TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Karofi vì quyên lợi người tiêu dùng

11:33 06/12/2017

Tại tọa đàm trực tuyến với chủ đề “Bảo vệ, phát triển tài sản trí tuệ trong thời đại công nghiệp 4.0” - do Báo Diễn đàn Doanh nghiệp phối hợp với Cục Sở hữu trí tuệ tổ chức chiều 5/12, câu chuyện sản phẩm máy lọc nước mang thương hiệu Karofi bị làm nhái, bị xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ được đặc biệt quan tâm.

Nhức nhối máy lọc nước kém chất lượng

Karofi là một thương hiệu máy lọc nước khá nổi tiếng trên thị trường và được người tiêu dùng rất ưa chuộng. Ông Đoàn Thanh Hòa - đại diện Công ty cổ phần Karofi Việt Nam cho biết: Sản phẩm của doanh nghiệp chúng tôi cũng bị làm giả, làm nhái, bị xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ rất nhiều.

Đơn cử, có cơ sở ở Hải Phòng làm giả bình lọc nước nhưng dùng luôn nhãn mác của Karofi dán vào, hoặc nhiều doanh nghiệp nhái tên thành tên gần giống gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng... Trước thực trạng này, doanh nghiệp đã kết hợp với cơ quan chức năng xử lý để đơn vị đó tự nhận lỗi và rút lui.

Tuy nhiên, tình trạng này vẫn kéo dài và chưa chấm dứt. Điều doanh nghiệp băn khoăn nhất, đây là sản phẩm được sử dụng trực tiếp, ảnh hưởng tới sức khoẻ người tiêu dùng. Doanh nghiệp đã đầu tư chi phí cho việc kiểm soát chất lượng sản phẩm rất cao dẫn đến giá thành cao, trong khi đó, doanh nghiệp làm nhái nhập nguồn không rõ ràng, bán giá thấp hơn sản phẩm chính hãng của chúng tôi một chút nên lợi nhuận rất cao. Đây là vấn đề rất nhức nhối với Karofi.



Máy lọc nước uRO của Karofi

Trong các ấn phẩm truyền thông của Karofi, có nhắc đến: Karofi là thương hiệu máy lọc nước đầu tiên tại Việt Nam đạt chuẩn QCVN6-1 (là quy chuẩn cao nhất của quốc gia về chất lượng đối với nước uống trực tiếp và nước khoáng đóng chai) do Viện Sức khoẻ nghề nghiệp và môi trường (Bộ Y tế) cấp.

Chứng nhận QCVN6-1 công ty có được là bởi Karofi tuân thủ nghiêm ngặt quy trình kiểm tra chất lượng sản phẩm của Viện Sức khỏe nghề nghiệp và môi

trường - cơ quan trọng tài về nước của Bộ Y tế; đơn vị làm theo một quy trình bài bản, cơ quan chức năng thực hiện bốc ngẫu nhiên theo lô.

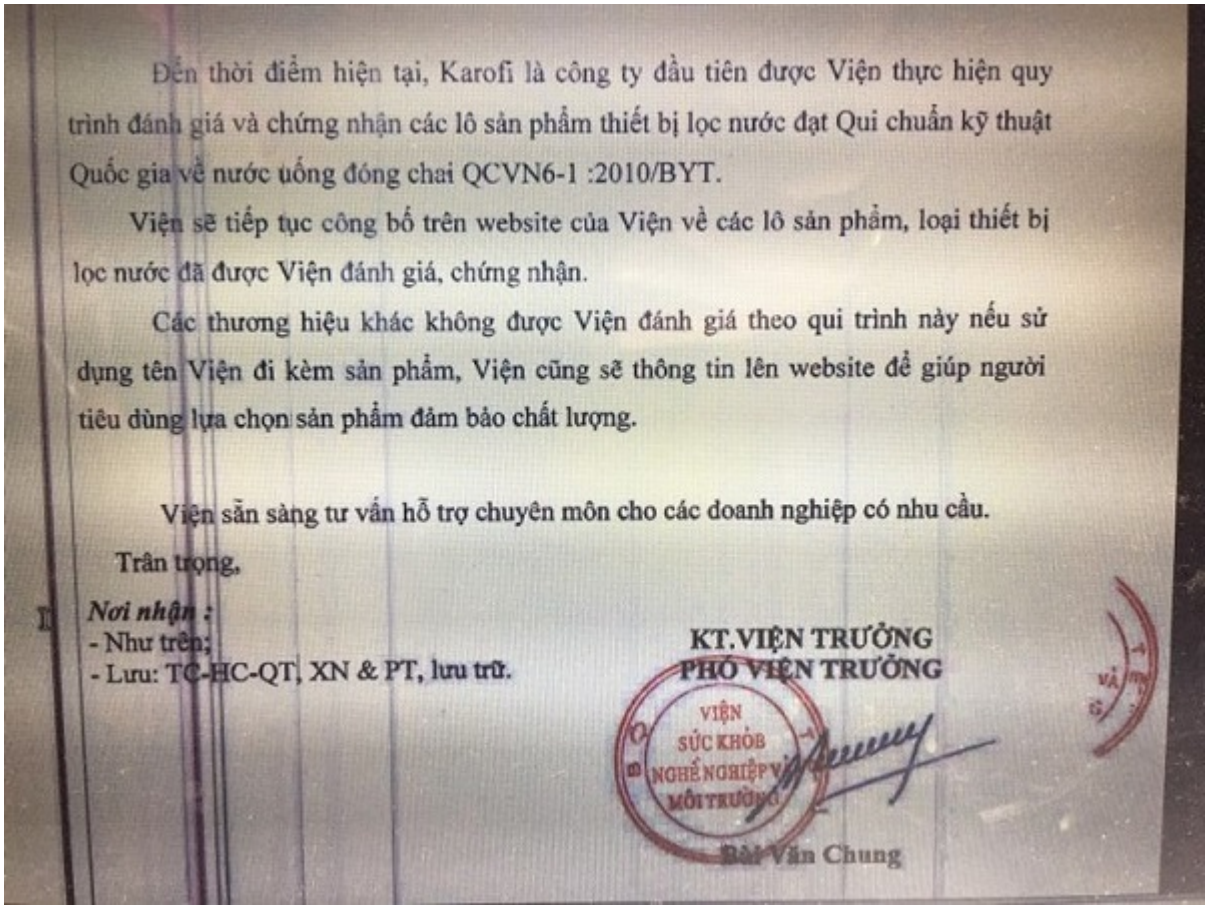
Trên website chính thức của Viện Sức khỏe nghề nghiệp và môi trường cũng có đăng tải thông tin cấp chứng nhận cho Karofi là đơn vị đạt chứng nhận này. Tính đến thời điểm hiện tại, trên website của Viện này chỉ đăng tải duy nhất Karofi là đơn vị được cấp QCVN6-1 và chưa có đơn vị thứ 2.





