

99 學年度第 2 學期消費觀念宣導專題講座紀錄

時 間：100 年 4 月 13 日（星期三）上午 8:00~8:50

地 點：校本部禮堂

主講人：本校公領系劉助理教授恆奴

主 題：消費的法律保護

一、國際消費者運動與組織

- (一) 1960 年，非政府組織「國際消費者組織聯盟」(IOCU)成立，積極推動消費者保護活動，訂定消費者「八大權利」、「五大義務」，並訂每年 3 月 15 日為「世界消費者權益日」(World Consumer Rights Day)。
- (二) 1994 年，我國加入「消費者國際會」(CI, 前身為 IOCU)，成為其二百多個會員之一。
- (三) 1983 年，世界性消費運動受到聯合國重視，聯合國大會通過「聯合國消費者保護指南」(Guideline for Consumer Protection)作為各國推動消費者保護的共同準則。

二、消費者的八大權利

- (一) 基本需求
消費者對維持生命之基本物質與服務，有要求提供之權利。
- (二) 講求安全
消費者對有危害健康與生活之產品與服務，有抗議之權利。
- (三) 正確資訊
消費者對可作為消費選擇參考之資訊，有被告知事實真相之權利。
- (四) 決定選擇
消費者對各種商品與服務之價格決定與品質保證，有請求在充分競爭條件下形成之權利。
- (五) 表達意見
消費者對有關消費者權益之公共政策，有表達意見之權利。
- (六) 請求賠償
消費者對瑕疵之產品或低劣品質之服務，有請求賠償之權利。
- (七) 消費教育
消費者對有關消費之知識與技巧，有取得之權利。
- (八) 健康環境
消費者有要求在安全 不受威脅，且有人性尊嚴環境下生活之權利。

三、消費者的五大義務

- (一) 認知
消費者對產品之品質、價格與服務，有提高警覺與提出質疑之義務。
- (二) 行動
消費者為維護自己權益，必要時有採取或支持各種行動之義務。
- (三) 關懷
消費者對自己之消費行為，有確保不會對別人造成傷害之義務。
- (四) 環保
消費者就日常之消費品與消費行為，有了解是否對環境造成污染之義務。

(五) 團結

團結就是力量，全體消費者有團結並發揮影響力之義務。

四、臺灣的消費者運動發展

- (一) 1979 年，台中、彰化的米糠油「多氯聯苯」及假米酒事件，受害人達 2000 多人，激化社會消費安全意識。
- (二) 1981 年，「中華民國消費者文教基金會」(簡稱「消基會」) 成立，適時扮演消費者教育、服務、遊說的壓力團體角色。
- (三) 1994 年《消費者保護法》通過。

五、買賣？交易？消費？

(一) 私法自治、契約自由的假設

- 1、是否締約 (v)
- 2、與誰締約 (x)

選擇類型、內容、方式 (x)

(二) 國家介入的再管制

- 1、買賣：契約 民法
- 2、交易活動：商品交易秩序維持、消費者利益維護、確保公平競爭—公平交易法。
- 3、消費：以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者—消費者保護法。

六、消費者保護的相關法律

- (一) 消費者保護法
- (二) 民法
- (三) 公平交易法
- (四) 商品標示法、商品檢驗法、食品衛生法、藥事法、化粧品衛生管理條例等
- (五) 醫事法律 (非醫療的消費或行政流程問題)
- (六) 地方自治法規 (ex: 臺北市消費者保護自治條例)

七、非醫療的消費或行政流程問題

- (一) 消費或行政流程問題
- (二) (非醫療問題)
 - 1、藥袋標示不全。
 - 2、病歷無法取得。
 - 3、醫療院所收費不當。
 - 4、拒給、內容與實情不符。
 - 5、手術、麻醉同意書不符規定。
 - 6、預定醫療計劃 (如齒列矯正、瘦身、整形) 與實情不符等。
- (三) 可向醫療院所所在地衛生局申訴，亦可向行政院消費者保護委員會消保官申訴。

八、消費者權益的相關規定

- (一) 無過失責任
- (二) 定型化契約
- (三) 不實廣告

- (四) 特種買賣
 - 1、郵購買賣
 - 2、訪問買賣
 - 3、無要約寄送
 - 4、分期付款買賣
- (五) 品質保證

九、定型化契約

(一) 定義：

指企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。

(二) 合理審閱期間

應有30日以內之合理期間供消費者審閱全部條款內容，違反者，該條款不構成契約內容。但消費者得主張該條款仍構成契約內容。

十、補習班退費爭議

- (一) 補習與進修教育法規定，短期補習班的收、退費標準及學生權益，由各縣市政府教育局負責管理，以地方自治法規規範。
- (二) 應注意：補習班是否合法立案、建管及消防是否合格、課程是否符合需求，此外，應詳讀契約，把握五天審閱期。

