

در این سرفصل همچنین می‌خوانید:

۳۲ چترهای نیمه برافراشته

۳۳ قوانین پراکنده، برداشت‌های متفاوت

۳۴ کشتی کابینه در ساحل آرامش؟

۳۴ انجمن اقتصاددانان



جنگ خدمات پس از فروش

ابهام خدمات برای واردات شناسنامه‌ای

واردات شناسنامه‌ای

مطابق قانون، هر شخص ایرانی به هنگام ورود به کشور، با شناسنامه، می‌تواند پنج خودرو را که در ایران نمایندگی دارد، وارد کشور کرده و به فروش برساند. سایر ضوابط و تعرفه‌ها، همچون کالاهای وارداتی دیگر بوده و مراحل قانونی آن یکسان است. اولین بحث در رابطه با واردات شناسنامه‌ای، از ابتدای زمستان ۸۶ شروع شد و مزایا و معایب آن مورد توجه قرار گرفت. مهمترین مسأله در این مورد، خدمات پس از فروش می‌باشد که جدای از سود و زیان و قوانین، از مهمترین حقوق خریداران است. اصرار قانون به واردات شناسنامه‌ای به شرط وجود نمایندگی در کشور، در همین زمینه قابل توجه است.

گرچه این نوع واردات محدود و اندک می‌باشد، اما به علت نبود ثبت سفارش، آمار مشخصی از گمرک بابت واردات شناسنامه‌ای اعلام نمی‌شود.

مزایای واردات شناسنامه‌ای

اغلب دولتی‌ها، واردات از طریق شهروندان را دلیلی بر شکستن قیمت‌های نجومی می‌دانند و معتقدند که این نوع واردات، علیرغم ابعاد کم، باعث توازن بازار شده و لذا رایج خدمات پس از فروش به این خودروها با دریافت هزینه، غیر قانونی است. در این زمینه، حسین فرجی، رییس مرکز اصناف و بازرگانان وزارت بازرگانی تأکید می‌کند، تمام نماینده‌های خودروهای وارداتی موظفند به هر نوع خودروی تحت پوشش، خدمات رایج دهند. در واقع، نظر کارشناسان دولت که واردات توسط شهروندان را جزو الزامات تجارت آزاد دانسته‌اند، تا حد زیادی قیمت‌ها را به نفع خریداران متعادل کرده است.

آنچه رخ می‌دهد

در مقابل، شرکت‌های واردکننده با اشاره به هزینه‌های سنگین تجهیز مراکز خدمات پس از فروش که به علت دستگاه‌های خاص عیب‌یاب می‌باشد، واردات

شما این امکان را دارید که با شناسنامه خود تا پنج خودرو به کشور وارد کنید اما از خدمات پس از فروش آن بهره‌مند نخواهید بود.

فروش خودروهای وارداتی، لازم است متقاضی، تأییدیه لازم را از مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، سازمان محیط‌زیست و بهینه‌سازی مصرف سوخت، اخذ نموده و پس از اعلام به مرکز اصناف و بازرگانان ایران، به عنوان نماینده خدمات پس از فروش آن مدل از خودرو معرفی شود.

با توجه به رقم روزافزون سالانه خودروهای وارداتی در ایران، باز هم شرکت‌های واردکننده‌ای وجود دارند که حاضر نیستند به بسیاری از خودروهای وارداتی، خدمات پس از فروش رایج بدهند. گرچه خدمات پس از فروش در ایران به مشکل تبدیل شده است اما نمایندگان شرکت‌های واردکننده نیز، در پاسخ به این مشکلات، از واردات بدون ضابطه به ایران گلایه دارند.

گفتنی است، در محدوده زمان خاصی، برخی مجاری وارداتی غیررسمی، مورد انتقاد نمایندگی‌ها بودند. اما در حال حاضر، واردات آزاد توسط افراد، بیشترین اعتراض را به خود اختصاص داده است. در حقیقت، نمایندگی‌ها معتقدند اگرچه سخن از ضابطه‌های مشخصی است که از سوی چند وزارتخانه و سازمان تأیید می‌شود، اما واردات از سایر کشورها، از طریق واسطه‌ها ادامه دارد. نمایندگی‌ها در برابر این نوع واردات (واردات شناسنامه‌ای)، خدمات پس از فروش را به اتومبیل‌هایی اختصاص داده‌اند که فقط از طریق شرکت مادر، سفارش شده باشند.

