه نقطه تجاری درگیر شدند.

## آشنایی با نقطه تجاری

---

تا سال 1996 بیش از 100 نقطه تجاری در مراحل مختلف توسعه گسترش یافت و UNCTAD را به اجرای هدف بعدی نقطه تجاری یعنی گسترش مشارکت جهانی در تجارت الکترونیک ترغیب کرد. سال 1995 سال شروع توسعه مشارکت منطقه ای در میان نقاط تجاری آمریکای لاتین بود.

# آشنایی با نقطه تجاری

---

تاکنون از بعد توزیع جغرافیایی قاره آمریکا با 37 نقطه تجاری، اروپا با 29 نقطه تجاری، آفریقا با 20 نقطه تجاری، کشورهای عربی با 19 نقطه تجاری و کشورهای آسیایی با 16 نقطه تجاری در مراحل مختلف عملیاتی در حال توسعه و امکان سنجی قرار دارند.

## تعریف نقطه تجاری

---

نقطه تجاری یکی از جنبه های اصلی تجارت الکترونیک است که توسط مرکز توسعه نقاط تجاری سازمان ملل متحد (United Nations Trade Point Development Centre) (UNTPDC) اینگونه تعریف شده است:

نقطه تجاری علاوه بر اینکه مرکز اطلاعات و تسهیلات تجاری است، مرکزی است که می تواند از طریق شبکه های رایانه ای با شبکه جهانی نقاط تجاری ارتباط برقرار کند.

# ویژگی‌های نقطه تجاری

---

یک نقطه تجاری دارای سه ویژگی ذیل است:

الف) نقطه تجاری یک مرکز اطلاعاتی مرتبط با تجارت است که اطلاعاتی در مورد فرصت‌های تجاری بالقوه، مشتریان، عرضه کنندگان واقعی و بالقوه و قوانین و مقررات تجاری را برای کاربران فراهم سازد.



## ویژگی‌های نقطه تجاری

---

ب) نقطه تجاری مرکز تسهیلات تجاری است که در آن واحدهای مرتبط با مبادلات خارجی (مانند گمرک، بانک، اتاق بازرگانی، حمل و نقل، بیمه) گرد هم می‌آیند و یا به طور مجازی ارتباط می‌یابند تا از این طریق بتوانند تمامی خدمات مورد نیاز معاملات تجاری را عرضه کنند.

## ویژگی‌های نقطه تجاری

---

ج) نقطه تجاری یک شاهراه به طرف شبکه جهانی است. تمام نقاط تجاری در یک شبکه جهانی الکترونیک (شبکه نقاط تجاری جهانی) به یکدیگر مرتبط و به ابزارهای ارتباطی مجهز هستند تا بتوانند به منظور مشارکت بیشتر بنگاه‌های کوچک و متوسط در تجارت الکترونیک با دیگر شبکه‌های جهانی ارتباط یابند.







