

Chống hàng giả, trước tiên các doanh nghiệp phải tự bảo vệ thương hiệu, sản phẩm

06:10 25/09/2022

Các chuyên gia kinh tế cho rằng, để chống hàng giả, hàng nhái, trước tiên các doanh nghiệp phải tự bảo vệ thương hiệu, sản phẩm của mình. Bởi buôn lậu, hàng giả, hàng nhái, gian lận thương mại hiện vẫn diễn biến khó lường, thủ đoạn của các đối tượng ngày càng tinh vi.

Sự kiện rau rau VietGAP "dỏm" 'biến hình' vào Winmart, Tiki ngon, Bách Hóa Xanh...đã làm dư luận dậy sóng, ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của người tiêu dùng. Nhiều doanh nghiệp đã lên tiếng về sự kiện trên, các chuyên gia thì khuyên rằng: Không nên đổ lỗi, muốn chống hàng giả thì trước tiên các doanh nghiệp phải tự bảo vệ thương hiệu, sản phẩm của mình. Vấn nạn này đã và đang gây ảnh hưởng lớn tới hoạt động của nền kinh tế, doanh nghiệp và người tiêu dùng.



Người tiêu dùng lựa chọn rau tại siêu thị. Ảnh VGP/Thùy Linh.

Theo thống kê của Bộ Công Thương, tình trạng hàng giả, hàng nhái từ đầu năm đến nay rất tinh vi, phức tạp. Trước đây, hàng giả chỉ tập trung một số mặt

hàng như mỹ phẩm, đồ gia dụng... thì hiện diễn ra ở rất nhiều mặt hàng, như xăng dầu, vật tư nông nghiệp, phân bón...

Trong 06 tháng qua, lực lượng quản lý thị trường đã kiểm tra và phát hiện ra nhiều vụ việc chế tạo, sản xuất phân bón giả ngay ở trong thị trường nội địa... Vừa qua tại Bắc Ninh, lực lượng quản lý thị trường đã bắt giữ một số lượng lớn 20 tấn nước hoa của các thương hiệu nổi tiếng có dấu hiệu giả hoàn toàn, nhiều đồ gia dụng, vật tư y tế, giả các nhãn mác...

Về tốc độ và quy mô của hàng giả thì đang càng ngày càng gia tăng, đặc biệt trên các mô hình kinh doanh online, các sàn thương mại điện tử hàng giả đang được vận chuyển công khai thông qua phương thức chuyển phát... làm cho lực lượng chức năng rất khó đối phó.



Ảnh minh họa Danviet.

Ông Phạm Quốc Lộc, thành viên Ban lãnh đạo Công ty TNHH URC Việt Nam, Giám Đốc Nhà máy URC Hà Nội chia sẻ: Doanh nghiệp khá lo lắng khi khách hàng sẽ mua phải hàng giả, hàng nhái, gây ảnh hưởng tới những doanh nghiệp làm ăn chân chính, làm lệch lạc thương hiệu và giảm uy tín của doanh nghiệp.

"Trách nhiệm của doanh nghiệp, trước hết, chúng tôi phải thực hiện chiến dịch truyền thông giới thiệu tên nhãn hàng để người tiêu dùng nắm được những nhãn hàng của hãng từ công ty. Đối với những kênh phân phối chúng tôi cũng phải hướng dẫn cách xác định được hàng giả, hàng nhái để đảm bảo cho khách hàng. Song song đó, nhân viên phân phối và sát sao với thị trường phát hiện kịp

thời hàng giả, hàng nhái", ông Lộc nhấn mạnh.

Chống hàng nhái hàng giả là một mặt trận mà đòi hỏi về phía doanh nghiệp cần phải có nhận thức rất sâu sắc.

Ông Nguyễn Đăng Sinh, Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam nhấn mạnh: Để chống hàng giả, trước tiên các doanh nghiệp phải tự bảo vệ thương hiệu, sản phẩm của mình; phải đăng ký với cơ quan quản lý Nhà nước về thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm.

Thực tế có rất nhiều doanh nghiệp không đăng ký với cơ quan quản lý Nhà nước về thương hiệu, nhãn hiệu của sản phẩm; đến lúc lực lượng xử lý những trường hợp mà bị làm giả hàng hóa của mình ngay chính mình cũng không chứng minh được sản phẩm mình.

Hiện doanh nghiệp vừa và nhỏ rất sơ suất trong việc đăng ký nhãn hiệu sản phẩm, đây là việc cần phải làm ngay. Tất cả các doanh nghiệp thứ nhất là phải xây dựng được thương hiệu; thứ hai là phải có những giải pháp bảo vệ thương hiệu của mình.

Nguyễn Văn Quỳnh (t/h)