

議題研析

一、題目：有關通訊交易或訪問交易猶豫期間問題之研析

二、所涉法規

消費者保護法

三、探討研析

據行政院消費者保護處統計，近年來常見企業經營者就通訊交易或訪問交易，藉由不當定型化契約條款或不當推銷方式，限制消費者解約權利，致衍生消費爭議。例如，消費者逛街時被推銷化妝品，業者以話術鼓吹現場體驗免費做臉，又強力推銷近 10 萬元美容產品及療程服務，並將該等美容產品立即拆封檢查、使用，致衍生消費者認為使用後沒有業者所宣稱療效，得否退回商品及解約退費之爭議。

就此，行政院消費者保護處雖已特別提醒消費者，依消費者保護法（以下簡稱消保法）第 19 條規定，對於通訊交易或訪問交易，消費者得於收受商品或接受服務 7 日內以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價，故消費者應注意並善用消費者保護法賦予的 7 天契約解除權之權利，且消費者如已於 7 日內交運商品或發出書面者，亦可視為契約解

除。

惟對於拒不接受解約並退款之企業經營者，消保法卻未賦予主管機關得適時採取必要措施之權利（例如，要求企業經營者限期改善，屆期未改善得處罰鍰等），致消費者對於類似爭議，僅得透過消費爭議處理機制或透過民事訴訟程序處理，對於弱勢消費者，顯有保障不周疑慮，亦難以落實消保法第 19 條保障消費者之立法意旨。

四、建議事項

綜上，立法政策上，對於違反消保法第 19 條規定之企業經營者，應有明定主管機關得適時採取必要措施之必要。是以，建議於消保法增訂主管機關得對違反同法第 19 條規定之企業經營者採取必要之限期改善、違反者處罰等措施，以落實消保法保障消費者之立法意旨。

撰稿人：陳世超