Karofi vì quyền lợi người tiêu dùng
https://thuonghieucongluan.com.vn/karofi-vi-quye-n-lo-i-nguo-i-tieu-du-ng-a44709.html

2 nhãn sản phẩm có ghi đạt quy chuẩn QCVN 6.1 do Viện Sức khỏe nghề nghiệp và môi trường (Bộ Y tế) cấp. Tuy nhiên, trên thực tế, Viện không cấp cho 2 đơn vị này



Đến thời điểm hiện tại, Karofi là công ty đầu tiên được Viện thực hiện quy trình đánh giá và chứng nhận các lô sản phẩm thiết bị lọc nước đạt Qui chuẩn kỹ thuật Quốc gia về nước uống đóng chai QCVN6-1 :2010/BYT.

Viện sẽ tiếp tục công bố trên website của Viện về các lô sản phẩm, loại thiết bị lọc nước đã được Viện đánh giá, chứng nhận.

Các thương hiệu khác không được Viện đánh giá theo qui trình này nếu sử dụng tên Viện đi kèm sản phẩm, Viện cũng sẽ thông tin lên website để giúp người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm đảm bảo chất lượng.

Viện sẵn sàng tư vấn hỗ trợ chuyên môn cho các doanh nghiệp có nhu cầu.

Trân trọng,

Nơi nhận :
- Như trên;
- Lưu: TC-HC-QT, XN & PT, lưu trữ.

KT.VIỆN TRƯỞNG
PHÓ VIỆN TRƯỞNG

VIỆN SỨC KHỎE NGHỀ NGHIỆP VÀ MÔI TRƯỜNG

Bùi Văn Chung

Xác nhận thông tin thiết bị lọc nước Karofi do lãnh đạo Viện Sức khỏe nghề nghiệp và môi trường (Bộ Y tế) ký ngày 15/6/2017

Giải đáp băn khoăn của người tiêu dùng về thực trạng không ít hãng cung cấp máy lọc nước mang một mẫu nước đến các cơ quan có thẩm quyền rồi dựa trên kết quả của một mẫu nước ấy họ cũng làm tem đạt chuẩn QCVN6-1, đại diện của Karofi cho rằng: Đây là vấn đề nóng bỏng của Karofi trong thời gian gần đây. Karofi đầu tư rất nhiều chi phí để xin được thực hiện tiêu chuẩn cao nhất của nhà nước về chất lượng nước uống trực tiếp. Tuy nhiên, hiện có rất nhiều đơn vị, bằng cách lách kiểu này hay kiểu khác dán tem, nhãn lên trên sản phẩm.

Để có những chứng nhận về quy chuẩn, Karofi phải làm theo quy trình từ việc máy mẫu phải test đến việc lô hàng xuất ra phải test một cách ngẫu nhiên; việc sản phẩm sử dụng cũng phải test... Song những đơn vị khác, họ chỉ mang 1 chai/ mẫu nước đến cơ quan chức năng test và tự nhận tất cả sản phẩm của họ đều đạt quy chuẩn. Sau đó họ dán quảng cáo khắp nơi khiến khách hàng rất khó phân biệt thật giả cũng như băn khoăn về chất lượng sản phẩm.

