

Hệ lụy từ cơ chế quản lý thoáng, kẻ hở cho hàng giả tồn tại

11:47 29/11/2025

Sai phạm pháp lý liên tiếp xảy ra tại hệ thống Thẩm mỹ viện Mailisa cùng bản án nghiêm khắc dành cho nhóm người có sức ảnh hưởng trong vụ án kẹo Kera là minh chứng điển hình, gióng lên hồi chuông cảnh báo về thực trạng quản lý thị trường. Những lỗ hổng trong quy trình chuyển đổi từ tiền kiểm sang hậu kiểm đang bị lợi dụng để hợp thức hóa các sản phẩm kém chất lượng.

Thời gian gần đây, dư luận xã hội đặc biệt quan tâm đến vụ án kinh tế xảy ra tại Công ty TNHH sản xuất thương mại dịch vụ xuất nhập khẩu MK Skincare và hệ thống Thẩm mỹ viện Mailisa. Tính chất nghiêm trọng của vụ việc lên cao hơn khi Cục Quản lý Dược (Bộ Y tế) ban hành quyết định thu hồi toàn bộ 162 mã sản phẩm mỹ phẩm thuộc doanh nghiệp này vào ngày 25/11. Đây được xem là đợt thanh lọc thị trường có quy mô lớn chưa từng có đối với một đơn vị kinh doanh mỹ phẩm trong nhiều năm trở lại đây.

Trước đó, Cơ quan Cảnh sát điều tra Bộ Công an đã ra quyết định khởi tố bà Phan Thị Mai, chủ hệ thống Thẩm mỹ viện Mailisa, cùng chồng là ông Hoàng Kim Khánh và các đồng phạm về tội buôn lậu. Kết quả điều tra ban đầu đã phơi bày một thực tế trái ngược hoàn toàn với những chiến dịch quảng bá rầm rộ: Các dòng sản phẩm chủ lực như Doctor Magic hay Maika Beauty, vốn được doanh nghiệp giới thiệu là hàng cao cấp nhập khẩu chính ngạch, thực chất có nguồn gốc từ Quảng Châu (Trung Quốc). Nghiêm trọng hơn, đây là những sản phẩm thuộc phân khúc giá rẻ, không đáp ứng được các tiêu chuẩn cơ bản để cấp giấy chứng nhận lưu hành tự do tại nước sở tại.



Vợ chồng bà Phan Thị Mai, chủ hệ thống Thẩm mỹ viện Mailisa

Trong suốt một thập kỷ hoạt động, doanh nghiệp này xây dựng thành công hình ảnh thương hiệu dựa trên niềm tin của khách hàng. Thông qua các buổi phát trực tuyến thu hút hàng triệu lượt theo dõi, người đứng đầu doanh nghiệp liên tục khẳng định sản phẩm có xuất xứ từ Hồng Kông, đã qua kiểm định khắt khe của Bộ Y tế. Với chiến lược đánh vào tâm lý ưa chuộng sản phẩm chất lượng cao nhưng giá thành thấp, doanh nghiệp đã tiêu thụ trót lọt hơn 3,2 triệu hộp sản phẩm chỉ tính riêng ba mã hàng chủ lực. Khoản lợi nhuận hàng ngàn tỷ đồng thu được là con số khổng lồ, nhưng cái giá phải trả là sự an toàn của hàng triệu người tiêu dùng đã vô tình sử dụng những sản phẩm không được kiểm chứng chất lượng.

Sự sụp đổ của hệ thống này và tình trạng hoang mang của người tiêu dùng hiện nay là hệ quả tất yếu của việc thiếu minh bạch trong kinh doanh. Tuy nhiên, nhìn rộng hơn, vụ việc còn phản ánh sự hạn chế trong khả năng giám sát của các cơ quan chức năng khi để một sai phạm quy mô lớn diễn ra trong thời gian dài mà không bị phát hiện và ngăn chặn kịp thời.

Cơ chế tự công bố và áp lực quá tải lên hậu kiểm

Vụ việc Mailisa không phải là cá biệt. Thị trường còn chứng kiến những biến động mạnh mẽ từ vụ án liên quan đến sản phẩm kẹo Kera. Tòa án nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh đã tuyên phạt tù giam đối với các cá nhân nổi tiếng trên mạng xã hội như Nguyễn Thúc Thùy Tiên, Nguyễn Thị Thái Hằng và Phạm Quang Linh về tội lừa dối khách hàng. Bản án này là lời cảnh tỉnh đanh thép đối với hoạt động quảng cáo thiếu trách nhiệm, nhưng đồng thời cũng đặt ra câu hỏi lớn về tính hiệu quả của cơ chế quản lý hiện hành.

Cốt lõi của vấn đề nằm ở cơ chế tự công bố sản phẩm. Theo thống kê từ Cục Quản lý Dược, hiện có khoảng 200.000 sản phẩm mỹ phẩm đang lưu hành. Quy trình quản lý hiện nay tuân theo các hiệp định khu vực và văn bản quy phạm pháp luật trong nước, cho phép doanh nghiệp tự lập hồ sơ công bố và tự chịu trách nhiệm về chất lượng. Cơ quan quản lý nhà nước chỉ đóng vai trò tiếp nhận hồ sơ và kiểm tra tính hợp lệ về mặt thủ tục hành chính.



