

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ضوابط اختصاصی خرید، فروش، حمل
و نگهداری گروه کالایی پوشاک،
اجزاء پوشاک، کیف، کفش و
منسوجات

گروه های کالایی موضوع ضوابط



مشمول
ل

نه ساخت

ایران
نه ساخت کشور

مشمول
ل

خارجی
هم ساخت

مشمول
ل

ایران
هم ساخت کشور

پیرخانگی

با آویز

مشمول
ل

ساخت
ایران

(در

شرایطی)



به طور خلاصه
تنها کالایی مشمول نمی باشد
(به غیر از ضوابط حمل و
نگهداری) که همزمان
چهار شرط زیر را داشته
باشد:

- عبارت ساخت ایران در

محل نصب شناسه کالا

داشته باشد

- عبارت ساخت کشور خارجی

نداشته باشد

توسط کمیته تخصصی
مشمول نشده باشد.

- وارداتی نباشد

ضوابط نگهداری در حالتی که نگهدارنده مالک کالا نباشد

• پوشاک (مردانه، زنانه، بچه گانه)

• اجزاء پوشاک (مانند جوراب، کلاه، کمربند)

• کیف و کفش (مجلسی، اسپرت، ورزشی و ...)

• منسوجات (پتو، کالای خواب، پارچه)

شرایط مشمول بودن کالا (تنها داشتن یک شرط)

• وارداتی بودن

• درج عنوان ساخت کشور خارجی

• نداشتن عنوان ((ساخت ایران)) در محل

• دارای نام یا برندهای اعلامی توسط کمیته

• اگر کالایی شرایط فوق را نداشت، فقط در ضوابط

ضوابط حمل (غیر از حمل پستی)

زمان‌بندی اجرای وظایف

ردیف	نقش	اقدام	کیف و کفش	پوشاک و اجزاء پوشاک	پتو و کالای خواب	پارچه
1	نگهدارنده و فروشنده ای که تولیدکننده یا واردکننده باشد	خرید، فروش و نگهداری با درج یا نصب شناسه کالا	1404/04/24	1404/07/24	1404/10/24	6 ماه پس از اعلام رسمی کمیته تخصصی
		ثبت خرید و فروش	1404/07/24	1404/10/24	1405/01/24	3 ماه پس از ردیف فوق
2	* خریدار یا فروشنده ای که اتمام تاریخ‌های اعلامی مهلت انجام تولیدکننده یا واردکننده نیست	ثبت خرید و فروش	1404/10/24	1405/01/24	1405/04/24	3 ماه پس از ردیف فوق
						3 ماه

الزامات واردکنندگان و تولیدکنندگان کالا

- واردکنندگان و تولیدکنندگان (به صورت کلی) -----» اخذ شناسه کالا و نصب (در محل تعیین شده) + ثبت فروش به خریداران کالا

- تولیدکنندگان -----» در صورتی که می‌خواهند کالا مشمول ضوابط نشود <--- درج ساخت ایران (در محل تعیین شده)

اگر برند آنها از سوی کمیته تخصصی مشمول نشده باشد.

و عدم درج ساخت کشور خارجی

تذکر -----» در انبارهایی که نگهدارنده کالا مالک کالا نباشد و در حوزه حمل کالاها (بجز پست)

باید ضوابط حمل و انبارش رعایت شود

الزامات خریداران و فروشندگان سامانک جامع تجارت ایران

خرید فقط از اعضای زنجیره تأمین ثبت شده در سامانه جامع تجارت مجاز است.

خریدار باید فاکتورهایی که در سامانه جامع تجارت به نام خود ثبت شده باشد را تأیید کند.

فروشنده تنها مجاز به فروش کالا به اعضای سامانه جامع تجارت و ثبت سند فروش است.

فروش به مصرفکننده نهایی نیاز به تأیید خریدار نداشته و بصورت خودکار تأیید میشود.

محل‌های عرضه و موجودی لحظه‌ای آنها باید توسط عرضه‌کننده در سامانه جامع تجارت ثبت شود.

تمام فروشندگان باید در سامانه مؤدیان ثبت نام کنند.

فروشندگان به مصرفکننده نهایی باید علاوه بر سامانه مؤدیان، از پایانه فروشگاهی نیز استفاده کنند.

• **ضوابط حمل بین شهری تمامی کالاهای** سند عضو می دریافت چیزیه سا قانه حمل
(و نقل) صادر شده و حمل کننده قبل از حرکت، مشخصات بار را با سند حمل

مشاک و منسوجات) در اجرای ضوابط حمل (غیر از حمل پستی) مشمول به حساب می آیند.
میزان کالا (قابل تشخیص به صورت ظاهری) است.

• در صورت حمل بین شهری کالای مشمول با خودروی غیرباربری (مانند خودروی سواری)، مالک کالا باید اطلاعات حمل را در سامانه جامع تجارت ثبت کرده و شناسه ثبت را در اختیار راننده خودرو قرار دهد و راننده موظف است پیش از حمل بین شهری، شناسه ثبت را از مالک کالا دریافت و از مطابقت اطلاعات شناسه ثبت با محموله اطمینان حاصل نماید.

تمامی موارد مذکور برای حمل زمینی، برای حمل هوایی، ریلی و دریایی نیز صادق است.

تنها کالاهای مشمول ----» شرکتهای پستی دولتی و خصوصی فقط در صورت
استعلام اصالت شناسه کالا از سامانه جامع تجارت میتوانند اقدام به حمل
کالا کنند.

* با توجه به تبصره 3 ماده ۲۱، کلیه فعالین در مناطق آزاد تجاری-صنعتی و

ضوابط نگهداری برای تمامی اعضای زنجیره تأمین

ری کننده کالا مالک آن باشد ~~تنها در صورت داشتن 4 شرط ماده 1~~

مالکان کالاهای مشمول باید انبار خود را در سامانه جامع تجارت ثبت کرده و ~~یک کپی از مالک کالا، نگهداری کنند و کپی را چرخه ای بپوشاوند و منوط به ثبت مالک به اجرای ضوابط هستند.~~

- نگهداری کنندگان کالاهای مشمول باید تمام موارد فوق الذکر را، در لحظه، در سامانه جامع انبارها ثبت کنند.

تذکر: طبق تبصره بند «ج» ماده (۱)، در مواردی که نگهداری کننده کالا مالک آن نباشد، تمام گروه های کالایی مشمول محسوب می شود.

- در سامانه جامع انبارها، انبار حتما باید در وضعیت **((تأیید شده))** قرار داشته باشد.

- در صورت از بین رفتن کالا، خروجی باید (حسب مورد) در هر دو سامانه تجارت و انبار ثبت شود و ثبت نهایی خروج کالا منوط به تأیید وزارت صمت است. (مصادیق از بین رفتن کالا شامل آتش سوزی، سرقت، مفقود شدن و توقیف یا ضبط کالا به موجب حکم مراجع قضایی می باشد.)

* با توجه به تبصره 3 ماده ۲۱، کلیه فعالین در مناطق آزاد تجاری-صنعتی و

ضوابط موضوع این مصوبه صرفاً در خصوص رفتارهای تجاری قابل
رفتار است. **تجارتی‌های (زیریتجاری مفسوبوش) شونند:**

خرید تجاری:

- خرید توسط صاحبین مشاغل مرتبط
- خرید به قصد فروش (یا اجاره و یا سایر معامله به قصد منفعت)
- خرید مجموعاً بیش از 3 برابر حداقل نصاب متوسط اعلامی قانون برگزاری مناقصات در بازه زمانی یک ماه یا کمتر (855 میلیون تومان کالا بر اساس حداقل نصاب متوسط اعلامی قانون در سال 1404)

فروش تجاری:

- فروش توسط صاحبین مشاغل تولید، واردات یا فروش، در خصوص کالاهای مرتبط
- فروش توسط اشخاصی که کالا را به قصد فروش و کسب منفعت تحصیل کرده باشند
- خرید مجموعاً بیش از 3 برابر حداقل نصاب متوسط اعلامی قانون برگزاری مناقصات در بازه زمانی یک ماه یا کمتر (855 میلیون تومان)

حمل تجاری:

رفتار کالا توسط اشخاصی که حمل و نقل کالا را شغل آنهاست

- حمل بیش از 40 کیلوگرم کالای مسافر، توسط وسیله حمل عمومی
- اگر وزن کالا 40 کیلوگرم یا کمتر بوده و شواهد موجود مانند نوع بسته‌بندی، تنوع رنگ و سایر شرایط حاکی از رفتار تجاری باشد، ضوابط این دستورالعمل در خصوص مسافر یا ارسال‌کننده کالا الزامی است.
- حمل کالا بیشتر از مصرف شخصی توسط سایر اشخاص به قصد تجاری (بدون توجه به مقدار کالا یا تعداد دفعات)

نگهداری تجاری:

- نگهداری کالا توسط اشخاصی که شغل آنها نگهداری کالا است.
- نگهداری مجموعاً بیش از 3 برابر حداقل نصاب متوسط اعلامی قانون برگزاری مناقصات در بازه زمانی یک ماه یا کمتر (855 میلیون تومان کالا بر اساس حداقل نصاب متوسط اعلامی قانون در سال 1404)

- خرید و فروش کالای مشمول در فضای مجازی هم شامل این قانون می‌شود.
- **سایر قواعد**
رعایت مقررات این مصوبه در خصوص کالاهای سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی و نهاد مأذون از سوی ولی فقیه نیز الزامی است. بنابراین، عرضه داخلی کالاهای موضوع ضوابط از سوی سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی و نهاد مأذون از سوی ولی فقیه منوط به دریافت و الصاق شناسه کالا و رعایت سایر ضوابط گروه کالایی می‌باشد.
- واردکننده کالای مشمول باید قبل از اتمام تشریفات گمرکی شناسه کالا را از سامانه جامع تجارت اخذ و میزان کالای وارده را در این سامانه ثبت نماید و گمرک نیز باید از ترخیص کالای فاقد شناسه خودداری کند.
- هر کالایی با هر معافیت یا تسهیلات قانونی (از قبیل مرزنشینی، ملوانی و ...) وارد کشور شود باید شناسه کالا اخذ کند.
- مرجع پاسخگویی به استعلامات در خصوص تخلفات موضوع این مصوبه، سامانه جامع تجارت است. شعب رسیدگی به این پرونده‌ها مکلفند برای احراز تخلف از ضوابط موضوع این مصوبه، اطلاعات لازم را از سامانه جامع تجارت استعلام کنند.

ضوابط شرکت ها و مؤسسات حمل و نقل

- کلیه کالاها (پوشاک، کیف، کفش، اجزاء پوشاک و منسوجات) در اجرای ضوابط حمل (غیر از حمل پستی) مشمول به حساب می آیند.
- برای حمل بین شهری تمامی کالاها باید سند حمل (دریافت از زیرسامانه حمل و نقل) صادر شده و حمل کننده قبل از حرکت، مشخصات بار را با سند حمل مطابقت دهد.
- مبنای انطباق سند حمل با کالا، مطابقت در مبدأ، مقصد، مسیر، شرح و میزان کالا (قابل تشخیص به صورت ظاهری) است.
- تمامی موارد مذکور برای حمل زمینی، برای حمل هوایی، ریلی و دریایی نیز صادق است.

ضوابط محل های نگهداری (انبارها و مراکز
نگهداری) اینک نگهدای کننده کالا مالک آن کالا نمی باشد، مالک انبار
معلوم به اجرای ضوابط ذیل در خصوص کلیه کالاها (پوشاک، کیف، کفش، اجزاء پوشاک و

منسوجات) می باشد.

- مالک کالا (که نگهداری کننده نباشد) صرفا باید انبار خود، به همراه موجودی اولیه، ورود و خروج کالا را در سامانه جامع تجارت و بطور لحظه ای ثبت کند.
- اگر کالا مشمول باشد و نگهداری کننده مالک کالا باشد، نگهداری کننده باید اطلاعات را در سامانه جامع تجارت و انبارها ثبت کند.
- برای انبارداری که مالک کالا نیست؛ تمام کالاها باید در سامانه جامع انبارها ثبت شود.
- در سامانه جامع انبارها، انبار حتما باید در وضعیت ((تأیید شده)) قرار داشته باشد.
- در صورت از بین رفتن کالا، خروجی باید (حسب مورد) در هر دو سامانه تجارت و انبار ثبت شود و ثبت نهایی خروج کالا منوط به تأیید وزارت صمت است. (مصادیق از بین رفتن کالا شامل آتشسوزی، سرقت، مفقود شدن و توقیف یا ضبط

ضوابط شرکت های پست دولتی و خصوصی

- شرکت های پستی دولتی و خصوصی فقط در صورت **استعلام اصالت شناسه کالا** از سامانه جامع تجارت می توانند اقدام به حمل کالا کنند.

ضوابط مرتبط با سازمان اموال تملیکی و نهاد مأذون

- عرضه داخلی کالاهای موضوع ضوابط از سوی سازمان جمع آوری و فروش اموال تملیکی و نهاد مأذون از سوی ولی فقیه منوط به دریافت و الصاق شناسه کالا و رعایت سایر ضوابط گروه کالایی می باشد.

