

傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制之調適與優化*

陳一銘**、曾筱棋***、謝明展****、張靖慈*****

壹、前言

多層次傳銷產業在我國發展已久，其經濟規模與參與人數皆日益擴大¹，惟所衍生之民事糾紛，亦時有所見。前於西元（下同）2019 年間，為推動產業自律並促進產業發展，公平交易委員會（下稱公平會）修正多層次傳銷保護機構設立及管理辦法第 3 條第 8 款之規定，明確賦予財團法人多層次傳銷保護基金會（下稱傳保會）有「輔導」及「評鑑」傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制之職責。

為實踐上開職責，傳保會陸續頒布「傳保會多層次傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制輔導作業要點」及「傳保會多層次傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制評鑑作業要點」，並已對 189 家傳銷事業完成輔導，其中，並有 20 家傳銷事業通過評鑑，已有一定成績，值得各界肯定。然對照公平會統計（即截至 2024 年底全國傳銷事業數量已達 388 家）²，即可知仍有超過半數之傳銷事業尚未參與輔導，更遑論通過/不通過評鑑，且就比例來說，在完成輔導之傳銷事業中，相當於僅 10 %傳銷事業通過評鑑。可見所謂產業自律乃至於事業內部紛爭處理機制的落實，仍有一起努力之空間。

為此，本文擬進一步針對：為何傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制無法有效推行並實施？有無及提出何等之解決方案？等問題進行深入研究，分析我國實務現況（詳本文第貳、參章），並再對此提出解決方案（詳本文第肆章），期能協助有需要/或對現實成本有所考量之傳銷事業，能順利引入紛爭處理機制之規章。

貳、從外部視角觀察紛爭解決機制之實務現況

本文第貳章擬先從外部觀點，探討我國傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制的

* 本文摘錄自財團法人多層次傳銷保護基金會 2025 年委託研究報告。

** 萬國法律事務所合夥律師。

*** 萬國法律事務所資深律師。

**** 萬國法律事務所律師。

***** 萬國法律事務所律師。

¹ 根據公平會對外公布之多層次傳銷事業報備家數統計資料，截至 2024 年底，全國傳銷事業數量已達 388 家。可參照公平會，多層次傳銷事業報備統計，<https://www.ftc.gov.tw/upload/1947a0e5-fa96-4d11-b576-5cc32b19e96b.pdf>（最後瀏覽日：2025/07/23）。此外，依照公平會最新公告之調查結果，多層次傳銷產業之營業規模已達新臺幣 1083 億餘元（相較去年度增加 2.75%），傳銷商人數超過 360 萬人（相較去年度增加 22 萬餘人）。可參照公平會，中華民國 112 年多層次傳銷事業經營發展狀況調查結果報告，頁 6、14，2024 年 8 月，<https://www.ftc.gov.tw/upload/f554dbcb-ef2c-4a4f-9bfe-762920f14a7d.pdf>（最後瀏覽日：2025/07/23）。

² 同前註，公平會，中華民國 112 年多層次傳銷事業經營發展狀況調查結果報告，頁 6。

實務現況。具體來說，本文將針對已設有內部紛爭處理機制之傳銷事業，蒐集他們³已公開揭露之營運規章、事業手冊等制度性文件，並逐條分析其中涉及紛爭爭議處理及內部溝通機制等相關規定，並參照已通過傳保會評鑑之傳銷事業內部紛爭處理機制資料⁴，例如考核規則、違規案件作業要點、政策等，並參考「多層次傳銷事業與傳銷商間之紛爭處理機制自我評鑑報告」之分析項目，藉此，(1)歸納出紛爭處理機制之常見規範項目（例如：專責單位或申訴管道設置、當事人陳述意見之機會等）；接著(2)再橫向比較各傳銷事業內部紛爭處理機制之異同。

一、紛爭處理機制之常見規範項目

（一）適用範圍

適用範圍指各傳銷事業之內部紛爭處理機制所涵蓋的適用對象與紛爭類型。明確訂立適用範圍，有助於傳銷商理解內部紛爭處理機制可處理的紛爭類型，增加機制的使用機會。

（二）申訴管道之告知

包括申訴方式（書面、網路或電話）、申訴窗口及相關聯絡資訊之揭露是否明確。作為紛爭解決的開端，如有明確的申訴管道資訊，對當事人至關重要，可由傳銷事業依照公司需求，決定開放何種方式予傳銷商申訴。

（三）調查與處分之專責單位

指傳銷事業是否成立專門的紛爭處理小組，負責統一調查與處理爭議。目的係為確保調查決定之公正性與可信度，且透過設置專責單位有助於提高處理效率和專業性。此不限於專職、常設單位，可由傳銷事業依其需求與人力資源彈性決定該如何設置調查與處分之單位。

（四）申訴者權益保障

指傳銷事業是否對申訴者有相關權益保障措施，如個人資料之保護、不因申訴而被報復（吹哨者保護條款）等規定。換言之，設置相關權益保障之規定，可避免申訴者因懼怕遭公司或被申訴人報復，而不願提起申訴之窘境。

（五）提供當事人陳述意見之機會（含合理回覆期間）

此涉及申訴提出後，雙方當事人是否有充足機會陳述意見、提供證據及回應。合理的回覆期間能確保當事人有足夠時間準備資料、備齊相關證據，

³ 本文以下將以英文代號指涉各傳銷事業。

⁴ 此部分之文件多屬各事業公開於網路上之事業手冊等規定。

並提供予內部紛爭處理單位調查，同時避免紛爭處理延宕。

（六）對違規事件判斷之證據要求

指在調查過程中是否明確要求雙方提供具體證據與事實佐證，確保違規判斷有充分依據。而明確的證據要求是確保判斷公正性的重要環節。

（七）決議期限

指從申訴受理到決議處分的時長，為避免案件懸而未決，可能影響當事人於事後提起訴訟之請求權時效。訂定決議期限之規定得促使內部紛爭處理單位有效率地處理紛爭。

（八）違規通知書中相關事實與條文之檢具

決議通知書附上違規事實摘要與依據條文，將使決議具公正性與說服力，並讓當事人理解其遭處分或未遭處分的原因。且通知書內容的完整性可能影響當事人對決策的理解和接受度，而詳實記載相關事實認定與規定適用依據之通知書較能使當事人信服。

（九）是否設有上訴機制

指當事人若對原處分不服，內部紛爭處理機制明確規定上訴程序與上訴期限，供當事人再行爭執。上訴機制係為不服原決議的當事人提供救濟途徑，有助於提升制度的公正性，惟此並非一必要設置，通常各傳銷事業是依照人力、資源之配置決定是否設置上訴制度。

（十）上訴方式及流程

指關於上訴之提出方式，例如：須於 10 日內以書面提交公司；以及提出上訴須具備之格式、陳述意見之內容、上訴處分單位將於收到上訴後一定期間內作成決定、告知對於上訴決定不服之救濟途徑等。

（十一）上訴審理單位

指負責審理上訴案件並做出決定之單位或部門，可能採首長或委員會制，通常應有別於原處理申訴單位、甚或更高決策單位，以便公正地判斷原處分是否恰當、當事人之上訴是否有理由。

（十二）相關文件之保存期限規範

指調查報告、處分決議及相關證據資料的保存期限，明確的保存期限有助於未來爭議的追溯與法律程序的進行。

（十三）其他紛爭解決機制之告知

指在處分通知或申訴程序中是否告知傳銷商可依法律規定向外部機構（如傳保會、直銷協會、消費者保護機構、法院等）尋求救濟的途徑。告知外部救濟途徑能保障傳銷商的權益，使其了解內部機制並非唯一的解決途徑。

二、各傳銷事業之紛爭處理機制之橫向比較分析

（一）適用範圍

各傳銷事業都有對其內部紛爭處理或違規處分規定之適用範圍進行規範，僅規定的明確和詳細程度有所不同，例如，有傳銷事業即僅規定適用對象主要針對「經銷商」之間的糾紛及「經銷商」違反協議的情況⁵；有傳銷事業則規定，爭議處理之適用範圍涵蓋「經銷商間之爭議」以及「經銷商與本公司之間的爭議」⁶。

