

「契約到期通知」置之不理？小心魔鬼藏在細節裡

日期：108/06/25 資料來源：消費者保護處

「契約到期通知」置之不理？小心魔鬼藏在細節裡

消費者都希望錢花得值得，行政院消費者保護處(以下簡稱行政院消保處)提醒，若不注意契約細節，避開有心業者的套路，荷包裡的錢仍會在不知不覺間溜走。近來許多民眾趁著各種促銷專案，搶辦了行動通訊上網吃到飽服務，但有些消費者不清楚，契約到期後的月租費也許不再是優惠價 499 元，可能回復成「原價」1,299 元；又或者已經不是「吃到飽」，等收到帳單才發現爆表。對此，電信業者表示，契約到期前他們都一定會通知消費者。但行政院消保處仍接到消費者反映，某業者的通知方式，竟是淡淡地發一封簡訊：「本門號的專案綁約期限將於某年某月某日到期(當日起即無綁約限制)，相關資訊請洽門市或客服」。試問有多少人能想到，不找門市或客服洽詢竟對權益大有影響？

行為經濟學的推力理論，如今已經被許多國政府機關和企業廣泛應用，把期待客戶勾選的選項設為「預設選項」，是最常見的推力。行政院消保處表示，該處在審議重要商品或服務定型化契約應記載及不得記載事項，也運用了這種概念，排除那些常造成紛爭、顯失公平的條款，且將重要條款定為應記載事項(形同預設選項)，藉此平衡雙方利益。前述電信業者在契約到期前的通知，屬於正向的推力，但內容語焉不詳，則沒達到告知的效果，徒具形式。

水能載舟亦能覆舟，如果使用推力理論，影響人做出錯誤選擇，就成為「暗推」(Dark nudge)。少數商家利用人的急迫、輕率、無經驗或怕麻煩心理，提供看似更方便、更明顯或更優惠的預設選項，引導消費者自然而然做出選擇。例如限時免費軟體，一鍵就可下載，試用期 1 個月結束就開始算帳，但在試用期結束前的關鍵時刻，卻很難找到停止訂閱的途徑或管道。消費者上網訂飯店，訂房網說已找到最優惠價格，這房間有 5 人正在線上觀看，只剩最後 1 間……。消費者若沒有意識到他們正被影響，就可能急著做出預期外的決定。其實，暗推並不罕見，亦引發了各國關注，數度於國際會議探討違規的態樣，我國也開始同步掃瞄市場上那些踩到紅線(對消費者顯失公平)的暗推手法。

行政院消保處表示，對於廣告不實引人錯誤的宣傳手法，相關主管機關會依職權對違規業者查處；該處與國家通訊傳播委員會也曾多次和電信業者開會，三令五申要求做好資訊揭露。行政院消保處強調，依消費者保護法第 13 條，企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著的方式，公告其內容，並經消費者同意者，該條款即為契約之內容。該處不樂見蓄意隱匿重要資訊的做法，未來將從消費申訴案件資料中找出慣犯，移請主管機關查處。

行政院消保處呼籲消費者，對於太好康、太方便的立即優惠，更須提高警覺，事前多做功課，是避免日後懊悔的不二法門。