



LIGHTHOUSE MARKETING

MAJID ROOYGAR HAGHROO

Majid.rooygar@outlook.com

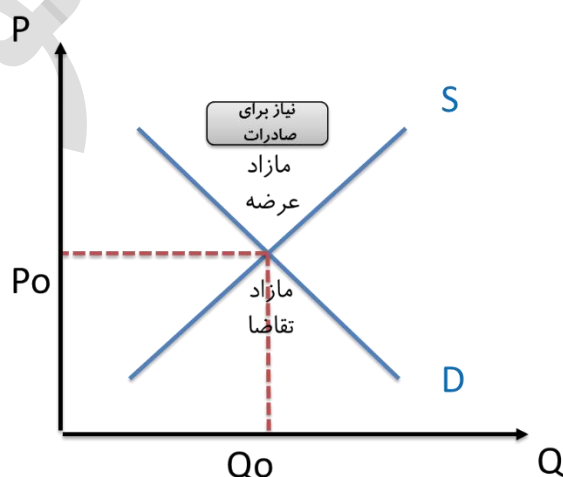
بازاریابی فانوسی

فصل 21: صادرات

فصل بیست و یک

صادرات

آنچه در دهه های اخیر بیش از پیش نمود پیدا کرده است، بین المللی شدن تجارت و روی آوردن سازمان ها به بازار جهانی است. تعداد فزاینده ای از سازمان ها در این فضا فرصت مناسبی برای گسترش فعالیت های بین المللی شان به منظور کسب اهدافی چون رشد، کسب سود و فروش، ایجاد تنوع برای ریسک های تجاری و حتی تلافی حضور خارجی ها در بازارشان، یافته اند در این شرایط تقریباً تمام سازمان ها بدون توجه به اندازه آنها و صنعت در حال فعالیت یا ملیت شان با این واقعیت مواجه هستند و دریافته اند که انتخاب گزینه عدم فعالیت در بازارهای جهانی به زودی برای آنها دیگر وجود نخواهد داشت. در این راستا و در جهت توسعه تجارت، اقتصادها در سراسر جهان در حال پیچیدگی زدایی جهت دستیابی به بازارهای بین المللی و نیز آزاد سازی تجاری هستند برای ورود به این بازار جهانی سازمان ها از رویکردهای مختلفی بهره گرفته اند که یکی از آنها رویکرد توسعه صادرات می باشد. از آنجایی که صادرات مستلزم به کارگیری کمترین منابع بوده، کمترین ریسک را دارد و نیز کمترین تعهد سازمانی را در پی دارد، لذا این رویکرد، معروف ترین و آسان ترین رویکرد اتخاذ شده توسط سازمان ها در تلاش برای ورود و نفوذ به بازارهای خارجی می باشد آنچه از اهمیت ویژه ای برخوردار است توجه به این نکته اساسی است که انجام صادرات و فروش کالا در بازارهای خارجی از ظرایف و حساسیت های خاصی برخوردار است که عدم توجه به آنها ممکن است سرمایه گذاری های انسانی و مالی را در این خصوص به هدر دهد می توان گفت که مجموعه گسترده ای از عوامل بر صادرات تأثیرگذار هستند. عواملی چون انگیزش، تجربه، رشد، نوع سازمان و رفتارهای صادراتی بر عملکرد صادراتی تأثیر دارند. علاوه بر آن پدیده های خارجی از قبیل تغییرات محیطی نیز می توانند به صورت غیرمستقیم بر صادرات اثرگذار باشند بسیاری از عوامل ساختاری، رویه ای، عملیاتی، رفتاری و ... هستند که باعث می گردد تولید کننده ها در اقدام به امر صادرات، توسعه آن و نیز حفظ توان صادراتی خود ناتوان بمانند. از سوی دیگر با توجه به تحقیقات بی شماری که در زمینه صادرات انجام شده محدودیت اطلاعات در مورد بازارهای خارجی را به عنوان یکی از مهم ترین عوامل در عدم اطمینان نسبت به انجام فعالیت های صادراتی می توان دانست. ورود به بازارهای جهانی و صادرات کالا از کشور مبدا یکی از اهرم های می باشد که سازمانها برای بالا بردن فروش و گستره خود در بازار از آن استفاده می نمایند. در اینجا ما قصد نداریم وارد این مبحث تخصصی گردیم چرا که خارج از حیطه و هدف این کتاب می باشد ولی بطور ضمنی باید اشاره کرد که در صورت اشباع بازار داخلی توسط سازمان های محلی و بالا رفتن عرضه نسبت به تقاضا، سازمانها به سمت صادرات کالاهای خود گرایش پیدا می نمایند. برای سازمانهای کوچک همیشه اولویت با تامین نیازهای بازار محلی می باشد چراکه ورود به بازارهای بین المللی احتیاج به سرمایه گذاری در زمینه های مختلف به جهت رسیدن به استانداردهای خاص و همچنین تحمل پیچیدگیهای امر صادرات می باشد ولی در صورت به هم خوردن تعادلهای عرضه و تقاضا، حتی سازمانهای کوچک، در صورت وجود تقاضای خارجی برای محصولاتشان، چاره ای بجز ورود به بازارهای خارجی را ندارند که اغلب برای این هدف از واسطه های فروش محلی (صادرات غیرمستقیم) استفاده می نمایند تا ترجیحاً از ورود به پیچیدگیهای این حوزه خودداری نمایند.

