

做一個聰明的消費者—— 從金融風暴中談如何維護自身的權益

柴松林* 著

自工業革命以來，由於技術進步，貿易競爭，法律關係的複雜，使錯誤的設計、低劣的品質、仿冒的品牌、偽造的膺品、不合的規格、虛偽的廣告、不實的標示、誇大的包裝、不合理的契約、不公平的交易條件等，種種侵害消費者權益的情事層出不窮；再加上通貨膨脹、貿易障礙、資源短絀、公害污染、環境破壞，政府的決策不當與效率低落等諸多因素的推波助瀾，更使得消費者問題惡化。

在自由競爭市場，消費者扮演的角色是以金錢從事商品或勞務選擇的主宰。因之，市場經濟體系的主導者，乃是消費者的需求；以生產為手段，以消費者的需求獲得滿足為目的，這便是消費者主權理論的根據。

消費者主權，強調消費者應被適當而正確的告知和保護，以對抗不公平或誤導性的市場交易；並防止市場權力的濫用、獨占、或不公平競爭行為。在此理論之下，消費者決定一切的經濟活動。但在事實上，今日採行自由經濟制度的社會，普遍的存在著消費者主權嚴重受到侵害的情事。在經濟獨占、廣告、定型化契約等的強大壓力下，消費者大部分的消費行為，只能配合生產者的方便與利益，做有限度的購買與否的選擇而已。所謂主權，早已從消費者移轉到生產者之手。

晚近的情況更為嚴重，在一國之內，大財團依靠雄厚的經濟力，左右了行政機構、民意機關、高層決策者和媒體，獲取不當的利益；而政府本身與政黨又常為了政權的攘奪與利益的衛護，做出了許多傷害消費者權益的決定，不僅侵犯了當代消費者的權益，還延續到以後若干世代。

社會的進步與教育的普及，一方面使人們的欲望和嗜好多樣化，增加了市場的複雜性；另一方面，由於人民知識水準的提高，判斷能力的增強，權利意識的覺醒，再加上有識之士的振臂疾呼倡導消費者主義，鼓動風潮，造成時勢，形成了消費者保護運動。

公元一九三六年美國成立消費者聯盟，為今日消費者保護組織之濫觴；自此以後先進諸國紛紛設立消費者保護團體。公元一九六四年散布於各國的消費者組織，

*作者為行政院消費者保護委員會委員。

更在北京布魯塞爾創立世界消費者組織聯盟，發表消費者宣言，揭櫫經濟之目的，在提供消費者最大之滿足，因此，生產之勞務及商品，品質應求精良，數量應求充裕，價格應求合理，更須顧及安全保障。目前此一組織已遷至英京倫敦，並更名為消費者國際。

公元一九八四年聯合國大會根據經濟及社會理事會之決議，通過世界消費者保護綱領，以促進公正、公平、合理之經濟及社會發展，作為全球各國推動消費者保護運動之共同目標，至此，消費者保護運動已蔚為世界之潮流。

近年來，無論在消費者自身的觀念與行為上，生產者經營之態度與技術上，政府在處理消費者事務的認知程度上，乃至於整個社會的經濟結構、目標、運作與生活方式上，都出現了巨幅的變化。因之，政府、企業、消費者組織，乃至於消費者自身，都必須調整觀念、目標、策略、手段，以新的思想與行動，來迎接新時代的來臨。

- 一、對於消費者權利意識重新認知：在以往受到天賦人權理想的影響，致使許多人以為消費者的權利是與生俱來的。事實上，並非如此。正如同人權譜系中其他權利一樣，係人類經長久的奮鬥，不斷爭取而來。消費者今日得享若干權利，較之以往消費者能得到較為公平的對待，並非上天的所賜予，乃是前此推動消費者運動的先驅者努力創造的成果。人權是一種發展的概念，消費者權利自不例外，未來消費者權利能否得到更完善的保障，消費者意願與利益能否得到更大的尊重，政府能否在消費者事務上盡更大的心力承當更大的責任，還取決於消費者所能付出的心力。
- 二、對現代社會特性的理解：在以往，人們都認為對於消費者權利的侵害，即為生產者罔顧道德所致。但若細察當代社會，即使生產者講求商業道德，消費者之權益亦未必獲得充分之保障，推其原因乃由於諸多現代社會特性因素所導致。現代社會工業產品種類繁多，數量龐大，應用普遍，危害之範圍亦隨之擴大；科技產品之內容複雜，影響深遠，非個人僅憑常識，即能保障經濟生活之安全。現代科學技術所提供之產品與服務，對於人和環境之影響，非短期間所能判明；生產與交易之過程迂迴曲折，分工細密，手續繁多，使弊端易於隱藏，而責任難以追究，再加上政府的介入與國際之干預，自不能視生產者為唯一的罪魁禍首。
- 三、消費者關切範圍擴大：早期的消費者運動，集中在產品的安全，尤其是食品與藥品的安全；再逐漸擴及於其他有形之商品。晚近消費者主義關切之範圍已擴大，由有形而無形，由產品而服務，由人身而環境。依前世界消費者組織聯盟

之主張，消費者應獲得保障之權利主要有以下八項：獲得維持生命所需基本物質供應的權利、安全不受傷害的權利、明瞭事實真相的權利、選擇的權利、意見被尊重的權利、求償的權利、獲得充分消費資訊與消費者教育之權利、清潔之生活環境的權利。

- 四、要求國家承當保護消費者責任：政府部門在開始的時候都未能理解到政府在消費者事務上應擔當的角色。事實上政府才是一個國家最有力的消費者保護機構，必須主動的肩負保護消費者的責任。美國早在尼克森時代即設立聯邦消費者事務部，明白宣告政府的職責。日本則設立消費者保護會議，會長由總理大臣出任，審議有關消費者保護事務之重大決策。其他各國政府部門亦莫不積極承當保護消費者的責任。
- 五、力求法益公平：加強立法保護，為現代國家之共同趨勢。在立法方面最大的改變在於立法之精神，實現社會正義、保護弱勢國民、堅持誠信原則、承當絕對責任。在司法方面則採取轉換舉證責任，對於適用法條之解釋不再拘泥於文字，而傾向於秉持立法之精神；在訴訟程序上則簡化訴訟手續，設立消費者法庭，允許集體訴訟與代理訴訟，使法益之公平得以落實。
- 六、對於弱勢地位者特別保護：現代社會強調自由競爭之結果，使強凌弱、眾暴寡，導致種種之悲劇。因之，對於婦女、老人、兒童、殘疾者、低所得者的權利都給予適切之尊重，揚棄傳統施恩的想法，轉變為保障人權的觀念。例如對於兒童，由於其成長的需要，知識、經驗、判別、抗爭、決策之能力缺乏，因而加以特別之保護。提供給兒童的產品，應對其身心健康有促進之效果，給予兒童之廣告、標示、說明書不僅資訊要正確，尚要有教育的作用。對於老年人、婦女等消費者亦要負擔特別的責任。
- 七、品質觀念提昇：在過去消費者主義所關切的是產品販賣條件之公平、危害之避免；而現在的消費者主義，更關切到在產品製造之前，要從事良好的設計，多方尊重消費者的意見，以使企業能產出令消費者滿意的產品。因之，產品要能發揮功能性、美感性、稀少性、適合性與即時性的特點。不僅如此，品質的要求尚不單在產品本身，還擴及經營者的理念、員工的態度、定價的合理性、銷售與服務的方式。並要不斷提昇其水準。
- 八、國際化傾向：無論其為個人人身還是公共環境的保護，都不能孤立於國際社會之外。任何一國對消費者權益的漠視，都可能危及他國的消費者。因之，目前國際消費者組織的工作重心在於：對跨國公司的監視、汽車與汽油淨化、貿易自由化與不當保護之禁止、商品尤其是藥品雙重標準的禁止、建立國際消費者

警察網、限制二手煙、防止公害及核污染、規範國際貿易的原則，在消費者事務的處理程序上都樹立了典範性的標準。

- 九、由爭取權利到善盡消費者義務：近年來消費者權利已受到相當的重視。在消費者運動推動過程中，將保護消費者的責任，完全推給政府與企業是不公平的。因為權利與義務是相對的，消費者必須謀求於其權利得到保障的同時，要善盡消費者義務。依前世界消費者保護組織聯盟的主張，消費者應盡之義務有以下五項：認知義務、抗爭義務、團結義務、關懷義務、環保義務。
- 十、力行綠色消費主義：消費者在環保義務方面，於從事消費活動時，應明白消費者的購買即是一種投票行為，為消費者所掌握的一種主動權利。應揚棄以往那種被動的、消極的心態，成為積極主動的消費者。公元一九九一年世界消費者組織聯盟通過綠色消費主義決議案，要求全球消費者一體奉行。其主要的內容有以下六項原則：減量消費，不影響到生存的東西不要購買；多次使用，不購買用完即丟、不耐用的商品，以避免物質的耗費；循環再生，用壞的東西不要拋棄，再生當做原料；符合經濟性，原料、材料、能源都要節省；符合生態主義，原料要清潔，製程不可以污染，保護生態環境，避免物種滅絕；尊重平等原則，要保障人權，不歧視任何屬性的個人或民族，對其他生物也要平等對待。
- 十一、監控通貨膨脹及實踐經濟公道：在各種造成消費者損害的因素中，造成最大傷害的是通貨膨脹。通貨膨脹使受雇者遭損而雇主獲益；使儲蓄者吃虧，而債務人得到好處，使消費者購買力萎縮，而生產者坐擁不當之利，是社會公平與人生福祉的最大敵人。近年來，消費者主義莫不致力於監督政府的物價政策，以求經濟生活之安定。晚近政府在面對國際困境，政治抗爭、利益團體遊說時常以振興經濟、促進景氣復升為藉口犧牲消費者的利益。消費者組織對於：貨幣政策、信用政策、租稅政策、財政政策、金融政策，獨占、聯合、進出口限制、專賣、特許各種與消費者經濟生活相關聯之事務，必須透過各種有效途徑予以監控。
- 十二、生活者塑造：人類從事一切經濟活動，其目的都是為了滿足消費者的需要，生產只是一種手段，不是目的。更進一步言，僅僅滿足消費者的需要，也不是目的，仍然還是一種手段，人類從事經濟活動的真正目的在於提昇人的品質，充實人生的意義，享受做人的尊嚴，塑造豐富圓滿的生活者。所以，消費者主義努力的目的即在於讓消費者在經濟生活之中，能做出明智的抉擇，有正當的舉止，享有美好的人生。
- 十三、推廣消費者教育：欲達到使消費者能成為充實圓滿的生活者這一目的，最主

要的途徑在於教育。消費者教育並非在學校裏開設一門課程，或在考試的時候增加一個學科為己足。消費者教育的特質有以下六項：一是全民教育：任何人都是被教育的對象，非限制於某一特定族群；二是終生教育：是全年齡的教育，並非只限於人生的一個階段；三是整體教育：是經濟的，政治的、社會的、文化的、將生活與環境視為一個整體，非僅依靠教育一個部門；四是整合教育：不單是一門課程、一個學科，而是融合於所有學科與活動之中；五是價值教育：不單是一種知識而已，而是一種人生觀、人生態度、價值與理想、人格的塑造；六是實踐教育：不是只以讓人知道為己足，而是要人能身體力行，以行動來體現，將知識轉換為生活方式。