

Người tiêu dùng khi mua hàng trên sàn thương mại điện tử thật - giả lẫn lộn thì xử lý như thế nào?

06:30 15/03/2022

Sau gần 02 năm phòng chống dịch bệnh Covid-19, ngành thương mại điện tử đã có những bước phát triển nhảy vọt bởi những tiện lợi vốn có và sự nhanh chóng của việc mua hàng chỉ cần qua một cái nhấp chuột. Thế nhưng người tiêu dùng sẽ được bảo vệ như thế nào trên nền tảng này. Hãy cùng chúng tôi tìm hiểu để tạo môi trường sản xuất và kinh doanh lành mạnh nhé.

LTS: Nhân dịp ngày Quyền của Người tiêu dùng, tạp chí Thương hiệu & Công luận chuyển đến bạn đọc những thông tin, quy định về Quyền của Người tiêu dùng. Chúng tôi thực hiện loạt bài này, với mong muốn để Người tiêu dùng hiểu và biết quyền của mình, để trở thành người tiêu dùng thông thái; để chi tiền mua được những sản phẩm đúng với mức tiền chi; để thực hiện quyền khi tiêu dùng, tránh tiền mất, tật mang.

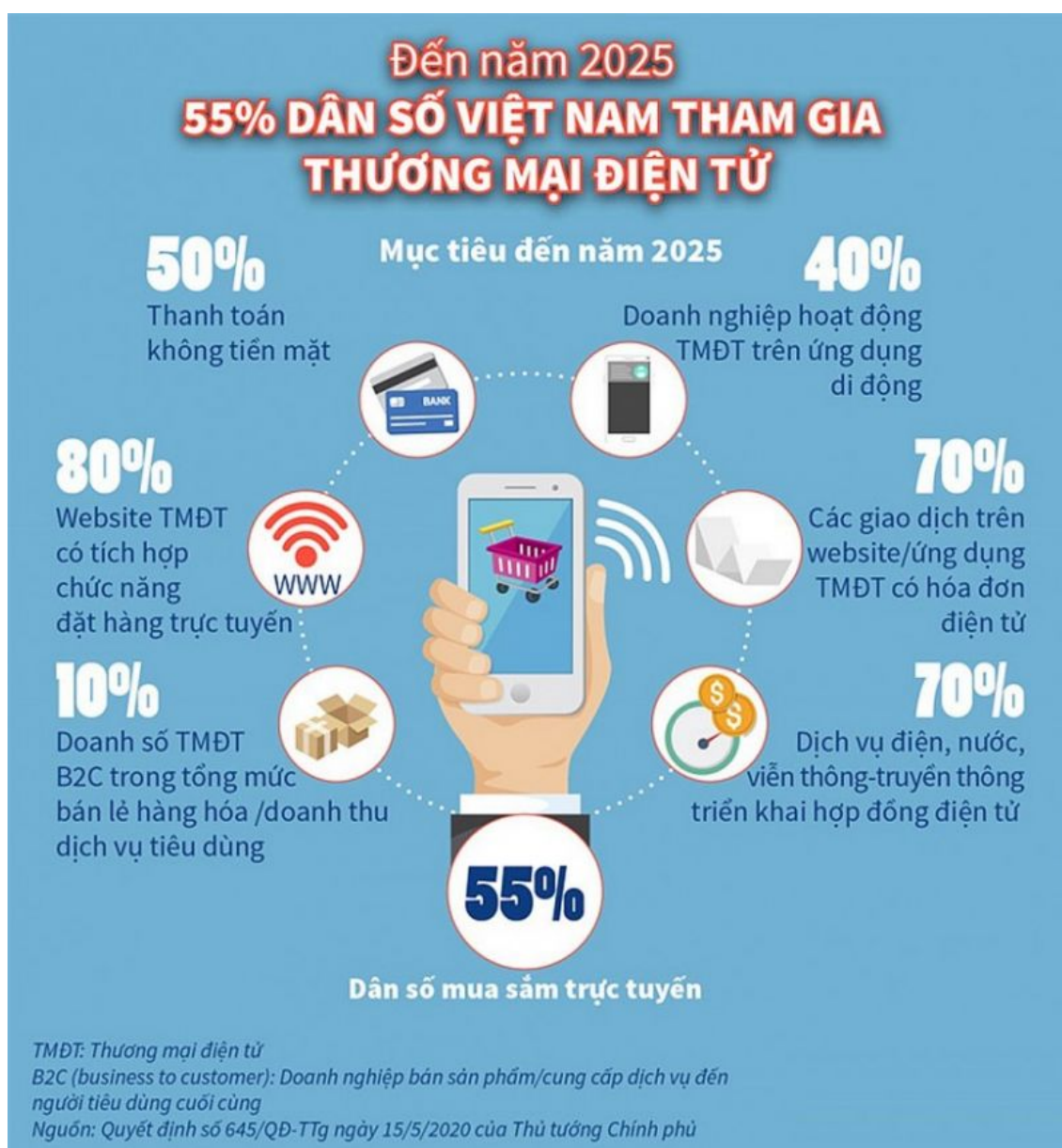
Hôm nay, ngày 15/03, là Ngày Quyền của người tiêu dùng. Thương hiệu & Công luận tiếp tục mang gửi đến độc giả thông tin về Quyền người tiêu dùng.

