

Người tiêu dùng Việt đang tự đánh mất quyền lợi

08:37 06/12/2016

Nhu cầu tiêu thụ thực phẩm xanh sạch của người tiêu dùng ngày càng cao. Thế nhưng, người mua hàng lại “vô cảm” khi phát hiện những sản phẩm có thương hiệu rau sạch chưa đảm bảo chất lượng.

THCL Nhu cầu tiêu thụ thực phẩm xanh sạch của người tiêu dùng ngày càng cao. Thế nhưng, người mua hàng lại “vô cảm” khi phát hiện những sản phẩm có thương hiệu rau sạch chưa đảm bảo chất lượng.

Thị trường thực phẩm, đặc biệt là nông sản “sạch” đang là nhu cầu thiết yếu của người tiêu dùng hiện nay trước tình trạng rau bẩn tràn lan. Tuy nhiên, vì lợi nhuận trước mắt nên nhiều cơ sở kinh doanh đã bán cho người tiêu dùng những sản phẩm không đảm bảo chất lượng như chính những lời quảng cáo hấp dẫn mà họ đưa ra.

Thậm chí, những quy định về tiêu chuẩn ATVSTP cũng không được thực hiện đang là thực trạng đáng báo động về thị trường “rau sạch” hiện nay tại Việt Nam.



Những sản phẩm được bày bán tại các cửa hàng rau sạch

Điều đáng nói, dù người mua hàng nhận biết được những sản phẩm bị “lỗi” tại các cửa hàng được chứng nhận rau sạch, nhưng họ lại “lờ” đi như không thấy, rất hiếm hoi khách hàng lên tiếng phản ánh đến người bán và chủ cơ sở kinh doanh.

Chị Vũ Thu Phương (Q. Bình Thạnh, TPH. CM) cho biết: “Sợ rau ngoài chợ không an toàn nên tôi thường mua thực phẩm tại các cửa hàng rau sạch, rau hữu cơ. Đôi khi, cũng thấy có mặt hàng đã hết hạn sử dụng song vẫn để lẫn với trên kệ bán hàng, nhưng mình thường chỉ tránh không mua còn người sau có mua phải hay không thì cũng chịu”.

Thường xuyên lựa chọn cửa hàng “nông sản sạch” như một địa chỉ tin cậy hàng ngày, chị Ngọc Anh (Q.Tân Bình) cho rằng: “Công việc của tôi rất bận rộn, vì vậy mỗi ngày đi làm về, tôi tạt vào cửa hàng rau sạch rồi mua vội một vài món hàng... Có lúc, về đến nhà tôi mới phát hiện sản phẩm mình mua đã hết hạn sử dụng, cũng không biết kêu ai”.

Hầu hết người tiêu dùng đều chấp nhận “khuất mắt trông coi” những sản phẩm hết hạn sử dụng, kém chất lượng tại các cửa hàng như một thói quen dễ dãi.

Những mớ rau héo úa, sản phẩm quá hạn sử dụng vẫn được bày bán trên kệ hàng, dù người tiêu dùng biết, mắt thấy mà vẫn lảng lạng tìm cho mình một món hàng chất lượng khác. Và rồi, món hàng trên được chuyển từ tay người này đến tay người kia, nhưng vẫn nằm y nguyên tại chỗ.

Một vấn đề khác cần bàn đến đó là người tiêu dùng chạy theo trào lưu mua thực phẩm tại những cửa hàng rau sạch. Dù phải chi một số tiền lớn gấp nhiều lần so với mua thực phẩm ở các chợ, nhưng đa số người mua hàng chỉ mua vội sản phẩm mà không có sự kiểm tra thông tin sản phẩm trước khi mua.

Kéo theo đó là việc người tiêu dùng do nhiều lần bị lợi dụng nên dần mất hết lòng tin. Nhiều người mặc định đất rẻ gì cũng là đồ không sạch nên không dại gì phải trả thêm tiền cho những thứ không xứng đáng.

Có lẽ, chính việc người mua hàng “im lặng” trước những mặt hàng kém chất lượng và chưa chủ động trong việc lựa chọn sản phẩm chất lượng - đã vô tình tiếp tay cho thực phẩm bẩn tràn lan hiện nay.

Người tiêu dùng thông thái là người biết định vị vị thế của mình trong mối quan hệ sản xuất – phân phối – tiêu dùng. Chính người mua mới là người nắm giữ bảo bối “nhu cầu cần gì” và “muốn mua gì”. Sự khắt khe khi lựa chọn sản phẩm của người tiêu dùng sẽ hạn chế phần nào sự lộng hành của thực phẩm không an toàn.

Mạnh Huy