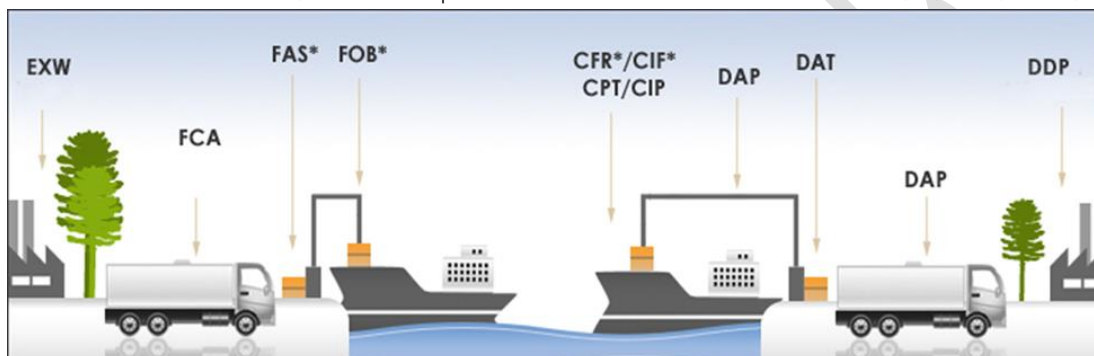


در هر صورت سازمان باید بتواند تصمیم مقتضی در مورد ورود به بحث صادرات را با پاسخ به این سوالات اساسی انجام دهد که آیا اگر تمرکز بر بازار داخلی گذاشته شود که برای سازمان از نقطه نظر سودآوری بهتر می باشد یا قسمتی از فروش اختصاص به صادرات یابد که باز در مورد سودآوری باید

مقایسه با میزان سودآوری در فعالیت بازار داخلی گردد و در صورت اشباع بازار داخلی و عدم بهره وری کامل ظرفیت تولید، ورود به بازار صادرات با چه استراتژیهای انجام پذیرد .

