



تقلبی‌های گران در بازار پوشاک

عدم نظارت کافی روی ورود و خروج کالاها، کیفیت پایین کالاهای داخلی، بازار داغ برندهای خارجی در ایران، طمع خرید کالاهای برند و تحریم‌ها باعث شده گاهی این محصولات (به فرض اصل بودن) به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی خود به فروش برسند. عدم نظارت کافی روی ورود و خروج کالاها، کیفیت پایین کالاهای داخلی، بازار داغ برندهای خارجی در ایران، طمع خرید کالاهای برند و تحریم‌ها باعث شده گاهی این محصولات (به فرض اصل بودن) به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی خود به فروش برسند. گاهی خریدار یک کالایی را با توجه به مراجعه به نمایندگی اصلی با قیمتی پایین و در جای دیگر با قیمتی بالاتر خریداری می‌کند. تخلفی که در این مورد رخ می‌دهد در خوشبینانه‌ترین حالت می‌تواند گرانفروشی باشد ولی متأسفانه در اکثر مواقع خریداران مبلغی را بابت محصولی پرداخت می‌کنند که تقلبی است و به اسم اصل به آنها فروخته می‌شود. حال این سوال پیش می‌آید که با توجه به آمار بالای قاچاق پوشاک و افزایش جنس تقلبی در کشور چه خلأیی در قانون وجود دارد که قاچاقچیان را راغب به ارتکاب این عمل می‌کند؟

مهدی شهلا، حقوقدان و وکیل پایه یک دادگستری در مورد چگونگی ثبت یک برند در کشور به «شهروند» گفت: برند در اصطلاح به یک مارک تجاری، یک علامت یا یک اسم تجاری گفته می‌شود اما در اصطلاح حقوق تجارت منظور این است که یک کالایی با یک علامت یا یک اسم ثبت و بعد به همان اسم ثبت‌شده شناخته شود. لذا زمانی که می‌گوییم این یک برند است یعنی یک کالایی است که سابق بر این به ثبت رسیده است.

زمانی که این برند به شکل‌های مختلف به ثبت رسید در طول سال‌های متمادی فعالیت با ارایه کار خود اعتماد خریداران را جلب می‌کند و به‌طور کل سال‌های زیادی طول خواهد کشید که یک برند به آنچه امروز هست تبدیل می‌شود، مانند برندهای مختلف کالاهایی که در سالیان زیاد در بازار وجود دارد. حال زمانی که یک برند به کشوری

ورود پیدا می‌کند و می‌خواهد فعالیت خود را آغاز کند در ابتدا باید علامتش را در آن کشور به ثبت برساند و بعد از ثبت نام مشخص کند که کالای تولیدی‌اش را به چه قیمتی می‌خواهد به فروش برساند.

حال اگر صاحب برند بخواهد محصولش را به قیمتی بیشتر از حد معمول به فروش برساند طبیعتاً کالاهای دیگر اجازه نمی‌دهند این اتفاق بیفتد و این شرکت کالای خود را به راحتی به فروش برساند. حال رقابت در بازار یک مسأله است و چشم و هم‌چشمی مسأله دیگر ولی متأسفانه وضعیتی که در مورد برندها در کشورهای جهان سوم و کشور ما وجود دارد چشم و هم‌چشمی و برندبازی در حدی است که این موضوع به شهرهای کوچک و حتی روستاها کشیده شده است.

مهدی شهلا در ادامه پدیده برندبازی مردم را مورد انتقاد قرار داد و گفت: مردم با دیدن یک علامت به دنبال این هستند که این علامت یا نشانه را در لباس‌های‌شان یا کالاهایی که از آن استفاده می‌کنند، داشته باشند. به‌طور مثال برای‌شان مهم است که برند خودروشان برند خاصی باشد به‌طوری‌که در هیچ‌جای دنیایم بینیم که شخصی برای داشتن خودرویی آن را به‌صورت اقساط خریداری کند.

متأسفانه در کشور ما به دلیل همه‌گیر شدن بیماری برندبازی کار به جایی رسیده که یک خودرو که در اروپا فقط ثروتمندان قدرت خریداری آن را دارند در کشور ما آن را افراد فقیر هم می‌توانند سوار شوند، به این صورت که اگر کسی پول نقد نداشته باشد هر طور شده با گرفتن وام و اقساط و راهکارهایی از این قبیل، خودرو افراد میلیونر را می‌خرد تا با آن خودنمایی کند یا به وسیله داشتن این خودرو دست به کلاهبرداری بزند. با این وجود، برندبازی در ایران و گران خریدن به نام برند بیشتر از این که فروش گران باشد، خرید گران است.

