

**برخی محصولات بی کیفیت با انتخاب ظاهر و اسمی شبیه محصولات معتبر، از خطای دید و حافظه مصرف کننده سوءاستفاده می کنند**

# تصییع حقوق مصرف کننده با کپی برداری از یک برند

## گزارش

بهاره موفقی

«چندین بار پس از خرید، وقتی به خانه برگشتم متوجه شدم کالا بی که خریدم، فقط از نظر اسم و ظاهر شبیه کالای برند مدنظرم بوده و از پس هر دو کالا شبیه بودند، به دلیل عجله یا ضعیف بودن چشم‌هایم، متوجه تفاوتش نشدم. به واسطه گرفتاری، معمولاً نمی‌توانم جنس را پس بدهم و وقتی هم از سر ناچاری، از آن خوراکی یا محصول بهداشتی استفاده می‌کنم، اصلاً از کیفیتش راضی نیستم. ای کاش نظارتی بر انتخاب اسم و سر و شکل محصولات بود تا شبیه محصولات معتبر تولید نشوند و مصرف کننده را فریب ندهند.»

این روزها وقتی برای خرید به فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای می‌رویم، در برخی قفسه‌ها و یخچال‌ها، محصولاتی با برندهای جدید می‌بینیم که به لحاظ اسم، لوگو، رنگ و بسته‌بندی، در ست شبیه محصولات معتبری هستند که سال‌هاست برای شناخت نیاز و ذائقه مخاطب و ارتقای کیفیت زحمت کشیده‌اند و تصویر ظاهری‌شان در حافظه بصری مصرف کننده ثبت شده؛ روی همین حساب، مخاطب از همه جایی خبر، ممکن است با دیدن محصولات شبیه محصول مدنظرش، به راحتی به اشتباه بیفتد و محصول شبیه اما بی کیفیت را بردارد و وقتی متوجه اشتباهش شود که دیر شده است. این روزها برخی برندها، نه با تلاش برای جلب اعتماد مخاطب و نه با رقابت سالم با دیگر رقبای بازار، بلکه با سوءاستفاده از اسم و ظاهر برندهای معتبر صنایع غذایی یا بهداشتی، حقوق مصرف کننده را ضایع می‌کنند. اما سوال این جاست که متولی نظارت بر علایم و بسته بندی تجاری کیست و چرا از این شباهت‌های عمدی و در دسر ساز، جلوگیری نمی‌شود؟ مگر برند یا علامت تجاری با هدف متمایز کردن یک کالا یا خدمت از دیگر کالاها و خدمات به کار نمی‌رود؟ پس چرا این تمایز، بین برخی محصولات آن قدر نامحسوس است که مصرف کننده را دچار اشتباه می‌کند؟ چرا یک تمایز واقعی نیست و حقوق مصرف کننده و حقوق



مگر برند یا علامت تجاری با هدف متمایز کردن یک کالا یا خدمت از دیگر کالاها و خدمات به کار نمی‌رود؟ پس چرا این تمایز، بین برخی محصولات آن قدر نامحسوس است که مصرف کننده را دچار اشتباه می‌کند؟ چرا یک تمایز واقعی نیست و حقوق مصرف کننده و حقوق

