

法學緒論講義

第六回

20101B-6



社團 考友社 出版
法人 發行

法學緒論講義 第六回



第六回 (1/2)

第十講 財經相關法律、性別相關法律及勞動與社會法 (一) ...	1
命題大綱	1
重點整理	2
一、財經相關法律	2
精選試題	61

第六回 (2/2)

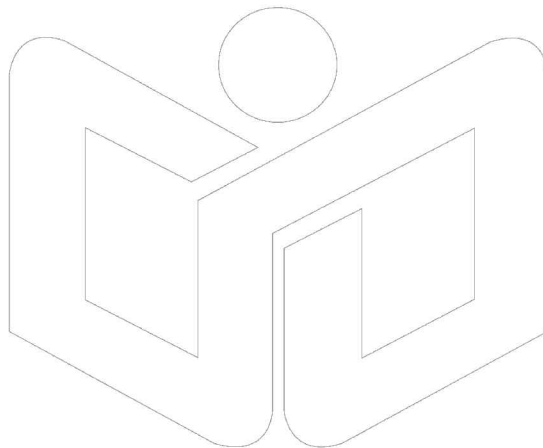
第十一講 財經相關法律、性別相關法律及勞動與社會法 (二) ...	1
命題大綱	1
重點整理	2
二、性別相關法律	2
三、勞動與社會法	12
精選試題	39

第十講 財經相關法律、性別相關法律 及勞動與社會法（一）



一、財經相關法律

- (一)消費者保護法
- (二)著作權法
- (三)智慧財產法制





一、財經相關法律

(一)消費者保護法：

1. 概述：

- (1)在整體的法律架構下，「消費者保護法」所規範的事項係屬於「民法」上的買賣為主。「民法」的基本前提為當事人之間係處於平等的地位，為了確保消費者實質地位的平等，透過法律調整消費者與企業製造者之間的法律地位，使其立於實質上的平等。
- (2)「消費者保護法」的規範模式，是在「民法」的買賣契約上，增加特別規定，要求企業製造者遵循。對於兩者之間的權利義務關係，也有異於「民法」的規定，本質上仍然是以「民法」的架構為基礎，另為特別規定。於具體規範內容上，「消費者保護法」賦予消費者更多的權利，相對地，則賦予企業製造者更多的義務。

2. 立法目的：

- (1)「消費者保護法」第 1 條規定：「為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質，特制定本法。」本條文係以國民消費生活為主要保護客體，透過消費生活之保護，來達到生活品質的提升。
- (2)立法目的之明訂，均以抽象的文字為之，其功能在於作為本法的解釋原則。在條文適用與解釋的過程，係以具體的條文為先，如各該條文中所規定的權利義務內容；再以總則章所規定的原理原則為補充解釋；最後以立法目的作為條文解釋、適用的基準。因此，立法目的雖然抽象，但仍然具有一定的功能，只是其功能僅具有補充的性質，無法直接適用。若條文解釋有不同的結果時，則可以參考立法目的的精神，選擇符合立法目的的解釋結果。
- (3)「消費者保護法」第 4、5 條屬於原則性的指導方針規定，並無拘束力。從其法條之規定來看，都是屬於一些抽象性、原則性的規定，其本身的不確定性太高，無法成為具體的法律關係，亦即就法律關係的構成而言，其規定並不符合「法明確性」的要求。所謂「法

明確性」，是指其規定的條文必須符合，可理解、可事先預知，及事後可以接受司法審查。再者，「消費者保護法」並未規定違反該法第 4、5 條時，其所受到的懲罰或責任。

【註】①「消費者保護法」第 4 條規定，企業經營者對於其提供之商品或服務，應重視消費者之健康與安全，並向消費者說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。

②「消費者保護法」第 5 條規定，政府、企業經營者及消費者均應致力充實消費資訊，提供消費者運用，俾能採取正確合理之消費行為，以維護其安全與權益。

3.用詞定義：

「消費者保護法」第 2 條將該法重要的事項加以明訂，明確的界定該法所規範的事項，作為該法的規範架構。依照條文順序，先規定受該法規範之主體，相關的主體在從事該法相關的事項時，必須受到該法之限制；再者，規定受該法所規範的事項，此為接續主體之後，對於主體的行為加以明確規定；最後，則為一些特別規定之事項。