Trước đó, Thương hiệu & Công luận đã đăng tải loạt bài viết về Quyền Người tiêu dùng như: Người tiêu dùng có cần biết Quyền của người tiêu dùng không?; Người tiêu dùng có những Quyền gì?; Người tiêu dùng trong "ma trận" nhập nhèm hàng tiêu dùng thật - giả giống nhau thì xử lý như thế nào?; Người tiêu dùng trong "ma trận" nhập nhèm hàng tiêu dùng thật - giả giống nhau thì xử lý như thế nào?; Người tiêu dùng xử lý như thế nào với thực phẩm không rõ nguồn gốc, bản, hết hạn sử dụng?. Những bài viết trên nhận được phản hồi tích cực từ độc giả.

Mua hàng trên mạng từ lâu đã không còn lạ lẫm đối với nhiều người, thậm chí giờ đây phân khúc khách hàng nông thôn tại Việt Nam lại phát triển bất ngờ. Những lợi thế của thương mại điện tử đã mang đến những giá trị đáng ghi nhận trong thời gian qua.

Theo Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), dịch Covid-19 tác động tiêu cực đến nền kinh tế nhưng lại là chất xúc tác rút ngắn khoảng cách giữa

người và người mua. Đặc biệt, trong việc phát triển ứng dụng cho thương mại điện tử đến năm 2025 thì khoảng cách này đã rút ngắn từ 1-2 năm so với kế hoạch.



Những ngày cận Tết Nguyên đán 2022, các sàn thương mại điện tử lớn đã ghi nhận sức mua của người dân tăng từ 40-100%. Cụ thể, doanh thu trên sàn Tiki trong 04 tuần trước Tết tăng hơn 40% so với cùng kỳ năm 2021, đặc biệt tập trung vào các ngành hàng điện tử và gia dụng; Lazada nhu cầu mua sắm trên thương mại điện tử tại Việt Nam tiếp tục tăng cao trong những ngày cận Tết Nguyên đán. Shopee cũng ghi nhận số lượng người mua và lượng đơn hàng tăng gần 100% trong dịp cao điểm bao gồm các ngành hàng thời trang, hàng tiêu dùng nhanh, điện tử....

Thật giả lẫn lộn

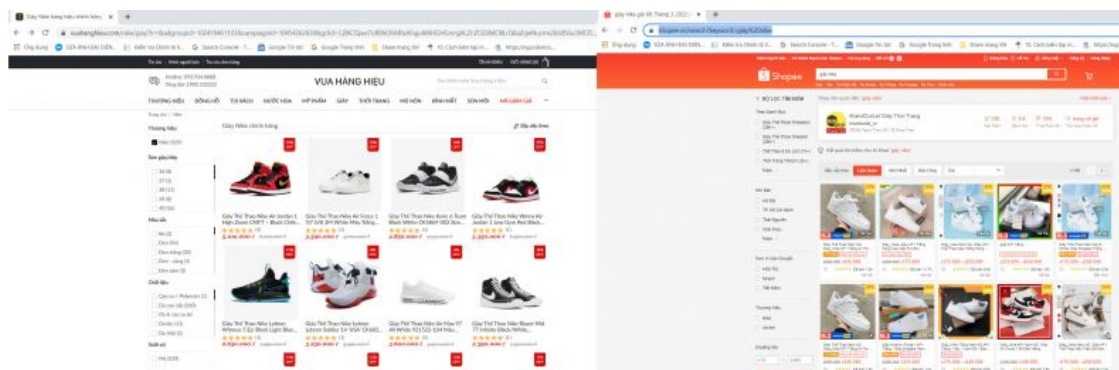
Thực tế ở các sàn thương mại điện tử hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, không rõ nguồn gốc xuất xứ bán công khai chả khác gì hàng thật. Thậm chí việc giao bán những loại hàng này còn ngang nhiên và công khai hơn nhiều

