

107-052-4303
MOTC-IOT-106-MEB004

新興計程車營運模式納管機制 與消費者保護之研究

著者：張朝能、史習平
周文生、吳家慶、黃慧娟、馮珮君、陳珮詩、
李銀英、王冠堯、周恩如、呂倍翠、曹灝

交通部運輸研究所

中華民國 107 年 6 月

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

新興計程車營運模式納管機制與消費者保護之
研究 / 張朝能等著. -- 初版. -- 臺北市 :
交通部運研所, 民 107. 06

面 ; 公分

ISBN 978-986-05-5990-3(平裝)

1. 交通管理

557

107008195

新興計程車營運模式納管機制與消費者保護之研究

著 者：張朝能、史習平、周文生、吳家慶、黃慧娟、馮珮君、陳珮詩、
李銀英、王冠堯、周恩如、呂倍翠、曹灝

出版機關：交通部運輸研究所

地 址：10548 臺北市敦化北路 240 號

網 址：www.iot.gov.tw (中文版>數位典藏>本所出版品)

電 話：(02)23496789

出版年月：中華民國 107 年 6 月

印 刷 者：九茹印刷有限公司

版(刷)次冊數：初版一刷 62 冊

本書同時登載於交通部運輸研究所網站

定 價：300 元

展 售 處：

交通部運輸研究所運輸資訊組・電話：(02)23496880

國家書店松江門市：10485 臺北市中山區松江路 209 號・電話：(02)25180207

五南文化廣場：40042 臺中市中山路 6 號・電話：(04)22260330

GPN：1010700771 ISBN：978-986-05-5990-3 (平裝)

著作財產權人：中華民國（代表機關：交通部運輸研究所）

本著作保留所有權利，欲利用本著作全部或部分內容者，須徵求交通部運輸研究所
書面授權。

交通部運輸研究所合作研究計畫出版品摘要表

出版品名稱：新興計程車營運模式納管機制與消費者保護之研究			
國際標準書號(或叢刊號) ISBN 978-986-05-5990-3(平裝)	政府出版品統一編號 1010700771	運輸研究所出版品編號 107-052-4303	計畫編號 106-MEB004
本所主辦單位：運輸經營管理組 主管：張朝能 研究人員：史習平 聯絡電話：02-23496839 傳真號碼：02-25450431	合作研究單位：中華民國運輸學會 計畫主持人：周文生 研究人員：吳家慶、黃慧娟、馮珮君、陳珮詩、李銀英、王冠堯、周恩如、呂倍翠、曹灝 地址：臺北市南京東路五段 102 號 10 樓之 3 聯絡電話：02-27476673		研究期間 自 106 年 3 月 至 106 年 12 月
關鍵詞：計程車、消費者保護、營運模式 摘要： 近年來隨著行動網路與智慧型手機的普及，數位經濟的商業模式正衝擊傳統產業，面對去中心化的平台經濟，以車隊派遣為主的計程車營運模式，有逐漸轉為資訊平台直接媒合乘客與司機之趨勢。然而由於網際網路技術與共享經濟產業發展速度，遠快於法規修訂或政策調整的速度，許多創新服務在法規尚未釐定清楚前，常衍生糾紛或執法之空窗期，無法有效管理新興營運型態之交易模式。 計程車客運與計程車派遣或媒合服務，涉及消費者人身自由安全議題，宜特別強化要求業者投保旅客責任保險、強化管理車頂燈與車身標示規定、消費資訊揭露與個資保全等方面加以嚴格管制。整體而言，營運模式採取輕度管制可以鼓勵創新，有關消費權益則採嚴格管制立場。目前新興計程車營運模式的納管機制與消費者保護，可從保險制度之強化、因應新興營運模式之法規調整與宣導消費者乘車注意事項等三方面加以因應。在法規的盤點建議修正部分，主要集中以媒合平台應納入管理、放寬司機加入派遣家數限制、強制投保旅客責任保險、釐清派遣、媒合、司機責任及建立消費者保護機制等方面。除法規修正外，對於計程車派遣或媒合所衍生之消費爭議，本計畫已依消費者保護法第 17 條規定，訂定「定型化契約應記載及不得記載事項」草案，除可對消費者提供宣導教育，亦可為消費者保護提供事前預防功能。透過相關法規草案盤點與建議，可對業者、從業人員與消費者保護產生正面影響，提供交通部後續施政之參考。			
出版日期	頁數	定價	本出版品取得方式
107年6月	250	300	凡屬機密性出版品均不對外公開。普通性出版品，公營、公益機關團體及學校可函洽本所免費贈閱；私人及私營機關團體可按定價價購。
機密等級： ☐ 密 ☐ 機密 ☐ 極機密 ☐ 絕對機密 （解密條件： ☐ 年 ☐ 月 ☐ 日解密， ☐ 公布後解密， ☐ 附件抽存後解密， ☐ 工作完成或會議終了時解密， ☐ 另行檢討後辦理解密） ☒ 普通			
備註：本研究之結論與建議不代表交通部之意見。			

**PUBLICATION ABSTRACTS OF RESEARCH PROJECTS
INSTITUTE OF TRANSPORTATION
MINISTRY OF TRANSPORTATION AND COMMUNICATIONS**

TITLE: A study on regulatory policy and consumer protection of new taxi business model			
ISBN(OR ISSN) ISBN 978-986-05-5990-3 (pbk.)	GOVERNMENT PUBLICATIONS NUMBER 1010700771	IOT SERIAL NUMBER 107-052-4303	PROJECT NUMBER 106-MEB004
DIVISION: Operation and Management Division DIVISION DIRECTOR: Zhao-Neng Zhang PRINCIPAL INVESTIGATOR: Zhao-Neng Zhang PROJECT STAFF: Hsi-Ping Shih PHONE: 886-2-23496839 FAX: 886-2-25450431			PROJECT PERIOD FROM March 2017 TO December 2017
RESEARCH AGENCY: Chinese Institute of Transportation PRINCIPAL INVESTIGATOR: Wen-Shen Cho PROJECT STAFF: Chia-Chin Wu, Hui-Chuan Huang, Pei-Chun Feng , Pei-Shih Chen, Yin-Ying Li, Kuan-Yao Wang, Pei-Tsui Lu, En-Ru Cho, Hao Tsao ADDRESS: 10F-3, No 102, Sec. 5, Nanjing E. Rd., Songshan District, Taipei City 105, Taiwan, R.O.C. PHONE: 886-2-27476673			
KEY WORDS: taxicab, consumer protection, business model			
ABSTRACT: The advent and popularization of mobile networks, smartphones and digital economy are impacting traditional business models. Faced with the trend of decentralized platform-based economy, taxi businesses that were once fleet-based are increasingly using digitized methods to pair drivers with customers. However, as the speed at which the internet technology and sharing-based economy develop at is far more rapid than the amendment of accompanying regulations or legislatures, there are often periods of legal confusions and disputes before newer legislatures were introduced for the emerging service models, in which management of the emerging service model is often ineffectively implemented. Taxi dispatch and customer pairing services are deeply intertwined with consumer's personal freedom and safety issues. Taxi service operators are required by law to provide passenger's liability insurance, adhere to regulations on taxi lights and cab labelling, disclosure of consumer information and protection of privacy information. Generally speaking, mild regulation of service model encourages innovation, while matters related to consumer rights should be strictly enforced. The consumer protection and regulatory policy models of new taxi businesses can be addressed by enhancing insurance policies, adjusting legislatures in response to emerging innovative service models, and better advocacy of passenger's riding precautions. For amendment of existing legislatures, efforts should be made to concentrate and manage the pairing service platforms, relax the limitations on number of dispatched drivers, mandatory passenger's liability insurance, clear delineations of liabilities of dispatch, pairing and drivers, and finally establish measures for consumer protection. Aside from legislature amendment, in order to address the consumer disputes derived from taxi dispatch or pairing services, the project has produced a draft to detail the items that should/should not be included in standard form service contracts, based on Article 17 of the Consumer Protection Act. This will not only provides advocacy to consumers, but also offer preventive protection. Research of legislature drafts and recommendations produced from this project will incur positive effects on business operators, employees and consumers, and may serve as policy references for the Ministry of Transportations and Communications.			
DATE OF PUBLICATION June 2018	NUMBER OF PAGES 250	PRICE 300	CLASSIFICATION ☐ RESTRICTED ☐ CONFIDENTIAL ☐ SECRET ☐ TOP SECRET ☒ UNCLASSIFIED
The views expressed in this publication are not necessarily those of the Ministry of Transportation and Communications.			

目錄

第一章 緒論.....	1
1.1 研究緣起與目的.....	1
1.2 研究範疇與名詞定義.....	3
1.2.1 研究範疇.....	3
1.2.2 名詞定義.....	3
1.3 研究內容與工作項目.....	6
1.4 研究方法.....	7
1.5 研究流程.....	8
第二章 國內外計程車營運管理現況與比較.....	11
2.1 我國.....	11
2.1.1 我國計程車客運業管理.....	11
2.1.2 我國計程車客運業運輸服務的業態.....	12
2.1.3 經營範疇.....	13
2.1.4 行政管制與相關規範.....	13
2.1.4.1 計程車客運業管理.....	13
2.1.4.2 計程車駕駛人管理.....	14
2.1.5 新興型態營運模式.....	15
2.2 日本.....	19
2.2.1 營業小客車運輸服務的業態.....	19
2.2.2 經營範疇.....	19
2.2.3 行政管制與相關規範.....	21
2.2.4 新興型態之營運模式.....	21
2.2.5 新興營運模式之消費爭議與管理作為.....	22
2.2.5.1 營業小客車新興營運模式之現況.....	22
2.2.5.2 數位資訊媒合平台業者之法律定位.....	24
2.2.5.3 日本行政機關對於消費者之保護機制.....	25
2.2.5.4 新興營運模式之民事責任.....	29
2.3 美國.....	30
2.3.1 計程車客運業規範.....	31
2.3.1.1 舊金山市.....	31
2.3.1.2 紐約州(紐約市).....	31
2.3.2 新興型態營運模式.....	33
2.3.3 美國消費者保護機制.....	37
2.3.4 保險規範.....	38
2.4 韓國.....	41
2.4.1 營業小客車運輸服務的業態.....	41

2.4.2 經營範疇.....	42
2.4.3 行政管制與相關規範.....	42
2.4.4 新興型態之營運模式.....	43
2.4.5 新興營運模式之消費爭議與管理作為.....	47
2.4.6 相關之定型化契約.....	47
2.5 英國.....	47
2.5.1 營業小客車運輸服務的業態.....	47
2.5.2 經營範疇.....	47
2.5.3 行政管制與相關規範.....	48
2.5.4 新興型態之營運模式.....	49
2.5.5 新興營運模式之消費爭議與管理作為.....	51
2.6 新加坡.....	51
2.6.1 新加坡的出租車市場.....	51
2.6.2 經營範疇.....	52
2.6.3 新興型態營運模式.....	54
2.6.4 消費者保護機制與保險規定.....	55
2.7 香港.....	57
2.7.1 營業小客車運輸服務的業態.....	57
2.7.2 經營範疇.....	58
2.7.3 行政管制與相關規範.....	58
2.7.4 新興型態之營運模式.....	59
2.7.5 新興模式之消費爭議與管理作為.....	60
2.8 各國管理制度之比較.....	60
第三章 近十年計程車相關判決考察.....	69
3.1 業者/司機/消費者間之法律關係.....	69
3.1.1 司機、車行與消費者間法律關係.....	69
3.1.2 司機、運輸合作社與消費者間法律關係.....	70
3.1.3 司機、車隊與消費者間法律關係.....	71
3.2 法院判決考察.....	76
3.2.1 司機肇事法律責任.....	76
3.2.2 司機「靠行」營運肇事法律責任.....	77
3.2.3 「車行」營運肇事法律責任.....	83
3.2.4 加入「運輸合作社」營運肇事法律責任.....	85
3.2.5 司機接受「車隊派遣」營運肇事法律責任.....	86
3.2.6 乘客開啟車門肇事之法律責任.....	92
3.2.7 司機、車行與第三人輪替駕駛或替代駕駛之責任.....	93
3.2.8 車隊/司機/消費者三方契約性質與肇事責任.....	95
3.3 法院判決之檢討.....	108

3.3.1 各種營運模式下法律責任之確定.....	108
3.3.2 判決檢討.....	113
第四章 新興計程車營運發展模式與挑戰.....	117
4.1 計程車創新服務.....	117
4.1.1 計程車派遣模式分類.....	117
4.1.2 新興計程車營運發展趨勢.....	125
4.2 新興計程車營運模式之定位.....	126
4.2.1 新興計程車營運模式於電子商務之定位釐清.....	126
4.2.2 新興計程車營運模式之平台運作方式與爭議.....	133
4.2.3 運輸資訊服務之法律定位未明.....	135
4.3 消費者權益保障課題.....	140
4.3.1 服務品質良莠不齊.....	140
4.3.2 乘客保險缺乏保障.....	141
4.3.3 乘客品牌認知混淆.....	142
4.3.4 資訊不對稱問題.....	143
4.3.5 乘客安全疑慮.....	144
4.3.6 產生消費爭議時平台業者應負責任探討.....	144
4.4 小結.....	146
第五章 納管機制與法規調整.....	147
5.1 納管機制與消費者保護之課題.....	147
5.1.1 消費者安全乘車環境與權益保障.....	147
5.1.2 營運模式納管機制之檢討.....	152
5.2 法規盤點與修正.....	158
5.2.1 公路法部分條文修正.....	160
5.2.2 計程車客運服務業申請核准經營辦法修正.....	163
5.3 定型化契約應記載及不得記載事項.....	171
第六章 結論與建議.....	179
6.1 結論.....	179
6.2 建議.....	180
參考文獻.....	183
附錄一 第一次學者專家座談會會議紀錄.....	185
附錄二 第二次學者專家座談會會議紀錄.....	191
附錄三 第三次學者專家座談會會議紀錄.....	195
附錄四 期中報告審查會議紀錄與處理情形表.....	201
附錄五 期末報告審查會議紀錄與處理情形表.....	209
附錄六 期末簡報.....	217

表目錄

表 1 歷年來小型客車車輛登記數.....	3
表 2 計程車營運管理單位職能分工法源彙整表.....	12
表 3 105 年底我國計程車客運業公司與車輛數統計.....	15
表 4 國內計程車叫車 APP 平台一覽表.....	17
表 5 日本消費者保護機制之訴訟資金貸款區分.....	28
表 6 美國 TNC 保險規範.....	41
表 7 新加坡主要出租公司的車隊規模和車費結構.....	53
表 8 國內外計程車營運管理現況比較表.....	62
表 9 派遣車隊對司機肇事法院判決理由比較一覽表.....	90
表 10 派遣車隊對司機負僱用人責任判決一覽表.....	100
表 11 派遣車隊不對司機負僱用人責任判決一覽表.....	104
表 12 計程車營運肇事法律責任判斷一覽表.....	110
表 13 電子商務四種經營模式.....	128
表 14 電子商務與國內新興計程車服務之分類與責任歸屬比較.....	132
表 15 臺北市計程車駕駛人執業登記證取締情形.....	144
表 16 派遣與媒合服務營業方式比較.....	159
表 17 公路法修正草案條文對照表.....	160
表 18 計程車客運服務業申請核准經營辦法修正條文對照表.....	164
表 19 計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項草案.....	173

圖目錄

圖 1 研究流程圖.....	9
圖 2 漢江 Call taxi 及漢江 Call earphone.....	45
圖 3 Kakao Taxi APP 示意.....	46
圖 4 新加坡出租車公司的車隊規模和百分比.....	53
圖 5 LTA 統計 2012 年至 2017 年計程車資料.....	54
圖 6 臺灣大車隊派遣流程示意.....	119
圖 7 巴西 Easy Taxi 服務.....	121
圖 8 日本 Line 叫車服務.....	121
圖 9 臺灣大車隊 APP.....	122
圖 10 呼叫小黃 APP.....	123
圖 11 HelloTAXI-叫車通 APP.....	123
圖 12 派車王 APP.....	124
圖 13 中華電信 Taxi 叫車便 APP.....	124
圖 14 電子商務經營模式關係圖.....	128
圖 15 網路購物平台類型.....	129
圖 16 拍賣平台與使用者關係.....	130
圖 17 大都會官方網站叫車電話一覽表.....	132
圖 18 計程車產業管理與消費者認知關係圖.....	139
圖 19 我國不同營業車輛車齡分布.....	140
圖 20 臺灣大車隊公司網頁-旅客責任險內容.....	142

第一章 緒論

1.1 研究緣起與目的

我國提供營業小客車運輸服務的業態，分別是汽車運輸業中的「計程車客運業」及「小客車租賃業(代僱駕駛)」，其提供運輸服務的市場雖有各自營運特性，也有相互重疊部分。小客車租賃業係以小客車或小客貨兩用車租與他人自行使用為營業者。計程車客運業係指在核定區域內，以小客車出租載客為營業者，現有計程車客運業營運型態包括計程車車行、個人經營計程車客運業、計程車運輸合作社三種型態。計程車車行業者係以運輸業者身分，公司或行號名義申請核准辦理，車行應備妥車輛及設備，僱用駕駛人駕駛，後因車行無法掌握駕駛人之營收，改以出租車輛或受理駕駛人靠行之方式經營；個人車行就是「駕駛人即老闆」，乃為鼓勵駕駛行為表現優良之個人經營計程車業；計程車運輸合作社係指依相關法令規定，由合作社主管機關及公路主管機關視實際需要輔導核准成立，其社員以在核定區域內，以小客車出租載客為營業之運輸合作社，社員亦領有汽車運輸業營業執照。

為協助辦理計程車駕駛人相關業務，依據公路法第 2 條第 1 項第 15 款規定之計程車客運服務業，係指以計程車經營客運服務而受報酬之事業，又依計程車客運服務業申請核准經營辦法(簡稱本辦法)第 3 條第 1 項第 6 款規定，計程車客運服務業得接受委託辦理車輛派遣業務，無線電或衛星派遣計程車隊即屬計程車客運服務業經營範疇之一。從事無線電或衛星派遣業務車隊之角色定位，依本辦法第 2 條規定：「本辦法所稱派遣，係指接受消費者提出之乘車需求後，以下列方式之一提供計程車客運業及其駕駛人服務並收取費用之營運方式。」在行政管制方面，依本辦法第 4 條規定：「經營計程車客運服務業，應填具籌設申請書，向該管公路主管機關申請核准籌設」，關於計程車客運服務業向受託服務之計程車駕駛人收取服務費，其收費基準應登載於公路主管機關網頁及經營派遣業務者提供之優惠措施，均應依本辦法第 13 條規定辦理。另外其營運應遵守之規範，包括對司機應負責宣達政令並督促其遵守(第 15 條)；對司機應盡維持服務品質、提供專業訓練、確認已投保旅客責任保險及解決消費爭議等責任(第 17 條)；24 小時自動錄音、24 小時自動記錄車輛派遣資料、應設申訴專線及保存最近六個月之統計資料等(第 18 條)、不得貸款予計程車駕駛人購車且不得代為保管車輛證件(第 19 條)、不得有任意通訊聚眾(第 20 條)；未切實履行約定義務，因而致委託人遭受損害時，應負賠償責任(第 22 條)；違反本辦法之規定，或未依本辦法申請核准即經營計程車客運服務業，依公路法第 77 條第 3 項規定處罰(第 23 條)。

上述規定已明確規範無線電或衛星派遣計程車隊必須是計程車客運服務業，惟有關無線電或衛星車隊與被派遣司機間是否為僱傭關係？被派遣司機任意加價(如微搬家費、寵物清潔費)、加收高額清潔費(幼兒暈車不慎吐出穢物，清潔費 2,000 元)、多次派車未到、司機報價高於車隊之報價、未依原報價卻依跳表後之車資收費、司機開錯路跑錯目的地等爭議，車隊與消費者間是否存有消費關係？車隊是否要對消費者負責？另外，近年來因網際網路蓬勃發展與智慧型手持設備的普及，雲端服務(Cloud Service)與物聯網(Internet of Things, IoT)等

創新服務不斷推陳出新，為人們帶來更聰明的生活方式，其運用層面亦越來越寬廣，包括網路訂車、APP叫車媒合平台(如「叫車通」、「呼叫小黃」等)。各類共享經濟之創新服務已風靡全球，帶來許多產業創新契機與市場結構重組機會。此一創新，也讓大型計程車品牌車隊或個人計程車有機會提供更方便有效的服務，減少乘客與駕駛間資訊不對稱的情況。然而由於網路技術與共享經濟產業發展速度遠快於法規修訂或政策調整的速度，許多創新服務在法規尚未清楚定義前，常衍生糾紛或執法之空窗期，甚至出現法令不合時宜，無法有效管理共享經濟所衍生之創新服務。新興型態之交易模式，消費者給付車資給被派遣司機，對價關係存在於消費者與司機之間，APP叫車媒合平台業者是否向司機或消費者收取費用？APP叫車媒合平台業者與被派遣司機(或消費者)間是否存有消費關係？此乃本計畫之重要課題。

由非運輸業的第三方提供運輸資訊，讓使用者得到運輸服務的營運模式已行之有年，其中以組成車隊提供車輛派遣服務的營運模式，早在二、三十年前就逐漸成形。隨著行動網路與智慧型手機的普及，數位經濟的商業模式正衝擊傳統產業，面對去中心化的平台經濟模式中，平台已逐漸淡化派遣車隊角色，從車隊派遣為主的計程車營運模式，有逐漸轉為資訊平台直接媒合乘客與司機之趨勢。

因此，行政院消費者保護處於105年9月5日召開研商「無線電或衛星派遣計程車隊與叫車消費者間之法律關係」會議¹，並於會議結論請交通部就新興型態之交易模式不斷推陳出新(例如透過APP叫車服務之資訊媒合平台)等事項預為因應或進行研究，以有效解決行政管制面臨困境，確保消費者權益。爰交通部請本所就與會專家學者等修法建言、消費者與司機爭議類型、新興型態之交易模式、新興型態APP叫車資訊服務業者是否應納入計程車客運服務業、消費爭議之權責關係等課題辦理專案研究，對現行法規提出修正草案，並於106年12月底前完成研究結論建議事項²，俾供制訂創新服務的管理規範與後續施政之參考。

1 行政院消費者保護處於105年9月5日召開研商「無線電或衛星派遣計程車對與叫車消費者間之法律關係」會議紀錄，交通部105年12月2日交路字第1050413261號函轉行政院消費者保護處105年10月3日院臺消保字第1050178831號函。

2 交通部路政司105年1月12日路臺機字第1050417652號書函。

1.2 研究範疇與名詞定義

1.2.1 研究範疇

依據我國道路交通安全規則第 3 條之規定，小客車係指座位在九座以下之客車或座位在二十四座以下之幼童專用車。其座位之計算包括駕駛人及幼童管理人在內。公路監理機關將小客車區分自用小客車與營業小客車，其中提供小客車運輸服務業態的分別是「計程車客運業」及「小客車租賃業」，截至民國 105 年 12 月底止，全國計程車數量計有 8 萬 6,969 輛，各縣市中以臺北市 2 萬 8,325 輛最多，新北市 2 萬 2,201 輛次之，二者合計占 58%(如表 1 所示)；小型租賃車數量計有 11 萬 3,563 輛，各縣市中以臺北市 8 萬 6,684 輛最多，臺中市 11,141 輛次之，臺南市 8,456 輛、高雄市 6,266 輛、新北市僅 2,830 輛，這些計程車與小型租賃車均屬營業小客車。本計畫主要探討提供小客車運輸服務的「計程車客運業」，而「小客車租賃業」及「白牌車」(自用車違規營業)不屬於本計畫範圍與對象。另外，計程車消費者係指搭乘計程車的乘客，若計程車與其他車輛發生事故紛爭或與一般民眾發生法律紛爭，則不屬於計程車消費者的範疇。

表1 歷年來小型客車車輛登記數

年份	自小客車	小型租賃車	計程車	小計
95 年底	5,555,507	50,399	92,418	5,698,324
96 年底	5,567,687	55,417	89,738	5,712,842
97 年底	5,530,314	55,333	88,779	5,674,426
98 年底	5,559,247	56,476	88,589	5,704,312
99 年底	5,642,969	72,995	87,449	5,803,413
100 年底	5,787,010	86,066	87,012	5,960,088
101 年底	5,909,115	95,555	86,654	6,091,324
102 年底	6,046,599	103,024	87,256	6,236,879
103 年底	6,205,246	112,889	87,643	6,405,778
104 年底	6,365,190	121,577	86,979	6,573,746
105 年底	6,453,083	113,563	86,969	6,666,006

資料來源：交通部統計查詢網，擷取時間民國 106 年 9 月 17 日，網址：<http://stat.motc.gov.tw/mocdb/stmain.jsp?sys=100>

1.2.2 名詞定義

一、計程車客運業

計程車客運業係指在核定區域內，以小客車出租載客為營業者(公路法第 34 條第一項第四款、汽車運輸業管理規則第 2 條第一項第四款)。現有計程車客運業營運型態包括計程車車行、個人經營計程車客運業、計程車運輸合作社三種型態。計程車車行業者係以運輸業者身分，公司或行號名義申請核准辦理，車行應備妥車輛及設備，僱用駕駛人駕駛，後因車行

無法掌握駕駛人之營收，而將車輛賣給該駕駛人，漸漸演變為現今車行以出租車輛或受理駕駛人寄行之經營型態，而所謂靠行行為，係車行及駕駛人間私人契約行為，名義上駕駛人為車行僱用，事實上則是自己當老闆獨立經營。

二、個人計程車

個人車行營運型態就是「駕駛人即老闆」，乃為鼓勵駕駛行為表現優良之個人經營計程車業，駕駛人必須符合汽車運輸管理規則第九十二條、九十三條規定，個人車行不得僱用他人或將車輛轉交他人駕駛，且不得將牌照轉讓其他個人或公司行號。

三、計程車運輸合作社

計程車運輸合作社係指依合作社法、公路法、地方制度法暨相關法令規定，由合作社主管機關及公路主管機關視實際需要輔導核准成立，其社員以在核定區域內，以小客車出租載客為營業之運輸合作社(計程車運輸合作社設置管理辦法第 4 條)。計程車運輸合作社由一群駕駛人所共同組成之合作社型態的營運組織，並由駕駛人自行經營管理，計程車運輸合作社提供所屬社員各項服務，其營運管理則採合作、自治管理經營，其車輛係由社員自備，於牌照登記書及行車執照上，登載該社員為車輛產權所有人，並各自領有汽車運輸業營業執照及牌照，採管理權與所有權分開處理，其牌照使用僅限社員本人及經主管機關核准輪替駕駛之配偶或同戶直系親屬，並不得僱用他人或將車輛交予他人駕駛營業。另依據公路法第 56 條第 2 項規定：「計程車客運服務業以合作社組織經營者，其籌設程序、核准籌備與廢止核准核備之要件、社員資格條件、設立最低人數、業務範圍、管理方式及營運應遵守等事項之管理辦法，由交通部會同內政部定之。」因此，計程車運輸合作社的經營型態，歸類為計程車客運服務業。

四、計程車客運服務業

計程車客運服務業指以計程車經營客運服務而受報酬之事業(公路法第 2 條第一項第十五款)。依據計程車客運服務業申請核准經營辦法第 3 條規定，計程車客運服務業得接受委託辦理下列服務業務：

1. 車輛牌照之請領、換發、繳銷、車輛檢驗及各種異動登記。
2. 車輛違規罰鍰及稅費等之繳納。
3. 汽車責任保險之投保。
4. 行車事故之有關處理事項。
5. 購車貸款申請及動產擔保之登記。
6. 車輛派遣。
7. 其他經公路主管機關核准之業務。

計程車客運服務業之服務對象，應符合下列規定：

1. 須為領有有效之職業駕駛執照及執業地計程車駕駛人執業登記證之駕駛人。
2. 前項第一款至第五款及第七款服務業務，限對同一公路監理機關轄區內個人經營計

程車客運業者提供服務。

3. 經營前項第六款車輛派遣服務業務，限對同一營業區域內之計程車提供服務。

五、計程車駕駛人

計程車駕駛人係指領有職業駕駛執照，並於執業前向執業地直轄市、縣(市)警察局申請辦理執業登記，領有計程車駕駛人執業登記證及其副證者。依據內政部警政署於 97 年 8 月 28 日頒訂之「警察機關辦理計程車駕駛人執業登記管理事項作業要點」，從事工作為第三點中相關執業事實之一者，包括：

1. 受僱於計程車客運業者。
2. 自備汽車參與計程車客運業經營者。
3. 計程車運輸合作社社員或其輪替駕駛。
4. 經營個人計程車客運業者。
5. 個人計程車客運業之輪替或臨時替代駕駛等。

六、靠行計程車

目前計程車客運業實務上，駕駛人與所屬車行間的關係，一般可分為二種情形：一是計程車行將自有營業車輛出租予駕駛人載客營利，而收取租金；二是駕駛人自備車輛，使用車行的營業牌照，而以車行名義對外載客營利，並支付費用予車行，即「汽車運輸業管理規則」第九十一條之一所稱「計程車客運業由其駕駛人自備車輛參與經營者」，俗稱「靠行」。由於「靠行」之計程車係由其駕駛人所提供，即由其出資購買而為所有權人，卻因「靠行」使用車行所有之汽車牌照之故，在公路監理機關所登記之汽車所有權人為車行。

七、品牌計程車(車隊)

原「計程車品牌係依據計程車設置無線電暨改善服務品質輔導管理辦法」規定設置計程車服務品牌，其後臺北市政府規定：計程車運輸合作社應依「臺北市輔導計程車設置服務品牌作業要點」規定設置服務品牌。後因配合電信三法公告實施，原「計程車設置無線電暨改善服務品質輔導管理辦法」修正為「計程車專用無線電臺設置使用管理辦法」，其中有關設置服務品牌以改善服務品質與輔導管理等措施，也由於電信法並未授權訂定而全數刪除。而北、高兩市及交通部公路總局訂頒之「輔導計程車設置服務品牌作業要點」，皆因行政程序法施行後 2 年內，未以法律規定或以法律明列其授權依據後修正或訂定而失效，目前法規並無品牌計程車之定義，目前一般對於品牌計程車的通用概念為：經營派遣業務之計程車客運服務業組成之車隊。

八、APP 平台(網路)

APP 是「Application」的縮寫，而「Application」就是「應用程式」「應用軟體」的意思。2008 年 7 月由 Apple Inc. 發佈 APP Store 平台，提供 Apple Inc. 的 iPhone、iPod Touch 和 iPad 下載應用程式。隨後 Google Inc. 在 2009 年 3 月也建立 Android 的應用程式 APP 平台，初期為 Android Market，後來在 2012 年 3 月起更名為 Google play。

九、派遣

依據計程車客運服務業申請核准經營辦法第 2 條規定：「本辦法所稱派遣，係指接受消費者提出之乘車需求後，以下列方式之一提供計程車客運業及其駕駛人服務並收取費用之營運方式：一、指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客。二、指派一輛以上計程車予消費者選擇後前往載客。」

十、媒合

本計畫定義「媒合」係指透過一特定媒介，陳列消費者提出之乘車需求與計程車車輛及其駕駛人服務資訊，並由雙方自行議定交易服務之營運方式。

十一、輪替駕駛

個人經營計程車客運業及合作社社員申請輪替駕駛，依汽車運輸業管理規則第 95 條第 2 項規定：「個人經營計程車客運業者除其配偶及同戶直系血親持有有效之營業小客車駕駛人執業登記證，而無第九十三條之情事者得輪替駕駛營業外，不得僱用他人或將車輛交予他人駕駛營業。」、第 4 項規定：「計程車運輸合作社社員，除報請公路主管機關核准得將車輛交予符合規定資格之配偶或直系血親輪替駕駛營業外，不得轉讓車輛牌照或僱用他人或將車輛交予他人駕駛營業。」

十二、臨時替代駕駛

汽車運輸業管理規則第 95 條第 3 項規定：「個人經營計程車客運業者，如因疾病或其他重要事故，本人不能駕駛營業，需要僱用其他人臨時替代時，其受僱人之資格，必須持有有效之營業小客車駕駛人執業登記證，而無第九十三條之情事者，且一次以一人為限。」

十三、運輸網路公司，TNC(Transportation Network Company, TNC)

美國加州為 Uber、Lyft 等新興交通營運網路公司的發源地，2013 年加州公共事業委員會(California Public Utilities Commission, 以下簡稱 CPUC)宣布針對 Uber, Lyft, Sidecar 等公司提供的共乘服務(ride-sharing service)，成立新的運輸服務業別(Transportation Network Company 以下簡稱 TNC)，同時加州參議院亦完成公用事業法規(Public Utilities Code)的修訂，補充相關的監管規範。

1.3 研究內容與工作項目

本研究計畫主要工作項目如下：

- (一) 蒐集國外歐美、亞洲等先進國家主要城市計程車派遣及新興型態資訊服務(如網路 APP 媒合)之管理相關法規，並進行國內外法規內容與管理機制比較分析(至少包括美國、日本、南韓、新加坡、香港及英國)。
- (二) 蒐集公路主管機關近年來與計程車無線電、衛星及網路 APP 派遣相關座談會議資料、文獻回顧，以及進行產官學研深入訪談、座談或問卷調查方式，彙整計程車無線電、衛星及網路 APP 派遣重要課題與面臨挑戰。

- (三) 蒐集近 10 年司法機關對於車隊與駕駛、車隊與消費者或第三人之間訴訟的相關實務判決案例，分析整理法官判決之司法見解，以及探討是否有調整行政法規之必要。
- (四) 研析由第三方提供運輸資訊服務，在以組成計程車派遣車隊之營運模式中，車隊與司機、司機與消費者、車隊與消費者、車隊與第三人等多方法律關係，例如：
1. 探討如何強化車隊與司機間的指揮監督關係，如何規範強化彼此間的實質權利義務關係，以避免車隊因對所派車輛沒有所有權，且對被派司機非僱傭關係之狀況下，倘因所派遣司機行為造成損害而車隊因此卸責，損害消費者或第三人權益。
 2. 探討消費者與車隊間有無直接之權利義務關係，例如是否因消費者係將車資直接付給司機，即認為消費者與車隊間無對價關係？若係車隊企業客戶採月結方式，企業員工搭車後不必給付車資，其消費者與車隊間有無對價關係等。
- (五) 研析由第三方提供運輸資訊服務，以資訊平台直接媒合乘客與司機之營運模式中，平台與司機、司機與消費者、平台與消費者、平台與第三人等多方法律關係。
- (六) 研析由第三方提供運輸資訊服務之業者，在提供服務派遣、媒合或其他新型態的營運模式時，倘造成消費者(包括使用關係之第三人)生命、身體、健康、財產之損害時，消費者保護法第 7 條之適用課題，並提出能保障消費者之具體作法。
- (七) 由第三方提供運輸資訊服務業者，除計程車隊派遣營運模式已納入計程車客運服務業管理外，研析其他平台創新模式納管之必要性以及管理事項，並探討目前以「是否向司機收取費用」做為是否納入計程車客運服務業管理與否之妥適性。
- (八) 比較分析傳統計程車隊、APP 叫車服務與一般電子商務平台之運作特性、與消費者間之法律關係、與司機(廠商)間之法律關係、消費者權益保障事項等，並擬定第三方提供運輸資訊服務業者應盡管理責任事項。
- (九) 進行深度訪談及召開至少 3 次座談會：
1. 透過拜訪主管機關(包括交通部路政司、公路總局、各區監理所、直轄市政府等)，以及各計程車客運相關公會代表或具代表性的產業人士，取得更具體且詳細的資料，蒐集有關現行法令面、執行面等面臨之關鍵問題。
 2. 於期中、期末審查前，至少須分別辦理 1 場、2 場以上座談會，邀集學者專家、政府單位及計程車客運相關公會代表，共同研商由第三方提供運輸資訊服務，所涉汽車運輸業管理相關規定與相關議題。
- (十) 依據分析結果，研提法規修正草案、擬定相關說帖、推動方案與配套措施等事項。

1.4 研究方法

一、文獻評析

透過網路檢索蒐集國外歐美、亞洲等先進國家主要城市計程車派遣及新興型態資訊服務(如網路 APP 媒合)之管理相關法規，並進行國內外法規內容與管理機制比較分析(至少包括

美國、日本、南韓、新加坡、香港及英國)。其次，蒐集有關國內外新興計程車營運模式納管機制與消費者保護政策與管理規範相關文獻，並回顧國內外計程車客運業相關營運與管理之實際運作情形，彙整新興計程車營運模式之重要課題與面臨挑戰。

二、實地訪談

為進一步瞭解各項新興計程車營運模式納管機制與消費者保護相關規定法制作業政策方向與實施步驟，本計畫將透過拜訪主管機關(包括交通部路政司、公路總局、各區監理所、直轄市政府等)，蒐集有關我國公路主管機關近年來與計程車無線電、衛星及網路 APP 派遣相關座談會議資料，以及各計程車相關公會代表或具代表性的產業人士，取得更具體且詳的資料現行法令面、執行面等面臨之關鍵問題及法令研修之構想，以便瞭解實務現況，做為相關制度研擬之參考。

三、專家座談會

本計畫邀請產、官、學界之專業人士參與，針對傳統計程車運輸業經營及管制方式逐漸受到新型態的挑戰，檢視我國計程車客運業現況分析與重要課題及挑戰，計程車客運業與國際環境、產業環境、市場環境與資通訊科技快速發展等內外環境變化與影響，從前瞻性政策思考，與時俱進新思維及現代化計程車客運業興革方式，以及相關規定法制化之執行與訂定內容提出建議，並實際提供本案在執行時於行政程序上應注意之事項，歸納整理國內新興計程車營運模式納管機制與消費者保護立(修)法方向，作為國內涉及新興計程車營運模式納管機制與消費者保護之汽車運輸業管理相關規定法制作業之參考依據。

1.5 研究流程

本計畫之研究流程如圖 1 所示。

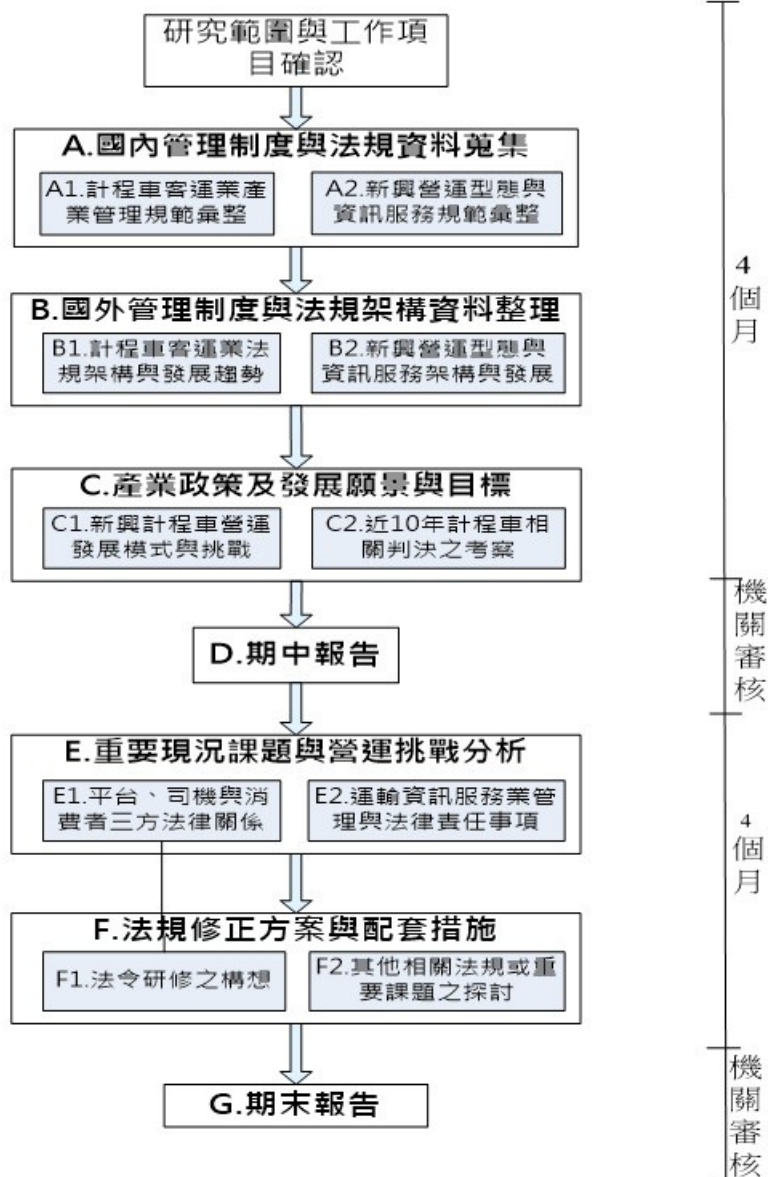


圖1 研究流程圖

第二章 國內外計程車營運管理現況與比較

2.1 我國

2.1.1 我國計程車客運業管理

依據我國公路法分類，計程車的產權與營運權規範於汽車運輸業下之計程車客運業，而我國計程車客運業最初稱為小客車出租業，係以小客車在核定區域內出租載客營業，於民國 73 年 1 月 23 日修正公路法第 34 條更名為計程車客運業。

依現有法令規定，計程車客運業係指在核定區域內，以小客車出租載客為營業者，車輛應裝設計程車計費表，並按規定收費。依據經營型態的差異，可分為公司行號計程車(指依公司法或商業登記法成立之計程車客運業，簡稱車行)、個人計程車(指依汽車運輸業管理規則第 95 條規定，以個人名義申請之計程車客運業，簡稱個人車行)與計程車運輸合作社社員車(指依合作社法、公路法、計程車運輸合作社設置管理要點、地方制度法暨相關法令規定，由合作社主管機關及公路主管機關視實際需要輔導核准成立，其社員以在核定區域內，以小客車出租載客為營業之運輸合作社，簡稱合作社)。

我國計程車登記數在民國 86 年達到高峰的 11.2 萬輛，在主管機關凍結牌照發放與計程車市場供過於求、惡性折扣競爭、駕駛生計困難等情況下，計程車數量持續下降。截至民國 106 年 5 月底約 8.6 萬輛。過去我國因應不同時空背景對計程車產業政策不斷調整，然歷年來法規變動的目的，主要是針對個人經營計程車客運業而修訂，反應個人計程車客運業管理不易。

現行計程車相關主管機關係由交通部、內政部、經濟部、國家通訊傳播委員會與縣市政府分別負責，其職能分工與法源依據如表 2 所示。

表2 計程車營運管理單位職能分工法源彙整表

負責單位	功能	法源
交通部	負責全般計程車管理法令及其相關子法，涵蓋計程車客運業之設立、營運監督、核發職業駕駛執照、車輛設備管理、營業區劃分等事項。	公路法第37、77條、汽車運輸業管理規則第4條第1項第3款及道路交通安全規則第4、5條
內政部	負責計程車客運業以合作社型態經營者之申請、設立與相關監督事項。	公路法第56條、合作社法第3條
內政部警政署	負責計程車駕駛人資格審查及執業登記核發管理	道路交通管理處罰條例第36、37條規定
經濟部標準檢驗局	負責計程車計費表檢定、檢查	度量衡法、計程車計費表型式認證技術規範
國家通訊傳播委員會	負責計程車專用無線電臺頻道之申請、審核等事宜。	計程車專用無線電台設置使用管理辦法
縣市政府	計程車營運管理事項，包括車行、合作社管理及費率調整。計程車客運服務業之管理等	依據上述法源、地方制度法
縣市政府警察機關	審辦汽車駕駛人考領計程車駕駛人執業登記證、核發計程車駕駛人執業登記證及受理計程車駕駛人執業登記證每年之查驗等	計程車駕駛人執業登記管理辦法

資料來源：本計畫彙整

2.1.2 我國計程車客運業運輸服務的業態

計程車產業之組織型態相當複雜，以現行法規而言，計程車產業存在三種經營型態，包括計程車公司(行號)、個人經營計程車客運業、計程車運輸合作社，所謂計程車公司之計程車，係以公司名義對外營業，車輛依規定必須標示該公司之名稱於兩側後車門，國內此種經營型態之車輛佔大部分，就法規層面來說，車輛登記為公司所有，惟實際上車輛產權可能是公司或是駕駛員。計程車公司之經營方式包括以下3類：(1) 車輛由公司購買，僱用員工駕駛車輛：此亦為民間一般企業之經營模式。駕駛員營業所得歸公司所有，駕駛員則支領公司薪水，並受勞工相關法規保障。我國引進計程車產業初期即為此經營方式，亦為日本東京現行計程車公司之經營方式。此經營方式之優點為公司可以依據整體產業現況調整營運策略；缺點為無法稽核駕駛收取之車資是否全數繳回公司，公司收益無法確定，國內計程車公司幾乎沒有採用此種經營方式；(2) 車輛出租予駕駛員，營收歸駕駛員所有：此類營業方式係公司購買車輛，出租給駕駛員自行營業，駕駛員則繳付租金給公司，營業收益皆歸駕駛員所有。目前市場上有短租與長租兩類，短租係按日計算每3-7日收取租金，長租則按月收取。在此經營方式下，駕駛員與公司間純粹係車輛租賃關係，實質上雖無僱傭關係，但在法律上仍受民法僱傭關係規範；(3) 牌照出租予駕駛員，車輛由駕駛員自購：此類營業方式係駕駛員自行購買車輛，以公司名義申請牌照營業，即所謂「靠(寄)行」。計程車公司主要以此種經營方式營運，駕駛員只要每月支付公司固定的「掛牌費」(靠(寄)行費)」即可，其營業收入皆歸駕駛員所有。駕駛員與公司間純粹係牌照租賃關係，實質上無僱傭關係，但在法律上仍受民法僱傭關係規範。

第二種經營型態為個人經營計程車客運業，前述計程車公司第3種營運方式之寄行車，車輛產權仍必須登記為計程車公司所有，公司與駕駛人之間關係則以訂定的契約來加以規定，因此司機與車行之間問題層出不窮、勞資糾紛不斷，司機希望能夠脫離車行，為解決嚴重的靠行問題，民國75年公告「寄行車輛駕駛員申請個人經營計程車客運業處理準則」，開始辦理靠行車脫行經營個人計程車客運業務，並於民國76年公告「個人經營計程車牌照發給作業要點」及修正「汽車運輸業管理規則」第92條，將個人經營計程車客運業納入法規管理。個人經營計程車客運業係需符合一定的資格條件後，自行購車並領取汽車運輸業營業執照開始營業。

第三種經營型態為計程車運輸合作社，政府辦理個人計程車脫行作業後，個人計程車客運業數量大增，造成管理不易，衍生出許多問題，如牌照價格飆漲、計程車組織動員等。政府遂於民國85年開放頒布「計程汽車運輸合作社推進要點」，開放計程汽車運輸合作社(簡稱計程車社)經營，其經營型態是歸屬於汽車運輸業之一，即計程車社發起人向公路主管機關申請汽車運輸業籌設許可，社員入社時必須自備車輛及認購股金一萬元以上，以取得共同經營計程車社之權利。依合作社法第1條定義，所謂合作社係依平等原則，在互助組織之基礎上，以共同經營方法謀社員經濟之利益與生活之改善。

2.1.3 經營範疇

一、計程車客運業

計程車客運業係指在核定區域內，以小客車出租載客為營業者(公路法第34條第1項第4款、汽車運輸業管理規則第2條第1項第4款)。

二、計程車客運服務業

計程車客運服務業指以計程車經營客運服務而受報酬之事業(公路法第2條第1項第15款)。

三、計程車駕駛人

計程車駕駛人係指領有職業駕駛執照，並於執業前向執業地直轄市、縣(市)。警察局申請辦理執業登記，領有計程車駕駛人執業登記證及其副證者。依據內政部警政署於97年8月28日頒訂之「警察機關辦理計程車駕駛人執業登記管理事項作業要點」，從事工作為第三點中相關執業事實之一者。

2.1.4 行政管制與相關規範

2.1.4.1 計程車客運業管理

(一) 申請籌設管理規範

1. 經營計程車客運業，其主事務所所在直轄市者，向直轄市公路主管機關申請，在直轄市以外之區域者，向中央主管機關申請(公路法第37條第1項)。
2. 實際上，目前計程車客運業之申請籌設仍屬凍結管制狀態，已多年未受理籌設計程

車客運業，主管機關亦未發放車行與合作社之新牌照。

(二) 營運規模管理規範

1. 計程車客運業最低資本額以公司行號經營者新臺幣五百萬元以上。但個人經營計程車客運業不在此限。
2. 計程車客運業以公司行號經營者應具備全新小客車三十輛以上，個人經營計程車客運業者以自購一輛為限，其車齡不得超過三年。計程車運輸合作社車輛數量、車齡條件，由該管公路主管機關定之。

(三) 牌照數量管理規範

1. 計程車牌照應依照縣、市人口及使用道路面積成長比例發放。
2. 優良駕駛申請個人牌照之發放，不適用於前項規定。

(四) 營運區域管理規範

1. 車輛應在核定的營業區域內營業，不得越區營業（汽車運輸業管理規則第 91 條）。
2. 以計程車登記營業之主事務所在縣、市為基礎，加上鄰接之各縣市劃分現有營業區域。有關計程車不得越區營業之規定係指車輛僅限於核定營業區域內營業，若因乘客目的地跨越所屬營業區，則載客抵達目的地後應立即折返回核定之營業區，不得中途攬載乘客。

(五) 運價管理規範

國內現行計程車運價之計算方式為計程兼計時收費，另依「公路法」及「汽車運輸業客貨運運價準則」相關規定，各縣市之運價由計程車運輸業者(計程車商業同業公會、計程車駕駛人職業工會)依實際營運成本與合理收入計算收費標準，送交各縣市主管機關審議實施。故目前不同縣市即使在同一營業區內，仍存在運價不同之情形。

2.1.4.2 計程車駕駛人管理

(一) 執業登記管理規範

為有效管理計程車駕駛人執業，依據道路交通管理處罰條例第 37 條規定訂定「計程車駕駛人執業登記管理辦法」，其內容包括：計程車駕駛人執業資格、執業登記、測驗、執業前、在職講習與講習費用收取、登記證核發及管理等等事項。

(二) 駕駛車輛管理規範

計程車駕駛人未向警察機關請領執業登記證不得駕車(道路交通安全規則第 114 條)。

(三) 駕駛人執業資格管理規範

1. 具曾犯故意殺人、搶劫、搶奪、強盜、恐嚇取財、擄人勒贖等消極資格者，不准申辦經營計程車客運業登記(一般計程車駕駛人執業登記依道路交通管理處罰條例第 37 條；個人經營計程車客運業登記依汽車運輸業管理規則 93 條)。
2. 汽車駕駛人申請辦理執業登記，應先參加測驗及執業前講習之規範。測驗科目為執

業相關法令及執業地之地理環境等二科，測驗成績分別計算，各科成績均達七十分以上為及格；測驗及格者，始得參加執業前講習，並於講習完畢後發給合格成績單。

2.1.5 新興型態營運模式

105 年底台閩地區 8.7 萬輛計程車中，有高達 3.3 萬家業者(其中個人車行即有 3 萬家)，平均每家業者規模不到 3 部車(如表 3 所示)。市場的分散化，導致許多資源無法整合利用，為提供規模不大的計程車業者服務，早期交通部訂定計程車客運服務業申請核准經營辦法，讓提供代辦車輛牌照之請領、換發、檢驗，使用牌照燃料稅費與違規罰鍰繳納、汽車責任保險投保等服務之業者有法可依。

表3 105 年底我國計程車客運業公司與車輛數統計

業別	公司數 (家)	車輛數 (輛)	平均車輛數(輛/家)
計程車客運業	3,342	41,908	12.54
計程車運輸合作社	110	18,857	171.43
個人計程車	29,869	25,791	0.86
總計	33,321	86,556	2.60

資料來源:政府資料開放平台，<http://public.thb.gov.tw/TM/Menu/Menu05/download/md10512/a330.ods>

計程車客運服務業係指以計程車經營客運服務而受報酬之事業，截至民國 105 年底臺灣地區共有 212 家計程車客運服務業及 547 家公司行號計程車兼營計程車客運服務業。「計程車客運服務業申請核准經營辦法」自民國 75 年 3 月 16 日施行至今已有 8 次修正。交通部於民國 77 年起開放計程車使用無線電通訊設備，並頒佈相關規定協助業者建立品牌，以提高計程車服務品質，即為所謂的品牌計程車。由於派遣業務經營型態也隨科技發展有所改變，分為傳統無線電派遣及衛星定位系統派遣兩種方式，其派遣流程、設備運用、經營規模與經營方式，都與傳統計程車客運服務業不同，為管理臺灣大車隊、大都會衛星等衛星派遣車隊公司之車輛派遣作業，交通部於民國 100 年大幅修正「計程車客運服務業申請核准經營辦法」，將車輛派遣納入規範。並於民國 103~105 年之間陸續修訂相關內容。

早期傳統無線電派遣業者依據「計程車專用無線電臺設置使用管理辦法」領有電臺執照後，以無線電方式進行派遣。而一般業者如臺灣大車隊、大都會衛星等登記為資訊服務業，多屬一般公司行號，僅受公司法限制，而不受公路法相關規定的約束。然而在民國 100 年計程車客運服務業申請核准經營辦法修正後，於第二條明定派遣之定義，係指接受消費者提出之乘車需求後，指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客之營運方式。另於第三條敘明計程車客運服務業之服務業務及服務對象，並明定「車輛派遣」為計程車客運服務業的服務項目之一。

由於計程車派遣型態隨科技設備發展有所差別，如利用傳統的無線電等專用電信或 2G、3G、WiMAX 等公眾通信系統結合衛星定位系統等。亦即在此定義下，已經將過去既有的無線電派遣與衛星計程車隊納管。另一方面，於修正案第四條規範計程車客運服務業籌設應備文件及申請審查規定。另於第五條制定計程車客運服務業資本額規定，特別針對欲經營派遣計程車客運服務業務的公司，設定最低資本額新臺幣五百萬元以上的限制。

故在此上述限制之下，無論原有無線電業者與衛星車隊業者，未來提供派遣服務均受限於本法規範。資本額跟相關審查規定，也提高了派遣服務業者的入門門檻。業者必須投入大量的資本進入市場，對既有業者營運服務模式設下許多限制，以及提高了進入該產業之門檻，目的是希望使乘客與業者之間多一層保障。

過去臺灣地區計程車產業由於進入門檻不高，陸續吸引了許多社會中低勞動力者與失業族群的加入。計程車司機在入行以前並未瞭解產業狀況，一味盲從加入營運。在國內由於執業門檻過低，致使進入、退出市場相當容易，計程車駕駛員往往被認為是失業後再就業前的跳板，造成營運市場呈現不穩定狀態。再者，駕駛員未具應備之專業知識與法律常識，以及未充分了解該行業之營業特性與願景，皆為影響營運市場穩定狀態之主要因素。該法規的修訂，最大的效益是藉由推動計程車派遣車隊法制化，明定派遣車隊業者、駕駛人、消費者三方基本權利義務關係，及派遣車隊業者應遵守事項。無論業者、車隊或者消費者對自身應負擔的權利與義務可以有明確的規範，減少許多過去不確定情形下所造成的損失。

此外修法後，目前已有保障消費者權益的相關條文，如派遣業者應為駕駛額外投保 150 萬元旅客責任險和出面處理消費糾紛等，由於過去曾發生若干乘客與車隊司機發生消費爭議，修正條文明定車隊應出面解決消費爭議，使乘客搭車之服務品質更有保障。配合由公路主管機關訂定計程車派遣車隊與駕駛人定型化契約範本，保障計程車駕駛人勞動條件權益等相關配套措施的實行，對目前執業中駕駛的薪資收入、勞動工時長度、以及乘客的安全保障、申訴管道暢通等均有一定的正面效益。

我國的計程車客運服務業係指以計程車經營客運服務而受報酬之事業，根據計程車客運服務業申請核准經營辦法對派遣的定義：「係指接受消費者提出之乘車需求後，指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客之營運方式」。依此定義，廣義之派遣服務係指「利用先進定位與通訊技術及設備並結合地理資訊系統與通訊系統，構建一派遣與營運系統，用於輔助計程車營運」，包含無線電及衛星派遣計程車。

然因科技日新月異，目前已發展出許多創新之車輛媒合方式，例如利用簡訊或智慧型手機 APP 叫車，或直接登入該派遣公司網站，利用網路預約方式叫車等，方便有需求之民眾（如表 4）。而這些因應新科技所產生的叫車方式仍有許多安全或收費部份的爭議。此部分亦衍生了其他平台創新模式的納管之必要性與管理事宜。舉例來說，現況某業者開發了一套媒合計程車駕駛與乘客需求的 APP，若未向司機收取費用，則該工具無須受到計程車客運服務業之相關規定管理。但若乘客利用該工具乘車時發生消費糾紛，則可能出現求償無門之相關爭議。此部分未來可考慮參考國外案例，降低相關爭議。

表4 國內計程車叫車 APP 平台一覽表

App 名稱(業者)	主要功能	定位方式	派車方式	候車顯示	電子支付車資	乘客評價	有無登記計程車客運服務業
呼叫小黃(頑皮工坊有限公司)	APP 叫車	地圖	乘客挑車			乘客進行評價	
Taxi 叫車便(中華電信股份有限公司企業客戶分公司)	APP 叫車	地圖或地址	系統派車				
叫車通(叫車通資訊股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖、常用地點、地址	乘客挑車	查看車輛位置可與司機通訊	信用卡支付	乘客進行評價公開評價數據	有
BlueNet(北科大電子系黃士嘉教授)	APP 叫車(含共乘)	地圖或地址	乘客挑車			乘客進行評價	
搭吧!(一起科技有限公司)	APP 叫車(含共乘)	地址	乘客挑車	自動計算抵達時間，可與司機通話		乘客進行評價	105 年 6 月後已無更新
派車王(旭鋒科技有限公司)	APP、電話叫車	地標、地圖或地址	系統派車或乘客挑車	查看車輛位置、車到通知		乘客進行評價	
祥賀計程車(盛亮商用科技股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	TAppay – Visa, Master, JCB	乘客進行評價	有
全民計程車(盛亮商用科技股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	TAppay – Visa, Master, JCB	乘客進行評價	
佳雨計程車(盛亮商用科技股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	TAppay – Visa, Master, JCB	乘客進行評價	
好快樂計程車(盛亮商用科技股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	TAppay – Visa, Master, JCB	乘客進行評價	
QTAXI 優酷國際(盛亮商用科技股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	TAppay – Visa, Master, JCB	乘客進行評價	有

全國安步計程車(盛亮商用科技股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	TAppay – Visa, Master, JCB	乘客進行評價	
找計程車(Ceown Taxi)〔程式碼與旭鋒「派車王」相同〕	APP、電話叫車	地圖、地址或電話	系統派車	查看車輛位置			有
志英(志英衛星股份有限公司)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置			有
臺灣大車隊(臺灣大車隊)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	可信用卡付款	乘客進行評價	有
178叫車(大都會)	APP、電話叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	可信用卡付款	乘客進行評價	有
Taxi Go (勛斗雲聯網科技股份有限公司)	APP叫車	地圖或地址	系統派車	查看車輛位置	可信用卡付款	乘客進行評價	有

資料來源：本計畫整理

2.2 日本

2.2.1 營業小客車運輸服務的業態

日本關於計程車事業，為道路運輸法上所稱「一般乘用旅客汽車運輸事業(屬特定旅客汽車運輸事業以外之旅客汽車運輸事業，道路運輸法第3條第1款ハ參照)」³。亦即以一個契約，承攬乘車人數為10人以下之汽車(國土交通省令所定)，而運輸旅客之一般旅客汽車運輸事業。為便於瞭解及配合我國名稱，以下有關該國道路運輸法所稱「一般乘用旅客汽車運輸事業」(簡稱為「計程車業」)。在日本，計程車之營業許可牌照，區分為「法人計程車」與「個人計程車」二種。法人計程車之車輛駕駛人，其車輛為法人所保有(含租用情形)，駕駛人則為該法人所僱用。關於法人計程車營業之申請許可，除應依道路運輸法第6條規定外，須具備一定之資金計畫(包括車款、土地費、建物費、機械器具及其他雜項物品、駕駛資金、保險費與租稅公課，及其他等投資資金)、汽車車庫、最低車輛數，整備營運管理體制等要件。而在個人計程車事業部分，申請者須為未滿65歲之人，持領有效之第2種駕駛執照(其中以普通駕照、中型駕照或大型駕照為限)，具有在所申請之營業地區內，曾受僱執業計程車駕駛達一定期間以上，須具有最近10年內無發生交通事故之經歷，自備駕駛資金70萬圓以上及車庫資金等，並不得有相關消極資格要件。

2.2.2 經營範疇

日本營業小客車包含計程車與派遣出租車兩大類型，即日本所稱之「Taxi計程車」，係指專供運送一般乘客之汽車運送事業(係指依道路運送法<昭和26年法律第183號>第3條第1款ハ所稱之「一般乘客汽車運送事業」)經營者其事業所用之汽車，但非派遣出租車者謂之。另依據日本國土交通省(相當於我國之交通部)於2014年3月31日為止之調查，法人型態之計程車事業者有6.456家公司，車輛數有192.753輛；個人型態之計程車事業者有38.112人，車輛數有38.112輛。而日本所稱之「Hire派遣出租車」，係指專供運送一般乘客之汽車運送事業經營者其事業所用之汽車，而其使用當該汽車為運送業務之承攬，係僅於營業所內實施者謂之³。

一般而言，日本的Hire派遣出租車與Taxi計程車在營運模式上各有特色，Hire派遣出租車多為特約專屬使用之旅客運送，例如公司高級幹部通勤接送、公司貴賓接送；或是消費者個人預約之機場接送、高爾夫球場接送等。而Taxi計程車則多服務非專屬使用的不特定乘客，故Taxi計程車經營定點排班輪流載客或路上巡迴隨機攬客之旅客運送業務。因此，依據日本道路運送法之相關規定，關於營業小客車之運送服務係採極為嚴格的「許可制」⁴，普通自家用車之駕駛人原則上禁止從事營業小客車之有償運送服務，違反者處以3年以下之有期徒刑或3百萬日圓以下之罰金，或併科之(道路運送法第96條第1款)。其立法理由主要在於抑制營業小客車事業者彼此間之惡性競爭，並嚴格要求營業小客車職業駕駛人

3 日本導正計程車業務特別措施法第2條。

4 日本道路運送法第2條第3項、第4條第1項。

須具備高度的駕駛技能，且不能有其他暴力犯罪前科紀錄或違反交通法規受撤銷駕駛執照等之不良紀錄。亦即，營業小客車職業駕駛人不僅只是靠高度的駕駛技術而已，還要嚴格體會小客車運送服務畢竟是接客業務，應依法接受專門機構的職業訓練與主管機關的行政指導，以提升營業小客車之服務品質及確保消費者之權益。相對於此，普通自家用車之駕駛人不但未具備營業小客車駕駛人專業證照，且未接受類似的嚴格職業訓練與行政指導，故不能確保其服務品質及能否安全駕駛，因而容易產生行車糾紛或侵害消費者權益之事件。

再者，於大眾運輸系統未能普及的偏遠地區，日本的 Hire 派遣出租車與 Taxi 計程車等合法的營業小客車業者，亦有共同的營運模式，即設立接受預約共乘服務的聯合派車調度中心，陸續於 2006 年前後，在偏遠地區導入由小客車業者輪流運送的消費者預約共乘制度。亦即，由小客車業者共同租用日本電信電話公司 NTT(Nippon Telegraph & Telephone Company)所開發的通信系統(CTI 設備亦即電腦電話整合 Computer Telephony Integration，以及 GIS 設備亦即電腦地理資訊系統 Geographic Information System)，計有「位置表示型路上通信派車」、「位置表示型車行指示派車」「住所表示型統合派車」等三種不同方式的通信系統，由消費者於事前或預定乘車的 30 分鐘前，以電話向聯合派車調度中心預約，即可由聯合派車調度中心確認共乘者名單、出發地與目的地，並立即指派營業小客車駕駛人出車，使消費者能方便共乘並迅速使用交通工具。至於在手機電磁波未能到達的地區，或無法使用網際網路的地區，則聯合派車調度中心就使用無線電通信系統以及 GPS 衛星定位與營業小客車駕駛人聯絡。

又在某些更偏遠地區，營業小客車業者因為聯合派車調度中心之營運虧損連連，則由當地的公益社團法人如日本廣島縣三次市商工會議所，或地方政府如日本石川縣加賀市等，與營業小客車業者組成「共乘計程車運行協議會」，由公益社團法人或地方政府補助營業小客車業者參與經營預約共乘制度之部分經費，使共乘計程車成為除公共汽車與一般計程車外之第三種交通系統，以促進地方的發展與繁榮。甚至也有為確保偏遠地區市民之交通移動手段，如日本高知縣南國市政府即舉辦「地方公共交通會議」，實施自家用車有償的乘客運送及預約共乘計程車制度之「區域運行比較研究」，而許可自家用車在特定地區得經營有償的運送乘客之業務。更甚者，於對外交通不便的日本岡山縣備前市，因為營業小客車業者不堪虧損而全面退出預約共乘制度，地方政府為不造成市民困擾，特別許可在一定期間內，由自家用車得從事有償的乘客運送業務，作為替代手段以確保市民日常生活的交通便利。

日本營業小客車之交通運輸，除在營運模式上之多元化外，則在不違反道路運送法之前提下，可由各地方政府之自治法規為運輸內容多元化之相關規定。亦即，有「觀光計程車」、「福祉計程車」、「無障礙計程車」、「急難救助計程車」、「介護計程車」或可稱「便利屋計程車」之服務，以滿足消費者在交通運輸上個性化與多樣化之各式需求。

另外，如前所述，因日本社會大眾以信用卡為支付工具已漸成熟；再加上智慧型手機之使用日益普及，在營業小客車業者與消費者之間，由第三方專門提供小客車交通運送媒合服務的數位資訊平台業者亦應運而生，此種藉由 APP 叫車的新興營運模式，無論何時何地皆可使消費者方便共乘或更迅速使用交通工具，這也是營業小客車在交通運輸營運模式上多元

化的一環。

依據日本道路運送法之相關規定，針對營業小客車之運送服務係採極為嚴格的「許可制」，原則上非營業用的普通自家用車以及無營業小客車駕駛證照者，由於不能確保其服務品質及能否安全駕駛，較容易產生行車糾紛或侵害消費者權益之事件，故仍禁止其從事有償的乘客運送業務，導致目前為止仍禁止其參與 APP 叫車媒合服務之新興營運模式的乘務行列。

2.2.3 行政管制與相關規範

日本為提升營業小客車服務品質，並促進消費者安心利用，最主要的法律規範有三種⁵：首先有 1951 年「道路運送法」之母法制定；然後有 1970 年「導正計程車業務特別措施法」，專門針對營業小客車制定之特別法；最近於 2014 年 1 月 27 日，經日本第 185 次國會可決而成立「於特定地區有關一般乘客汽車運送事業之導正化及活性化特別措施法」，簡稱「計程車之服務提升與安心利用促進法」。

1951 年所制定之「道路運送法」，係基於汽車運送事業具有重大的公共性，而規定全面採取「證照制」與「許可制」。然而，當時並未對公車與小客車予以區別，發生法律上的規定與汽車運送事業的實際狀態不一致，導致行政管制上問題叢生，因此有 1970 年「導正計程車業務特別措施法」之制定與施行。

1970 年「導正計程車業務特別措施法」乃為符合汽車運送事業的實際狀態，將汽車運送事業的種別再予以區分，特別針對以計程車為代表之營業小客車，規定為「一般乘用旅客自動車運送事業」，並明訂其各種的證照、許可、認可等之基準，甚至連營業小客車之營業區域單位亦予以劃分，明確規定在同一地區應同一運費，而導入「許認可制」以及「運費制度」，等相關規定。

為因應交通不便的偏遠地區以及人口過度集中的特定大都會地區，因長期性的交通壅塞，且 2020 年日本將主辦奧林匹克運動會，預估屆時有大量外國觀光客湧入，日本政府顧及外國人使用 APP 叫車的便利性，以及避免舉辦大型活動時的交通壅塞，未來可能開放在特定區域的特定期間，且在一定的機制下，容許自家用車僅能參與 APP 叫車媒合服務之乘務行列。

2.2.4 新興型態之營運模式

最近，由於網路資訊通信科技之進步以及共享經濟潮流的盛行，在營業小客車業者與消費者之間，由第三方專門提供小客車交通運送媒合服務的數位資訊平台業者亦應運而生。此種藉由 APP 叫車的新興營運模式，無論何時何地皆可使消費者方便共乘或更迅速使用交通工具，此種新興型態之交易模式，屬於營業小客車在交通運輸營運模式上多元化的一環。於此情形，Hire 小客車與 Taxi 小客車皆可參與 APP 叫車的乘務行列，雙方在營運模式上的區

5 除主要的道路運送法、導正計程車業務特別措施法、計程車之服務提升與安心利用促進法之外，尚有道路運送車輛法、關於自動車保管場所確保法、自動車損害賠償保險法、旅客自動車運送事業運輸規則等相關法規。

別趨向不明顯。

最早出現在日本的旅客運送媒合服務平台業者是 Uber，於 2013 年 11 月開始試探性地媒合個人的自家用車從事有償運送服務；接著在 2014 年 8 月於東京都內即正式開始從事自家用車媒合運送服務；2015 年 2 月在九州福岡市，Uber 亦嘗試媒合個人的自家用車從事有償運送服務，而稱為「大家的 Uber」。然而，這些媒合服務的試探經過不久，日本的國土交通省即以「自家用車從事有償運送服務，該當於白牌車行為」，立刻實施行政指導後，該違法營業行為即告終止。此後 Uber 又於 2015 年 10 月在東北地區以「UberRECYCLE」的名稱，從事具有慈善性質的賑災活動，支援大地震後的東北地區邁向復興之路。

由於此種 APP 叫車的媒合運送服務，無論何時何地皆可使消費者方便共乘或更迅速使用交通工具，受到日本消費者的大力支持。關於此，營運商機面臨威脅的日本合法的營業小客車事業者團體立刻採取 Uber 緊急對策，以因應違法營業的小客車所帶來的衝擊。也就是合法的營業小客車之事業者團體按不同營運地區，亦聯合成立數位資訊交通運輸媒合平台。

2.2.5 新興營運模式之消費爭議與管理作為

2.2.5.1 營業小客車新興營運模式之現況

由於近年來網路資訊科技日新月異，網路資訊通信技術因此急速發展，使得各行各業皆面臨營運模式的結構性變化；又因社會大眾以信用卡為支付工具已漸成熟；再加上智慧型手機之使用日益普及，於消費者與業者之間以達成交易為目的，而專門提供各種商務媒合服務的數位資訊平台業者亦應運而生⁶。

雖然網路的環境是一種異於傳統的虛擬世界並不具有實體性質，但此種藉由第三方提供商務媒合資訊以達成交易目的之新興營運模式，仍須以現實生活的商務為基礎，因此在現實生活中一切可能發生的法律問題，特別是關於消費者保護的問題，對於利用此種新興營運模式的商務人士以及消費者而言，也會面臨同樣的情境，此乃今後亟待解決的重要課題。

關於此，在日本亦已出現專門以提供車輛交通運輸之媒合服務業者，特別是在以計程車或車行派遣出租車為代表之營業小客車交通運輸媒合服務，以及近來因倡導共享經濟而以會員制方式，利用其他非合法營業小客車之共乘媒合服務等，這種藉由第三方所提供的交通運

6 參考日本產業經濟省 2016 年通商白書 128 頁新興國家之網路商務媒合資訊服務平台業者。

事業名称	概要
微信	中国発のアプリケーションで P2P での決済機能を利用可能。
滴滴打车 (DIDI)	中国版配車プラットフォーム。ドライバーと乗客を繋ぐプラットフォーム。
GRABTAXI	東南アジアを中心に広まるマレーシア発の配車プラットフォーム。ソフトバンクが出資。
Ola cabs	インド版配車プラットフォーム。通常のタクシーの他、オートリキシャも扱う。ソフトバンクが出資。
Allpay	中国版の Paypal。アリババグループにより運営されるオンライン決済のプラットフォーム。
M-Pesa	南アフリカ共和国の Vodacom が提供する、携帯電話を利用した送金プラットフォーム。
GRABTAXI	中国発、自動車の相乗りプラットフォーム。
途家 (Tujia)	中国版宿泊プラットフォーム。中国国内に加えて、欧米でも展開開始。
eJiaJie	中国で家事代行者マッチングサービスを提供する。テンセント社が買収。

資料：各社報道発表等から経済産業省作成。

輸媒合服務，乃是順應與個人的特定型移動之需求相關連的乘客運送手段，受到日本消費者的大力支持，然而也因此與過去以來既有的交通運輸秩序產生摩擦；而這些藉由數位資訊通信技術從事媒合服務之平台業者，亦與消費者之間發生民事上的契約履行不能、給付有瑕疵或個人資訊遭受侵犯等侵權行為，甚至有其他不當交易行為(例如不實宣傳、誘導締約)等責任應如何歸屬之紛爭。

日本社會大眾過去以來可選擇的交通運輸型態，主要有提供通學通勤等需求之大眾的定型性移動服務。相對於上述大眾的定型性移動服務，另一種可選擇的交通運輸型態，乃是提供配合個人需求的特定型移動服務，例如個別的車輛出租，特別是以計程車或車行派遣出租車為代表的營業小客車交通運輸型態。此種型態乃是按消費者的指示，從出發地到達目的地之乘客運送，大致上可分為在特定地點排班輪流載客或在路上巡迴隨機攬客；以及消費者臨時以電話向車行叫出租車到指定地點搭載，或消費者與車行訂定出租車長期的個人運送契約等方式。

以上配合個人需求的特定型移動服務，原則上皆應依日本道路運送法第 78 條之規定，須向國土交通大臣之主管機關辦理登錄或經許可後始得營業。無論是車行或駕駛人都有接受主管機關行政調查及行政指導的義務，甚至出租車行營業執照及營業小客車駕駛人資格證照等都受有效期間的限制，必須在規定期限內更新證照。若未遵守相關法律規定，則可能被撤銷車行營業執照，或被撤銷駕駛人資格證照等，可藉由主管機關依公權力所發動的行政制裁，維持業者服務品質並保護消費者權益。

若車行或駕駛人與消費者之間發生民事上的契約履行不能、給付有瑕疵或其他侵權行為，甚至有其他不當交易行為等情形時，消費者即可依民法及消費者保護法之相關規定，向消費者保護機關申訴，或直接向法院起訴或依民事調解方法等請求損害賠償。在日本甚至有地方政府(例如東京都、大阪府、北海道等)依據地方自治所訂定之保護消費生活條例，由地方政府提供消費者訴訟資金之無息貸款，鼓勵消費者以訴訟方式遏止業者的不當交易行為，以補主管機關行政監督之不足。然而，日本近年來已邁向高齡化與少子化，且由本來提倡大量生產大量消費，並提供產品規格整齊畫一的商業社會，發展為重視消費者需求個性化與多樣化的成熟社會。因此，過去以來大眾的定型性移動服務，以及傳統營運模式的個人的特定型移動服務，已經不能滿足消費者在交通運輸上個性化與多樣化之需求。基於營運成本考量而大眾運輸系統未能普及的地區，為保障該地區交通弱者的「行的交通人權」，而藉由第三方所提供的交通運輸媒合服務，使消費者方便共乘且迅速使用交通工具，於交通運輸手段上愈多元化多樣化即是日本未來的趨勢。然而，日本現行道路運送相關法規似乎沒有從上述的法規限制中鬆綁的跡象，使得利用新興營運模式的交通運輸媒合服務業者不得不違法向消費者提供分享共乘資訊，更甚者以媒合無經營計程車或派遣出租車事業資格之車輛及駕駛人為目的而招募會員，例如以自家用車為號召的 Lyft 及 2013 年開始在日本營運的 Uber。

對於上述數位資訊媒合平台業者的違法營運行為，日本的合法經營計程車及派遣出租車事業者團體立刻採取 Uber 緊急對策，以因應違法營業的小客車所帶來的衝擊。也就是合法經營計程車及派遣出租車之事業者團體按不同營運地區，亦聯合成立數位資訊交通運輸媒合

平台。例如，由東京ハイヤー・タクシー(Tokyo hire・taxi)協會在首都圈的東京地區成立「スマホ de タックくん」；由 Japan Taxi(即舊日本交通 data service)在日本全國 47 個都道府縣地區成立「全国タクシー配車」；由 LINE TAXI 在日本 22 個都道府縣地區成立 LINE 等數位資訊交通運輸媒合平台⁷。

2.2.5.2 數位資訊媒合平台業者之法律定位

日本第三方的數位資訊平台業者純屬提供資訊系統服務的營利事業者，因以促成交易為目的，介入消費者與營業小客車業者雙方當事人之間提供媒合資訊服務，亦屬於一種具有「居間媒介」性質的資訊系統服務。亦即，在消費者與營業小客車業者彼此之間所成立者為民法上的「旅客運送契約」；而在數位資訊平台業者與消費者之間；或在數位資訊平台業者與營業小客車業者之間，則各別成立日本商法⁸上之「仲介契約」，亦即如我國民法 565 條所規定「稱居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約。」也就是具有「居間」性質的媒合契約。

換言之，如上所述之日本的交通運送數位資訊業者係純屬資訊媒合平台，並不擁有自己的營業用車輛，對於營業小客車業者或職業駕駛人亦無指揮監督的管理權限；營業小客車業者及職業駕駛人對於數位資訊媒合平台業者，亦非處於提供勞務的法律上僱傭關係；數位資訊平台業者僅透過數位網路居間媒合營業小客車業者與消費者締結旅客運送契約而已，屬於居間契約類型之一的「訂約之媒介」⁹。故而數位資訊平台業者從事交通運送媒合服務時，應善盡據實提供資訊及妥為媒介之義務；而關於訂約事項及當事人之履行能力及立該約之能力，亦有調查義務。又由於居間人係媒介雙方當事人，在無特別約定之情形下，須顧及雙方當事人之權益，故對於被媒合的雙方當事人均負必要的注意義務。例如，應協助消費者尋找於乘車過程中的遺失物，或於發生行車糾紛或其他消費爭議事件時，應協助消費者向營業小客車業者請求損害賠償等，但平台業者並不與營業小客車業者負連帶賠償責任。

相對於此，日本的媒合平台業者於所公布的利用規約中，雖都事先聲明不能保證接受媒合的雙方當事人一定可以締結旅客運送契約，但為確保營業小客車業者能獲取車費收入，亦應要求消費者於事先向信用卡公司辦妥以信用卡支付的作業程序，平台業者甚至可調查消費者在過去是否無正當理由卻任意取消叫車，使營業小客車業者因此遭受損失等，而有不良的交易紀錄，或向營業小客車業者提供消費者過去接受評鑑的乘車紀錄等，使營業小客車業者得參考評估是否與之締結旅客運送契約。至於平台業者的居間人報酬請求權(亦即媒合服務

7 參考 Uber 對策—東京タクシー業界団体が投じた新サービス <http://it.impressbm.co.jp/articles/-/13394> 瀏覽日期：2017 年 5 月 2 日。

8 日本法律採取「民商分立制度」，與營業有關的法律行為或契約等皆規定在商法中，而我國採取「民商合一制度」，與營業有關的法律行為或契約等，亦規定在民法債編中。

9 依據日本商法第 543 條規定，「仲介人係指媒介他人間商行為之營業人。」關於此，我國民法第 567 條亦規定，「居間人負有據實報告(亦即據實提供資訊)及妥為媒介之義務。」除此之外，目前社會上以居間為營業者日多，為保障當事人權益及維護交易安全，我國民法債編修正又增列第 2 項規定，「以居間為營業者，關於訂約事項及當事人之履行能力及訂立該約之能力，有調查義務。」關於此，日本商法雖無具體明文規定，但亦可為相同解釋。

費)，則依據日本商法第 550 條及我國民法第 570 條之規定，「居間人因媒介應得之報酬，除契約另有訂定或另有習慣外，由契約當事人雙方平均負擔。」這些平台業者在法律上的權利與義務，於與旅客運送有關的日本各數位資訊媒合平台業者所公布的利用規約(亦即定型化契約)上皆有類似的明文規定。

