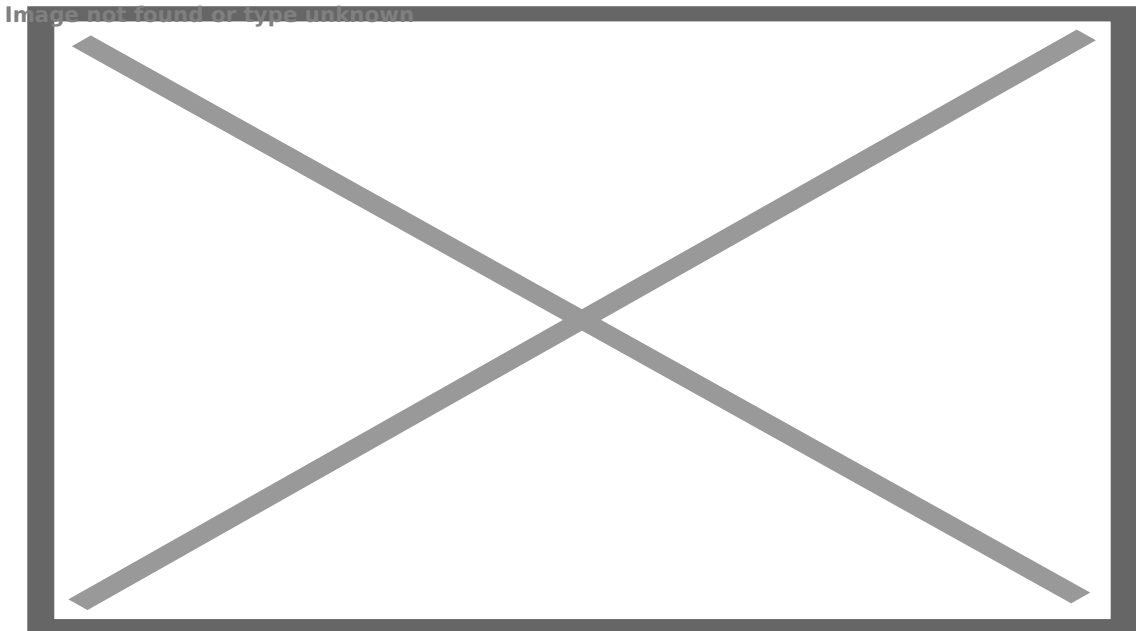


# Quản lý thông điệp phòng, chống gian lận thương mại trên tạp chí Thương hiệu và Công luận điện tử

15:51 12/07/2022

Tác giả: Admin

**Gian lận thương mại ảnh hưởng đến hiệu quả quản lý kinh tế - xã hội, làm hàng hóa nội địa bị đình trệ trong khâu phân phối và tiêu dùng, sản xuất trong nước bị đình đốn. Là cơ quan trung ương của Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam, Tạp chí Thương hiệu & Công luận điện tử luôn cung cấp những thông tin nhanh chóng, kịp thời, hữu ích về công tác phòng, chống gian lận thương mại.**



*Bài viết đi tìm một số giải pháp nhằm tăng cường quản lý thông điệp phòng, chống gian lận thương mại trên tạp chí Thương hiệu và Công luận điện tử trong thời gian tới.*