ضوابط مرتبط با گمرک

- گمرک موظف است کالای وارد شده را بررسی نموده و اطلاعات کالا با شناسه کالا اخذ شده از سوی واردکننده را تطبیق دهد و اگر کالایی شناسه نداشته باشد به آن اجازه ترخیص ندهد.
- تذکر: هر کالای وارد شده با هر معافیت یا تسهیلات قانونی (از قبیل مرزنشینی، ملوانی و ..) باید شناسه کالا اخذ نماید.
- تعیین ارزش کالای وارداتی

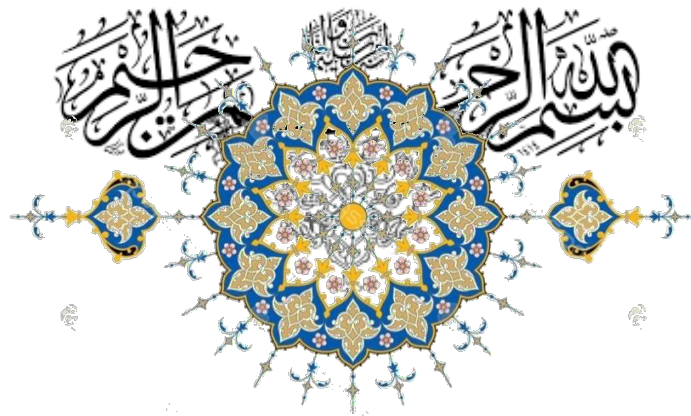
ضوابط مرتبط با سازمان امور مالیاتی کشور

- سازمان امور مالیاتی موظف است سامانه مؤدیان را بطوری راه اندازی نماید (موضوع بند (پ) ماده (۱) قانون پایانه های فروشگاهی و سامانه مؤدیان) بطوریکه امکان ثبت نام مؤدیان و صدور صورتحساب الکترونیکی از طریق این سامانه فراهم باشد.
- فراخوان کلیه فروشندگان و عرضه کنندگان کالاهای مشمول و الزام به ثبت نام در سامانه مذکور

نقش اتاق‌ها در ضوابط

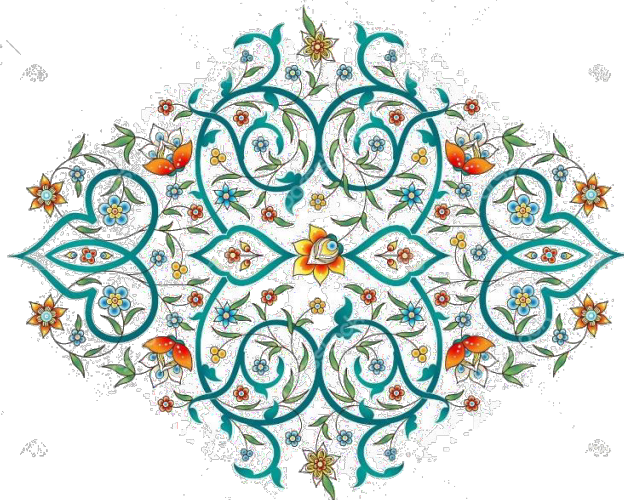
- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران نمایندگی بخش خصوصی در کمیته تخصصی، اطلاع رسانی و آموزش اعضا را برعهده دارد.
- اتاق اصناف ایران وظیفه همکاری در آموزش، نظارت بر اصناف فروشنده و خرده فروش را برعهده دارد.

با سپاس از توجه شما



پیوست فرهنگی

طرح مقابلہ با عرضہ کردہ کالائی پوسٹک و منوجات قاجاق



معاونت پیشگیری

دفتر تبلیغات هوشمندانه و مشارکت‌های مردمی

بهمن ماه ۱۴۰۳

شناسنامه طرح

مشخصات عمومی:

عنوان: پیوست فرهنگی طرح مقابله با عرضه گروه کالایی پوشاک، اجزاء پوشاک، کیف و کفش و منسوجات قاچاق

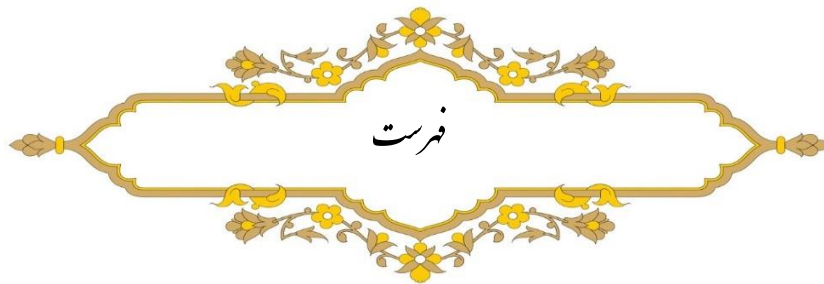
دوره زمانی: به فراخور پیشنهاد (کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت)

مراحل و ابعاد برنامه اجرایی – عملیاتی:

- تدوین طرح مقابله با عرضه کالاهای قاچاق
- محورهای اقدام و زیربرنامه‌های مقابله با عرضه پوشاک و منسوجات قاچاق
- پیش‌بینی و تعیین بازه زمانی اجرا
- تعیین دستگاه مجری و همکار
- استخراج الزامات فرهنگی، تبلیغی و رسانه‌ای
- تدوین برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی، تبلیغی و رسانه‌ای

دستگاه‌های مجری و همکار:

الف- دستگاه‌های تبلیغی، فرهنگی، پژوهشی و آموزشی: دستگاه‌های مشمول ماده ۱۴ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز
ب- دستگاه‌ها و بخش‌های سیاست‌گذار و مجری: ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، وزارت صنعت، معدن و تجارت، فراجا، واجا، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، مناطق آزاد تجاری-صنعتی ویژه اقتصادی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی، اتاق اصناف ایران، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، کارگروه فرهنگی و اجتماعی ستاد و ...



۴ مقدمه

- بخش اول: پیوست فرهنگی

۵ چشم‌انداز پیوست فرهنگی

۶ اهداف پیوست فرهنگی

۷ اصول و ارزش‌ها

۷ راهبردها

۷ اهداف و سیاست‌های فرهنگی، رسانه‌ای و تبلیغی

۹ اهم الزامات فرهنگی، رسانه‌ای و تبلیغی

۱۰ فرآیند اقدام

۱۱ فرایند اقناع

۱۳ اهم برنامه‌های قابل اجرا در پیوست فرهنگی

- بخش دوم: برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی طرح مقابله با عرضه منسوجات و پوشاک قاچاق

۱۹ کالاهای مشمول طرح

۲۰ قوانین و مقررات مرتبط

۲۰ کلیات حوزه صنعت مشمول طرح

۲۱ پیامدهای احتمالی اجرای طرح

۲۲ شناسایی و رهگیری کالاهای دارای اصالت

۲۳ جامعه مخاطبین/ذینفعان طرح

۲۴ جدول برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی طرح مقابله با عرضه پوشاک و منسوجات قاچاق

مقدمه

با توجه به اجرای طرح‌های توسعه‌ای در ابعاد اقتصادی، فرهنگی، آموزشی، ارتباطی، اجتماعی، حقوقی، قضایی، سیاسی، امنیتی و غیره در کشور که تأثیرات مهمی در فرهنگ جامعه و شیوه زندگی افراد ایجاد می‌کند و بی‌توجهی به آثار و پیامدهای این گونه طرح‌ها نتایج زیانبار و غیرقابل جبرانی در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی به دنبال داشته و در مواردی در تعارض آشکار با اهداف متعالی نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران قرار می‌گیرد، رصد آثار و پیامدهای فرهنگی طرح‌ها، لوايح، تصمیمات و مصوبات و اقدامات در دستگاه‌ها و قوای سه‌گانه و بخش خصوصی و توجه به اثرگذاری مستقیم یا غیرمستقیم موارد ذکر شده در جامعه مسأله‌ای ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. عدم توجه به روند متناسب‌سازی طرح‌ها و تصمیمات و اقدامات، باعث توسعه نامتوازن و پیدایش معضلات و بعضاً بحران‌های فرهنگی در سطوح و ابعاد مختلف فردی، خانوادگی و اجتماعی می‌شود.

رهبر معظم انقلاب اسلامی (مدظله‌العالی) در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در آذرماه سال ۱۳۸۶ **ضرورت تهیه پیوست فرهنگی** برای طرح‌های گوناگون کشور را مورد تأکید قرار داده و فرمودند: «در طرح‌های گوناگونی که در کشور تنظیم می‌شود... طرح‌های اقتصادی، طرح‌های پولی و مالی، طرح‌های عمرانی حتماً یک پیوست فرهنگی داشته باشد... البته همه ملزم باشند که به آن پیوست فرهنگی توجه کنند و آن را لازم‌الاجرا بشمارند.» هم‌چنین در نخستین بند سیاست‌های کلی برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۹/۱۰/۱۵ و نیز در ماده (۲) قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران، تهیه پیوست فرهنگی برای طرح‌های مهم و جدید توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی مورد تأکید و تصویب قرار گرفته و تاکنون مغفول واقع شده‌است.

پیوست فرهنگی فرصتی ارزشمند به منظور جاری ساختن سیاست‌های کلان فرهنگی، ابزاری برای ایجاد مصونیت و پیشگیری از پیامدهای منفی طرح‌های اجرایی و هم‌چنین اقدامی در راستای ایجاد تحول و پیش‌برندگی در فرآیندها و روش‌های مدیریت فرهنگی کشور مبتنی بر ارزش‌های فرهنگ اسلامی و در نهایت، عامل مؤثر در جهت ارتقای بهره‌وری محسوب می‌گردد. با نگاهی جامع و اتخاذ رویکردی سیستمی به موضوع، مهم‌ترین هدف پیوست فرهنگی، ایجاد زمینه و شرایطی است که با ایجاد گفتمان فراگیر (گفتگوی گسترده و مشارکتی همه اقشار جامعه) دولت، مردم، رسانه، نخبگان، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان (...) ضمن تسهیل اجرای طرح، پیامدهای منفی اجرای طرح را کاهش و به حداقل ممکن رسانده و از سوی دیگر، پیامدهای مثبت آن را تقویت نماید.

برای ایجاد گفتمان فراگیر کلیه نقش‌آفرینان در حوزه‌ی اجرای طرح، انتظارات از کنشگران ذی‌مدخل، اقدامات به عمل آمده برای پوشش انتظارات مذکور، برنامه‌ها و اقدامات آتی مرتبط، قالب اقدامات، زمان اقدام، مجری و همکار اجرای برنامه‌ها و اقدامات آتی، مدنظر قرار خواهد گرفت. به عبارت دیگر برای اجرای هر طرح پیشگیرانه، مقابله‌ای یا برنامه جامع، علاوه بر قالب کلی پیوست فرهنگی - که در خصوص تمام طرح‌ها یکسان می‌باشد - یک برنامه خاص اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی تهیه و به مورد اجراء گذاشته خواهد شد.

بخش اول: پیوست فرهنگی

چشم‌انداز پیوست فرهنگی^۱

پیوست فرهنگی با تکیه بر مبانی، ارزش‌ها، احکام اسلامی، اصول، اهداف و چشم‌انداز نقشه راهبردی فرهنگی از جمله موارد ذیل تدوین می‌شود:

۱. رهنمودها و اوامر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در خصوص ضرورت تحقق و اجرایی شدن پیوست فرهنگی^۲
۲. توجه به اهمیت نظام سلامت و اسناد بالادستی حوزه سلامت
۳. الزامات اسناد بالادستی؛ در خصوص توجیه و آگاهی‌بخشی به ذی‌نفعان و افکار عمومی
۴. گستردگی کمی و کیفی ذینفعان (شامل؛ مسئولان و مجریان طرح، مصرف‌کنندگان، واردکنندگان، فروشندگان و توزیع‌کنندگان) طرح را در سطح ملی قرار می‌دهد.
۵. تقویت جایگاه نهادهای فرهنگی و آموزشی
۶. دیپلماسی فرهنگی در حوزه مد و لباس
۷. باز تعریف سبک زندگی در ابعاد فردی، خانوادگی، اجتماعی و سازمانی
۸. ارتباطات بر پایه مشارکت، گفتگو و درک متقابل
۹. هم‌افزایی بین نهادهای فرهنگی، اقتصادی و آموزشی
۱۰. نظم اجتماعی در ابعاد فردی، اجتماعی و سازمانی
۱۱. تاب‌آوری (پایداری) فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی
۱۲. تولید ملی کالا و خدمات فرهنگی در ابعاد دیداری، شنیداری، مکتوب و غیره
۱۳. مشارکت و نقش مردم در توسعه فرهنگ و نهادهای نمودن آن

۱- براساس مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی (مصوب کارگروه فرهنگی و اجتماعی ماده‌ی ۱۴ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز)

۲- «در طرح‌های گوناگونی که در کشور تنظیم می‌شود... طرح‌های اقتصادی، طرح‌های پولی و مالی، طرح‌های عمرانی حتماً یک پیوست فرهنگی داشته باشد... البته همه ملزم باشند که به آن پیوست فرهنگی توجه کنند و آن را لازم‌الاجرا بشمارند»، ۱۳۸۶/۰۹/۱۷

اهداف پیوست فرهنگی

اهداف و سیاست‌هایی که در این طرح (پیوست فرهنگی طرح مبارزه با عرضه کالاهای قاچاق) برای دستگاه‌ها، سازمان‌های ذیربط، رسانه‌ها و ذینفعان در نظر گرفته شده است؛ در راستای ایجاد گفتمان فراگیر می باشد که می‌تواند با تبلیغات متناسب، هوشمندانه و همه‌جانبه‌جهت فرهنگ‌سازی، اصلاح نگرش و ارتقاء سطح آگاهی عموم مردم و خصوصاً فعالان اقتصادی نسبت به لزوم مشارکت و مطالبه عمومی در فرآیند حمایت از تولیدات کیفی داخلی و مبارزه با پدیده‌ی شوم قاچاق و همراهی برای شکل‌گیری نظام تحول اقتصادی و به تبع آن حرکت به سوی اقتصادی پویا، کارآمد و سالم درخور نظام جمهوری اسلامی ایران اجرای هماهنگ و مستمر آن می‌باشد.



