

Khôi phục niềm tin thị trường sau hàng loạt vụ việc hàng giả, hàng kém chất lượng

14:39 19/07/2026

Hàng loạt vụ việc liên quan đến sữa giả, mỹ phẩm giả, thuốc giả và hàng kém chất lượng bị phát hiện thời gian qua đã làm dấy lên lo ngại về mức độ an toàn của hàng hóa trên thị trường. Trong bối cảnh đó, khôi phục niềm tin của người tiêu dùng không chỉ là xử lý vi phạm mà còn đòi hỏi xây dựng một môi trường kinh doanh minh bạch, bảo vệ doanh nghiệp chân chính và quyền lợi người tiêu dùng.

Câu hỏi đặt ra: Không chỉ là làm thế nào để xử lý hàng giả, mà quan trọng hơn là làm sao để khôi phục niềm tin của người tiêu dùng sau những cú sốc liên tiếp.

Người tiêu dùng mất dần niềm tin, doanh nghiệp chân chính cũng chịu hệ lụy

Những tháng gần đây, lực lượng chức năng liên tục triệt phá nhiều đường dây sản xuất, buôn bán hàng giả quy mô lớn. Dư luận đặc biệt quan tâm đến các vụ việc như đường dây sản xuất sữa bột giả với số lượng lớn, nhiều vụ sản xuất và kinh doanh thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe giả, hay các kho hàng chứa hàng chục nghìn sản phẩm mỹ phẩm, hàng tiêu dùng không rõ nguồn gốc bị phát hiện tại nhiều địa phương. Không ít sản phẩm được quảng cáo là hàng chính hãng, hàng nhập khẩu hoặc "xách tay" nhưng thực chất không có hóa đơn, chứng từ hợp pháp.

Đáng lo ngại hơn, nhiều sản phẩm được tiêu thụ chủ yếu qua mạng xã hội, livestream và các sàn thương mại điện tử. Với những lời quảng cáo hấp dẫn, hình ảnh được chỉnh sửa chuyên nghiệp cùng mức giá rẻ bất thường, người tiêu dùng rất khó phân biệt thật - giả nếu chỉ quan sát bằng mắt thường.



Người tiêu dùng ngày càng thận trọng khi lựa chọn hàng hóa sau hàng loạt vụ việc hàng giả, hàng kém chất lượng bị phát hiện. Ảnh AI

Chị Nguyễn Thị Lan (phường Hoàng Mai, Hà Nội) cho biết sau khi liên tiếp đọc thông tin về các vụ hàng giả, chị gần như thay đổi hoàn toàn thói quen mua sắm.

"Trước đây tôi thường mua mỹ phẩm và thực phẩm chức năng trên mạng vì tiện lợi. Nhưng giờ cứ thấy quảng cáo giảm giá sâu là tôi lại nghi ngờ. Nhiều khi vào siêu thị mua vẫn không thật sự yên tâm vì không biết hàng hóa đã được kiểm soát đến đâu".

Cùng tâm lý đó, anh Trần Minh Quân (Bồ Đề, Hà Nội) chia sẻ rằng mỗi lần mua sản phẩm chăm sóc sức khỏe cho bố mẹ, anh phải dành rất nhiều thời gian tìm hiểu thông tin.

"Điều tôi sợ nhất là mua phải hàng giả mà không biết. Thiệt hại tiền bạc còn có thể chấp nhận, nhưng nếu ảnh hưởng đến sức khỏe thì hậu quả rất lớn".

Theo các chuyên gia bán lẻ, khi niềm tin bị suy giảm, người tiêu dùng thường có xu hướng cắt giảm chi tiêu hoặc chỉ lựa chọn một số thương hiệu lớn đã được khẳng định uy tín. Điều này vô tình khiến các doanh nghiệp nhỏ và vừa làm ăn chân chính gặp thêm khó khăn trong việc cạnh tranh trên thị trường.

Không chỉ người tiêu dùng chịu ảnh hưởng, nhiều doanh nghiệp cũng đang phải tăng đáng kể chi phí đầu tư cho các giải pháp chống giả như tem điện tử, mã

QR truy xuất nguồn gốc, công nghệ xác thực sản phẩm, bao bì chống sao chép... Tuy nhiên, các doanh nghiệp cho rằng nếu chỉ nỗ lực đơn lẻ thì rất khó tạo ra thay đổi khi hàng giả vẫn có "đất sống" trên nhiều kênh phân phối.

