صادرات ایران به پاکستان موقتا متوقف شد

رییس کمیسیون حمل‌ونقل اتاق بازرگانی تهران گفت: براساس آخرین اطلاعات موجود، مرز مشترک تجارت زمینی ایران و پاکستان بسته نیست، اما واردکنندگان پاکستانی برای محموله‌هایی که از ایران وارد می‌کنند، باید فرم الکترونیکی واردات را به شبکه بانکی خود ارایه دهند.

به گزارش خبرگزاری مهر، پیمان سنندجی، رییس کمیسیون حمل‌ونقل اتاق بازرگانی تهران، درباره آخرین وضعیت تجارت زمینی ایران و پاکستان اظهار کرد: روز گذشته نامه‌ای جعلی مبنی بر تعطیلی یکی از گذرگاه‌های مرزی مشترک ایران و پاکستان بازنشر شد، اما چنین نامه‌ای صحت ندارد.

وی افزود: براساس آخرین اطلاعات موجود، مرز مشترک تجارت زمینی ایران و پاکستان بسته نیست، اما واردکنندگان پاکستانی برای محموله‌هایی که از ایران وارد می‌کنند، باید فرم الکترونیکی واردات را به شبکه بانکی خود ارایه دهند.

سنندجی بیان کرد: با توجه به تحریم بانک‌های ایرانی و سیستم بانکی کشور، انجام این فرایند دشوار شده و مشکلاتی را برای صادرات ایران به پاکستان و واردکنندگان پاکستانی که محموله‌های خود را از ایران تأمین می‌کنند، ایجاد کرده است. وی یادآور شد: در مقابل، امکان ادامه واردات از پاکستان به ایران همچنان وجود دارد و باید مشخص شود که طرف پاکستانی تا چه اندازه برای ادامه این روند همکاری خواهد کرد.

رییس کمیسیون حمل‌ونقل اتاق بازرگانی تهران در پایان خاطرنشان کرد: در صورت تداوم محدودیت‌های ناشی از تحریم سیستم بانکی ایران و نبود امکان انجام فرایندهای بانکی مورد نیاز، صادرات ایران به پاکستان عملا متوقف خواهد شد.

رجیستری آیفون ۱۸ مسافری متوقف شد

رییس هیات‌مدیره انجمن تلفن همراه، تبلت و لوازم جانبی ایران گفت: رجیستری تلفن‌های همراه «آیفون ۱۸» که به صورت مسافری وارد کشور شده بود، از اواخر هفته گذشته متوقف شده است.

مجید پویان‌آرا روز شنبه در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا در این باره اظهار داشت: موضوع رجیستری آیفون ۱۸ را نباید تنها از منظر واردات یک مدل گوشی تلفن همراه بررسی کرد زیرا با منافع دولت، حقوق مصرف‌کنندگان، فعالیت شرکت‌های قانونی و رونق بازار ارتباط دارد.

وی با بیان اینکه در صورت تداوم محدودیت‌ها، امکان ورود غیررسمی حجم قابل توجهی از این محصول به کشور وجود دارد که می‌تواند گردش مالی بسیار بالایی را از مسیر شفاف و قانونی خارج کند، افزود: در چنین شرایطی دولت عملا بخشی از درآمدهای حاصل از حقوق ورودی، عوارض قانونی، مالیات بر ارزش افزوده و سایر درآمدهای مرتبط با واردات رسمی را از دست خواهد داد.

رییس هیات‌مدیره انجمن تلفن همراه، تبلت و لوازم جانبی ایران خاطرنشان کرد: کالاهای واردشده از مسیرهای غیررسمی فاقد خدمات پس از فروش و گارانتی معتبر و قابل پیگیری هستند.

پویان‌آرا محدود کردن مسیر رسمی واردات را به معنای حذف تقاضای مصرف‌کننده ندانست و با اشاره به پیامدهای این موضوع برای فعالان اقتصادی اظهار داشت: شرکت‌های واردکننده رسمی، شبکه توزیع، فروشندگان و مجموعه‌های ارایه‌دهنده خدمات پس از فروش، حلقه‌های به‌هم‌پیوسته یک زنجیره اقتصادی هستند و هر گونه محدودیت که موجب انتقال تقاضا از بازار رسمی به مسیرهای غیرشفاف شود، می‌تواند فعالیت این زنجیره را تحت تأثیر قرار داده و به کاهش رونق بازار، تضعیف رقابت سالم و آسیب به سرمایه‌گذاری فعالان قانونی منجر شود.

به گزارش ایرنا، ۱۹ مهر ماه سید حسین سادات‌حسینی رییس اتحادیه صنف دستگاه‌های مخابراتی، ارتباطی و لوازم جانبی تهران از بازگشایی سامانه گمرک برای ثبت گوشی‌های آیفون ۱۸ (مدل‌های پرو و پرو مکس) که به صورت مسافری وارد کشور شده‌اند، خبر داده و هزینه رجیستری آن را حدود ۱۸۰ تا ۱۹۰ میلیون تومان اعلام کرده بود.