اصول و ارزش‌ها

اصول و ارزش‌های پیوست فرهنگی طرح مبارزه با عرضه کالاهای قاچاق با توجه به اصول ذکرشده در برنامه جامع اقدام هماهنگ فرهنگی، مصوب کارگروه فرهنگی و اجتماعی (ماده ۴ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز) به شرح زیر است:

- پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالا، یکی از ولویت اصلی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز برای مقابله با خطر جدی و بزرگ پدیده‌ی قاچاق و تأثیر مخرب آن در امر تولید و تجارت قانونی و سرمایه‌گذاری و اشتغال است.^۴
- قاچاق در حوزه‌ی کالا، پدیده‌ای است فرابخشی که ریشه در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره داشته و پیامدهای آن نیز در عرصه‌های گوناگون دیده می‌شود.
- موفقیت یا ناکامی در مبارزه با قاچاق کالا و ارز در حوزه‌ی کالای قاچاق، تأثیر قابل توجهی در تحقق اهداف و برنامه‌های دیگر نظام در عرصه‌های مرتبط از قبیل سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) درباره‌ی اقتصاد مقاومتی، سلامت، سبک زندگی ایرانی و اسلامی و غیره دارد.
- به دلیل درهم تنیدگی موضوع قاچاق در حوزه‌ی کالای قاچاق، با مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی لازم است برنامه‌های عملیاتی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در سازمان‌ها و نهادها به صورت اندام‌واره و هماهنگ اجرا شوند. هماهنگی و هم‌افزایی در طراحی و تولید برنامه‌های فرهنگی، تبلیغی و رسانه‌ای دستگاه‌های مسئول نیز در طرح مبارزه در حوزه‌ی کالای قاچاق مورد تأکید است.
- فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی، تبلیغی و رسانه‌ای در طرح مبارزه‌ی در حوزه‌ی کالای قاچاق، باید متناسب و مکمل اقدامات در سایر حوزه‌های ذیربط باشند.

راهنماها

- تبلیغات متناسب، هوشمندانه و همه‌جانبه
- تواناسازی فرهنگی و معرفتی (ارتقاء سطح دانش، آگاهی و اطلاعات عمومی نسبت به فرآیندهای کالای قاچاق، آثار و عواقب آن در زندگی فردی و اجتماعی، عاملان، بازیگران و نقش آن در ساختار اقتصادی و توسعه‌ای کشور)
- تقویت سرمایه‌های اجتماعی (نقش سرمایه‌های اجتماعی در حمایت از تولیدات کیفی داخلی و کاهش مصرف کالاهای قاچاق بسیار مهم است)
- تقویت سطح مشارکت‌های اجتماعی
- هم‌افزایی کارکردی دستگاه‌های اجرایی، فرهنگی، رسانه‌ای، تبلیغی و غیره

اهداف و سیاست‌های فرهنگی، رسانه‌ای و تبلیغی

با مطالعه و بررسی نتایج نظرسنجی‌های انجام شده توسط ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در زمینه قاچاق مشخص می‌گردد که بخشی از زیرساخت‌های تسهیل‌کننده‌ی قاچاق ریشه در نگرش‌ها، باورها، انگیزش‌ها، عادت‌واره‌ها و ارزش‌هایی دارد که امروزه در فرهنگ عمومی و الگوی سبک زندگی ترجیحی جامعه ایران تبلور و تجلی دارد و به‌عنوان بخشی از واقعیت زندگی عمومی تداوم می‌یابد. چنانچه این زیرساخت‌ها را در تداوم و تسهیل فرایند قاچاق مؤثر بدانیم و مشارکت مردم را برای پیشگیری و مدیریت این پدیده ضروری ارزیابی کنیم، مسأله‌ای که باید به‌درستی مورد بررسی و بازکاوی قرار گیرد، تعیین اهدافی است که می‌تواند این روند را مدیریت و از تداوم آن ممانعت نماید.

به‌طور طبیعی بدون گفتمان فراگیر، جذب ظرفیت‌های مردمی، ایجاد مقاومت در بدنه‌ی جامعه و به‌طور کلی بدون پشتوانه‌های اجتماعی نمی‌توان با پدیده‌ی پیچیده‌ای مثل قاچاق کالا که با مداخله متفاوت بازیگران داخلی و خارجی و بهره‌گیری از فرصت‌ها، ظرفیت‌ها و همچنین ضعف‌ها و ناکارآمدی‌های گوناگون به امری نهادینه شده، ریشه‌دار، سازمان‌یافته و هوشمند مبدل گردیده، مقابله کرد. اهدافی که در این عرصه یعنی مدیریت افکار عمومی و سیاست‌گذاری باید مدنظر قرار گیرد عبارت‌است از:

- افزایش قبح فعل قاچاق (واردات و صادرات غیر قانونی و عرضه) و مصرف (تقاضای) کالای قاچاق؛ تقویت شناخت نسبت به آثار سوء فعل و مصرف کالای قاچاق با تأکید بر پیامدهای سوء اقتصادی (بیکاری)^۵؛ فرهنگی و اجتماعی آن و کیفیت و نحوه‌ی ورود آن به کشور و کارکردها و آثار سوء آن در زندگی فردی و جمعی (اصلاح ذهنیت عمومی نسبت به کالاهای قاچاق)
- اصلاح نگرش عمومی و ترغیب به مصرف کالای کیفی داخلی؛^۶ در حوزه‌ی کالاهای داخلی و حذف تفکرات غالب منفی نسبت به کالاهای تولید داخلی در حوزه کالای قاچاق؛ اصلاح الگوی مصرف در پوشش استفاده از کالای کیفی داخلی مبتنی بر سبک زندگی ایرانی-اسلامی، اصلاح و تغییر مؤلفه‌ها و شاخص‌های سبک زندگی مصرفی (وابسته) مبتنی بر مصرف‌گرایی، لوکس‌گرایی و مدگرایی کاذب به‌عنوان ارزشی اجتماعی متأثر از تبلیغات ناسالم و مصرف کالای قاچاق و خارجی.
- ایجاد انگیزش لازم در مردم برای مقاومت در مصرف کالاهای قاچاق و مشارکت در فرآیند ممانعت از گرایش، عرضه و مصرف کالاهای قاچاق
- ارتقاء سطح آگاهی‌های اجتماعی نسبت به کیفیت و استاندارد فرآورده‌های تولیدی کشور در حوزه‌ی کالاهای قاچاق پذیر (کیفیت تولید، تداوم و کارآمدی تولیدات داخلی)

- اعتمادسازی و تقویت امنیت روان‌شناختی جامعه نسبت به کارآمدی و عزم جدی نظام در مبارزه با قاچاق کالا

۵ - برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مردم استان همدان در تاریخ ۱۳۸۳/۰۴/۱۵

۶ - با توجه به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به‌ویژه بند هشت "مدیریت مصرف با تأکید بر اجرای سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف و ترویج مصرف کالاهای داخلی همراه با برنامه‌ریزی برای ارتقاء کیفیت و رقابت‌پذیری در تولید"

- ارتقای سطح آگاهی‌های اجتماعی
- برندسازی در حوزه کالاهای کیفی داخلی و نهادهای سازندهایی که مصرف داخلی را تقویت نمایند
- ارتقای نقش‌آفرینی و مشارکت مؤثر گروه‌های فرهنگی، دینی و اجتماعی (دولتی، صنفی و مردم‌نهاد)
- ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری داخلی^۷
- ایجاد پذیرش اجرای طرح‌های پیشگیرانه و مقابله‌ای در آحاد مردم و در نتیجه جلب همکاری و مشارکت‌های اجتماعی

اهم الزامات فرهنگی، رسانه‌ای و تبلیغی

در باب الزامات فرهنگی، رسانه‌ای و تبلیغی، لازم است دو بخش ۱: **بخش قاچاق به بیرون** (قاچاق خروجی) و ۲: **بخش قاچاق از بیرون به داخل** (قاچاق ورودی) مجزا مورد بررسی قرار گرفته و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی متناسب را اعمال نمود که موارد ذیل بخشی از این الزامات می‌باشد.

- توجه به ذینفعان قاچاق
- توجه به آثار فردی و جمعی قاچاق
- توجه به ابعاد اجتماعی از نظر منطقه‌ای و جغرافیایی اجرای طرح
- توجه به تطابق، هماهنگی و هم‌افزایی برنامه‌های فرهنگی با اقدامات اجرایی
- توجه به تناسب سرمایه‌گذاری‌ها و بافت اجتماعی منطقه
- توجه به ارتقای کیفیت کالا و احترام به حقوق مصرف‌کنندگان
- الگوسازی متناسب با الگوهای ایرانی اسلامی
- بررسی نارضایتی افرادی که از اجرای طرح آسیب اقتصادی می‌بینند و پیگیری پاسخگویی به نیازهای منطقی ذینفعان
- توجه پژوهش‌محور نسبت به تبعات اجتماعی اقدامات برای ذینفعان از قبیل توزیع‌کنندگان، فروشندگان و غیره در مناطق مختلف به‌ویژه برای مرزنشینان، ملوانان و غیره
- اولویت اقدامات پیشگیرانه فرهنگی، آگاهی‌بخشی تشویقی و هشدار
- اقدامات رسانه‌ای گام‌به‌گام در هر مرحله از اقدام
- استفاده از ظرفیت تشکلهای و نهادهای مردمی برای افزایش سطح آگاهی و بسترسازی برای اجرای طرح

۷ - برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با دانشجویان در تاریخ ۱۳۸۲/۰۲/۲۲

فرایند اقدام

- ۱- مسأله‌شناسی از طریق: پژوهش، تحقیق و تحلیل نتایج و آثار و پیامدهای اجرای طرح و عوامل مؤثر بر آن:
 - الف) بررسی پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی و ... اجرای طرح
 - ب) نظرسنجی و مصاحبه با کنشگران و ذی‌نفعان
 - ج) بررسی نتایج حاصل از تحقیق، پژوهش و نظر سنجی و آرایه بازخورد درخصوص متغیرهای لازم برای اجرای طرح (اقدام، تأخیر، اصلاح، اقدامات پیش‌نیاز و ...)
 - د) پیش‌بینی و تدوین راهکارهای حذف، کاهش یا به حداقل رساندن پیامدهای منفی اجرای طرح
 - هـ) پیش‌بینی و تدوین راهکارهای تقویت پیامدهای مثبت اجرای طرح
 - ۲- احصاء و شناسایی کنشگران و ذی‌نفعان نهادی (رسمی/مدنی) و ذی‌نفعان عمومی (اقشار مردم) طرح
 - ۳- بررسی و احصاء انتظارات از کنشگران و ذی‌نفعان طرح در برنامه‌ها و اقدامات
 - ۴- بررسی و تدوین برنامه‌ها و اقدامات لازم (پژوهشی، فرهنگی، آموزشی، رسانه‌ای و مشارکتی) برای هر گروه از کنشگران و ذی‌نفعان
 - الف) بررسی برنامه‌ها و اقدامات اجراء شده گذشته
 - ب) تهیه، تدوین و پیش‌بینی برنامه‌ها و اقدامات آتی متناسب با هرگروه از کنشگران
 - ۵- پیش‌بینی قالب و ابزار اجرای برنامه‌ها و اقدامات آتی متناسب با هرگروه و متغیرهای مرتبط
 - ۶- تعیین زمان اجرای برنامه‌ها و اقدامات
 - ۷- تعیین مجری برنامه‌ها و اقدامات آتی و هم‌چنین همکار مجری برای هر یک از برنامه‌ها و اقدامات
 - ۸- تعیین شاخص‌های ارزیابی هریک از برنامه‌ها و اقدامات
 - ۹- برآورد هزینه اجرای برنامه‌ها و اقدامات مرتبط
 - ۱۰- اجرای برنامه‌ها و اعمال اقدامات لازم پیش از اجرای طرح (تهیه محتوای هدفمند، توجیه افکار عمومی، توجیه نخبگان و ...)
 - ۱۱- آغاز اجرای طرح پیشگیرانه، مقابله‌ای یا جامع
 - ۱۲- افکارسنجی و نظرسنجی از جامعه هدف حین اجرای طرح و بازخوردگیری از آن
 - الف) ادامه اجرای طرح
 - ب) اصلاح و اجرای طرح
 - ج) توقف اجرای طرح
 - ۱۳- بررسی شاخص‌های تعیین شده برای هر یک از برنامه‌ها و اقدامات
 - ۱۴- افکارسنجی و نظرسنجی از جامعه هدف پس از اجرای طرح
 - ۱۵- جمع‌بندی و گزارش نهایی
- در فرآیند تدوین و اجرای برنامه‌ها و اقدامات ویژه استان‌ها، ویژگی‌ها و شرایط اختصاصی استان‌ها مد نظر قرار خواهد گرفت.

فرایند اقناع مخاطب:

۱- شناخت و تحلیل مخاطب

دسته بندی مخاطبان:

مخاطبان آگاه و همسو: کسانی که به حمایت از تولید داخلی معتقدند
مخاطبان بی تفاوت: کسانی که نسبت به قاچاق حساسیت ندارند
مخاطبان مخالف و مقاوم: افرادی که به دلایل اقتصادی یا ترجیح شخصی به خرید کالای قاچاق تمایل دارند

بررسی ویژگی های فرهنگی مخاطب:

باورها و ارزش های اجتماعی و اقتصادی مخاطب
میزان تاثیرپذیری مخاطب از تبلیغات و رسانه ها
نگرش ها نسبت به کالای ایرانی و برندهای خارجی

تحلیل علل گرایش به پوشاک قاچاق توسط مخاطب:

قیمت ارزانتر و تنوع بیشتر
کمبود آگاهی درباره کیفیت و استانداردهای کالای داخلی
اثر تبلیغات برندهای خارجی و ضعف در تبلیغات داخلی

۲- تدوین پیام های اقناعی متناسب با هر گروه مخاطب:

پیام های منطقی:

ارائه آمار و اطلاعات مستند درباره زیان های قاچاق
مقایسه کیفیت و قیمت کالای ایرانی با نمونه های خارجی
برجسته کردن پیامدهای مثبت و منفی

پیام های احساسی:

تاکید بر حمایت از کارگران ایرانی
نمایش تاثیرات اجتماعی قاچاق، مانند بیکاری و نابودی مشاغل تولیدی
تکیه بر هویت و غرور ملی برای افزایش انگیزه مخاطب

پیام‌های مبتنی بر اعتبار و اعتماد:

استفاده از چهره‌های مطرح برای تایید کیفیت تولیدات ایرانی
تاکید بر استانداردهای کالای ایرانی و معرفی برندهای موفق داخلی
تاکید بر سابقه و تجربه موفق برندها

۳- انتخاب روش‌ها و کانال‌های ارتباطی مناسب:

رسانه‌های جمعی
فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی
برگزاری همایش‌ها، کارگاه‌ها و نمایشگاه‌ها
مشوق‌های اقتصادی و فرهنگی (ارائه تخفیف و طرح‌های تشویقی برای مردم) (حمایت از تولید کنندگان)
مشارکت نهادهای فرهنگی مذهبی (ظرفیت مساجد، ائمه جمعه و..)

