

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

---

**NGUYỄN THỊ HƯƠNG GIANG**

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI  
BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

**HÀ NỘI - 2019**

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

---

**NGUYỄN THỊ HƯƠNG GIANG**

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI  
BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM**

Chuyên ngành: **Quản lý kinh tế**

Mã số: **934.04.10**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

Người hướng dẫn khoa học:

- 1. PGS, TS. Phạm Công Đoàn**
- 2. PGS, TS. Phạm Thị Tuệ**

**HÀ NỘI - 2019**

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành Luận án “**Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**”, nghiên cứu sinh bày tỏ lòng cảm ơn sâu sắc tới sự hướng dẫn, giúp đỡ tận tình, trách nhiệm của tập thể GVHD: PGS,TS. Phạm Công Đoàn và PGS,TS. Phạm Thị Tuệ.

Nghiên cứu sinh cũng cảm ơn về sự giúp đỡ, tạo điều kiện của: Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương, Sở Công thương Hà Nội, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp và các nhà phân phối bán hàng đa cấp. Nghiên cứu sinh xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu Trường Đại học Thương mại, Khoa Sau đại học, các đồng nghiệp Khoa Kinh tế - Luật, Bộ môn Quản lý kinh tế đã đồng viên, tạo điều kiện cho nghiên cứu sinh trong quá trình thực hiện đề tài luận án.

Cuối cùng, nghiên cứu sinh xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới bạn bè, gia đình và những người thân đã luôn sát cánh bên cạnh ủng hộ, giúp đỡ, thông cảm để nghiên cứu sinh thực hiện và bảo vệ đề tài luận án này.

Nghiên cứu sinh

**Nguyễn Thị Hương Giang**

## LỜI CAM ĐOAN

Luận án “**Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**” được nghiên cứu sinh hoàn thành dưới sự hướng dẫn khoa học của 2 giáo viên hướng dẫn.

Tôi cam đoan những thông tin đưa ra trong Luận án là hoàn toàn chính xác và luận án là một công trình nghiên cứu độc lập, không sao chép từ bất kì công trình khoa học nào, các trích dẫn tham khảo trong luận án đều được chỉ rõ nguồn gốc.

*Hà Nội, ngày      tháng      năm 2019*

Nghiên cứu sinh

**Nguyễn Thị Hương Giang**

## MỤC LỤC

<b>MỤC LỤC</b> .....	vi
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ HÌNH</b> .....	viii
<b>DANH MỤC BẢNG</b> .....	viii
<b>DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT</b> .....	xi
<b>PHẦN MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	4
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu.....	5
5. Kết cấu của Luận án.....	5
<b>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	7
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến Luận án.....	7
1.1.1. Nhóm công trình nghiên cứu về bán hàng đa cấp.....	7
1.1.2. Nhóm công trình nghiên cứu về quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại.....	9
1.1.3. Các nghiên cứu trực diện về quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam.....	13
1.1.4. Một số kết luận rút ra và khoảng trống nghiên cứu cho đề tài luận án...15	
1.2. Một số lý thuyết có liên quan và phương pháp nghiên cứu.....	17
1.2.1. Một số lý thuyết có liên quan.....	17
1.2.2. Quy trình nghiên cứu.....	18
1.2.3. Phương pháp nghiên cứu.....	19
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 1</b> .....	24
<b>CHƯƠNG 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG ĐA CẤP</b> .....	25
2.1. Tổng quan về bán hàng đa cấp.....	25
2.1.1. Khái niệm bán hàng đa cấp.....	25
2.1.2. Đặc điểm của bán hàng đa cấp.....	26
2.1.3. Tác động đến kinh tế - xã hội của bán hàng đa cấp.....	34
2.2. Một số vấn đề lý luận cơ bản về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.....	39
2.2.1. Khái niệm, mục tiêu và vai trò của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.....	39
2.2.2. Nguyên tắc của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.....	45
2.2.3. Nội dung của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.....	47

2.2.4. Phương pháp, công cụ quản lý bán hàng đa cấp.....	53
2.2.5. Tiêu chí đánh giá quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp .....	56
2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp .....	61
2.3.1. Các nhân tố khách quan.....	61
2.3.2. Các nhân tố chủ quan.....	64
2.4. Kinh nghiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở một số nước và bài học rút ra cho Việt Nam.....	65
2.4.1. Kinh nghiệm ở một số nước về quản lý bán hàng đa cấp .....	65
2.4.2. Bài học kinh nghiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp rút ra cho Việt Nam .....	77
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....</b>	<b>80</b>
<b>CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM .....</b>	<b>81</b>
3.1. Khái quát về bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	81
3.1.1. Bối cảnh ra đời và phát triển của bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	81
3.1.2. Khái quát thực trạng bán hàng đa cấp ở Việt Nam những năm qua .....	82
3.2. Thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam giai đoạn 2006 - 2018 .....	92
3.2.1. Thực trạng về chức năng, nhiệm vụ, tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp .....	92
3.2.2. Thực trạng thực hiện nội dung quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	99
3.2.3. Thực trạng sử dụng công cụ, phương pháp quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	119
3.3. Đánh giá chung về thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp..	125
3.3.1. Những kết quả đạt được .....	125
3.3.2. Những hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp và nguyên nhân của những hạn chế .....	127
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....</b>	<b>137</b>
<b>CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM.....</b>	<b>138</b>
4.1. Định hướng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	138
4.1.1. Bối cảnh kinh tế - xã hội có ảnh hưởng đến quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	138
4.1.2. Dự báo sự phát triển của bán hàng đa cấp ở Việt Nam.....	139

4.1.3. Định hướng hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới.....	140
4.2. Quan điểm, mục tiêu và các yếu tố cần thiết để hoàn thiện quản lý Nhà Nước đối với bán hàng đa cấp thời gian tới.....	140
4.2.1. Quan điểm về hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ..	140
4.2.2. Mục tiêu hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp .....	142
4.2.3. Các yếu tố cần thiết để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới .....	143
4.3. Giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới.....	144
4.3.1. Giải pháp về bộ máy quản lý và phân định rõ chức năng, nhiệm vụ quản lý đối với bán hàng đa cấp .....	144
4.3.2. Giải pháp về nhân sự và công tác nhân sự trong quản lý bán hàng đa cấp .....	146
4.3.3. Giải pháp hoàn thiện, bổ sung các văn bản, quy định, áp dụng hợp lý các phương pháp quản lý đối với bán hàng đa cấp.....	147
4.3.4. Giải pháp về công tác tuyên truyền trong quản lý bán hàng đa cấp ....	153
4.3.5. Giải pháp về thanh tra, giám sát, giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm .....	155
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 4.....</b>	<b>159</b>
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>160</b>
<b>DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA NCS CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN.....</b>	<b>162</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	
<b>PHỤ LỤC</b>	

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ HÌNH**

### **DANH MỤC BẢNG**

Bảng 3.1: Đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước về các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp.....	91
Bảng 3.2: Đánh giá của các cán bộ quản lý về việc thực hiện trách nhiệm quản lý bán hàng đa cấp của các cơ quan quản lý Nhà nước về bán hàng đa cấp.....	99
Bảng 3.3: Đánh giá của các doanh nghiệp đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam.....	104
Bảng 3.4: Đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam .....	105
Bảng 3.5: Đánh giá của người tham gia bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam.....	105
Bảng 3.6: Đánh giá của các cán bộ QLNN về công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp.....	107
Bảng 3.7: Thống kê các hành vi bán hàng đa cấp bất chính bị xử lý.....	112
Bảng 3.8: Đánh giá của cán bộ quản lý Nhà nước về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHĐC .....	116
Bảng 3.9: Đánh giá của người tham gia về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHĐC.....	117



## **DANH MỤC BIỂU ĐỒ**

Biểu đồ 3.1: Doanh thu theo từng loại mặt hàng trong phương thức bán hàng đa cấp .....	83
Biểu đồ 3.2: Số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp.....	86
Biểu đồ 3.3: Doanh thu bán hàng đa cấp qua các năm .....	86
Biểu đồ 3.4: Tổng số người tham gia bán hàng đa cấp qua các năm.....	89
Biểu đồ 3.5: Mô hình tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp..	94
Biểu đồ 3.6: Các hình thức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp .....	108
Biểu đồ 3.7: Quy trình xử lý các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp.....	111
Biểu đồ 3.8: Số tiền xử phạt một số công ty bán hàng đa cấp năm 2016 .....	112

## **DANH MỤC SƠ ĐỒ**

Sơ đồ 1.1. Quy trình nghiên cứu của Luận án.....	19
Sơ đồ 2.1: Kênh phân phối.....	28
Sơ đồ 2.2: Kênh phân phối trực tiếp .....	30
Sơ đồ 2.3: Phương thức bán hàng đa cấp.....	35
Sơ đồ 2.4: Phương thức bán hàng truyền thống.....	35
Sơ đồ 2.5: Mô tả chi phí khi hàng hóa lưu thông theo phương thức bán hàng truyền thống.....	35
Sơ đồ 2.6: Mô tả chi phí khi hàng hóa lưu thông theo phương thức bán hàng đa cấp .....	35
Sơ đồ 2.7. Các yếu tố trụ cột trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp .....	41
Sơ đồ 2.8: Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp .....	50

## **DANH MỤC HÌNH VẼ**

Mô hình 2.1: Mô hình kênh phân phối đa cấp .....	30
--	----

### DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tiếng Anh	Nghĩa Tiếng Việt
BHDC		Bán hàng đa cấp
CTY		Công ty
DN		Doanh nghiệp
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm trong nước
HĐ		Hoạt động
USD	United State Dollar	Đô la Mỹ
UBND		Ủy ban nhân dân
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FED	Federal Reserve System	Cục Dự trữ Liên bang(Mỹ)
NPP		Nhà phân phối
NTG		Người tham gia
NTD		Người tiêu dùng
QLNN		Quản lý Nhà nước
QL		Quản lý
KT		Kinh tế
KTTT		Kinh tế thị trường
TPP	Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement	Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương
TT		Thị trường
TM		Thương mại
SXKD		Sản xuất kinh doanh
XHCN		Xã hội chủ nghĩa
USD	United State Dollar	Đô – la Mỹ
VND	VietNamDong	Tiền đồng Việt Nam

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Bán hàng đa cấp là hình thức cung ứng trực tiếp hàng hóa và dịch vụ đến tay người tiêu dùng thông qua mạng lưới các nhà phân phối. Mô hình kinh doanh này đã ra đời ở Mỹ những năm 1940, được đánh giá là rất phát triển và đến nay có nhiều doanh nghiệp áp dụng, đạt được thành công, như Tập đoàn Amway, Công ty Herbalife... Bán hàng đa cấp đã tồn tại và phát triển ở nhiều quốc gia trên thế giới, thu hút rất nhiều người tham gia, và mang lại lợi ích cho nhiều doanh nghiệp, nhà phân phối và khách hàng, người tiêu dùng. Tính đến nay, theo Hiệp hội bán hàng trực tiếp thế giới có hơn 30.000 công ty đã chọn mô hình bán hàng đa cấp cho hoạt động phân phối hàng hóa của mình.