تکلیف قانونی کالاهای به دست آمده از آب‌های سرزمینی

کالاهای خارج‌شده از آب‌های سرزمینی و مرزی باید به گمرک تحویل شوند و مالکان آنها از زمان انتشار آگهی یک سال فرصت دارند با ارایه اسناد و پرداخت هزینه‌های قانونی، برای ترخیص کالا اقدام کنند.

به گزارش خبرگزاری مهر، بر اساس ماده ۱۵۷ قانون امور گمرکی، افرادی که کالاهای داخلی یا خارجی را از آب‌های سرزمینی و مرزی خارج می‌کنند، موظف‌اند آن را به نزدیک‌ترین گمرک تحویل دهند. مطابق این ماده، گمرک پس از تحویل کالا باید صورت‌جلسه‌ای شامل مشخصات و ویژگی‌های آن تنظیم کند و پس از ثبت در دفتر انبار و صدور قبض انبار، موضوع را بلافاصله در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی کند.

بر اساس قانون، مدعیان مالکیت کالا از تاریخ انتشار آگهی یک سال فرصت دارند با ارایه مدارک مالکیت به گمرک مراجعه کنند. در این مدت، مالک باید حقوق ورودی کالای خارجی، هزینه‌های خارج کردن کالا از آب و سایر هزینه‌های مرتبط را پرداخت کرده و برای ترخیص آن اقدام کند.

در صورتی که تا پایان مهلت یک‌ساله کسی برای تعیین تکلیف کالا مراجعه نکند، کالا مجهول‌المالک تلقی می‌شود و پس از فروش توسط نهاد مأذون از سوی ولی فقیه، هزینه‌های مربوط از محل وجوه حاصل از فروش پرداخت خواهد شد.

همچنین، طبق تبصره نخست این ماده، تعیین تکلیف شناورهای غرق‌شده یا آسیب‌دیده و بقایای آنها که توسط سازمان بنادر و دریانوردی جابه‌جا می‌شوند، با رعایت ماده ۳۷ قانون دریایی ایران مصوب ۲۹ شهریور ۱۳۴۳ انجام می‌شود. تبصره دوم نیز مقرر می‌کند کالاهای سریع‌الفساد و کالاهایی که نگهداری آنها مستلزم هزینه اضافی یا موجب بروز خطر باشد، مطابق مقررات مربوط به فروش برسند. وجوه حاصل از فروش این کالاها تا زمان تعیین تکلیف نهایی به عنوان سپرده نگهداری خواهد شد.

واکاوی موانع صادرات؛ از کاهش صادرکنندگان تا تبعیض تجاری

صادرات در تله خام‌فروشی

تعادل |

صادرات غیرنفتی ایران با وجود برخورداری از منابع گسترده طبیعی، ظرفیت‌های صنعتی و نیروی انسانی متخصص، همچنان با شکافی معنادار میان توان بالقوه و عملکرد واقعی مواجه است؛ شکافی که تنها با افزایش حجم فروش پر نمی‌شود و ریشه‌های آن را باید در پایین بودن ارزش افزوده محصولات، ضعف بازاریابی بین‌المللی، رقابت مخرب صادرکنندگان و موانع فعالیت حرفه‌ای بنگاه‌ها جست‌وجو کرد. در چنین شرایطی، توسعه شرکت‌های مدیریت صادرات و شکل‌گیری کنسرسیوم‌های تخصصی می‌تواند راهی برای عبور از صادرات پراکنده و مقطعی به تجارت سازمان‌یافته و پایدار باشد؛ به‌ویژه آنکه بخش عمده بنگاه‌های اقتصادی واشتغال کشور در اختیار شرکت‌های کوچک و متوسطی است که به‌تنهایی توان تأمین هزینه‌های تحقیقات بازار، بازاریابی و ایجاد شبکه‌های تجاری بین‌المللی را ندارند. با این حال، موفقیت این رویکرد صرفا به تدوین آیین‌نامه و رتبه‌بندی شرکت‌ها وابسته نیست؛ بلکه مستلزم رفع تبعیض میان بنگاه‌های تولیدی و بازرگانی، تسهیل دسترسی به ابزارهای حمایتی، ارتقای کیفیت و استاندارد محصولات و جلوگیری از رقابت‌های قیمتی مخرب است. کاهش شمار واحدهای صادراتی در شهرک‌های صنعتی نیز نشان می‌دهد که مساله فقط ورود به بازارهای خارجی نیست، بلکه حفظ مشتری، تداوم حضور و صیانت از اعتبار کالای ایرانی اهمیت بیشتری دارد. بنابراین، شرکت‌های مدیریت صادرات زمانی می‌توانند به موتور محرک صادرات غیرنفتی تبدیل شوند که در کنار تخصص‌گرایی و همکاری بنگاه‌ها، اصلاح سیاست‌های تجاری و افزایش ارزش افزوده تولید نیز به‌طور هم‌زمان دنبال شود. این چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات، در نشستی با حضور مسوولان تجاری دولت و نمایندگان بخش خصوصی، مورد بررسی و واکاوی قرار گرفت.