طی سال ۸۵، ۳۰ هزار و ۸۷۹ دستگاه خودرو به ارزش ۴ میلیون و ۹۶۴ هزار و ۳۱۰ دلار، وارد کشور شد. در سال ۸۶ نیز، ۴۲ هزار و ۴۶۱ دستگاه خودرو به ارزش ۸ میلیون و ۱۵۴ هزار و ۱۷۳ دلار وارد کشور شده که از افزایش واردات به میزان ۳۰ درصد با ارزش افزوده ۴۰ درصد و ورود خودروهای لوکس و گران‌تر به بازار ایران خبر می‌دهد. گرچه این تعداد خودرو، تقریباً ۳/۵ درصد از سهم بازار مصرف خودروی کشور را به خود اختصاص داده، اما از جمله پُرچازبه‌ترین بازارها می‌باشد، چراکه برای خریداران ثروتمند، کیفیت بالا و پُر قدرت بودن در کنار ایمنی آن، بیشتر از پول خودرو اهمیت دارد. مصوبه دولت، مبنی بر تحویل خودروی نو به ازای دریافت گواهی اسقاط خودروی فرسوده، در افزایش ناگهانی ۱/۵ میلیون تومانی قیمت خودرو بی‌تأثیر نیست. در عین حال، خدمات پس از فروش مناسب، با توجه به قیمت بالای خودروها، نه تنها جزو حقوق اولیه، بلکه از اولویات‌های خرید به حساب می‌آید؛ مخصوصاً آن که این نوع خودروها، احتیاج به دستگاه‌ها و تخصص‌های خاص دارند. شاید به همین جهت است که واردات هر نوع خودرو، به شرط تضمین خدمات پس از فروش آن به مدت ۱۰ سال، آزاد اعلام شده است.

خدمات انحصاری پس از فروش

برای اخذ نمایندگی‌های مجاز خدمات پس از

درد دل مدیران

چترهای نیمه برافراشته

نگاه آقای یونس مظلومی، مدیر عامل بیمه سایان، به بازار بیمه، بیمه‌گر و بیمه‌گذار

در قانون بیمه و به خصوص در قانون بیمه شخص ثالث که چند سال است مطرح، ولی هنوز به نتیجه‌ای نرسیده است، تحقق پذیرد. از دیگر مسائلی موجود در صنعت بیمه این است که صنعت بیمه کشورمان با صنعت بیمه جهانی، فاصله قابل ملاحظه‌ای دارد. در صنعت بیمه جهانی و حتی در کشورهایی که از نظر اقتصادی در سطح کشور ایران هستند، نهادهای بسیاری چون شرکت‌های ارزیابی خسارت، شرکت‌های مشاوره‌ای و کارآگاهان بیمه علاوه بر شرکت‌های بیمه در کنار بیمه‌گران وجود دارند، لیکن این نوع نهادها در کشور ما وجود نداشته و هیچ‌گونه پیش‌بینی نیز برای تأسیس آنها نشده است. در اثر فقدان این نهادها، متأسفانه بیمه‌گر به تعیین خسارات پرداخته و با در نظر گرفتن سود و زیان خود تصمیم خواهد گرفت. بنابراین، در بسیاری از موارد، بیمه‌گذار ناراضی می‌باشد.