	臺北市		高雄市		新竹市	
開課前	2個月前	95% (扣除5%須少於1000)	30天前	100%	開課前	90%
	1週 ~59天前	90%	16~29天前	90%		
	1週內前	80%	15天前	80%		
開課後	第2天(次)	70%	第3天(次) ~1/3期間	50%	1/3期間	50%
	第2天(次) ~1/3期間	50%	1/3期後	0%	1/3期後	0%
	1/3期後	0%				

十一、例如：禮券

(一) 「零售業等商品(服務)禮券定型化契約不得記載事項」

- 1、銷售的禮券不得記載「恕不找零」，禮券一定要找零 違者不准發行。
- 2、不得記載「未使用完的禮券餘額不得消費」。
- 3、贈送(非銷售)的禮券、抵用券、折扣(價)券，因無償取得，仍受限商家自訂使用期限、不得找零或使用店別等規定。
- 4、多數店家履約保證、銀行信託以1年為期，而一般有價商品的法定消滅時效是15年。

十二、郵購買賣

- (一) 指企業經營者以廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似之方法，使消費者未能檢視商品而與企業經營者所為之買賣。
- (二) 得於收受商品後7日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。

十三、網購標價錯誤

標價錯誤：消費者保護法對此無特別規定，回歸民法規定。

(一) 戴爾(Dell)網站

- 1、本案近來臺北地院判決認定屬於「價目表之寄送」類型，廠商仍有權拒絕出貨！
- 2、每人加碼給予2萬元的折價券補償。

(二) 博客來網路書店

- 1、7折錯標0.7折 博客來認帳。
- 2、消費者已經下訂的所有訂單還是會全數出貨，價差成本由博客來認賠吸收。

十四、網路購物退、換貨

- (一) 消費者網路購物，得不附理由，不論個人喜好或商品瑕疵問題，均可於7日內解約退款，無須負擔任何費用或價款，運費皆應由業者支付！（包含拍賣網站）
- (二) 收受商品後隔日起開始計算天數，舉例：7/17收到產品，由7/18開始計算第一天
- (三) 消費者以書面通知解除契約時，除雙方另有約定外，企業經營者應於通知到達後1個月內，至消費者住所或營業所取回，逾期消費者不負保管責任。

