

中小企業因應消費者



第七篇 消費爭議之處理

案例15 消費爭議處理不當・恐成為企業形象危機

保護法指引Ⅳ

消費爭議處理不當，恐成為企業形象危機

蔡惠子 律師

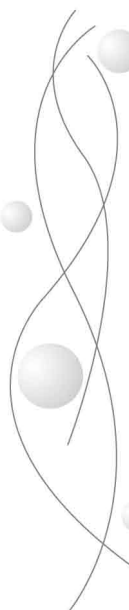
案例說明

妮妮的父母難得從南部上台北來探視女兒，為了迎接雙親的到來，妮妮打算親自下廚煮些好東西來招待他們。在父母到達前一晚，妮妮就前往以出售昂貴食材出名的大田百貨公司選購物品，準備好好大展手藝。妮妮除了購買一些進口蔬果及調味品外，更一口氣買了4千多元的進口牛肉，準備讓父母大快朵頤一番。不料，次日在享受完豪華的一餐後，妮妮及父母竟然都出現食物中毒的症狀，三人不停上吐下瀉，不得不送醫急診。事後妮妮回想整件事情的經過，覺得應該是購買的牛肉出了問題，她向大田百貨公司反應，並提供剩餘的牛肉，大田百貨公司雖然表示將進行調查，並請公司人員攜帶一籃水果到妮妮家裡表示歉意，但是妮妮認為茲事體大，不能就此輕易了結，因此開始積極搜尋有關處理這類消費爭議的資料。

案例解析

現代社會交易發達，每天所發生的消費事件可說是不計其數，會發生有關消費的爭議可說是勢所難免，從購買房子、汽車、電器用品、電腦、家具、文具、書籍、飲食等商品，到接受美容、裝潢、金融、保險、仲介等服務，只要當事人主觀上認為其中有瑕疵，就有可能發生消費爭議。

在民國83年消費者保護法制定以前，消費爭議的處理跟



一般民事爭議的處理沒有兩樣，都是透過調解、和解或是經由法院民事程序加以解決，對於某些爭議金額不大的消費者而言，這種需要花費相當時間及金錢的程序並不划算。故為保護消費者的權益，消費者保護法特別規定一套處理消費爭議的程序，希望能透過這樣的程序，使消費者的不滿可以得到快速妥善的處理。

消費者保護法第2條第4款定義的消費爭議，是指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議，其範圍可說是相當的廣泛。依據消費者保護法第5章有關消費爭議之處理的規定，消費者與企業經營者如果因為商品或服務發生消費爭議時，消費者可以直接向法院提起消費訴訟；如果因為同一原因事件，致使有眾多消費者受害時，合格的消費者保護團體可以受讓20人以上消費者損害賠償請求權後，以消費者保護團體自己的名義提起訴訟，此時其標的金額超過新台幣60萬元的部分，免繳裁判費。如果企業經營者有重大違反消費者保護法關於保護消費者之行爲時，消費者保護團體還可以向法院訴請停止或禁止此類行爲。

另一方面，在發生消費爭議時，消費者也可以向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心提出申訴。依據消費者保護法第43條第2項的規定，企業經營者有義務在收到消費者申訴後15日內妥善處理申訴；如果仍然未獲得妥適的處理時，消費者可以選擇提起消費訴訟，或向直轄市或縣、市政府的消費者保護官申訴，或向直轄市或縣、市政府的消

費爭議調解委員會申請調解。關於消費爭議的調解，如果雙方不能達成合意但意思已經很接近時，調解委員可以斟酌一切情形，求得雙方利益的平衡，在不違反當事人主要意思的範圍內，依職權提出解決的方案，並送達於當事人；如果當事人沒有在10天內對解決方案提出異議時，就視為調解已成立。如果消費者透過消費者保護官或消費爭議調解委員會無法獲得妥適的處理或無法成立調解時，仍可以向法院提起消費訴訟以確保權益。

妥善處理消費爭議是企業經營者最起碼應具備的能力，一個無法妥善處理消費爭議的企業勢必無法取得消費者的信任，其所提供的商品或服務一旦在消費者心中存有疑問，商品或服務要暢銷就很難，直接受影響的就是企業自己的獲利了。反過來說，如果企業能建立對消費者友善的文化，善意處理所有消費爭議，對企業獲利也必然有幫助。

處理過程

企業經營者提供的商品或服務如果存有瑕疵，致使消費者的身體、健康受到損害時，消費者可依法向企業經營者請求損害賠償。消費者為損害賠償的請求時，可以直接向法院提起民事訴訟，也可以先向企業經營者、消費者保護團體、各縣市消費者服務中心、消費者保護官提出申訴，或向消費爭議調解委員會申請調解。

此外，對於對消費者生命、身體、健康或財產有損害之虞的商品或服務，消費者也可以主動向縣市政府提出檢舉，

由縣市政府進行調查，如調查結果確實已對消費者發生重大損害或有發生重大損害之虞者，縣市政府除應命企業經營者限期改善、回收或銷毀，必要時得命企業經營者立即停止商品或服務的設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或提供，或為其它必要的處置外，尚應立即在大眾傳播媒體公告企業經營者的名稱、地址、商品、服務，或為其它必要之處置，以使消費大眾儘快知悉，避免造成實際的損害。

律師的話

企業經營者在提供商品或服務進入市場前，應注意商品或服務對於消費者的權益有無不良的影響，並嚴格把守商品或服務的品質，如果有任何對消費者產生誤導的疑慮時，應做充分完整的說明，這是減少消費爭議最根本的方法，也是企業經營者降低經營成本必須採取的態度，切莫在商品或服務進入市場的前置程序疏於管理，等到真正發生糾紛時才後悔莫及。

為維護消費者的權益，企業經營者應妥善處理消費者的申訴，遇有消費爭議發生時，能傾聽消費者的訴求與心聲，積極找出問題的癥結所在，並負起應盡的責任，如此才能建立良好的企業形象。

就算是國際知名的百年大廠也無法完全避免產品或服務發生瑕疵，但發現瑕疵後的處理態度對企業的未來將有決定性的重大影響。國內、國外均不乏廠商積極面對瑕疵，對消費者採取負責任的態度，最後反而增加消費者信賴度的例

子；也不乏一味閃躲，最後企業提供的商品或服務乏人問津的例子。有智慧的企業經營者應該看重的是企業長期永續的經營與獲利，絕不是一時的推拖和逃避責任。

參考法條

消費者保護法第2條、第43條至55條