（二）申訴管道之告知

多數傳銷傳銷事業都有明定申訴管道，惟各傳銷事業提供之管道不一而足，如有傳銷事業規定傳銷商需具名填寫「傳銷商申訴書」並檢附相關證據，於親自簽名後以紙本郵寄至公司地址或掃描後寄至專責申訴信箱⁷；亦有傳銷事業規定可由電子郵件或電話向公司檢舉⁸；其他傳銷事業則規定得以書面方式寄至電郵信箱或地址，向公司經理提交檢舉報告或相關證據⁹。

（三）調查與處分之專責單位

部分傳銷事業設有負責調查與處分相關事件的專責單位或部門，如有傳銷事業即設有爭議仲裁委員會，由公司資深管理階層中，所選出數位具資格之個人所組成¹⁰。另有傳銷事業設置經銷商紛爭處理小組，由紛爭當區之區

⁵ 詳 JS 公司之營運規章第○章規定：「經銷商糾紛：當經銷商投訴其他經銷商之作法或行為對於自己之經銷權有影響時，該經銷商應嘗試與其他經銷商解決雙方間之糾紛。若該事項涉及其他經銷商違反協議，欲投訴之經銷商必須以書面形式通過電子郵件或可供驗證之郵件向公司法務規範部門報告。」。

⁶ 詳 JM 公司之事業手冊第○章規定：「（一）經銷商間之爭議、（二）經銷商與本公司之間的爭議、（三）違反『合約』」。

⁷ 詳 DS 公司之營運事業手冊附錄○第○條第○項之規定。

⁸ 詳 CM 公司之經營手冊第○條規定：「傳銷商遇自身權益受損或可能受到侵害時，可向公司提交檢舉報告或相關證據。電郵信箱：XXXXX@XXX.XXX 電話：00-0000000」。

⁹ 詳 SB 公司之營業守則第○條規定：「如您得知在傳銷市場上有關部分，有違法或違規事件發生，並致您權利受到侵害，請以書面方式寄至電郵信箱 XXXXX@XXX.XXX，或地址向公司董事長室○○○經理提交檢舉報告或相關證據。」。

¹⁰ 詳 WW 公司之爭議暨申訴處理辦法第○條規定：「爭議仲裁委員會：委員會成員係自本公司資

經理，業務處經理、法務部門所組成，除了負責紛爭處理會議召開、討論，亦包含紛爭事故監控、異常處理與預防、紛爭處理之教育訓練、資源協調與流程改善等¹¹。其他傳銷事業則設有傳銷商爭議處理小組，爭議處理小組成員至少兩人，由公司客戶服務部及其他部門之成員組成。且設有利益迴避之規定：爭議處理小組成員，如為檢舉人、相關傳銷商之配偶或二親等以內之血親，且有偏頗之處時，應自行迴避¹²。

（四）申訴者權益保障

申訴者權益保障主要可分為個人資料之保護與避免遭公司或被申訴人報復（吹哨者條款）。就個人資料保護部分，有傳銷事業規定原則上均保護當事人個人隱私資料，但若有必要揭露時，將揭露與違規事實有直接關聯部分¹³；有傳銷事業則進一步規定在有揭露隱私之必要時，除僅能揭露與違規事實有直接關聯之部分，更會將該揭露部分去識別化¹⁴。惟吹哨者條款則無傳銷傳銷事業有相關規範。

（五）提供當事人陳述意見之機會

各家傳銷事業皆以不同的方式提供當事人陳述意見之機會，無論是透過書面答覆、提出申訴、參與面談或提供證據等方式。如有傳銷事業規定可發函予經銷商告知其違規情節。經銷商得以書面方式進行答辯、提供證據資料或澄清說明任何必要之資訊¹⁵。有傳銷事業則規定直銷商得於下列情事發生後 7 個營業日內，遞交書面、來電或 email 方式陳述意見¹⁶；另有傳銷事業規定：公司於處分傳銷事業商之前，會賦予傳銷事業商當事人陳述意見之機會，當事人必需於收文後 20 天內說明理由，陳述相關意見，並舉證相關資料，或當面約談（所衍生的費用由申訴人等自理），向公司書面回覆，以利調查釐清事實¹⁷。

深管理階層中，所選出數位具資格之個人所組成。委員會成員之組合得隨時變動，但不得少於三人。」。

¹¹ 詳 CY 公司之經銷商紛爭處理辦法第○條規定：「配置專責人員部分：本公司成立『經銷商紛爭處理小組』，由紛爭當區之區經理、業務處經理、法務部門所組成，本公司法務為『經銷商紛爭處理小組』執行秘書。」及第○條規定：「配置相當資源部分：為加強紛爭處理專責人員處理經銷商紛爭專業知識，本公司得不定期舉辦紛爭處理教育訓練、資源協調與流程改善，專責人員並應參加直銷協會商德約法委員會所舉辦之相關課程。」。

¹² 詳 NF 公司之事業手冊第○條第○項之規定。

¹³ 詳 CM 公司之經營手冊第○條第○項之規定。

¹⁴ 詳 SN 公司之申訴暨紛爭處置辦法第○條第○項之規定。

¹⁵ 詳 LF 公司之事業手冊第○條之規定。

¹⁶ 詳 WW 公司之爭議暨申訴處理辦法第○條第○項之規定。

¹⁷ 詳 SD 公司之商德傳銷事業商紛爭處理申訴及再申訴作業程序第○條第○項之規定。

（六）對違規事件判斷之證據要求

在「對違規事件判斷之證據要求」事項中，較少傳銷事業對此有特別規範，惟有一傳銷事業規定：爭議處理小組調查違規事件時，應依證據認定違規事實，至少需有一項人證、書證或物證作為認定依據。爭議處理小組調查書證、物證時應經查核確認；調查人證時，應由調查單位以親自面對面、視訊會議或電話訪談方式進行並作成書面紀錄。書證、物證或人證間如有衝突或矛盾時，應由調查單位依經驗及論理法則判斷¹⁸。且另一傳銷事業亦在處理經銷商涉嫌違反約定時規範，經銷商在被告知違規情節後，得以書面方式進行答辯並提供證據資料。其中特別強調，經銷商所提供之物證須可具體佐證案件事實，而提出之人證須可配合調查或出席約談。公司後續的審議階段也會斟酌研判一切由經銷商所提供、公司調查所得，或其他第三方提出的各種資料或資訊，並應依證據、經驗法則、論理法則為之¹⁹。

（七）決議期限

對爭議處理設有決議期限者，大多設定 90 天之期限²⁰。其中有傳銷事業規定，一般檢舉／申訴案件處理時間為 90 天，若因案件特殊性等因素，得延長 60 天。再議申請案件處理時間為 90 天，必要時得延長 30 天。較具案件處理彈性²¹。

（八）違規通知書中相關事實與條文之檢具

多數傳銷事業皆有規定在違規通知書中應檢具相關事實與條文。例如，有傳銷事業之處分申訴裁定書會載明違規事實與違規條文²²；亦有傳銷事業規定：處理完畢後，應將附具違規事實、違規條文與處分理由之結果做成書面或電子紀錄，並以正式文書方式通知必要之相關人士²³。其他傳銷事業則有「對於當事人的處分，應依程序簽核做成書面送達當事人，處分應敘明違

¹⁸ 詳 NF 公司之事業手冊第○條第○項之規定。

¹⁹ 詳 LF 公司之事業手冊第○條但書規定：「①經銷商所提供之物證須可具體佐證案件事實。②經銷商所提出之人證須可配合調查或出席約談。③在任何情況下，經銷商提供之證據資料、澄清說明或任何資訊，均不得違反中華民國有效施行之法律。」及第○條之規定：「審議階段，LF 公司將斟酌研判一切由經銷商所提供、LF 公司調查所得，或其他第三方所提出之各種資料或資訊，並應依證據、經驗法則、論理法則為之。前述斟酌研判之範圍與標的，包括但不限於：各類文書、證物、電磁紀錄、證人或第三人陳述...等等。」。

²⁰ 詳 CM 公司之經營手冊第○條第○項第○款之規定、SB 公司之傳銷商營業守則第○條第○項規定、CY 公司之經銷商紛爭處理辦法第○條規定...等。

²¹ 詳 DS 公司之營運事業手冊附錄○第○條第○項第○款之規定。

²² 詳 SD 公司之商德傳銷事業商紛爭處理 申訴及再申訴作業程序第○條規定：「【申訴裁定書，處分違規事由】：當事人傳銷事業商被處分，有關的違規事由，會在保護當事人個人隱私資料下，充分載明具體實證，並列於處分申訴裁定書（附件○）上附具體理由，且載明當事人違規條款規定，詳如下列第○條相關規定辦理。」。