۴- ارزیابی و اصلاح روش‌ها:

سنجش تاثیرگذاری کمپین‌ها و پیام‌ها:

نظرسنجی از مردم درباره نگرش آن‌ها نسبت به کالای ایرانی
بازخورد‌گیری و بهبود مستمر روش‌ها

برنامه‌های قابل اجرا در پیوست فرهنگی

کلیات برنامه‌هایی که در مراحل مختلف اجرای طرح قابل اقدام بوده و در قالب پیوست فرهنگی ضرورت دارد تا عملیاتی شود، به شرح جدول ذیل خواهد بود.

اهم برنامه‌های قابل اجرا در پیوست فرهنگی

ردیف	عنوان برنامه‌ها
1	مسئله‌شناسی از طریق: پژوهش، تحقیق و بررسی در خصوص نتایج و آثار و پیامدهای مثبت و منفی اجرای طرح و عوامل مؤثر بر آن در ابعاد: • بررسی پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و ... اجرای طرح در مراحل مختلف و سنجش تاثیرگذاری اقدامات • ارائه بازخورد به هنگام متناسب با مراحل پیشرفت طرح • نظرسنجی و مصاحبه با ذی‌نفعان
2	اطلاع‌رسانی صحیح، سریع و به‌هنگام از مراحل اجرای طرح (دستاوردها و اقدامات انجام شده و نقاط قوت و ضعف و غیره) متناسب با اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های طرح از طریق: • تولید و انتشار اخبار و گزارش‌های به‌هنگام از مراحل اجرای طرح (نقاط قوت و آسیب‌ها و غیره) تولید متون و گزارش‌های اقناعی، تحلیلی و مستند • تولید و انتشار متون آگاهی‌بخش متناسب با مخاطب • برگزاری نشست و هم‌اندیشی‌های توجیهی • برگزاری نشست‌های هم‌اندیشی با رسانه‌های جمعی، برگزاری نشست خبری • راه‌اندازی سایت اینترنتی و استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی (رسانه‌های نوین) • اینفوگرافی: (Information Graphic) • استفاده از ظرفیت‌های تلویزیون‌های شهری و شبکه‌های تبلیغات محیطی و غیره • اقدامات فرهنگی متناسب اعم از: • برگزاری مسابقه رادیویی و تلویزیونی • تهیه برنامه‌های گزارشی - تحلیلی • میزگرد و مناظره‌های رادیویی و تلویزیونی • تولید آگهی‌های تصویری • حمایت از رسانه‌ها و فعالان در این عرصه • استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد در اجرای طرح • استفاده از ظرفیت‌ها و تشریک مساعی اتحادیه‌های صنفی و اصناف ذیربط • تولید بولتن تخصصی برای اطلاع‌رسانی به مسئولان و نخبگان
3	ترویج و تبلیغ سبک زندگی ایرانی - اسلامی و اصلاح الگوی مصرف کالای قاچاق متناسب با اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های طرح پیشگیری و مقابله با عرضه کالای قاچاق و پیوست فرهنگی از طریق: • برگزاری مراسم نمایش مدهای طراحی شده با الگوی اسلامی - ایرانی، متناسب با سلیقه روز مخاطبین جامعه • برگزاری نشست و هم‌اندیشی‌های توجیهی • اقدام فرهنگی متناسب اعم از: • تألیف داستان‌های کوتاه و بلند • طراحی کاریکاتور • کمیک استریپ برای کودکان و نوجوانان • تولید انیمیشن‌های طنز • اینفوگرافی: ((Information Graphic)) • تولید سریال و مجموعه‌های تلویزیونی

ردیف	عنوان برنامه‌ها
	• تولید تله فیلم و تله تئاتر • برگزاری مسابقه رادیویی و تلویزیونی • اجرای نمایش‌های خیابانی و سالنی • تهیه برنامه‌های گزارشی - تحلیلی • میزگرد و مناظره‌های رادیویی و تلویزیونی • تولید نماهنگ (ویدئو کلیپ) • تولید فیلم مستند، کوتاه و سینمایی • تهیه برنامه‌های ترکیبی خانواده • تولید آگهی تصویری • راه‌اندازی سایت اینترنتی و استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی (رسانه‌های نوین) • تبلیغات چهره به چهره (سخنرانی و تریبون‌های دینی و سیاسی) • استفاده از ظرفیت‌های تلویزیون‌های شهری و شبکه‌های تبلیغات محیطی و غیره • برگزاری جلسه با مدیران شبکه‌های اجتماعی برای راه‌اندازی کمپین عدم مصرف کالاهای قاچاق • تولید شخصیت داستانی محبوب کودکان و نوجوانان با هدف برندسازی و الگوسازی در عرصه کالای قاچاق • تدوین متون درسی در کتاب‌های درسی با هدف تبیین ارزش فرهنگی و اجتماعی استفاده از کالای داخلی و بیان قبح استفاده از کالای خارجی قاچاق
4	تقویت و تحکیم مشارکت‌های فرهنگی و اجتماعی برای حمایت از تولیدکنندگان کالاهای با کیفیت داخلی متناسب با اهداف، سیاست‌ها، و برنامه‌های طرح پیشگیری و مقابله با عرضه کالای قاچاق و پیوست فرهنگی از طریق: • استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد در اجرای طرح پیشگیری و مقابله با کالای قاچاق • استفاده از ظرفیت‌ها و تشریک مساعی اتحادیه‌های صنفی و اصناف ذیربط • نشست‌های هم‌اندیشی و تصمیم‌گیری درخصوص نحوه مشارکت در اجرای طرح با نهادهای عمومی و غیردولتی • برگزاری دوره‌های تخصصی ایجاد و ارتقای برند داخلی برای اصناف و اعضای اتحادیه‌ها • نشست‌های هم‌اندیشی و چگونگی نظارت و ارزیابی اجرای طرح با استفاده از توان نظارتی سازمان‌های مردم‌نهاد • برگزاری جلسه توجیهی با مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای با هدف رصد کالاها از تولید تا توزیع با هدف کاهش هزینه‌های مبادلاتی، ممنوعیت تبلیغ کالاهای خارجی و برندسازی و معرفی برندهای معروف ایرانی • حمایت از اقدامات متناسب با طرح توسط سازمان‌های مردم‌نهاد
5	تهیه و ارائه آمار و اطلاعات حوزه کالای قاچاق با دوره‌های مشخص و مستمر به‌منظور شفاف‌سازی از قبیل: • تولید و مصرف • تعداد تولیدی‌های مجاز و غیرمجاز • ارزش افزوده بخش • میزان واردات و صادرات • میزان تعرفه • تعداد شاغلین در این بخش • حجم مبادلات صورت گرفته در سطح عرضه به تفکیک استان • ظرفیت تولید اشتغال
6	توجیه نخبگان از طریق: برای هرچه بهتر طرح آماده‌سازی افکار عمومی برای پیشگیری و مقابله با کالای قاچاق ضرورت دارد نخبگان مختلف اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و غیره توجیه شوند. در این راستا گروه‌های هدف عبارت است از: • معاونین، مدیران و کارشناسان وزارتخانه‌های مرتبط • نمایندگان مجلس شورای اسلامی

ردیف	عنوان برنامه‌ها
	• فعالان اقتصادی و اتحادیه‌های صنفی • اساتید و صاحب‌نظران • مدیران شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی • مدیران مسئول روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها • سردبیران و دبیران تحریریه • خبرنگاران رسانه‌های جمعی • تهیه‌کنندگان، کارگردانان سینما و تلویزیون • گویندگان و مجریان سازمان صداوسیما • مدیران رسانه‌های مجازی شامل آپارات، پرشین بلاگ، فیس نما، فیلمو و غیره • روحانیون و مبلغین • ائمه‌جمعه و جماعات • مدیران مسئول کانون‌های فرهنگی هنری مساجد کشور • مسئولین بسیج ادارات و مساجد و غیره • هنرمندان و ورزشکاران • افراد و گروه‌های ذی‌نفع بومی در مناطق جغرافیایی مختلف به‌ویژه مناطق مرزی
7	توجیه افکار عمومی از طریق: هم‌زمان با توجیه نخبگان لازم است افکار عمومی درخصوص اجرای طرح پیشگیری و مقابله با عرضه کالای قاچاق توجیه شود و همراهی آن جلب نماید. هرچند توجیه نخبگان تا حدود زیادی باعث توجیه عموم مردم جامعه هم می‌شود اما براساس نظریه‌ی تأثیر دو مرحله‌ای چنانچه به‌طور همزمان موضوع پیشگیری و مقابله با کالای قاچاق در سطح عمومی افکار عمومی برجسته نشود نخبگان نخواهند نقش خود را در این زمینه ایفاء نمایند. بنابراین لازم است به‌طور همزمان از تولید محتوای رسانه‌ای در این حوزه حمایت شود. بر همین اساس پیشنهاد می‌شود حمایت از موارد ذیل در دستور کار قرار گیرد: • تولید یادداشت، گزارش و مصاحبه‌های توجیهی در چارچوب اهداف و سیاست‌های فوق در رسانه‌های جمعی • اختصاص بخشی از برنامه‌های پرمخاطب ترکیبی سازمان صداوسیما به موضوع مذکور برای برجسته‌تر کردن موضوع. • تولید محصولات تبلیغی چند رسانه‌ای در فضای مجاز و رسانه‌ها براساس رویکرد تبلیغات همه‌جانبه، هوشمندانه و فراگیر • تولید مستندهای اجتماعی • ساخت تیزری در قالب رئال برای پخش از شبکه‌های تلویزیونی و سینماهای کشور • تولید محتوای تبلیغات تلویزیون‌های شهری با مضمون معایب و مضرات ناشی از قاچاق کالای مورد نظر • استفاده از ظرفیت‌های هنری و نمایشی از قبیل فیلم، سریال و تئاتر با موضوع معایب و مضرات ناشی از قاچاق و معایب و ضرورت پیشگیری و مقابله با قاچاق کالای مورد نظر • استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی • اطلاع‌رسانی گسترده‌ی اجرای طرح در پاسخ به مطالبات و انتظارات ملی • استفاده از ظرفیت‌های پژوهشی برای شناخت ابعاد مختلف مسأله و گرفتن بازخورد به‌هنگام از مراحل اجرا و پیشرفت طرح • طراحی و اجرای برنامه‌های علمی، آموزشی، پژوهشی و رسانه‌ای مورد نیاز در اجرای طرح • ایجاد ارتباط مؤثر تعاملی نخبگان جامعه و حاکمیت در عرصه مبارزه با قاچاق کالا و ارز • بازخوردگیری و افکارسنجی به‌منظور سنجش تأثیر برنامه‌های مبارزه با قاچاق کالا و ارز در ایجاد، اصلاح و یا تقویت نگرش مخاطبان (افکار عمومی مسئولان و نخبگان) • طراحی، اجرا و یا حمایت از برنامه‌های جلب و افزایش مشارکت عمومی • رصد، تولید و ارائه گزارش به‌هنگام از عملکرد و فعالیت‌های دستگاه‌های مجری و ذی‌فعا ن طرح • ارزیابی و نظارت بر اجرای برنامه‌های مقابله و پیشگیری از قاچاق کالای مورد نظر

بخش دوم

برنامه ها و اقدامات فرهنگی، رسانه ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی

طرح مقابله با عرضه گروه کالایی پوشاک و منوجات قاچاق



معاونت پیشگیری

دفتر تبلیغات هوشمندانه و مشارکت های مردمی

بهمن ماه ۱۴۰۳

بخش دوم:

برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی طرح مقابله با عرضه پوشاک و منسوجات قاچاق

مقدمه:

حجم بازار پوشاک و منسوجات کشور حدود ۱۱,۰۴ میلیارد دلار است که با توجه با امکانات، سرمایه‌گذاری‌ها، جمعیت شاغل و میزان مصرف کشور، دارای اهمیت و ویژگی خاصی است. قاچاق انواع این اقلام در میزان و سطوح متفاوتی می‌پذیرد که از ابعاد مختلف قابل بررسی است.

