

Tránh các hoạt động kinh doanh không công bằng

Tờ dữ kiện về quyền lợi của quý vị khi mua sắm chiếu theo Đạo Luật Người Tiêu Dùng Úc

Là người tiêu dùng, quý vị được bảo vệ đối với các hoạt động không công bằng của các doanh nghiệp.

Hoạt động gây hiểu lầm hoặc lừa đảo

Hoạt động gây hiểu lầm hoặc lừa đảo liên quan đến quảng cáo, khuyến mãi, báo giá, báo cáo và việc trình bày nhằm tạo ra ấn tượng sai lệch đối với đa số người tiêu dùng về giá trị, giá cả hay chất lượng hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng.

Im lặng

Một doanh nghiệp có thể bị xem là vi phạm luật pháp nếu không chia sẻ thông tin quan trọng về sản phẩm hay dịch vụ.

Ví dụ, nếu một nhân viên bán hàng biết người tiêu dùng mua điện thoại di động cư ngụ trong khu vực phủ sóng hạn chế hoặc không có sóng điện thoại di động và không nói cho người tiêu dùng biết thì nhân viên bán hàng này có hành động gây hiểu lầm hoặc lừa đảo.

Dự đoán/ý kiến

Lời hứa, ý kiến và dự đoán có thể có tính cách gây hiểu lầm hoặc lừa đảo nếu người làm đưa ra lời hứa, ý kiến và dự đoán biết đó là sai sự thật, bất cần có là sự thật hay không, và/hoặc không có căn cứ hợp lý để đưa ra các điều đó.

Bãi miễn trách nhiệm và cỡ chữ in nhỏ

Một doanh nghiệp không thể dựa vào cỡ chữ in nhỏ để tạo cơ hội gây hiểu lầm, lừa đảo quý vị. Bất kỳ sự thực quan trọng nào về một hàng hóa hoặc dịch vụ cũng phải được trưng bày rõ ràng và dễ nhìn thấy.

Trình bày sai hoặc gây hiểu lầm

Một doanh nghiệp không thể đưa ra những trình bày sai hoặc gây hiểu lầm về hàng hóa, dịch vụ liên quan đến:

- giá cả hoặc giá trị, tiêu chuẩn, tuổi, nguồn gốc, phẩm chất hoặc cấp độ
- kiểu cấu tạo, kiểu/mẫu hay lịch sử của hàng hóa
- lời chứng từ những người mua hoặc sử dụng hàng hóa, dịch vụ
- sự sẵn có của các cơ sở sửa chữa hoặc phụ tùng thay thế
- nhà tài trợ, phê chuẩn, đặc tính hiệu năng, phụ kiện hoặc lợi ích sử dụng
- nhu cầu của người mua với sản phẩm
- bảo đảm, bảo hành hoặc điều kiện đối với hàng hóa, dịch vụ.

Đồng thời, việc doanh nghiệp hứa đưa ra quy chế bồi hoàn, quà tặng hoặc trúng thưởng mà không có ý định thực hiện lời hứa, hoặc không thực hiện lời hứa là bất hợp pháp.

Quảng cáo câu khách

Doanh nghiệp không thể quảng cáo hàng hóa, dịch vụ với mức giá hạ giảm nếu không có đủ nguồn cung cấp hợp lý để cho người tiêu dùng mua.

Ví dụ, nhà bán lẻ đồ điện tử tung ra chiến dịch quảng cáo lớn bán TV 42 inch với giá hạ giảm trong một tuần. Thông thường nhà bán lẻ bán khoảng 20 chiếc TV này trong một tuần với giá không hạ giảm. Tuy nhiên, trong tuần chiến dịch, nhà hàng bán lẻ chỉ có hai chiếc TV trong kho và từ chối đặt hàng để đáp ứng yêu cầu mua TV của khách với giá giảm.

Điều này sẽ bị coi là quảng cáo câu khách bởi vì nhà bán lẻ tung ra quảng cáo như là để khuyến khích người tiêu dùng tới cửa hàng nhưng không có đủ TV để đáp ứng nhu cầu theo dự kiến.

Thu tiền thanh toán trái phép

Doanh nghiệp không thể thu tiền thanh toán hàng hóa hoặc dịch vụ nếu không có ý định cung cấp cho người tiêu dùng hoặc nếu không thể cung cấp kịp thời.