آشنایی با برخی مفاهیم در بازرگانی خارجی

زنجیره کارهای اجرائی در بازرگانی خارجی در برگیرنده امور مختلف و متفاوت و در عین حال به هم پیوسته ای است که مدیران بازرگانی خارجی و تجار و کلیه اشخاص و شرکتهائی که به نحوی با واردات و صادرات کالا سر و کار دارند لزوماً از وقوف و کاربرد آن بی نیاز نمی باشند و بالطبع آگاهی از اطلاعات مورد نیاز در بازرگانی خارجی برای نامبردگان از ضروریات امر می باشد. این جزوه با هدف ارائه مهمترین اطلاعات و مقررات و مسائل مختلف در بازرگانی خارجی تهیه شده و حاوی اطلاعات، مفاهیم و واژه های بنیادی در مسائل اجرائی بازرگانی خارجی می باشد. که امید است مورد بهره برداری همکاران محترم و جامعه بازرگانی استان قرار گرفته شود



1. اینکوترمز (INCOTERMS) یا شرایط تجارت بین الملل :

در دهه ۱۹۳۰ میلادی اتاق بازرگانی بین المللی (ICC) مطالعاتی را در زمینه تفسیر اصطلاحات تجاری به عمل آورد و مقرراتی را برای تفسیر یکنواخت اصطلاحات بازرگانی بین المللی در سال ۱۹۳۶ برقرار نمود که به اینکوترمز معروف گشت.

اینکوترمز که در برگیرنده اصطلاحات بازرگانی بین المللی است در واقع تعیین کننده ضوابط بین خریدار و فروشنده در معاملات تجاری است که آخرین آن اینکوترمز ۲۰۰۰ می باشد که منتشر گردیده است.

اینکوترمز ۲۰۰۰ به چهار گروه اصلی طبقه بندی شده است :

۱. گروه E: در این گروه فقط از یک واژه EXW به معنی تحویل کالا در نقطه عزیمت استفاده شده است. (نقطه عزیمت ممکن است محل کار، محل انبار، کارخانه، مزرعه و یا هر نقطه دیگری باشد که توافق شده است). فروشنده کاری نمی کند مگر واگذاری کالا در محل تعیین شده به خریدار.

۲. گروه F: که دارای سه واژه می باشد :

- FAS: کالا در کنار کشتی و روی اسکله در بندر بارگیری (مبداء) تحویل می گردد.
- FOB: کالا لزوماً باید روی عرشه کشتی و در مبداء تحویل گردد.
- FCA: کالا به شرکت حمل در نقطه یا محل تعیین شده تحویل گردد.

۳. گروه C که در این گروه فروشنده مسئولیت انعقاد قرارداد حمل و پرداخت کرایه حمل کالا تا مقصد را بعهده دارد و شامل اجزاء زیر است :

- CFR: فروشنده مسئولیت پرداخت کرایه حمل تا بندر تعیین شده در مقصد را قبول می کند.
- CPT: تحویل کالا با کرایه و یا هر نوع وسیله نقلیه تا محل تعیین شده در مقصد انجام می شود.
- CIF: فروشنده علاوه بر کرایه حمل، مسئولیت انعقاد قرارداد بیمه و پرداخت هزینه آن تا محل تعیین شده در مقصد را نیز عهده دار می شود.
- CIP: تحویل کالا با کرایه حمل و بیمه بدون کشتی و تا محل تعیین شده در مقصد انجام می شود.

۴. گروه D: در این گروه فروشنده بیشترین مسئولیت را در معامله به عهده دارد در حالی که کمترین مسئولیت متوجه خریدار است و اجزاء آن عبارتند

از :

- DES: خریدار باید کالا را برای ورود ترخیص کند. (تحویل کالا در عرشه کشتی و در مقصد)

- DEQ: ترخیص کالا در گمرک مقصد بعهدہ خریدار است. (تحویل کالا در اسکله و در مقصد)
- DAF: ترخیص کالا برای ورود بعهدہ فروشنده است. (تحویل کالا در مرز تعیین شده)
- DDU: تحویل کالا در محل تعیین شده در مقصد بدون ترخیص و بدون پرداخت حقوق گمرکی آن
- DDP: ترخیص کالا برای ورود بعهدہ فروشنده می باشد. (تحویل کالا در انبار خریدار یا گمرک مقصد و پرداخت تمام حقوق و عوارض مربوطه)

