

## Vấn “nhức nhối” vấn nạn hàng giả, hàng nhái

10:41 01/08/2023

Trong bối cảnh thị trường thương mại điện tử phát triển mạnh, nhiều vụ việc vi phạm tiếp tục gia tăng với quy mô lớn. Đặc biệt, các vi phạm về hàng giả, hàng nhái, hàng hóa vi phạm sở hữu trí tuệ ngày càng chuyên nghiệp, tinh vi và luôn thay đổi...

### Nhiều thủ đoạn tinh vi

Theo Tổng cục QLTT, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ - đang là một trong những hình thức gian lận thương mại khá phổ biến tại Việt Nam. Thời gian qua, tình trạng vi phạm về hàng giả, hàng hóa xâm phạm sở hữu trí tuệ, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ vẫn tiếp tục xảy ra với nhiều phương thức, thủ đoạn ngày càng chuyên nghiệp, tinh vi và luôn thay đổi.

Hàng hóa bị làm giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, không chỉ là hàng hóa của các thương hiệu nước ngoài, thương hiệu nổi tiếng, mà ngay chính những sản phẩm trong nước cũng trở thành mục tiêu của các đối tượng. Chúng loại hàng hóa bị làm giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ rất đa dạng, từ hàng may mặc, thời trang, tiêu dùng, thực phẩm, mỹ phẩm, thuốc lá... đến những sản phẩm có giá trị cao như máy tính, điện thoại hay các sản phẩm đồ chơi lắp ghép dành cho trẻ em...

Vừa qua, chia sẻ tại Tọa đàm Bảo vệ thương hiệu trước vấn nạn hàng giả, hàng nhái, hàng hóa vi phạm sở hữu trí tuệ, Tổng cục trưởng Tổng cục QLTT (Bộ Công Thương) Trần Hữu Linh cho biết, từ giữa năm 2022, khi dịch Covid-19 có dấu hiệu lắng xuống, thì vấn đề liên quan đến hàng giả, hàng nhái, hàng hóa xâm phạm sở hữu trí tuệ bắt đầu sôi động trở lại.

Trong năm vừa rồi, qua công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, lực lượng QLTT nhận thấy rằng, vấn nạn của hàng giả, hàng nhái, hàng hóa xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ đang ngày càng phức tạp. Hàng giả, hàng nhái, hàng hóa hóa xâm phạm sở hữu trí tuệ lưu thông trên thị trường, không chỉ được sản xuất trong nước, mà còn được nhập lậu từ nước ngoài vào Việt Nam.

Cụ thể, đối với vấn đề liên quan đến thương hiệu và nhãn hiệu, trong vòng 1 năm trở lại đây, có 2 loại thương hiệu - nhãn hiệu bị xâm phạm: Thứ nhất là các thương hiệu - nhãn hiệu nổi tiếng của quốc tế; thứ hai là các thương hiệu của sản phẩm Việt Nam. Trong khoảng 1 năm trở lại đây, Bộ Công Thương liên tiếp nhận được yêu cầu, những vấn đề thắc mắc, cũng như đề nghị phối hợp của các hãng lớn trên thế giới, hoặc có nhà máy sản xuất tại Việt Nam.



Lực lượng quản lý thị trường kiểm tra hàng hóa vi phạm (Ảnh: Tổng cục Quản lý thị trường)

Ông Trần Hữu Linh cho biết thêm, một vấn đề khác liên quan đến phương thức, chúng ta đều biết, hàng giả vẫn phổ biến từ 2 nguồn: Thứ nhất từ nguồn nhập lậu, thậm lậu từ các nước có đường biên giới với Việt Nam vào trong thị trường nội địa; thứ hai là hàng giả được sản xuất ở ngay trong nước.

Đặc biệt, các phương thức sản xuất, tiếp thị, mua bán các mặt hàng vi phạm sở hữu trí tuệ ngày càng có tổ chức, phạm vi rộng khắp.

Ông Linh nhấn mạnh:

“Thương mại điện tử trên các nền tảng mạng xã hội và các sàn giao dịch thương mại điện tử - bây giờ là kênh để tiêu thụ chính hàng giả, hàng hóa xâm phạm sở hữu trí tuệ. Thông qua các trang mạng xã hội như facebook, zalo, tiktok... không có địa điểm cố định, bán hàng qua các ứng dụng.

Các chủ thể bán hàng thường sử dụng thông tin ảo, thông tin giả, hàng hóa lại không được tập kết tại nơi bán hàng, gây khó khăn trong công tác tìm địa điểm

cất trữ hàng hóa của các đơn vị chức năng”.

Ông Trần Hữu Linh dẫn chứng, mới đây, trong buổi làm việc với Tổng cục QLTT, hãng Ajinomoto sản xuất bột ngọt và hãng Acecook (Nhật Bản), sản xuất mì gói - 2 sản phẩm được người Việt Nam tiêu thụ rất lớn - đã phản ánh trên thị trường rằng, ngày càng nhiều bột ngọt, mì tôm làm giả, thậm chí làm giả từng gói gia vị trong gói mì. Hay như những thương hiệu nổi tiếng của Tập đoàn Procter & Gamble như mỹ phẩm, sữa tắm, xà phòng... cũng bị làm giả rất nhiều ở thị trường nội địa.