²³ 詳 SN 公司之申訴暨紛爭處置辦法第○條第○項之規定。

反政策聲明之事實、處分理由、處分結果、以及不服處分時的申訴途徑。」之規範²⁴。

（九）是否設有上訴機制

經檢索相關規章後，本文發現僅部分傳銷事業設有上訴機制。且縱有設置上訴之機制，其規範密度亦有差異。例如，有傳銷事業僅單純規定，若傳銷商公司所做成之書面決定及措施不服，可於該書面通知所載日期起算 10 個工作日內以書面向公司提起上訴²⁵。但就上訴機制規範較為具體之傳銷事業，則對於上訴之處分單位、上訴方式及流程等均有規定（詳下述）。

（十）上訴方式及流程

各傳銷事業針對上訴方式之規範密度不一。例如有傳銷事業雖有上訴之規定，惟其規範較為簡要，並無明確上訴應如何進行之規定。²⁶有傳銷事業則規定當事人可以在決定信函上所載日期的 10 個工作日內，遞交書面上訴給公司；且當公司作出最終決定後，將會寄發書面通知給當事人。若當事人對公司的決定仍有異議，可在上訴決定信函之日起 60 天內要求調解²⁷。

（十一）上訴審理單位

有設置上訴審理單位之傳銷事業並不多，例如，有傳銷事業係由公司特別成立之「會員紀律上訴委員會（AC）」，專門處理傳銷商之上訴²⁸；亦有傳銷事業規定由總經理、副總經理及相關部門主管組成「商序仲裁委員會²⁹」負責上訴案件之審理；或由業務部門、客服部和法務部代表組成「審查委員會³⁰」以審查上訴案件；亦有未另外設置委員會而由法務規範部門負責審查上訴案件者³¹，且部分傳銷業者縱有設置上訴制度亦未特別規範負責審查上訴案件之單位。

²⁴ 詳 ML 公司之處理爭議事件參考要點第○條之規定。

²⁵ 詳 AF 公司之事業手冊第○章。

²⁶ 詳 CM 公司之經營手冊第○條第○項規定：「傳銷商申訴及違規案件決定作成後（包括上訴），其檔案以電子或紙本方式保存三年。」。

²⁷ 詳 SB 公司之傳銷商營業守則第○條規定：「如果公司對您的違規已採取立即行動，或已經對於爭議作出決定，則您可以在決定信函上所載日期的 10 個工作日內，遞交您的書面上訴給公司。您的書面上訴應該包括您對於公司的立即措施或決定表示異議的陳述。在收到您的書面上訴後的 90 天內，公司將會審閱您的上訴並給予您最終決定的書面通知。當公司作出最終決定後，將會寄發書面通知給您。若您對公司的決定仍有異議，可在上訴決定信函之日起 60 天內要求調解。」。

²⁸ 詳 RS 公司之《政策與程序》第○章第○條之規定。

²⁹ 詳 SN 公司之《申訴暨紛爭處置辦法》第○點之規定。

³⁰ 詳 HB 公司之事業手冊之規定。值得注意者為，該傳銷事業之上訴僅限於針對終止直銷商權之制裁方能提出，對於其他與終止直銷商權無關之處分，則僅可要求重新審理。

³¹ 詳 JS 公司之《政策與程序》第○章第○條之規定。

（十二）相關文件之保存期限規範

傳銷事業對於相關文件之保存期限多規定為 3 年³²。另有一傳銷事業訂有相關文件及電子檔案，皆留存歸檔並儲存資料庫，並自結案之日起保存 5 年之規定³³。惟亦有相當數量之傳銷事業缺乏相關文件保存期限之規範³⁴。

（十三）其他紛爭解決機制之告知

除可循申訴、上訴等內部紛爭解決機制進行救濟以外，亦有傳銷事業會告知傳銷商其他外部紛爭解決機制，例如向財團法人多層次傳銷保護基金會、中華民國直銷協會、財團法人中華民國消費者文教基金會³⁵或中華民國仲裁協會等外部機構提起救濟³⁶。

三、本章小結

經歸納並比較各傳銷事業之紛爭解決機制中常見之規範項目，總結如下：

首先，大部分傳銷事業皆有針對禁止規定與適用範圍進行說明，並賦予當事人陳述意見之機會。然而，其他常見項目如證據要求、文件保存期限、上訴機制及告知其他爭議解決機制等，在部分傳銷事業規章中則付之闕如。

雖然有少數傳銷業者對於申訴者之個人資料保護有所規範，惟針對避免申訴人遭公司或被申訴人報復（吹哨者條款）卻幾無規定，顯示「吹哨者保護」仍屬制度空窗。

就違規事件判斷之證據要求，僅極少數傳銷業者對此有特別規範，本文推測可能係因傳銷事業並無處理相關案件之經驗或認為此為內部單位判斷時應遵循之規範，無於規章中寫明之必要，故未訂有相關規範。

多數傳銷事業對於相關文件之保存期限均有規範，且多規定為 3 年，惟缺乏

³² 詳 CM 公司之經營手冊第○條第○項之規定、SB 公司之傳銷商營業守則第○條之規定、SN 公司之申訴暨紛爭處置辦法第○條第○項之規定...等

³³ 詳 DS 公司之營運事業手冊附錄○第○條規定：「案件決定做成後，相關資料之保存方式及期限：於處理傳銷商紛爭程序中所蒐集與製作之相關文件及電子檔案，皆留存歸檔並儲存資料庫，並自結案之日起保存五年，於保存期限屆滿後，立即銷毀。」。

³⁴ 如 HB 公司之事業手冊、HK 公司之事業手冊、AL 公司之事業手冊、WW 公司之爭議暨申訴處理辦法等。

³⁵ 依現行實務見解，消費者保護法第 2 條第 1 款：「消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。」所指之「消費」，係指商品不再用於生產或銷售之情形，故倘直銷商不再將商品用於生產或銷售時，依現行實務見解，直銷商即可能為消費者保護法所規範之「消費者」，參閱林天財（等著）（2017），《Q&A 直銷法律實務問題》，頁 152 至 154，臺北：書泉出版。

³⁶ 如 CM 公司之經營手冊第○條第○項之規定、CY 公司之經銷商紛爭處理辦法第○條之規定、SD 公司之商德傳銷事業商紛爭處理 申訴及再申訴作業程序第○條之規定、NF 公司之事業手冊第○條之規定、SN 公司之申訴暨紛爭處置辦法第○條之規定、DT 公司之《政策手冊》第○條之規定等皆有告知外部之紛爭解決機制之規範。

規範者亦不在少數，本文認為可能係考量保存文件之成本與必要性後，傳銷事業為避免自我拘束，而未訂相關規範。

有相當數量之傳銷事業設有上訴機制，惟在規範密度上有不少差異，有傳銷事業成立專責之上訴處分單位，並規定上訴之方式與流程；亦有未設置上訴機制者，本文認為可能係考量內部紛爭機制之成本與實效性，且法院亦不承認其具有法律上效力，而使傳銷事業認為係公司資源之浪費。

至於其他紛爭解決機制之告知，多數傳銷業者皆有告知傳銷商其他外部紛爭解決機制，例如向財團法人多層次傳銷保護基金會、中華民國直銷協會、財團法人中華民國消費者文教基金會等外部機構提起救濟。

經查，傳保會舉辦之傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制評鑑，要求傳銷事業提供之自我評鑑報告即有針對下列各事項進行評鑑：「設置紛爭處理專責人員或組織」、「設置申訴專線或專用電郵或紙本申訴管道」、「告知多層次傳銷相關法令之規定」、「提供紛爭當事人對案情說明的機會及具有合理的回覆期間」、「違規通知書類中，有無附具違規事實與違規條文」、「對於違規案件成立與否之判斷有無證據要求」、「案件檔案保存期限相關規範」、「再申訴機制」、「告知傳銷商其他紛爭解決機制之資訊」等。