۲. مناطق آزاد تجاری (FREE TRADE ZONE)

مناطق آزاد تجاری عبارت از نواحی محصور و حفاظت شده ای است که معمولاً در کنار سواحل دریاها و یا مناطقی که از جهت حمل و نقل سریع کالاها دارای امتیازات و تسهیلات ویژه ای می باشد ایجاد می گردد. سازمان UNIDO وابسته به سازمان ملل متحد مناطق آزاد تجاری را اینگونه تعریف می کند: «مناطق آزاد تجاری عبارتست از محرکه ای در جهت تشویق صادرات صنعتی»

۳. تجارت متقابل (Counter Trade):

تجارت متقابل قدیمی ترین شیوه مبادلات تجاری است. در این نوع معاملات معمولاً قراردادها و مقاوله نامه هایی بین دو دولت انجام می پذیرد و بانکهای مرکزی دو دولت با افتتاح حساب های ویژه نسبت به عملیات تجاری و مالی اقدام می کنند. شیوه های مهم تجارت متقابل عبارتند از:

الف: معاملات دو جانبه (فروشنده - خریدار) در اینگونه معاملات فروشنده یا صادرکننده در ازاء کالائی که به طرف دیگر می دهد صد در صد کالا دریافت می کند.

ب: معاملات سه جانبه (فروشنده - واسطه - خریدار)

ج: همکاری صنعتی (Buy Back): در این روش یک طرف ماشین آلات و دانش فنی و امکانات تولید یک محصول را در اختیار دیگری قرار می دهد و طرف دیگر تعهد می کند پس از بهره برداری برای یک دوره زمانی معینی تمام یا بخشی از تولیدات را در اختیار او قرار دهد.

۴. صادرات (EXPORT):

کسب درآمد ارزی یکی از مهمترین ابزارهای رشد و توسعه اقتصادی است که این مهم از طریق فروش تولیدات یا خدمات به کشورهای دیگر حاصل می شود و آن را صادرات می نامند. انجام صادرات و فروش کالا در بازارهای خارجی از ظرافت و حساسیت های خاصی برخوردار است که عدم توجه به آنها ممکن است نابودی سرمایه های مالی و انسانی را به دنبال داشته باشد. مراحل انجام صادرات عبارتند از:

الف: بازاریابی: اولین و مهمترین قدم در انجام صادرات است. بازاریابی یعنی شناخت بازارهای خارجی و راههای نفوذ به آن که دستیابی به این شناخت از طریق مذاکره با خریداران، استفاده از اطلاعات و آمارهای رسمی، شرکت در نمایشگاههای بین المللی، تماس با رایزن های بازرگانی در سفارتخانه ها و اتاق های بازرگانی و همچنین استعمال از موسسات بین المللی و مراکزی که در این مورد خدمات ارائه می دهند امکانپذیر است. همچنین شناسائی کالاهای رقیب و کیفیت و قیمت آنها در بازار موردنظر و استفاده از روشهای تبلیغاتی برای معرفی کالا نقش مهمی در موفقیت یک صادرکننده دارند.

ب: کسب مجوز صدور: پس از بازاریابی صادرکننده باید مجوز صدور کالا را از وزارتخانه های صنعتی یا کشاورزی و یا بازرگانی کسب نماید ولی در حال حاضر صدور اغلب کالاها نیاز به مجوز ندارد و فقط برای کالاهای خاصی مجوزهای موردی صادر می شود.

ج: تعیین قیمت صادراتی: صادرکننده برای تعیین قیمت کالاهای صادراتی خود باید به کمیسیون نرخگذاری مراجعه کند. این کمیسیون مرکب از نمایندگان وزارت بازرگانی، مرکز توسعه صادرات (سازمان توسعه تجارت فعلی)، وزارت صنایع، گمرک ایران و بانک مرکزی می باشند. پس از تعیین قیمت صادراتی، صادرکننده ملزم است که معادل قیمت های تعیین شده ارز به بانک مرکزی معرفی نماید.

