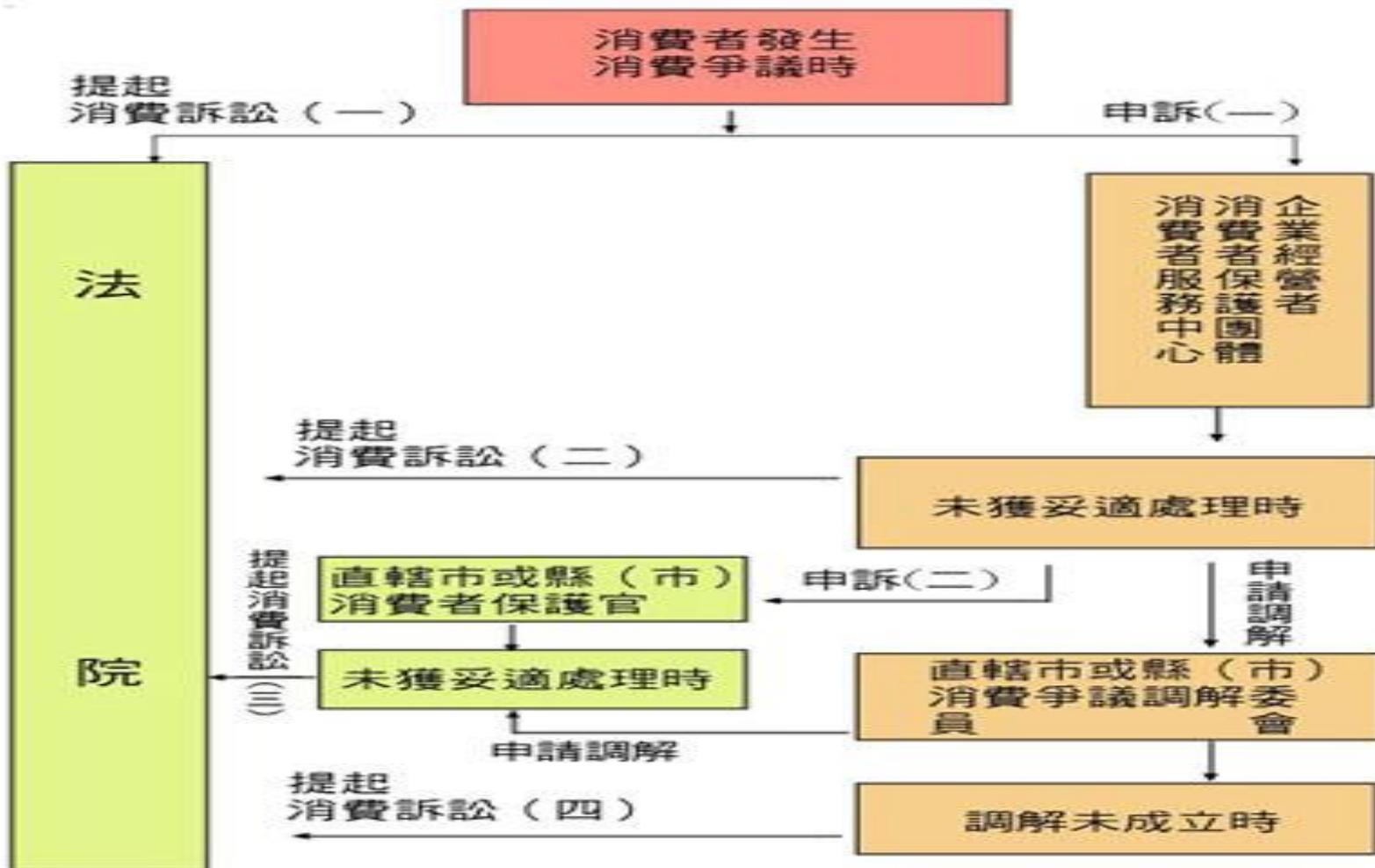


# 業者對於消費糾紛因應之道

日期:103年3月27日

報告人:蘇錦霞律師

# 消費爭議之處理



# 消費者八大權利及五大義務

- 一九六三，國際消費者組織聯盟(IOCU)根據一九六二年美國總統甘迺迪首次提出之消費者四大權利～講求安全、知道真相、選擇及表達意見的權利，再定出了消費者的八大權利、五大義務，而成為世界各國消費者的共識。

# 消費者八大權利

- 一 基本需求的權利
- 二 知的權利
- 三 選擇的權利
- 四 講求安全的權利
- 五 講求健康環境的權利
- 六 消費教育的權利
- 七 表達意見的權利
- 八 請求賠償的權利

# 基本需求的權利

消費者對維持生命的基本物質與服務，有要求提供的權利。

- 飲食
- 衣著
- 居住
- 行動

# 知的權利

消費者對可作為消費選擇參考的資訊，有被告知事實真相的權利。

- 消費資訊的正確、清楚與完整的要求
- 企業經營者的說明義務
- 知的權利直接涉及消費者的選擇權利、講求安全的權利、講求健康環境的權利、請求賠償的權利等諸權益。

