

勞動部職業安全衛生署110年7月廉政月刊

壹、廉政法令與訊息

「政府與企業雙贏的有感施政」—破除圖利與便民迷思

為了破除圖利與便民迷思，進而讓公務人員勇於任事，守法守紀安心便民；同時回應總統府秦國策顧問嘉鴻(中華民國工業區廠商聯合總會前理事長)於108年間多次對於政府應引導公務員勇於任事、提升行政效能，以及促進產業發展等面向提出之國是建言，法務部及法務部廉政署自108年6月至110年1月間協同經濟部、科技部、臺北市、新北市、桃園市、臺南市及高雄市政府等中央及地方主管機關，於全台辦理9大場次「促進產業發展提升行政效能—破除圖利與便民迷思」廠商交流座談系列活動。

此次的系列活動參與人數，包含公部門代表計1,142人、廠商代表計1,331人，合計2,473人。透過跨部會、跨縣市的合作及全國專案性宣導，不僅讓產業界體會政府為建構完善投資環境所作的努力外，獲各地方政府首長支持，更獲得公私部門代表熱烈響應，不僅讓產業與政府的連結更加緊密，也傳達政府行政透明與簡政便民的理念及企業誠信經營的重要性。

為擴大上述系列活動效益，並感謝秦國策顧問親自出席各場次之交流活動，法務部特別於110年4月21日記者茶敘中，以「政府與企業雙贏的有感施政~破除圖利與便民迷思」為主題，播放此次的系列活動成果專輯影片；並特別邀請秦國策顧問親臨現場分享心得，讓現場出席的記者們充分感受到公部門積極展現提升效能及便民化措施，以及政風人員擔任溝通橋樑，促成公私協力建構政府廉能透明環境所做的努力。

蔡清祥部長特別在活動中，致贈這次廠商交流系列活動紀錄影片予秦國策顧問，除了再次表達感謝之意，更向國人展現持續致力公私部門交流，推

廣企業誠信之決心。未來，也將持續與中央機關與地方政府合作，持續倡導簡政便民措施，讓公務員勇於做事，提升行政效能，達成全民有感、接地氣的施政目標，促進產業發展及政府與企業合作協力的雙贏。

貳、其他事項

一. 廉政倫理事件登錄案例分享-請託關說

110年○月○日，檢查員甲前往某事業單位實施申訴檢查及一般安全衛生檢查時，於檢查過程中民意代表乙親赴現場，對於勞動檢查情形及後續事業單位改善方式表達關心，甲當場向民意代表乙及事業單位負責人丙充分說明勞動檢查程序、事實認定及可能涉及職業安全衛生法令，是否涉及裁罰事宜將依法規規定辦理，同仁除以通訊軟體立即回報所屬長官知悉外，並主動將本案回應及處理情形辦理廉政倫理事件登錄。

為確保民眾對本署公正執行勞動檢查職務之信賴，避免受外界質疑，依據公務員廉政倫理規範，本署同仁如遇有請託關說時，應於三日內簽陳長官及知會本署政風室辦理登錄，以確保本署依法行政。

二. 鑑識 & 資安-1

◎本文摘錄自清流雙月刊

(一) 鑑識—判斷真假的代名詞

鑑識這字眼，直接聯想，就是追查新聞事件裡犯罪的軌跡。在臺灣擁有槍枝，甚至使用槍枝犯罪，那可是不得了的事件啊！從推敲的瞬間開始，就需要「鑑識」，因為由現場所遺留的子彈，可以推測槍枝種類，並進一步獲得彈道落點曲線等數據，抽絲剝繭地還原現場。是呀，這就是「鑑識」給人的印象—專業、判斷真假、還原事實。

(二) 訊息傳遞，「鑑識」需派上用場

然在這資訊時代裡，鑑識再也不單純 只是專業形象而已，在人手一機，所有訊息都通聯的情況下，不經意間就會有各式的互動。訊息的傳遞怎會跟「鑑識」有關係呢？這可是有趣的事呢。還記得我們在前二期中提到的網路嗎？現在的資訊網路無遠弗屆，人們也是人手一機，隨時隨地在滑手機。透過手機，隨時上網找資料，應付工作需求或作為報告參考依據；也經常在手機操作網路下單、交易買賣，手機網路的便利，使我們不經意成為訊息、資料的傳送者，亦或是接收者。當身為傳送者（主動角色），即是將所知道、擁有、經手的訊息，主動經由網路，在各個時間（anytime）傳遞到各個可到達的人（anyone）與地方（anywhere）。

主動者還有可能誤觸網路裡設下的圈套陷阱，您經常聽到的「網路釣魚」就是如此。設陷者用各式盲點，針對人眼對文字、圖像辨識模糊與好奇，例如“ICCL”與“iccl”，您有無看到前者的“I”是後者的“l”呢？讓您不經意進入異想新鮮的世界，自以為「樂透了」、「中獎了」而喜不自勝，事實上，卻是逐步陷入迷網，被反導入非法惡意程式、病毒，進入主動者的手機（或工作、作業的電腦平臺）反遭監控、破壞與洩漏主動者的個資資訊。這種情況便落入俗話俚語所說的「公親變事主」，無端惹出麻煩來了呢。而當主動者反倒成了被攻擊的受害者時，「鑑識」隨即派上用場，在資訊流、資料流、時間流、啥「關連流」裡，能逐次釐清因果關係，尋出真假異同，那即是鑑識觀念在主動端的重要並立見真章。

