TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Chủ động chống hàng giả: Trách nhiệm của doanh nghiệp

13:29 04/04/2018

Tại Hội thảo “Nâng cao hiệu quả phối hợp giữa DN và cơ quan thực thi trong công tác chống hàng giả, xâm phạm quyền SHTT”, diễn ra tại TP. HCM vừa qua, ông Kiều Nghiệp, Trưởng phòng Chống hàng giả (Cục QLTT) cho biết, tình trạng vi phạm về hàng giả, hàng kém chất lượng, xâm phạm SHTT tiếp tục là vấn đề gây bức xúc trong dư luận, ảnh hưởng xấu tới thị trường...



Chống hàng giả, xâm hại quyền SHTT - Cần sự chủ động của chính DN (Ảnh: minh họa)

Thực trạng đáng báo động

Theo ông Nghiệp, thời gian qua, các vụ sản xuất của Công ty Thuận Phong, sản xuất, kinh doanh mỹ phẩm và TPCN của Công ty TS, kinh doanh lụa tơ tằm của Công ty Tập đoàn Khải Silk... là minh chứng rõ nhất cho thấy việc giả nguồn

gốc, xuất xứ đang ở tình trạng báo động. Đáng chú ý, hiện nổi lên một số nhóm mặt hàng đang bị làm giả nhiều đó là TPCN, mỹ phẩm, phân bón, thuốc chữa bệnh.

Bà Nguyễn Ngọc Tuyết Trinh, Giám đốc Truyền thông và đối ngoại - Công ty TNHH L'Oreal Việt Nam cho biết, theo khảo sát của L'Oreal, với các sản phẩm của L'Oreal thì, hiện có tới 75% đang lưu thông trên thị trường là mỹ phẩm giả và lậu, còn chính hãng chỉ 25% và chỉ được bán tại 2 nơi là Diamond Plaza và Takashimaya. Đặc biệt, 100% sản phẩm nước hoa và sáp vuốt tóc bán tại các chợ là hàng giả và hàng nhập lậu.

Cùng với đó, rất nhiều sản phẩm mỹ phẩm khác như Maccara bộ sản phẩm trang điểm mắt, bộ sản phẩm chăm sóc da, sáp vuốt tóc nam, thuốc nhuộm tóc, son, phấn mắt, nước hoa..., thường được bày bán tại khu vực trọng điểm ở Hà Nội là chợ Phùng Khoang (Thanh Xuân), chợ Xanh (Cầu Giấy), chợ Đồng Xuân. Tại TP. HCM, tập trung nhiều ở các cửa hàng mỹ phẩm trong chợ Gò Vấp, các cửa hàng tại khu vực quận 5, quận 10, chợ Kim Biên (quận 6).

Tại các chợ, mỹ phẩm giả được bán với giá từ 20.000 - 120.000 đồng/sản phẩm và tại các cửa hàng mỹ phẩm được bán với giá từ 80.000 - 150.000 đồng/sản phẩm.

Bên cạnh đó, nắm được tâm lý "sính ngoại" nên hiện nay, những shop bán hàng mỹ phẩm xách tay online đang nở rộ trên các mạng xã hội. Thực tế, mỹ phẩm xách tay đang được coi là những mầm mống gây lên vấn nạn mỹ phẩm giả, mỹ phẩm nhái.

Bởi, theo quy định tại Thông tư 06/2011 của Bộ Y tế quy định về việc nhập khẩu mỹ phẩm, trong một số trường hợp đặc biệt, mỹ phẩm phải làm thủ tục nhập khẩu tại cơ quan hải quan theo quy định. Tổng trị giá hàng hóa được miễn thuế nhập khẩu và không phải thực hiện công bố sản phẩm mỹ phẩm nhập khẩu trong định mức 1 triệu đồng. Các mẫu mỹ phẩm nhập khẩu dưới các hình thức này đều không được phép lưu thông trên thị trường. Còn các mặt hàng mỹ phẩm phục vụ các đoàn ngoại giao, nhân viên đại sứ quán, thì cũng phải có các văn bản xác nhận chỉ dành riêng cho các nhân viên ngoại giao, đại sứ quán và cũng không được phép bán ra ngoài.

Không chỉ ở mặt hàng mỹ phẩm, đại diện thương hiệu LACOSTE tại Việt Nam, bà Nguyễn Thị Hương, luật sư điều hành Công ty Luật TNHH V.V.I.P cho biết, đơn vị này đã từng phát hiện có tới 5 xưởng sản xuất áo thun giả nhãn hiệu LACOSTE tại Việt Nam với công suất hàng trăm nghàn chiếc/năm. Các sản phẩm này, được bán ra thị trường cả nước, thậm chí còn xuất khẩu sang

Campuchia, Thái Lan...

Cần sự chủ động của DN

Cục QLTT đánh giá, trong thời gian qua, công tác phối hợp giữa lực lượng chức năng và DN đã bước đầu mang lại những chuyển biến tích cực. Tuy nhiên, công tác chống hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn còn khó khăn như nhiều DN chưa quan tâm tới việc bảo vệ tài sản của mình, DN bị làm giả còn né tránh không phối hợp với cơ quan chức năng vì sợ ảnh hưởng tới uy tín, một số DN chưa có đại diện tại Việt Nam, gây khó khăn cho lực lượng chức năng khi xác minh hàng hóa...

“Việt Nam luôn coi trọng vấn đề đấu tranh chống hàng giả, hàng kém chất lượng và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, cuộc chiến chống hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ không thể đạt được hiệu quả như mong muốn nếu như thiếu chủ động trong hợp tác của các DN, thiếu sự tham gia của toàn xã hội”, ông Trịnh Văn Ngọc, Cục trưởng Cục QLTT cho biết.

Ông Phan Hoàn Kiếm, Chi cục trưởng Chi cục QLTT TP. HCM nhấn mạnh, từ kinh nghiệm thực tiễn, lực lượng QLTT nhận thức rõ tầm quan trọng của sự tăng cường hợp tác với các đơn vị liên quan để nâng cao hiệu quả hoạt động.

Nhiều ý kiến cho rằng, vai trò của DN, đối tượng chủ quyền trong công tác đấu tranh chống hàng giả, hàng kém chất lượng và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ là rất quan trọng. Luật Sở hữu trí tuệ đã quy định đây không chỉ là quyền, mà còn là trách nhiệm của đơn vị sản xuất, kinh doanh trong phối hợp và hợp tác với cơ quan chức năng. Đồng thời, các đơn vị sản xuất, kinh doanh không được buông lỏng quản lý, giám sát tiêu thụ hàng hóa, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Bên cạnh đó, phản ánh về những khó khăn trong công tác chống hàng giả, các DN cho rằng, một trong những khó khăn đó là chế tài xử phạt chưa đủ sức răn đe dẫn đến hiện tượng các đối tượng làm hàng giả thường xuyên tái phạm. Việc xử lý vi phạm của các cơ quan thực thi, đôi khi còn chậm gây ảnh hưởng tới hiệu quả của công tác chống hàng giả. Nhiều đơn vị chức năng chưa phối hợp tích cực với DN trong công tác chống hàng giả, hàng xâm phạm sở hữu trí tuệ.

Phan Chinh - Hoàng An