Phiên tòa xét xử sơ thẩm 5 bị cáo liên quan đến vụ án lừa dối khách hàng khi bán kẹo Kera

Mục tiêu ban đầu của cơ chế này là nhằm giảm thiểu thủ tục, tạo điều kiện thông thoáng cho hoạt động thương mại. Tuy nhiên, tại một thị trường mà ý thức tuân thủ pháp luật của một bộ phận doanh nghiệp chưa cao, sự thông thoáng này trở thành kẽ hở bị khai thác triệt để. Việc chuyển từ tiền kiểm sang hậu kiểm đồng nghĩa với việc chất lượng sản phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng hoàn toàn phụ thuộc vào sự trung thực của doanh nghiệp. Không có sự thẩm định độc lập về thành phần, công dụng từ cơ quan chuyên môn trước khi lưu hành, rào cản kỹ thuật để gia nhập thị trường trở nên quá thấp.

Hội đồng xét xử trong vụ án kẹo Kera đã chỉ ra thực trạng đáng báo động: Nhiều doanh nghiệp thực hiện đăng ký hồ sơ chỉ để đối phó, nhằm có được số tiếp nhận để hợp thức hóa việc lưu thông hàng hóa. Tình trạng mua bán kết quả kiểm nghiệm, thông đồng để làm đẹp hồ sơ kỹ thuật cũng bị phát hiện. Sự nhập nhằng trong quản lý đối với thực phẩm chức năng và thực phẩm bổ sung cũng là một vấn đề nhức nhối, khi nhóm sản phẩm này thường xuyên được quảng cáo thổi phồng công dụng như thuốc chữa bệnh, né tránh các quy trình thử

nghiệm lâm sàng khắt khe.

Yêu cầu cấp bách: Xây dựng hệ thống hậu kiểm không có vùng cấm

Khi cánh cửa đầu vào được mở rộng tối đa, vai trò của công tác hậu kiểm trở thành chốt chặn cuối cùng và quan trọng nhất để bảo vệ trật tự thị trường. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, chốt chặn này đang quá mỏng manh trước áp lực của thị trường.

Lãnh đạo Cục Quản lý Dược đã thẳng thắn thừa nhận những hạn chế trong công tác thanh tra, kiểm tra. Với nguồn lực hiện tại, cơ quan cấp Cục mỗi năm chỉ có thể thực hiện hậu kiểm đối với vài chục cơ sở, và cơ quan cấp Sở tại các địa phương cũng chỉ kiểm tra được vài trăm đơn vị. Tỷ lệ kiểm tra thấp khiến xác suất bị phát hiện vi phạm trở nên không đáng kể so với lợi nhuận bất chính khổng lồ mà các hành vi gian lận mang lại.



Phải chăng, cơ chế quản lý thoáng đã tạo điều kiện cho hàng giả lộng hành?

Từ những bài học đắt giá vừa qua, yêu cầu cấp thiết đặt ra là phải tiến hành cải cách mạnh mẽ công tác quản lý.

Trước hết, cần rà soát và điều chỉnh các quy định pháp luật liên quan đến an toàn thực phẩm và quản lý mỹ phẩm. Đối với những nhóm sản phẩm có nguy cơ cao, ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe con người, cần cân nhắc áp dụng các biện pháp kiểm soát chặt chẽ hơn ngay từ khâu đầu vào, bao gồm việc bắt buộc doanh nghiệp phải cung cấp kết quả kiểm nghiệm từ các phòng thí nghiệm độc lập được chỉ định trước khi công bố sản phẩm.

Thứ hai, cần tập trung nguồn lực để nâng cao năng lực hậu kiểm. Cơ quan quản lý cần được trang bị công nghệ hiện đại để giám sát thị trường, đặc biệt là trên không gian mạng. Sự bùng nổ của thương mại điện tử và hình thức bán hàng trực tuyến xuyên biên giới đang đặt ra những thách thức mới, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ và chia sẻ dữ liệu giữa các Bộ, ngành như Y tế, Công Thương, Công an và Thông tin Truyền thông.

Thứ ba, cần có chế tài xử phạt nghiêm khắc hơn đối với các hành vi vi phạm. Mức phạt hành chính hiện nay chưa đủ sức răn đe so với lợi nhuận bất chính thu được. Cần áp dụng các biện pháp mạnh tay như thu hồi vĩnh viễn giấy phép kinh doanh, cấm hoạt động trong lĩnh vực liên quan và truy cứu trách nhiệm hình sự kịp thời đối với các vụ việc gây hậu quả nghiêm trọng. Bản án dành cho các cá nhân có sức ảnh hưởng trong vụ án kẹo Kera là một tiền lệ quan trọng. Pháp luật cần quy định rõ trách nhiệm của người nổi tiếng khi tham gia quảng bá sản phẩm.

Bên cạnh vai trò của nhà nước, việc nâng cao nhận thức của người tiêu dùng cũng là yếu tố then chốt. Tuy nhiên, không thể phó mặc sự an toàn cho sự thông thái của người dân. Trách nhiệm kiến tạo một môi trường kinh doanh minh bạch, công bằng và an toàn thuộc về nhà nước. Chỉ khi khâu hậu kiểm được thực hiện nghiêm túc, quyết liệt và không có vùng cấm, chúng ta mới có thể hy vọng đẩy lùi được vấn nạn hàng giả, bảo vệ sức khỏe cộng đồng và khôi phục niềm tin của người tiêu dùng vào thị trường trong nước.

Thành Nam