توسعه صادرات با تکیه بر شرکت‌های مدیریت صادرات

رییس سازمان توسعه تجارت ایران، در رویداد «هفت روز با صادرات» با محوریت شرکت‌های مدیریت صادرات در اتاق بازرگانی تهران، بر ضرورت استفاده از ظرفیت‌های تخصصی برای افزایش توان رقابتی صادرکنندگان تأکید کرد. به گفته وی، با وجود صادرات غیرنفتی حدود ۵۲ میلیارد دلاری ایران در سال گذشته، عملکرد فعلی کشور با ظرفیت‌های اقتصادی آن فاصله دارد و توسعه صادرات به برنامه‌ریزی حرفه‌ای‌تر، افزایش ارزش افزوده محصولات و حضور پایدار در بازارهای جهانی نیاز مند است. محمدعلی دهقان دهنوی، با مقایسه عملکرد ایران و ترکیه گفت صادرات کالایی ترکیه به حدود ۳۵۰ میلیارد دلار رسیده و این کشور روزانه نزدیک به یک میلیارد دلار صادرات دارد؛ در حالی که متوسط صادرات ایران در هفته حدود یک میلیارد دلار است. وی منابع نفت و گاز، انرژی، معادن، امکان توسعه زنجیره‌های تولید و ارزش افزوده و نیروی انسانی متخصص و کارآفرین را از مزیت‌های اقتصادی ایران دانست و تأکید کرد که ظرفیت صادراتی کشور بسیار فراتر از عملکرد کنونی است. یکی از چالش‌های اصلی صادرات ایران، پایین بودن ارزش واحد کالاهای صادراتی است. به گفته رییس سازمان توسعه تجارت، متوسط ارزش هر تن کالای صادراتی ایران در سال‌های مختلف حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ دلار بوده، در حالی که متوسط ارزش هر تن کالای وارداتی به حدود ۲ هزار دلار می‌رسد. این اختلاف نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از صادرات کشور به کالاهای خام یا محصولات دارای ارزش افزوده پایین وابسته است. در برخی موارد، محصولات ایرانی پس از فرآوری در کشورهای دیگر با ارزشی چندبرابر عرضه می‌شوند؛ بنابراین، تکمیل زنجیره تولید، فرآوری داخلی و افزایش ارزش افزوده باید در کنار افزایش حجم صادرات مورد توجه قرار گیرد. دهقان دهنوی کنسرسیوم‌های صادراتی و شرکت‌های مدیریت صادرات را از ابزارهای مهم توسعه بازارهای خارجی دانست. همکاری بنگاه‌ها می‌تواند هزینه‌های ورود به بازارهای جدید را کاهش دهد و امکان استفاده از خدمات تخصصی را برای تولیدکنندگان کوچک و متوسط فراهم کند. برای نمونه، اگر انجام یک تحقیق بازار ۲۰۰ هزار دلار هزینه داشته باشد، مشارکت ۱۰ بنگاه سهم هر بنگاه را به ۲۰ هزار دلار، مشارکت ۲۰ بنگاه به ۱۰ هزار دلار و مشارکت ۲۰۰ بنگاه را به هزار دلار کاهش می‌دهد. این همکاری‌ها علاوه بر کاهش هزینه تحقیقات بازار، می‌توانند زمینه ایجاد برند مشترک، توافق بر سر شیوه همکاری و جلوگیری از رقابت مخرب میان صادرکنندگان را فراهم کنند. شرکت‌های مدیریت صادرات نیز با اتکا به شناخت بازار، تجربه تجاری و ارتباطات بین‌المللی می‌توانند خدمات تخصصی را به چندین بنگاه ارایه دهند. با این حال، صرف ثبت شرکتی با عنوان مدیریت صادرات کافی نیست و این مجموعه‌ها باید در بازارها و حوزه‌های کالایی مشخص، تخصص و توان عملیاتی واقعی داشته باشند. رییس سازمان توسعه تجارت از بازنگری دستورالعمل رتبه‌بندی شرکت‌های مدیریت صادرات خبر داد. هدف این برنامه، ارزیابی دقیق‌تر توانایی شرکت‌ها در ارایه خدمات تخصصی است. بر این اساس، تعداد شرکت‌های دارای رتبه یک محدودتر شده، اما شرکت‌های دارای رتبه‌های پایین‌تر همچنان امکان فعالیت و ارتقای جایگاه دارند. تعیین کشورهای هدف و حوزه‌های تخصصی هر شرکت نیز از محورهای این برنامه است. همچنین، سازمان توسعه تجارت قصد دارد شاخص «آمادگی صادراتی» را برای سنجش توان بنگاه‌ها در ورود حرفه‌ای به بازارهای بین‌المللی اجرا کند. وجود کاتالوگ، بروشور، مشخصات فنی، استانداردهای محصول، وب‌سایت، بخش بازرگانی بین‌الملل و اطلاعات تماس از جمله معیارهای اولیه این ارزیابی خواهد بود. به گفته دهقان دهنوی، هدف از اجرای این شاخص ممنوعیت ناگهانی فعالیت صادرکنندگان نیست، بلکه ایجاد نظامی تدریجی و تشویقی برای افزایش آمادگی آنهاست. بنگاه‌های فاقد توان کافی برای صادرات مستقل نیز می‌توانند از طریق شرکت‌های مدیریت صادرات و کنسرسیوم‌ها وارد بازارهای خارجی شوند.