## **Phòng, chống gian lận thương mại**

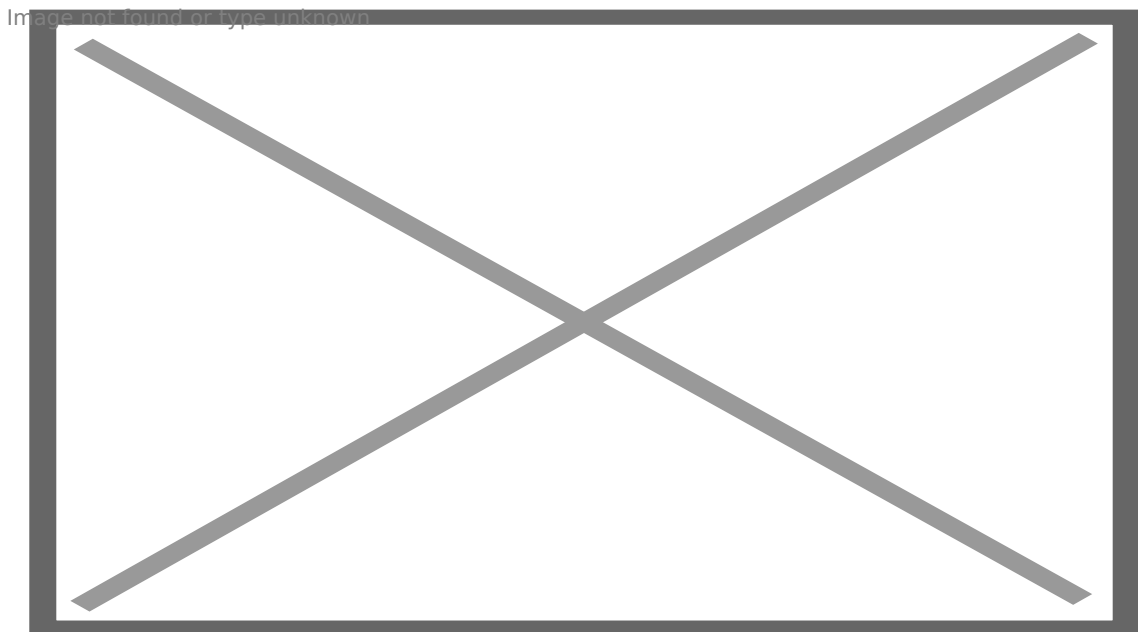
Tại hội nghị quốc tế lần thứ 5 về chống gian lận thương mại trong lĩnh vực hải quan do Tổ chức Hải quan thế giới triệu tập tại Brussels (Bỉ) năm 1995 đã xem xét lại khái niệm về gian lận thương mại trong lĩnh vực hải quan và thống nhất đưa ra một khái niệm mới như sau:

“Gian lận thương mại trong lĩnh vực hải quan là hành vi vi phạm các điều khoản pháp quy hoặc pháp luật về Hải quan nhằm: Trốn tránh hoặc cố ý trốn tránh việc nộp thuế hải quan, phí và các khoản thu khác đối với việc di chuyển hàng hóa thương mại và/hoặc nhận và có ý định nhận việc

hoàn trả trợ cấp hoặc phụ cấp cho hàng hóa không thuộc đối tượng đó và/hoặc đạt được hoặc cố ý đạt được lợi thế thương mại bất hợp pháp gây hại cho các nguyên tắc và tập tục, cạnh tranh thương mại chân chính”.

Có thể nói, gian lận thương mại là hành vi dối trá, mách khóe, lừa lọc trong lĩnh vực thương mại thông qua hoạt động mua, bán, kinh doanh, xuất nhập khẩu hàng hoá, dịch vụ nhằm mục đích thu lợi bất chính. Mục đích của hành vi gian lận thương mại là nhằm thu lợi bất chính do thực hiện trót lọt hành vi lừa đảo, dối trá. Chủ thể tham gia hành vi gian lận thương mại bao gồm: người mua, người bán, hoặc cả người mua và người bán thông qua đối tượng là hàng hóa.

Do đó, phòng, chống gian lận thương mại là hoạt động ngăn ngừa, đối phó với hành vi dối trá, mách khóe, lừa lọc trong lĩnh vực thương mại thông qua hoạt động mua, bán, kinh doanh, xuất nhập khẩu hàng hoá, dịch vụ nhằm mục đích thu lợi bất chính. Quản lý thông điệp phòng, chống gian lận thương mại trên tạp chí điện tử là sự tác động liên tục có tổ chức, có định hướng, có mục đích, có kế hoạch của chủ thể quản lý đến đối tượng quản lý trong việc thiết kế, xây dựng, phổ biến, chuyển tải, đánh giá tác động của thông điệp phòng, chống gian lận thương mại trên tạp chí điện tử nhằm đạt đến mục tiêu xác định. Những thông điệp đó phải đảm bảo đúng quan điểm, đường lối của Đảng và Nhà nước, đảm bảo phục vụ sự nghiệp cách mạng của Đảng, không trái với các quy định của pháp luật hiện hành.



*Chống gian lận thương mại và hàng giả trong hoạt động thương mại điện tử*

**Kết quả khảo sát từ thực tiễn**

Qua nghiên cứu vấn đề quản lý thông điệp phòng, chống gian lận thương mại trên tạp chí Thương hiệu và Công luận điện tử, có thể rút ra một số nội dung chính sau:

*Thứ nhất*, chuyển tải một cách nhanh chóng và sinh động mọi diễn biến, những vấn đề mới nảy sinh về phòng, chống gian lận thương mại ở Việt Nam, những thông tin, kết quả trong phòng, chống gian lận thương mại của các tỉnh, thành phố trong cả nước. Với khả năng sản xuất và xuất bản thông tin nhanh chóng, mọi lúc, mọi nơi, không phân biệt thời gian và không gian, tạp chí Thương hiệu và Công luận điện tử có thể chuyển tải mọi thông tin về phòng, chống gian lận thương mại sắp, đang, vừa diễn ra.

