

(二) 良性與惡性競爭

	良性競爭	惡性競爭
特色	促進經濟的良性循環	為吸引消費者而從事不公平競爭
說明	1. 消費者有更多的選擇 2. 買到物美價廉的商品 3. 享受到品質與功能更優良的產品	1. 故意削價競爭、仿冒他人商品 2. 使用劣質原料降低成本 3. 用不實廣告誤導消費者

三、消費者權益的保障

相關法律		消費者保護法	公平交易法
	目的	保護消費者權利，不受企業者侵害	維護交易秩序、確保公平競爭
	規範	廠商與消費者之間的消費關係 	廠商與廠商之間的競爭關係 
	舉例	消費者若不滿意郵購、網購商品，可於 7 天內退貨等	廠商刊登不實廣告、聯合壟斷、囤積商品、哄抬物價等
	主管機關	1. 中央：行政院消費者保護處 ➡ 擬定消費者保護政策並提供相關訊息 2. 地方：消費者服務中心（服務專線 1950） ➡ 提供消費者諮詢、由消保官協助民眾處理消費爭議	行政院公平交易委員會 ➡ 調查處理破壞市場交易秩序的行為 迷思概念 在不實廣告方面，消費者保護法與公平交易法均有規定
	違法處罰	1. 行政責任：罰鍰、停止營業等 2. 涉及刑事：移送偵查 3. 民事責任：協助處理消費賠償訴訟	1. 行政責任：罰鍰、停止營業等 2. 刑事責任：罰金、拘役、有期徒刑等 3. 民事責任：損害賠償責任
7 天猶豫期	猶豫期有無	1. 有 7 天猶豫期的法律保障 2. 依據消費者保護法規定	無猶豫期的法律保障
	例外	1. 易腐敗、保存期短的商品 例 牛奶、蔬果、報紙等 2. 客製化商品 3. 已開封的影音商品、電腦軟體、個人衛生用品等	瑕疵商品 例 無法安裝的遊戲光碟，仍可向商家要求更換（規範於民法）
民間團體	消費者文教基金會（消基會）、消費者權益促進會：以協助消費者爭取權益為主要目的之利益團體 ➡ 無公權力		