

Lệnh bảo vệ người tiêu dùng Brunei năm 2011

CONSTITUTION OF BRUNEI DARUSSALAM

(Order made under Article 83(3))

CONSUMER PROTECTION |FAIR TRADING) ORDER, 2011

ARRANGEMENT OF SECTIONS

1. Citation, commencement and long title.
2. Interpretation.
3. Application.
4. Meaning of unfair practice.
5. Circumstances surrounding unfair practice.
6. Consumer's right to sue for unfair practice.
7. Jurisdiction and powers of courts.
8. Voluntary compliance agreement.
9. Declaration or injunction.
10. Right to cancel certain contracts within cancellation period.
11. Limitation period.
12. No contracting out.
13. Rights transferred.
14. Preservation of other rights or remedies.
15. Exemption from liability for publishers.
16. Parol evidence rule abolished.
17. Interpretation of documents.
18. Burden of proof.
19. Amendment of Schedules.
20. Regulations.

FIRST SCHEDULE	—	EXCLUDED TRANSACTIONS
SECOND SCHEDULE	—	SPECIFIC UNFAIR PRACTICES
THIRD SCHEDULE	—	MODIFICATIONS TO PROVISIONS OF LIMITATION ACT

1. This Order may be cited as the Consumer Protection (Fair Trading) Order, 2011 and shall commence on 1st. day of January, 2012.

2. The long title of this Order is “An Order to protect consumers against unfair practices and for matters connected therewith”.

3. Meaning of unfair practice.

It is an unfair practice for a supplier, in relation to a consumer transaction —

a) to do or say anything, or omit to do or say anything, if as a result a consumer might reasonably be deceived or misled;

b) to make a false claim;

c) to take advantage of a consumer if the supplier knows or ought reasonably to know that the consumer —

(i) is not in a position to protect his own interests; or

(ii) is not reasonably able to understand the character, nature, language or effect of the transaction or any matter related to the transaction; or

d) without limiting the generality of paragraphs [a), [b) and [c), to do anything specified in the Second Schedule.

4. Consumer's right to sue for unfair practice.

(1) A consumer who has entered a consumer transaction involving an unfair practice may commence an action in a court of competent jurisdiction against the supplier.

(2) The right to commence an action under subsection (1) shall not apply where —

a) the amount of the claim exceeds the prescribed limit; or

b) there is no claim for money, and the remedy or relief sought in the action is in respect of a subject-matter the value of which exceeds the prescribed limit.

(3) For the purposes of subsection (2)(a), where the amount claimed consists of a balance not exceeding the prescribed limit after set-off of any amount claimed or recoverable by the supplier from the consumer, being a set-off admitted by the consumer in the particulars of his claim, the amount of the claim shall not be taken to exceed the prescribed limit.

5. Specific unfair practices

- Representing that goods or services have sponsorship, approval, performance characteristics, accessories, ingredients, components, qualities, uses or benefits that they do not have.
- Representing that goods or services are of a particular standard, quality, grade, style, model, origin or method of manufacture if they are not.
- Representing that goods are new or unused if they are not or if they have deteriorated or been altered, reconditioned or reclaimed.
- Representing that goods have been used to an extent different from the fact or that they have a particular history or use if the supplier knows it is not so.
- Representing that goods or services are available or are available for a particular reason, for a particular price, in particular quantities or at a particular time if the supplier knows or can reasonably be expected to know it is not so, unless the representation clearly states any limitation.
- Representing that a service, part, repair or replacement is needed or desirable if that is not so, or that a service has been provided, a part has been installed, a repair has been made or a replacement has been provided, if that is not so.
- Representing that a price benefit or advantage exists respecting goods or services where the price benefit or advantage does not exist.
- Charging a price for goods or services that is substantially higher than an estimate provided to the consumer, except where the consumer has expressly agreed to the higher price in advance.

- Representing that a transaction involving goods or services involves or does not involve rights, remedies or obligations where that representation is deceptive or misleading.
- Representing that a person has or does not have the authority to negotiate the final terms of an agreement involving goods or services if the representation is different from the fact.
- Taking advantage of a consumer by including in an agreement terms or conditions that are harsh, oppressive or excessively one-sided so as to be unconscionable.
- Taking advantage of a consumer by exerting undue pressure or undue influence on the consumer to enter into a transaction involving goods or services.
- Representing in relation to a voucher that another supplier will provide goods or services at a discounted or reduced price if the supplier making the representation knows or ought to know that the other supplier will not do so.
- Making a representation that appears in an objective form such as an editorial, documentary or scientific report when the representation is primarily made to sell goods or services, unless the representation states that it is an advertisement or a promotion.
- Representing that a particular person has offered or agreed to acquire goods or services whether or not at a stated price if he has not.
- Representing the availability of facilities for repair of goods or of spare parts for goods if that is not the case.
- Offering gifts, prizes or other free items in connection with the supply of goods or services if the supplier knows or ought to know that the items will not be provided or provided as offered.
- Representing that goods or services are available at a discounted price for a stated period of time if the supplier knows or ought to know that the goods or services will continue to be so available for a substantially longer period.
- Representing that goods or services are available at a discounted price for a particular reason that is different from the fact.
- Using small print to conceal a material fact from the consumer or to mislead a consumer as to a material fact, in connection with the supply of goods or services.