د: صدور پروفورما (پیش فاکتور): صادرکننده باید پروفورما یا پیش فاکتور را که حاوی مشخصات کالا و فروشنده آن است برای خریدار ارسال نماید.

ر: تهیه و تدارک و بسته بندی: صادرکننده در این مرحله باید کالا را تهیه و مطابق با توافق به عمل آمده بسته بندی نماید.

و- دریافت گواهی بازرسی کالا: این گواهی که معمولاً مورد درخواست خریدار است توسط موسساتی که موارد توافق طرفین قرار گرفته است صادر می شود.

ی- صدور فاکتور و اخذ گواهی مبدأ : صادرکننده در این مرحله باید فاکتور فروش کالای خود را صادر و به تأیید اتاق بازرگانی محل برساند و اتاق بازرگانی گواهی مبدأ کالا را صادر خواهد نمود.

ن- سپردن پیمان یا تعهد ارزی : صادرکننده با ارائه مدارک لازم از جمله قیمت مصوب کمیسیون نرخگذاری باید پیمان ارزی به بانک (اداره تهاجر و امور صادراتی) بسپارد.

در حال حاضر که شرایط صادرات سهل تر شده است به جای پیمان ارزی، صادرکننده یک ورزقه تعهد ارزی از بانک دریافت و پس از امضای آن متعهد به بازگرداندن ارز حاصل از صادرات می شود.

م- عقد قرارداد حمل و بیمه : صادرکننده با یکی از شرکتهای معتبر حمل و نقل بین المللی قرارداد حمل امضاء می کند و همچنین کالا را تا رسیدن به مقصد بیمه می کند.

ه- اظهار کالا به گمرک : در این مرحله کالا به گمرک حمل می شود و اظهارنامه خروجی یا صادراتی تنظیم و به گمرک ارائه می گردد. پس از ارزیابی کالا و پلمپ کردن بسته ها جواز خروجی (پروانه صادراتی) اخذ می گردد.

س- ارسال کالا : صادرکننده جواز خروجی را به شرکت حمل و نقل تحویل می دهد و شرکت مزبور براساس آن بارنامه حمل صادر و کالا را از گمرک بارگیری و به مقصد حمل می کند.

ش- دریافت واریز نامه : اگر کالا بصورت گشایش اعتبار اسنادی صادر شده باشد صادرکننده می تواند با ارائه اسناد حمل به بانک طرف حساب مراجعه و معادل ریالی مبلغ ارزی گشایش شده را به نرخ تعیین شده دریافت و گواهی یا تصدیق صدور اخذ نماید اما اگر بصورت امانی بخواهد صادر کند ، صادرکننده کالای خود را به کشورهای موردنظر حمل می نماید و در مهلت تعیین شده به فروش می رساند و ارز حاصل از فروش را به کشور باز می گرداند و گواهی صدور دریافت می کند.

۵. واردات (Import) :

واردات یعنی ورود کالا به قلمرو گمرکی یک کشور که انواع مختلفی دارد :

الف- واردات قطعی

ب- واردات موقت

ج- کالای مرجوعی

د- ترانزیت (داخلی و خارجی)

الف- واردات قطعی : دارای انواع روشها می باشد که اهم آن عبارتند از :

۱. واردات از محل ارز خریداری شده از سیستم بانکی جهت گشایش اعتبار

۲. واردات الا با ارز آزاد جهت گشایش اعتبار

۳. واردات در مقابل صادرات از محل پروانه صادراتی به نام شخص صادرکننده (غیرقابل واگذاری)

۴. واردات در مقابل صادرات به کشورهای آسیای میانه و آفریقا با ارائه پروانه صادراتی به نام شخص صادرکننده یا به نام دیگری با واگذاری رسمی (حق واگذاری به غیر برای یکبار وجود دارد).

