

برندهای پوشالی

باوجود ممنوعیت واردات پوشاک، تعداد زیادی از اجناس موجود در بازار مشهد قاچاق یا تقلبی است

ملیحه فلاح



می‌کنیم، روی یکی طرز نگهداری لباس با رسم شکل آمده است و درباره جنس پارچه توضیحاتی داده شده و برچسب یکی دیگر هم کاملا به زبان ترکی نوشته شده است. اما آیا واقعا این لباس‌ها تولید کشور ترکیه است؟ گاهی تشخیص سخت می‌شود. از آنجا که واردات پوشاک به کشور ممنوع است، پس باید گفت که این کالاها یا قاچاق است یا تقلب.

● برند باشد، حتی تقلبی

نگاه مردم و تعریفشان از کیفیت اجناس غیرایرانی، شاید مهم‌ترین توجیه برای آن‌هایی باشد که یا به سختی پوشاک را قاچاقی وارد می‌کنند یا با برندهای تقلبی، تولید داخل را به نام کشورهای دیگر می‌فروشند. گاهی نوع دوخت و جنس پارچه آن قدر با کیفیت است که تشخیص اصل یا غیراصل بودن سخت می‌شود. اما حیف که فروشنده‌ها اعتقاد دارند در صورتی که بگویند کار تولیدی‌های مشهد است، مشتری می‌پرد. ماجرا آنجایی عجیب‌تر می‌شود که گاهی این پوشاک تقلبی بسیار بی‌کیفیت‌اند و خریدار به راحتی متوجه این تقلب می‌شود. اما نمی‌خواهد باور کند و ترجیح می‌دهد که احساس کند جنس خاص و خارجی بر تن دارد.

از این دست لباس‌ها در بازار مشهد به ویژه بر روی رگال فروشگاه‌های غیررسمی یا به اصطلاح مزون‌های خانگی کم نیست. از تولید ترکیه و ویتنام بگیرد تا چین و برندهایی مربوط به کشورهای اروپایی. برخی فعالان این حوزه می‌گویند که ۹۰ درصد لباس‌هایی که با نام وارداتی به فروش گذاشته می‌شوند، تولید داخل هستند و آن ۱۰ درصد دیگر هم یا به صورت چمدانی یا از طریق کولبران وارد کشور می‌شوند که البته به دلیل نرخ ارز، معمولا قیمت نهایی‌شان گران تمام می‌شود.

● برندهای کپیویی

محبوبه، صاحب یکی از مزون‌های خیابان هاشمیه است. متغیراش دو قسمت دارد. روی رگال‌های یک قسمت، پوشاک تولید داخل ردیف شده است و در قسمت دیگر، پوشاک وارداتی از ترکیه قرار دارد. خوش‌برخورد است و اهل گفت‌وگو. هر چند ماهه یک بار به ترکیه می‌رود و بعد به بخشی از خریدهایش را به صورت چمدانی و قسمتی دیگر از طریق کولبران وارد می‌کند. می‌گوید: آخرین قیمت کولبر برای هر

کیلوگرم بار پوشاک ۵۰۰ هزار تومان است. این رقم برای لباس‌های تابستانی به صرفه است، اما برای زمستانی‌ها چون سنگین هستند، نه. علاوه بر آدرس اینستاگرام، شماره تماسش را هم می‌دهد تا موجودی اجناس ترک را در واتس‌آپ دنبال کنیم، چون اگر در اینستاگرام منتشر کند، ممکن است بازرسان ببینند و مجبور به پرداخت جریمه و تحویل بار شود.

این موضوع را که خیلی از این اجناس در بازار تقلبی هستند و تشخیص سره از ناسره سخت شده است، با او در میان می‌گذاریم. می‌خواهد به ما اطمینان دهد که کارهایش جزو آن دسته نیست. برای همین بلافاصله از تفاوت‌ها و راه‌های تشخیص اصل و غیراصل، می‌گوید. بعد هم این جمله که، البته خیلی از همکاران من پوشاک تقلبی می‌فروشند، را اضافه می‌کند و توضیح می‌دهد: بعضی فروشنده‌های پوشاک در سفر خود به کشورهای دیگر از هر لباس یک‌دست به عنوان نمونه می‌خرند، بعد هم در کارگاه‌های زیرزمینی‌شان مشابه آن لباس را می‌دوزند. برای نام و نشان دار کردنش هم یا از همان کشور یا داخل ایران برچسب‌های برند را کپیویی تهیه و روی لباس نصب می‌کنند.

