

Giải pháp xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh, bảo vệ người tiêu dùng và đẩy lùi hàng giả

16:08 01/11/2026

Sự mở rộng của thương mại điện tử cùng những phương thức hoạt động mới của các đối tượng kinh doanh hàng giả đặt ra nhiều thách thức cho nền kinh tế. Để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và xây dựng một môi trường kinh doanh lành mạnh, việc triển khai các giải pháp đồng bộ là cần thiết: Từ hoàn thiện chế tài pháp lý, ứng dụng công nghệ xác thực, đến sự phối hợp chặt chẽ giữa cơ quan chức năng, hiệp hội, doanh nghiệp và nâng cao nhận thức xã hội.

Báo cáo từ các lực lượng chức năng cho thấy, công tác kiểm soát thị trường hàng hóa đang chịu áp lực lớn. Theo số liệu thống kê, trong quý III/2026, các cơ quan thẩm quyền đã phát hiện và xử lý 39.716 vụ vi phạm, tăng 24,38% so với cùng kỳ năm 2025. Kết quả này phản ánh sự tăng cường trong công tác thanh tra, kiểm tra, đồng thời cho thấy tính chất phổ biến của các hành vi gian lận thương mại hiện nay.

Trong tổng số các vụ việc, lực lượng chức năng ghi nhận 2.510 vụ buôn lậu, vận chuyển trái phép hàng hóa, hàng cấm (tăng 53,70%) và 34.357 vụ gian lận thương mại, gian lận thuế (tăng 17,32%). Đáng chú ý, số vụ hàng giả, hàng kém chất lượng và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ là 2.849 vụ, tăng 180,69% so với cùng kỳ.

Thông qua công tác xử lý vi phạm, các lực lượng chức năng thu nộp ngân sách nhà nước 5.696,673 tỷ đồng (tăng 56,38%), đồng thời tiến hành khởi tố 329 vụ án và 519 đối tượng liên quan.

Phó Cục trưởng Cục Hải quan Lưu Mạnh Tường cho biết, trong 9 tháng năm 2026, lực lượng Hải quan phát hiện hơn 17.000 vụ vi phạm, con số này gần xấp xỉ số vụ của cả năm 2015, thể hiện khối lượng công việc và áp lực ngày càng lớn đối với công tác kiểm soát hàng hóa tại các cửa khẩu, lối mở.

Xu hướng dịch chuyển của phương thức gian lận sang không gian số

Phương thức dịch chuyển và tiêu thụ hàng giả đang có sự thay đổi rõ rệt về mặt không gian. Hàng hóa vi phạm không còn tập trung chủ yếu ở các khu chợ truyền thống hay khu vực biên giới, mà mở rộng trên môi trường thương mại điện tử nhằm tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng.

Các đối tượng tận dụng tính bảo mật và ẩn danh của internet để tổ chức hoạt động kinh doanh. Bằng cách thiết lập hệ thống tài khoản trên mạng xã hội, các sàn thương mại điện tử và tổ chức các phiên phát trực tiếp (livestream) quảng bá sản phẩm với mức giá thấp, hình thức này dễ dàng tiếp cận một bộ phận người mua có tâm lý ưa chuộng hàng giá rẻ.

Để né tránh sự kiểm tra của cơ quan quản lý, hàng hóa thường không lưu trữ tại các cửa hàng cố định mà được phân tán, tập kết tại các căn hộ chung cư hoặc nhà thuê trong ngõ hẻm. Mọi giao dịch đều thực hiện trực tuyến, vận chuyển qua các đơn vị chuyển phát nhanh, và dòng tiền được luân chuyển qua các tài khoản ngân hàng không chính chủ. Quy trình này khiến việc điều tra, xác minh nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa gặp nhiều khó khăn.

Bên cạnh các mặt hàng thời trang, tiêu dùng thông thường, hành vi làm giả xuất hiện ở cả nhóm mặt hàng ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe con người. Điển hình như chuyên án do Cơ quan Cảnh sát điều tra Công an tỉnh Thanh Hóa triệt phá trong tháng 9 vừa qua đối với đường dây làm giả thuốc An Cung và mỹ phẩm ngoại nhập. Quá trình khám xét 8 địa điểm tại nhiều tỉnh thành, lực lượng chức năng thu giữ hàng triệu viên An Cung giả, gần 20 triệu sản phẩm mỹ phẩm cùng hơn 1.000 tấn nguyên liệu và hệ thống máy móc sản xuất. Vụ việc cho thấy tính chất nghiêm trọng của hành vi vi phạm khi xâm phạm trực tiếp đến an toàn y tế và sức khỏe cộng đồng.