實際上，就本文分析之傳銷事業中，通過評鑑之傳銷事業在內部紛爭處理機制的設置規範上明顯較為完善，主要差異在規範的密度、程序的細緻度、時效的明確性以及對傳銷商權益的保障程度。相較之下，未通過評鑑之傳銷事業雖多具備基本的違規處理與陳述意見機會之規定，惟在程序細節及對傳銷商權益的保障方面仍有不足。

參、從內在觀點解構紛爭解決機制之實際運作

本文透過標準化題目，進行半結構式訪談，以進一步瞭解各傳銷事業對於內部傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制之運作經驗與想法。主要是以臺灣規模較大的傳銷事業作為訪談對象，並區分為已通過評鑑之傳銷事業與已參與輔導之傳銷事業，各訪談 4 家。共訪談 8 家傳銷事業，分別為 4 家已通過評鑑之傳銷事業及 4 家已參與輔導之傳銷事業³⁷。為利讀者快速掌握訪談之發現與結果，本章以下摘要重點式彙整，以利參考。首先，就傳銷事業與傳銷商間常見之紛爭類型而言，最頻繁出現的爭議包含「搶線行為」與「削價競爭」兩大類。所謂「搶線」，多指上線或其他傳銷商以利益誘惑、服務承諾等方式吸引他人轉換推薦人，導致原

³⁷ KL 全球股份有限公司（下稱 KL 全球公司）之前身為 KL 國際股份有限公司（下稱 KL 國際公司），又 KL 國際公司曾參與傳保會之輔導，惟因故於 2024 年間報停。考量 KL 全球公司無論於內部紛爭處理制度上或經營上均承襲自 KL 全球公司，故本文將 KL 全球公司亦歸類為已參與輔導之公司。

有上下線關係產生變動，引發權益歸屬爭議。這類紛爭於多家傳銷事業皆被提及，且均指出此類行為常伴隨挖角與推薦制度操弄問題。此外，削價競爭亦為常見議題，尤其當傳銷商於網路平台低價販售產品時，恐破壞整體價格體系，影響其他直銷商權益。其他類型的紛爭則包含退貨濫用、產品瑕疵或物流錯誤、雙重直銷、業績或獎金爭議等。

就是否有設置申訴專線或聯絡窗口乙節，並非每一間傳銷事業均設有申訴專線或聯絡窗口供傳銷商申訴，但無論是否設有專線或窗口，傳銷商面臨其他傳銷商違反傳銷事業之事業規章等違規行為時，均可透過各式不同管道，例如傳銷事業之客服部、Line 群組、電子郵件等方式，向聯繫傳銷事業或提出申訴。對於有設置申訴專線或聯絡窗口之傳銷事業，其多以客服部門為第一線接收申訴的窗口，並再視案件性質將案件移交至行銷規範部、營業守則部門、產品法規部等內部專責單位進行實質審核與處理。部分傳銷事業則成立跨部門小組或由高階主管（如總經理）簽核決議。

就是否提供傳銷商陳述意見的機會乙節，受訪問之傳銷事業均表示在處理案件過程中，會提供傳銷商陳述意見之機會。至於陳述意見之方式，則依各家傳銷事業之規定而有所不同，有的為提供傳銷商書面說明之機會，有的則提供傳銷商透過電話、面談或 Email 等方式陳述意見。

就處分書是否載明違規事實及適用規章條文乙節，部分傳銷事業會於處分書中記載傳銷商違規之事實及所違反之規章條文，並以正式信函方式送達當事人。部分公司則會將簡化資訊公布於會員專區作為警示。整體觀察，各公司多會載明直銷商之違規事實及適用規章條文，惟公開程度與內容完整性略有差異。

就是否要求具備相應之證據或佐證資料乙節，傳銷事業多表示，在判斷違規事件時，會蒐集第三方資料、會員回覆及實體證據（如網站截圖、交易記錄等）作為佐證。部分公司面對傳銷商上網販售之違規情形，甚至會進行實際購買取證。

就相關文件保存期限乙節，部分傳銷事業縱使規定保存期限為 3 年，但實際執行上多為保存 10 年以上，超過個資法所定之最低年限。文件類型涵蓋申訴書、處分通知、會議記錄、通話紀錄等，惟文件保存制度之明確性與內控程度，仍依各公司內部規範而有所不同。

就是否設有上訴機制乙節，原則上，大型之傳銷事業均設有再申訴或上訴機制。例如有傳銷事業係由美國總部上訴委員會處理，有傳銷事業則設有多層級處理流程，最終交由國際評議小組審議。惟縱使設有上訴或再申訴機制，多數傳銷事業仍表示，上訴機制於實務上之使用率不高。至於較為小型之傳銷事業，則因原本案件量極少、傳銷商對於傳銷事業所作成之初步處分通常無不同意見等原因，而認為無設置上訴制度之必要。

關於傳銷商在遭遇違規處分或申訴處理時，是否獲告知可尋求外部救濟之管道，各家傳銷事業的做法不盡相同。部分傳銷事業表示，並不特別告知傳銷商可向法院、傳保會或其他外部機構提出救濟，其原因主要為公司認為多數會員已具備相關知識，且官網已公開相關資訊，因此無需重複提醒；亦有公司認為若引導會員尋求外部法律協助，可能延長處理時程、加劇雙方對立，故採取不主動告知的態度。然而，也有傳銷事業於書面處分通知或警告信函中，載明可訴諸法院等外部救濟途徑，以期展現維護程序公正與傳銷商權益的立場。有傳銷事業雖未於通知書中載明相關資訊，但仍透過教育訓練或公司官網、事業手冊等方式間接宣導，提醒傳銷商可向消費者保護官、傳保會等單位尋求協助。此外，有傳銷事業坦承，部分會員因擔心個資外洩或對申訴程序不熟悉，即便知悉外部救濟途徑亦少有實際行動，使相關機制在實務上難以發揮功能。

針對設置「紛爭處理機制」對企業可能帶來的正面效益，無論是否設有內部紛爭處理機制，數家傳銷事業皆給予肯定評價，普遍認為此舉不僅有助於企業內部管理，更能強化與傳銷商間的互信關係。有傳銷事業指出，制度的建立有助於減少進入司法訴訟之機會，降低公司在法律訴訟上的風險與成本。同時，完整的機制也能作為公司對外溝通之正面形象展示，強化民眾對傳銷產業的認同與信賴。另有傳銷事業認為，建立公平公開的處理程序，有助於提升企業公信力與制度正當性，使傳銷商在爭議過程中願意配合調查並接受結果，進而穩定營運秩序。此外，某些業者亦認為，制度的建立可促使公司內部規章與管理流程持續優化，對於長期經營與品牌形象發展具有正面助益。

有傳銷事業認為，設置紛爭處理機制雖具正面意義，但在實務運作上亦可能帶來一定挑戰與不便。首先，隨著法治意識提升與紛爭樣態多元化，部分不理性傳銷商可能提出過度或無理申訴，增加公司處理負擔³⁸。另有傳銷事業指出，機制運作需投入人力、資源與時間，對中小型業者而言可能構成壓力，特別是在案件處理、文件保存、證據蒐集等方面，皆需專責單位長期維護³⁹。此外，部分業者也反映，若傳銷商對內部機制缺乏信任、不願書面簽名或配合程序，恐使制度形同虛設⁴⁰。

³⁸ 此部分之因應，可參照本文第肆章有關「程序之開啟」之相關說明。

³⁹ 補充說明者，本文認為實務上尚難逕行制定一機械式標準以劃分傳銷事業規模大小，並據此區分大小型傳銷事業而建議採用不同之紛爭處理機制。如本文第肆章之相關說明可知，無論傳銷事業之規模大小，要能有效並妥適解決紛爭，關鍵均在於「事實」之調查與釐清，因此本文認為，除了紛爭處理機制之「後續救濟程序」規定（詳參後開第肆章之相關說明）部分，或有必要由傳銷事業依其成員規模、紛爭數量及可用資源等因素斟酌納入與否外，其餘條文範例於大小型傳銷事業均有參考乃至於適用之空間。

⁴⁰ 關於傳銷商對於內部機制缺乏信任乙節，或有諸多原因，但其中之一應在於紛爭處理機制之程序是否可得預期。若程序不透明且未能發揮解決問題之效果，勢必難以累積傳銷商之信任。此

