

VẤN NẠN HÀNG GIẢ, HÀNG NHÁI, HÀNG KÉM CHẤT LƯỢNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP

■ Văn Thị Hồng

Trường Cao đẳng Sư phạm Nghệ An



Trong sự phát triển của nền kinh tế thị trường hiện nay thì vấn nạn hàng giả, hàng nhái với xu hướng gia tăng đang là vấn đề nhức nhối của xã hội. Hàng giả, hàng nhái để lại hệ lụy không nhỏ đến đời sống, sức khỏe người dân, làm suy giảm niềm tin của người tiêu dùng đến tính minh bạch của thị trường, trở thành một thách thức không nhỏ đối với các cơ quan chức năng. Với một nền kinh tế đang trong quá trình hội nhập như nước ta, hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng trà trộn không chỉ gây thất thu cho ngân sách nhà nước, mà còn làm xấu đi môi trường đầu tư kinh doanh, hạn chế phát triển của các doanh nghiệp nội và gián tiếp đánh mất “lợi thế” thị trường, “mất điểm” trong mắt nhà đầu tư nước ngoài, nhất là những nhãn hàng lớn.

Thực trạng đó đòi hỏi công tác phòng chống hàng giả, hàng nhái phải thực sự đi vào thực chất. Có như vậy mới có thể bảo vệ người tiêu dùng và doanh nghiệp hiệu quả cũng như tạo dựng một điểm đến đầu tư an toàn và hấp dẫn. Vậy cần có những giải pháp gì nhằm hạn chế nạn hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng?

1. Thực trạng tồn tại, phát triển của hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng hiện nay

Hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng dường như có mặt ở mọi phân khúc của thị trường, từ miền núi, vùng sâu, vùng xa đến các đô thị, thậm chí còn len lỏi vào cả siêu thị cao cấp. Những nhãn hàng, doanh nghiệp uy tín, có thương hiệu được người tiêu dùng ưa chuộng thì nguy cơ làm giả, làm nhái rất nhiều. Về góc độ kinh tế, hàng giả, hàng nhái ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu của những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh chân chính. Khi người tiêu dùng chẳng may mua phải hàng giả, hàng nhái khiến uy tín của doanh nghiệp xấu đi trong mắt người dùng và gây hiểu lầm, dẫn đến việc quay lưng lại với sản phẩm. Hàng giả, hàng nhái thường có giá cả thấp hơn, chiếm lợi thế khiến sản phẩm chính hãng, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng lâm vào tình trạng ế ẩm, doanh thu sụt giảm. Nặng nề có thể dẫn đến phá sản.

2. Một số nguyên nhân được xác định

- Pháp luật quản lý chưa hoàn thiện và cơ chế xử phạt chưa đủ mạnh:

Một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng trên là do luật pháp còn khá nhiều kẽ hở cộng với sự bất cập trong cơ chế quản lý đã tạo điều kiện cho hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng lan tràn. Trong khi đó, chế tài xử phạt lại chưa đủ mạnh nên nhiều đối tượng sẵn sàng vi phạm để đạt lợi nhuận lớn.

Công tác quản lý, kiểm tra và xử lý chưa đạt hiệu quả cao do hoạt động thiếu đồng bộ cũng như có sự chùng chèo về chức năng, nhiệm vụ giữa các cơ quan. Phương tiện kỹ thuật phục vụ cho công tác đấu tranh chống hàng giả còn thiếu và yếu, phương tiện giám định, phân biệt hàng thật, hàng giả, nhất là đối với các thương hiệu hàng hóa ngoại nhập, không có nhà sản xuất tại Việt Nam để xác định.

Ngoài ra, việc phân biệt hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng cũng không hề dễ dàng đối với người tiêu dùng khi mà các sản phẩm được làm giả ngày một tinh vi, giống hàng thật từ nhãn hiệu, kiểu dáng đến những chi tiết nhỏ nhất.

Mặt khác, hiện nay, tuy đã có nhiều văn bản quy phạm pháp luật được ban hành về ngăn ngừa, hạn chế, truy cứu trách nhiệm sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái..., song hiệu lực thực thi của một số văn bản còn thấp do chưa được cụ thể hóa hoặc chưa theo kịp với những diễn biến phức tạp nảy sinh trong cuộc sống.

Các văn bản quy phạm pháp luật liên quan lại chủ yếu tập trung vào chống, nhất là chống trong khâu tiêu thụ hàng giả, hàng nhái mà chưa chú trọng đúng mức đến phòng ngừa ngăn chặn sản xuất hàng giả, hàng nhái...