Khôi phục niềm tin không thể chỉ dựa vào các đợt cao điểm kiểm tra

Các chuyên gia cho rằng việc liên tục phát hiện, xử lý các vụ hàng giả thời gian qua là tín hiệu tích cực, thể hiện quyết tâm làm sạch thị trường của các cơ quan chức năng. Tuy nhiên, điều người tiêu dùng mong đợi không chỉ là những chiến dịch kiểm tra theo từng đợt mà là một cơ chế kiểm soát thường xuyên, minh bạch và hiệu quả.

Theo ông Bùi Nguyễn Anh Tuấn, Phó Cục trưởng Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Bộ Công Thương), cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử và các nền tảng số, thị trường mỹ phẩm cũng như nhiều ngành hàng tiêu dùng đang đối mặt với không ít thách thức liên quan đến hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và các hành vi quảng cáo sai sự thật.



Lực lượng chức năng tăng cường kiểm tra, xử lý hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và tạo môi trường kinh doanh minh bạch.

Ông Tuấn cho rằng việc xây dựng một môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh không chỉ là trách nhiệm của cơ quan quản lý nhà nước mà cần có sự tham gia đồng bộ của doanh nghiệp, hệ thống phân phối, các tổ chức xã hội nghề nghiệp và chính người tiêu dùng.

Đáng chú ý, ông nhấn mạnh:

"Phát triển thị trường trong nước không chỉ là mở rộng quy mô tiêu dùng mà còn phải bảo đảm chất lượng tăng trưởng, xây dựng niềm tin của người tiêu dùng đối với hàng hóa lưu thông trên thị trường".

Theo ông Bùi Nguyễn Anh Tuấn, chống hàng giả và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là những nhiệm vụ trọng tâm nhằm tạo lập môi trường cạnh tranh công bằng, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và thúc đẩy sự phát triển bền vững của thị trường nội địa.

Nhiều chuyên gia cũng cho rằng để lấy lại niềm tin của người tiêu dùng cần thực hiện đồng thời nhiều giải pháp. Trước hết là hoàn thiện hệ thống truy xuất nguồn gốc điện tử, giúp người dân dễ dàng kiểm tra thông tin sản phẩm. Song song với đó là tăng cường trách nhiệm của các sàn thương mại điện tử trong việc kiểm soát người bán, nhanh chóng gỡ bỏ các sản phẩm vi phạm và phối hợp với cơ quan chức năng khi phát hiện dấu hiệu bất thường.

Bên cạnh đó, chế tài xử lý đối với hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả cũng cần đủ sức răn đe hơn. Những vụ việc nghiêm trọng cần được xử lý công khai để tạo hiệu ứng cảnh báo, qua đó nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật của các tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Ở góc độ doanh nghiệp, việc minh bạch thông tin sản phẩm, đầu tư công nghệ chống giả và xây dựng uy tín thương hiệu cần trở thành chiến lược lâu dài thay vì chỉ là giải pháp tình thế. Trong khi đó, người tiêu dùng cũng cần hình thành thói quen mua hàng tại các kênh phân phối uy tín, chủ động kiểm tra nguồn gốc, hóa đơn, chứng từ và phản ánh kịp thời các dấu hiệu vi phạm đến cơ quan chức năng.

Niềm tin của người tiêu dùng không thể phục hồi chỉ sau vài chiến dịch kiểm tra hay một vài vụ xử lý điển hình. Đó là quá trình lâu dài, đòi hỏi sự minh bạch trong quản lý, sự trung thực của doanh nghiệp và sự đồng hành của toàn xã hội. Khi người tiêu dùng có thể yên tâm rằng hàng hóa lưu thông trên thị trường được kiểm soát chặt chẽ, doanh nghiệp chân chính được bảo vệ và các hành vi gian lận bị xử lý nghiêm minh, thị trường mới thực sự phát triển theo hướng lành mạnh và bền vững.

Minh Thành