因此，日本的數位資訊媒合平台業者，與營業小客車之旅客運送業者雖有合作關係，甚至有些資訊媒合平台係由營業小客車業者聯合出資設立的。然而，資訊媒合平台業者乃依法經商業登記，且有獨立人格而提供資訊系統服務之營利法人，並非如營業小客車業者在偏遠地區因實施預約共乘制度而聯合成立的「派車調度中心」。此種並無法人資格的派車調度中心乃附屬於營業小客車業者的內部機關，且工作人員皆受雇於營業小客車業者，向其提供勞務而從事與派車調度相關的工作，該派車調度的營運亦受營業小客車業者的指揮監督。

2.2.5.3 日本行政機關對於消費者之保護機制

由於社會經濟與資訊通信科技之快速進步與創新，造就市民消費者在消費生活上顯著的個別化與多樣化的傾向，然而多種多樣之商品或服務在市場上行銷，消費者就其品質、性能、安全性等難有充分認識而為正確選擇，因此發生許多有害消費者安全與利益之問題。本來，消費者與企業經營者(包含提供媒合服務的數位資訊平台業者，以下同。)，應處於平等立場為經濟上之交易，但是消費者相對於企業經營者，是經常處於不利之立場。有鑑於此，日本政府為改善此一情況，以提供安全而良好的消費生活環境，於確保企業經營者間之公正自由競爭之同時，有必要配合消費者之自主努力，確立消費者於消費生活上之共通權益¹⁰，俾回復消費者與企業經營者間之平等。

關於此，日本有關消費者保護機制之設計，大約有以下共通事項：1 危害之防止；2 表示之合理化；3 不當交易行為之防止等；4 受害之救濟；5 公開姓名或名稱；6 消費生活申訴審查會之設置。說明如下：

(一) 危害之防止

1. 實施行政指導

消費者保護機關認為因消費生活商品或服務等之瑕疵致消費者之生命、身體或財產發生危害或有發生之虞時，除基於法令採取措施外，對當該供給消費生活商品或服務等之企業經營者，就當該消費生活商品或服務等之供給停止或回收、或其他防止因當該供給消費生活商品或服務致消費者生命、身體或財產發生或擴大危害，應實施行政指導促使其採取必要之措施。

2. 對社會大眾公開資訊

消費者保護機關實施行政指導認為必要時，應使消費者廣知其內容。

3. 實施行政調查並聽取意見

¹⁰ 有關保護消費生活之日本各地方自治條例。包含東京都消費生活條例、大阪府消費者保護條例、京都市消費者保護條例、奈良市消費者生活條例、促進岡山縣消費生活之安定與提升條例、札幌市消費生活條例。

是否因消費生活商品或服務之瑕疵致消費者之生命、身體或財產發生危害或有發生之虞之情勢不明而認為必要時，消費者保護機關應對當該消費生活商品等為必要調查，並應聽取消費者保護審議會之意見。

4. 安全舉證之要求

消費者保護機關為行政調查而認為必要時，應對當該供給消費生活商品或服務之企業經營者，要求舉證不因消費生活商品等之瑕疵致消費者之生命、身體或財產發生危害且無發生之虞。

(二) 對於商品或服務之表示合理化

1. 由業者締結應共同遵守之協定或規約

企業經營者或企業經營者團體，為使消費者合理且容易選擇、或安全使用或利用消費生活商品或服務等，應就表示或包裝之基準按各消費生活商品或服務等，締結企業經營者應遵守之協定或規約，或致力於協定或規約之設定。其表示或包裝上之內容，應包含與消費生活上必要商品或服務有關的品質保證之表示及單位價格之表示。

2. 業者應向主管機關申報該協定或規約

企業經營者或企業經營者團體，締結或設定前項之協定或規約時，應依規定向主管機關申報之，於變更或廢止當該協定或規約時亦同。

3. 由主管機關實施改善之勸告

主管機關對於前述之申報，認為其申報之協定或規約內容不符合規定之目的者，應勸告申報者將其內容改為符合該規定之目的。

4. 由主管機關公布該協定或規約之內容

主管機關對於前述之申報，認為其申報之協定或規約內容符合規定時，應依公示規則所定之事項公布之。

5. 由主管機關制定表示或包裝之基準

主管機關認為必要時，應按各消費生活商品或服務等制定企業經營者應遵守之表示或包裝之基準。

6. 由主管機關應實施遵守自主規約或主管機關所定基準之勸告

主管機關認為企業經營者未遵守自主規約或主管機關所定之基準時，應勸告當該企業經營者，遵守當該自主規約或主管機關所定之基準。

(三) 不當交易行為之禁止

企業經營者與消費者間所為之有關消費生活商品或服務等之交易，不得有下列不當交易行為：

1. 對消費者告知不實、提供使誤信之資訊、以威迫等使心理陷於不安之不當方法，誘

導契約之締結，或使其締結契約之行為。

2. 使消費者締結顯著不利益之不當內容之契約之行為。
3. 對消費者不當強制其履行基於契約(包含就契約之成立在當事人間仍有爭執者在內)之債務，妨害消費者解除基於不當根據所成立之契約等，或拒絕履行基於契約或契約之解除之債務，或無正當理由使之遲延者。

(四) 對於不當交易行為之行政調查、行政指導、勸告或提供必要資訊

1. 主管機關認為有不當交易行為之可能時，得調查其行為之方法、內容或其他事項。
2. 主管機關認為有不當交易行為時，應實施行政指導或勸告其人為改善當該不當交易行為所應採取之必要措施。
3. 主管機關認為有必要防止因不當交易行為致發生或擴大損害時，應迅速向消費者提供該行為之方法、內容或其他必要之資訊。
4. 主管機關為指導或勸告而認為有必要時，對於當該企業經營者或該人或與其事業有關之企業經營者，要求與其業務有關之報告，或命其職員進入這些人之事務所、事業所或其他為事業之場所，調查帳簿、文件或其他物件，或使其職員質問相關人員。依規定為進入檢查或質問之職員，應攜帶表明其身分之證明書，並對相關人員提示之。

(五) 受害之救濟

1. 申訴之處理

主管機關於消費者申訴有關消費生活商品或商品等時，應致力於正確且迅速之處理。

2. 由消費生活申訴審查會斡旋或調解

主管機關就有關消費者與企業經營者間消費生活商品或服務等之交易申訴中，認為解決困難者，得交由消費生活申訴審查會斡旋或調解之。

3. 要求當事人出席與聽取其意見

消費生活申訴審查會認為有調解之必要時，得要求當事人出席，聽取其意見。

(六) 訴訟資金之援助

消費者因消費生活商品或服務等，受損害而以企業經營者為被告提起訴訟時，當該訴訟有以下情形之一者，應依規則之規定貸款給當該消費者當該訴訟所需費用之資金或為其他援助。

1. 與當該訴訟有關之紛爭，而依消費生活申訴審查會之斡旋或調解不能解決者。
2. 與當該訴訟有關之受害原因同一，或由同種原因受害為多數，或有多數之虞者。
3. 為訴訟資金之貸款時，當該訴訟所需費用之額度超過與當該訴訟有關之受害金額，或有超過之虞者。

4. 消費生活申訴審查會認為當該援助為適當者。
5. 訴訟資金之貸款者，於當該訴訟終了時，應依規則之所定返還與當該貸款有關資金之全額。
6. 主管機關認為有特別理由時，得免除受訴訟資金貸款者之與當該貸款有關資金之返還債務之全部或一部。
7. 訴訟資金貸款區分，其額度如表 5 所揭。

表5 日本消費者保護機制之訴訟資金貸款區分

貸款之範圍	貸款額
裁判程序費用	以向法院繳納之金額(指依據有關民事訴訟費用等之法律(昭和 46 年法律第 40 號)第 2 章之規定向法院繳納之費用)為限度，而主管機關認為相當之金額。
律師費用	有關支付律師之報酬等，以其支付金額為限度，而主管機關認為相當之金額。
其他訴訟上所需之費用	書證作成費用，通信聯絡費用等訴訟遂行上必要之費用，以其支付金額為限度，而主管機關認為相當之金額。
權利保全上所需之費用	法院裁定之保證金，就法院囑託之登記或登記所繳納之登記許可稅之金額及依據執行官法(昭和 41 年法律第 111 號)所規定之手續費及費用之金額為限度，而主管機關認為相當之金額。
強制執行上所需要之費用	就法院囑託之登記或登記所繳納之登記許可稅之金額及依據執行官法所規定之手續費及費用之金額為限度，而主管機關認為相當之金額。

(七) 公開業者姓名或名稱及其行為之內容

主管機關於下列情形，認為企業經營者之行為無正當理由時，得公開其姓名或名稱及其行為之內容。但依法公開姓名或名稱時，應對與當該公開有關之人事先通知其內容，要求其人或其代理人出席，為賦予其釋明及提出證據之機會而聽取意見。

1. 不遵守主管機關依法所實施之行政指導或勸告時。
2. 對於主管機關依法之舉證要求不回應，或提出虛偽之證據時。
3. 對於主管機關依法之報告要求不回應，或為虛偽之報告，或拒絕、妨害、迴避依法所規定之調查，或對依法所規定之質問不答辯，或為虛偽之答辯時。
4. 對於消費生活申訴審查會要求出席，無正當理由不回應時。

(八) 消費生活申訴審查會之設置

1. 為就依消費生活保護法所規定之表示基準、包裝基準及不當交易，陳述意見，並基於主管機關之要求進行斡旋及調解，回應主管機關之諮詢，調查及審議有關消費生活保護法之施行及消費者保護行政之重要事項，特設消費生活申訴審查會。
2. 消費生活申訴審查會之組織，由代表消費者之委員、代表企業經營者之委員及代表公益之委員 20 人以上組織之。
3. 委員由主管機關委任囑託或任命之。

4. 委員之任期為2年，但候補委員之任期為前任者之剩餘期間，委員得連任之。
5. 消費生活申訴審查會認為必要時，得設置部會。
6. 消費生活申訴審查會依規定得以部會之決議為消費生活申訴審查會之決議。
7. 消費生活申訴審查會依規定得使部會進行斡旋或調解。
8. 消費生活申訴審查會為審議特別事項，或從事斡旋或調解，而認為必要時，得設置專門委員。
9. 主管機關得就特別之事項或斡旋或調解具有專門知識之人中，委任囑託或任命專門委員。

除以上相關的消費生活保護機制外，主管消費者保護之行政機關為促進消費者自主且合理之行動，應配合需要就有關消費生活商品或服務等之品質、安全性及其他內容，在試驗、檢查及有關調查供需狀況之結果發表等，致力於有關消費生活知識之普及，及資訊之提供。又消費者認為主管機關未依法採取措施時，亦得向主管機關申報其內容，而要求其應採取適當之措施。

(九) 損害賠償責任保險之加入

由以上說明可知，日本為提升營業小客車服務品質，並促進消費者安心利用，主管機關基於公共利益除可以對從事交通運送之營業小客車業者、職業駕駛人等實施關於旅客運送方面的行政管制，甚至主管消費者保護的行政機關亦可針對與消費生活相關的事項，對於營業小客車業者、職業駕駛人以及數位資訊媒合平台業者實施如前所述的消費生活上之行政管制，以維護消費者之安全及保障消費者之權益。為保障消費者之損害賠償請求權，尚有「自動車損害賠償保障法」(昭和30年7月29日法律第97號，最終修正平成28年11月28日法律第86號)之相關規定，對於消費者因自動車(即汽車)運送所造成生命或身體之損害，確立保障損害賠償之制度，要求營業小客車業者強制加入保險。

2.2.5.4 新興營運模式之民事責任

關於新興計程車營運模式在民事上的法律關係，可以區分為：

- (一) 消費者與計程車客運服務業者(包含Hire小客車與Taxi小客車，以下同。)之間所成立者為「旅客運送契約」。
- (二) 消費者與交通運送數位資訊媒合平台業者之間所成立者為「居間媒合契約」。
- (三) 計程車客運服務業者與交通運送數位資訊媒合平台業者之間所成立者為「居間媒合契約」。

因此，可分為「旅客運送契約」之民事責任與「居間媒合契約」之民事責任，分述如下：

(一) 旅客運送契約之民事責任

所謂旅客運送契約乃當事人約定一方用交通工具將旅客由一處所載運到另一特定處所，

而收取報酬的契約。因此，旅客運送人應對如下的事由負民事責任。

1. 旅客的傷害

除包含因旅客運送而使身體受傷外，死亡、疾病均包括在內。

2. 運送的遲到

3. 對於旅客交付託運的行李，有喪失、毀損及遲到等情形所造成的損害。

(二) 居間媒合契約之民事責任

所謂居間媒合契約乃謂當事人約定，一方為他方報告訂約機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約。因此，居間人應對如下的事由負民事責任。

1. 洩漏消費者的信用卡帳號。

2. 洩漏消費者的身分證統一編號或其他個人資訊。

3. 平台業者誤將「即時叫車」當成「預約派車」，造成消費者延誤行程所導致的損害。

4. 賠償範圍包含：法律上損害賠償金、爭訟費用、損害防止輕減費用、緊急措置費用。

關於個人資訊保護的部分，日本於 2016 年 1 月 1 日起將「個人資訊保護法」(平成 27 年法律第 65 號)相關事項，改為由「消費者保護廳」掌理，於消費者保護廳之下設置個人資訊保護委員會，強化對於消費者個人資訊的保護。

2.3 美國

美國汽車運輸業主管機關主要是運輸部(Department of Transportation, DOT)下的聯邦汽車運輸業安全管理協會(Federal Motor Carrier Safety Administration, FMCSA)。該組織成立於 2000 年，其功能係為落實 1999 年所制定之汽車運輸業安全促進法(Motor Carrier Safety Improvement Act of 1999)，該法包含建立聯邦汽車運輸業主管機關、汽車運輸業安全策略、各州參與管制內容、駕駛執照認定標準、行業登記、保險、藥物測試等規範，旨在降低汽車運輸業可能發生的風險，以避免造成生命或財產之損失。

在 FMCSA 成立後，配合前述法規，亦陸續訂定許多管理規範及措施，其以 49 CFR Parts 300-399 為主，適用於業者、個人及車輛等對象。相關規範計有公司(company)、駕駛(driver)、藥物及酒精測試(drug and alcohol testing)、危險物品(hazmat)、工作時間(hours of service)、家庭用品(household goods)、美國運輸部編碼(USDOT number)、車輛(vehicle)、車牌(vehicle marking)等，其具體內容包含汽車運輸業申請、路線核定、駕駛執照需求、工作時間、爭議處理等(<http://www.fmcsa.dot.gov/regulations/title49/b/5/3>)。而許多民間組織，如美國公共汽車協會(American Bus Association, ABA)等，也會對主管機關提出的法規表示意見。

美國聯邦政府對於州際間運輸有管轄權，各州內的運輸管轄權則在各州政府。以經營出租車(for-hire motor carrier)為例，聯邦法規 49CFR382.25 就規定經營州際間出租車必須具備

之資本額，但在 49CFR382.27 排除下列情形：

1. 只運送學生與老師到、離校的車輛。
2. 不經營固定路線與定點間之 7 人座以下提供計程車服務之車輛。
3. 每天接送一趟上、下班之 16 人座以下車輛。
4. 與學校簽有契約載送學生參加校外教學的車輛。

2.3.1 計程車客運業規範

2.3.1.1 舊金山市

(一) 主管機關與主要法規

美國各州沒有統一的計程車法規，各地區有不同的計程車法規。舊金山的公共運輸主管機關為交通局(San Francisco Municipal Transportation Agency, SFMTA)，營利運輸之法規為交通運輸法(Transportation Code)第二章(Division II)之 ARTICLE 1100: REGULATION OF MOTOR VEHICLES FOR HIRE。

(二) 程車駕駛執照

計程車駕駛執照包含申請資格及審查標準：(1)申請資格：提供指紋、通過筆試、通過體檢、完成駕駛訓練課程、提供 12 個月以內的近照及取得計程車行的任用通知。(2)審查標準：衣著整潔、無重大疾病或者嗜好癮頭而無法安全駕駛車輛、持有加州駕駛執照、具備每天至少駕駛四小時以上的體力、無犯罪紀錄、年滿 21 歲及具備英文聽說讀寫的能力。

(三) 計程車牌照

任何申請牌照者需於申請前已先持有合格駕駛許可兩年以上，才能被納入等待名單(waiting list)。然而自 2009 年 12 月 16 日起，SFMTA 不再添加人選至等待名單，直到等待名單清空。依照第 1115 條，SFMTA 以一年為週期，每年召開公聽會檢視是否限制牌照發放。另依照第 1116 條，計程車牌照可以轉售，轉售價一律為 20 萬美金。

(四) 計程車行

依照第 1105 條，未經 SFMTA 許可不得經營計程車派遣業務。計程車行之經營許可不得轉讓。雖無最低資本額要求，但至少需要具備 100 輛合法的計程車，並且具備每輛車 5 次派遣，全部車輛每日 500 次派遣的能力。

2.3.1.2 紐約州(紐約市)

(一) 主管機關與主要法規

紐約市計程車業的主管機關為「紐約市計程車與大轎車委員會(New York City Taxi and Limousine Commission，簡稱 TLC)」。紐約市另外並設有「紐約市行政審判與聽證辦公室」(New York City Office of Administrative Trials and Hearings，簡稱 OATH)。在紐約州出租汽車(for-hire vehicle，包括計程車)的管理權在州政府，但其成文法(Consolidated Law)中的 Vehicle

and Traffic Title 4: REGISTRATION OF VEHICLES 中的第 17 編「都會區間的出租車營運」規範：超過一百萬人口以上的都市可自行訂定出租汽車的管理規則，因此紐約市政府於 1971 年成立「計程車委員會」(New York City Taxi and Limousine Commission, TLC)，負責 For-hire Vehicle 的管理，計程車委員會總部(Head Quarter)在曼哈頓區，包括政策與計畫室、特別計畫室、資訊室、公共關係部與客服部，負責委員會的行政運作及乘客申訴。另駕駛員執照、營業車輛執照與裁罰部位於皇后區(Queens)的長島市(Long Island City)，負責駕駛員執照申領與異動、營業車輛執照的申領與異動等相關事項以及有關違規之聽證與裁罰；車輛檢驗、執法部則位於皇后區的 Woodside，負責一年三次的計程車檢驗及計程車違規取締。

(二) 計程車客運業規範

紐約市計程車依照營業區域分漆為黃色計程車(又稱徽章計程車 medallion taxis)以及綠色計程車(又稱包羅計程車 boro taxis，或街道攬客租用車 street hail livery vehicle)。黃色計程車可以在紐約市五大區招攬乘客。而綠色計程車：僅能在上曼哈頓、布朗克斯、布魯克林、皇后區(不包含拉瓜地亞機場以及甘迺迪國際機場)，以及史坦頓島招攬乘客。依照 TLC Rules 第 51 章「定義」，所稱徽章計程車(Medallion Taxi，又稱授證計程車 Licensed Taxicab，或計程車 Taxicab)，最多只能乘載五人。

(三) 計程車執照(licensing)

依照 TLC Rules 第 58-06 條，計程車執照的有效期限為兩年，至第二年 5 月 31 日施效，執照持有人應於持照第二年的 4 月 30 日前申請更新。申請計程車執照者，依照 TLC Rules 第 58-04 條以及第 58-05 條規定，應符合下列要求：

1. 應年滿 18 歲。
2. 提供有效的社會安全證(Social Security Card)以及政府核發之具相片的有效身分證件。
3. 申請人必須要按捺指紋存檔，並且具備良好品格。
4. 申請人的犯罪紀錄必須要符合紐約州矯正法(Correction Law)的標準。
5. 申請人必須要向 TLC 說明適於持有執照的理由。
6. 如果申請人已經持有一部以上的徽章計程車(Medallion Taxicab)，必須依照要求提供財務揭露報表給 TLC，內容應包含資產、收入等等。
7. 申請人應投保責任險。
8. 車量持有要求：持有登記在申請人名下的行照。
9. 執照持有人需為駕駛人。

(四) 計程車行

依照第 58-05 條，計程車行的組織型態可以是合夥(partnership)、股份有限公司(corporation)、閉鎖性公司(closed corporation)及有限責任公司(Limited Liability Company, LLC)。公司的股東或者是合夥人必需要公開報導揭露所持有的計程車牌照。

(五) 牌照管制

在紐約市開計程車營業，必須在引擎蓋上裝設 TLC 核發的標章(鐵牌)。新增標章的數量由市議會參酌各式數據後決定，交由 TLC 執行，以標售的方式出售標章，標售所得歸紐約市政府。標章可分為兩種，一為個人持有，另一為公司持有。若為公司持有則該公司不限定為計程車公司，可為一般公司投資用。公司持有的標章標價較個人持有的標章標價稍微高些，平均約在美金 30 萬(約台幣 1000 萬)左右，標章允許自由買賣。1990 年 1 月 7 日後才持有標章者則必須符合駕駛營業的要求，亦即需要達到每年營業 210 個班次(shift，每個班次九小時)的營業要求，約有四成擁有車輛的駕駛在其營業時間外，會把車輛出租給其他計程車駕駛營業。公司持有標章以及 1990 年 1 月 7 日以前持有個人標章者，則不需要符合必須駕車營業的要求，可以把車輛出租給一般計程車駕駛營業。一般而言，標章持有者會把車輛租給代理商(agent)或仲介(broker)，再由其出租給一般駕駛，因為自己出租車輛手續麻煩且不容易找到承租人。標章由紐約市政府製發，計程車車輛牌照則由紐約州車輛管理局(Department of Motor Vehicle：簡稱 DMV)製發，因為標章號碼(4 個文數字)不會改變，但車輛牌照繳銷新領需變更牌照號碼，因此，為使兩者號碼一致，TLC 特別請 DMV 針對計程車牌照使用標章號碼，並在最後一碼的右下角標示一位自 A 開始的英文字，若該標章車輛需要更換牌照，則只要更改右下角的英文字母為 B,C,D。

2.3.2 新興型態營運模式

美國一直是科技發展的先趨，在科技的日新月異之下，一方面消費者享受、多元、多樣的產品與服務。然而廠商或科技發展公司一味的追求利益，以及政府不及於規範與管理，使得這些看似方便且先進的服務與商品充斥市面，消費者在進行這些交易時，不知不覺暴露在不可預知的危險與紛爭中。新興的網路平台交易即為一例，針對這些依託於網際網路建立平台或利用 APP 及無線電叫車提供運輸服務的公司(例如 Uber、Lyft)。現階段在美國不存在聯邦立法與管理而由各州自行立法負責，但州政府又傾向立法授權予各區域和/或城市。美國各區是故皆陸續探討如何界定其法律地位，以及如何將其納入監管機制，監管單位管轄權責等，不同區域及不同城市，由於文化背景與區域特性的不同，其規範的內容與方向也產生極大的差異，但前提皆以提升消費者使用網路媒合或無線電衛星派遣車的安全性為主。

前述運輸服務公司，主張其為利用共乘制創造共享經濟的平台，但共乘是一項非營利性的乘車行為，司機和乘客的行程起點或目的地相同，有時也被稱為拼車(carpooling)，美國科羅拉多州政府定義共乘必須符合三個基本要求(1)司機和乘客必須是行程一致且用於工作上的通勤，是一段制式的行程；(2)所使用的車輛必須是自用車而非專供營運用的出租車；(3)如果司機向乘客收取費用僅限於合理用於共乘行程的直接或間接費用。如果符合上述共乘的規定，則司機可以不必持有營業駕駛執照、不必進行背景調查、不必向州政府登記，且無納稅問題。然而 Uber 及 Lyft 等平台提供的載運媒合服務，除了平台會向註冊的自用小客車司機收取服務費外，還會根據供給與需求及區域性不同收取不同額度的費用，故雖名為共乘，但確有營利之事實。

加州為 Uber、Lyft 等新興交通營運網路公司的發源地，2013 年加州公共事業委員會

(California Public Utilities Commission, 以下簡稱 CPUC)宣布針對 Uber, Lyft, Sidecar 等公司提供的共乘服務(Ride-Sharing Service)，建立新的運輸服務業別(Transportation Network Company 以下簡稱 TNC)，同時加州參議院亦完成公用事業法規(Public Utilities Code)的修訂，補充相關的監管規範。

(一) 規範目的及原則

由於公共安全的保障是 CPUC 訴求的目的，CPUC 制定相關行政規範要求 TNC 僱用之駕駛進行犯罪背景調查，且要求 TNC 不得僱用於 7 年內涉及暴力、性侵、重大刑案的駕駛，此外要求提供服務的自用小客車應進行相關的汽車檢驗管理，在提供媒合與載客服務期間 TNC 應進行監控等規定。

在保險方面，為強化對消費者的保障，CPUC 頒佈 115-F 一般命令(General Order)要求 TNC 若提供七人座以下車輛進行營運載客的服務，須投保至少 75 萬美元的商業保險，此外，TNC 對於提供服務車輛的每一事故須保足至少 100 萬美元的商業責任保險。CPUC 要求若未符合以上的規定進行保險亦或是保險契約失效，則營運許可將同步失其效力，以強制要求 TNC 業者定期檢視維護及更新其保險合約。

(二) 規範內容

1. TNC 業者應申請營業登記並持有 CPUC 所核發之營業執照，始可營運。
2. TNC 業者在僱用駕駛時須對其進行犯罪背景調查，而任何 7 年內有犯過酒駕、詐欺、暴力、恐攻、性侵、搶劫、及竊盜等重罪者，均不得成為其平台駕駛。
3. 所採用之自用車若用於營業載客行為者必須通過加州汽車修理局(California Bureau of Automotive Repair)的檢驗始得提供服務，且每年須進行檢驗以延續其服務資格。
4. TNC 業者須與保險公司承保每一事故至少 100 萬美元之商業責任保險，且保險合約與保障內容須揭露於 TNC 業者所提供的應用程式及網站，以讓消費者清楚了解進行媒合交易相關保障。
5. TNC 所僱用之駕駛須取得加州車輛管理局(Department of Motor Vehicle)安全駕駛之檢驗紀錄證明，亦即駕駛於 3 年內並無輕率魯莽的駕駛行為(reckless driving)、肇事逃逸(hit and run)、遭吊銷執照仍繼續駕駛(driving with a suspended license conviction)，且 7 年內不得有醉態用藥駕駛(drunk and drugged driving)之行為，始符合安全駕駛之申請標準。
6. TNC 所僱用的駕駛不得承載與服務街頭隨機叫車的乘客。

(三) AB1289 法案

於 2016 年底加州州長 Jerry Brown 將以上行政規範法制化，簽署了一項法律法案 AB1289，修訂乘客與提供運輸之業者間法律(Passenger Charter-Party Carriers Act.)規定自 2017 年 1 月 1 日起，TNC 必須對其現有或潛在員工進行全面的犯罪背景調查。若 TNC 違反上述法律之規定，逕自允許有指定的刑事定罪的司機駕駛人，該公司將被處以 1000 美元以

上，5000 美元以下之罰金。茲將 AB1289 法案摘錄如下：

1. 乘客與運提供運輸業者間法律(Passenger Charter-Party Carriers Act.)將 TNC 定義為在加州營運的公司，並得以合夥、獨資經營者或其他形式的組織經營，提供預先安排的運輸服務，其方法為使用線上啟用的平台(APP)進行媒合。TNC 受公共事業委員會的監管，該委員會要求對每個參與的司機進行犯罪背景調查。
2. TNC 必須具有營業許可證或納稅證明，並受其他相關法律約束，違反者處 3 個月以下拘役或科或併科 1,000 美元以上 5,000 美元以下罰金。

儘管有以上規定，惟該法案乃授權 TNC 審核駕駛員之資格：

1. TNC 應藉下列方式，對每位駕駛員進行犯罪背景調查，其中應包括以下兩項：
 - (1) 多州和多轄區犯罪記錄定位器或其他類似的商業全國性數據庫進行驗證。
 - (2) 搜索美國司法部全國性罪犯公共網站。
2. TNC 不得簽訂，僱用或保留有下列情形之一者：
 - (1) 已在美國司法部國家性罪犯公共網站上註記者。
 - (2) 已被裁定下列罪行：
 - ① 「刑法典」第 667.5 節中定義的暴力重罪。
 - ② 違反「刑法」第 11413 條，第 11418 條，第 11418.5 條或第 11419 條。

AB1289 主要針對保護消費者安全，要求 TNC 對所僱用的司機進行犯罪紀錄調查，但其他消費者的保護包括運輸費用標準等並未予以規範。新興的 TNC 與一般計程車或其他大眾運輸業有不同的收費標準，其根據供需理論以浮動的方式訂出一套有分為交通尖峰或特殊時段(包括週末例假日節慶或惡劣天氣、路況差等地區)的差別取價收費策略，但此一浮動費率的設計並不透明，消費者也不了解加成計費的原則，常常引起消費糾紛。然而，網路運輸業在美國各州陸續通過相關法案取得合法的產業，各州政府及立法單位也逐步研擬相關法案以加強消費者的保障。

(四) 消費爭議

1. 客戶服務之不足

在許多 TNC 平台上，消費者對於平台收費以及對司機的投訴皆僅能透過電子信箱或網路問答中來反映，所謂的客服電話，通常也是虛設(總部一個代表性電話且常轉語音)，故對於許多消費者而言，無法即時取得求助的管道。有鑑於此，部分平台業者在美國開始推行客戶服務系統內建於行動應用程式中，並標榜得以即時線上與客服取得聯繫與對話¹¹。

2. 乘客人身安全及求償保障問題

過去曾發生了 Uber 駕駛性侵女乘客的案件，且經統計 2012 年 12 月至 2015 年 8 月近

11 楊晨欣，加速回應速度，Uber 捨棄電子郵件全面導入 In-App 客服，
<http://www.bnext.com.tw/article/view/id/39090> 瀏覽日期：2017 年 09 月 22 日。

三年間平台業者司機遭性騷擾的投訴多達 6,160 件，而強姦的投訴也達 5,827 起，毆打致傷的投訴則有 3,524 起¹²，乘客安全是平台業者首應確保的。因此對於司機的背景應嚴加審查以及建立 GPS 監控系統也是平台業者應予強化的，且在駕駛有任何行為導致乘客的損傷時，平台業者應提供相關求償服務機制保障消費者權益。

3. 消費者隱私權

根據某平台業者所約定的使用條款記載：「當消費者使用本平台的服務時，本平台將會同時收集消費者的位置資訊、聯絡資訊、交易資訊、使用情況及喜好設定資訊、裝置資訊、通話及簡訊資料、記錄資訊等資料用於保持和改進服務、執行內部操作、傳送乘客相關訊息、個人化及改進服務等事務上¹³。」其中最大爭議在於平台業者利用行動應用程式追蹤並蒐集乘客位置資訊，此資訊蒐集行為將涉及消費者或駕駛個人資料保護的問題，而危及其隱私權之保障，儼然已成為網際網路普及與數位生活所共同面對的難題。

(五) PUC 增修

基於 TNC 營運上發生的若干爭議，美國加州公共事業法增修 5430 條至 5444 條 TNC 專屬條款：

1. 5430 條：規範適用範圍為所有利用平台交易媒合的 TNC。
2. 5431 條：規範 TNC、駕駛員、及 TNC 保險之定義
3. 5432 條：規範 TNC 之揭露及資訊公開之義務
4. 5433 條：保險金額之規範
5. 5434 條：駕駛個人自用汽車保險與提供營業載客行為之商業保險規定之競合
6. 5435 條：TNC 或保險承保人之資訊應充份揭露
7. 5436 條：CPUC 之評鑑報告與管理義務
8. 5437 條：TNC 對於消費者個資保密義務
9. 5438 條：保險局之定期審查責任
10. 5439 條：TNC 所承保的保險契約內容應符合加州汽車法(Vehicle Code)第 16054 及 16056 之機動車輛保險條款之規定。
11. 5440 條：立法者的監督及立法增修權責
12. 5441 條：CPUC 之權限
13. 5442 條：駕駛於登入 TNC 平台至完成媒合載客服務期間全程皆應持有保險證明之義務，以便於事故發生時交提示於當事人及執法人員。

12 Warzel & Bhuiyan, 2016. Internal Data Offers Glimpse At Uber Sex Assault Complaints
https://www.buzzfeed.com/charliewarzel/internal-data-offers-glimpse-at-Uber-sex-assault-complaints?utm_term=.sbR1ZW7wy#.jmrVZK0D3 瀏覽日期：2017 年 09 月 22 日。

13 使用者隱私聲明，Uber 官方網站，<https://www.Uber.com/zh-TW/legal/privacy/users/zh-TW/> 瀏覽日期：2017 年 7 月 1 日。

14.5443 條：保險責任為特別規定之聲明

15.5444 條：TNC 檢查其駕駛員之駕駛紀錄之義務

2.3.3 美國消費者保護機制

由於美國聯邦國家，聯邦政府負責全國性及國際性的法制規範，州政府則負責處理全州性的建設、經濟及教育等事務，影響州民日常消費及生活上的規範法律或行政程序，則由各市鎮制定與執行。故自全國性至地方性有關消費者權益保護之法律，可分見於聯邦、各州政府乃至於各地方，以下就美國主要的消費者保護行政制度進行探討：

- (一) 聯邦貿易委員會(Federal Trade Commission, FTC)：下轄消費者保護局、競爭局及經濟局，主要業務為消費者保護及消除壟斷等反競爭性商業行為，FTC 對違反消費者保護之判決與執行在國際上具有一定影響力，例如 2017 年 1 月 Uber 為招募自用車駕駛登入其應用程式模糊自用車駕駛司機的成本而誇大其預估收入，誘導自用車駕駛登入其平台，FTC 在指控中稱：「當 Uber 承諾的收入未能兌現，而司機希望終止合作時，他們將遭遇嚴重的財務損失。Uber 的做法導致司機遭遇了數百萬美元的損失。」為與 FTC 達成和解協議，Uber 同意支付 2000 萬美元的賠償金，有效的解決了運輸網路平台方與自用小客車司機之間的爭議與自用小客車司機的權益保護的申張。
- (二) 州政府的公共事業委員會(State Public Utilities Commission, PUC)：各州公用事業委員會管理公共事業相關的消費者服務及各公共事業的費率製定及各項服務法規的規範，許多州的公用事業委員會處理消費者申訴會由委員會開啓調查程序其至開庭審理，最早立法允許 Uber 在加州運營的加州公共事業委員會(California Public Utilities Commission)的法官宣判，Uber 因沒有向立法機關提供有關其運營與服務的足夠信息於 2015 年 7 月判處 Uber 罰款 730 萬美元，並表示 Uber 涉入的法律糾紛包括在交通事故中隱瞞細節。
- (三) 小額賠償法庭(small claims court)隸屬於地方司法系統，受各州法律管轄，主要是審判小型民事案件且訴訟金額較小。設立目的是讓民眾直接參加小額案件的審理，降低訴訟成本，提高審判效率，流程上比普通民事法庭簡單，對當事人的法律知識要求不高，案件不需要聘請律師，有些州(加州和紐約州)甚至禁止律師代理上庭，以求可以快速審結案件。小額法庭的受理案件標準，一般依照訴訟金額而定，由各州法律規定形成。例如，在加州，訴訟金額不超過\$10,000 美元，(若原告為公司，則訴訟金額不得超過\$5,000 美元)。小額法庭的受理案件主要是與民眾生活息息相關的小額金錢案件，如違約糾紛、侵權及合約糾紛，輕度車禍、人身安全及消費爭議等。
- (四) 民間商業促進局(Better Business Bureau, BBB)：為民間地區企業支援之非營利機構，提供多項消費者服務，也是民間處理消費爭議之團體，主要提供商業糾紛協商、調解、仲裁等相關服務，在加州的商業促進局就強調自 2012 年以來，收到了超過百餘次對 Uber 的投訴，多為消費者向 Uber 進行客訴時，Uber 公司並未即時處理及缺乏回應，據此加州 BBB 將 Uber 列為 F 評級(F 為該機構的最低評級)。

2.3.4 保險規範

(一) 美國汽車保險法律制度

美國的汽車保險制度依各州立法原則不同，可分為依傳統民事侵權法體系為原則設計的汽車保險制度，以及無過失法律制度下的汽車保險制度。

1. 依民事侵權原則體系所建立的強制汽車保險：當發生交通事故後，當事人依據各自應承擔的責任進行車險事故理賠。
2. 依無過失責任原則設立的強制汽車保險：不考慮交通事故當事人的過失責任，在一定金額內進行理賠。即使在無過失責任原則下的強制汽車保險制度，仍在一定條件下保留民事追究的權利。在此法律下，一旦人身傷害損失超過限額，被保險人仍可經由訴訟的方式，要求對方賠償。

(二) 汽車強制險類型

大多數個人汽車保險(Personal Auto Policy 以下簡稱 PAP)涵蓋了傳統的乘車分享(也稱為共乘)。美國各州對於一般 PAP 皆要求無過失保險(No-Fault Insurance)，亦即以法律強制要求自用小客車持有人除投保汽車第三責任險外，尚須投保優先團體利益保險(First Party Benefits Insurance)，美國紐約州的綜合汽車保險補償法(Comprehensive Automobile Insurance Reparations Act)規定 PAP 必須包括責任保險(Liability Insurance)以及防範無保險汽車駕駛人保險(Uninsured Motorist Insurance) 等三種強制險：

1. 無過失保險(No Fault Benefits Insurance)：無過失制度的保險受益人主要以保險契約之第一人，亦即被保險人、駕駛人及車內乘客及受波及之行人。行人的部分不問過失責任，一律由肇事車輛之保險公司理賠該行人之損失。最低保額為每一事故 50,000 美元。
2. 汽車責任險(Liability Insurance)：為自用小客車保險人因過失行為撞及他車或行人(第三人)，致該第三人身體或財物之損傷者，依法應由保險人負賠償責任，而由保險公司負賠償之責。最低保額包括傷害責任每人理賠 25,000 美元；每一事故因傷致死每人理賠 50,000 美元，以及每一意外事故財物損失 10,000 美元。
3. 防範無保險汽車駕駛人保險(Uninsured Motorist Insurance)：被保險汽車或被保險人及其家屬行走於路上，遭受無保險(或保險不足)之汽車撞及致傷，由承保公司負責理賠。最低保額為每人 5,000 美元；每一事故 50,000 美元。

綜上，PAP 保單基本上提供四方面的保障，包括責任風險保障(Liability Coverage)、醫療費用保障(Medical Payments Coverage)、未投保駕駛人保障(Uninsured Motorists Coverage)，車輛損失險保障(Coverage for Damage to Your Auto)。在對被保險人提供的醫療費用保障中，保單對被保險人本身在車禍中所受到的任何人身傷害所致的醫療費用提供賠償，當記名被保險人或其家庭成員駕駛或乘坐保險車輛而發生交通事故，遭受人身傷害的各項醫療給付也在保單承保範圍內；此外，若行人(或其他車內第三人)被保險車輛撞傷，遭受人身傷害，被保險

人的醫療費用保障也負責支付其醫療費用。

但若運費中含有營業利益者時，則大多數 PAP 對於乘客是在不保範圍內的。與個人車輛載運乘客並且帶有營業利潤相關的保險必須購買商業汽車保險。

(三) 商業汽車保險

商業汽車保險部分，包括基本責任保險及車體損失，在車體損失保險中其承保範圍主要包含被保險汽車因任何事故所造成的損失，保險公司均受理相關理賠的綜合損失保險，以及因特定原因(如火災、爆炸、竊盜、暴風險地震等天、惡意破壞行為等)之損失保險，以及碰撞損失保險等三種類型。至於責任保險部分，除了保險率的核計不同外，商業汽車保單中的規範與個人汽車保單基本上並無差異。而除了基本的責任保險及車體險之外，保險公司提供的商業汽車保單中還包括選擇性承保項目，例如在無過失，無投保，投保不足等情況下的汽車事故醫療保障、財產損失保障及各類路邊救援附加險等。

而前述 TNC 業者所開發的線上應用程式(APP)，連接潛在乘客端及司機端以進行區域性的乘車媒合。在美國 3 個較為知名的 TNC 公司分別為 UberX(可在 53 個國家和 140 多個美國城市)，Lyft(至少 60 個地點提供媒合)和 Sidecar(可在波士頓：夏洛特、芝加哥：長灘、洛杉磯、奧克蘭、馬林等舊金山灣區城市、聖地亞哥、西雅圖和華盛頓特區)。司機及乘客使用線上應用程式註冊以取得媒合，TNC 則收取每筆媒合的手續費用的一部分。為了建立 TNC 帳戶，潛在的乘客首先應下載該 TNC 所提供之應用程式，並且必須提供信用卡等個人資料以進行計費，並同意相關的使用條款和條件。對司機端，TNC 通常至少會有最低年齡限制、有效駕駛執照、當前車輛登記許可和保險等要求。一旦個人使用帳戶建立後，潛在乘客只需在線登錄應用程式，系統即會進入他或她的所在位置，並與附近的司機進行乘載媒合。

在美國，針對 TNC 的監管還處於起步階段，管理 TNC 的第一步應是確定其定位及主管機關，且主管機關必須具有執行監管的實質權力。而監管權力在美國又因所處州別而異。以加州為例，不同於出租車的管理係由市政府管轄，TNC 則為加州公用事業委員會(CPUC)在全州的範圍內進行管理。CPUC 也因此成為第一個對 TNC 施加標準的政府機構。目前，對這項新創服務業別的管理及風險控管仍存在許多問題。傳統的出租車或豪華轎車服務調控必須經由國家或市政交通管理部門許可，故在其監管方面較為完備：除了需要對出租車和豪華轎車進行檢查，所僱傭之司機必須通過商業駕駛執照正常許可。此外，出租車經營者必須購足商業保險，以保護乘客和第三方(即行人或其他司機)發生事故。出租車所需的保險限額雖因各州或管轄範圍而有所異，但其商業保險承保責任皆為出租車或豪華轎車營業公司。出租車司機及其行業協會(Taxi trade associations)認為，TNC 與出租車的業務相同，因為他們需要載運乘客，故必須遵守相同的保險和通過並取得商業車輛營業許可證。過去幾年，TNC 雖然在美國各主要城市日漸普及，然而，新興型態業務所帶來新的風險並未受到控管。

與 TNC 活動有關的保險問題是因為 TNC 的司機使用個人車進行商業活動，但卻沒有商業汽車保險。商業保險範籌主要保障司機從事公共運輸活動。而 TNC 的司機通常僅持有個人自用小客車保險(PAP)，故在其進行商業行為的載客活動時的風險會高過僅從事私人乘載

用途，再者，自用車保單持有人不會通知保險公司其正處於 TNC 登錄、媒合或載客時期，並額外購買商業保險，故個人汽車保險公司為避免這些額外風險的損失，將此列為「免責條款」(livery exclusion)，即自登錄 TNC 線上程式後至載客期間的相關事故的理賠皆排除在 PAP 之外。從個人汽車保險公司的角度來看，這一期間可能會由於以下原因而轉為增加的損失風險：(1)額外的駕駛里程；(2)由於 TNC 司機通常在城市，高交通地點找到匹配，導致所處區域為高風險區，而致發生危害的機率加劇；(3)乘客所指定的目的地可能為司機所不熟悉的道路；(4)TNC 應用程式的使用，引發司機分心；(5)車裡因乘載乘客，故若發生意外會致更多的人受傷；(6)由於司機急於接受媒合，及時趕載乘客，而造成額外的風險。

綜上所述，這一類共享經濟型態的 TNC 透過智慧手機之應用程式(APP)將乘客與司機進行媒合，為一提供出租車服務之平台，TNC 通過智慧型手機應用程式將乘客連接到司機，提供出租車服務。此一媒合服務可以讓乘客提前或在短時間內安排乘車。TNC 與使用其個人車輛的司機之間簽訂定型化契約約定司機載運乘客。因此，這些汽車既不註冊，也不作為商業車輛投保。這些司機與使用商業車輛且投足商業保險的豪華轎車或出租車司機不同，他們僅投保個人的車險及個人的人身保險。就保險公司的立場個人汽車保險政策不是為商業乘車分享而設計，其保險合約中規範的理賠範圍排除商業性質的運輸事故。換言之，保險公司和保險監管機構對於 TNC 所僱用的司機使用個人汽車若遇事故或任何行車糾紛，並不會進行任何理賠。

保險公司認為 TNC 營運模式如同傳統的出租車公司一樣，是商業企業。由於標準的個人汽車保險不會為共享經濟下的成員提供保障，一旦駕駛員登錄到 TNC 乘車分享應用程式且有載客事實的情形下，原有保險之被保人已經退出個人汽車責任險保障之範籌，亦即標準的個人汽車保險將停止提供保險。因此，要求 TNC 的司機需要具有商業保險。商業汽車保險一般承擔較高責任限額。其認定標準為商業車輛比私人乘用車行駛里程更多，且 TNC 車輛的乘客是客戶，並非自用車僅乘載朋友或家人，相較之下，商業用車所承擔之責任較重，範圍較廣。

然而就個人汽車保險或是商業保險的認定之間仍有一個覆蓋期的差距，就保險法上或應用範籌上需要哪些保險範圍。根據美國保險業協會(NAIC)2015 年 3 月的白皮書將之區分為三個不同的時期(如表 6 所示)：

- (一) 期間 1(等待期)：當 TNC 駕駛員登錄到 TNC 應用程式時，但尚無載客事實。
- (二) 期間 2(媒合期)：當 TNC 駕駛員經應用程式媒合並接受與潛在乘客的載運要求，但尚無載客事實時。
- (三) 期間 3(載客期)：當 TNC 駕駛員實際上載運乘客時。

TNC 應提供每人死亡和人身傷害至少 5 萬美元的初級保險，每事件死亡和人身傷害為 10 萬美元，至於財產損失則需保足 3 萬美元。TNC 可以通過以下方式滿足這一要求：(a)由駕駛司機負責承保所需保險；(b)由 TNC 負責承保所需保險；或(c)前二項(a)和(b)的組合。

此一期間 TNC 應投保每件交通事故最低 100 萬美元的商業責任險，此外，TNC 在進行

駕員的管理上應投保金額至少 20 萬美元的超額保險，以支付參與駕駛員使用車輛與 TNC 所提供的線上交易相關的責任，以及啟用應用程式或平台所衍生的相關問題。TNC 可以通過以下方式滿足這一要求：(a)由駕駛司機負責承保所需保險；(b)由 TNC 負責承保所需保險；(c)前二項(a)和(b)的組合。

表6 美國 TNC 保險規範

保險期間畫分	階段	定義	承保範圍 (加州 AB 2293 號法案 5433 條規定)
期間 0	自用期	自用小客車主未開啟 TNC APP	自用小客車主投保自用車險
期間 1	等待期	自用小客車主已登錄 TNC APP 並等待 TNC 指派載客訊息	TNC 投保商業保險 每人保險金額 50 萬美元的汽車保險 每次事故損害賠償上限為 100 萬美元 致他人財損之保險金額為 30 萬美元
期間 2	媒合期	自用小客車主接獲 TNC 指派媒合成功，前往載客途中	TNC 投保商業保險 每人保險金額 100 萬美元的汽車保險 投保乘客險為 100 萬美元
期間 3	載客期	自用小客車主接到乘客並將乘客送往目的地	TNC 在進行駕員的管理上應投保金額至少 20 萬美元的超額保險

TNC 需要為每輛私家車投保最低額度分別為 10 萬美元的第三者責任險和司機責任險；當私家車載有客人時，相關險種的投保額度需升至 100 萬美元。對於計程車，相關險種的最低投保額依不同情況分為 2.5 萬美元、5 萬美元和 10 萬美元，但不區分是否載有客人¹⁴。

2.4 韓國

2.4.1 營業小客車運輸服務的業態

韓國計程車有車行、個人二個業態，其服務除傳統巡迴攬客及電話叫車外，亦增加衛星叫車及第三人之 APP 媒合(稱之 KAKAO)。

依汽車運輸法第 2 條規定¹⁵：「汽車運輸業務係指滿足其他人的需求並使用汽車商業運輸乘客或貨物的業務……」，依此定義則大範圍地規範傳統之巡迴攬客、電話叫車至新興的衛星叫車及 APP 叫車等¹⁶。

所謂個人計程車係指個人計程車司機取得個人計程車經營許可，可自由攬客；另車行則是泛指一般計程車司機隸屬於計程車營運公司，其營業方式包含接受車行指派載客，亦可巡迴攬客。惟其二者駕駛人資格並無二致，有關計程車駕駛資格說明如下：

根據「大眾運輸法」第 24 條第 1 項第 1 款及大眾運輸法施行細則第 49 條第 1 項第 1 款

14 參考 <https://read01.com/kj8R3g.html> 瀏覽日期：2017 年 7 月 2 日。

15 <http://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1188988> 瀏覽日期：2017 年 5 月 10 日。

16 <http://www.techinasia.com/Uber-relaunch-south-korea> 瀏覽日期：2017 年 5 月 12 日。

規定，計程車駕駛必須年滿 20 歲且駕駛經驗一年以上；除具有一般駕照之外，尚需要有計程車職業駕駛執照(計程車駕駛專門的駕照)。欲取得計程車職業駕駛執照必須參加兩種測驗，即駕駛人心理測驗(駕駛品質測驗標準)及計程車駕駛資格考試。

(一) 駕駛人心理測驗：駕駛人心理測驗是為了衡量司機的人格和相關交通事故發展趨勢探測心理、生理和行為特徵的職業能力傾向測驗。

(二) 計程車駕駛資格考試

1. 參加計程車駕駛資格考試者，必須提供計程車協會一些必要的文件，包含資格考試自願書/申請書(含電子檔)、駕照、駕駛經歷證明書、駕駛人心理測驗證明書。
2. 依據「大眾運輸法」第 24 條第 1 項第 3 款、「大眾運輸法施行細則」第 49 條、第 52 條，筆試包括道路交通安全法規、地理環境等，測驗成績均須達 60 分以上即合格，方可取得計程車執業登記證。因故被撤銷、廢止執業登記證者，則被撤銷、廢止執業登記證當日起一年內，不得參加計程車駕駛資格考試。

另韓國將駕駛計程車之證照分為計程車駕駛資格證與計程車駕駛資格證明兩種，其差異如后：

(一) 計程車駕駛資格證是指通過計程車資格考試合格後，管轄機關¹⁷核發予個人攜帶式的國家資格證。其必須於通過考試合格放榜日 30 天內向計程車協會填寫計程車駕駛資格證申請書並附上兩張證件照，申請核發計程車駕駛資格證。

(二) 計程車駕駛資格證明，係放在計程車內部以供客人查看之證件，該證乃駕駛人取得計程車駕駛資格證後，填寫駕駛資格證明申請書，附上兩張證件照至交通安全局的一般計程車運輸業務處或是個人計程車運輸業務處辦理。

2.4.2 經營範疇

在韓國計程車招呼站或路邊皆可攔招計程車，亦可使用電話叫車，但車資會比在計程車招呼站或路邊搭乘的計程車稍貴。計程車的基本費用根據地區不同而有些許差異，主要依照里程距離及時間來計算車資。首爾的大部分計程車一般皆可用信用卡與交通卡來支付車資，但其他地區小都市，可能僅限現金結帳。計程車分類為：一般、國際、模範、大型等。

2.4.3 行政管制與相關規範

(一) 專業訓練教育

依據大眾運輸法第 21 條第 6 項：「計程車公司應教育每一位計程車司機，告知搭乘計程車的乘客必須繫上安全帶」，又依該法第 94 條第 3 項第 6 號規定：「若違反上述規定，即計程車公司若沒有向司機宣導教育乘客必須繫安全帶，將處以 50 萬韓元以下的罰款」。另第 25 條第 2 項：「隸屬於一般計程車公司的計程車司機均須接受專業訓練教育，若無接受訓練，則不得擔任計程車司機，教育內容如下：

¹⁷ 依據「大眾運輸法施行令」第 3 條及第 4 條，所謂管轄機關，是由不同的管轄的國土交通部長官，包括特別市市長、廣域市市長、特別自治市長、道知事(像是江原道 道知事)所組成。

1. 大眾運輸、交通運輸業務相關法律及道路交通法規。
2. 良好的服務態度及運輸秩序的確立。
3. 交通安全守則。
4. 緊急處置的方法(急救措施)。
5. 運輸業務及其他事項。

(二) 其他課責

1. 交通事故時採取措施的義務

依據大眾運輸法第 19 條第 1 項及大眾運輸法施行細則第 41 條第 1 項，計程車司機若發生交通事故，且事故並非自然災害，或無造成乘客死亡，除了油品類的管理外(可能引發爆炸事故)必須快速採取以下措施：

- (1) 快速地準備緊急運輸工具。
- (2) 快速地聯絡及通知傷者的家人及關係人。
- (3) 油類品的保管。
- (4) 所有有關傷者的保護及必要的措施等。

2. 重大交通事故的報告

依據大眾運輸法第 19 條第 2 項、大眾運輸法施行令第 11 條及大眾運輸法施行細則第 41 條第 2 項，一般計程車公司的計程車在發生下述的任何一個事故時(包含重大的交通事故)必須在事發的 72 小時內將事故報告書交給管轄的特別市長、廣域市長、道知事、特別自治市市長、道知事、特別自治道道知事：

- (1) 翻覆事故。
- (2) 火災事故。
- (3) 死亡 2 名以上、死亡 1 名且重傷 3 名以上或重傷六名以上的事故。

2.4.4 新興型態之營運模式

韓國計程車新興型態之營運模式大抵可分為 Call Taxi 及 APP - Kakao Taxi 兩種，說明如下：

(一) Call Taxi

Call Taxi 是指以電話呼叫計程車的服務¹⁸，必須額外支付叫車手續費，鑑於叫車服務公司事先提供司機的姓名以及車號，故比一般計程車較為安全。對於不方便使用電話的遊客，可使用國際計程車預約網站的中文頁面進行預約(國際計程車官方網址：<http://www.intltaxi.co.kr/?lang=cn>)，在首爾 Call Taxi 分為漢江 Call taxi 及漢江 Call earphone 兩類(如圖 2)：

¹⁸ <http://www.tour22.com/>:<http://www.greencall.co.kr/>:<http://www.hangangcall.co.kr/>，瀏覽日期：2017 年 5 月 15 日。

1. 漢江 Call taxi

使用漢江 Call taxi 時，須先撥打給漢江 Call 中心 1566-5600 配車，當配車成功時，漢江 Call 中心會把車牌號碼及司機的電話號碼傳送到客人的手機，司機亦會打電話確認客人位置及目的地。

2. 漢江 Call earphone

若使用 Call earphone，則必須在 Android 智慧型手機 play store 下載並安裝漢江 Call earphone 版本，智慧 call 的按鈕按下去就會到計程車叫車邀請畫面，輸入下車位置後，再按一次按鈕即可確認叫車，配車成功後，司機會打電話給顧客確認。惟智慧 Call 叫車，不能事先預約，只能在搭乘時立即預約。

Call Taxi 的優點是依自動汽車定位系統，隨時向呼叫中心發出距離最近計程車，可以使顧客即刻搭乘到車。在路上搭乘路過的 Call Taxi 時，費用與一般計程車相同，如透過呼叫中心叫車者，需多付 1000 韓元的叫車費。但計費器顯示的費用不足 10000 韓元時，包含 1000 韓元叫車費在內，最多需付 10000 韓元即可，計費器顯示超過 10000 韓元時，免收叫車費。另顧客亦可透過 GPS 知悉行車路徑，以確保安全。

(二) APP - Kakao Taxi¹⁹

由於韓國在 2015 年通過法案禁止私家車主提供計程車服務，所以首爾不能使用 Uber，但是在首爾熱鬧地區叫計程車不容易，只能使用 Kakao Taxi 叫車。因 KAKAO 因僅係媒合計程車與消費者間，並未如同 Uber 在韓國引起違法之爭議，目前 Kakao Taxi 是韓國最大規模透過 APP 叫車服務之資訊媒合平台，不只首爾適用，現已擴充至整個韓國都可使用，因 call 車不額外收費，且方便，故非常受歡迎。綜合民眾偏好使用 Kakao Taxi 之三大原因為：

1. 計程車難叫：在首爾熱鬧的地區很難找計程車，因為很多都已經被預約。
2. 省時省費用：多人一起坐計程車比坐地鐵更划算，還可以省走路去地鐵站的時間，尤其是點對點。計程車的起跳價為 3000 韓元，地鐵一個站是 1250 韓元，至短程之熱鬧地區，兩人以上坐計程車比坐地鐵划算。
3. 語言無障礙：用 Kaokao Taxi 全程不需與司機說話，在使用 APP 預訂計程車時，即已輸入目的地，只需上網找目的地的韓文，將其地址複製貼上 APP 系統便完成。

19 <http://www.kakaocorp.com/en/about/service> 瀏覽日期：2017 年 5 月 15 日。



한강콜택시 이용방법

1. 한강콜 센터(1566-5600)에 전화를 합니다.
2. 상담원이 연결되면 승,하차 위치를 알려줍니다.
3. 배차가 되고나면 고객님의 휴대폰으로 차량번호와 기사님의 전화번호를 보내드립니다.
4. 배차된 기사님으로부터 전화가 오면 위치를 상세히 알려줍니다.
5. 차량 도착 전화를 받으시면 안전하게 모셔드립니다.



한강콜 어플 다운로드

1. 안드로이드 스마트폰의 '플레이스토어' 에서 '한강콜' 어플을 다운받아 설치합니다.
2. 스마트콜 버튼을 누르면 택시요청 화면이 나오며 이때 해당사항과 하차위치를 정확히 입력한 후 택시요청 버튼을 누르면 택시요청이 됩니다.
3. 배차가 되면 기사님으로부터 전화가 옵니다.
4. 기사님과 통화하시고 차량이 도착하면 이용합니다.
5. 스마트콜은 예약콜이 아닌 실시간 배차만 가능하오니 이용에 참고하시기 바랍니다.
6. 전화콜 버튼을 누르고 전화걸기 버튼을 누르면 콜센터와 통화하면서 택시를 요청할 수 있습니다.

Hangangcall App

圖2 漢江 Call taxi 及漢江 Call earphone

感謝您使用 Kakao Taxi



打從心底平安的計程車
配車完成後，可以知道計程車的情報 - 安心！
也可以將計程車搭乘情報轉傳給 Kakao talk
上的朋友看 - 更安心！

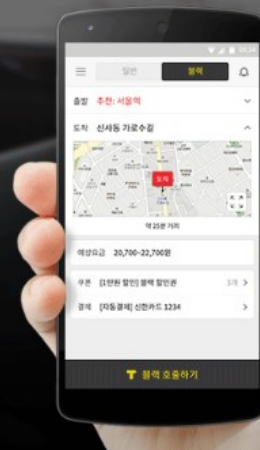
마음까지 편안한 택시

배차된 택시정보를 미리 확인할 수 있어서 안심!
탑승한 택시정보를 카카오톡 친구에게 보내고 더 안심!

更加平安、安心的 Kakao black taxi
從高級的車子、親切的司機到便利的
自動結帳，請試試看不一樣的計程車

편안함을 더한 카카오택시 블랙

고급 차량과 친절한 기사님, 편리한 자동 결제까지
자별화된 택시를 경험해보세요!



客人位置 251 公尺
三坪洞 Kakao 板橋辦公室
到
首爾 盤浦洞
新盤埔站 4 號出口
拒絕 接受



一起加入 Kakao taxi 吧！
大韓民國第一名的 Kakao talk 所製作的特別的
App，客人很多，使用也是免費的
現在立刻下載 Kako taxi 司機專用的 App 吧！
下載之後，立即加入會員

카카오택시와 함께 달리세요.

대한민국 1등 카카오톡이 만드는 특별한 택시 앱,
손님은 많고 이용은 무료입니다.
지금 바로 카카오택시 기사용 앱을 다운받고 회원 가입하세요.

카카오택시 기사용 다운받기



圖3 Kakao Taxi APP 示意

2.4.5 新興營運模式之消費爭議與管理作為

韓國相關交通法規規定，提供載運乘客的服務屬於計程車業務，其車輛和司機都要求持有營業執照，私人從事載客服務，將被處以最多兩年監禁或罰款 2 千萬韓元。在韓國，相關的叫車 APP 如 KAKAO Taxi 等，僅可用於合法車輛的媒合，如計程車或 Uber Black。若在未持有合格執照的情況下運用 APP 載客，在韓國現行法令下，均屬違法。故整體而言，韓國新興營運模式仍在既有規範下，若產生相關消費爭議可由原有規範處理，目前看似並無特定針對新興營運模式辦理之管理作為。

2.4.6 相關之定型化契約

韓國對於客運服務業之運輸服務定型化契約相當重視，其規定須於客運服務業成立時，即須擬定運輸服務定型化契約並送主管機關審查。依汽車運輸法第 9 條規定，當成立客運服務業時，應對其運輸服務有一定型化契約，並且其定型化契約須經主管機關之許可，於日後修改契約條款時，程序上亦應經主管機關之許可。惟此部分的定型化契約，是規範計程車業者與計程車駕駛之間的勞動契約，並非針對計程車業者或司機與消費者之間的定型化契約內容。

在業者與計程車駕駛間的勞工契約，是勞工向業主提供勞力工資的協議(勞動基準法第 2 條第 4 號)，業主在簽訂勞工契約的時候必須提供業主資訊與最短工時、加班、薪水、休假等訊息給員工(勞動基準法第 17 條第 1 項及勞工基準施行令第 8 條第 1 項)。又依據勞動基準法第 17 條第 2 項，業主必須提供工資的具體項目、結算方法、發薪方法跟最短工時，休假及年假的事項明細，法定規定的工時是 1 天 8 小時，1 週 40 小時，計程車的勞工契約簽署時，雙方一定要確認勞工條約，且雙方都須簽署，且依據勞動基準法第 114 條第 1 款之規定，若漏列法定指定條件，將處以 500 萬元以下罰款，故業者違反勞工條件，則可能負起損害賠償及終止勞工契約等權利。

2.5 英國

2.5.1 營業小客車運輸服務的業態

英國計程車主要分為黑色出租車(Hackney carriages/black cabs)和私人出租車(private hire vehicles/Chauffeur cars)。目前計程車之營運方式主要可區分為街頭攬客，招呼站排班及預約制(包含駐行、無線電、電打、網約)。街頭攬客及招呼站排班只適用於黑色出租車，私人出租車則須透過預約機制，不得街頭攬客或招呼站排班，違反其規定會有相關罰則。

2.5.2 經營範疇

黑色出租車主要營運性質為街頭攬客或招呼站排班，其經營範圍主要著重在點與點之間的接送。私人出租車除了點與點之間的接送，有些會提供專門接送服務給予特定族群，如辦理社交活動的族群(舞會、單身告別派對、企業活動)，私人接送服務(如富豪或重要人物)，

提供旅遊性質之導遊司機，或與特定機構簽約之接送服務。

2.5.3 行政管制與相關規範

(一) 黑色出租車

1. 取得黑色出租車執照

欲取得黑色出租車執照者須滿 21 歲(滿 18 歲即可申請)、合格駕照、英國居留及工作身分，通過包含英文 B1 檢定(等同於全民英檢中級)、倫敦街道知識檢定(the Knowledge)、計程車路考、無前科紀錄、及健康檢查等考核。街道知識檢定分成全倫敦知識(綠標章)及郊區知識(黃標章)兩種，取得綠標章者，可於大倫敦地區營運，取得黃標章者，則可於大倫敦九大郊區之一營運。倫敦街道知識檢定考生會收到一份街道知識資料袋(包含倫敦街道知識書和街道知識學習指引)，倫敦街道知識書列舉以查理十令(Charing Cross)為中心，六英里半徑內的 320 條道路，包含每條路上起點和終點的 0.25 英里半徑內的所有道路和地標，街道知識檢定分成七階段完成：

(1) 第一階段為自我評量

在開始的六個月內考生可以進行自我評量，檢測是否對倫敦街道知識書列舉的前 80 條道路的熟悉程度，此自我評量是非強制性的，不會存留紀錄。

(2) 第二階段為筆試

總共 30 題選擇題，五題道路知識題和 25 題主要地標題，總分 60 分，筆試則須在收到街道知識資料袋兩年內完成。

(3) 第三至第五階段為面試

一對一與考試官面試，每階段均為 20 分鐘，皆有四個問題針對倫敦某兩街道之最短距離之口試。

(4) 第六階段為郊區街道知識檢測

考生會再多學習 25 條郊區街道相關的知識再進行測試。

(5) 第七階段為合格者會前會

與其他成功完成前六階段的合格生會談及核發合格標章和執照。

2. 黑色出租車業者

個人或公司如要成為黑色出租車車隊業者，申請者須滿 21 歲，且提供前科紀錄資料及相關計程車違規紀錄。黑色出租車車隊業者須配合倫敦運輸署之規定，如經營車隊管理機制、計程車車輛檢驗之提供、車隊司機簡歷紀錄之保管、過期車牌歸檔。

黑色出租車牌須由業者申請，申請合格之車牌由業者所擁有。申請車牌時，其車輛須符合歐盟標準排煙六級規定、車輛硬體裝置規定如車齡(15 年)、輪距等及車輛軟體裝置規定如計費器、收費器等。如收費器須加有感應功能(contactless device)，可提供信用卡或是手機感應付款。車輛檢驗時，須準備如車輛註冊證明(V5c)、計程車檢查

證明(EEC Certificate of Conformity)、保險證明、排煙裝置、車輛牌照(vehicle excise licence)、計費器安裝證明(Certificate of Taximeter Installation)、相關證明如改裝等相關文件。

(二) 私人出租車

1. 取得私人出租車執照

欲取得私人出租車執照者須滿 21 歲、三年以上的合格駕照、英國居留及工作身分，通過考核包含英文 B1 檢定(等同於全民英檢中級)、地形知識檢定(topographical skills assessment)、無前科紀錄、及健康檢查。符合以上資格可透過網路填寫申請表格，或是利用電話、電郵提出申請表格要求。所有私人出租車車主必須屬於某公司的司機，值勤中須配戴駕駛標章。

2. 私人出租車業者

個人或公司如要成為私人出租車隊業者，須在倫敦設立至少一個派遣或是調度中心(operating center)和市話，這個派遣中心可在一個辦公室、市區中心或是住所地址設立，設立該派遣中心須透過當地相關單位取得許可。符合以上資格可透過電話或電郵提出申請。申請表格資料袋包含申請流程、101 申請表格、103 個人資料表、108 派遣中心資料表。寄回資料須包含 101 申請表格、103 個人資料表、108 派遣中心資料表、申請費(可透過信用卡或現金卡付費)、派遣中心許可證明。

私人出租車牌照分成小牌(small 最多只能用兩輛有牌私人出租車)和標準牌(standard 無車輛數限制)。申請私人出租車牌時，其車輛須符合歐盟標準排煙四級規定、車輛硬體裝置規定如車齡(10 年)、輪距等及車輛軟體裝置規定如計費器、收費器等。車輛檢驗時，須準備相關文件如車輛註冊證明(V5c)、保險證明、車輛牌照、相關證明(如改裝)等。

2.5.4 新興型態之營運模式

英國計程車新興型態之營運模式大抵可分為 Kabbee、Hailo、Gett、Comcab、Addison Lee 及 Dial-a-Cab 等，說明如下：

(一) Kabbee

Kabbee 是一個在大倫敦地區提供價格比較和預約服務的網路平台。它不是持牌車或/私人出租公司，Kabbee 是提供給持牌車或是私人出租車預約和付款的平台。客戶可以利用電話、Kabbee 網站或透過 iPhone 和 Android 中的 APP 軟體預約車輛。客戶可以與 Kabbee 的合作車隊直接聯繫預約(聯繫方式會在旅途確認通知單或是電子郵件以及「旅程」頁中皆有提供)。客戶可以預約私人計程車在大倫敦地區的任何地方接送，司機也可以帶客戶到英國的任何地方。要加入 Kabbee 的車隊須至少有 30 個優質車輛在該覆蓋區域行駛運用，且需要有效的許可證和數據派遣系統。

(二) Hailo

Hailo 是一個透過手機應用軟體與出租車司機和乘客配對的英國網路技術平台。於 2011 年在倫敦創立，2012 年底，Hailo 已在都柏林，波士頓，多倫多和芝加哥推出網路計程車平台。2013 年底，該公司在紐約市全面上市，並宣布將在該年底在馬德里、愛爾蘭地區、巴塞羅那、華盛頓特區、東京和大阪推出服務。在 2016 年下半年，Hailo 被屬於戴姆勒金融服務公司的德國電子商務公司 myTaxi 納入，成為最大的電子商務運營商。Hailo 電子派遣運營運用 GPS 技術，根據可用性和鄰近程度將出租車司機與乘客需求進行配對。The Hailo Passenger APP 可從 APP Store 和 Google Play 免費下載，適用於 iOS 和 Android。Hailo 乘客在 Hailo 智能手機應用程序上做兩次敲擊，以請求和確認他們的電子郵件。一旦司機接受乘客的電子搭乘需求，到達時間會根據路線資訊和即時交通資訊發送給等待的乘客。乘客可以指定他們是否需要提供輪椅的車輛或到指定的位置的固定價格票價(如機場)。Hailo 驅動程序包括社交網絡功能，可允許司機彼此警告街道需求，交通狀況，速度陷阱和道路建設障礙情形。即時旅行收據通過電子郵件發送給乘客，並包含旅行和付款資訊以及協助搜尋遺失物品的說明。

(三) Gett

Gett 以前稱為 GetTaxi，是一個連接客戶與運輸，商品和服務的平台。GetTaxi 由以色列企業家 Shahar Waiser 和 Roi More 創辦。Gett 目前在美國、英國、俄羅斯和以色列的 100 多個城市皆有服務，其預約車輛服務於 2011 年在倫敦推出。客戶可以通過公司的網站或 APP 軟體預約出租車或快遞需求。預約應用軟體可在 iPhone 和 Android 平台使用。Gett 於 2016 年收購 Radio Taxis，私人出租車派遣車隊，此舉讓在倫敦的 Gett 黑色出租車的總數達 11,500 輛。

(四) Comcab

Comcab 成立於 1974 年，一家私營公司，倫敦最大的持牌出租車車隊，也在利物浦、愛丁堡和阿伯丁提供服務。客戶可以透過電話、網站或是 ComCabLondon APP 應用軟體預約車輛(www.comcablondon.co.uk/App/)，ComCab 司機皆符合倫敦運輸局出租車和私人租賃監管機構資格，且通過安全檢查和持有 ID，每輛車都配備了最新的衛星導航技術。

(五) Addison Lee

Addison Lee 是一家位於倫敦提供預訂或提前預訂服務的私人租賃公司，該公司由 John Griffin 於 1975 年創立。除了作為私人租賃經營者，Addison Lee 還經營著一家私人客運公司，擁有 100 輛各種規模的客車。目前在倫敦、盧頓、劍橋、曼徹斯特、利物浦和愛丁堡皆有營運據點。Addison Lee 透過使用驅動程序 PDA，GPS 技術和簡訊來自動化和簡化管理大量派遣作業的過程。另一家 Climate Cars Ltd(www.climatecars.com)是一家倫敦私人出租車服務，其車隊中僅使用混合動力和電動汽車。2015 年，Climate Cars Ltd 被汽車服務公司 Addison Lee 收購。

(六) Dial-a-Cab

Dial-a-Cab 成立於 1953 年，其創始人和第一任主席為 Bonnie Martyn。黑色出租車可以

通過在倫敦的聯繫中心(020-7253-5000)、網站(www.dialacab.co.uk)或是公司的智能手機應用軟體，可在 iPhone 和 Android 平台使用。

2.5.5 新興營運模式之消費爭議與管理作為

英國政府針對國內計程車制定了一套收費標準與管理規範，合法的計程車(black cab)需要經過訓練才能拿到計程器(taximeters)，拿到計程器之後才能開計程車。目前在英國新興營運模式以 Uber 為例，同樣是以里程數與搭乘時間計價的 Uber，卻不需要受到計程車管理規範的限制，因此 Uber 可以自行調整乘車費率。在 Uber 進入英國後，英國計程車業控告 Uber APP 以 GPS 定位並計算車資，違反非黑頭車不得安裝計費表的規定。然而英國高等法院卻裁示傳統的計程車計費表不具有 GPS 功能，與 Uber 所使用的裝置不同，因此認定 Uber 並無違法。

實際上如乘客或司機有任何投訴和建議，僅能透過倫敦運輸署官網所提供的電話或是在網站上留言，目前在英國的各大新興營運模式，其所派遣的車輛均為符合倫敦運輸局出租車和私人租賃監管機構資格，且通過安全檢查資格，目前並無針對新興營運模式之特定管理作為。

2.6 新加坡

新加坡出租車行業發展有四個階段：獨立前自由放任政策(20 世紀 50 年代至 60 年代);集中化及整合階段(20 世紀 70 年代至 90 年代初);放鬆管制和自由化(20 世紀 90 年代末至 2000 年代);以及今天進入網路平台乘車預約等應用程式叫車服務²⁰。

網路平台乘車預約等應用程式的發展進一步增加了計程車運輸業的競爭。現有計程車司機現在必須與平台派遣出租車司機競爭。通勤者有更多的選擇，出租車司機可以通過更多的出租車預訂賺取更多的收入。2015 年 5 月，「第三方出租車預訂服務提供者條例草案」獲得通過，授權新加坡陸路運輸管理局(LTA)規範出租車部分的乘車預訂平台。2016 年 4 月，MOT 宣布，包括 UberX 和 GrabCar 在內的司機服務也將受到監管，以確保通勤利益和安全得到保護。

2.6.1 新加坡的出租車市場

根據新加坡陸路運輸管理局(Land Transport Authority 以下簡稱 LTA)的規定，出租車需由一定規模的公司經營，並取得 LTA 許可的出租車營業執照(TOL)始可營運。TOL 的持有人必須遵守 LTA 的服務質量(QOS)準則、相關的業務守則及審核核定標準等規定，否則 LTA 可以撤銷其許可執照。目前新加坡主要有 6 家出租車經營業者取得 TOL，根據統計至 2016 年底新加坡有 27,534 輛出租車，最大出租車業者為康福公司(Comfor Del Gro)約占出租車總數的 60%。而新加坡規定所有出租車司機除了必須符合基本的先決條件(包括必須年滿 30 歲、持有新加坡粉紅證 NRIC 公民、持有至少一年的新加坡駕駛執照及基本的英語能力)，還

²⁰ 資料整理自, LTA Academy, March 2010;以及 LTA website

必須完成 16 小時的新加坡出租車學院的培訓課程，並通過相關理論測驗，最後可向陸路運輸管理局申請核發的出租車司機職業許可證(TDVL)。許可證持有人可以接洽任何一間出租車公司，每天租用一輛出租車，其租金和相關利益在不同公司之間有所不同。截至 2016 年 12 月，新加坡共有 100,411 名 TDVL 持有人。

2.6.2 經營範疇

新加坡由於自用車擁有成本高，故出租車產業較為盛行，而新加坡的出租車行業是由出租車公司擁有車輛。新加坡人搭乘計程車方式和臺灣十分相似，主要有街上招車，在招呼站排隊等車及用手機叫車。但在街上招車部分，由於新加坡嚴格規公路沿線紅線與黃線不可路邊停車載客，故大多數民眾仍在計程車招呼站等候計程車，因此，計程車的路邊停車載客較不易。此外，新加坡的計程車駕駛本身不得擁有車輛，司機與計程車公司間是屬租賃契約關係，計程車出租業者所僱之司機透過支付固定的日常費用並向出租車公司租用營業用出租車。出策車公司旗下的司機都必須與出租車公司簽約，同意成為公司調度系統的一員。

以康福計程車公司(Comfort Group Ltd.)為例，該公司於 1995 年開始建置計程車全球衛星定位系統相關裝置，在 1997 年正式推出計程車派遣服務，透過電腦定位系統直接搜尋距載客點 2 公里內的空車，將訊息直接傳給距離最近的司機，司機收到此一資訊後，可以按鍵選擇接受或拒絕，若接受則訊息會直接傳回派車服務中心，並將相關資訊提供予租車需求之乘客後，司機即可直接前往載客；若司機選擇拒絕提供服務，則派遣中心會將此需求開放給 2 公里內之所有空車進行搶單，並由最先回覆的計程車來進行載客服務。此搶單服務原則上是當最近乘距離的司機拒絕提供載客服務時開始啟動，公司的調度中心會立即向所有 2 公里之內的空車傳播相關信息。由出租車司機決定是否要訂出價格來為客戶服務。調度系統將此預留分配給出價最快速的駕駛員²¹。

康福計程車派遣方式包括即時派遣系統及預約派遣系統二種主要模式，分述如下：

- (一) 即時派遣系統：提供叫車訊息接收器(mobile data terminal, MDT)予司機選擇是否接受派遣，此接收器有二種選擇模式供司機選擇，(A)自動接受派遣模式(auto mode)：一旦選擇此一自動接受模式，司機將所有派遣的決定權交予系統代為處理，系統媒合並指派予司機載客任務，司機不得拒絕。(B)司機選擇手動接受派遣模式(manual mode)：司機選擇手動接受派遣模式則司機可以自行決定是否接受系統派遣的載客任務。然而為免司機拒絕載客任務，且提高服務效率，康福公司在系統設計上，會將載客業務優先指派給系統上設定為自動接受派遣且距離乘客直線距離最近的空車。
- (二) 預約派遣：當有載運需求的乘客於 15 分鐘前提前預約叫車服務，即屬於預約業務，此項業務則開放給全部康福計程車司機進行搶單。

表 7 綜整了新加坡主要出租公司的車隊規模和車費結構。為了爭取客戶，所有公司都將出租車裝置在全球衛星定位系統中。登記在各出租車公司的車輛可被公司隨時掌握其位置及

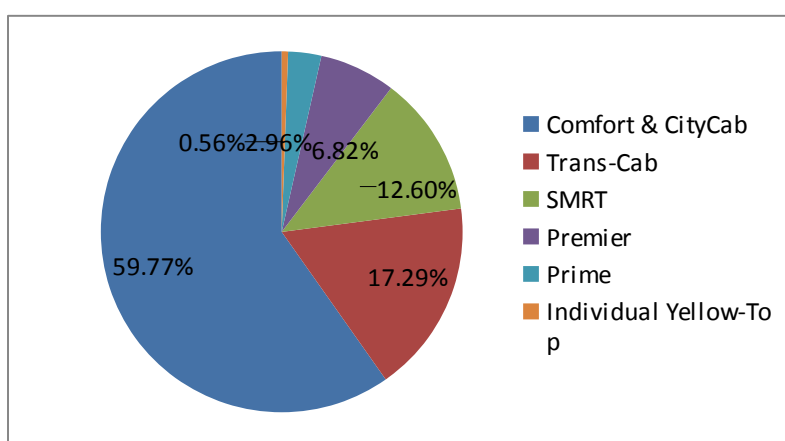
21 Auyong, H. (2014). Why GrabTaxi is giving Singapore's largest taxi operator a run for its money. Tech in Asia, Apr 21, 2014. 瀏覽日期：2017 年 5 月 15 日。

載客狀態，以便定位和發送相關乘車資訊給客戶。如同康福出租車公司，其他出租車公司也存在兩類出租車預訂模式：即時派遣模式及預約派遣模式。目前大部分的出租車的即時派遣是客戶要求出租車可以在 30 分鐘內到達。而預約派遣則必須是提前至少 30 分鐘向出租車公司提出預訂的請求。

表7 新加坡主要出租公司的車隊規模和車費結構

出租車公司	出租車數量	即時派遣預約費	預定派遣預約費	行車 1 公里內費率	計程費率
Prime Taxis	841	SGD\$3.5	SGD\$5.0	SGD\$3.0	1-10 公里內: SGD\$0.2/385 公尺 10 公里以上: SGD\$0.2/330 公尺
Premier Taxis	1938	SGD\$3.5	SGD\$8.0	SGD\$3.0	1-10 公里內: SGD\$0.22/400 公尺 10 公里以上: SGD\$0.22/350 公尺
Yellow-Top	158	SGD\$3.5	SGD\$8.0	SGD\$3.0	
Comfort Taxis	16976	SGD\$3.5	SGD\$8.0	SGD\$3.0	
Trans-Cab	4910	SGD\$3.3	SGD\$6.5	SGD\$3.0	
SMRT Taxis	3579	SGD\$3.3	SGD\$8.0	SGD\$3.0	

註:新加坡幣和美金匯率(1:0.73) 2017.10.20 匯率



資料來源:新加坡 LTA (2015 年 1 月)

