ایران کد در خدمت تکمیل سامانه‌های اطلاعات تجارت خارجی کشور



سیده آمینه عالم‌بین
مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران

مقدمه

ایران‌کد یا نظام طبقه‌بندی ملّی کالا و خدمات ایران، نظامی است که اطلاعات پایه زنجیره تأمین در حوزه کالاها و خدمات را تحت کنترل درآورده و با تخصیص کد ۱۶ رقمی منحصربه‌فرد به هر قلمِ‌کالایی، اطلاعات آن را در زنجیره‌تأمین الکترونیک به شکل امن، صحیح و سریع منتقل و به ذی‌نفعان مختلف عرضه می‌کند. در این نظام با استفاده از رویه‌ها، استانداردها و به‌ویژه ابزار خبره طبقه‌بندی و کدگذاری کالاها و خدمات، زبان مشترک و مفاهیم همسانی در سطح ملی ایجاد شده و تمامی اطلاعات اصلی کالاها و خدمات از قبیل مراجع عرضه‌کننده، مشخصات فنی، استانداردهای ملی و بین‌المللی و غیره ثبت، ذخیره، ساماندهی و منتشر می‌شود. گستردگی اقلام موجود در سطح ملّی، نیازهای مدیریتی متفاوت در این حوزه، استفاده از نظام‌های طبقه‌بندی خاص که در صنایع مختلف قابل به‌کارگیری باشند، موجب شکل‌گیری نظام فعلی ملّی طبقه‌بندی و کدگذاری کالا و خدمات کشور (ایران‌کد) شده است.

۱. برخی مفاهیم پایه‌ای ایران‌کد

ایران‌کد، نظامی تجربی و مبتنی بر اصول علمی طبقه‌بندی و توصیف کالاها با اهداف اصلی شناسایی کالاها و خدمات کشور در راستای پاسخگویی به نیازهای ملّی است. در ادامه مهم‌ترین موارد اعم از اهداف، اصطلاحات فنی، وب‌سرویس اطلاعات، عضویت و استعلام شرح داده شده‌اند.

اهداف

اهداف مرکز ملی شماره‌گذاری کالا به اختصار عبارت است از:

- ایجاد زبان مشترک در تبادل اطلاعات و تسهیل و تسریع دسترسی به اطلاعات مطمئن زنجیره‌تأمین
- ارائه آمار و اطلاعات موردنیاز در تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کلان کشور از طریق بانک اطلاعاتی باکیفیت، جامع، قابل‌اعتماد و به‌روز
- ایجاد سیستم‌های اطلاع‌رسانی هماهنگ در سطح ملّی برای هماهنگی سازمان‌ها و نهادها مانند شبکه اطلاع‌رسانی بازرگانی کشور
- جلوگیری از دوباره‌کاری و موازی‌کاری در طراحی سیستم‌های طبقه‌بندی و شناسایی در سازمان‌ها و کاهش هزینه‌های ناشی از آن
- انتقال سریع و دقیق اطلاعات مربوط به مراکز تأمین، تهیه، تولید، فروش و بازار کالاها
- جلوگیری از اتلاف منابع مالی و انسانی در اثر عدم شناسایی و

تبادل اطلاعات صحیح

- ایجاد شفافیت در بازار و جلوگیری از جعل و قاچاق کالا

اصطلاحات فنی

در نظام ایران‌کد برخی اصطلاحات فنی به کار می‌رود که برخی مهم‌ترین آنها عبارتند از «نام پایه تکمیلی»، «کلید کد»، «الگوی وصف نام محصول» و «کد عضویت». نام پایه تکمیلی، نامی است که مشخصات طیفی از اقلام را بر اساس سطحی از ساختار طبقه‌بندی دربرگرفته و طبق آن می‌توان به نام مصوب کالا دست‌یافت. کلیدکد، کدی است که به جایگاه نام پایه تکمیلی در ساختار طبقه‌بندی ملّی اختصاص می‌یابد. این کد حداکثر هفت رقم دارد. الگوی وصف نام محصول، به ترتیب قرارگرفتن نام و شرح مشخصات قلم کالا که برای معرفی آن در نظر گرفته شده، الگوی وصف محصول اطلاق می‌شود. کد عضویت نیز یک کد ۵ رقمی است که عرضه‌کننده کالا را به شکل منحصربه‌فرد معرفی می‌کند و معرف مالک حقیقی یا حقوقی کالایی می‌باشد که ایران‌کد دریافت نموده است.

