

**ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LUẬT**

NGUYỄN MINH PHƯƠNG

**PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ
TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM**

Ngành, chuyên ngành: Luật kinh tế

Mã số: 8 38 01 07

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC

THỪA THIÊN HUẾ - NĂM 2017

Công trình được hoàn thành tại Trường Đại học Luật – Đại học Huế

Người hướng dẫn khoa học: TS. Đặng Vũ Huân

Người hướng dẫn khoa học:

Phản biện 1:

.....

Phản biện 2:

.....

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ họp tại: Trường Đại học Luật.....giờ.....ngày.....tháng năm.....

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Tình hình vi phạm pháp luật trong hoạt động kinh tế trong giai đoạn hiện nay đang ngày càng tinh vi và phức tạp, trong đó tình trạng sản xuất, buôn bán hàng giả đang có chiều hướng gia tăng và diễn biến phức tạp. Trên thị trường hiện nay, nhiều mặt hàng bị làm giả gây ảnh hưởng to lớn đến sức khỏe của con người, trong đó có mỹ phẩm.

Trước tình hình này, để việc thực thi pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm đạt được hiệu quả cao, góp phần duy trì và củng cố môi trường cạnh tranh lành mạnh, bảo vệ quyền và lợi ích của người tiêu dùng, đòi hỏi phải có sự nghiên cứu về pháp luật phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm. Xuất phát từ yêu cầu đó, học viên đã lựa chọn đề tài “*Pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm*” để làm Luận văn Thạc sĩ luật học.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

Pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm đã được nhiều người quan tâm, tìm hiểu dưới nhiều góc độ khác nhau:

Nhóm thứ nhất: Các công trình nghiên cứu về phòng chống hàng giả dưới góc độ của luật hình sự về tội sản xuất hàng giả, buôn bán hàng giả bao gồm: (1) TS. Phùng Thế Vắc (Chủ biên), TS. Trần Văn Luyện, LS.ThS. Phạm Thanh Bình, ThS. Nguyễn Đức Mai, ThS. Nguyễn Sỹ Đại, ThS. Nguyễn Mai Bộ (2001), “*Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự 1999 (phần các tội phạm)*”, Nxb. Công an nhân dân; (2) ThS. Đinh Văn Quế (2003), *Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự (phần các tội phạm), tập VI*”, Nxb. Thành phố Hồ Chí Minh; (3) TS. Trần Minh Hường (2009), *Bình luận khoa học Bộ luật Hình sự Việt Nam, được sửa đổi, bổ sung năm 2009*”, Nxb. Lao động; (4) Trường Đại học Luật Hà Nội (2012), *Giáo trình Luật Hình sự Việt Nam, tập 2*, Nxb. Công an nhân dân.

Nhóm thứ hai, nghiên cứu về tội làm hàng giả gồm: Nguyễn Thị Tố Uyên (2014), *Tội sản xuất và buôn bán hàng giả theo Điều 156 Bộ luật Hình sự*, Luận văn Thạc sĩ luật học, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội. Tuy nhiên, các vấn đề lý luận và thực tiễn áp dụng pháp luật về tội sản xuất, buôn bán hàng giả đang có nhiều thay đổi theo tình hình kinh tế của đất nước và đây vẫn là vấn đề mang tính thời sự cần được nghiên cứu cụ thể, đầy đủ, toàn diện, phục vụ công tác điều tra, truy tố, xét xử và đấu tranh chống tội sản xuất hàng giả, buôn bán hàng giả ở nước ta hiện nay.

Nhóm thứ ba, nghiên cứu về phòng chống hàng giả dưới góc độ quản lý nhà nước, gồm: (1) Giang Thị Hoàng Dung (2012), *Quản lý nhà nước về phòng chống hàng giả trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh - Thực trạng và giải pháp*, Học viện Hành chính Quốc gia TP. Hồ Chí Minh; (2) Trần Minh Trọng (2014), *Hoàn thiện công tác quản lý phòng chống hàng giả tại Chi cục Quản lý thị trường tỉnh Bắc Ninh*, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh thuộc Đại học Thái Nguyên; (3) Phạm Anh Tuấn (2015), *Tăng cường quản lý nhà nước về phòng, chống sản xuất và buôn bán hàng giả tại Chi cục Quản lý thị trường tỉnh Quảng Ninh*, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên.

Các công trình nghiên cứu trên chủ yếu mang tính chất chuyên ngành dân sự về xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ hoặc mang tính chất chuyên ngành hình sự nghiên cứu về tội sản xuất và buôn bán hàng giả, mà chưa có công trình nào nghiên cứu về chống sản xuất và buôn bán hàng giả dưới góc độ chuyên ngành luật kinh

tế để làm cơ sở lý luận và thực tiễn cho việc xây dựng, ban hành các chính sách, chủ trương, biện pháp nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước về chống sản xuất và buôn bán hàng giả. Song các công trình đã công bố ở trên sẽ là nguồn tư liệu tham khảo có giá trị để học viên thực hiện nghiên cứu đề tài của mình trong khuôn khổ Luận văn Thạc sĩ Luật học.

3. Cơ sở phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

3.1. Cơ sở phương pháp luận

Đề tài được nghiên cứu dựa trên các nguyên lý của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lênin; tư tưởng Hồ Chí Minh và đường lối của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước ta về bảo đảm trật tự quản lý kinh tế, về phòng chống hàng giả, hàng nhái và gian lận thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu khoa học phù hợp với tính chất và yêu cầu của đề tài như:

+ Phương pháp phân tích: Được sử dụng trong luận văn để phân tích các quy định pháp luật tại Chương 1, Chương 2 và Chương 3. Việc phân tích các quy định của pháp luật, các tình huống thực tiễn có liên quan để làm căn cứ đưa ra các kết luận tại mỗi chương.

+ Phương pháp thống kê: Được sử dụng trong luận văn để thống kê hành vi sản xuất, kinh doanh mỹ phẩm giả.

+ Phương pháp quy nạp: Sử dụng các kết quả nghiên cứu đã công bố để đưa vào luận văn của mình.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu hướng vào một số vấn đề lý luận pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm, hệ thống các quy định pháp luật về vấn đề này cũng như thực tiễn đấu tranh, phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở nước ta trong thời gian gần đây.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu các quy định của pháp luật Việt Nam về nhận diện hàng giả, các biện pháp phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm và thực tiễn áp dụng pháp luật trong lĩnh vực này từ năm 2015 đến nay.

5. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

5.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận văn là làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm, từ đó, đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở nước ta hiện nay.