وی در ادامه افزود: مردم تا برندی را می‌بینند بدون توجه به این که آیا این محصول واقعا به قیمتی که فروخته می‌شود می‌ارزد یا نه آن را می‌خرند. البته دستگاه‌های دولتی می‌توانند با اعمال کنترل در مقدار خرید و فروش محصولات و نوع

واردات به این برندها نظارت کنند که با توجه به مشکلاتی که مشاهده می‌کنیم به نظر می‌رسد کنترل یا اصلاً وجود ندارد یا اگر هم وجود داشته باشد بسیار کم است. بنابراین با کنترل کم و چشم و هم‌چشمی، مردم در اکثر مواقع محصولات را خریداری می‌کنند که واقعی نیست.

این حقوقدان در پاسخ به این سوال که با برندهای تقلبی که به نام برند اصلی محصولات‌شان را به فروش می‌رسانند، چه باید کرد؟ افزود: در درجه نخست خود صاحب برند باید با محصولات تقلبی که با نام برند او به فروش می‌رسد، برخورد کند. ما از سال‌های پیش عضو کنوانسیون‌های احترام به علائم ثبت‌شده در ایران هستیم و به همین دلیل موظف به انجام موارد ذکر شده در این کنوانسیون‌ها هستیم، بنابراین نقضی از طرف ما در این مورد صورت نمی‌گیرد و خود برندهای ثبت‌شده در ایران باید جلوی برندهای تقلبی و آنان که از برندهای اصلی سوءاستفاده می‌کنند را بگیرند، اگر آنها این کار را انجام نمی‌دهند دولت هم نمی‌تواند جلوی این موضوع را بگیرد و وظیفه‌ای ندارد ضرر و زانی که به شرکت اصلی وارد شده را جبران کند.

مهدی شهلا در پاسخ به این سوال که شرکت‌های اصلی واردکننده از چه طریقی می‌توانند به کنترل برندهای تقلبی بپردازند، گفت: این شرکت‌ها با فرستادن بازرسان می‌توانند بر برندهای تقلبی نظارت کنند. چه بسا در بسیاری از کشورها همین شرکت‌های اصلی تولیدکننده، کالاهای تقلبی را که به نام آنها فروخته می‌شود، با هزینه خودشان خریداری می‌کنند و با ترتیب‌دادن نمایشی، آن کالاها را از بین می‌برند تا به این شرکت‌ها بفهمانند روی آنها نظارت دارند.

متأسفانه در ایران این کارها صورت نمی‌گیرد و شاید به همین دلیل است که محصولات تقلبی به نام محصولات اصلی در ایران زیاد است. این شرکت‌ها اگر همان کارهایی را که در کشورهای دیگر انجام می‌دهند، در ایران هم بکنند این گونه مشکلات را زودتر رفع می‌کنند. چه بسا این کار به سود خودشان هم می‌شود.

وی با اشاره به این که در این مورد ضعف قانونی وجود ندارد،

مدیرکل مبارزه با قاچاق کالا و ارز: مشکلی که در پرونده‌های قاچاق وجود دارد این است که بسیاری از قاچاقچیان بعد از دستگیری اعلام می‌کنند این کالا ایرانی است و چون پوشاک مشخصه خاصی ندارد و در حجم کم می‌توان این محصول را به صورت قاچاق وارد کرد، به همین دلیل پیگیری آن هم کار دشواری است