موضوع دیگر، نادیده گرفته شدن شبکه فروش یا بخش واسطه‌گری بیمه است. برای مثال، در انگلستان بیمه‌گذار کمترین ارتباط را با بیمه‌گر دارد. در واقع، شرکت کارگزاری بیمه،



ریسک را تعریف می‌کند، بیمه‌نامه را صادر می‌نماید و با بیمه‌گذار در ارتباط است و چه بسا بیمه‌گذار مطلع نباشد که کدام شرکت بیمه‌گر است، اما در کشور ما نقش شرکت‌های بیمه خیلی پررنگ‌تر است و نقش خیلی کم رنگی برای شرکت‌های نمایندگی بیمه دیده می‌شود. خصوصی‌سازی صنعت بیمه باید در میان شرکت‌های بیمه، رقابتی سازنده به وجود بیاورد نه رقابتی مکارانه. متأسفانه، در مواردی به جهت پایین‌تر آوردن حق بیمه، بیمه‌نامه‌هایی با کمترین پوشش‌ها به بیمه‌گذاران فروخته می‌شود. عدم حضور شرکت‌های بیمه اتکایی مطمئن و معتبر و با سرمایه مناسب در کشور، به خصوص در شرایط تحریم‌های کنونی، معضل دیگری در صنعت بیمه است. معمولاً در کشورهای هم سطح ایران از لحاظ اقتصادی شرکت‌های بیمه اتکایی به جهت این که باید دارای سرمایه هنگفتی باشند ملی و دولتی هستند. این مسأله در وهله اول از خروج ارز از کشور جلوگیری می‌کند و دوم این که اگر شرایطی به وجود بیاید که یک شرکت بیمه اتکایی، مقادیر زیادی ارز از کشور خارج کند و کشور دچار تحریم شود، دیگر شرکت بیمه اتکایی نمی‌تواند نقشی را که بر عهده دارد به خوبی ایفا نماید. بنابراین، بسیار ضروری است که بیمه اتکایی مناسبی در کشور داشته باشیم. ■

از مسائلی مهم و عمده‌ای که در صنعت بیمه کشورمان با آن مواجه هستیم، پایین بودن سطح آگاهی بیمه‌گذاران یا به عبارت بهتر، پایین بودن فرهنگ بیمه در جامعه است. بیمه‌گذاران در کشورمان از کمترین اطلاعات در مورد نحوه بیمه‌گذاری برخوردارند که این امر، معضلاتی برای شرکت‌های بیمه، شرکت‌های نمایندگی بیمه و همچنین برای فروشندگان و کارگزاران بیمه ایجاد کرده است. در این میان، تنها مسأله‌ای که بیمه‌گذاران به مقایسه با آن بر می‌خیزند، حق شرایط اعلام شده توسط بیمه‌گران است. در حالی که به غیر از این مسأله، بیمه‌گذاران باید، شرایط بیمه‌نامه‌ها و نوع

ریسک‌هایی را که پوشش می‌دهند، با یکدیگر مقایسه کنند. این بی‌توجهی بیمه‌گذار سبب می‌شود تا در بعضی اوقات، بیمه‌گری، علیرغم این که نرخ شرایط خوبی را اعلام کرده است اما در مناقصه بیمه‌ای که بیمه‌گذار برگزار کرده برنده نشده و ریسک به طور نامطلوبی پوشش داده شود و تنها بیمه‌گذار، در زمان خسارت متوجه این مسأله بشود که پوشش بیمه‌ای را دریافت نکرده است. بنابراین، ما در جامعه، شاهد این مسأله هستیم که گاهی اوقات بیان می‌کنند شرکت‌های بیمه، تنها حق بیمه را دریافت می‌کنند، اما در مواقع بروز حوادث، خسارتی را پرداخت نمی‌نمایند در حالی که بیمه‌گذاران در هنگام عقد قرارداد بیمه، توجهی به بیمه‌نامه‌ای که خریداری کرده‌اند، نمی‌کنند. این مسأله به این دلیل است که بیمه‌گذاران به مقدار فرانشیز و شرایط بیمه‌نامه اصلاً توجهی نمی‌کنند. در واقع، این یکی از مسائلی است که ما با آن مواجه‌ایم و متأسفانه اگر شرکت بیمه‌گری به سمت این نوع از رقابت‌ها برود، نه تنها در موقع خسارت، حقوق بیمه‌گذار ضایع می‌شود، بلکه حتی شرکت‌های دیگر نیز که پیشنهاد پوشش مناسبی را به بیمه‌گذار داده بودند، بازار و سود خود را از دست خواهند داد.