5.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục đích nghiên cứu trên, luận văn xác định các nhiệm vụ cụ thể như sau:

- Nghiên cứu các vấn đề lý luận pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm;

- Phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật và việc thực thi pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở nước ta trong thời gian gần đây, từ đó, làm rõ những ưu điểm, bất cập và nguyên nhân dẫn đến những bất cập, tồn tại;

- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở Việt Nam trong thời gian tới.

6. Câu hỏi nghiên cứu và giả thiết nghiên cứu

6.1. Câu hỏi nghiên cứu

- Biện pháp phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm là gì?

- Chế tài đối với hành vi kinh doanh mỹ phẩm giả là gì?

- Các quy định pháp luật đã đáp ứng được yêu cầu phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm về mặt thực tiễn chưa?

6.2. Giả thiết nghiên cứu

- Việc xác định hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm còn nhiều quan niệm khác nhau chưa có tiêu chí xác định thống nhất.

- Pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm chưa thống nhất.

- Việc thực thi pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm chưa có cơ chế hiệu quả.

7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn

Về phương diện lý luận: Luận văn hệ thống hóa cơ sở lý luận pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm; phân tích có hệ thống các quy định của pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm và các văn bản hướng dẫn thi hành; đưa ra hệ thống các giải pháp về hoàn thiện pháp luật và tổ chức thực hiện các quy định của pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở Việt Nam.

Về phương diện thực tiễn: Luận văn đánh giá thực trạng thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở nước ta, từ đó đưa ra những tồn tại, nguyên nhân của tồn tại và bài học kinh nghiệm trong việc thực hiện hiệu quả pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở nước ta.

8. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của luận văn được kết cấu 3 chương:

Chương 1: Những vấn đề lý luận pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm

Chương 2: Thực trạng pháp luật và thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở nước ta hiện nay

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm ở Việt Nam

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG

HÀNG GIẢ TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM

1.1. NHẬN DIỆN HÀNG GIẢ VÀ SỰ CẦN THIẾT PHẢI PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG KINH DOANH MỸ PHẨM

1.1.1. Khái niệm, đặc điểm của hàng giả

1.1.1.1. Khái niệm hàng giả

Văn bản pháp luật đầu tiên đưa ra định nghĩa về hàng giả là Nghị định số 140/HĐBT ngày 25/4/1991 của Hội đồng Bộ trưởng quy định về việc kiểm tra, xử lý hoạt động sản xuất buôn bán hàng giả. Điều 3 của Nghị định quy định: “Hàng giả theo Nghị định này, là những sản phẩm, hàng hoá được sản xuất ra trái pháp luật có hình dáng giống như những sản phẩm, hàng hoá được Nhà nước cho phép sản xuất, nhập khẩu và tiêu thụ trên thị trường; hoặc những sản phẩm, hàng hoá không có giá trị sử dụng đúng với nguồn gốc, bản chất tự nhiên, tên gọi và công dụng của nó”.

Ngày 15/11/2013, Chính phủ ban hành Nghị định số 185/2013/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ người tiêu dùng thay thế một loạt các văn bản ban hành trước đó về xử phạt hành chính, trong đó bao gồm cả Nghị định số 08/2013/NĐ-CP. Khái niệm hàng giả được quy định tại khoản 8 Điều 3 Nghị định số 185/2013/NĐ-CP theo hình thức liệt kê, từ điểm a đến điểm h. Theo cả hai văn bản này, hàng giả bao gồm 04 trường hợp:

Trường hợp giả về nội dung.

Trường hợp giả về hình thức.

Trường hợp giả mạo về sở hữu trí tuệ.

Trường hợp các sản phẩm là tem, nhãn, bao bì giả.

1.1.1.2. Đặc điểm của hàng giả

Thứ nhất, hàng giả là những vật phẩm hàng hoá được sản xuất, nhập khẩu trái pháp luật.

Thứ hai, hàng giả dựa trên các hàng hoá đã có trên thị trường, có những đặc điểm, tính chất, kiểu dáng, các thông tin và dấu hiệu của hàng thật nhưng không đủ tiêu chuẩn chất lượng quy định gây nhầm lẫn với hàng hoá đang được bảo hộ.

Thứ ba, hàng giả được tạo ra nhằm mục đích lừa dối người tiêu dùng.

1.1.2. Khái niệm, đặc điểm của hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Trên cơ sở quy định pháp luật hiện hành, có thể hiểu: “Hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm là tất cả các sản phẩm mỹ phẩm được sản xuất trái pháp luật dựa trên các hàng hoá đã có trên thị trường có những đặc điểm, tính chất, kiểu dáng và các thông tin dấu hiệu của hàng thật nhưng không đủ tiêu chuẩn chất lượng quy định gây nhầm lẫn với hàng hoá đang được bảo hộ nhằm mục đích lừa dối người tiêu dùng và thu lợi bất chính”.

Ngoài những đặc điểm của hàng giả nói chung, hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm có những đặc điểm riêng sau:

Thứ nhất, tính nghiêm trọng và gây hại trực tiếp cho người tiêu dùng.

Thứ hai, tính phổ biến, thường xuyên.

1.1.3. Sự cần thiết và mục đích, ý nghĩa của việc phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Hàng giả là hành vi vi phạm pháp luật có tính chất nghiêm trọng đối với toàn xã hội. Hàng giả còn ảnh hưởng đến nguồn thu ngân sách Nhà nước.

Đảng và Nhà nước ta đã xác định, hàng giả cũng như gian lận thương mại nói chung là mặt trái của nền kinh tế thị trường để lại những hậu quả nguy hại về kinh tế - xã hội như kim hãm sản xuất, kinh doanh trong nước, gây thất thu ngân sách nhà nước, ảnh hưởng môi trường đầu tư nước ngoài, kèm theo những tệ nạn xã hội như tham nhũng, hối lộ...

Như vậy, việc phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm là vô cùng cần thiết với những mục đích và ý nghĩa cụ thể như sau:

Thứ nhất, để tạo lập, duy trì môi trường kinh doanh lành mạnh cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh mỹ phẩm và thu hút các nguồn lực trong nước và nước ngoài để đầu tư phát triển.

Thứ hai, để bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể quyền sở hữu trí tuệ, các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh mỹ phẩm chân chính, qua đó khuyến khích việc đầu tư nghiên cứu áp dụng các tiến bộ khoa học công nghệ.

Thứ ba, bảo vệ quyền của người tiêu dùng để người tiêu dùng không bị mua nhầm hàng mỹ phẩm giả gây thiệt hại về vật chất và ảnh hưởng đến sức khỏe, tính mạng khi sử dụng hàng giả.

Thứ tư, để thực hiện các cam kết song phương, đa phương liên quan đến thực thi quyền sở hữu trí tuệ mà Nhà nước ta đã ký kết hoặc gia nhập.