在這個互動頻繁的網路世界裡，主動者當然也會變身為被動的接收者角色。在被動者方面，一般會接收到 3 種型態的訊息，一則是文字訊息，二則是多媒體性訊息，三則是程式碼訊息。就網路資訊傳播發展早期，這 3 種型態裡，最令人畏懼的是第三種「程式碼」訊息，避之唯恐不及呀。

(三)病毒程式發明者

程式碼訊息型態病毒來源可回溯自 1960 年代，由美國電話電報公司 (AT&T) 貝爾實驗室裡的幾個年輕小伙子所設計出來。原先動機只是好玩，設計出會覆蓋或破壞對方玩家電腦記憶體的程序，由於病毒 (遊戲) 程序的原始碼很小，使得此程序極容易被複製，而具有高存活率，也會攻擊與破壞另外的病毒 (遊戲) 程序，這就是程序設計者與玩家認定的最有趣之處——在相互攻防裡，取得最終的勝利，換言之，就是把對方程序 (遊戲) 完全消滅，讓「病毒」成功入侵系統。1986 年，巴基斯坦人製造出 Brain 病毒程序，讓全世界注意到病毒程序會影響到電腦的正常運作。臺灣在 1999 年也不遑多讓，有一聞名世界的 CIH 病毒，即由臺灣年輕人所設計，讓當時亞洲災情極為慘烈。這些程式碼訊息隨著時空科技的演進快速翻倍進展，早已集結各家「精華」、各路「險招」、行極「冰寒」於一身。從古早的遊戲病毒(virus)源起，進化成木馬程序 (Trojan Horse)，網蟲 (worm)、攻擊程序 (attack programming)，讓資安世代網民經常誤陷泥沼。

三. 一頁式廣告網購發生爭議，貨運、超商可協助退款

◎摘自消費者保護處

國內嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情持續緊繃，帶動宅經濟熱潮，也使一頁式廣告貨到付款爭議遽增。為確保消費者權益，行政院消費者保護處(下稱行政院消保處)及相關機關已協調貨運及超商業者建立貨到付款爭議協處機制，消費者收到境外爭議包裹無法聯繫賣家或託運人，或遭置之不理時，可尋求代收貨款之貨運或超商業者提供直接退貨退款或相關協助。

行政院消保處表示，近來受疫情影響，網購需求大增，社群或入口網站上之一頁式廣告可說有增無減，甚至疑似有不肖業者搭上防疫熱潮，以誇大不實廣告，銷售號稱國外進口指夾脈搏血氧機、防護面罩、防護服及國產口罩等產品，吸引消費者購買。一旦消費者發現商品不符或明顯瑕疵欲退貨，業者卻電話不通、已讀不回或消極拖延，類似爭議屢見不鮮。經統計，自本(110)年5月19日全國疫情警戒提升至第三級起至6月6日止，各縣市政府受理一頁式廣告相關消費爭議申訴達201件。

有鑒於一頁式廣告多屬跨境包裹，賣家位處境外，加上其國內代理人良莠不齊，往往退款不易。為確保消費者權益，去(109)年間行政院消保處及相關機關已促請各貨運業者應依規定落實於包裹上提供託運人(即國內代理人)資訊，供消費者識別；此外，更協調貨運及超商業者強化貨到付款爭議協處機制並充分揭露，業者均善盡企業責任配合辦理，其中就規模較大之業者作法略述如下：

(一) 貨運業部分：

1. 新竹物流、統一速達：收貨7天內可直接退貨退款，超過則轉知託運人處理。
2. 台灣宅配通：未訂購者，收貨3日內可協助轉知託運人處理；如7日內未獲回復，則逕行退款。2. 有訂購，但內容不一致者，則轉知託運人處理。

(二) 超商部分：統一超商(0800-008711)、全家超商(03-2550119)提供客服專線，由專人受理立案後，轉知託運人處理。

最後，行政院消保處提醒消費者：

(一) 一頁式廣告吸客手法，不外乎：強調貨到付款、售價明顯低於市場行情、標榜7天鑑賞期、限時限量促銷，且未提供實體聯絡電話及

地址等（詳附圖）。消費者在購物前要特別留意，且盡量不要透過社群網站購物，避免上當。

(二)如已付款取貨，儘速拆封驗貨。若商品不符或瑕疵，可聯絡託運單上之託運人要求退貨退款；如無法取得聯繫或其態度消極，可儘速向貨運或超商業者反映，請其協助處理退貨退款。

(三)如仍無法解決消費爭議，可上行政院消費者保護會網站 (<https://cpc.ey.gov.tw>) 進行線上申訴，以維護權益。

四. 保防宣導

◎摘自全國保防教育推行委員會



五. 公務機密維護宣導

◎摘自公平交易委員會政風室