- Cơ chế quản lý còn nhiều bất cập:

Hiện nay, có tới 5 cơ quan hành chính có chức năng và thẩm quyền xử lý vi phạm hành chính về sở hữu trí tuệ gồm cơ quan quản lý thị trường, thanh tra chuyên ngành Khoa học - Công nghệ, Văn hóa, Thể thao và Du lịch, công an kinh tế, UBND các cấp cùng cơ quan hải quan kiểm soát hàng nhập khẩu. Lực lượng quản lý, kiểm tra này tuy đông nhưng không mạnh. Do hoạt động rời rạc, thiếu sự đồng bộ về chất lượng cũng như số lượng, chức năng nhiệm vụ giữa các cơ quan lại chồng chéo nên dù chịu sự kiểm tra của 5 cơ quan nêu trên nhưng nạn hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng vẫn tràn ngập trên thị trường.

Phát hiện hàng giả, hàng nhái trên thị trường không khó, nhưng để khẳng định đó là hàng giả trước khi xử lý lại không dễ chút nào. Theo quy định của pháp luật, để xử lý được hàng giả thì bắt buộc phải có giám định kết luận hàng giả. Nhiều mặt hàng giả, hàng kém chất lượng, chi phí giám định rất đắt, khi đưa đi giám định buộc lực lượng thực thi phải tạm ứng kinh phí giám định, nếu đúng là hàng giả thì phải tiêu hủy. Theo quy định của pháp luật thì chính đương sự vi phạm phải nộp khoản tiền giám định đó nhưng hầu như không có đương sự nào tự nguyện chịu nộp và việc cưỡng chế thi hành cũng khó khăn.

- Do sự dễ dãi và “tiếp tay” của người tiêu dùng:

Đa số người tiêu dùng chưa chủ động trang bị nhiều kiến thức, thông tin về phân biệt hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Người tiêu dùng không có

nhieu thông tin về mặt hàng mình đang mua mà chỉ dựa vào những gì được in trên bao bì hoặc nhận thông tin từ người bán hàng trực tiếp.

Bên cạnh một số người mua nhầm phải hàng giả do khó phân biệt được đâu là hàng thật, đâu là hàng giả thì vẫn có không ít người tiêu dùng biết mình đang mua bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng nhưng vẫn không có động thái phù hợp để giúp cơ quan chức năng, doanh nghiệp kịp thời xử lý, đôi khi còn chấp nhận bởi loại hàng hóa này phù hợp với túi tiền của họ hoặc có tâm lý e ngại động chạm đến việc kiện cáo khi mua phải sản phẩm giả, kém chất lượng vì chưa nắm vững luật pháp. Nhiều người đã gián tiếp tiếp tay cho hàng giả, hàng nhái trong việc phân phối và tiêu thụ, để rồi những mặt hàng này ngày càng chiếm thị phần trên thị trường.

- Doanh nghiệp chưa có các biện pháp bảo vệ chính mình:

Các doanh nghiệp chưa có biện pháp bảo vệ chính mình và người tiêu dùng trước các nguy cơ bị làm giả hàng hóa trong lúc các cơ quan chức năng chưa thể hiện hết vai trò của mình. Doanh nghiệp chân chính hiện tại chỉ có thể cầu cứu các cơ quan chức năng có thẩm quyền mà chưa có nhiều biện pháp giúp khách hàng phân biệt được hàng hóa do mình sản xuất và hàng hóa bị làm giả.

3. Một số giải pháp nhằm hạn chế nạn hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng

- Nâng cao năng lực thực thi pháp luật của các lực lượng chức năng, truyền thông nâng cao nhận thức của người tiêu dùng, sự nỗ lực của các nhãn hàng, các doanh nghiệp làm ăn chân chính thì việc tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý phải được xác định là giải pháp then chốt.

- Đối với doanh nghiệp: Theo kinh nghiệm từ các nước cho thấy để công tác ngăn chặn hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng được hiệu quả và tốt nhất thì vai trò của doanh nghiệp - chủ cơ sở sản xuất cực kỳ quan trọng.

Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam cũng có quy định đây không chỉ là quyền mà còn là trách nhiệm của các doanh nghiệp trong công tác phối hợp và hợp tác với các cơ quan thực thi pháp luật. Sự liên minh giữa các nhà sản xuất trong công tác đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái cần được thực thi một cách tích cực hơn.

Vai trò của doanh nghiệp trong công tác quản lý, giám sát tiêu thụ hàng hóa là điều cần thiết và không nên coi việc chống hàng giả chỉ là trách nhiệm của cơ quan thực thi pháp luật. Khi bị xâm phạm nhãn hiệu, chủ sở hữu cần chủ động gửi đơn khiếu nại hoặc thông qua văn phòng luật sư để khiếu nại lên Cục Sở hữu trí tuệ.

Doanh nghiệp cần liệt kê những đặc điểm riêng biệt giúp phân biệt với hàng giả và thông báo đến người tiêu dùng. Đặc biệt cần thực hiện hệ thống tem chống hàng giả để người tiêu dùng nhận diện cũng như giúp công tác quản lý và kiểm soát hàng hóa



Doanh nghiệp giúp người tiêu dùng phân biệt hàng giả - hàng thật

được tốt hơn. Tem chống hàng giả còn là phương tiện giúp các cơ quan thẩm quyền nhận diện hàng thật, hàng giả để kịp thời xử lý.