1.1.4. Kinh nghiệm chống hàng giả của một số nước trên thế giới

1.1.4.1. Kinh nghiệm của EU

EU có một hệ thống chống hàng giả tinh vi, được xây dựng gần đây vì lợi ích chung của các quốc gia. Các quy định của EU tập trung chống hàng giả, hàng nhái tại các cửa khẩu hải quan bởi hoạt động hàng giả, hàng nhái chủ yếu diễn ra ở thị trường trong nước và tại các biên giới.

1.1.4.2. Kinh nghiệm của Hoa Kỳ

Đối với bảo vệ SHTT, Hoa Kỳ áp dụng “Sáng kiến chiến lược chống hoạt động vi phạm bản quyền có tổ chức” - Strategy Targeting Organized Piracy (STOP), đây là kế hoạch của Chính phủ Hoa Kỳ nhằm đấu tranh chống hoạt động làm hàng giả, hàng nhái ở nước này và trên thế giới.

1.1.4.3. Kinh nghiệm của Thụy Sĩ

Thụy Sĩ là nước không dồi dào tài nguyên thiên nhiên nhưng lại có nền kinh tế, khoa học và công nghệ phát triển, trong đó có nhiều ngành đạt trình độ hàng đầu thế giới. Chính vì vậy, Thụy Sĩ là một trong những nước trên thế giới rất quan tâm đến vấn đề SHTT, trong đó, việc chống hàng giả và vi phạm bản quyền được coi là một chiến dịch nhằm bảo vệ quyền sáng tạo, hỗ trợ cho hoạt động ngoại thương và tạo môi trường kinh tế lành mạnh.

1.2. LÝ LUẬN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG KINH DOANH MỸ PHẨM

1.2.1. Khái niệm và đặc điểm của pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

1.2.1.1. Khái niệm pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Pháp luật về phòng, chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm là hoạt động lập pháp và thực thi pháp luật của Nhà nước, đó là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh bằng pháp luật đối với các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả là mỹ phẩm của các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh và hoạt động thương mại thông qua hệ thống các văn bản quy phạm pháp luật quy định về chất lượng hàng hóa, nhãn hiệu hàng hóa, quyền SHTT, sở hữu công nghiệp, về đăng ký kinh doanh, xử lý các hành vi vi phạm trong sản xuất kinh doanh hàng hóa... được tổ chức thực hiện thông qua hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước đối với hàng hóa, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền kiểm tra, xử lý việc sản xuất, buôn bán hàng giả là mỹ phẩm. Pháp luật quy định về trình tự, thủ tục, kinh phí cho công tác điều tra, xác minh, giám định, xử lý các vụ việc về hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm .

1.2.1.2. Đặc điểm của pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Thứ nhất, các biện pháp chế tài chính đối với hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả là mỹ phẩm thông thường được áp dụng ở mức độ nghiêm khắc, có tính răn đe cao hơn..

Thứ hai, bên cạnh các biện pháp chế tài chính, các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả gây hại cho sức khỏe, an toàn của người tiêu dùng thường còn phải chịu các biện pháp bổ sung nghiêm khắc hơn.

Thứ ba, việc xử lý nghiêm khắc hơn các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả gây hại cho sức khỏe, an toàn của người tiêu dùng còn thể hiện ở các quy định của Bộ luật Hình sự.

Thứ tư, trong hoạt động tổ chức phòng, chống hàng giả, đối với các loại hàng giả gây hại cho sức khỏe, an toàn của người tiêu dùng, pháp luật quy định trách nhiệm chủ động của cơ quan nhà nước, mà không cần yêu cầu của người bị hại là doanh nghiệp hay cá nhân.

1.2.2. Các biện pháp phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

1.2.2.1. Biện pháp phòng ngừa, đấu tranh và ngăn chặn chung

Tuyên truyền cho các cơ sở kinh doanh không buôn bán mỹ phẩm giả, không rõ nguồn gốc, nhập lậu. Đặc biệt, phải tuyên truyền để người dân nếu phát hiện cơ sở nào bán mỹ phẩm giả, không rõ nguồn gốc, nhập lậu... thì kịp thời báo cho cơ quan chức năng gần nhất để ngăn chặn, xử lý.

1.2.2.2. Biện pháp xử lý hành chính đối với hành vi kinh doanh hàng giả về mỹ phẩm

Biện pháp xử lý hành chính đối với hành vi kinh doanh hàng giả về mỹ phẩm là các biện pháp pháp lý được áp dụng để xử lý các vi phạm hành chính. Cơ sở của việc áp dụng biện pháp xử lý hành chính là có hành vi vi phạm được quy định tại Luật Xử lý vi phạm hành chính, các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh hành vi kinh doanh hàng giả viện dẫn đến Luật Xử lý vi phạm hành chính để xác định trách nhiệm. Do đó, việc xác định được đúng hành vi kinh doanh hàng giả là mỹ phẩm, tức là xác định đúng cơ sở xử phạt, thì việc áp dụng các biện pháp xử lý hành chính mới chính xác, bảo đảm được quyền và lợi ích hợp pháp của Nhà nước, của tổ chức và cá nhân, phát huy được hiệu quả và mục đích của việc áp dụng trách nhiệm hành

chính là nhằm lập lại trật tự quản lý nhà nước bị xâm hại, góp phần giáo dục, người vi phạm và răn đe, phòng ngừa vi phạm trong tương lai, tránh được sự tùy tiện trong xử phạt hành chính.

1.2.2.3. Biện pháp xử lý hình sự đối với hành vi kinh doanh hàng giả về mỹ phẩm

Biện pháp xử lý hình sự là một dạng trách nhiệm pháp lý, là hậu quả pháp lý bất lợi mà người phạm tội phải gánh chịu trước Nhà nước do người đó thực hiện tội phạm và là kết quả của việc áp dụng các quy phạm pháp luật hình sự, được thể hiện ở bản án kết tội của Tòa án có hiệu lực pháp luật, hình phạt và một số biện pháp cưỡng chế hình sự khác do luật hình sự quy định¹.

Do tính chất nguy hiểm của các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, đặc biệt là trong kinh doanh mỹ phẩm, Bộ luật Hình sự năm 2015 đã sửa đổi, bổ sung và tăng nặng hình phạt với tội danh này tại Điều 192 - Tội sản xuất, buôn bán hàng giả

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Làm rõ nội hàm của khái niệm hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm theo quy định của pháp luật hiện nay là một trong những điều kiện tiên quyết để nâng cao hiệu quả của công tác bảo vệ quyền SHTT và chống hàng giả. Dưới góc độ pháp lý, điều này không chỉ có ý nghĩa xác định giới hạn, phạm vi của hoạt động chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm, mà còn có ý nghĩa trong việc huy động, phát huy vai trò của các chủ thể tham gia vào cuộc chiến chống hàng giả, bao gồm cả các lực lượng chống hàng giả là các cơ quan nhà nước lẫn các doanh nghiệp, các cá nhân. Đặc biệt, việc làm rõ khái niệm hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm cũng có ý nghĩa lớn trong việc quyết định các biện pháp hợp lý trong ngăn ngừa, phát hiện và áp dụng các biện pháp chế tài một cách đồng bộ, hợp lý đối với các hoạt động sản xuất, buôn bán hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm.

Pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm bao gồm tổng thể các biện pháp phòng ngừa, đấu tranh và ngăn chặn, trong đó, các biện pháp xử lý hành chính, biện pháp xử lý hình sự do Nhà nước đặt ra nhằm ngăn ngừa hành vi vi phạm trong kinh doanh mỹ phẩm, mà khi chủ thể có hành vi vi phạm thì bị áp dụng biện pháp xử lý tương ứng với mức độ của hành vi đó.

¹ TS. Phạm Mạnh Hùng, Trường Đào tạo, Bồi dưỡng nghiệp vụ kiểm sát, <http://tks.edu.vn/thong-tin-khoa-hoc/chi-tiet/79/42>.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

2.1. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG KINH DOANH MỸ PHẨM

2.1.1. Các quy định về biện pháp xử lý hành chính đối với kinh doanh hàng giả về mỹ phẩm

Như đã phân tích và đề cập tại Chương 1 của Luận văn, thì hàng giả có 04 dấu hiệu là giả về hình thức, giả về nội dung, giả về sở hữu trí tuệ và giả về tem nhãn hàng hóa. Do vậy, việc xử lý đối với hành vi kinh doanh hàng giả về mỹ phẩm cần xác định đúng hành vi nào, tương ứng với biện pháp xử lý hành chính đó.

Các hành vi sản xuất, buôn bán mỹ phẩm là hàng giả thì áp dụng Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15/11/2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Nghị định số 185/2013/NĐ-CP) (đã được sửa đổi, bổ sung một số điều bởi Nghị định số 124/2015/NĐ-CP ngày 10/11/2015).

2.1.2. Các quy định về biện pháp xử lý hình sự đối với hành vi kinh doanh hàng giả về mỹ phẩm

Trước hết, Bộ luật Hình sự Việt Nam đã quy định về tội xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp:

- Người nào cố ý xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp đối với nhãn hiệu hoặc chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ tại Việt Nam với quy mô thương mại, thì bị phạt tiền từ năm mươi triệu đồng đến năm trăm triệu đồng hoặc cải tạo không giam giữ đến hai năm.

- Phạm tội thuộc một trong các trường hợp sau đây, thì bị phạt tiền từ bốn trăm triệu đồng đến một tỷ đồng hoặc phạt tù từ sáu tháng đến ba năm: (a) Có tổ chức; (b) Phạm tội nhiều lần.

- Người phạm tội còn có thể bị phạt tiền từ hai mươi triệu đồng đến hai trăm triệu đồng, cấm đảm nhiệm chức vụ, cấm hành nghề hoặc làm công việc nhất định từ một năm đến năm năm”.

Ngay từ khi Bộ luật Hình sự chưa sửa đổi, bổ sung quy định chỉ xử lý hình sự đối với hành vi xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp (SHCN) trong trường hợp hành vi này thực hiện vì mục đích kinh doanh và gây hậu quả nghiêm trọng hoặc người vi phạm đã bị xử phạt hành chính hoặc đã bị kết án mà còn vi phạm.

Như vậy những điểm mới của Bộ luật Hình sự năm 2015 so với Bộ luật Hình sự trước đây đối với tội phạm sản xuất, buôn bán hàng giả chính là việc tăng hình phạt tiền và xử phạt đối với cả các pháp nhân thương mại nếu xác định có hành vi phạm tội và bị truy cứu trách nhiệm hình sự.

2.2. THỰC TRẠNG THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG KINH DOANH MỸ PHẨM HIỆN NAY

2.2.1. Tình hình đấu tranh phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm trên phạm vi cả nước thời gian qua

2.2.1.1. Thực trạng hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Từ khi nước ta chuyển sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đã tạo điều kiện cho sản xuất hàng hoá phát triển, tuy nhiên đó cũng là “mảnh đất màu mỡ” cho hàng giả phát triển. Trên thực tế,

hàng giả tồn tại ở khắp mọi nơi với hầu hết các loại hàng hoá, chỉ cần thị trường có nhu cầu mà khả năng làm được thì đều có nguy cơ bị làm hàng giả, từ mặt hàng cao cấp đắt tiền (như đá quý, vàng bạc, rượu ngoại, nước hoa, mỹ phẩm...) đến các mặt hàng chuyên dụng (như tân dược, thuốc trừ sâu, phân bón...), hàng điện tử, hàng công nghiệp, vật liệu xây dựng (sắt, thép, xi măng...), các mặt hàng may mặc, giày dép và cả đến các loại hàng thông dụng, rẻ tiền như viên phấn, giấy vệ sinh... Nhưng có lẽ, mặt hàng mỹ phẩm giả là nhiều nhất trên thị trường, bởi lẽ nó đem lại lợi ích kinh tế cao hơn cả.

Mỹ phẩm giả trên thị trường phổ biến là sử dụng nhãn mác, bao bì của hàng thật, nhái theo kiểu dáng của hàng thật trong nước và ngoài nước trong khi đó ruột lại là hàng giả. Mỹ phẩm giả, nhái các thương hiệu uy tín được bày bán tràn lan khắp nơi trên thị trường là một vấn đề khá “nhức nhối” hiện nay. Càng ngày, tình trạng này càng diễn biến phức tạp với những thủ đoạn tinh vi và chuyên nghiệp. Rất nhiều hàng hóa của các doanh nghiệp mỹ phẩm có uy tín, các thương hiệu nổi tiếng bị làm giả, làm nhái, được bày bán la liệt trong các cửa hàng, sạp chợ, trên mạng internet... và vĩa hè với giá rẻ đến bất ngờ. Tệ nạn hàng giả, hàng nhái khiến cho hàng loạt công ty chân chính phải lao đao, chịu thiệt hại nặng nề về kinh tế và ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín, gây mất lòng tin của khách hàng. Thậm chí, có doanh nghiệp đã tuyên bố phá sản vì không chống chọi được với nạn hàng giả, hàng nhái.