Kể từ khi xuất hiện cho đến nay, bán hàng đa cấp vẫn nhận được rất nhiều sự quan tâm. Ở mô hình bán hàng đa cấp, hàng hóa được phân phối thông qua mạng lưới người tham gia ở nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau. Hàng hóa được tiếp thị, cung cấp trực tiếp cho người tiêu dùng, và hoa hồng từ hoạt động tiếp thị, phân phối hàng hóa này người tham gia (hay còn được gọi là nhà phân phối) sẽ được hưởng cùng với tiền thưởng hoặc lợi ích khác. Người tiêu dùng sau khi sử dụng và cảm nhận chất lượng sản phẩm nếu tốt, có thể chia sẻ và trở thành người phân phối cho sản phẩm này. Như vậy, hàng hóa được phân phối theo một phương thức mới, một kênh bán hàng mới. Khi hàng hóa, sản phẩm được bán trực tiếp tới tay người tiêu dùng thông qua mạng lưới người tham gia, doanh nghiệp và nhà sản xuất sẽ tiết kiệm rất nhiều chi phí cho việc quảng cáo, vận chuyển, kho bãi, khuyến mại... Với nguồn chi phí tiết kiệm này, các doanh nghiệp sẽ đầu tư cho sản xuất, tạo ra những sản phẩm có chất lượng và cạnh tranh hơn.

Đã có rất nhiều những bài nghiên cứu, phân tích về phương thức kinh doanh đa cấp này ở trên thế giới và ở Việt Nam. Đó là các công trình nghiên cứu của Richard Poe: *Làn sóng thứ ba – Kỷ nguyên mới trong kinh doanh theo mạng* (2003); *Làn sóng thứ tư – Kinh doanh theo mạng thế kỉ 21* (2013); Các công trình nghiên cứu của John Kalench: *Bạn có thể trở thành bậc thầy trong kinh doanh theo mạng* (tái bản 2012), *Cơ hội thuận lợi nhất trong lịch sử loài người* (2002); Hay sách chuyên khảo của Cục quản lý cạnh tranh (Bộ Công thương): *Hỏi – đáp về bán hàng đa cấp* (2006), của Sở Công thương Hà Nội: *Tìm hiểu một số quy định về hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp* (2018); Hoặc các công trình nghiên cứu, các bài viết của tác giả trong nước... Mặc dù vậy, nhìn nhận mô hình bán hàng đa cấp dưới góc độ quản lý kinh tế, đặt trong bối cảnh của Việt Nam là nước có nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, là nước có nền kinh tế đang phát triển, chịu

sự tác động rất lớn của quá trình toàn cầu hóa cũng như công nghiệp 4.0, thì còn chưa có những đề tài nghiên cứu một cách trực diện, đầy đủ, hệ thống. Việc nghiên cứu phương thức bán hàng đa cấp dưới góc độ quản lý kinh tế sẽ tạo nên nền tảng lý luận đánh giá thực chất về quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam, để soi chiếu vào thực tiễn quản lý phương thức này, góp phần phát hiện những hạn chế và đề xuất các giải pháp để hoàn thiện công tác quản lý bán hàng đa cấp.

Bán hàng đa cấp được nhiều nước công nhận và đã ban hành các văn bản quy định quản lý khác nhau, phân công các cơ quan, cán bộ từ Trung ương đến địa phương để quản lý phương thức kinh doanh này. Ở Việt Nam, bán hàng đa cấp du nhập vào từ những năm cuối thế kỷ 20 đầu thế kỷ 21 nhưng đến 2004, lần đầu tiên trong Luật Cạnh tranh mới bắt đầu ghi nhận thuật ngữ “bán hàng đa cấp”. Tiếp đó, Nghị định 110/2005/NĐ-CP ngày 24/08/2005 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp, chính thức thiết lập một cơ chế quản lý đối với bán hàng đa cấp từ Trung ương đến địa phương với sự tham gia của Bộ Công thương (thông qua Cục quản lý cạnh tranh) và UBND cấp tỉnh (thông qua Sở Công thương). Tuy nhiên, từ khi được phép thực hiện kinh doanh ở Việt Nam đến nay, bán hàng đa cấp bên cạnh những lợi ích mang lại về kinh tế, xã hội thì ngày càng phát triển với những biến tướng, xuất hiện xu hướng nhiều tiêu cực, nhiều đối tượng lợi dụng những khe hở của những quy định của Nhà nước, cùng với sự thiếu hiểu biết và không có khả năng tự bảo vệ bản thân của người tham gia, người tiêu dùng để thực hiện các hành vi bất chính. Từ những bất cập đó, 10 năm sau khi Nghị định 110/2005/NĐ-CP ra đời thì ngày 14/05/2014, Chính phủ ban hành Nghị định 42/2014/NĐ-CP thay thế để quản lý bán hàng đa cấp.

Tuy thế, những tồn tại mà cơ chế quản lý trước đây để lại cùng thực tế bán hàng đa cấp ngày càng lan rộng, nhất là ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vào cả những lĩnh vực tưởng chừng như khó có thể thương mại hóa; song song với đó là nhận thức của người tham gia bán hàng đa cấp, của người tiêu dùng cũng còn hạn chế khiến cho công tác quản lý của Nhà nước đã gặp nhiều khó khăn. Cùng với đó, các công ty bán hàng đa cấp đã lợi dụng sự hiểu biết về mô hình bán hàng đa cấp, về công ty bán hàng đa cấp... còn ít cũng như tâm lý muốn kiếm tiền nhanh, nhiều, mà không cần trình độ, bằng cấp... đã khiến nhiều người tham gia, người tiêu dùng bị lừa và chịu thiệt hại.

Mục tiêu quản lý Nhà nước là tạo môi trường kinh doanh công bằng, cạnh tranh, thúc đẩy các hoạt động kinh tế - thương mại phát triển nhưng lợi dụng điều kiện kinh doanh thuận lợi này cũng như sự lúng túng, thiếu nguồn lực của các cơ quan quản lý, kém hiệu lực hiệu quả của các công cụ quản lý... gây ra tình trạng

hiện nay các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính thì ít mà các doanh nghiệp kinh doanh bất chính thì nhiều. Bên cạnh đó, dựa vào đặc tính của bán hàng đa cấp, một số đối tượng đã lợi dụng cách thức, làm biến tướng, lừa đảo lòng tin của những người dân lương thiện, thật thà chỉ muốn làm giàu bằng mọi cách nhưng thiếu thông tin và sự hiểu biết về thị trường, thương mại còn hạn chế.

Trước những bất cập đó, ngày 12 tháng 3 năm 2018, Chính phủ đã ban hành văn bản mới là Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp có hiệu lực từ 01/05/2018 với nhiều điểm đổi mới để bắt kịp diễn biến của bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

Bản chất của bán hàng đa cấp là tiên tiến, hiện đại, đã đóng góp không nhỏ cho nền kinh tế các quốc gia trên thế giới như Mỹ, Canada, Nga... Tuy nhiên, tại sao khi du nhập và triển khai ở Việt Nam lại gây ra nhiều hệ lụy và tiêu cực như vậy? Những doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính, những người tham gia, người tiêu dùng cũng như mọi người dân đều mong muốn bán hàng đa cấp được phát triển bình thường, mang lại lợi ích cho xã hội, và họ có được những sản phẩm tốt để tiêu dùng, có được lợi ích và được bảo vệ. Đây chính là những yêu cầu rất chính đáng đang đặt ra trong thực tế hiện nay.

Như vậy, thời điểm bây giờ rất cần những công trình nghiên cứu để hệ thống lại và xây dựng cơ sở lý luận về bán hàng đa cấp nói chung, quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp trong bối cảnh hiện nay. Và trên cơ sở nền tảng đó, thì cần phải nghiên cứu, đánh giá thực trạng tình hình quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam, chỉ ra những thành công và hạn chế, cũng như những vấn đề đặt ra cần giải quyết trong QLNN đối với hoạt động này trong thời gian qua, từ đó tạo cơ sở thực tiễn xác thực cho việc đưa ra những giải pháp, đề xuất, kiến nghị nhằm quản lý tốt hơn bán hàng đa cấp ở Việt Nam

Từ những yêu cầu cấp bách của thực tế và những lý do đã nêu, NCS chọn đề tài: “*Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam*” cho Luận án tiến sĩ của mình.

## **2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu**

- *Mục tiêu nghiên cứu:* Hệ thống hóa và phát triển thêm một bước cơ sở lý luận và thực tiễn để đề xuất giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

- *Nhiệm vụ nghiên cứu:* Để đạt được những mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, luận án phải tập trung làm rõ những vấn đề sau:

*Thứ nhất:* Hệ thống hóa những vấn đề lý luận về bán hàng đa cấp, quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế để từ đó có cơ

sở cả lý luận và thực tiễn khi đề xuất những bài học hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

*Thứ hai:* Phân tích thực trạng quản lý đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam, đánh giá thành công, hạn chế cùng với những nguyên nhân và những vấn đề đặt ra trong công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

*Thứ ba:* Từ các cơ sở lý luận và từ tình hình thực tiễn đã phân tích, luận án đưa ra quan điểm, định hướng và đề xuất các giải pháp, kiến nghị các ý kiến nhằm hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp trong thời gian tới để thực hiện theo mục tiêu phát triển kinh tế, hội nhập quốc tế mà Đảng và Nhà nước ta hướng tới.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- *Đối tượng nghiên cứu:* lý luận và thực tiễn về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, cụ thể:

+ Về lý luận: các vấn đề lý thuyết về bán hàng đa cấp, quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

+ Về thực tiễn: nghiên cứu thực trạng về bán hàng đa cấp, quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Từ đó, đưa ra nhận xét và các giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới.

- *Phạm vi nghiên cứu:*

+ Phạm vi nội dung nghiên cứu: Luận án nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp: đó là những phân tích về khái niệm, đặc điểm, vai trò, nguyên tắc của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp; sau đó là đưa ra những nội dung; công cụ, phương pháp quản lý; những nhân tố ảnh hưởng đến công tác quản lý; những tiêu chí đánh giá quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Những kinh nghiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cũng lấy từ các nước khởi nguồn mô hình này và các nước có trình độ phát triển tương xứng với Việt Nam. Luận án sẽ dựa vào lý luận về nội dung quản lý để phân tích thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam: từ việc ban hành văn bản quản lý, bộ máy tổ chức quản lý cùng với công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm trong quản lý bán hàng đa cấp, trong quá trình đó, có chỉ ra việc thực hiện các công cụ, các phương pháp quản lý, có theo các nguyên tắc và có đạt được các mục tiêu trong quá trình quản lý bán hàng đa cấp không.

+ Phạm vi không gian nghiên cứu: nghiên cứu quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở phạm vi Việt Nam và ở một số địa phương ở nước ta.

+ Phạm vi thời gian nghiên cứu: nghiên cứu thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp được tiến hành từ 2006 đến nay. Định hướng, giải pháp cho

đến năm 2025 và những năm tiếp theo.