圖4 新加坡出租車公司的車隊規模和百分比

而由圖 5 LTA 的 2012 年至 2017 年統計資料來看，其中 2014 年的計程車運輸業規模達到 28,736 輛，然而 2016 年下降到 27,534 輛，在新加坡計程車運輸業市場由六大主要持牌的計程車出租公司所佔有，其中康福公司所經營的車隊佔新加坡計程出租車總數約 60%(圖 4)。由此圖所呈現的趨勢，近幾年計程車運輸市場漸形萎縮，取而代之為加入線上第三方租車網路平台業者媒合派遣的出租車業者。



圖5 LTA 統計 2012 年至 2017 年計程車資料

2.6.3 新興型態營運模式

面對新興型態網路平台進行叫車媒合之運輸服務業，新加坡交通部長許文遠曾表示：「計程車司機是願意面對競爭的，但 Uber 司機不需要營業執照，是一項不公平的競爭」。但隨著新的商業模式不斷衝擊，新加坡總理李顯龍隨後指示：「面對 Uber 這樣打破舊有商業規則的新創事業，應該要檢討現行法規，創造一個更加公平的競爭環境，制定保護消費者權益的規定，並協助傳統業者轉型，一起享受商業創新的紅利。」

是故在新加坡，根據第三方網路平台業者製定了兩項新規定。第三方預約出租車服務業法案(The Third-Party Taxi Booking Service Providers Act 由 2015 年 9 月 1 日起施行)要求擁有 20 輛以上出租車之業者，必須向 LTA 註冊，並持有 LTA 核准之證書才能合法營業。該法案適用於乘車分享網路平台或手機 APP 軟體服務的出租車部分，並規定了確保車費透明度並避免出租車司機採取「摘櫻桃」(cherry-picking)¹²²行為的規則。

1. 不允許以競價(bidding)和預付小費(pre-trip tipping)的方式向乘客報價。第三方出租車公司收取線上預約費不能超過現行出租車公司向乘客預收的手續服務費用。
2. 乘車中的所有包括首公里費、里程預估、行駛時間及其他服務費和附加費用，司機必須於載客服務開始前事先告乘客說明。
3. 乘客預約出租車時，不需要提前告知司機其行程目的地(以避免司機可能拒載短程)。
4. 若預約出租車網路平台業者還提供實體非線上預約叫車服務，則其必須於預約出租車網路平台或行動叫車軟體中揭示，且清楚區分非網約車和網約租車服務的不同之處。
5. 遵守新加坡個人資料保護法(Personal Data Protection Act 2012)，保護乘客隱私權及相

22 專挑或選擇對自己有利的行為 <http://archive.businessweekly.com.tw/Article/Index?StrId=27104>

關乘車資訊的保護，此外，平台業者若有相關營運模式或規定變更必須於變更前 14 天通知 LTA，且必須同步至少於確定變更前 7 天通知註冊其公司派遣服務的司機及乘客。

新加坡政府於是在 2017 年 4 月宣布，網路交通公司將於 2017 年 6 月前全面合法化，並確立相關法規將其營運納入監管，其中包括要求司機為新加坡公民年紀介於 22 至 75 歲間(註冊時提示身分證明：NRIC The National Registration Identity Card)取得特定級別駕照(至少要級數 3A 以上)、登記私家車營業執照(Private Hire Car Driver's Vocational License)、保險，並進行健康檢查，既有的計程車駕駛人在經過約 2 小時的相關訓練後，也能用原有的計程車營業執照(Taxi Driver's Vocational License)轉換成私家車營業執照。而加入運輸媒合平台的司機，需具備 2 年駕駛經驗，並進修取得 10 小時的研習課程證明。據交通部高級政務部長黃志明介紹，這個新的法規的主要目標在於保障乘客的消費權益與乘車安全，同時兼顧點對點運輸業(point-to-point transport industry)的發展與創新，與此同時，政府也將積極輔導現有計程車從業人員適應行業新的變革。

由上述網路派遣業者的進程及新加坡官方的作法，均朝向調整法規以適應商業模式的革新的開放態度，同時盡量落實對消費者保障進行規範，對行業的新型態營運及資金的擴張進行有效的監管，以及加強對傳統從業人員的轉型輔導，打造一個可以公平競爭的遊戲規則²³，除了 Uber 外，新加坡也有提供類似服務的 Grab 與之競爭，促進交通運輸業的持續創新與發展。這些政策方向，都是值得我們借鑒與思考的。

2.6.4 消費者保護機制與保險規定

一、消費者保護機制

政府立法目的旨在保障人民生命財產安全。這些包括維護公共衛生和安全，保護消費者利益或維護企業聲譽等。然而，面對新創產業如果進入或管理條件太過嚴苛或繁雜則有礙整體經濟發展，此時法規可能成為新創產業進入壁壘。故各利益團體經常呼籲監管機構平衡各利益相關產業的不同需求，以確保市場保持競爭力。

涉及到公共安全的，網路平台媒合派遣業者就面臨到這樣的問題。在新加坡 Uber 和 Grab 指出，他們所招募的私家車司機皆已經通過內部的背景調查和基本服務訓練。且強制性要求其必須通過相關的相互評比系統(peer-to-peer rating system)服務標準，要求司機和乘客在每次旅行之後相互評估，而網路平台及行動應用程式亦提供了路線追蹤等安全功能。違反預期服務標準的駕駛員可能被暫停權，甚或被公司終止與之的合作契約。然而，涉及 Uber 和 Grab 司機的消費爭議仍時有所聞。

此外，當發生相關消費爭議時，在處理上仍存在許多的缺口，對現有法律範圍之外的其他糾紛僅限於網路運輸平台業者和司機的酌處權。在發生道路交通事故的情況下，新加坡的「汽車保險(第三方風險和賠償)法」已經規定所有車輛都要對第三方責任險進行投保，從而

23 蘋果日報國際中心，UBER 攻入獅城 號稱月入 15 萬，2015.09.09，
<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20150909/688369/> (最後瀏覽日：2017.09.22)。

允許乘客向司機及其保險人索賠。雖然 Uber 和 Grab 要求他們的私人租車司機必須承保類似於出租車的商業保險，以涵蓋汽車營運的商業行為。然而，私人租車司機所個人所承保的商業保險的確切保險條款可能會有所不同。而其他包括繞路遠行，服務態度不佳等客訴也可能難以從保險中獲得解決。

在新加坡，LTA 根據「道路交通法」規定了出租車司機的安全，駕駛執照和出租車預訂服務。出租車經營者必須使用車齡小於 8 年的車輛，並定期保養及維修車輛。計程車司機也必須經常進行基準測試，例如每月呈報計程車可利用率(以高峰時段計程車的百分比計算計程車最低每日行駛里程)，服務品質標準的評比，計程車司機安全駕駛行為檢測(如至少 92% 的出租車應達確實服務的標準，亦即預定的出租車應在 10 分鐘內到達；事故發生率不得超過每 0.02 次/100,000 公里)，以及每月公眾民意調查計程車服務。自從 2016 年以來，私人租車服務也被 PTC(Public Transport Council)要求納入點對點運輸服務客戶滿意度調查評比(Point-to-Point Transport Services Customer Satisfaction Survey)。

而計程車司機必須接受 60 小時的培訓課程，內容涵蓋道路安全，出租車相關法律規定，路線和服務質量提升等。隨著 PDVL(Private Hire Car Driver's Vocational Licence)的引入，私人租車司機也經過 LTA 的背景調查和醫療檢查，以及接受 10 小時的道路和乘客安全培訓以及相關規定。隨著 PDVL 培訓的引進，LTA 將出租車職業培訓簡化為 25 小時，並通過對全球導航定位系統等新技術的培訓進行了更新。此外，開放持牌的計程車司機也可以開私家車進行載客服務。

價格競爭隨著網路媒合派遣業者的進入而增加，票價結構成為出租車行業競爭的另一個重點。由於 Uber 和 Grab 之間的競爭，以及私人租車和出租車之間的競爭加劇，私人租賃票價因此下降。網路媒合派遣業者自進入市場以來就可以自由設定費率。UberX 和 GrabCar 的票價結構與現有的出租車費用形成競爭的形態。更有爭議的是，Uber 和 Grab 也採用了一種稱為「激增」或「動態」定價系統工具，這些系統根據乘車當時的供需情況浮動計價，價格資訊的無法掌握常引發乘客不滿意，因為他們覺得這些定價工具被過度收費，且浮動機制任意加價太過草率，消費爭議不斷，因此 Uber 和 Grab 對於票價也進行檢討。

相比之下，1998 年以來，新加坡的計程車收費已被放寬管制，讓計程車運輸業經營者可以自行計算車費，面對不同經營業者即有不同的費率，也常讓乘客無法掌握搭乘費率。基此，LTA 於 2016 年 1 月引入新的規定，按照距離和等待時間來規範計程車乘坐費率，同時允許一些價格競爭的降幅。直至 2017 年 3 月經過 LTA 的批准，Grab 與五家出租車經營者合作與網路媒合派遣平台業者皆使用動態定價系統(dynamic pricing system)。網路媒合派遣平台業者也不斷提出創新的乘載模式。Uber 和 Grab 都引入了其他較少爭議的新服務，例如利用共乘的方式以補充其現有的運輸服務。Grab 推出了 2015 年 11 月的 GrabHitch，與駕駛員和同路線乘客共乘配對(carpooling for drivers and riders)。Uber 還宣布計劃將其共乘服務 UberPool 引進新加坡市場。與私人租車服務不同，共乘服務其主要目的並非在賺取營運所得，涉及到乘客與同車司機共享交通費用。

二、保險規定

如其他國家一樣，新加坡車主需要保險才能開車。至少對任何司機的人身傷害至關重要。此外，GrabTaxi 和 Uber 都要求他們的司機商業保險費用要貴得多，新加坡一般保險業協會表示擔憂，很多司機在商業險部分並未保足。

出租車行業的這些變化為保險公司創造了一個利用點對點移動技術開發針對 PHV 的新產品的機會。第一家回應的公司是 AXA(安盛)，其與 GrabTaxi 合作，已經為該市場專門設計了首例「即付即用」(或者是載客里程數多少付多少保費)的付費政策(AXA Pay-As-You-Grab：「AXA PAYG」)。AXA PAYG 政策允許司機按每公里車輛行駛的距離支付，使得載客量有限的兼職司機可以根據每個月載客里程數來支付保險費，從而將司機節省高達商業汽車保險基礎保費的 30%，且保障內容仍同一般商用汽車保險，在新加坡首發，GrabTaxi 和 AXA 之間的區域合作夥伴關係旨在在不久的將來推出 AXA PAYG 模式到另外五個國家的 GrabTaxi 服務。這是 GrabTaxi 和 AXA 在 2015 年 11 月推出的人身意外保險計劃之後的第二次合作，該計劃涵蓋了 GrabTaxi 乘客的人身傷害，司機並無須擔負此項承保責任。

傳統上，PHV 司機在保險期開始之前，無論車輛是由個人還是 GrabTaxi 使用，都必須支付固定的年度保費，一般基本保險每年大約是介於 2,000 美元至 3,500 美元之間。另一方面，AXA PAYG 司機的基本保費為一般商用汽車保險費的 70%，另外還有 GrabTaxi 乘坐公車每公里增加 0.06 新加坡幣，相當於基準溢價的 100%。換言之，此一模式下，司機本質上只是按照他們的收入付款。例如，一名司機若其每年應支付商業保險為 3,000 美元，若其為加入 GrabTaxi 運輸網路平台業者旗下的兼職司機，則在 AXA PAYG 的計畫下，這名司機僅須先支付保費的 70%，亦即 2,100 美元的基本保費，若其每年行駛里程數達 8,000 公里，則司機須額外再支付 480 元的保費，整個商業保險費年度合計為 2,580 美元，較其原本的 3,000 美元減少了近 15%，

然而，對全職司機而言，PAYG 系統並無任何誘因，因為統計資料指出其最終付出與正常保費其並無差異。但此計畫立意著重在司機駕駛的里程數高，所得相對高，支付的保費自然就應該提高；反之，對兼職司機而言，他們全年度的載客里程很難達到全額保費的 100% 成本，根據 Grab 新加坡的統計，加入其公司平台的兼職司機中有超過 4 成的司機每周載客少於 10 小時，全年行駛里程約 8,000 公里，因此，若採 AXA PAYG 計畫將節省其商業保險的成本約 15%。在此基礎上，PAYG 模式也可以激勵各出租業者招聘新的兼職人員。

2.7 香港

2.7.1 營業小客車運輸服務的業態

根據香港運輸署(2017)，計程車是主要的客運公共交通工具之一。目前香港有 18,163 輛計程車，包括 15,250 輛市區計程車(紅色)、2,838 輛新界計程車(綠色)和 75 輛大嶼山計程車(藍色)，平均每日載客量接近一百萬人次²⁴，提供個人化運輸服務。法律規定，除個人手提

²⁴ 參考香港運輸署 http://www.td.gov.hk/tc/transport_in_hong_kong/public_transport/taxi/，瀏覽日期：2017 年 8 月

行李外，計程車不可以用作運載貨物，所以乘客不應使用租賃計程車作運載貨物用途。乘客可在招呼站排隊攔車²⁵、透過的士電召台²⁶或相關叫車 APP 叫車。

2.7.2 經營範疇

由於香港天然地理環境為一半島形式，總括含有香港島、九龍半島、新界內陸地區，以及 260 多個離島，因此香港運輸署考量整體地理環境限制與觀光發展，將香港的士分為三類：市區的士、新界的士及大嶼山的士，並以不同的顏色作為區分。但所有的士均可在香港國際機場客運大樓及香港的士尼樂園提供服務。

(一) 市區的士 (紅色的士)

市區的士 (紅色的士) 可在香港任何地區行走(東涌道及南大嶼山的道路除外)，乘客可透過的士電召台叫車。

(二) 新界的士(綠色的士)

新界的士(綠色的士)只限行駛於新界，不得進入市區。可在-屯門區、元朗區、大埔區、北區、馬鞍山區、西貢區大部分地方(將軍澳新市鎮除外)、落馬洲管制站(晚上十一時至翌日早上六時三十分)、落馬洲支線公共運輸交匯處、深圳灣口岸港方口岸區等地區執業。其亦可透過的士電召台叫車，新界的士並可沿指定路線接載乘客往返赤鱗角香港國際機場的客運大樓和地面運輸中心、青衣機鐵站、荃灣港鐵站、沙田威爾斯親王醫院、將軍澳醫院、沙田馬場、觀塘順利邨、香港迪士尼樂園、坑口港鐵站等。

(三) 大嶼山的士(藍色的士)

大嶼山的士(藍色的士)，只限在大嶼山及蠟角行走不得進入市區，其可透過大嶼山的士聯會叫車。

2.7.3 行政管制與相關規範

(一) 管理單位

香港計程車是由運輸署負責管理，舉凡牌照、駕照的發放、駕駛人管制、車輛檢驗以及費率的訂定都是其管理範疇。

(二) 牌照管理

在香港需要計程車牌照需先向運輸署申請，當運輸署接到申請後有以下幾種方式可發出新牌照：

1. 提出申請後以抽籤的方式決定。
2. 經招標及繳付投標價後若得標即可取得。

25 日。

25 參考香港運輸署香港區的士站 http://www.td.gov.hk/filemanager/en/content_276/taxi%20stand%20website%20as%20at%2016.02.2017.xls，瀏覽日期：2017 年 8 月 25 日。

26 參考香港運輸署的士電召台 http://www.td.gov.hk/filemanager/tc/content_276/31082017taxi%20call%20stn_chi.pdf，瀏覽日期：2017 年 8 月 25 日。

3. 行政長官會同行政會議認為適當的其他方式。

其中參加投標者，署長會依據該投標分配之計程車數目，發牌給獲署長接受投標者。投標獲接受的人，需在收到得標通知後 14 天內繳付投標價，並在 6 個月內取得獲分配數目之計程車牌照，否則將會失去領牌資格。運輸署發給登記車主的計程車牌照上，會以中英文指明該計程車獲發牌照可供出租或載客的地區，並且不得轉讓。

(三) 駕駛人管理

駕駛計程車正式駕駛執照的申請人，需先符合以下條件方可申請駕駛計程車正式駕駛執照：

1. 該申請人是永久性居民身分證持有人。
2. 該申請人是永久性居民身分證以外的身分證持有人，並且不受任何逗留條件所限。
3. 該申請人持有某一種類汽車的有效正式駕駛執照，而署長接納它是該申請人具能力駕駛其申請所涉種類的汽車的證明。

另申請人若有「道路交通條例」第 36 條（危險駕駛引致他人死亡）、第 39 條（在酒類或藥物影響下駕駛汽車）、第 39A 條（在體內酒精濃度超過訂明限制的情況下駕駛，企圖駕駛或掌管汽車）、第 39B 條（檢查呼氣測試）或第 39C 條（提供樣本以作分析）所訂罪行被定罪者，不得領取計程車駕駛執照，此部份現行作法係採申請人於申請表內自行聲明，並未附相關佐證，惟若經查有上述情事，將被罰款 5000 元港幣並拘禁 6 個月。

(四) 其他管理

車主須向環境保護署申請一份「引擎噪音及格證明書」及「引擎排放及格證明書」，並必須取得由認可實驗室發出的引擎噪音測試報告及引擎排放測試報告，計程車每年須接受檢驗以便續牌，計費表需每半年接受檢驗。

2.7.4 新興型態之營運模式

香港現行的「道路交通條例」(第 374 章)第 52 條(3)款規定，任何人不得駕駛或使用汽車；或容受或允許他人駕駛或使用汽車，以作出租或取酬載客用途，除非該車輛領有生效的出租汽車許可證。任何人士違反此規定即屬違法。故新型態營運模式在香港所遭遇到的問題與日本相似。依據目前的規定，無論是 Easy Taxi、Uber 或其他叫車 APP，若未持有許可證，在香港現行法令下，均屬違法。

然目前香港計程車新興型態之營運模式，大抵可分為快的 Taxi、HKTaxi、85 飛的 Taxi、Easy Taxi 和 Uber 等，說明如下：

(一) 快的 Taxi

快的 Taxi 適用於中國內地和香港，不過在中國內地的 APP 名字則是滴滴快的。快的 Taxi 和一般叫車 APP 的功能都一樣，只需要輸入目的地和起點、支持 GPS 定位系統、支持支付寶、微信支付車費、還有預約功能。但最大的優點是可以累積積分，以積分兌換抵車資或是免費換其他商品。

(二) HKTaxi

HKTaxi 擁有逾 30,000 名司機會員，是比較多香港人使用的叫車 APP。它支援中英文的介面，還可以儲存叫車的地點，節省打字和搜尋時間。這個 APP 另一個好處就是可以幫別人叫車。在「聯絡電話」一欄輸入家人或朋友的電話號碼，司機便可直接聯絡他們。

(三) 85 飛的 Taxi

85 飛的 Taxi，85 代表車資打 85 折優惠，而且購物商戶會不定期提供 8 折、85 折或 9 折的優惠，但不是每一個計程車司機都願意以 85 折優惠接單，所以如果急需要車的話，可能未必能滿足你的需求。

(四) Easy Taxi

Easy Taxi 與其他 APP 不同的地方是免通話費，獨家內建訊息系統讓你完全免通話費的叫車。

(五) Uber

Uber 是在全球最為人熟悉的叫車 APP，可是在 Uber 上叫的車不是香港的紅色、綠色和藍色的計程車，而是司機個人的車。由於這些車輛大多沒有出租汽車許可證，如果不幸遇上意外的話，白牌車或者不受第三者保險保障，所以保險公司也不會賠償予乘客，乘客只能自行向車主及司機索賠。

2.7.5 新興模式之消費爭議與管理作為

依香港現行的「道路交通條例」(第 374 章)第 52 條(3)款規定，任何人不得駕駛或使用汽車；或容受或允許他人駕駛或使用汽車，以作出租或取酬載客用途，除非該車輛領有生效的出租汽車許可證。故香港新興營運模式仍在既有規範下，若產生相關消費爭議可由原有規範處理，目前並無特定針對新興營運模式辦理之管理作為。

2.8 各國管理制度之比較

國內外計程車營運管理現況與新興營運模式比較如表 8，各國計程車營運除路邊巡迴攬客或電招者，亦包括計程車傳統無線電派遣、衛星派遣派遣及新興型態 APP 資訊服務管理的方式，甚者由資訊平台直接媒合乘客與司機儼然成為新趨勢。

以 APP 叫車而由第三方數位資訊平台業者從事運送媒合服務的新興型態交易模式，可以運用 GPS 衛星定位功能即時顯示車輛的運行實況等，使得消費者陷入犯罪危險的可能性非常低。再者，由於消費者係以信用卡付款，所以乘客與駕駛人之間關於現金收費的糾紛可以減少。由於實施消費者與駕駛人的雙方評鑑制度，消費者可於事前得知相關的乘車資訊，以迴避被評鑑不好的駕駛人，從而減少乘車的危險或避免其他消費上的糾紛，以上皆為利用數位資訊媒合服務之新興型態交易模式的優點。

由於網際網路服務提供者(Internet Service Provider, ISP)不論屬於何種服務類型，只要是從事營利行為就有納稅問題；又係向不特定的多數消費者提供有償服務，即有消費者保護之

公益問題。再者，為確實維護消費者之安全與保障消費者之權益，多數國家都要求網際網路服務提供者亦應加入保險制度，以確保消費者之損害賠償請求權。因此，電子商務平台或APP叫車媒合服務平台與消費者之間，不僅有民法上私人的權利義務關係；亦有基於公共利益的消費者保護問題，故兩者皆有受公法上行政管制之必要。

表8 國內外計程車營運管理現況比較表

國家 項目	日本	美國	韓國	英國	新加坡	香港	我國
主管機關	1. 國土交通省 2. 國土交通大臣 3. 地方運輸支局 4. 陸運部	1. 州政府 2. 交通局	國土交通部	倫敦運輸局	陸路運輸管理局	香港運輸署	1. 交通部 2. 內政部 3. 內政部警政署 4. 經濟部標準檢驗局 5. 國家通訊傳播委員會 6. 縣市政府 7. 縣市政府警察機關
規模要求限制	資本額	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	計程車客運業最低資本額以公司行號經營者新臺幣五百萬元以上。但個人經營計程車客運業不在此限。
	1. 法人計程車須具備車款、土地費、建物費、駕駛資金、保險費與租稅公課、汽車庫、最低車輛數 2. 個人計程車須自備駕駛資金70萬圓以上及車庫資金 車輛數	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	1. 計程車客運業以公司行

數								號經營者應具備全新小客車三十輛以上 2. 個人經營計程車客運業者以自購一輛為限，其車齡不得超過三年
收取費率	距離制 時間制	加州計程車按等過計里程或是待期間計費	計程車的基本費用根據地區而有些差異，主要依照里程來計算	未蒐集到資料	計程兼計時收費	未蒐集到資料	未蒐集到資料	計程兼計時收費，另依「公路客運及貨運運輸業客運相關規定，各縣市政府之運輸業者依實際營運成本與合理收入計算收費標準，送交各縣市政府審議實施。 駕駛人姓名、照片、車號、品行名稱、品牌。
資訊揭露方式	1. 以 APP 叫車時，駕駛人之姓名、照片、評鑑資料、車牌號碼等顯示於手機畫面上 2. 在運行中，手機之地圖上即時顯	(無規範)	計程車駕駛資格證明	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)	駕駛人姓名、照片、車號、品行名稱、品牌。

	示運行實況 3.單位價格之表示 4.品質保證之表示			取得出租車執照： 1.須滿21歲 2.英國居留及工作身分 3.通過英文BI檢定、倫敦街道知識檢定、計程車路考 4.無前科紀錄 5.健康檢查合格 6.街道知識檢定合格	取得出租車司機職業許可證(TDVL)： 1.必須年滿30歲 2.持有新加坡粉紅證NRIC公民 3.持有至少一年的新加坡駕駛執照 4.基本的英語能力 5.完成16小時的新加坡出租車學院的培訓課程並通過相關理論測驗	1.永久性居民身分證持有 2.永久性居民身分證以外 3.持有某種類汽車的有執照 4.不得有「道路交通條例」第36條、第39A條、第39B條或第39C條所訂罪行被定罪	1.未向警察機關請領執照登記不得駕車 2.具曾犯故意殺人、搶劫、搶奪、強盜、恐嚇取財、擄人勒贖等消極資格者，不准申辦經營計程車客運業登記 3.測驗及格參加執業前講習
駕駛人資格限制	1.證照制 2.許可制 3.接受專門機構的職業訓練 4.接受主管機關的行政指導 5.不能有其他暴力犯罪前科紀錄 6.不得違反交通法規受撤銷駕駛執照等之不良紀錄	以舊金山為例： 1.程車駕駛執照： (1)申請資格：提供指紋、通過筆試、通過體檢、完成駕駛訓練課程、提供12個月以內的近照及取得計程車行的任用通知 (2)審查標準：衣著整潔、無重大疾病或者嗜好而無法安全駕駛車輛、持有加州駕駛執照、具備每天至少駕駛四小時以上的體力、無犯罪紀錄、年滿21歲及具備英	1.年滿20歲且駕駛經驗一年以上 2.具有一般駕照、計程車職業駕駛執照 3.受專業訓練教育				

消費者保護機制	保險要求	自動車損害賠償要求 營業小客車業強行保險	文聽說讀寫的能力 2. 計程車牌照：需於申請前已先持有合格駕駛許可兩年以上	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	未蒐集到資料	計程車強制投保理賠死殘200萬元以及醫療費用20萬元的強行保險，而公路、市區汽車客運業、市區遊覽車客運業，以及計程車客運業等客運業者，皆須投保「旅客責任保險」，來保障乘客，且每一乘客死亡及殘廢保額不得低於150萬元。
---------	------	------------------------------------	---	--------	--------	--------	--------	--------	--

	個資保護	賠償責任	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)
	設置個人資料保護委員會，強化對消費者個人資料保護	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)	(無規範)

第三章 近十年計程車相關判決考察

3.1 業者/司機/消費者間之法律關係

3.1.1 司機、車行與消費者間法律關係

司機與計程車客運業間法律關係性質，依營運方式不同，可分為：司機以靠行方式營業、受僱於車行營業，或司機以個人車行營業等三種不同情形。

一、司機「靠行」營業法律關係

(一) 司機靠行營業屬於信託行為

最高法院 72 年度台上字第 3524 號判決，針對汽車運輸業常見「靠行」營業之法律性質，指出：「查汽車運輸業所稱之『靠行』，係指汽車所有人為達營業之目的，將汽車所有權移轉於車行，便成為權利人而為管理行為之謂，應屬信託行為一種，車行即為其受託人。依信託行為之本質，在信託人關係終止並信託財產(即汽車)經受託人移還前，應認受託人為信託財產法律上之所有權人，不得仍謂信託財產為信託人所有。以故，受託人在信託關係存續中，苟有違反信託契約之本旨處分信託財產，或為其他侵害行為時，信託人雖得本於信託關係請求賠償損害(回復信託財產原狀或以金錢賠償)，但無從本於所有權有所請求。」

(二) 靠行車輛所有權歸屬於車行

對於計程車靠行於運輸公司營業，靠行司機因執行職務，過失致乘客或第三人損害時，該第三人以肇事司機與車行為共同被告，訴請連帶賠償損害經勝訴確定，聲請查封其他非肇事司機所有而登記為公司名義所有之計程車時，該被查封車輛司機提起第三人異議之訴時，司法院第二廳研究意見指出：「甲、乙與丙車行間之靠行契約，性質上屬於信託契約(最高法院七十年台上字第六九三號判決參照)，即將超過其經濟目的之權利移轉與丙車行，使丙車行在法律上成為靠行車之所有人。但是在信託關係終止，受託人丙車行未將受託汽車交還信託人甲以前，不能謂該汽車仍為信託人甲之所有，甲不得本於所有權提起第三人異議之訴。」據此可知：現行司法實務認為司機購買車輛靠行後，車行成為靠行車輛之法律上所有人，被害人得對車行名下任何靠行車輛實行強制執执行程序²⁷。

(三) 司機、車行與消費者間法律關係

民法第 622 條規定，「稱運送人者，謂以運送物品或旅客為營業而受運費之人。」亦即透過定義運送人間接定義運送契約。自運送人之定義可以導出，旅客運送契約即乘客與運送

²⁷司法院 76.05.13(76)廳民一字第 2193 號函(民事法律問題研究彙編第 6 輯 342 頁)。另外，在臺灣高等法院 100 年度抗字第 851 號裁定中，靠行於大○交通有限公司之司機因車禍肇事負賠償責任。被害人對車行聲請假扣押車輛及其他財產，車行提起抗告主張計程車為伊營業用物品，依強制執行法第 53 條第 1 項第 2 款規定不得查封，伊本此釋明假扣押原因，顯屬無據。車行繼又指出所扣押之商業流動資金存款或用於公司管銷、或用於購買固定資產，前者為日常支出，後者為財產轉換，均非脫產行為。法院判決指出依抗告人前開主張，抗告人車行之財產確有易於處分或不能查封之性質，實難謂日後無不能或甚難強制執行之虞。從而就車行所提起之抗告，裁定予以駁回。

人約定搭乘計程車，運送人以旅客之運送為給付義務之內容的有償勞務契約。其類型特徵為：(1)以旅客之運送為給付義務之內容；(2)其勞務債務人以運送旅客為營業；及(3)為有償契約。靠行司機與車行間屬於信託關係。司機運送乘客，外觀上雖以車行名義營業，實際上並非為車行之利益，而是為自己利益，營業所得亦不需交付給車行，車行與消費者間難認有運送契約關係。是以，運送契約應認係存在於司機與乘客之間²⁸。至於，消費者信賴計程車外觀標示，司機駕駛計程車履行運送契約，也符合一般人所認「司機係為車行服勞務」、「司機受車行選任、監督」的社會通念，本於交易安全考量，實務上認為車行仍應為司機執行職務侵權，負民法第 188 條僱用人連帶賠償責任。

二、機受車行僱用營業法律關係性質

司機非以「靠行」方式營運，而係受車行所僱用時，不僅計程車所有權屬於車行，運送契約亦是存在於車行與乘客之間。司機受車行所僱用，接受車行勞務指示與監督，車行支付報酬予司機，司機是為車行服勞務，兩者存在僱傭契約之關係(民法第 482 條)。司機運送乘客，居於車行與乘客間運送契約之債務履行輔助人。車行於司機履行運送服務有故意或過失時致運送契約債務不履行時，對乘客不僅有契約責任(民法第 224 條參照)；於司機對乘客或第三人構成侵權行為時，因司機受僱於車行，依民法第 188 條規定車行亦應負民法第 188 條所定之僱用人連帶賠償責任。車行賠償被害人後，對司機則有求償權²⁹。

三、司機個人經營車行營業法律關係

依汽車運輸業管理規則第 92 條規定，具一定資格之營業小客車駕駛人得申請經營計程車客運業者，成為個人車行。個人經營計程車客運業者，不得兼營其他汽車運輸業或受僱為其他汽車運輸業之駕駛人。駕駛人個人自行擁有車輛，而以單一車輛從事計程車客運服務，與消費者間成立運送契約。對於消費者或第三人造成之損害，應自行依契約或侵權行為負損害賠償責任。

3.1.2 司機、運輸合作社與消費者間法律關係

依公路法第 56 條規定，計程車客運服務得以合作社組織經營，亦可依照計程車客運服務業申請核准經營辦法，成立公司並以辦理計程車客運服務業務為營業項目。

計程車運輸合作社係指依合作社法、公路法、地方制度法暨相關法令規定，由合作社主管機關及公路主管機關視實際需要輔導核准成立，其社員以在核定區域內，以小客車出租載客為營業之運輸合作社(計程車運輸合作社設置管理辦法第 4 條)。其社員以領有有效之營業小客車駕駛人執業登記證，且不能是經營計程車客運業(不含個人經營計程車客運業者)或計程車客運服務業者。從而，合作社社員有個人經營計程車客運業者，或已經取得小客車駕駛人執業登記證尚未領取牌照者，車輛所有權或歸屬於司機個人，或係承租而加入合作社營業

28 黃茂榮，論運送契約，植根雜誌 101 年第 28 卷 2 期，頁 19、22。

29 臺灣高等法院 103 年度訴易字第 6 號民事判決：「被告洪○○既為被告萬○公司僱用之計程車司機，車禍當時係駕駛被告萬○公司所有之營業小客車在外營業，在客觀上足認為與其執行職務有關，是被告洪○○於執行職務之際發生車禍肇事，不法侵害原告之權利，被告萬○公司依民法第 188 條第 1 項前段規定，自應負連帶賠償責任。」

者。而新加入社員所需營業之車輛，該辦法規定由社員自備，且每一社員以一輛為限，牌照登記申請書及行車執照亦應登載該社員為車輛產權所有人，並註記所屬合作社名稱(第 20 條)。

綜上，依合作社設置管理辦法第 19 條規定，計程車運輸合作社服務社員之業務與計程車客運服務業規定相似，除社員福利互助業務、計程車車輛牌照各項登記、牌照申領外，亦包含社員計程車行車事故之有關處理與社員計程車輛派遣業務。爰此，司機加入計程車運輸合作社為社員，依照合作社法第 1 條規定合作社之定義，係指依平等原則，在互助組織之基礎上，以共同經營方法，謀社員經濟之利益與生活之改善，並以社員大會為其意思決定機關。是合作社與社員之關係為組織體與構成員之關係，其間法律關係非屬僱傭契約。社員駕駛計程車營業，係自行與乘客締結運送契約，非為合作社之利益，但計程車外觀標示合作社名稱，可否因此認定外觀上係受合作社所僱用，或受合作社所選任監督，而應負民法第 188 條之僱用人責任，實務上先採肯定，後則改採否定之見解，爰此在社員司機造成消費爭議或侵權行為時，合作社並不負僱用人連帶賠償責任。

3.1.3 司機、車隊與消費者間法律關係

一、派遣以外其他客運服務性質

計程車客運服務業以公司型態經營客運服務業務者，依現行計程車客運服務業申請核准經營辦法第 3 條第 1 項第 6 款及第 2 項第 3 款規定，計程車客運服務業得接受車行、個人車行等計程車客運業及領有計程車駕駛人執業登記證之駕駛人委託，提供客運服務及車輛派遣業務。所謂「派遣」，依 100 年 3 月 28 日交通部原發布上開辦法第 2 條規定：「本辦法所稱派遣，係指接受消費者提出之乘車需求後，指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客之營運方式。」惟因應新創產業加入致經營型態丕變，為有效管理，交通部於 103 年 7 月 30 日修正前開辦法第 2 條規定：「本辦法所稱派遣，係指接受消費者提出之乘車需求後，以下列方式之一提供計程車客運業及其駕駛人服務並收取費用之營運方式：一、指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客；二、指派一輛以上計程車予消費者選擇後前往載客。」又依前開辦法第 10 條規定：「計程車客運服務業，不得購買計程車牌照，轉賣他人，或僱人駕駛，或出租經營。」據此定義，廣義之派遣計程車係指「利用先進定位與通訊技術及設備，並結合地理資訊系統與通訊系統，構建一派遣與營運系統，用於輔助計程車營運」，包含無線電及衛星派遣服務。

司機接受「計程車客運服務」，理論上會有消費者、車行、計程車客運服務業、司機間複雜關係。除車行與司機關係已如前述外，在派遣業務以外之其他客運服務業務上，限對同一公路監理機關轄區內個人經營計程車客運業者提供服務(第 3 條第 2 項第 2 款)。論其性質屬於勞務契約，服務業者受託提供各種服務與協助，個人車行則提供服務報酬，性質上屬於委任契約(民法第 528 條)。

二、派遣服務的三方關係

至於在「派遣服務」上，客運服務業者限對同一營業區域內之計程車提供服務(第 3 條

第2項第3款)，形成司機、計程車客運服務業與消費者間三方關係。司機或為車行與消費者間運送契約之債務履行輔助人，或自為運送契約當事人，業如前述。至於司機與計程車客運服務業(下稱品牌車隊)、消費者與品牌車隊間，究屬何種法律關係？不僅涉及契約定性，且與品牌車隊對於運送契約消費爭議，應負何種責任、責任範圍界定有關。按派遣是品牌車隊「指派」特定計程車或一輛以上計程車予消費者或供消費者選擇後前往載客。由於司機非受僱於品牌車隊，且運送契約存在於車行(或司機)與消費者間，品牌車隊似乎居於運送契約外第三方當事人地位。法律實務運作上，對計程車派遣性質的認定，仍有爭議。例如，公平會曾於計程車客運服務業結合處分案指出：計程車「派遣」業務之經營，係利用高科技設備輔助促進更多計程車駕駛人與乘客之「媒合」³⁰。「派遣」是否即為俗稱的「媒合」？

(一)「派遣」的意義與法律性質

教育部重編國語辭典修訂本，將「派遣」一詞，解釋為「差遣、派任」，與「調派」同義。在我國法制上，依其字面意義，原先是指調派、指派之意。例如，國家情報工作法第21條第2項規定：「情報機關為執行情報工作，得派遣情報人員駐外或各省(市)、縣(市)工作；…」。「中央政府機關首長及特定人士安全警衛派遣作業規定」及其他有關組織法、作用法規定，派遣兩字幾乎皆指調派、指派之意。此一派遣法律關係，僅指機關與屬員，即派遣單位與受派遣人員的雙方關係，性質上或為行政處分，或為事實行為。

另外，同為三方關係的是「勞動派遣」。勞動部訂頒的「勞動派遣權益指導原則」第2點第1款對「勞動派遣」定義為「指派自己僱用之勞工，接受他人指揮監督管理，為該他人提供勞務」。至於派遣勞工保護法草案第3條第1款對「勞動派遣」之定義，則是指「派遣事業單位指派所僱用之勞工至要派單位，接受該要派單位指揮監督管理，提供勞務之行為」。勞動派遣的法律關係是一種三方的勞動關係，係指派遣公司與勞工訂立勞動契約，於勞工同意維持勞動契約關係之前提下，使勞工在要派公司指揮監督下為勞務給付，要派公司與勞工間並無勞動關係存在，僅存有勞動力使用之指揮命令關係，至於因勞動契約成立而發生之雇主權利義務則存在於派遣公司，勞動法上有關勞工之僱傭、解雇、工資發放及工作規則制定等事項皆僅由派遣公司負法律上之主體責任，要派公司對派遣公司則負擔給付派遣費用之責任之謂也。此種特殊之勞動關係，可視為派遣公司將其勞動請求權乃至勞務指揮權讓與要派公司，勞動契約本質上仍存在於派遣公司與勞工之間。次按要派公司與勞工間之法律關係，則須視勞工對於事務處理之自主性而定，委任契約在授權範圍內得自行裁量事務之處理方式，勞工提供勞務則受僱主之指揮監督，自主性低，性質上屬僱傭契約³¹。

「勞動派遣」最大爭議是：派遣勞工於要派機關服勞務受有職災損害時，要派機關是否應負損害賠償責任的問題。對此，法院實務認為勞工雖然是由派遣機關所僱用，但要派機關，屬於「功能性的僱主」，係「事實上執行、實施僱主權限者」，在要派機關有未盡違反

30 參見2014年6月13日公平交易委員會公處字第103079號處分書，本案是台○大車隊股份有限公司與泛○計程車客運服務有限公司，因應申報結合而未申報，違反公平交易法處分案。相同見解，尚可參見2015年10月21日公處字第104108號處分書。

31 臺灣高等法院105年度重上字第1073號民事判決，司法院法學資料檢索系統審判書查詢標示第306-320行。

勞工安全衛生法規定之義務而使勞工受損害時，依最高法院 99 年度台上字第 820 號判決見解，要派機關亦屬勞工安全衛生法上之僱主，於違反勞工安全衛生相關規定，導致派遣勞工發生職業災害時，要派機關應與派遣機關連帶對勞工負民法第 184 條侵權行為損害賠償責任。

(二) 司機與品牌車隊間契約之性質

計程車客運服務業申請核准經營辦法第 2 條，對於派遣之用語亦為「指派」，是否該當前述勞務派遣，而將品牌車隊與司機之關係定性為僱傭契約，尚應視車隊與計程車司機的合作模式而定。

依現行叫車流程觀察，當乘客撥打車隊的叫車專線，表明叫車需求後，車隊即把乘客的叫車資訊，發送於加入車隊的計程車司機，當計程車司機於接受到車隊播送之乘客叫車訊息後，計程車司機得依其自身情況進行判斷，考量目前距離與欲前往搭載乘客地點之遠近、交通狀況、是否可能獲利及個人意願等因素，自由決定是否接運乘客，完全不受車隊所發出搭載通知之拘束。若計程車司機決定接運乘客，再向車隊回報，並由車隊通知叫車乘客派遣前往接運之計程車編號，以便等候前來接運之計程車。縱使計程車司機接受車隊派車通知後，拒絕載客，亦不會遭受車隊任何不利處分。此外，計程車司機對於運送旅客之路線，即其執行職務之內容，均得由自己自由斟酌決定。而計程車司機履行與叫車乘客之運送契約後，車資報酬皆係由司機自己收取，毋須將營業收入繳交車隊。與勞動派遣是勞工法律上僱主即派遣公司將其勞動請求權乃至勞務指揮權讓與要派公司(事實上或功能上僱主)不同。

依品牌車隊與司機合作模式觀察，司機既以支付固定費用之方式，向品牌車隊取得派車服務、商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權，並得自由加入、退出品牌車隊，亦即，品牌車隊僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，至於運送服務之內容則係由司機與乘客自行訂立，司機從事旅客運送契約業務應係為自己之利益，並非為品牌車隊之利益而提供其勞務。司機與品牌車隊間契約關係之屬性，因品牌車隊係提供有償服務，性質上可能成立有償委任契約、居間契約或者承攬契約。

由於司機加入車隊，需繳一筆「月租費」，租用车隊提供之無線設備及業者提供的派遣服務。有採繳交「較高額月租費」的「吃到飽」方案者；有採繳交「基本月租費」，但司機每次自車隊媒介載客時，品牌車隊另收取定額費用(成交每件 10 元)之方式。以「吃到飽」方案為例，車隊即使未指派該司機車輛，或未達司機訂立派遣服務契約之預期，車隊仍有受領報酬之權利，與承攬契約重在一定工作之完成、契約因報告居間或媒介居間而成立始有請求報酬之權利不合，難以認定係屬承攬契約或居間契約。

民法第 528 條規定：「稱委任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約。」民法第 529 條規定：「關於勞務給付之契約，不屬於法律鎖定其他契約之種類者，適用關於委任之規定。」因委任契約為勞務契約之典型，具有開放性、包容性，舉凡法律規定所謂能及的勞務契約皆可稱為委任。最高法院 79 年度台上字第 579 號民事判決亦指出：「民法第五百二十九條規定，關於勞務給付之契約，不屬於法律所定其他契約之種類

者，適用關於委任之規定。居間契約係指當事人約定，一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介；他方給付報酬之契約而言(民法第五百六十五條)。是居間契約為勞務給付契約之一種，其與委任契約不同者(一)居間之內容限於他人間行為之媒介，且以有償為原則。(二)居間人報酬之請求，以契約因其報告或媒介而成立者為限。(三)所支出之費用非經約定，不得請求償還(民法第五百六十八條)，從而居間契約之有關規定應優先於委任契約之規定而適用。」是以「吃到飽」方案型態接受品牌車隊提供服務司機，與車隊間之契約性質應定性為委任契約。

至於以基本月租型加上依媒合成功件數收取派遣費用而言，法律關係之性質則屬於委任與居間的混合契約。

(三) 消費者與品牌車隊間契約之性質

至於消費者與品牌車隊間契約屬性為何？亦應先釐清品牌車隊提供之服務為有償或無償，以利於將契約定性。倘消費者需付費才能使用品牌車隊所提供之服務，雙方可能成立有償委任契約、居間契約；倘屬無償，則可能成立無償委任契約或者居間契約。目前品牌車隊接受消費者以叫車專線提出乘車需求後，消費者須給付業者之報酬，依乘客係經由手機直撥(按秒計費，每秒0.1元)，或市話直撥(按市話費率計收)，或有另外加上資訊服務費(每分鐘3元)核算者³²。車隊為消費者提供締約機會，消費者以電話叫車時，車隊雖未直接向消費者收費，但品牌車隊與電信業者聯手，以手機直撥叫車時，電信業者除收受消費者使用電信網路資費外，品牌車隊則受有消費者於該次叫車服務時，電信業者扣除電信資費成本後之其他費用。換言之，消費者所支付的電話費用，由電信業者與品牌車隊拆帳，消費者以電話或手機直撥方式使用品牌車隊之服務，應屬有償契約³³。

確立消費者使用品牌車隊之服務為有償的勞務給付後，契約可能定性為僱傭、委任、居間或承攬契約。僱傭以一定的時段，而委任與承攬以一定事務之處理或一定工作之完成界定之³⁴。僱傭契約，民法第482條將之定義為「當事人約定一方於一定或不定之期限內，為他方服勞務，他方給付報酬的契約。」僱傭契約係受僱人為僱用人服勞務之契約，目的在於受僱人單純提供勞務，有如機械，對於服勞務之方法毫無自由裁量之餘地，受僱人應執行之職務的內容及其執行方法，僱用人具有指揮監督之權。消費者藉由品牌車隊提供叫車服務，對品牌車隊並無指揮監督之可能性，品牌車隊提供服務亦非著重一定或不定期間，與消費者間亦無經濟上、人格上或組織上的從屬性，難以認定雙方間契約關係屬於僱傭關係。

委任與承攬以一定事務之處理或一定工作之完成界定之。依該區別標準尚不能區分委任

32 參見臺灣大車隊網路叫車系統即時叫車使用條款第6點與大都會衛星電話叫車步驟說明。臺灣大車隊網址 http://web55688.55688.com.tw/TII_FRONTSTAGE/mainframe.aspx；大都會衛星車隊網 <http://www.mtaxi.com.tw/taxi/tel/> (最後瀏覽日期2017年7月2日)。另參見臺灣高等法院104年度重上字第935號民事判決。

33 參見叫車系列服務使用手冊，各品牌車隊與電信業者合作，由電信業者代收後付。網址 <http://sic.fareastone.com.tw/nsic/display/showDialogView.do?jsonData=eyJkb2NJZCI6IlBTMjAxNjExMTcyNzYifQ==> (最後瀏覽日期2017年7月2日)。

34 黃茂榮，債法各論(第一冊)，第八章僱傭契約。刊於植根國際資訊股份有限公司網站，網址 <http://www.root.com.tw/book/debt-08.html> (最後瀏覽日期2017年7月2日)。

與承攬。蓋一定工作之完成亦是一定事務之處理：一定事務之處理亦是一定工作之完成。所以其區別不存在於勞務範圍的界定方法，而在於其報酬義務之有無及發生要件³⁵。民法第490條規定：「稱承攬者，謂當事人約定，一方為他方完成一定之工作，他方俟工作完成，給付報酬之契約。」承攬契約之類型包含兩個特徵：完成一定之工作及給付約定之報酬。該兩個給付互相交換，構成對價關係。一定工作之完成的義務，為承攬契約與其他契約類型互相區別之特徵所在。以一定事務界定應提供之勞務的範圍，而就提供勞務之時間、地點或處理事務之方法，除有特約外，容許負提供勞務義務之債務人依其判斷決定，且不要求債務人因其勞務之提供，而必須獲致一定之成果者，為委任契約；在約定處理一定事務之契約中，進一步約定負提供勞務義務之債務人，關於該事務之處理，必須達到堪稱完成一定之工作，並以該一定之工作之「完成」界定其應提供勞務之範圍者，為承攬契約³⁶。

由於承攬人所負之義務僅在於有始有終依一定之工作規範完成約定之工作，否則，除非已完成之工作對於定作人有用，縱其不能完成非可歸責於承攬人，亦無報酬請求權(民法第512條)。以電話叫車，品牌車隊無論有無為消費者完成叫車工作，消費者均負給付給付報酬義務，且由電信業者代收後付予品牌車隊，與承攬契約要求完成一定之工作，及在工作完成後始受報酬之要件難謂相合，從而消費者以電話要求品牌車隊提供派遣服務，性質上非屬承攬契約。

民法第528條規定：「稱委任者，謂當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約。」委任契約可以是無償，也可以是有償。有償委任之報酬請求權並不以事務處理完畢為要件，民法第548條第1項雖然規定「受任人應受報酬者，除契約另有訂定外，非於委任關係終止及為明確報告顛末後，不得請求給付。」但同條第2項規定「委任關係，因非可歸責於受任人之事由，於事務處理未完畢前已終止者，受任人得就其已處理之部分，請求報酬。」自該項規定觀之，只要非可歸責於受任人之事由，於事務處理未完畢前已終止者，受任人即得就其已處理之部分，請求報酬。以叫車為例，品牌車隊接受消費者電話叫車，即屬於消費者以找到計程車搭乘之叫車事務委託品牌車隊，品牌車隊指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客，或指派一輛以上計程車予消費者選擇後前往載客之收費營運方式，性質上類似於民法第533條規定：「受任人受特別委任者，就委任事務之處理，得為委任人為一切必要之行為。」當業者受乘客特別委任後，乘客亦授與代理權使其與接受派遣的司機訂定運送契約。

此一電話叫車行為係屬有償委任性質，業者應負善良管理人之責任(民法第535條規定參照)。車隊為司機或個人計程車客運業者與消費者媒介乘車服務，在司機或客運業者與乘客訂立契約後，從中收取報酬。於此種營運模式下，業者之營業收入與消費者(個別消費者，或企業用戶)叫車數量有關，乘客甚至難以判斷司機、車行或者品牌車隊，孰為運送契約之相對人。

35 黃茂榮，債法各論(第一冊)，第八章僱傭契約。

36 黃茂榮，債法各論(第一冊)，第十二章承攬契約。刊於植根國際資訊股份有限公司網站，網址 <http://www.root.com.tw/book/debt-12.html>(最後瀏覽日期2017年7月2日)。

惟不論車隊與司機之關係屬於委任、居間、還是僱傭契約之關係，皆受忠實義務之規制³⁷。由於本文認為車隊與被派遣司機、被派遣司機與消費者間之法律關係屬於委任，委任契約強調當事人間信賴關係，依民法第 535 條規定，車隊對消費者應盡善良管理人之注意義務。民法第 188 條僱用人責任之規定，係為保護被害人而設，就受僱人之範圍，應從寬解釋，不以事實上有僱傭契約為限，凡外觀上可令人察知行為人係為他人服勞務而受其監督者，均係受僱人。實務上對於車隊因被派遣司機有侵權行為或債務不履行，是否應負有僱用人責任，並非拘泥於契約型態(事實上被害人亦未以契約債務不履行為訴訟標的)，而是考量車隊對被派遣司機有否指揮監督之關係而定。車隊依計程車客運服務業申請核准經營辦法第 17 條規定，對被派遣司機應盡維持服務品質、提供專業訓練、確認已投保旅客責任保險及解決消費爭議等責任，對司機顯然有一定之指揮監督義務。故對於被派遣司機所造成消費者損害，應負民法第 188 條僱用人連帶賠償責任。

3.2 法院判決考察

儘管政府一再宣導交通安全重要性，隨著汽機車數量增加，每年交通事故發生件數仍然持續攀升。在大眾公共運輸中，由於計程車需要巡迴攬客，應乘客指示將其運送至目的地，道路使用頻率相對較高，營業車輛發生交通事故致乘客或用路人死傷事件仍時有所聞。然計程車每趟載客所得報酬不高，乘客對於計程車駕駛人不依里程錶收費、任意提高報酬，或約定載客時間有所遲延等消費爭議，通常選擇私下和解、調解或向消保官申訴等訴訟外糾紛解決機制，案件未必全數進入法院循訴訟途徑解決。現行司法實務判決中，消費者與司機或車行乃至車隊間就事故致死傷或純粹接受運送服務所生消費爭議，尚無依契約請求債務不履行損害賠償之案例。幾乎所有判決，都以侵權行為作為損害賠償之請求權基礎。

為瞭解司法機關受理有關計程車駕駛肇事，因而導致乘客(消費者)或第三人受損害時，計程車客運業(計程車行、個人車行)、計程車客運服務業(運輸合作社、車隊)、司機及消費者或第三人間法律關係，本文完整搜尋各級法院判決並逐一檢視，發現與計程車肇事有關損害賠償訴訟，消費者或第三人受有損害，除向司機請求損害賠償外，於同一訴訟中通常將計程車客運業者、計程車客運服務業者列為被告，要求業者負民法第 188 條的僱用人責任。業者對司機侵權行為，應否負僱用人責任，與計程車營運模式有關。為釐清各方關係，特就以同一營運模式涉訟法院判決現況，予以分類說明。

3.2.1 司機肇事法律責任

本於「自己責任原則」，法院判決認定司機駕駛計程車肇事使乘客(消費者)或第三人受到損害時，只要其行為事實該當民法第 184 條規定之侵權行為要件，司機即應就其行為造成他人權利之損害負損害賠償責任。此一結果，於侵權責任之判斷上，並不因司機駕駛計程車營運係屬靠行營運、受車行僱用、個人車行、租用計程車或加入車隊接受派遣而有不同。

37 謝哲勝，忠實關係與忠實義務，月旦法學雜誌，第 70 期，2001 年 3 月，頁 128。

3.2.2 司機「靠行」營運肇事法律責任

一、最高法院對民法第 188 條僱用人之認定

有關民法第 188 條僱用人對於受僱人執行職務侵權，造成之損害應負僱用人連帶責任之規定，實務判斷上經常涉及當事人間有無僱傭關係，以及受僱人之行為是否執行職務之行為有關。對此，最高法院著有判決數則，為歷來各級法院判決實務所遵循。

最高法院首先以 45 年台上字第 1599 號判例指出：「民法第一百八十八條所稱之受僱人，係以事實上之僱用關係為標準，僱用人與受僱人間已否成立書面契約，在所不問」。此一判例對於僱用人責任，採事實上僱用關係為標準，即使當事人未訂立書面僱傭契約，只要事實上為他人所用，即應依民法第 188 條負僱用人連帶責任。最高法院在 56 年台上字第 1612 號判例中指出：「僱傭契約於當事人間，固以約定一方於一定或不定之期限內為他方服務勞務，他方給付報酬為其成立之要件，然其與第三人間之關係，受僱人既係以聽從僱用人之指示而作為，倘受僱人確係因服勞務而生侵害第三人權利之情事時，僱用人即不能藉口曾與受僱人有何約定，而諉卸其對第三人之責任。」據以在此一具體個案中認定司機以其自己汽車加入公司聯營，對外營業均係用公司名義，則司機之營業行為，對被害之第三人而言，即係自處於受僱人之地位受公司之指揮監督，應由公司負僱用人之責任。最高法院在 57 年台上字第 1663 號判例中進一步指出：「民法第一百八十八條第一項所謂受僱人，並非僅限於僱傭契約所稱之受僱人，凡客觀上被他人使用為之服務勞務而受其監督者均係受僱人。」換言之，無論有無僱傭契約之存在，只要受他人指示，為之服勞務而受其監督者，該他人即應負僱用人責任。

二、車行是否對靠行司機負僱用人責任？

(一) 最高法院判決演變

最高法院 77 年台上字第 665 號民事判決對司機「靠行」營運肇事，車行是否對乘客或受害第三人負法律責任，有詳細說明，經常受各級法院判決引用。本判決案例事實係因計程車司機靠行營業，因駕駛不慎致使乘客受有雙眼失明及亂視之重傷害，乘客向司機請求損害賠償，並依民法第 188 條規定請求法院判令車行負僱用人連帶賠償責任。臺中高分院原審判決以肇事車輛係司機甲所有並靠行於乙車行，其將車輛出租與第三人丙，丙再擅自將該車輛交與肇事司機丁駕駛。丁與乙車行間並無僱傭關係存在，而肇事車輛雖漆有靠行車行之乙公司名稱，但靠行車輛，僅由車行繳稅，而向靠行人甲收取費用，丁駕駛該肇事車輛既為車行所不知，難謂丁客觀上有受車行使用(僱傭)為之服勞務而受其監督之關係存在，自難認定乙車行係丁之僱用人，從而判決乙車行不須對丁負僱用人責任。對此，受害乘客不服原審判決提起上訴，最高法院以下述理由廢棄原判決，發回更審。最高法院判決略謂：「目前在臺灣經營交通事業之營利私法人，接受他人靠行(即出資人以該交通公司之名義購買車輛，並以該公司名義參加營運)，而向該靠行人(即出資人)收取費用，以資營運者，比比皆是，此為週知之事實。是該靠行之車輛，在外觀上既屬該交通公司所有，乘客又無從分辨該車輛是否他人靠行營運者，則乘客於搭乘時，祇能從外觀上判斷該車輛係某交通公司所有，該車輛之司

機即係受僱為該交通公司服勞務。按此種交通企業，既為目前臺灣社會所盛行之獨特經營型態，則此種交通公司，即應對廣大乘客之安全負起法律上之責任。蓋該靠行之車輛，無論係由出資人自行駕駛，或招用他人合作駕駛，或出租，在通常情形，均為該交通公司所能預見，苟該駕駛人係有權駕駛(指非出自偷竊或無權占有後所為之駕駛)，在客觀上似應認其係為該交通公司服勞務，而應使該交通公司負僱用人之責任，方足以保護交易之安全。」而此一判決說理，為各級法院判決實務所引用，亦受最高法院其後之判決所維持³⁸。

其後，最高法院 77 年度台上字第 1699 號判決，更以法規目的肯定車行應對靠行之司機負僱用人責任，判決理由略謂：「民法第一百八十八條第一項所定，僱用人之連帶賠償責任，係為保護被害人，避免被害人對受僱人請求賠償，有名無實，而設之規定，故此之所謂受僱人，並非僅限於僱傭契約所稱之受僱人，凡客觀上被他人使用，為之服勞務而受其監督者，均係受僱人。」最高法院 78 年度台上字第 207 號判決除再次重申上旨外，更進一步指出：「民法第一百八十八條僱用人責任之規定，係為保護被害人而設。故此所稱之受僱人，應從寬解釋，不以事實上有僱傭契約者為限。凡客觀上被他人使用為之服勞務而受其監督者，均係受僱人。亦即依一般社會觀念，認其人係被他人使用為之服務而受其監督之客觀事實存在，即應認其為該他人之受僱人。至於該他人之主觀認識如何，要非所問。」換言之，藉由一般社會觀念的說理，使民法第 188 條僱用人責任，得以從寬適用。

(二) 其他各級法院判決

受前述最高法院對司機「靠行」，不論是貨運業或營業小客車(計程車)，車行對司機應負僱用人責任之見解看來，各級法院對於計程車靠行營業，致乘客或第三人受損害的實務判決，亦均認為車行對被害人應負民法第 188 條之僱用人連帶責任。惟說理上，亦有不同，茲依判決理由分述如下。

1. 營業小客車既係靠行於公司營業，在客觀上足以使人認司機係為公司服務而受其監督³⁹。
2. 計程車既標示車行名義，司機以之營業搭載乘客，客觀上顯足以認定係為車行服勞務而受其監督⁴⁰。
3. 公司就是否允許司機靠行，以公司名義營業，具有決定權，且靠行後，若司機違反約定，亦可終止其靠行關係，其對司機使用其名義營業，仍有監督之權，是兩者之間外觀上存有選任、服勞務及監督關係，與僱傭無殊⁴¹。
4. 公司在簽立契約前，已預見契約存續期間，須對司機駕駛計程車肇事未和解或行車事故負擔民事責任，仍決定與其訂立契約，亦即其是否讓司機靠行而提供所有之營

38 如 87 台上 86、99 台上 1496、100 台上 2149 號等判決。

39 如台高院 96 上 265、士林地院 99 訴 585、臺北地院 103 北簡 969、台高院 105 上 1156 等判決。

40 如高雄地院 89 重訴 189、台高院 95 上易 1053、台高院 96 上 639、台高院 96 上 826、台高院 98 上易 603、台高院 99 上 1267、台高院 104 上易 46、新北地院 103 訴 1876、台高院 100 上易 393、台高院 101 上 58、台高院 102 上易 1158、台高院 102 訴易 38、臺中高院 104 上易 420、臺中地院 105 原訴 2、台高院 106 上易 44 等判決。

41 如台高院 96 保險上易 7。

業小客車牌照予司機營業使用，其有決定之權，其與司機之間仍具有選任之關係。依契約約定，司機有違規或違約行為時，公司得終止契約，以及靠行乃信託關係，著重在當事人間之信賴關係，得類推適用民法第 549 條委任契約之任意終止：「當事人之任何一方，得隨時終止委任契約。」規定，公司有隨時終止契約之權利，無形中對該靠行之司機使用其名義與牌照營業，仍有監督關係，是公司與司機之間仍存有選任、服勞務及監督關係，與僱傭無殊⁴²。

5. 以臺灣社會所常見計程車靠行之情形而言，其外觀上計程車為經營人所有，靠行之計程車司機係為車行經營人服勞務，是車行經營人自應就計程車司機執行職務中所為之侵權行為負僱用人賠償責任。觀諸最高法院早期所著 77 年度台上字第 665 號、78 年度台上字第 207 號判決即採此見解，再到十餘年前，最高法院 87 年度台上字第 86 號判決仍維持相同判旨，乃至晚近之最高法院 103 年度台上字第 346 號判決，依舊執此見而廢棄下級審之相反判決(堅守以有選任權限為歸責基礎)，可見此已為司法實務向來穩定之見解。在無明確而迫切之理由下，本院基於法安定性及平等原則，認為上開見解，於本件中亦有適用⁴³。
6. 被上訴人主張，無論自外觀上而言，被上訴人於搭乘時僅得以判斷系爭車輛係享裕公司所有，系爭車輛司機曾水榮係為享裕公司服勞務，另自系爭事故發生後享裕公司積極介入呂景煬求償之情形判斷，亦應認曾水榮係為享裕公司服勞務，而應使享裕公司負僱用人之責任，以保護交易之安全等語，揆諸上開說明，應屬可採。曾水榮於形式上觀察，及享裕公司於系爭事故發生後所為均足認為享裕公司受僱人及使用人，業如前述，上訴人僅以其與曾堯山內部靠行契約及曾水榮之所得資料否認曾水榮非其受僱人，自不足採。又行政機關規定計程車靠行制度係為國家管理監督方便，以保障全體消費者之交易安全，至車行與靠行車輛間之權利義務如何，自非消費者需於使用計程車前應先予了解或事實上可能了解者，更非消費行為之常態。況且車行就靠行費用如何收取、靠行車輛應如何遵守車行之監督要求，甚至靠行車輛發生交通事故與車行間之賠償分擔責任等，均非車行於接受車輛靠行時所不能預先約定以分散風險者，如車行未能事先自行規劃，於事故發生後，再以靠行費用微薄、事實監督困難，將監督靠行車輛之責任推卸殆盡，任由消費者自行承擔交易風險，並於損害發生後求償無門，顯違國家制定計程車靠行制度之目的⁴⁴。
7. 法院認為 A、認定民法第 188 條第 1 項之僱用人責任時，不著重於僱用人與行為人間之實際之勞務提供及薪資給付關係，而立於被害人立場，得依外觀認定行為人是否係為僱用人執行職務(關於靠行計程車之僱用人責任，最高法院 103 年度台上字第 346 號也採用「客觀上是否足使他人認係為其服勞務而受其選任監督」之標準)。「靠行」之車輛，在外觀上既屬經營人所有，他人無從分辨該車輛是否他人靠行營運，

42 如臺北地院 95 重訴 957、台高院 96 上 826、臺北地院 105 訴 1321、台高院 105 上 1465、台高院 105 上易 152 等判決。

43 如士林地院 103 訴 530、台高院 103 上 385 等判決。

44 如高雄高分院 97 上易 174 判決。

只能依外觀上判斷該車輛係某經營人所有，該車輛之駕駛人係為該經營人服勞務，自應認駕駛人係為經營人服勞務，而使經營人負僱用人之責任。B、從信託及借名登記法律關係看靠行計程車之僱用人責任，系爭計程車登記於公司名下，車身兩側均明顯有公司名稱字樣，不論被告司機與車行間之靠行關係係信託或借名登記關係，就被告以外之第三人而言，司機駕駛登記於公司名下、車身有公司名稱字樣之計程車，客觀上均呈現司機受公司僱用之外觀。C、從行政管制法規解讀靠行計程車之民法僱用人責任，法院認為關於計程車之行政管制，公路法採取限制數量之嚴格許可制，其許可之方式，據「汽車運輸業管理規則」規定係採雙軌制，分為「計程車客運業」與「個人經營計程車客運業」兩者，在此雙軌之行政管制下，駕駛人個人自行擁有車輛，而以單一車輛從事計程車客運服務之情形，應依上開規定申請「個人經營計程車客運業」之許可，是否得以「靠行」方式，形式上進入「計程車客運業」，而實質上卻幾乎從事「個人經營計程車客運業」，將雙軌之行政管制架空，自上開法律規定之內容，已偏向否定。「汽車運輸業管理規則」第91條之1第1項規定「計程車客運業由其駕駛人自備車輛參與經營者，應與駕駛人就有關權利義務事項訂定公平合理之書面契約，規定中所使用之文字「自備車輛參與經營者」與實務上之「靠行」方式相似，但依此規定而「自備車輛參與經營者」，仍將該駕駛人視為計程車客運業所僱用之內部人員(即條文所使用之「『由其』駕駛人……」「提供駕駛人服務」)，該計程車客運業就駕駛人執行職務之行為，仍然負民法僱用人責任。公路法第77條第2項106年1月4日修正後之規定，維持許可經營業者之獨占市場權利、犧牲市場自由競爭下可能之消費者利益，而特別重視行政管理，自其高額罰鍰、吊銷駕駛執照之立場，顯示我國法秩序對於計程車客運有關行政管制，不論就經營計程車客運業之業者、或就駕駛人本身，均採取之嚴格立場。則實務上所稱「靠行計程車」，若是指具備(甲)使用計程車客運業之公司名稱、(乙)由駕駛人自行營運、(丙)計程車客運業不承擔該駕駛人執行業務所造成之民法第188條第1項所規定僱用人責任等三者之要件，法院認為如此理解下之「靠行計程車」，與上開嚴格行政管制之立場相左，欠缺法律依據，且使雙軌制之計程車許可失其效能，不是現行法秩序所容許之解釋結果。交通部依公路法第79條授權發布「計程車客運服務業申請核准經營辦法」，其第3條第1項第4款規定「計程車客運服務業得接受委託辦理下列服務業務：四、行車事故之有關處理事項。」及第17條第1項前段規定「計程車客運服務業對受託服務之車輛發生行車事故時，應協助或代為處理。」明示計程車客運業對於其名下計程車所生事故，有「處理」之法律上義務，此義務與民法第188條所規定之僱用人責任相互呼應。綜上，法院認為計程車車身上明顯有公司名稱字樣，自事故被害人立場觀之，司機有受公司僱用之外觀、不論從信託、借名登記、計程車客運業行政管制等面向，均肯認公司就司機所造成之本件事故，具有民法第188條所規定之僱用人地位⁴⁵。

45 參照臺東地院105重訴1。本件判決對於靠行法律關係及法律效果，自各層面考察，得出僱用人應負連帶責

三、僱用人責任與「執行職務」等抗辯

由於民法第 188 條第 1 項規定：「受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。」僱用人成立連帶責任，主要以受僱人「執行職務」為前提。而「執行職務」之定義與認定標準，實務見解有二：(1)客觀說：最高法院 42 年台上字第 1224 號判例意旨指出：「民法第一百八十八條第一項所謂受僱人因執行職務不法侵害他人之權利，不僅指受僱人因執行其所受命令，或委託之職務自體，或執行該職務所必要之行為，而不法侵害他人之權利者而言，即受僱人之行為，在客觀上足認為與其執行職務有關，而不法侵害他人之權利者，就令其為自己利益所為亦應包括在內。」換言之，受僱人之行為是否屬於執行職務之行為，主要以行為的外觀作為判準基礎。(2)內在關聯說：僱用人責任的依據，係使用他人，享用其利者，應承擔其害，負其責任，僱用人並具有較佳能力，得藉商品勞務的價格或保險分散損害。準此以言，關於執行職務範圍的認定，應採「內在關聯」的判斷基準，即指凡與僱用人所委辦職務具有通常合理關聯的行為，對此僱用人可為預見，事先防範，並計算其可能的損害，內化於經營成本，予以分散⁴⁶。關於計程車司機肇事，車行經常以司機所為行為非屬執行職務作為抗辯，相關事例與判決結果，分述如下。

(一) 靠行車輛，司機於事故發生時未載客

法院援引前開判例，說明所謂執行職務者，係指受僱人之行為，在客觀上足認為與其執行職務有關；申言之，職務上之行為、職務上予以機會之行為及與執行職務之時間或處所有密切關係之行為，皆屬執行職務之行為(最高法院 42 年台上字第 1224 號判例意旨、84 年度台上字第 1125 號裁判意旨參照)。公司雖抗辯乙在外營業一切盈虧均由乙自理，乙並非受僱於翊○公司，乙於事故發生並未載有乘客，並非營業中肇事，法院則認為翊○公司與乙之約定係屬其契約內部問題，在客觀上足認翊○公司僱用乙為其服勞務，自不得以其契約約定對抗第三人，且乙駕駛上揭計程車營業，即係營業載客，則不問車上有無載有客人，均屬執行駕駛職務，翊○公司抗辯，殊無可取⁴⁷。

(二) 靠行車輛，司機因故毆打乘客

法院判決指出：計程車司機執行駕駛職務，其所應為之給付當指安全將乘客載運至指定之目的地，其於駕駛過程中違反安全運送義務所發生之故意或過失侵權行為，非僅限於過失所致之交通事故，即如司機於駕駛運送過程中發生毆打、恐嚇或搶奪乘客等故意不法侵權行為，亦均屬民法第 188 條第 1 項所謂受僱人因執行職務不法侵害他人權利之行為。本件上訴人漢○車行接受計程車司機之靠行，自係經營載運乘客業務，則被上訴人甲於載送乙途中，因行駛路線與之發生爭執，進而毆傷乙，並恐嚇乙交付 1,000 元，依上開說明，自屬受僱人因執行駕駛職務不法侵害他人權利之行為⁴⁸。

(三) 靠行車輛，司機乘機性侵乘客

任之結論，判決理由分析詳盡透徹，值得參考。

46 王澤鑑，僱用人無過失侵權責任的建立，民法學說與判例研究(一)，頁 19，自刊，2009 年 12 月版；同氏著，侵權行為法(第二冊)－特殊侵權行為，頁 131，自刊，2006 年 7 月版。

47 如台高院 96 上 265、台高院 106 上易 44 等判決。

48 如台高院 96 上 639 判決。

最高法院對於靠行車輛司機，乘機性侵乘客一案判決中指出：「按民法第一百八十八條第一項所謂之受僱人因執行職務不法侵害他人之權利，不僅指受僱人因執行其所受命令，或委託之職務自體，或執行該職務所必要之行為而言，即濫用職務或利用職務上之機會及與執行職務之時間或處所有密切關係之行為，其在外形之客觀上足認為與執行職務有關，而不法侵害他人之權利者，即令其係為自己利益所為之違法行為，亦應包括在內(最高法院 91 年度台上字第 2627 號裁判意旨參照)。甲駕駛計程車搭載 A 女之行為，即具有執行業務之外觀存在。依上說明，甲於執行職務之際，為滿足其自身之私慾而對 A 女進行強制性交行為，能否謂非因執行職務不法侵害他人之權利，不無再推研之餘地。乃原審以甲上開行為係為個人犯罪行為，與執行職務無關，認聖○公司無須負民法第 188 條第 1 項之連帶責任，自嫌速斷⁴⁹」。司機駕駛靠行計程車乘機性侵乘客，法院間意見不同，案經最高法院廢棄臺灣高等法院原判決後，臺灣高等法院除引用前述裁判意旨外，認定：「甲於 101 年 5 月 3 日凌晨 3 時許，駕駛車身印有「聖○」字樣之系爭計程車搭載 A 女，利用 A 女酒醉之際對 A 女為強制性交之行為，為兩造所不爭執。則甲駕駛系爭計程車搭載 A 女之行為，即具有執行業務之外觀存在。揆諸上開說明，甲濫用職務並利用職務上之機會，為滿足其自身之私慾而對 A 女進行強制性交行為，自係因執行職務不法侵害他人之權利，不因其係為自己利益所為之違法行為或犯罪行為而有所影響。是聖○公司辯稱該加害行為乃甲個人犯罪行為，非屬計程車營運之職務行為等語，即有未合。⁵⁰」改判車行應對司機乘機行侵乘客之損害，負僱用人責任。本判決顯係從原審判決原來採用的內在關聯說，改採客觀說之見解。

四、靠行車輛未標示車行名稱時，車行之法律責任

最高法院 77 年度台上字第 667 號判決對於靠行指出，該靠行車輛外觀上為車行所有，其他相關判決意旨出司機駕駛之車輛，外觀上標示車行名稱，依照一般社會通念，足認司機為車行所選任、受車行監督而為車行服勞務，車行應負民法第 188 條之僱用人責任。依照權利外觀理論，則靠行車輛未依法標示車行名稱時，車行應否負僱用人責任，不無疑問。對此，臺北地方法院著有判決一則，結論與多數判決見解相悖，殊值注意。

法院判決指出：「民法第一百八十八條第一項所稱僱用人，雖非僅限於僱用契約所稱之受僱人，然至少須外觀上行為人係為其服勞務，即客觀上可推認被他人僱用為之服勞務而受其監督者即為該條所稱受僱人。本件被告二人所訂自備車輛參與經營契約書內容，係約定被告戊所駕駛之計程車，得以祥○汽車行之名義申請行車執照一枚及營業小客車車牌二面，惟所有權人仍係被告戊，僅被告戊應按月繳納行政管理費一千二百元予被告徐○○；再依該契約第六條約定，被告戊以該車營業之盈虧自理，該車應繳之稅捐、費用及違規罰款等均由被告戊負責，被告二人間不作盈虧結算。是依照上開契約約定，被告徐○○對於被告戊並無何選任、監督之義務，被告戊亦非為被告徐○○服勞務，被告徐○○亦未給付被告戊任何薪資。從而，尚難認為被告戊為被告徐○○之受僱人。次查被告戊所駕駛之系爭計程車外觀，亦無在車身作何足堪使人認為該計程車係為被告徐○○所有或被告戊係被告徐○○所僱用之

49 如 104 台上 670 判決。

50 參見臺灣高等法院 104 年度訴更(一)字第 2 號民事判決。

情形。被告戊與被告徐○○間既非僱傭關係，且被告戊所駕駛之系爭計程車之外觀亦無使人誤認為被告間有僱傭關係之情形，則原告依據民法第一百八十八條第一項規定，請求被告徐○○與被告戊連帶負損害賠償責任，即屬無據。⁵¹」

前述判決對於靠行司機未於車身標示車行名稱，無使人認為司機係為車行服勞務，或與車行間有僱傭關係之疑慮。再參酌當事人間自備車輛參與經營契約書之內容及稅賦分擔、盈虧分配等條款，即謂車行對司機無選任、監督之義務，車行不須負僱用人責任。此一判決推論，不惟忽略車身標示實係依照交通法規之規定，司機未予遵守，反成為車行脫免連帶責任之藉口。而參與經營契約書之內容，係屬車行與司機內部關係間權利義務之約定，被害人依侵權行為及僱用人責任規定，向車行及司機請求損害賠償時，本不受該約定之拘束，判決論理實有悖於論理法則，應予檢討。

3.2.3 「車行」營運肇事法律責任

一、車行僱用之司機肇事法律責任

與司機「靠行」營運肇事法律責任類似，受僱於車行之司機駕駛車輛肇事時，車行應否負僱用人責任、司機之行為是否屬於執行職務，亦為車行在訴訟中經常提出的抗辯事由。就前一抗辯事由者言，司機既與車行有僱傭契約之關係，並無另外討論該司機是否客觀上或外觀上受車行所指示、為車行服勞務或受車行所選任、監督之需要。蓋民法第 482 條規定：「稱僱傭者，謂當事人約定，一方於一定或不定之期限內為他方服勞務，他方給付報酬之契約。」既有契約關係存在，則有選任、監督之可能性，於執行定作人指示之勞務侵害他人權利時，僱用人自應負民法第 188 條之僱用人責任⁵²。是以，最高法院 56 年台上字第 1612 號判例指出：「僱傭契約於當事人間，固以約定一方於一定或不定之期限內為他方服務勞務，他方給付報酬為其成立之要件，然其與第三人間之關係，受僱人既係以聽從僱用人之指示而作為，倘受僱人確係因服勞務而生侵害第三人權利之情事時，僱用人即不能藉口曾與受僱人有何約定，而諉卸其對第三人之責任。」

有關車行僱用之司機，駕駛計程車肇事，諸多判決皆以「司機受僱於○○交通公司，事故發生時所駕駛之營業用小客車為○○交通公司所有，依民法第 188 條規定，車行應負僱用人責任」⁵³一語，判定車行應負僱用人責任。此外，亦有以「查乙為被告榮車中心之受僱人，榮車中心並不爭執，被害人主張榮車中心應與乙負連帶賠償責任，自無不合」⁵⁴，令「榮民計程車業服務中心」對其所僱用司機駕駛車輛肇事，負僱用人連帶責任者。附帶一提，在小客車租賃業中，受租車公司僱用之司機載客發生事故，致乘客或第三人受損害時，

51 臺北地院 93 訴 1805 判決。

52 此從最高法院 57 年台上字第 1663 號判例：「民法第一百八十八條第一項所謂受僱人，並非僅限於僱傭契約所稱之受僱人，凡客觀上被他人使用為之服務勞務而受其監督者均係受僱人。」之意旨，即僱傭契約所稱之受僱人係屬民法第 188 條所稱之受僱人之說明，正相符合。

53 如臺北地院 92 北簡 18942、台高院 95 上 699、台高院 97 上易 665、台高院 98 上易 490、台高院 101 上易 503 等判決。

54 如臺中地院 95 重訴 468、臺中高分院 97 上 422、98 台上 878 等判決。

法院亦認定租車公司應負僱用人連帶賠償責任⁵⁵。

二、車行將計程車出租，承租人駕駛計程車肇事

由於車行可將計程車出租、出借予有營業小客車駕駛執照之駕駛人營業使用，因此在車行將計程車出租，承租人駕駛計程車肇事時，法院判決仍以外觀理論及具有租賃、借貸關係之終止權等，作為認定車行對該承租或借用車輛之人有選任、監督之依據。例如，在一則判決中，法院即謂：「○○交通有限公司將計程車出租予被告乙營業，且其所出租之計程車車門上均有被告○○交通有限公司之標示。被告○○交通有限公司將該公司之營業名稱借與乙使用，就外觀而言，其對是否借與被告乙營業名義，仍具有選任之關係，且借與名義，並可中止其借用關係，無形中對被告乙之營業使用其名義，仍有監督關係，是兩者之間仍存有選任、服勞務及監督關係，與僱傭無殊」⁵⁶。

三、「個人車行」，車身外觀標示其他車行及司機個人名字

由於計程車客運業，主要以車行、個人車行及運輸合作社等三種模式營運。其中，車行或個人車行營運，除司機以「靠行」營運較為特殊已於前述外，個人車行或車行所有之計程車車身標示，基於權利外觀理論，的確是明確而簡易的判斷標準。誠如前述二、(六)靠行車輛未標示車行名稱時，有關「靠行」車行之法律責任判斷，已使法院個案判斷之結果令人疑惑外，倘若個人車行於車身外觀標示其他車行名稱及司機個人名字時，該司機是否屬於計程車車身外觀標示之車行所僱用，抑或存在其他法律關係，不無疑問。