數家傳銷事業認為，如傳保會可訂定紛爭處理機制之範本或實務操作指南，對傳銷產業具有助益。具體而言，此舉可協助規模較小、資源有限或經驗不足的業者迅速建立制度，節省制度設計所需之人力與時間成本，提升內部處理效能與規範一致性。同時，標準化機制亦有助於產業間之經驗交流與比較，促進公平與透明。部分傳銷事業更認為，透過外部專業機構提供之參考架構，可加強制度合法性與正當性，有助於面對外部監管與消費者質疑時的說服力。整體而言，此舉對促進產業自律與強化公司治理均具正面意義。

肆、紛爭處理機制之實務操作指南之研擬

參酌前開訪談成果分析，可知實務上不乏傳銷事業肯認建立紛爭處理機制具有提升企業內部管理及企業形象等正面效益，且認同倘提供業者一套紛爭處理機制之範本或實務操作指南，將有助於節省制度設計所需之人力與時間成本、提升內部處理效能與規範一致性。從而，為降低傳銷事業建制紛爭處理機制所需耗費之資源，本文將具體建構一套完整之紛爭處理機制，作為範本，並於設計時，將第參章傳銷事業業者訪談所反映之傳銷商可能無故濫行申訴而徒增公司處理負擔等疑慮納入考量，期透過制度設計，妥為平衡市場秩序與傳銷商權益之保障，以及傳銷事業實際經營管理之需求。除此之外，本章更進一步提出實際操作說明之指引，期能呼應本章之名稱，亦即研擬一套完整紛爭處理機制之實務操作指南。

一、紛爭處理機制之建構

（一）紛爭處理機制之目的

第一條（本辦法目的）

本公司為確保傳銷商權益、經營秩序及事業組織和諧等目的，特就傳銷商涉嫌違規爭議案件及傳銷商權益爭議案件之程序開啟、案件受理、調查、調查後之決定及救濟程序等事宜制定本辦法。

在紛爭處理機制之爭議處理辦法第 1 條，即開宗明義界定出建立紛爭處理機制之目的，將有助於劃定紛爭處理之方向，例如，不僅在於確保「個別」傳銷商之權利，也在同時維護「整體」傳銷事業之利益。此外第 1 條規定也帶出所訂頒之辦法之適用範圍，為傳銷商涉嫌違規爭議案件及傳銷商權益爭議案件兩種案件類型。

即有賴建立一套具有一致性且清楚可理解之紛爭處理程序，並且加以落實，始有可能逐步累積傳銷商之信任。至於不願簽名或配合程序乙節，如係訪談過程中所發生之狀況，或可透過全程錄音錄影，並配置二位以上之訪談人員，以確保相關程序可在事後盡可能如實還原。以上均可參照本文第肆章之進一步說明。

（二）紛爭處理機制之適用範圍

第二條（適用範圍）

1. 前條所稱傳銷商涉嫌違規爭議案件，係指傳銷商涉嫌違反參加契約或其他與本公司間訂定之契約、本公司事業手冊或公司公告等一切規章、多層次傳銷管理法或其他法令（以下統稱違規）之案件。
2. 前條所稱傳銷商權益爭議案件，係指傳銷商因本公司基於參加契約等契約相關約款及本公司事業手冊等一切規章所為處置（例如：核發獎金、組織排線、退貨金額等），而受有不利益之案件。但本條項所稱之處置，不包括本公司針對前項之傳銷商涉嫌違規爭議案件所為之處分決定在內。

第 2 條之規定即在進一步界定傳銷商涉嫌違規爭議案件及傳銷商權益爭議案件兩種案件類型之具體範圍。應予注意的是，「但本條項所稱之處置，不包括本公司針對前項之傳銷商涉嫌違規爭議案件所為之處分決定在內」之但書規定，係為避免傳銷事業如針對傳銷商涉嫌違規爭議案件予以懲處，則在文義上似乎符合所謂傳銷商權益爭議案件，進而產生「傳銷商如不服傳銷事業對於違規案件所為之懲處，能否另循傳銷商權益爭議案件之程序予以救濟」之問題，故為求明確，加上上開但書規定，予以明確排除。

此外要再補充的是，誠如前述，這兩種類型的紛爭有其本質上之不同，蓋最明顯者在於受調查之對象是否擁有相關權力，而使調查淪為形式。不過，是否要將這兩類型的紛爭分開加以設計各自的紛爭處理機制，則為各傳銷事業政策選擇的問題，並無一定之好壞，故此處之範本將兩種紛爭類型合一，以避免範本之內容過於龐雜。

（三）承辦單位

第三條（權責單位）

1. 本公司由客服部負責統籌辦理第二條案件之一切相關事宜。
2. 客服部得於必要時依第二條案件之性質，另指定並授權適當之人員組成爭議案件處理小組，其成員應至少二人以上。
3. 客服部得於報經本公司董事會決議通過或總經理同意後，選任律師或會計師或其他專業人員協助客服部或爭議案件處理小組等人員辦理相關事宜；此項選任，無須以客服部已對特定爭議案件啟動調查程序為前提。

為避免案件受理流程混亂，重複耗費傳銷事業之人力時間資源，降低紛爭解決程序之效率，宜明定受理傳銷商檢舉/申訴之單一權責單位。本文所擬具之爭議處理辦法範本，條款文字暫設置由傳銷事業之客服部統籌辦理，供各傳銷事業參酌，惟實際上可按各傳銷事業實際規模及部門劃分之相對應權責再予決定，無待贅言。

此外，為使紛爭處理之程序有相當之彈性，賦予權責單位可另指定組成爭議案件處理小組。再者，參酌過往法院實務判決，另擬條款增加進一步選任律師、會計師或其他專業人員協助辦理紛爭處理程序事宜之可能性，尤其是證人訪談之程序，或可藉律師之相關專業，以避免違反法院對程序正義之相關要求，而使得訪談取得之證言在訴訟上無法作為有力證據使用。除此之外，如委任律師進行公司之內部調查訪談，相關紀錄/成果或可主張受到律師秘匿特權之保護（惟此在臺灣法實務上之發展仍非成熟，有待觀察之實際效用⁴¹）。

（四）程序之開啟

第四條（程序之開啟）

1. 除本公司主動發現而開啟本辦法所定程序外，倘本公司傳銷商發現傳銷商涉嫌違規爭議案件，或發生傳銷商權益爭議案件，應填具並提交本公司所印製或公告之檢舉書（適用傳銷商涉嫌違規爭議案件）或申訴書（適用傳銷商權益爭議案件）予客服部，以開啟本辦法所定程序。
2. 本公司於官方網站及相關書面文件揭示收受前項檢舉書或申訴書之實際處所（_____）及電子郵件信箱（_____）。
3. 本公司傳銷商另得以面談、電話、書信、電子郵件等適當方式促請本公司主動發現傳銷商涉嫌違規爭議案件而開啟本辦法之程序。為利聯繫與處理之便，本公司得視實際需要與人力調度等狀況，設置電話專線（_____），並將之揭示於官方網站及相關書面文件。

本文於擬具爭議處理辦法範本時，在「程序之開始」階段，概念上先予區別為「程序之開啟」及「程序之受理」。前者係針對相關權利人請求開啟程序之方式；後者則是針對該等請求之基本形式審查規範。分割成兩個階段或有助於降低

⁴¹ 惟此等主張在臺灣法體系之下是否有被接受之可能，仍有待實務之發展，蓋臺灣律師與當事人之秘匿特權仍在發展，且公司執行內部調查之實務作業仍有待努力，此也是本文執行之原因之一。關於此等律師秘匿特權之主張可行性，可參：<http://btlaw.com.tw/h/NewsInfo?key=0227079976&cont=300613>（最後瀏覽日：2025/08/07）。