2.2.1.2. Thực trạng xử lý các vụ sản xuất, buôn bán hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Theo thống kê, trong năm 2014 và 5 tháng đầu năm 2015, các lực lượng chức năng TP. Hồ Chí Minh đã thực hiện kiểm tra trên 6.700 vụ, phát hiện 452 vụ vi phạm, trong đó vi phạm về sở hữu trí tuệ là 28 vụ, hàng giả 107 vụ và hàng kém chất lượng 317 vụ. Trong quá trình điều tra, xử lý, thu nộp ngân sách trên 4 tỷ đồng tiền phạt vi phạm hành chính; cơ quan công an đã khởi tố hình sự 12 vụ². Theo Ban Chỉ đạo quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả (Ban Chỉ đạo 389 Quốc gia), trong thời gian từ 15/7/2015 đến 15/4/2017, cơ quan chức năng Việt Nam đã thanh tra, kiểm tra 51.274 vụ; phát hiện, xử lý 12.665 vụ việc vi phạm liên quan đến dược phẩm, mỹ phẩm, thực phẩm chức năng; thu nộp ngân sách nhà nước 75,530 tỷ đồng. Đồng thời, khởi tố 17 vụ án hình sự với 29 đối tượng³.

2.2.2. Đánh giá thực trạng thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Việc thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm còn nhiều bất cập. Cụ thể:

Thứ nhất, hệ thống chính sách pháp luật về đấu tranh chống kinh doanh hàng giả mỹ phẩm còn thiếu tính đồng bộ, nhất quán

Bộ luật Hình sự quy định các chế tài đối với hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả nhưng lại không có văn bản nào quy định chi tiết về hàng giả, hàng kém chất lượng. Hiện tại, Thông tư liên tịch số 10/2000/TTLT-BTM-BCA-BTC-BKHCNMT về hướng dẫn thực hiện Chỉ thị số 31/1999/CT-TTg ngày 27/10/1999 của Thủ tướng Chính phủ về đấu tranh chống sản xuất và buôn bán hàng giả cũng đã có một số

² Theo <http://www.baohaiquan.vn/Pages/Kinh-doanh-my-pham-gia-van-con-ke-ho-tu-luat.aspx>.

³ Theo <http://www.nhandan.com.vn/suckhoe/item/33975802-nhieu-thu-doan-tinh-vi-trong-san-xuat-va-kinh-doanh-duoc-my-pham-gia.html>.

khái niệm về hàng giả và hàng kém chất lượng, nhưng đây là những định nghĩa dưới dạng văn bản hướng dẫn, chưa bao quát hết thực tiễn, tính pháp lý chưa cao, chưa tương ứng và phù hợp với tính chất pháp lý của những khái niệm này. Hệ thống văn bản pháp luật về phòng chống sản xuất và buôn bán hàng giả còn quá phức tạp bao gồm nhiều văn bản, do nhiều cơ quan ban hành. Các văn bản hướng dẫn nhiều khi còn trái với các văn bản luật hoặc là quy định chồng chéo, điều này tạo ra sự không thống nhất khi áp dụng các quy định trong thực tiễn, các cơ quan chức năng không thống nhất với nhau về cách xử lý.

Thứ hai, hệ thống pháp luật còn thiếu nhiều những quy định cụ thể mang tính hướng dẫn, giải thích; quy định chế tài xử phạt còn nhẹ

Pháp luật hiện hành chưa có quy định về cơ chế và quy trình thủ tục trong công tác kiểm tra, kiểm soát và xử lý đối với các hành vi vi phạm liên quan đến hàng giả, đặc biệt là trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ quy định chưa cụ thể về công tác kiểm định, giám định, việc xử lý đối với hàng hoá vi phạm; cơ chế kiểm soát hàng hoá xuất nhập khẩu để ngăn chặn hàng giả cũng chỉ dừng lại ở dạng quy định nguyên tắc.

Thứ ba, hệ thống pháp luật về phòng chống hàng giả còn thiếu tính ổn định. Điều này gây rất nhiều khó khăn không những đối với các cơ quan thực thi mà cả với các đối tượng thuộc phạm vi điều chỉnh, làm cho các lực lượng chức năng lúng túng trong việc vận dụng các quy định pháp lý trong công tác kiểm tra, kiểm soát và xử lý, nhiều khi không biết là văn bản pháp luật còn hiệu lực hay không, áp dụng văn bản nào thì đúng.

Thứ tư, tính phổ biến, công khai của pháp luật về đấu tranh chống hàng giả chưa cao

Đây là vấn đề mà lâu nay chúng ta vẫn quan tâm trong công tác đấu tranh chống hàng giả, đó là làm thế nào để người dân, doanh nghiệp, các tổ chức xã hội, cũng như các cấp, các ngành quan tâm hơn đến công tác đấu tranh chống hàng giả? Để làm được điều này đòi hỏi phải có sự kết hợp đồng bộ giữa công tác hoạch định, xây dựng và thực thi các chính sách pháp luật về công tác đấu tranh chống hàng giả với công tác tuyên truyền phổ biến, giáo dục pháp luật.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Pháp luật về chống sản xuất và buôn bán hàng giả của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay đã tạo cơ sở pháp lý cho việc đấu tranh chống các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả nhằm bảo vệ lợi ích của Nhà nước, xã hội và người tiêu dùng; là căn cứ pháp lý để cơ quan nhà nước kiểm tra, kiểm soát thị trường, phát hiện và xử lý vi phạm về hàng giả; để các chủ thể có thể bảo vệ hoặc yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền bảo vệ quyền của mình.

Trong những năm qua, Chính phủ và các cơ quan chức năng đã có nhiều biện pháp ngăn chặn, hạn chế tình trạng sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, từ hoàn thiện khung pháp lý, cơ chế chính sách, tổ chức thực hiện, kiểm tra và xử lý vi phạm gắn với phát triển thương hiệu hàng hoá Việt Nam, nhưng vẫn nạn hàng giả, hàng nhái, vi phạm sở hữu trí tuệ đang diễn ra rất phức tạp và có xu hướng gia tăng.