Ví dụ, doanh nghiệp bán đồ làm vườn thỏa thuận cung cấp đá lát màu vàng và thu tiền thanh toán khi biết rằng họ chỉ có sẵn đá lát màu xám.

Xuất xứ hàng hóa

Doanh nghiệp không thể đưa ra tuyên bố sai hoặc gây hiểu lầm về nơi sản xuất hàng hóa, chế tạo, nuôi trồng ở một quốc gia cụ thể.

Điều này bao gồm:

- 'sản xuất tại' hoặc 'sản xuất ở' một quốc gia cụ thể
- 'nông sản của', 'sản phẩm của' hoặc 'được sản xuất' tại một quốc gia cụ thể
- sử dụng logo, ví dụ 'Made in Australia'
- tuyên bố rằng hàng hóa hoặc nguyên liệu hoặc các thành phần được 'trồng' ở một quốc gia cụ thể.

Ví dụ, nếu bao bì của sản phẩm ghi là 'Nông sản Úc' có nghĩa là tất cả các thành phần quan trọng của sản phẩm đó và việc sản xuất hoặc chế biến sản xuất phải được thực hiện tại Úc.

Tờ Dữ Kiện

Hiện Tượng Nhiều Giá

Hiện tượng nhiều giá là khi doanh nghiệp trưng bày một sản phẩm với các mức giá khác nhau. Ví dụ, giá trên kệ hàng có thể khác với mức giá quảng cáo trên catalogue. Nếu điều này xảy ra, doanh nghiệp phải bán món hàng đó với giá thấp hơn hoặc thu hồi và ngưng bán hàng hóa cho đến khi chấn chỉnh xong lỗi giá.

Hiện Tượng Giá Duy Nhất

Doanh nghiệp không được phép quảng bá hoặc giới thiệu giá chỉ là một phần của chi phí, trừ khi cũng quảng bá nổi bật giá tổng cộng.

Ví dụ, quảng cáo trên catalogue cho một bộ salon cho biết chi phí là “6 đợt thanh toán mỗi lần \$300”. Tổng giá \$1800 cũng được đưa ra nhưng được in nhỏ ở dưới cùng của quảng cáo và bị những hình ảnh của bộ salon che khuất. Giá duy nhất là \$1800 không được làm nổi bật như mức \$300 và vì thế không hợp pháp.

Hành vi vô lương tâm là gì?

Hành vi vô tâm là một tuyên bố hoặc hành động không hợp lý đến mức nó bất chấp lương tâm đúng mực.

Ví dụ về các hành vi vô lương tâm bao gồm việc doanh nghiệp:

- không giải thích hợp đồng đảng hoàng cho người tiêu dùng mà họ biết là không biết nói tiếng Anh
- khuyến dụ một người ký hợp đồng để trốn hoặc hợp đồng bất lợi
- lợi dụng hoàn cảnh của người tiêu dùng, chẳng hạn như người tiêu dùng ở xa,
- sử dụng chiến thuật áp lực dồn dập như không chịu chấp nhận câu trả lời ‘không’.

0285FT 2012

Muốn biết thêm thông tin, xin vui lòng liên hệ với cơ quan bảo vệ người tiêu dùng gần nhất.
Muốn được hỗ trợ về ngôn ngữ, gọi số 13 14 50 (yêu cầu thông dịch viên cho ngôn ngữ của quý vị)

Australian Capital Territory
Office of Regulatory Services T. (02) 6207 0400

New South Wales
NSW Fair Trading T. 13 32 20

Northern Territory
Consumer Affairs T. 1800 019 319

Queensland
Office of Fair Trading T. 13 QGOV (13 74 68)

South Australia
Consumer & Business Services T. 13 18 82

Tasmania
Office of Consumer Affairs & Fair Trading T. 1300 654 499

Victoria
Consumer Affairs Victoria T. 1300 55 81 81

Western Australia
Department of Commerce T. 1300 30 40 54

Ủy Ban về Cạnh Tranh và Người Tiêu Dùng Úc có trách nhiệm toàn quốc về cạnh tranh, thương mại công bằng và bảo vệ người tiêu dùng. Có thể liên hệ theo số 1300 302 502.