# 選擇的權利

消費者對各種商品與服務在知的權利及公平競爭的條件下，有自行選擇的權利。

- 企業公平競爭的重要
- 企業的說明義務

# 講求安全的權利

消費者對於使用的商品或接受的服務有要求安全的權利。

- 積極面：要求安全→符合當時科技及專業水準可合理期待之安全性
- 消極面：對於不安全的商品或服務有抗議的權利

# 講求健康環境的權利

消費者有要求在安全、不受威脅，且有人性尊嚴環境下生活的權利。

- 安全消費
- 安心消費
- 健康環境

**Ex** 賣場安全 試乘

# 消費教育的權利

消費者對有關消費的知識、常識與技巧，有取得的權利。

**Ex** 宣傳

# 表達意見的權利

消費者對有關消費者權益的公共政策及具體個案，都有表達意見的權利。

# 請求賠償的權利

消費者對瑕疵的商品或服務，有請求賠償的權利。

- 財產上的損害賠償
- 非財產上的損害賠償
- 懲罰性的損害賠償

# 消費者五大義務

- 認知
- 行動
- 團結
- 關懷
- 環保

# 認知

- 積極面：對於商品或服務的品質、價格或報酬、標示及注意事項等等，有了解的義務。
- 消極面：對於商品或服務的品質、價格或報酬、標示及注意事項等等，有警覺及提出質疑的義務

# 行動

消費者有維護自己權益，必要時有採取或支持各種消費活動的義務。

# 團結

團結就是力量，全體消費者有團結並發揮影響力的義務。

- 公共政策的支持

# 關懷

積極面，直接幫助其他消費者；

消極面，消費者對自己的消費行為，有確保不會對別人造成傷害的義務。

# 環保

消費者就日常的消費品與消費行為，  
有了解是否對環境造成污染的義務。

- 綠色消費的概念

# 企業社會責任：ISO 26000消費者議題

- ISO 26000社會責任指南（Guidance on Social Responsibility）國際標準草案（Draft International Standard, DIS）已於2009年5月17日至21日丹麥哥本哈根ISO社會責任工作小組全體會議中獲得通過。

# ISO 26000制定目的及適用範圍

- ISO 26000社會責任指南的制定目的，在就社會責任的定義，以及組織必需處理的社會責任主題，達成國際共識，並提供組織一個將理念轉化為行動的指引；適用於已開發國家及開發中國家的公共或私部門的所有類型組織，是針對組織履行社會責任的指導性文件，不是強制性的管理系統標準，不作為第三方驗證之用。

# ISO 26000社會責任

- 「組織治理」、「人權」、「勞工業務」、「環境」、「公平運作業務」、「消費者議題」、「社區參與及發展」七大核心主題
- 宣導企業在對股東盡利潤極大化的責任之外，同時應保障員工的基本人權、工作權及身體健康安全；負起對消費者權益維護的責任；秉持公平交易、公平競爭的精神對待供應商與競爭者；對所處社區善盡公益，以及關心環境保護等。

# ISO 26000之消費者保護

- ISO 26000延伸聯合國消費者保護綱領:
- 聲明8項消費者保護原則，包括：滿足基本需求、安全、告知、選擇、表達意見、賠償、消費者教育、健康環境。
- 另增訂尊重隱私權、預警機制、促進性別平等與對婦女平權、促進通用設計等4項額外原則。

# 何謂消費者保護團體

- 〈一〉消費者保護團體為社會團體：依照人民團體法第四條規定，人民團體分為職業團體、社會團體及政治團體三種。消費者保護團體依其性質，應屬於社會團體中的一種特別團體。

〈二〉消費者保護團體有成立的特別目的：消費者保護團體須以保護消費者權益、推行消費者教育為其成立宗旨目的，這也是消費者保護團體與其他社會團體最大不同之處。

〈三〉消費者保護團體以財團法人或社團法人為限：依法成立的人民團體，不一定均取得法人的資格，由於消費者保護團體在消費者保護工作上具有特別的作用及目的，為避免浮濫，因此，限為須依據人民團體法及其他相關法令規定向主管機關申請設立之財團法人或社團法人，方為消費者保護法所稱的消費者保護團體。

# 消費者保護團體的任務

- 〈一〉 商品或服務價格之調查、比較、研究、發表。
- 〈二〉 商品或服務品質之調查、比較、研究、發表。
- 〈三〉 商品標示或其內容之調查、比較、研究、發表。
- 〈四〉 消費資訊之諮詢、介紹與報導。
- 〈五〉 消費者保護刊物之編印發行。
- 〈六〉 消費者意見之調查、分析、歸納。
- 〈七〉 接受消費者申訴，調解消費爭議。
- 〈八〉 處理消費爭議，提起消費訴訟。
- 〈九〉 建議政府採取適當之消費者保護立法或行政措施。
- 〈十〉 建議企業經營者採取適當之消費者保護措施。
- 〈十一〉 其他有關消費者權益之保護事項。