#### **4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu**

- Luận án đã làm rõ một số vấn đề lý luận về bán hàng đa cấp, phân tích những vấn đề lý luận cơ bản về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Luận án tập trung vào các đặc điểm, vai trò, mục tiêu, nguyên tắc của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, 3 nội dung quản lý Nhà nước, 2 công cụ chính được Nhà nước sử dụng khi quản lý bán hàng đa cấp và xác định những tiêu chí đánh giá công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

- Nghiên cứu kinh nghiệm một số nước có mô hình bán hàng xuất hiện đầu tiên và đã rất phát triển, một số nước trong khu vực có bán hàng đa cấp, để từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho việc hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cho Việt Nam.

- Tiến hành điều tra, thu thập dữ liệu thứ cấp và sơ cấp nhằm tìm hiểu về bán hàng đa cấp, về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, những vấn đề tồn tại, khó khăn trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Đề tài tập trung khai thác những dữ liệu thứ cấp và phân tích những dữ liệu sơ cấp được điều tra, phỏng vấn xoay quanh 3 nội dung quản lý cùng với đó là các công cụ quản lý được sử dụng theo các tiêu chí đánh giá đã được xác lập ở phần lý luận, từ đó chỉ ra những thành công, hạn chế và nguyên nhân cũng như những vấn đề đặt ra trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

- Trên cơ sở lý luận và đánh giá thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, tính đến tình hình thực tế nền kinh tế, quan điểm, định hướng của Nhà nước, tác giả đề xuất giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp như việc quy định chính xác về bán hàng đa cấp, xác định cụ thể văn bản luật nào điều chỉnh, quản lý bán hàng đa cấp, quy tắc ứng xử sử dụng trong BHĐC, tăng cường số lượng, chất lượng và quy kết trách nhiệm quản lý lớn khi xảy ra vụ việc vi phạm trong kinh doanh bán hàng đa cấp của đội ngũ cán bộ hay tăng hình phạt, mức phạt cho vi phạm trong bán hàng đa cấp bất chính...

Các giải pháp có thể vận dụng trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp hiện nay ở Việt Nam và là tài liệu tham khảo bổ ích cho các nhà nghiên cứu, các nhà đào tạo chuyên ngành, lĩnh vực có liên quan, các nhà quản lý doanh nghiệp, người tham gia – nhà phân phối và người tiêu dùng sản phẩm trong bán hàng đa cấp.

#### **5. Kết cấu của Luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, danh mục từ viết tắt, danh mục bảng, biểu, sơ đồ, hình vẽ, phụ lục, danh mục tài liệu tham khảo, luận án được kết cấu

thành 4 chương:

*Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu*

*Chương 2: Những vấn đề lý luận cơ bản và kinh nghiệm quốc tế về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp*

*Chương 3: Thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam*

*Chương 4: Giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam*



## CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến Luận án

#### 1.1.1. Nhóm công trình nghiên cứu về bán hàng đa cấp

Các nghiên cứu điển hình về vấn đề này bao gồm:

Theo Richard Poe (2013), nổi tiếng với tác phẩm *Làn sóng thứ 4 – Kinh doanh theo mạng thế kỉ 21*, tác giả của nhiều công trình nghiên cứu về bán hàng đa cấp, sự phát triển của lĩnh vực này được chia làm 4 giai đoạn (Giai đoạn thứ nhất (1940-1979); Giai đoạn thứ 2 (1980 - 1989); Giai đoạn thứ 3 (1990 - 1999); Giai đoạn thứ 4 (2000 đến nay)). Tác giả khẳng định: Trong vòng 80 năm qua, trải qua 4 giai đoạn phát triển, bán hàng đa cấp đã thực sự phát triển và trở thành một kênh bán hàng, phân phối hợp pháp và hiệu quả. Nếu như trước kia, bán hàng đa cấp được xem như là một dạng kinh doanh không chính thức, thậm chí là phi pháp, không được xuất hiện tại các tờ báo, tại các cuộc họp hay tại các doanh nghiệp thì hiện nay, nó đã thoát khỏi sự cô lập và kỳ thị. Ngày nay, vai trò quan trọng của bán hàng đa cấp trong nền kinh tế thế giới đã được thừa nhận rộng rãi. Công chúng xem bán hàng đa cấp như là một giải pháp cho vấn đề việc làm – một vấn đề nóng của xã hội hiện đại. Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã hòa nhập vào thế giới doanh nghiệp nói chung và phương thức bán hàng đa cấp được rất nhiều các doanh nghiệp sử dụng. Cùng với thương mại điện tử, bán hàng đa cấp đã tạo thành một làn sóng mới trong hoạt động kinh doanh, thương mại hiện nay.

Còn theo P.Sreekumar (Viện Chartered – các nhà phân tích tài chính của Ấn Độ, Tại Hội nghị quốc tế về tiếp thị và xã hội, 8/10/2007) thì bán hàng đa cấp là việc bán hàng cá nhân, việc bán được hàng phụ thuộc vào sự giới thiệu. Bán hàng đa cấp được xem xét lại do khái niệm bán hàng đa cấp hoạt động dựa trên đòn bẩy về thời gian. Có nghĩa là, một tác phẩm được thực hiện bởi bạn trong 100 ngày, có thể được hoàn thành trong 1 ngày nếu bạn có 100 người theo bạn (trong một chuỗi) làm trong 1 ngày làm việc. Bạn kiếm được phần trăm ưu đãi cho các công việc được thực hiện bởi 100 người.

Theo Robert Fitzpatrick, một chuyên gia hàng đầu về mô hình kim tự tháp, trong một lần được phỏng vấn, đã có những nhìn nhận rất thẳng thắn, thực tế và bản chất về bán hàng đa cấp, hay mô hình kinh doanh theo kiểu kim tự tháp. Theo tác giả, chương trình kim tự tháp là một bí ẩn lớn ở Mỹ, rất ít người hiểu. Đó là toán học đơn giản nhưng lại khó nắm bắt. Bán hàng đa cấp lúc đó được coi là một mô hình kinh doanh mới. Hầu hết mọi người biết đến mô hình này vào những năm

1990, mặc dù mô hình kinh doanh đã xuất hiện vào khoảng những năm 80, hoặc thậm chí trong cả những năm 70. Và thực sự doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình này đã tăng lên ở khắp mọi nơi. Mặc cho thị trường của các doanh nghiệp kinh doanh truyền thống đã bão hòa, số lượng doanh nghiệp và người tham gia, người tiêu dùng ở phương thức này không ngừng tăng lên. Tuy nhiên đây là một mô hình mới, không tránh khỏi có những sai sót, và tác giả khẳng định mô hình có khuynh hướng tiềm ẩn những gian lận.

Theo John Kalench trong cuốn: *Cơ hội thuận lợi nhất trong lịch sử loài người* (2002), NXB Thế giới, Hà Nội thì bán hàng đa cấp bất chính là hiện tượng được xuất hiện những năm cuối của thập kỉ 60 thế kỉ 20 bởi thương nhân Mỹ - Glen Turner. Dưới góc độ pháp lý, các cơ quan có thẩm quyền ở Mỹ thường đưa ra định nghĩa về bán hàng đa cấp bất chính trong phán quyết của Ủy ban thương mại liên bang đối với vụ kiện Công ty Koscot Interplanetary, Inc: “*Kinh doanh đa cấp bất chính là mô hình mà trong đó người tham gia phải trả một khoản tiền cho công ty để được quyền bán sản phẩm và được quyền nhận tiền thưởng từ việc tuyển những người khác tham gia vào chương trình mà những khoản thu nhập đó không liên quan đến việc bán sản phẩm cho người tiêu dùng thực sự*”

Theo Cục Quản lý cạnh tranh thuộc Bộ Công thương, trong cuốn “*Hỏi – đáp về bán hàng đa cấp*” (2011) cũng đã đưa ra những quy định chung khi tìm hiểu về bán hàng đa cấp như khái niệm, một số nhận thức sai lầm về bán hàng đa cấp, hàng hóa được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp, doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia đa cấp, hợp đồng tham gia đa cấp.

Theo Sở Công thương Thành phố Hà Nội, trong cuốn “*Tìm hiểu một số quy định về hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp*” (2018) đã tổng kết một số quy định của Nhà nước trong kinh doanh đa cấp theo 13 phần:

Phần 1: Quy định chung về kinh doanh theo phương thức đa cấp

Phần 2: Quy định về kinh doanh theo phương thức đa cấp khi chưa được cấp giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh

Phần 3: Doanh nghiệp bán hàng đa cấp

Phần 4: Người tham gia bán hàng đa cấp

Phần 5: Hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp

Phần 6: Đào tạo cơ bản đối với người tham gia bán hàng đa cấp

Phần 7: Thẻ thành viên bán hàng đa cấp

Phần 8: Quy định về giao, nhận, trả lại, mua lại hàng hóa

Phần 9: Quy định về hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác trả cho người tham gia bán hàng đa cấp

Phần 10: Quy định về quản lý bán hàng đa cấp ở địa phương

Phần 11: Quy định về tổ chức hội nghị, hội thảo về bán hàng đa cấp ở địa phương

Phần 12: Thu hồi, chấm dứt giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp

Phần 13: Xử lý vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp

Chủ yếu những quy định này là tổng kết, hệ thống lại một số văn bản hiện hành quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

Tác giả Bùi Trung Thương với bài báo, bài nghiên cứu của mình: *Quản lý bán hàng đa cấp tại Việt Nam. Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Thương mại, 2011, số 17, tr 14-17, đã tóm tắt sự hình thành bán hàng đa cấp tại Việt Nam, các văn bản pháp luật về bán hàng đa cấp. Đồng thời tác giả khảo sát, tổng kết thực trạng bán hàng đa cấp trên thế giới và tại Việt Nam tại thời điểm năm 2011.

Tác giả Lê Hoàng Vũ trong bài nghiên cứu: *Những tình huống bán hàng đa cấp bất chính tại Việt Nam* (2010), Đại học Ngoại thương đã tìm hiểu về bán hàng đa cấp: Khái niệm bán hàng đa cấp; Lịch sử về quá trình hình thành và đôi nét về bán hàng đa cấp; Đặc điểm của bán hàng đa cấp: nguyên lý phát triển của hệ thống bán hàng đa cấp, so sánh giữa bán hàng truyền thống và bán hàng đa cấp, ưu điểm của bán hàng đa cấp, những bất cập của kinh doanh đa cấp. Và tác giả đã phân tích sự khác biệt giữa bán hàng đa cấp chân chính và bán hàng đa cấp bất chính, đưa ra những đặc điểm nhận diện bán hàng đa cấp bất chính, đưa ra những tình huống bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam xuất hiện ở thời điểm 2010, đó là: các công ty BHDC yêu cầu người muốn tham gia phải mua một số lượng hàng hóa ban đầu để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp, yêu cầu người tham gia trả phí cho các khóa đào tạo, hội thảo..., cung cấp thông tin gian dối về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp để dụ dỗ người khác tham gia bán hàng đa cấp...

Bài viết “*Điều chỉnh pháp luật đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính*” của Th.s Lê Anh Tuấn, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp, Văn phòng quốc hội, số 9/2006, trang 44-50. Trong bài viết thì sau khi đưa ra 2 cách hiểu về hành vi bán hàng đa cấp bất chính, và đưa ra 4 đặc điểm nhận dạng của hành vi bán hàng đa cấp bất chính; tác giả có những liên hệ với các quy định của Hoa Kỳ, Canada, Đài Loan về điều chỉnh, xử lý hành vi bán hàng đa cấp bất chính.