Cần phải thẳng thắn nhìn nhận rằng, đây là một lĩnh vực rất phức tạp chúng ta chưa có kinh nghiệm nhiều, hơn nữa ý thức pháp luật trong lĩnh vực này chưa cao nên không tránh khỏi những thiếu sót. Bởi vậy, để công tác chống hàng giả, gian lận thương mại ngày càng hiệu quả, thực hiện tốt chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, các bộ, ngành tiếp tục chủ động, thường xuyên rà soát chính sách, pháp luật liên quan,

kip thời phát hiện những bất cập, sơ hở để khẩn trương sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện, tạo khung pháp lý đầy đủ, vững chắc để thuận lợi cho thực thi nhiệm vụ.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ THỰC HIỆN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM Ở VIỆT NAM

3.1. ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG KINH DOANH MỸ PHẨM

3.1.1. Những định hướng chung

Trong thực tiễn đấu tranh chống sản xuất và buôn bán hàng giả ở nước ta, Nhà nước đóng vai trò quan trọng và là nhân tố quyết định cho việc tồn tại hay không nạn sản xuất và buôn bán hàng giả. Với việc ban hành các văn bản pháp luật, Nhà nước đã thể hiện chính kiến của mình là luôn quyết tâm đấu tranh không khoan nhượng với nạn sản xuất và buôn bán hàng giả, cho dù cuộc chiến này hết sức cam go, quyết liệt, lâu dài, tốn kém nhưng cũng đã đem lại những kết quả khả quan. Tuy nhiên, thực tế cũng cho thấy (bộ lộ) những thiếu sót mà hậu quả của nó không phải là nhỏ, đặc biệt là những thiếu sót trong pháp luật.

Để loại bỏ những thiếu sót đó, Nhà nước cần sớm hoàn thiện hệ thống pháp luật, có những quy định cụ thể hình thức xử lý và mức xử phạt lỗi làm hàng giả nghiêm khắc hơn để người sản xuất, kinh doanh hàng giả không còn dám nghĩ đến chuyện tái phạm; cần có thêm hình phạt bổ sung cho án phạt về tội làm hàng giả như cấm những người có tiền án làm hàng giả làm những nghề có liên quan đến sản xuất, kinh doanh loại hàng hoá mà họ đã phạm tội. Nhà nước cũng cần phải nhận định rõ thẩm quyền của các Bộ, ngành, các cơ quan chức năng trong việc kiểm tra, xử lý hành vi sản xuất và buôn bán hàng giả tránh tình trạng có nhiều cơ quan có thẩm quyền kiểm tra, xử lý lại không có “nhạc trưởng” chỉ huy dẫn dắt hay tình trạng trách nhiệm thuộc về tất cả “nghĩa là không có ai” và tình trạng có quá nhiều văn bản hướng dẫn thi hành nên vô hình chung “dẫm đạp” lên nhau trong một chừng mực nhất định đã vô hiệu hoá lẫn nhau. Các Bộ, ngành và các cơ quan chức năng cần phải phối hợp chặt chẽ với nhau, thực hiện triệt để Chỉ thị số 31/1999/CT-TTg trong công tác đấu tranh chống sản xuất, kinh doanh hàng giả để tạo nên sức mạnh tổng hợp, sự thống nhất và hợp lý để nhiệm vụ chống hàng giả đạt được những kết quả như mong muốn.

Ngoài ra, Nhà nước cũng cần phải tạo lập ra hệ thống thông tin tổng hợp về chống hàng giả trên quy mô toàn quốc; cần phối hợp chặt chẽ, tăng cường hơn nữa mối quan hệ hai chiều giữa Nhà nước với các doanh nghiệp và người tiêu dùng nhằm tạo ra thế bao vây cô lập hàng giả từ mọi phía và từ đó công tác đấu tranh chống sản xuất và buôn bán hàng giả mới có hiệu quả cao nhất.

3.1.2. Định hướng phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng phải vận động quần chúng tự nguyện tham gia đấu tranh chống các hiện tượng tiêu cực, chống các hiện tượng sản xuất kinh doanh hàng giả, hàng kém chất lượng, gây thiệt hại cho người tiêu dùng, phổ biến rộng rãi Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, phối hợp với cơ quan tiêu chuẩn - đo lường - chất lượng tổ chức các cuộc tọa đàm, hội thảo, tuyên truyền phổ biến cho hội viên và người tiêu dùng. Phối hợp với các cơ quan thông tin đại chúng hướng dẫn người tiêu dùng những kiến thức cơ bản về chất lượng hàng hoá, nhận biết hàng thật, hàng giả, hàng kém chất lượng... Trước mắt Hội thành

lập Văn phòng tư vấn và tiếp nhận khiếu nại của người tiêu dùng; xây dựng quy chế giữa Hội với các cơ quan quản lý nhà nước để kiểm tra đánh giá chất lượng sản phẩm.

3.1.3. Đề cao vai trò của Nhà nước trong phòng chống hàng giả trong lĩnh vực kinh doanh mỹ phẩm

Vai trò quản lý nhà nước về chống sản xuất và buôn bán hàng giả mỹ phẩm không chỉ dừng lại ở việc xây dựng, ban hành các quy tắc quản lý trong lĩnh vực sản xuất, buôn bán hàng hoá trên thị trường mà còn liên quan đến việc tổ chức triển khai thực hiện các quy tắc đó trên thực tế. Vì vậy, đánh giá hiệu quả, hiệu lực thi hành pháp luật về chống sản xuất và buôn bán hàng giả mỹ phẩm là một trong những giải pháp nhằm hoàn thiện quản lý nhà nước trong công tác chống sản xuất và buôn bán hàng giả.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ PHÒNG CHỐNG HÀNG GIẢ TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH MỸ PHẨM

3.2.1. Hoàn thiện các quy định pháp luật về phòng chống hành vi buôn bán và sản xuất hàng giả

Theo quy định tại Khoản 8 Điều 3 Nghị định 185/2013/NĐ-CP, thì hàng giả bao gồm hàng giả mạo về nội dung (hàng hóa không có giá trị sử dụng, công dụng; có giá trị sử dụng, công dụng không đúng với nguồn gốc bản chất tự nhiên, tên gọi của hàng hóa hoặc giá trị sử dụng, công dụng đã công bố hoặc đăng ký; hàng hóa có hàm lượng định lượng chất chính hoặc tổng các chất dinh dưỡng hoặc đặc tính kỹ thuật cơ bản khác chỉ đạt mức từ 70% trở xuống so với tiêu chuẩn chất lượng hoặc quy chuẩn kỹ thuật đã đăng ký, công bố áp dụng hoặc ghi trên nhãn, bao bì hàng hóa...), hàng giả mạo về hình thức (hàng hóa có nhãn, bao bì giả mạo tên thương nhân, địa chỉ, tên thương mại hoặc tên thương phẩm của thương nhân khác...), hàng giả mạo về sở hữu trí tuệ và tem, nhãn, bao bì giả. Trên thực tế, có một số hàng hóa là mỹ phẩm giả, được sản xuất theo đúng tiêu chuẩn hoặc quy chuẩn kỹ thuật hiện hành nhưng không đảm bảo an toàn, hoặc có khả năng gây thiệt hại đến người tiêu dùng, trong trường hợp này được gọi là hàng hóa khuyết tật theo Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 chứ không phải là hàng giả. Do đó, việc phân biệt giữa hàng giả và hàng hóa khuyết tật có ý nghĩa quan trọng trong cách ứng xử của người tiêu dùng khi gặp hàng hóa này và cách xử lý của cơ quan nhà nước đối với các đơn vị sản xuất, kinh doanh. Bởi vì, hành vi sản xuất, kinh doanh hàng hóa khuyết tật thì không bị coi là hành vi bị xử phạt vi phạm hành chính theo Nghị định số 185/2013/NĐ-CP. Do vậy, cần đưa ra hướng khắc phục, nhằm tránh tình trạng lách luật, từ hàng giả sang hàng khuyết tật một cách cố ý.