在新北地院一則判決中，法院並未按照肇事計程車車身標示即認定該司機受車行標示之車行所僱用。法院判決指出：「本件是否僅因系爭營業小客車車門標示「○○」之字樣，即認系爭營業小客車屬靠行於○○計程車行營業之車輛，顯無不可疑？系爭營業小客車發照日期為98年12月8日，車主名稱為「范○○個人計程車行」。被告范○○既已申請設立個人計程車行自行營業，何需再靠行○○計程車行營業？交通部函文稱：依道路交通安全規則第42條第2款規定略以：「有關計程車於車身標示車行及個人姓名，是否判斷為個人計程車行或車行所僱用或靠行乙節：依道路交通安全規則第42條2款規定略以：「…計程車應於兩側後門標示牌照號碼及公司行號、運輸合作社或個人名稱…」，爰按上開規定於車身標示個人姓名者即為個人計程車行，標示計程車行名稱者即為該車行所僱用或靠行。」等語，然系爭營業小客車既除標示「○○」二字外，亦標示被告范○○個人姓名，是尚難以上開交通部函文為準，判斷系爭營業小客車是否為標示「○○」之公司或行號所僱用或有靠行關係。「范○○個人計程車行」之行車執照所載，其服務公司或承租人欄係記載「○○汽車服務公司」，並非「○○計程車行」，由此益證系爭營業小客車與○○計程車行並無僱傭或靠行關係⁵⁷」。

55 南投地院104重訴49。另外消費者以銀行發行之白金信用卡購買旅遊行程，消費者依信用卡卡友專屬權益向發卡銀行預定機場接送服務，發卡銀行通常將接送服務業務委由小客車租賃公司辦理，公司派遣其僱用司機駕駛租賃車輛擔任接送工作，若途中發生事故，租賃車公司亦應負僱用人連帶賠償責任(台高院98上易416)。

56 士林地院89訴1213。

57 新北地院105訴1067。

自本案判決考察，現行汽車運輸業管理規則規定主要採雙軌制，分為「計程車客運業」與「個人經營計程車客運業」兩者(汽車運輸業管理規則第 91、92 條規定參照)，在此雙軌之行政管制下，駕駛人個人自行擁有車輛，而以單一車輛從事計程車客運服務之情形，既已申請「個人經營計程車客運業」，則不應以車身標示即又認定其為「計程車客運業」(汽車運輸業管理規則第 92 條第 3 項)。是以，本則判決之認事用法並無違誤，是否可以僅因計程車車身之標示即認定受車行所僱用或為車行服勞務，似乎有檢討及討論空間。

3.2.4 加入「運輸合作社」營運肇事法律責任

個人經營計程車客運業者或司機加入運輸合作社營業，與乘客發生消費爭議或因故意過失致第三人受損害時，運輸合作社對肇事駕駛是否應負民法第 188 條僱用人責任，實務上亦有爭執。多數判決儘管有不同理由，但皆肯定運輸合作社對於社員肇事並不須負僱用人責任；早期亦有少數判決認為自社員駕駛之計程車車身標示外觀，既載有運輸合作社名稱，即應令其負僱用人責任者，但幾乎已為近來判決所不採。

一、運輸合作社負僱用人責任

早期法院對於運輸合作社之性質並未詳細探究，僅以當時運輸合作社設置管理要點與計程車之外觀，即認定運輸合作社應負僱用人責任。例如，在臺北地方法院 92 年度訴字第 5600 號判決中，法院以「(當時適用之)計程車運輸合作社設置管理要點臺北市補充規定第十二條規定：「計程車運輸合作社對所屬社員及車輛應負管理責任，並督促遵守計程車駕駛人服務品質自律公約」，可見被告日○合作社之社員係經過被告日○合作社之選任，並受其監督。本件被告戊既是經過被告日○合作社之選任而成為其社員之一，且系爭車輛之車門印有「日○」二字，而其汽車行照之服務公司或承租人欄上亦載明「日○計程車運輸合作社」。是以，綜合上開客觀情事觀之並揆諸前揭說明，應認被告戊係為被告日○合作社服勞務，並受其指揮監督，二者間有僱用關係存在，被告日○合作社否認伊與被告戊有僱用關係，顯非可採」⁵⁸。

其後高雄地方法院亦有判決指出：「惟查，依卷附被告○○合作社之章程第 6 條規定…、計程車運輸合作社設置管理辦法第 31 條規定：「計程車運輸合作社應訂定社員自律公約，並督導社員遵守。」，足見○○合作社之社員，須具備一定資格，且其加入係經過○○合作社之選任，並須受其監督。又計程車汽車行照之服務公司或承租人欄上亦載明「有限責任○○計程車運輸合作社」，客觀上堪認司機係為合作社服勞務，並受其指揮監督，二者間有僱傭關係存在⁵⁹」。

實則，前述兩判決所引合作社有關章程內容，與現行計程車運輸合作社設置管理辦法之規定並無不同，純以車身外觀標示與上開設置管理辦法或章程規定，據以認定社員受合作社所選任、監督，實有不當。

二、運輸合作社不負僱用人責任

⁵⁸ 臺北地院 92 訴 5600。

⁵⁹ 高雄地院 95 訴 2178。

現行法院判決實務對於加入運輸合作社營運之社員肇事，均自合作社法令與一般社會通念觀點，認定運輸合作社不需對入社司機之肇事行為負僱用人責任。特別是前引臺北地院判決，法院認定運輸合作社應對社員駕車肇事負僱用人責任後，被告運輸合作社不服提起上訴，經臺灣高等法院以 94 年度上字第 23 號民事判決廢棄原一審判決，改判運輸合作社不需負僱用人責任。法院所持理由係：「被上訴人雖主張：系爭營業小客車之車門標註有「日○」字樣，廖○○之行照及營業執照上亦記載其為上訴人之社員，是在外觀上，廖○○係以上訴人之名義從事旅客運送業務，上訴人應負僱傭人責任云云。惟按道路交通安全規則第 42 條第 2 項規定：「…營業小客車應於兩側後門標示牌照號碼及公司行號、運輸合作社或個人名稱，後窗玻璃標示牌照號碼」，可見廖○○所駕駛之系爭營業小客車車門噴有「日○」字樣，係依據上述行政法令所為，乃主管機關基於方便管理計程車駕駛人所作之規定；而廖○○係以加入上訴人之合作社方式申請執業執照，已如前述，是其行照、營業執照上記載其為上訴人之社員，亦屬基於行政法令之規定，凡此均不足作為判定上訴人與廖○○間有僱傭關係之依據。參以上訴人之合作社運作方式係受法令明文規範，依合作社法、公路法、計程車運輸合作社設置管理要點暨相關法令規定，由主管機關視實際需要輔導核准成立，此觀計程車運輸合作社設置管理要點第 2 條之規定至明。而合作社法第 1 條規定合作社之定義，係指依平等原則，在互助組織之基礎上，以共同經營方法，謀社員經濟之利益與生活之改善，並以社員大會為其意思決定機關，是合作社與社員之關係為組織體與構成員之關係，並無指揮監督關係。因此，依一般社會通念，上開於營業小客車車門及營業執照標註「日○合作社」之外觀，尚不致使人認為計程車駕駛人係為上訴人之合作社服勞務，即與交易安全無礙，自難憑此認定上訴人與廖嘉南有事實上之指揮監督關係，而責令上訴人負僱用人之責任」。

在臺灣高等法院針對運輸合作社與社員關係表示意見後，其後各法院判決再無認為運輸合作社應為社員肇事之行為負僱用人責任者⁶⁰。然此一判決所示營業執照記載、車身標示等，係屬基於行政法令或主管機關基於方便管理計程車駕駛人所作規定，不致使人認為計程車駕駛人係為合作社服勞務之判決理由，為何在其他營運模式下，反成為應負僱用人責任之依據，不免令人疑惑。

3.2.5 司機接受「車隊派遣」營運肇事法律責任

有關計程車肇事，司法實務上以消費者或第三人，因被派遣司機駕駛計程車肇事受損害時，車隊應否對被派遣司機負僱用人責任最具爭議。

考察各級法院判決(如表 10、表 11)得知，目前司法實務就車隊應否對被派遣司機負僱用人責任之爭議，判決結果相當分歧，肯定與否定判決難分軒輊，係屬實務上之難題。對於車隊以衛星定位派遣司機為消費者服務之方式，車隊與司機之間關係性質，有判決認為屬於僱傭契約者，有認為屬於居間契約者，亦有認為雖非僱傭關係但車隊應負僱用人責任者，論點

60 如台高院 90 勞上 11、臺北地院 97 重訴 375、台高院 97 上 665、板橋地院 99 訴 856、基隆地院 99 重訴 8、臺南地院 101 訴 541、臺北地院 101 訴 2479、士林地院 102 重訴 158、臺北地院 103 訴 4914、臺北地院 104 北簡 85、臺北地院 105 重訴 49、新北地院三重簡易庭 105 重小 580、台高院 105 上 1307 等判決。

不一、結果差異甚大，除不利於消費者權益保障外，對於提供衛星派遣之車隊或以新興科技提供網路運輸服務業者投入市場，也產生一定的進入障礙。為有效解決行政管制面臨困境，確保消費者權益，謹依目前實務認定結果說明如下。

一、車隊對被派遣司機肇事應負僱用人責任

截至目前為止，近半數法院判決，以車隊對入隊之司機有選任、監督、管理、訓練機制；司機加入車隊，接受該公司之編隊管理與調派，依一般社會觀念，應有為車隊使用，為其服勞務而受該公司監督管理之客觀事實，令車隊負民法第 188 條之僱用人之連帶賠償責任。理由略有：

- (一) 計程車標示有車隊(派遣公司)之名義，並以之營業搭載乘客，在客觀上顯足以認定係為車隊服勞務而受其監督。
- (二) 車隊非單純提供派遣、叫車服務，對旗下司機之選任、載客勞務實施之監督及管理有明確完整之指示、安排。
- (三) 司機加入車隊後需遵守相關管理規章及排班點規定，如有違反，即依○○衛星隊員管理守則等相關規定處置。
- (四) 依志○衛星股份有限公司管理規範(管理守則)規定內容以觀，堪認車隊已建構層層組織，藉此管理隸屬於車隊之司機。志○衛星公司對於司機有選任、管理載客之具體規範與懲處機制，依據社會通念，司機有為志○衛星公司使用，為其服勞務而受該公司監督之客觀事實，應認彼此間有僱傭關係存在。
- (五) 車身及車頂燈印有「○○衛星車隊」字樣、服務標章、手機直撥叫車專線及市話。車禍發生之際，確有「受僱」於車隊之「行為外觀」。
- (六) 營業小客車，外觀上兩側車身均噴有被告台○大車隊之商標；後方玻璃及後保險桿上亦均有「台○大車隊 55688」之叫車號碼，其外觀上已足使他人認為被告司機係台○大車隊使用而為其服勞務而受其監督之人。
- (七) 自小客車外觀上標有台○大車隊公司之名稱，肇事當時，司機身著「台○大車隊之制服」，台○大車隊公司實已具備被告司機之「僱用人」之行為外觀。台○大車隊公司對於旗下司機之選任、載客勞務實施之監督及管理均有明確完整之指示、安排，非屬單純提供派遣、叫車服務。台○大車隊公司與「隊員」(司機)間實已成立一「非典型僱傭契約」關係。台○大車隊公司車隊規模之龐大，法律上要求被告台○大車隊公司應就司機之駕駛行為，負起民法第 188 條第 1 項之僱用人責任，誠屬合理、必要。司機係與第三人鼎○科技公司簽立「車機系統租用服務契約書」，並由鼎○科技公司授權伊使用「台○大車隊識別系統」，惟此仍可證明：「台○大車隊識別系統」乃台○大車隊公司「授權」鼎○科技公司對外以該公司名義與司機簽約，並再轉授權予司機使用。台○大車隊公司如此作法，無非透過不同公司法人格建立『防火牆』之三方交易架構，試圖規避自身在法律上可能應負之責任。
- (八) 被告台○大車隊公司得要求其所派遣之被告徐○○參與職前訓練，被告徐○○亦應參與

被告台○大車隊公司排班點排班載客或接受派遣載客服務，無正當理由不得拒絕載客，若違反相關規範且情節重大者，被告台○大車隊公司得提前終止契約，且系爭車輛之車頂燈罩、車身上均印有「台○大車隊」字樣。乘客信賴被告台○大車隊公司之品牌而締結載客契約，依系爭車輛外觀判斷，堪認被告徐○○係被告台○大車隊公司之一員，依一般社會觀念，被告徐○○確有為被告台○大車隊公司使用，為之服勞務而受其選任、監督之客觀事實存在。

- (九) 被告傅○○以系爭肇事車輛加入被告台○大車隊公司計程車派遣車隊，裝設台○大車隊之前開設備，接受調度、派遣載客，並由該公司編隊管理，且系爭肇事車輛車頂燈印有「台○大車隊」字樣、服務標章，與手機直撥叫車專線等。公司對隊員之招募設有入隊條件，並有先進監控系統，保障安全，及依據計程車客運服務業相關法令定期對加盟司機為教育訓練，並有提供隊員乘客服務訓練課程。被告台○大車隊對入隊之司機有選任、監督、管理、訓練機制，而被告傅○○加入被告台○大車隊，接受該公司之編隊管理與調派，依一般社會觀念被告傅○○應有為被告台○大車隊使用，為其服勞務而受該公司監督管理之客觀事實。

二、車隊對被派遣司機肇事不負僱用人責任

近來有逾半法院判決，認定車隊與被派遣司機間關係非屬僱傭關係者，甚至於判決中直接認定兩者之關係應屬民法第 565 條規定之「居間契約」(即一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約)，車隊對被派遣司機肇事之行為，不需負僱用人責任者。有如下各種理由：

- (一) 乙自營計程車行所有之個人出租汽車，在客觀上乙既未靠行被告高○公司營運，而足以使人認其係為高○公司服勞務。高○公司經營業務種類為計程車客運服務業，營業項目乃係代為驗車、申請各項登記及繳納罰鍰等等，並不包括計程車客運運輸，在事實上亦無乙被高○公司使用為之服勞務而受其監督之情形。
- (二) 鼎○公司將由電話、網路及企業體等管道所集合的消費者叫車服務，藉由電腦管理及衛星通訊系統提供給位置最近的空車(加盟者)，而加盟者則為此按月給付一定之費用給鼎○公司。鼎○公司與加盟台○大車隊司機間之法律關係，係類似仲介之服務。難認與被告鼎○公司間有何僱用關係存在。
- (三) 司機與計程車客運業兼營計程車客運服務業之公司訂立無線電設備租用契約。公司提供無線電服務，司機則按月給付租金予公司，此與經營交通事業之營利私法人，接受出資人以該交通公司之名義購買或承租車輛，並以該公司名義參加營運者(即俗稱靠行)不同。委託計程車客運服務業代辦業務之車輛，除應依規定噴漆個人姓名外，並得依規定位置與規格加漆受託代辦業務之公司或行號名稱，終止委託時應即塗銷之。而在計程車上懸掛計程車服務業者公司名稱，乃法令之規定，並無從使客運服務公司成為事實上或形式上之僱用人。公積金之提撥來源，係司機違規遭處分關機、拆機而科處之罰金。
- (四) 依契約約定可知，被告司機係以支付固定費用之方式，向台○大車隊公司取得派車服

務、商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權。被告台○大車隊公司僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，司機從事旅客運送契約業務，係專為自己之利益，並非為被告台○大車隊公司之利益而提供其勞務。

- (五) 司機以支付固定費用之方式，向車隊取得派車服務、商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權，得自由加入、退出車隊。亦即，車隊僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，至於運送服務之內容則係由司機與乘客間自行訂立，司機從事旅客運送契約業務應係為自己之利益，並非為車隊之利益而提供其勞務。如司機均按規定使用電台，無遭處分繳納罰款之事，則無公積金之存在，此與雇主為員工提撥之福利金，於符合一定要件時均會發放之情形亦迥然有別，故尚不得以公司有設置公積金為由，而遽論公司與司機間有僱傭關係存在。
- (六) 依據契約被告租用元○公司所有之主機台、控制盒等機具，由元○公司對被告已提供電話及衛星電腦派車、承接客戶叫車業務等服務，被告已應給付被告元○公司租金及服務費，是元○公司僅係提供派車服務，被告依約得自由加入、退出該車隊，核其契約性質，應屬民法第 565 條：「稱居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約」。衛星車隊係由某公司成立並招募計程車加入（計程車為個人或交通公司均可）。被告已加入大○衛星車隊，僅係成為該品牌車隊成員，表明仍屬同一服務、營運方式或使用同一商標或服務標章之組織系統，難謂大○衛星車隊或其所屬公司對被告已有何選任、監督之責任。
- (七) 宋○○係以支付固定費用之方式，向大○會車隊取得派車服務、商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權，得自由加入、退出大○會車隊。大○會公司僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，至於運送服務之內容則係由司機與乘客間自行訂立，司機從事旅客運送契約業務應係為自己之利益，並非為車隊之利益而提供其勞務，是司機與大○會車隊間之法律關係性質，應屬民法第 565 條規定之居間（即一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約）。
- (八) 司機加入車隊及取得使用車隊之商標或服務標章，僅係成為車隊品牌之成員，其所表彰者，乃屬同一服務、營運方式或使用同一商標或服務標章之組織系統，且計程車車身所漆車隊字樣、服務標章及手機直撥叫車專線及市話等，亦僅係便利乘客知悉得由無線電台之通訊途徑叫車，以增進搭乘載送之機動性而已，尚難謂車隊對司機有何選任、監督之關係存在。
- (九) 營業自小客車車門及後方保險桿上，均印有「大○會 55178 壹起發（手機直撥每秒 0.1 元，以秒計費）」，堪認該「大○會」字樣所表彰者，僅係手機撥號之叫車（媒合）服務，便利乘客知悉得由「55178」之通訊途徑叫車，藉此增加陳○○（司機）載送乘客之機動性，使陳○○依此「計程車客運服務」方式，為自己（車行）達成更多「計程車客運業」之載送業務而已。大○會公司核發之年終獎金，係對加入公司「媒合服務」行列之司機，因其服務品質優良所給予之獎勵金，此與陳○○有無適合從事「職業駕駛」之技

能、經驗等績效無關，尚難僅憑大○會公司核給參與「媒合服務」司機年終獎勵金，即認大○會公司對該司機之「職業駕駛」有監督事實。

- (十) 網頁列印內容，充其量僅說明入隊條件及入車隊前、後須參加訓練課程，核與計程車客運服務業申請核准經營辦法規定相符。尚難據此逕認被告江○○受被告台○大車隊臺中分公司之選任、管理、監督。系爭營業小客車之車頂燈殼印有「台○大車隊」字樣及服務標章，及其前車門印有「台○大車隊」字樣及服務標章，且其服務標章上方印有車輛編號「15966」，以及其車尾兩側印有「江○○」、「TBJ-199」字樣等，充其量僅顯示系爭營業小客車之車主姓名，及其委託處理派遣業務之公司名稱及車輛編號，核與計程車客運服務業申請核准經營辦法第14條第1項前段規定相符，一般人應不致於誤認系爭營業小客車及其司機係受被告台○大車隊臺中分公司使用而在道路上招攬乘客。
- (十一) 司機既未自車隊領取勞務報酬(薪資)，尚需給付費用予車隊，車隊網站所稱之「年終獎金」並非一般社會通念所認知之年終獎金，應屬獎勵金之性質，而非薪資報酬。
- (十二) 車隊網站其他資訊如：衛星全程監控、乘客須知、客服中心資訊等內容，乃車隊有關營運管理之說明，難據此認定車隊對司機有何選任、監督之關係。
- (十三) 依現今之一般社會通常概念，計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」存在已有相當時期，並非新興之行業，已係屬一般社會常見之營業態樣，一般人之認知尚無混淆計程車車輛派遣業(俗稱為叫車服務)與計程車客運業(即派遣之計乘車)之差異之虞，自尚不足以計程車外觀上印有計程車車輛派遣業之公司或商業名稱，即認客觀上足以使人認為該計乘車係被計程車車輛派遣業者使用為之服勞務而受其監督。
- 針對法院判決結果來比較，判決結果形成差異主要原因在對車身外觀標示性質、有無選任監督及管理處罰之事實、對計程車客運業與計程車客運服務業認識理解之社會通念解讀不一所致。為便於理解法院判決所持理由，爰予表列如表9。

表9 派遣車隊對司機肇事法院判決理由比較一覽表

序號	項目/判決	負僱用人責任	不負僱用人責任
1.	營運模式		未靠行於車隊營運，不足以使人認其係為車隊服勞務。
2.	經營業務		經營業務種類為計程車客運服務業，營業項目係代為驗車、申請各項登記及繳納罰鍰等等，並不包括計程車客運運輸。
3.	司機為自己或車隊利益		1. 車隊僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，司機從事旅客運送契約業務，係專為自己之利益，並非為車隊之利益而提供其勞務。 2. 司機未自車隊領取勞務報酬(薪資)，尚需給付費用予車隊，車隊所稱「年終獎金」並非一般社會通念所認知之年終獎金，應屬獎勵金之性質

			，而非薪資報酬。
4.	車身標示	採外觀理論、客觀說： 1. 車身標示車隊名稱，並以此之營業搭載乘客。外觀上足使他人認為司機係為車隊使用而為其服勞務而受其監督。 2. 司機身著車隊之制服。	1. 計程車車身所漆車隊字樣、服務標章及手機直撥叫車專線及市話等，僅係便利乘客知悉得由無線電台之通訊途徑叫車，以增進搭乘載送之機動性而已，尚難謂車隊對司機有何選任、監督之關係存在。 2. 營業小客車之車頂燈殼印有車隊字樣及服務標章充其量僅顯示系爭營業小客車之車主姓名，及其委託處理派遣業務之公司名稱及車輛編號，與計程車客運服務業申請核准經營辦法第14條第1項前段規定相符，一般人應不致於誤認系爭營業小客車及其司機係受車隊使用而在道路上招攬乘客。 3. 在計程車上懸掛計程車服務業者公司名稱，乃法令之規定，無從使客運服務公司成為事實上或形式上之僱用人。
5.	選任、管理、監督、處罰	1. 訂有衛星隊員管理守則，對司機有選任、管理載客之具體規範與懲處機制。 2. 對司機之選任、載客勞務實施之監督及管理有明確完整之指示與安排。 3. 司機應於排班點排班載客或接受派遣載客服務，無正當理由不得拒絕載客，若違反相關規範且情節重大者，車隊得提前終止契約。 4. 司機加入該公司車隊，接受該公司之編隊管理與調派，依一般社會觀念，司機有為該公司使用，為其服勞務而受該公司監督管理之客觀事實。	1. 加入車隊，僅成為該品牌車隊成員，表明屬同一服務、營運方式或使用同一商標或服務標章之組織系統，難謂車隊或其所屬公司對司機有何選任、監督之責任。 2. 受僱人除係受僱於合夥事業或以契約與多數人議定受其共同僱用者外，受僱人於同一時間區段內，物理上僅可能為單一之僱主服勞務，要無可能在法及契約無明定之情況下同時受二人以上之指揮監督。司機既已依外觀認定係某車行之僱用人，又謂其於同一時間亦受他公司之指揮監督而服勞務，顯與僱傭之法律性格扞格。 3. 車隊網站資訊如：衛星全程監控、乘客須知、客服中心資訊等內容，乃車隊有關營運管理之說明，難據此認定車隊對司機有何選任、監督之關係。 4. 車隊核發年終獎金，係對加入公司「媒合服務」行列之司機，因其服務品質優良所給予之獎勵金，與司機有無適合從事「職業駕駛」之技能、經驗等績效無關，尚難僅憑核給參與「媒合服務」司機年終獎勵金，即認車隊對司機之「職業駕駛」有監督事實。 5. 司機均按規定使用電台，無遭處分繳納罰款之事，則無公積金之存在。與福利金採提撥制不同。

6.	社會責任	車隊規模龐大，法律上要求車隊公司應就司機駕駛行為，負僱用人責任，誠屬合理、必要。	
7.	契約簽訂方式	車隊「授權」科技公司對外以該公司名義與司機簽約，並再轉授權車隊商標予司機使用。車隊係透過不同公司法人格建立『防火牆』，試圖規避自身在法律上可能應負之責任。	
8.	契約性質		契約性質為民法第 565 條所示之居間及無線電設備租賃之混合契約。無線電台係提供乘客叫車服務之資訊平台，非計程車車主，僅於接獲乘客叫車需求後，回報無線電通知客戶(計程車駕駛)締約之機會，各該駕駛仍有選擇是否前往載客之權利。
9.	社會通念與一般人認知	司機加入該公司車隊，接受該公司之編隊管理與調派，依一般社會觀念， <u>司機有為該公司使用，為其服勞務而受該公司監督管理之客觀事實</u> ，應認司機與台○大車隊公司間，有民法第 188 條第 1 項規定之受僱人與僱用人之關係存在。	依現今之一般社會通常概念，計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」存在已有相當時期，並非新興之行業，已係屬一般社會常見之營業態樣，一般人之認知尚無混淆計程車車輛派遣業(俗稱為叫車服務)與計程車客運業(即派遣之計乘車)之差異之虞。

3.2.6 乘客開啟車門肇事之法律責任

就計程車駕駛肇事致消費者或第三人受損害時，依自我責任原則，計程車司機固應負侵權行為損害賠償責任。然實務上亦有因乘客搭乘計程車，抵達目的地後欲開啟車門下車時，未注意後方來車即將車門開啟，致使後方來車閃避不及，因而肇事者。此時，開啟車門之乘客或司機，何人應對此肇事行為損害賠償責任，不無疑問。在刑事責任判斷上，最高法院 103 年度台上字第 2570 號判決認定：「縱然被害人受傷，是由於不詳姓名乘客的過失所致，但因係在蕭○○駕車過程中發生，蕭○○仍有停留現場的義務；況且上述乘客上車不久，即擅開車門，未付車資離去，顯然已經醉酒、失理性，難以期待能盡責防免事端擴大、確保交通往來安全，及協助被害人夫妻就醫；蕭○○身為職業駕駛人，長期參與交通活動，更當理解其若在場，可以有助於肇事責任的釐清，參與救護，和保障被害人的民事求償權，乃竟不留下任何聯繫資料，逕自駛離，可見純為避免牽連，具有逃逸故意甚明。」判決，駕駛對於乘客開啟車門肇事，未留下處理善後，應負肇事逃逸罪責。

民事責任方面，乘客開啟車門肇事，如司機有違反交通法規或停車規定時，司機對於乘客開啟車門肇事行為，有民法第 184 條第 2 項違反保護他人法侵權責任；乘客則應負第 184 條第 1 項前段之侵權責任。司機與乘客依民法第 185 條規定應負共同侵權行為之連帶賠償責任。例如，在最高法院 98 年度台上字第 2330 號判決中，最高法院維持臺灣高等法院 98 年

度上字第 344 號二審判決，認為「上訴人乙將其計程車停在距路面邊緣 2 公尺處之道路上停等紅燈時，因丙稱要下車，為圖方便，即讓丙在該處下車，而未依規定將計程車駛至緊靠道路右側，其右側前後輪胎外側距離路面邊緣未逾 60 公分處，方讓丙下車，其有過失至明。另丙為用路人，自應知悉並遵守上開規定，而其第一次推開計程車右後門之前，彭○○之機車已駛至計程車右後方，已如前述，丙於開啟計程車車門前，祇要稍加留意，即可看見位在計程車右後方之彭○○，其竟未注意即貿然開啟車門，亦難謂無過失」，據以判決乘客與司機對被害人負連帶賠償責任。

附帶一提，司機依前述判決應負賠償責任時，自應另依本文前述有關司機係屬靠行營運、受僱、承租計程車或加入車隊接受派遣等關係，作為判斷車行或車隊應否負民法第 188 條之僱用人責任之依據。

3.2.7 司機、車行與第三人輪替駕駛或替代駕駛之責任

一、輪替駕駛、替代駕駛規定

汽車運輸業管理規則第 95 條第 2、3、5 項規定：「個人經營計程車客運業者除其配偶及同戶直系血親持有有效之營業小客車駕駛人執業登記證，而無第九十三條之情事者得輪替駕駛營業外，不得僱用他人或將車輛交予他人駕駛營業。」、「個人經營計程車客運業者，如因疾病或其他重要事故，本人不能駕駛營業，需要僱用其他人臨時替代時，其受僱人之資格，必須持有有效之營業小客車駕駛人執業登記證，而無第九十三條之情事者，且一次以一人為限。」、「計程車運輸合作社社員，除報請公路主管機關核准得將車輛交予符合規定資格之配偶或直系血親輪替駕駛營業外，不得轉讓車輛牌照或僱用他人或將車輛交予他人駕駛營業。」是為輪替駕駛或替代駕駛之規定。

二、「第三人駕駛」肇事法律責任

(一) 靠行司機將車輛出租出借第三人肇事責任

當司機以靠行方式營業時，如司機不自行載客，而將計程車出租、出借第三人，第三人駕駛計程車肇事致其所搭載乘客或其他用路人損害時，車行是否亦應負民法第 188 條僱用人責任，實務上屢有爭執。各級法院判決認為司機將靠行車輛轉租或交付第三人駕駛。車行應對實際駕駛車輛肇事司機之侵權行為，負僱用人連帶責任；靠行司機與第三人則無僱傭關係之適用。相關判決理由，彙整如下。

1. 車行與高○○司機簽訂靠行契約時，即同意靠行司機可以再僱用其他司機駕駛車輛，對外以車行名義營業，該車又屬營業用之計程車並漆有車行名稱字樣之靠行車輛。司機將該車輛再轉租第三人吳○○駕駛，外觀上足以使人認為吳○○係駕駛車行所有之車輛並執行計程車之業務，車行仍應與承租計程車之駕駛人負僱用人連帶損害賠償責任。而吳○○並非高○○雇用之司機，外觀上亦無證據足認吳○○係為高○○服勞務且受其監督，難認兩人間有僱傭關係，故高○○就吳○○所為侵權行

為，自無與之負僱用人連帶賠償責任之適用⁶¹。

2. 林○○購買計程車靠行於大○公司，外觀上車輛屬於大○公司所有。林○○將車輛出租與受吳○○委任承租車輛之陳○○，陳○○將該承租車輛交予吳○○，吳○○駕車肇事。法院認為依通常情形，難認係大○公司所不能預見，從而認定林○○將系爭計程車轉交由吳○○駕駛，係為大○公司服勞務，此不僅係為保護交易之安全，亦與最高法院45年度台上字第1599號判例所闡釋之民法第188條第一項所稱之受僱人，係以事實上僱傭關係為標準，及57年度台上字第1663號判例所論述之上開條文所謂之受僱人，並非僅限於僱傭契約所稱之受僱人，凡客觀上被他人使用為之服勞務而受其監督者均為受僱人之法理，不相違忤。另外，兩造之靠行契約並未完全禁止林○○將計程車轉交他人輪替駕駛，大○公司亦得隨時向主管機關查詢乙方之駕籍及執業登記證狀態，是大○公司原應隨時注意並監督林○○之駕駛狀況，惟林○○於99年9月1日加入大○公司靠行後，迄於100年7月10日吳○○開車肇事，已出現多張因不依規定、未繫安全帶、紅線停車、超速等違規罰單，顯見林○○已不適合擔任職業駕駛工作，詎大○公司不查，仍准林○○靠行，圖營取其繳納之靠行費，卻置對林○○之選任或監督於不顧，實難認大○公司對林○○之選任或監督其職務之執行，已盡相當之注意或縱加以相當之注意而仍不免發生損害。法院最後認定吳○○為系爭交通事故之肇事者，應就所為侵權行為依民法第184條第1項前段規定，對被害人負賠償責任；大○公司為系爭計程車之登記名義人，外觀上為靠行車，屬吳○○之僱用人，依同法第188條第1項前段規定，應與吳○○共負連帶賠償責任⁶²。

從上述判決理由分析可知，目前法院實務係依最高法院77年台上字第665號判決意旨，對於靠行之車輛，認定無論係由出資人自行駕駛，或招用他人合作駕駛，或出租，在通常情形，均為該交通公司所能預見，苟該駕駛人係有權駕駛(指非出自偷竊或無權占有後所為之駕駛)，在客觀上即應認其係為該交通公司服勞務，交通公司應負僱用人之責任，方足以保護交易之安全。換言之，民法第188條所稱之「受僱人」，不僅指靠行司機，即使向司機承租或借用車輛之人，或承租人再轉租或交付使用之人，均包括在內。

(二) 車行司機出借車輛予第三人駕駛車輛肇事

與靠行司機將車輛出租、出借，第三人駕駛車輛肇事時，法院判決車行應負僱用人責任之情形類似，為車行所僱用之司機，如將車輛出借或出租第三人時，法院亦判決車行應負僱用人責任。較特殊的是，車行司機出借車輛予職業小型車駕駛執照遭註銷之人，該駕駛人駕駛計程車肇事時，司機、實際駕駛車輛之第三人及車行是否應負侵權或僱用人責任？就司機與實際駕駛人之關係言，法院判決指出：「實際占有管領使用營業小客車且平日以駕駛該營業小客車為業之司機，既詳悉賴○○不能駕駛小汽車上路，竟仍將前開營業小客車交予賴○○駕駛使用，堪認司機對於賴○○駕駛系爭小客車肇致本件車禍之發生，係違反保護他人之

61 如77台上1699、98台上1791、高雄高分院98重上更(一)25、99台上1496、臺北地院106訴472等判決。

62 如台高院102上1025、台高院102上易446等判決。

法律，致生損害於他人，自應負賠償責任。且司機、賴○○就其等二人行為肇致本件車禍之發生間，顯具有行為關連共同關係，故應就他人所受損害連帶負賠償責任。」至於車行是否對實際駕駛人駕車肇事負責，法院則以「查尚○公司為前開營業小客車之所有權人，…則尚○公司顯係在客觀上可得預防…，猶任令由司機利用其職務上管領使用系爭小客車之機會，擅將車輛交予賴○○駕駛使用，使賴○○駕駛前系爭小客車時在外觀上足認為與執行職務有關，實堪認定尚○公司與司機應依民法第 188 條第 1 項規定，對於賴○○駕駛前開營業小客車肇致本件車禍之發生，連帶負損害賠償責任。」。

本案係受車行僱用之司機，違反道路交通管理處罰條例第 22 條第 1 項第 1 款規定，將車輛出借與無職業駕照之人，該實際駕駛人肇事衍生之損害賠償訴訟。法院認為司機應依民法第 184 條第 2 項違反保護他人法律之規定負侵權責任，且與借用該車輛之駕駛人之侵權行為間具共同關連性。因此，受僱司機與實際駕駛人應依民法第 185 條共同侵權行為之規定負連帶損害賠償責任。實際駕駛人駕駛尚○公司之營業自小客車，在外觀上該車輛之司機係為該經營人服勞務，而使尚○公司負僱用人之責任，以保護交易之安全⁶³。

3.2.8 車隊/司機/消費者三方契約性質與肇事責任

一、計程車載客契約之法律性質

我國計程車司機之營運類型，較常見之招攬乘客方式大致有路招、衛星派遣、長途預約及計時包車等方式。路招為司機沿路巡迴尋找乘客，照表收費；衛星派遣為司機在一定車程範圍內接受車隊派遣，按照指示前往載客，車資照表收費；長途預約為司機接受乘客預約，於指定時間前往指定地點，路程較遠但所費時間不多，車資視單趟或來回事先議價；計時包車為司機與乘客議定每小時報酬，在議定時間內專人專車服務。惟本於契約自由原則，計程車司機載運乘客，並不限定僅能依前述類型締結契約⁶⁴，尚有由車行與乘客締約、車隊與乘客締約、乘客所屬公司與車行或車隊締約等各種型態之可能性。

實務認為計程車以載客為業，為民法上旅客運送之一種⁶⁵。計程車載客運送契約之當事人，一方為運送人，另一方通常為乘客自己。計程車司機為該運送人或運送人之受僱人。在乘客與運送人之契約中，旅客一方面係居於託運人地位，而為契約主體，他方面則係居於被運送地位，而為契約客體。遇有運送契約爭議，乘客可依運送契約向運送人(車行或司機)請求債務不履行之損害賠償；於符合侵權行為要件時，亦得依侵權行為之規定向司機請求損害賠償，車行則依民法第 188 條第 1 項規定負僱用人連帶責任。若計程車載客，係由旅客以外之人與運送人簽訂旅客運送契約，則此時旅客僅為被運送之契約客體，非屬契約當事人。倘若發生契約爭議，該訂立契約之當事人即為託運人，其就旅客運送契約所生糾紛，即被運送人所受之損害或契約上所生爭執，得本於運送契約託運人之身分，向運送人依照運送契約主

63 臺中高分院 105 重上 74。

64 臺北地院 104 小上 163、臺北地院 104 北小 2197。

65 73 年 5 月 25 日法務部(73)法律字第 5750 號函，法務部法規諮詢意見(二)(上冊)第 152 頁，參見法務部主管法規查詢系統，網址 <http://mojlaw.moj.gov.tw/LawQuery.aspx>(最後瀏覽日期：2017 年 5 月 17 日)；實務見解，另參見 95 台上 279、95 台上 2296 等判決。

張契約所生權利義務及損害賠償⁶⁶。

至於乘客與計程車客運服務公司(車隊)簽約叫車，或者乘客所屬公司與車隊簽約供員工叫車，契約關係分別存在於乘客與車隊、乘客所屬公司與車隊之間。此契約之性質為何？乘客搭乘司機駕駛車輛受有損害時，除依侵權行為向司機請求賠償外，不只對車隊請求負僱用人連帶責任，已有前述之實務上爭議外，乘客或所屬公司能否依契約向車隊請求損害賠償，應有討論實益。

二、車隊對車行提供服務契約之性質

實務上曾發生之案例是：公司與車隊簽約，提供所屬員工直接向車隊叫車。車隊依員工指示，派來曾因殺人未遂罪，經判刑甫執行完畢，並無營業小客車駕駛人執業登記證之司機，駕駛懸掛第○無線計程車行之營業用計程車搭載員工。因故爭吵後，司機不依計費表計費，坐地加價，演變成互毆，乘客並被司機殺傷。公司以其與計程車服務公司所定之契約要求賠償，地院及高院均判決駁回公司之請求。在判決中，法院曾對個人車行與車隊間契約性質、公司與車隊間契約效力等表示意見，值得參考⁶⁷。

就前開案例，車隊與車行(個人車行)訂立以提供派遣服務為內容之契約，法院認為此契約之性質屬於委任契約。判決指出：「被告丁服務行僅係計程車服務業，並非車行，由交通部所頒『計程車客運服務業申請審核經營辦法』規定可知計程車客運服務業者與個人經營計程車客運業者(即個人車行)間僅係屬於委任契約關係，亦即計程車客運業者係受個人計程車客運業者之委託，提供上開服務，並收取報酬，此與經營交通事業之營利私法人，接受他人靠行(即出資人以該交通公司之名義購買車輛，並以該公司名義參加營運)者不同，蓋該靠行之車輛，在外觀上係屬該交通公司所有，亦以該交通公司名義營業，他人無從分辨該車輛是否他人靠行營運，只能從外觀上判斷該車輛係某交通公司所有」。從而，車隊與車行(或個人車行)間，本案受訴法院將其定性為委任契約之性質，與本文前述就有關車隊對派遣司機肇事法律責任所述，有諸多法院就車隊與派遣司機之關係定性為「居間契約」之見解相異。然而，亦有見解相同之處，即：車隊與司機(或車行)間關係，與「靠行」屬性不同，不能依既往實務之理解或外觀理論作為責任判斷基礎。

三、車隊與消費者(公司或乘客)契約之性質

本文於前述計程車載客契約性質一節指出，依照法務部函釋與最高法院判決意見，乘客與車行(個人車行)間契約之性質係屬旅客運送契約。至於車隊接受消費者(公司或乘客)叫車服務，其間之契約性質為何？迄今為止，實務尚無表示意見之機會。以現行計程車衛星派遣車隊為例，乘客有以叫車專線叫車者、有提供 APP 軟體讓有叫車需求之乘客於網路上叫車者。前者是乘客撥打業者叫車專線，業者接受乘客運送契約之要約後，車隊指派專人為乘客找到隸屬其車隊，可以接受叫車乘客需求之司機後，派遣司機前往乘客指定地點，並回覆司機與車輛資訊予消費者；後者則乘客與司機須先行下載並安裝業者提供的 APP 軟體後，俟消費者有叫車需求，即可登入 APP、輸入相關資訊後，車隊即指派距離消費者最近之車輛前

66 104 年度苗簡字第 19 號。

67 新竹地院 90 訴 597、台高院 91 上易 48。

往載客。

此種在業者接受消費者以叫車專線或網路 APP 提出之乘車需求後，指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客，或指派一輛以上計程車予消費者選擇後前往載客之收費營運方式，性質上類似於民法第 533 條規定：「受任人受特別委任者，就委任事務之處理，得為委任人為一切必要之行為。」當業者受乘客特別委任後，乘客亦授與代理權使其與接受派遣的司機訂定運送契約。業者之報酬，則依乘客係經由手機直撥(按秒計費，每秒 0.1 元)，或市話直撥(按市話費率計收)再加上資訊服務費(每分鐘 3 元)核算。此一行為係屬有償委任，業者應負善良管理人之責任(民法第 535 條規定參照)。從而，車隊為司機或客運業者與消費者媒介乘車服務，在司機或客運業者與乘客訂立契約後，從中收取報酬。於此種營運模式下，業者之營業收入與其媒合而締結契約之數量有關(可能為按件收取一定報酬，或按月收取服務費用)，於交易過程中，有時乘客甚至難以判斷孰為契約相對人。

本案例中，車隊與公司簽訂所謂「計程車租賃契約」，或應評價為「委任契約」或「居間契約」之關係。契約當事人係日商菱○公司及丁客運服務公司。故日商菱○公司職員之地位，應屬日商菱○公司及丁客運服務公司締結之「委任契約」或「居間契約」之「利益第三人」。亦即，按民法第 269 條第 1 項規定，日商菱○公司所屬職員對車隊有直接請求給付(派遣車輛)之權，而得主張契約上之權利。是以，在前開判決中法院雖認為：「依據即第○計程車客運服務行與日商菱○公司簽訂之計程車租賃契約，約定被告丁服務行應指派持核發之駕駛執照，且品行良好，無前科或違警紀錄，無吸毒及酗酒習慣之合格優良駕駛，另如因被告丁服務行使日商菱○公司人員遭受損害時，應負賠償及法律之刑責」，卻又認為：「惟查前開契約之當事人乃為日商菱○公司及被告丁服務行，原告(即搭乘計程車受害之職員)並非該契約之主體或約定得行使請求權之人」，據以作出「其亦不得依據前開租賃契約加以請求被告丁服務行負損害賠償責任」之結論，此部分之推論即有論理上違誤之處。

綜上，公司行號與車隊簽訂叫車契約供員工叫車，員工搭乘司機駕駛計程車，因故產生契約爭議或遭受損害時，實務認為員工非契約當事人，無從依契約關係向車隊請求損害賠償，只得轉向司機或車行、車隊依侵權行為請求損害賠償。至於員工所屬公司，雖與車隊訂有契約關係，但實務亦認為公司並未受有損害，無從依契約請求損害賠償，轉而依侵權行為向車隊要求負不履行契約之賠償時，法院亦認車隊對公司並不構成侵權行為，即公司未受損害。此或係因該公司行號與車隊所簽訂之契約，並未仔細斟酌規範所致，但也突顯出訂定消費者與車隊間定型化契約範本或契約應記載及不得記載事項之重要性。

附帶一提，對於乘客依侵權行為向車行及司機請求賠償之訴，法院特別指出：「計程車客運服務業者服務之個人客運業者，其營業車上均有其個人車行之標誌，其亦非以計程車客運服務業者之名義營業，而計程車客運服務業者對於個人計程車客運業者或其駕駛人亦無任何監督之權限，個人計程車客運業者或其駕駛人在客觀上亦非為計程車客運服務業者所使用並為之服勞務而受其監督，至於懸掛該計程車服務業者之名稱，乃係上開法令之規定，並無從使計程車服務業者成為事實上或形式上之僱用人自明。被告丁服務行所經營為計程車客運服務業，雖其有與日商菱○公司簽訂計程車租賃契約，惟此係該服務行協助個人計程車客運

業者招徠公司行號簽約叫車，以增加委任之個人計程車客運業者之載客率，是被告丙搭載乘客至目的地，並非為被告丁服務行服勞務而受其監督，從而依據前述，被告丁服務行自非被告丙之僱用人；是縱原告因搭乘被告丙所駕駛之計程車而受有損害，被告丁服務行亦無從因此即應依民法第一百八十八條之規定負有連帶賠償責任。」從判決文字可知，法院對個人車行與車隊間契約認定係屬委任契約，車隊對司機並無選任監督關係，且車身外觀標示係依法令規定所為，無從據以認定車隊係司機之僱用人。

最後，應值注意者是法院對於司機載客後，與乘客發生車資爭執因而毆傷乘客，法院認為：「本件原告與被告丙雖係因搭乘計程車之車資發生爭執，惟兩人隨後均下車發生拉扯及扭打，嗣因被告丙不敵原告，氣憤之下，始拿出預藏之水果刀揮向原告，致原告頭部受傷，亦即原告之受傷乃因被告丙與其發生扭打不敵，而由被告丙另行起意所致，此乃屬於被告丙之個人行為，在客觀上亦難認為與其執行職務有關，從而由此觀之，亦無從認為被告丁服務行應就原告所受損害與被告丙負連帶損害賠償責任。」換言之，法院認為司機之行為與執行職務無關，縱司機受車隊事實上僱用或有選任監督之事實，亦與民法第 188 條第 1 項僱用人責任之「執行職務」要件不符，車隊不需負連帶賠償責任。此結論與採客觀說之多數見解不同，或有討論空間。

四、企業經營者(車行、車隊)之服務無過失責任

依消費者保護法第 7 條第 1 項規定：「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。」及第 3 項規定：「企業經營者違反前二項規定，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。」依本條規定，企業經營者於其提供之「服務」不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性時，須對因此受損害之消費者或第三人負擔無過失之賠償責任。

在旅客運送契約中，車行(運送人)係以提供運送服務為營業者，消費者(乘客)則係以消費為目的而接受業者所提供之運送服務，乘客就業者所提供之運送服務所生之爭議，自為消費者保護法所規範之對象⁶⁸。而消費者起訴請求企業經營者負消保法第 7 條提供服務之責任，僅需主張服務不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性即足，並無須就服務可能隱含之危險負舉證證明之責。而企業經營者則必須證明其提供服務時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，始能減輕其賠償責任，此參照同法第 7 條之 1 規定甚明。

現行計程車肇事致乘客或第三人受損害時，被害人通常依侵權行為向司機與車行請求損害賠償，尚無依消保法第 7 條規定判決企業經營者(車行、車隊)，依消保法第 7 條第 1 項及第 3 項規定對乘客或第三人負損害賠償責任之相關事例。但在公路汽車客運業與乘客或第三人的相關訴訟中，則有部分判決可供參酌。例如，在一則判決中，法院指出：「大○巴士公司係專營臺北市市區汽車客運業務及公路汽車客運業務之大眾運輸公司，有公司變更登記表可稽(原審卷一第 63 至 64 頁)，自屬消費者保護法第 2 條第 2 款所定提供服務之企業經營

68 如臺北地院 89 訴 1796、台高院 94 上易 248 等判決、台高院 101 上 849、台高院 103 消上易 11、台高院 102 上易 174 等判決。

者。而楊○於系爭事故發生時，係基於搭乘公車之主觀意思，客觀上亦已搭上公車，自屬以消費為目的而接受服務之消費者，堪以認定。茲系爭事故所致楊○之身體傷害，係因司機林○○之上開過失行為所致，是依前開說明，大○巴士公司應對楊○負消費者保護法第7條第1項及第3項所定損害賠償責任，殆無疑義」⁶⁹。

至於在旅客運送契約中，倘若消費者或第三人向企業經營者(車行、車隊)依消保法第7條請求業者負服務無過失賠償責任時，業者如何證明其提供服務時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性？對此，另則法院判決指出：「是車禍事故發生後，依運送契約之附隨義務，運送人對乘客有照料(照顧)之義務，且該照顧義務應符合當時運送人所能顧及之合理可期待性。則若運送人所採取補救措施業具可合理期待之安全性時，即認其已盡企業經營者應盡之服務，而符合消保法第7條之規範。吳○○係被上訴人國○客運公司之受僱人，從事駕駛工作，並非消保法第7條第1項所稱之企業經營者。其次，被上訴人國○客運公司辯稱：系爭大客車業經檢測程序，獲發合法證照，車內有公播帶提醒乘客各種乘車時之應注意事項外，並有貼上『請繫安全帶』之明顯標語等語，業據提出照片為證(見本院卷第221、226頁)，堪信被上訴人國○客運公司提供之車輛符合『當時科技或專業水準可合理期待之安全性』。被上訴人國○客運公司於系爭車禍事故後，已詢問上訴人傷勢狀況，因當日被上訴人國○客運公司臺北西B站之站務人員認上訴人無明顯外表傷勢後，始請上訴人自行就醫治療，故難推認被上訴人國○客運公司有何未盡應盡之照料(照顧)義務⁷⁰」。據此可知，計程車客運業者(運送人)不僅對乘客有照料(照顧)之義務，且該照顧義務應符合當時運送人所能顧及之合理可期待性。另外，對於車輛裝備、乘車注意事項、事故發生後之處置等，均屬業者運送服務之一環，業者應善盡其相關義務，並應使其服務符合當時運送人所能顧及之合理可期待性。在車隊業者部分，雖以完成媒合服務作為給付義務，但在媒合、提供資訊、資訊蒐集的正確性等義務上，作為企業經營者亦負有提供無瑕疵服務之義務。

另外，消費者可否另依消費者保護法規定，向企業經營者請求懲罰性賠償金？對此，法院認為：「另消費者保護法第51條規定：『依本法所提之訴訟，因企業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額三倍以下之懲罰性賠償金；但因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。』本條規定旨在促使企業經營者重視商品及服務品質，維護消費者利益，懲罰惡性之企業經營者，並藉以遏阻其他企業經營者仿效；其適用仍以企業經營者就損害事故有自己之故意或過失為前提，否則無異於對無自己故意或過失之企業經營者，課以懲罰性賠償金，而違背懲罰性賠償金在制裁及遏阻有故意或過失企業經營者之立法目的。倘企業經營者本身就損害事故之發生並無故意或過失，雖仍不免依消費者保護法第7條規定負損害賠償責任，但不生應另負懲罰性賠償金責任問題。是以，消費者於請求本條之懲罰性賠償金時，就所主張之企業經營者自己之故意或過失，應負舉證之責任，無民法第224條及第188條第1項規定適用之餘地」⁷¹。

69 台高院 101 上 849、台高院 103 消上易 11。

70 台高院 102 上易 174。

71 台高院 101 上 849、台高院 103 消上易 11。

五、司機肇事，乘客請求賠償時有無過失相抵之適用

所謂過失相抵，係指「損害之發生或擴大，被害人與有過失者，法院得減輕賠償金額，或免除之(民法第 217 條第 1 項)。」，此一規定，並於被害人之代理人或使用人與有過失者，準用之(民法第 217 條第 2 項)。由於最高法院 74 年台上字第 1170 號判例曾指出：「駕駛機車有過失致坐於後座之人被他人駕駛之車撞死者，後座之人係因藉駕駛人載送而擴大其活動範圍，駕駛人為之駕駛機車，應認係後座之人之使用人，原審類推適用民法第二百二十四條規定依同法第二百十七條第一項規定，減輕被上訴人之賠償金額，並無不合。」換言之，機車後座乘客，對於駕駛之過失，於請求損害賠償時，賠償義務人得主張後座之人應承擔駕駛之過失，而有減輕或免除賠償責任，即過失相抵之適用。

則在前述諸多案例中，搭乘計程車之乘客，於司機有肇事過失責任時，如其受有損害，向對造請求損害賠償時，有無過失相抵之適用，不無疑問。對此，最高法院著有判決可供參考，判決意旨略為：「民法第二百十七條第三項固明定，同條第一項、第二項(過失相抵)之規定，『於被害人之代理人或使用人與有過失者，亦適用之。』，惟大眾運輸工具如營業小客車(計程車)之乘客，係與營業人成立運送契約，計程車司機為該運送人或運送人之受僱人，僅係基於運送人與乘客間暫時且短期之運送契約，載運乘客至其預計到達之目的地而已，司機與乘客間，非得以該臨時性之運送關係，解釋為前開規定之『使用人』，自無適用該法文之餘地」⁷²。

綜上，乘客搭乘計程車時，對於司機之駕駛行為，法院實務認為無從予以指揮、監督，司機與乘客間並無何監督或信任關係存在，非得以該臨時性之運送關係，解釋為民法第 224 規定之「使用人」。因此，在計程車司機故意或過失肇事，致乘客受有損害時，乘客仍得向有過失之肇事駕駛及其對造當事人，請求全部之損害賠償，不須承擔計程車司機之過失，亦即並無過失相抵之適用。

表10 派遣車隊對司機負僱用人責任判決一覽表

序號	判決字號	判決理由/司機與車隊契約性質
1.	87 台上 509	所謂受僱人，不以僱傭契約所稱之受僱人為限，凡 <u>客觀上被他人使用為之服勞務而受其監督者，均係受僱人</u> 。查青○公司非僅止於為陳○辦理保險及驗車事宜，陳○駕駛之計程車上並掛有青○招牌，已據陳○自認屬實，青○公司對此亦未為爭執。陳○駕駛之計程車既標示有青○公司之名義，並以之營業搭載乘客，在客觀上顯足以認定係為青○公司服勞務而受其監督，自屬民法第一百八十八條所指之受僱人，不因是否與青○公司訂有僱傭契約或實際上有無僱傭關係，而受影響。
2.	103 台上 346、105 台上 139、台高院 103 上更(一)24、新北地院 102 訴 1972	<u>車身及車頂燈印有「大○衛星」字樣、服務標章、手機直撥叫車專線及市話，司機要來裝機，公司要看車子狀況，及司機本身是否符合公司要求</u> ，如果符合，要司機提供身分證、駕照、行照、職業登記等資料並簽約，裝設無線電相關設備。 <u>客觀上足使他人認司機係為車隊服勞務而受其選任監督</u> 。
3.	台高院 103 上易	司機與志○衛星公司簽訂車機系統契約，依契約內容以觀，邱○

72 參見 91 台上 1922、94 台上 1909、95 台上 279、95 台上 2296、台高院 99 上 1277 等判決。

	1027	○須加入志○衛星公司車隊，接受該公司調派，搭載客人，且其承租志○衛星公司之車機(含全球衛星定位器等設備)、志○衛星公司之公司名稱與商標貼紙、叫車電話貼紙等設備物件，得使用「志○衛星車隊」商標，以及志○衛星公司之排班點，而於簽約加入志○衛星車隊前，需詳讀隊員守則，該隊員守則效力等同於本約之內文，且加入車隊後需遵守相關管理規章及排班點規定，如有違反，即依志○衛星隊員管理守則等相關規定處置。又依志○衛星股份有限公司管理規範(管理守則)規定內容以觀，堪認該車隊為經由紀律管理，創造和諧就業環境，以維護其優良品牌。其亦已建構層層組織，藉此管理隸屬於車隊之司機。志○衛星公司對於司機有選任、管理載客之具體規範與懲處機制，依據社會通念，司機有為志○衛星公司使用，為其服勞務而受該公司監督之客觀事實，應認彼此間有僱傭關係存在。志○衛星公司辯稱其僅係受司機委託居間派遣業務，而車隊司機是否營業以及其營業方式、時間等，甚至退出車隊，該公司均無權干涉，該公司僅能透過品牌效應吸引計程車司機加入該車隊，藉此收取委託派遣費用云云，惟此無礙於司機邱○○於使用志○衛星公司機台及遵守相關約定期間，客觀上足認其為該公司服勞務，受公司之指揮監督。交通部 104 年 6 月 29 日交路字第 000000000 號函所載，計程車派遣業係媒合乘客與計程車駕駛人提供派遣業務，並向駕駛人收取服務費，該業者與駕駛人間係屬委託關係，並非僱傭關係。上開交通部函文所示，計程車客運服務業者與駕駛人係屬委託關係，應代駕駛人處理保險或事故事宜，惟非僱傭關係等語，雖認計程車客運服務業與駕駛人間為委任關係而非僱傭關係，尚不影響法院依上開事實所為認定，法院不受該函之拘束。志○衛星公司為計程車客運服務業，經營派遣業務，尚非汽車運輸業，況依臺北市公共運輸處 103 年 7 月 16 日北市運般字第 000000000 號函亦載，依計程車客運服務業申請核准經營辦法第 16 條規定，同一車輛以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限，爰個人計程車行可加入衛星派遣車隊，並以參加 1 家為限，可徵邱○○雖以個人車行經營計程車搭載乘客業務，仍得加入車隊接受派遣，無礙其客觀上為志○衛星公司之受僱人。
4.	新北地院 100 訴 1687、新北地院 104 訴 3191	被告司機所駕駛之營業小客車，外觀上兩側車身均噴有被告台○大車隊之商標及編號 3861 號之圖樣，後方玻璃及後保險桿上亦均有「台○大車隊 55688」之叫車號碼，其外觀上已足使他人認為被告司機係台○大車隊使用而為其服勞務而受其監督之人，依最高法院 57 年台上字第 1663 號判例所揭，堪認司機為台○大車隊之受僱人。
5.	士林地院 104 湖簡 1316	反訴被告葉○○當時駕駛之系爭車輛為營業用之計程車，於肇事當時係登記為反訴被告萬○公司所有，反訴被告萬○公司所營事業為計程車客運兼營計程車客運服務業，反訴被告葉○○於本件事務當時外觀上亦係在執行其交通載客之業務，揆諸前揭說明，反訴被告萬○公司與反訴被告葉○○自應依民法第 188 條第 1 項規定，就 A 車因本件事故所受損害，負連帶損害賠償責任。
6.	板橋地院 100 訴 1813	車禍事故發生當時，被告司機所駕駛之自小客車外觀上標有台○大車隊公司之名稱，且肇事當時，司機身著「台○大車隊之制服」。台○大車隊公司實已具備被告司機之「僱用人」之行為外觀。網站說明內容足證台○大車隊公司對於「旗下司機」之選任、載客勞務實施之監督及管理均有指示、安排。另台○大車隊公司對於旗下司機之選任、載客勞務實施之監督及管理均有明確完整之指示、安排，非屬單純提供派遣、叫車服務；網頁上標榜提供

		「隊員」(司機)各種專業訓練課程，且補助隊員子女獎助學金，另提供隊員休憩、法律諮詢等各種服務設施；該公司並提供長、短期指派司機代駕服務；甚至對企業客戶採取「車資月結」服務，司機不直接向乘客收取車資等情，凡此益加可證明：<u>台○大車隊公司與「隊員」(司機)間實已成立一「非典型僱傭契約」關係</u>。<u>台○大車隊公司車隊規模之龐大，法律上要求被告台○大車隊公司應就司機之駕駛行為，負起民法第188條第1項之僱用人責任，誠屬合理、必要</u>。縱如司機所言，司機係與第三人鼎○科技公司簽立「車機系統租用服務契約書」，並由鼎○科技公司授權伊使用「台○大車隊識別系統」，惟此仍可證明：「<u>台○大車隊識別系統</u>」乃台○大車隊公司「授權」鼎○科技公司對外以該公司名義與司機簽約，並再轉授權予司機使用。台○大車隊公司如此作法，無非透過不同公司法人格建立『防火牆』之三方交易架構，試圖規避自身在法律上可能應負之責任。然上述複雜之簽約、授權三方交易架構，仍無礙台○大車隊公司應就其選任、監督及管理之司機行為，對第三人負起「僱用人」責任。車禍發生當時，被告司機駕駛肇事營小客車，既具有執行被告台○大車隊公司所提供「計程車載運服務」之客觀行為外觀，被告台○大車隊公司負僱用人責任，自無不合。
7.	臺北地院 99 訴 4516、新北地院 104 重訴 641、臺中地院 104 訴 1659	台○大車隊公司係經營計程車客運服務業，含經營派遣業務，提供司機載運乘客機會之服務，司機固然需向車隊繳納費用，以取得該公司提供之一般派遣、特定企業戶派遣、排班點、電子付費機制等服務，本難認該公司與司機間為民法第482條之僱傭契約關係。然基於下述理由，認定司機與車隊間係屬僱傭契約：1.司機以系爭計程車加入台○大車隊公司計程車派遣車隊，裝設該公司之車隊 GPRS 車機系統、車頂燈殼、背心制服、保險桿貼紙、該公司商標貼紙、隊編、兩側側門邊標幟，及該公司因應新式科技或提供新式服務所新加設在計程車上之相關設備等設備，接受調度、派遣載客，並由該公司編隊管理，且系爭計程車車頂燈印有「<u>台○大車隊</u>」字樣、服務標章，與手機直撥叫車專線。而<u>台○大車隊公司得依「台○大車隊隊員入隊定型化契約書」約定對司機為查核</u>。2.車隊公司官網資料顯示：該公司對隊員之招募設有入隊條件，並有先進監控系統，保障安全，及依據計程車客運服務業相關法令定期對加盟司機為教育訓練等，可知台○大車隊公司對入隊之司機有選任、監督、管理機制，而司機加入該公司車隊，接受該公司之編隊管理與調派，<u>依一般社會觀念，司機有為該公司使用，為其服勞務而受該公司監督管理之客觀事實</u>，應認司機與台○大車隊公司間，有民法第188條第1項規定之受僱人與僱用人之關係存在。3.計程車客運服務業申請核准經營辦法第13條規定：「計程車客運服務業對其委託人，應負責宣達政令並督促其遵守。」4.台○大車隊公司辯稱其公司與司機間為居間契約關係，無客觀上存在司機為其公司服勞務而受其公司監督管理之事實，車隊非司機之僱用人，洵無足採。
8.	臺北地院 104 北小 945	經查，系爭契約第10條約定：「乙方(即被告徐○○)應於加入車隊前(及在隊期間)參加甲方(即被告台○大車隊公司)舉辦之職前專業訓練講習課程。」；第16條約定：「乙方應依相關規則參與甲方排班點排班載客或接受派遣載客服務，如有違反相關規則時，甲方得依相關規則予以停止派遣服務(即停機)或終止本合約」；第19條約定：「乙方接受甲方提供派遣服務期間，若發生下列情事者，甲方得提前終止契約：…五、違反隊員相關規範，其情節重大者。」，是被告台○大車隊公司得要求其所派遣之

		被告徐○○參與職前訓練，被告徐○○亦應參與被告台○大車隊公司排班點排班載客或接受派遣載客服務，無正當理由不得拒絕載客，若違反相關規範且情節重大者，被告台○大車隊公司得提前終止契約，且系爭車輛之車頂燈罩、車身上均印有「台○大車隊」字樣，雖系爭車輛之後葉子板另標示「羽博」之字樣，惟乘客係信賴被告台○大車隊公司之品牌而締結載客契約，依系爭車輛外觀判斷，堪認被告徐○○係被告台○大車隊公司之一員，依一般社會觀念，被告徐○○確有為被告台○大車隊公司使用，為之服勞務而受其選任、監督之客觀事實存在，揆諸前開說明，原告主張被告台○大車隊公司就被告徐○○新造成之上開損害，應連帶負損害賠償責任，即屬有據。
9.	新北地院 105 重訴 283、新北地院 105 重訴 293、台高院 105 重上 1073	被告台○大車隊係經營計程車客運服務業，含經營派遣業務，並提供被告傅○○載運乘客機會之服務，被告傅○○需向被告台○大車隊繳納費用，以取得該公司提供之一般派遣、特定企業戶派遣、排班點、電子付費機制等服務，此外，依照被告台○大車隊對於加入車隊之隊員限制與訓練，尚包含被告傅○○所駕駛之計程車應依規定位置與規格標示被告台○大車隊公司或商業名稱，並配合該公司需要設置相關標章(標誌)、車頂燈及派遣系統等設備。上開設備包含台○大車隊 GPRS 車機系統、車頂燈殼、背心制服、保險桿貼紙、該公司商標貼紙、隊編、兩側側門邊標幟，及該公司因應新式科技或提供新式服務所新加設在被告傅○○所駕駛之系爭肇事車輛上之相關設備等，被告台○大車隊並有提供司機提昇計程車駕駛服務形象與加強駕駛專業知識等課程。是被告傅○○以系爭肇事車輛加入被告台○大車隊公司計程車派遣車隊，裝設台○大車隊之前開設備，接受調度、派遣載客，並由該公司編隊管理，且系爭肇事車輛車頂燈印有「台○大車隊」字樣、服務標章，與手機直撥叫車專線等被告台○大車隊公司官網(http://www.taiwantaxi.com.tw/taiwantaxi/main.asp)資料顯示：該公司係依照計程車客運服務業所申請設立的計程車品牌車隊，藉由衛星媒合派遣平臺中心之全自動派車系統，提供乘客安全便捷的叫車與運送服務，使用該車隊企業會員乘車服務，不用擔心車輛服務品質的問題。另該公司對隊員之招募設有入隊條件，並有先進監控系統，保障安全，及依據計程車客運服務業相關法令定期對加盟司機為教育訓練，並有提供隊員乘客服務訓練課程等情，可知被告台○大車隊對入隊之司機有選任、監督、管理、訓練機制，而被告傅○○加入被告台○大車隊，接受該公司之編隊管理與調派，依一般社會觀念被告傅○○應有為被告台○大車隊使用，為其服勞務而受該公司監督管理之客觀事實，衡情應認被告傅○○與被告台○大車隊間有民法第 188 條第 1 項規定之事實上僱傭關係存在。
10.	台高院 106 上易 413	大都會公司與王○○簽訂之車隊與駕駛人契約書(下稱系爭契約)第 6 條約定：「乙方(即王人右)應於加入車隊前參加甲方(即大都會公司)舉辦之職前專業訓練講習課程。」第 7 條則約定：「乙方車輛應依規定位置與規格標示甲方之公司或商業名稱。」另王人右之隊編為：3592，有契約書足參，足見王人右在 98 年 3 月間加入大都會公司前即已參加大都會公司之職前專業訓練，且系爭車輛車頂燈板及車門兩側所標示之「大都會」字樣及 M 標章，亦係依系爭契約約定為之，核一般人均可自系爭車輛之外觀，認知系爭車輛為大都會公司所屬車輛。則王○○既係參加大都會公司之職前訓練合格，復領有大都會公司之車機及編號，接受大都會公司之派遣，客觀上即難認大都會公司僅係單純的報告締約機

		會或為訂約之媒介者。另參酌大都會公司副總即訴外人林永良曾對外召開記者會表示：若有車隊司機涉及打架，一定會退隊處理，並會妥善給乘客交代。車隊隊員一定會穿著制服，車輛也必須有車行及車隊之標示，大都會車隊隊員與乘客發生糾紛，只要涉及打架、動手，查證清楚後，車隊第一時間一律會退隊，接獲民眾投訴，公司也絕對會處理及回應。公司對於司機管制制度嚴謹，若有評分較低的司機一定會叫回溝通、輔導，如果溝通不了，就會要求隊員退隊，維護車隊品質，有上訴人提出之報導足參。堪認加入大都會公司之車隊，除司機本身須參加大都會公司之職前專業訓練，車身應依規定位置與規格標示大都會公司之公司或商業名稱，標示隊編，以資示別外，大都會公司對於司機亦有管制、輔導之權利，若涉及司機與乘客之糾紛，大都會公司亦會查證，情節重大，並得要求退隊，以維護大都會公司車隊之品質，並可知大都會公司對於加入車隊之司機即王○○有選任、管理載客之具體規範與懲處機制，且王○○亦聽從大都會公司之派遣，是依據一般社會通念，王○○外觀上確有為大都會公司使用，為之服勞務而受其監督之客觀事實存在，依上開說明，即應認大都會公司與王○○間有僱傭關係存在。
--	--	---

表11 派遣車隊不對司機負僱用人責任判決一覽表

序號	判決字號	判決理由/司機與車隊契約性質
1.	臺北地院 89 北簡 7525	乙於肇事當時所駕駛之營業小客車，係屬<u>乙自營計程車行所有之個人出租汽車</u>，在客觀上乙既未靠行被告高○公司營運，而足以使人認其係為高○公司服勞務；且<u>高○公司經營業務種類為計程車客運服務業</u>，營業項目乃係代為驗車、申請各項登記及繳納罰鍰等等，並不包括計程車客運運輸，在事實上亦無乙被高○公司使用為之服勞務而受其監督之情形。原告主張被告高○公司應負民法第一百八十八條規定僱用人之連帶賠償責任，即屬無據。編者結論：個人車行經營計程車搭載乘客業務，加入車隊接受派遣，無被車隊使用為之服勞務而受其監督，故司機非車隊之受僱人。
2.	臺北地院 92 訴 5600	被告鼎○公司所經營之業務僅為計程車派車服務，亦即被告鼎○公司將由電話、網路及企業體等管道所集合的消費者叫車服務，藉由電腦管理及衛星通訊系統提供給位置最近的空車(加盟者)，而加盟者則為此按月給付一定之費用給鼎○公司，此有被告鼎○公司提出定型化之車機系統租用服務契約書及業務說明資料在卷可憑(參本院卷第十七至二○頁)，是被告鼎○公司與加盟台○大車隊司機間之法律關係，係類似仲介之服務，而被告鼎○公司自己亦定位為「永遠的經紀人」，此由上開業務說明資料之說明可考。由此觀之，被告戊雖為被告鼎○公司之加盟者，但實難認與被告鼎○公司間有何僱用關係存在。職故，原告請求被告鼎○公司應與被告戊○○連帶負賠償責任，即乏依據，不應准許。
3.	高雄地院 95 重訴 57	司機加入運輸合作社營業，司機另與計程車客運業兼營計程車客運服務業之公司訂立無線電設備租用契約。公司提供無線電服務，司機則按月給付租金予公司，此與經營交通事業之營利私法人，接受出資人以該交通公司之名義購買或承租車輛，並以該公司名義參加營運者(即俗稱靠行)不同。委託計程車客運服務業代辦業務之車輛，除應依規定噴漆個人姓名外，並得依規定位置與規格加漆受託代辦業務之公司或行號名稱，終止委託時應即塗銷之。而在計程車上懸掛計程車服務業者公司名稱，乃法令之規定，

		<u>並無從使客運服務公司成為事實上或形式上之僱用人。公積金之提撥來源，係司機違規遭處分關機、拆機而科處之罰金，與企業組織為僱員提撥福利金，其來源係就企業組織之資本、每月營業收入及員工薪津內提撥之情況，截然不同，是上開公積金並非職工福利金之性質，僅係為增進公司與裝設該公司無線電之計程車司機通訊作業運作正常所設規定，如司機均按規定使用電台，無遭處分繳納罰款之事，則無公積金之存在，此與雇主為員工提撥之福利金，於符合一定要件時均會發放之情形亦迥然有別，故尚不得以公司有設置公積金為由，而遽論公司與司機間有僱傭關係存在。</u>
4.	臺北地院 97 重訴 375、臺北地院 99 訴 29、士林地院 99 訴 585	依司機與被告台○大車隊公司簽訂之台○大車隊 G.P.R.S. 車機系統及商標使用<u>契約書第 1 條：「甲方(即被告台○大車隊公司)係經營計程車派車服務，提供乙方(即司機)載運乘客之服務(以下簡稱派車服務)，乙方無正當理由不得拒絕接受甲方所提供之派車服務，乙方並應向甲方租用所有成為台○車隊大車隊隊員所應具備之相關物件，以利甲方營運。乙方於簽訂本契約之同時，應依甲方現行規定繳納費用，以取得甲方提供之派車服務、甲方商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權」之約定可知，本件被告司機係以支付固定費用之方式，向台○大車隊公司取得派車服務、商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權，換言之，被告台○大車隊公司僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，司機從事旅客運送契約業務，係專為自己之利益，並非為被告台○大車隊公司之利益而提供其勞務，綜上要難認定台○大車隊公司就司機從事旅客運送契約業務有何事實上之指揮監督關係，而責令其應依負民法第 188 條第 1 項之規定負僱用人連帶賠償責任。</u> 編者結論：屬於居間契約
5.	基隆地院 99 重訴 8	依據契約被告己需租用元○公司所有之主機台、控制盒等機具，由元○公司對被告己提供電話及衛星電腦派車、承接客戶叫車業務等服務，被告己應給付被告元○公司租金及服務費，是元○公司僅係提供上開派車服務，被告己依約得自由加入、退出該車隊，核其契約性質，應屬民法第 565 條：「稱居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約」；且所謂衛星車隊係由某公司成立並招募計程車加入(計程車為個人或交通公司均可)，<u>現行汽車運輸業相關法令對於計程車客運業或計程車客運服務業，成立品牌車隊申請或核定事宜，均未予規範。是以被告己加入大○衛星車隊，僅係成為該品牌車隊成員，表明仍屬同一服務、營運方式或使用同一商標或服務標章之組織系統，難謂大○衛星車隊或其所屬公司對被告己有何選任、監督之責任。</u> 編者結論：91 年 9 月 25 日交通部始發布計程車客運服務業申請核准經營辦法，惟此時尚無派遣之相關規定。迄至 100 年 3 月 28 日交通部修正前開辦法後，始增訂派遣定義，並將派遣作為計程車客運服務業之服務項目。
6.	高雄地院 101 重訴 215	縱認被告伍○公司與被告鄒○○之間確有無線電設備租賃關係，無線電設備租賃關係，因此可使用凱○無線電台之標示，然該無線電機具租賃之關係，僅係使被告鄒○○可得使用被告伍○公司所有之主機台、控制盒等機具，並由被告伍○公司對被告鄒○○提供電話及衛星電腦派車、承接客戶叫車業務等服務，而被告鄒○○則須給付被告伍○公司租金及服務費，是被告伍○公司既僅係提供上開派車服務，核其契約性質，應屬民法第 565 條：「稱

		居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約」所示之居間及無線電設備租賃之混合契約，且無線電台僅係提供乘客叫車服務之資訊平台，該無線電台並非各該計程車之車主，其僅在接獲乘客叫車之需要後，回報無線電通知其客戶(計程車駕駛)締約之機會，各該駕駛仍有選擇是否前往載客之權利，此為一般使用計程車之社會大眾所周知，顯見被告伍○公司並無權指揮、指揮特定駕駛甚明，況除受僱人係受僱於合夥事業或以契約與多數人議定受其共同僱用者外，受僱人於同一時間區段內，物理上僅可能為單一之雇主服勞務，要無可能在法及契約無明定之情況下同時受二人以上之指揮監督者(所謂兼業者，亦僅係利用業餘時間為他人服勞務，亦非同時存在二雇主)，而原告既已依外觀而認定被告婁○公司係被告鄒○○系爭事故發生當時之僱用人，其竟又謂被告鄒○○於同一時間亦受他公司之指揮監督而服勞務，此顯與僱傭之法性格扞格。綜上所述，實難謂被告鄒○○係為被告伍○公司服勞務者，是原告主張被告伍○公司應負僱用人責任云云，實非可取。
7.	台高院 101 上 969、臺北地院 101 訴 1959	計程車客運服務業者所經營之車輛派遣服務內容，係為計程車客運服務業接受計程車駕駛委託，於不特定之消費者向其乘車需求時，由其將此資訊透過派遣系統公開傳送予該營業區域之受託服務計程車駕駛人知悉，最後再由首先應承載之駕駛人前往消費者指定之地址載客，故計程車客運服務業經營車輛派遣，與該派遣車輛間並無僱用人與受僱人間之選任及監督關係。
8.	士林地院 102 訴 689	按受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任，民法第 188 條第 1 項前段定有明文。查依被告劉○○與被告台○大車隊之契約，係由台○大車隊提供被告劉○○載運乘客之機會之服務，被告劉○○承租台○大車隊 GPRS 車機系統以及於被告台○大車隊指定範圍內授權使用台○大車隊之商標等事宜，此有台○大車隊 GPRS 車機系統及商標授權使用契約書可參(本院卷第 107 頁)。顯見被告劉○○非台○大車隊之受僱人，亦非靠行台○大車隊。是原告主張被告台○大車隊，應依民法第 188 條之規定，負僱用人責任云云，亦無所據。
9.	臺北地院 101 訴 1959、臺北地院 102 訴 2811、士林地院 102 重訴 76、臺北地院 103 訴 4914、台高院 103 上易 234、臺北地院 103 北簡 8223	大○會車隊究否應對宋○○所為本件侵權行為負僱用人責任，應視司機是否為大○會車隊服勞務，及大○會車隊與司機於事實上或客觀上有無選任監督關係為斷。法院認為宋○○係以支付固定費用之方式，向大○會車隊取得派車服務、商標權之使用授權、排班使用權及相關設備物件之使用權，得自由加入、退出大○會車隊。亦即，大○會公司僅為司機提供與不特定乘客締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，至於運送服務之內容則係由司機與乘客間自行訂立，司機從事旅客運送契約業務應係為自己之利益，並非為車隊之利益而提供其勞務，是司機與大○會車隊間之法律關係性質，應屬民法第 565 條規定之居間(即一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約)。又司機加入車隊及取得使用車隊之商標或服務標章，僅係成為車隊品牌之成員，其所表彰者，乃屬同一服務、營運方式或使用同一商標或服務標章之組織系統，且計程車車身所漆車隊字樣、服務標章及手機直撥叫車專線及市話等，亦僅係便利乘客知悉得由無線電台之通訊途徑叫車，以增進搭乘載送之機動性而已，尚難謂車隊對司機有何選任、監督之關係存在。車隊之網站雖記載「首創年終獎金制度」等語，然司機既未自車隊領取勞務報酬(薪資)，尚需給付費用予車隊，足見車隊網站所稱之「年終獎金」並非一般社會通念所認知之年終獎金，應屬獎勵金之性質，而非薪資

		報酬。至其餘網站資訊如：衛星全程監控、乘客須知、客服中心資訊等內容，乃車隊有關營運管理之說明，自難據此認定車隊對司機有何選任、監督之關係。編者結論：屬於居間契約
10.	臺北地院 103 北簡 8223、新北地院 104 訴 3059、臺北地院 104 店簡 876	台○大車隊公司與司機簽定之車隊隊員入隊定型化契約書所示，足見司機係以按月支付服務費方式向台○大車隊公司取得計程車派遣、排班點使用及電子付費機制之服務。台○大車隊公司僅為其提供與不特定消費者締結旅客運送契約之機會，或為締約之媒介，台○大車隊公司與司機間顯係有償之計程車派遣、排班點使用及電子付費機制服務提供關係，司機並非為台○大車隊公司服勞務，台○大車隊公司亦無庸給付司機報酬，自非僱傭。
11.	台高院 104 重上 935	營業自小客車車門及後方保險桿上，均印有「大○會 55178 壹起發(手機直撥每秒 0.1 元，以秒計費)」，堪認該「大○會」字樣所表彰者， <u>僅係手機撥號之叫車(媒合)服務，便利乘客知悉得由「55178」之通訊途徑叫車，藉此增加陳俊霖(司機)載送乘客之機動性，使陳俊霖依此「計程車客運服務」方式，為自己(車行)達成更多「計程車客運業」之載送業務而已。與「靠行」之客運業交通公司，「客觀上」可認陳○○「職業駕駛」營業計程車，為該客運業交通公司使用、服勞務，該公司對陳○○執行計程車司機業務之「職業駕駛」內容則有查照，審定技能、經驗等監督事實不同。大○會公司核發之年終獎金，係對加入公司「媒合服務」行列之司機，因其服務品質優良所給予之獎勵金，此與陳○○有無適合從事「職業駕駛」之技能、經驗等績效無關，尚難僅憑大○會公司核給參與「媒合服務」司機年終獎勵金，即認大○會公司對該司機之「職業駕駛」有監督事實。編者結論：屬於媒合行為，且無選任監督事實。</u>
12.	臺中地院 104 訴 800	系爭營業小客車於本件交通事故發生時為被告江○○所有，且被告江進隆與台○大車隊臺中分公司於 102 年 2 月 7 日簽訂「 <u>台○大車隊隊員入隊定型化契約書</u> 」，約定由被告江○○委託被告台○大車隊臺中分公司向其提供派遣業務服務，並應按月給付服務費，故被告江○○與台○大車隊臺中分公司之間，並未存有靠行關係或僱傭關係。「台○大車隊隊員入隊定型化契約書」第 5 條記載：「乙方因違反隊員相關規範、欠費或違反隊員相關規範遭停權(機)期間，仍應繳納前述每月應付相關費用。」然遍查全卷並未見原告所謂「隊員規範」之具體內容，參以，被告台○大車隊臺中分公司依計程車客運服務業申請核准經營辦法第 15 條規定對其委託人即被告江○○，應負責宣達政令並督促其遵守，自難僅依上開「台○大車隊隊員入隊定型化契約書」第 5 條記載內容而逕認被告台○大車隊臺中分公司對被告江○○具有指揮、監督、管理之權力。網頁列印內容，充其量僅說明入隊條件及入車隊前、後須參加訓練課程，核與計程車客運服務業申請核准經營辦法第 3 條第 2 項第 1 款規定計程車客運服務業之服務對象，須為領有有效之職業駕駛執照及執業地計程車駕駛人執業登記證之駕駛人，及同辦法第 17 條規定經營派遣業務對其委託人並應盡責任包含「維持服務品質」及「提供專業訓練」，大致相符，尚難據此逕認被告江○○受被告台○大車隊臺中分公司之選任、管理、監督。本件交通事故現場照片顯示，系爭營業小客車之車頂燈殼印有「台○大車隊」字樣及服務標章，及其前車門印有「台○大車隊」字樣及服務標章，且其服務標章上方印有車輛編號「15966」，以及其車尾兩側印有「江○○」、「TBJ-199」字樣等情(見本院卷一第 50 至 54 頁)，充其量僅顯示系爭營業小客車之車主姓名，及其委託理派遣業務之公司名稱及車輛編號，核與