### ***1.1.2. Nhóm công trình nghiên cứu về quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại***

Theo 2 tác giả: Đào Minh Hồng và Lê Hồng Hiệp trong cuốn *Sổ tay Thuật*

ngữ *Quan hệ Quốc tế* (2013), Khoa Quan hệ quốc tế – Đại học KHXH&NV TP HCM thì các nhà kinh tế học cổ điển không phủ định sự tồn tại khách quan của Nhà nước trong nền kinh tế thị trường, họ chỉ chống lại sự can thiệp sâu, cứng nhắc, quá mức của Nhà nước (sản phẩm của tư tưởng Trọng thương). Suy cho cùng, chủ nghĩa trọng thương tin rằng nhà nước cần phải quản lý điều hành nền kinh tế nhằm đạt được lợi ích quốc gia, được thể hiện qua sự giàu có, quyền lực, và danh tiếng. Chủ nghĩa trọng thương không quan tâm đến việc cải thiện cuộc sống của con người hay thúc đẩy hợp tác giữa các quốc gia trong hệ thống thế giới. Mục tiêu hàng đầu của cách tiếp cận này là tối đa hóa an ninh quốc gia và quyền lực, đồng thời xem hoạt động kinh tế như là một phương tiện để đạt được những mục đích này.

Theo cuốn sách “*Sự giàu có của các quốc gia*” (1776), Adam Smith (1723-1790), nhà kinh tế chính trị cổ điển Anh, cho rằng Nhà nước chỉ cần thực hiện 3 chức năng cơ bản: bảo đảm môi trường hòa bình, không để xảy ra nội chiến, ngoại xâm; tạo ra môi trường thể chế cho phát triển kinh tế thông qua hệ thống pháp luật; và cung cấp hàng hóa công cộng. Ngoài 3 chức năng cơ bản đó, tất cả các vấn đề còn lại đều có thể được giải quyết ổn thỏa và nhịp nhàng bởi “bàn tay vô hình”

Theo tác phẩm nổi tiếng: “*Lý thuyết chung về việc làm, lãi suất và tiền tệ*” (1936), John Maynard Keynes (1884 - 1946), nhà kinh tế học nổi tiếng người Anh với cuộc cách mạng về lý thuyết kinh tế trong đó nhấn mạnh vai trò của “bàn tay hữu hình” điều tiết nền kinh tế của Nhà nước. Chính phủ có thể can thiệp vào nền kinh tế thông qua công cụ chính sách tài khóa. Keynes nhấn mạnh Chính phủ nên cung ứng những kích thích ban đầu bằng những chương trình kinh tế công cộng. Cách thức can thiệp của Chính phủ như vậy sẽ dẫn đến hiệu ứng số nhân cho nền kinh tế. Từ cách lập luận của Keynes, có thể nhận định rằng, nền kinh tế thị trường không có khả năng tự điều tiết tuyệt đối và vô hạn. Do vậy, để thúc đẩy tăng trưởng đều đặn, Nhà nước phải trực tiếp can thiệp và điều tiết.

Theo cuốn sách “*Tự do và tư bản*” (1962) của Milton Friedman (1912 - 2006), nhà kinh tế học Mỹ, được giải Nobel Kinh tế năm 1976 chủ trương để cho nền kinh tế thị trường tự do điều tiết, Nhà nước can thiệp chỉ làm xấu thêm tình hình của thị trường, vì nếu thị trường có khuyết tật thì bản thân Nhà nước cũng có khuyết tật của nó. Friedman đã cổ vũ nhiệt tình cho một nền kinh tế thị trường tự do không có sự can thiệp của Chính phủ.

Trong tác phẩm “*Kinh tế học*” (1948) của mình, P.A Samuelson (1915 - 2009), nhà kinh tế Mỹ được giải Nobel kinh tế năm 1970, với quan điểm về nền kinh tế hỗn hợp, cho rằng “*điều hành một nền kinh tế không có Chính phủ hoặc thị trường thì cũng như định võ tay bằng một bàn tay*”. Để đảm bảo được 3 tiêu chí cơ

bản của nền kinh tế: hiệu quả, công bằng và ổn định, cách tốt nhất là phải áp dụng mô hình kinh tế hỗn hợp trong đó cơ chế thị trường xác định giá cả và sản lượng, nhất là đối với các lĩnh vực quan trọng, còn Chính phủ điều tiết thị trường bằng những chương trình thuế, các hoạt động chi tiêu và luật lệ. Cả 2 bên: Chính phủ và thị trường đều có tính thiết yếu, nhưng phải xác định thật rõ ranh giới, ở đâu, lĩnh vực nào thì để thị trường điều tiết còn ở đâu, lĩnh vực nào thì Chính phủ phải điều tiết. Tuy nhiên, trên thực tế, điều khó khăn nhất đối với điều hành kinh tế của các Chính phủ là xác định được ranh giới này.

J.K. Galbraith (1908 - 2006), nhà kinh tế học Phái tả của Trường Đại học Havard – Mỹ, cho rằng, sự phát triển của kinh tế thị trường dẫn đến nhiều tệ nạn như ô nhiễm môi trường, hư hỏng kết cấu kinh tế hạ tầng, phân hóa xã hội sâu sắc, lãng phí tài nguyên. Từ đó, các nhà kinh tế học Phái tả chủ trương dùng kế hoạch hóa thay thế thị trường để kinh doanh hàng hóa. Trong lý thuyết nổi tiếng của kinh tế học Phái tả về “xã hội công nghiệp mới”, họ khẳng định việc phát triển kỹ thuật tất yếu dẫn đến kế hoạch hóa. Kỹ thuật hiện đại cũng đòi hỏi tăng cường vai trò của Nhà nước hiện đại, trong đó có vai trò kinh tế của Nhà nước.

Theo Luận án tiến sỹ: “*Quản lý Nhà nước về thương mại giai đoạn hiện nay ở nước ta*”, Trần Văn Thắng (2004), Viện Kinh tế Việt Nam thì: Về phương diện lý luận cũng như trong thực tiễn, ngày nay cũng còn nhiều quan điểm, sự nhìn nhận khác nhau về vai trò của Nhà nước và vai trò của thị trường, cũng như vấn đề cơ chế thị trường và cơ chế thị trường có sự điều tiết của Nhà nước. Trong thực tiễn, hầu hết các quốc gia trên thế giới đều hiện diện sự quản lý, điều khiển hay can thiệp của Nhà nước với cách thức, phạm vi, mức độ và liều lượng rất khác nhau. Có những quốc gia Nhà nước can thiệp rất mạnh vào nền kinh tế nói chung và thương mại nói riêng đã gặt hái được khá nhiều thành công. Ngược lại nhiều quốc gia, Nhà nước chỉ can thiệp có mức độ nhưng nền kinh tế nói chung và thương mại nói riêng vẫn phát triển. Trong nền kinh tế thị trường, tùy theo chế độ kinh tế, chính trị, xã hội của từng quốc gia, mà vai trò của Nhà nước ở từng nước là khác nhau. Sự can thiệp thành công của Nhà nước ở các nền kinh tế công nghiệp mới (NIEs) Châu Á như: Nam Triều Tiên, Đài Loan, Singapore và một số nước ASEAN như Indonesia, Malaysia và gần đây ở khu vực Châu Á đặc biệt nhất là sự thành công của Trung Quốc. Người ta cho rằng không có nền kinh tế thị trường nào có thể hoạt động mà thiếu sự điều tiết của cả thị trường và Nhà nước. Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa có sự quản lý của Nhà nước, đây là một đặc thù riêng có ở nước ta, là bởi lẽ, Nhà nước quản lý nền kinh tế là để bảo vệ lợi ích của toàn dân, đảm bảo hài hòa lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp và lợi ích người lao động, trên cơ sở có sự tôn trọng các quy luật khách

quan vốn có của nền kinh tế thị trường.

Còn theo Vũ Tuấn Anh (Vai trò của Nhà nước trong phát triển kinh tế, 1994), thì: Trên thế giới ngày nay, không có ở quốc gia nào – dù là chưa công nghiệp hóa hay đã ở thời kỳ hậu công nghiệp – mà không có sự can thiệp của Nhà nước vào kinh tế theo rất nhiều lý do khác nhau. Nền kinh tế hàng hóa và cơ chế thị trường không làm giảm nhẹ sự quản lý của Nhà nước, vô luận là Nhà nước tư bản chủ nghĩa hay Nhà nước xã hội chủ nghĩa. Kinh tế thị trường là tự do làm giàu trong khuôn khổ luật pháp, bình đẳng trong cạnh tranh (không đặc quyền, không đẳng cấp, không ngăn cách), năng động trên thị trường để tiêu thụ nhanh (số lượng, mặt hàng, chất lượng, giá cả...) để tìm lợi thế tối đa. Thị trường tự nó cũng mang nhiều nhân tố sinh ra các tệ nạn (đầu cơ, buôn lậu, tham nhũng, trốn thuế...). Nhưng không có nền kinh tế thị trường và không có chế độ kinh tế nào có sự tự do tuyệt đối, mà đều có sự quản lý vĩ mô của Nhà nước.

Theo Luận án tiến sỹ: “*Quản lý Nhà nước về thương mại giai đoạn hiện nay ở nước ta*”, Trần Văn Thắng (2004), Viện Kinh tế Việt Nam, đưa ra những căn cứ chủ yếu để xác định nội dung quản lý Nhà nước về thương mại là:

+ Căn cứ vào lý luận về vai trò, chức năng và nhiệm vụ của Nhà nước trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa

+ Căn cứ vào chủ trương, đường lối phát triển kinh tế của Đảng và Nhà nước

+ Căn cứ vào Hiến pháp năm 1992, Luật Tổ chức Quốc hội, Luật Tổ chức Chính phủ, Luật tổ chức Hội đồng nhân dân và Ủy ban nhân dân, Luật Thương mại và nhiều luật chuyên ngành khác như: Luật Doanh nghiệp Nhà nước, Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư nước ngoài, Luật khuyến khích đầu tư trong nước, Luật Hợp tác xã...

+ Xuất phát từ vai trò của thương mại trong cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

+ Căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn của Bộ thương mại theo Nghị định số 29/2004/NĐ-CP của Chính phủ ngày 16/01/2004

+ Ngoài ra còn căn cứ vào nhiều văn bản dưới luật khác

Từ đó, trong đề tài Luận án của mình, Trần Văn Thắng đã chọn và tổng hợp lại thành một số nhóm nội dung chủ yếu quản lý Nhà nước về thương mại ở nước ta như sau:

*Nhóm nội dung thứ 1: Ban hành pháp luật kinh tế và xây dựng chính sách thương mại*

*Nhóm nội dung thứ 2: Xây dựng chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển thương mại*

*Nhóm nội dung thứ 3:* Hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế

*Nhóm nội dung thứ 4:* Quản lý Nhà nước về cạnh tranh, chống độc quyền và chống bán phá giá

*Nhóm nội dung thứ 5:* Quản lý Nhà nước đối với các loại hình doanh nghiệp

*Nhóm nội dung thứ 6:* Thông tin kinh tế - thương mại và xúc tiến thương mại

*Nhóm nội dung thứ 7:* Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và điều tiết lưu thông hàng hóa

*Nhóm nội dung thứ 8:* Quản lý chất lượng hàng hóa, thanh tra, kiểm tra và quản lý thị trường.