Ngày 22/4/2021, Cục Quản lý thị trường TP. Hồ Chí Minh phối hợp cùng Công an Thành phố tổ chức Lễ ký kết “Quy chế phối hợp giữa Cục Quản lý thị trường TP. Hồ Chí Minh và Công an Thành phố trong công tác đấu tranh phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trên địa bàn. Ngay sau đó, ngày 23/4/2021, Tạp chí Thương hiệu và Công luận đã có bài viết TP. HCM: Cục Quản lý thị trường và Công an TP chung tay bắt buôn lậu, gian lận thương mại.

Có thể thấy, thông tin mang tính thời sự, cập nhật của Tạp chí Thương hiệu và Công luận không chỉ đơn giản là sự đáp ứng nhu cầu thông tin của công chúng, mà còn tạo lập, xây dựng được cơ chế phản ứng cho công chúng trước sự kiện, tạo hiệu ứng bằng chính những thông tin nhanh nhạy và kịp thời về sự kiện.

*Thứ hai*, việc quản lý hình thức một cách chặt chẽ đã phát huy sự sáng tạo của phóng viên, tạo nên những thông điệp sinh động, hấp dẫn công chúng. Về bản chất, thông tin đa phương tiện trên tạp chí điện tử giải quyết 3 phương diện liên quan đến phòng, chống gian lận thương mại: *Một là*, vấn đề tuyên truyền về chủ trương, chính sách liên quan tới phòng, chống gian lận thương mại. *Hai là*, tác động đến tư duy và quá trình tác nghiệp của nhà báo. *Ba là*, tác động đến nhận thức, thái độ của công chúng qua hoạt động truyền thông: Lĩnh vực gian lận thương mại là chủ đề chưa thực sự được đông đảo công chúng quan tâm, bởi chứa đựng nhiều thuật ngữ chuyên ngành khó hiểu. Công tác thông tin không phải một sớm một chiều đã mang lại hiệu quả, mà cần phải có thời gian và cách thức truyền tải gần gũi, hấp dẫn mới tạo được tình cảm và thái độ tiếp nhận tích cực của công chúng.

*Thứ ba*, vận dụng tính tương tác cao - ưu thế nổi bật của loại hình tạp chí điện tử; tạo ra diễn đàn dân chủ, nơi công chúng có thể bày tỏ những hiểu biết, biểu hiện thái độ, tình cảm, chia sẻ tri thức và trình bày quan điểm của họ về các vấn đề liên quan tới phòng, chống gian lận thương mại hiện

nay. Thông qua đó, công chúng có được một quá trình nhận thức toàn diện, từ việc được tiếp nhận thông tin, được trao đổi, bàn luận, được lắng nghe từ báo chí hoặc từ công chúng khác và rút ra nhận thức cho chính mình.