مالکیت معنوی صاحبان برندهای معتبر، در این گونه موارد نادیده گرفته می‌شود؟

● **مالکان برندهای معتبر، تمام جزئیات برند خود را ثبت کنند تا راه سوءاستفاده گران سد شود**  
متولی ثبت و نظارت بر برندهای تجاری، بخش مالکیت معنوی سازمان ثبت اسناد و املاک کشور است اما تلاش دوهفته‌ای ما برای گرفتن توضیحات‌شان در باره ناها مکنی‌های حاکم بر فضای ثبت‌برندها که به ضرر مصرف کننده تمام می‌شود، به جایی نرسید. در ادامه، «امیرمهدی مرادی» دبیر اجرایی انجمن مدیران صنایع خراسان که بر حوزه ثبت برندهای تجاری هم مسلط است، در خصوص سوزه گزارش، می‌گوید: «سوء استفاده از اعتبار برندهای مطرح از نظر کپی ظاهر و جەدیداری از سوی رقبای ناشناس و زیر پای‌ه در همه جای دنیا پدیده‌ای فراگیر است اما تفاوت کیفیت، نحوه ارائه، پاسخ گویی و مسئولیت پذیری برندهای معتبر، چیزی نیست که هر تولیدکننده‌ای از پس آن به راحتی برآید و رقیب برندهای محبوب و موجب وفاداری مشتری و بازگشت وی به خرید مجدد شود». وی در پاسخ به این سوال که چرا تولیدکنندگان کپی کار مجوز می‌گیرند، می‌گوید: «در مبحث حقوق مالکیت معنوی، چنان چه صاحب یک برند در مراجع قانونی به ثبت کامل برند و حواشی آن، شامل اسامی مشابه برند، لوگو تایپ، رنگ‌های ویژه برند، شعار

## پیگیری گلابه‌های مردم

از همکارانم خواستم اتوبوسی با چنین مشخصاتی را از خط خارج کنند تا بعد از نظافت، مجدد به خط برگردد.»

## به شرایط پارکینگ گران فروش رسیدگی شد

«در خیابان چمران ۱۳ یک پارکینگ خصوصی وجود دارد که برای هر ساعت توقف خودرو، دو هزار تومان می‌گیرد. اعتراض هم که می‌کنیم، می‌گویند به قیمت ماشین ات نگاه کن! با ۱۲۴ هم تماس گرفتیم اما نتیجه‌ای نداشت. سرگردنه که نیست. الیت ساعتی ۱۲۰۰ می‌گیرد. این‌ها هم اگر ۱۵۰۰ بگیرند، منطقی است، نه دو هزار تومان. لطفاً پیگیری کنید.»

شهرداری منطقه ۸ مشهد در پاسخ به این گلایه می‌گوید: «پارکینگ مذکور، پارکینگ کوچکی است که نهایتاً ۱۷ خودرو به سختی در آن جای می‌گیرد. از آن‌جا که این پارکینگ مربوط به بخش خصوصی است، نرخ‌هایی به آن‌ها ابلاغ نشده بود. آن‌ها هم سلیقه‌ای هزینه‌ر ا دریافت می‌کردند. لذا داستان الیت را موظف کردم به آن‌ها نرخنامه بدهند تا طبق قانون، هزینه دریافت کنند.»

**برخی محصولات بی کیفیت با انتخاب ظاهر و اسمی شبیه محصولات معتبر، از خطای دید و حافظه مصرف کننده سوءاستفاده می کنند**

# تصییع حقوق مصرف کننده با کپی برداری از یک برند



سازمانی، شکل و نوع بسته بندی منحصر به فرد... اقدام نکند، راه برای سوء استفاده تولید کنندگان بعدی باز است. بازار بسیار وسیع و مهم است که صاحبان یک برند معتبر، گام‌های محکمی در زمینه پیشگیری از سوءاستفاده دیگران بردارند چرا که در ادامه تا در این خصوص دعوی قانونی ثبت نشود، مراجع قانونی ادعایی را پیگیری نمی‌کنند.»

## ● ضرورت شبیه نبودن ۲ برند، در قانون پیش‌بینی شده‌اما...

مرادی در باره چگونگی نظارت بر ثبت برندهای تجاری توضیح می‌دهد: «سازوکار ثبت برند در ایران تحت نظر قوه قضاییه است و طبق پروتکل‌های داخلی و بین المللی عمل می‌کند. رسیدگی اداره ثبت هم محدود است به این که علامت تجاری، بر خلاف مقررات قانونی نباشد و شباهت چشمگیری با علامت‌های ثبت شده قبلی نداشته باشد؛ زیرا قانون ثبت علایم تجاری، تصریح می‌کند که تفاوت علامت فعلی با علامت دیگری که ثبت شده است، به اندازه‌ای باشد که مصرف کنندگان عادی، یعنی اشخاصی که اطلاعات خاصی ندارند، هنگام خرید و استفاده به اشتباه نیفتند. منتها چون تشخیص شباهت بین دو علامت تجاری، بر اساس نظر و سلیقه است، ممکن است بر ابتدای کار شباهت علامت فعلی با علامت ثبت شده قبلی به چشم نیفتد. یا این که صاحب علامت قبلی راجع به درجه شباهت با اداره ثبت موافق نباشد.