		<u>上開計程車客運服務業申請核准經營辦法第14條第1項前段規定相符，一般人應不致於誤認系爭營業小客車及其司機係受被告台○大車隊臺中分公司使用而在道路上招攬乘客。</u> <u>結論：台○大車隊公司不對司機肇事僱用人責任。</u>
13.	新竹地院 104 簡上 126	被告大○會衛星車隊確為經營計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」，非「計程車客運業」。依公路法第56條第1項關於經營計程車客運服務業應經公路主管機關核准而制定之計程車客運服務業申請核准經營辦法規定觀察，經營計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」確係單純受「計程車客運業」及個人計程車駕駛人之委託居間接受消費者之乘車需求，而派遣受委託之計程車提供消費者服務，故事實上計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」與「計程車客運業」或個人計程車駕駛人間即非屬傭契約關係，且客觀上「計程車客運業」或個人計程車駕駛人亦非被車輛派遣之「計程車客運服務業」使用為之服勞務而受其監督，因此計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」自非屬「計程車客運業」或個人計程車駕駛人之僱用人。…況依現今之一般社會通常概念，計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」存在已有相當時期，並非新興之行業，已係屬一般社會常見之營業態樣，一般人之認知尚無混淆計程車車輛派遣業(俗稱為叫車服務)與計程車客運業(即派遣之計乘車)之差異之虞，自尚不足以計程車外觀上印有計程車車輛派遣業之公司或商業名稱，即認客觀上足以使人認為該計乘車係被計程車車輛派遣業者使用為之服勞務而受其監督。…惟如前述，計程車車輛派遣之「計程車客運服務業」與個人計程車駕駛人間並非屬傭契約關係，且客觀上受派遣之個人計程車駕駛人亦非被車輛派遣之「計程車客運服務業」使用為之服勞務而受其監督，故第三人曾○○縱有加入上訴人公司派遣車隊而有接受派遣載客之關係，惟上訴人乃係接受第三人曾○○之委託，於不特定之消費者向上訴人提出乘車需求後，再由上訴人將該叫車資訊傳達予第三人曾○○知悉前往載客，而由第三人曾○○運輸乘客自行收取車資費用，此即為俗稱之叫車服務，自難認上訴人與第三人曾○○間有何僱用人與受僱人之選任、監督關係。據此，上訴人與第三人曾文良間事實上既非屬傭契約關係，且客觀上亦無第三人曾○○被車輛派遣之上訴人使用為之服勞務而受其監督之客觀事實存在，上訴人自非屬第三人曾○○之僱用人，而無依民法第188條第1項前段應負僱用人責任規定之適用 <u>結論：大○會衛星車隊與司機間屬於居間契約，派遣非新興契約。</u>

3.3 法院判決之檢討

3.3.1 各種營運模式下法律責任之確定

一、駕駛人與計程車客運業者(車行)法律責任

本於行為人自己責任原則，計程車駕駛人無論是否駕駛計程車載客或巡迴攬客途中造成消費者或第三人損害時，駕駛人因故意或過失侵害他人權利者，均應負民法第184條侵權責任。至於駕駛人係以靠行、受法人車行僱用營運者，車行與消費者間成立契約關係，消費者得依民法運送契約債務不履行規定，或依侵權行為規定請求車行負僱用人連帶賠償責任，或依消費者保護法第七條請求車行負企業經營者無過失連帶賠償責任。消費者，得自由依前述

三個請求權，向駕駛人與車行要求負賠償責任。由於是連帶責任，依民法第 273 條規定，被害人得向駕駛人或車行請求全部或一部給付，並無優先順序要求。倘由車行賠付予被害人後，依民法第 188 條第 3 項規定，車行得向駕駛人行使求償權。

由於駕駛人通常為經濟上弱者，且為僱主服勞務，僱主除依法投保強制汽車責任保險外，為免其受僱人(運送契約之債務履行輔助人)承擔過重責任，宜藉由第三責任險之投保，分攤風險並保障消費者權益。至於駕駛人係以個人車行(老闆兼司機)方式營運，由於非屬靠行營業或受車行僱用，對於消費者或第三人之損害，本於自己責任原則，僅由駕駛人個人對被害人負契約或侵權責任，並無僱用人得以負連帶責任，則除強制汽車責任保險外，倘未強制其投保旅客責任保險或旅客責任保險，與靠行或受僱駕駛責任相較，被害人權益保障明顯更居劣勢。

二、駕駛人與計程車客運服務業者(車隊)法律責任

駕駛人是以靠行或受僱於法人車行營運(或者個人計程車客運業)，加入車隊接受派遣者，駕駛人與計程車客運服務業者(車隊)間，目前法院實務判決約有半數認為車隊應對駕駛人負民法第 188 條僱用人連帶賠償責任。相對地，亦有半數判決認為車隊與駕駛人間關係僅屬居間契約，不負僱用人責任。基於判決觀察，本計畫認為計程車客運服務業者(車隊)在侵權責任上，應負僱用人連帶責任，主要理由如下：

- (一) 現行計程車營運，不論車頂燈或車身標示，駕駛人依計程車客運服務業經營核准辦法規定，均標示所屬車行、車隊名稱，除標示不實或未標示外，車頂燈與車身企業識別標示，在巡迴攬客時消費者即得自外觀標示，信賴其所選定之品牌計程車隊搭乘；在電話或網路、APP 派遣時，亦可選擇品牌車隊車輛與所派遣之旗下駕駛人負責運送，客觀上足以認定駕駛人係為車隊服勞務。
- (二) 駕駛人裝設派遣設備車機等，車隊對計程車車輛狀況、司機資格均有一定要求，簽約後駕駛人依規定穿著「車隊制服」，使用公司名稱與商標貼紙、叫車電話貼紙等設備物件及車隊商標，並使用車隊公司之排班點。駕駛人加入車隊前，需詳讀隊員守則，隊員守則效力屬於駕駛人與車隊契約一部分。而加入車隊後需遵守相關管理規章及排班點規定，有違反管理規定者，車隊並得依管理守則或契約等相關規定處置(分)。車隊公司對於司機有選任、管理載客之具體規範與懲處機制，依據社會通念，駕駛人有為車隊所使用，為其服勞務而受公司監督之客觀事實。
- (三) 車隊對企業客戶採取「車資月結」服務，司機不直接向乘客收取車資，由車隊按月、按運量給付駕駛人，如同給予薪資報酬。性質上，已成立一「非典型僱傭契約」關係。
- (四) 車隊要求其所派遣之駕駛人參與職前訓練，契約並明定駕駛人應參與車隊排班點排班載客或接受派遣載客服務，無正當理由不得拒絕載客，若違反相關規範且情節重大者，車隊得提前終止契約。駕駛人涉及打架、動手，車隊經查證清楚後，駕駛人一律退隊。消費者對駕駛人評分較低者，車隊對駕駛人有溝通、輔導機制，必要時得令隊員退隊。

綜上各點，依一般社會觀念，司機有為車隊所使用，為其服勞務而受車隊監督管理之客

觀事實。從而，車隊應對駕駛人執行職務侵害消費者或第三人權益，依民法第 188 條第 1 項規定，與駕駛人連帶負賠償責任。

三、駕駛人、車行及車隊責任順序與比例

駕駛人、車行與車隊三者，於駕駛人執行職務肇事時，應由何人對消費者或第三人之損害負賠償責任？換言之，被害人可以對誰請求賠償、有無優先順序、三者應負責任之比例為何，對消費者權益之維護與教育宣導，甚為重要。

按駕駛人係侵權行為人，於符合侵權行為要件時，即應負損害賠償責任。車行係形式上之僱用人，與駕駛人連帶負賠償責任；車隊與駕駛人間關係，無論為僱傭、委任或居間，基於前述各項理由(或可認為係車隊應負連帶責任之要件)，由於對駕駛人有選任監督之事實，亦應與駕駛人負民法第 188 條第 1 項規定之連帶賠償責任。駕駛人與車隊、駕駛人與車行，對被害人負連帶賠償責任，相互間皆屬法定連帶債務；車隊與車行間，基於其與駕駛人個別間法律關係與規範，外觀上似有連帶責任，實則為不真正連帶債務。易言之，被害人得自由選擇駕駛人、車隊、車行任一者，或選擇駕駛人與車隊，甚至同時選擇駕駛人與車行負連帶責任。被害人就其受害所生債權，只要尚未獲得完全清償，彼等之連帶責任仍無從免除。從而，被害人向何人請求賠償，端視被害人需要而定；被害人對彼等請求賠償，並無優先順序之限制。但由車隊或車行賠償被害人後，則得依民法第 188 條第 3 項規定向駕駛人全額求償。換言之，一旦車行或車隊向駕駛人求償，責任最終仍由駕駛人獨自承擔。如前所述，為避免駕駛人生計受影響，考量駕駛人服勞務之利益最終歸屬於車行或車隊，強制要求計程車客運業者投保旅客責任保險，方能避免駕駛人無力承擔最終責任之憾事發生。

表12 計程車營運肇事法律責任判斷一覽表

一、司機對乘客造成損害之賠償責任							
賠償義務人 請求權基礎	行為人	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	
	司機(含個人車行司機)	車行(靠行)	車行(僱用人)	運輸合作社	車隊(計程車客運服務業) 派遣	派遣	媒合
侵權	○ (民 184)過失責任；(民 191 條之 2 採推定過失責任)	○ (民 188 I)推定過失責任	○ (民 188 I)推定過失責任	X (合作社法等)無責任	○ (民 188 I)推定過失責任	○ (民 188 I)推定過失責任	X 無責任
消費者保護法第七條服務無過失責任	受僱人 X 個人車行○ (消保 7 III)運送服務無過失責任	○ (消保 7 III)運送服務無過失責任	○ (消保 7 III)運送服務無過失責任	○ (消保 7 III)派遣媒合服務無過失責任	○ (消保 7 III)派遣服務無過失責任	○ (消保 7 III)派遣服務無過失責任	○ (消保 7 III)媒合服務無過失責任

契約責任	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任)	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任) ；司機(民 224 屬於債務履行輔助人)，不需負契約責任	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任) ；司機(民 224 屬於債務履行輔助人)，不需負契約責任	X (合作社法等)無責任 ；司機(民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任)	○ 委任契約(民 528)； 委任與居間的混合契約 抽象輕過失責任	○ 委任契約(民 528)； 委任與居間的混合契約 抽象輕過失責任	○ 未收取報酬媒合平台(無償委任契約)具體輕過失責任/收取報酬媒合平台(報告居間契約)。抽象輕過失責任
------	---------------------------------------	--	--	---	--	--	--

二、輪替駕駛 對乘客造成損害之賠償責任

賠償義務人	行為人	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	
	輪替駕駛司機	個人經營計程車客運業	運輸合作社	車隊(計程車客運服務業)	媒合平台	
				派遣	派遣	媒合
請求權基礎						
侵權	○(民 184) 過失責任；(民 191 條之 2 採推定過失責任)	△(視其是否違反保護他人法律、是否知悉輪替駕駛有不能安全駕駛等情事而定) 過失或推定過失責任	X(合作社法等) 無責任	○(民 188 I) 推定過失責任	○(民 188 I) 推定過失責任	X 無責任
消費者保護法第七條服務無過失責任	X 無責任	○ (消保 7 III) 運送服務無過失責任	○ (消保 7 III) 派遣媒合服務無過失責任	○ (消保 7 III) 派遣服務無過失責任	○ (消保 7 III) 派遣服務無過失責任	○ (消保 7 III) 媒合服務無過失責任
契約責任	○ 司機(民 224) 屬於債務履行輔助人，不需負契約責任	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任)	X (合作社法等) 無責任	○ 委任契約(民 528)； 委任與居間的混合契約 抽象輕過失責任	○ 委任契約(民 528)； 委任與居間的混合契約 抽象輕過失責任	○ 未收取報酬媒合平台(無償委任契約)具體輕過失責任/收取報酬媒合平台(報告居間契約)。抽象輕過失責任

三、第三人駕駛 ⁷³ 對乘客造成損害之賠償責任									
賠償義務人	行為人	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	營運方式	
請求權基礎	承租或借用計程車營業之第三人	原司機	車行(靠行)	車行(僱用人)	個人經營計程車客運業	運輸合作社	車隊(計程車客運服務業)	媒合平台	
							派遣	派遣	媒合
侵權	○ (民 184) 過失責任；(民 191 條之 2 採推定過失責任)	△ (視其是否違反保護他人法律、是否知悉第三人有不能安全駕駛等情事而定) 過失或推定過失責任	○ (民 188 I) 推定過失責任	○ (民 188 I) 推定過失責任	○ (違反汽車運輸業管理規則第 95 條第 2 項、民 184 II) 推定過失責任	○ (違反汽車運輸業管理規則第 95 條第 2 項、民 184 II) 推定過失責任	○ (民 188 I) 推定過失責任	○ (民 188 I) 推定過失責任	X 無責任
消費者保護法第七條服務無過失責任	X 無責任	X 無責任	○ (消保 7 III)運送服務無過失責任	○ (消保 7 III)運送服務無過失責任	○ (消保 7 III)運送服務無過失責任	○ (消保 7 III)派遣媒合服務無過失責任	○ (消保 7 III)派遣服務無過失責任	○ (消保 7 III)派遣服務無過失責任	○ (消保 7 III)媒合服務無過失責任
契約責任	○ 司機(民 224) 屬於債務履行輔助人，不需負契約責任	X 無責任	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任)；司機(民 224 屬於債務履行輔助人)，不需負契約責任	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任)；司機(民 224 屬於債務履行輔助人)，不需負契約責任	○ (民 622、634、654) 無過失責任(通常事變責任)	X (合作社法等) 無責任	○ 委任契約(民 528)；委任與居間的混合契約 抽象輕過失責任	○ 委任契約(民 528)；委任與居間的混合契約 抽象輕過失責任	○ 未收取報酬媒合平台(無償委任契約) 具體輕過失責任/收取報酬媒合平台(報告居間契約)。抽象輕過失責任

73 指車行或受車行僱用之司機將計程車出租、出借予第三人之情形。

3.3.2 判決檢討

一、契約責任付之闕如，對消費者權益保證不周

從法院判決考察，發現經過法院判決的民事事件，幾乎都是消費者或乘客遭受到身體健康權甚至生命權的損害，以契約作為請求權基礎相關案例仍付之闕如。我國法院對於計程車營運肇事案件中，並無以契約關係向司機、車行或車隊主張債務不履行損害賠償之案件。或許是因為計程車車資不高，消費者通常遇有消費爭議時，皆透過私下和解、申訴或者自認倒楣放棄求償。對於司機就地加價(如微搬家費、寵物清潔費)、加收高額清潔費(幼兒暈車不慎吐出穢物，清潔費 2,000 元)、多次派車未到、司機報價高於車隊之報價、未依原報價卻依跳表後之車資收費、司機開錯路跑錯目的地等爭議，實務上尚無相關案例，且無定型化契約相關規定，消費者權益保障難謂周延。

二、品牌車隊是否負僱用人責任仍有爭議

目前這些由消費者或第三人提起的訴訟，幾乎都以侵權行為人司機為被告，有時也會將車行、品牌車隊列為共同被告，請求業者負僱用人的連帶責任。通常法院認定肇事司機構成侵權行為責任要件後，緊接著處理司機於侵權行為發生時是否係執行職務的狀態、司機與車行或車隊有無僱傭契約，若雙方不存在僱傭契約，則司機是否受車行或車隊業者所選任監督、外觀上有無使人認為司機是為業者服勞務等等待證事實與法律評價，法官雖得本於自由心證認定，但也不能違反論理與經驗法則。

本於自己責任原則，法院對司機駕駛計程車肇事，一旦符合侵權行為要件，司機即負有侵權行為損害賠償責任。至於依營運方式不同，司機不論「靠行」營業或受車行僱用者，各級法院見解都堅守最高法院對靠行營業車行法律責任一貫見解的影響與拘束，認為車行應負民法第 188 條僱用人連帶責任。整體說來，我國法院判決對計程車營運肇事侵權責任的判斷，自一開始嚴格立場，轉而依照外觀理論、社會通念，採取對消費者最有利的寬鬆認定方式。

但具有重大爭議的是：作為計程車客運服務業的品牌車隊、運輸合作社，在司機駕駛計程車肇事時，是否應與計程車客運業者一樣，負民法第 188 條第 1 項之僱用人責任？司法實務對兩者態度不一。運輸合作社經營派遣業務時，法院認為合作社與社員之關係為組織體與構成員之關係，並無指揮監督關係；品牌車隊部分，法院判決則有重大歧異。肯定車隊應負僱用人責任之判決，以車身外觀標示有車隊名稱、品牌車隊對司機依法有選任監督之權利，甚至以社會責任作為連帶責任之重要理由；反之，持否定見解者，自車隊與司機間關係、營業利益歸屬、司機具有接受派遣自主決定與自由權，甚至車身外觀僅為依法令所為標示，一般人叫車社會通念上不致誤認司機係為車行服勞務，認為品牌車隊不需負僱用人責任。

在訴訟攻防中，品牌車隊經常以其與司機間契約性質係屬居間、委任或其他關係作為抗辯，期盼法院判決業者不需負賠償責任。品牌車隊與司機間法律關係之性質，無論定性為何，在侵權責任的判斷上，只要對司機有選任、監督之事實，或者外觀上係為他人服勞務者，本於被害人保護立場，均可將其評價為民法第 188 條之僱用人。契約定性，則與當事人

間應負何種權利義務有關。從而，實務判決對品牌車隊與司機間關係之定性，非必然與車隊應否負僱用人連帶責任有關。實務判決對此仍有未能詳予分析，混淆契約與侵權責任之功能定位者，或可藉由最高法院民事庭會議決議或判例選編，使判決歧異問題獲得解決。

三、消保法第七條服務無過失責任適用

消保法係以消費關係為其規範對象，只要具有消費關係存在，均有消保法規定之適用。所謂「消費關係」，依消費者保護法第2條第3款規定，係指消費者與企業經營者就商品或服務所發生之法律關係而言。計程車之營運，駕駛人有以靠行或受雇於車行營運者、有以個人車行營運者，亦有加入運輸合作社營運者。再加上，其可能就加入計程車客運服務業接受派遣或媒合服務方式營運之行為。實際上，涉及乘客與法人車行、個人車行、運輸合作社及計程車客運服務業者間關係。倘司機以前述方式營運，造成消費者(包括使用關係之第三人)生命、身體、健康、財產之損害時，依消保法第7條規定，提供服務的企業經營者，所負無過失責任適用對象與責任範圍，法院並未詳細區分，如確認其有消保法服務無過失責任之適用，相較於消費者以契約或侵權責任請求賠償時的舉證責任，消保法無過失責任更有助於消費者就其所受損害向業者請求賠償。從而，前述主體是否適用消保法第7條服務無過失責任，應予釐清。

車行，不論是法人車行或個人車行，皆屬計程車客運業，依公路法第34條第1項第4款規定，係指在核定區域內，以小客車出租載客為營業者，性質上屬於企業經營者。其所提供者非屬商品，而為運送服務。由於人人都是消費者，即使與車行簽約之企業客戶，採月結方式，使企業員工搭車後不必給付車資，企業客戶係屬交易相對人，基於契約目的實際為消費之員工搭乘計程車使用運送服務，亦屬於消費者。雖法院目前尚無依消保法第7條規定判決令計程車行，依消保法第7條第1項及第3項規定對乘客或第三人負損害賠償責任之相關事例，然基於公共利益、損害控管與風險承擔能力、實務肯定其他客運業者亦適用消保法服務無過失責任等因素，本計畫案認為計程車車行亦屬消保法第七條服務無過失責任適用對象。此外，計程車客運服務業提供駕駛人與消費者有關車輛「派遣」(或媒合)「服務」，屬於營利性社團法人，亦為消保法所稱之企業經營者。從而，消費者與品牌車隊業者間就「派車服務」所發生之法律關係，係屬消費關係，所生爭議即為消費爭議，除適用民法的一般規定外，也有消保法規定之適用。

依照消費者保護法第七條第一項規定，提供服務之企業經營者，於提供服務時，應確保該服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。企業經營者如違反上述規定，消費者因該服務所受之損害，消費者得對之請求損害賠償。從而，車行應負之服務無過失責任，係就其所提供之「運送服務」負責；計程車客運服務業(車隊)則應就其所提供之「派遣或媒合」服務負責。前開業者所提供之服務，不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，造成消費者(包括使用關係之第三人)生命、身體、健康、財產之損害時，消費者或第三人(例如乘客自行向車隊叫車時一乘客即為消費者；或者企業用戶為所屬員工與車隊簽屬叫車服務契約時一企業用戶為消費者，其所屬員工即為所謂第三人)均得向企業經營者一視運送服務或派遣媒合服務異其主體，依第7條第3項規定，請求其負服務無過失責任。

至於非消費者(包括非使用關係之第三人)之其他用路人損害，則僅能依侵權行為向加害人(司機)並依民法第 188 條第 1 項規定向司機所屬車行或車隊請求其負僱用人之連帶賠償責任。於此，被害人由於與車隊或司機並無契約關係，自無從以契約或消費者保護法為依據，請求其負賠償責任。

四、新興計程車派遣納管機制亟待研擬

隨著科技發展，現行計程車客運服務業提供派遣服務，也產生新興營運模式。亦即，由品牌車隊或科技業者在網路平台或行動裝置上，以 APP 或資訊平台提供計程車媒合服務。此種媒合服務與傳統的無線電派遣、進化後的衛星定位派遣(品牌車隊)不同。正如消費者自傳統面對面磋商交易的購物型態，進化到網路購物時，網路販售商品或服務業者與第三方平台隨之興起。自網路購買商品(或服務)，又進展到線上由第三方媒合，由線下提供運送服務的司機接案服務消費者。

自現行法院判決觀察，儘管實務上尚無涉及網路平台或 APP 叫車業者責任相關事例，惟此等新興營運模式的發展，對法律的解釋與適用、行政管制與自由競爭、傳統產業保護與鼓勵產業創新各方面造成衝擊，也形成是否納管、管制程度取捨與法規能否因應變革等問題，宜盡速研擬妥為因應，方能保障消費者權益。

第四章 新興計程車營運發展模式與挑戰

4.1 計程車創新服務

4.1.1 計程車派遣模式分類

由於各國對計程車的營運管理方式有所差異，故計程車在世界各大城市的乘客招車與派遣模式也各有不同。由非運輸業的第三方提供運輸資訊，讓使用者得到運輸服務的營運模式已行之有年，在計程車派遣模式中，主要可分為傳統無線電派遣、衛星派遣與近期新興的網路 APP 派遣。傳統無線電派遣方式在英國倫敦被使用已超過 60 年。GPS 衛星派遣技術最知名的案例如新加坡康福車隊，該系統利用無線衛星與通訊之技術，透過派遣中心將乘客需求與計程車供給作有效率的結合。此外，近年來因應無線網路通訊及其相關應用的蓬勃發展，數位經濟的商業模式正衝擊傳統產業，面對去中心化的平台經濟模式中，平台已逐漸淡化派遣車隊角色。而各業者陸續推出許多應用 APP 進行派遣的相關服務，如來自巴西的 Easy Taxi 叫車與派遣 APP，導致以車隊派遣為主的計程車營運模式，有逐漸轉為資訊平台直接媒合乘客與司機之趨勢。茲簡略分述如下：

一、無線電派遣

無線電派遣的歷史相當悠久，如英國倫敦的 Radio Taxis Group 公司，從 1953 年起應用相關技術提供倫敦地區的計程車服務。截至 2014 年為止，倫敦市約有 23,000 位持有合法計程車職業駕照的司機，其中約 2,500 位接受透過 Radio Taxi Group 公司的無線電派遣服務。

國內外無線電派遣流程及叫車方式大同小異。計程車無線電臺運作模式包含有巡迴派遣作業與招呼站派遣作業兩種混合作業方式，一般以招呼站為主，巡迴為輔之方式，採半自動作業。採用無線電派遣技術之計程車，在車輛抵達某特定區域時，車輛會發送一個訊息回送至無線電派遣中心以定位其所在區域，而此計程車則進入該區域之空中排班系統。此一空中排班系統為一 FIFO(First In First Out)系統，當有乘客利用手機或其他通訊系統叫車時，乘客首先必須告知派遣中心其所在位置之地址資訊，派遣中心再依其所告知之位置判斷其所在區域，並由該區域現有空中排班的名單中，依排班順序，開始傳呼排序第一順位之計程車，詢問該司機是否願意接受此載客任務，計程車駕駛則可自行決定是否接受此次任務。若其接受此次任務，則派遣中心便將此計程車分派至此次載客任務；若該司機拒絕此次任務，則其將繼續留在空中排班系統中等待下一次的任務，而派遣中心將繼續依照排班順序詢問下一位的計程車駕駛，直至找到可接受此次任務的計程車為止。若在本區域皆無法搜尋到合適且可完成載客任務之計程車，則派遣中心將繼續搜尋鄰近區域之空中排班計程車，且同樣依序傳呼排班中之計程車，以期順利完成派遣任務。

在系統接單量未超過負荷的情況下，其派遣效率甚佳，接單時間招呼站派車平均約 16 秒，並未包含電臺派車廣播時間；空中派遣約 42 秒，平均一筆訂單約 29 秒即可完成乘客訂車作業。但由於無線電派遣受限功率規範，其服務規模約在 300 部計程車左右，若大於此規

模則無法適用，故目前國內已少有透過無線電派遣的計程車業者。

二、衛星派遣

衛星派遣的發展是源於美國政府於 1994 年全面建置完成的全球定位系統(Global Position System, 簡稱 GPS)。由於使用者只須持有 GPS 接收器即可使用該服務而毋需另行付費，故推出後陸續發展出相當多的應用，計程車衛星派遣技術即為其中之一。如新加坡政府於 1998 年開始整頓計程車市場，透過成立大型車隊以便管理，運用科技工具發揮高度管理效果，透過衛星定位系統和地理資訊系統(GIS)的整合，發展出一套有效的計程車派遣系統，使新加坡的計程車市場變得井然有序。計程車衛星派遣的主要技術架構如下：

(一) 全球衛星定位系統(Global Positioning System, GPS)

1. 應用於導航定位、精密測量及標準時間等相關作業
2. GPS 接收器→MCU(流動控制單位)→控制中心(繼續追蹤車輛位置)

(二) 地理資訊系統(Geographical Information System, GIS)

連結圖像與資料庫的系統，可結合多層次圖層的地理資訊

(三) 派遣系統之 GIS DataBase

1. 根據客層分布，著重於客戶地址、接送地點資料與地理位置之配置
2. IVE→GPS→GIS→車輛的位置→前往客戶的所在地

(四) 車隊管理系統(Fleet Management System)

1. 車載設備—包括 GPS 及無線通訊數據
2. 車隊管理系統中心—車隊管理系統整合使用
3. 運用之相關軟體及功能有系統管理、地址管理、客戶管理與通訊管理

如前所述，衛星派遣技術主要透過 GPS、GIS、資料庫與車隊管理系統的整合而成，然而不同公司所使用的派遣模式與邏輯則稍有差異。舉例來說，臺灣大車隊早期運用之衛星派遣模式，主要為乘客、派遣中心與計程車司機之間，透過無線衛星系統與行動通訊系統所完成的互動關係。乘客利用手機、市話叫車，透過行動通訊技術將乘客之需求資訊傳送至派遣中心，而派遣中心則透過通訊與 GPS 技術與計程車作資訊上的連結。乘客撥打叫車專線敘明乘車位置後，其資訊會進入派遣中心之派遣系統中，派遣系統依據乘客所在地之門牌號碼定位，並由其定位的區塊內搜尋距離該點最近之三輛計程車，依序向各計程車詢問是否可前往載客，若可前往載客，則司機輸入預計抵達時間傳送回派遣中心。若該區塊內皆無法找尋到合適之計程車，則搜尋範圍向外延伸。當找尋至合適且願意接受任務之計程車時，由司機自行判斷到達載客點的時間，於車機上方選擇 3、6、9 分鐘其中之一按鍵回傳訊息，告知派遣中心電腦願意接受派遣，則派遣中心將再次確認乘客是否確定叫車。若為是，則分將乘客資訊予車輛資訊傳達予司機與乘客，至此完成叫車工作流程。(如圖 6 所示)

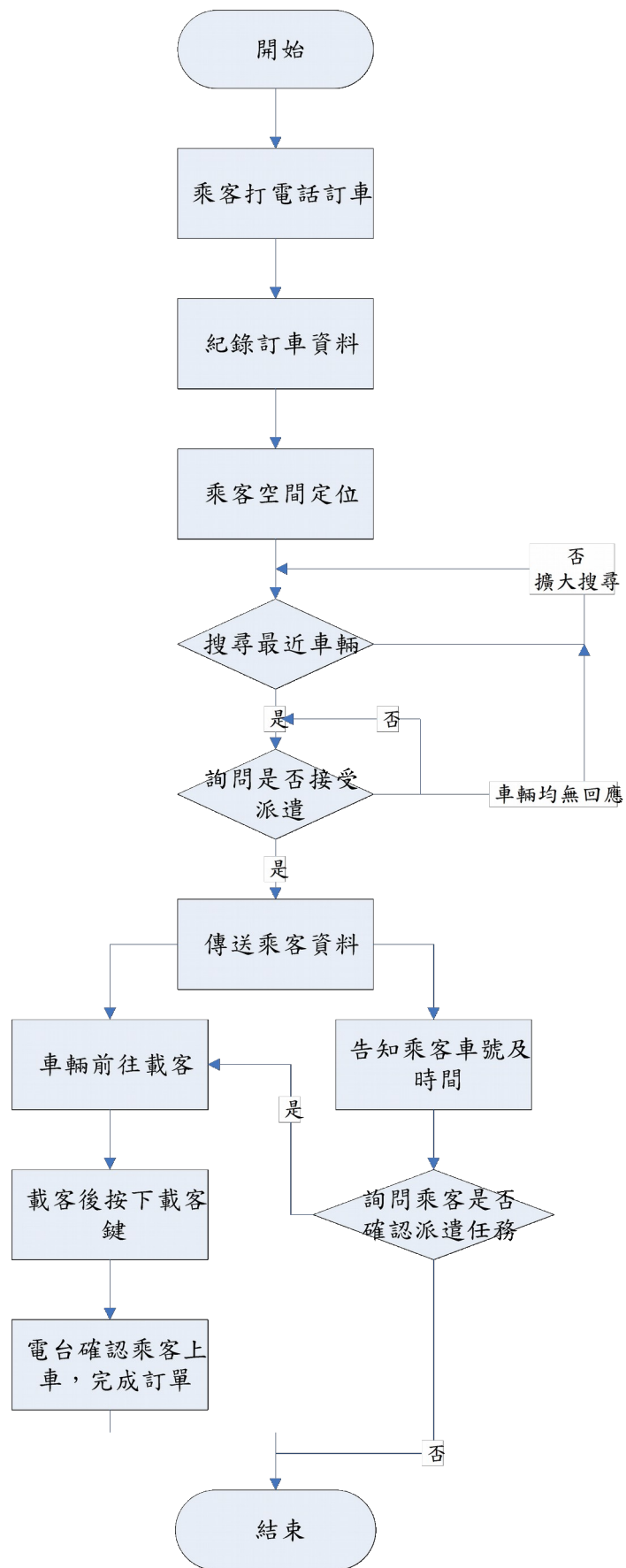


圖6 臺灣大車隊派遣流程示意

三、網路平台/APP 派遣

半世紀以來，民眾搭乘計程車的方式從路邊攔車，或是搭乘車站或機場排班計程車，到無線電計程車以至目前臺灣主要使用的衛星計程車派遣服務。無論是無線電派遣或衛星派遣技術，主要的目的在於媒合並縮小乘客與駕駛之間的資訊落差。然而過去無論透過無線電或衛星定位方式進行派遣，業者皆須負擔相當的成本，如無線電派遣需申請專用頻道、建置電台，衛星定位技術除需負擔建置派遣中心的硬體與提供龐大人力成本，乘客亦需付費，透過手機或市話與派遣中心取得聯繫。

對於消費者而言，無論是無線電或衛星派遣方式，主要都是透過打電話叫車，這樣的服務需花費電話費，且要在電話上等候派車員的回覆是否有車提供服務，即使可提供服務，司機／車輛的服務與清潔品質以及車輛到達的時間等相關資訊，消費者都無法在事前精確掌握。現有的衛星派遣系統端雖然可知道司機的位置，但大多數的衛星派遣系統多半沒開放司機的即時位置追蹤給消費者知道。

然而近年因無線應用協議(WAP)和後 3G 和 Wi-Fi 之軟硬體環境越來越健全，無線通訊的穩定度與取得成本逐漸下降，加上智慧型手機與平板電腦等行動裝置的日益普及，各式各樣的 APP 應用也隨之蓬勃發展。蘋果的 APP Store 於 2008 年推出，到目前已超過 60 億個下載量，而 Google Play 也有超過 50 億個下載。消費者對行的需求越來越大，因此也有許多業者開發運輸服務 APP。在網路 APP 的應用上，其他汽車運輸業主要用於提供其營運訊息，部分業者額外提供預約租車、訂購車票等服務，在其營運特性上，較缺乏雙向溝通之市場需求。然而計程車服務因有即時性及載運「人」的特性，因此 APP 的運用，即需考量到「人」的乘坐需求、消費權利等問題。

目前世界各國有不同的叫車 APP，但其運作機制則多有相同。如在巴西 2011 年推出的「Easy Taxi」APP(如圖 7 所示)，Easy Taxi 在巴西擁有 3 萬名司機，目前這款「Easy Taxi」APP 在全球超過 20 個國家提供服務，每位司機都要經過篩選，車齡必須少於 5 年。Easy Taxi 還會保存乘車紀錄，如果乘客不小心遺失東西在車上，也能迅速地聯絡司機拿回失物。該團隊過去曾進入臺灣服務，但因我國法規規範不符合其核心商業營運模式，因此已於 2015 年撤出臺灣不再提供服務。日本 Line 在東京推出計程車叫車服務 Line Taxi，並結合 Line Pay 支付服務，使用者可免拿錢包，結合信用卡金流，使用手機 APP 點選 Taxi 服務，即可透過 GPS 定位叫車。在印度的 Ola cabs APP 提供城市點對點的計程車叫車搭乘服務，其操作方式依序為：設定乘車地點、選擇附近的計程車、瀏覽計程司機資料、確認所選擇的計程車、完成搭乘，可以現金付款或使用 Ola Money 預付電子錢包。在乘車安全設計方面，業者會提供計程車司機的照片、車牌號碼、電話號碼等乘車資訊給乘客參考分享。

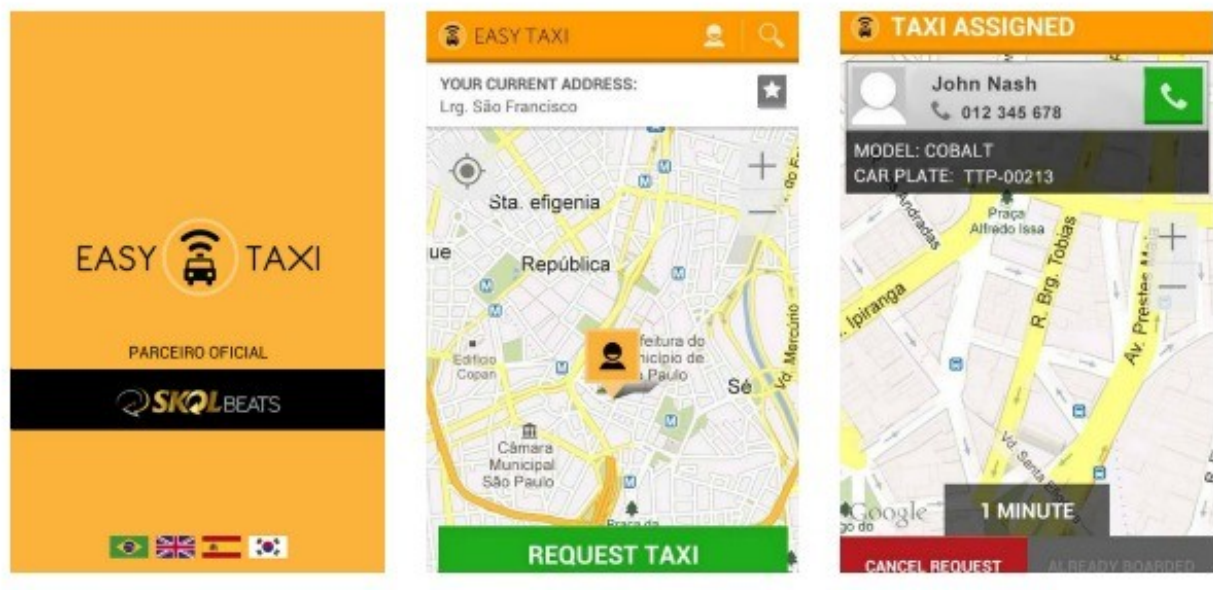


圖7 巴西 Easy Taxi 服務

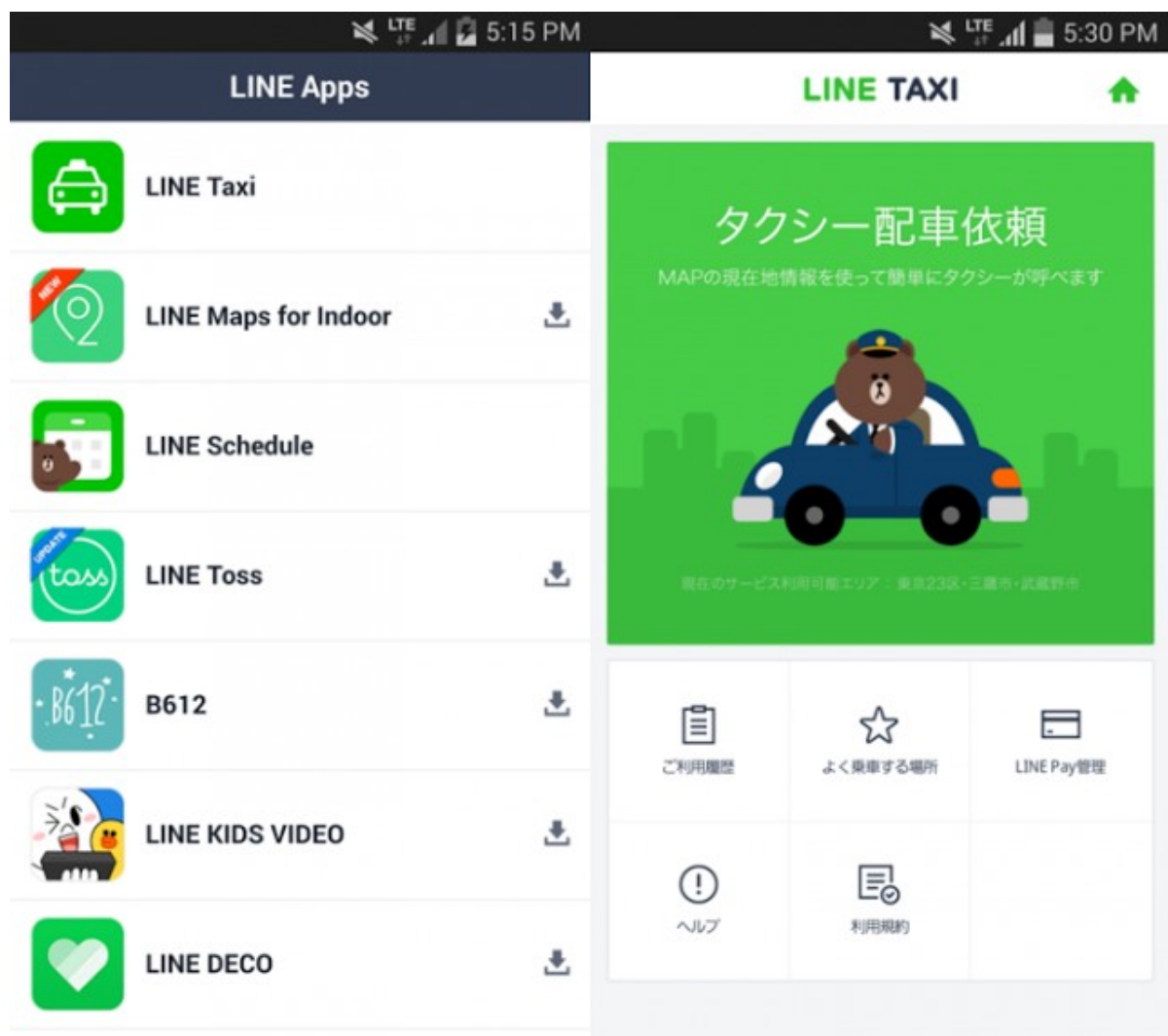


圖8 日本 Line 叫車服務

目前臺灣地區的叫車 APP 以臺灣大車隊為主。臺灣大車隊目前車輛數約 16,000 輛，市佔率約佔 19%，服務範圍遍及全台。該車隊運用衛星定位派遣媒合服務平台，推出 3G (GPS + GPRS + GIS) 乘車服務、24 小時全天候衛星行車監控，乘客可使用手機 55688 叫車 APP 後，畫面會出現預計抵達時間(3 分鐘、6 分鐘和 9 分鐘)與司機的車隊編號。另外還有大都會衛星車隊，該車隊 APP 是由臺北市公共運輸發展協會輔導設立，主旨在協助計程車司機節省空車運轉油錢、提高收入，其派遣平台使用臺灣在地研發的衛星派遣車機系統，以即時衛星定位找出最近的計程車前往載客。乘客使用 178 叫車 APP 可指定派遣大都會、優良衛星或婦安貴賓等三家車隊的計程車，叫車後就能在手機上直接付款，形成 O2O 線上支付的行動支付消費環境。



圖9 臺灣大車隊 APP

還有「呼叫小黃」APP 為一彙整型跨車隊的計程車資訊平臺(如圖 10)，提供乘客和鄰近計程車司機免費的媒合服務。該 APP 會自動偵測使用者所在地附近可提供服務計程車。使用者可看到司機的評價、駕車紀錄和特色，例如司機可提供外語、願意載寵物或能幫忙搬家接送等特色服務。使用者選中合適司機之後，輸入出發地和目的地，可以選擇 APP 發送訊息或撥電話叫車。另外還有 helloTAXI-叫車通叫車 APP(如圖 11)，服務區域包含臺北、新北、基隆、桃園、新竹、臺中、臺南等城市。提供個人叫車、企業叫車、行動支付、機場預約、乘車設定及共乘等功能。派車王(如圖 12)跨車隊叫車的 APP，可讓使用者於單一介面中，選擇不同車隊的叫車服務，目前使用該系統的業者有臺北的友好大車隊、臺北衛星車隊、皇冠大車隊、大文山衛星派遣車隊、臺北義交車隊；桃園的新梅衛星車隊、新利達衛星車隊、日昇昌衛星車隊、國通衛星車隊、亞洲衛星車隊、熊寶寶衛星車隊、華龍衛星車隊、紅帥衛星車隊、府城衛星車隊、成功衛星車隊；中華電信的 Taxi 叫車便(如圖 13)提供服務之區域與計程車車隊，包括基隆雙北：義交大象衛星車隊；新竹、苗栗：中華第一衛星車隊；

臺中：中華永佳衛星大車隊；臺南：中華皇冠衛星車隊、台一衛星大車隊；高雄：中華日光衛星車隊、新形象衛星計程車車隊、興旺衛星計程車車隊、天龍衛星計程車車隊、瑞隆衛星計程車車隊、澄清湖衛星計程車車隊。

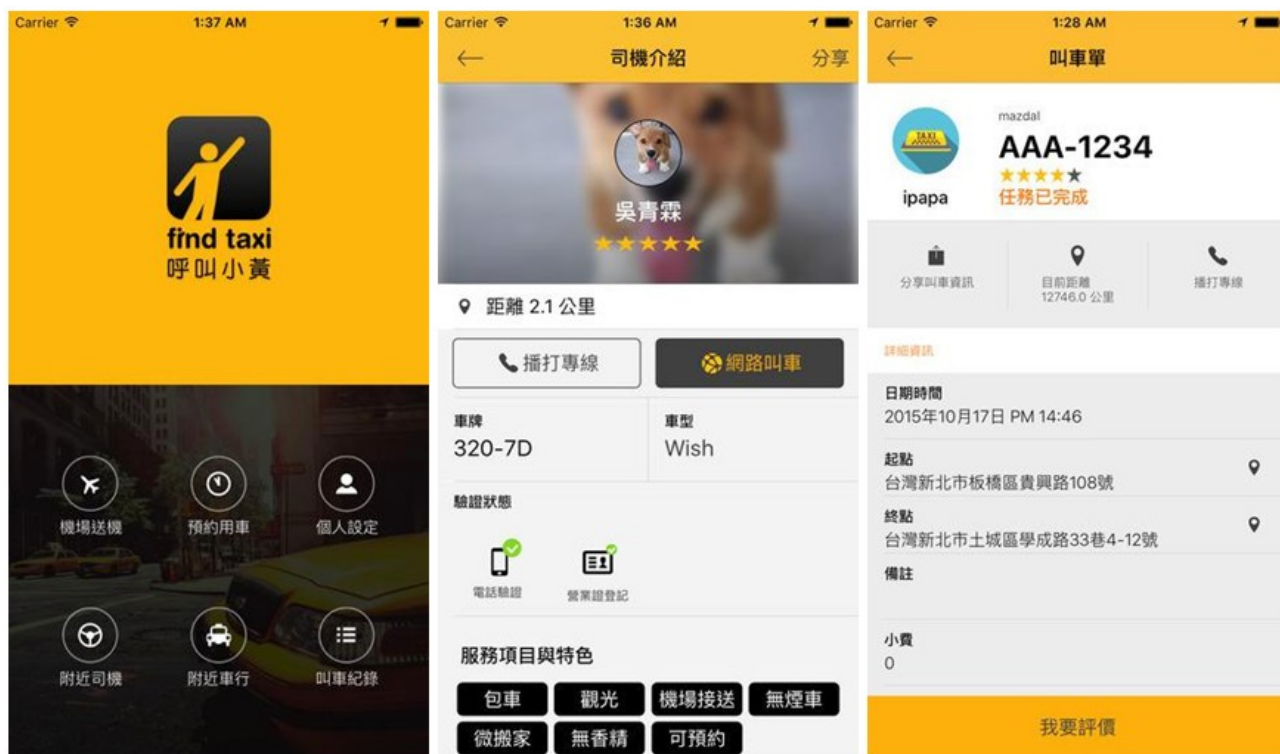


圖10 呼叫小黃 APP



圖11 HelloTAXI-叫車通 APP



圖12 派車王 APP



圖13 中華電信 Taxi 叫車便 APP

提供共乘服務的 APP 種類更是繁多，如 Uber Pool 可讓乘客選擇和自己目的地、同方向的乘客共乘，其共乘的車資便宜 40%。如果沒有共乘對象，Uber 仍會以傳統的方式優惠；Lyft Line 可以讓共乘的乘客分攤車資，乘客平均可以節省 30%至 60%的車資，如果找不到共

乘乘客，車資能省 10%。依據 Lyft 統計資料分析顯示，5 分鐘以內的計程車路線有 90% 是相同路線。另外，SideCar 在舊金山地區提供乘客配對選擇與即時共乘服務，每周共乘配對成功約有 1000 個車次，並計畫在一年內達到 50 萬共乘車次。其他還有提供特色服務的共乘 APP，如 Bandwagon 提供在機場、研討會會場的共乘服務；Hitch Rider 共乘服務地區在舊金山地區，提供乘客分享臉書以增進彼此認識；Zimride 透過大學網路提供大學生、教職員共乘服務，乘客可以建立自己的檔案，描述個人興趣、音樂喜好、臉書等吸引共乘夥伴。Maaxi 共乘服務地區在英國倫敦，提供與大眾運輸工具整合服務。可和 Transport for London (TfL) 和 National Rail 的火車時刻表整合在；Gobi Cab 是一個 iPhone 的 APP，可讓乘客瀏覽可能的共乘乘客，並提供直接聊天的功能；Taxi2 提供乘客從機場至目的地共乘的服務；SplitMyTaxi 由 MIT StartLabs 實驗室開發，提供乘客尋找附近要前往相同目的地或目的地附近的共乘乘客，共乘車資可以節省至 50%，並且讓乘客決定個人資訊要提供給誰；Cab Match 提供乘客社區居民共乘上班或共乘至機場之服務；ShareFareCab 提供乘客從機場、火車站至目的地共乘的服務，並可以辨認有興趣共乘乘客的服務。整體來說，共乘 APP 可節省車資，整合大眾運輸，並提供個人資訊選擇興趣相符的共乘者。

4.1.2 新興計程車營運發展趨勢

因應近年來網際網路蓬勃發展與智慧型手持設備的普及，各式各樣創新服務不斷推陳出新。包括網路訂車、APP 叫車、Uber、Lyft 和 SideCar，甚至 LINE Taxi 等各類創新服務已風靡全球。由於網際網路科技與技術發展速度遠高於法規修訂調整的速度，許多創新服務在法規尚未清楚定義前，常衍生空窗期，甚至出現不合時宜之情形。整體而言，計程車創新服務發展有以下趨勢，分別說明：

一、資訊透明化

在車輛派遣方面，早期由於資訊的統一性、完整性不夠，乘客選擇的依據欠缺，而一個良好的市場，應該是建立在資訊透明、機會均等、更多的選擇自由與更好的選擇上面。透過路邊召車、無線電或是 GPS 衛星定位方式派遣，消費者較無法得知車輛與駕駛資訊，全由派遣中心以人工或電腦方式指定乘坐車輛，乘客無法事先瞭解前來服務的車輛狀況，或者拒絕某些車輛的服務，因此無法確實保障消費者選擇的權利。若有不良搭乘經驗，也無法確保下一次的搭乘不會再次遇到相同司機。即使乘客很滿意此次服務也無法與一般商品一樣，提供再購服務。換句話說，此現象的產生讓駕駛者沒有提昇服務品質之意願。然而在智慧型手機連結全世界的世代，透過一連串的 APP，提供了比電話或電視更接近生活的串流服務，消費者可用更快速、更便宜和更輕鬆的方式得到更多的資訊，而且每個人都可看到別人所見的內容，亦即朝向資訊透明化。

二、平台化與去中心化

計程車產業過去存有大量資訊不對稱問題，傳統上只是單純的業者與消費者關係。然而隨著 Web2.0、3.0 以至 Web4.0 的概念逐漸發展，其所要突顯的價值，是透過「互動、參與、分享」的方式與原則，讓使用者有機會為共同的理念與關注的議題發揮出群眾的價值與

貢獻，成為整體網絡不可或缺的一環。為此，運用網際網路地理資訊系統技術與現有最新通訊技術結合，透過特定平台整合各種單一駕駛，並進一步連結駕駛與乘客間的需求，讓資料不再由業者單方面提供，平台可同時考慮公平、安全與效率等三個面向，兼顧乘客與業者雙方面利益，讓消費者可以在市場中真正進行選擇。

值得注意的是，過去由於資訊不對稱的情形相當嚴重，如臺灣大車隊、大都會車隊等業者透過提供平台，打造品牌效益，其所塑造的品牌形象已經相當成功。然而在資訊透明化的趨勢下，駕駛的資訊可充分揭露，故平台的經營型式也有從過去的單一中心 B2C(如臺灣大車隊對乘客)逐漸轉為 C2C(如透過呼叫小黃，駕駛直接對乘客)的趨勢。

三、服務界線模糊化

隨著科技在各產業扮演越來越重要的角色，過往涇渭分明的產業界線也愈見模糊。明顯的事實是利用網路科技之新型態載客營運模式正方興未艾。舉例來說，Uber 透過日漸完善的網路覆蓋、大數據及演算法從而建立之媒合業務，目前已在全球超過 60 個國家展開業務，並且積極跨界各類貨品遞送業務，如食品(UberEats)、搬家(UberMOVERS)、機場接送(UberRush)等，顯示出其以媒合平臺經營為主的運作思想。中國滴滴打車所提供的平台，除提供傳統計程車服務，各種其他服務如專車、搭順風車、代駕、試駕、甚至共乘等。國內部分計程車車隊也額外提供各式各樣如接電、文件快送、貨物快遞、搬家服務、訂購宅配、酒後代駕、觀光旅遊等服務。

以大趨勢而言，行動裝置、社群媒介、大數據、物聯網的組合，引爆新一波的產業變革，已經是現在進行式。正因為資訊透明化提供互通無礙的知識，賦予了產業汰舊換新的機會，打破原有服務界線，各行各業無不透過平台服務串連需求，建立更高的獲利模式。

4.2 新興計程車營運模式之定位

4.2.1 新興計程車營運模式於電子商務之定位釐清

隨網際網路廣泛運用，商品與服務交易倚賴網路日深，傳統實體通路交易型態，也受到新興科技發展所影響，交易型態有所轉變，廣義來說，運用網路來從事商務活動的行為即為電子商務。傳統計程車巡迴攬客、被動等候乘客上門的交易，在網際網路加持下，消費者可以藉由業者在網路上提供的資訊，主動推播計程車的車行、車齡、駕駛人年齡、性別、特殊服務資訊等，使欲叫車的乘客知悉車輛所在、乘車、候車時間等相關資訊，相較傳統交易，資訊更為透明，新興計程車營運模式已大幅改變民眾搭乘計程車習慣，惟其服務方式的差異，也影響其服務後續的營運管理以及責任分攤之議題，故實有釐清新興計程車營運模式於電子商務定位之必要。

因智慧型手機的發明，電子商務的交易模式，也從固定裝置快速轉向行動裝置。其中，Android Market 的 Google Play 網上商店平台，以及蘋果公司 iOS 系統的 APP Store 商店平台，提供各種行動應用程式(mobile application，簡稱 mobile app、apps)，專門設計給智慧型手機、平板電腦或其他行動裝置使用。行動裝置使用者可透過無線網路連上行動軟體應用

程式商店，付費或免費下載使用行動軟體應用程式。行動軟體應用程式商店除了可透過網頁瀏覽器如一般網路商店般瀏覽與交易外，通常亦製作有專屬的 APP，讓使用者能一鍵進入，介面較網頁更為方便。除電子商務協力平台以外，通過網路平台、行動平台等資訊網路銷售商品或者提供服務的自然人、法人或者其他組織(非法人團體)，可稱為電子商務者(電商)。

「平台」一詞係指將雙邊網路中的兩群使用者，連結起來的「產品與服務」；所以，平台(platform)以連結、架橋或媒合(Connection, Bridge & Matchmaking)為核心概念，並提供基礎設施與規則。例如，爭議不斷的 Uber 提供平台媒合司機與乘客，求職平台連結求職者與企業(Alstyne, Parker, & Choudary, 2016)⁷⁴。有「平台」的協助，雙方可透過平台有效解決彼此的「問題」，提升雙方的經濟價值、社會價值與個人心理滿足等；平台參與者彼此提昇認知價值的現象，即為「共創價值」。因此，所謂第三方平台，實際上是指使交易雙方當事人締結契約的仲介，亦即「媒合」的概念。人力仲介、收出養媒合、婚姻居間，都是在當事人之外，促成就業、收養、婚姻成立的契約外第三方當事人。以網路或 APP 叫車為例，呼叫小黃或者其他網路平台、APP 叫車業者，原則上即是以媒合司機與乘客，契約成立後由司機提供載客服務，乘客則負給付約定報酬義務，第三方平台非屬運送契約當事人，性質上近似電子商務協力平台，但實際上是以媒合為業，仍屬電子商務之一種。

從供需雙方主體的類型來看，電子商務經營模式可分成四種基本商業模式(如表 13)：個人對個人(C2C)、個人對企業(C2B)、企業對企業(B2B)、企業對個人(B2C)。這四種經營模式，皆由供需雙方直接參與交易(即 P2P)。

(一) C2C(Customer to Customer)模式

個人對個人(C2C)，即消費者與消費者透過網路平台交易。雙方直接在平台聯繫，於註冊登錄後，自行選購下單、商品與服務交付、評價分享、提供售後服務等，平台僅具有供需資訊配對的作用。

(二) C2B(Customer to Business)模式

個人對企業(C2B)，即消費者與企業透過網路平台交易。供方為個人、需方為企業，雙方透過專業分享平台進行交易。核心特徵與 C2C 模式相同，即供需雙方直接在平台上聯繫分享，平台亦僅具資訊配對的作用。

(三) B2B(Business to Business)模式

企業對企業(B2B)，即平台業者提供企業與企業間開發業務之機會，企業與企業間藉由分享平台進行閒置資源的分享，平台亦僅具供需配對的作用。

(四) B2C(Business to Customer)模式

企業對個人(B2C)，即供應商對消費者或是企業直接對消費者之間的交易簡稱，企業透過電子商務，販售商品或服務給消費者，是現在所稱的網路購物、線上購物網站、網路商

74 方世杰、李慶芳，平台經濟、共享經濟、價值共創的定義、差異、意義，載於跨域研究與個人質性修煉的反思網站，網址：<http://reskm98.blogspot.tw/2016/12/blog-post.html#/2016/12/blog-post.html>。(最後瀏覽日期 2017 年 6 月 12 日)

店。

表13 電子商務四種經營模式

供需方類別/模式		需方	
		個人	企業
供方	個人	C2C 模式	C2B 模式
	企業	B2C 模式	B2B 模式

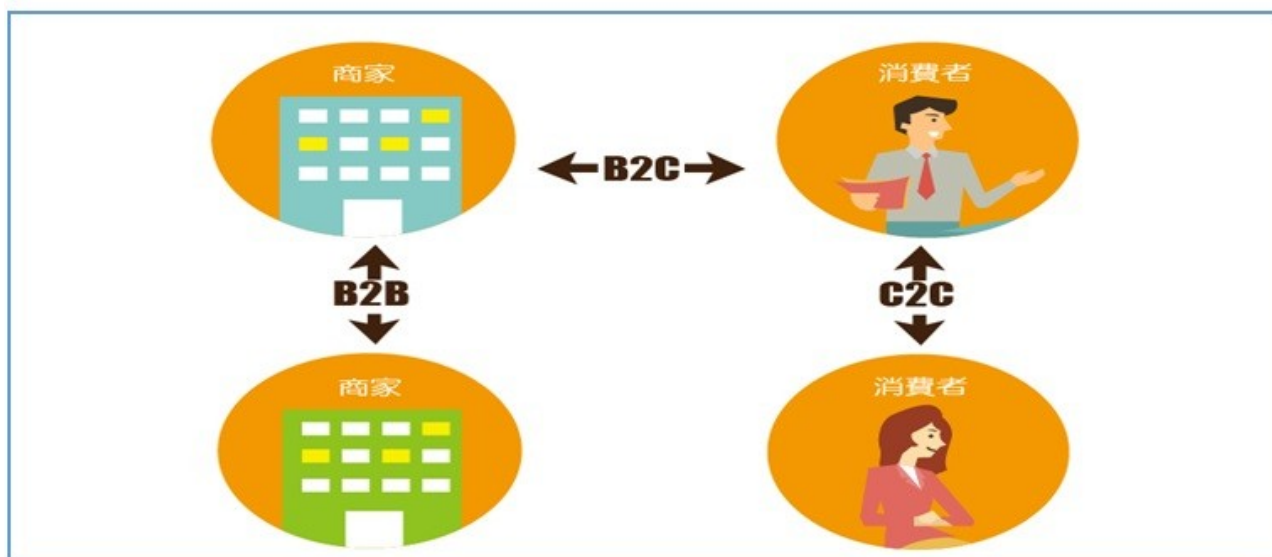


圖14 電子商務經營模式關係圖

電子商務供需雙方透過平台直接參與交易，藉由第三方平台的品牌基礎，消除消費者交易上的疑慮，是將商品推往市場的第一步。網路的特性非常廣泛，例如 Uber 的成立一開始是透過網路解決消費者「在地化」與「即時性」的需求。Uber 提供消費者所需車輛年份、司機資歷、特殊服務、候車時間、運費資訊等，解決消費者傳統交易上較不足的「資訊透明」及「方便性」的需求，並在車輛選擇上提供「高檔車」資訊，而有服務屬性的「差異化」特色，讓乘客有更好的體驗。

根據行政院消費者保護處頒佈的「電子商務消費者保護綱領」，電子商務係指透過電子網路所進行有關商品或服務之廣告、行銷、供應、訂購或遞送等各項商業活動。換言之，電子商務是獨立於交易雙方以外，藉由 Marketplace(市集、電商平台或平台，下稱網路平台)支援供需雙方順利進行線上交易的過程。網路購物，可能於透過一般網路商店、網路拍賣，或者網路商場完成交易。此種線上購物交易模式，企業、消費者與平台關係，主要可分為三種(如圖 15 所示)：

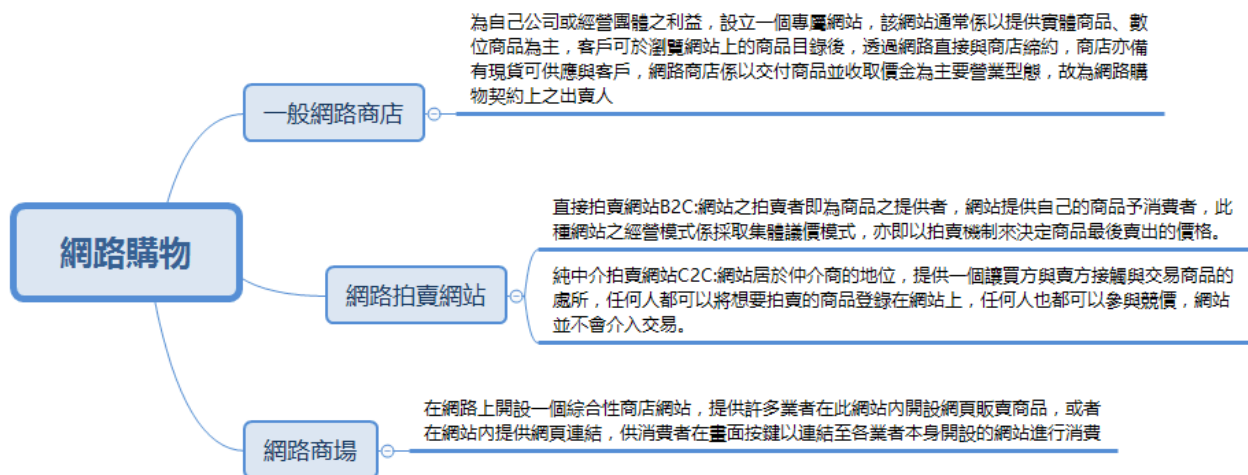


圖15 網路購物平台類型

一、企業在平台自行架設網站開店

公司在專屬網站上販售自己公司的商品，與實體商店差別在於利用網路方式購買，契約關係存在於賣家與買家之間，例如: HTC 線上購物、愛買線上購物或博客來書店等。即生產者、品牌廠商透過網路自行架設購物網站，為自己開拓虛擬通路。此時品牌廠商屬於「網站平台使用者」，平台提供廠商自行經由網路建置、更新及維護網頁中的商品與服務資訊，「網站平台經營者」並不介入商品廣告內容及刊登，購物時所有商品或服務，均由該品牌建立的網路商店自行銷售、提供服務，並由網路商店開立發票與消費者。此種網路交易主要存在於企業與消費者之間，網站平台經營者只負責提供交易平台，而由使用網站的商品或服務的提供者自任交易當事人之地位，亦即網站平台經營者立於中立第三人之地位，僅提供網站空間、軟體及技術設施等服務，不介入交易過程⁷⁵。

賣家自己架設之拍賣平台，競價者以最高價得標來購買商品，稱為直接拍賣網站；另一種拍賣網站為類似仲介的地位，任何人都可於拍賣網站登入後販賣商品，由競價者自由競價來購買商品，網站平台不會參與交易，僅提供平台，為中立第三人，惟該拍賣平台應查證賣家資料是否屬實及買家交易付款的資料是否屬實的責任，賦予忠實義務的責任；買方於契約成立時，拍賣平台要求付費，此為居間契約，適用民法第 565 條規定，居間與委任是不同的，居間是授有報酬，可為單純報告或媒介，報告為交付締約可能性，媒介為契約成立才收取報酬。有償部分，買方付費契約成立後，為報告居間，適用民法第 565 條規定；若無償，則非居間型態，適用民法第 529 條規定。居間與委任均為勞務的提供，居間為有償且契約成立時的型態，而委任可為有償或無償，例如:賣方登入網路平台，平台收取刊登使用費，是一種委任關係，就算將來契約無成立，也可收報酬，則與一般居間不同，因居間以契約成立為前提才可收取報酬。收取交易手續費像是仲介，契約成立後，契約當事人來付相關報酬(如圖 16 所示)

⁷⁵ 林瑞珠，網路拍賣契約爭議問題之研究，月旦法學，第 130 期，2006 年 3 月，頁 44-45。

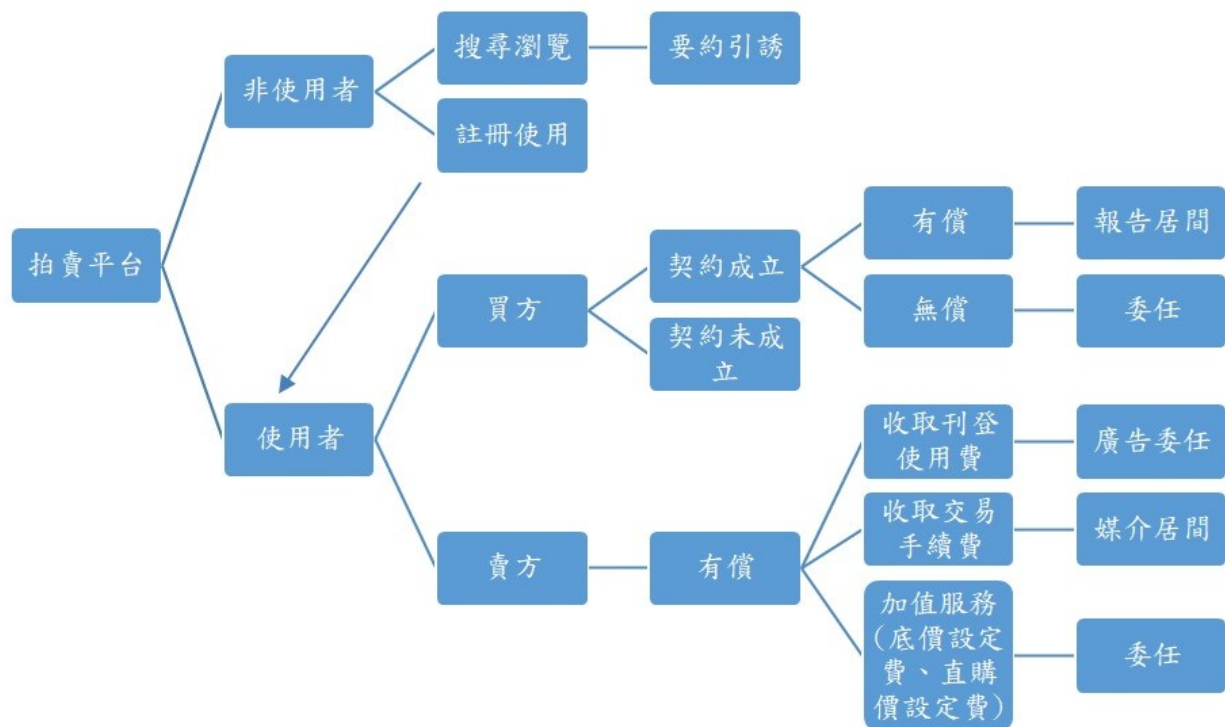


圖16 拍賣平台與使用者關係

二、平台業者自行經營購物網站販售商品

網站平台經營者自己提供商品在網站上販售，或受他人之委託，將他人之商品在網站上販售。此一銷售模式主要是以購物中心模式營業，即平台向上游廠商進貨，然後透過網站將商品販售給消費者。換言之，上游供應商以較低價格供貨給中盤商或貨品寄賣在中盤商，再由中盤商透過電子商務平台販賣給消費者，以賺取中間差額。例如 Pchome 線上購物及 PayEasy 都是以此經營模式來運作，業者負責相關販售事宜，從銷售前的廣告宣傳、銷售過程的客服回應、銷貨退貨、商品運送，以致最終銷售完畢後的發票開立等。就交易外觀論之，商品或服務的相關資訊，皆由網站平台業者即購物網站表示，未有任何訊息供消費者辨識供貨廠商，且以購物網站名義與消費者成立契約，從而可認定網站平台業者即購物網站經營者，係與消費者從事交易之相對人⁷⁶。

三、平台業者提供開店平台，企業進駐平台開店販售商品

此一營運模式，即 B2B2C(Business to Business to Customer)模式，係供應商對企業對消費者之間的交易簡稱。平台可說是網路世界的百貨公司。第一個 B 指的是商品供應商，第二個 B 則是電子商務平台，C 則是消費者。電子商務平台以「PaaS」(Platform as a Service)為中心，提供給想透過網路銷售商品的企業一個開店平台，並提供商品上架、行銷廣告、帳務管理、金流及物流等相關服務。平台本身是第一個企業端(business)，負責招募品牌業者或供應商(第二個 business)進駐。品牌則銷售產品給消費者(customer)。B2B2C 平台營收多來自收取固定店租，少部分根據營業額抽成。Pchome 商店街、momo 摩天商城及 Yahoo 超級商城都

76 劉姿汝，網路購物契約與消費者保護，科技法學評論，第7卷第1期，2010年6月，頁207。

屬於這種模式。此種 B2B2C 的交易，平台業者僅單純提供網路店家一個開店平台，網站並不介入商品之廣告內容及刊登，購物時所有的商品均由該網路商店自行銷售與寄送，並由網路商店開立發票與消費者。此種網路購物之特性在於各個網站店家的獨立性，以及入口網站介入微薄。因此消費者透過平台商店街進入特定店家購物時，買賣契約之交易相對人應為在商店街販賣商品的網路店家，而非平台業者⁷⁷。

綜上，在網路購物的契約責任判斷上，入口網站以自己的名義販售商品或提供服務，如 Pchome「線上購物」型態，應以入口網站為契約相對人；僅提供交易平台的「商店街」，由於不介入購物之交易關係，交易相對人應該是商店街中的網路店家。商店街入口網站，負有在網站及網頁資訊充分揭露，讓消費者在締約之際能夠清楚得知契約相對人為何者之義務。倘若購物網站未於事前充分提供消費者知悉其僅為平台的角色，又無其他資訊讓消費者得知另有供貨廠商，則購物網站應認定係屬該契約之當事人不得推卸⁷⁸。至於，平台業者僅提供網站空間、軟體及技術設施等服務，不介入交易過程，亦未自消費者與電商業者間購物契約受有報酬，性質上應屬於委任契約。

國內新興計程車營運模式對照上述電子商務類型，目前計程車客運服務業之派遣車隊業者，若是如臺灣大車隊等自行架設派遣系統，則歸屬於第一類型之「企業在平台自行架設網站開店」，即消費者直接向品牌車隊業者所屬之派車中心預約叫車，由車隊派遣所屬車輛與司機前往載客服務。在此情況下，乘客所認知的主要服務者為派遣車隊業者，派遣車隊業者可自行決定行銷方式與販售內容。

另大都會衛星、國華、婦安與優良等 10 家業者，雖然使用第三方網路平台業者聯華電信公司派遣系統，但於官方網站上，均以大都會衛星為外顯識別標示，如手機直撥 55178，可能派遣大都會、婦安或優良車隊所屬之車輛，市話撥打 4499178，可能派遣大都會或國華車隊所屬之車輛。就交易外觀論之，商品或服務的相關資訊，皆由大都會衛星車隊業者表示，未有任何訊息供消費者辨識實際前往服務車輛之所屬車隊，故從而可認定大都會衛星係與消費者(乘客)從事交易之相對人，屬於第二類型之「平台業者自行經營購物網站販售商品」。

77 劉姿汝，網路購物契約與消費者保護，頁 208。

78 劉姿汝，網路購物契約與消費者保護，頁 245。

機場接送

宏碁叫車

電話叫車

全國叫車電話

企業用戶車

超商叫車

愛心接送叫車

北中南無障礙計程車

愛心攙扶服務

敬老愛心悠遊卡叫車

女乘客叫車

木蘭女司機車隊

陣痛小黃孕婦接送

悠遊卡車隊

特殊服務

酒後代駕

搬家小黃

名稱	電話	手機直撥
大都會車隊	(02) 4499178	55178

台北

名稱	電話	手機直撥
台北大都會	4499178	55178
優良計程車	02-4499988	55178
第一大車隊	02-4499778	-
靈敏計程車	02-4499178	-
婦安衛星車隊	02-4499990	55178
彰陽衛星車隊	02-77401013	
北松衛星車隊	02-77456723	
聖欽衛星車隊	02-77401762	
聖雄衛星車隊	02-77401010	
聖惠衛星車隊	02-77456072	
通將衛星車隊	02-4499944	
賓士計程車	02-4499777	

圖17 大都會官方網站叫車電話一覽表

另一類型如皇冠大車隊及中華大車隊等，委由專業資訊廠商協助建置派遣系統之業者，則是透過 B2B2C(Business to Business to Customer)模式，藉由第三方網路平台業者架設派遣平台，出租給供業者進行計程車 GPS 行駛軌跡監控與營運派遣，計程車業者透過共用系統平台可單獨營運或聯合派遣。在此情況下，雖然大愛、婦協、泛亞及城市衛星、義交大象、臺南中華、高雄日光等多家業者共同使用中華電信公司派遣系統，但因其車資與行銷、服務等均由各業者決定，具有獨立性，且平台經營者立於中立第三人之地位，僅提供網站空間、軟體及技術設施等服務，不介入交易過程，較屬於第三類型之「平台業者提供開店平台，企業進駐平台開店販售商品」。其中呼叫小黃或 TaxiGo，由於其目前僅提供交易平台，而由消費者與服務提供者(即司機)自任交易當事人之地位，由乘客與司機雙方自行決定是否締約，亦即呼叫小黃或 TaxiGo 等平台經營者立於中立第三人之地位，僅提供網站空間、APP 軟體及技術設施等服務，不介入交易過程，故其角色類似 pchome 商店街或 Yahoo 拍賣。

表14 電子商務與國內新興計程車服務之分類與責任歸屬比較

類別	名稱	供應商 (企業)	平台業者	責任歸屬
第一類	HTC 線上購物	HTC 宏達電(股)	HTC 宏達電(股)	供應商自行架設平台，責任由其負擔。
第一類	臺灣大車隊 APP	臺灣大車隊	臺灣大車隊(股)	大車隊自行架設平台，責任由其負擔。惟車隊於賠付消費者後，得向司機與所屬車行求償
第二類	Pchome 24 小時購物	Pchome (販售)	網路家庭國際資訊(股)	入口網站以自己的名義販售商品或提供服務，應以入口網站為契約相對人

		Sony、HTC、ASUS 等旗下商品)		
第二類	178 叫車	大都會衛星(派遣大都會、優良、婦安等旗下車輛)	聯華電信(股)	相關資訊僅呈現大都會衛星車隊，未有任何訊息供消費者辨識實際前往服務車輛之所屬車隊，故認定大都會衛星係與消費者(乘客)從事交易之相對人
第三類	Pchome 商店街	一般商號	網路家庭國際資訊(股)	商店街提供網路店家之開店平台，並不介入商品之廣告內容及刊登，購物時所有的商品均由該網路商店自行銷售與寄送，並由網路商店開立發票與消費者。若有消費爭議，由各網站店家對消費者負責，惟商店街亦負有協助處理消費糾紛之責。
第三類	Taxi 叫車便	中華衛星車隊(義交大象、臺南中華、高雄日光等)	中華電信(股)	義交大象、臺南中華與高雄日光車隊均使用中華電信提供之派遣服務，惟各車隊具有獨立性。若有消費爭議，由各車隊業者對乘客負責，惟平台業者亦負有協助處理消費糾紛之責。(如提供相關派遣紀錄等)
第三類	呼叫小黃	一般司機	頑皮工坊有限公司	若產生消費爭議，除對司機及所屬車行追究責任外，平台業者雖未不介入交易過程，惟其以自己之名義提供服務，仍應負有協助處理消費糾紛之責。

4.2.2 新興計程車營運模式之平台運作方式與爭議

一、平台運作方式

現行網路上叫車服務平台或者 APP，為乘客叫車服務的媒合平台業者，其招募司機成為會員，透過網路和行動裝置提供服務。平台提供移動性裝置(如智慧手機)使用之 APP 或電腦應用程式，藉由廣告招攬司機與乘客註冊。司機或乘客註冊加入平台或 APP 會員時，依平台業者要求，有需要註冊信用卡才能開始使用者(如 Uber)，絕大多數業者則不要求註冊信用卡資料。當司機下載司機端應用程式並開啟 APP 上線後，其所註冊車輛即顯示在 google map 地圖中，等待乘客叫車。乘客註冊帳號後，打開 APP 時，可依需要選擇所欲搭乘之車型，系統會根據乘客位址資訊顯示在乘客附近的車輛，乘客選擇好上車位置，系統即自動派車，同時在頁面上顯示司機資料，包括車型、車齡、評等、性別、司機姓名、特殊服務等。乘客叫車後，由電腦系統自動選派。平台不介入雙方締約條件、資費，亦不干涉或參與其後續約定與契約的履行。司機端可自由決定是否接受指派，如司機不接受指派，系統會再次進行指派，至媒合成功為止。

使用 APP 軟體的乘客欲搭車時，由乘客啟動該軟體發出「確定叫車」之要約，系統收到此一訊息後持續向多數而非具體特定之司機發出訊息，此時司機無法得知是哪位消費者欲叫車。直至特定司機按下「確定接案」鍵時，雙方始達成運送契約。應注意的是乘客並非先

對平台本身發出運送契約之要約，由平台接受該「要約」後指派車輛給予該乘客；而是乘客與司機端藉由系統平台的使用，雙方在完全知情自願下成立運送契約，在此過程中，平台僅在資訊流上扮演傳遞的角色，而為乘客與司機之間的第三方平台。然而現行的這種新興計程車營運服務模式，卻可能導致乘車爭議發生時，第三方平台主張其僅為第三方平台，並未介入駕駛與乘客之間的交易關係，更不願介入協助處理糾紛，導致乘客權益受損之情形。

二、平台服務性質的爭議

面對新興議題，主管機關與司法實務並非以建立新的規範作為處理方式，而是就目前現有的規定討論各類型的網路工具應如何適用。叫車服務網路媒合平台可以張貼司機與所屬車行、車輛狀況與位址資訊等個人資料，看似具有廣告的功能，另一方面其經營型態又與仲介服務類似。在平台服務過程中，主要目的在於透過新興科技，協助乘客找到適當的司機。對乘客而言，透過此過程可獲得理想的服務(如可透過悠遊卡或信用卡支付車資、車內有汽車安全座椅、過去服務績優等)，另一方面也可協助司機增加收入，對司機與乘客雙方都有好處。然而此類平台實質存在為促使乘車服務成立，不當影響司機及乘客之決定之倫理風險有二，一是司機為求在極短的時間內獲得乘客選派，可能在刊登相關資訊時出現不實的資訊(如實際上並未提供信用卡支付車資，卻在平台上勾選可利用信用卡支付)。第二是平台透過系統邏輯調整，在提供司機人選給乘客時，不是依據符合乘客需求的原則，而是讓特定繳費較高的司機有比較多被推薦的機會(如過去無線電派遣時代，派車小姐傾向將乘客需求指派給特定司機之情形)。亦即挑選司機的標準不夠中立，所產生的倫理爭議。