“Ngay cả đồ chơi trẻ em của một hãng rất nổi tiếng trên thế giới đó là Lego (Đan Mạch), trong tháng qua cũng đã làm việc với chúng tôi 2 lần về việc bị xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của sản phẩm Lego ở thị trường Việt Nam”, ông Trần Hữu Linh thông tin.

Đối với các thương hiệu sản phẩm của Việt Nam, ông Trần Hữu Linh cho biết, hàng giả cũng được sản xuất trực tiếp tại trường nội địa rất nhiều. Những mặt hàng của Việt Nam, thậm chí là những mặt hàng liên quan đến đồ ăn, thức uống đều được sản xuất, làm giả, làm nhái ở trong thị trường nội địa.

### **DN gặp nhiều khó khăn**

Có thể thấy, với lợi nhuận lớn, thay vì bỏ tiền đầu tư phát triển thương hiệu, xây dựng sản phẩm chất lượng, uy tín, các đối tượng sản xuất, làm nhái các sản phẩm, thương hiệu có sẵn trên thị trường đã được người tiêu dùng biết đến và ưa chuộng.

Cùng với đó, do bộ phận người tiêu dùng còn dễ dãi “thỏa hiệp” với hàng hóa không rõ nguồn gốc xuất xứ nên đã vô tình tiếp tay cho các đối tượng có cơ hội sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng hàng giả, hàng hóa vi phạm sở hữu trí tuệ.



Tính từ 15/12/2022 - 14/6/2023, lực lượng quản lý thị trường đã kiểm tra 39.384 vụ, phát hiện, xử lý 23.714 vụ vi phạm (Ảnh: Tổng cục Quản lý thị trường)

Những hành vi này, gây thiệt hại nghiêm trọng cho nền kinh tế, cũng như từng lĩnh vực, từng ngành, ảnh hưởng đến tài sản, sức khỏe và tính mạng con người, tác động đến cả cộng đồng. Đồng thời, hành vi làm hàng giả, hàng nhái, hàng hóa vi phạm sở hữu trí tuệ, ảnh hưởng tiêu cực tới hình ảnh, thương hiệu của các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Trong đó, đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư FDI, hành vi làm hàng giả, hàng nhái, hàng hóa vi phạm sở hữu trí tuệ, làm ảnh hưởng, mất lòng tin. Việc hàng giả quá nhiều ở trong nội địa, khiến không ít nhà đầu tư không yên tâm đối với môi trường đầu tư kinh doanh của Việt Nam; đối với các doanh nghiệp trong nước, thương hiệu bị thiệt hại lớn.

Vì vậy, để phòng chống hàng giả, hàng hóa xâm phạm sở hữu trí tuệ, theo ông Trần Hữu Linh, thời gian tới, lực lượng QLTT sẽ tập trung vào 3 nhiệm vụ chính để bảo vệ thương hiệu: Một là, triển khai kế hoạch trọng điểm về chống hàng giả tại hơn 20 tỉnh, thành phố có nhiều tụ điểm nổi cộm về hàng giả; hai là, triển khai đồng bộ các biện pháp phòng chống trên không gian mạng Internet; ba là, tổ chức các chuyên đề kiểm tra đột xuất các đối tượng bán hàng trên mạng xã hội.

Cùng với đó, lực lượng QLTT sẽ triển khai nhiều biện pháp tác động đến cả người sản xuất, người kinh doanh, cũng như người mua hàng, như: Tăng cường tuyên truyền bằng nhiều hình thức đa dạng trên các phương tiện truyền thông theo mục tiêu “mưa dầm thấm lâu” để dần thay đổi tâm lý, thói quen thỏa hiệp

sử dụng hàng giả, hàng vi phạm của một bộ phận người tiêu dùng; tổ chức các tuần lễ trưng bày hàng thật - hàng giả để cung cấp cho người tiêu dùng những dấu hiệu nhận biết hàng giả...

***Tính từ ngày 15/12/2022 - 14/6/2023, lực lượng QLTT đã kiểm tra 39.384 vụ, tăng 17% so cùng kỳ 2022; phát hiện, xử lý 23.714 vụ vi phạm, tăng 51,2% so cùng kỳ; thu nộp ngân sách nhà nước trên 261,5 tỷ đồng, tăng 65% so cùng kỳ; chuyển cơ quan điều tra 118 vụ có dấu hiệu hình sự, tăng 87% so cùng kỳ.***

***Bên cạnh hoạt động kiểm tra, kiểm soát đột xuất thường xuyên, định kỳ, trong nửa đầu năm, Tổng cục QLTT đã và đang thực hiện 110/216 cuộc thanh tra chuyên ngành (đạt 51%), tổng số tiền thu nộp ngân sách nhà nước khoảng 6,8 tỷ đồng (gồm cả tiền xử phạt vi phạm hành chính và số thu lợi bất hợp pháp)...***

**Hoàng Bách**