وب‌سرویس اطلاعاتی

برخی کاربران اطلاعاتی در زنجیره تأمین به اطلاعات خاص و دقیق کالا نیاز دارند یا این‌که به طور مستمر نیازمند آخرین اطلاعات در یک حوزه مشخص هستند. همچنین ممکن است برخی از کاربران اطلاعاتی، بخشی از اطلاعات میانی ایران‌کد که از طریق پرتال اطلاع‌رسانی نمی‌شود را مطالبه کنند. ایران‌کد به‌منظور رفع این نیاز اطلاعاتی، سیستم مشترکین اطلاعاتی را ارائه داده است. وب‌سرویس اطلاعاتی مرکز، اطلاعات موردنیاز و سفارش داده شده توسط کاربر را پس از عقد قرارداد همکاری، تعیین سطح دسترسی و دریافت هزینه اشتراک، در بازه‌های زمانی تعهد شده در اختیار کاربر قرار می‌دهد. این اطلاعات می‌تواند اطلاعات پایه کالاها، اطلاعات اعضا، اطلاعات ساختار طبقه‌بندی و دیگر مؤلفه‌های اطلاعاتی به کار گرفته در ایران‌کد را شامل شود. ارائه خدمات وب‌سرویس به سازمان‌های بزرگ در شناسایی تأمین‌کنندگان، به عرضه‌کنندگان در شناسایی نیازهای بازار، به بخش نظارت در رصد و استعلام اطلاعات کالا کمک می‌نماید.

عضویت

هر عرضه‌کننده‌ای که قصد ارائه یک قلم کالایی اعم از مواد اولیه صنعتی، آزمایشگاهی، دارویی، غذایی، قطعه یا محصول نهایی را دارد، می‌تواند از طریق مراجعه به پرتال مرکز ملّی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران (۱) و مشاهده اطلاعات نمایندگان مرکز، به یکی از آنان مراجعه کرده و اقدام به دریافت کد عضویت نماید. کد عضویت دریافتی در هر یک از سامانه‌های دولتی و خصوصی که به وب‌سرویس مرکز متصل هستند، قابل استعلام بوده و تمامی کدهای ایران‌کد دریافت شده توسط عضو و اطلاعات محصولات آن قابل مشاهده است. این امر به احراز اصالت کالا کمک شایانی می‌نماید. متقاضی پس از عضویت که نیازمند ارائه اسناد شناسایی معمول است، درخواست صدور کد ملّی کالا می‌نماید. این کد همان ایران‌کد ۱۶ رقمی است که باید توسط تولیدکننده داخلی محصول یا بازرگانی که کالا را به کشور وارد می‌کند اخذ شود. کد ملّی کالا، معرفی‌کننده جایگاه محصول در نظام طبقه‌بندی ایران‌کد و نام شرکت و سریال شرکتی محصول است. ایران‌کد کالا به یک جدول مشخصات تکمیلی محصول متصل است و اطلاعات مربوط به کالا را در بانک‌های اطلاعاتی بازخوانی می‌کند. نام مصوب کالا شامل حداقل اطلاعاتی مانند بسته‌بندی و یا نام عرضه‌کننده است که شناسایی و تفکیک کالا را امکان‌پذیر می‌کند. اطلاعات بیشتر در کاتالوگ الکترونیک محصول ارائه می‌شود مانند استاندارد بودن محصول یا مشخصات خاصی که در نتایج آزمایشگاهی یا نقشه‌های فنی محصول موجود است. به‌عنوان‌مثال در خصوص ایران‌کد موجود در کلید کد ۰۱۱۴۳۱۰ با نام پایه زعفران، محصولاتی مانند «زعفران سرگل جعبه مقوایی بسته ۵ گرم»، «زعفران درجه یک بسته پلی‌اتیلن ی وکیومی ۱.۵ گرم» و «زعفران پوشال بسته وکیومی ۱ گرم» کد دریافت می‌کنند و مشخصات بیشتر در خصوص زعفران که از نظر عرضه‌کننده قابل ارائه باشد به همراه عکس محصول در کاتالوگ الکترونیک متصل به ایران‌کد هر محصول ارائه می‌شود.