## ● احقاق حقوق مصرف کننده نیازمند قانون، تلاش و آگاهی است

وی در باره ضرورت توجه به حقوق مصرف کننده و راه‌های احقاقش در بازار داغ شبیه سازی برندها هم می‌گوید: «برای احترام به حقوق مصرف کننده، به نظر من باید مدعی العموم وارد عمل شود و از طریق وضع قوانین سخت گیرانه، تولید کنند را وادار به رعایت حقوق مالکیت معنوی دیگر برندها کند. ضمن این که برای مشتری و مصرف کننده هم باید فرهنگ سازی شود. احقاق حقوق مصرف کننده یک مثلث سه وجهی است که مراجع قانونی و مقررات و سازوکارهایش فقط یک رأس آن را تشکیل می‌دهند. بهتر است برای تکمیل چرخه توجه به حقوق مصرف کننده، دو رأس دیگر مثلث یعنی آگاهی مصرف کنندگان و نیز فعالیت برندهای معتبر برای رصد بازار و ایجاد کانال‌های ارتباطی موثر برای هم‌رسانی گزارش‌های خود به دیگر رئوس مثلث، وجود داشته باشد تا این چرخه، کامل، پویا و کارآمد شود.»

## وعده احداث پارک بولوار شهرستانی کی عملی می‌شود؟

«شهرداری منطقه ۹ مشهد، دو سال پیش قرارداد منعقد کرد که پارکی در انتهای بولوار شهرستانی، پشت مدرسه امام حسن مجتبی(ع) احداث کند ولی با گذشت دو سال هنوز اقدامی در این خصوص صورت نگرفته است و این زمین محل تجمع زباله‌های ساختمانی شده. چرا شهرداری در این باره اقدامی انجام نمی‌دهد؟»

ذبیحی، رئیس اداره فضای سبز منطقه ۹ شهرداری مشهد در پاسخ به این گلایه پیامکی می‌گوید: «این زمین ۱۱ هزار متر مربع مساحت دارد که برای احداث پارک در دستور کار شهرداری منطقه ۹ قرار گرفته است. شهرداری منطقه موفق به دریافت اعتبار مطالعه و طراحی این پارک شد و یک سال این بررسی‌ها زمان برد. در حال حاضر، به دنبال تأمین اعتبار ساخت و اجرا هستیم. گرفتن اعتبار برای این پارک جزو پنج اولویت اول شهرداری منطقه برای سال ۹۹ است که در صورت تأیید و تصویب و دریافت، خیلی زود ساخته خواهد شد و مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت.»

## برای اطلاع مسئولان

مخاطبان گرامی، ستون برای اطلاع مسئولان، صدای شمارا به صورت مستقیم به اطلاع مسئولان استان می‌رساند.

پیامت: ۲۰۰۰۹۹۹ تلفن: ۰۵۱۳۷۰۰۹۱۱۱ تلگرام: ۰۹۳۹۳۳۳۲۰۲۷

## اتوبوسرانی

چرا اتوبوسرانی نمودار مسیر هر خط اتوبوس را روی شیشه ایستگاه‌ها رسم نمی‌کند؟

## فرهنگ شهروندی

خیلی برایم عجیب بود که در روزهای برفی، برخی رانندگان برف‌های روی شیشه عقب ماشین‌شان را پاک نکرده بودند. تازه فهمیدم دلیل اصلی رانندگی‌های بد در مشهد چیست. انگار بعضی‌ها اصلاً از آینه ماشین استفاده نمی‌کنند.

چند روز قبل از یک مغازه خرید کردم. به قیمت کالاها دقت نکرده بودم اما بعداً فهمیدم خیلی گران حساب کرده است. مقصر بعضی گران فروشی‌ها خودما هستیم که در خرید کردن دقت نمی‌کنیم و تذکر نمی‌دهیم.

