

Doanh nghiệp cần trở thành “lá chắn” trong cuộc chiến chống hàng giả

08:28 18/10/2025

Trong khi hàng giả, hàng nhái ngày càng len lỏi từ chợ truyền thống đến sàn thương mại điện tử, lực lượng chức năng dù nỗ lực vẫn khó kiểm soát hết thị trường. Trong cuộc chiến ấy, doanh nghiệp – chính là người hiểu rõ sản phẩm nhất cần được trao vai trò tiên phong.

Trong bối cảnh hàng giả, hàng nhái ngày càng tinh vi, đặc biệt trên môi trường thương mại điện tử, lực lượng chức năng dù nỗ lực nhưng khó có thể kiểm soát hết thị trường. Riêng 6 tháng đầu năm 2025, gần 50.000 vụ buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả đã bị xử lý, thu ngân sách gần 6.500 tỷ đồng. Điều đáng lo ngại là nhiều sản phẩm mang thương hiệu lớn cũng bị làm giả, như vụ phát hiện nhóm đối tượng sản xuất nước Lavie giả tại Hà Nội.



Vấn nạn hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng diễn biến phức tạp và tinh vi.

Trong thực tế, doanh nghiệp – chủ sở hữu thương hiệu là người am hiểu sản phẩm nhất, dễ dàng nhận biết hàng nhái thông qua khác biệt về bao bì, mã vạch hay chất liệu. Luật Sở hữu trí tuệ đã trao cho doanh nghiệp quyền yêu cầu cơ quan nhà nước xử lý vi phạm và bồi thường thiệt hại. Nhiều vụ án lớn từng được triệt phá nhờ đơn tố giác từ chính doanh nghiệp bị xâm phạm.

Tuy nhiên, vẫn còn không ít doanh nghiệp e ngại vì sợ ảnh hưởng hình ảnh hoặc lo ngại thủ tục kéo dài. Chính sự chần chừ này vô tình tạo “đất sống” cho hàng giả, ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín thương hiệu và niềm tin của khách hàng.

Để cuộc chiến chống hàng giả đạt hiệu quả thực chất, cần coi doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt. Doanh nghiệp nên xây dựng bộ phận chuyên trách bảo vệ thương hiệu, đào tạo nhân viên nhận diện hàng giả và chủ động phối hợp với cơ quan chức năng. Công khai các vụ việc bị làm giả không phải là “bêu xấu”, mà là thể hiện sự minh bạch và trách nhiệm với người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, cơ quan quản lý cần tạo cơ chế khuyến khích doanh nghiệp dám lên tiếng, như thiết lập đường dây nóng chuyên ngành, bảo mật danh tính tố giác và hỗ trợ pháp lý khi cần thiết. Nhà nước cũng nên xem xét hỗ trợ tài chính hoặc ưu đãi thuế để doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ chống giả, nhất là với doanh nghiệp nhỏ.

Cuộc chiến chống hàng giả không phải nhiệm vụ riêng của lực lượng chức năng, mà là trách nhiệm chung của toàn xã hội. Khi doanh nghiệp chủ động “vào cuộc”, kết hợp cùng cơ quan quản lý và người tiêu dùng, thị trường sẽ minh bạch hơn, niềm tin sẽ được bảo vệ – và đó chính là nền tảng cho một môi trường kinh doanh lành mạnh, bền vững.

Nam Sơn (t/h)