سرویس استعلام ایران‌کد

وجود محصولات تقلبی و جعلی یک مشکل جدی است. در سراسر جهان، آزمایشگاه‌ها و مکان‌های موقتی وجود دارند که به تولید محصولات تقلبی می‌پردازند؛ به‌طوری‌که حتی شرکت‌های تولیدکننده قادر به تشخیص محصول تقلبی از محصول خود نیستند. برچسب‌های ایران‌کد که قابل راستی‌آزمایی از طریق سایت ایران کد هستند این امکان را برای عموم فراهم ساخته است تا مصرف‌کنندگان محترم به‌راحتی بتوانند با اسکن بارکد روی محصول یا استعلام از طریق سایت ایران‌کد از اصل بودن محصول اطمینان حاصل کنند. مزیتی که از طریق بارکدها و

کدهای QR ایران‌کد و نیز پرتال ملّی ایران‌کد فراهم شده است، ضمن ایجاد اطمینان خاطر برای مصرف‌کننده در خصوص دستیابی به اطلاعات اصلی و قابل‌اعتماد محصول، نگرانی‌های عرضه‌کنندگان را در خصوص تصاحب بازار توسط کالای تقلبی برطرف می‌نماید.

۲. نقش ایران‌کد در ساماندهی و بهبود نظام

سامان‌دهی و بهبود فرایندهای توزیع در کشور بزرگی مانند ایران بسیار حائز اهمیت بوده و می‌تواند منجر به صرفه‌جویی‌هایی مهم و مؤثری در نظام بازرگانی کشور گردد. از همین روی، نظام ملّی طبقه‌بندی و خدمات شناسه کالا و خدمات یا همان ایران‌کد باهدف تسهیل امور تجاری و کمک به ساماندهی نظام توزیع طراحی، ایجاد و در سطح کشور راه‌اندازی گردیده است. ایران‌کد این مهم را از طریق ایجاد یک بانک اطلاعاتی مرکزی از اطلاعات پایه‌ای کالاها و خدمات و انتشار آن‌ها در پرتال ملّی اطلاع‌رسانی کالاها و خدمات عملی می‌نماید. همان‌طور که در معرفی این نظام ذکرشده، ساماندهی نظام توزیع یکی از اهداف کلیدی ایران‌کد بوده است. در شرایط ایده‌آل سیاست‌های کلی تولید و توزیع در سازمان باهم مرتبط و هماهنگ هستند. در مورد بسیاری از کالاها، عوامل توزیع شامل عمده‌فروش، خرده‌فروش، نماینده‌ها، واسطه‌ها، بنکدارها سهم بزرگی از قیمت محصول را به خود اختصاص می‌دهند و درنتیجه مدیران بنگاه‌ها تا حد امکان از سهم عوامل توزیع می‌کاهند تا بهای تمام شده کالا را کاهش دهند. توزیع صحیح کالا به چگونگی تقسیم صحیح بازار به مناطق مختلف و انتخاب بدون اشتباه بازار هدف وابسته است. بنگاه‌های اقتصادی که بنا بر طبیعت خود در پی کسب سود بیشتر و تسخیر بازار رقبا هستند، می‌بایست همواره نسبت به انتخاب عوامل فروش، نمایندگان پخش، فروشندگان مستقیم و همه عناصری که به‌عنوان رابط میان مصرف‌کننده نهایی و تولیدکننده واقع‌شده‌اند، توجه و دقت لازم را جهت تضمین موفقیت بنگاه در امر توزیع داشته باشند. در این میان بحث مدیریت زنجیره‌تأمین مطرح می‌شود. مدیریتی که «توزیع فیزیکی» اقلام و جریان اطلاعات را در برمی‌گیرد. «مدیریت توزیع فیزیکی» به مدیریت جریان محصول (ازجمله مواد خام، کالای در جریان ساخت و کالای تکمیل‌شده) از کارخانه به مصرف‌کننده نهایی گفته می‌شود که خود شامل طیف وسیعی از فعالیت‌ها بوده و مستلزم برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل مناسب است. عناصر کلیدی در توزیع فیزیکی عبارت‌اند از: حمل‌ونقل، انبارداری، کنترل موجودی کالا، اداره و کنترل مواد، بسته‌بندی و فرآیند سفارشات. هریک از عناصر نظام توزیع و ذی‌نفعان زنجیره‌تأمین با چالش‌ها و مشکلات متعددی در حوزه قوانین، عملیات و فرایندها مواجه هستند. یکی از چالش‌های مهم و اساسی در خصوص کالا، دسترسی به اطلاعات مناسب و قابل‌اعتماد از کالا و صاحبان کالا است که می‌تواند مبنای بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها قرار گیرد. مصرف‌کنندگان و کاربران کالا با این اطلاعات نیازهای مصرفی خود را بهتر شناسایی کرده و تأمین‌کنندگان نیز امکانات خود را بهتر معرفی می‌نمایند.