رقابت ناسالم و از دست رفتن بازارهای صادراتی

دهقان دهنوی همچنین اعلام کرد سازمان توسعه تجارت در حدود ۱۸ تا ۱۹ کشور رایزن بازرگانی دارد. ارزیابی آمادگی صادراتی می‌تواند به استفاده موثرتر از ظرفیت رایزنان، مراکز تجاری و مشوق‌های صادراتی کمک کند. تقویت منابع حمایتی و هماهنگی میان دستگاه‌های ارایه‌دهنده خدمات نیز از الزامات این رویکرد عنوان شد. به گفته رییس سازمان توسعه تجارت، عرضه کالاهای بی‌کیفیت، کاهش غیرمنطقی قیمت‌ها و تمرکز بر فروش مقطعی، اعتبار محصولات ایرانی را در بازارهای خارجی تهدید می‌کند. در برخی بازارها، به‌ویژه در حوزه محصولات کشاورزی، عرضه حجم زیادی از محصول در یک بازه زمانی موجب شده قیمت فروش کالای صادراتی ایران حتی از قیمت داخلی آن پایین‌تر برود. چنین وضعیتی می‌تواند اعتماد خریداران را کاهش دهد و به زیان تولیدکنندگان تمام شود. از این رو، تشکل‌های صادراتی باید در مدیریت عرضه، حفظ مشتریان و جلوگیری از رقابت مخرب نقش فعال‌تری داشته باشند. دهقان دهنوی همچنین محدودیت‌های اقتصادی و فشارهای خارجی را از عوامل افزایش هزینه فعالیت صادرکنندگان و دشوارتر شدن دسترسی به بازارها و مسیرهای انتقال کالا دانست. وی با اشاره به از دست رفتن سهم قابل توجهی از بازار برخی محصولات کشاورزی ایران در کشورهای جنوب خلیج فارس، تأکید کرد که این وضعیت در مواردی قیمت‌فروش محصولات را به کمتر از هزینه تولید رسانده و مشکلاتی برای تولیدکنندگان ایجاد کرده است.

ضرورت حفظ بازارهای موجود و یافتن مسیرهای جایگزین

رییس سازمان توسعه تجارت، شناسایی بازارهای جایگزین، توسعه بازارهای موجود و یافتن مسیرهای جدید انتقال و عرضه کالا را از راهکارهای کاهش مشکلات صادرکنندگان دانست. به اعتقاد وی، شرکت‌های مدیریت صادرات می‌توانند با ارایه راهکارهای عملیاتی، حفظ مشتریان و شناسایی فرصت‌های تازه، به استمرار حضور کالاهای ایرانی در بازارهای جهانی کمک کنند. او همچنین از مجموعه‌های توانمند دعوت کرد مدیریت صادرات را به عنوان یک کسب‌وکار مستقل دنبال کنند؛ زیرا این شرکت‌ها می‌توانند به‌جای سرمایه‌گذاری مستقیم برای احداث کارخانه، خدمات تخصصی خود را به تولیدکنندگان موجود ارایه دهند و از توسعه فروش محصولات آنها منفعت اقتصادی کسب کنند. دهقان دهنوی در پایان تأکید کرد که حفظ هر دلار صادرات در هر کشور به برنامه مشخص نیاز دارد و افزایش صادرات تنها با فروش بیشتر محقق نمی‌شود؛ بلکه ارتقای کیفیت، افزایش ارزش افزوده، همکاری حرفه‌ای بنگاه‌ها، حفظ اعتبار محصولات ایرانی و توسعه بازارهای جایگزین نیز برای پایداری تجارت خارجی کشور ضروری است.

