TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

1.001 kiểu sản phẩm bị làm giả, làm nhái

06:14 04/12/2017

Các thủ đoạn làm giả, nhái các sản phẩm mỹ phẩm, có thể kể đến nhái mẫu mã, mã vạch–barcode và QRcode để kiểm tra hàng, nhái bằng cách dùng tên gọi gần giống với hàng chính hãng; thậm chí cả tem dán chống hàng giả... khiến người tiêu dùng rất khó phân biệt.

Vừa có thương hiệu đã bị làm nhái

Theo số liệu của Ban Chỉ đạo quốc gia về chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (BCĐ 389 Quốc gia), 10 tháng từ đầu năm 2017, đã phát hiện, xử lý hơn 181.000 vụ việc vi phạm (tăng gần 35% so cùng kỳ năm 2016); thu ngân sách nhà nước đạt gần 19.000 tỷ đồng; khởi tố trên 1.600 vụ vi phạm, hơn 2.000 đối tượng. Tuy nhiên, đây chỉ là phần nổi của tảng băng chìm.

Bà Bùi Thị Thu Hà, Tổng giám đốc Công ty TNHH Sản xuất thương mại mỹ phẩm thiên nhiên Mộc Hà Natural Care cho biết: “Doanh nghiệp phải rất vất vả, tốn nhiều công sức và tiền bạc để nghiên cứu, thử nghiệm sản phẩm, bỏ tiền đầu tư nhà xưởng, nguyên liệu, thiết kế mẫu mã, bao bì... và xin chứng nhận từ cơ quan chức năng.

Hơn nữa, việc đưa sản phẩm ra thị trường và cạnh tranh được với hàng nghìn thương hiệu khác gặp rất nhiều khó khăn. Tuy nhiên, một số dòng sản phẩm vừa bán chạy thì đã có nguy cơ bị làm nhái”.



Các thủ đoạn làm giả, nhái sản phẩm mỹ phẩm: Nhái mẫu mã, mã vạch–barcode và QRcode, tem dán chống hàng giả...

Theo bà Hà, các thủ đoạn làm giả, nhái các sản phẩm mỹ phẩm có thể kể đến nhái mẫu mã, mã vạch–barcode và QRcode để kiểm tra hàng, nhái bằng cách dùng tên gọi gần giống với hàng chính hãng; thậm chí cả tem dán chống hàng giả... khiến người tiêu dùng rất khó phân biệt.

Bên cạnh đó, việc sản xuất được chia thành nhiều công đoạn, ở nhiều nơi khác nhau: In vỏ bao bì, nhãn mác, pha trộn, đóng gói, thay nhãn mác mới... Các sản phẩm này được rao bán công khai trên các website, tuồn qua kênh tiểu thương và bán với giá thấp hơn hẳn.

“Chúng tôi luôn ủng hộ và phối hợp cùng các cơ quan chức năng bắt, triệt phá các đường dây làm hàng giả, hàng nhái và bản thân công ty cũng phải tuân thủ các quy định nghiêm ngặt trong sản xuất, nhưng nhiều khi doanh nghiệp bị xâm phạm chỉ biết kêu trời vì rất khó xử lý triệt để”, bà Hà nói.

Ông Phạm Lê Tuấn Nghĩa, đại diện nhãn hiệu PHINN Café đang phải “cầu cứu” nhiều nơi vì nhãn hiệu sản phẩm đã đăng ký sở hữu trí tuệ của mình đang có dấu hiệu bị xâm phạm.

Cụ thể, theo ông Nghĩa, trên hộp và gói sản phẩm của khác có ghi dòng chữ “café PHINN” và hình ảnh có yếu tố xâm phạm quyền đối với doanh nghiệp của mình. Các sản phẩm có dấu hiệu vi phạm được bày bán tại nhiều cửa hàng, siêu thị.

Cần có sự phối hợp đồng bộ

Với siêu lợi nhuận mang lại, nhiều chuyên gia kinh tế và luật sư cho rằng, mức xử phạt chưa tương xứng với vi phạm về hàng giả, hàng nhái nên khó có thể ngăn được tình trạng này.

Các quy định xử lý còn nhiều chồng chéo, nhiều điểm chưa rõ ràng. Một hành vi vi phạm có thể xử lý ở nhiều mức phạt khác nhau quy định trong các văn bản khác nhau nên khi áp dụng, cơ quan xử lý rất lúng túng.

Đơn cử, theo điều 199, Luật Sở hữu trí tuệ: "Tổ chức, cá nhân có hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của tổ chức, cá nhân khác thì tùy theo tính chất, mức độ xâm phạm, có thể xử lý bằng biện pháp dân sự, hành chính hoặc hình sự".

Quy định tại điều 200 luật này cũng nêu rõ việc áp dụng biện pháp dân sự, hình sự thuộc thẩm quyền của tòa án; việc áp dụng biện pháp hành chính thuộc thẩm quyền của các cơ quan thanh tra, công an, quản lý thị trường, hải quan và UBND các cấp.

Trong khi đó, lực lượng chủ yếu thực thi nhiệm vụ kiểm soát chống hàng giả, vi phạm về sở hữu trí tuệ lại là lực lượng quản lý thị trường, do đó hình thức xử lý hầu hết mới dừng lại ở xử phạt hành chính. Hơn nữa, mức phạt vi phạm hành chính đối với hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả theo Nghị định số 08/2013/NĐ-CP chưa đủ sức răn đe, khiến quá trình thực thi rất khó khăn.

Tại hội thảo "Tăng cường công tác phòng, chống hàng giả và hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trong doanh nghiệp" diễn ra mới đây, ông Trần Giang Khuê, Phó trưởng đại diện Văn phòng Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam tại TP. HCM cho rằng muốn xử lý được những cơ sở làm hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ thì cần có sự phối hợp đồng bộ giữa các cơ quan chức năng. Người tiêu dùng cũng cần lên tiếng mạnh mẽ để các ngành chức năng vào cuộc.

"Hiện nay, chỉ cần thương hiệu nào có tên tuổi thì ngay sau đó có hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Điều này ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp, giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và khiến người tiêu dùng mất lòng tin vào sản phẩm chính hiệu", ông Khuê nói.

Hoan Nguyễn - Trịnh Giang