Các viên hoàn An Cung giả được các đối tượng rao bán trên mạng xã hội. (Ảnh: Công an Thanh Hóa)

Trước thực trạng này, từ góc độ cơ quan quản lý, Cục trưởng Cục An toàn thực phẩm (Bộ Y tế) Chu Quốc Thịnh cho biết, công tác quản lý đang được định hướng dịch chuyển theo phương thức kiểm soát dựa trên nguy cơ. Trọng tâm sẽ chú trọng vào việc truy xuất nguồn gốc, thu hồi sản phẩm vi phạm, ứng dụng công nghệ số và xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu đồng bộ về sản phẩm. Đồng thời, Cục đang tăng cường phối hợp với các cơ quan quản lý và các nền tảng thương mại điện tử để rà soát, gỡ bỏ và xử lý các nội dung quảng cáo thực phẩm bảo vệ sức khỏe, sản phẩm dinh dưỡng không đúng quy định pháp luật.

Giải pháp kỹ thuật và vai trò chủ động của doanh nghiệp

Trong bối cảnh thị trường nhiều thách thức, nhiều doanh nghiệp tại Việt Nam chủ động triển khai các giải pháp công nghệ nhằm bảo vệ thương hiệu và quyền lợi người tiêu dùng, xem đây là một phần trong chiến lược phát triển ổn định.

Do đối mặt với nguy cơ bị làm giả đối với các sản phẩm tiêu dùng nhanh, Tập đoàn Unilever Việt Nam đầu tư xây dựng hệ thống quản trị rủi ro bằng việc áp dụng công nghệ tem chống giả QR Code động (Dynamic QR) tích hợp trên bao bì. Khi người tiêu dùng thực hiện quét mã xác thực, hệ thống không chỉ xác định tính chính hãng của sản phẩm mà còn cập nhật dữ liệu vị trí theo thời gian thực.

Hệ thống lưu trữ của doanh nghiệp sẽ ghi nhận và phát tín hiệu cảnh báo nếu tại một khu vực địa lý xuất hiện mật độ quét mã trùng lặp bất thường, giúp doanh nghiệp chủ động phối hợp với cơ quan chức năng để xác minh các điểm nghi vấn.

Đối với nhóm hàng dược phẩm và thực phẩm chức năng, Tập đoàn Dược phẩm Traphaco đã xây dựng quy trình kiểm soát nguồn gốc nghiêm ngặt thông qua việc số hóa chuỗi cung ứng từ vùng trồng dược liệu đạt chuẩn GACP-WHO đến nhà máy sản xuất. Doanh nghiệp áp dụng giải pháp mã hóa dữ liệu hai chiều trên từng vỏ hộp thuốc, cho phép người tiêu dùng sử dụng điện thoại thông minh kiểm tra thông tin số lô, ngày sản xuất và lịch sử lưu kho của sản phẩm, hạn chế khả năng hàng giả trà trộn vào hệ thống đại lý phân phối và các nhà thuốc.

Trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ và công nghệ tiêu dùng, Công ty Cổ phần Tập đoàn VinGroup đã thiết lập hệ thống định danh thiết bị số trên các dòng sản phẩm công nghệ thông minh. Bằng cách áp dụng các giải pháp phần mềm được bảo mật ở cấp độ phần cứng và chứng thực điện tử qua hệ thống máy chủ tổng, doanh nghiệp đảm bảo các linh kiện thay thế và phần mềm vận hành luôn thuộc hệ sinh thái chính hãng, ngăn chặn việc các đối tượng bên ngoài sử dụng linh kiện nhái hoặc phần mềm không có bản quyền gây ảnh hưởng đến hiệu năng thiết bị.

Bên cạnh đó, các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee và Lazada cũng tăng cường trách nhiệm kiểm soát hàng hóa thông qua các bộ lọc kỹ thuật. Các đơn vị này ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để tự động quét, nhận diện và khóa các gian hàng có dấu hiệu vi phạm ngay từ khâu đăng ký hiển thị sản phẩm. Việc thiết lập các phân khúc quản lý nghiêm ngặt như hệ thống gian hàng chính hãng cùng cơ chế bồi hoàn nếu phát hiện hàng giả là những giải pháp bước đầu giúp củng cố niềm tin của người tiêu dùng trên môi trường số.