۵. واردات بصورت بدون انتقال ارز از محل سرمایه گذاری خارجی پس از تأیید سازمان سرمایه گذاری (وزارت امور اقتصادی و دارایی)

۶. واردات به صورت بدون انتقال ارز از محل فهرست اقلام مجاز اعلام شده.

۷. واردات به صورت بدون انتقال ارز از محل مصوبات کمیسیون ۴ نفره مستقر در وزارت بازرگانی

تشریفات ثبت سفارش واردات کالا :

۱. رعایت ضوابط فنی ثبت سفارش کالا

۲. ارائه مدارک موردنیاز برای ثبت سفارش کالا شامل کارت بازرگانی معتبر، کارت عضویت وزارت بازرگانی، اوراق ثبت سفارش به امضاء متقاضی ،

اخذ مجوزهای قانونی لازم براساس کتاب مقررات صادرات و واردات، اصل پروفرما و کپی آن

۳. رعایت دستورالعمل های مربوط به صدور اصلاحیه و تمدید و ابطال ثبت سفارشات در صورت لزوم

نحوه گردش کار اجرائی ثبت سفارش :

۱. اقدام متقاضی به ثبت نام و عضویت در بانک اطلاعاتی وزارت بازرگانی از طریق تکمیل فرم ثبت نام، ارائه مدارک موردنیاز و دریافت کارت عضویت

۲. ارائه اسناد ثبت سفارش به مسئول مربوطه در معاونت بازرگانی خارجی جهت کنترل مدارک

۳. بررسی کارشناسی مدارک و بررسی شرایط ورود کالاهای مورد تقاضا و انطباق مدارک ارائه شده با دستورالعمل های موجود و مقررات مربوطه و

بررسی تعرفه کالا براساس سیستم H.S

۴. تأیید مراتب در ظهر اوراق ثبت سفارش برای پرونده های کامل پس از بررسی موارد زیر :

* کنترل و تنظیم اسناد جهت مهر و شماره ۸ رقمی

* بررسی نوع معامله ثبت سفارش و انطباق جهت مهر مربوطه

* درج مهر در اوراق ثبت سفارش و اصل پروفرم

* محاسبه کارمزد و صدور فیش معادل مبلغ ارزش ریالی کالا

۵. تحویل اوراق ثبت سفارش و پروفرم و سایر اسناد به متقاضی

ب- واردات موقت :

ورود موقت نوع دیگری از واردات است و معنای آن اینست که گاهی بعضی از کالاها به منظور معینی موقتاً به کشور وارد می شوند و پس از مدتی که

منظور فوق تامین شد از کشور خارج می گردند. مانند :

* کالاهای خارجی که جهت شرکت در نمایشگاههای بین المللی وارد می شوند.

* کالاهایی که برای تعمیر و تکمیل وارد می شوند.

* دستگاههای فیلمبرداری و عکسبرداری هوایی و مطالعات علمی یا فنی و غیره

* وسائط نقلیه و محفظه های مخصوص حمل کالا

* کالاهایی که طبق قراردادهای گمرکی بین المللی بطور موقت وارد می شوند.

ج- کالاهای مرجوعی :

کالاهایی هستند که وارد کشور شده و بنا به دلایلی به خارج از کشور برگردانده می شوند. کالاهای مرجوعی در اصل جزء واردات غیرقطعی و موقت

طبقه بندی می شوند.

د- ترانزیت (داخلی و خارجی) :

* ترانزیت خارجی عبارت از این است که کالای خارجی به منظور عبور از خاک ایران از یک نقطه مرزی کشور وارد و از نقطه مرزی دیگر خارج شود.

این نوع کالاها جزء واردات و صادرات قطعی محسوب نمی شوند.

* ترانزیت داخلی عبارت از آن است که کالای گمرک نشده از گمرکخانه مجاز به گمرکخانه دیگری حمل و نقل شود مثلاً حمل کالا از یک گمرک

مرزی یا داخل کشور به گمرک دیگری در داخل کشور.