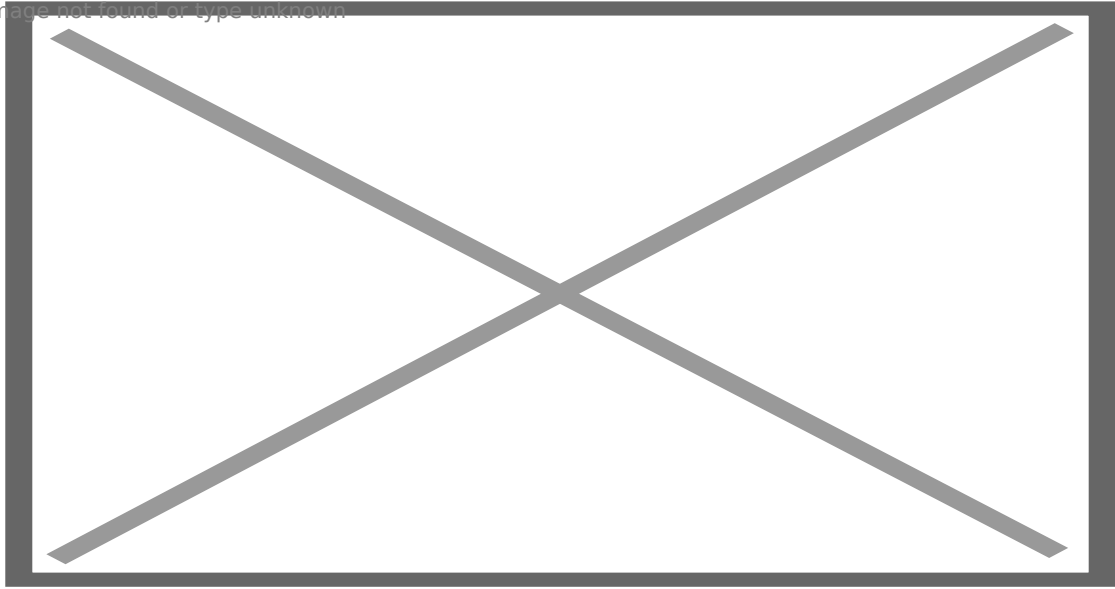
*Thứ tư*, có kế hoạch và quy trình sản xuất tác phẩm báo chí mạng thông điệp phòng, chống gian lận thương mại một cách cụ thể, có mục đích, mục tiêu rõ ràng. Theo số liệu khảo sát, hình thức truyền tải thông điệp về đấu tranh, phòng, chống gian lận thương mại được thể hiện chủ yếu là ở các tin, bài, ảnh minh họa. Trong đó, hình thức sử dụng ảnh minh họa được sử dụng nhiều nhất khi muốn truyền tải những thông điệp này.

Việc sử dụng các hình ảnh minh họa cho các tin, bài sẽ giúp độc giả hình dung nhanh hơn và dễ nhớ hơn những thông điệp mà các báo có ý định truyền tải. Số lượng bài viết lớn, vấn đề phản ánh đa dạng, đa góc cạnh cũng là một điểm thành công lớn. Để có được thành công trên, tòa soạn đã xác định được rõ mục tiêu của mình, có chiến lược bài bản và phân công công việc cụ thể, rõ ràng, xây dựng được mạng lưới thông tin toàn diện và nhanh nhạy.

Tuy nhiên, trong truyền thông thông điệp phòng, chống gian lận thương mại, Tạp chí Thương hiệu và Công luận còn một số hạn chế như: Chưa có chuyên mục riêng dành cho mảng thông tin về gian lận thương mại; Chuyên mục 389 chỉ có hai tiểu mục là chống hàng giả và sở hữu trí tuệ. Khảo sát 1.267 bài viết của Tạp chí Thương hiệu và Công luận về phòng, chống gian lận thương mại trong năm 2021 có thể nhận thấy số liệu trong từng bài là rất lớn. Tuy nhiên hiện nay, Tạp chí mới chỉ dừng lại ở việc thể hiện dữ liệu bằng text. Trong bối cảnh đa phương tiện, báo chí số như hiện nay, việc thể hiện này chưa thực sự thu hút công chúng.

Công chúng có thể có những khó khăn về tâm lý khi tiếp nhận những thông điệp về phòng chống gian lận thương mại trên tạp chí điện tử. Việc tiếp cận thông điệp một cách quá dễ dàng khiến công chúng có xu hướng lướt qua mọi thông tin, có tâm lý thoải mái khi tiếp nhận thông tin nên không cảm thấy thông điệp mình nhận được là hữu ích, vì vậy thiếu sự phân tích, lý giải thông điệp. Trong một số trường hợp, người đọc còn có thể nhanh chóng lướt qua xem mục khác với thông điệp khác.

Image not found or type unknown



*Logo tạp chí Thương hiệu & Công luận*

### **Một số giải pháp**

Trước hết, cần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của công tác quản lý thông điệp về phòng, chống gian lận thương mại trên Tạp chí Thương hiệu và Công luận điện tử. Thực tế cho thấy, việc thắt chặt quản lý, đổi mới tư duy giúp Tạp chí điện tử có điều kiện nâng cao lợi thế cạnh tranh, phục vụ công chúng được nhiều hơn và tốt hơn.

Về mặt quản lý nội dung, các chủ thể quản lý cần thay đổi nhận thức mạnh mẽ. Dưới góc độ quản lý trực tiếp con người, Tạp chí điện tử cũng cần phải nâng cao năng lực của các cán bộ lãnh đạo cấp phòng/Ban. Cần xác định đúng mục tiêu, mục đích sản xuất thông tin phòng, chống gian lận thương mại, đáp ứng tôn chỉ, mục đích của tòa soạn.