*Nhóm nội dung thứ 9:* Tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước về thương mại và đào tạo nguồn nhân lực.

### **1.1.3. Các nghiên cứu trực diện về quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Có một số nghiên cứu của các tác giả về vấn đề này:

Tác giả Hoàng Đào Thu Thủy (2012), Đại học Luật Hà Nội, trong luận văn “*Pháp luật điều chỉnh bán hàng đa cấp ở Việt Nam – Những vấn đề lý luận và thực tiễn*” cũng làm rõ “các điểm hạn chế nổi cộm trong các quy định pháp luật hiện nay như: hạn chế trong các quy định pháp luật về hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp, quy định về cơ chế tiền kiểm hậu kiểm đối với bán hàng đa cấp, quy định pháp luật về các hành vi bán hàng đa cấp bất chính và các quy định pháp luật về trách nhiệm của các bên tham gia bán hàng đa cấp”. Trên cơ sở những phân tích về ưu, nhược điểm trong pháp luật về bán hàng đa cấp, luận văn đưa ra một số đề xuất để hoàn thiện những tồn đọng trong pháp luật bán hàng đa cấp:

+ *Thứ nhất*, với các quy định pháp luật về hàng hoá được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp: luận văn đề xuất mở rộng đối tượng bán hàng đa cấp không chỉ là mua bán hàng hoá mà cả cung ứng dịch vụ để phù hợp với thực tế hoạt động và đảm bảo tính tương thích với pháp luật nước ngoài.

+ *Thứ hai*, với các quy định pháp luật về cơ chế tiền kiểm, hậu kiểm đối với bán hàng đa cấp: luận văn kiến nghị học hỏi kinh nghiệm quản lý của Đài Loan.

+ *Thứ ba*, với các quy định pháp luật về các hành vi bán hàng đa cấp bất chính, tác giả cho rằng Luật Cạnh tranh nên bỏ cụm từ “nhằm thu lợi bất chính từ việc tuyển dụng người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp” như là một dấu hiệu để nhận diện hành vi bán hàng đa cấp bất chính để tránh những mâu thuẫn trong quá trình quản lý.

+ *Thứ tư*, tác giả đề xuất hoàn thiện thêm các quy định pháp luật về trách nhiệm của các bên tham gia bán hàng đa cấp.

Nằm trong trang Thực tiễn áp dụng của Tạp chí Nghiên cứu lập pháp, Văn phòng quốc hội, số 9/2006, trang 44-50, bài viết “*Điều chỉnh pháp luật đối với hành*

vi bán hàng đa cấp bất chính” của Th.s Lê Anh Tuấn, đã có cái nhìn cụ thể và khách quan về pháp luật Việt Nam đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Sau khi đưa ra 2 cách hiểu về hành vi bán hàng đa cấp bất chính, đó là theo Điều 48 của Luật Cạnh tranh và Điều 3, Khoản 11 của Luật Cạnh tranh; và đưa ra 4 đặc điểm nhận dạng của hành vi bán hàng đa cấp bất chính; tác giả có những liên hệ với các quy định của Hoa Kỳ, Canada, Đài Loan về hành vi bán hàng đa cấp bất chính.

Theo Đoàn Trung Kiên (2008), “*Bản chất pháp lý của hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp*”, Tạp chí Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, trang 51-57, tác giả sau khi nhận định tại thời điểm đó có 2 văn bản pháp luật chủ yếu điều chỉnh bán hàng đa cấp tại Việt Nam là Luật Cạnh tranh và Nghị định 110/2005/NĐ-CP, đã chỉ ra bản chất pháp lý của hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp - loại văn bản xác lập quan hệ bán hàng đa cấp giữa doanh nghiệp bán hàng đa cấp với người tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp.

Còn tác giả Bùi Trung Thượng, trong bài nghiên cứu của mình đã:

- Tổng kết thực trạng quản lý bán hàng đa cấp ở nước ta: công tác cấp và tiếp nhận thông báo bán hàng đa cấp, về công tác tuyên truyền pháp luật, công tác kiểm tra, giám sát, điều tra xử lý vi phạm;

- Phân tích những khó khăn trong công tác quản lý bán hàng đa cấp lúc đó, bao gồm:

*Thứ nhất*, hoạt động bán hàng đa cấp được thực hiện thông qua mạng lưới những người tham gia cá nhân, không có địa điểm kinh doanh cố định gây khó khăn cho công tác giám sát, kiểm tra, đồng thời dễ phát sinh những diễn biến phức tạp, vi phạm pháp luật.

*Thứ hai*, việc xem xét và kết luận về hành vi quảng cáo, tuyên truyền không phù hợp, cường điệu hóa, dụ dỗ người tiêu dùng... thường khó khăn.

*Thứ ba*, nguồn lực quản lý bán hàng đa cấp về nhân sự và tài chính còn hạn chế, do đó công tác kiểm tra, giám sát và xử lý kịp thời vi phạm trong bán hàng đa cấp còn nhiều khó khăn.

Hai tác giả Đoàn Văn Bình, Đoàn Trung Kiên (2007), “*Pháp luật về bán hàng đa cấp tại Việt Nam: Một số vấn đề cần hoàn thiện*”, Tạp chí Luật học, Trường Đại học Luật Hà Nội, số 7, trang 3-7 đã khái quát về bán hàng đa cấp tại Việt Nam và pháp luật về bán hàng đa cấp tại thời điểm nghiên cứu. Sau đó, hai tác giả đã đưa ra một số vấn đề cần hoàn thiện pháp luật quản lý bán hàng đa cấp:

- + Mở rộng phạm vi áp dụng đối với cả hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp và quản lý hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp;

- + Mở rộng phạm vi đối tượng được kinh doanh, tức là mở rộng quyền kinh



doanh cho cả các hộ kinh doanh cá thể và các hợp tác xã;

- + Pháp luật về bán hàng đa cấp nên cấm cán bộ công chức tham gia mạng lưới bán hàng này;

- + Cần mở rộng địa điểm tiếp thị bán hàng đa cấp, cho phép người tham gia bán hàng đa cấp được tiếp thị và bán hàng hóa của họ ở bất kỳ đâu.

Theo Lê Anh Tuấn (2006), “*Điều chỉnh pháp luật đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính*”, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp, Văn phòng quốc hội, số 9, trang 44-50, tác giả đã khái quát về thực trạng bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam, và đưa ra một số kiến nghị điều chỉnh pháp luật để quản lý hành vi bán hàng đa cấp nói chung và bán hàng đa cấp bất chính nói riêng tại thời điểm đó:

*Thứ nhất* là cần mở rộng đối tượng được mua bán trong bán hàng đa cấp còn bao gồm cả dịch vụ.

*Thứ hai*, tại thời điểm nghiên cứu, giữa khoản 3, điều 48, Luật Cạnh tranh và khoản 6, điều 7 của Nghị định 110/2005/NĐ-CP có sự không thống nhất trong quy định về hành vi nào được gọi là bán hàng đa cấp bất chính.

Theo Lê Bí Bo (2016), *Quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay*, Luận án Tiến sĩ Luật học, Viện Hàn Lâm Khoa Học Xã Hội Việt Nam, Học Viện Khoa Học Xã Hội, dưới góc độ nghiên cứu của Chuyên ngành Luật Hiến pháp và Luật Hành chính, tác giả đã đưa ra những vấn đề lý luận cơ bản về QLNN đối với hoạt động bán hàng đa cấp, thực trạng QLNN đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở công tác ban hành thể chế quản lý, thực hiện thể chế quản lý, xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động bán hàng đa cấp. Từ đó, trong chương 4, tác giả đưa ra phương hướng và giải pháp hoàn thiện QLNN đối với hoạt động bán hàng đa cấp, đó là: đào tạo đội ngũ cán bộ - công chức thực hiện nhiệm vụ quản lý Nhà nước, đổi mới phương tiện hoạt động QLNN, nâng cao hiệu quả QLNN đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

#### **1.1.4. Một số kết luận rút ra và khoảng trống nghiên cứu cho đề tài luận án**

##### **1.1.4.1. Một số kết quả rút ra từ các công trình nghiên cứu có liên quan**

###### **a, Về lý luận**

Trên góc độ tiếp cận vĩ mô, các công trình đã:

- + Xây dựng khung lý thuyết về quản lý Nhà nước nói chung, đồng thời trình bày một cách khái quát về đặc điểm của QLNN đối với các hoạt động thương mại.

- + Khái quát về lịch sử và sự phát triển của bán hàng đa cấp trên thế giới, các làn sóng phát triển, các bước ngoặt và những dấu mốc quan trọng của bán hàng đa cấp

- + Các nghiên cứu cũng chỉ ra các chính sách và các giải pháp quản lý Nhà nước đối với thương mại nói chung.

Ở tầm vi mô, các công trình đã đưa ra các lý thuyết tiếp cận dưới góc độ của các công ty BHĐC để phân tích hoạt động bán hàng và hoạt động QLNN Từ đó chỉ ra những khó khăn trong BHĐC và những yếu tố ảnh hưởng đến QLNN đối với BHĐC.

*b, Về thực tiễn*

- Các công trình nghiên cứu đã đề cập đến QLNN đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam tại thời điểm nghiên cứu, trong đó tập trung vào một số hạn chế và đưa ra các giải pháp. Tuy nhiên, những nghiên cứu này mới chỉ đưa ra những giải pháp chung mà chưa tập trung chủ yếu vào một nhóm giải pháp quản lý nào (ví dụ: nhóm giải pháp về chính sách, nhóm giải pháp về nhân lực, nhóm giải pháp về truyền thông...)

- Các nghiên cứu cũng đã đề cập đến tình hình bán hàng đa cấp thực tế tại thời điểm nghiên cứu ở Việt Nam, với những công ty, nhà phân phối chân chính và những công ty, nhà phân phối bất chính. Mặc dù vậy, những nghiên cứu vẫn chưa có cái nhìn nhiều chiều và sâu xa về những động cơ, lý do của những mô hình bán hàng đa cấp bất chính đang diễn ra cũng như những khó khăn của công tác quản lý Nhà nước hiện nay, chưa đưa ra câu trả lời thích đáng cho câu hỏi: Tại sao bán hàng đa cấp ở Việt Nam lại biến tướng như vậy? Nhà nước cần làm gì để bán hàng đa cấp ở Việt Nam phát triển?

Tuy nhiên, trong quá trình nghiên cứu viết luận án, những công trình nghiên cứu nêu trên, với những thông tin hữu ích đã được NCS kế thừa. Trong số những công trình đó, NCS có kế thừa từ Luận án tiến sĩ Chuyên ngành Luật Hiến pháp và Luật Hành chính của tác giả Lê Bí Bo về một số vấn đề lý luận về quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp và những giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Nhưng khác biệt của Luận án này đó là góc độ tiếp cận thuộc Chuyên ngành Quản lý kinh tế; bán hàng đa cấp được nhìn nhận ở cả hoạt động, chủ thể, tác động; và điểm mới của Luận án là đưa ra được các yếu tố trụ cột của QLNN đối với bán hàng đa cấp, mục tiêu của QLNN đối với bán hàng đa cấp và hệ thống các tiêu chí đánh giá QLNN đối với bán hàng đa cấp.