Do vậy, các doanh nghiệp cũng cần chủ động, tích cực tham gia cuộc chiến chống hàng giả, hàng nhái thông qua hoạt động quảng bá sản phẩm song song với việc hướng dẫn, chỉ rõ cho người tiêu dùng các thủ đoạn làm hàng giả cũng như có kênh phân phối sản phẩm chất lượng tốt tới tận tay người tiêu dùng, nhất là ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, các khu công nghiệp, khu chế xuất... Đồng thời, doanh nghiệp cũng nên xóa bỏ tâm lý e ngại công bố thông tin sản phẩm bị làm giả, mà cần phải chủ động hợp tác với cơ quan chức năng, lực lượng quản lý thị trường, truyền thông... và hỗ trợ người tiêu dùng khi xảy ra sự cố.

Đặc biệt, các doanh nghiệp cần tăng cường quản lý, giám sát tiêu thụ hàng hóa và chủ động khiếu nại khi bị xâm phạm nhãn hiệu. Sự liên kết giữa các nhà sản xuất trong đấu tranh chống hàng giả cần tích cực hơn nữa. Bên cạnh đó, cần phải đẩy mạnh công tác tuyên truyền giúp người tiêu dùng trang bị kiến thức “tiêu dùng thông minh”, đồng thời nhận thức rõ nhiệm vụ của mình trong việc chống hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng vì quyền lợi của bản thân và xã hội, nhất là tránh trở thành nạn nhân của hàng giả, hàng nhái.

- Đối với người tiêu dùng:

Ở góc độ người tiêu dùng, để đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng mà cũng là để tự bảo vệ mình, người tiêu dùng trước hết cần thực hiện quyền và nghĩa vụ của mình mà Luật pháp đã quy định khi mua hàng như:

+ Yêu cầu người bán cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ; nội dung giao dịch hàng hóa, dịch vụ; nguồn gốc, xuất xứ hàng hóa; hóa đơn, chứng từ, tài liệu liên

quan đến giao dịch và thông tin cần thiết khác về hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng đã mua, sử dụng.

+ Kiểm tra hàng hóa trước khi nhận; lựa chọn tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, không làm tổn hại đến môi trường, trái với thuần phong mỹ tục và đạo đức xã hội, không gây nguy hại đến tính mạng, sức khỏe của mình và của người khác; thực hiện chính xác, đầy đủ hướng dẫn sử dụng hàng hóa, dịch vụ.

+ Thông tin cho cơ quan nhà nước, tổ chức, cá nhân có liên quan khi phát hiện hàng hóa, dịch vụ lưu hành trên thị trường không bảo đảm an toàn, gây thiệt hại hoặc đe dọa gây thiệt hại đến tính mạng, sức khỏe, tài sản của người tiêu dùng; hành vi của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ xâm phạm đến quyền, lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng.

+ Cần nâng cao tinh thần cảnh giác khi mua hàng và phải nhận thức rõ nhiệm vụ của mình trong việc chống hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng. Người tiêu dùng cần trang bị các kiến thức cần thiết để phân biệt được sản phẩm nào là hàng thật, sản phẩm nào là hàng giả, hàng nhái. Bởi việc này nhằm bảo vệ chính quyền lợi của bạn và còn chống lại hành vi phá hoại sản xuất, kìm hãm sự phát triển nền kinh tế đất nước.

+ Khi phát hiện hàng giả, hàng nhái, người tiêu dùng cũng nên phản hồi ngay với cơ sở sản xuất, doanh nghiệp để công ty biết và đưa ra biện pháp xử lý.

4. Kết luận

Tóm lại, đấu tranh chống lại tình trạng hàng giả, hàng nhái và hàng kém chất lượng cần sự phối hợp của nhiều phía từ doanh nghiệp, người tiêu dùng và cơ quan chức năng. Doanh nghiệp sản xuất dứt khoát không làm hàng giả, hàng nhái. Cơ sở kinh doanh cương quyết không bán hàng giả, hàng nhái. Người tiêu dùng nhất định không chấp nhận mua hàng giả, hàng nhái, đồng thời tích cực hợp tác với nhà sản xuất và các cơ quan quản lý nhà nước làm tròn nghĩa vụ của mình. Nhà nước không để hàng giả, hàng nhái có cơ hội len lỏi thị trường bằng việc hoàn thiện pháp lý, các cơ quan chức năng thực thi pháp luật nghiêm minh trong việc kiểm tra, xử lý. Tóm lại, cuộc chiến chống hàng giả, hàng nhái, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ, hàng kém chất lượng khá khó khăn, phức tạp, khó có thể thực hiện trong “một sớm, một chiều”, đòi hỏi sự nỗ lực của các ngành, các cấp, các lực lượng chức năng, người tiêu dùng và toàn xã hội./.