● ۴ برابر قیمت

قیمت آن دسته از لباس‌های تولید شده در آن سوی مرزهای کشور که با گذر از هفت‌خان، بالاخره قاچاقی به ویتنرین لباس‌فروشی‌های مشهد می‌رسند، حداقل تا بیش از چهار برابر قیمت اصلی است. مهدی، فروشنده شلوار جین، می‌گوید: مثلا یک شلوار جین مردانه اگر در ترکیه ۲۰۰ لیر باشد که یعنی به پول ما ۵۵۰ هزار تومان (با احتساب هر لیر ۲۷۵۰ تومان) در فروشگاه‌های مشهد تا بیش از ۲ میلیون تومان هم فروخته می‌شود. این قیمت به ویتنرین لباس‌فروشی‌های مشهد می‌رسند، اما از طرفی شنیدن نام برند و به اصطلاح خارجی بودنش، این افراد را جذب می‌کند. بعضی فروشنده‌ها هم وقتی این اشتیاق را می‌بینند، ترجیح می‌دهند کار تولید داخل را به اسم برندهای خارجی بفروشند.

● آنلاین‌شاپ‌های آفلاین

این روزها که تحریم از یک سو و ممنوعیت واردات پوشاک از سوی دیگر بساط برندهای خارجی را از بازار مشهد تقریبا جمع کرده است، (به جز چند مورد که تحت لیسانس فعالیت دارند.) بازار آنلاین‌شاپ‌های مدعی خرید از برندهای خارج کشور داغ شده است. در بیشتر موارد مسیر به این شکل است که شما از یک سایت خرید آنلاین، کالای موردنظرتان را انتخاب بعد به فرد واسطه اعلام می‌کنید و در نهایت منتظر می‌مانید تا لباس موردنظر به دستتان برسد. از چند



نفر درباره تجربه خریدشان از این واسطه سؤال کردیم. بیشترشان با تجربه خوبی نداشتند یا در کنار تجربه‌های مثبت، حداقل یک بار از این نوع خرید ضرر کرده بودند. مریم می‌گوید که یک پیراهن سفارش داده است، اما وقتی به دستش رسیده تنها شباهت آن به تصویر، طرح گل‌ها و مدل لباس بوده است. کیانا از خرید یک لباس ورزشی با برند معروف از یک آنلاین‌شاپ معروف بر ایمان می‌گوید که نتیجه این خرید، نرسیدن کالا، بلاک شدن توسط فروشنده و در نهایت از دست دادن پولش بوده است.

● فقط تذکره متقلبان

معاون بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی با تأیید وجود کالای قاچاق در بازار پوشاک مشهد و همچنین وجود برندهای تقلبی، می‌گوید: یکی از برنامه‌های ما برخورد با فروش پوشاک قاچاق است. در این راستا سال گذشته در حوزه پوشاک ۱۶۷ مورد بازرسی انجام شد که نتیجه این بازرسی‌ها تشکیل ۲۵ پرونده بود. در این راستا ۵۵۰۲ توب (جامه بافته) به ارزش حدود ۱۴ میلیارد ریال کشف شد.

بخشعلی بیانی این موضوع را که دوخت و فروش پوشاک با برندهای تقلبی در مشهد فراوان است، تأیید می‌کند و می‌افزاید: اگر در فروشگاه‌ها لباس‌هایی را ببینیم که به عنوان پوشاک تهیه شده در خارج از کشور به فروش می‌رسند، این پوشاک را به عنوان کالای قاچاق ضبط می‌کنیم و اگر اثبات شود که در داخل تولید شده‌اند، به فروشنده به دلیل استفاده از برند تقلبی تذکر می‌دهیم.



شهرروز
شماره ۱۱
۱۱ شوال ۱۴۴۴
۳۳۷۷ شماره

۵۹



اقتصاد

۳۰ درصد

۱۰۰۰۰ واحد

اقتصادنیوز شاخص کل بورس، دیروز با ۸۵۸۱ واحد کاهش به رقم ۲ میلیون و ۳۰۵ هزار واحد رسید. شاخص کل با معیار هم‌وزن نیز ۲۱ هزار و ۷۲ واحد نزول کرد و در رقم ۷۸۲ هزار و ۲۵۲ واحد ایستاد.