ایران‌کد با سه فرایند اصلی «ثبت»، «استانداردسازی» و «انتشار اطلاعات پایه اقلام کالایی» در زنجیره‌تأمین ملّی و همچنین اطلاعات تأمین‌کنندگان آن‌ها می‌تواند واسط اطلاعاتی مناسبی بین شرکت‌های تولیدی، شرکت‌های پخش و توزیع، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، خرده‌فروشی و مشتری باشد. ایران‌کد همچنان که پیش‌تر اشاره‌شده دارای امکان پرتال اطلاعاتی تحت وب و امکان جستجو و استعلام است که تعامل سیستمی با دیگر سیستم‌های فعال در خرید و تدارکات کالا را ممکن می‌سازد. این نقش در حالت‌های مختلف توزیع در شکل ۴ نشان داده شده است. افزایش دقت، صحت و اعتبار اطلاعات اقلام در جریان زنجیره‌های تأمین و شبکه‌های توزیع می‌تواند از بروز دوباره‌کاری‌ها و هزینه‌های ناشی از آن پیش‌گیری کند و این چیزی جز کاهش هزینه تمام‌شده، افزایش رضایت مشتری، افزایش درآمد و توسعه بازار نیست. به‌این‌ترتیب می‌بینیم که برای مدیریت زنجیره‌تأمین و توزیع کالاها و خدمات (به عبارت کوتاه مدیریت لجستیک) در سطح ملّی در هر شرایطی نیاز به ایجاد ابزارهایی جهت شفاف نمودن بازار و آگاه ساختن بازیگران اقتصادی (دولت، تأمین‌کنندگان، خریداران و مصرف‌کنندگان نهایی) از وضعیت جاری است. برای این منظور نیز لازم است که ابتدا اطلاعات پایه و مبنا به‌صورت جامع و استاندارد و با تعاریف استاندارد و مورد اتفاق همگان در دسترس بازیگران اقتصادی قرار گیرد. به طور خلاصه می‌توان گفت ایران‌کد به دنبال ایجاد مبنایی مشترک و مطمئن است که همه ذی‌نفعان، به‌عنوان مرجع اطلاعاتی از آن استفاده نمایند و بنابراین، جریان اطلاعات با شکل‌گیری و استفاده از پایگاه مرکزی داده‌ها (توسط ایران‌کد) تسهیل خواهد شد.