عقب‌نشینی تعداد صادرکنندگان از شهرک‌های صنعتی

طهمورث لاهوتی، معاون وزیر صمت و مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، توسعه صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط را یکی از مسیرهای تقویت صادرات غیرنفتی دانست و بر ضرورت استفاده از خدمات تخصصی شرکت‌های مدیریت صادرات تأکید کرد. به گفته وی، متوسط صادرات واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی در دوره مورد بررسی سالانه حدود ۳ میلیارد دلار بوده است. با این حال، تعداد واحدهای صادراتی شناسایی‌شده از حدود هزار واحد در سال ۱۳۹۶ به ۶۰۰ واحد و اندی در سال ۱۴۰۴ کاهش یافته است؛ روندی که ضرورت بررسی موانع صادراتی را نشان می‌دهد. البته بخشی از واحدها محصولات خود را از طریق واسطه‌ها صادر می‌کنند و ممکن است فعالیت آنها در آمار صادرات مستقیم ثبت نشده باشد. لاهوتی با اشاره به سهم صنایع کوچک در صادرات سال ۱۴۰۴ گفت این صنایع حدود ۴۵ درصد تعداد واحدهای صادراتی و ۵۲ درصد ارزش صادرات مورد بررسی را به خود اختصاص داده‌اند. وی شناسایی بنگاه‌های دارای ظرفیت صادراتی، به‌ویژه واحدهای کمتر از ۵۰ نفر نیروی کار، و فراهم کردن زمینه حضور مستمر آنها در بازارهای خارجی را ضروری دانست. وی یکی از موانع اصلی صادرات را انطباق نداشتن کیفیت برخی محصولات با استانداردهای بازارهای هدف عنوان کرد و گفت حمایت از بنگاه‌های کوچک نباید به شناسایی ظرفیت‌ها محدود شود، بلکه ارتقای کیفیت و استانداردهای تولید نیز باید در اولویت قرار گیرد. مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی همچنین از برنامه همکاری با اتاق بازرگانی ایران برای تقویت ارتباط بنگاه‌های کوچک با صنایع بزرگ و کارفرمایان بین‌المللی خبر داد. به گفته وی، فعالیت در دو حوزه تخصصی مرتبط با نفت و نیرو در دستور کار قرار گرفته است تا بنگاه‌های کوچک بتوانند توان فنی و تولیدی خود را ارتقا دهند. شرکت‌های بازرگانی از سهمیه‌های وارداتی محروم‌اند. رییس کمیسیون صادرات اتاق ایران تأکید کرد توسعه این همکاری‌ها و استفاده از شرکت‌های مدیریت صادرات می‌تواند ضمن افزایش توان رقابتی صنایع کوچک، به بهبود کیفیت محصولات داخلی و تقویت صادرات غیرنفتی کشور کمک کند. محمد لاهوتی، با تأکید بر ضرورت حمایت از شرکت‌های مدیریت صادرات اعلام کرد بیش از ۸۵ درصد بنگاه‌های اقتصادی، بیش از ۹۵ درصد کارت‌های بازرگانی و بیش از ۸۰ درصد اشتغال کشور در اختیار شرکت‌های کوچک و متوسط است. به گفته وی، شرکت‌های مدیریت صادرات با کاهش هزینه‌های بازاریابی و ریسک فروش، می‌توانند به توسعه صادرات بنگاه‌های تولیدی کمک کنند. او با اشاره به تدوین پیش‌نویس آیین‌نامه این شرکت‌ها با مشارکت بخش خصوصی، خواستار رفع تبعیض میان شرکت‌های تولیدی و بازرگانی در زمینه سهمیه‌های وارداتی و تضامین بانکی شد. لاهوتی همچنین تخصصی شدن فعالیت شرکت‌های صادراتی و تقویت تشکل‌های مرتبط را از الزامات جلوگیری از تخریب بازارهای هدف دانست و تأکید کرد که رفع موانع قانونی و فراهم کردن بستر فعالیت حرفه‌ای شرکت‌های مدیریت صادرات، می‌تواند به رشد صادرات غیرنفتی، ورود به بازارهای جدید و افزایش ارزش افزوده اقتصاد کشور کمک کند.