3.2.2. Nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật về phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

3.2.2.1. Tăng cường phối hợp giữa các cơ quan thực thi pháp luật

Hiện nay, việc kiểm tra và giám sát về chất lượng, tiêu chuẩn hàng hóa, vệ sinh an toàn thực phẩm, sở hữu trí tuệ, chống buôn lậu, hàng giả và gian lận thương mại được giao cho nhiều lực lượng khác nhau: Ở các cửa khẩu biên giới, cảng biển, sân bay gồm: Lực lượng Hải quan giữ vai trò chủ chốt, bộ đội biên phòng; còn kiểm tra, kiểm soát trên thị trường nội địa gồm: Quản lý thị trường, công an, thanh tra chuyên ngành y tế, khoa học công nghệ, bảo vệ thực vật, thú y...

3.2.2.2. Tăng cường năng lực thực thi, cơ chế chính sách hỗ trợ cho các cơ quan thực thi

Xây dựng một tổ chức hoạt động cấp cao, có đủ thẩm quyền điều hành việc phối kết hợp, hoạch định các phương án chiến lược theo cơ chế phối hợp một cách đồng bộ trong đấu tranh chống các hành vi sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng kém chất lượng và các hành vi khác xâm phạm quyền SHTT, đồng thời đóng vai trò bản lề trong việc liên kết giữa các cơ quan thực thi trong việc kiểm tra, xử lý vi phạm.

3.2.2.3. Nâng cao nhận thức của người tiêu dùng và doanh nghiệp trong việc bảo vệ quyền lợi hợp pháp của mình

Tăng cường công tác tuyên truyền, hướng dẫn thực hiện các quy định của Nhà nước về hàng giả, về SHTT, về tác hại nhiều mặt của tệ nạn sản xuất, buôn bán hàng giả hàng kém chất lượng đến tận người dân bằng nhiều hình thức; nội dung phong phú, phương pháp đơn giản phù hợp với từng đối tượng người tiêu dùng và doanh nghiệp. Đặc biệt, phối hợp với đài truyền hình làm chương trình hàng thật - hàng giả phát định kỳ trên truyền hình.

3.2.2.4. Tuyên truyền, giáo dục, vận động toàn xã hội tham gia phòng ngừa và đấu tranh chống sản xuất và buôn bán hàng giả

Xuất phát từ thực trạng sản xuất và buôn bán hàng giả đã trở thành một tệ nạn xã hội, diễn ra khá phổ biến ở mọi miền của đất nước và trong điều kiện của nền sản xuất hàng hoá mới được chuyển đổi như ở nước ta, tệ nạn này có xu hướng ngày càng phát triển đòi hỏi công tác chống hàng giả phải khơi dậy được sự quan tâm và huy động được sự tham gia của các lực lượng, các ngành, các cấp từ trung ương đến địa phương, các cơ sở sản xuất kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế và quần chúng nhân dân, những người tiêu dùng là nạn nhân hàng ngày của nạn sản xuất và buôn bán hàng giả. Chính vì vậy, trong thời gian qua công tác tuyên truyền, giáo dục, vận động toàn xã hội tham gia công tác phòng ngừa và đấu tranh chống sản xuất và buôn bán hàng giả đã được triển khai với nhiều hình thức phong phú, thiết thực.

3.2.2.5. Tăng cường hợp tác quốc tế trong công tác phối hợp đấu tranh phòng chống hàng giả giữa Việt Nam và các nước trên thế giới

Mở rộng hợp tác quốc tế, cập nhật thông tin về tình hình kinh tế thế giới; tình hình sản xuất và buôn bán hàng giả trong khu vực và trên thế giới để từ đó có dự báo sớm về những lĩnh vực, thủ đoạn vi phạm, để từ đó có các biện pháp phòng ngừa và chống việc buôn bán hàng giả tại biên giới và thị trường nội địa hiệu quả hơn. Tăng cường mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực SHTT để tranh thủ sự trợ giúp kỹ thuật, tổ chức và kinh nghiệm nhằm nâng cao năng lực thực thi quyền SHTT của Việt Nam. Chủ động tích cực tìm kiếm các chương trình tài trợ, hỗ trợ của các tổ chức nước ngoài trong việc chống hàng giả, xâm phạm quyền SHTT.

3.2.3. Nhóm các giải pháp hỗ trợ nhằm nâng cao hiệu quả phòng chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm

Thứ nhất, xác lập quyền sở hữu đối với các tài sản trí tuệ của doanh nghiệp: Cũng như các tài sản khác, hàng hóa của doanh nghiệp là tài sản trí tuệ, do đó doanh nghiệp cần phải xác lập quyền sở hữu của mình một cách hợp pháp để bảo vệ, phát triển và thụ hưởng những lợi ích từ tài sản đó mang lại. Doanh nghiệp xác lập quyền sở hữu đối với hàng hóa của mình thông qua việc công bố thông tin về kiểu dáng, chất

lượng hàng hóa, đăng ký bảo hộ độc quyền đối với hàng hóa do mình sở hữu, thực hiện quy chế ghi nhãn hàng hóa,... tuân thủ theo pháp luật Nhà nước quy định.

Xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với hàng hóa là cơ sở nền tảng để doanh nghiệp tiếp cận và mở rộng thị trường, là phương thức phổ biến nhất để doanh nghiệp giới thiệu, quảng bá và tạo lập uy tín sản phẩm của mình đến với người tiêu dùng, từ đó giúp người tiêu dùng dễ nhận biết sản phẩm của doanh nghiệp khi mua sắm, gián tiếp ngăn chặn sự thâm nhập thị trường của hàng giả. Nếu doanh nghiệp không chứng minh được tài sản trí tuệ thuộc sở hữu của mình thì không thể yêu cầu các cơ quan chức năng bảo vệ tài sản đó khi bị xâm phạm. Thậm chí doanh nghiệp có thể bị mất quyền sở hữu và quyền sử dụng tài sản trí tuệ vào tay người khác.