۳. استفاده از GS1 در تشخیص و تکمیل HS

از سال ۲۰۱۲ سازمان جهانی گمرک با سازمان جهانی استاندارد

برای شناسایی اقلامی که در مبادی ورودی و خروجی کشورها جابه‌جا می‌شوند به استفاده از استانداردهای شناسایی و مدیریت داده سازمان جهانی GS1 روی آورده است. این امر اهمّیت شناسایی صحیح کالا را در گمرک‌ها نشان می‌دهد. در ایران از سال ۱۳۸۹ این اقدام در خصوص کالای مشمول استاندارد اجباری آغاز شد. سپس سیستم الکترونیکی ثبت سفارش کالا (ثبت ارزش) به‌منظور مکانیزه کردن فرایندهای مختلف اعم از ثبت‌نام، ثبت سفارش و کارشناسی آن، مکانیزه ساختن ارتباطات با کاربران و در نهایت مکانیزاسیون ارتباطات سیستم با سازمان‌های مرتبط راه‌اندازی شد که برای شناسایی اقلام و افزایش دقت در تعیین کد سیستم هماهنگ کدگذاری (HS) اقلام وارداتی، کاربران را ملزم به اخذ ایران‌کد نمود. سیستم هماهنگ شده (HS) توسط «سازمان جهانی گمرک» که حقوق، عوارض و شرایط ورود کالا را تعیین می‌کند و با ساختار ملّی ایران‌کد تناظر داده می‌شود تا با دریافت کد ملّی کالا، تعرفه گمرکی آن مشخص شود. برای شناسایی کالاها در ثبت سفارش از دو سیستم کدگذاری استفاده می‌شود: استانداردکدگذاری جهانی HS و ایران‌کد. با توجه به محدودیت‌های HS در شناسایی کامل اقلام کالایی از تناظر سامانه ایران‌کد و HS استفاده شد و تمامی فرآیندهای وارداتی بر اساس اطلاعات ایران‌کدکالا صورت پذیرفت که امکان ارائه کد HS اشتباه از سوی واردکننده را غیرممکن می‌سازد. «سامانه اظهارنامه خودکار» (۲) در آمریکا، «سامانه کنترل واردات» در اروپا و سامانه «اطلاعات تجاری پیش از ورود» (۳) در کانادا سامانه‌هایی هستند که مشابه با ثبت سفارش در ایران عمل می‌کنند. تناظر بین کدهای ایران‌کد و HS باتوجه به تناظر ایران‌کد با ساختار طبقه‌بندی بین‌المللی کالای سازمان GS1 (۴) همکاری بین‌المللی گمرک جمهوری اسلامی را نیز با گمرکات بین‌المللی ممکن می‌سازد. سامانه GS1 از ابعاد مختلف امکان تکمیل سامانه HS را نیز در کشور فراهم می‌کند. ارتباط سیستمی بین ثبت‌احوال و سازمان‌های متولی واردات (ثبت سفارش، گمرک، بانک مرکزی و اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران) به‌منظور احراز هویت متقاضیان، ارتقای فنی سامانه و تخصیص قسمتی از مبلغ دریافتی از بازرگانان به‌منظور پشتیبانی فنی سامانه، استفاده از کد ملّی ایران‌کد برای شناسایی اقلام در گمرک به‌جای کد HS، حذف روال‌های کاغذی ثبت سفارش، کارت بازرگانی و اتصال پایگاه‌های اطلاعاتی ثبت سفارش وکارت بازرگانی، پورتال ارزی و گمرگ و عدم نیاز به صدورکارت بازرگانی و برگه ثبت سفارش به صورت کاغذی و اتصال سامانه گمرک به سامانه جامع ملّی رهگیری و ردیابی کالا برای صحت سنجی اطلاعات پروفرما و بی‌معنی شدن جعل پروفرما از جمله این قابلیت‌های تکمیلی هستند.

نتیجه‌گیری

در دنیای متلاطم امروز، آن مدیرانی موفق‌تر هستند که بر مبنای اطلاعات درست، تصمیم‌گیری‌های درست داشته باشند. ازاین‌رو، نخستین دغدغه در هر فرایند تصمیم‌گیری دسترسی به اطلاعات صحیح است که گاهی هزینه‌های گزافی را برای سازمان‌ها و دولت‌ها به بار می‌آورد. سیستم‌های کدگذاری که از سال‌های گذشته جهت طبقه‌بندی و شناسایی پدیده‌های مختلف در سطح جهان مورداستفاده بوده‌اند و با هدف کاهش هزینه و زمان دسترسی به اطلاعات و کاهش اشتباهات در عملیات سازمان‌ها و در نتیجه بهبود و تسهیل تصمیم‌گیری طراحی شده‌اند. آمیختن سیستم‌های کدگذاری با فناوری اطلاعات و ارتباطات، امروزه مزیت‌های غیرقابل‌انکاری را برای انسان فراهم نموده است. ایران‌کد نیز به‌عنوان بستری استاندارد برای گردآوری و انتشار اطلاعات در حوزه عرضه کالا و خدمات آمیخته‌ای از فناوری‌های کدگذاری، اطلاعات، ارتباطات را در جهت دستیابی آسان و سریع تمام ذی‌نفعان این سیستم ملّی به اطلاعات قابل‌اعتماد و طبقه‌بندی شده، فراهم آورده است که در این مقاله به مزایای آن در مدیریت زنجیره‌تأمین و کسب‌وکار الکترونیک پرداخته شده است.

یادداشت‌ها

1. https://www.irancode.ir
2. AMS: Automated Manifest System
3. ACIS: Advanced Cargo Information System
4. GPC: Global Product Classification