*1.1.4.2. Những khoảng trống cho đề tài Luận án*

Qua tổng quan các công trình nghiên cứu, có thể khẳng định cho tới thời điểm này chưa có công trình nghiên cứu theo góc độ quản lý kinh tế về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Hiện đã có những khoảng trống nghiên cứu cả về lý luận và đánh giá thực trạng của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp giai đoạn 2006 đến nay, đó là những vấn đề sau:

*Thứ nhất:* Khoảng trống nghiên cứu về mô hình bán hàng đa cấp hiện nay ở

Việt Nam.

Các nghiên cứu trước đây tiếp cận dưới góc độ mô hình bán hàng đa cấp nguyên thủy và ở nước ngoài. Luận án sẽ phân tích mô hình bán hàng đa cấp chân chính đang phát triển ở Việt Nam cùng với đó là sự biến tướng của mô hình bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Đặc điểm của bán hàng đa cấp: về phương thức phân phối hàng hóa; về xuất xứ, thương hiệu, số lượng và chất lượng của các sản phẩm trong mô hình bán hàng đa cấp, trong từng doanh nghiệp bán hàng đa cấp, ở toàn quốc và ở một số địa phương...

*Thứ hai:* Khoảng trống nghiên cứu về công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp hiện nay ở Việt Nam.

Các nghiên cứu đã đề cập đến vai trò của QLNN đối với phương thức kinh doanh này về mặt lý luận nhưng chưa nhìn trực diện và thẳng thắn thực tiễn vai trò này được thực hiện đến đâu. Đến nay, bán hàng đa cấp chân chính vẫn tiếp tục mang lại lợi ích cho kinh tế - xã hội Việt Nam nhưng lại có những doanh nghiệp bán hàng đa cấp bất chính gây ra những vụ việc trở thành vấn nạn cho xã hội Việt Nam. Cần nhìn cụ thể về vai trò quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, như vai trò định hướng, hướng dẫn; tạo môi trường và thúc đẩy kinh doanh và vai trò thanh tra, kiểm tra, kiểm soát. Với góc độ tiếp cận quản lý kinh tế, Luận án còn nhìn nhận vai trò của quản lý Nhà nước và chính quyền địa phương trong hoạch định, thực thi các quyền về lập pháp, hành pháp và tư pháp đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Các nhóm giải pháp trong quản lý nhằm giải quyết các hạn chế và cần tập trung vào nhóm giải pháp gắn với các nội dung quản lý, cụ thể hơn là ban hành điều khoản luật chính thức điều chỉnh đối với bán hàng đa cấp, bổ sung nguồn nhân lực quản lý hay chặt chẽ hơn khi kiểm tra và xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp và gắn với việc áp dụng linh hoạt các phương pháp, các công cụ quản lý bán hàng đa cấp.

## **1.2. Một số lý thuyết có liên quan và phương pháp nghiên cứu**

### ***1.2.1. Một số lý thuyết có liên quan***

Luận án được định hướng nghiên cứu theo quan điểm, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về kinh tế - xã hội trong từng thời kỳ.

Hướng tìm hiểu, phân tích và giải quyết vấn đề của Luận án được dựa trên một số lý thuyết kinh tế cổ điển và hiện đại.

Đó là *lý thuyết tự do hóa thương mại*. Tự do hóa thương mại có thể hiểu là sự giảm hoặc xóa bỏ đi những can thiệp của Chính phủ hay Nhà nước vào những giao dịch, trao đổi hàng hóa quốc tế, giúp hàng hóa, dịch vụ được lưu thông thuận lợi, dễ dàng hơn. Tự do hóa thương mại vừa là nhu cầu của các quốc gia, vừa là phù hợp

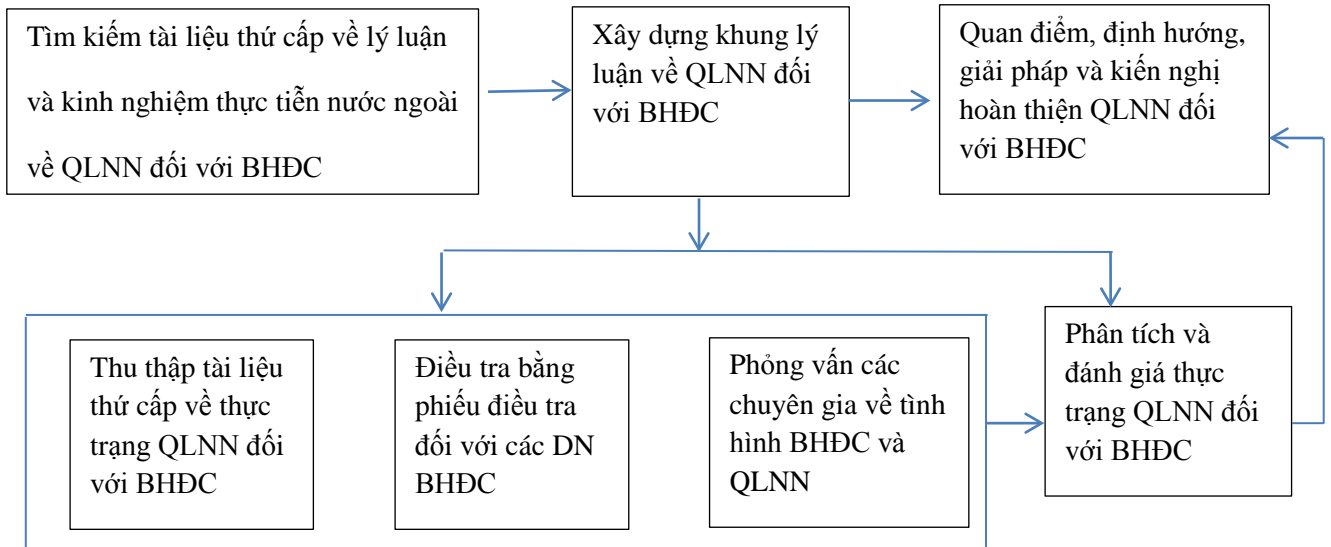
với quy luật của kinh tế thị trường. Hàng hóa sẽ được tự do hơn trong di chuyển giữa các vùng, miền, địa phương, quốc gia do sự cắt giảm thuế quan và các rào cản khác. Ngược lại, trong lý thuyết bảo hộ thương mại, Nhà nước hoặc Chính phủ có các can thiệp và tăng thêm các can thiệp vào trao đổi hàng hóa, dịch vụ quốc tế. Mỗi quốc gia đều có nhiều lý do để bảo hộ thương mại. Bán hàng đa cấp là phương thức kinh doanh được cho là bắt nguồn từ Mỹ và du nhập vào Việt Nam, mang lại nhiều lợi ích kinh tế - xã hội, đây chính là kết quả của tự do hóa thương mại. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển lại có thể theo chệch hướng hoặc có những ảnh hưởng không tích cực, sự can thiệp của Nhà nước là cần thiết, theo những lý do hợp lý được đưa ra trong lý thuyết về bảo hộ thương mại. Luận án dựa vào lý thuyết này để phân tích sự phát triển, tác động của bán hàng đa cấp cũng như chỉ ra vai trò của QLNN đối với bán hàng đa cấp.

Đó là *lý thuyết quản lý theo mục tiêu* (MBO – Management by Objectives) được bắt nguồn từ tư tưởng của chuyên gia hàng đầu thế giới về tư vấn quản trị - Peter Drucker vào năm 1954. Theo lý thuyết này, nhà quản trị đặt ra mục tiêu dài hạn phù hợp với tầm nhìn và sứ mệnh của công ty, sau đó chia nó thành các mục tiêu ngắn hạn hơn và giao cho cấp dưới toàn quyền để hoàn thành mục tiêu đó – hay nói cách là việc “phân quyền”. Từ lý thuyết ở tầm vi mô này, trong quá trình tìm hiểu để viết luận án, NCS soi chiếu vào tầm vĩ mô, để hiểu hơn về thực trạng Nhà nước có quản lý bán hàng đa cấp theo mục tiêu và có những hạn chế gì cần khắc phục, cần đưa ra giải pháp gì cho hợp lý.

Đó là *lý thuyết các bên tham gia* (Stakeholder Theory) được Freeman (1984) phát triển từ những khái niệm về “các bên liên quan” đầu tiên trên cơ sở mô hình quản trị công, sau đó mở rộng sang lĩnh vực chính sách công và quản trị Nhà nước. Các bên liên quan thuộc khu vực Nhà nước được tổ chức theo dạng thứ bậc. Mỗi một nhân tố trong mạng lưới quản trị công đều tương tác với nhau trong các vấn đề công, không một nhân tố nào có đủ khả năng và quyền lực đạt đến mục tiêu trong các vấn đề đó. Theo hàm ý đó, mỗi một vấn đề công đều được giải quyết thông qua quá trình tương tác, phân phối quyền lực, khả năng và sự tương tác của các nhân tố trong mạng lưới. Từ lý thuyết này, trong quá trình nghiên cứu luận án, NCS luôn bao quát các đối tượng có liên quan trong quản lý bán hàng đa cấp, xem xét và giải quyết những mối quan hệ đó, đảm bảo sự cân bằng trách nhiệm và lợi ích.

### **1.2.2. Quy trình nghiên cứu**

Để thực hiện được những mục tiêu nghiên cứu đã đặt ra, luận án tiến hành nghiên cứu theo quy trình sau:



**Sơ đồ 1.1. Quy trình nghiên cứu của Luận án**

(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

### 1.2.3. Phương pháp nghiên cứu

#### 1.2.3.1. Phương pháp luận

Để nghiên cứu, Luận án sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, với cách tiếp cận có tính hệ thống, logic khi tìm hiểu và phân tích các vấn đề trong đề tài.

Phương pháp tiếp cận nghiên cứu luận án là xem xét vai trò của Nhà nước với tư cách là nhà quản lý đối với bán hàng đa cấp ở cả 3 quyền là: lập pháp, hành pháp và tư pháp, phối hợp cả 3 quyền này; phân công phân cấp giữa Trung ương với địa phương; quản lý theo ngành, lãnh thổ đối với bán hàng đa cấp.

Trong chương 2, NCS sử dụng phương pháp duy vật lịch sử, cách tiếp cận có tính hệ thống để khái quát cơ sở lý luận của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Bên cạnh đó, với những suy luận có tính biện chứng, NCS tập trung tìm hiểu kinh nghiệm quản lý lĩnh vực này ở một số nước có sự liên quan với Việt Nam, từ đó theo logic sẽ đề xuất một số bài học Việt Nam có thể áp dụng trong quản lý bán hàng đa cấp.

Sang chương 3, NCS sử dụng phương pháp phân tích, tổng hợp, so sánh, thống kê, mô tả bằng biểu đồ, bảng, hình vẽ làm nổi rõ thực trạng bán hàng đa cấp, quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Từ mỗi quan hệ biện chứng, NCS đưa ra nhận xét về thành công, hạn chế và nguyên nhân hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Ở chương 4, NCS sử dụng phương pháp tổng hợp các tài liệu, đó là các quan điểm, chủ trương của Nhà nước và quan điểm của cá nhân, ý kiến của một số đối tượng có liên quan được điều tra, phỏng vấn để đưa ra quan điểm, mục tiêu, định

hướng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Dùng phương pháp biện chứng, logic để đưa ra những giải pháp, đề xuất để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong thời gian tới.