با توجه به ضرورت طرح مقابله با گروه کالایی پوشاک و منسوجات قاچاق و این‌که طرح مذکور طرحی است که در سطح ملی اجرایی می‌شود و اسناد بالادستی نیز بر تهیه پیوست فرهنگی برای طرح‌های کلان و ملی تصریح دارد، پیوست فرهنگی مربوطه با اهداف اصلی ذیل تهیه شده‌است:

۱- تسهیل در اجرای طرح (ایجاد گفتمان فراگیر)

۲- پیش‌بینی و احصاء پیامدهای منفی اجرای طرح، تدوین و اجرای برنامه‌ها و راهکارهایی برای حذف، کاهش یا به حداقل رساندن پیامدهای منفی اجرای طرح

۳- روایت‌گری و تقویت پیامدهای مثبت اجرای طرح

برخی از اسناد بالادستی برای تهیه پیوست فرهنگی حاضر عبارت است از:

۱- تأکید مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) در دیدار با اعضای محترم شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۸۶ مبنی بر لزوم مهندسی فرهنگی و تهیه پیوست فرهنگی برای طرح‌های اقتصادی، عمرانی و اجرایی کشور و لازم‌الاجرا بودن آن برای تمام دستگاه‌ها

۲- نخستین بند سیاست‌های کلی برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۸/۱۰/۱۵

۳- ماده (۲) قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران

۴- بند (۷۰) سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه

۵- قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز

الف) اهمیت و ضرورت اجرای طرح و اهداف مورد انتظار:

۱. آمار بالای پوشاک و منسوجات قاچاق
 ۲. ارز بری بالای این صنعت و هم‌زمان پتانسیل بالای آن در ارزآوری
 ۳. لزوم حمایت از تولید رقابت پذیر داخلی:
- الف- اشتغال‌زایی بالای این صنعت هم در تولیدکنندگان صنعتی و صنفی و هم در واحدهای صنفی
- ب- توانمندی‌های حایز اهمیت برای تامین از طریق تولید داخل
- پ- حمایت از تولیدات ملی رقابت‌پذیر و تقویت اقتصاد مقاومتی
- ۴- لزوم حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان
- الف- تأثیر مستقیم بر معیشت مردم (مقش عمده در سبد هزینه‌های جاری خانوار)
- ب- تأثیر استفاده از پوشاک و منسوجات قاچاق بر امنیت مصرف‌کننده، محیط زیست و غیره
- ۵- لزوم حمایت از حقوق واحدهای صنفی (با توجه به عدم آگاهی آن‌ها از خرید و فروش کالای قاچاق)
- ۶- شفافیت گردش پوشاک و منسوجات
- ۷- به حداقل رساندن پوشاک و منسوجات قاچاق در بازار
- ۸- حفظ سلامت آحاد جامعه با تأمین قانونی نیاز بازار
- ۹- جلوگیری از قاچاق و خروج ارز
- ۱۰- جلوگیری از تضییع حقوق دولتی و افزایش عایدات کشور
- ۱۱- آگاهی‌بخشی به آحاد جامعه و اشخاص ذیربط در اجرای طرح برای توسعه همراهی آن‌ها در اجرای بهینه طرح
- ۱۲- حذف، کاهش و به حداقل رساندن آثار و پیامدهای منفی اجرای طرح و هم‌چنین تقویت پیامدهای مثبت اجرای آن
- ۱۳- لزوم آشنایی با سایت‌های معتبر داخلی با توجه به افزایش اقبال عمومی برای خرید و فروش کالا از طریق کسب و کارهای مجازی

ب) کالاهای مشمول طرح و زمان اجرایی شدن آن:

کالاهای زیر با رعایت شرایط مقرر در موارد ذیل:

ردیف	گروه	عنوان کالا
۱	پوشاک	انواع پوشاک رو و زیر مردانه، زنانه و بچه‌گانه اعم از رسمی و غیررسمی (کژوال) از قبیل پیراهن، شلوار، کت، پالتو، چادر، عبا، قبا، کاپشن، مانتو، روسری، شال، مقنعه، دامن، لباس کار (مانند پزشکی، آتش‌نشانی و نظامی)، لباس ورزشی، شل، لباس عروس
۲	اجزاء	انواع اجزاء پوشاک از قبیل دستمال گردن، کراوات، بندشلواری، پاپیون، پاپوش، تور سر، جوراب، ساق دست، ساق پا، شال گردن، دستکش (به جز دستکش ظرفشویی و نظافت و آشپزی)، کلاه (به جز کلاه ایمنی و کار)، گن کمر بند (به جز کمر بند ابزار، طبی، ایمنی کار و نظامی)
۳	کیف	انواع کیف از قبیل چمدان، ساک، کوله‌پشتی، کوله کوهنوردی، کیف آرایش، کیف پول، کیف دستی، کیف رودوشی، کیف رایانه و کیف دوربین
۴	کفش	انواع پای پوش از قبیل پوتین، چکمه، صندل، کفش اسپورت، کتانی، کفش مجلسی و کفش ورزشی
۵	منسوجات	انواع پتو
		انواع کالای خواب از قبیل تشک خواب نسجی، بالشت، لحاف، روتختی و روبالشی
		انواع پارچه

کالاهای موضوع جدول فوق در صورت انطباق با حداقل یکی از شرایط زیر، کالای مشمول محسوب می‌شوند:

۱. وارداتی بودن کالا

۲. نصب یا درج عبارت ساخت کشور خارجی (به هر زبانی)

۳. عدم نصب یا درج عبارت ساخت کشور ایران (به هر زبانی) در محل تعیین شده برای نصب شناسه کالا مطابق دستورالعمل

اجرایی ثبت شناسنامه، اخذ و نصب شناسه کالا برای گروه کالایی منسوجات و پوشاک ابلاغی وزارت صنعت، معدن و تجارت

۴. دارای نام یا علامت تجاری (برند) اعلام شده توسط کمیته تخصصی از طریق سامانه جامع تجارت

۵. سایر موارد (کالاهای فاقد شرایط فوق)، صرفاً در خصوص ضوابط زیر:

الف- ضوابط حمل (به استثنای تبصره ۲ ماده ۱۰)

ب- ضوابط موضوع مواد «۱۳»، «۱۴»، «۱۵» درخصوص نگهدارنده‌ای که مالک نباشد.

ج) قوانین و مقررات مرتبط:

۱- مواد ۵، ۶ و ۱۳ قانون مبارزه قاچاق کالا و ارز و آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی مربوطه

۲- تبصره ۴ ماده ۱۸ قانون مبارزه قاچاق کالا و ارز

۳- بند ذ ماده ۲ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز

۴- بند ژ ماده ۱ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز

۵- دستورالعمل پیشگیری و مقابله با قاچاق کالا و ارز در فضای مجازی (مصوب جلسه ۱۳۴ اعضای اصلی ستاد)

د) کلیات حوزه صنعت اقلام مشمول طرح:

۱- برخی آمار و اطلاعات کالاهای مشمول طرح وفق جدول ذیل طی سال ۱۴۰۰

ردیف	نام کالا	میزان تولید	میزان واردات	میزان صادرات	میزان مصرف	فاصله عرضه و تقاضا
۱	پوشاک (هزارتن)	۳۶۵ ۹۷ صنعتی ۲۶۸ صنفی (برآورد)	(۰) رسمی (۱۲,۸) غیر رسمی ۹۶ میلیون دلار	۱۴	۴۵۰	۸۵
۲	کفش (میلیون زوج)	۲۱۰	۲۰ تن ۳۷۶ هزار دلار	۳۴۷۲۲ تن ۹۰ میلیون دلار	۱۸۷ میلیون جفت*	
۳	انواع پارچه (هزارتن)	۴۶۵	۱۴۶ ۱۱۵ (فقط نساجی)	۱۹	۶۷۰	۲۰۵

۲- میزان میانگین قاچاق برآوردی کالاهای مشمول: وفق نظر دفتر آمار ستاد، حجم اقتصاد پنهان در این حوزه حدود ۱۷۲۰,۲

میلیون دلار طی نامه شماره ۰۱/۲۰۱۰۲۲/ص مورخ ۱۴۰۱/۳/۳۰ ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز می‌باشد. (برآورد سال ۱۳۹۸)

*آمار قاچاق نیز به مصرف اضافه می‌گردد.

۳- تعداد، پراکندگی و موقعیت جغرافیایی واحدهای تولیدی: ۱۳۰۰ واحد صنعتی و ۸۵۰۰۰ واحد صنفی دارای مجوز صنفی

در صنعت پوشاک فعالیت می‌کنند و تعداد زیادی واحد صنفی بدون جواز کسب نیز در حال فعالیت هستند که آمار دقیقی از ایشان

در دسترس نیست. ضمن اینکه بخشی نیز ذیل سرفصل مشاغل خانگی در حال فعالیت می‌باشند. اشتغال پوشاک حدود یک میلیون

شغل برآورد می‌گردد. واحدهای تولیدی اغلب در استان‌های آذربایجان غربی، البرز، تهران، زنجان، گیلان، مازندران، هرمزگان و همدان مستقر می‌باشند.

۴- مراکز عمده مصرف: کل کشور، با اولویت استان‌های: آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اصفهان، البرز، تهران، فارس، گیلان و مازندران

۵- مراکز آلوده به قاچاق: استان‌های: آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، البرز، ایلام، تهران، کردستان، کرمانشاه، گیلان، سیستان و بلوچستان، فارس، مازندران و هرمزگان

۶- چالش‌های عمده در حوزه تولید و تجارت قانونی: عدم اتصال زنجیره تأمین، عدم شفافیت در زنجیره مالیات بر ارزش افزوده، قطع زنجیره از عمده فروش تا مصرف‌کننده، بالا بودن قیمت تمام‌شده محصولات، مشکلات واردات مواد اولیه، گستردگی قاچاق، سوء استفاده از معافیت‌های مسافری و مناطق آزاد، فقدان اطلاعات آماری دقیق در حوزه تولیدات به تفکیک کالا و مواد اولیه، ورود سایت‌ها و سکوه‌های غیر مجاز در عرضه اقلام قاچاق و افزایش آن‌ها طی سالیان اخیر، افزایش حجم تجارت اینترنتی کالاهای قاچاق و نظارت‌های ناکافی

ه) اهم پیامدهای منفی احتمالی اجرای طرح از بعد فرهنگی و اجتماعی:

۱- افزایش قیمت منسوجات و پوشاک (مشمول طرح)

۲- احتکار اقلام مشمول طرح

۳- ایجاد چالش در تأمین منسوجات و پوشاک مورد نیاز در بازار (کمبود کالای مورد نیاز)

۴- عرضه منسوجات و پوشاک قاچاق، تقلبی و آسیب رسان در فضای مجازی

و) راهکارهای حذف، کاهش و به حداقل رساندن پیامدهای منفی اجرای طرح از بعد فرهنگی و اجتماعی:

۱- حمایت از سرمایه گذاری های جدید و توسعه ای برای تشویق سرمایه گذاران و تامین کمبود کالا

۲- حمایت از صنایع نساجی و پوشاک در جهت کاهش قیمت تمام شده از طریق اعطای مشوق های لازم

۳- تلاش در جهت کاهش هزینه های تولید از طریق رفع موانع و تسهیل محیط کسب و کار و کاهش قوانین مزاحم

۴- راه اندازی پروژه صندوق های مکانیزه فروش و الزام زنجیره تولید و توزیع به شفاف سازی

۵- اجرای کامل قانون مالیات بر ارزش افزوده تا مصرف کننده

۶- نظارت هوشمند بر کسب و کارهای اینترنتی

ز) راهکارهای تقویت پیامدهای مثبت اجرای طرح از بعد فرهنگی و اجتماعی:

۱- اعتماد سازی و فرهنگ سازی در جامعه مصرف کننده ایرانی نسبت به مصرف کالاهای ایرانی

۲- فرهنگ سازی در جامعه تولید کنندگان ایرانی نسبت به تولید کالای با کیفیت و قیمت مناسب ایرانی

۳- برند سازی و حمایت از برندهای ایرانی در حوزه منسوجات و پوشاک ایرانی

۴- برنامه ریزی و تلاش در جهت توسعه صادرات و رقابت با محصولات خارجی

۵- بکارگیری ظرفیت های رسانه ای و ملی برای حمایت از تولید کالاهای با کیفیت ایرانی

ح) راهکارهای شناسایی محصولات نساجی و پوشاک دارای اصالت:

در فاز نخست طرح شناسه دار کردن کالاهای شناسه دار نمودن پوشاک، اجزاء پوشاک، پارچه، منسوجات خانگی و کفش مشمول طرح شده و این اقدام دارای شناسه کالا می شوند.

در فاز دوم (تخصیص شناسه رهگیری به کالاهای)، شناسه رهگیری گروه های کالایی نساجی در دستور کار قرار گرفته و قابلیت رهگیری و انتقال مالکیت کالا در سطح کشور میسر خواهد شد. بدیهی است اجرای این مهم منوط به استقرار کامل طرح شناسه کالا می باشد.

در حال حاضر استعلام شناسه کالا در گروه کالایی نساجی و پوشاک از طریق ذیل مکان پذیر می باشد:

۱- سامانه جامع تجارت: سامانه نرم افزاری جامع که به منظور یکپارچه سازی و نظارت بر فرآیند تجارت و در اجرای بند (الف)

ماده (۶) قانون شکل گرفته است (به نشانی اینترنتی www.ntsww.ir)

۲- استعلام از طریق کد USSD : *۴*#۷۷۷۷*

ط) جامعه مخاطبین (ذینفعان) طرح:

به شرح ستون نخست جدول برنامه ها و اقدامات فرهنگی، رسانه ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی طرح مقابله با محصولات

نساجی و پوشاک

ی) انتظارات از مخاطبین (ذینفعان) طرح:

به شرح ستون دوم جدول برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی طرح مقابله با محصولات نساجی و پوشاک

ک) نحوه شناسایی سایت ها و سکوها معتبر:

سایت ها و سکوها دارای نماد اعتماد الکترونیکی (اینماد): مجوزی که توسط مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت صمت طبق قانون تجارت الکترونیکی و به منظور ساماندهی و شفاف سازی عملکرد کسب و کارهای مجازی به آنها داده می‌شود.

گ) زمان بندی اجرای ضوابط

زمان بندی اجرای تدریجی ضوابط از زمان ابلاغ به شرح زیر است:

ردیف	گروه کالایی ضابطه	کیف و کفش	پوشاک	پتو	کالای خواب	پارچه
۱	خرید، فروش و نگهداری با نصب یا درج شناسه کالا توسط فروشنده و یا نگهدارنده‌ای که تولیدکننده و یا واردکننده هستند	۳ ماه	۶ ماه	۶ ماه	۶ ماه	۹ ماه
۲	ثبت خریدوفروش در سامانه جامع تجارت توسط خریدار و یا فروشنده‌ای که تولیدکننده و یا واردکننده هستند	۶ ماه	۹ ماه	۹ ماه	۹ ماه	۱۲ ماه
۳	ثبت خریدوفروش در سامانه جامع تجارت توسط خریدار و یا فروشنده‌ای که تولیدکننده و یا واردکننده نیستند	۹ ماه	۱۲ ماه	۱۲ ماه	۱۲ ماه	۱۵ ماه
۴	ضوابط نگهداری	۱۲ ماه	۱۵ ماه	۱۵ ماه	۱۵ ماه	۱۸ ماه
۵	ضوابط ردیف اول درخصوص سایر اشخاص و نیز سایر ضوابط درخصوص همه اشخاص	۱۸ ماه	۲۱ ماه	۲۱ ماه	۲۱ ماه	۲۱ ماه

زمان بندی های موضوع این ماده با ابلاغ وزیر صنعت، معدن و تجارت، برای هر گروه کالایی حداکثر ۶ ماه قابل تمدید می‌باشد.