وقتی سیاست‌گذاری ناعادلانه، بازار خودرو را به میدان دلالی تبدیل می‌کند

گزارش دیوان محاسبات درباره اجرای قانون جوانی

جمعیت، عملکرد خودروسازان را زیر سوال برده است؛ اما ریشه چالش تخصیص خودرو به مادران را باید در سازوکار سیاست‌گذاری و نظام توزیع خودرو جست‌وجو کرد. به گزارش خبرگزاری مهر، پس از اعلام نتایج قرعه‌کشی خودروسازان در طرح‌های فروش، پلتفرم‌های فروش آنلاین مملو از آگهی‌های فروش حواله خودرو مادران می‌شود. آگهی‌هایی که بر اساس زمان تحویل خودرو با نرخ‌های متفاوت عرضه می‌شوند. در این میان، مادرانی که توان مالی کافی برای ثبت‌نام و خودردار شدن ندارند، با دریافت مبالغی ناچیز وارد این معامله شده و زمینه سرازیر شدن پول‌های کلان به جیب دلالان را فراهم می‌کنند. شرایطی که دسترسی مشتریان عادی و مصرف‌کنندگان واقعی به خرید خودرو با قیمت کارخانه را دشوارتر می‌سازد.

گزارش دیوان محاسبات آمارها چه می‌گویند؟

دیوان محاسبات کشور در گزارشی از عملکرد شرکت‌های خودروساز در اجرای تکالیف قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، خواستار پاسخگویی متصدیان مربوطه برای عدم اجرای کامل این قانون شده است. بر اساس اطلاعات منتشرشده توسط این نهاد نظارتی، خودروسازان داخلی که طبق قانون مکلفند در هر نوبت ثبت‌نام و واگذاری خودرو، ۵۰ درصد از ظرفیت فروش را به مادران دارای دو فرزند و بیشتر اختصاص دهند، از ابتدای اجرای این قانون در سال ۱۴۰۰ تا پایان سال ۱۴۰۴، از مجموع دو میلیون و ۴۶۴ هزار و ۲۴۰ متقاضی واجد شرایط که در طرح فروش ثبت‌نام کرده‌اند، تنها ۵۷۸ هزار و ۹۰۳ دستگاه خودرو به مادران مشمول اختصاص یافته است. بیش از یک میلیون و ۸۸۵ هزار و ۳۳۷ نفر، معادل ۷۶.۵ درصد از کل متقاضیان، همچنان در صف انتظار قرار دارند. در این میان، سهم شرکت ایران‌خودرو ۴۵۱ هزار و ۵۹۳ دستگاه و سهم شرکت سایپا ۹۶ هزار و ۳۷ دستگاه بوده و باقی مربوط به سایر خودروسازان است.

چرا خودروها به مادران مشمول تحویل داده نمی‌شود؟

به فرض صحت اطلاعات ارایه‌شده در این گزارش، باید دلایل عدم واگذاری خودروها به میزان تعداد مادران مشمول مورد واکاوی قرار گیرد. کارشناسان معتقدند در مقاطعی که اختلاف نرخ کارخانه و بازار کاهش یافته و در نتیجه سود دلالان کم شده است، میزان ثبت‌نام مادران در طرح‌های فروش خودروسازان به پایین‌ترین سطح خود رسیده است. مادرانی که از تامین بودجه و ثبت‌نام خودرو ناتوانند، چاره‌ای جز فروش حواله به دلالان ندارند. در این میان، در صورت کم بودن اختلاف قیمت کارخانه با بازار یا طولانی بودن زمان تحویل خودرو (طرح‌های پیش‌فروش)، ثبت‌نام نهایی صورت نگرفته و بنابراین ظرفیت فروش خودروساز نیز ناچار به سایر گروه‌ها از جمله مشمولان جایگزینی خودروهای فرسوده یا مشتریان عادی اختصاص می‌یابد. نهاد ناظر حاکمیتی بهتر است به جای پاسخگو کردن بنگاه تولیدی که ذاتا هیچ وظیفه‌ای در حوزه توزیع محصول و سهمیه‌بندی نباید برای آن قائل شد، سیاست‌گذاران این حوزه و اوضاع قانون ناعادلانه جوانی جمعیت در بخش خودرو را پاسخگوی این سیاست‌گذاری بداند. این قانون هفت‌ساله که در پنجمین سال اجرای خود به سر می‌برد، نتیجه‌ای جز محروم شدن مشتریان واقعی از خودرو با قیمت کارخانه و ایجاد صف طولانی دلالی و سودجویی در بازار خودرو نداشته است. به گفته رییس انجمن قطعه‌سازان همگن کشور، رانت توزیعی ناشی از اختلاف قیمت کارخانه تا بازار فقط در سال گذشته ۵۵۰ همت را از جیب مصرف‌کننده و تولیدکننده به جیب دلالان سرازیر کرده است. عددی که به واسطه قیمت‌گذاری دستوری و عدم تناسب میان بهای تمام‌شده محصول و قیمت‌فروش، از جیب تولیدکننده به سمت واسطه‌گری سوق داده شده است.