Các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee luôn có cơ chế bồi hoàn nếu phát hiện hàng giả, giúp củng cố niềm tin và bảo vệ người tiêu dùng trước ma trận hàng giả

Hoàn thiện ba nhóm giải pháp đồng bộ hướng tới mục tiêu phát triển bền vững

Công tác đấu tranh bài trừ hàng giả không chỉ dừng lại ở các hoạt động kiểm tra, xử lý hành chính ngắn hạn, mà cần được định hướng thành mục tiêu chiến lược gắn liền với sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Một môi trường kinh doanh thiếu minh bạch và không đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ sẽ hạn chế khả năng thu hút các dòng vốn đầu tư nước ngoài (FDI) chất lượng cao, đồng thời làm giảm động lực nghiên cứu, phát triển của các doanh nghiệp nội địa. Hàng giả, hàng nhái còn ảnh hưởng đến uy tín của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế và gây tác động tiêu cực đến môi trường do quy trình sản xuất lậu thường không tuân thủ các quy định về xử lý chất thải độc hại.

Để giải quyết căn bản vấn đề này, việc triển khai nhóm biện pháp đầu tiên mang tính tiên quyết là hoàn thiện hệ thống pháp luật và nâng cao tính răn đe của các hình thức xử phạt. Hệ thống quy phạm pháp luật hiện hành cần điều chỉnh linh hoạt theo hướng tăng khung xử lý đối với các hành vi vi phạm, đồng thời xem xét áp dụng các biện pháp chế tài nghiêm khắc hơn đối với hành vi kinh doanh hàng giả có tổ chức trên không gian mạng. Quá trình hoàn thiện pháp lý cũng đòi hỏi phải làm rõ trách nhiệm liên đới của các đơn vị trung gian như chủ sàn thương mại điện tử và các doanh nghiệp chuyển phát bưu chính nếu thiếu các biện pháp kỹ thuật kiểm soát, tạo điều kiện cho hàng hóa vi phạm lưu thông công khai.

Song song với việc củng cố hành lang pháp lý, nhóm giải pháp trọng tâm tiếp theo cần hướng tới là thúc đẩy việc xã hội hóa công nghệ chống hàng giả. Các doanh nghiệp sản xuất và phân phối phải chủ động thực hiện chuyển đổi số, chủ động áp dụng các giải pháp kỹ thuật tiên tiến như tem thông minh tích hợp chip RFID hoặc mã hóa dữ liệu đa tầng nhằm giúp người tiêu dùng dễ dàng kiểm tra nguồn gốc sản phẩm bằng thiết bị di động. Về phía các cơ quan quản lý nhà nước, cần ban hành những chính sách hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ trong nước tập trung nghiên cứu, cung cấp các giải pháp xác thực có chi phí hợp lý để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp cận dễ dàng.



Việc người tiêu dùng chủ động sử dụng các giải pháp công nghệ để kiểm tra thông tin chính hãng trước khi mua sắm góp phần hạn chế sự lưu thông của hàng hóa vi phạm.

Cuối cùng, để tạo dựng sự chuyển biến toàn diện cần tăng cường công tác thông tin, giáo dục nâng cao ý thức tiêu dùng văn minh trong toàn xã hội. Người tiêu dùng giữ vai trò quyết định trong việc hạn chế chuỗi cung ứng hàng hóa vi phạm bởi không một sản phẩm giả nào có thể tồn tại nếu bị thị trường từ chối. Vì vậy, các chiến dịch truyền thông cần được thực hiện thường xuyên và sâu rộng nhằm định hình lại thói quen mua sắm cộng đồng, giúp người dân hiểu rõ việc lựa chọn sử dụng sản phẩm chính hãng không chỉ bảo vệ sức khỏe, tài chính cá nhân mà còn là hành động thiết thực đóng góp vào sự ổn định của sản xuất nội địa và sự minh bạch của nền kinh tế.

Việc xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh và đẩy lùi hàng giả là một quá trình dài hạn, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các lực lượng chức năng, hiệp hội, sự chủ động của doanh nghiệp và sự đồng thuận, nâng cao ý thức từ phía người tiêu dùng. Chỉ khi thiết lập được một hệ sinh thái thị trường minh bạch, hàng hóa Việt Nam mới có thể phát triển ổn định và nâng cao năng lực cạnh tranh trên trường quốc tế.

Lê Hằng