یادداشت

هویت در اسارت برند



سیدحسین موسوی‌زاده
روزنامه‌نگار

اگر نگوئیم گرایش به خرید کالاهای برند شامل همه افراد می‌شود، دست‌کم می‌توان مدعی شد که بخش درخورتوجهی از شهروندان به خرید کالاهای برند با وجود تفاوت قیمت زیادی که با کالاهای مشابه دارند، علاقه‌نشان می‌دهند. اما ریشه چنین علاقه‌ای چیست؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد که صنعت تبلیغات با سرمایه‌گذاری بر دو ویژگی، تمایز و «همرنگی»، افراد را به سمت خرید کالاهای برند سوق می‌دهد. بر این اساس وقتی که شما کالای برندی را می‌خرید، تبدیل به انسانی منحصر به فرد و خاص می‌شوید و کالایی استفاده می‌کنید که دیگران قادر به دسترسی و استفاده از آن نیستند. در واقع محصول برند سبب تمایز شما از دیگران شده و حس برتری به شما می‌دهد. اما در همان زمان صدها نفر دیگر نیز در حال خرید برند موردنظر هستند و این مسئله سبب می‌شود تا این افراد ضمن اینکه با خرید یک برند احساس یگانگی و خاص بودن می‌کنند. خودشان را از دیگران متمایز فرض کنند. در اینجا مصرف‌کنندگان به دودسته تقسیم می‌شوند، افرادی که کالای برند خریده و خاص و متمایزند و افرادی که خریداران کالاهای معمولی بوده‌اند و البته به مد تبلیغات، بخشی از آن‌ها در حسرت خرید کالای برند هستند. این مسئله موجب می‌شود تا تب خرید کالای برند در جامعه همچنان داغ بماند و شرکت‌ها با تولید مداوم کالاهای جدید سعی کنند که آتش درونی ایجادشده در افراد برای خرید کالای برند را روشن نگه دارند. از این رو می‌توان گفت که استفاده صنعت تبلیغات از دو وجه، تمایز و «همرنگی»، که نقش مهمی در شکل‌گیری هویت فردی افراد دارد، یکی از عوامل مهم توجه به خرید کالای برند است. برای همین است که در بازارهای مختلف، برندسازی‌های دروغین با وجود آگاهی نسبی‌ای که شهروندان از این پدیده دارند، همچنان رونق دارد.

عدد خبر

۳۰ درصد

ایستاد مهدی هدایت‌نیا، دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع لبنی خراسان رضوی، گفت: اگر قیمت جدید شیر خام تصویب شود، قیمت شیر ۲۵ درصد و قیمت لبنیات ۳۰ درصد گران خواهد شد، اما تازمانی که این قیمت مصوب نشده است، هیچ اقدام اجرایی در کارخانه‌های استان انجام نخواهد شد.

۱۰۰۰۰ واحد

اقتصادنیوز شاخص کل بورس، دیروز با ۸۵۸۱ واحد کاهش به رقم ۲ میلیون و ۳۰۵ هزار واحد رسید. شاخص کل با معیار هم‌وزن نیز ۲۱ هزار و ۷۲ واحد نزول کرد و در رقم ۷۸۲ هزار و ۲۵۲ واحد ایستاد.

دور باطل در خودروسازی!

مدیر اندیشکده اقتصاد اسلامی: صنعت خودرو هنوز از روش‌های ناموفق گذشته استفاده می‌کند

وحیدعسکری



در چهار سال اخیر افزایش تورم و کاهش تولید، سبب شده است تا خودرو از یک کالای مصرفی به کالایی سرمایه‌ای تبدیل شود.

به عنوان مثال در حالی که نرخ تورم در سال گذشته حدود ۴۶ درصد بود، بازدهی بازار خودرو ۸۰ تا ۱۰۰ درصد اعلام شد.

در کنار بحث تورم، قیمت‌گذاری دستوری نیز سبب شده است تا فاصله قیمت کارخانه تا بازار رقم جالب توجهی باشد و همین مسئله واسطه‌گری در بازار خودروسازی تشدید کرده است. در کنار این مسائل، بدهی ۶۰ هزار میلیارد تومانی خودروسازان به قطعه‌سازان هم آن‌ها را دچار کمبود نقدینگی کرده است که این مسئله در ماه‌های آتی، تأمین بموقع قطعات برای ساخت خودرو را با چالش روبه‌رو خواهد کرد. اگر همه این عوامل را کنار هم بگذاریم، به این نکته می‌رسیم که این روزها صنعت خودرو دچار دور باطلی شده است که حل آن نیازمند بازنگری کلی در استراتژی خودروسازی کشور است.