Để nâng cao nhận thức về vai trò của công tác quản lý thông điệp về phòng, chống gian lận thương mại trên Tạp chí Thương hiệu và Công luận điện tử trong thời gian tới cần phát huy vai trò lãnh đạo của các cấp, đội ngũ biên tập viên, phóng viên trong điều kiện hiện nay, cần phải có bản lĩnh vững vàng, có khả năng chọn lọc, tiếp nhận những cái mới.

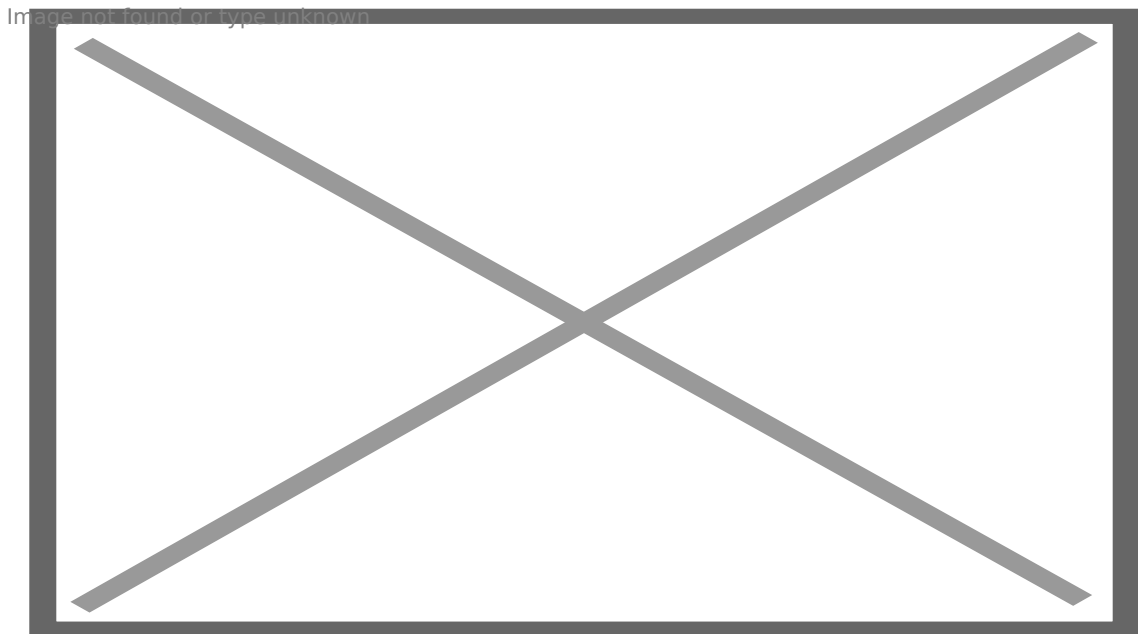
Đổi mới về bộ máy, phương thức tổ chức sản xuất thông điệp phòng, chống gian lận thương mại, cần phải khảo sát thường xuyên, đánh giá năng lực thực tế của đội ngũ phóng viên, biên tập viên, kỹ thuật viên của tòa soạn. Thường xuyên tiến hành khảo sát, đánh giá năng lực của đội ngũ cộng tác viên các cơ quan, tỉnh thành nhằm phân loại, chuẩn hóa các đối tác này để bố trí, sắp xếp phù hợp.

Bên cạnh đó, để nâng cao chất lượng và hiệu quả của bộ máy quản lý tại Tạp chí Thương hiệu và Công luận cần giải quyết tốt một số vấn đề sau đây:

*Thứ nhất*, cần xây dựng các quy định cụ thể, rõ ràng nhằm điều chỉnh tốt hơn chức năng, nhiệm vụ, cơ chế phối hợp giữa ban lãnh đạo Tạp chí và các phòng/ ban cũng như đội ngũ phóng viên, biên tập viên;

*Thứ hai*, xây dựng các quy định mới và cụ thể hơn để tổ chức lại đội ngũ trực tiếp sản xuất thông điệp về phòng, chống gian lận thương mại trên Tạp chí điện tử cũng như để nâng cao vai trò phối hợp giữa các đội tham gia vào quy trình sản xuất;

*Thứ ba*, triển khai áp dụng phương tiện kỹ thuật và công nghệ quản lý hiện đại vào hệ thống quản lý nhân lực. Với một đội ngũ cán bộ, nhân viên thiếu, trình độ có hạn, đầu việc nhiều, đẩy nhanh việc áp dụng công nghệ thông tin, phương pháp quản lý hiện đại vào hệ thống quản lý báo chí là việc làm cấp thiết. Điều đó vừa tinh giản được biên chế theo chủ trương chung của Chính phủ hiện nay, vừa quán xuyên công việc một cách có hiệu quả.