آمار فروش ایران‌خودرو و شانس نابرابر متقاضیان

در تازه‌ترین آمار فروش محصولات ایران‌خودرو در دور شانزدهم، یک میلیون و ۳۲۱ هزار و ۱۰۲ نفر اقدام به ثبت‌نام اولیه کرده‌اند که بیش از نیمی از آنان برای محصول ۲۰۷ که بالاترین اختلاف قیمت را با بازار داشته است، بوده است. اما در این میان، بیش از یک میلیون و ۱۳۰ هزار نفر از متقاضیان، عادی بوده‌اند که تنها ۳۰ درصد از ظرفیت فروش را در اختیار داشته‌اند. شانس برنده شدن این دسته از متقاضیان، ۸۲ صدم درصد از ظرفیت فروش ۳۱ هزار دستگاهی بوده است. شانس مادران متقاضی که تعدادشان ۱۷۱ هزار و ۵۴۰ نفر بوده، از ۵۰ درصد ظرفیت فروش ۳۱ هزار دستگاهی بوده که هر یک ۹ درصد شانس برای برنده شدن داشته‌اند. متقاضیان خودروهای فرسوده نیز ۱۹ هزار و ۲۳۵ نفر بوده‌اند که به دلایل بروکراسی‌های اداری و فرآیندهای اسقاط یا افراد مشمول، تعداد متقاضی کمتری داشته‌اند. شانس این گروه ۳۲ درصد از ۲۰ درصد ظرفیت ۳۱ هزار دستگاهی بوده است. سیاست‌گذار و واضعان قانون حمایت از خانواده باید پاسخگوی این ناعادلتی در توزیع خودرو باشند. در شرایطی که مردم عادی شانسی کمتر از یک درصد برای خودردار شدن دارند، مادران و همچنین دارندگان خودروهای فرسوده شانس بسیار بالاتری دارند. این وضعیت نه تنها به نفع مصرف‌کننده واقعی نیست، بلکه به تداوم رانت، دلالی و ناکارآمدی در بازار خودرو دامن می‌زند. بازنگری جدی در سازوکار توزیع خودرو و اصلاح سیاست‌های قیمت‌گذاری دستوری، ضرورتی انکارناپذیر است.

پلاک‌گذاری خودروهای وارداتی مشروط شد

گمرک ایران در بخشنامه‌ای خطاب به ناظرین و مدیران کل گمرکات اجرایی کشور، دستورالعمل اجرایی نحوه ترخیص خودروهای وارداتی متعلق به ایرانیان مقیم خارج از کشور را با هدف تسریع در فرآیند ترخیص کالا، صیانت از حقوق دولت و ایجاد رویه واحد تا زمان تعیین تکلیف نهایی ارزش این خودروها ابلاغ کرد. بر اساس این بخشنامه، چنانچه خودروی وارداتی فاقد شناسه ارزش (TSC) در بانک اطلاعات ارزش گمرک باشد و صاحب خودرو تقاضای ترخیص پیش از اعلام نظر کارگروه تبصره (۶) ماده (۱۲) قانون ساماندهی صنعت خودرو را داشته باشد، ترخیص با رعایت ۷ شرط و سازوکار ویژه امکان‌پذیر خواهد بود:

۱. اخذ تعهد مابه‌التفاوت حقوق ورودی: صاحب کالا موظف است تعهد محضری ارایه دهد که در صورت تعیین ارزش استنباطی بالاتر از ارزش اظهاری توسط کارگروه، با نخستین ابلاغ گمرک نسبت به تسویه کامل مابه‌التفاوت حقوق ورودی اقدام نماید.

۲. قفل شماره‌گذاری در سامانه امور گمرکی: پیام هشدار با رنگ قرمز در سامانه جامع ثبت می‌شود مبنی بر اینکه شماره‌گذاری خودرو ترخیص‌شده منوط به وصول مابه‌التفاوت احتمالی و صدور مفاصاحساب نهایی خواهد بود.

۳. عدم صدور پته الکترونیک (بیجک): گمرکات اجرایی موظفند پس از انجام تشریفات، از ثبت بیجک در EPL و تأیید سفر خروج در سامانه جدید (IRICS) خودداری کنند.

۴. اعلام به پلیس امنیت اقتصادی: به‌منظور هماهنگی جابه‌جایی خودرو از اماکن گمرکی تا انبار صاحب کالا، مراتب طی نامه‌ای اداری به پلیس امنیت اقتصادی فراجا منعکس می‌شود.

۵. ارسال پرونده به دفتر تعیین ارزش: گمرکات اجرایی باید مشخصات دقیق خودرو را برای تعیین ارزش به دفتر ارزش گمرک ایران ارسال و مراتب را جهت پیگیری تا حصول نتیجه نهایی ثبت کنند.

۶. صدور مطالبه‌نامه برای موارد گذشته: در خصوص خودروهایی که پیش‌تر بدون شناسه TSC ترخیص شده‌اند، اقدامات قانونی لازم از جمله صدور مطالبه‌نامه کسر دریافتی جهت جلوگیری از مرور زمان قانونی صورت خواهد گرفت.