so với thương mại truyền thống.

Dior - cùng một sản phẩm giày hàng hiệu này nhưng có người bán gần 500.000 đồng, người lại bán có hơn 100.000 đồng. Hay nhãn hiệu N.I.K.E bị viết cách thay vì NIKE. Tạo những đơn hàng ảo không có thật, sử dụng đơn vị vận chuyển thu tiền hộ thông qua hình thức nhận hàng trả tiền. Khách mua sẽ nhận được những món hàng giá trị thấp hoặc hư hỏng... Đó là những hình thức trục lợi phổ biến được ghi nhận trên các sàn thương mại điện tử.



Giày Dior b23 đặt trên tài khoản Tổng kho giày giá rẻ HNSneaker của Shopee chỉ có giá 196.000 đồng/đôi. Ảnh Thanh Tuyến.



So sánh giá bán của giày NIKE giữa trang <https://vuahanghieuv.com/> và Shopee có sự chênh lệch về giá. Ảnh Thanh Tuyến.

Theo thống kê, trong năm 2020, riêng sàn thương mại điện tử Shopee có tới hơn 53.000 tài khoản người bán bị xử lý vi phạm, 7600 tài khoản bán hàng giả bị khoá vĩnh viễn với hơn 160.000 sản phẩm không cho mở lại...

Mua sắm trực tuyến nhiều ưu điểm nhưng tình trạng vi phạm quyền lợi người tiêu dùng vẫn diễn ra khá thường xuyên. Đây là các vấn đề các doanh nghiệp

Người tiêu dùng khi mua hàng trên sàn thương mại điện tử thật - giả lẫn lộn thì xử lý như thế nào?

<https://thuonghieuvongluan.com.vn/nguoi-tieu-dung-khi-mua-hang-tren-san-thuong-mai-dien-tu-that-gia-lan-lon-thi-xu-ly-nhu-the-nao-a165348.html>

kinh doanh trong ngành phải tìm cách hạn chế nếu muốn khách hàng tiếp tục song hành trong thời gian tới

Anh Nguyễn Xuân Nam (Trung Tự, Đống Đa, Hà Nội) chia sẻ rằng, đặt hàng online có thể lấy mặt hàng của mình ngay ở nhà mà không phải đi, đỡ phải trong quá trình mưa nắng hay như thế nào đấy. Cũng có thể là do nhìn được giá cả trên mặt hàng đấy nữa.

Bên cạnh những mặt tích cực, người tiêu dùng còn vấp phải những hạn chế như không đúng với mẫu mã sản phẩm của mình đặt. Chia sẻ với chúng tôi, chị Nguyễn Cúc – sinh viên Trường Cao đẳng Ngoại Ngữ và Công Nghệ Việt Nam có nói rằng, "thường thì em mua có những sản phẩm thì đúng, còn có những sản phẩm không đúng hình của nó. Em cảm thấy bức bối khi đặt hàng và người ta giao không đúng cho mình nữa, nhận được hàng xong thì đành phải chịu thôi chứ không biết làm như thế nào nữa?"