### *1.2.3.2. Các phương pháp nghiên cứu cụ thể:*

#### *a, Phương pháp thu thập dữ liệu*

##### *\* Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp*

Dữ liệu thứ cấp trong luận án được thu thập thông qua một số nguồn tài liệu sau:

- Các tài liệu của Bộ Công thương, Cục quản lý cạnh tranh (Nay là Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng trực thuộc Bộ Công thương) , Sở Công thương thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh như Bắc Ninh, Hải Dương, Nghệ An, Gia Lai, Kon Tum, ..., các quyết định của Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố về quản lý bán hàng đa cấp, các báo cáo về hoạt động quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp trên các địa bàn và các tài liệu khác có liên quan đã cung cấp cho Luận án các dữ liệu thứ cấp hết sức quan trọng về:

+ Tình hình bán hàng đa cấp tại Việt Nam từ 2006 - 2018

+ Thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam từ 2006 - 2018

+ Các mục tiêu, định hướng trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp trong thời gian tới

- Các bài báo, các báo cáo, bài nghiên cứu của các cơ quan, Viện, Học viện, trường Đại học; các thông tin của: Hiệp hội Bán hàng trực tiếp thế giới, Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam, Hiệp hội bán hàng trực tiếp Mỹ, Hiệp hội bán hàng trực tiếp Nhật Bản, Hiệp hội bán hàng trực tiếp Trung Quốc, Hiệp hội bán hàng trực tiếp Malaysia, Hiệp hội bán hàng trực tiếp Singapore được đăng tải trên các trang website chuyên ngành đã cung cấp cho NCS những nhận định về tình hình phát triển của bán hàng đa cấp cùng với công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam cũng như ở một số quốc gia trong khu vực và trên thế giới các năm qua.

- Bên cạnh đó, một số luận án, công trình nghiên cứu của các học viên của các cơ sở đào tạo cũng đã giúp cho NCS có cách tiếp cận và nghiên cứu vấn đề một cách lịch sử, khoa học và hệ thống hơn.

##### *\* Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp*

Mục đích muốn có được các dữ liệu thực tế, trung thực phục vụ, bổ sung cho việc nghiên cứu, bên cạnh việc thu thập những dữ liệu thứ cấp, NCS còn tiến hành thu thập dữ liệu sơ cấp. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua các phiếu điều tra (bảng hỏi), phiếu phỏng vấn.

*Thứ nhất: Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi*

- Bảng câu hỏi (hay phiếu điều tra) là một công cụ để thu thập dữ liệu sơ cấp; phiếu điều tra là một tập hợp các câu hỏi và các câu trả lời được sắp xếp theo logic nhất định.

- Các bước thực hiện như sau:

*Bước 1:* Xác định mục đích điều tra tức là các thông tin cần thu thập, đối tượng điều tra, từ đó lập ra bảng câu hỏi điều tra.

Đối tượng được điều tra là doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp (đối tượng trả lời câu hỏi là người quản lý doanh nghiệp, nhân viên kinh doanh trong doanh nghiệp), cán bộ tại các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp, nhà phân phối – người tham gia bán hàng đa cấp.

Các câu hỏi được đặt ra với mục đích là tập trung tìm hiểu một số nội dung chính về tình hình công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp trong thời gian qua. Từ đó nắm bắt được thực trạng công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, góp phần đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm cải thiện công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam.

Các câu hỏi chung đưa ra cho cả 3 đối tượng với mục đích tìm hiểu ý kiến đánh giá về văn bản quản lý, về công tác tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước, về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với bán hàng đa cấp.

Các câu hỏi cụ thể cho từng đối tượng:

+ Đối tượng điều tra là cán bộ tại các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp nhằm tìm hiểu ý kiến đánh giá về các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp; về việc thực hiện trách nhiệm quản lý bán hàng đa cấp của các đơn vị; về công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi pháp luật quản lý bán hàng đa cấp; về nguồn lực phục vụ quản lý bán hàng đa cấp; về những thuận lợi và khó khăn trong công tác quản lý bán hàng đa cấp.

+ Đối tượng điều tra là người quản lý doanh nghiệp và nhân viên kinh doanh trong doanh nghiệp bán hàng đa cấp nhằm tìm hiểu ý kiến đánh giá về quy định, thủ tục đăng ký bán hàng đa cấp và kiểm soát quá trình hoạt động của doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam; về sự phù hợp của các mức quy định hiện hành của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay; về những hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp; về mức độ ưu tiên thực hiện các biện pháp để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam

+ Đối tượng điều tra là người tham gia bán hàng đa cấp nhằm tìm hiểu xem mục đích tham gia; có tìm hiểu về công ty bán hàng đa cấp không; có được đào tạo

và cấp giấy xác nhận kiến thức pháp luật khi tham gia bán hàng đa cấp không; công ty bán hàng đa cấp mà họ tham gia có thực hiện nghĩa vụ thuế thu nhập cá nhân đầy đủ không; có những nội dung tích cực gì trong quản lý Nhà nước về bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay; đánh giá về mức độ phù hợp của những quy định Nhà nước đối với người tham gia bán hàng đa cấp hiện nay của Việt Nam.

*Bước 2:* Nghiên cứu này sẽ được tiến hành với kích thước mẫu và phương pháp chọn mẫu được xây dựng trên cơ sở khoa học và khả năng thực hiện trong phạm vi nguồn lực của một đề tài luận án tiến sĩ.

Trong các phiếu điều tra, với mỗi đối tượng đều có nhóm câu hỏi chung và nhóm câu hỏi cụ thể được thiết kế phù hợp với mục đích tìm kiếm thông tin sơ cấp phục vụ cho các phân tích, luận giải trong đề tài.

Mẫu phiếu điều tra: xem Phụ lục 05

Trong đó:

+ Đối với cơ quan quản lý Nhà nước, NCS thực hiện điều tra các cán bộ ở Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, Sở Công thương Hà Nội, Sở Công thương thành phố Hồ Chí Minh, Sở Công thương Bắc Ninh, Sở Công thương Hưng Yên. Đề tài sẽ thực hiện điều tra khảo sát trên quy mô 50 phiếu. NCS phát ra 50 phiếu, thu về 48 phiếu và có 46 phiếu hợp lệ.

+ Đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp, NCS thực hiện điều tra 33 doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh bán hàng đa cấp với Bộ Công thương, trong mỗi doanh nghiệp chọn điều tra 5 nhà quản lý doanh nghiệp, 5 nhân viên kinh doanh, như vậy với 330 phiếu phát ra, 300 phiếu thu về và có 280 phiếu hợp lệ.

+ Đối với người tham gia bán hàng đa cấp, NCS thực hiện điều tra 200 người. Số người trả lời có tìm hiểu về sự quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp chiếm 60%, do vậy số phiếu NCS đã phát ra là 120 phiếu, số phiếu thu về là 115 phiếu, số phiếu hợp lệ là 112 phiếu.

Kích thước mẫu điều tra như trên thực sự lớn nhưng cho phép các kết quả phân tích định lượng có độ tin cậy phù hợp và phù hợp với nguồn lực, kinh phí trong đề tài.

Phương pháp lựa chọn các đối tượng nghiên cứu (chọn mẫu) là phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên, thuận tiện phi xác suất.

NCS đã tiến hành điều tra bằng phương pháp phát phiếu trực tiếp, hỏi qua điện thoại, gửi và nhận phiếu trả lời qua email.

*Thứ hai: Phương pháp phỏng vấn chuyên gia*

Phương pháp phỏng vấn nhằm làm rõ hơn các vấn đề mà phiếu điều tra đối tượng chưa thể hiện được hoặc đã thể hiện nhưng chưa rõ ràng, bao quát; đồng thời



nhằm có được các quan điểm riêng của người được phỏng vấn.

NCS đã tiến hành xây dựng bảng câu hỏi phỏng vấn (Mẫu phiếu phỏng vấn xem Phụ lục 06). Tổng số phiếu phỏng vấn là 60 phiếu cho các đối tượng là các cán bộ Nhà nước quản lý bán hàng đa cấp (20 phiếu), các người quản lý các doanh nghiệp bán hàng đa cấp (20 phiếu), các chuyên gia kinh tế (20 phiếu).

Nội dung của các câu hỏi phỏng vấn xoay quanh việc làm rõ hơn về:

*Một là:* Thực trạng, những nhân tố ảnh hưởng và những tồn tại trong công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam

*Hai là:* Định hướng, kiến nghị trong thời gian tới để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam.

*b, Phương pháp phân tích dữ liệu*

*\* Phương pháp phân tích dữ liệu thứ cấp*

NCS đã sử dụng phương pháp tổng hợp các dữ liệu, sau đó tiến hành phân tích, so sánh, đánh giá và tổng hợp, từ đó có những dữ liệu, số liệu về thực trạng bán hàng đa cấp, thực trạng công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam thời gian 2006 - 2018. Sau đó, cùng với việc phân tích dữ liệu sơ cấp, đề tài đưa ra định hướng, giải pháp hoàn thiện QLNN đối với BHĐC ở Việt Nam đến năm 2025.

*\* Phương pháp phân tích, xử lý dữ liệu sơ cấp*

- Với những dữ liệu sơ cấp thu được từ các câu trả lời trong phiếu điều tra, trong đề tài, phương pháp nghiên cứu phân tích định lượng được NCS sử dụng để đánh giá nhóm câu hỏi chung và nhóm các câu hỏi cụ thể đối với từng đối tượng

Trong đề tài này, xử lý dữ liệu nghiên cứu định lượng sẽ được thực hiện dựa trên công cụ nghiên cứu định lượng, cụ thể bảng tính Excel. Sau đó, NCS sử dụng thang đo Likert đánh giá giá trị trung bình của các tiêu chí trong các câu trả lời để có được các thông tin.

*Các khoảng điểm trong thang đo Likert mức 5 điểm*

Mức kém là mức có điểm trung bình dao động từ 1 đến 1,8

Mức yếu là mức có điểm trung bình dao động từ 1,81 đến 2,6

Mức trung bình là mức có điểm trung bình dao động từ 2,61 đến 3,4

Mức khá là mức có điểm trung bình dao động từ 3,41 đến 4,2

Mức cao là mức có điểm trung bình dao động từ 4,21 đến 5

- Phương pháp phỏng vấn sẽ thực hiện thông qua hệ thống bảng câu hỏi phỏng vấn được thiết kế trước và đối tượng phỏng vấn sẽ trả lời câu hỏi dưới sự quan sát của người phỏng vấn một cách trực tiếp hoặc dựa trên công nghệ liên lạc hiện đại. Sau khi thu thập dữ liệu khảo sát, sẽ tiến hành kiểm tra ngẫu nhiên với tỷ lệ kiểm tra lại là 10%.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Nội dung chương 1 của Luận án đã trình bày tổng quan các công trình nghiên cứu có liên quan đến đề tài Luận án, có những công trình trong nước và công trình nước ngoài, những công trình đưa ra những vấn đề liên quan về lý luận và thực tiễn với đề tài; cùng với đó chương 1 có đưa ra phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong Luận án.