(1)主體：

①消費者、企業製造者及消費者保護團體：

「消費者保護法」第 2 條明確規定受規範的主體為消費者、企業製造者及消費者保護團體。

A.消費者：

是指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。

B.企業經營者：

是指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者。

C.消費者保護團體：

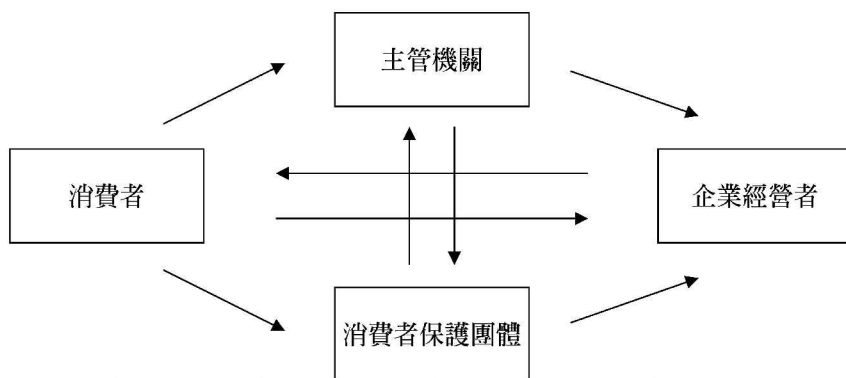
是指以保護消費者為目的而依法設立登記之法人。

②主管機關：

每個法律都會有主管機關，負責該法律的適用，針對具體個案做出相關的處分。「消費者保護法」第 6 條規定：「本法所稱主管機關：在中央為目的事業主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。」

③消費者保護法法律關係：

「消費者保護法」所規範的法律關係架構，是以該法所規範的主體為出發點，以其他不同的主體為法律關係的終點，該法對於主體之間的法律關係加以明文規定。「消費者保護法」第二章（消費者權益）即規定對於相關主體之間的法律關係的內容。一方之權利，即屬於對方的義務。



圖(一) 消費者保護法法律關係圖

(2)客體：

①消費關係：

是指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係。

②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。

③消費訴訟：

是指因消費關係而向法院提起之訴訟。

④個別磋商條款：

是指契約當事人個別磋商而合意之契約條款。

⑤定型化契約條款：

是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。此條款不限於書面，若以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。

⑥定型化契約：

是指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全

部或一部而訂定之契約。

(3)特別事項：

①郵購買賣：

是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。

②訪問買賣：

是指企業經營者未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，所為之買賣。

③分期付款：

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

4. 權利義務內容：

「消費者保護法」主要規定在於消費者的權益，確保消費關係中的消費者的利益。此些權益均規定在該法第二章，消費者可依其規定，向企業經營者請求；企業經營者則依其規定履行義務。

(1)健康與安全保障（消費者保護法第二章第一節）：

本節規定消費者得對於企業經營者所主張之權利，其主要的架構為侵權行為損害賠償責任，又稱為商品製造人責任。

①企業經營者的基本責任：

A. 「消費者保護法」第 7 條：

(A)從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。

(B)商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。

(C)企業經營者違反前述(A)(B)規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。

B. 前述 A. 所規定者為企業經營者的基本責任，先建構企業經營者的行為義務，若企業經營者違反其法定義務，而造成消費者或第三人的損害時，企業經營者必須負損害賠償責任。「消費者保護法」將請求權的範圍擴張至第三人，讓使用商品及接受服務之人，不論是否與企業經營者訂定契約，均可依據前述 A. 規

定，向企業經營者請求賠償。

②企業經營者的舉證責任：

A. 「消費者保護法」採「舉證責任倒置」的模式，要求企業經營者就其無過失負舉證責任。

B. 蓋與「民法」侵權行為規範相比，「民法」侵權行為係要求請求權人負舉證責任，要求請求賠償之人必須負行為人有過失的舉證。但在消費關係中，商品生產、運送都發生在企業經營者的掌握中，消費者經常無法蒐集足夠的證據，最後則因舉證責任的問題，無法獲得求償。因此，「消費者保護法」第 7-1 條規定：

(A)企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。

(B)商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前述(A)之安全性。

③企業經營者之間的連帶責任（消費者保護法第 8 條）：

A. 從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。

B. 前述 A. 之企業經營者，改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為「消費者保護法」第 7 條之企業經營者。

④企業經營者的擴張：

「消費者保護法」第 9 條規定：「輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負本法第 7 條之製造者責任。」本條文擴張企業經營者的範圍，所以從國外輸入商品之人也必須負相同的責任。