綜上，網路平台爭議可進一步從其提供的服務性質做探討⁷⁹：A.網路平台是廣告或仲介服務？B.網路平台是否符合相對應之廣告或仲介規範？以下先說明廣告與仲介服務的不同。

「廣告」係指司機借助各種媒介，對消費者介紹其本身可提供運送服務的一般資訊。消費者保護法第22條規定：「企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。」易言之，司機以電子通訊設施如公眾媒體等方式進行廣告，其內容不得有不實或誤導消費者的情形。

「仲介服務」即「媒合」的概念，實際上即是使交易雙方當事人締結契約的仲介。「媒合」，現行法制上除「人力仲介」外，還有常見的收出養媒合、婚姻媒合。這三種媒合服務，法律上有媒合機構(仲介)、企業與員工(或收養人與出養人、婚姻雙方當事人)三方關係。契約關係分別存在於媒合機構(仲介)與企業(或收養人、婚姻一方當事人)之間，以及媒合機構(仲介)與員工(或出養人、婚姻他方當事人)之間。在法律關係上，是協助欲締結契約雙方當事人，在媒合下，順利締結所欲成立之契約關係，且契約成立後可受報酬，而為有償

⁷⁹ 媒合平台議題，在律師加入法律諮詢服務平台，被中華民國律師公會全國聯合會以涉嫌違反律師法為由，發函各地律師公會，轉請已加入之律師應盡速退出。經法易通股份有限公司向公平會提出檢舉，經公平會對律師公會聯合會處分後，也引發一連串的訴願問題。處分書可參見101年5月10日公平交易委員會公處字第101053號處分書，此處分書嗣後經行政院101年9月27日院臺訴字第1010144559號訴願決定撤銷原處分，公平會處分書網址刊載於公平會網站，網址<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/decision/decisionList.aspx>(最後瀏覽日期2017年7月3日)

提供勞務之行為。核其性質，該當於民法第 565 條的居間契約。

平台服務一方面協助消費者找到適合司機，另方面亦可為司機增加客源，對消費者與司機都有好處。不過基於消費者保護重大公益考量，主管機關對計程車派遣服務設有許多限制。派遣屬於仲介或是媒合，也是法院審理實務上存在的重要爭議，目前看似較無一致的統一見解，多半仍由法務機關依據個案事實進行判定。

三、網路平台之定性：廣告或仲介服務均有消保法服務無過失責任之適用

以網路或 APP 叫車為例，呼叫小黃或者其他網路平台、APP 叫車業者，原則上即是以媒合司機與乘客為設立目的，契約成立後由司機提供運送服務，乘客則負給付車資予司機之義務。在此，網路平台具有仲介服務及司機名冊兩個面向。網路平台在准許司機加入時經過篩選，故其具有仲介服務的特性；網路平台提供司機姓名及車輛資訊供消費者選擇，也具備廣告的特性。但細究叫車平台服務方式，網路平台難以被認定為媒介居間仲介，蓋網路平台並不會替消費者決定特定司機。網路平台的消費者與傳統媒介居間消費者或當事人處於被動的接受不同。網路平台的消費者必須自行評估接收到的資訊並做出選擇，因此頂多構成報告居間之性質。是以，如以平台具有廣告與居間仲介兩種契約之特性。

第三方平台非屬運送契約當事人，性質上近似網路購物中的純仲介拍賣網站或商店街之地位，不涉入運送契約之締結與契約成立後之履行，如未對司機或車行收取任何費用，主管機關認為該等業者實際上是以提供資訊、使司機與消費者自行媒合，性質上係屬資訊平台之性質⁸⁰。反之，若品牌車隊自行建置網路商店或開發 APP，或者非屬計程車客運服務業者建置網路平台與 APP，使司機與消費者自行媒合，而有收費行為時，依主管機關之見解，應已構成非計程車客運服務業從事「派遣」業務，已違反公路法相關規定。目前有部分業者聲稱其為單純叫車資訊平台，僅提供廣告服務，並無收受報酬之事實，似不應被納為計程車客運業，受交通主管機關監管。在此部分，經歷次工作會議與座談會討論，初步較有共識之意見係認為作為委任契約當事人之媒合平台，雖屬無償，亦並非完全無責。如前所述，其仍應負有忠實義務，對於所提供資訊負有查核確保資訊無誤、資訊揭露之義務。作為企業經營者，即使無償，仍有消費者保護法服務無過失責任之適用。亦即若業者透過網際網路平臺或其他媒介提供計程車客運業、計程車客運服務業以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，在落實消費者乘車安全保障之前提下，對消費者提供派遣或資訊媒合，無論有償、無償皆應納入管理。惟主管機關得依實際需要，施以不同密度的監理措施。

4.2.3 運輸資訊服務之法律定位未明

我國計程車經營樣態，目前大部分仍採傳統小規模方式經營，產業長期供過於求，造成市場機制無法有效運作，乘客無法篩選服務水準好的計程車，最終導致陸續產生許多環保、

⁸⁰ 有關「呼叫小黃」APP 應用程式不收費及不營利，是否違反公路法乙案，交通部路政司已於 104 年 2 月 13 日路臺機字第 1040401846 號書函回應網友略以：關於「呼叫小黃」APP 尚未涉入個案交易收取服務費用，純係提供網路公開之資訊平臺，未涉入具體交易行為據以收費，並無違反公路法相關規定之議題，惟倘向計程車駕駛收費，應依計程車客運服務業申請核准經營辦法相關規定向該管公路主管機關辦妥計程車客運服務業營業執照後始得營業。

勞工、交通與產業政策等社會議題，以及劣幣驅逐良幣的現象。另一方面，由非運輸業的第三方提供運輸資訊，讓使用者得到運輸服務的營運模式已行之有年。近年來隨著行動網路與智慧型手機的普及，各式各樣創新服務不斷推陳出新，包括網路訂車、APP 叫車、Uber、Lyft 和 SideCar 等各類創新服務已風靡全球，數位經濟的商業模式正衝擊傳統產業，平台已逐漸淡化派遣車隊角色，以車隊派遣為主的計程車營運模式，有逐漸轉為資訊平台直接媒合乘客與司機之趨勢。然而因應新興型態之交易模式不斷推陳出新(例如透過 APP 叫車服務之資訊媒合平台)，原有公路法、汽車運輸業管理規則與汽車運輸業審核細則並無法將相關服務納入規範，引發巨大爭議。此類服務與既有計程車客運業的競合在所難免，如何在滿足消費者對更便宜、更優質服務需求的同時，能確保消費者權益，並提升公眾使用運輸服務的安全性。存在相關課題需進行探討，說明如下：

一、第三方提供運輸資訊服務之法律定位

「計程車客運業」為實際進行旅客運輸服務的業者，在我國法規下即是俗稱的「車行」（個人車行或合作社等類型），適用的法規在汽車運輸業管理規則第 91 條以下；而「計程車客運服務業」並不是實際進行旅客運輸服務的業者，其是提供司機「運輸以外相關活動」上之協助，例如代辦車輛牌照之請領與換發、汽車責任保險之投保等業務，其中包括「派遣業務」，臺灣大車隊進行的業務，適用的法規是計程車客運服務業申請核准經營辦法；從目前我國法規上的定義，兩者在業務上與責任上顯有不同。

然而近年來新科技與新商業模式已讓行業間的界線愈來愈模糊，因此存在媒合乘客與司機進行運輸服務交易的網路叫車平台，究竟屬於資訊服務業，還是交通服務業？若媒合的是一般自用車駕駛，該不該套用現行計程車或租賃車嚴格的監管法規？等相關爭議。以英國案例而言，其認為 Uber 等網路叫車平台不是計程車，無法歸類在既有的法律框架與行業界線之中。但在日本、德國等大部分國家，僅將網路或 APP 叫車視為一種媒合乘客與駕駛需求的工具，只要透過 APP 媒合到的駕駛，須具備相關的執照與保險，就不存在適法性的問題。

相同的問題在我國，由第三方提供運輸服務的平台業者，則出現計程車客運服務業合法，不向司機收取費用的呼叫小黃合法，未加入計程車客運服務業的 Easy Taxi 與 Uber 不合法的問題。事實上，無論是臺灣大車隊、大都會衛星等計程車客運服務業者，或類似呼叫小黃、叫車通、Easy Taxi 或近日頗具爭議的 Uber 等，是否僅為連繫運輸服務提供者與需求者之「司機與乘客間的獨立電子第三方平台」。或此類業者屬於對司機有僱傭或契約關係的車行？若將此類服務視為叫車「平台」，類似網路購物平台或是點餐平台，提供賣家(司機)透過網站(APP)，更有效率地尋找買家(乘客)。

呼叫小黃、叫車通、Easy Taxi 或近日頗具爭議的 Uber 究竟應屬於「派遣服務」的客運服務業者，還是我國法規未有規定的第三方平台？目前僅以「是否向司機收取費用」做為是否納入計程車客運服務業管理與否標準之妥適性實有爭議。初步建議應透過我國民法上契約成立的相關規定與派遣業務的定義進行分類，以及參考計程車客運服務業申請核准經營辦法

第2條的定義。若「接受消費者提出之乘車需求後，指派一輛車輛前往載運消費者」，則應屬「從事派遣業務的運輸業者」；若運送契約係由乘客直接向司機為「要約」、經司機直接向乘客「承諾」後，直接成立於司機與乘客之間，則認為應屬第三方平台。

另外需要探討的是，類似 Uber 的平台服務僅為兩種車種提供資訊流與金流的處理，若之後出現為租賃車、貨車、機車、自行車或其他運輸工具的供應方與需求方提供服務的平台，到底該平台的法律定位為何？如果貨車司機本身已受雇於租賃車行，那司機應登記在貨車行還是新平台？由於我國目前並未明文禁止經營運輸服務的電子平台，故在討論類似此類提供運輸資訊服務的第三方業者法律定位時，實應以更宏觀的方式進行探討。

二、第三方提供運輸資訊服務所造成的多方法律關係釐清

如前所述，目前一般消費者對搭乘計程車的品牌認知多半為臺灣大車隊、大都會衛星車隊等計程車客運服務業。卻忽略計程車的營運與產權主體為車行、合作社或個人車行。大部分車隊對派任的車輛沒有所有權，倘所派遣的駕駛行為造成損害時，可能存在車隊卸責，損害消費者與第三者之問題。

由於計程車產業實質存在月付費用靠行之行為，使得計程車客運業與司機間的僱傭關係是否存在常有爭議，但在司機肇事或造成他人損害後，在過去司法判決上多半認為車行存在與司機間僱傭關係，故其責任應和司機連帶負責。

而在計程車客運服務業部分，我國許多判例中認定車隊與司機之間的關係並不僅被視為叫車平台。以 2009 年臺灣大車隊司機林姓駕駛與杜姓乘客爭吵後，惡意倒車輾斃杜姓乘客案。死者家屬向臺灣大車隊求償，而臺灣大車隊自認僅提供林姓駕駛取得商標權、排班點及相關設備物件的使用權與「媒合」客人之派車服務，兩者間並無給付報酬、提供勞務的僱傭關係，所以臺灣大車隊不是林的僱用人，應無須賠償。惟最終法院審結認為，民法上的僱傭關係，不以實際上僱傭契約存在為前提。林姓駕駛接受臺灣大車隊指揮監督，雙方就存在僱傭關係，判臺灣大車隊負有損害賠償責任。

另 2015 年臺灣大車隊傅姓駕駛因氣喘病發，輾斃阮姓、鍾姓兩騎士乙案，臺灣大車隊亦認為未僱用傅男，僅提供載客資訊服務，強調無須與傅男負連帶賠償。但新北地院認為臺灣大車隊對入隊司機有進行監督、訓練，傅男也接受車隊調派、管理，認定兩者有僱傭關係存在，因此扣除強制責任險理賠 100 萬元，判決臺灣大車隊、傅男須負連帶賠償責任。

上述判決的結果，係源於民法第 188 條僱用人責任之限定，係為保護被害人而設，故所稱之受僱人應從寬解釋，不以事實上有僱傭契約者為限。凡客觀上被他人使用，為之服勞務而受其監督者，均係受僱人。

然而將類似的案例套用在專門處理貨物提供者與貨物需求者間的資訊，並涉及部分金流的 Yahoo 奇摩拍賣平台時。Yahoo 奇摩拍賣平台亦僅為提供賣家取得商標權及相關拍賣功能的使用權與「媒合」買家與賣家之拍賣服務，然拍賣網站同樣對上架賣家進行審核，是否也應認為 Yahoo 奇摩拍賣平台對上架賣家有進行監督，故推論拍賣平台與賣家之間也存在僱傭關係。若消費者在 Yahoo 奇摩拍賣平台上進行交易時，發生消費糾紛，造成消費者(包括使

用關係之第三人)生命、身體、健康、財產之損害時，拍賣平台是否也須負擔連帶責任？惟目前似乎也少有奇摩拍賣網站須負連帶責任之判例。此部分也值得進一步深思。

三、共享經濟下，私家車營運載客納管議題

Uber 的進入市場普遍的印象是可以用自己的車兼差賺錢，有些人認為可以容易搭乘比計程車還好的車。事實上，目前臺灣仍有許多地區存在非法營業的「白牌車」。所謂「白牌車」即為私家車未持有經營執照違法營運。因用的是與一般車輛一樣的白色自用車牌，因此而得名。這些「白牌車」對客戶的服務相較好，價格也有競爭力，大部分司機沒有職業駕照，使用的車輛不是營業用的租賃車，但是外觀與行為很難辨識有無違法。加上消費者因為方便與便宜的緣故，就忽略「白牌車」違法營業的事實，因此公權力的取締難有成效。此問題長久以來被社會所漠視，直到 Uber 入境臺灣三、四年後，以「白牌車」營業方式，壯大到全面威脅計程車業者與司機的生存。

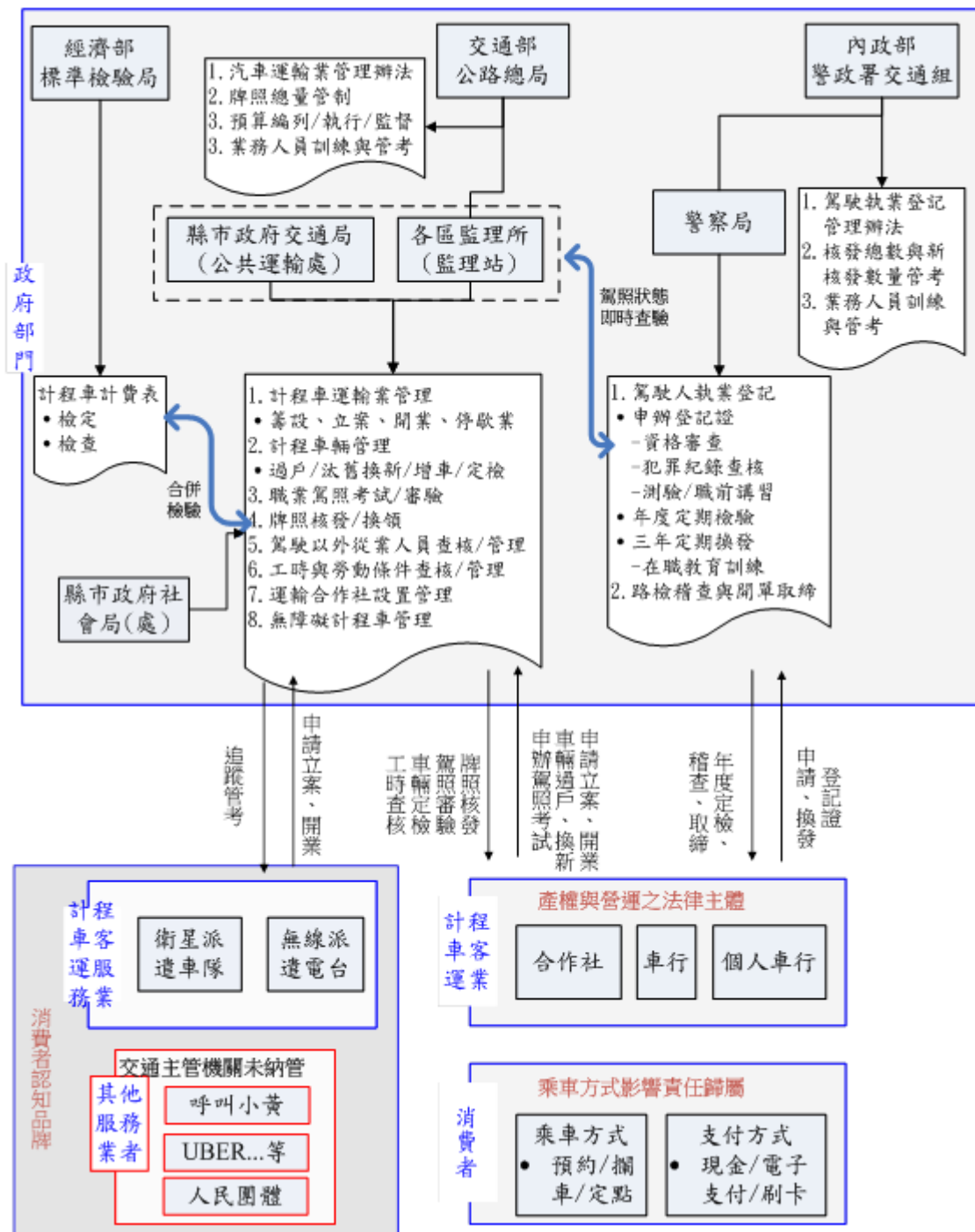


圖18 計程車產業管理與消費者認知關係圖

然而 Uber 的出現，也衍生私人小客車可否「共乘」並「收費」的問題。以「桃北北宜基綠色共乘網」，這個由五個縣市共同支持的「共乘」網路媒合服務，其實也會使得乘客搭上陌生人的車，持有「一般駕照」的司機也可能載到許多陌生的旅客，在我國通常陷於以民事上有無對價作合非法載客的認定，甚至在「營業」的判斷上存在模糊地帶，一次性服務、無償接送、純粹補貼油錢的情況，到底是乘客還是旅客難以區分。而這樣的共乘也存在安全疑慮的問題。

由於目前我國一般小汽車駕照與職業駕照的差別主要在於持職業駕照後，每三年須更

新，並不要求再進行路考，而主要是在要求駕駛提供「體檢證明」。但在一般駕照與職業駕照考領的差異並不大。以現在的職業駕照考領制度，僅可確認持照者具備基本的駕駛能力，並無法將不具備足夠執業能力的司機排除。職業駕照的取得，理論上應考量各種執業條件，包含語言能力、服務態度、特殊技能等提昇基本素質、提昇技能、促進學習與成長的機制。

從美國加州修法新增網路運輸業的案例得知，調整好保險、車輛與駕照機制，透過私人小客車與平台的結合，有助於減少盲目的車輛使用，並可以兼顧乘客的安全。對消費者而言，只要能獲得足夠的保障，即便是一般私家車駕駛，在經過一定的訓練，投保適當的保險後，應可考慮在一定程度下讓私家車服務合法化。我國是否具備這樣的條件？這部分，也值得進一步納入探討。

4.3 消費者權益保障課題

我國現行針對計程車產業的相關規範，多半僅止討論車輛及安全的問題，從使用者角度出發，會發現人在管理中相對被弱化。有關消費者權益保障議題分述如下：

4.3.1 服務品質良莠不齊

目前計程車費率均由各地方政府統一進行規範，乘客無論搭乘哪種車輛，付出的車資均應相同。然實際上，我國目前對計程車客運業僅有進入市場規範，並未對營運車輛有相關車齡要求。目前計程車車齡超過 10 年以上佔 33%(如圖 19 所示)，相較整體營業小客車車齡超過 10 年以上僅佔 15%，計程車車齡老化問題特別嚴重。另由於計程車客運業實質存在市場資訊不對稱的問題，路招消費者無法事先選擇車輛，實務上亦有許多駕駛不願或無力更換車輛提高服務品質，到車站或醫院排班候客，造成服務品質低落、行車安全堪慮、業者獲利微薄之現象。

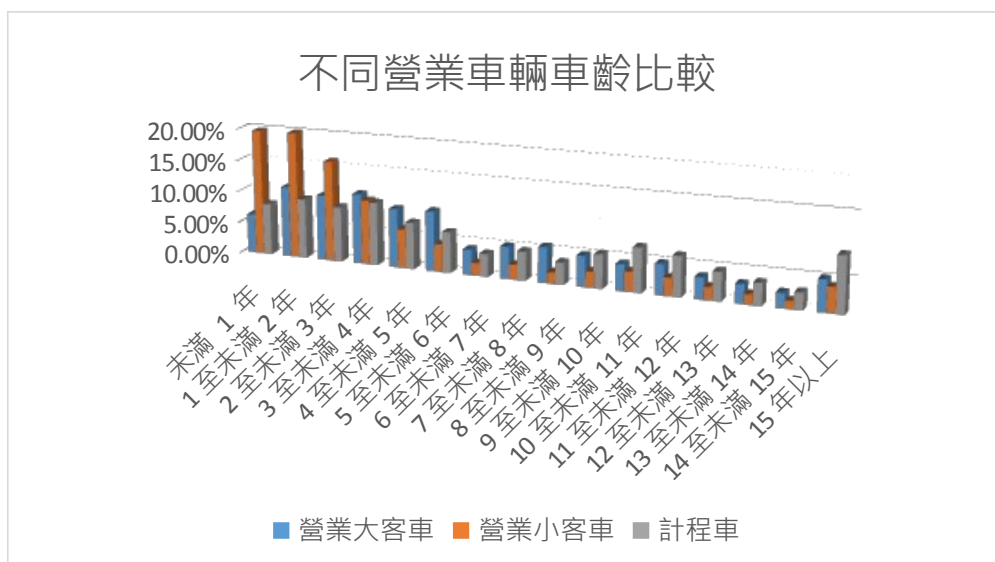


圖19 我國不同營業車輛車齡分布

4.3.2 乘客保險缺乏保障

一、強制險額度不足

目前計程車強制投保的險種，除了理賠死殘 200 萬元以及醫療費用 20 萬元的強制險外，另依據公路法及交通部規定，公路汽車客運業、市區汽車客運業、遊覽車客運業，以及計程車客運業等，皆須投保「旅客責任保險」來保障乘客，且每一乘客死亡及殘廢保額不得低於 150 萬元。亦即若發生死亡車禍，死亡乘客家屬最高可獲得每人 350 萬元理賠。但若搭乘白牌計程車發生事故，在未投保乘客險的情況下，死亡乘客家屬僅能獲每人最高兩百萬元強制險理賠。

二、責任險不一定可賠付

在實務上，一家公司可能有數十台或上百台車，但計程車業者在投保乘客責任險時，多半僅購買 1 張固定額度之理賠保單，該張保單若因單一事故發生導致理賠額度用罄時，其他事故發生後將無法獲得任何賠償。故該種類的保單所提供之保障是否足夠，實值審酌。另業者若以自用車輛違規營業，因其保費較低，將導致合法經營業者同樣投保內容，卻付出較高保費而致不公平競爭之情事。違法經營的業者在事故發生時，各家保險多半透過保險契約內之除外條款，對違規使用之相關態樣不予理賠，惟消費者在乘車時多半無法得知業者是否以自用資格投保，一旦發生事故，恐導致無法獲得賠償之結果。

另一方面，即便是額外投保的險種，也可能因消費者認知落差，存在發生事故後無法賠付的案例。如 2012 年 9 月，某蔡姓婦人搭乘臺灣大車隊的計程車，遭酒駕的汪姓駕駛追撞後因撞擊造成頸部斷裂死亡。臺灣大車隊投保上限每位乘客 250 萬，單一事故上限 1600 萬的旅客運送人責任保險，死者家屬原以為可獲得臺灣大車隊的旅客責任保險賠付，卻因肇事者不是車隊司機，故不在理賠範圍內。

臺灣大車隊在公司網頁的內容中，頁面內容標題列為【旅客責任險】(如圖 20 所示)，但實際上投保的內容是【旅客運送業責任保險】，一般消費者咸認乘(旅)客險應是乘客坐在公共運輸工具車內都可獲得保障，此案例亦凸顯消費者與業者對乘客責任險的認知有所差異。

關於我們

公司簡介
公司願景
公司沿革
公司組織圖
七大特色
大事記
招募專區

人力招募

隊員招募

旅客責任險

依據法規，計程車運輸業，需替乘客投保責任險150萬元/人，台灣大車隊展現企業責任，超越法規規範，替乘客投保「旅客運送業責任險」250萬/人與1600萬/車，以保障乘客乘車之安全。



圖20 臺灣大車隊公司網頁-旅客責任險內容

三、案件勝訴卻求償無門

目前我國計程車普遍存在靠行行為，許多計程車靠行的交通公司名下並無動產或不動產，甚至允許沒有合法執業登記證的違法駕駛靠行經營，造成計程車肇事後，被害人經常求償無門的困境。此問題在於許多計程車司機名下無任何財產，僅有折舊後幾乎沒有殘值，且形式上經常登記在交通公司名下的計程車。一旦發生事故，扣除強制險的賠付金額後，其他什麼賠償都拿不到。

參見士林地方法院 100 年度訴字第 837 號判決，「交通公司」必須就靠行計程車司機的肇事，負民法第 188 條第 1 項僱用人責任。然而一般來說，交通公司名下，除了靠行計程車外，沒有任何財產，僅負責人自身可能有財產，但「公司責任」和「老闆個人責任」在法律上完全是兩回事。因此，即便家屬對司機和交通公司都告贏，被害人仍執行無門，無法獲得應有的賠償。

4.3.3 乘客品牌認知混淆

涉及計程車管理業務機關眾多，其中直轄市與非直轄市地區之管理架構稍有不同，但其基本架構是由地方交通主管機關負責擬定計程車管理政策，若屬全國一致性之政策，則遵從交通部規範；計程車駕駛人管理權責，如駕駛人執業資格審核、執業登記證考試、執業登記證核發等在地方屬交通警察大隊管轄，在中央則屬內政部；計程車車輛管理如汽車運輸業管理、營業車輛管理、職業駕駛執照審驗等部分，其權責在直轄市屬交通局(公共運輸處)，於非直轄市地區則屬公路總局監理所管轄。經濟部標準檢驗局負責計程車計費表之檢定與檢查。縣市政府社會局則負責監督輔導計程車合作社財務以及社務狀況，另有部分縣市承辦愛心/無障礙計程車服務，亦屬社會局管理。

在現行規定下，計程車客運業的營運與產權主體為計程車車行、個人車行或合作社社員。但實際上，一般消費者對計程車服務的認知並不完整。部分民眾僅以提供載客服務為分

類，將計程車、Uber 與租車公司附駕服務視為相似的「類計程車服務」。

民眾在搭乘計程車時，主要有以下訴求：

- (一) 在乘車前選擇安裝安全機制之車輛與使用篩選合格的駕駛員。
- (二) 能輕易透過電話與網路預約車輛，甚至無須付費。
- (三) 在搭車途中，安全能夠獲得保障，並在車內能夠辨識合格的計程車駕駛。
- (四) 能確認搭乘計程車的相關訊息，且有第三者知道其搭乘訊息。
- (五) 於車輛發生緊急事故時(如車禍、遇劫等)，能迅速讓其他人知道。

以上乘客之期望可歸納為公開性、便利性及安全保障等功能需求。但一般乘客所認知的類計程車服務品牌則是臺灣大車隊、大都會衛星車隊、叫車通、呼叫小黃、Uber 或是由車隊駕駛組成的人民團體(如計程車創新學院、全民計程車隊、Jerry 車隊等)。從消費者的角度而言，根本無從分辨其品牌，亦不知道計程車真正的法律主體，應為交通公司或計程車合作社社員，當事故或案件發生時，亦無法確保消費者權益。舉例來說，2017 年 1 月發生加入 Jerry taxi tour 車隊的詹姓駕駛，利用強效安眠藥下藥性侵南韓女大生的醜聞。然經查證，所謂 Jerry 車隊並非合法的計程車客運業，也不屬於計程車客運服務業，該車隊僅是多位計程車司機們私下集結而成的組織，該組織沒有人專職管理或是篩選司機，甚至也不具備政府核准的人民團體資格。

而臺灣大車隊、大都會衛星車隊、大豐無線電車隊等計程車客運服務業，雖然依規定對乘客投保責任險，但這些衛星派遣叫車公司認為自己屬於提供資訊媒合的服務平台，若車身塗裝有相關標示的駕駛發生車禍時，多半認為平台業者「無須對肇事司機，負起民法第 188 條選任監督的僱用人責任」，許多案子迄今仍在法院纏訟中。

目前我國的計程車產業環境，從消費者的角度而言，根本無從分辨車行、個人車、合作社、甚至車隊之間的關係。如 2017 年發生詹姓駕駛下藥性侵韓國女大生的案例，事件發生後，媒體僅報導詹姓駕駛為 Jerry Taxi Tour 車隊的成員。但 Jerry 車隊僅為司機私下成立的組織團體，完全沒有法律效力。事實上，詹男駕駛的計程車屬於新北市土城某車行，而「Jerry Taxi Tour」車隊也未進行旅行業執業登記。不幸案例發生固然須追究詹姓駕駛的過失責任，但對形式上雇用詹姓駕駛的車行責任卻似乎鮮少有人提及。

4.3.4 資訊不對稱問題

在車輛派遣方面，過去透過路邊召車、無線電通訊或者是 GPS 衛星定位方式派遣，由於消費者無法得知車輛與駕駛資訊，全由派遣中心以人工或電腦方式指定乘坐車輛，顯然存在資訊不對稱的問題。若無法事先瞭解前來服務的車輛狀況，或者拒絕某些車輛的服務，那麼就無法確實保障消費者選擇的權力。若有不良搭乘經驗，也無法確保下一次的搭乘不會再次遇到相同司機。此種服務無記憶性的特性，造成計程車產業中惡質司機充斥，即使乘客很滿意此次服務也無法與一般商品類似，提供再購服務。換句話說，此現象的產生讓駕駛者沒有提昇服務品質之意願，也無法確保消費者權益。

4.3.5 乘客安全疑慮

由於部分計程車駕駛人品德素行不良，利用駕駛計程車營業時對乘客加以迫害，致使許多乘客因恐懼被害而拒絕搭載計程車或選擇特定品牌計程車。周文生等曾分析 92 至 93 年計程車駕駛人加害案件 3,314 件、被害案件 4,325 件，以及計程車發生交通事故件數計 4,169 件，其中 A1 類交通事故 207 件、A2 類交通事故 3,962 件，由計程車犯罪加、被害資料及計程車交通事故資料加以統計分析，其中以公共危險 850 件(佔 25.6%)最多，其次為駕駛過失 361 件(佔 10.9%)，其他依序為毒品 321 件(佔 9.7%)、竊盜 291 件(佔 8.8%)、傷害 272 件(佔 8.2%)、詐欺 211 件(佔 6.4%)、妨害風化 150 件(佔 4.5%)、賭博 134 件(佔 4%)。至於「其他案件」724 件(佔 21.8%)。在這些犯罪項目中，以故意殺人、傷害、強盜、搶奪、恐嚇、妨害自由、強姦、槍炮彈藥刀械等案類對乘客直接威脅，亦為一般社會大眾對搭乘計程車所恐懼。

另一個值得探討的問題是未領有執業登記證的計程車，或沒有職業駕照的駕駛仍滿街跑的無照駕駛問題。目前大臺北地區，約有 5.2 萬輛計程車，參考臺北市歐陽龍議員質詢資料，以臺北市交通警察大隊資料統計，103 年至 105 年 4 月 18 日遭取締駕駛人無計程車執業登記證或無職業駕照的駕駛人超過 1 萬件(如表 15 所示)。此類無合格執照的司機，更形成消費者乘車的安全疑慮。

表15 臺北市計程車駕駛人執業登記證取締情形

臺北市警察局長103年起至105年4月18日止取締計程車駕駛人無執業登記證或無職業駕照件數統計表				
年度	違規原因	無職業登記證	無職業駕照	合計
合計		9,271	921	10,192
103年		4,392	363	4,755
104年		3,999	462	4,461
105年(至4月18日)		880	96	976

製表日期：105年4月19日

資料來源：交通警察大隊主機資料

4.3.6 產生消費爭議時平台業者應負責任探討

目前計程車新興營運模式中，業者主要以平台方式提供消費者與司機服務。惟產生消費爭議時，目前國內並無針對新興計程車平台業者應負責任之規定。進一步檢視與新興計程車

營運模式類似之網路拍賣等電子商務服務可發現，由於我國目前對於線上交易當事人間的權利義務關係並沒有特別規定，所以原則上認為適用民法規定。平台業者與消費者之間所衍生的消費糾紛，多半屬於侵權行為，實務上，亦有部分看法認為在科技中立的情況下，平台屬於媒介工具，並非主要的服務提供者，故若該媒介被不當使用時，平台無須負責的判決。此類判決可追溯至 1980 年代美國聯邦法院在環球影業 vs. SONY 公司的「Betamax」案，該案最終判決確認產品作為一種媒介載體(流通管道)，於其主要目的並非從事侵權，縱然該產品(管道)有可能產生侵權的行為時，該產品(管道)的製造者不需為侵權負責。此案判決結果後來被稱為「SONY 準則」，並被引用於諸多新興技術的判決。根據 SONY 準則，只要技術物具有實質性非侵權之用途，技術物之供應商就不需為其客戶之可能侵權行為負責。就算在 SONY 案結束的 20 年後，每當有人控訴網路服務業者構成輔助侵權時，網路服務提供者都會提出 SONY 準則為自己辯護。

在電子商務平台部分，使用者欲使用此類平台業者所提供的服務時，首要步驟就是加入該平台會員，而平台業者多半在會員填寫會員同意書服務條款時，即開宗明義提出相關推卸責任之聲明條文如：「本服務僅是提供使用者之間交易的平台，不參與使用者間之交易，不保證拍賣商品之品質、合法性、安全性或刊登資訊之真實性。」、「會員交易時發生糾紛，由會員自行處理，本網不予負責。」等。

然若進一步從消費者保護法來看，平台業者所列舉的相關條款仍有相關爭議，舉例來說，企業經營者依照消費者保護法第七條第三項規定，就其所提供之商品或服務，應負無過失損害賠償責任。為落實該規定之立法意旨，俾保障消費者的權益，爰於消費者保護法第十條之一明文規定：「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拋棄。」，然部分平台業者在服務條款表示，使用者因使用網站服務所產生的損害或消費糾紛不負任何賠償責任。顯然與前述消費者保護法立法原意有所牴觸。若從此角度來看，平台業者應主動管理賣家所拍賣之商品，確保商品之合法性及安全性，而非僅是提供禁賣、違法之商品列表，被動經由其他使用者透過檢舉制度告知才進行處理。然實務上，不同個案仍有程度上差異，難以明確擬定一套責任歸屬的標準。

電子商務平台業者於交易過程中可能產生之相關責任，主要著重在於當平台被使用者不當使用時，平台是否要負責的問題，則大致可歸類為以下三類：(1)是否須對賣方發布的虛假訊息負責；(2)是否須對違法性商品或禁賣商品的相關交易承擔責任；(3)如果買方收到的商品與平台所展示之商品不符時或受詐欺時，平台是否須承擔連帶賠償責任。

對於第一點，目前我國尚未對線上服務提供者的責任明確規範，考量網路使用者權益與網路拍賣的持續發展，於法令尚無明文規範前，目前普遍認為應由發布虛假或違法信息的人員自行承擔責任。電子商務平台業者則應於知道信息違法或虛假後，採取下架或停權等補救措施，若未即時處理，則可能需為其行為負擔相關責任。未來新興計程車營運平台業者，應參考此精神，做好把關動作。

第二點，有關違法性商品與禁賣商品的問題，由於我國對於特定商品的買賣設有限制

(如菸、酒、奶粉、衛生用品等)或予以禁止(毒品、槍械)，因此，電子商務平台為避免網路使用者透過其所提供之交易平台進行非法交易，除在使用條款上清楚說明外，多半要求賣家在刊登物品前，須先確認該商品是否被允許在平台上公開販售。然而各賣家的販售資格不禁相同，若該商品不被允許公開販售，或賣家無相關許可執照仍執意刊登，目前多半由賣家自行負擔相關責任。

第三點，目前電子商務平台業者多透過使用條款，聲明拍賣平台僅為提供線上交易的場所，並不實際介入買家與賣家間的交易內容，因此不涉入交易雙方的權利義務關係。但網路使用者於交易發生紛爭時，仍可請求該平台業者協助處理相關交易問題。

雖然不同個案中，在買方與賣方透過平台業者交易產生消費爭議時，網路平台服務提供者可否免責，多半需依據以下的條件決定：

- (一) 平台營運者是否僅提供技術，若實際上參與販售產品及服務時，多半無法免責。
- (二) 平台服務者提供服務時，是否具有不法意圖。
- (三) 平台服務者對於消費爭議的爭端是否實際知情。
- (四) 平台服務者所提供服務為實質非侵權時，較有可能免責。

4.4 小結

因應近年來網際網路蓬勃發展與智慧型手持設備的普及，各式各樣創新服務不斷推陳出新，在計程車創新服務發展部分，存在「資訊透明化」、「平台化與去中心化」及「服務界線模糊化」等趨勢；另一方面，近年逐漸被消費者接受的 APP 叫車、聊天機器人叫車等新興計程車營運模式，仍有必要進一步釐清其定位。另在消費者保障課題部分，本計畫提出「服務品質良莠不齊」、「乘客保險缺乏保障」、「乘客品牌認知混淆」、「資訊不對稱」、「乘客安全疑慮」與「產生消費爭議時平台業者應負責任探討」等六項課題，透過公路法、計程車客運服務業申請核准經營辦法與應記載及不應記載事項之修訂與其他配套措施，可有效維護消費者應有權益。

第五章 納管機制與法規調整

5.1 納管機制與消費者保護之課題

5.1.1 消費者安全乘車環境與權益保障

第四章法院判決考察結果發現，消費者或第三人受損害後，由於肇事司機經濟上通常較為弱勢，除強制汽車責任保險或特別補償基金外，受害者經常面臨勝訴後仍無從獲得完全賠償的窘境。現行的計程車客運業及客運服務業法規較重視業者的行政管制，缺乏對消費者權益保障的機制。為改善消費者安全乘車環境及提升消費者權益保障，本計畫歸納出以下課題：

一、建構資訊透明公開的乘車環境

實務上計程車諸多爭議皆與司機品質良莠不齊及乘車資訊不透明有關。因應科技發展與共享經濟蓬勃發展，現行計程車司機無論以何種方式營運，在契約自由原則下，應該讓消費者搭車、叫車相關資訊，包括車齡、司機違規紀錄與評價、車輛可提供的特殊服務、費率或折扣、候車時間等締結契約重要資訊，依法強制公開，以有助於消費者在乘車資訊透明下做出選擇，促使計程車司機與業者良性競爭，使消費者乘車環境獲得改善與提升。

二、資訊蒐集、利用與處理及查詢

為維護消費者乘車安全，不論傳統計程車派遣或透過電子商務平台、社群網站或 APP 叫車等，業者對消費者提供之姓名、身份證件號碼、住址、電話、住居所、聯繫方式、位址資訊、信用卡資訊、交易記錄、支付記錄、快遞物流記錄等，只要能夠單獨或與其他資訊結合識別特定使用者的資訊，除依個人資料保護法規定外，應於行政法規特別規定保存期間、查詢權限，同時在定型化契約再次宣示，以強化個人資料保護。

三、消費者的選擇權與權益保障

依據「計程車客運服務業申請核准經營辦法」規定，合法的計程車司機只能加入一家經營派遣業務的計程車客運服務業，惟本於契約自由原則，應持開放態度，對於禁止司機加入二家以上之計程車客運服務業予以修法鬆綁。以共享經濟觀點，使計程車駕駛員可以自由選擇加入一家以上客運服務業接受派遣(平台的功能)，對於改善司機收入、資源充分利用、消費者叫車候車等待計程車時間的改善，具有重要實益。

四、車隊營運模式與經營業務方面

美國網路運輸公司(TNC)之特性及商業模式，與傳統提供派遣服務之衛星車隊不同，應考量將第三方資訊平台，比照美國成立 TNC，或可承認其為資訊性運輸業(新興的服務業)，作為司機與乘客的媒合平台，予以適度監管。考慮到計程車客運服務業屬於特許行業，以電子商務平台經營相關事業，如相關事業之申設需要申請行政許可或特許，基於重要公益考量，亦應依法取得行政許可。是以，為積極保障消費者權益，並使網路媒合平台的營運監管有所依據，調和網路運輸平台叫車(產業)與傳統(派遣)產業間之衝突，網路 APP 業者申請設

立之法規，尚有欠缺，現行法規能否適用在這些新創產業，監管強度及法律責任等，仍有釐清必要。

五、車身標示方面

乘客透過計程車巡迴攬客搭車，或經由計程車客運服務業者叫車時，未必均能知悉司機究係以前述何種方式營運。雖不論以何種方式營運，計程車車身、車頂等處，均應依主管機關之管理法規，標示車行名稱(或車主姓名)與車隊名稱。此等依行政法規所為標示，雖然使搭乘車輛之消費者產生一定信賴，但實務對其解讀仍有不一致情形，影響乘客受償可能性。為消費者權益完整保障考量，或可思考修法將計程車客運服務業或網路上提供運輸資訊的媒合業者，在經營業務過程中，因可歸責於己之事由，不履行其應盡之業務責任，或僱用之業務人員或使用人，因故意或過失侵害其所服務當事人之權益而須負賠償責任時，由該服務業者負賠償責任(或連帶責任)。

六、應記載及不得記載事項之訂定

對於司機與客運服務公司間，目前主管機關已公告計程車派遣車隊與駕駛人定型化契約範本，以及計程車派遣車隊與駕駛人定型化契約應記載及不得記載規定，對於車隊與司機間法律關係有釐清之作用。由於法院經常引用範本與應記載及不得記載事項規定，作為判決依據或解釋法理，為強化消費者保護，將來必須進一步訂定消費者與派遣業者或第三方資訊平台間定型化契約應記載及不得記載事項，對消費者權益方有保障。

七、代償與追償的制度還需要釐清

消費者因搭乘駕駛人營業車輛受有損害，倘駕駛人具備侵權責任之要件，駕駛人名下卻無任何財產，或者因駕駛人係個人車行、靠行營運或違規營業時，交通公司名下亦無足夠之財產可供賠償時，被害人將面臨求償無門的困境。此時，是否可以尋求以代償或追償方式使消費者獲得賠償，亦有探究必要。

所謂代償，對被害人負有賠償義務之人無力賠償，或在法定要件下，由第三人依法或依契約代賠償義務人向被害人進行賠償。換言之，被害人就其所受損害，通常可以較快速地從第三人之代償中獲得賠償。該第三人代賠償義務人向被害人賠償後，依法或依契約向賠償義務人請求返還代償費用，則為追償。目前我國法律中，有保險法、全民健康保險法、強制汽車責任保險法、藥害救濟法、不動產經紀業管理條例、勞動基準法等法律規定代償或追償制度。透過保險⁸¹或賠償基金、補償基金的設置⁸²，代償予受害者並向加害者追償。相關產業，如中華民國旅行業品質保障協會(下稱品保協會)已建立代償與追償制度⁸³。

81 如依全面健康保險法規定，財政部訂有全民健康保險執行重大交通事故公害及食品中毒事件代位求償辦法規定；依強制汽車責任保險法第33條第1項規定，汽車交通事故之發生，如可歸責於被保險人以外之第三人，保險人於保險給付後，得代位行使被保險人對於第三人之請求權等。

82 如依勞動基準法規定，勞動部訂有積欠工資墊償基金提繳及墊償管理辦法規定；依藥害救濟法規定，設置藥害救濟基金；依不動產經紀業管理條例規定，設置營業保證基金；依生產事故救濟條例第6條規定，衛生福利部應設基金，辦理生產事故救濟；立法院審議中的租賃住宅市場發展條例草案第16條則規定，業者應設立營業保證基金等。

83 可參見中華民國旅行業品質保障協會章程第6條第1項第7款規定：「對於旅遊消費者因會員經營旅行業管理規則所訂旅行業務範圍內，產生之旅遊糾紛，經本會調處認有違反旅遊契約或雙方約定所致損害，就保

本計畫認為由政府介入計程車營運消費糾紛，負責代償或追償應更加慎重。蓋政府預算有限，以公共預算為私人產業或個人負擔賠償責任，實為由全民買單。較可行之方式，應係透過保險，或者業者自發建立如品保協會所設置之旅遊品質保障金方式，或政府依法輔導或要求業者設置賠償基金。換言之，由計程車產業自行就計程車運輸安全與品質把關，較符合公平正義之要求。

八、旅客責任保險之訂定

(一) 納保對象之不足

依現行公路法第 65 條規定，汽車所有人應投保強制汽車責任保險，另公路汽車客運業、市區汽車客運業與遊覽車客運業，皆應投保旅客責任保險；其最低投保金額，由交通部定之。未依規定投保旅客責任保險者，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。計程車客運服務業申請核准經營辦法第 6 條第 3 項規定，計程車客運服務業應對乘客負責，規定為每車投保 150 萬元旅各責任保險。不過個人車行、公司、合作社等非車隊的計程車及租賃車不在強制納旅客責任險的範圍。亦即就現行法規內容而言，僅有提供派遣服務的計程車業者須強制納保。然而無論個人車行、公司、合作社等非車隊的計程車或已加入派遣的計程車，其所提供的服務性質均相同，國外通常採一體適用的保險制度。舉例來說，日本為提升營業小客車服務品質，並促進消費者安心利用，訂定「自動車損害賠償保障法」，要求營業小客車業者強制加保。美國部分州要求 TNC 若提供七人座以下車輛進行營運載客的服務，須投保至少 75 萬美元的商業保險，此外，TNC 對於提供服務車輛的每一事故須保足至少 100 萬美元的商業責任保險等。其所著眼的保障在於所提供的服務，只要提供服務的對象是一般民眾，均應視為公共運輸一環，無論所使用的車輛是營業用車或非營業用車，均應納入保險範疇強制管理。

事實上，針對此問題過去我國已有相當討論，如立法委員邱志偉於 104 年 5 月 20 日院臺專字第 1048713101 號立法院議案關係文書⁸⁴提及鑒於我國汽車運輸業採牌照管制政策，司

障金依章程及辦事細則規定予以代償。」

84 院總第 462 號委員提案第 17786 號，針對公路法第 64 條及 65 條條文修正案，說明如下：

http://lci.ly.gov.tw/LyLCEW/agenda1/02/pdf/08/07/14/LCEWA01_080714_00014.pdf (最後瀏覽日 106/09/14)

1. 我國對汽車運輸業採牌照政策，除計程車客運業開放少數優良駕駛申請個人牌照外，個人從業者無論是否自備車輛，皆必須向車行租借營業用車輛牌照始得合法營業。而近年，計程車客運服務業(派遣車隊)興起，所佔市場份額逐年增加，司機凡加入者皆必須向車隊繳交規費，受其營業規範管制。
2. 在靠行、派遣制度於汽車運輸業極為普遍的情況下，現行「公路法」中，卻並未對交通事故發生致被害人傷亡、財務損毀時，司機、車行、車隊應負三方之賠償責任歸屬，有任何明確規範。儘管按現行判例，司法普遍認為司機、車行、車隊之間，皆屬「民法」上僱傭之關係，事故發生時，司機應負損害賠償責任，車行、車隊應負連帶賠償責任；但對事故被害人而言，必須在事故發生後經民事訴訟程序，方得確認司機與車行、車隊間民法僱傭關係與後兩者連帶賠償責任，極為耗時、費力；對司機而言，與車行、車隊間僱傭關係未事先由法律條文明定，也方便車行、車隊一方面自司機勞動中獲利，一方面在民事判決前將營業風險，賠償責任完全轉嫁司機承擔。
3. 為確保司機與車行、車隊間交易公平並保障交通事故被害人權益，擬修正「公路法」第 64 條第 1 項，明訂汽車或電車運輸業，派遣業遇有行車事故，致人、客傷害、死亡或財、物損毀、喪失時，肇事者應負損害賠償責任，運輸、派遣業者應負連帶損害賠償責任。
4. 現行「公路法」第 65 條第 3 項，僅將公路汽車客運業、市區汽車客運業及遊覽車客運業納入應投保乘客責任保險範圍，而未施及計程車客運業與計程車服務業。而交通部頒「計程車客運服務業申請核准經營辦法」第 6 條第 3 項，要求計程車派遣業者投保旅客責任保險，顯見仍有此規範必要。是故，擬修正「公路

機、車行與派遣車隊三方間關係複雜，以致時常衍生各項法律糾紛。爰此，特向行政院提出質詢：在我國計程車產業普遍採靠行、派遣制度的情況下，車行、車隊一方面從司機勞動中獲利，另一方面，目前法令卻未明文規定當交通事故發生時，車行、車隊應負連帶賠償責任以及分攤強制汽車責任保險、旅客責任保險、第三人責任保險費，是否有違公平交易？

美國加州公共事業委員會(California Public Utilities Commission, CPUC)於2013年9月19日作出決定，承認網約車服務的合法性，並制定相應的監管規範。對車輛和司機的保險要求，在提供服務時(只要司機打開網約平台APP)，就需有每件與車輛和司機有關的事故保險金額不低於100萬美元的商業責任保險，並對責任保險規定了詳細的標準，力求消除任何的保險空白地帶。

中國大陸於2016年7月27日公布實施之「網絡預約出租汽車經營服務管理暫行辦法」第十七條規定：「網約車平臺公司應當保證提供服務車輛具備合法營運資質，技術狀況良好，安全性能可靠，具有營運車輛相關保險，保證線上提供服務的車輛與線下實際提供服務的車輛一致，並將車輛相關信息向服務所在地出租汽車行政主管部門報備。」以及第二十三條規定：「網約車平臺公司應當依法納稅，為乘客購買承運人責任險等相關保險，充分保障乘客權益。」

(二) 旅客責任保險之賠付合理性

我國汽車責任保險之沿革，可拆分為三個階段⁸⁵，針對旅客體傷責任附加條款部分，76年初承保範圍擴大，納入駕駛人及乘坐或上下被保險汽車之人，並於87年配合強制汽車責任保險實施，將旅客責任險以傷害保險方式辦理理賠。其後主管機關於100年2月將旅客責任險回歸一般責任保險精神，改以第三人過失賠償責任基礎理賠。

乘客車禍時的保障分為以下三個層面：第一層駕駛或對方的「強制險」車險基本保障；第二層對方有過失，啟動對方的「第三人責任險」體傷、財損雙重保障；第三層駕駛有過失，啟動我方的「旅客責任險」意外死殘超額保障。如某車隊在廣告中強調為乘客投保1600萬旅客責任險，遠高於「計程車客運服務業申請核准經營辦法」投保旅客責任險最低150萬元整之規定。但2012年發生的婦人搭乘該車隊派遣之計程車，遭酒駕撞死，卻因駕駛無過失責任而無法獲得任何旅客責任險的理賠。另其他平台媒合業者僅於網頁中宣稱有為駕駛與乘客保商業責任險，但是並未對媒體或在網站揭露保險、保額等細節。

由於旅客責任險採取第三人過失責任理賠基礎，客運業者搭載乘客發生車禍時，若駕駛人或客運業者存有過失，乘客可以向業者求償，並由產險公司給付旅客責任險理賠。然而若駕駛人並無過失，旅客責任險不予理賠，乘客僅能自行向加害人(肇事車輛)求償強制責任保險等賠償，也因而產生了乘客車禍之保障缺口。

「計程車客運服務業申請核准經營辦法」第17條規定：「計程車客運服務業對受託服務之車輛發生行車事故時，應協助或代為處理。經營派遣業務對其委託人，並應盡下列責

法」第65條第3項，將計程車客運、計程車客運服務業加入應投保乘客責任保險範圍，以牢固、完備法律規範。

85 保發中心(1992)，P.199~202；陳伯耀、黃淑燕、徐敏珍(2012)，P.340~342。

任：一、維持服務品質；二、提供專業訓練；三、確認已投保每人新臺幣一百五十萬元以上之旅客責任保險；四、解決消費爭議。」保險契約雖是由計程車輛所有人或計程車客運服務業者與保險公司簽訂，且依現行「計程車客運服務業申請核准經營管理辦法」第6條及第12條規定，車隊應確保加入車隊營運之計程車投保每人150萬元以上之旅客責任保險。又依公路法34條規定當發生交通事故時，計程車客運業者應對所屬車輛及駕駛人負管理責任，且在64條第1項亦規定汽車運輸業遇行車事故致人、客傷害、死亡或財、物損毀、喪失時，應負損害賠償責任，故其賠償責任主體為計程車運輸業者。因此計程車運輸業者應投保足夠的商業險及旅客責任險。

計程車客運業者對於乘客安全肩負關鍵責任，若要逐一探究每件車禍是否存在過失，不但曠日廢時，也忽略應盡的客戶服務責任。目前我國、美國、英國與日本皆實施強制汽車責任保險制度。英國與美國紐約州等州實施無過失賠償責任基礎的強制汽車責任保險制度。日本則採取準無過失責任或嚴格責任制(Strict Liability)，並由加害人負舉證責任，若加害人舉證自己並無過失責任，就可以免除對於第三人之賠償責任。相形之下，我國現行旅客責任保險歷經三次的賠償基礎變革後，已改成第三人過失賠償責任之賠償制度。旅客責任險回歸一般責任保險之賠償責任基礎，雖然合法合理，但卻使得乘客欠缺保障並存在曠日廢時的責任釐清問題⁸⁶。

目前依據「計程車客運服務業申請核准經營辦法」第6條第3項規定：「申請經營派遣業務或其分支機構，並應檢附同一計程車營業區域內依公路主管機關規定之定型化契約範本簽訂參與車輛營運契約書一百五十份以上，及投保每人新臺幣一百五十萬元以上之旅客責任保險。」

在實務上，以計程車客運服務業投保旅客責任險為例，一家公司可能有數十台或上百台車，但業者多半僅購買一張固定額度之理賠保單，該張保單若因單一事故發生導致理賠額度用罄，則其他事故發生時將無法獲得任何賠償。故該種類的保單所提供之保障是否足夠，實值審酌。另因車險業務一般佔保險公司產險業務50%以上，故為規模、市占率等考量，此類保險(現在一般常見之汽車客運業旅客責任險)雖不賺錢，但仍繼續讓汽車運輸業者投保，惟長期來說，對業者及消費者利益保障並非為正面之發展。

由金管會與產險公會及計程車公會共同商議，研擬計程車業公版第三人責任險保單，目前實施損率仍不佳，以保險公司角度而言，公司費率需要公平(該風險所必須支出的費用合理分擔)、合理(被保險人負擔的起)、適足(錢收的回來，賠得出去，費率檢討：上下15%需向保發會提出說明為何調漲／降保費，為每年所需做的費率檢測機制)，以不賠本為原則。另外，訪談計程車公會及保險業者結果，計程車客運業之乘客險賠款率低，保費對於計程車客運業者而言(保費平均約為1200-1600元/年，如為政策性大量投保，應可再降低)，應屬可合理負擔範圍。

86 廖勇誠(2016)，「客運業團體乘客傷害保險之研究」，核保學報第23期，頁120-138。

5.1.2 營運模式納管機制之檢討

一、現行規範駕駛僅可加入一個派遣車隊

交通部於 103 年 8 月 11 日召開「研商計程車加入計程車客運服務家數限制會議」，中華民國汽車運輸業駕駛員職業工會總會與中華民國計程車駕駛員工會全國聯合會認為限制計程車加入車隊家數，恐有聯合壟斷市場，違反公平交易法，造成車隊獨大之嫌，因此主張無需限制計程車加入車隊家數；中華民國計程車駕駛員職業工會總會、中華民國計程車客運商業同業公會全國聯合會認為如可跨多家車隊，車隊品牌如何管理？品質如何控管？為避免車隊互推管理責任及造成消費者對車隊品牌混淆，因此主張維持現狀規定；臺北市政府交通局、新北市政府交通局及臺灣大車隊股份有限公司、志英衛星車隊、皇冠大車隊等業者認為：倘開放加入多家車隊，計程車、車隊與消費者三方關係不易釐清，造成司機品質把關、乘客乘車安全、客訴無單一窗口、路邊攔車乘客理賠責任、事故責任歸屬、旅客責任險、管理制度差異等問題，為利消費者辨識，避免責任難以釐清，建議以一家為宜；交通部公路總局認為：(1)倘開放同一計程車可加入多家車隊，其駕駛員清冊管理變動大且難度高；(2)將計程車車身標示多家企業識別圖案與裝設多具車頂燈，消費者恐混淆企業識別；(3)計程車駕駛人於加入車隊時，應審慎評估車隊經營模式進行選擇優良車隊加入，讓不良車隊退出市場，透過市場機制提升車隊服務品質；另外，行政院消費者保護處尊重主管機關意見，惟消費糾紛需考量多方面，避免消費者混淆；公平交易委員會認為限制同一計程車加入車隊家數，尚難謂涉有違反公平交易法情事；臺北市計程車客運商業同業公會認為不論刪除或維持現有規定，皆需維持計程車服務品質、公共秩序及利益為目標。

臺灣大車隊股份有限公司於 104 年 12 月 29 日發文臺北市公共運輸處，請求立即制止互動網數位科技股份有限公司經營之「hello 叫車通」派遣平台惡意違法派遣臺灣大車隊旗下所屬車輛⁸⁷，交通部於 105 年 01 月 29 日函復臺北市公共運輸處說明：「一、查計程車客運服務業申請核准經營辦法第 2 條規定，所謂派遣係指接受消費者提出之乘車需求後，提供計程車與消費者選擇或指派計程車前往載客服務並收取費用之營運方式；同辦法第 16 條規定，同一輛車以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限；二、APP 平臺業者將消費者之乘車需求對駕駛人「發送」，經駕駛人「確認」後前往載客，應屬旨揭辦法第 2 條所稱「派遣」。至於第 2 條所稱「收取費用」應就業者之整體經營模式判斷，其包含向加入或接受該叫車平臺服務者所收取之任何費用，不限任何名目、方式；三、對於尚在申請籌設階段未領得計程車客運服務業營業執照即經營叫車平臺、從事派遣業務者，係屬違反旨揭辦法第 25 條規定，可依公路法第 77 條第 3 項規定處罰。本案倘屬已核准經營之計程車客運服務業違反旨揭辦法第 16 條規定，則對該計程車客運服務業依公路法第 77 條第 3 項規定處罰；

⁸⁷ 臺灣大車隊股份有限公司於 104 年 12 月 29 日台車隊總字第 104314 號發文：(1)互動網數位科技股份有限公司經營有「hello 叫車通」派遣平台，且其於日前向臺北市政府申請籌設計程車客運服務業；(2)未得臺灣大車隊股份有限公司同意，擅自於「hello 叫車通」之乘客端 APP 上提供臺灣大車隊、泛亞車隊、大愛車隊等供消費者選擇；(3)互動網數位科技股份有限公司利用其生產製作之一路發計程表之計程車司機發布派車任務，更發出「即日起臺灣大車隊司機接 CASE 全部免費等」訊息；(4)建議臺北市公共運輸處能夠制止互動網公司繼續違法派遣其旗下車隊車輛。

四、本案「hello 叫車通」是否違反旨揭辦法第 2 條、第 16 條及 25 條乙節，請貴處依前揭說明審酌其實際提供服務功能、行銷內容及使用者回饋之意見等具體事證自本權責核處。」

關於一輛計程車能否加入多家計程車客運服務業，經廣泛交換意見，涉及消費者與駕駛人權益、車隊及產業品牌發展，服務品質提升及行政管理面多面向課題，為維護消費者權益，有關車頂燈、車隊企業識別等問題如何處理，尚待進一步研酌確認。交通部於 105 年 10 月 31 日函詢各直轄市政府交通局、計程車客運商業同業公會全國聯合會、計程車駕駛員工會全國聯合會、計程車駕駛員職業工會總會、汽車運輸業駕駛員職業工會總會、全國駕駛員職業總工會、有限責任中華民國計程車運輸合作社聯合會、計程車派遣產業發展協會、交通部公路總局、交通部運輸研究所等單位，針對臺灣網路暨電子商務產業發展協會建議廢止計程車客運服務業申請核准經營辦法禁止雙派遣之規定一案的意見，高雄市政府交通局、臺北市公共運輸處意見：為利車隊及主管機關管理，並避免相關責任難以釐清及消費者識別困難，建議駕駛人仍應委託單一車隊服務為宜；臺南市政府交通局意見：「1.開放計程車得接受雙派遣或多重派遣，符合產業趨勢及乘客需求，優點有：(1)智慧型手機等個人化行動裝置已十分普遍，可預期市場接受度高且顯有需求，且可刺激開發跨品牌派遣之技術應用及開發；(2)就駕駛而言，可增加派遣機率；(3)對消費者而言，乘客可在同一平台選擇不同品牌之車輛，增進使用的便利性，並可透過平台之評分回饋等機制刺激不同車隊及個別化駕駛之服務品質競爭；2.請交通部統一定下列配套措施：(1)接受跨平台派遣之車輛，其識別及消費爭議之處理等資訊，可透過行動裝置及軟體於消費行為發生時予以接露，其所載資訊(如駕駛人姓名、車號、執業登記證號、所屬交通公司、申訴方式等)尚可較現行於車體或車內揭露更為完整易讀，並可具備儲存、記錄等附加功能，尚不致難以釐清權責；惟其揭露之格式及內容，宜有統一之規範。(2)個別計程車駕駛加入不同派遣平台的收費標準，可能影響加入不同平台之意願，進而關係平台營運之成敗，故服務費率宜有統一之規範，或降低公版 APP 加入之門檻，以利政策推行」；中華民國計程車駕駛員工會全國聯合會意見：「(1)於 105 年 11 月 10 日至 13 日進行調查，受訪計程車駕駛 4,116 人，其中 2,800 人(68%)認為應開放同時參加兩個以上車隊。1,316 人(32%)認為不應該開放；(2)有關車頂燈、車隊企業識別及消費爭議課題等配套措施，根據現行計程車隊營業實際狀況，即一車使用多種不同企業識別燈殼交替使用，車隊企業識別(車身貼紙)採用車門磁鐵貼片交替使用，方便計程車駕駛乘載不同來源的旅客；(3)有關消費糾紛處理，可根據叫車紀錄及收據，分辨當時承接派遣之業者，進而釐清責任」。另計程車駕駛員工會全國聯合會理事長表示⁸⁸，計程車透過 Uber 可以擴大客源，Uber 只要合法派遣計程車司機，北北基還有一萬多個空牌，工會將十分歡迎。Uber 對派遣業者傷害最深，因為民眾不再透過現有車隊叫車，而站在計程車司機的立場，駕駛員工會強力反對禁止計程車不能同時受兩個車隊派遣的規定，因為限制單一派遣導致客源不足、不能保證生計，應該讓職業駕駛自主選擇多平台，司機既然願意付出加入不同車隊的錢，應該不能剝奪權益，現況車隊會直接剔除雙派遣司機，不合理的規定讓車隊派遣

88 中時電子報，重罰 uber 達標 小黃司機續爭雙派遣解禁，2016 年 12 月 07 日，網址：
<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20161207004991-260405>，擷取時間：2017 年 05 月 20 日。

市場大者恆大。某立法委員⁸⁹亦認同計程車司機可以跨縣市轄區、跨車隊營運才有市場規模，因為「一車只能參加一車隊」只會有區域性平台，沒有競爭力，不過因為會打破目前市場的生態鏈，所以需要多一些溝通，希望未來能打造全國性跨車隊的平台，才有能力和跨國公司競爭。

本所意見：「(一)計程車客運服務業申請核准經營辦法(以下簡稱本辦法)第16條規定同一車輛以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限，主要係保護消費者，避免民眾向A車隊叫車，而B車隊車輛前來服務造成爭議；此外，民眾亦可藉由品牌認知，在街上或排班站挑選品牌計程車搭乘；(二)惟隨科技進步，駕駛人委託幾家派遣業者提供服務應可交由市場決定，爰建議刪除本辦法第16條。此外，保障消費者權益事項為計程車客運服務業營運應遵守事項，建議增訂本辦法第10條第2項條文：「計程車客運服務業，應明確告知指派前往服務車輛之車牌號碼，若該車輛車身漆繪企業識別標識，則須告知車隊名稱；(三)另企業識別標識可透過外顯與內隱兩種方式傳遞給消費者知悉，所謂外顯即漆繪於車輛外觀，內隱則顯示於資訊系統(叫車APP)，派遣車隊可擇一或兩者並行，建議修訂本辦法第14條「應依規定位置與規格標示受託之公司或商業名稱」，修訂為「得依規定位置與規格標示受託之公司或商業名稱」。另現行法規並無規範車身漆繪企業識別標識之位置，建議修訂道路交通安全規則第99條第1項，於句末新增「委託計程車客運服務業提供車輛派遣服務之計程車，得於前門兩側加繪企業識別標識，並以一家為限。」

簡言之，依據「計程車客運服務業申請核准經營辦法」第16條規定：同一車輛以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限，但實務上許多駕駛可能另外透過呼叫小黃等方式，額外接收載客資訊。贊成方認為跨縣市轄區、跨車隊營運可提升市場規模，反對方則認為此限制解除後可能造成責任歸屬不易。針對此議題，交通部希望充分運用智慧化科技，讓更多駕駛人受惠，未來在讓司機加入兩家以上車隊議題，似持正面態度，希望藉由這樣機制可以選擇不同平台，平台也可以選擇駕駛，提高服務品質。針對此議題，無論鬆綁或維持管制，其有關縣市政府可能遇到管理面問題，均必須修法克服。

本計畫將此一議題於5月25日工作會議及6月16日專家學者座談會討論，與會專家意見如下：

- (一) 共享經濟以收益、網路(平台)及閒置資源為其三要素。其中閒置資源包括資金、物品和時間的閒置，而如何將閒置資源透過網路平台使收益最大化，是必須思考的問題。屬於公共運輸的計程車客運業，以司機作為主要的勞動者，倘若只能選擇一家客運服務業接受派遣，於未能獲派遣的餘裕時間，只能巡迴攬客時，對於改善空車率及資源有效應用，實無所助益。因此，站在共享經濟觀點，使計程車駕駛員可以自由選擇加入一家以上客運服務業接受派遣(平台的功能)，對於改善司機收入、資源充分利用、消費者叫車候車等待計程車時間的改善，可謂出自利益極大化的考量。
- (二) 開放讓駕駛員自由加入一家以上客運服務公司接受派遣，各方意見不一，其中最主要爭

89 同註2

議之處是：消費者權益如何獲得保護與責任釐清兩個問題。基於利益極大化思考，消費者保護應建立在自由選擇與自由決定權上，例如叫 A 車、來 B 車，消費者可拒絕搭車，而業者也應該有更正規派遣車輛之機制，只要資訊建立正確、隨時更新相關資訊、消費者乘車資訊及派遣資料保存完善，充分尊重消費者，並使其在受充分資訊告知、司機及客運服務業者更新資訊後始搭乘計程車，並且賦予乘客隨時解約的權利，自然能使消費者權益獲得保障。相對在資訊不足下，消費者將可能因乘車經驗不佳、或者無從選擇，影響其選擇搭乘計程車之意願。

(三) 至於在車隊對司機負連帶責任部分，儘管有部分業者主張一旦開放，則路邊攔車、乘客理賠責任、事故責任歸屬、旅客責任險等都將形成爭議。然查現行有關計程車肇事後，派遣業者是否負連帶責任問題，派遣業者通常主張其與司機間之關係屬於居間媒介性質，非屬僱傭關係，對司機亦無選任監督之事實，依法應不用負連帶責任。但在開放駕駛員議題上，卻又以之為藉口，認為對事故責任歸屬將形成爭議。倘若真如部分業者所言，司機與派遣業屬於居間媒介性質，理論上應不至於有責任爭議，依照業者之主張，業者如屬於居間媒介，對於司機肇事，似乎亦無法律責任可言。況且，依前述在資訊公開、透明下，消費者搭乘由何司機依何派遣業者所派遣之車輛，相較於自車身外觀認定何人為司機之僱主，更有依據。只要健全保險機制、資訊揭露、乘車資訊保全等，對於消費者將更有保障，前述疑慮事項似乎難以成為反對開放之理由。

(四) 駕駛員工作權與自由選擇客運服務業之權利，較客運服務業之權利保障更為重要。而且，客運服務業者本於契約自由原則，應得以透過其與司機間之客運服務契約，約定僅接受一家派遣，不致損害派遣公司權益，或產生前述之疑慮。消費者的選擇權與權益保護，比司機及業者營業利益更加重要，如果可以藉由資訊告知，強化外在企業識別標誌如車身標示，並要求內隱於叫車平台企業識別標誌之強制標示，以及乘車資訊揭露與保全，將現行禁止司機僅得接受一家服務業者派遣規定廢止，在利益權衡下，會是較佳的決定。

(五) 車隊希望計程車司機專屬一個品牌，如此可以發揮品牌功能，透過教育、管理、承擔責任，達成良性競爭；反之，當加入多家時，在釐清責任上會增加困難度。舉例來說，若駕駛可加入 10 個車隊，每個車隊所負責的程度僅十分之一，如此是否造成車隊業者僅願投入十分之一的成本，會造成市場混亂。

二、現行計程車客運服務業設立分公司規範是否合理

從法規面來看，目前公路法所規範之九大運輸業，除計程車客運業外，其餘運輸業均已刪除設置分公司規定，由於計程車客運業有營業區劃分的限制，且各地費率不同，現狀營業區域劃分目前應暫時不會改變。

依據「計程車客運服務業申請核准經營辦法」第 4-6 條規定，派遣車隊若欲在非主事務所所在區派車必須設立分公司，然而進一步檢視現有規定，可發現該規定實際上可能不具實質意義。

依我國公司法第三條規定：「公司以其本公司所在地為住所。本法所稱本公司，為公司依法首先設立，以管轄全部組織之總機構；所稱分公司，為受本公司管轄之分支機構。」因此分公司乃為公司人格之一部份，而法人之人格為單一原不可分割，所以分公司並無獨立之人格，而經濟部在 57110 商 00945 號文中函釋：「公司為依照公司法組織、登記、成立之社團法人，依民法第 26 條規定除專屬於自然人之權利義務外，於法令限制內有享受權利負擔義務之能力。分公司為本公司之分支機構，本身並不具有獨立人格，不能為權利義務主體。」由於公司法第 339 條有關分公司之設立登記，並無分公司營業範圍之登記，因此分公司之營業範圍，應由形式上來觀察。最高法院 86 台上字第 1931 號判決：分公司係總公司分設之獨立機構，就其業務範圍內之事項涉訟時，固有當事人能力。分公司係屬總公司分支機構之一，在分公司中並沒有董事會與股本，而僅有來自於總公司的營運資金，且稅基為合併母公司課稅，財報也是由母公司編立合併財報(若是上市公司另要公開且會計師查核)，又分公司和子公司是屬於不同課題，分公司為公司整體人格之一部，並無獨立之權利能力(85 台上 499 號判決參照)。因此，分公司之財產應屬(總)公司財產之一部。分公司因不具備獨立之權利能力，所以在法律上本無法以獨立之資格享受權利與負擔義務，故於民事訴訟程序中，基本上應以本公司為原告或被告，但為求訴訟之便利，實務上之見解認為，分公司係由總公司分設之獨立機構，就其業務範圍內之事項涉訟時，有當事人能力，亦即分公司於民事訴訟程序中得為原告或被告(最高法院四十四年台上字第二七一號判例參照)。

另依照七十二年五月司法院司法業務研究會第三期研究結論：「分公司是總公司之分支機構，無權利能力。但實務上為訴訟進行便利起見，承認分公司在訴訟上有當事人能力。因人格不可分割，分公司與總公司係屬同一個權利主體，故對於分公司所為之判決，其效力應及於總公司。分公司為本公司之分支機構，分公司之財產，應為公司總財產之一部分，且分公司既無權利能力，無享有所有權之能力；因此對於分公司所命給付之判決，可就同一公司之其他分公司財產執行之。分公司的財產，就是屬於本公司的財產，所以對於分公司所為命給付金錢的判決，可就本公司或本公司的其他分公司的財產為強制執行」。因此，消費者對「分公司」提起訴訟，如果將來法院判決勝訴時，其可拿勝訴判決，向法院聲請強制執行總公司或其他分公司的財產。

舉例來說，目前臺灣大車隊、大都會車隊都有在高雄地區營業，參加評選案或競標案皆使用高雄分公司名義競標，因涉及到計程車營業區的問題，以交通管理角度來看，有無成立分公司似乎無太大意義，並不因為分公司成立而影響公司責任及稅務上處理，原則均回歸總公司統一處理。刪除設立分公司規定，對於乘客的權益並無影響。「取消分公司設立」是基於管理嗎？公司法僅認定分公司不具獨立人格不能為權利義務之主體，但並不禁止。若就公司法的角度分公司的設置並無限制規定，乃企業之營運之選擇權。本議題歷經多次工作會議討論，初步建議維持原規定，暫時無須調整。

三、現行媒合業者未受相關法規納管

現行「計程車客運服務業申請核准經營辦法」僅針對「派遣」進行定義。然派遣有選任及指派之意，派遣業者對駕駛人有選任及監督之責任。另參照汽車運輸業管理規則第 2 條第

5項規定，所謂「多元化計程車客運服務」，係指以網際網路平台，整合供需訊息，提供預約載客之計程車服務。若以網路平台提供計程車相關資訊，讓消費者自行選擇搭乘，實際上並無選任指派之關係，消費者得自由意志選擇適當司機為其服務，其性質為網路媒合平台，另為避免與原辦法中所規範的車輛派遣混淆，爰重新定義「車輛媒合」。

另外，針對前述說明的駕駛加入派遣車隊限制、資本額限制鬆綁、強化相關保險額度、車身品牌標誌限制、因應相關新興計程車服務模式等，可能存在提供非現金支付服務之方式，故應有相關保障消費者之規範、計程車客運服務業者，從事受託業務(包含派遣與媒合)所取得客戶之資訊，如涉及個資，應依照消費者保護法規定採行安全措施，其蒐集、利用、處理等，應遵循個資法規定等。相關議題歷經多次工作會議討論，本計畫研擬「計程車客運服務業申請核准經營辦法修正說明(草案)」，相關草案內容詳見5.3節。

四、定型化契約—應記載及不得記載事項訂定之需求

由於新興計程車運作模式亦是三方關係(車行/車隊/平台、司機、乘客)，若以消費者保護觀點出發，應提供可期待的安全服務。由於運輸管制的公益性更高，建議主管機關應從定型化契約管制著力。檢視 Uber 定型化契約與相關電子商務，多半有些免責條款，將責任推卸給消費者。從消費者認知與期望上，消費者選擇車隊或平台等叫車，是基於對品牌信賴，而非對前來服務的司機信賴。即便平台業者認為自己只是居間媒合，也有一定的注意義務，不應置身事外。以日本對多元叫車為例，對 Uber 是保守的，想要開放的是透過公權力，要求平台對消費者揭露資訊，諸如司機是否有肇事紀錄？車齡？是否有網路評價？一般來說，消費者對白牌車會有不安，平台業者對白牌車是否有一定的審查義務？在資訊不對等的情況下，要促進消費者保護的方式就是透過資訊揭露，公權力部分可介入的部分就是定型化契約。

消保法係以消費關係為其規範對象，只要具有消費關係存在，均為消保法規定之適用。所謂「消費關係」，依消費者保護法第2條第3款規定，係指消費者與企業經營者就商品或服務所發生之法律關係而言。計程車客運服務業者提供之「運送」服務，係與「安全」有關之「服務」，屬於營利性社團法人，為消保法所稱之企業經營者，因而消費者與品牌車隊業者間就「派車服務」所發生之法律關係，係屬消費關係，所生爭議即為消費爭議，除適用民法的一般規定外，也有消保法規定之適用。

消保法第七條針對企業經營者就其商品或服務所應負之責任，規定企業經營者，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。企業經營者違反此規定，致生損害於消費者或第三人時，應負無過失賠償責任。消保法第24條第1項「企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。」、第7條第2項「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。」企業經營者對於其商品或服務負有依法正確標示之責任。

「計程車客運服務業申請核准經營辦法」第6條第3項規定：「申請經營派遣業務.....並

應檢附同一計程車營業區域內依公路主管機關規定之定型化契約範本簽訂參與車輛營運契約書一百五十份以上.....」，明定計程車派遣車隊應與駕駛人簽訂定型化契約，為此交通部於民國 100 年 4 月 25 日訂定計程車派遣車隊與駕駛人定型化契約應記載及不得記載規定，並經公告實施。然而，品牌車隊、網路及 APP 平台業者與消費者間，尚無定型化契約範本或定型化契約應記載及不得記載規定，對於消費者保護機制建立不免缺漏，主管機關可依消費者保護法第 17 條規定，訂定計程車派遣車隊、網路媒合平台業者與乘客定型化契約應記載及不得記載事項。至於派遣車隊、網路媒合平台業適合並規定，或採分別規定；網路平台業者、品牌車隊為消費者提供服務，應對消費者揭露哪些必要資訊，方有助於消費者選擇搭乘特定計程車、消費者乘車權益才有足夠的保障？本議題歷經多次工作會議討論，本計畫已研擬計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項草案，相關內容詳見 5.3 節。

5.2 法規盤點與修正

在以消費者權益保障為中心的思考脈絡下，對新興營運與既有事業之保護，宜採寬嚴並濟的行政管制作為。對於市場准入部分，採取放寬資本額，以鼓勵新創產業加入，對於現行以法規明定計程車司機以加入一家計程車客運服務業之規定，考量計程車司機在傳統派遣外，應有自由利用數位媒合平台增加載客率、獲取報酬機會，只要消費者權益能獲更佳保障，允宜解除司機加入媒合或派遣家數之限制。傳統派遣產業受法規保障限制司機不得同時加入兩家或以上客運服務業，在消費者權益保護各項機制建構完整後，相較於消費者保護目的，前述法規條文唯一價值只剩下保障傳統事業一途。

計程車客運運輸與計程車派遣或媒合服務，涉及消費者人身自由安全，宜特別強化要求業者投保旅客責任保險、強化管理車頂燈與車身標示規定、消費資訊揭露與個資保全等方面實施嚴格管制。整體而言，採取輕度管制以鼓勵創新，對消費權益有關的則採嚴格管制立場。爰此，法規的盤點修正主要集中在以媒合平台為業者應納入管理、放寬司機加入派遣家數限制、強制投保旅客責任保險、釐清派遣、媒合及司機責任、建立消費者保護機制等各方面。除法規修正外，對於計程車派遣媒合所衍生之消費爭議，主管機關尚可依消費者保護法第 17 條規定，訂定「定型化契約應記載及不得記載事項」，並對消費者提供宣導教育，為消費者保護提供事前預防功能。

然派遣與媒合納管仍應考慮兩者性質差異、業者對駕駛人指揮監督的強度、消費者對司機的選擇權及主導權、消費者權益保障等因素，做為分級管理的參考標準。以下謹就派遣媒合營業方式分析比較，倘若業者對駕駛人指揮監督強度較高，必須從嚴納管；消費者選擇權較少、業者某種營業行為具有過失時，消費者權益受害較重者，該行為也應該予以較高程度的管制酌。

表 16 比較現行計程車客運服務業提供派遣服務，與司機間訂有契約，對司機有服裝、排班、訓練及操守要求之管理守則，介入運送契約程度較重；以網路平台提供媒合服務，消費者有較佳選擇權及主導權，對駕駛人則缺乏指揮監督與管理機制。消費者個資(個人姓名、住居所、電話、信用卡、上下車地點等位址資訊)，於派遣與媒合均有涉及，惟以網