۷. صدور مجوز نهایی شماره‌گذاری پس از تعیین ارزش: پس از ایجاد شناسه TSC و وصول کامل مابه‌التفاوت احتمالی، پته عبور صادر، سفر خروج تأییدو مراتب با درج عبارت «قابل توجه پلیس راهور» بر روی اظهارنامه از سوی مدیران گمرک گواهی می‌شود تا فرآیند شماره‌گذاری مجاز گردد.

ثبت‌نام اسقاط کشنده‌های فرسوده متوقف شد

ثبت‌نام اسقاط کشنده‌های فرسوده در برنامه هفتم پیشرفت به دلیل کاهش سهمیه ارزی تعلیق شد. به گزارش خبرگزاری تسنیم، پیرو ابلاغیه معاونت صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صنعت، معدن و تجارت و بر اساس مصوبه کمیته ارزی، فرآیند ثبت‌نام اسقاط کشنده‌های فرسوده در طرح بند (پ) ماده ۵۹ قانون برنامه هفتم پیشرفت متوقف شد. بر اساس این گزارش، با توجه به ضرورت غیرفعال‌سازی این بخش، تنها شاسی‌هایی که پیش‌تر ثبت شده و هم‌اکنون در «مرحله تأیید مالکیت خودرو» قرار دارند، امکان ادامه روند را خواهند داشت. فعال شدن مجدد این سامانه و ازسرگیری ثبت‌نام‌ها منوط به ابلاغیه جدید معاونت صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صمت خواهد بود. مسوولان این حوزه از تمامی متقاضیان واردات کشنده‌ها درخواست کردند تا زمان اعلام رسمی فعال‌سازی مجدد طرح، از هر گونه مراجعه حضوری به ستاد نوسازی ناوگان حمل‌ونقل و همچنین ثبت درخواست آنلاین برای پیگیری این طرح خودداری کنند.

لغو ممنوعیت ترخیص برنج در فصل برداشت ابلاغ شد

مدیرکل دفتر واردات گمرک ایران، لغو ممنوعیت ترخیص برنج در فصل برداشت را به گمرکات اجرایی کشور ابلاغ کرد. به گزارش بخشنامه ابلاغی بهپوری، مدیرکل دفتر واردات گمرک ایران، ممنوعیت ترخیص برنج در فصل برداشت در سال ۱۴۰۵ لغو شده است. بر اساس این ابلاغیه، در راستای سیاست‌های اجرایی صادرات و واردات محصولات اساسی کشاورزی، حکم مقرر در بند (۸) مندرجات ذیل یادداشت فصل دهم از قسمت دوم کتاب مقررات صادرات و واردات، در خصوص ممنوعیت ترخیص برنج از اول مردادماه تا پایان آبان‌ماه هر سال، در سال ۱۴۰۵ اجرا نخواهد شد. بر این اساس، ممنوعیت ترخیص برنج در بازه زمانی یادشده برای سال جاری لغو شده و گمرکات اجرایی باید مطابق مفاد ابلاغیه اقدام کنند.

اولویت‌بندی تخصیص ارز صنایع در سه سطح

معاون صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: تامین ارز صنایع در سه سطح اولویت‌بندی شده و ساماندهی راهگذرها (کریدورها) و امکانات پشتیبانی نیز بر همین اساس دنبال می‌شود.

به گزارش ایلنا؛ رضا انصاری در خصوص وضعیت تامین مواد اولیه مورد نیاز بخش تولید افزود: برای تامین مواد اولیه برنامه‌ریزی‌هایی را انجام داده‌ایم و در حال اولویت‌بندی هستیم. در این راستا، سه دسته اولویت در نظر گرفته‌ایم تا تامین ارز صنایع براساس این اولویت‌بندی انجام شود. انصاری اضافه کرد: در گام بعدی به دنبال این هستیم که با محوریت سازمان توسعه تجارت و همچنین با همکاری سایر دستگاه‌ها، کریدورها و امکانات لجستیکی کشور نیز بر اساس اولویت‌بندی در نظر گرفته‌شده برای تامین ارز، ساماندهی شود. معاون وزیر صمت گفت: ما هم در زمینه تامین ارز و هم در حوزه لجستیک با مشکلاتی مواجه هستیم، اما تلاش می‌کنیم بر اساس اولویت‌بندی انجام‌شده پیش برویم. انصاری افزود: براساس اولویت‌بندی‌ها بخشی از تعرفه‌ها را در اولویت یک برای تخصیص ارز قرار داده‌ایم. برای مثال، تعرفه‌های مربوط به صنعت شوینده در اولویت یک قرار دارند. تلاش می‌کنیم امکانات لجستیکی نیز در اختیار همین گروه قرار گیرد و سپس به ترتیب، اولویت‌های بعدی را دنبال کنیم.