⑤回收商品責任：

A. 「消費者保護法」第 10 條：

(A)企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。

(B)商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而

未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前述(A)規定。

B. 前述 A. 為一般而言的商品回收之責任，當有問題的商品或服務在市面上流通時，為避免損害的擴大，課與相關的企業經營者有回收商品的責任。此責任係損害賠償責任以外另一項法定責任。

⑥責任不得預先限制或免除：

A. 「消費者保護法」第 10-1 條規定：「本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。」

B. 不論是買賣契約或侵權責任均屬「民法」上的法律關係，基於私法自治原則，可由當事人以契約為預先的約定。但是企業經營者所處的經濟地位較一般的消費者高，可以運用其經濟地位而為不利於消費者之約定。為避免消費者權益因經濟地位的劣勢，消費者面對相關商品或服務時，通常僅能選擇接受或不接受的結果，無法與企業經營者平等的協商契約內容。故明文規定「消費者保護法」所規定的企業經營者責任不得預先限制或免除之。

⑦民法第 191-1 條之商品製造人責任：

A. 「民法」第 191-1 條：

(A) 商品製造人因其商品之通常使用或消費所致他人之損害，負賠償責任。但其對於商品之生產、製造或加工、設計並無欠缺或其損害非因該項欠缺所致或於防人損害之發生，已盡相當之注意者，不在此限。

(B) 前述(A)所稱商品製造人，謂商品之生產、製造、加工業者。其在商品上附加標章或其他文字、符號，足以表彰係其自己所生產、製造、加工者，視為商品製造人。

(C) 商品之生產、製造或加工、設計，與其說明書或廣告內容不符者，視為有欠缺。

(D) 商品輸入業者，應與商品製造人負同一之責任。

B. 與消費者保護法的關係：

(A) 法條適用順序上，「消費者保護法」第 7 條（民法第 191-1 條）與其餘「民法」規定應非法條競合，而為請求權競合。

♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥
♥
精選試題
♥
♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥♥

- (D) 1. 甲於今年剛成爲大學新鮮人，對於昂貴的教科書頗多抱怨，甲因此向同學借了教科書請影印店代爲全本影印。該行爲之法律上效果爲下列何者？ (A)老師是有錢人，不會跟學生計較，所以沒關係 (B)只要不裝訂成冊就沒關係 (C)只要不印封面就沒關係 (D)違反著作權法之規定。
- (D) 2. 智慧財產權在權利的分類上屬於下列何者？ (A)債權 (B)物權 (C)有體財產權 (D)無體財產權。
- (D) 3. 下列著作中，何者不得爲著作權法所保護之著作權標的？ (A)演講之語文著作 (B)歌詞之音樂著作 (C)舞蹈著作 (D)公務機關之命令或公文著作。
- (B) 4. 消費者保護法規定，定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，其效力爲 (A)得撤銷 (B)無效 (C)效力未定 (D)仍爲有效，但企業經營者一方得主張無效。
- (B) 5. 消費者保護法規定，郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受者，得至遲於收受商品後多少日內，退回該商品？ (A) 3 日內 (B) 7 日內 (C) 2 星期內 (D) 1 個月內。
- (B) 6. 除法律另有規定外，著作人於何時取得著作物之著作權？ (A)著手創作時 (B)著作完成時 (C)著作發表時 (D)著作有被改成衍生著作之需要時。
- (B) 7. 企業經營者所使用之定型化契約條款，若產生疑義時，法院應依何項原則加以解釋？ (A)有利於國家稅收 (B)有利於消費者 (C)有利於企業經營者 (D)有利於弱勢團體。
- (B) 8. 將數位照片置於網路上，使網路使用者得於其各自選定之時間地點瀏覽該照片，屬著作權法上之何種行爲？ (A)公開播送 (B)公開傳輸 (C)公開上映 (D)公開演出。
- (C) 9. 事業在商品或該商品之包裝上印刷極爲誇張之用途及功能之文字，致使許多消費者因此受其誤導而進行交易受騙之行爲，稱爲 (A)不實銷售 (B)不實誘買 (C)不實廣告 (D)不實競銷。
- (A) 10. 企業經營者於有事實足認其提供之商品有危害消費者安全之虞時，應如何處理？ (A)應主動立即回收商品 (B)應等主管機關命令後再回收 (C)應等主管機關於媒體公告後再回收 (D)應等法院判決後再回收。