路、APP 或科技設備派遣媒合，相較於傳統派遣，皆應納入管制，方符個資法及消費者權益保障之需要。

表16 派遣與媒合服務營業方式比較

項目	派遣	媒合
營業規模	應有 150 份以上參與車輛營運	無限制
駕駛人資格	領有職業駕駛執照與計程車駕駛人執業登記證之駕駛。	領有職業駕駛執照與計程車駕駛人執業登記證之駕駛。
消費者叫車模式	以電話、網路或 APP 向車隊叫車	在平台上取得駕駛人資料，自行連絡叫車
營業區域限制	○	X(無法規限制)
管理規範	○(隊員管理守則)	X(平台使用規定)
使用服務自由度	X(需與業者訂立契約，並經審核)	○(自由登錄業者提供服務駕駛端)
教育訓練	○	X
配合排班	○	X
車頂燈標示	○	X／△(少數)
車身標示	○	X／△(少數)
駕駛人配合採行優惠措施	○ (配合車隊)	△ (平台與司機契約)
收費採企業月結(業者處理)	○ (配合車隊)	X
協助處理事故	○	X
解決消費爭議	○	X
掌握消費者個人資訊	電話△／網路 APP○(因使用工具不同有所差異)	○
消費者對司機的選擇權(運送契約是否由消費者直接與駕駛人磋商)	X (指派或選派特定司機予消費者)	○
消費者對駕駛人資訊掌握程度	X (車隊駕駛人代號、車牌號碼)	○／△ (視平台提供資訊程度而定)
消費者對計程車車齡等特性掌握程度	X(通常未揭示)	○／△ (視平台提供資訊程度而定)
消費者對乘車滿意度評價制度	△／X (視業者提供服務方式而定)	○
消費者知悉搭乘車輛所屬車隊或客運業者	○／△ (視業者提供資訊正確程度而定)	○／△ (視平台提供資訊正確程度而定)

綜上，考量派遣對司機的指揮監督、消費者與駕駛人契約締結、履約程度等介入較重，應嚴格管理。於媒合者，消費者與司機有較自由選擇權與主導權，管理程度可以放寬，但業者仍須要負資訊查證義務。而不論派遣或媒合，對消費者需求配合、個資保護、事後評價制

度建立、資訊揭露等，亦應視派遣媒合之營業特性，彈性規劃合適管制措施。

5.2.1 公路法部分條文修正

因應網路科技時代，消費者利用行動載具 APP 叫車，尋求運輸服務已為時勢所趨。透過網路應用，讓計程車搭上數位經濟的浪潮，在滿足乘客對於客製化與細緻化服務追求的同時，駕駛人亦可藉由新的營運模式，提高經營效率，增加客源。然而，新的營運模式以網路為基礎，衍生出派遣與媒合爭議，管理規定因應實務需求已顯侷促。此種以網路平台提供消費者選擇搭乘車輛與駕駛人的營運模式，不僅與駕駛的權益有關，更涉及消費者乘車安全的重大公共利益，不應以其僅提供乘車資訊且屬無償，作為規避辦理旅客責任保險、主管機關管理查核、個人資料蒐集利用處理及事故發生後免責事由。

為配合國際管理趨勢，使新興的媒合平台業者與傳統產業得以公平競爭，並維護消費者乘車安全，經通盤檢討，爰擬具「公路法」部分條文修正草案(如表 17 所示)，其修正要點如下：

- (一) 修訂計程車客運服務業用詞定義。(修正條文第二條第十五款)
- (二) 增訂計程車客運服務業違反法令致消費者受損害、提供資訊不實之賠償責任，於一定條件下課予計程車客運服務業與駕駛人負連帶賠償責任。(修正條文第六十四條之一)
- (三) 增訂計程車客運業、計程車客運服務業者，皆應投保旅客責任保險規定(修正條文第六十五條第三項)

表 17 公路法修正草案條文對照表

修正條文	現行條文	說明
第二條 本法用詞，定義如下： 一、公路：指國道、省道、市道、縣道、區道、鄉道、專用公路及其用地範圍內之各項公路有關設施。 二、國道：指聯絡二直轄市(省)以上、重要港口、機場及重要政治、經濟、文化中心之高速公路或快速公路。 三、省道：指聯絡二縣(市)以上、直轄市(省)間交通及重要政治、經濟、文化中心之主要道路。 四、市道：指聯絡直轄市(縣)間交通及直轄市內重要行政區間之道路。 五、縣道：指聯絡縣(市)間交通及縣與重要鄉(鎮、市)	第二條 本法用詞，定義如下： 一、公路：指國道、省道、市道、縣道、區道、鄉道、專用公路及其用地範圍內之各項公路有關設施。 二、國道：指聯絡二直轄市(省)以上、重要港口、機場及重要政治、經濟、文化中心之高速公路或快速公路。 三、省道：指聯絡二縣(市)以上、直轄市(省)間交通及重要政治、經濟、文化中心之主要道路。 四、市道：指聯絡直轄市(縣)間交通及直轄市內重要行政區間之道路。 五、縣道：指聯絡縣(市)間交通及縣與重要鄉(鎮、市)	修正第十五款。 1. 計程車客運服務業現行用詞定義「指以計程車經營客運服務而受報酬之事業」，語意不明，營業範圍界定不易。另原規定以「受有報酬之事業」方屬計程車客運服務業，與消費者保護法第二條所謂「企業經營者」概念，不論有無營利皆涵攝在內規定不合，對消費者乘車權益保障保障不足，且予人有「未受報酬即不受管制」操作空間。 2. 參照 106 年 11 月 28 日立法院三讀通過之「租賃住宅市場發展及管理條例」第三條規定，修正計程車客運服務業之用詞定義。 3. 本條文通過後，對於提供

間之道路。 六、區道：指聯絡直轄市內各行政區及行政區與各里、原住民部落間之道路。 七、鄉道：指聯絡鄉(鎮、市)間交通及鄉(鎮、市)與村、里、原住民部落間之道路。 八、專用公路：指各公私機構申請公路主管機關核准興建，專供其本身運輸之道路。 九、車輛：指汽車、電車、慢車及其他行駛於道路之動力車輛。十、汽車：指非依軌道或電力架設，而以原動機行駛之車輛。十一、電車：指以架線供應電力之無軌電車，或依軌道行駛之地面電車。十二、慢車：指腳踏自行車、電動輔助自行車、電動自行車，三輪以上人力或獸力行駛之車輛。十三、公路經營業：指以修建、維護及管理公路及其附屬之停車場等，供汽車通行、停放收取費用之事業。十四、汽車或電車運輸業：指以汽車或電車經營客、貨運輸而受報酬之事業。十五、計程車客運服務業：經營代辦車輛監理、提供車輛派遣、乘車資訊媒合及其他與計程車事務管理有關業務之公司。	間之道路。 六、區道：指聯絡直轄市內各行政區及行政區與各里、原住民部落間之道路。 七、鄉道：指聯絡鄉(鎮、市)間交通及鄉(鎮、市)與村、里、原住民部落間之道路。 八、專用公路：指各公私機構申請公路主管機關核准興建，專供其本身運輸之道路。 九、車輛：指汽車、電車、慢車及其他行駛於道路之動力車輛。十、汽車：指非依軌道或電力架設，而以原動機行駛之車輛。十一、電車：指以架線供應電力之無軌電車，或依軌道行駛之地面電車。十二、慢車：指腳踏自行車、電動輔助自行車、電動自行車，三輪以上人力或獸力行駛之車輛。十三、公路經營業：指以修建、維護及管理公路及其附屬之停車場等，供汽車通行、停放收取費用之事業。十四、汽車或電車運輸業：指以汽車或電車經營客、貨運輸而受報酬之事業。十五、計程車客運服務業：指以計程車經營客運服務而受報酬之事業。	車輛派遣、乘車資訊媒合及其他與計程車事務管理有關業務之公司，不論是否受有報酬，派遣或將來新興營運模式，主管機關皆可視情形於計程車客運服務業申請核准經營辦法加以管制，立法闕漏因而可以獲得填補。
第六十四條之一 計程車客運服務業違反法令或因可歸責於自己之事由不能履行契約，致使用服務之當事人受損害時，應負損害賠償責任。 計程車客運服務業對其提供之乘車資訊，應建立查核機制，確保資訊真實。服務內容與事實不符，致使用服務之當事人受損害時，應負損害賠償責任。		1. 本條新增。 2. 現行法第六十四條 規定汽車或電車運輸業遇有行車事故，致人、客傷害、死亡或財、物損毀、喪失時，應負損害賠償責任。惟計程車客運服務業，係受計程車駕駛人或車行委託提供包括派遣在內之各項服務，如因其提供之服務違反法令或其他可歸責之事由致使用服務之當事

駕駛人執行職務不法侵害他人權利，計程車客運服務業有下列各款情形之一者，應與駕駛人連帶負損害賠償責任。 一、授權計程車駕駛人以其名義載客，或於車頂燈、車身標示其企業識別標識者。 二、決定交易價格及主要契約條款。 三、其他對計程車駕駛人有重大影響或控制力之情形。		人(包含司機與消費者)受損害時，責任基礎，缺乏明文規定，爰參照信託業法第三十五條、租賃住宅市場發展條例(草案)第二十五條規定，就其提供服務造成損害之契約責任訂定第一項。 3. 另計程車客運服務業對其提供之乘車資訊，應建立查核機制，確保資訊真實。爰參照不動產經紀業管理條例第二十一條、第二十六條規定，訂定第二項。 4. 又，計程車駕駛人以計程車客運服務業(車隊)名義營業，或於營業車輛車頂燈、車身標示企業識別標示，足使消費者信賴其係為計程車客運服務業服勞務，參照法院多年來判決認定業者對駕駛人有選任監督事實、駕駛人於執行職務外觀上予人有係為業者服勞務之信賴，或對駕駛人具有重大影響力，爰訂定第三項。此種課責或賠償關係，可謂現行實務肯認業者應負民法第一百八十八條第一項僱用人連帶賠償責任之具體規定。計程車客運服務業者與計程車客運業者間，法律關係，係屬不真正連帶債務，未有超越原本本身應負責任之不合理現象，特予釐清。 5. 為保護消費者，參照法院判決，令業者與駕駛人執行職務所生之損害負連帶賠償責任。爰參照民法第一百八十八條第一項規定。
第六十五條 汽車所有人應依強制汽車責任保險法之規定，投保強制汽車責任保險。 電車所有人應於申請公路主管機關發給牌照使用前，依交通部所定之金額，	第六十五條 汽車所有人應依強制汽車責任保險法之規定，投保強制汽車責任保險。 電車所有人應於申請公路主管機關發給牌照使用前，依交通部所定之金額，	1. 修正第三項。 2. 現行條文第三項僅就公路汽車客運業、市區汽車客運業與遊覽車客運業，規定其應投保旅客責任保險。計程車客運業提供公共運輸服務，未規定其應為

投保責任險。 公路汽車客運業、市區汽車客運業、遊覽車客運業、計程車客運業，皆應投保旅客責任保險；其最低投保金額，由交通部定之。未依規定投保旅客責任保險者，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。	投保責任險。 公路汽車客運業、市區汽車客運業與遊覽車客運業，皆應投保乘客責任保險；其最低投保金額，由交通部定之。未依規定投保乘客責任保險者，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。	消費者投保旅客責任保險，對消費者權益保障嚴重不足。為強化消費者權益保障，藉由保險制度使消費者受損害時，損害得以填補受償，爰修正第三項。
--	---	---

5.2.2 計程車客運服務業申請核准經營辦法修正

因應網際網路媒合平臺及 APP 應用程式普及運用，以網路平臺提供計程車相關資訊讓消費者自行選擇搭乘之計程車預約叫車營運模式，逐漸成為民眾選擇搭乘計程車之主要方式之一。對於新興型態之交易模式不斷推陳出新，消費者所獲得之服務品質及乘車權益仍應確保，爰不論傳統計程車派遣或新興型態資訊叫車服務，均有必要納入計程車客運服務業管理。惟考量派遣與媒合服務性質不同，本次針對派遣及媒合重新定義，可彈性區分規範俾利納管。另為增加駕駛人接受派遣或媒合之機會及收入，改善計程車空車率，提高營運效率，並透過駕駛人充分利用派遣媒合技術，促使計程車駕駛人與網路平臺業者相互選擇，加速形成市場競爭機制，帶動整體產業服務提升，對於計程車車輛委託媒合業務計程車客運服務業之家數則不予限制，以兼顧駕駛人及消費者權益。

交通部於 106 年 11 月 17 日召開「計程車客運服務業申請核准經營辦法修正草案」法規修正座談會，針對「派遣」與「媒合」名詞定義、呼叫小黃、Uber Taxi 等新興營運模式是否被納管？放寬委託一家派遣為限之規定等課題進行討論。本計畫參照該會議紀錄，修正本辦法重點說明如下：

- (一) 定義車輛派遣及車輛媒合⁹⁰。(修正條文第二條)
- (二) 新增計程車客運服務業得接受委託辦理車輛媒合業務。(修正條文第三條)
- (三) 配合本次重新定義計程車客運服務業之派遣及媒合業務，針對原規範經營派遣業務業者申請籌設或分公司與設立登記、向駕駛人收費及負擔優惠措施、處理受託車輛行車事故及營運管理企業責任、辦理計程車共乘、以計程車運輸合作社型態經營、未依法營業處分等規定，將經營媒合業務者亦納入適用。(修正條文第四條、第六條、第十三條、第十七條、第二十三條之一、第二十四條、第二十五條)
- (四) 考量派遣與媒合服務性質不同，申請經營派遣業務之營運計畫書部分規定事項，得不適用於經營媒合業務。另增訂提供非現金支付服務者，應提供相關證明文件報請該管公路主管機關備查，以保障消費者權益。(修正條文第四條)

⁹⁰ 民用航空法第二條第一項第十三款規定：「航空貨運承攬業：指以自己之名義，為他人之計算，使民用航空運輸業運送航空貨物及非具有通信性質之國際貿易商業文件而受報酬之事業。」航業法第三條第一項第三款規定：「海運承攬運送業：指以自己之名義，為他人之計算，使船舶運送業運送貨物而受報酬為營業之事業。」民法第 242、541、576、660 條有相關規定，第 576 條規定：「稱行紀者，謂以自己之名義，為他人之計算，為動產之買賣或其他商業上之交易，而受報酬之營業。第 660 條第一項規定：「稱承攬運送人者，謂以自己之名義，為他人之計算，使運送人運送物品而受報酬為營業之人。」

- (五) 新增經營派遣或媒合之計程車客運服務業，應確認受託車輛之保險狀況，及定期報公路主管機關備查。(修正條文第六條)
- (六) 針對計程車客運服務業經核准籌設後，逾期限未完成而喪失原獲准權利，係由公路主管機關針對原合法授益處分之廢止，爰修正用語將「撤銷」調整為「廢止」。(修正條文第七條)
- (七) 不限制計程車車輛委託媒合業務之計程車客運服務業之家數，可增加駕駛人接受媒合之機會及收入，改善計程車空車率，提高營運效率。(修正條文第十六條)
- (八) 各派遣或媒合業者對受託車輛非因派遣或媒合(如巡迴攬客)所生之行車事故與消費爭議，其處理與解決之責任區分，基於享有品牌利益者，應負擔相對之企業責任，且消費者多係因信賴該標示之品牌而選擇車輛，爰明定由該車頂燈與車身標示之業者負責。(修正條文第十七條)
- (九) 考量經營媒合業務與派遣業務性質不同，另訂經營媒合業務應遵守事項。(修正條文第十八條之一)
- (十) 增訂計程車客運服務業者從事受託經營派遣或媒合業務所取得消費者個人資料，應依個人資料保護法規定辦理。(修正條文第十八條之二)
- (十一) 增訂網際網路平臺或其他媒介提供計程車客運業、計程車客運服務業以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，且未向駕駛人與乘客收取費用者，則不在本辦法規範範圍。(修正條文第二十五條第二項)
- (十二) 新興計程車媒合業務經營業者申請籌設及辦妥營業執照期限之規定。(修正條文第二十五條第三項)

表18 計程車客運服務業申請核准經營辦法修正條文對照表

修 正 條 文	現 行 條 文	說 明
第二條 <u>本辦法用詞定義如下：</u> 一、<u>車輛派遣：係指受計程車客運業者或駕駛人委託，以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，指派特定計程車前往載客之營運方式。</u> 二、<u>車輛媒合：除車輛派遣外，其他以自己之名義，利用網際網路平臺或其他媒介整合供需訊息，陳列合於消費者需求之相關資訊，供計程車駕駛人與消費者雙方自行議定服務之營運方式。</u>	第二條 本辦法所稱派遣，係指接受消費者提出之乘車需求後，以下列方式之一提供計程車客運業及其駕駛人服務並收取費用之營運方式： 一、指派消費者搭車所在地同一營業區域內特定計程車前往載客。 二、指派一輛以上計程車予消費者選擇後前往載客。	1. 派遣有選任及指派之意，故派遣業者對駕駛人有選任及監督之責任。又指派方式可以人力指派或電腦指派，只要非由消費者任意選擇，均屬於「派遣」。若以網路平臺提供計程車相關資訊，讓消費者自行選擇搭乘，實際上並無選任指派之關係，消費者得自由選擇適當車輛駕駛為其服務，其性質為網路媒合平臺。為避免與「僅提供其他計程車客運服務業者系統服務之資訊業者」混淆，爰就車輛派遣及車輛媒合

		重新定義，俾利納管。 2. 以自己之名義提供消費者叫車服務之計程車派遣或媒合營運業者，皆為本辦法管理對象。至於提供網際網路平臺或其他媒介供計程車客運服務業者營運，未以自己之名義(顯示計程車客運服務業者名稱)提供消費者訂車服務，且未向駕駛人與乘客收取費用者，則不在本辦法規範範圍。 3. 若僅是駕駛人與消費者在同一網路社群群組內，消費者在群組內提出乘車需求，駕駛自由回應(如：Facebook、Line、Twitter、BBS 留言板)，亦不在本辦法規範範圍。
第三條 計程車客運服務業得接受委託辦理下列服務業務： 一、車輛牌照之請領、換發、繳銷、車輛檢驗及各種異動登記。 二、車輛違規罰鍰及稅費等之繳納。 三、汽車責任保險之投保。 四、行車事故之有關處理事項。 五、購車貸款申請及動產擔保之登記。 六、車輛派遣。 七、<u>車輛媒合</u>。 八、其他經公路主管機關核准之業務。 計程車客運服務業之服務對象，應符合下列規定： 一、須為領有有效之職業駕駛執照及執業地計程車駕駛人執業登記證之駕駛人。 二、前項第一款至第五款及第八款服務業務，限對同一公路監理機關轄區內個人經營計程車客運業者提供服務。 三、經營前項第六款及第七款服務業務，限<u>派遣或媒合符合營業區域規定之計程車</u>。	第三條 計程車客運服務業得接受委託辦理下列服務業務： 一、車輛牌照之請領、換發、繳銷、車輛檢驗及各種異動登記。 二、車輛違規罰鍰及稅費等之繳納。 三、汽車責任保險之投保。 四、行車事故之有關處理事項。 五、購車貸款申請及動產擔保之登記。 六、車輛派遣。 七、其他經公路主管機關核准之業務。 計程車客運服務業之服務對象，應符合下列規定： 一、須為領有有效之職業駕駛執照及執業地計程車駕駛人執業登記證之駕駛人。 二、前項第一款至第五款及第七款服務業務，限對同一公路監理機關轄區內個人經營計程車客運業者提供服務。 三、經營前項第六款車輛派遣服務業務，限對同一營業區域內之計程車提供服務。	配合第二條重新定義車輛派遣及車輛媒合，本條第一項第七款新增計程車客運服務業得接受委託辦理車輛媒合業務，第一項原第八款款次遞移，第二項第三款酌修文字。

第四條 經營計程車客運服務業，應填具籌設申請書(如附件一)，向該管公路主管機關申請核准籌設。 經營<u>車輛派遣或車輛媒合</u>業務(以下簡稱派遣或媒合業務)，除應依前項規定辦理外，並檢具下列文件，向該管公路主管機關申請： 一、新籌設公司者，檢附公司章程草案，其為有限公司者，並檢具全體股東身分證明文件影本；其為股份有限公司者，並檢具發起人身分證明文件影本。 二、已成立公司增加計程車客運服務業營業項目者，為公司章程修正草案，並檢附公司登記證明文件、股份有限公司之股東會議事錄或有限公司之股東同意書。 三、已成立計程車運輸合作社者，為運輸合作社章程。 四、營運計畫書，應載明下列事項： (一)組織。 (二)資本額及資金來源。 (三)派遣或媒合系統(設備、設置地點、自有或租用)、營業方式。<u>派遣或媒合系統非屬自有者，應一併提供系統經營業者之公司證明文件或其他足資證明之文件。</u> (四)設置車輛及駕駛員清冊(含駕駛員姓名、車號、車齡、排氣量)。 (五)派遣中心工作人員編制。 (六)派遣車隊規模發展計畫。 (七)建立服務品牌計畫。 (八)緊急應變計畫(發生重大災難時對駕駛員及派遣工作人員之調度計畫)。 (九)車頂燈及車身之企業識別標識圖例。 前項第四款第五目至第九目於媒合業務得不適用之。 經營派遣業務申請籌設分公司，應檢具第二項第一款及第四款各目文件，向分公司所在地公路主管機關申請核准籌設。公路主管機關得訂定審查規定	第四條 經營計程車客運服務業，應填具籌設申請書(如附件一)，向該管公路主管機關申請核准籌設。 經營派遣計程車客運服務業務(以下簡稱派遣業務)，除應依前項規定辦理外，並檢具下列文件，向該管公路主管機關申請： 一、新籌設公司者，檢附公司章程草案，其為有限公司者，並檢具全體股東身分證明文件影本；其為股份有限公司者，並檢具發起人身分證明文件影本。 二、已成立公司增加計程車客運服務業營業項目者，為公司章程修正草案，並檢附公司登記證明文件、股份有限公司之股東會議事錄或有限公司之股東同意書。 三、已成立計程車運輸合作社者，為運輸合作社章程。 四、營業計畫書，應載明下列事項： (一)組織。 (二)資本額及資金來源。 (三)派遣系統(設備、設置地點、自有或租用、<u>是否與其他派遣計程車客運服務業共用同一套派遣系統、是否與同一類型之其他廠牌派遣系統相容</u>)、營業方式。 (四)設置車輛及駕駛員清冊(含駕駛員姓名、車號、車齡、排氣量)。 (五)派遣中心工作人員編制。 (六)派遣車隊規模發展計畫。 (七)建立服務品牌計畫。 (八)緊急應變計畫(發生重大災難時對駕駛員及派遣工作人員之調度計畫)。 (九)車頂燈及車身之企業識別標識圖例。 前項第四款<u>第三目之派遣系統非屬自有者，應一併提供派遣系統經營業者之公司證明文件</u>。 經營派遣業務申請籌設分公司，應檢具第二項第一款及第四款各目文件，向分公司所在地	1. 配合第二條重新定義派遣及媒合，將經營媒合業務者亦納入籌設申請之規定適用，並調整申請經營派遣或媒合業務所附營運計畫書應載明之部分事項。惟考量派遣與媒合服務性質不同，申請所附營運計畫書部分規定經營派遣業務之事項得不適用於經營媒合業務。 2. 增訂第六項，為確保業者提供非現金支付方式符合資訊安全控管規定，以保障消費者權益，應提供相關證明文件報請該管公路主管機關備查。
---	--	--

或遴聘(派)學者、專家及電信主管機關代表審查第二項及前項申請籌設文件。 經營派遣或媒合業務提供非現金支付功能者，應符合各支付方式資訊安全控管規定。	公路主管機關申請核准籌設。公路主管機關得訂定審查規定或遴聘(派)學者、專家及電信主管機關代表審查第二項及前項申請籌設文件。	
第六條 經領得公路主管機關核發核准籌設證(如附件二)之計程車客運服務業，應自核准之日起六個月內依法辦妥公司登記或商業登記後，填具立案申請書(如附件三)，檢附公司登記證明文件或商業登記證明文件，報請該管公路主管機關核准立案，發給計程車客運服務業營業執照(如附件四)，始得依法營業。 經核准籌設分公司經營派遣業務，應於依法辦妥分公司設立登記後三十日內，檢送下列文件向分公司所在地公路主管機關登記，始得依法營運。變更時，亦同： 一、立案申請書。 二、分公司設立登記表或分公司變更登記表影本。 三、分公司經理人名冊及其身分證明文件。 四、營業計畫書。 申請經營派遣業務或其分支機構，應檢附同一計程車營業區域內依公路主管機關規定之定型化契約範本簽訂參與車輛營運契約書一百五十份以上。公路主管機關得視當地特性，調整前項契約書數量予以公告。 申請經營派遣或媒合業務應確認受託車輛於受託期間已投保強制汽車責任保險及每人新臺幣一百五十萬元以上之旅客責任保險，且將每年度投保之責任保險證明文件，依該管公路主管機關規定期間報請備查。	第六條 經領得公路主管機關核發核准籌設證(如附件二)之計程車客運服務業，應自核准之日起六個月內依法辦妥公司登記或商業登記後，填具立案申請書(如附件三)，檢附公司登記證明文件或商業登記證明文件，報請該管公路主管機關核准立案，發給計程車客運服務業營業執照(如附件四)，始得依法營業。 經核准籌設分公司經營派遣業務，應於依法辦妥分公司設立登記後三十日內，檢送下列文件向分公司所在地公路主管機關登記，始得依法營運。變更時，亦同： 一、立案申請書。 二、分公司設立登記表或分公司變更登記表影本。 三、分公司經理人名冊及其身分證明文件。 四、營業計畫書。 申請經營派遣業務或其分支機構，並應檢附同一計程車營業區域內依公路主管機關規定之定型化契約範本簽訂參與車輛營運契約書一百五十份以上，<u>及投保每人新臺幣一百五十萬元以上之旅客責任保險。</u> 公路主管機關得視當地特性，調整前項契約書數量予以公告。	新增經營派遣或媒合之計程車客運服務業，應確認受託車輛之保險狀況，並定期報公路主管機關備查。

第七條 計程車客運服務業經核准籌設後，如因特殊情形未能如期籌備完成者，得報請該管公路主管機關展期，其期間以六個月為限，逾期<u>廢止其核准籌設</u>。	第七條 計程車客運服務業經核准籌設後，如因特殊情形未能如期籌備完成者，得報請該管公路主管機關展期，其期間以六個月為限，逾期撤銷核准。	本條規範業者申請獲准籌設後，應於一定期限完成，否則籌設權利即喪失，其係由公路主管機關針對原合法授益處分之廢止，爰修正用語將「撤銷」調整為「廢止」。
第十三條 計程車客運服務業經營派遣或媒合業務者向受託服務之計程車駕駛人收取服務費，其收費基準應經登載於公路主管機關網頁，始得實施；修正時，亦同；其向計程車駕駛人收取費用時，應開立統一發票或掣發收據，並據實載明收費項目及金額。 經營派遣或媒合業務者提供之優惠措施，應報經該管公路主管機關備查，其優惠乘客之金額或相關成本費用，不得要求計程車駕駛人負擔或以任何名目轉嫁於駕駛人。業者應按月補足駕駛人為配合優惠措施致短收之金額，並保存相關單據或匯款證明至少三年，供該管公路主管機關查核。 經營派遣或媒合業務者提供之優惠措施，於實施前報經該管公路主管機關會商當地勞工、消費者保護等主管機關、團體及計程車客運業同業公會暨相關之公(工)會審查同意，並明定於第六條第三項所定契約書者，不受前項規定之限制。	第十三條 計程車客運服務業經營派遣業務者向受託服務之計程車駕駛人收取服務費，其收費基準應經登載於公路主管機關網頁，始得實施；修正時，亦同；其向計程車駕駛人收取費用時，應開立統一發票或掣發收據，並據實載明收費項目及金額。 經營派遣業務者提供之優惠措施，應報經該管公路主管機關備查，其優惠乘客之金額或相關成本費用，不得要求計程車駕駛人負擔或以任何名目轉嫁於駕駛人。業者應按月補足駕駛人為配合優惠措施致短收之金額，並保存相關單據或匯款證明至少三年，供該管公路主管機關查核。 經營派遣業務者提供之優惠措施，於實施前報經該管公路主管機關會商當地勞工、消費者保護等主管機關、團體及計程車客運業同業公會暨相關之公(工)會審查同意，並明定於第六條第三項所定契約書者，不受前項規定之限制。	配合第二條重新定義派遣及媒合，將媒合業務納入規範適用。
第十六條 同一車輛之企業識別標識及車頂燈以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限，經營派遣業務之計程車客運服務業應先確認委託車輛是否未加入其他經營派遣或媒合業務之計程車客運服務業。	第十六條 同一車輛以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限，經營派遣業務之計程車客運服務業應先確認委託車輛是否未加入其他經營派遣業務之計程車客運服務業。	1. 原條文規定：「同一車輛以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限之規定」，修正為：「同一車輛之企業識別標識及車頂燈以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限。」 2. 另計程車車輛委託媒合業務之計程車客運服務業家數之則不予限制，可增加駕駛人接受媒合之機會及收入，改善計程車空車率，提高營運效率。透過駕駛人充分

		利用媒合技術，亦有助於促使計程車駕駛人與網路平臺業者相互選擇，加速形成市場競爭機制，帶動整體產業服務提升。
第十七條 計程車客運服務業對受託服務之車輛發生行車事故時，應協助或代為處理。經營派遣業務對其委託人，並應盡下列責任： 一、維持服務品質。 二、提供專業訓練。 三、<u>確認已依第六條第三項規定投保責任保險。</u> 四、<u>解決受託車輛因派遣或媒合所生之消費爭議。</u> 前項車輛非因派遣或媒合所生之行車事故及消費爭議，由該車輛依本辦法第十四條安裝車頂燈及標示車身之客運服務業者協助處理及負責解決。	第十七條 計程車客運服務業對受託服務之車輛發生行車事故時，應協助或代為處理。經營派遣業務對其委託人，並應盡下列責任： 一、維持服務品質。 二、提供專業訓練。 三、<u>確認已投保每人新臺幣一百五十萬元以上之旅客責任保險。</u> 四、解決消費爭議。	增訂第二項。因應取消委託經營媒合計程車客運服務業家數之限制，各派遣業者對受託車輛非因派遣或媒合(如巡迴攬客)所生之行車事故與消費爭議，其處理與解決之責任區分，基於享有品牌利益者，應負擔相對之企業責任，且消費者多係因信賴該標示之品牌而選擇車輛，爰由該車頂燈與車身標示之業者協助處理及負責解決。
第十八條之一 經營媒合業務應遵守下列規定： 一、於消費者預約車輛時至少提供下列資訊： (一)車輛：車輛廠牌、牌照號碼、出廠年份。 (二)駕駛人：有效職業駕駛執照、計程車駕駛人執業登記證之顯示、消費者乘車評價。 (三)費率：應收或預估車資。 二、提供消費者查詢車輛定位及行車軌跡。 三、建立服務評價體系，供消費者乘車後進行服務品質評價。 四、建立申訴管道，並有專人處理申訴案件。申訴案件應做流水編號，並將處理結果詳實記錄，至少保存六個月供公路主管機關查核。 五、接受公路主管機關辦理之考核、評鑑或查訪。 六、應建立檢核機制，確保提供服務之駕駛人具有合法從業資格，以及消費者選擇車輛與實際乘坐車輛之一致性。 七、應讓乘客可以選擇是否輸入乘車目的地。 八、自動記錄車輛行車軌跡資		1. <u>本條新增。</u> 2. 新增經營媒合業務應遵守之規定，包含資訊揭露、建立服務評價體系及申訴管道、接受公路主管機關監督考核、保存營運資料紀錄供主管機關查核等。

料，並保存至少一年，供公路主管機關查核。		
第十八條之二 計程車客運服務業，因辦理業務所蒐集之資訊，如涉及消費者個人資料，應依個人資料保護法第二十七條第一項採行適當之安全措施。 對前項資料，業者應盡善良管理人之注意義務，確實辦理資訊安全稽核作業；其保有、處理及利用，應遵循個人資料保護法之規定。		1. <u>本條新增。</u> 2. 計程車客運服務業者從事受託經營派遣或媒合業務所取得消費者個人資料，應依個人資料保護法規定辦理，爰增訂本條規定。
第二十三條之一 經公路主管機關核准經營派遣或媒合業務之計程車客運服務業並領得營業執照，其辦理計程車共乘，適用汽車運輸業管理規則第九十六條之二至第九十六條之十之規定。 前項業者經營多元化計程車客運服務，準用汽車運輸業管理規則第四條第三項、第十一條之一、第九十一條第一項、第四項、第五項及汽車運輸業審核細則第七條第三項之規定。	第二十三條之一 經公路主管機關核准經營派遣業務之計程車客運服務業並領得營業執照，其辦理計程車共乘，適用汽車運輸業管理規則第九十六條之二至第九十六條之十之規定。 前項業者經營多元化計程車客運服務，準用汽車運輸業管理規則第四條第三項、第十一條之一、第九十一條第一項、第四項、第五項及汽車運輸業審核細則第七條第三項之規定。	配合第二條重新定義派遣及媒合，將媒合業務納入規範適用。
第二十五條 未領得計程車客運服務業營業執照經營派遣或媒合業務者，依公路法第七十七條第三項規定處罰。 網際網路平臺或其他媒介提供計程車客運業、計程車客運服務業以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，且未向駕駛人與乘客收取費用者，則不在本辦法規範範圍。 <u>本辦法中華民國○年○月○日修正施行前已經營第二條第二款媒合業務者，應自本辦法修正施行之日起一年內，向該管公路主管機關辦妥計程車客運服務業營業執照，始得繼續營業。</u>	第二十五條 未領得計程車客運服務業營業執照經營派遣業務者，依公路法第七十七條第三項規定處罰。	1. 配合第二條重新定義派遣及媒合，將媒合業務納入規範適用。 2. 網際網路平臺或其他媒介提供計程車客運業、計程車客運服務業以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，且未向駕駛人與乘客收取費用者，則不在本辦法規範範圍。 3. 為促使新興計程車媒合業務經營業者申請計程車客運服務業營業執照，俾利全面納管，以保障消費者乘車權益，爰增訂一年緩衝期。

5.3 定型化契約應記載及不得記載事項

一、業者使用之定型化契約條款疑義

為草擬派遣媒合之「定型化契約應記載及不得記載事項」，本計畫比較計程車客運服務業(包含臺灣大車隊⁹¹、大都會⁹²)、平台業者(Uber⁹³、呼叫小黃⁹⁴、Taxi-Go⁹⁵)及中華電信 Taxi 叫車便⁹⁶APP 等之叫車服務條款，發現前述業者提供予消費者使用之叫車條款不僅名稱分歧，契約條款內容亦有以下問題：

(一) 軟體及網路服務連線提供方面

1. 軟體授權及使用限制。
2. 對使用軟體所生損失責任限制與排除。
3. 就連線中斷、延遲或通訊相關缺陷責任之排除。
4. 未告知行動網路數據資費或其他衍生支出及費用由消費者負擔。

(二) 司機提供資訊正確性及履行運送契約能力方面

1. 僅請使用者上傳正確資料，無查核機制且不擔保資料正確性。
2. 對於駕駛人服務情形，不負擔任何擔保或保證責任。
3. 履行運送服務前消費者終止契約。

(三) 責任與費用方面

1. 對司機、乘客、網路供應商造成之損害賠償責任之排除。
2. 修理或清洗費用之審核與扣款。
3. 業者賠償總額限制。
4. 消費者叫車後，惡意不搭車之扣款。

(四) 個資保護方面

1. 蒐集利用處理與再授權。
2. 旅程記錄查詢期限限制。
3. 排除個資外洩責任。

(五) 準據法及仲裁地

1. 以外國法律為準據法。

91 臺灣大車隊即時叫車使用條款，網址

http://web55688.55688.com.tw/TII_FRONTSTAGE/AppS/Booking/CallCarNormalTGDS.aspx?a=a&CUSTACCT=null&TOKEN=null(瀏覽日期：2017 年 9 月 9 日)

92 大都會衛星使用者隱私聲明，網址 http://www.mtaxi.com.tw/privacy_policy/(瀏覽日期：2017 年 9 月 9 日)

93 Uber 條款和條件 <https://www.Uber.com/zh-TW/legal/terms/tw/>(瀏覽日期：2017 年 9 月 9 日)

94 呼叫小黃使用者授權合約暨隱私權條款 http://findtaxi.io/findtaxi_io/terms_of_service/(瀏覽日期 2017 年 9 月 9 日)

95 TaxiGo 使用者條款，自 Line TaxiGo 叫車 Go 下載(瀏覽日期：2017 年 9 月 9 日)

96 Taxi 叫車便 APP 隱私權政策，自 Play 商店搜尋『TAXI 叫車便』下載(瀏覽日期：2017 年 9 月 9 日)

2. 強制調解仲裁，地點在外國。

二、定型化契約應記載及不得記載事項之草擬

鑒於消費者透過車隊或平台派遣媒合駕駛人提供運送服務，涉及司機、車隊、乘客(消費者)三方關係。在司機與車隊方面，交通部於100年4月25日已公告「計程車派遣車隊與駕駛人定型化契約應記載及不得記載規定」，對司機與車隊權利義務有所規範。車隊與使用派遣服務之乘客間，主管機關尚未公告其應記載及不得記載事項，對消費者使用派遣與媒合服務衍生之消費爭議，缺乏事前預防與指導機制。爰此，本計畫研擬「計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項(草案)」，期盼對業者、從業人員與消費者保護產生正面影響。

不論派遣或媒合，皆應納入計程車客運服務業管理，但管理強度可以依照性質不同，而有不同程度的監管。本計畫比較業界對消費者提供之定型化契約各個條款後，認為除傳統派遣以電話人工接聽外，新興派遣與媒合，不論於固定裝置或行動裝置以網站、社群媒體、APP等方式叫車，皆係透過網際網路進行。參酌電子商務相關原則，對消費者叫車安全提供相關安全保障措施。電子商務交易安全，應講求網路與資訊安全有效性、所提供資訊真實性、交易機密性、資訊揭露完整性，交易紀錄亦應確保完整，以利查核與事後舉證課責。從而，消費者以網路叫車，業者事前應將必要資訊揭露、確保資訊真實；使用派遣媒合服務完成，業者應確認派遣或媒合交易完成，並將資訊告知；司機端履行運送服務後，業者應將交易記錄保存、告知消費者可以對提供服務之司機進行服務評價。換言之，消費者使用派遣媒合服務，主管機關可以要求業者提供服務前應充分揭露、告知乘車資訊並釐清責任歸屬；服務完成後，應踐履個人資料保護、提供申訴與糾紛處理機制並建立事後評價制度。

消費者保護法第十七條規定：「中央主管機關得選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項。違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定訂之。企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。」為保障消費者(乘客)叫車權益並確保契約之公平合理，爰依上開規定研訂「計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項(草案)」。

本草案之研擬，除參照民法、消費者保護法、個人資料保護法、公路法、汽車運輸業管理規則、計程車客運服務業申請核准經營辦法等相關民事及行政法規規定外，並參考臺灣鐵路管理局車站旅運服務規約及行政院消費者保護處公告之各項定型化契約應記載及不得記載事項⁹⁷、業者公告之使用者條款及臺北市政府秘書處代理臺北市政府所屬適用機關辦理106年7月至107年4月租用派遣計程車共同供應契約條款、衛生福利部食品藥物管理署106年度「北區管理中心桃園機場辦事處租用約租營業車輛(含駕駛)」需求說明書等內容。對於派遣與媒合是否用同一套應記載與不得記載事項，本計畫認為兩者營運型態儘管有所差異，惟對消費者認知而言皆係提供叫車服務。正如交通部公告之「觀光旅館業與旅館業及民宿個別

97 零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項、網路保險服務定型化契約應記載及不得記載事項、第三方支付服務定型化契約應記載及不得記載事項、觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項、線上遊戲定型化契約應記載及不得記載事項等。

旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項」適用於「個別旅客直接及透過訂房中心(網站)向觀光旅館業、旅館業、民宿經營者訂房」契約關係。從而，儘管屬性有些微差異，管制上只要保有彈性，使其在營業上對消費者承擔保護責任即可。

本草案經 106 年 9 月 15 日及 106 年 10 月 20 日次學者專家座談會，會中邀集行政院消費者保護處、交通部法規會、路政司、臺北市公共運輸處等各機關代表、派遣協會、相關產業及專家學者與會，就計程車納管整體問題及草案條文逐條討論，經彙整各方意見，擬具「計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項(草案)」如表 19 所示。

表19 計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項草案

規 定	說 明
本事項適用於為消費者提供計程車派遣、媒合服務業者與消費者簽訂之定型化契約。	本條文係依據消費者保護法第十七條規定，選擇計程車客運服務業，公告規定其定型化契約應記載及不得記載事項。本事項適用對象為提供計程車派遣、媒合服務業者(包含計程車客運服務業、車行)與消費者。
壹、應記載事項	
一、企業經營者資訊 業者之名稱、負責人、電話、電子郵件信箱及營業所所在地地址。	業者提供派遣與媒合服務，為派遣或媒合契約之當事人，相關資訊應使消費者知悉，爰予明定。
二、定型化契約解釋原則 本契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。	參照消費者保護法第十一條第二項規定訂定。
三、服務資訊 業者於電話、廣告、網站服務頁面呈現之服務價格、服務內容、駕駛人資格、駕駛人可提供之服務或限制及其他相關資訊，為契約之一部分。	業者除應確保廣告內容真實外，對派遣媒合駕駛人服務資訊，亦應盡查核義務。爰參照消費者保護法第二十二條第一項予以明定。
四、以電子文件為表示方法 派遣以口頭、書面或電子文件作為表示方法。 媒合以電子文件作為表示方法。	參照網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則第九點、零售業等網路交易定型化契約應記載事項第四點規定訂定。
五、業者於消費者使用服務前告知事項 (一)派遣 1. 接通電話時，應先告知消費者足以識別該員工之編號或真實姓名。 2. 應告知消費者使用電話叫車服務，須二十四小時自動錄音，記錄話務內容。 3. 應告知消費者服務費用(電話資費或其他費用)收取方式及標準，並公告於企業網站明顯處所。 (二)媒合 1. 應記載網路使用費之負擔者。 2. 服務費用收取方式及標準，應於企業網站或服務頁面明顯處所公告。	參照計程車客運服務業申請核准經營辦法第十八條及第十八條之一(修正草案)規定訂定。
六、特殊服務告知 消費者有乘車特殊需求者，應告知業者。業	為保護消費者權益，避免派遣與媒合計程車不符消費者需求，衍生履約爭議，明定

者以派遣合於法令規定與消費者乘車需求之駕駛人與車輛前往載客為原則。 業者以媒合方式營業者，應於網站或其他裝置服務頁面揭示駕駛人提供特殊服務項目或限制，供消費者選擇。其項目包括但不限於下列各款(業者得視實際情形勾選)： ☐ 車齡：【5】年內；【5】年以上 ☐ 座位數：【4】人；【7】人；【9】人座 ☐ 觀光包車 ☐ 外語(司機可以【英語】、【日語】、【越南語】、【泰語】溝通) ☐ 手語計程車 ☐ 行李數量(後車廂淨空) ☐ 攜帶寵物：【小】型；【大】型 ☐ 提供飲料、礦泉水 ☐ 輪椅(愛心服務) ☐ 嬰兒座椅 ☐ 無香精 ☐ 隨身攜帶行李【 】件，合計【 】公斤，長寬高特殊需求。 ☐ 付款方式：現金交易；非現金交易 ☐ 其他	業者以派遣符合消費者乘車需求之車輛前往載客為原則。至以媒合方式營業者，為維護消費者權益，應就駕駛人特殊服務資訊與付款方式於網站公告，以符消費者需求。
七、查核機制 (一)派遣 業者對計程車駕駛人資格、收費項目與收費方式、旅客責任險、服務內容與限制等，應建立查核機制，並於運送契約成立後，確實督促駕駛人履行契約。 (二)媒合 業者應要求駕駛人，對其駕駛資格、收費項目與收費方式、旅客責任險、服務內容與限制等據實登錄，供消費者選擇。業者對網站所陳列駕駛人服務資訊，應建立查核機制，確保資訊真實。	業者對於所派遣或於網站揭示駕駛人資訊與服務項目或限制等，應建立查核機制，確保內容真實。爰參照消費者保護法第四條、網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則第十五及第十六點、零售業等網路交易定型化契約應記載事項第五點規定予以明定。
八、服務完成後資訊告知 車輛派遣完成或消費者以媒合方式選定駕駛人後，業者應以電子郵件或簡訊等方式向消費者傳送以下資訊： 1. 派遣或媒合完成時間。 2. 乘車地點。 3. 車輛基本資料(含廠牌、牌照號碼、出廠年份等)。 4. 駕駛基本資料(司機姓名、執業登記證號碼或隊員編號等)。 5. 車輛預估到達乘車地點時間。 6. 其他約定事項(特別需求與限制)。	消費者透過電話或以網路媒合平台叫車，經業者派遣完成或消費者以媒合方式選定駕駛人後，運送契約即為成立。為確保消費者權益，避免派遣或媒合駕駛人與消費者間履約爭議，促使業者對其派遣與媒合服務內容負責，爰參照計程車客運服務業申請核准經營辦法第十八條及第十八條之一(草案)規定予以明定。
九、駕駛人完成運送服務後資訊告知 業者於駕駛人完成運送服務後，應以電子郵件或簡訊等方式，向消費者傳送以下資訊： 1. 乘車的起點與終點或軌跡圖。 2. 乘車時間與距離。	業者對消費者提供司機評分機制，對消費者乘車安全與司機履約品質的提升，甚有助益。另考量業者掌握派遣媒合車輛履約紀錄，為保護消費者權益，爰明定業者於駕駛人完成運送服務後相關資訊告知事項

3. 司機姓名、執業登記證號碼或隊員編號。 4. 司機服務評分機制之告知	。
十、消費者解除運送服務時之權利義務 車輛派遣完成或消費者以媒合方式選定駕駛人後，業者接獲消費者解除契約之通知後，應即時通知駕駛人。 駕駛人因消費者解除契約受有損害者，由消費者負擔。除消費者表示同意外，業者不得以任何方式為駕駛人對消費者進行扣款。 消費者濫用派遣或媒合服務者，業者得對消費者施以停權或暫停服務處置。	業者以派遣或媒合方式，為消費者完成叫車服務後，駕駛人及消費者間就運送契約履行與終止，原應自行處理。但考量消費者不論以何種方式叫車，業者對駕駛人聯絡資料的掌握，相較於消費者更完全、具有即時通知駕駛人之能力。運送服務係屬繼續性關係，不應強求消費者搭乘計程車或搭乘至原定目的地，如消費者以搭乘派遣或媒合車輛，其終止契約得由消費者對提供服務之駕駛人告知。本點僅就消費者尚未乘車時解除契約或惡意叫車時，三方之權利義務關係予以明定。
十一、運送服務不履行時之權利義務 駕駛人車輛如遇路阻、交通事故、車輛故障，或集會地區、臨時交通管制區、或其他不可抗力因素無法於預估時間內抵達消費者指定乘車地點時，應即時通知消費者，或由業者協助通知消費者解除運送契約，或告知變更抵達時間。 因可歸責於駕駛人事由，未履行運送服務致消費者受損害時，由駕駛人負損害賠償責任。 因可歸責於業者之事由，致派遣或媒合車輛未前往載客，使消費者受損害時，業者應負損害賠償責任。	如運送服務係因駕駛人遭遇不可抗力或其他因素致遲延或不能履行時，消費者應得自行決定是否搭乘原派遣或媒合車輛。又運送契約如可歸責於駕駛人或派遣媒合業者致給付遲延或不履行時，當事人之權利義務，宜明確訂定。爰參照消費者保護法第十七條第二項、民法第六百五十四條規定予以明定。
十二、協助處理事故義務 業者對其派遣或媒合車輛遇有行車事故，致消費者受傷害、死亡或財物毀損、喪失時，應負協助處理之義務。	計程車客運服務業申請核准經營辦法第三條第四款規定，業者提供行車事故之有關處理服務。另參照同辦法第十七條規定：「計程車客運服務業對受託服務之車輛發生行車事故時，應協助或代為處理。…」為使消費者權益有所保障，予以明定。
十三、協助聯繫駕駛人義務 消費者遺失(留)物品於派遣或媒合車輛或與運送服務相關之其他重要事由者，業者負協助聯繫駕駛人之義務。	消費者物品遺失時，業者應負有協助聯繫其所派遣或媒合車輛駕駛人之義務，爰參照臺灣鐵路管理局車站旅運服務規約服務內容，予以明定。
十四、資訊安全有關事項 業者以網路或其他媒介提供派遣或媒合服務者，應遵守下列規定： 1. 業者應載明其已獲得之資訊安全認證標準。 2. 業者及消費者應各自確保其資訊系統之安全，防止非法入侵、取得、竄改、毀損業務紀錄或消費者之個人資料。 3. 第三人破解業者資訊系統之保護措施或利用資訊系統之漏洞爭議，由業者就該事實不存在負舉證責任。 4. 第三人入侵業者之資訊系統對消費者所造成之損害，由業者負擔。 5. 業者應於知悉消費者之帳號密碼被冒用時	參照消費者保護法第七條、網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則、網路保險服務定型化契約應記載事項及不得記載事項、零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項、線上遊戲定型化契約應記載及不得記載事項等規定，就消費者之身分認證、資安認證標準、帳號密碼被冒用、記錄保存等以網路媒合計程車駕駛人與消費者資訊安全有關事項，予以明定。

，立即暫停該帳號所生交易之處理及後續利用。 6.業者應確保其與消費者交易之電腦系統具有符合一般可合理期待之安全性。 7.業者應保存所有交易電子文件紀錄，並應確保其真實性及完整性。 8.業者對電子紀錄之保存，應盡善良管理人之注意義務。保存期限為三個月以上，但其他法令有較長規定者，依其規定。	
十五、(個人資料之保護) 個人資料之蒐集、處理及利用，應取得消費者同意。 業者僅得於履行本契約之目的範圍內，蒐集、處理及利用消費者之個人資料。但相關法規另有規定者，不在此限。	為保障消費者個人資料安全，明定業者於履行契約之目的範圍內蒐集、處理與利用，應合於個人資料保護法等相關規定。
十六、保險 業者應依法令規定為消費者投保足額之旅客責任保險。責任保險範圍及最低保險金額，應揭示於企業網站明顯處所。	參照計程車客運服務業申請核准經營辦法第六條規定訂定。
十七、(消費爭議處理申訴專線) 業者應設消費爭議處理申訴(客服)專線或電子郵件信箱，並載明消費爭議採用之申訴及處理機制、程序等相關資訊。	業者雖以派遣或媒合為營業內容，惟基於消費者對品牌車隊的信賴，應賦予其相應的社會責任。從而，業者就其派遣或媒合車輛駕駛人與消費者間履約爭議，如消費者經常投訴之加收費用(車上嘔吐，味道費、清潔費)、繞路嫌疑、司機疲勞駕駛、預約叫車遲延或不派、販售物品、騷擾、服務品質等行為，及業者與消費者間消費爭議，應設置消費爭議處理申訴專線，載明採用之申訴及處理機制，爰參照零售業等網路交易定型化契約應記載事項第十四點、線上遊戲定型化契約應記載事項第十七點等規定，予以明定。
十八、(準據法及管轄法院) 雙方就契約有關之爭議，以中華民國之法律為準據法。 因契約涉訟者，雙方同意以消費者住所地地方法院為第一審管轄法院及消費者之住所在中華民國境外時，以所擇定之地方法院為第一審管轄法院。	任何契約之訂定與履行，都有可能發生爭議。為保障消費者權益，業者與消費者間爭議，應以中華民國之法律為爭議處理之準據法。因契約涉訟，並得約定因契約涉訟時之管轄法院，以保障小額事件之經濟上弱勢當事人權益，避免因契約條款而需遠赴對造所預定之法院進行訴訟。爰參照觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載事項第十四點、網路保險服務定型化契約應記載事項第二十二點、二十一點規定予以明定。
貳、不得記載事項	
一、拋棄或限制個人資料權利之行使 不得約定消費者預先拋棄或限制下列個人資料權利之行使： (一)查詢及請求閱覽。 (二)請求製給複製本。 (三)請求補充或更正。	參照網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則、零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第一點等規定訂定。

(四)請求停止蒐集、處理或利用。 (五)請求刪除。	
二、契約目的外個人資料利用 不得約定概括授權業者或駕駛人得就消費者所提供之各項個人資料，為履行契約目的範圍外之利用或洩露。	參照個人資料保護法、網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則、零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第二點、線上遊戲定型化契約不得記載事項第二點等規定訂定。
三、單方變更契約內容 不得約定業者得單方變更契約內容，而消費者不得異議。	參照網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則第四點、第五點及零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第三點、線上遊戲定型化契約不得記載事項第八點等規定訂定。
四、終止契約及賠償責任免除 不得約定業者或駕駛人得任意終止或解除契約。 不得約定免除業者或駕駛人終止或解除契約時所應負之賠償責任。	參照網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則第六點、零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第四點、線上遊戲定型化契約不得記載事項第四點等規定訂定。
五、消費者之契約解除或終止權 不得約定消費者放棄或限制依法享有之契約解除權或終止權。	消費者得隨時解除及終止契約，故契約內容不得預先排除其解除契約之權利。爰參照網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則第七點、零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第五點、線上遊戲定型化契約不得記載事項第三點等規定訂定。
六、廣告僅供參考 不得約定派遣媒合之廣告及與消費者之口頭約定不構成契約內容，亦不得約定廣告僅供參考。	廣告資訊為消費者決定是否使用派遣與媒合服務之重要參據，為避免廣告不實或引人錯誤之爭議致消費者權益受損，爰參照消費者保護法第二十二條、線上遊戲定型化契約不得記載事項第五點等規定，予以明定。
七、免除服務義務及變相收費 不得約定業者或駕駛人得免除提供服務義務，或以其他方式變相或額外加收其他費用。	業者負有提供派遣、媒合及其他消費爭議與事故處理義務，所收取費用亦以業者所揭示收取費用項目為標準。為保障消費者權益，明定業者不得記載免除提供服務義務，或以其他方式變相或額外加收其他費用。
八、故意或重大過失責任排除 不得以「概不負責」之記載，排除業者或駕駛人之故意或重大過失責任。	民法第二百二十二條規定，故意與重大過失責任不得預先免除，爰予明定。
九、訴訟權之拋棄 不得約定消費者拋棄訴訟權。	為保障消費者權益，消費者訴訟權不應事先拋棄，爰予明定。
十、違反誠信原則及平等互惠原則 不得約定違反法律強制、禁止規定或違反公序良俗、誠實信用及對消費者顯失公平之條款。	參照民法第七十一條、第七十二條及消費者保護法第十一、第十二條規定，業者應盡力維護交易公平，為求本不得記載事項規定周延保護消費者，明定不得為其他違反法律強制或禁止之規定或其他違反誠信、顯失公平之記載。
十一、證據排除 不得記載如有糾紛，限以業者所保存之電子交易資料作為認定相關事實之依據。	為保障消費者權益，有關消費爭議，於事實認定上，不應以約款排除對消費者有利之方法，爰參照網路交易定型化契約應記

	載及不得記載事項指導原則第十二點、零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第七點、線上遊戲定型化契約不得記載事項第六點等規定訂定。
十二、管轄法院 不得約定排除消費者保護法第四十七條或民事訴訟法第四百三十六條之九小額訴訟管轄法院之適用。	參照網路保險服務定型化契約應記載及不得記載事項第二十一點、零售業等網路交易定型化契約不得記載事項第八點、線上遊戲定型化契約不得記載事項第十一點等規定訂定。

第六章 結論與建議

為因應國際、產業與市場等環境內外變化及未來發展趨勢，本計畫蒐集國外歐美、亞洲等先進國家主要城市計程車派遣及新興型態資訊服務(如網路 APP 媒合)之管理相關法規，系統性回顧國內外新興計程車營運模式相關文獻與管理概況，歸納其運作機制、創新技術、政府管理之經驗規則或相關法規，參考其管理與立法精神，並輔以蒐集近 10 年國內司法機關對於車隊與駕駛、車隊與消費者或第三人之間訴訟的相關實務判決案例後，擬定國內可行之管理機制與法規修正草案，供交通部後續施政之參考。

6.1 結論

- 一、本計畫蒐集國外歐美、亞洲等先進國家計程車派遣及新興型態資訊服務之管理相關法規，並進行國內外法規內容與管理機制比較分析。研究發現，以新興型態 APP 資訊服務管理的方式，甚或由資訊平台直接媒合乘客與司機之新興型態交易模式可即時顯示車輛的運行實況，及電子付費機制可減少乘客與駕駛人之現金收費糾紛。另透過評鑑制度實施，從而減少乘車的危險或避免其他消費的糾紛等，上述皆為利用數位資訊媒合服務之新興型態交易模式的優點。
- 二、網際網路服務提供者係向不特定的多數消費者提供有償服務，故有納稅與消費者保護之公益問題。另為確實維護消費者之安全與保障消費者之權益，多數國家都要求網際網路服務提供者亦應加入保險制度，以確保消費者之損害賠償請求權。因此，電子商務平台或 APP 叫車媒合服務平台與消費者之間，不僅有民法上私人的權利義務關係；亦有基於公共利益的消費者保護問題，故兩者皆有受公法上行政管制之必要。
- 三、新興計程車營運模式之平台運作方式中，乘客與司機端藉由系統平台的使用，雙方在完全知情且合意成立運送契約，該類乘客與司機之間的第三方平台僅在資訊流上扮演傳遞的角色。惟現行該種新興計程車營運服務模式，卻可能導致乘車爭議發生時，第三方平台主張其未介入交易過程，不願介入協助處理糾紛，將導致乘客權益受損之情形。
- 四、本計畫蒐集近 10 年司法機關對於車隊與駕駛、車隊與消費者或第三人之間訴訟的相關實務判決案例，結果顯示經法院判決的民事事件，幾乎都是消費者或乘客遭受到身體健康權甚至生命權的損害，以契約做為請求權基礎相關案例仍付之闕如。
- 五、由法院判決結果發現，消費者或第三人受損害後，由於肇事司機在經濟上通常較為弱勢，除強制汽車責任保險或特別補償基金外，受害者經常面臨勝訴後仍無從獲得完全賠償的窘境。現行計程車客運業相關法規較重視對業者的行政管制，缺乏對消費者權益保障的機制。為改善消費者安全乘車環境及提升消費者權益保障，本計畫研提：(1)建構資訊透明公開的乘車環境；(2)資訊蒐集、利用與處理及查詢；(3)消費者的選擇權與權益保障；(4)車隊營運模式與經營業務方面；(5)車身標示方面；(6)應記載及不得記載事項之訂定；(7)代償與追償的制度還需要釐清；(8)旅客責任保險之訂定等措施。

六、整體而言，目前新興計程車營運模式的納管機制與消費者保護，可從保險制度之強化、因應新興營運模式之法規調整與宣導消費者乘車注意事項等三方面加以因應：

- (一) 針對公路法第二條第十五款、第六十四條之一、第六十五條第三項等條文加以修正。
- (二) 為增加駕駛人接受派遣或媒合之機會及收入，改善計程車空車率，提高營運效率，並透過駕駛人充分利用派遣媒合技術，加速形成市場競爭機制，帶動整體產業服務提升，在消費者對車輛外觀辨識無虞情況下，可取消計程車車輛委託計程車客運服務業家數之限制，以兼顧駕駛人及消費者權益，修正計程車客運服務業申請核准經營辦法部分條文。
- (三) 鑒於消費者透過車隊或平台派遣媒合駕駛人提供運送服務，涉及司機、車隊、乘客(消費者)三方關係。在司機與車隊方面，交通部於 100 年 4 月 25 日已公告「計程車派遣車隊與駕駛人定型化契約應記載及不得記載規定」在案，對司機與車隊權利義務有所規範。車隊與使用派遣服務之乘客間，主管機關尚未公告其應記載及不得記載事項，對消費者使用派遣與媒合服務衍生之消費爭議，缺乏事前預防與指導機制。爰此，本計畫研擬「計程車派遣與媒合服務定型化契約應記載及不得記載事項(草案)」，期盼對業者、從業人員與消費者保護產生正面影響。

6.2 建議

- 一、目前許多叫車軟體都有串接金流的需求，在臺灣分為電子支付、電子票證及第三方支付⁹⁸，但目前第三方支付公司屬於經濟部所管轄，建議未來應要求相關派遣或媒合平台若有提供第三方支付收付款功能，其金流服務應符合支付卡產業資料安全標準⁹⁹(PCI DSS)認證，以確保消費者使用金流過程不會被盜取資料的資訊安全。
- 二、在尚未修法納管媒合平台前，為促使平台業者能提供正確資訊予消費者，建議主管機關可規劃提供車輛、司機和保險資訊等應用程式介面(API)，供平台業者介接查詢，篩選合適的服務提供者，以提升消費者保護。
- 三、目前計程車強制投保的險種，除理賠死殘 200 萬元以及醫療費用 20 萬元的強制險外，僅有加入車隊的車輛，依規定須投保不低於 150 萬元的「旅客責任保險」來保障乘客，而未加入車隊之計程車則無投保「旅客責任保險」之規定，對乘客之保障顯有差別。建議未來無論計程車是否加入車隊，皆應投保「旅客責任保險」以強化對消費者之保護。
- 四、從現行法院判決觀察，儘管實務上尚無涉及網路平台或 APP 叫車業者責任相關事例，惟此等新興營運模式的發展，對法律的解釋與適用、行政管制與自由競爭、傳統產業保

98 臺灣的第三方支付服務的業者包含支付連(PChome_Online 網路家庭)、Pockii/Yapee(中國信託商業銀行)、Yahoo 奇摩輕鬆付(Yahoo!奇摩)、歐付寶(歐買尬及原綠界科技)、智付寶(智冠)、橘子支(遊戲橘子)、第 e 支付(第一商業銀行)、豐掌櫃(永豐商業銀行)、HyPocket(全球聯網，手機 APP)、Swipy(紅陽科技，手機 APP)、ezPay 臺灣支付(藍新科技，前身為 ezPay 個人帳房)、訊航科技速買配(SmilePay)等。

99 PCI DSS(The Payment Card Industry Data Security Standard)是五家國際支付卡品牌(VISA、MasterCard、JCB、AMEX 與 Discover)基於為支付卡產業保障持卡人資料安全所共同建置的全球統一規範。為保障其他持卡人的資料安全，繼而針對安全管理、政策、程序與方式、網路配置與軟體設計等多方需求，所訂定之資料安全標準。五家國際支付卡品牌均支持 PCI DSS 之合規性規範，且致力推廣使用。

護與鼓勵產業創新各方面造成衝擊，亦形成是否納管、管制程度取捨與法規能否因應變革等問題，建議後續宜儘速研擬對策妥為因應，方能保障消費者權益。

參考文獻

- 一、黃茂榮，論運送契約，植根雜誌，第28卷2期，民國101年
- 二、謝哲勝，忠實關係與忠實義務，月旦法學雜誌，第70期，2001年3月
- 三、林瑞珠，網路拍賣契約爭議問題之研究，月旦法學雜誌，第130期，2006年3月
- 四、劉姿汝，網路購物契約與消費者保護，科技法學評論，第7卷第1期，2010年6月
- 五、廖勇誠，客運業團體乘客傷害保險之研究，核保學報，第23期，2016年

附錄一 第一次學者專家座談會會議紀錄

一、時間：106 年 06 月 16 日 09 時 30 分至 12 時 00 分

二、地點：交通部運輸研究所 5 樓會議室

三、主席：中央警察大學周教授文生

記錄：呂倍翠

四、出席人員：如簽到表

五、主席致詞：略

六、討論

臺灣大車隊 曾經理弘毅

1. 計程車管理從公共政策的考量，可從兩觀點出發：(1)政府管理成本高低；(2)消費者權利保護。
2. 從政府管理便利性角度出發，計程車發展至今已有相當長久歷史，產業之間關係包括：車行、車隊、合作社等相當複雜。近年來發展以較有規模及企業品牌方式加強經營管理，對消費者負責之車隊營運模式已成形。就行政主管機關管理上，車隊已可在複雜的計程車產業中發揮相當功能。
3. 一般計程車駕駛服務品質的提升較為不易，其主因係因計程車駕駛這份職業具有社會性，有部分計程車駕駛較為弱勢，無力往上提升服務；我們的建議還是計程車朝向以企業化、規模化的經營來提升管理與服務品質。
4. 針對是否計程車加入一個以上車隊的議題，車隊希望計程車司機專屬一個品牌，如此可以發揮品牌功能，透過教育、管理、承擔責任，達成良性競爭；反之，當加入多家時，在釐清責任上會增加困難度。舉例來說，若駕駛可加入10個車隊，每個車隊所負責的程度僅十分之一，如此是否造成車隊業者僅願投入十分之一的成本？如此會造成市場混亂，故較不建議。
5. 業者應朝向競爭、有淘汰機制，提升產業服務品質方向努力，如分級化，根據車齡、服務品質做差別訂價符合市場機制。對相關議題探討之態度是傾向讓車隊規模變大、增加競爭力及承擔連帶責任。

皇冠大車隊 吳總經理峻德

1. 對於乘客端保障部分，車隊用叫車的方式，車隊對消費者乘客負百分百責任；乘客路攬的部分，乘客會看品牌挑車，個人認為車隊負責也沒有疑義。
2. 惟針對第三人責任，車隊是否負責，法院判例採外觀論。希借此專家會議，能協助釐清第三人責任。從實務面來說，目前保險公司對營業車的第三人責任險幾乎拒保，少數可投保的保險公司，其同類型保險之保費亦約為自用車的八倍至十倍。
3. 若保險公司不能解決第三責任險賠償問題，建議可回復到早期計程車保險採雙軌制，一是產物保險公司、第二是由司機投入相對基金，採用分攤賠償方式，讓車行解決此問題。
4. 針對牌照問題，牌照過剩集中在六大都會區，缺牌照地區衍生後續白牌車產生問題。現行公路法第39-1條計程車牌照應依照縣、市人口及使用道路面積成長比例發放，建議可在總量管制原則下放寬機制，不以各縣市為準，而改採以同一營運區為主進行牌照管控。

行政院消費者保護處 吳副處長政學

1. 以消保處立場維護消費者權益，車隊對被派遣司機侵權行為、契約責任應負完全責任，今日很肯定兩車隊業者也認同應負擔路攔乘客在內的完全責任。
2. 比較大的問題主要在平台，自稱是媒體經營者平台，往往置身事外，賺錢卻躲在平台幕後，撇清責任。我們希冀本計畫案能加以釐清。
3. 定型化契約部分，主管機關認其有需要時得依消保法第17條擬定定型化契約。此案若有需要擬定定型化契約，個人認為由交通部擔任主管機關會比較合適。

行政院消費者保護處 黃消保官建隆

1. 依之前參與相關會議，針對計程車客運服務業的業別及所要承擔的責任進行討論。然雙北交通局提及即使用計程車客運服務業申請核准經營辦法第15至17條處理，實務上計程車客運服務業還是有權無責。本次會議聽到業者車隊願意承擔責任，感到很正向。
2. 本日與會也發覺計程車行業管理相當複雜，且責任歸屬模糊，在此情況下，行政管制應如何制定？當多品牌混在一起時，平台責任可能更不清楚。更多不同品牌或媒體加入，恐造成更多消費者求償無門，初步考量可能應讓跨品牌、多媒體方式回歸到單一經營。

國立臺北大學法律學系 杜教授怡靜

1. 新興計程車要創新又要兼顧消費者權益，如何創造雙贏是很重要的課題。如同信用卡服務，新興計程車運作模式亦是三方關係(車行/車隊/平台、司機、乘客)，如以契約關係來看會卡住，契約相對性是無法解決這些問題，故不建議從契約的角度來看；如單純以消費者保護法來看，相對就沒那麼重視契約關係，以消費者保護觀點出發，應提供可期待的安全服務。
2. 從網路交易來看，線上交易購物平台，已從定型化契約來管制應記載與不得記載事項。交通管制的公益性更高，主管機關目前可從定型化契約管制著力。如過去檢視Uber定型化契約就有些免責條款，將責任推卸給消費者。從消費者認知與期望上，消費者選擇車隊或平台等叫車，是基於對品牌信賴，而非對前來服務的司機信賴。即便平台業者認為自己只是居間媒合，也有一定的注意義務，不應置身事外。
3. 以日本對多元叫車為例，對Uber是保守的，想要開放的是透過公權力，要求平台對消費者揭露資訊，諸如司機是否有肇事紀錄？車齡？是否有網路評價？一般來說，消費者對白牌車會有不安，平台業者對白牌車是否有一定的審查義務？在資訊不對等的情况下，要促進消費者保護的方式就是透過資訊揭露，公權力部分可介入的部分就是定型化契約。
4. 關於保險部分，是否如旅遊品保協會組成基金協會，來解決對消費者賠償問題。
5. 在法律關係上，在法院認為，除非業者能舉證免責(對其完全沒有指揮監督關係)，否則平台對法院來說是廣義的概念，是企業經營者的履行輔助人，不論是雇傭、委任或承攬，業者難辭其咎。平台經營者要有心理準備，無論從民法188條或從消保法第7條來看，應提供可期待安全性之商品服務。

國立臺灣科技大學人文社會學系/智慧財產學院 林教授瑞珠

1. 此研究案初步成果想分享幾個觀點，目前計程車管理架構上涉及的部會包含：交通部、內政部(合作社形式)、警政署(交通安全方面)、與NCC(通訊傳播)，目前NCC在此次立法會期，提出了數位經濟相關立法，管理交易媒合平台，希望各個部會應有齊一管制標

準。

- 大陸電子商務會進步，歸究其原因在於明確規範：(1)實名制；(2)連帶責任。透過法律規範，讓最有能力控制風險的平台業者承擔較大的風險與更多的責任。
- 行政機關能做的事情有限，消保處僅能檢視定型化契約有無不合理之處，但須考量市場經濟與政府管制的合理性，故無法介入太深，實務上最終糾紛解決多半在法院。研究團隊對近十年判決做綜覽，判決都不跳脫民法第188條，看其是否有選任監督管理之責。但過去的判決恐無法解決目前我們遇到的問題，因新興計程車模式強調的是它不是派遣而是媒合，它登記的是資訊平台業，回到此問題的重點就是如何將其納稅、納保、納管。剛剛行政院消保處吳副處長所提，收費與否無法作為納管的判斷標準。關於營運模式，我們應思考要不要創設新的業態？如果無法創設新的業別，應針對以下事項管理：(1)資格：針對司機資格應有所要求；(2)保險：考慮是否成立相對基金因應；(3)申訴：遇到問題時要有人願意承擔。新興營運模式可否同時解決白牌車、多元計程車的問題，正是此委託研究可期待的結論。
- 另外，提供一個方向，可思維的是APP是否屬於居間仲介？

臺北市公共運輸處

- 討論議題一、計程車客運服務業取消分公司設立的課題？屬於營業區管理問題，對於消費者來說只認定車隊品牌，不會混淆。法規上修改上沒問題。
- 計程車加入一個以上車隊的課題？此因平台開放造成，對主管機關來說，單一品牌車隊則好管。主管機關可定調只要加入車隊都要一起承擔風險，就看後續如何修改法規。
- APP逃不掉客運服務的觀念，任何有參與的一方，都有責任。對消費者認知，從消保法第七條來說，各平台都無法免責。

新北市交通局

- 若要取消分公司，則必須同時取消計程車營業區管制，目前違反公路法時是回歸車籍所在地來處理。直轄市的管轄要明確切割，否則會面臨誰都可以管，誰都沒辦法管的狀況。
- 主管部會將APP定位於資訊服務業或是計程車客運服務業，實務上地方政府面臨的管理機制會不同。公路法77條只要查到有收費的就會依公路法第77條未經設立去罰。
- 第二議題新興模式很難限定只加入一個平台，例如商家同時加入PCHOME也同時加入YAHOO，主管機關很難限制，加入多平台的目的是讓司機得到更多的營業收入，消費者得到更好的服務，從地方政府的角度，只要中央主管機關給予明確定位，就會遵循該模式進行管理。

逢甲大學運輸科學與管理學系 李教授克聰

- 臺灣最大問題就是介面太多，管理無法落實。我的出發點盡量減少介面及模糊空間，所以個人贊成取消分公司規定。但不贊成開放計程車加入一個以上車隊。
- 計程車營運最大責任還是在司機，車行跟車隊若僱司機(中間有權利義務的關係)就要承擔風險。雙軌保險機制或相對基金能更有保障，這中間如何界定清楚很重要。
- 新興計程車服務，交通資源共享，白牌車加入服務。就會進入收費、納保、納管的問題。要不要收費？如何收？要不要納稅？加入的資格？保險要如何認定？平台建立起

來，司機還是要負主要責任，車隊車行透過保險機制或管理費用負連帶責任。

4. 交通資源共享平台如果有稅的問題，就很難運作，將來如何有免開發票的機制，納稅、納保、納管是同系列的，如何讓交通資源共享機制發揮，達到良性循環。

國防大學運籌管理學系 王教授中允

1. 針對平台業者負擔責任的看法是，你提供了多少資訊，就要付多少的責任。
2. 運輸業者擁有牌照應付出成本。計程車是特許行業，長遠來說，現行車隊等計程車客運服務業應納為計程車運輸業管理。雖然從民78年就不再發牌照，但在持有成本較低的情況下，部分既有持照業者即便無心經營也不願釋出，造成有心經營的計程車客運服務業者即使想轉為計程車客運業有實際難度。在管制市場上，付出成本太少就會產生黑市。欲解決此問題，方法就是讓它有成本。誰介入市場，就需要付出應有的代價與風險，風險比例則要精算。
3. 取消分公司議題，稅收管理都是地方政府，實務上有困難。
4. 加入一個以上車隊，如果整個派遣過程可以做很好的追蹤，對駕駛人權益上可以有更好的收入；另也要考量品牌的外部性問題，要合理合法。
5. 肇事原因通常人為問題佔大比例，駕駛人要付較高的責任，後面的連帶責任，有保險可以轉嫁，如果保險不足就需要多方業者來共同承擔。
6. 我還是希望所有計程車客運服務業通通變成運輸業，但牌照問題沒解決的話很難成行。

交通部法規會 李參事明慧

1. 針對議題一與議題二，管轄、營業區問題可以透過行政協商解決，我認為應取消設立分公司。
2. 資訊平台會變成主流趨勢，責任依照現行法律規定，回歸民法由契約解決，現比較有爭議的是靠行關係在民事上因不是雇佣關係，靠行是一種病態，扭曲很多法律問題，產生不合理現象；派遣，顧名思義派就有責任，不一定要用雇用關係為前提，派遣要負擔法律上的責任；關於資訊平台，個人認為平台不屬派遣，要從民法上課予法律責任有難度，甚至媒合用字要很小心。
3. 先進國家歐美、日本，計程車大多是叫車模式，推測資訊平台未來是主流趨勢，政府就應該納管。根本的管就是納入許可事業，許可事業管理辦法內容有待充實；沒有納管的話，用行政法規範個別問題，其實不是民主國家趨勢。

資策會科技法律研究所 陳經理宏志

1. 從人車業的角度思考，回到公司法第三條來看，分公司不具備獨立法人格。
2. 計程車客運服務業申請核准經營辦法第六條處理派遣業務問題，法院見解可分兩大類。第一類有選任監督關係，民法188可處理；第二類在業別管理方面，合作社就不在民法188條上。國內像律師、醫師拿到職業許可，還要有開業許可。
3. 試從打破業別限制，回到最根本的保障消費者立場，就是保險機制，但如同皇冠大車隊所提及保費太高的問題，往基金的方向前進，或許是一個解決方式。

交通部路政司

1. 平台業者都說其是資訊媒合，並非定義客運服務業。

2. APP不管用什麼邏輯，一定會提供乘客資訊，不論是否讓乘客挑選車輛，都在設計過的黑盒子裡處理，建議定義應更廣泛納入派遣定義，這樣就可納管，對消費乘客有保障，對駕駛加入派遣業也有保障。

交通部運輸研究所

平台分類：第一種沒有任何品牌呈現，像中華電信僅提供技術服務；第二種呈現是內隱，乘客透過電話、網站叫車，其應付一定的責任；第三種資訊品牌呈現有內隱也有外顯，乘客可以在路上看到。釐清三種差異作區別，各負擔不同程度的責任。

中華民國運輸學會 周教授文生

1. 本計畫試圖以結構圖或表格呈現方式，將車行/車隊/APP平台、司機、消費者之三方複雜關係加以分類，並比較其差異與不同責任歸屬，以利後續研究討論。
2. 本次會議是第一場的座談會，往後還會有多場次會議需要各位的參與協助，如本研究提出的看法和大家的想法有所出入，也可在往後的會議中提出，提供本研究相關意見以利進行修正。

七、散會(12點00分)

附錄二 第二次學者專家座談會會議紀錄

一、時間：106 年 09 月 15 日 09 時 30 分至 12 時 00 分

二、地點：交通部運輸研究所 5 樓會議室

三、主席：中央警察大學周教授文生

記錄：王冠堯

四、出席人員：如簽到表

五、主席致詞：略

六、討論

行政院消費者保護處

目前計畫執行已鎖定幾個重點議題，除了討論相關派遣或資訊平台之間的服務與消費之間的契約關係釐清外，針對計程車客運服務業應記載與不得事項的草案規劃，本人樂見其成。依照消保法 27 條，授權訂定的消費者定型化契約，對當事人具有約束力。

中華民國計程車客運商業同業公會全國聯合會

目前部分駕駛參與派遣車隊，從計程車客運業角度，較不會直接涉及管理。今日主要目的是希望聽取大家意見，並帶回全聯會進行後續討論。

中華民國計程車派遣產業發展協會

1. 對法規調整採正面肯定態度，惟其中針對開放僅能加入一家派遣之限制，有不同意見。如同第一次座談會意見，我們認為此舉可能對品牌效益、派遣責任歸屬及地方政府的管理上產生問題。
2. 就現行司機與車隊之間契約，已參與的司機可隨時退出，並選擇合法的車隊加入，甚至不參加也沒有關係。故目前規定應未限制司機參與派遣車隊之選擇權。
3. 單一車隊的好處是責任清楚，且可鼓勵業者投入更多資源，有助產業正向發展。據統計，目前參與車隊的駕駛僅佔全國約 1/3，政策上應鼓勵未加入車隊駕駛盡量加入車隊，提升整體服務品質。若把單一性的規範抹除，恐回到過去混亂的時代。
4. 就今天提出的定型化契約草案內容，整體角度來說非常贊成，另法案中已將派遣與媒合進行初步定義並納管，此方向我們也認同。運輸業本質涉及被運送者的人身安全，納管有其必要。
5. 針對草案整體建議，有些內容從法律觀點看起來很合理，但有些規定實務上操作困難，舉例來說，以 APP 合理可視大小，不一定可納入那麼多資料。有些資料是否要保存那麼久，揭露的資訊是不是妥適等，在部分細節部分，建議可進一步收集實際營運車隊意見，了解部分細節實質操作的困難後適度調整之。

臺灣網路暨電子商務產業發展協會

1. 本協會的觀點認為，當新經濟出現時，政府不應偏袒新業者，但也不應過度保護舊業者或既得利益者。無論零售、電子商務、金融或運輸等，未來會有更多法規跟不上的問題產生，政府扮演的角色應該是追求消費者、工作者與平台間權益保障過程中的最大公約

數。

2. 希望政府未來朝向更開放的態度鼓勵新經濟，並處理新經濟形成過程中可能遇到的問題。

臺北市公共運輸處

1. 研究案對派遣跟媒合做了定義，建議可考慮把派遣與媒合的定義做整合，避免業者在媒合業管理較鬆的情況下，透過派遣邏輯調整等技術手段來規避相關責任。
2. 目前訂定的定義中，對指派或陳列，實務上主管機關可能有不易認定的問題。後續在客運服務業管理辦法條文訂定中，應陳述清楚條文或補充說明。

新北市交通局

多元化計程車業者申請時，要求自備派遣 APP。若司機用 Taxi GO 等非自行開發的媒合工具，是否適用本案討論的定型化契約內容？

交通部路政司

就多元化計程車，不管用哪種網路平台 APP，其責任均歸屬於所申請的對象，例如某某車隊。未來多元化計程車應一體適用今天討論的定型化契約應記載與不得記載之規定。

交通部法規會

針對北市公運處的疑慮，原則上以目前的規劃而言，無論媒合或派遣，僅規範上有不同面向，即便業者加入媒合業，規範與所負擔的責任並不會變少。僅就其不同特性而有不同管理要求，應不會出現因管制放鬆，導致業者規避責任的問題。未來法規修訂時，也會注意不要讓業者出現此種規避的問題。