برنامه‌ها و اقدامات فرهنگی، رسانه‌ای، مشارکتی، آموزشی و پژوهشی طرح مقابله با عرضه پوشاک و منسوجات قاچاق

شاخصی	همکار	مجری	زمان اقدام	زمان پیشنهادی	ابزار / قالب اقدام	برنامه‌ها و اقدامات	انتظارات	جامعه مخاطبین / ذینفعان
۱- تعداد اشخاص آموزش دیده ۲- تعداد آثار و محتوای آموزشی ۳- تعداد تخلقات ثبت شده ۴- تعداد شناسه‌های اخذ و ثبت شده	ستاد، اتاق اصناف ایران، اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک تهران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، اتحادیه صنایع نساجی ایران، اتحادیه طاقه فروشان، اتحادیه چرم و سالامبور، سایر اتحادیه‌های مرتبط کفش، پارچه، اجزاء، ...	وزارت صمت		قبل از اجرای طرح	۱- کارگاه آموزشی ۲- جزوه آموزشی ۳- اینفوگرافیک ۴- مکاتبه	۱- برگزاری کارگاه آموزشی ۲- آرایه جزوه آموزشی ۳- انتشار ۴- اینفوگرافیک ۵- مکاتبه ۵- استمرار در آگاهی بخشی	۱- آشنایی با نحوه اخذ و نصب شناسه کالا و رهگیری	
۱- تعداد اشخاص آموزش دیده ۲- تعداد آثار و محتوای آموزشی ۳- تعداد کالاهای شناسه‌گذاری شده ۴- تعداد تخلقات ثبت شده	ستاد، اتاق اصناف ایران، اتحادیه تولید کنندگان و فروشندگان پوشاک تهران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، اتحادیه صنایع نساجی ایران، اتحادیه طاقه فروشان، اتحادیه چرم و سالامبور، سایر اتحادیه‌های مرتبط	ستاد		قبل از اجرای طرح، آموزش تغییرات	۱- کارگاه آموزشی ۲- اینفوگرافیک ۳- مکاتبه	۱- آشنایی با قوانین و مقررات ۲- اطلاع رسانی آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۲- آشنایی با قوانین و مقررات مربوطه	تولیدکننده‌ها
۱- تعداد اشخاص آموزش دیده ۲- تعداد کالاهای ثبت شده در سامانه ۳- تعداد تخلقات ثبت شده ۴- تعداد شناسه‌های اخذ و ثبت شده	ستاد، اتاق اصناف انجمن تولید کنندگان و وارد کنندگان و صادر کنندگان منسوجات و پوشاک، انجمن توزیع کنندگان منسوجات و پوشاک	وزارت صمت		قبل از اجرای طرح، آموزش تغییرات	۱- جزوه آموزشی ۲- اینفوگرافیک ۳- مکاتبه	۱- برگزاری کارگاه آموزشی توسط وزارت صمت ۲- استمرار در آگاهی بخشی	۳- کاربرد سامانه‌های مرتبط	

مراکز نگهداری کالا (انبارها)	وارد کننده‌ها				
	۱- آشنایی با قوانین و مقررات مربوطه	۲- آشنایی با نحوه ثبت شناسه رهگیری در سامانه جامع تجارت و انتقال مالکیت به زنجیره بعدی	۳- ثبت انبار در سامانه انبارها	۱- آشنایی با قوانین و مقررات مربوطه	۲- آشنایی با نحوه ثبت شناسه رهگیری در سامانه جامع تجارت و انتقال مالکیت به زنجیره بعدی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی توسط وزارت صمت	۲- آرایه جزوه آموزشی	۳- اینفوگرافیک	۴- مکاتبه	۵- استمرار در آگاهی بخشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
وارد کننده‌ها	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
وارد کننده‌ها	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
وارد کننده‌ها	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی
	۱- برگزاری کارگاه آموزشی	۲- آشنایی با قوانین و مقررات	۳- اطلاع رسانی	۴- آخرین قوانین و مقررات مرتبط	۱- کارگاه آموزشی

سازمان جمع آوری و فروش اموال تملیکی	آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری	۱- برگزاری کارگاه آموزشی ۲- جزوات آموزشی ۳- استمرار در آگاهی بخشی	۱- کارگاه آموزشی ۲- جزوه آموزشی ۳- مکاتبه	قبل و حین اجرای طرح		ستاد	وزارت صمت، سازمان جمع آوری و فروش اموال تملیکی	۱- میزان محصولات نساجی و پوشاک ثبت شده در سامانه سازمان ۲- میزان تخلیفات گزارش شده
ستاد اجرایی فرمان حضرت امام(ره)	آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری	۱- برگزاری کارگاه آموزشی ۲- جزوات آموزشی ۳- استمرار در آگاهی بخشی	۱- کارگاه آموزشی ۲- جزوه آموزشی ۳- مکاتبه	قبل و حین اجرای طرح		ستاد	وزارت صمت، ستاد اجرایی فرمان حضرت امام(ره)	۱- میزان محصولات نساجی و پوشاک ثبت شده در سامانه سازمان ۲- میزان تخلیفات گزارش شده
توزیع کننده ها - پخش سراسری - پخش استانی	۱- آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری ۲- نحوه ثبت شناسه کالا و رهگیری در سامانه مربوطه ۳- ثبت انتقال مالکیت به زنجیره بعدی ۴- احراز هویت فرستندگان مرسولات پستی در مبدأ	۱- برگزاری کارگاه آموزشی ۲- آرایه جزوات آموزشی ۳- تهیه اینفوگرافیک ۴- اطلاعیه ۵- مکاتبه ۶- برگزاری جلسات بازآموزی سالیانه	۱- کارگاه آموزشی ۲- جزوات آموزشی ۳- اینفوگرافیک ۴- اطلاعیه ۵- مکاتبه ۶- جلسات بازآموزی سالیانه	قبل و حین اجرای طرح		وزارت صمت	ستاد، اتاق اصناف ایران، اتحادیه ها و انجمن های ذیربط، شرکت ملی پست، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی	۱- تعداد اشخاص آموزش دیده ۲- تعداد آثار و محتوای آموزشی ۳- میزان کالاهای ثبت شده دارای شناسه کالا و رهگیری ۴- تعداد تخلیفات ثبت شده
عرضه کننده ها	۱- آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری - عدم توزیع کالای فاقد شناسه - شناسایی برندهای محرز پوشاک قاچاق	۱- کارگاه آموزشی ۲- جزوات آموزشی ۳- آرایه اینفوگرافیک ۴- موشن گرافیک ۵- اطلاعیه ۶- مکاتبه ۷- استمرار در آگاهی بخشی	۱- برگزاری کارگاه آموزشی ۲- آرایه جزوات آموزشی ۳- آرایه اینفوگرافیک ۴- آرایه موشن گرافیک ۵- اطلاعیه ۶- مکاتبه	قبل و حین اجرای طرح		وزارت صمت، اتاق اصناف ایران	ستاد، اتحادیه ها و انجمن های ذیربط	۱- تعداد اشخاص آموزش دیده ۲- تعداد آثار و محتوای آموزشی ۳- میزان کالاهای فروش رفته ثبت شده دارای شناسه کالا و رهگیری در سامانه ۴- تعداد تخلیفات ثبت شده

۱- تعداد اشخاص آموزش دیده ۲- تعداد آثار و محتوای آموزشی ۳- میزان اطلاع مصرف کنندگان از شناسه کالا و رهگیری ۴- میزان شکایات واصله	اتاق اصناف ایران، انجمن ها و اتحادیه های ذیربط	وزارت صمت، ستاد		قبل و حین اجرای طرح	۱- زیرنویس در برنامه های سیمای ۲- اینفوگرافیک ۳- موشن گرافیک ۴- اینفوگرافیک ۵- نشسته های تخصصی ۶- استمرار در آگاهی بخشی ۷- ارتقای سطح آگاهی و آموزش در راستای پیشگیری از خرید و فروش کالای قاچاق و تخلفات مرتبط در فضای مجازی	۱- آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری ۲- روش های حصول اطمینان از اصالت کالا ۳- اطلاع از برندهای قاچاق محرز ۴- نحوه برخورد با متخلفین قاچاق کالاهای نساجی و پوشاک ۵- پیگیری دسترسی به پتل نظارتی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و نحوه	۱- آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری ۲- روش های حصول اطمینان از اصالت کالا ۳- اطلاع از برندهای قاچاق محرز ۴- نحوه برخورد با متخلفین قاچاق کالاهای نساجی و پوشاک ۵- پیگیری دسترسی به پتل نظارتی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و نحوه	مصرف کننده ها
۱- تعداد پرونده های متشکله ۲- میزان کشفیات ۳- تعداد تخلفات ثبت شده	ستاد، اتاق اصناف ایران، انجمن و اتحادیه های ذیربط، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صمت	دستگاه های کاشف		قبل و حین اجرای طرح	۱- کارگاه آموزشی جزوات ۲- آموزشی ۳- اینفوگرافیک ۴- مکاتبه	۱- برگزاری کارگاه آموزشی ۲- رایج جزوات آموزشی ۳- تهیه و انتشار اینفوگرافیک ۴- مکاتبه ۵- استمرار در آگاهی بخشی	۱- آشنایی با قوانین و مقررات شناسه کالا و رهگیری ۲- روش های حصول اطمینان از اصالت کالا ۳- اطلاع از برندهای قاچاق محرز ۴- نحوه برخورد با متخلفین قاچاق کالاهای نساجی و پوشاک ۵- پیگیری دسترسی به پتل نظارتی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و نحوه	دستگاه های کاشف صمت- ناجا- و اجا- گمرک

انجمن ها سمن ها	۲- تعامل با بخش حاکمیت در اجرای طرح شناسه کالا و رهگیری رهگیری ۳- نظارت بر واحدهای تحت پوشش واریه اطلاعات از عملکرد آن ها	۲- ارایه جزوات آموزشی ۳- ارایه اینفوگرافیک ۴- مکاتبه ۵- استمرار در آگاهی بخشی	۲- موشن گرافیک ۳- اطلاعیه ۴- انجام مکاتبه		و اتحادیه های سمن ها ذریط، سمن ها		۲- تعداد آثار و محتوای آموزشی ۳- تعداد گزارشات واصله ۴- تعداد تخلفات گزارش شده ۵- تعداد سمن های همکار
عامه مردم (اقدامات عمومی)	۱- توجیه و اقناع افکار عمومی (کلیات، مزایا، معایب و ...) ۲- توجیه نخبگان ۳- گرایش به خرید کالاها ۴- آشنایی مردم با نحوه شناسایی سکوهاي معتبر	۱- تهیه و بخش موشن گرافیک ۲- برگزاری نشست تخصصی ۳- پخش زیر نویس های مرتبط از سیمای سراسری و استانی ۴- تهیه و پخش مکرر موشن گرافیک ۵- تهیه و باز نشر اینفوگرافیک ۶- جلسات با نخبگان و اشخاص اثرگذار ۷- مصاحبه با اساتید، صاحب نظران، نخبگان، تولید کنندگان و مصرف کنندگان	۱- نشست های تخصصی ۲- زیر نویس	۱- قبل، حین و پس از اجرای برنامه ۲- قبل و حین اجرای طرح	۱- ستاد، وزارت صمت ۲- ستاد، وزارت صمت	۱- صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران، اتاق اصناف ۲- صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران	۱- تعداد نشست های برگزار شده ۲- تعداد زیر نویس های پخش شده و دفعات پخش آن ۳- تعداد موشن های تهیه شده و تعداد دفعات پخش آن ۴- تعداد اینفوهای تهیه شده و تعداد دفعات باز نشر آن
			۲- موشن گرافیک	قبل و حین اجرای طرح	وزارت صمت، ستاد	صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران	
			۴- اینفوگرافیک	قبل و حین اجرای طرح	وزارت صمت، اتاق اصناف	صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران، اتحادیه ها و انجمن های ذیربط	
			۵- جلسات	قبل و حین اجرای طرح	وزارت صمت، اتاق اصناف	صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران، اتحادیه ها و انجمن های ذیربط	
			۶- مصاحبه	قبل و حین اجرای طرح	ستاد، وزارت صمت	صدا و سیماي جمهوری اسلامی ایران	۱- تعداد مصاحبه ها



جمهوری اسلامی ایران

رئیس جمهور

تصویب نامه ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز

«اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِ مُحَمَّدٍ»

باسمه تعالی

ضوابط اختصاصی خرید، فروش، حمل و نگهداری گروه کالایی پوشاک، اجزاء پوشاک، کیف، کفش و منسوجات

ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در جلسه شماره (۱۳۶)، برگزار شده در تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۱، به استناد ماده (۲) دستورالعمل تبصره (۴) الحاقی ماده (۱۸) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز (تصویب نامه شماره ۱۳۸۸۶۴/ت/۵۲۹۷۱ هـ تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۹ و اصلاحی به شماره ۱۰۶۶۸۹/ت/۵۵۶۷۹ هـ تاریخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۴ هیأت وزیران) و نیز بر اساس ماده (۳) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت، ضوابط اختصاصی خرید، فروش، حمل و نگهداری گروه کالایی پوشاک، اجزاء پوشاک، کیف، کفش و منسوجات را در ۳۳ ماده و ۱۸ تبصره به شرح مواد آتی مصوب و تعیین نمود؛ که در تاریخ ۱۴۰۳/۱۲/۰۱ به تأیید رئیس جمهور رسید.