第三章實證研究訪談過程中業者所反應之傳銷商濫行申訴、浮濫耗費人力資源處理後續調查等疑慮，且程序受理與否之審查，應可有效過濾浮濫無理檢舉/申訴之情形。

由上開第 4 條程序開啟之規範可知，有三種開啟程序之方式：傳銷商檢舉、傳銷商申訴、及傳銷事業主動發現。就「傳銷事業主動發現」之方式，傳銷事業本得為經營管理之需求，主動調查發現相關爭議案件。事實上，這種方式更可進一步被傳銷商活用為簡化申訴/檢舉形式手續之方法。申言之，傳銷事業得斟酌嚇阻傳銷商違規行為之必要性等因素，自行選擇是否採用前開爭議處理辦法範本第 4 條第 3 項規定，給予傳銷商除了提交檢舉書或申訴書等特定形式以外，另一開啟紛爭處理程序之可能性（包括但不限於面談、電話、書信、電子郵件等適當方式），即由傳銷商提供資料線索「促使」公司主動發現傳銷商違規行為。惟應注意的是，倘開放此一管道，可能衍生額外行政成本與資源負擔，例如，需彙整從四面八方而來之檢舉或申訴相關資訊（例如：下開第 5 條第 4 項規定所規範之情形），或處理重複檢舉/申訴案件所需之合併調查與程序整合等作業。因此，傳銷事業應審慎評估內部組織之人力、系統與作業能量，作為是否納入前開第 4 條第 3 項規定之依據，俾確保制度設計與實際運作能有效契合。

（五）程序之受理

第五條（程序之受理）

1. 客服部於收受傳銷商依前條規定遞交之檢舉書或申訴書後，應先形式審查檢舉書或申訴書是否已具備下列各款事項，以判斷是否屬於本辦法第二條之適用範圍及有無調查之必要：
 - (1)檢舉人、被檢舉人或申訴人之資訊，且須達足資辨別其特徵之詳細程度，如無法辨別，得於判斷有無調查必要時一併審酌之。
 - (2)檢舉或申訴之事實及理由。
 - (3)供佐證用之證據。
 - (4)檢舉人或申訴人之簽名或蓋章。
 - (5)檢舉或申訴之年、月、日。
2. 如依前項規定判斷所檢舉或申訴之案件屬於本辦法第二條之適用範圍且有調查之必要，則應予受理；反之，得通知補正，或逕予駁回。
3. 前項受理或駁回之決定，應作成決定書，並通知檢舉人或申訴人；如係駁回之決定，其內容並應包括相關救濟程序之教示說明等重要資訊。
4. 本公司如係接獲傳銷商以面談、電話、書信、電子郵件等適當方式告知有關第二條所指案件之情形，得由客服部本於相當於第一項所列各款事項之標準，判斷是否屬於本辦法第二條之適用範圍及有無

調查之必要；如有數名傳銷商就同一案件為告知，客服部得綜合所接獲之相關資訊而為本項之判斷。

5. 如依前項規定判斷有關案件屬於本辦法第二條之適用範圍且有調查之必要，則應做成爭議案件之發見紀錄單，並以紀錄單作成之日視為程序開啟及受理之日。

承前所述，傳銷事業得自行斟酌內部事業之資源分配、嚇阻傳銷商違規行為之必要性等因素，自行選擇是否納入前開第 4 條第 3 項規定，開放傳銷商以面談、電話、書信、電子郵件等適當形式，提供資料線索予傳銷事業，促使其主動發現傳銷商違規行為。本條第 4、5 項規定即係針對開放此一管道之情形下，傳銷事業如何決定是否開啟後續調查程序所為之規範。鑒於此作法相較於檢舉書或申訴書，對傳銷商提出資料之形式要求較低，為避免此一管道遭濫用，使傳銷事業疲於回應大量資訊，設計上，該等相對彈性之方式對於傳銷事業之拘束亦相對有限，即便經過形式審查認為無需進行後續之調查程序，也無須另為駁回之決定，以避免耗費無謂之成本。

然為使傳銷商信賴紛爭解決機制，進而願意多加利用，在實際運作上倘非傳銷商無故、重複促請傳銷事業開啟調查之情形，傳銷事業於決定是否有調查之必要之決定後，仍宜以適當方式回覆相關之傳銷商。

（六）調查程序

第六條（調查程序）

1. 客服部應於案件受理後開始進行調查程序。
2. 調查程序應秉持迅速、正確、公正、祕密等之原則；如訪談證人、當事人或其他案件關係人，辦理調查之相關人員應製作訪談紀錄表，並遵守本公司訂頒之訪談執行要點等規範；調查程序取得之相關證據，均應加以保存，如涉有紙本文書等證據，至少應保存其原本。
3. 客服部進行調查時，應使被檢舉人或申訴人瞭解所涉事實及相關規定，並應告知其有提出申辯、陳述意見之機會，及提出之期限。但仍應一併注意被檢舉人是否有串證等妨礙調查程序之情形。
4. 被檢舉人或申訴人於獲悉所涉事實後，應於十四日內以本公司所印製或公告之陳述意見表，向客服部提出書面答辯，如有相關證據資料並應一併提出。
5. 調查程序之期間不得超過三十日。但客服部如認有必要得予以延長，並應將之通知被檢舉人或申訴人。
6. 本公司於調查期間內，對於傳銷商涉嫌違規爭議案件，得對被檢舉人或被調查人採取暫時停止訂貨權、停發獎金、禁止進入本公司營

業處所、或禁止參與本公司活動等之暫時性措施；對於傳銷商權益爭議案件，得暫緩原處置之一部或全部。

關於紛爭處理程序「程序之進行」，調查程序應為關鍵環節。蓋任何紛爭之處理，無論是要由第三方仲裁/裁判，或由雙方當事人自行磋商和解讓步，均須立基於共同可接受之事實基礎，而事實之認定則有賴於證據之蒐集與調查。是以，證據調查是否「徹底」，關乎當前之紛爭處理程序能否有效解決當事人間爭議；證據調查是否「周延」，則關乎未來當事人再起爭議時，過去紛爭處理機制所蒐集保存之證據能否發揮定紛止爭之作用。故傳銷事業相關人員在實際操作調查程序時，尤須注意調查程序之進行是否符合程序正義之相關原則。

以訪談為例，訪談紀錄之作成程序是否周延完備，或將影響其於後續紛爭解決過程中所得發揮之作用。舉例以言，一份可佐證「傳銷商確有應受停發獎金制裁之違規行為」之訪談紀錄，如因紀錄作成之過程存在瑕疵，而不能在傳銷商請求傳銷事業給付未付獎金之訴訟中發揮作用，則該訴訟程序勢必又需再次傳喚相關證人等，浪費勞力時間費用。事實上，我國法院對於企業內部調查機制所製作之訪談紀錄在事後能否被法院所採信，曾揭示一定判斷標準。以臺灣臺北地方法院 105 年度重勞訴字第 35 號判決為例，本文整理出以下訪談時應注意之執行要點：

1. 應切實記錄訪談的日期、時間，以利事後確認訪談對話內容之真實性及相關時空背景；另應注意訪談的地點安排，避免事後被爭執因未隔離訪談而有串證或被影響等問題。
2. 應記錄被訪談人之人別資料，俾以辨別；此外，人別資料也涉及相關證詞是否可信之問題⁴²。
3. 訪談人應注意所累積之訪談人數是否足夠佐證相關爭議案件，並應注意是否有使案件當事人有陳述意見之機會⁴³。

⁴² 可參考臺灣臺北地方法院 105 年度重勞訴字第 35 號判決：「前開被證 4-1 至 4-7 之受訪者，均係原告主動邀請參與川巴子聚餐者，與原告應無仇怨，信無誣指原告性騷擾之動機，其相關指述自屬可採。」。

⁴³ 臺灣臺北地方法院 105 年度重勞訴字第 35 號判決：「105 年 6 月間被告針對本件性騷擾約談 11 位員工所做之訪談紀錄（即被證 4-1 至 4-11），均經員工同意錄音後，逐字繕打，並經員工審閱確認後簽字，訪談前受訪員工不知所為何事，應無從串證，訪談時員工均係自由陳述，未受壓力，參諸受訪談人關於本件性騷擾之說詞大致相符，訪談後亦均對內容保密，堪認前開訪談紀錄內容確實為受訪談人真實自由陳述之內容，應可信取。」、「由被告調查之過程可知，被告為本事件當面訪談包含原告在內之 11 人，均隔別訪談，並要求保密，調查完成後於同年 6 月底出具調查報告（建議解僱，見本院卷第 71 頁背面），報告美國總部，經香港法規遵循部審批通過後，始將結果以書面通知原告及主管機關臺北市府勞動局，堪認被告調查本件性騷擾事件過程已聽取各方證詞並給予原告申辯機會，並未違反程序正義」。