國立臺北科技大學 江教授雅綺

1. 派遣與媒合在法規監管重點應有不同。派遣以中心制，對消費者應負擔的責任較大。媒合相對來說，責任較小，但這中間責任區分的標準為何，也是我一直在思考的問題。
2. 有關資訊安全部分，草案中提到消費者應有提交資料的責任，這部分是否會跟個資法之間有衝突或需協調的部分？

中華民國運輸學會 吳教授家慶

1. 有關派遣與媒合的定義差異，個人認為主要差異在於是否【指派】，只要非由消費者任意選擇，則應屬於派遣。
2. 派遣與媒合的監管強度應有不同，目前派遣已有相關監管規定，媒合部分則應考量其營運特性。舉例來說，目前業者把司機相關資料放上平台營運後，並未做到後續查核、相關事故協助處理、保險等等。屬於目前監管強度較為不足部分，故在本案納入法規調整。

交通部運輸研究所

1. 針對所謂限制平台發展或限制創新，其實是似是而非的說法。平台有兩類，第一類只提供各車隊派遣或媒合服務的平台，因不直接提供消費者約車服務，因此公路法不做任何管制或限制其發展。另一類平台是直接提供消費者服務，經研究結果無論是派遣或媒合行為，皆有必要站在保護消費者的角度，進行適度的管理，因此這類平台規劃納入公路法管理。
2. 針對派遣或媒合的定義，已有多次討論，若各位有更好、更能精準描述此行為的用語，也歡迎提供本所參採。
3. 個人贊同外觀品牌只有一個，但並不同司機僅能加入一個派遣或媒合車隊。是否允許車隊隊員加入其他車隊營運，應為公司治理之範疇，屬私契約行為，似不該用行政法規予以規範。
4. 目前修訂的法規草案已將未納管的媒合納入管理，派遣與媒合在行政面的監管上，差異不多。主要差異在過去派遣要求150輛的規模限制，在媒合則無此限制；派遣必須有車頂燈與車身標示之企業識別圖例，媒合則不強制規定。其他諸如車輛應有保險、車輛須符合營業區域規定、系統應記錄資料、建立申訴管道等，派遣與媒合均無差異。

定型化契約應記載及不得記載事項草案逐條討論之修正意見

1. 規定
 - (1)實務上目前既有的平台應以派遣平台居多，若純提供媒合服務，不符合消費者使用情境，建議交通部再妥為思考。
 - (2)請研究團隊再確認法規草案內容，文字體例的妥適性。
 - (3)部分內容出現文字不一致問題，如內文出現消費者與乘客，應統一定避免混淆。
2. 第三點：服務資訊
 - (1)內文僅針對廣告、網站服務之價格與內容要求，可考量納入傳統人工、口頭派遣方式。
3. 第五點：業者於消費者使用服務前應告知事項
 - (1)目前規範紀錄話務內容，是否需考量該內容之保存期限。
 - (2)服務費敘述過為籠統，建議加註說明(叫車服務費、其他服務費等)，較為明確。
4. 第六點：消費者特殊需求之告知
 - (1)目前文字「業者應派遣符合需求之駕駛人與乘客前往載客…」，若消費者提出不合理、不合法需求，可能會有疑義，建議改為業者「原則」應派遣符合需求之駕駛人…」等較為中性的用語。
 - (2)「媒合方式營業者，應於網站揭示…」，實務上多以APP提供服務，建議考量進行用字調整。
 - (3)針對消費者選擇項目部分，目前用語「其項目包括(視實際情形勾選)」，建議改為「其項目包括「但不限於」(視實際情形勾選)」。
 - (4)「無菸車」、「無檳榔」均為基本要求，建議刪除。
 - (5)「貨運搬送」在計程車客運業營運適法性有爭議，建議刪除。
 - (6)建議可增列「其他項目」，由消費者自行填入。
5. 第七點：確認機制及契約履行
 - (1)內容提及派遣「應確實督促駕駛人履行契約」，應如何確認？
 - (2)確認機制係參考零售業等網路交易定型化契約第五點，但內容並未提到確認機制，目

前呈現方式可能有點問題，建議標題或內容做調整，內容提及「乘客責任險」，應改為「旅客責任險」。

6. 第八點：服務完成後資訊告知

(1)實務上不一定會預先輸入目的地，故第2款與第6款不一定可做到。

(2)第3款，建議可加入隊員編號或類似文字。

7. 第九點：駕駛人完成運送服務後資訊告知

(1)第1款，乘客實務上於叫車時不一定會提供終點，「乘車的起點與終點」建議可改為「乘車的起點與終點或軌跡圖」。

(2)第3款，若系統未與計費表連結，已付車資明細訊息之需求恐無法達成。

(3)第4款，建議可加入隊員編號或類似文字。

8. 第十點：消費者終止運送服務之權利義務

(1)針對損害賠償部分，實務上業者多以黑名單方式處理，現有文字敘述可能造成消費者濫用叫車，提高駕駛前往載客成本，請納入參考。

(2)現有標題「消費者終止運送服務之權利義務」，用解除或終止何者較佳？請納入文字調整參考。

9. 第十一點：駕駛人不履行運送服務時之權利義務

(1)內文提及「因可歸責於駕駛人…」，看似駕駛人應負損害責任，但後續內容又提及「因可歸責於業者…」，建議進行文字調整，較為明確。

10. 第十四點：網路媒合資訊安全有關事項

(1)「保存期限為五年以上…」，實務上多半僅保存3個月，請納入參考。

(2)建議相關內容可參考線上遊戲相關敘述，會後提供相關資料給研究單位參考。

(3)現有標題僅提及媒合，可能造成派遣不適用。

七、主席結論

因會議討論時間有限，若有來不及提供意見的部分，會後請各單位提供相關意見供研究團隊參考，團隊彙整後會將修正版提供各單位參考，納入第三次座談會繼續進行討論。

八、散會(12點00分)

附錄三 第三次學者專家座談會會議紀錄

一、時間：106 年 10 月 20 日 09 時 30 分至 12 時 30 分

二、地點：交通部運輸研究所 5 樓會議室

三、主席：央警察大學周教授文生

記錄：周恩如

四、出席人員：如簽到表

五、主席致詞：略

六、討論

旭鋒科技股份有限公司(派車王) 陳執行長新忠

1. 建議應從公司是否有招募司機和承攬旅客的行為來判斷其是否為車隊的準據；若歸為車隊再來談納保、納稅與納管事宜。
2. 公路法修正草案第56條第1項規定：「於未受報酬而以網際網路平臺，整合供需訊息，提供計程車載客資訊者，準用之。」未受報酬所指範圍太廣、不夠明確。
3. 就現況來說，我們公司(派車王)是和既有合法車隊合作，何以需要納管？

歐付寶電子支付股份有限公司 陳經理彥輔

1. 本案從未談到任何收費機制，但許多叫車軟體都有串接金流的需求，在臺灣分為電子支付、電子票證、第三方支付，我們公司(歐付寶)是電子支付機構，受金管會嚴格管制。但目前臺灣有5千多家第三方支付公司，屬於經濟部所管轄，管轄力道不同，建議政府應要求若相關派遣或媒合軟體，若需提供收付款功能，其金流服務應符合支付卡產業資料安全標準(PCI DSS)認證，以確保現金流過程不會被盜取資料的資訊安全。
2. 政府未對APP做有關資安方面的檢查，對於APP的資訊安全，應加以控管。
3. 有些業者(如Uber)在境外收單，建議規服務提供業者須由國內收單業者服務，在我國境內收款，避免使用者增加跨國手續費。
4. 不只APP有叫車平台，現在Line、Facebook也都可以用來叫車，政府應該以開放為主，而非管理為主。
5. 就主管部門要求平台業者提供正確資訊方面，建議應由政府就車輛保險資料、司機和車輛資訊等提供API給相關業者查詢。

頑皮工坊有限公司(呼叫小黃) 周執行長立瑋

1. 計程車駕駛以自己的名義於平台上刊載服務資訊供消費者做選擇，駕駛本身才是提供客運服務的主體，非平台本身，必須要釐清。
2. 計程車司機本來就有權利在路上攬客，在網路上刊登廣告資訊供消費者做選擇是否需要主管機關額外核准？
3. 目前已進入網路時代，網路即馬路，僅允許派遣業者特許於網路提供計程車客運服務對司機甚不公平，容易造成剝削計程車司機的問題。
4. 呼叫小黃僅提供廣告媒合服務，若司機提供錯誤資訊或發生糾紛，司機是否應負較大的責任，單純廣告業者擴張到必負擔服務內容之責任對我們是否公平？
5. 呼叫小黃就像是 591 租屋網、104 求職銀行，對廣告內容正確性僅有協助之義務。

6. 乘客與司機可以選擇直接聯繫，我方並無強制雙方使用 APP 內的管道溝通，僅單純提供免費管道，協助司機與旅客相互聯絡，與 Airbnb 概念不同，需要課與什麼額外之責任？

臺灣網路暨電子商務產業發展協會 林副理事長志銘

1. 就平台來說，把商品放在PChome和商店街販賣擔負的責任是不一樣的。PChome是一種把商品進到倉庫後再賣給消費者的概念；而商店街則是商家在商店街提供的平台上販賣商品，商店街不須為商家賣出去的貨品負責，但可以居中協調溝通，就像是交友網站，有人人在上面交不到朋友，網站需要負責嗎？
2. PChome和商店街的概念都是一種平台，兩者差異是負擔責任比例原則的不同。
3. 派車王、591、104等平台本質上沒有不同，只有通訊技術方便與否的差異。

交通部路政司

就計程車的主管機關立場而言，將計程車對乘客之運輸及叫車服務納入公路法令管理，係為了保障消費者的權益，目前也針對消保法來訂定「定型化契約應記載及不得記載事項」。

國立臺北大學法律學系 杜教授怡靜

1. 就國家經濟發展的立場，對於平台經濟應要興利重於防弊。但因為交通涉及人民的生命、身體及財產的安全，政府必須要管理。行政管理方面有必要分流做不同密度的監理措施，例如對計程車司機有指揮監督權的業者為單純派遣或媒合，對於只是單純提供資訊的業者則可以低強度管理。
2. 就保護消費者立場，平台在其所提供的資訊，不管是計程車的車輛本身或駕駛司機之資訊和消費者提供的刷卡資訊，都有責任提供正確資訊給與雙方。
3. 不管消費者是透過打電話或是網路叫車，以及刷卡付費，平台業者都是資訊的掌控者，對於資料的真實性、安全性理應責無旁貸。

東吳大學法律系 陳教授汝吟

1. 我同意平台業者也是一種服務，不管是傳統的車隊或派遣業可就服務內容：旅客能否選任計程車？業者能否監督、管理計程車？來做分流管理依據。
2. 計程車之所以為特許行業，在於它是一種私營的公共運輸業，政府應當做適度的管理，讓其擔負某些責任。
3. 平台業者本身也是一種服務，對於其取得和掌握的資訊真實與安全與否，政府必須苛以法律的義務，而非僅是契約上的責任。
4. 平台業者不是媒體業者，不能說它僅是一種廣告刊登。

中央警察大學法律系 鄧教授學仁

1. 對於消費者的保護不能無限上綱，否則費用必定轉嫁到消費者身上，消費者不能要求要便宜又要保障性高的服務或產品，若要選擇便宜的服務或產品，就要承擔高風險。
2. 無論何種形式的平台業者，就算沒有報酬也有提供正確資訊的責任及做到資訊安全，但要其負擔何種過失責任則有待商榷。

交通部法規會

1. 從臺灣大車隊的經營範例來看，政府管制與業者發展是可以共生、共存的。
2. 對平台業者適度分流做不同密度的管制，但前題要先釐清如何做到區別。
3. 有關歐付寶電子支付股份有限公司陳經理所說的安全認證機制是否只有PCI DSS一種認證？若還有其他機制就不能獨厚。
4. 呼叫小黃和591租屋網、101求職網民眾得與刊載之人或仲介直接聯絡之廣告，性質是否一樣？
5. 計程車是私營的公共運輸業，也是一種副大眾交通工具，有嚴重的資訊不對等現象，希望平台業者能夠努力做到資訊對稱，不知道有沒有辦法，但是希望能做到例如檢核司機是否有合法的執照(包含職業駕照及執業登記證)、合格的車牌、有沒有投保、是否在有效期間等資訊確認。
6. 政府已經放寬資本額的限制，希望能透過業者盡到投保責任來保護消費者的權益，平台上也能有正確的是否投保及有效保險期間的資訊提供。

交通部運輸研究所

1. 如果說「PChome」和「商店街」兩者擔負的責任不一樣，請教其該負擔的責任是有法律上的明確界定？還是業者說了算呢？
2. 計程車在買方與賣方都需要用到平台業者所提供的「工具」(像是APP)這部分能只是屬於廣告嗎？還是有牽涉到實質上的經營？

公路法部分條文修正意見：

中華民國運輸學會 吳家慶教授

1. 增訂第56條第三項：「第一項規定，於未受報酬而以網際網路平臺，整合供需訊息，提供計程車載客資訊者，準用之。」為落實消費者乘車安全保障，對消費者提供派遣或資訊媒合，無論有償、無償皆應納入管理。惟主管機關得依實際需要，施以不同密度的監理措施。為納入管理，並符授權明確性之要求，爰增訂第三項。
2. 新增第64條之1。(參考會議資料)
3. 修正第65條第3項。(參考會議資料)

歐付寶電子支付股份有限公司 陳經理彥輔

不管是否有償或無償，都要接受政府管理，擔負責任是否有公平性？

國立臺北大學法律學系 杜教授怡靜

就消保法第7條，企業不管有償或無償，政府站在保護消費者的立場都要求其負擔責任，只是有擔負比例上的不同。

頑皮工坊有限公司(呼叫小黃) 周執行長立璋

1. 呼叫小黃平台的服務範圍為刊登廣告資訊，駕駛司機於平台上刊載服務資訊供消費者做

選擇，駕駛本身才是提供客運服務的主體。

2. 若司機提供錯誤資訊或發生糾紛，目前法規草案看似擴張平台的責任至必須負擔服務內容之連帶責任，這樣對我們不甚公平，建議應明定司機與平台所需負擔之責任歸屬。

交通部路政司

計程車客運業和其他汽車運輸業都是以公司行號經營為原則，其他國家的計程車也多半是以公司經營為主，個人經營計程車客運業之申請需具備資深、專職、優良等條件。基於近年部分車隊建立服務品牌，對於提升計程車整體服務品質有正面效應，基本上仍對計程車公司行號進行管理，主管機關難以逐一管理個別之駕駛人。

東吳大學法律系 陳教授汝吟

就 64 條之 1 第 1 項「……致使用服務之當事人受損害時……」和第 3 項「……不法侵害他人之權利……」，是否改以消保法第七條用語消費者、第三人，或統一用語。

臺北市公共運輸處

1. 第 56 條所提「…未受報酬…」，以未受報酬這件事回歸公路法來看，公路法規範運輸業者，單就計程車客運業來說，未收報酬卻要求諸多事項是否合理？比如我們對大客車未收取報酬載客並不會認定它就是「公車」。
2. 第 64 條之 1 所提計程車客運服務業在「…不能履行契約時應負損害賠償責任。」應更明確說明，比如消費者叫車要去搭飛機，車子沒來，難道要客運服務業賠償機票嗎？
3. 第 65 條建議不用納入計程車客運服務業。

中央警察大學法律系 鄧教授學仁

1. 就公路法第 64 條之 1 第 2 項部分「…服務內容與事實不符者，應負損害賠償責任。」應明確改為「…服務內容與事實不符者致使用當事人受損害時，應負損害賠償責任。」如此才能在產生損害時，由使用當事人負舉證責任。
2. 另外就公路法第 64 條之 1 第 3 項部分「…視為計程車駕駛人之僱用人，應就其執行職務不法侵害他人之權利…」，其立法技術將造成民法第 188 條產生的舉證責任轉換的問題，還有當中的「其」字應是指駕駛人，但是句子的主語是僱用人，在立法體例上會讓人產生困惑。建議在第 3 項更改或另立第 64 條之 2：「…駕駛人因為執行職務不法侵害他人權益，計程車客運服務業者有下列情形之一者，由其與行為人負連帶賠償責任…」。

定型化契約應記載及不得記載事項草案逐條討論之修正意見

臺北市公共運輸處

第一段定義不清楚；第六點特殊服務告知在付款方式所列支付寶、悠遊卡為特定業者，應去除。

歐付寶電子支付股份有限公司 陳經理彥輔

第六點特殊服務告知在付款方式應改為現金或非現金。

國立臺北大學法律學系 杜教授怡靜

所用「媒合」一詞的定義是否已定義還是新創？

頑皮工坊有限公司(呼叫小黃) 周執行長立瑋

1. 對逾越廣告媒合部分之限制應予以刪除，回歸營業自由與消費者保護法。
2. 第五點之(二) 媒合 1. 應記載網路使用費之負擔者。網路服務已很普及，現在已經沒有人會誤會了，故此項建議刪除。
3. 第六點之特殊服務告知，法規明定服務營運細節是否合適，建議此項刪除。
4. 七、查核機制，查核方式為何，如何確保資訊真實？主管機關是否有(人工或自動化)管道供查詢？
5. 十一、十二，媒合平台僅媒介需求，應負責賠償和協助的範圍為何？其他平台(租屋網或求職網)是否也有類似條款？
6. 建議應記載不得記載事項要區分不同業態(派遣、廣告媒合)，對象(乘客或對司機)。

七、主席結論

因會議討論時間有限，若有來不及提供意見的部分，會後請各單位提供相關意見供研究團隊參考。

八、散會(12 點 10 分)

附錄四 期中報告審查會議紀錄與處理情形表

參與審查人員及其提供意見	合作研究單位處理情形	本所計畫承辦單位審查意見
國立交通大學黃台生教授 1. 相較於傳統計程車產業，由於資訊科技發展快速，新服務(如媒合、派遣)產生的過程中，資訊部分被獨立切分，在此情況下，資訊扮演的角色需要重新定位，計程車客運服務業管理項目及重點亦必須重新思考與檢討，各個權利義務關係及法令的管理，必須加以釐清。 2. 媒合和派遣的意義類似行銷的概念，將消費者與供應者連結在一起，資訊業者必須對其所提供資訊部分負完全責任，包含提供資訊的正確性等。 3. 個人計程車提供資訊方面之責任不明，法規檢討必須納入考量，資訊提供維護的責任在於政府，政府將來對於個人計程車管理必須更謹慎，資訊的正確性與否，地方政府必須負完全責任。 4. 代償與追償的制度還需要釐清，不能讓消費者求償無門，政府必須負責處理。 5. 應宣導乘客注重自身權益，搭乘計程車時須注意如車身標示、資訊來源等，便於追蹤，有助釐清後續衍生責任。	1. 敬悉。 2. 敬悉，本計畫初步討論認為媒合和派遣資訊提供者，均應對消費者負責。 3. 敬悉，目前個人計程車的責任僅由個人車駕駛負責，政府應提高其責任承擔能力(如保險、加入派遣或媒合營運系統)。 4. 敬悉，此一意見需進一步討論其法規可行性？並於期末報告中說明。 5. 有關宣導乘客重視自身權益內容，將於期末報告中補充。	同意研究單位處理意見。
國立臺北大學杜怡靜教授 1. 在共享經濟趨勢下，法規如何因應現行科技發展作出調整及鬆綁，並兼顧消費者保護的立場，是一個重大的課題，從行政管理上來說，因應不同營運型態，要避免產生管理套利問題。另應進行不同程度的管理，有關個人計程車的管理也是值得探討的課題。 2. 業者提供的服務，無論有償或無償均適用消保法，然消費者對於媒合、派遣等法律關係並不清楚，並不了解向誰求償，資訊提供及揭露，對任何類型業者來說是最基本的要求，不論委任、居間、承攬等何種契約關係，業者對	1. 敬悉，本計畫將盤點相關法規，研擬修正條文草案。另個人計程車的責任僅由個人車駕駛負責，政府應提高其責任承擔能力(如保險、加入派遣或媒合營運系統)。 2. 敬悉，有關新興計程車營運模式，不論委任、居間、承攬等何種契約關係，業者對消費者都將被規範要有管理人注意義務。	同意研究單位處理意見。

消費者都要有管理人注意義務的基本要求。 3. 相對於業者，消費者也需要教育，使其注意不同類型乘車服務的差異，以日本為例，要求民眾對於共享經濟的服務必須清楚，必須加強宣導，讓民眾了解其中的異同及注意之處。 4. 資料部分出處必須清楚，例如：第42頁註12處日本各地方自治條例，請詳細載明地區名稱。	3. 敬悉，有關消費者教育宣導事項，將於期末報告中補充。 4. 遵照辦理。	
國立臺北教育大學郭麗珍教授 1. 研議具體的消費者保護機制，可從行政法規上納管著手。法規訂定目標先從預防管制做起，不足部分行使救濟權利，仍有不足再啟動補償機制。當交通法規管理建立明確，後續對於安全及資訊的揭露才能完備。 2. 計程車業涉及人的運輸及安全，所以各國管理均較為嚴格。建議可考慮定義交通資訊服務業，明定交通資訊服務者可進行蒐集、處理及派遣媒合等應用服務，並規範交通資訊服務提供者的責任。 3. 第二章有關各國計程車管理及營運作法均有介紹，但缺乏對消費者保護機制定型化契約的介紹，期望期末報告能具體研議包括消費者保護機制、修正計程車客運服務業經營核准辦法、資訊整合平台的管理、研擬定型化契約應記載及不得記載事項等內容。 4. 消保法第七條規定，提供服務的企業經營者，所負無過失責任適用對象，在本計畫中是否可以確認？ 5. 各國保護消費者之作為可再深入探討，並找出我國可參考之作法；判決分析部分，是否有新型態經營模式可供參考？請補充說明。 6. 新興計程車遭遇的問題，與過去不動產仲介管理類似，可參考不動產仲介業管理經驗，以及目前已制定之不動產經紀業管理條例內容。	1. 敬悉，本計畫將參照委員意見，盤點相關法規，研議具體的消費者保護機制與法規修正條文草案。 2. 遵照辦理，補充「交通資訊服務業」之定義。 3. 遵照辦理，期末報告將具體研議包括消費者保護機制、修正計程車客運服務業經營核准辦法、資訊整合平台的管理、研擬定型化契約應記載及不得記載事項等內容。 4. 敬悉，此一意見將於工作會議中進一步討論，並於期末報告中補充說明。 5. 敬悉，有關各國保護消費者之作為及判決分析部分，本計畫再進一步蒐集相關資料，惟依過去經驗，國外案例透過文獻方式，較難取得主管機關期望之細部行政規範要求。 6. 敬悉，本計畫已有參考不動產仲介業管理經驗，探討新興計程車所遭遇的問題。	同意研究單位處理意見。
國防大學王中允教授 1. 媒合業者提供計程車業者資訊服務，建議將媒合業納入計程車客	1. 敬悉，本計畫同意將將媒合業納入計程車客運服務業納管。	同意研究單位處理意見。

運服務業納管。 - 計程車運輸業者亦為車隊、APP 業者之消費者，但針對既存乘客叫車後未搭乘的損失，卻未受到保護。 - 媒合、派遣及運輸提供均為服務項目之一，是否可訂出不同服務之責任序位與責任分擔比例？ - 有無合理資本額主要牽涉到未來消費者保護的問題，是否有機會探討新法令的訂定？必須兼顧法律的包容性和成長性，用簡單的架構去解釋這些行業。	- 敬悉，本計畫僅探討計程車消費者保護課題，有關計程車運輸業者與司機對於乘客叫車後未搭乘的損失，非本研究範圍。 - 敬悉，行政法規僅能規範管理責任，有關責任序位與責任分擔比例屬司法訴訟範疇。 - 敬悉，本計畫建議由保險機制對消費者加以保障。	
行政院消費者保護處 - 網路交易定型化契約裡有申訴機制，告知業者相關資訊，而新興計程車營運問題在於資訊平台的責任與範圍。 - 個人車對消費者保護部分，行政法規該如何調整？建議後續予以補充。 - APP 平台定義為要約，定型化契約為法規命令，業者必須提供確認機制，目前問題在於難以判斷契約何時成立。 - 認同教育宣導內容之重要性，建議研究團隊一併研擬宣導內容。 - 針對目前所提出之媒合定義，建議仍需進一步確認，如內容提到「自己名義…」，自己是誰？用語是否易造成混淆？建議可再研究。 - 目前研究團隊建議開放一輛車可加入多家派遣車隊，但既有營運方式法院判決結果已相當分歧，若開放多家派遣車隊是否可能更為複雜？建議納入考量。	- 敬悉，此一意見納入定型化契約應記載及不得記載事項等內容討論。 - 敬悉，個人計程車對消費者保護部分僅由個人車駕駛負責，後續建議政府應提高其責任承擔能力(如保險、加入派遣或媒合營運系統)。 - 敬悉，此一意見將於工作會議中進一步討論，並於期末報告中補充說明。 - 敬悉，有關消費者教育宣導事項，將於期末報告中補充。 - 遵照辦理，有關「媒合」定義將於工作會議與專家學者座談會議進一步討論。 - 敬悉，本計畫建議開放一輛車可加入多家派遣車隊或媒合平台，惟車身識別標誌與車頂燈僅能標識一家車隊。	同意研究單位處理意見。
交通部路政司 - 本司預定於 106 年底前完成之 KPI 項目之一為「因應 Uber 衝擊，計程車法規鬆綁及制度轉型」；而新興計程車營運模式納管機制與消費者保護，即與上述 KPI 項目相關。因此，請研究團隊在維護消費者之前提下，針對現行加入車隊限制、申請籌設分公司等相關規定進行法規鬆綁檢討，以建立公平競爭機制。 - 期中報告研擬之計程車客運服務業申請核准經營辦法修正草案中	- 敬悉，本計畫已針對現行加入車隊限制、申請籌設分公司等相關規定進行法規鬆綁檢討。 - 敬悉，有關「媒合」定義將於工作會議與專家學者座談會議	同意研究單位處理意見。

，將運用 APP 提供乘客選擇計程車之新興計程車經營型態另行定義為「媒合」，有別於車隊指派計程車載運乘客之「派遣」，請再審酌將二者納為同一種經營型態之可行性，並保留日後彈性解釋之空間。 3. 第 5 頁所述 105 年 12 月底全國計程車數量為 8 萬 7,256 輛，惟表 1-1 計程車 105 年底之登記輛數為 8 萬 7,696 輛，請確認上開引用資料之正確性及一致性。 4. 第 36 頁『2.2.5.2 電子商務平台與新興計程車服務資訊媒合平台之異同』所論述之內容，究指日本或臺灣之現況，宜允釐清。 5. 第 56 頁有關美國新興計程車型態營運模式之相關資料蒐集，似僅限於自用車部分，可再就營業車輛之相關規範予以補充。 6. 第 69 頁『韓國對於客運服務業之運輸服務定型化契約相當重視』，該段所述係指『司機與計程車客運業』，『司機與計程車客運服務業』或『司機與資訊平台業』何種關係？請補充說明。 7. 第二章係蒐集國外歐美、亞洲等先進國家主要城市計程車派遣及新興型態資訊服務之管理相關法規及其管理機制，並進行比較分析，惟從報告書內容內尚難得知該國家之行政部門對於新興型態營運模式是否納管或如何納管？建議列表表示。 8. 有關第 204 頁『二.車隊營運模式與經營業務方面』該段出現『第三方資訊平台』，『網路運輸業(TNC)』，『資訊性運輸業』，『網路媒合平台』及『網路 APP 業者』等眾多名詞，而第 53 頁所述『交通網路公司(TNC)』，第 57 頁『運輸網路公司』等是否與上開名詞相同？宜定義明確並採一致性用語，避免產生混淆。 9. 第 213 頁『各國新興計程車營運模式相關之定型化契約』已蒐集日本、美國及香港等案例，惟香港部分較偏重於計程車駕駛與交通公司間之相關權利義務關係事項，尚難看出派遣業者或 APP 叫車平臺與消費者間所定之相關保護	進一步討論。 3. 遵照辦理，修正正確車輛數。 4. 敬悉，2.2.5.2 內容為臺灣資料，將加以調整移除，避免混淆。 5. 遵照辦理，將就營業車輛之相關規範予以補充。 6. 遵照辦理，補充說明是何種關係？ 7. 遵照辦理，期末報告列表進行比較分析，有關行政部門對於新興型態營運模式如何納管，依照過去經驗，國外資料透過文獻方式，較難取得主管機關期望之細部行政規範要求。 8. 遵照辦理，修正統一用語。 9. 遵照辦理，於期末報告補充香港派遣業者或 APP 叫車平臺與消費者間之相關保護機制。	
---	---	--

機制，爰請補充其他國家案例供參。 10.建議研究團隊期末階段可針對法規修正結果，提供較完整的政策論述，清楚說明該建議的緣由，俾供行政機關辦理行政法規調整之參考。	10.遵照辦理，期末階段針對法規修正，提供清楚說明該建議的緣由，供行政機關辦理行政法規調整之參考。	
法規委員會 1. 針對第 85 頁各國管理制度比較，建議可列表呈現，呈現項目如下： (1) 主管機關； (2) 規模要求限制(如資本額，車輛數，收取費率等)； (3) 資訊揭露方式； (4) 駕駛人管理要求(如是否需要特定駕駛資格，特定期間肇事紀錄，前科限制等)； (5) 消費者保護機制： i. 保險要求(如金額多少？有無保證基金？) ii. 消費爭議處理機制(平台需負何責任?) iii. 資安保護 iv. 個資保護 2. 建議補充新加坡與英國部分資料來源，如相關網站連結提供等，另新加坡納管 UBER，報告提及以競價方式做媒合，是否所有公司均適用，或僅為特定公司？ 3. 第 205 頁第 6 點建議擬定定型化契約應記載及不得記載事項，於期末報告時是否可以提供相關草案供參？ 4. 第 204 頁原則納入特許行業做管理，在許可條件部分，能否透過類似發展觀光條例的旅保基金去保障消費者？相關修法建議也請於期末一併提供。 5. 參考釋字 749 號大法官意見，未來在做駕駛人資格篩選時，是否可將駕駛人過去的消費糾紛及申訴紀錄納入考量，以保障消費者權益？	1. 敬悉，期末報告列表呈現各國管理制度比較，惟依照過去經驗，透過文獻蒐集方式，行政規範資料較難取得。 2. 遵照辦理，於期末報告補充資料來源，並補充新加坡納管 UBER 之競價方式與媒合機制。 3. 遵照辦理，於期末報告擬定定型化契約應記載及不得記載事項。 4. 敬悉，此一意見納入工作會議討論能否透過類似發展觀光條例的旅保基金機制。 5. 敬悉，於期末報告中將此一意見納入建議事項，進行後續研究評估。	同意研究單位處理意見。
臺北市公共運輸處 目前各縣市政府公務機關都有租用公務車輛的採購案件，大部分都由計程車客運服務業者得標。建議研究團隊可參考各縣市政府與客運服務業者間	敬悉，納入本計畫定型化契約應記載及不得記載事項參考。	同意研究單位處理意見。

的契約內容，納入定型化契約參考。		
本所運管組 1. 簡報第 19 頁部分，建議補充說明：第二類網路購物是由網路平台開發票，並由網路平台負責任。 2. 目前就媒合定義仍有歧異，後續於工作會議再就媒合內容進行討論。 3. 比照電子商務之「物流」、「金流」與「資訊流」的概念，目前針對新興計程車，研究成果已納入「人流」與「資訊流」的規劃，後續可探討因應新興計程車營運模式之「金流」議題。	1. 遵照辦理，於期末報告補充。 2. 遵照辦理，後續於工作會議再就媒合內容進行討論。 3. 遵照辦理，後續於工作會議討論「金流」議題。	同意研究單位處理意見。
本所運管組(書面意見) 1. 第二章「文獻回顧」，已蒐集豐富的國內、外資料供研究參考，惟部分內容前後重複，建議再審視後予以整併。 2. 第三章「新興計程車營運發展模式與挑戰」，對於國內發展現況以及國外發展趨勢已進行分析，並對新興計程車營運發展所帶來的消費者權益保障課題已有初步分析結果。惟部分課題僅提出目前遭遇問題，而另一部分課題，有一併提出解決對策。爰建議報告書寫法應該一致，可於課題分析後提出建議解決方案，或另立一小節針對所分析課題，提出解決方案；於 3.3 節新興計程車營運管理課題，亦同。 3. p.106 計程車創新服務發展有以下趨勢「二、平台化與去品牌化」，經查目前創新服務如呼叫小黃、叫車通等，雖未於車身標示品牌，然其使用之 APP 亦為品牌表徵之一種，因此並無去品牌化之趨勢，或可改為「去中心化」，即透過平台由駕駛員與消費者直接交易，平台僅為交易之媒介。 4. p.143 新興計程車營運管理課題「四、雙軌保險機制或相對基金」，目前僅分析設置之理由，其實務上如何操作？請於期末報告近一步說明。 5. 第四章「近 10 年計程車相關判決考察」，依據歷年法院相關判決分析出運輸業、服務業、駕駛人、消費者等多方法律關係，相當	1. 遵照辦理，於期末報告修正。 2. 遵照辦理，於期末報告修正。 3. 遵照辦理，修正為「去中心化」。 4. 遵照辦理，於期末報告補充說明。 5. 遵照辦理，於期末報告製作簡易圖表以清楚描繪各方可能發生之法律關係，俾使報告書更易閱讀。	同意研究單位處理意見。

完整，惟建議能製作簡易圖表以清楚描繪各方可能發生之法律關係，俾使報告書更易閱讀。		
主席結論 1. 有關 Uber 議題，請主辦單位再確認是否為本案工作範圍並妥為處理。 2. 請研究團隊參考委員建議，優先處理納管及納保課題，納稅部分可暫時予排除。 3. 研究團隊已提供計程車客運服務業管理辦法條文修正草案與定型化契約應記載及不得記載事項，各位專家學者會後如有寶貴意見，請提供研究團隊參考。 4. 本次期中報告審查通過，請研究團隊依據契約規定，辦理後續相關作業。 5. 請研究團隊針對各委員、單位代表所提之寶貴意見，列表整理並加以回應，俾做為報告書修訂及後續研究作業之依據。	1. 敬悉，有關 Uber 議題未列入本案工作項目，並於 106/04/17 工作會議確認 Uber 所衍生的消費者保障課題，並非本計畫範疇。。 2. 遵照辦理。 3. 敬悉，有關計程車客運服務業管理辦法條文修正草案與定型化契約應記載及不得記載事項，將於工作會議與專家學者座談會進行討論。 4. 敬悉。 5. 遵照辦理。	同意研究單位處理意見。

附錄五 期末報告審查會議紀錄與處理情形表

參與審查人員及其提供意見	合作研究單位處理情形	本所計畫承辦單位審查意見
行政院消費者保護處 1. 網路平台及數位經濟意涵一直沒有定論，定義也不是很清楚，且沒有主管機關管轄，目前所有相關部會已經一起參與討論，有關新興資訊服務平台所須負的責任程度，預計下週會有結論。 2. 報告書第 111 頁針對網路平台區分有無收費，有收費情形中又區分媒合及廣告費，有關公路法第 56 條第 3 項修正，是否包含呼叫小黃或資訊平台業者？此部分的說明與管理辦法第 25 條第 2 項修正部分有些差異，請再檢視。 3. 針對登記為資訊服務業的網路資訊平台，涉及特許計程車客運服務業的媒合，應該還是要遵照公路法修正的規定，其所要負的責任不一定為侵權，或許還有其他責任。 4. 計程車是否放寬加入兩家車隊問題，若無配套措施，消費者將難以判別車隊歸屬與責任釐清。 5. 在應記載及不得記載部分，業者必須設置消費者爭議處理專線、電子信箱並載明申訴處理程序，建議再修正補強，俾利業者依照規定辦理。 6. 有關保險課題應明確加以規範，誰要投保？是車隊或駕駛人透過保險保障消費者權益。 7. 6.1 節結論第五點有關第三類及第四類的敘述似乎無差異，建議檢核修正。 8. 6.2 節建議第一點有關電子支付包含電子票證，第三方支付又分為兩類，請補充這部分想要表達的想法為何？	1. 敬悉。 2. 遵照委員意見，配合管理辦法第 25 條第 2 項修正草案部分，修正報告書說明。 3. 敬悉，本計畫針對登記為資訊服務業的網路資訊平台，涉及特許計程車客運服務業的媒合業務，均有納入管理。 4. 敬悉，此一議題各方意見不同，本計畫已詳細加以說明與探討，將由交通部進一步政策決定。 5. 有關應記載不得記載部分，本計畫已經完成草案研擬，後續循行政程序交由交通部及行政院消保處處理。 6. 敬悉，計程車保險部分均由駕駛人依照規定投保，另計程車客運服務業者可以增加保額，保障其消費者權益。 7. 遵照委員意見，修正 6.1 節結論第五點論述與說明。 8. 敬悉，遵照委員意見，修正 6.2 節建議第一點論述與說明。	同意研究單位處理意見。
臺北市公共運輸處 1. 建議報告書內納入交通部 106 年 11 月 17 日會議有關全國計程車公工會代表及車隊代表之意見，俾利報告內容更完整。 2. 建議主管機關建置執業登記證的	1. 敬悉，本計畫納入交通部 106 年 11 月 17 日會議討論意見，補充修正期末定稿。 2. 敬悉，此一意見納入 6.2 節建議	同意研究單位處理意見。

QR-code 評鑑機制，過去在計程車相關議題討論過，一直缺乏駕駛人管理機關(警政署)的參與，建議應邀請警政署針對駕駛人管理部分進行討論。 3. 簡報第 20 頁消費者潛在風險部分，將未納管的類計程車 Uber 及呼叫小黃聯結在一起，可能會讓業者有不當誤解，建議修正簡報內容。	邀請內政部警政署參與駕駛人管理課題。 3. 依照意見，已修正簡報第 20 頁內容，避免業者有不當聯想。	
交通部公路總局 針對臺北市公共運輸處於交通部 106 年 11 月 17 日會議有提到 APP 裁罰機關等問題，建議裁罰應以公司登記地為主。	敬悉，有關 APP 裁罰機關應為公司登記主事務所在地之交通主管機關。	同意研究單位處理意見。
國立臺北大學杜怡靜教授 1. 多元計程車是一種趨勢，如何在行政管制及消費者保護議題上努力，研究團隊之研究成果已符合委託單位的要求。 2. 研究團隊做了十年判決的分析，十分難得，針對各種營運型態，司機到底要負何種責任？企業經營者與執行業務者是否存在履行業務關係？在法律上關係是非常重要的。契約關係不容易釐清，是否能在十年判例中，歸納整理那些要件要負履行輔助人責任？是否與指揮監督的強度有關？是否因指揮監督強度較高，納管程度也必須較高？而媒合派遣機制，對司機的指揮監督有何不同？ 3. 消費者與司機方面，消費者的選擇權及主導權有多少？做為分級管理的參考標準，在管理面上要作哪些考量？ 4. 部分國家有設專法，而我國未設專法，其考量為何？專法問題點為何？目前僅由現有的法規作出調整的理由與評估標準為何？ 5. 司機資格要件部分，媒合平台對於司機條件是否有建議？ 6. 對於業者資訊公開，無論媒合或派遣平台，均必須要求資訊的真實性，並確保消費者乘車的安全性，且要仔細思考納保具體作法。 7. 呼叫小黃強調自己為佈告欄性質	1. 敬悉。 2. 遵照委員意見，針對各種營運型態，司機到底要負何種責任？由十年判例中，補充歸納整理那些要件要負履行輔助人責任，以及其與指揮監督強度的關係。 3. 敬悉，本計畫考量消費者的選擇權及主導權，區分派遣、媒合，並就其管理加以分類訂定不同管理規範。 4. 敬悉，研訂專法議題曾於工作會議討論，交通部建議就現有的法規作處理，因此本計畫暫不處理設立專法。 5. 敬悉，目前計程車駕駛人有犯罪前科管制規定，本計畫以合法計程車為研究範圍，其必須領有執業登記證。另外國人具有臺灣身分證明者則可以從事計程車司機工作。 6. 敬悉，有關派遣或媒合平台處理消費資訊，均已納入管理辦法加	同意研究單位處理意見。

，但網路張貼資訊仍須要負資訊?證義務。	以規範。 7. 敬悉，本計畫針對類似呼叫小黃網路張貼資訊已納入管理辦法加以規範。	
國立臺北教育大學郭麗珍教授 - 研究團隊未來對各國研究須要滾動式的蒐集，新形態計程車服務變化很快，可提供政策決定的參考。 - 研究報告中有關計程車納管機制與管理資料相當完整，但消費者保護議題則是散在各處。建議針對消費者保護架構加以彙整，進行更清晰完整的論述，如報告書第110-111頁及簡報第36頁提到派遣和媒合中消費者事前保護框架，目前區分為三個或許不夠，其中釐清責任歸屬部分，期末報告第110-111頁提及消保法第7條企業經營者要負服務的無過失責任，第121頁也提到商品服務的無過失責任，而平台的責任到底為何? - 釐清責任歸屬或許須進一步確認責任關係，什麼樣的狀況下所負責任的輕重，有些是無過失責任或連帶責任，特別是契約的履行輔助人責任跟侵權連帶責任的關係。 - 研究報告書中已完成派遣與媒合對消費者之應記載與不應記載事項草案，建議對於派遣與媒和是否用同一套應記載與不應記載事項，其營運型態是否有差異?以及消費者保護責任差異性為何?等做進一步探討。 - 期末報告第209頁公路法第56條第3項修正內容，有關受報酬規定仍會有爭議，現有消費糾紛常發生，業者常宣稱無報酬，但實際上業者靠其他方式收取報酬，因此建議仍要確實落實消費者保護。	- 敬悉，建議後續研究將滾動更新國外資料。 - 敬悉，針對消費者保護議題相關內容加以補充論述。 - 敬悉，本計畫已針對不同營運型態分別確認責任歸屬，並釐清契約的履行輔助人責任跟侵權連帶責任的關係。 - 遵照辦理，本計畫對於派遣與媒和之應記載與不應記載事項，部分規定係依照營運型態差異訂定不同的消費者保護責任。 - 遵照辦理，可修正公路法第2條第15款，刪除公路法第56條第3項未受報酬之規定。	同意研究單位處理意見。
國防大學王中允教授 - 建議針對消費爭議責任明確化加以排序，若業者無法負擔相關責任，應提出建議如何保障消費者權益? - 計程車運輸業是特許行業，其營業存在一定風險，須負一定責任	敬悉，針對責任排序問題，第一順位駕駛人為行為人，第二順位客運業者為雇主，第三順位計程車客運服務業負雇用人責任，至於有多少比例，則是法官的權責。	同意研究單位處理意見。

。若利益被其他平台、服務業或媒合派遣業瓜分，其卻不願負責任，責任全由計程車運輸業來承擔，則是忽視運輸業納管的精神。 3. 建議在派遣媒合與消費者保護架構圖中加入服務水準保障，以彰顯維護消費者權益精神。	2. 敬悉。 3. 遵照辦理，已將派遣媒合與消費者保護架構圖加入服務水準保障。	
交通部路政司(書面意見) 1. 建議於報告書最前面有重點摘要(Summary)，俾利迅速掌握研究成果。 2. 第 106 頁表 3-2 新興計程車服務之分類與責任歸屬比較，針對 Taxi 叫車便與呼叫小黃均屬第三類，但責任歸屬部分，提及 Taxi 叫車便平台業者負有協助處理消費糾紛之責，呼叫小黃產生消費爭議則應追究司機及所屬車行(似乎平台業者並無責任)，此與研究團隊歷次工作會議討論之方向似有差異；再者，相關分類與之後建議法規修正草案版本內容，其以自己之名義、派遣或媒合之定義，是否能吻合或有矛盾之處，請研究團隊再予確認。 3. 本案建議公路法修正草案，參照相關法令規定，將計程車客運服務業明文規定負賠償或連帶賠償責任，且課予建立乘車資訊查核機制之責，此涉及計程車人、車資料有即時變動性，警政署計程車駕駛人資料庫及公路總局監理資訊系統車籍資料開放至何種程度；再者，此種課責或賠償關係是否有超越原本計程車客運業者本身應負責任之不合理現象，請予釐清。此外規定條文之文字太抽象，不易為一般社會大眾所了解，宜在 5.2.1 節補充較為詳細之說明或舉例。 4. 計程車客運服務業申請核准經營辦法修正草案，針對派遣、媒合之定義，業者意見仍舊紛歧，且兩者在納管與應負之責任似乎差異不大，與原先強調兩者性質不同應有管理強度區別之初衷，似乎有些出入；另外，以自己之名義雖是民法用語，但業界及各公路主管機關普遍認為不夠清楚。	1. 遵照辦理，定稿報告書最前面補充重點摘要。 2. 遵照辦理，檢視修正第 106 頁表 3-2 新興計程車服務之分類與責任歸屬比較，配合法規修正草案之以自己之名義、派遣或媒合之定義相關分類，避免矛盾之處。 3. 敬悉，有關建議公路法修正草案將計程車客運服務業明文規定負賠償或連帶賠償責任，且課予乘車資訊查核機制之責。建議邀請公路總局與警政署共同研商，以保障消費者權益；另外，於 5.2.1 節補充較為詳細之說明，以利了解。 4. 遵照辦理，已再修正計程車客運服務業申請核准經營辦法修正草案，針對派遣、媒合之定義與要件於修法說明補充之。	同意研究單位處理意見。

相關文字請研究團隊再協助參考相關單位意見調整。 5. 旅客責任險或乘客責任險之用語，請再統一確認，如第112、113、211 頁。 6. 第 114 頁倒數第 8 行，「搭乘」應為「搭乘」。	5. 遵照辦理，全文檢視更正統一用語為「旅客責任險」，惟公路法 65 條原文用語為「乘客責任保險」。 6. 遵照辦理，「搭乘」修正為「搭乘」。	
本所運管組(書面意見) 1. 依據本計畫案契約規定，研究團隊所完成之工作項目符合本計畫研究主題與重點之內容與要求。 2. 有關期末報告初稿審查意見如下： (1) 第二章「國內外計程車營運管理現況與比較」已蒐集豐富的國內、外資料供研究參考，惟分析部分大多還是以傳統計程車為主，建議對新興營運模式能再多著墨。另表 2-7 部分欄位空白，係未蒐集到資料，亦或該國家無規範，應予以說明。 (2) 第三章「新興計程車營運發展模式與挑戰」 ① 3.2 節為新興計程車消費者保護課題與對策，蒐集與分析相當多資料，建議章節重新調整，並能增加小結各項課題與對策。 ② 3.3 節「新興計程車營運管理課題」係目前計程車客運服務業所遭遇的問題，建議章節名稱修訂並併入第五章撰寫。 ③ 本研究對於「運輸合作社」、「運輸合作社社員」等用詞不夠精確，甚至誤用，例如 p114 描述計程車營運與產權主體，應為運輸合作社社員而非運輸合作社。同頁末段「計程車真正的法律主體應為某某交通公司或某某計程車合作社」，實應為計程車合作社社員。 (3) 第四章「近 10 年計程車相關判決考察」：本章內容相當完整，惟「近 10 年計程車相關判決考察」皆為現行制度下的判決	1. 敬悉。 2. 遵照辦理，處理情形說明如下： (1) 已補充說明表 2-7 部分欄位空白，哪些是未蒐集到資料，哪些是該國家無規範。 (2) 第三章「新興計程車營運發展模式與挑戰」 ① 遵照辦理，重新調整章節。 ② 遵照辦理，3.3 節章節名稱修訂併入第五章。 ③ 遵照辦理，修正用詞。 (3) 遵照辦理，第四章與第三章對調。」	同意研究單位處理意見。

，與新興計程車營運模式關聯較小。本章主要目的在參考過去法院見解的脈絡，作為計程車新興營運模式納管制度設計之參考，因此建議本章與第三章對調。 (4) 第五章「法規調整與消費者宣導」 ①5.2.1「公路法部分條文修正」一節，請補充公路法第二條第十五款對計程車客運服務業定義之修正建議(原定義為受有報酬之事業，然依據消費者保護法施行細則第2條第2款所稱營業，不以營利為目的者為限)。 ②5.2.2「計程車客運服務業申請核准經營辦法修正」一節，交通部已於106.11.17召開第一次討論會議，請補充與會人員討論爭點並於報告書補充修正草案。 ③5.3節建議刪除。 (5) 第六章「結論與建議」：為瞭解各工作項目執行情形，請再檢視每一項研究討論內容結論應對應計畫工作項目。	(4) 第五章「法規調整與消費者宣導」 ①遵照辦理，5.2.1「公路法部分條文修正」一節，補充修正公路法第2條第15款對計程車客運服務業定義之修正建議(原定義為受有報酬之事業，然依據消費者保護法施行細則第2條第2款所稱營業，不以營利為目的者為限)。 ②遵照辦理，補充交通部於106.11.17召開討論會議，與會人員討論爭點，並已於報告書更新修正草案。 ③遵照辦理，同意刪除5.3節。 (5) 遵照辦理，補充說明與檢視每一項研究討論內容結論所對應之計畫工作項目。	
中華民國運輸學會(回應) 1. 加入多家車隊及一家車隊的討論，計程車公工會主張以駕駛人權益保障為優先，與車隊站在管理面及責任釐清的角度而有所不同。 2. 目前公路法第2條第15款針對計程車客運服務業是指受報酬的事業，不受報酬可能無法在計程車客運服務業經營辦法內進行規範，所以有必要在公路法第56條第3項訂定有授權的條款，條款內不論有償無償，只要實際從事派遣與媒合都要納管，並做分級的管理，因此本研究建議在經營管理辦法第25條第2項增定如僅純粹技術業者，是不列入管理範疇，其他則仍必須納入管理。 3. 針對國外採用訂定專法(包含美國、大陸及新加坡)，因行政機關工作會議討論過程要求就現	敬悉	同意研究單位處理意見。

有法規作處理，因此本計畫暫不傾向設立專法，但對未來其他運輸業來說，有設專法的可能。 4. 司機條件是否放寬部分，目前計程車駕駛須有犯罪前科考核，因本計畫以合法計程車為研究範圍，其必須領有執業登記證。另外國人具有臺灣身分證明者則可以從事計程車司機工作。 5. 有關消費者保護議題併到計程車管理議題上綜合考量，所以沒有特別獨立列出消費者保護事項，本研究將調整現有架構，針對消費者保護方面加以整理。 6. 針對納管機制，目前主管機關認為新興形態必須納入管理，以符合法規要求，開放同時，必須配合管理機制，駕駛人車輛保險部分，只要是計程車就必須納保，無論其是何種營運型態，都要有保險以保護消費者權益。 7. 有關車隊媒合或車行個人車行契約關係不易釐清部分，近十年來司法實務機關做出判決均為侵權行為來讓車隊負雇傭人責任，並沒有以契約的作為請求權基礎請求賠償，也無消保法第7條的規定，至於契約裡債務履行輔助關係，車隊若有相關平台，即為車隊債務履行輔助人。 8. 期末報告第110-111頁及簡報中的派遣媒合與消費者保護圖示釐清責任歸屬，本計畫將針對消費者保護機制，檢視公路法、經營管理辦法及定型化契約，補充相關資料。 9. 有關定型化契約應記載不得計載事項，是否針對媒合和派遣使用同一套，本研究案針對新興型態增加「媒合」定義，修法草案會有所區別及訂定不同規範。 10. 公路法第56條第3項未受報酬部份，11月份工作會討論有建議直接修正公路法第2條第15款，則可刪除公路法第56條第3項未受報酬		
--	--	--

之規定。 11.針對責任排序問題，第一順位駕駛人為行為人，第二順位客運業者為雇主，第三順位計程車客運服務業負雇用人責任，至於有多少比例，我想是法官的權責。另有關消費者必須向誰求償，則可放入消費者宣導事項，告訴消費者可求償對象與權益。		
主席結論 1. 期末報告審查原則通過，請於12月22日(五)前提送修正後定稿報告書，並依據契約規定，辦理後續相關驗收作業。 2. 針對各委員及各機關代表之寶貴意見，請研究團隊列表整理並加以回應，俾做為報告書定稿修訂之依據。 3. 計程車客運服務業經營管理辦法、公路法及應記載不得記載事項等三部分之修法是重點；期末報告產出是支援後續修法之進行，爰整體架構應力求完整性，以顯示本研究報告成果。 4. 近十年來司法各判例，請研究團隊針對相關要件加以歸納整理。	1. 遵照辦理。 2. 遵照辦理。 3. 遵照辦理。 4. 遵照辦理，補充歸納整理近十年來司法判例相關要件。	同意研究單位處理意見。

附錄六 期末簡報



研究背景



工作項目與執行成果摘要(1)

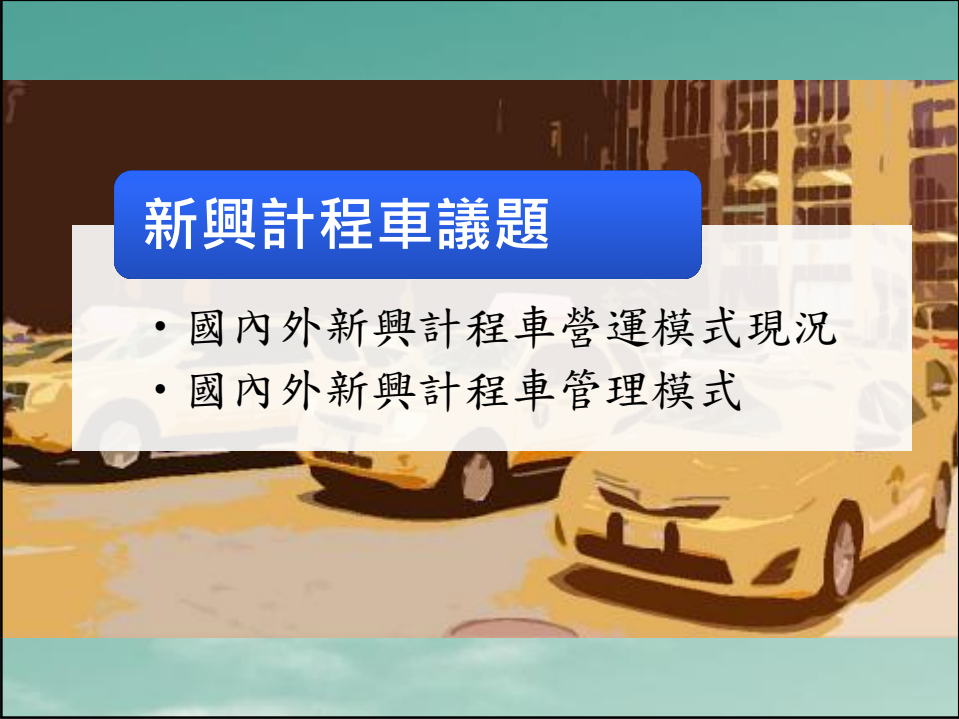
工作項目	執行成果
蒐集國外歐美、亞洲等先進國家主要城市計程車派遣及新興型態資訊服務之管理相關法規，並進行比較分析。	已彙整日本、美國、韓國、英國、新加坡、香港與我國新興型態之營運模式與管理現況，分析結果詳第二章
蒐集公路主管機關近年來相關座談會議資料、文獻回顧，以及進行產官學研訪談、座談或問卷方式，彙整重要課題與面臨挑戰。	已彙整相關資料，重要課題與面臨挑戰詳如第三章
蒐集近10年司法機關訴訟的相關實務判決案例，分析整理法官判決之司法見解，以及探討是否有調整行政法規之必要。	已彙整我國司法機關近10年相關判決，詳如4.2節與4.3節
研析由第三方提供運輸資訊服務，車隊與司機、司機與消費者、車隊與消費者、車隊與第三人等多方法律關係。	有關業者/司機與消費者間之多方法律關係詳4.1節
研析由第三方提供運輸資訊服務，以資訊平台直接媒合乘客與司機之營運模式中，平台與司機、司機與消費者、平台與消費者、平台與第三人等多方法律關係。	有關由第三方以資訊平台直接媒合乘客與司機之營運模式之法律關係。分析結果詳3.2與4.1節

工作項目與執行成果摘要(2)

工作項目	執行成果
研析由第三方提供運輸資訊服務之業者，在提供服務派遣、媒合或其他新型態的營運模式時，倘造成消費者損害時，提出能保障消費者之具體作法。	有關保障消費者之具體做法，已提出包括法規盤點修正與消費者乘車注意事項宣導等具體作法， 詳如第五章
由第三方提供運輸資訊服務業者，除計程車隊派遣營運模式已納入計程車客運服務業管理外，研析其他平台創新模式納管之必要性以及管理事項。	有關其他平台創新模式納管之必要性與其管理事項等建議，已提出初步建議並研擬法規修正草案， 詳如5.2節
比較分析傳統計程車隊、APP叫車服務與一般電子商務平台之運作特性，擬定第三方提供運輸資訊服務業者應盡管理責任事項。	針對第三方提供運輸資訊服務業者應盡管理事項，已草擬定型化契約應記載及不得記載事項， 詳如5.2節
進行深度訪談及召開至少3次座談會。	已完成 辦理3次座談會 ，討論研擬計程車客運服務業申請核准經營辦法與定型化契約應記載及不得記載事項相關法規調整草案
依據分析結果，研提法規修正草案、擬定相關說帖、推動方案與配套措施等事項。	研究團隊已盤點修正相關法規，並研提法規修正草案，並擬定相關推動方案與配套措施， 詳如第五章

計畫重要時程摘要

日期	內容	日期	內容
106/03/27	本計畫辦理議價簽約	106/08/30	第五次工作會議
106/04/17	第一次工作會議	106/09/15	第二次專家座談會
106/05/25	第二次工作會議	106/09/22	第六次工作會議
106/6月份	訪談大車隊、大都會	106/10/12	訪談呼叫小黃、派車王
106/06/16	第一次專家座談會	106/10/20	第三次專家座談會
106/06/30	第三次工作會議	106/11/07	提送期末報告書
106/07/21	提送期中報告書	106/11/14	第七次工作會議
	第四次工作會議		
106/08/09	期中審查會議		



新興計程車議題

- 國內外新興計程車營運模式現況
- 國內外新興計程車管理模式

趨勢、挑戰與政策

趨勢：從傳統派遣走向新興營運模式



挑戰：產業新創挑戰既有法規的框架



政策：開放或遏止、自治或管制

國內新興計程車營運現況

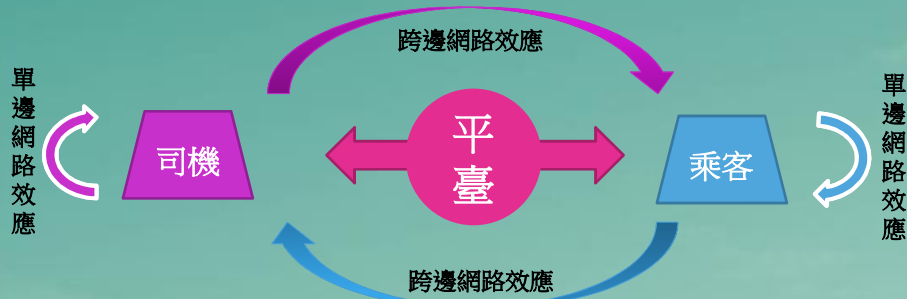
- 呼叫小黃 (findtaxi)
- TaxiGo
- HiTaxi (7-ELEVEN定點叫車)
- 173叫車 (七折計程車，享受173起省)
- ...
- 叫車軟體業者稱：「我們主要是做司機和乘客媒合，我們也沒有自己的車隊，所以登記資訊服務業。」



國外新興計程車營運現況

- 各國多半僅將APP叫車等新型態服務視為乘客選擇搭乘車輛的方式之一，將其納入原有計程車管理模式中：
 - 德國、日本、南韓、香港僅允許透過APP媒合既有合格車輛。
 - 消費者受既有法規，享有完整且充足的保障
 - 發生消費爭議時，日本平台業者並不與營業小客車業者負連帶賠償責任
- 部分國家則承認新興模式，透過修法納管：
 - 美國加州同意私人車輛加入營運，但須遵守相關規範。
 - 中國大陸透過法令新增，納管新興服務模式。
 - 新加坡於2015年9月通過「[第三方出租車預約服務提供法案]」，規定任何業者欲經營第三方出租車預約服務業務，就必須取得新加坡陸路交通局的註冊證書。
 - 透過新增法規如強制保險、訓練、刑事紀錄查核…等，強化消費者相關保障。

平台化與去中心化



「去中心化」(生產端透過網路找到終端客戶，傳統媒介的中間商，包括仲介商、代理商、零售商，價值萎縮)，激化各行各業服務與營運模式創新

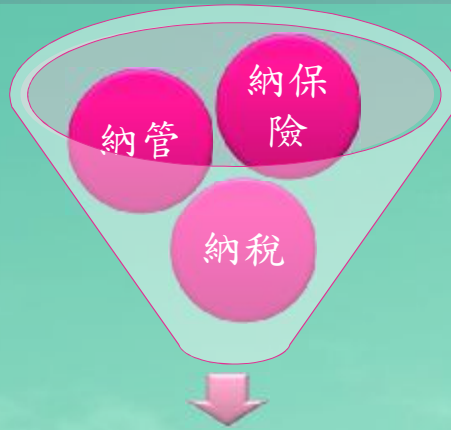
Vamos – 整合行銷
 Snapchat – 學術共同研究平台
 TransferWise – C2C換匯平台
 Airbnb – C2C租屋網
 Square – 行動支付商

EyeEm – C2C買賣特定時間、地點、行為的照片
 Trippiece – 旅遊規劃，號召同好，由旅行社代辦
 Snapdeal – 閃購模式的團購網
 Pinterest – 圖片社群剪貼簿
Uber – 高級租賃車服務

小結

- 利用數位資訊媒合服務之新興型態交易，屬於電子商務平台之一環
- 本研究之APP叫車媒合服務平台，應屬於網路平台服務提供者(Internet Platform Provider, IPP)
 - 從事營利行為有納稅問題
 - 向不特定的多數消費者提供有償服務，有消費者保護之公益問題
- 為確實維護消費者之安全與保障消費者之權益，多數國家都要求網際網路服務提供者 (Internet Service Provider, ISP) 加入保險制度，以確保消費者之損害賠償請求權。
 - 電子商務平台或APP叫車媒合服務平台與消費者之間，有民法上私人的權利義務關係；亦有基於公共利益的消費者保護問題，故兩者皆有受**公法上行政管制之必要**。

各方共識與政府政策



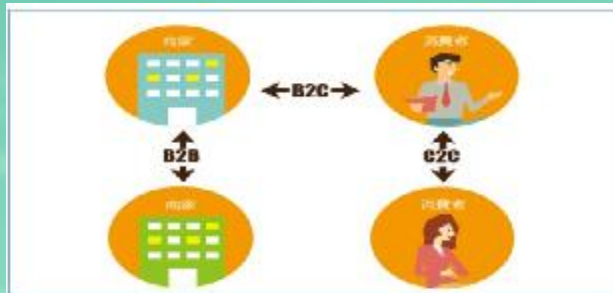
計程車涉及消費者保護等重大公益議題，仍有必要適度納管

新興模式消費者保護

- 新興模式與電子商務模式比較
- 消費者權益保障課題

新興計程車與電子商務交易模式

供需方類別/模式		需方	
		個人	企業
供方	個人	C2C模式	C2B模式
	企業	B2C模式	B2B模式



- 參考電子商務，將新興計程車營運模式分為三類
- 不同分類之經營者，其應負擔的責任與權利義務不同
- 納入法規修正參考

網路平台的服務爭議

- 網路平台爭議主要有二：A.網路平台是廣告或仲介服務？B.網路平台是否符合相對應之廣告或仲介？
 - 呼叫小黃等平台、App叫車業者，原則上即是以媒合司機與乘客為設立目的，契約成立後由司機提供運送服務，乘客則負給付車資予司機之義務。
 - 平台具有仲介服務及司機名冊兩個面向
 - 平台在准許司機加入時經過篩選。(仲介服務特性)
 - 平台提供司機姓名及車輛資訊供消費者選擇。(廣告特性)
- 作為委任契約當事人之媒合平台，雖屬無償，亦並非完全無責。
 - 仍應負有忠實義務，對於所提供資訊負有查核確保資訊無誤、資訊揭露之義務。
- 作為企業經營者，即使無償，仍有消費者保護法服務無過失責任之適用。

乘客險缺乏保障

- 責任險不一定可賠付
 - 消費者認為應是坐在公共運輸工具內都可獲得保障
 - 此案例凸顯消費者對乘客責任險的認知問題。
- 案件勝訴卻求償無門
 - 司機與交通公司多半無財產
 - 交通公司責任不等同老闆個人責任，即便家屬對司機和交通公司都告贏，「勝訴債權憑證」只是壁紙一張。



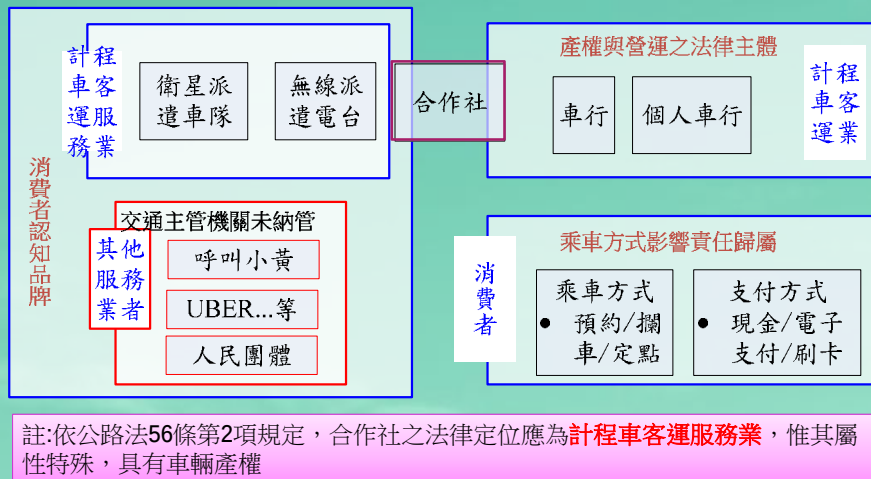
乘客品牌認知混淆

- 台灣大車隊、大都會車隊
 - 目前有**212**家計程車客運服務業
- 叫車通、呼叫小黃、UBER
- 一般團體(如Jerry車隊)
 - 消費者無法區分品牌差異
 - Jerry車隊僅為司機集結組織



類別	公司數 (家)	車數 (輛)	平均每輛車/家
計程車客運業	3,342	41,908	12.54
計程車運輸合作社	110	18,657	171.43
個人計程車	29,859	25,791	0.86
總計	33,321	86,556	2.60

消費者認知品牌與實際主體落差



近十年法院判決

- 法律判決考察
- 構思行政法規之調整

傳統營運模式對消費者保障差異

- 彙整近十年與計程車肇事有關損害賠償訴訟，消費者或第三人受有損害，除向司機請求損害賠償外，於同一訴訟中通常將計程車客運業者、計程車客運服務業者列為被告，要求業者負**民法第188條的僱用人責任**
 - 不同情況下，判決結果存在頗大歧異
 - 車行負僱用人責任
 - 合作社不負僱用人責任
 - 司機接受車隊派遣時，車隊是否負僱用人責任，肯定與否定判決則難分軒輊？

法院判決結果之小結(1)

- 目前法院判決對於計程車肇事後，除司機應負侵權行為責任之外，對於司機以「靠行」為營業模式，幾乎都受到最高法院對於靠行見解的影響與拘束，令**車行應負僱用人責任**
 - 計程車司機受僱於車行時，**車行與司機間屬於僱傭關係，實務上判斷亦無爭議。**
 - **車隊對計程車客運業者與司機，應否負民法第188條第1項之僱用人責任，實務上則具有重大爭議，法院判決甚為歧異。**

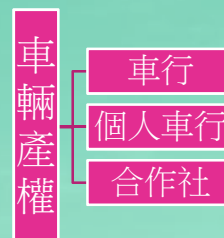
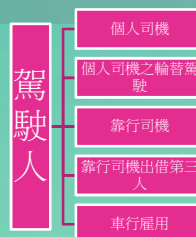
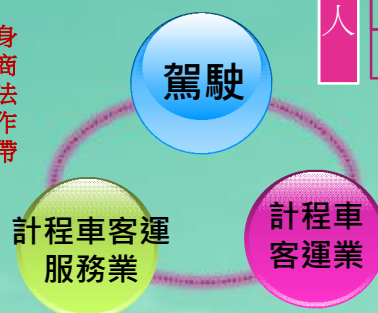
法院判決結果之小結(2)

- 以消費者保護觀點言，乘客透過計程車巡迴攬客搭車，或經由計程車客運服務業者叫車時，未必均能知悉司機究係以前述何種方式營運。
 - 不論以何種方式營運，**計程車車身**、車頂燈等處均應依主管機關發布之管理法規**標示車行名稱**(或車主姓名)**與車隊名稱**，車身部分處所亦夾雜廣告用語。
 - 除**車頂燈之標示**可使任何欲搭乘車輛之**消費者產生信賴**，欲自車身標示即可探知何者為計程車司機之僱用人，令其為司機之行為負連帶責任，論證基礎稍嫌薄弱。
 - 導致不少法院就計程車車身標示所屬車隊名稱與商標，認定僅屬依管理法令之規定，**不能以之作為認定僱用人應負連帶責任之基礎**。

現行計程車模式多方法律關係釐清

開放雙派遣、多派遣、多品牌？
問題仍在於**如何確保消費者對品牌認知？**

部分判決就計程車車身標示所屬車隊名稱與商標，認定僅屬依管理法令之規定，不能以之作為認定僱用人應負連帶責任之基礎。



註:依計程車客運服務業申請核准經營辦法第16條規定，【**同一車輛以委託一家經營派遣業務之計程車客運服務業為限**】

註:依公路法56條第2項規定，合作社應為計程車客運服務業，惟其屬性特殊，社員具有車輛產權

行政法規調整之思考方向(1)

- 消費者的選擇權與權益保障觀點
 - 本於契約自由原則持開放態度，對禁止司機加入二家以上之計程車客運服務業予以修法鬆綁？
- 車隊營運模式與經營業務方面
 - 網路運輸業之特性與商業模式與傳統提供派遣服務之衛星車隊不同，應考量將第三方資訊平台，比照美國成立網路運輸業(TNC)，或者承認其為資訊性運輸業（新興的服務業）作為司機與乘客的媒合平台，予以適度監管？
 - 計程車客運業屬於特許行業，以電子商務平台經營相關事業亦應依法取得行政許可？

行政法規調整之思考方向(2)

- 計程車監管與評價資訊應強制公開與告知
 - 實務上諸多爭議發生，係因司機品質及資訊不透明
 - 計程車的監管與評價資訊，應公開透明，並強制派遣業者或媒合業者，公開評價資訊。
- 資訊保護與利用處理及查詢
 - 於電子商務活動中收集的姓名、身份證件號碼、住址、電話、住居所、聯繫方式、位址資訊、信用卡資訊、交易記錄、支付記錄、快遞物流記錄等，只要能夠單獨或者與其他資訊結合識別特定使用者的資訊，除個人資料保護法規定外，應於行政法規或定型化契約再次宣示，以強化個人資料保護。

行政法規調整之思考方向(3)

- 車身標示方面
 - 雖有相關規範，仍有缺乏管理問題。如以車身外觀評價為僱用人，或許可考慮修改法令規定，使車行、車隊、司機負連帶責任。
- 契約範本與應記載不得記載事項之訂定
 - 法院引用範本與應記載及不得記載事項規定，作為判決依據或解釋法理，為強化消費者保護，應進一步訂定消費者與派遣業者或第三方資訊平台間定型化契約與應記載及不得記載事項規定，對消費者權益方有保障。
- 其他
 - 包含建立業者(計程車客運服務業、計程車客運業)及司機強制投保旅客責任保險機制，或者建立品保賠償基金，並檢討計程車費率開放改採動態費率彈性空間，由服務品質決定服務價格，同時修法鬆綁禁止司機加入二家以上之計程車客運服務業規定(媒合)，使消費者能在政府有效監管，有充分透明資訊可供選擇環境下，獲得安全保障。

消費者權益保障對策

- 相關法規盤點與草擬
- 消費者乘車注意事項宣導

消費者權益保障對策



註:有關保險制度的強化，交通部運輸研究所已於105年度委託完成「以責任保險角度探討汽車運輸業經營管理之研究」(計畫編號MOTC-IOT-105-MEB003)。故本計畫僅針對相關法規調整與消費者宣導加以補充說明

現況問題

- 未受報酬提供計程車資訊納管依據
- 旅客責任保險納管
 - 公路法未強制要求計程車客運業投保旅客責任保險責任釐清
 - 計程車客運服務業是否應負民法第188條第1項僱用人責任，法院判決見解分歧
 - 特定情形下是否視同服務提供者，與司機負連帶賠償責任？
 - 計程車客運服務業責任缺乏明文
 - 資訊提供者責任暨確認機制建立

法規修正(1)

- 公路法部分條文修正
- 增(修)訂條文內容
 - 未受報酬提供計程車載客資訊列管(增訂公路法第56條第3項)
 - 計程車客運服務業責任、資訊提供與確認機制、一定條件下課予計程車客運服務業與駕駛人負連帶賠償責任(增訂公路法第64條之1)
 - 計程車客運業、計程車客運服務業者，投保旅客責任保險規定(修訂公路法第65條第3項)

法規修正(2)

- 計程車客運服務業申請核准經營辦法
 - 資本額放寬
 - 媒合營業納管
 - 旅客責任保險
 - 車頂燈與車身標示
 - 強制資訊揭露
- 106/11/17交通部法規修正會議討論
 - **Uber Taxi**必須被納管？(計程車公工會意見)
 - **反對放寬委託一家派遣為限之規定**？(臺灣大車隊、大都會車隊業者意見)

用詞定義修正

- 以自己之名義提供消費者叫車服務之計程車派遣或媒合營運業者，皆為本辦法管理對象。
- 車輛派遣
 - 係指受計程車客運業者或駕駛人委託，以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，指派特定計程車前往載客之營運方式。（第2條第1項第1款）
- 車輛媒合
 - 除車輛派遣外，其他以自己之名義，利用網際網路平臺或其他媒介整合供需訊息，陳列合於消費者需求之相關資訊，供計程車駕駛人與消費者雙方自行議定服務之營運方式。（第2條第1項第2款）

修正說明

- 網際網路平臺或其他媒介提供計程車客運業、計程車客運服務業以自己之名義接收消費者提出之乘車需求，且未向駕駛人與乘客收取費用者，則不在本辦法規範範圍。（第25條第2項）
 - 提供網際網路平臺或其他媒介僅供計程車客運服務業者營運，未以自己之名義（顯示計程車客運服務業者名稱）提供消費者訂車服務，且未向駕駛人與乘客收取費用者，則不在本辦法規範範圍。
 - 若僅是駕駛人與消費者在同一網路社群群組內，消費者在群組內提出乘車需求，駕駛自由回應（如：Facebook、Line、Twitter、BBS留言板），亦不在本辦法規範範圍。

定型化契約之草擬

網路叫車服務業者定型化契約條款比較

項目/業者	Taxi 叫車 便	Uber	Taxi-Gio	呼叫小黃	台灣大車 隊	台灣大部 會
合約名稱	APP 隱私 政策	UBER 條 款和條件	TaxiGlo 使 用者條款	呼叫小黃 使用者投 訴合約登 隱私權條 款	台灣大車 隊即時叫 車使用條 款	使用者隱 私聲明
企業名稱	中華電信 股份有限 公司企業 客戶分公 司(委託中 華電信研	Uber B.V. 在荷蘭成 立的私人 有限責任 公司	紐士塞德 網科技股 份有限公 司	頑皮工坊 有限公司	台灣大車 隊股份有 限公司	大都會車 隊股份有 限公司

現有業者提供契約條款問題

- 相關限制(軟體授權及使用限制)
- 業者責任排除
 - 未告知行動網路數據資費等衍生支出由消費者負擔
 - 司機、乘客、網路供應商造成損害賠償責任之排除
- 未確認司機資訊正確性及履行運送能力
 - 無查核機制且不擔保資料正確性
 - 對於駕駛人服務情形，不負擔任何擔保或保證責任
- 個資保護
- 準據法及仲裁地
 - 以外國法律為準據法，若強制調解仲裁，地點在外國

派遣媒合與消費者保護

(事前)



派遣媒合與消費者保護

(事後)



消費者注意事項之宣導

- 品牌認知之確認
 - 宣導教育消費者，計程車真正的法律主體為交通公司或計程車合作社，避免乘客因搭乘到不合法的白牌車所肇生的權益損害
- 加強多元宣導
 - 整合交通部與內政部資源，運用電子網路、傳播媒體平面文宣等多元化傳播方式，諸如報紙、雜誌媒體電視廣播交通等管道進行宣導
 - 請地方政府配合推動於轄區進行社區傳播
 - 加強長者族群之宣導，設計相關教材與課程
 - 辦理公聽會、說明會或增修、編印消費者保護教材...等。

宣導方式-範例

主管機關建置評鑑平臺，取得民眾實際搭車滿意，並達成宣導目的

車內椅背/車身放置評鑑平台的QR-code，民眾可以透過手機APP掃描後登入進行評分

評分畫面指出現駕駛相片及姓名，以及評分欄，若乘客未給予駕駛滿分，則再詢問哪些原因使乘客不滿意。



地方政府可配合計程車評鑑活動，採抽獎方式擴大民眾參與，除可實際取得民眾滿意度，亦可透過該活動，讓乘客知道何謂合格的計程車服務。(掃描合格的駕駛QR-code才有評鑑與抽獎資格)

結論(1)

- 國外先進國家資料，多利用數位資訊實施駕駛人與消費者雙方評鑑，消費者於事前得知相關訊息，減少消費糾紛。
- 電子商務平台或APP叫車媒合服務平台與消費者之間，不僅有民法上私人的權利義務關係；亦有基於公共利益的消費者保護問題，故兩者皆有受公法上行政管制之必要。
- 派遣屬於仲介或是媒合，仍有爭議，目前多半由司法機關依據個案事實進行判定。

結論(2)

- 新興計程車營運模式的納管機制與消費者保護，可從保險制度之強化、因應新興營運模式之法規調整與宣導消費者乘車注意事項等三方面加以因應。
- 為改善消費者安全乘車環境及提升消費者權益保障，本計畫研提：(1)建構資訊透明公開的乘車環境；(2)資訊蒐集、利用與處理及查詢；(3)消費者的選擇權與權益保障；(4)車隊營運模式與經營業務方面；(5)車身標示方面；(6)應記載及不得記載事項之訂定；(7)代償與追償的制度還需要釐清；(8)旅客責任保險之訂定等措施，並檢討現行相關法規，期盼可有效對業者、從業人員與消費者保護產生正面影響。

結論(3)

- 新興營運模式的發展，對法律的解釋與適用、**行政管制與自由競爭、傳統產業保護與鼓勵產業創新**各方面造成衝擊，也形成是否納管、管制程度取捨與法規能否因應變革諸問題，宜盡速研擬妥為因應，方能保障消費者權益。

建議(1)

- 叫車軟體若提供**金流服務**，應符合**支付卡產業資料安全標準 (PCI DSS)** 認證，以確保現金流過程不會被盜取資料的資訊安全
- **警政APP應用**系統有提供轄內車行代叫計程車服務，可下載利用。
 - 就主管部門要求平台業者提供正確資訊方面，建議進一步**提供車輛、司機和保險資訊等API**給相關業者查詢。
 - 開發乘客搭乘計程車**APP**，讓消費者可以自行檢核車輛與司機資格、評價及**GPS**行駛軌跡紀錄...等。

建議(2)

- 目前計程車事故發生，往往造成車外第三人死傷，**強制險理賠額度不足，保障範圍小**，被害人不能接受，造成難以和解。
 - 然駕駛若欲自行加保相關的第三人責任險降低風險，其保費極高，恐非一般計程車業者足以負擔。
 - 建議可朝**調整相關保險額度**方向與考慮納入以信託基金取代責任保險等兩個層面努力
- 計程車客運業中，可思考如何**引進類似汽車強制險的代位求償制度**，提高消費者保。障