فصل اول- تعاریف

ماده ۱- عبارات موجود در این تصویب نامه در معانی مشروح زیر به کار می رود:

الف- قانون: قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز مصوب ۱۳۹۲/۱۰/۰۳ با اصلاحات بعدی

ب- ستاد: ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز

پ- اعضای زنجیره تأمین: کلیه اشخاصی که از مرحله تولید یا واردات کالا تا تحویل آن به مصرف کننده نهایی در امر خرید، فروش، حمل یا نگهداری کالاهای مشمول، فعالیت می نمایند.

ت- سامانه جامع تجارت: سامانه نرم افزاری جامع که به منظور یکپارچه سازی و نظارت بر فرآیند تجارت و در اجرای بند (الف) ماده (۶) قانون شکل گرفته است (به نشانی اینترنتی www.ntsww.ir).

ث - **کمیته تخصصی:** کمیته‌ای متشکل از نمایندگان ستاد، وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، اطلاعات، فراجا، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، اتاق اصناف ایران، دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی (حسب مورد در موارد مرتبط با مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی) و سایر نهادها به تشخیص ستاد

ج - کالاهای مشمول: کالاهای زیر با رعایت شرایط مقرر در تبصره این بند:

ردیف	گروه	عنوان کالا
۱	پوشاک	انواع پوشاک رو و زیر مردانه، زنانه و بچه‌گانه اعم از رسمی و غیر رسمی (کژوال) از قبیل پیراهن، شلوار، کت، پالتو، چادر، عبا، قبا، کاپشن، مانتو، روسری، شال، مقنعه، دامن، لباس کار (مانند پزشکی، آتش‌نشانی و نظامی)، لباس ورزشی، شنل، لباس عروس
۲	اجزاء پوشاک	انواع اجزاء پوشاک از قبیل دستمال گردن، کراوات، بندشلواری، پاپیون، پاپوش، تور سر، جوراب، ساق دست، ساق پا، شال گردن، دستکش (به جز دستکش ظرفشویی و نظافت و آشپزی)، کلاه (به جز کلاه ایمنی و کار)، گن، کمر بند (به جز کمر بند ابزار، طبی، ایمنی کار و نظامی)
۳	کیف	انواع کیف از قبیل چمدان، ساک، کوله‌پشتی، کوله کوهنوردی، کیف آرایش، کیف پول، کیف دستی، کیف رودوشی، کیف رایانه و کیف دوربین
۴	کفش	انواع پای‌پوش از قبیل پوتین، چکمه، صندل، کفش اسپورت، کتانی، کفش مجلسی و کفش ورزشی
۵	منسوجات	انواع پتو
		انواع کالای خواب از قبیل تشک خواب نسجی، بالشت، لحاف، روتختی و روبالشی
		انواع پارچه

تبصره - کالاهای موضوع این بند در صورت انطباق با حداقل یکی از شرایط زیر، کالای مشمول محسوب می‌شوند:

- ۱) وارداتی بودن کالا
- ۲) نصب یا درج عبارت ساخت کشور خارجی (به هر زبانی)
- ۳) عدم نصب یا درج عبارت ساخت کشور ایران (به هر زبانی) در محل تعیین شده برای نصب شناسه کالا مطابق دستورالعمل اجرایی ثبت شناسنامه، اخذ و نصب شناسه کالا برای گروه کالایی منسوجات و پوشاک ابلاغی وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ۴) دارای نام یا علامت‌های تجاری (برند) اعلام شده توسط کمیته تخصصی از طریق سامانه جامع تجارت

۵) سایر موارد (کالاهای فاقد شرایط فوق)، صرفاً در خصوص ضوابط زیر:

الف- ضوابط حمل (به استثنای تبصره ۲ ماده ۱۰)

ب- ضوابط موضوع مواد (۱۳)، (۱۴) و (۱۵) در خصوص نگهدارنده‌ای که مالک کالا نباشد.

فصل دوم- ضوابط خرید

ماده ۲- خریداران کالاهای مشمول موظفند این کالا را تنها از اعضای زنجیره تأمین که مشخصات آن‌ها در سامانه جامع تجارت ثبت و مورد تأیید قرار گرفته است، خریداری نمایند.

ماده ۳- خریداران کالاهای مشمول موظفند صرفاً کالاهایی را که فروش آن‌ها در سامانه جامع تجارت به نام ایشان ثبت شده است، خریداری نمایند.

ماده ۴- خریداران کالاهای مشمول، در صورت خرید کالا، ملزم به تأیید خرید در سامانه جامع تجارت می‌باشند. تا زمانی که خریدار، فروش ثبت‌شده به خود را در سامانه مذکور تأیید ننماید، فروش ثبت‌شده توسط فروشنده بلااثر خواهد شد.

ماده ۵- صورت‌حساب (فاکتور) موضوع ماده (۶) دستورالعمل تبصره (۴) الحاقی ماده (۱۸) قانون (تصویب‌نامه شماره ۱۳۸۸۶۴/ت/۵۲۹۷۱ هـ/تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۹ و اصلاحیه شماره ۱۰۶۶۸۹/ت/۵۵۵۶۷۹ هـ/تاریخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۴ هیأت وزیران)، برای کالاهای مشمول، سند الکترونیکی تأییدشده ماده (۴) است.

فصل سوم- ضوابط فروش

ماده ۶- فروش کالای مشمول به اعضای زنجیره تأمین که مشخصات آن‌ها در سامانه جامع تجارت مورد تأیید قرار نگرفته، تخلف است. فروشندگان کالای مشمول ملزم به ثبت اطلاعات فروش در سامانه جامع تجارت می‌باشند. تبصره- فروش به مصرف‌کننده نهایی صرفاً با ثبت اطلاعات توسط فروشنده بوده و نیازمند تأیید اطلاعات خرید از سوی مصرف‌کننده نهایی نیست.

ماده ۷- کلیه عرضه‌کنندگان (اشخاصی که اقدام به فروش کالای مشمول می‌کنند)، ملزم به ثبت اطلاعات محل‌های عرضه کالا و موجودی آن محل در سامانه جامع تجارت می‌باشند. اطلاعات ثبت‌شده در سامانه باید با موجودی آن محل در هر لحظه مطابقت کامل داشته باشد.

ماده ۸- سازمان امور مالیاتی کشور موظف است سامانه مؤدیان (موضوع بند (پ) ماده (۱) قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان) را راه‌اندازی و امکان ثبت‌نام مؤدیان در سامانه و صدور صورتحساب الکترونیکی را از طریق سامانه مزبور فراهم نماید.

ماده ۹- کلیه فروشندگان و عرضه‌کنندگان کالاهای مشمول که توسط سازمان امور مالیاتی فراخوان شوند، موظف به ثبت‌نام در سامانه مذکور هستند. خرده‌فروشی‌ها و واحدهای صنفی که مستقیماً با مصرف‌کننده نهایی ارتباط دارند، علاوه بر عضویت در سامانه مؤدیان، موظف به استفاده از پایانه فروشگاهی می‌باشند. استفاده از پایانه فروشگاهی برای مؤدیانی که مستقیماً با مصرف‌کننده نهایی ارتباط ندارند، الزامی نیست، اما مؤدیان مزبور موظفند کلیه صورتحساب‌های خود را به ترتیبی که سازمان امور مالیاتی مقرر می‌کند از طریق سامانه مؤدیان صادر کنند. تبصره- احکام مقرر در این ماده، نافی احکام مندرج در «قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان» نیست.

فصل چهارم- ضوابط حمل

ماده ۱۰- شرکت‌ها و مؤسسات حمل‌ونقل موظفند اطلاعات مربوط به حمل بین‌شهری کالاهای مشمول مانند «مبدأ»، «مقصد»، «شرح و میزان در حدی که این دو با مشاهده ظاهری عرفاً قابل تشخیص باشد» را به‌منظور اخذ سند حمل در زیرسامانه حمل‌ونقل موضوع بند (ث) فصل دوم آیین‌نامه اجرایی مواد (۵) و (۶) قانون، به‌صورت صحیح ثبت نمایند و حمل‌کننده این کالاها موظف است پیش از حمل بین‌شهری، سند حمل را از شرکت‌ها یا مؤسسات حمل‌ونقل دریافت نماید و از مطابقت اطلاعات سند حمل با محموله خود اطمینان حاصل نماید. در حمل کالای مشمول، اطلاعات سند حمل باید با محموله مطابقت داشته باشد.

تبصره ۱- منظور از مطابقت اطلاعات سند حمل موضوع این ماده، انطباق مندرجات مربوط به «مبدأ»، «مقصد»، «مسیر» و «شرح و میزان کالا، در حدی که این دو با مشاهده ظاهری عرفاً قابل تشخیص باشد» است.

تبصره ۲- حمل کالای مشمول توسط تمامی شرکت‌های پستی دولتی و خصوصی منوط به استعلام اصالت (حسب مورد شناسه کالا یا رهگیری) از سامانه جامع تجارت است.

تبصره ۳- شرکت‌های پستی دولتی و خصوصی موظفند اطلاعات مورد درخواست سامانه شناسایی و مبارزه با کالای قاچاق مانند مبدأ، مقصد، شرح، میزان و مشخصات فرستنده و گیرنده کالاهای مشمول را به‌صورت برخط و آنی به این سامانه ارسال نمایند.

تبصره ۴- در موارد حمل کالا با وسیله نقلیه‌ای که بر اساس قوانین و ضوابط، امکان اخذ سند حمل ندارد (نظیر حمل با خودروی سواری)، مالک کالا موظف است اطلاعات مربوط به حمل بین‌شهری این کالاها مانند مبدأ،

مقصد، شرح، میزان و پلاک خودرو را قبل از حرکت در سامانه جامع تجارت ثبت و شناسه ثبت آن را دریافت کند و در مواردی که راننده غیر از خود مالک است، شناسه ثبت را به راننده نیز تسلیم نماید. راننده موظف است پیش از حمل بین‌شهری، شناسه ثبت را از مالک کالا دریافت و از مطابقت اطلاعات شناسه ثبت با محموله اطمینان حاصل نماید. منظور از مطابقت اطلاعات سند حمل موضوع این تبصره، انطباق مندرجات مربوط به «مبدأ»، «مقصد» و «شرح و میزان کالا، در حدی که این دو با مشاهده ظاهری عرفاً قابل تشخیص باشد» است.

ماده ۱۱- در حمل‌ونقل هوایی، ریلی و آبی کالاهای مشمول نیز رعایت تمامی ضوابط حمل‌ونقل، حسب مورد الزامی است.

فصل پنجم - ضوابط نگهداری

ماده ۱۲- مالکان کالای مشمول ملزم به ثبت اطلاعات محل‌های نگهداری (انبارها و مراکز نگهداری)، موجودی اولیه، ورود و خروج کالا بر اساس شکل (فرم) تعریف شده در سامانه جامع تجارت می‌باشند. اطلاعات ثبت‌شده محل نگهداری در سامانه باید با موجودی آن محل در هر لحظه مطابقت کامل داشته باشد.

ماده ۱۳- نگهداری‌کنندگان کالای مشمول ملزم به ثبت اطلاعات محل‌های نگهداری (انبارها و مراکز نگهداری)، موجودی اولیه، ورود و خروج کالا در سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا می‌باشند. اطلاعات ثبت‌شده محل نگهداری در سامانه باید با موجودی آن محل در هر لحظه مطابقت کامل داشته باشد.

تبصره- با توجه به فراهم شدن امکان انتقال اسناد سامانه جامع تجارت به سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا، مالکان کالاهای مشمول در صورتی که نگهداری‌کننده همان کالا نیز باشند، در زمان ثبت اطلاعات در سامانه جامع تجارت، اطلاعات به سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا ارسال شده و در صورت دریافت شناسه یکتای رسید و حواله (قبض انبار و بیجک)، نیاز به ثبت مجدد اسناد در سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا نخواهد بود.

ماده ۱۴- ثبت اطلاعات نگهداری کالای مشمول توسط مالکین و نگهداری‌کنندگان، تنها در محل‌های نگهداری ثبت‌شده با وضعیت «تأیید شده» در سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا مجاز است.

ماده ۱۵- نگهداری‌کننده و مالک کالا موظفند در صورت از بین رفتن یا حذف کالای مشمول، مبادرت به ثبت اطلاعات آن، حسب مورد در سامانه جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا و سامانه جامع تجارت نمایند. تأیید نهایی

اطلاعات از بین رفتن یا حذف در سامانه منوط به تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت است. در صورت نیاز به بررسی اسناد و مدارک، صاحب کالا ملزم به ارائه آنها است.

تبصره- از بین رفتن یا حذف، رخدادی است که مانع دسترسی به کالای مشمول شود؛ مانند آتش‌سوزی، سرقت، مفقودشدن، توقیف یا ضبط به موجب حکم مراجع قضایی.

فصل ششم - مقررات عمومی

ماده ۱۶- هرگونه خرید، فروش، اقدام به فروش (عرضه)، حمل و نگهداری کالای مشمول فاقد شناسه کالای نصب یا درج‌شده ممنوع است.

ماده ۱۷- در کلیه موارد تخلف از ضوابط موضوع این مصوبه، در صورت تحقق قاچاق، حمل، نگهداری و یا فروش کالای قاچاق، امکان استناد به تخلف موضوع تبصره (۴) ماده (۱۸) قانون وجود نخواهد داشت.