۶. روش های پرداخت در معاملات بازرگانی : این روشها به دو گروه عمده تقسیم می شود :

۱. روشهایی که ریسک فروشنده زیاد ولی ریسک خریدار کم است.

۲. روشهایی که ریسک خریدار زیاد ولی ریسک فروشنده کم است.

در روش اول معمولاً فروشنده کالا را ارسال می نماید و سپس وجه آن را از خریدار دریافت می کند ولی در روش دوم فروشنده وجه کالا را قبل از ارسال

کالا از خریدار دریافت می نماید.

در حال حاضر متداولترین و مهمترین شیوه پرداخت در معاملات بازرگانی شیوه اعتبارات اسنادی است که دارای مقررات خاصی می باشد که به مقررات

متحدالشکل اعتبارات اسنادی (UCP-۵۰۰) معروف است.

تعریف اعتبارات اسنادی : تعهدی است که بانک گشایش کننده اعتبار برعهده می گیرد تا در قبال اخذ اسناد معینی که مورد درخواست متقاضی اعتبار

است مطالبات ذینفع اعتبار یا فروشنده را بپردازد. این پرداخت یا از طریق برات ارزی (B/E) و یا از طریق اعتبارنامه (L/C) صورت می گیرد.

*برات ارزی B/E توسط صادرکننده یا فروشنده نوشته شده و از طریق بانک ذینفع ارسال می شود و توسط خریدار یا واردکننده قبول نویسی می شود

و صادرکننده می تواند با ارائه این سند به بانک خود بلافاصله مبلغ آن را دریافت کند این برات قابل معامله است.

※ اعتبارنامه L/C فرم قراردادی است که به موجب آن بانک بازکننده اعتبار بنا به درخواست خریدار یا واردکننده بانک دیگری را که بانک کارگزار نام دارد مجاز می‌دارد که اگر فروشنده اسناد حمل کالای مورد معامله را تسلیم نماید آن بانک حداکثر میزان اعتبار را پرداخت نماید. بانک کارگزار سپس این اسناد را برای بانک خریدار ارسال می‌کند. اعتبارنامه برخلاف برات قابل معامله نیست.

※ اعتبار اسنادی یوزانس (USANCE L/C) چیست ؟

یوزانس به معنی مهلت، مدت، بهره پول و در عرف تجارت بین الملل به معنای معامله نسیه تضمین شده می‌باشد. هزینه یوزانس همان بهره ای است که خریدار کالا (مقتضای اعتبار) علاوه بر قیمت کالا به خاطر مهلت داده شده می‌پردازد.

※ فاینانس (Finance) چیست ؟

در مواقعی که فروشنده کالا حاضر به قبول اعتبار اسنادی یوزانس نمی‌گردد معمولاً خریدار از یک شرکت مالی درخواست می‌کند که وارد معامله شده و وجه معامله را به فروشنده نقداً پرداخت کند و در سررسید یوزانس، اصل و بهره مبلغ را از خریدار کالا اخذ نماید. این موسسات را Financer (تامین کننده مالی یا سرمایه گذار) می‌گویند.

۷. تعاریف و اصطلاحات گمرکی :

گمرک (customs) : تشکیلاتی است دولتی که عهده دار اجرای قوانین گمرکی ، وصول حقوق و عوارض ورودی و صدوری ، انجام تشریفات واردات، ترانزیت و صادرات کالا می‌باشد.

※ حقوق گمرکی : حقوقی است که طبق تعرفه گمرکی وضع شده و به اجناس و کالاها هنگام ورود یا صدور از قلمرو گمرکی تعلق می‌گیرد.

※ تشریفات گمرکی : کلیه عملیاتی که باید توسط اشخاص ذینفع و گمرک انجام گیرد تا یک کالا صادر و یا وارد گردد.

※ ترانزیت : روش گمرکی است که براساس آن کالاها تحت نظارت گمرک، از یک گمرک به گمرک دیگر حمل می‌گردد.

※ ترخیص : به معنی خارج شدن کالا از گمرک پس از انجام تشریفات گمرکی است.