*Để Phòng chống gian lận xuất xứ cần cấp chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O) thông qua Cơ chế một cửa quốc gia*

Thời gian tới, lãnh đạo Tạp chí Thương hiệu và Công luận cần xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực. Nguồn nhân lực này phải được quản lý và phát triển theo định hướng từng bước phù hợp với các nguyên tắc và quy luật của thị trường lao động, đồng thời cũng cần chú trọng đào tạo và nâng cao nghiệp vụ cho toàn thể cán bộ nhân viên, chú ý tới một số việc sau: Đối với việc lựa chọn

nhân sự quản lý phải công khai minh bạch, vì đội ngũ nhân sự là điều kiện để nâng cao chất lượng quản lý dịch vụ. Đội ngũ quản lý phải thực sự có tài, có năng lực, được đánh giá mức độ tiến bộ theo từng năm. Điểm hạn chế chung của đội ngũ lãnh đạo hiện nay là kinh nghiệm quản lý hiện đại.

Để khắc phục hạn chế này Tạp chí điện tử có thể tổ chức những khóa đào tạo riêng biệt cho các cán bộ quản lý và hợp tác với các đối tác nước ngoài để tập huấn cho đội ngũ cán bộ quản lý. Mặt khác, cần xây dựng đội ngũ biên tập có trình độ, giỏi chuyên môn, nghiệp vụ báo chí và có kỹ năng nghề nghiệp.

Bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ về chuyên môn nghiệp vụ và bản lĩnh chính trị để vững vàng trong quá trình giám sát, kịp thời xử lý những tình huống “nóng”, những thông điệp về phòng, chống gian lận thương mại trên Tạp chí điện tử không phù hợp. Phối hợp với các trung tâm, các cơ sở đào tạo báo chí, tổ chức bồi dưỡng cán bộ làm công tác biên tập, biên dịch về nghiệp vụ làm báo, kiểm soát tin, bài.

Cử các đoàn cán bộ làm trong hội đồng biên tập, biên tập viên, biên dịch viên đi hội thảo, tham quan, học tập ở các nước tiên tiến trên thế giới. Bồi dưỡng ngoại ngữ và ứng dụng công nghệ thông tin cho biên tập viên, biên dịch viên. Bên cạnh việc chú ý đến nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên, cần có sự thay đổi trong cơ chế lương đối với cán bộ nhân viên đặc biệt là phóng viên, biên tập viên và kỹ thuật viên. Theo đó mức lương phải cao hơn và hấp dẫn hơn mức hiện tại.

Bên cạnh đó phải tạo được sự hiểu biết lẫn nhau, củng cố sự đoàn kết trong nội bộ cơ quan. Lãnh đạo Tạp chí cần tổ chức thêm nhiều hoạt động tập thể như: thể thao, tổ chức vui chơi, thư giãn cho cán bộ nhân viên. Qua đó, nâng cao lòng tự hào và sự yêu quý, gắn bó của các nhân viên đối với cơ quan./.

**NGUYỄN THỊ THUỖ DƯƠNG**

---

### **Tài liệu tham khảo**

1. Lê Thanh Bình (1998), *Chống buôn lậu và gian lận thương mại*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Nguyễn Đức Bình (2000), *Đấu tranh phòng, chống tội buôn lậu hoặc vận chuyển trái phép hàng hóa, tiền tệ qua biên giới*, Luận văn Thạc sỹ Luật học Trường Đại học Luật, Hà Nội.
3. Bộ Công Thương, *Báo cáo số 16/BC-BCĐ389 ngày 20/8/2020 của Ban chỉ đạo 389 về kết quả công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả tháng 8 năm 2020*, Hà Nội.
4. Bộ Quốc phòng (2021), *Báo cáo tổng kết đợt cao điểm đấu tranh phòng, chống tội phạm*;

*phòng, chống mua bán người; chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả dịp trước, trong và sau Tết nguyên đán Tân Sửu 2021, Hà Nội.*

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/quan-ly-thong-diep-phong-chong-gian-lan-thuong-mai-tren-tap-chi-thuong-hieu-va-cong-luan-dien-tu>