افزود: در این مورد ممکن است کنترل کمتر صورت گیرد. البته آن کنترلی که مربوط به گران‌فروشی و جنس قاچاق می‌شود. ولی نباید این موضوع را هم فراموش کرد که به علت وسیع بودن کشور و داشتن مرزهای متعدد نمی‌توان آن‌طور که باید این موضوعات را کنترل کرد. البته بحث کالای قاچاق در ایران وجود دارد و این موضوعی است که مقامات دولتی هم آن را قبول دارند. بنابراین باید توجه داشت که اکثر برندهای موجود در ایران برندهای تقلبی هستند و دیگر کشورها اگر بخواهند جلوی فروش آنها را بگیرند باید به وسیله پیگیری‌های قانونی این کار را انجام دهند و به این وسیله اجناس شان را به قیمت متعارف به فروش برسانند. این حقوقدان در پاسخ به این سوال که اگر یک نفر واقعا بخواهد محصول اصل خریداری کند، چگونه باید متوجه شود که نمایندگی فروش نمایندگی اصلی است؟ گفت: متأسفانه این موضوع هم تقریباً غیرممکن شده به دلیل این که همه نمایندگی‌ها ادعا می‌کنند که نمایندگی اصلی هستند، در صورتی که بعد از خرید و استفاده محصول متوجه می‌شویم این نمایندگی اصلی نیست و دلیل آن هم نظارت کم و بی‌توجهی دولت به این موضوع است. گاهی به دلیل همین نظارت کم خود نمایندگی‌های اصلی هم اجناسی را ارایه می‌دهند که با پروانه اصلی آنها مطابقت ندارد.

این وکیل دادگستری با تأکید بر این که دولت باید در بحث نظارت بر برندها بهتر عمل کند، گفت: دولت باید در اعمال مقررات بهتر و دقیق‌تر عمل کرده و در این زمینه سختگیرانه‌تر برخورد کند. زمانی که بازرسان به درستی به وظایف‌شان عمل نمی‌کنند به نظر می‌رسد مشکل از همان‌جا به وجود می‌آید. به‌طور مثال در بحث ورود کالای قاچاق زمانی که اعلام می‌شود ۱۰ کانتینر کالای قاچاق به کشور وارد شده به راحتی می‌توان متوجه شد پایه‌هایی از فساد اداری وجود دارد. یا زمانی که می‌شنویم بسیاری از دستگاه‌های چاپگر در گمرک درست کار نمی‌کنند معلوم است این کانتینرها در بعضی از مواقع بدون آن که کنترل شوند به کشور ورود پیدا می‌کنند. بنابراین نظارت دولت،

نظارت کاملی نیست حال دلیل آن می‌خواهد نبودن امکانات مالی باشد یا عدم توانایی ارایه دستگاه‌های چاپگر کامل، در هر صورت این موضوعات نشان‌دهنده نظارت کم دولت به ورود و خروج کالاهاست.

امید رستمی، سرپرست دفتر حقوقی سازمان تعزیرات حکومتی درخصوص ثبت برندها در کشور به «شهروند» گفت: ورود تمام برندها به کشور تفاوت خاصی با یکدیگر ندارد و هر برند برای ورود باید مراحل از جمله ثبت گمرک و تاییدیه‌های گمرکی و... را طی کند. حال در این‌جا دو نکته باید مورد توجه قرار گیرد. مورد نخست برندهای اصل و مورد دوم برندهای تقلبی است که به نام اصل به فروش محصولاتشان می‌پردازند.

در مورد برندهای اصلی، اکثراً محصولات این برندها به دلیل این که در کشورهای دیگر تولید می‌شوند و هزینه عوارض گمرکی، حمل و نقل، بیمه، اجاره مغازه، آب و برق، استهلاک و دستمزد نیروی انسانی را پرداخت می‌کنند به طبع با قیمت بالایی در کشور به فروش می‌رسند. با احتساب همه این هزینه‌ها، این برندها با یک نرخ اصولی که ۱۵ درصد است، کالای خود را به فروش می‌رسانند چه‌بسا که این محصولات در کشورهای دیگر به دلیل شناخته‌شدن و کیفیت بالا به قیمت بالایی هم به فروش می‌رسند.

حال اگر اتحادیه پوشاک گزارشی را مبنی بر گران‌فروشی برندها اطلاع دهد و این گران‌فروشی محرز شود طبق ماده ۵۷ نظام صنفی کشور با شرکت یا شخص متخلف برخورد خواهد شد. به موجب این قانون عرضه یا فروش کالا یا ارایه خدمت به بهایی بیش از نرخ‌های تعیین شده به وسیله مراجع قانونی ذیربط، عدم اجرای مقررات و ضوابط قیمت‌گذاری و انجام دادن هر نوع عملی که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار شود، در صورتی که تخلف احراز شود، فروشنده علاوه بر هزینه پرداخت‌شده باید دو برابر جریمه پرداخت کند و اگر تخلف به دفعات افزایش یابد، جریمه‌ها هم به همان میزان بیشتر خواهد شد.