4. 應全程錄音訪談對話之內容，並取得告知後之同意⁴⁴。
5. 不應使用不當誘導之技巧進行訪談⁴⁵。
6. 訪談人員應至少有二位以上，並應為適當之分工⁴⁶。
7. 訪談結束後，本紀錄表應經被訪談人確認無誤後簽名或蓋章。

本文爰參酌前開法院實務見解，擬具上開第 6 條調查程序規範，以及「訪談執行要點」(完整內容詳參本研究案之完整報告)，以期最大程度降低訪談內容後續遭認無法佐證相關事實之風險。各傳銷事業仍得視其實際人力資源配置，斟酌納入「訪談人員應至少有二位以上」等作業要求之可行性，然應留意避免訪談人員與被訪談人間存在利害關係(例如：爭議案件若是前開所稱「傳銷商權益爭議案件」，由於此種案件本質上或涉及傳銷事業本身是否有違反規章等之問題，故倘由傳銷事業負責秩序/紀律維持部門之人員執行訪談，或產生潛在之利益衝突，最終導致訪談紀錄不被採信)。如有利益衝突，此際應考慮傳銷事業內部有無其他適合人員可執行訪談，或另考慮委請外部專業人士代為執行訪談。

除此之外，上開第 6 條調查程序規範目前係設定以 30 日為原則性之調查程序期間，本文認為，此或將有助於傳銷商或其他紛爭處理機制之制度使用者對機制解決紛爭之效率更具信心，提高紛爭解決機制之使用率。惟如本文第貳章所歸納與比較分析(詳參本文第貳章)，目前實務上部分傳銷事業係設定 90 日之調查程序期間。因此傳銷事業在建立/調整自己之紛爭處理機制時，仍應具體衡量自身之資源、需求等因素再予決定。

(七) 調查結果與處分

第七條 (調查後之決定)

1. 客服部應於完成調查後終結調查程序，並將調查結果通知被檢舉人或申訴人。
2. 客服部對於傳銷商涉嫌違規爭議案件如認傳銷商確有違規之情事，或對於傳銷商權益爭議案件如認本公司所為處置無誤，除應為前項之通知外，應本於調查結果另作成處分書通知被檢舉人或申訴人。

⁴⁴ 同前註。

⁴⁵ 臺灣臺北地方法院 105 年度重勞訴字第 35 號判決：「訪談紀錄作成之經過與內容，復經證人彭雪紅到場證稱：...；另證人張斐雯亦到庭證稱：『(問：請說明 105 年 6 月被告本件性騷擾內部調查之進行流程及您在其中扮演的角色)調查主要的發問者調查人是我主管彭雪紅，我是擔任見證者、紀錄者及英文報告撰寫者。』...『(問：訪談過程前或中，您或彭雪紅有無引導、誘導或受訪談人要怎麼講？有無對受訪談人施加任何壓力？)沒有』...可知 105 年 6 月間被告針對本件性騷擾約談 11 位員工所做之訪談紀錄(即被證 4-1 至 4-11)，均經員工同意錄音後，逐字繕打，並經員工審閱確認後簽字，訪談前受訪員工不知所為何事，應無從申證，訪談時員工均係自由陳述，未受壓力，參諸受訪談人關於本件性騷擾之說詞大致相符，訪談後亦均對內容保密，堪認前開訪談紀錄內容確實為受訪談人真實自由陳述之內容，應可信取。」。

⁴⁶ 同前註。

3. 前項所稱處分書，其內容應包括處分依據、處分內容、處分所憑之事實、相關救濟程序之教示說明等重要資訊。
4. 本公司對於傳銷商涉嫌違規爭議案件，如作成處分書，得於必要範圍內予以公告；如違規之情事涉及刑法等相關規定，本公司並得移請檢察機關偵辦。

此條文係針對「程序之終結」之規範。應特別說明的是，調查程序終結後有兩個不同的層次，應予區別：其一，調查結果（事實認定層次）；其二，本於調查結果所為之處分（法律適用層次）。在傳銷商涉嫌違規爭議案件之情形下，如傳銷商被認定確有違規之情形，則本於調查結果將遭受進一步之相關處分；惟如未被認定確有違規之情形，則無相應之處分，僅有依上開規定寄發之「調查結果通知書」而已。在傳銷商權益爭議案件之情形下，如傳銷事業認定自己所為之原處置並無違誤，則將作成原處置之處分，反之則係撤銷原處置之決定，對於申訴人有利，尚毋庸另作成處分書。

（八）資料管理

第八條（資料之處理與維護）

1. 本公司處理傳銷商第二條案件之相關資料，至少應保存五年；受理檢舉申訴時，客服部應記錄檢舉者申訴者之個人資料，且應採取必要之保密措施。
2. 相關個人資料管理，依個人資料保護法、本公司個人資料檔案安全維護計畫實施要點、傳銷商之個人資料使用同意書等相關規定辦理。

在資料管理方面，至少應保存五年之時間，且應對於個人資料保護、吹哨者之身分保護採取一定之措施。實務上，曾發生因相關證詞紀錄有所謂「文書內之關鍵文字，均遭塗拭」，即成為法院不予採信特定文書資料之理由⁴⁷。因此，資料管理不可不慎。

（九）後續救濟程序

另須說明的是，傳銷事業得基於自己企業經營之實際需要與成本考量，決定是否要在紛爭處理程序中，建立後續之救濟程序（或稱之為上訴救濟程序）。具體言之，從實務運作的角度來看，大型傳銷事業之成員眾多、資源較為充裕，所衍生之紛爭數量亦相對龐大，或有必要進一步考慮是否在紛爭解決機制中設置後續救濟程序；相對而言，小型傳銷事業因成員及資源較為有限，所衍生紛爭之數

⁴⁷ 臺灣高等法院 97 年度重上更(二)字第 116 號民事判決。

量亦相對較少，設置後續救濟程序之必要性或大幅降低，故未必有需要於紛爭處理機制中訂定下開條文範本之規範。惟仍須強調者，無論規模大小，傳銷事業要能有效並妥適解決紛爭，關鍵均在於「事實」之調查與釐清。是以，本文認為，除下開後續救濟程序之規定外，前述（一）至（八）項之條文範例於各規模傳銷事業均有參考乃至於適用之空間。

於建立後續救濟程序時，應留意進行調查、作成決定之人員組成，不宜與原程序之人員相同，否則將喪失後續救濟程序之意義。此外，為提升對傳銷商權益之保障，進一步瞭解傳銷商於業務推展時之實際處境，亦建議各傳銷事業得斟酌自身組織架構及人力資源，考慮於爭議案件覆議委員會成員中，納入資深傳銷商一同參與覆議案件之審議決策。除此之外，後續救濟程序中，同樣應訂定一定救濟/上訴期限。

以下謹制定範例供參：

（後續救濟程序）

1. 傳銷商於收受第五條第三項之決定書或第七條之處分書後，得於七日內以本公司所印製或公告之覆議申請書，書面敘明不服之理由，並檢具相關事證，向客服部提出覆議。
2. 客服部於收受覆議申請後，應送請爭議案件覆議委員會審理。爭議案件覆議委員會至少三人，由總經理及客服部以外二位以上不同部門主管組成。
3. 爭議案件覆議委員會應於收受覆審申請三十日內作成准駁之書面決定。覆審決定做成前，原處分決定仍為有效，必要時，得依第六條第六項之規定辦理。
4. 前項決定書，應通知提出覆議之傳銷商；如係駁回之決定，應同時告知其得循其他法律程序或有關單位尋求救濟。

二、紛爭處理機制之操作說明

為使紛爭處理機制有效運作，不能欠缺資料管理之環節，此乃必需之配套措施，爰有必要具體撰擬準備相關之文件表單，方能收標準化之效。為此，本文進一步設計業者採取前開紛爭處理程序時或需置備之相關文件彙整表（詳如下表）。

進言之，在運用下開文件表單，作為傳銷事業實際操作紛爭處理機制之輔助工具時，本文認為有下列幾點事項應予一併注意：第一，為案件管理、統合資訊之用，傳銷事業宜於「程序之開啟」階段（而非「程序受理」階段），即賦予每一爭議案件個別之「流水案號」，並也提供給申訴人與檢舉人，以利後續程序溝通、往來之便；第二，傳銷事業或可考慮對外公告相關文件表單撰寫之範例，以