Nhằm bảo vệ thương hiệu và bảo vệ chính người tiêu dùng, Karofi đã phối hợp với Viện Sức khỏe nghề nghiệp và môi trường công khai thông tin trên các phương tiện truyền thông, mạng xã hội, tờ rơi... Từ đó, khách hàng có thể kiểm chứng được thông tin của đơn vị chính thức có được QCVN6-1.

Bảo vệ thương hiệu, người tiêu dùng

Trong giai đoạn hội nhập hiện nay, sở hữu trí tuệ ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội, giúp nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức được tầm quan trọng của sở hữu trí tuệ.

Đặc biệt, tình trạng vi phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn chưa có chiều hướng thuyên giảm. Nhiều hàng hóa trong nước có uy tín, có thương hiệu bị làm giả, làm nhái, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Hệ lụy, các doanh nghiệp làm ăn chân chính bị sụt giảm về doanh số và lợi nhuận; ảnh hưởng tới sức khỏe, quyền lợi, gây hoang mang, thậm chí mất niềm tin nơi người tiêu dùng. Điều này làm ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển kinh tế - xã hội.

Để đẩy lùi thực trạng đó, cần sự chung tay và quyết liệt hành động của các cấp chính quyền, đơn vị chức năng liên quan - của toàn xã hội. Cần chỉ rõ những hạn chế trong việc quản lý, giám sát và đề ra những giải pháp hợp lý và kịp thời.

Ông Trần Mạnh Hùng - chuyên gia SHTT, trọng tài viên VIAC, Luật sư thành viên Công ty Luật Baker & Mckenzie Việt Nam cho rằng: Chúng ta cũng đã đưa ra nhiều biện pháp để hạn chế nhưng nếu chỉ dừng lại ở biện pháp hành chính thì rõ ràng chưa triệt để. Có thể phạt, cấm và đóng cửa một cửa hàng nhưng vài ba tháng sau nó lại mọc lên.

Do đó, hiện nay luật của chúng ta đang bắt đầu thực hiện chuyển dần từ biện pháp hành chính sang dân sự và hình sự nhưng thực tế việc thực hiện này còn rất nhiều khó khăn. Ví dụ như điều khoản trong bộ Luật Hình sự mới đã mở ra quyền hình sự hoá khi anh buôn bán sản xuất tiêu thụ hàng giả nhãn hiệu nhưng phải xem xét đến các hành vi đó quy mô thương mại hay không và nhiều vấn đề khác.

Hành lang pháp lý như vậy, nhưng cơ quan thực thi có dám làm hay không? Bên cạnh đó, chúng ta cũng chưa có toà chuyên trách để giải quyết các vấn đề sở hữu trí tuệ. Điều này cũng hạn chế việc xử lý các vấn đề này.

Trước thực trạng hàng giả và nâng cao hiệu quả chống hàng giả, theo ông Đỗ Thanh Lam - Tổng thư ký Hiệp hội Chống hàng giả và bảo vệ Thương hiệu Việt

Nam, cần tập trung 7 vấn đề:

Thứ nhất, mặc dù công tác truyền thông đã thực hiện nhưng cần tiếp tục tăng cường đẩy mạnh hơn nữa công tác truyền thông, trong đó tập trung xác định vấn đề truyền thông cụ thể là gì để người dân biết. Đối tượng truyền thông tới tất cả mọi đối tượng từ người dân, tới cơ quan, doanh nghiệp. Hình thức là rất quan trọng để đưa được thông tin tới từng đối tượng cụ thể.

Thứ hai, rà soát các văn bản luật để xem xét trong bối cảnh thực tế để sửa đổi phù hợp. Thậm chí đưa chế tài rút giấy phép vào trong luật đối với việc làm hàng giả.
Thứ ba, cần có một tổ chức tư vấn đứng bên liên quan tới sở hữu trí tuệ để thẩm định các vụ việc về vi phạm hàng giả, nhãn hiệu… Thậm chí, chúng ta cũng cần thành lập toà chuyên trách về lĩnh vực sở hữu trí tuệ.

Thứ tư, đẩy mạnh công tác kiểm tra giám sát. Nâng cao trách nhiệm người đứng đầu. Vấn đề kiểm tra nội bộ cũng cần phải thực hiện.

Thứ năm, DN phải xây dựng chiến lược kế hoạch để bảo vệ hàng hoá của mình. DN phải kết hợp chặt chẽ với cơ quan chức năng để thực hiện.

Thứ sáu, người tiêu dùng phải nhận thức được tác hại của việc sử dụng hàng giả.

Thứ bảy, tố giác những việc làm sai trái để đưa ra pháp luật xử lý nghiêm minh.

Hà Thu