## فرهنگی

بنده امروز برای تمدید حق عضویت کتابخانه مرکزی امام خمینی(ره) واقع در فلکه هفت تیر مراجعه کردم. حق عضویت یک ساله اش، ۳۰ هزار تومان است. بنده سه فرزند دانشجو دارم، چگونه می‌توانم برای تمدید اقدام بکنم؟ بعد مسئولان می‌فرمایند سرانه کتاب خوانی کم شده. آیا نباید امکانات و محیط‌های فرهنگی را به راحتی و رایگان در اختیار جوانان و مردم گذاشت؟

## شهرستان‌ها

پرستاران بخش آی سیو یکی از بیمارستان‌های تربت حیدریه، بسیار بداخلاق هستند و با همراهان مریض دبر خورد می‌کنند. تکلیف در این موارد چیست؟

## آبفا

دیشب سارقان چند درپچه فلزی فاضلاب کوچه مادر خیابان اسفندیانی ۴/۱ را دزدیدند. با آب و فاضلاب تماس گرفتم، گفتند به ما ربطی ندارد و باید خودتان مواظب درپچه‌های محله باشید. متولی رسیدگی به این موضوع کیست؟

دوربین خوانندگان

شهروند خبرنگار

به مسیر دوچرخه سواری، احترام بگذاریم

شهروند خبرنگار

وانت یا تریلی؟

به موتورهای پارک شده در مسیر دوچرخه سواری توجه کنید! به نظر شما چند بار دیگر باید به این روند اعتراض کنیم تا برخی شهروندان قانع شوند مسیر دوچرخه، جای پارک خودرو و موتور نیست؟ شاید همین موارد است که تردد دوچرخه سواران را در شهر کم و فرهنگ استفاده از دوچرخه به جای خودرو را کم رنگ و ضعیف کرده است. اگر کمی رعایت کنیم کم کم شاهد شهری خواهیم بود که در آن به جای این همه خودرو، تعداد دوچرخه سواران افزایش یافته و آسمانش، پاک و آبی است.

شهروند خبرنگار

چند روز قبل در شهر در حال رانندگی بودم که با یک وانت روبه‌رو شدم. وانتی که راننده‌اش بی توجه به نوع خودرو، مقدار زیادی میوه حمل می‌کرد و جعبه‌های میوه به شکلی چیده شده بود که هر لحظه امکان ریختن آن در خیابان وجود داشت. وانت هم سر هر پیچ به شکل وحشتناکی به چپ و راست منحرف می‌شد و هر راننده‌ای که از کنارش عبور می‌کرد از ترس تصادف و حادثه، بوق‌های ممتدی می‌زد. ظاهر ا راننده، وانت را با تریلی اشتباه گرفته بود.

صفحه آرایبی

واحد صفحه‌آرایبی روزنامه خراسان سفارش می‌پذیرد

روزنامه

مجله

ویژه نامه

کتاب

اینفوگرافیک

گريد

لوگو

۰۵۱۳۷۰۰۹۳۹۰

layout@khorasannews.com

## آگهی فراخوان عمومی ارزیابی کیفی پیمانکاران

موسسه اجرایی بنیاد توسعه و عمران موقوفات خراسان رضوی در نظر دارد به منظور شناسایی و ارزیابی فنی پیمانکاران ذیصلاح جهت تهیه و اجرای گازرسانی ساختمان تجاری و اداری یکی از پروژه های تحت مدیریت این بنیاد با زیر بنای حدود ۱۴۰۰۰ متر مربع واقع در شهر مشهد، از اشخاص حقوقی مورد تأیید مراجع ذیصلاح مربوطه اقدام نماید. لذا متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و ارائه اسناد مثبتیه جهت ارزیابی خود حداکثر تا تاریخ ۹۸/۱۱/۱ به دفتر مرکزی موسسه واقع در مشهد- بلوار ارشاد- ارشاد ۶ (خیابان وحدت) وحدت ۵ پلاک ۵ در ساعت ۸ الی ۱۴ مراجعه نمایند

۰۹۸۱۳۰۶۰۴