Đánh giá ảo trên thương mại điện tử

Sự trăn trở của người tiêu dùng không phải là không có nguy cơ khiến cho lòng tin của chúng ta bị lung lay và chao đảo. Khi mua một món hàng online thì người mua thường tìm hiểu sản phẩm xem nó có đáng tin cậy hay không, chất lượng ra sao. Rất nhiều người lựa chọn đọc đánh giá (wie) của sản phẩm. Qua đó đưa ra quyết định mua hàng của mình. Lợi dụng tâm lý này nhiều chị em dùng các chiêu trò đánh giá giả trên các trang MXH, các sàn thương mại điện tử đã xuất hiện ngày một nhiều. Hàng họ còn làm giả được hướng hồ đánh giá?

Lướt nhanh và gõ từ khóa tìm kiếm "Hội tăng lượt theo dõi bán hàng trên Facebook" sẽ có rất nhiều kết quả hiện ra, như "Tăng Like - Tăng Tương Tác Hỗ Trợ Bán Hàng Online", "Nhóm giúp đỡ nhau tăng tương tác bán hàng online" với mức giá rất đa dạng.


ĐẶT ĐƠN ẢO SHOPEE FREE-BUFF FOLLOW
 Nhóm Công khai · 4,1K thành viên
 _Group chính thức của Shopee là nơi Sub và Like chéo, đánh giá sản phẩm để tăng tương tác, tăng hiển thị sản phẩm dành cho người bán hàng tại Sàn TMĐT...
 10 bài viết/tuần


Đặt Đơn Ảo Miễn Phí Shopee Lazada Tiki
 Nhóm Công khai · 107K thành viên
 102k thành viên 237 bài viết/ngày
 10 bài viết/ngày


NHÓM HỖ TRỢ ĐẶT ĐƠN ẢO SHOPPEE LAZADA TIKI
 Nhóm Riêng tư · 11K thành viên
 10 bài viết/ngày


Chéo fl, đặt đơn ảo Shopee Lazada Tiki
 Nhóm Công khai · 15 thành viên
 Bán hàng trên sàn TMĐT mãi ko ra đơn >>> Tham gia Group hỗ trợ nhau follow chéo, đặt đơn ảo Shopee, Lazada, Tiki để tăng đánh giá và lượt mua
 9 bài viết/năm


CLB BOLERO 🇻🇳 ĐẶT MỎ 🇻🇳 ĐỒNG AO 🇻🇳 HÀ NAM 🇻🇳
 Nhóm Riêng tư · 677 thành viên
 lời mời trân trọng mọi tv yêu nhạc giọng hát việt phát triển bền vững yêu nhạc việt Nam
 2 bài viết/ngày


mua bán lắp đặt camera giá rẻ ha tinh
 Nhóm Công khai · 10K thành viên
 covis 19
 Hơn 10 bài viết/ngày

Chỉ cần lên Facebook gõ “đặt đơn ảo Shopee” là ra cả trăm nhóm.

Hiện một số sàn thương mại điện tử áp dụng chính sách cho phép người tiêu dùng chưa cần mua hàng đã có thể bình luận về sản phẩm nhằm cạnh tranh lôi kéo khách hàng. Chính điều này đã khiến cho hội nhóm tạo các bình luận, đánh giá giả hoạt động ngày càng mạnh, gây khó khăn cho các lực lượng chức năng.

Các hình thức đánh giá giả xuất hiện muôn hình vạn trạng trên các trang thương mại điện tử, hay các trang mạng xã hội. Để có thể xử lý hiệu quả vấn nạn này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ của các đơn vị liên quan cũng như chính bản thân người tiêu dùng.

Phát triển chống mặt

Như vậy, không chỉ những nhãn hàng hay thương hiệu lớn, hiện nay cả những hàng ăn nhỏ cũng đã tham gia vào kênh bán hàng trực tuyến. Qua đánh giá vào khảo sát, chỉ cần mở điện thoại và truy cập vào các ứng dụng đặt đồ ăn như: Grap, Now... gõ từ khoá một loạt danh sách hiện ra, tha hồ lựa chọn từ món giá trị ít tiền đến nhiều tiền.

Theo cô Huyền Anh, bán cháo ăn đêm tại đầu phố Hàng Khoai: Kể từ khi tiếp cận kênh trực tuyến vài năm trở lại đây doanh thu bán hàng có những hôm tăng gấp đôi. “Mình theo xu hướng thôi, chứ không phải tự quyết định cái gì. Mình tiếp cận được khách hàng có nhu cầu thì sẽ bán được hàng.”