قانون قدیمی بیمه

یکی دیگر از مسائلی که برای شرکت‌های بیمه‌گر وجود دارد این است که قوانین، مقررات و شرایطی که اکنون در جامعه برای بیمه وجود دارد مربوط به سال ۱۳۱۶ می‌باشد، در حالی که شرایط اقتصادی و بازرگانی جامعه به نحو چشمگیری تغییر کرده است. بنابراین، به نظر من قانون بیمه باید مورد بازبینی قرار گرفته و اصلاحاتی در آن صورت گیرد. در واقع باید یکسری بازنگاری اساسی

شناسنامه‌ای را باعث ضرر و زیان خود می‌دانند. در حالی که این بحث به نفع واردات شناسنامه‌ای پیش می‌رود، وجود سودجویانی که با دستکاری در کیلومتر خودروها یا تعویض و تغییر آپشن‌ها اقدام به این نوع واردات می‌کنند، قضیه را بغرنج‌تر می‌کند. در زمستان سال ۸۶ گزارشی منتشر شد که عده‌ای با اجاره شناسنامه با مبالغ ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان، اقدام به واردات می‌کنند. همچنین، گروهی نیز با دستکاری در کیلومتر خودروها آن را به قیمت صفر می‌فروشند یا آپشن خودرو را با نمونه‌های ارزان‌تر تعویض می‌کنند. این مباحث در کنار دریافت خدمات پس از فروش، به حدی پیش رفت که در اقدامی بی‌سابقه، هنگامی که بابایی، مدیر بازاریابی و فروش پارس خودرو، درگیر واردات نیسان مورانو بود، با مشاهده آن در خیابان‌های تهران، با اعلام این که به مورانوهای شناسنامه‌ای حتی گارانتی نیز نمی‌دهیم، باعث بهت بازار شد. وی با اشاره به این که نمایندگی‌های این شرکت، هنگام ارایه هر نوع خدمات، شماره شاسی خودرو را چک خواهند کرد و فقط به شماره شاسی‌هایی که از طریق پارس خودرو به فروش رفته سرویس خواهند داد، بحث حقوقی پیش آورد که تا به امروز بی‌پاسخ مانده است. حسین اردوخانی، دبیر اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو در تهران نیز، واردات شناسنامه‌ای را باعث آشفتگی بازار می‌داند. وی معتقد است که خریدار، هنگام دیدن دو خودروی هم مدل که چند میلیون تفاوت قیمت دارند، به راستی نمی‌داند چه باید بکند و اعتمادش سلب خواهد شد. گرچه در این میان، سؤالی نیز مطرح می‌شود و آن به نحوه نظارت بر کلیه خودروهای وارداتی باز می‌گردد که چگونه با حضور گمرک و مؤسسه استاندارد، شاهد تغییر در آپشن‌های فابریک خودرو با نمونه‌های دست‌چندم چینی یا تغییر در کیلومتر خودرو و صفر کردن آن هستیم؟

نتیجه

با توجه به این که خدمات پس از فروش مناسب، مهمترین حق خریداران خودرو می‌باشد، به نظر می‌رسد باید مشکلات موجود به سرعت برطرف شود. واردات شناسنامه‌ای در نبود نظام قیمت‌گذاری، باعث توازن و تعادل در بازار شده اما دستکاری خودروها و عدم ارایه خدمات پس از فروش و یا ارایه آن در ازای دریافت وجه نقد از طرف نمایندگی‌ها، مشکلاتی را برای خریداران خودروهای فوق به وجود آورده است. بسیاری از نمایندگان مجلس و تصمیم‌گیران دولتی، اصرار به خدمات پس از فروش مناسب دارند، اما در عمل، اقدامی جدی در این زمینه دیده نمی‌شود. شاید آنچه که از وزارت بازرگانی در رابطه با رتبه‌بندی نمایندگی‌های واردکننده خودرو شنیده شده، بتواند همزمان با نظارت و قیمت‌گذاری، واردات شناسنامه‌ای را محدود کند، چنانچه یکبار کانون‌زبان، عضو سابق کمیسیون صنایع مجلس، پیشنهاد کاهش واردات شناسنامه‌ای از پنج به یک خودرو را داده بود. ■