● افزایش قیمت خودرو

مدیر اندیشکده اقتصاد اسلامی گفت: صنعت خودرو این روزها دچار تصمیم‌گیری‌های غیرکارشناسی شده است و هنوز از روش‌های ناموفق گذشته در این صنعت استفاده می‌شود. به گزارش شهرآر، میثم صدقات فاطمی در نشست بررسی مشکلات صنعت خودرو که به همت سازمان بسیج مهندسين صنعت و معدن خراسان رضوی برگزار شده بود، افزود: خودرو جزو کالاهایی است که قیمت‌گذاری اش دستوری است و در سال‌های گذشته دولت‌ها در برهه‌ای به نفع مصرف‌کننده و در برهه‌ای به نفع خودروساز برای خودرو قیمت تعیین می‌کردند. به گفته وی، اسامیل پس از زلزله کشمکش، شورای رقابت مجبور شد که قیمت مصوب خودرو را بعد از سه سال بر اساس قیمت شهریور ۱۴۰۱ تعیین کند.

وی با اشاره به اینکه تعیین نکردن قیمت خودرو در طی سه سال گذشته، زیان انباشت ۱۰۰ هزار میلیارد تومانی در خودروسازان و سهام‌داران آن‌ها وارد کرده است، بیان کرد: باتوجه به اعلام قیمت‌های جدید، دو خودروساز کشور، یعنی ایران خودرو و سایپا همچنان در ضرر خواهند بود. به عنوان مثال ایران خودرو در حال حاضر ۲۰۷ و پژو پارس را با ضرر به بازار عرضه می‌کند.



مدیر اندیشکده اقتصاد اسلامی بیان کرد: ۸۵ درصد قیمت یک خودرو متعلق به قطعات است که خودروساز باید هزینه آن را به قطعه‌ساز بپردازد.

فاطمی با طرح این سؤال که چرا با پول خودروبی همچون پراید، می‌توان در کشورهای دیگر خودرو بهتری خرید؟ ادامه داد: به خودروسازان این انتقاد وارد است که چرا به‌طور شفاف قیمت جزء به جزء خودرو را به مصرف‌کننده اعلام نمی‌کنند؟ مدیر اندیشکده اقتصاد اسلامی اظهار کرد: تقاضایی که در بازار خودرو هست، مربوط به مصرف‌کننده واقعی نیست، بلکه این تقاضا عمدتاً دلالی و واسطه‌گری است.

● اجرانشدن قانون تعویض خودروهای فرسوده وی با انتقاد از اجرانشدن قانون تعویض خودروهای فرسوده در طی سال‌های گذشته، یادآور شد: باوجود افزایش عرضه خودرو، باز هم این عرضه‌ها پاسخگوی تقاضای بازار نیست و به نظری می‌رسد که این‌گونه تقاضاها در بازار خودرو، مشابه تقاضای ارز، سکه و طلاست.

وی بیان کرد: افزایش تقاضا در بازار خودرو در دوره‌ای اتفاق افتاده است که به شدت قدرت خرید مردم کاهش یافته است و این موضوع نشان می‌دهد که تقاضای بازار خودرو عمدتاً از جنس واسطه‌گری است، البته واریز بخشی از وجه در حساب وکالتی افراد، کمی تقاضای بازار خودرو را واقعی‌تر کرده است.

وی به سیاست نادرست تقویت عرضه خودرو برای کنترل بازار اشاره و تصریح کرد: در طی سال‌های گذشته وزاری صمت تمام هم‌وغم خود را صرف صنعت خودرو کردند و از دیگر صنایع پرسود غافل شدند.

وی گفت: متأسفانه در موضوع خودرو هیچ‌گونه استراتژی‌ای برای پالایش و غربالگری مصرف‌کننده نداریم و تنها چیزی که یاد گرفته‌ایم،

ملفودی
به اطلاع می‌رساند
کارت کار اینجانب، چاب‌علیزاده
به شماره پاسپورت ۰۲۳۸۶۸۰۵
ملفودی و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

ملفودی
مدارک و سند خودروی پراید رنگ تیره‌ای به
به شماره موتور ۴۲۱۰۴۰۲ و شماره شاسی
۳۳۳۳۳۳۳۳۳۳ و شماره پلاک ۳۴۴ ایران ۸۳۶ ص ۱۴
به نام فتح‌الله نصیری خادر ملفودی و از درجه اعتبار
ساقط می‌باشد.