Thứ hai, chủ động tìm hiểu thông tin để không xâm phạm quyền của doanh nghiệp khác. Các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu thông tin về sở hữu trí tuệ thông qua việc tra cứu tại cơ quan đăng ký quyền sở hữu trí tuệ và xác lập quyền sở hữu trí tuệ đối với hàng hóa của mình trước khi sản xuất và đưa sản phẩm ra thị trường nhằm tránh các tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ gây thiệt hại cho doanh nghiệp và có thể bị mất quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm của mình.

Thứ ba, áp dụng các biện pháp kỹ thuật chống hàng giả. Các doanh nghiệp cần chủ động áp dụng các biện pháp kỹ thuật chống làm hàng giả như: Dán tem chống giả, tăng cường đầu tư, đổi mới công nghệ, quản lý tốt hệ thống bán hàng, quy trình công nghệ, nguyên vật liệu, nhãn mác...

Thứ tư, chủ động phối hợp với các cơ quan thực thi để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Các doanh nghiệp cần chủ động phối hợp với các cơ quan thực thi để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm của mình thông qua các cách thức như: Trực tiếp tố cáo các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, sản xuất, kinh doanh hàng giả; cung cấp thông tin, tham gia trưng bày các mẫu hàng thật - hàng giả, giới thiệu các cách thức phân biệt hàng thật - hàng giả, các thủ đoạn sản xuất, buôn bán hàng giả, hướng dẫn cho người tiêu dùng nhằm tránh mua phải hàng giả; phối hợp kiểm tra, xử lý hàng giả; phối hợp trong quá trình điều tra, kiểm tra, phát hiện, xử lý hàng vi phạm (như tiêu hủy, mua lại, khắc phục hậu quả vi phạm...); đào tạo hướng dẫn phân biệt hàng thật - hàng giả; hỗ trợ kỹ thuật, hỗ trợ kinh phí...

Thứ năm, phổ biến để người tiêu dùng cần hiểu rõ về quyền khiếu nại, tố cáo, khởi kiện hoặc đề nghị tổ chức xã hội khởi kiện để bảo vệ quyền lợi của mình. Người tiêu dùng cần tìm cách ngăn chặn khi nghi ngờ một ai đó sản xuất, phân phối, buôn bán hàng giả và cần phải thông báo ngay cho cơ quan có thẩm quyền nơi gần nhất hoặc chính quyền địa phương sở tại để kịp thời ngăn chặn việc bán hàng giả. Người tiêu dùng, tổ chức kinh doanh có quyền tố cáo hành vi sản xuất buôn bán, vận chuyển, tàng trữ hàng giả bằng bất kỳ hình thức nào đến cơ quan có thẩm quyền nơi gần nhất. Trong trường hợp mua nhầm hàng giả, người tiêu dùng nên giữ nguyên hiện trạng của hàng hóa và các chứng từ có liên quan (như hóa đơn, bao bì, hướng dẫn sử dụng, phiếu bảo hành...), liên hệ với người đã bán hàng yêu cầu đổi hàng hoặc hoàn trả tiền, bồi thường; đồng thời thông báo cho cơ quan có thẩm quyền gần nhất. Trường hợp người bán hàng không đổi hàng hoặc bồi thường hay không hoàn trả tiền thỏa đáng, người tiêu dùng nên làm đơn tố cáo và chuyển toàn bộ tang vật, chứng từ liên quan của hàng hóa đó cho cơ quan có thẩm quyền gần nhất.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Thông qua kết quả nghiên cứu trong việc nâng cao hiệu quả về phòng, chống hàng giả, một loạt các giải pháp cụ thể được đề cập khi nghiên cứu đề tài như: Hoàn thiện các văn bản pháp luật; củng cố các cơ quan thực thi nhằm tăng cường công tác kiểm tra và xử lý các vi phạm; tích cực tuyên truyền giáo dục pháp luật, nâng cao nhận thức cho nhân dân; nâng cao tổ chức, nhận thức và quản lý của các nhà sản xuất, kinh doanh và tăng cường hoạt động trao đổi kinh nghiệm hợp tác quốc tế với các nước khu vực và trên thế giới trong đấu tranh phòng, chống hàng giả.

Thiết nghĩ, để công tác phòng ngừa và đấu tranh chống hàng giả đạt hiệu quả cao, bảo vệ quyền lợi chính đáng của các cơ sở sản xuất và người tiêu dùng; thiết lập trật tự kỷ cương; bảo đảm cho các hoạt động kinh doanh trên thị trường đúng theo quy định của Nhà nước và các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã ký cần hoàn thiện pháp luật về phòng chống hàng giả.

KẾT LUẬN

Hàng giả ảnh hưởng không nhỏ đến sức khỏe, tiền bạc của người tiêu dùng, làm thiệt hại về uy tín, vật chất cho các doanh nghiệp. Hơn nữa, hàng giả còn ảnh hưởng đến uy tín quốc gia, vi phạm các điều quy ước quốc tế mà Việt Nam ký kết, nó không chỉ ảnh hưởng đến nền kinh tế của đất nước mà còn kìm hãm sự tăng trưởng, phát triển kinh tế - xã hội. Vì vậy, chống hàng giả, đặc biệt là trong kinh doanh mỹ phẩm có hiệu quả là góp phần tăng trưởng phát triển kinh tế, giữ vững an ninh thị trường và bảo vệ lợi ích chính đáng của nhà sản xuất, kinh doanh và người tiêu dùng.

Trong những năm vừa qua, công tác đấu tranh chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm đã đạt được một số kết quả khả quan, đã kiểm tra, phát hiện và xử lý nhiều vụ vi phạm thu về cho ngân sách hàng chục tỷ đồng. Tuy nhiên trên thực tế, hàng giả vẫn chưa giảm và hành vi thủ đoạn ngày càng tinh vi, xảo quyệt hơn. Để lý giải cho thực trạng này có rất nhiều nguyên nhân, song nguyên nhân chủ yếu là do luật pháp của ta chưa nghiêm, chưa đồng bộ và thiếu tính thống nhất. Ngoài ra, còn một số nguyên nhân khác như: Công tác giáo dục, tuyên truyền về hàng giả chưa được coi trọng nên trình độ nhận thức của các tầng lớp nhân dân về tác hại của hàng giả chưa đầy đủ, trang thiết bị phục vụ cho công tác kiểm tra kiểm soát còn thiếu thốn, thô sơ...

Vì vậy, để công tác chống hàng giả có hiệu quả, đòi hỏi phải có sự nỗ lực cố gắng và phối hợp thống nhất của các Bộ, ngành có liên quan, của các nhà sản xuất kinh doanh và của người tiêu dùng, cần tranh thủ sự đồng tình ủng hộ của các tầng lớp nhân dân và sự hợp tác quốc tế trong công tác đấu tranh chống hàng giả trong kinh doanh mỹ phẩm./.