利傳銷商撰寫時參考，甚至可考慮進一步訂頒文件撰寫之形式要求，以利傳銷事業可利用相關電腦軟體，整理收受之相關文件表單之資訊，節省人力之開支；第三，如有相關文件表單之對外寄送/對內提交，務必記明寄送日期或提交日期，避免將來發生爭議，法院實務上即曾以「內部調查報告完成提交給上層擁有決策權者」之日期，作為權利行使期間之起算時點⁴⁸。

此外，如前所討論，一套紛爭處理機制可能不為人所使用，又或者被過度濫用，兩者均非制度設計者所樂見。惟此等問題往往是紛爭處理機制建立完成後才會知道。因此有系統蒐集此套機制之運作狀況即顯得重要。具體來說，傳銷事業或可思考至少備有一份統合已立案之「流水案號」之案件管理清單，並捕捉各爭議案件於實體上與程序上之相關資訊，包括但不限於：案由/爭議案件之類型、其上下線組織、所涉及之規章/約款、程序開始到結束花費多久時間、檢舉人/申訴人是否為第一次檢舉/申訴等資訊。此將有助於傳銷事業之經營階層定期檢視相關紛爭之源頭，以對症下藥，同時也能瞭解既有的紛爭解決機制本身有無需要改進之處。

最後則應提醒，任何一套制度規範最終成敗，取決於執行者之觀念與態度。傳銷事業之紛爭處理機制，亦然。即使設計出一套制度完善、架構清晰的紛爭處理機制，倘若於實際執行層面，無論是管理階層或部門承辦人員，其等所為之行為有損及傳銷商對於紛爭解決機制之功能與公平之信賴（例如權責單位濫用權限而無故延長調查程序之期間），仍將削弱機制本身應有之功能與公信力。因此，倘傳銷事業參酌採用本文提出之爭議解決辦法及相關文書範本（註：文書範本之具體文件請參考本文完整研究案之報告內容），仍建議透過定期教育訓練、內部說明會等方式，強化執行部門對爭議處理辦法之正確認知與實踐，確保制度能被妥善落實，並真正發揮其預期功能。唯有制度與執行並重，方能建立健全且具信賴基礎之紛爭處理機制。

	表單名稱	說明
1	紛爭處理機制修訂一覽表	鑒於紛爭解決機制所涉表單眾多，為避免後續歷次修訂造成版本混亂，爰制作此表以便傳銷事業紀錄修訂歷程。
2	傳銷商違規及權益爭議處理辦法	即本文第肆章所研擬之爭議處理辦法
3	爭議案件處理之流程圖	說明採用爭議處理辦法時之具體步驟及時程，以便傳銷事業理解遵循，或得公告促使

⁴⁸ 可參考：臺灣臺北地方法院 105 年度重勞訴字第 35 號判決。

	表單名稱	說明
		傳銷商知悉公司程序規範。
4	檢舉書	爭議處理辦法第 4 條所涉表單
5	申訴書	同上
6	發見紀錄單	爭議處理辦法第 5 條所涉表單
7	受理/駁回之決定書	爭議處理辦法第 5 條所涉表單
8	檢舉調查/申訴會議通知書	傳銷事業執行爭議處理辦法第 6 條調查程序，倘有需要命被檢舉人等出席會議提供說明，得參酌使用此表單。
9	陳述意見表	爭議處理辦法第 6 條所涉表單
10	訪談紀錄表	爭議處理辦法第 6 條所涉表單
11	訪談執行要點	爭議處理辦法第 6 條所涉規範
12	處分案件提報表	依各傳銷事業對爭議事件處理所定決策層級，倘有送請董事長或副總等人核決之必要性，得參酌使用此表單。
13	調查結果通知書	爭議處理辦法第 7 條所涉表單
14	處分書	爭議處理辦法第 7 條所涉表單
15	覆議申請書	爭議處理辦法第 8 條所涉表單
16	覆議決定書	爭議處理辦法第 8 條所涉表單

併此敘明者，鑒於各傳銷事業之經營管理方式與組織規模不一，雖本文已參酌第貳章之實務分析與第參章之訪談內容，盡可能納入傳銷事業於實務上所面臨之挑戰與實際需求，據以研擬前揭紛爭處理機制及其相關文書格式範本，惟仍建議各傳銷事業於採用範本時，應依實際運作情形與管理需求，予以適度調整與補充，俾使制度設計更符合個別事業之治理現況與發展方向。

伍、結論

多層次傳銷產業規模與人數日益成長，相對而言所衍生之民事糾紛自然有增

無減。如何有效率處理民事糾紛，不僅涉及糾紛之當事人間之權益保護，更係涉及所屬傳銷事業之經營秩序，乃至於整體傳銷產業之發展。且再從趨勢來看，紛爭處理機制並非只能消極解決糾紛而已，反而可以成為積極蒐集經營資訊之管道，從國外發展趨勢來看，已逐漸有企業將紛爭解決機制納入其經營管理之一環。再者，晚近我國法院也明白表示，紛爭解決機制乃其斟酌考量傳銷事業有無遵守多層次傳銷管理法第 15 條之義務⁴⁹，更可見建立傳銷事業自己的紛爭解決機制之必要性。

本文第貳章係從「外部」觀點，即立基於傳銷事業之制度性文件及內部紛爭處理機制等文本資料，歸納梳理並分析我國傳銷事業目前已訂頒之紛爭處理機制之樣貌；第參章則係從「內部」觀點，透過訪談方式試圖探知我國傳銷事業對於紛爭處理機制運作上有何困境。第肆章則係植基於第貳、參章之研究成果，進一步提出一套紛爭處理機制，並對於如何實際操作該套紛爭處理機制加以說明。期能透過本文之梳理說明，協助我國欲訂定卻仍未訂定紛爭處理機制之傳銷事業最終能建立符合自己需求之紛爭處理機制。

本文相信透過上開依序之研究、訪談與研擬實務操作指南，將能使本文提出之紛爭處理機制之爭議辦法與相關文件表單，乃至於實務操作之建議，均盡可能契合實務上之需求，期能使已有紛爭處理機制之傳銷事業有一定之基礎動態檢討，並思考如何更進一步優化，以最大化該機制對於企業經營與公司治理之效益，同時也使尚無紛爭處理機制之傳銷事業有一較低門檻，可根據實際需求與資源，採用引進必要的紛爭處理機制。如此應能為我國日益成長的傳銷產業，強化後續繼續發展之制度層面的基礎建設。

⁴⁹ 可參閱臺北高等行政法院 112 年度地訴字第 18 號確定判決，謹摘錄相關內容於此，以利參考：「...基於健全多層次傳銷之交易秩序此一立法目的，多層次傳銷管理法第 15 條明文課予傳銷事業有義務將之強制納為傳銷商之違約事由，並要求傳銷事業必須訂定能有效制止的處理方式，諸如剝奪傳銷商資格、限制傳銷權利等具懲罰性之措施，且傳銷事業應確實執行其所定之處理方式，如有違反，傳銷事業即須負行政不法之責任，主管機關即被告得依多層次傳銷管理法第 34 條規定處罰之。」、「...所稱之『能有效制止之處理方式』，有鑑於多層次傳銷管理法第 15 條第 1 項各款所列舉之不當傳銷行為，危害多層次傳銷之交易秩序及傳銷商與消費者之權益，是以應綜合考量諸如傳銷事業所設置對於違約傳銷商之處罰方式，在強度上是否足以讓傳銷商之違規成本明顯高於可能獲取之經濟利益、在處罰之時效性上是否足夠及時等情，以建立有效之嚇阻機制、約束傳銷商之行為。此外，傳銷事業對於傳銷商建立完善之監理機制，如定期稽核、設立檢舉或申訴管道等，亦有助於不當傳銷行為之及時發現與處理；又傳銷事業內部如能建構明確、具一致性之處理程序與標準，或適度公開其處理結果，輔以後續紀錄追蹤傳銷商之違規模式、頻率，更可確保該處理方式能持續有效發揮制止功能；或者透過定期且完善之教育訓練，使傳銷商得以充分理解相關規範與違反效果，亦能有效降低傳銷商違約之風險。」。