Lệnh bảo vệ người tiêu dùng Brunei năm 2011

Hiến pháp Brunei Darussalam

Lệnh Bảo vệ Người tiêu dùng (Thương mại Công bằng) năm 2011

I. Bố cục các chương

1. Viện dẫn, ngày thực thi và tiêu đề đầy đủ.
2. Giải thích từ ngữ.
3. Đối tượng áp dụng.
4. Giải nghĩa hành vi không lành mạnh.
5. Các tình huống liên quan đến hành vi không lành mạnh.
6. Quyền kiện của người tiêu dùng về hành vi không lành mạnh.
7. Thẩm quyền và quyền hạn của Tòa án.
8. Thỏa thuận tuân thủ tự nguyện.
9. Tuyên bố hoặc lệnh.
10. Quyền hủy bỏ một số hợp đồng trong thời hạn hủy bỏ.
11. Thời hạn.
12. Không ký hợp đồng.
13. Quyền được chuyển giao.
14. Bảo lưu các quyền hoặc biện pháp khắc phục khác.
15. Miễn trách nhiệm đối với nhà xuất bản.
16. Quy tắc bằng chứng Parol bị bãi bỏ.
17. Giải thích tài liệu.

18. Nghĩa vụ chứng minh.

19. Sửa đổi Phụ lục Áp dụng

20. Quy định

Phụ lục đầu tiên – các giao dịch được miễn trừ

Phụ lục thứ hai – các hành vi không lành mạnh cụ thể

Phụ lục thứ ba – Sửa đổi các điều khoản của luật hạn chế

II. Các điều khoản chính

1. Lệnh này có hiệu lực từ ngày 1 tháng 1 năm 2012;

2. Tiêu đề đầy đủ của Lệnh này là “Lệnh nhằm bảo vệ người tiêu dùng khỏi các hành vi không lành mạnh và các vấn đề có liên quan”;

3. Giải nghĩa hành vi không lành mạnh

Nhà cung cấp, liên quan đến giao dịch của người tiêu dùng, có hành vi không lành mạnh khi

(a) làm hoặc nói bất cứ điều gì, hoặc không làm hoặc nói bất cứ điều gì, nếu kết quả là người tiêu dùng có thể bị lừa dối hoặc bị lừa dối một cách hợp lý;

(b) tuyên bố sai sự thật;

(c) để lợi dụng người tiêu dùng nếu nhà cung cấp biết hoặc có lý do hợp lý để biết rằng người tiêu dùng

(i) không ở trong vị thế để bảo vệ lợi ích của chính mình; hoặc

(ii) không thể hiểu một cách hợp lý đặc điểm, bản chất, ngôn ngữ hoặc hiệu lực của giao dịch hoặc bất kỳ vấn đề nào liên quan đến giao dịch; hoặc

(d) các hành vi cụ thể khác ngoài (a), được nêu rõ tại Phụ lục thứ hai.

4. Quyền khiếu kiện của người tiêu dùng đối với hành vi không lành mạnh.

(1) Người tiêu dùng đã tham gia vào một giao dịch tiêu dùng liên quan đến hành vi không lành mạnh có thể khởi kiện tại tòa án có thẩm quyền đối với nhà cung cấp.

(2) Quyền nói trên không được áp dụng khi-

(a) số tiền khiếu nại vượt quá định mức theo quy định; hoặc

(b) không khiếu nại về tiền nhưng yêu cầu hình thức khắc phục khác mà giá trị của nó vượt quá định mức theo quy định.

(3) Định mức tiền phạt được quy định như đã đề cập là \$10.000 hoặc số tiền khác mà Bộ trưởng có thể, theo lệnh trên Công báo, quy định.

5. Các hành vi không lành mạnh cụ thể gồm:

- Thể hiện rằng hàng hóa hoặc dịch vụ được tài trợ, chấp thuận, có đặc tính hoạt động, phụ kiện, nguyên liệu, thành phần, phẩm chất, công dụng hoặc lợi ích mặc dù chúng thực ra không có.