ماده ۱۸- ضوابط موضوع این مصوبه در خصوص هر یک از رفتارهای خرید، فروش، حمل و نگهداری کالای مشمول، در صورتی قابل اجرا است که آن رفتار به صورت تجاری انجام شود. رفتارهای زیر تجاری محسوب می‌شوند:

الف- خرید در هر یک از موارد زیر:

(۱) خرید توسط صاحبان حِرَف و مشاغل در خصوص کالاهای موضوع فعالیت خود؛

(۲) خرید به قصد فروش (یا اجاره یا سایر معاملات به قصد منفعت)؛

(۳) خرید توسط اشخاص در صورتی که مجموع آن در طول سی روز یا کمتر از آن به میزان بیش از سه برابر حداقل نصاب معاملات متوسط اعلامی در ابتدای هر سال بر اساس ماده (۳) قانون برگزاری مناقصات مصوب ۱۳۸۳/۰۱/۲۵ و تبصره (۱) آن باشد.

ب- فروش در هر یک از موارد زیر:

(۱) فروش توسط اشخاصی که کالا را به منظور فروش (یا اجاره یا سایر معاملات به قصد منفعت) تحصیل کرده باشند؛

(۲) فروش توسط صاحبان حِرَف و مشاغل تولید، واردات یا فروش، در خصوص کالاهای موضوع فعالیت خود؛

۳) فروش توسط اشخاص در صورتی که مجموع آن در طول سی روز یا کمتر از آن به میزان بیش از سه برابر حداقل نصاب معاملات متوسط اعلامی در ابتدای هر سال بر اساس ماده (۳) قانون برگزاری مناقصات مصوب ۱۳۸۳/۰۱/۲۵ و تبصره (۱) آن باشد.

پ- حمل در هر یک از موارد زیر:

- ۱) حمل کالا توسط اشخاصی که حمل و نقل کالا را حرفه خود قرار داده‌اند؛
- ۲) حمل کالا توسط وسایل نقلیه عمومی حمل مسافر، در صورتی که بیش از ۴۰ کیلوگرم برای هر مسافر صاحب کالای حاضر در وسیله نقلیه باشد؛
- تبصره- در صورتی که کالا ۴۰ کیلوگرم یا کمتر از آن باشد، اما با توجه به وجود تنوع در سایز، رنگ و سایر فیلدهای توصیفی از یک نوع کالای مشمول (اصطلاحاً جهت جوری جنس در فروش تجاری)، بسته‌بندی با شواهد تجاری (مثل بسته‌بندی دسته‌ای یا گونی) یا امثال آن، تجاری محسوب شود یا با توجه به میزان یا مراتب رفتار یا سایر اوضاع و احوال به صورت یک جریان تجاری درآید، ضوابط و ضمانت‌اجراهای این دستورالعمل در خصوص مسافر یا ارسال کننده کالا لازم‌الاجرا است.
- ۳) حمل کالا بیش از حدود نیاز مصرف شخصی توسط سایر اشخاص به قصد تجاری اعم از اینکه کم باشد یا زیاد و در یک مرتبه باشد یا مراتب متعدد.

ت- نگهداری در هر یک از موارد زیر:

- ۱) نگهداری کالا توسط اشخاصی که نگهداری کالا را حرفه خود قرار داده‌اند؛
- ۲) نگهداری کالا توسط شخص در صورتی که مجموع آن در طول سی روز یا کمتر از آن به میزان بیش از سه برابر حداقل نصاب معاملات متوسط اعلامی در ابتدای هر سال بر اساس ماده (۳) قانون برگزاری مناقصات مصوب ۱۳۸۳/۰۱/۲۵ و تبصره (۱) آن باشد؛
- ۳) نگهداری کالا بیش از حدود نیاز مصرف شخصی توسط هر شخص به قصد تجاری اعم از اینکه کم باشد یا زیاد و در یک مرتبه باشد یا مراتب متعدد.

ماده ۱۹- در صورت عدم رعایت ضوابط این مصوبه در مورد بخشی از کالاهای موضوع رفتار انجام‌شده، ضمانت‌اجرای قانونی، صرفاً درخصوص همان بخش که نسبت به آن تخلف واقع شده است، اعمال خواهد شد.

ماده ۲۰- ثبت کلیه اطلاعات موضوع این ضوابط توسط اعضای زنجیره تأمین باید به صورت آنی انجام گیرد.

ماده ۲۱- اجرای ضوابط این مصوبه در مناطق آزاد تجاری-صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی به شرح زیر خواهد بود:

الف) چنانچه خرید یا فروش کالای مشمول در این مناطق انجام شود، اعمال ضوابط خرید یا فروش، به جای سامانه جامع تجارت، در بستر سامانه‌هایی است که بدین منظور می‌بایست توسط دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی ایجاد شود.

تبصره- خرید یا فروش در صورتی انجام شده در مناطق آزاد تجاری-صنعتی و مناطق ویژه اقتصادی محسوب می‌شود که طرفین معامله مجوز فعالیت در منطقه مربوطه را داشته و کالای مورد معامله نیز در آن منطقه واقع باشد.

ب) چنانچه حمل کالای مشمول صرفاً در محدوده یک منطقه باشد، اعمال ضوابط حمل در بستر سامانه‌هایی است که بدین منظور می‌بایست توسط دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی ایجاد شود.

پ) چنانچه نگهداری کالای مشمول در محدوده منطقه باشد، اعمال ضوابط نگهداری در بستر سامانه‌هایی است که بدین منظور می‌بایست توسط دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی ایجاد شود.

ت) در سایر موارد، اعمال تمامی ضوابط صرفاً در بستر سامانه‌های جامع تجارت، جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا و جامع حمل و نقل خواهد بود.

تبصره ۱- در خصوص بندهای این ماده، در صورتی که اجرای ضوابط در سامانه‌های جامع تجارت، جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا و جامع حمل و نقل انجام گیرد، الزامی به ورود مجدد اطلاعات در سامانه‌های راه‌اندازی شده دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی نیست و در این صورت کلیه اطلاعات مذکور به سامانه‌های ایجاد شده توسط دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی ارسال می‌گردد.

تبصره ۲- ورود کالا به مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی و ایجاد و اختصاص شناسه کالا و رهگیری این کالاها در سامانه‌ای است که توسط دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی ایجاد و تمامی اطلاعات آن به صورت برخط به سامانه جامع تجارت ارسال خواهد شد.

تبصره ۳- دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی موظف است ظرف شش ماه از تاریخ ابلاغ این مصوبه، کلیه سامانه‌های لازم برای اجرای این ماده و تبصره (۲) آن را راه‌اندازی نماید. سامانه‌های مزبور باید منطبق با فرآیندهای سامانه‌های جامع تجارت، جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا و جامع حمل و نقل بوده و مراتب راه‌اندازی، انطباق و امکان بهره‌برداری کامل باید به تأیید و اعلان ستاد برسد. در غیر این صورت تمامی ضوابط باید در سامانه‌های اخیرالذکر انجام گیرد.

تبصره ۴- دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی و ویژه اقتصادی موظف است اطلاعات سامانه‌های اختصاصی را به صورت برخط حسب مورد به سامانه‌های جامع تجارت، جامع انبارها و مراکز نگهداری کالا و جامع حمل و نقل ارسال نماید.

ماده ۲۲- خرید یا فروش کالای مشمول از طریق فضای مجازی نیز مشمول رعایت ضوابط تعیین شده این مصوبه می‌باشد.

ماده ۲۳- رعایت مقررات این مصوبه در خصوص کالاهای سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی و نهاد مأذون از سوی ولی فقیه نیز الزامی است.

ماده ۲۴- دبیرخانه ستاد موظف است جهت حصول اطمینان از استقرار صحیح و کارآمد ضوابط این مصوبه، ظرف یک ماه پس از ابلاغ این مصوبه، برنامه‌ای جهت تعیین وظایف دستگاه‌ها و نهادهای مختلف در قالب کمیته‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات، آموزش، اطلاعات و شناسایی، کشف و برخورد، عملیات و پشتیبانی، رصد و پایش عرضه کالای قاچاق در بستر مجازی و کمیته قضایی تدوین و ابلاغ نماید. این برنامه باید دارای زمان‌بندی انجام وظایف، نحوه دریافت گزارش‌های ماهانه عملکرد و معیارهای ارزیابی عملکرد کمی دستگاه‌ها و نهادها باشد. همه‌ی دستگاه‌ها و نهادها موظفند مطابق این برنامه، عملکرد مطلوبی داشته باشند و در غیر این صورت، قصور یا تقصیر آن‌ها در گزارش‌های فصلی ستاد به اعضای اصلی ستاد، هیأت وزیران و سایر مراجع مربوطه اعلام خواهد شد.

ماده ۲۵- واردکننده کالای مشمول موظف است شناسه کالا را قبل از اتمام تشریفات گمرکی از سامانه جامع تجارت اخذ و میزان هر قلم از کالای خود را بر اساس شناسه کالا به سامانه جامع تجارت اعلام نماید. گمرک

موظف است در راستای اجرای ماده (۸) آیین‌نامه اجرایی ماده (۱۳) قانون، اطلاعات کالای اظهاری را از سامانه جامع تجارت دریافت و مطابقت اطلاعات دریافتی با کالاهای را بر اساس شناسه کالا بررسی و در صورت مغایرت، تا زمان رفع مغایرت، از ترخیص کالا خودداری نماید.

تبصره - حکم این ماده درخصوص کالاهایی که با استفاده از هرگونه معافیت یا تسهیلات قانونی از قبیل مرزنشینی یا ملوانی وارد کشور می‌شود نیز لازم‌الاجرا است.

ماده ۲۶- در کلیه موارد تخلف از ضوابط موضوع این مصوبه، اگر کالا به مصرف‌کننده نهایی تحویل شده باشد، درخصوص ضبط کالا، مقررات ماده (۵۸) قانون اعمال خواهد شد.

ماده ۲۷- در کلیه موارد تخلف از ضوابط موضوع این مصوبه، در صورت حصول شرایط مقرر در ماده (۷۲) قانون، حکم ماده مذکور جاری خواهد شد.

ماده ۲۸- محکومیت به هریک از تخلفات موضوع این مصوبه، مانع از اجرای مجازات جرائم ارتكابی نیست. چنانچه رفتارهای موضوع تبصره (۴) ماده (۱۸) قانون، به‌عنوان تخلف در قوانین و مقررات دیگر دارای جرمه دیگری باشد، جرمه اشد اعمال خواهد شد.

ماده ۲۹- مرجع پاسخگویی به استعلامات درخصوص تخلفات موضوع این مصوبه، سامانه جامع تجارت است. شعب رسیدگی به این پرونده‌ها مکلفند برای احراز تخلف از ضوابط موضوع این مصوبه، اطلاعات لازم را از سامانه جامع تجارت استعلام کنند.

ماده ۳۰- مرجع رسیدگی، جهت تعیین ارزش کالا، در مورد کالاهای وارداتی از گمرک و در مورد کالاهای غیروارداتی یا کالاهایی که وارداتی یا غیروارداتی بودن آن مشخص نیست از وزارت صنعت، معدن و تجارت (حسب مورد اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان) استعلام می‌نماید.

ماده ۳۱- کمیته تخصصی مجاز به بروزرسانی فهرست نام و نشان‌های تجاری موضوع مورد (۴) تبصره بند (ج) ماده (۱) این مصوبه به صورت فصلی می‌باشد. هر نام و نشان تجاری اضافه شده به این فهرست، ۱۲ ماه پس از ابلاغ، مشمول ضوابط این دستورالعمل است.

ماده ۳۲- اجرای ضوابط اختصاصی مندرج در این مصوبه مانع از لازم‌الاجرا بودن ضوابط عام مندرج در دستورالعمل تبصره (۴) الحاقی ماده (۱۸) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز موضوع تصویب‌نامه شماره

۱۳۸۸۶۴/ت/۵۲۹۷۱ هـ تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۰۹ و اصلاحیه شماره ۱۰۶۶۸۹/ت/۵۵۶۷۹ هـ تاریخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۴ هیأت وزیران نیست.

ماده ۳۳ - زمان بندی اجرای تدریجی ضوابط این مصوبه از زمان ابلاغ به شرح زیر است:

ردیف	گروه کالایی ضابطه	کیف و کفش	پوشاک و اجزاء پوشاک	پتو و کالای خواب	پارچه
۱	خرید، فروش و نگهداری با نصب یا درج شناسه کالا توسط فروشنده و یا نگهدارنده‌ای که تولیدکننده و یا واردکننده هستند	۳ ماه	۶ ماه	۹ ماه	مطابق تبصره (۲)
۲	ثبت خرید و فروش در سامانه جامع تجارت توسط خریدار و یا فروشنده‌ای که تولیدکننده و یا واردکننده هستند	۶ ماه	۹ ماه	۱۲ ماه	۳ ماه پس از ردیف فوق
۳	ثبت خرید و فروش در سامانه جامع تجارت توسط خریدار و یا فروشنده‌ای که تولیدکننده و یا واردکننده نیستند	۹ ماه	۱۲ ماه	۱۵ ماه	۳ ماه پس از ردیف فوق
۴	ضوابط نگهداری	۱۲ ماه	۱۵ ماه	۱۸ ماه	۳ ماه پس از ردیف فوق
۵	ضوابط ردیف اول درخصوص سایر اشخاص و نیز سایر ضوابط درخصوص همه اشخاص	۱۸ ماه	۲۱ ماه	۲۴ ماه	۶ ماه پس از ردیف فوق

تبصره ۱- زمان بندی‌های موضوع این ماده با ابلاغ وزیر صنعت، معدن و تجارت، برای هر گروه کالایی حداکثر ۶ ماه قابل تمدید می‌باشد.

تبصره ۲- زمان اجرای ضوابط اختصاصی موضوع این مصوبه درخصوص «پارچه» منوط به اعلام رسمی کمیته تخصصی است. شش ماه پس از اعلام رسمی کمیته تخصصی، ضوابط اختصاصی موضوع این مصوبه در خصوص پارچه نیز قابل اجرا خواهد بود.

