ជៀសវាងការអនុវត្តន៍សកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មមិនត្រឹមត្រូវ

ប័ណ្ណព័ត៌មានស្តីពីសិទ្ធិក្នុងការទិញទំនិញរបស់អ្នក ក្រោមច្បាប់ការពារអ្នកប្រើប្រាស់អូស្ត្រាលី

ក្នុងនាមជាអ្នកប្រើប្រាស់ អ្នកត្រូវបានការពារពីការអនុវត្តន៍មិនត្រឹមត្រូវដោយក្រុមហ៊ុននានា។

ការឆបោក ឬធ្វើឲ្យភ័ន្តច្រឡំ

ការឆបោក ឬធ្វើឲ្យភ័ន្តច្រឡំពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផ្សព្វផ្សាយផលិតផល ការដកស្រង់ពាក្យសំដី ឃ្លាប្រយោគ និងការតាំងបង្ហាញដែលបង្កើតឲ្យមានការយល់ច្រឡំ ក្នុងចំណោមអ្នកប្រើប្រាស់ភាគច្រើនអំពីតម្លៃ គុណតម្លៃ ឬគុណភាពនៃសេវាកម្ម ឬទំនិញប្រើប្រាស់។

ការលាក់បាំងការពិត

ក្រុមហ៊ុនអាចបំពានច្បាប់ ប្រសិនបើវាមិនចែករំលែកព័ត៌មានសំខាន់អំពីផលិតផល ឬសេវារបស់ខ្លួនទេនោះ។

ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកលក់ដឹងថា អតិថិជនដែលទិញទូរស័ព្ទដៃរស់នៅតំបន់ដែលគ្មាន ឬមានសេវាទូរស័ព្ទគ្របដណ្តប់មានកម្រិត តែមិនបានប្រាប់អតិថិជននោះ អ្នកលក់នោះបានជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការឆបោក ឬធ្វើឲ្យភ័ន្តច្រឡំ។

ការប៉ាន់ស្មាន/មតិយោបល់

ពាក្យសន្យា មតិយោបល់ និងការប៉ាន់ស្មានអាចនាំឲ្យភ័ន្តច្រឡំ ឬយល់ខុស ប្រសិនបើបុគ្គលដែលបាននិយាយនោះដឹងថាវាប្រាសចាកពីការពិត ដោយមិនខ្វាយខ្វល់ថាវាពិត ឬក៏មិនពិត និង/ឬមិនមានហេតុផលសមរម្យសម្រាប់ការធ្វើបែបនេះ។

ការបដិសេធទទួលខុសត្រូវ និងការបង្ហាញជាអក្សរតូចៗ

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចសំអាងលើអក្សរតូចៗមកធ្វើជាលេសដែលនាំឲ្យអ្នកភ័ន្តច្រឡំ ឬយល់ខុសនោះទេ។ រៀងរាល់ព័ត៌មានពិតសំខាន់ៗស្តីពីទំនិញ ឬសេវា គួរតែតាំងបង្ហាញឲ្យបានច្បាស់លាស់ និងលេចធ្លោ។

ការតាំងបង្ហាញខុស ឬធ្វើឲ្យភ័ន្តច្រឡំ

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចតាំងបង្ហាញទំនិញ ឬសេវាខុសឬធ្វើឲ្យភ័ន្តច្រឡំទាក់ទិននឹង៖

- តម្លៃ ឬគុណតម្លៃ បទដ្ឋាន អាយុកាល ប្រភពដើម គុណភាព ឬចំណាត់ថ្នាក់
- ម៉ូដសមាសភាគ ម៉ូដែល ឬប្រវត្តិទំនិញ
- ការបញ្ជាក់គុណភាពពីសំណាក់អ្នកទិញ ឬអ្នកប្រើប្រាស់វា
- មានគ្រឿងបន្លាស់ ឬបរិក្ខារជួសជុល
- ការធានាគាំទ ការអនុម័ត លក្ខណៈប្រតិបត្តិ គ្រឿងបន្ថែម ឬអត្ថប្រយោជន៍នៃការប្រើប្រាស់
- តម្រូវការអ្នកទិញចំពោះពួកវា
- ការធានា រ៉ាប់រង ឬលក្ខខណ្ឌណាមួយចំពោះវា។