- Thể hiện rằng hàng hóa hoặc dịch vụ có tiêu chuẩn, chất lượng, cấp, kiểu dáng, mẫu mã, xuất xứ hoặc phương pháp sản xuất cụ thể mặc dù chúng thực ra không có.

- Thể hiện rằng hàng hóa là mới hoặc chưa qua sử dụng mặc dù chúng không như vậy hoặc đã xuống cấp hoặc bị thay đổi, tân trang hoặc thu hồi.

- Thể hiện rằng hàng hóa đã được sử dụng ở một mức độ khác với thực tế hoặc chúng có lịch sử hoặc cách sử dụng cụ thể mặc dù nhà cung cấp biết rằng nó không phải như vậy.

- Thể hiện rằng hàng hóa hoặc dịch vụ là sẵn có hoặc sẵn có vì một lý do cụ thể, với một mức giá cụ thể, với số lượng cụ thể hoặc tại một thời điểm cụ thể mặc dù nhà cung cấp biết hoặc có lý do hợp lý để biết rằng sự thực không phải như vậy, trừ khi cách thể hiện có nêu rõ bất kỳ hạn chế nào.

- Thể hiện rằng một dịch vụ, một bộ phận, sửa chữa hoặc thay thế là cần thiết hoặc mong muốn mặc dù điều đó không phải như vậy, hoặc rằng một

dịch vụ đã được cung cấp, một bộ phận đã được lắp đặt, sửa chữa hoặc thay thế đã được cung cấp, mặc dù điều đó không phải như vậy.

- Thể hiện rằng lợi ích hoặc lợi thế về giá tồn tại liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ mặc dù lợi ích hoặc lợi thế về giá đó không tồn tại.

- Tính giá hàng hóa hoặc dịch vụ cao hơn đáng kể so với giá ước tính được cung cấp cho người tiêu dùng, trừ trường hợp người tiêu dùng đã đồng ý rõ ràng với mức giá cao hơn từ trước.

- Thể hiện rằng một giao dịch liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ liên quan hoặc không liên quan đến các quyền, biện pháp khắc phục hoặc nghĩa vụ mà cách thể hiện đó có tính chất lừa dối hoặc gây hiểu lầm.

- Thể hiện rằng một người có hoặc không có thẩm quyền thương lượng các điều khoản cuối cùng của một thỏa thuận liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ mặc dù cách thể hiện khác với thực tế.

- Lợi dụng người tiêu dùng bằng cách đưa vào thỏa thuận các điều khoản hoặc điều kiện khắc nghiệt, áp bức hoặc phiến diện một cách thái quá đến mức vô lương tâm.

- Lợi dụng người tiêu dùng bằng cách gây áp lực hoặc ảnh hưởng quá mức đến người tiêu dùng để thực hiện giao dịch liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ.

- Cách thể hiện liên quan đến chứng từ rằng nhà cung cấp khác sẽ cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ với giá ưu đãi hoặc giảm giá mặc dù nhà cung cấp đại diện biết hoặc phải biết rằng nhà cung cấp khác sẽ không làm như vậy.

- Cách thể hiện ở hình thức khách quan, chẳng hạn như một bài xã luận, tài liệu hoặc báo cáo khoa học khi nội dung thể hiện chủ yếu nhằm bán hàng hóa hoặc dịch vụ, trừ khi nêu rõ cách thể hiện đó nhằm mục đích quảng cáo hoặc khuyến mại.

- Thể hiện rằng một người cụ thể đã đề nghị hoặc đồng ý mua hàng hóa hoặc dịch vụ dù ở mức giá đã nêu hay không mặc dù người đó không hề làm như vậy.
- Thể hiện về sự sẵn có của các phương tiện sửa chữa hàng hoá hoặc các phụ tùng thay thế cho hàng hoá mặc dù thực tế không phải như vậy.
- Tặng quà, giải thưởng hoặc các mặt hàng miễn phí khác liên quan đến việc cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ mặc dù nhà cung cấp biết hoặc phải biết rằng các mặt hàng đó sẽ không được cung cấp hoặc không được cung cấp như đã chào hàng.
- Thể hiện rằng hàng hóa hoặc dịch vụ có sẵn với giá chiết khấu trong một khoảng thời gian nhất định mặc dù nhà cung cấp biết hoặc phải biết rằng hàng hóa hoặc dịch vụ sẽ tiếp tục sẵn có trong một thời gian dài hơn đáng kể.
- Thể hiện rằng hàng hóa hoặc dịch vụ có sẵn với giá chiết khấu vì một lý do cụ thể khác với thực tế.
- Sử dụng chữ in nhỏ để che giấu một sự thật quan trọng đối với người tiêu dùng hoặc để đánh lừa người tiêu dùng về một sự thật quan trọng, liên quan đến việc cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ.