

Giao dịch thương mại điện tử: Lưu ý điều gì?

14:23 27/03/2018

Theo Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, thực tế tiếp nhận và giải quyết các phản ánh, khiếu nại tại cơ quan quản lý nhà nước cũng như các tổ chức xã hội về bảo vệ người tiêu dùng cho thấy, thương mại điện tử là một phương thức mua sắm mới, thu hút số lượng lớn người tiêu dùng nhưng cũng tồn tại nhiều bất cập.

Muôn kiểu vi phạm

Trong đó, các khiếu nại, phản ánh chủ yếu tập trung vào các nhóm hành vi cụ thể như sau:

Hành vi cung cấp thông tin trong giao dịch. Hàng nhận được không giống với quảng cáo (về hình dáng, tính năng, công dụng, thông số kỹ thuật,...). Ví dụ: Người tiêu dùng đặt mua USB 256GB nhưng nhận được USB 128GB;

Thông tin sai về xuất xứ hàng hóa: Một số tổ chức, cá nhân bán các hàng hóa không có xuất xứ hoặc xuất xứ từ các quốc gia khác với các quốc gia được quảng cáo (ví dụ: hàng xuất xứ Trung Quốc nhưng thông tin là hàng Nhật, Mỹ...);

Thông tin sai về giá cả: Doanh nghiệp đăng sai về giá để thu hút người tiêu dùng. Tuy nhiên, thực tế lại không có hàng hoặc có rất ít hàng hóa được bán với giá được quảng cáo.

Hành vi vi phạm về cung cấp thông tin của tổ chức, cá nhân kinh doanh có thể bị xử phạt theo Điều 66 Nghị định 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: Hành vi vi phạm về cung cấp thông tin về hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng.

Hành vi về cung cấp chứng từ giao dịch. Không cung cấp hóa đơn: việc không cung cấp hóa đơn không chỉ thể hiện tổ chức, cá nhân kinh doanh không nghiêm túc thực hiện nghĩa vụ thuế với nhà nước mà nó còn khiến người tiêu dùng thiếu căn cứ, cơ sở khi muốn khiếu nại.

với giá cao hơn.

Rủi ro từ các tổ chức, cá nhân lừa đảo: Trong hoạt động thương mại điện tử, người tiêu dùng bị xâm phạm quyền lợi rõ ràng nhất là khi giao dịch với các tổ chức cá nhân có chủ đích lừa đảo, đặc biệt là qua mạng xã hội như facebook, zalo... Người tiêu dùng chỉ liên lạc qua điện thoại hoặc qua trang mạng xã hội. Khi trả tiền xong, người tiêu dùng không nhận được hàng hoặc nhận hàng hoàn toàn khác so với quảng cáo (ví dụ: mua điện thoại nhưng nhận được hộp đựng một viên gạch...). Sau khi bán hàng, người bán lập tức chặn điện thoại, facebook của người mua... Thậm chí khi lượng người tiêu dùng khiếu nại lớn hoặc cơ quan quản lý vào cuộc, người bán lập tức bỏ số điện thoại, tài khoản facebook...

Các hành vi này có thể bị xử phạt theo các quy định pháp luật khác.

Khuyến cáo người tiêu dùng

Để mua sắm trực tuyến thực sự là hình thức mua sắm mang lại nhiều tiện ích, bên cạnh nỗ lực từ các cơ quan quản lý nhà nước, người tiêu dùng cần chủ động tiêu dùng thông thái và tìm hiểu kỹ về hình thức mua sắm này. Người tiêu dùng có thể tham khảo những lưu ý sau:

Nên mua hàng tại những trang web uy tín, được cấp phép hoạt động, có thông tin liên lạc rõ ràng (địa chỉ, số điện thoại, mã số thuế...);

Tìm hiểu kỹ về các điều kiện và điều khoản của trang web (Term&Conditions), đặc biệt là những điều khoản về bảo hành, trả lại hàng, hoàn tiền, giao nhận,...;

Tìm hiểu kỹ về sản phẩm/dịch vụ trước khi mua: người tiêu dùng có thể tìm kiếm thông tin về sản phẩm/dịch vụ trên internet như: nguồn gốc xuất xứ, tính năng, đánh giá (review) về sản phẩm/dịch vụ nhằm tránh trường hợp mua phải sản phẩm/dịch vụ kém chất lượng;

Cảnh giác với những yêu cầu cung cấp thông tin từ những trang web lạ như: họ tên, số điện thoại, ngày sinh, địa chỉ, sở thích, tiền sử khám bệnh... Đây có thể là những trang web sử dụng thông tin người tiêu dùng trái với quy định pháp luật, gây phiền toái cho người tiêu dùng hoặc thậm chí đánh cắp các thông tin tài chính của người tiêu dùng;

Cảnh giác với những trang web/tài khoản mạng xã hội lạ quảng cáo sản phẩm/dịch vụ với giá rất thấp hoặc khuyến mãi lớn, yêu cầu người tiêu dùng phải cung cấp thông tin và chia sẻ chương trình;

Cảnh giác với thông báo về việc trúng thưởng phiếu mua hàng dùng để mua sản phẩm của công ty, theo đó phiếu mua hàng thường có giá trị nhỏ hơn giá trị sản phẩm, người tiêu dùng phải chi thêm một khoản tiền nữa. Tuy nhiên, khi nhận hàng thì sản phẩm thường có giá trị thấp hơn so với khoản tiền người tiêu dùng đã bỏ ra. Cảnh giác tương tự với hình thức thông báo trúng thưởng và người tiêu dùng phải đóng tiền thuế/phí để nhận được sản phẩm.

Trong trường hợp phát sinh tranh chấp trong thương mại điện tử với tổ chức, cá nhân kinh doanh, người tiêu dùng có thể liên hệ tới cơ quan quản lý nhà nước để được hỗ trợ, tư vấn: Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Công Thương; Tổng đài 1800.6838 hoặc gửi đơn khiếu nại tới địa chỉ 25 Ngô Quyền, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Minh Anh