十五、分期付款買賣

指買賣契約約定消費者支付頭期款，餘款分期支付，而企業經營者於收受頭期款時，交付標的物予消費者之交易型態。

(一) 應以書面

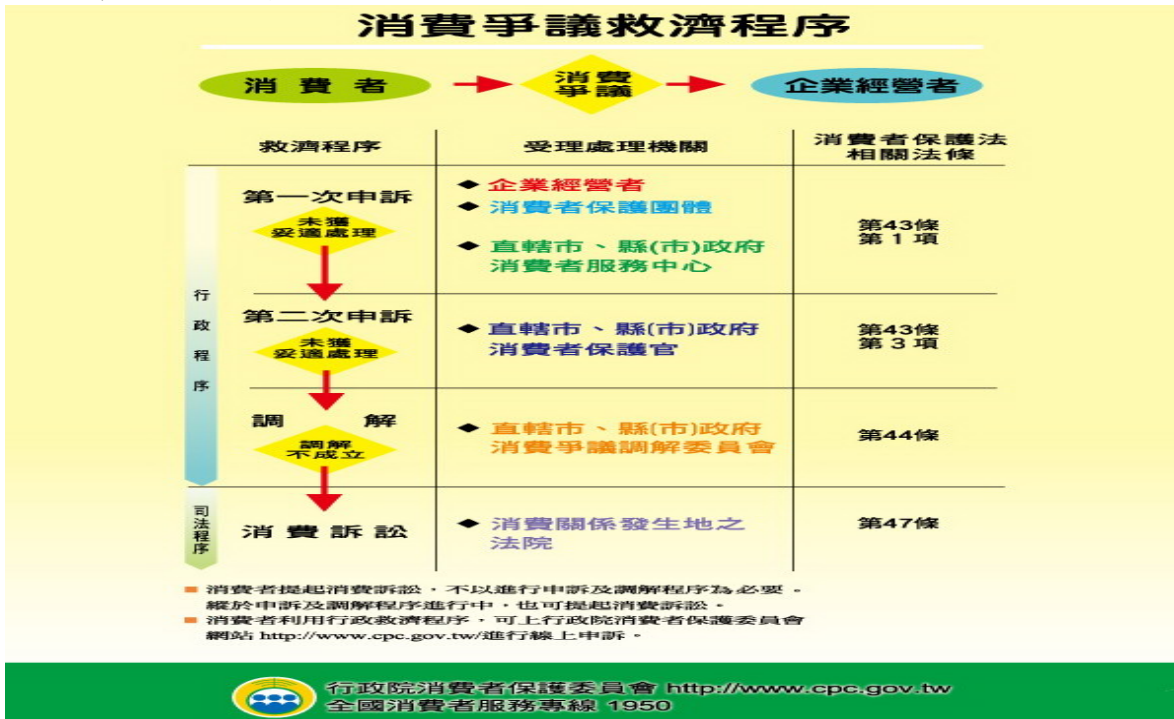
(二) 應載明下列事項：

- 1、頭期款。
- 2、各期價款與其他附加費用合計之總價款與現金交易價格之差額。
- 3、利率。

十六、不實廣告

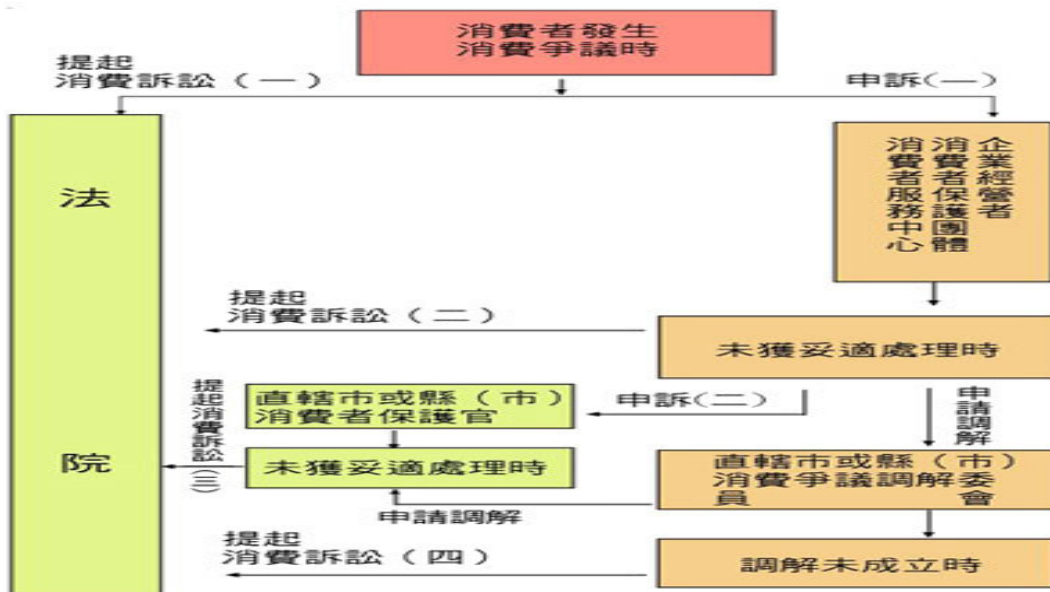
- (一) 泡麵常在外包裝印上好幾塊大肉塊食材圖片，圖旁用小字標寫「圖片僅供參考」，已涉及廣告不實。
- (二) 行政院消費者保護委員會公布，不僅圖案係供參考字樣須放大4倍，沒有牛肉塊就不可稱為牛肉麵，稱牛肉湯麵。
- (三) 「名師」僅供參考 補習班須退費。
- (四) 補習班廣告打出名師雲集、均為相關課程博士、碩士生；學生卻發現與事實差距甚大，要求退費。補習班辯稱廣告「僅供參考」，法院判決消費者因信賴廣告而簽訂契約，企業經營者就應對廣告內容負責，廣告也應視為契約的一部分，因此判決補習班敗訴，要退還學費。

十七、消費爭議與消費訴訟



- (一) 消費爭議：必須是消費者與企業經營者間因消費關係所發生之爭議
- (二) 申訴、調解：
 - 甲、向企業經營者、消費者保護團體、直轄市、縣(市)政府消費者服務中心提起申訴
 - 乙、向直轄市、縣(市)政府之消費者保護官申訴
 - 丙、向直轄市、縣(市)政府之消費爭議調解委員會申請調解
- (三) 線上申訴：<http://www.cpc.gov.tw/onlineapply.asp>

十八、申訴與訴訟流程



(一)民事訴訟：

- 1、個別訴訟：普通、簡易、小額。
- 2、選定當事人。
- 3、團體訴訟：交「消費者保護團體」代為進行。

(二)行政監督：行政罰則

十九、消費者保護的主要單位

(一)行政院消費者保護委員會 <http://www.cpc.gov.tw/>

*各縣市消費者服務中心

*設置全國消費者服務專線：1950

(二)財團法人消費者文教基金會 <http://www.consumers.org.tw/>