# 消費者文教基金會之緣起

- 民國六十八年夏天，中部地區民眾因食用廠商製造販賣之米糠油，而發生嚴重的「多氯聯苯受害事件」，受害者多達2千人，且大多屬經濟上的弱者，然加害廠商，非但未予以賠償，反而以脫產方式逃避責任；同年底又發生「假酒事件」，有教授因飲到假酒而失明。當時一群青商會友、學者專家及社會熱心人士，感於消費者的弱勢，有加以保護的必要，遂由青商會捐助十萬元，三商行翁肇喜先生認捐一百萬元，借用當時李伸一律師的辦公室，以一人、一桌、一支電話開始推展消費者保護的工作，並推選柴松林教授擔任第一屆董事長。

# 主要任務

- 接受諮詢
- 受理申訴
- 進行產品比較測試
- 消費市場調查
- 出版消費刊物
- 推動消費者保護法令之立法
- 從事消費者保護問題之研究

# 消費權益諮詢的變革



# 消保牧場

- 牧場内容

# 友善調處聯盟

- **(一)設立宗旨**

本聯盟旨在藉由公正、中立之平台，協助消費者與企業經營者有效釐清申訴案件事實與雙方權利義務，履行調處結果，達成迅速解決消費爭議之目的。

- **(二)糾紛自主解決原則**

本規則以自主迅速解決糾紛為處理原則。

本聯盟成員與申訴消費者對申訴處理過程和結果，均應本於自由意願達成合意。

- **(三)企業經營者加入本聯盟**

企業經營者以書面向本會申請加入本聯盟，經本會審核通過後，應按本規則處理與消費者間之消費糾紛，並指定處理消費糾紛之專責人員。

被申訴之企業經營者若非本聯盟之成員，本會得依其申請適用前項規定並依本規則辦理。

企業經營者欲申請退出者，得以書面向本會申請之。

- **(四)消費者申訴**

消費者發生消費糾紛時，得填具申請表，經由電子郵件、網站、郵遞或傳真等方式，向本聯盟成員或本會提出申訴。

# 這是一個發生在美國通用汽車的客戶與該公司客服部間的真實故事。

- 有一天美國通用汽車公司的龐帝雅克（Pontiac）部門收到一封客戶抱怨信，上面是這樣寫的：“這是我為了同一件事第二次寫信給你，我不會怪你們為什麼沒有回信給我，因為我也覺得這樣別人會認為我瘋了，但這的確是一個事實。”  
我們家有一個傳統的習慣，就是我們每天在吃完晚餐後，都會以冰淇淋來當我們的飯後甜點。由於冰淇淋的口味很多，所以我們家每天在飯後才投票決定要吃哪一種口味，等大家決定後我就會開車去買。  
但自從最近我買了一部新的龐帝雅克後，在我去買冰淇淋的這段路程問題就發生了。  
”你知道嗎？每當我買的冰淇淋是香草口味時，我從店理出來車子就發不動。但如果我買的是其他的口味，車子發動就順得很。”  
我要讓你知道，我對這件事情是非常認真的，儘管這個問題聽起來很豬頭。  
為什麼這部龐帝雅克當我買了香草冰淇淋它就秀逗，而我不管什麼時候買其他口味的冰淇淋，它就一尾活龍？為什麼？

事實上龐帝雅克的總經理對這封信還真的心存懷疑，但他還是派了一位工程師去查看究竟。

當工程師去找這位仁兄時，很驚訝的發現這封信是出之於一位事業成功、樂觀、且受了高等教育的人。

工程師安排與這位仁兄的見面時間剛好是在用完晚餐的時間，兩人於是一個箭步躍上車，往冰淇淋店開去。那個晚上投票結果是香草口味，當買好香草冰淇淋回到車上後，車子又秀逗了。

這位工程師之後又依約來了三個晚上。第一晚，巧克力冰淇淋，車子沒事。第二晚，草莓冰淇淋，車子也沒事。第三晚，香草冰淇淋，車子“秀逗”。

工程師開始記下從頭到現在所發生的種種詳細資料，如時間、車子使用油的種類、車子開出及開回的時間...，根據資料顯示他有了一個結論，這位仁兄買香草冰淇淋所花的時間比其他口味的要少。為什麼呢？原因是出在這家冰淇淋店的內部設置的問題。因為，香草冰淇淋是所有冰淇淋口味中最暢銷的口味，店家為了讓顧客每次都能很快的取拿，將香草口味特別分開陳列在單獨的冰櫃，並將冰櫃放置在店的前端；至於其他口味則放置在距離收銀檯較遠的後端。現在，工程師所要知道的疑問是，為什麼這部車會因為從熄火到重新啟動的時間較短時就會秀逗？原因很清楚，絕對不是因為香草冰淇淋的關係，工程師很快地由心中浮現出，答案應該是“蒸氣鎖”。因為當這位仁兄買其他口味時，由於時間較久，引擎有足夠的時間散熱，重新發動時就沒有太大的問題。但是買香草口味時，由於花的時間較短，引擎太熱以至於還無法讓“蒸氣”有足夠的散熱時間。



● 我要發問!

拜拜