វាខុសច្បាប់ផងដែរចំពោះក្រុមហ៊ុនក្នុងការផ្តល់ប្រាក់បង្វិលមកវិញអំណោយ ឬរង្វាន់ដោយគ្មានចេតនាចង់ផ្តល់ ឬមិនបានផ្តល់អ្វីទាំងនេះដូចដែលតាមការកំណត់។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលក្ខណៈបោកបញ្ឆោត

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចផ្សព្វផ្សាយពីទំនិញ ឬសេវានៅអត្រាបញ្ចុះតម្លៃក្នុងករណីដែលវាមិនមានក្នុងស្តុកគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ឲ្យអតិថិជនទិញនោះទេ។

ឧទាហរណ៍ ឈ្មួញលក់រាយគ្រឿងអេឡិចត្រូនិកបានចុះយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងធំមួយចំពោះទូរទស្សន៍៤២អ៊ិញក្នុងអត្រាបញ្ចុះតម្លៃសម្រាប់ការលក់រយៈពេលមួយសប្តាហ៍។ ឈ្មួញលក់រាយតែងតែលក់ទូរទស្សន៍អស់ប្រហែលជា២០គ្រឿង ក្នុងមួយសប្តាហ៍ទោះក្នុងតម្លៃពេញក៏ដោយ។ ប៉ុន្តែសម្រាប់សប្តាហ៍នៃការចុះយុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយនេះ ឈ្មួញលក់រាយមានសល់ទូរទស្សន៍តែពីរគ្រឿងប៉ុណ្ណោះ ហើយបដិសេធមិនទទួលយកការបញ្ជាទិញ របស់អតិថិជននៅក្នុងអត្រាបញ្ចុះតម្លៃ។

គេចាត់ទុកករណីនេះ ជាការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបោកបញ្ឆោត ដ្បិតអីឈ្មួញលក់រាយបានធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ ដែលទំនងជាជម្រុញឲ្យអតិថិជនមកកាន់ហាងរបស់ពួកគេ ប៉ុន្តែបែរជាមិនមានទូរទស្សន៍គ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបំពេញទៅតាមតម្រូវការ ដែលបានកំណត់ទុកទៅវិញ។

ការទទួលយកការបង់ប្រាក់ដោយខុសឆ្គង

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចទទួលយកការបង់ប្រាក់សម្រាប់ថ្លៃទំនិញ ឬសេវាបានទេ ប្រសិនបើពួកគេមិនមានបំណងចង់លក់វា ឬមិនអាចលក់វាទៅតាមពេលកំណត់ទេនោះ។

ឧទាហរណ៍ អ្នករចនាម៉ូដសួនច្បារឯកភាពថាក្រាលថ្មលឿងៗ ហើយទទួលយកប្រាក់ឈ្នួលដោយគាត់ដឹងថា មានតែថ្មប្រផេះប៉ុណ្ណោះដែលមានផ្តល់សំរាប់សួនច្បារនេះ។

ប្រទេសប្រភពទំនិញ

ក្រុមហ៊ុនមិនអាចធ្វើការអះអាងខុសពីការពិត ឬធ្វើឲ្យភ័ន្តច្រឡំអំពីថាតើទំនិញត្រូវបានធ្វើ ផលិត ឬដាំដុះនៅក្នុងប្រទេសជាក់លាក់ណាមួយទេនោះ។

នេះរាប់បញ្ចូលទាំង៖

- “ធ្វើនៅក្នុង” ឬ “ផលិតនៅក្នុង” ប្រទេសជាក់លាក់ណាមួយ
- “ផលដំណាំរបស់” “ផលិតផលរបស់” ឬ “ផលិតនៅក្នុង” ប្រទេសជាក់លាក់ណាមួយ
- ការប្រើប្រាស់ផ្លាកឡូហ្គោ ឧទាហរណ៍ ផ្លាកឡូហ្គោ “ធ្វើនៅប្រទេសអូស្ត្រាលី”
- ការអះអាងថា ទំនិញ ឬគ្រឿងផ្សំ ឬសមាសធាតុបាន “ដាំដុះនៅក្នុង” ប្រទេសជាក់លាក់ណាមួយ។

ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើកញ្ចប់វេចខ្ចប់ផលិតផលអះអាងថាវាជា “ផលដំណាំរបស់ប្រទេសអូស្ត្រាលី” នោះវាមានន័យថាគ្រឿងផ្សំសំខាន់ៗទាំងអស់របស់ផលិតផល និងផលិតកម្ម ឬការផលិតផលិតផលត្រូវតែធ្វើឡើងនៅក្នុងប្រទេសអូស្ត្រាលី។

ការកំណត់តម្លៃខុសគ្នា

ការកំណត់តម្លៃខុសគ្នាគឺកើតឡើង នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនដាក់បង្ហាញទំនិញណាមួយដែលមានតម្លៃខុសៗគ្នា។ ឧទាហរណ៍ តម្លៃនៅលើធ្នើរអាចនឹងខុសពីតម្លៃដែលបានផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុងកាតាឡុក។ ក្នុងករណីនេះ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែលក់ទំនិញនៅតម្លៃទាប ឬដកទំនិញចេញពីការលក់ រហូតទាល់តែមានការកែតម្រូវតម្លៃរួចរាល់ហើយ។

ការកំណត់តម្លៃទោល

ក្រុមហ៊ុនមិនបានអនុញ្ញាតឲ្យផ្សព្វផ្សាយ ឬបង្ហាញតម្លៃដែលជាផ្នែកតែមួយនៃថ្លៃដើមឡើយ លុះត្រាតែមានការផ្សព្វផ្សាយច្បាស់លាស់ពីតម្លៃសរុប។

ឧទាហរណ៍ ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមកាតាឡុកសម្រាប់សាឡុងទទួលភ្ញៀវបង្ហាញថ្លៃដើមថា “ការបង់ប្រាក់ដ៏ងាយស្រួលគឺ $៣០០ចំនួន៦ដង”។ ដូច្នេះ គេតាំងបង្ហាញតម្លៃសរុប $១,៨០០ ប៉ុន្តែសរសេរជាអក្សរតូចៗនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងបាំងស្រមោលដោយរូបសាឡុងនេះ។ ថ្លៃទោល $១,៨០០ មិនបានបង្ហាញឲ្យឃើញច្បាស់ដូច $៣០០ ឡើយ។ ដូច្នេះ ករណីនេះមិនស្របច្បាប់ទេ។

តើអ្វីជាទង្វើគ្មានសម្បជញ្ញៈ?

ទង្វើគ្មានសម្បជញ្ញៈ គឺជាពាក្យសំដី ឬសកម្មភាពមិនសមហេតុផលសោះដែលរារាំងដល់មនសិការល្អ។

ឧទាហរណ៍ស្ដីពីទង្វើគ្មានសម្បជញ្ញៈ រាប់បញ្ចូលទាំងក្រុមហ៊ុនដូចខាងក្រោម៖

- មិនបានពន្យល់អំពីកិច្ចសន្យាឲ្យបានត្រឹមត្រូវ ដល់អតិថិជនដែលពួកគេដឹងថា អតិថិជននោះមិនចេះភាសាអង់គ្លេស
- លួងលោមបុគ្គលណាម្នាក់ឲ្យចុះហត្ថលេខា លើក្រដាសទទេ ឬកិច្ចសន្យាដែលមិនសមស្របខ្លាំង
- កេងចំណេញពីស្ថានភាពអតិថិជន ដូចជាតំបន់ដាច់ស្រយាល
- ប្រើកលយុទ្ធដាក់សម្ពាធខ្លាំងដូចជា បដិសេធមិនព្រមឆ្លើយទៅនឹងពាក្យ ទេ ជាដើម។

0285FT 2012

សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម សូមទំនាក់ទំនងមកកាន់ភ្នាក់ងារការពារសិទ្ធិអ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងមូលដ្ឋានរបស់អ្នក។
សម្រាប់ជំនួយផ្នែកភាសា សូមទូរស័ព្ទមកកាន់លេខ 13 14 50 (ស្នើសុំអ្នកបកប្រែជាភាសារបស់អ្នក)

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

គណៈកម្មការអ្នកប្រើប្រាស់ និងការប្រកួតប្រជែងអូស្ត្រាលី មានការទទួលខុសត្រូវថ្នាក់ជាតិចំពោះការប្រកួតប្រជែងពាណិជ្ជកម្មសេរី និងការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ហើយអាចទាក់ទងបានតាមរយៈលេខ 1300 302 502។