※ اظهارنامه گمرکی : ذکر مشخصات کامل کالا در اظهارنامه تسلیمی به گمرک را می‌گویند.

※ کابوتاژ : عبارتست از حمل کالا از یک نقطه به نقطه دیگر، در یک کشور از راه دریا یا رودخانه های مرزی

※ قانون امور گمرکی : مشتمل بر ۶۰ ماده می‌باشد که در گمرکات کشور اجرا می‌گردد آئین نامه اجرائی این قانون دارای ۳۹۷ ماده می‌باشد که در آن رویه های مختلف گمرکی درخصوص واردات، صادرات، تشریفات گمرکی، ارزیابی، ترخیص، تخلقات، قاچاق گمرکی، اختلافات گمرکی و سایر مسائل گمرکی تشریح گردیده است.

※ کالای متروکه : مدت مجاز توقف کالاهای وارده به گمرک چهارماه بعد از تاریخ تحویل اظهارنامه و صدور قبض انبار است. در صورتی که در این فاصله برای تشریفات گمرکی مراجعه نشود، کالا متروکه محسوب می‌گردد؛ این مهلت در صورت درخواست صاحب مال این مدت به شرط پرداخت حق انبارداری تا ۴ ماه دیگر قابل تمدید است.

※ حق العملکاری در گمرک : حق العملکار در گمرک به شخصی (حقیقی یا حقوقی) اطلاق می‌شود که تشریفات گمرکی کالای متعلق به اشخاص دیگر را به وکالت از طرف آن شخص در گمرک انجام دهد.

این شخص حقیقی یا حقوقی بایستی پروانه حق العملکاری از گمرک دریافت نماید.

※ تعرفه گمرکی : به معنی دریافت حقوق و عوارض گمرکی است که بر روی هر کالا بسته می‌شود بطور مثال وقتی می‌گویند تعرفه ورود تلویزیون ۳۰٪ است یعنی مأخذ دریافت حقوق و عوارض گمرکی این کالا ۳۰٪ می‌باشد.

«تعرفه» به معنی جدول طبقه بندی کالایی هم در کتاب مقررات صادرات و واردات آمده است که اصطلاح خارجی آن (Nomenclature) می‌باشد. مثلاً وقتی می‌گویند تعرفه تلویزیون ۸۵/۱۵ می‌باشد یعنی تلویزیون در سیستم طبقه بندی کالایی بین المللی در فصل ۸۵ و ردیف ۱۵ جای گرفته است. ※ سیستم هماهنگ توصیف و کدگذاری کالا (HS) :

سیستم HS یا جدول طبقه بندی هماهنگ شده توصیف و کدگذاری کالا در سال ۱۹۸۳ تصویب و از سال ۱۹۸۸ لازم الاجرا گردید و یک طبقه بندی چندمنظوره است که دارای ۲۱ قسمت، ۹۶ فصل، ۱۲۴۱ شماره اصلی و ۵۱۰۹ شماره اختصاص یافته برای کالاها می‌باشد.

در سیستم HS به جای شماره های فرعی از روش یک خط فاصله و دو خط فاصله استفاده شده است و به کلیه این ردیف ها یک کد سیستم هماهنگ شده اختصاص یافته است.

تعرفه های ترجیحی : به منظور ایجاد انگیزه و برقراری تسهیلات جهت ورود و صدور کالا برقرار می شود و حد پائین تری از حقوق گمرکی برای گروهی از کشورها تعیین و اعمال می شود که آن را تعرفه ترجیحی می نامند.

*نرخ ارز : برای محاسبه ارزش کالا جهت پرداخت حقوق و عوارض گمرکی ارزش کالا که با پول خارجی فاکتور شده است باید به ریال ایران تبدیل شود و نرخ ارز برای محاسبات گمرکی نرخ رسمی ارز در کشور می باشد که توسط بانک مرکزی همه روزه اعلام و ابلاغ می شود

بازاریابی
فانوسی