حال اگر تعداد دفعات تخلف از سه بار بیشتر شود، مامور اقدام به نصب پارچه به مدت ۱۰ روز بر سردر محل کسب با عنوان متخلف خواهد کرد و اگر تعداد تخلف‌ها بیش از چهار مرتبه شود علاوه بر نصب پارچه، محل کسب به مدت سه ماه تعطیل خواهد شد. در مورد کالاهای تقلبی که به اسم کالای اصل فروخته می‌شود می‌توان گفت این محصولات معمولاً با قیمتی پایین‌تر از قیمت اصلی به فروش می‌رسند و به طبع همین قیمت پایین باید دلیلی برای اصل نبودن این کالاها باشد.

رستمی اثر یک‌ساله قانون صنفی را ضعف این قانون دانست و گفت: متأسفانه گزارش‌دهی در مورد تخلفات صورت گرفته

در بحث پوشاک بسیار دشوار است. از طرفی هم قانون صنفی اثر یک‌ساله دارد و زمانی که گزارش تخلف به ما می‌رسد می‌توانیم محکومیت را در طول مدت یک‌سال تعیین کنیم و پس از آن اگر دوباره تخلفی از این واحد صنفی گزارش شود در سال بعد این تخلف به‌عنوان نخستین بار ثبت و این متخلف به‌عنوان نخستین بار محکوم خواهد شد. در نتیجه این موضوع باید در اصلاحیه قانون نظام صنفی قرار گیرد و به آن توجه شود.

عبدالمجید اجتهادی، مدیرکل مبارزه با قاچاق کالا و ارز با ارایه آمار قاچاق پوشاک به «شهروند» گفت: طبق آمار ۹ ماهه سال گذشته ۳۱۵۶۶ فقره پرونده قاچاق کالا به ثبت رسیده و در ۹ ماهه سال جاری این رقم به ۳۹۵۹ فقره پرونده افزایش یافته است. جریمه صادرشده در ۹ ماهه سال ۹۴۴ به میزان ۶۵۴,۲۳۴,۹۸۴,۵۰۳ و در ۹ ماهه سال ۹۵ به میزان ۲,۳۹۵,۱۹۸,۳۵۶,۵۸۰ بوده است که در این آمار پرونده‌های سنگینی مشاهده می‌شود.

با توجه به آمار به ثبت‌رسیده به راحتی می‌توان دریافت پوشاک یکی از کالاهایی است که بیشترین حجم قاچاق را در بین کالاهای وارداتی دارد. این کالا در بعضی مواقع رتبه نخست و دوم را به خود اختصاص داده است، همچنین تعرفه و سود بالای تعریف‌شده برای پوشاک باعث شده رغبت برای قاچاق این کالا بیشتر شود.

اجتهادی با تأکید بر این که ریسک قاچاق کالا در کشور بسیار پایین است، افزود: مشکلی که در پرونده‌های قاچاق وجود دارد این است که بسیاری از قاچاقچیان بعد از دستگیری اعلام می‌کنند این کالا ایرانی است و چون پوشاک مشخصه خاصی ندارد و در حجم کم می‌توان این محصول را به صورت قاچاق وارد کرد، به همین دلیل پیگیری آن هم کار دشواری است.

از طرفی هم ریسک قاچاق پوشاک در کشور بسیار پایین است و همین امر منجر به افزایش رغبت قاچاقچی به انجام این عمل می‌شود، با این وجود امیدواریم با راه‌اندازی سامانه کد شناسایی و رهگیری کالا مشکلات به وجود آمده در این زمینه را رفع کنیم. حال اگر مردم نیاز به مصرف کالای خارجی داشته باشند باید محصول مورد نظر خود را از نمایندگی‌های اصلی خریداری کنند و حتماً در هنگام خرید از فروشنده فاکتور اصلی بگیرند.

اگر پس از خرید به این نتیجه رسیدند که محصول تقلبی خریداری کردند می‌توانند گزارش این تخلف را به سازمان تعزیرات حکومتی یا سازمان صنعت و معدن شهرستان‌ها اطلاع دهند. همکاران ما این آمادگی را دارند که به شکایت این اشخاص رسیدگی کنند و با پیگیری ضرر و زیان وارد شده را به آنها بازگردانند.