Ngay cả những hàng ăn nhỏ cũng đã tham gia vào kênh bán hàng trực tuyến. Ảnh Thanh Tuyền.

Qua hình thức trên, người tiêu dùng nhận được sự tiện lợi và đa dạng lựa chọn khi sử dụng phương thức mua hàng trực tuyến. Thế nhưng, họ cũng phải chấp nhận đánh cược niềm tin của mình khi không được kiểm tra trực tiếp sản phẩm.

Bởi, tất cả thông tin họ có là hình ảnh do đơn vị sản xuất hoặc nhà phân phối cung cấp.

Chất lượng sản phẩm sẽ luôn là yếu tố đầu tiên quyết định niềm tin của người tiêu dùng. Niềm tin chất lượng trong kỉ nguyên số không chỉ là chất lượng của chính sản phẩm mà còn bao gồm cả chất lượng dịch vụ doanh nghiệp cung cấp trên nền tảng internet.

Chất lượng dịch vụ sẽ được đánh giá thông qua sự nhanh chóng, tiện lợi, an toàn mà cụ thể là hệ thống bảo mật thông tin khách hàng trong quá trình giao dịch trực tuyến.

Trong lúc chờ đợi sự vào cuộc của các lực lượng chức năng, người tiêu dùng hãy thận trọng khi đưa ra quyết định. Tham khảo các đánh giá là thói quen không thể bỏ qua tuy nhiên trải nghiệm và tìm hiểu thực tế liên quan đến sản phẩm thông qua những kênh khác cũng là điều cần làm trong bối cảnh hiện nay.

Có cần hình thức giải quyết tranh chấp trực tuyến không?

Từ thực tế đó, việc giải quyết tranh chấp trực tuyến là giải pháp hữu hiệu được áp dụng rộng rãi trên thế giới. Điều này đã góp phần tháo gỡ khó khăn cho người tiêu dùng nói trên, qua các doanh nghiệp vừa và nhỏ nói chung mang đến giải pháp tiện lợi khi thời gian nhanh hơn, chi phí rẻ hơn so với phương thức truyền thống. Từ đó, tạo nên văn hoá xây dựng giải quyết tranh chấp trực tuyến cho người dân Việt.

Vậy khi mua hàng trên trang thương mại điện tử, người tiêu dùng gặp phải hàng giả, hàng nhái và kém chất lượng... thì cần có hướng xử lý như thế nào?. Theo **Luật Minh Khuê**, Pháp luật Việt Nam chưa có quy định giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR) liên quan đến người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên, theo Nghị định về Thương mại điện tử số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/05/2013 thì các website thương mại điện tử bán hàng có trách nhiệm giải quyết khiếu nại, tranh chấp liên quan đến hợp đồng được giao kết trên website thương mại điện tử của mình và Luật Bảo vệ người tiêu dùng năm 2010 cũng quy định khá chi tiết về trình tự, thủ tục giải quyết tranh chấp.

Mặc dù, không quy định giải quyết tranh chấp trực tuyến (ODR) liên quan đến người tiêu dùng trong giao dịch trực tuyến nhưng pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng chủ yếu bảo vệ người tiêu dùng liên quan đến các hành vi lừa dối và gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng. Do đó, các trang thương mại điện tử và các trang web bán hàng như Tiki, Sendo, hay Lazada... đã xây dựng nền tảng ODR trong giải quyết tranh chấp tại website của mình trong việc bảo vệ quyền

lợi người tiêu dùng.

Trong năm 2021, nhằm phát huy sức mạnh tổng hợp, nâng cao hiệu quả trong công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả,... trên địa bàn thành phố Hà Nội, Cục QLTT Hà Nội đã chủ động phối hợp với Công an Thành phố tiến hành kiểm tra, xử lý 854 vụ, xử phạt trên 15 tỷ đồng với tổng giá trị hàng hóa vi phạm trên 65 tỷ đồng. Như vậy, cả năm 2021, lực lượng QLTT Hà Nội đã tổng kiểm tra trên 4.000 vụ việc, xử lý 4.042 vụ, thu nộp ngân sách nhà nước trên 177,9 tỷ đồng.

Minh An

Còn nữa