Sau khi tổng quan các công trình nghiên cứu của các tác giả, NCS nhận thấy các tác giả đã rất quan tâm tới bán hàng đa cấp và quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, tuy nhiên, mới chỉ ở giới hạn tại thời điểm nghiên cứu, hoặc nhìn nhận dưới góc độ những sai phạm của bán hàng đa cấp, hoặc chỉ ở góc độ luật học. Cho đến nay, dưới góc độ quản lý kinh tế, chưa có công trình nào nghiên cứu một cách trực diện, đầy đủ cả về lý luận và thực tiễn. Vì vậy, đang có một khoảng trống nghiên cứu dưới góc độ quản lý kinh tế cả lý luận và thực tiễn về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cần được Luận án làm rõ.

Trong chương 1, ngoài việc đưa ra quy trình nghiên cứu của đề tài, Luận án còn khái quát về các lý thuyết kinh tế có liên quan, các phương pháp nghiên cứu để có được những thông tin cần thiết phục vụ đề tài. Ngoài phương pháp chung, luận án có các phương pháp nghiên cứu cụ thể, bao gồm phương pháp thu thập dữ liệu và phương pháp phân tích, xử lý dữ liệu. Dữ liệu bao gồm thứ cấp và dữ liệu sơ cấp. Dữ liệu thứ cấp có được từ các công trình nghiên cứu có liên quan; từ các thông tin được công bố, truyền tải của Bộ Công thương, Sở Công thương, các Hiệp hội bán hàng trực tiếp thế giới, các nước và Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam..., được sử dụng trong chương 1, chương 2 của đề tài Luận án. Trên cơ sở dữ liệu sơ cấp thu được khi thu và phát phiếu điều tra, NCS sẽ dùng phần mềm Excel cùng phân tích định lượng để phân tích và đưa ra các nhận xét hữu ích được sử dụng trong chương 3 và chương 4 của Luận án.

**CHƯƠNG 2:**  
**NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ**  
**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG ĐA CẤP**

**2.1. Tổng quan về bán hàng đa cấp**

**2.1.1. Khái niệm bán hàng đa cấp**

*2.1.1.1. Khái niệm về bán hàng*

Theo quan điểm cổ điển, bán hàng là hoạt động thực hiện sự trao đổi sản phẩm hay dịch vụ của người bán chuyển cho người mua để được nhận lại từ người mua tiền hay vật phẩm hoặc giá trị trao đổi đã thỏa thuận.

Bán hàng được hiểu là sự lưu thông hàng hóa, đưa hàng hóa từ lĩnh vực sản xuất tới lĩnh vực tiêu dùng, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, góp phần tăng lợi nhuận của nhà sản xuất, thương nhân.

Bán hàng có thể còn được hiểu là tiêu thụ hàng hóa. Theo 2 tác giả Phạm Công Đoàn, Nguyễn Cảnh Lịch (Giáo trình Kinh tế doanh nghiệp thương mại, 2012) cho rằng: Tiêu thụ hàng hóa hiểu theo nghĩa đầy đủ là quá trình gồm nhiều hoạt động: nghiên cứu thị trường, nghiên cứu người tiêu dùng, lựa chọn, xác lập các kênh phân phối, các chính sách và hình thức bán hàng, tiến hành quảng cáo và các hoạt động xúc tiến, và cuối cùng thực hiện các công việc bán hàng cho khách hàng.

Philip Kotler (Marketing căn bản, 2007, tr.314) có đưa ra “ *Bán hàng cá nhân là một quá trình (mang tính cá nhân) trong đó người bán tìm hiểu, khám phá, gọi tạo và đáp ứng những nhu cầu hay ước muốn của người mua để đáp ứng quyền lợi thỏa đáng, lâu dài của cả hai bên*”

James.M.Comer (Quản trị bán hàng, 2005) cho rằng: Bán hàng là một quá trình tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, thiết kế và trình bày sản phẩm, đàm phán mua bán, giao hàng và thanh toán để đáp ứng quyền lợi thỏa đáng, lâu dài của cả hai bên

*2.1.1.2. Khái niệm bán hàng trực tiếp*

Bán hàng qua thời gian, đã sử dụng nhiều phương thức để đưa hàng hóa tới phục vụ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của khách hàng, trong đó có bán hàng trực tiếp.

Scott R.Balfour (Bán hàng trực tiếp – Tạo ra cơ hội tích cực tại Việt Nam, 2012) cho rằng: bán hàng trực tiếp là việc bán hàng hóa, dịch vụ một cách trực tiếp nhất: từ tay người bán đến tay người mua mà không qua một địa điểm bán lẻ cố định nào. Các loại hàng hóa, dịch vụ được tiếp thị tới tay người tiêu dùng bởi đội ngũ những người bán hàng độc lập. Tùy thuộc vào mỗi công ty mà người bán hàng được gọi là phân phối viên, đại diện, tư vấn viên hoặc có các tên gọi khác. Các sản phẩm được bán thông qua các buổi giới thiệu, chia sẻ, thuyết trình tại nhà hoặc các buổi họp mặt, và được bán trực tiếp từ những người bán hàng này.

### 2.1.1.3. *Khái niệm bán hàng đa cấp*

*Bán hàng đa cấp là một dạng của bán hàng trực tiếp.*

Cùng với sự phát triển của bán hàng đa cấp, đã có nhiều cách tiếp cận khác nhau về phương thức kinh doanh này:

- *Theo góc độ kinh doanh*: Kinh doanh theo mạng (hay còn gọi là kinh doanh đa cấp, bán hàng trực tiếp) là loại hình kinh doanh mà các công ty ứng dụng mô hình này, không cần tốn chi phí dành cho tổng đại lý, đại lý khu vực, đại lý tỉnh, các công ty nhỏ, cửa hàng bán lẻ hay trưng bày sản phẩm, quảng cáo tiếp thị, khuyến mại, và tất cả những chi phí phải có để phân phối hàng hóa. Công ty kinh doanh theo mạng được hưởng khoảng 50% hoa hồng, phần còn lại để chi trả cho những nhà phân phối với phần mềm tính toán tự động. Và phần trăm hoa hồng của mỗi nhà phân phối chủ yếu dựa vào khả năng thành tích về số lượng nhà phân phối trong mạng lưới, cũng như số lượng sản phẩm được mua từ hệ thống mạng lưới này.

- *Theo quy định của Việt Nam*:

Trong Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp do Chính phủ Việt Nam ban hành ngày 12/03/2018, tại Khoản 1 Điều 3 đã định nghĩa: “*Kinh doanh theo phương thức đa cấp là hoạt động kinh doanh sử dụng mạng lưới người tham gia gồm nhiều cấp, nhiều nhánh, trong đó, người tham gia được hưởng hoa hồng, tiền thưởng và lợi ích kinh tế khác từ kết quả kinh doanh của mình và của những người khác trong mạng lưới*”.

Trong Luật Đầu tư 2014, có đề cập bán hàng đa cấp tại Phụ lục 4: Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện. Bán hàng đa cấp được điều chỉnh theo Luật này. Tại khoản 1 Điều 7 của Luật Đầu tư 2014 có đưa ra định nghĩa: Ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện là ngành, nghề mà việc thực hiện hoạt động đầu tư kinh doanh trong ngành, nghề đó phải đáp ứng điều kiện vì lý do quốc phòng, an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, đạo đức xã hội, sức khỏe của cộng đồng.

Từ đó, trong luận án này, NCS tiếp cận như sau: *Bán hàng đa cấp thuộc danh mục ngành, nghề kinh doanh có điều kiện, là bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng từ các nhà phân phối có nhiều cấp của công ty/doanh nghiệp bán hàng đa cấp sau khi họ đã cảm nhận được lợi ích sử dụng và muốn chia sẻ, bán sản phẩm nhằm hưởng lợi ích kinh tế.*

### 2.1.2. **Đặc điểm của bán hàng đa cấp**

#### 2.1.2.1. *Đặc điểm về hàng hóa, giá cả và lợi nhuận*

*Về hàng hóa*

Hàng hóa được lưu thông trong mô hình bán hàng đa cấp là các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ được Nhà nước hay Chính phủ cho phép kinh doanh, tiêu dùng.

Hàng hóa – đối tượng trao đổi trong bán hàng đa cấp, là đầu ra quan trọng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp vì vậy hàng hóa này phải có chất lượng tốt, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, sử dụng của người mua. Sử dụng cách thức tiêu thụ chủ yếu bằng hiệu ứng lan truyền, chia sẻ từ người này sang người khác nên nếu chất lượng hàng hóa của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp không tốt thì không có khả năng tiêu thụ. Bên cạnh đó, các sản phẩm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp đều cần thiết cho hầu hết người tiêu dùng và được sử dụng thường xuyên, tác động rất lớn tới cuộc sống của người tiêu dùng và trực tiếp ảnh hưởng tới sức khỏe của họ.

Các sản phẩm được doanh nghiệp bán hàng đa cấp bán rất đa dạng, nhưng chủ yếu trong 3 nhóm:

- Hàng tiêu dùng
- Mỹ phẩm
- Thực phẩm ăn uống và thực phẩm dinh dưỡng chức năng

Ngoài ra, sản phẩm còn mang tính độc quyền thương hiệu của riêng công ty, chỉ bán thông qua các nhà phân phối của công ty, không bán rộng rãi trên thị trường. Sản phẩm độc quyền của các doanh nghiệp cạnh tranh trên thị trường, khi được các nhà phân phối quảng cáo, giới thiệu. Điều này khiến cho người tiêu dùng lúng túng khi lựa chọn, khó kiểm chứng được sản phẩm, gây nên những lầm tưởng và thất vọng khi mua sản phẩm, rất cần sự kiểm nghiệm của các cơ quan quản lý chất lượng của Nhà nước về tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng của sản phẩm trong khi và sau khi sử dụng mà doanh nghiệp bán hàng đa cấp cung ứng. Bên cạnh đó, cũng có những sản phẩm được các doanh nghiệp bán hàng đa cấp bán khó mà phân biệt được là thuốc hay thực phẩm chức năng, hoặc có những dịch vụ khó có thể thương mại hóa được thì bây giờ lại còn được phân phối bằng phương thức đa cấp.

Đặc điểm nổi bật trong bán hàng đa cấp được khá nhiều quốc gia công nhận là việc mua lại hàng hóa từ người tham gia bán hàng đa cấp của công ty. Nếu trong thời gian cho phép, đáp ứng các điều kiện, người mua có quyền trả lại hàng hóa và doanh nghiệp phải mua lại hàng hóa đó. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp không tuân thủ điều này, gây ra mâu thuẫn giữa doanh nghiệp và người mua hàng, rất cần sự định hướng, điều chỉnh và giải quyết của Nhà nước.

#### *Về giá cả*

Trong bán hàng đa cấp, giá cả của hàng hóa được trao đổi một mặt cũng tuân theo quy luật giá trị, quy luật cung cầu trên thị trường, bên cạnh đó, do giảm bớt được nhiều chi phí trung gian nên nhìn chung tương đối thấp so với những giá trị mà hàng hóa đó mang lại cho người sử dụng nên giá cả hàng hóa trong BHĐC hết sức cạnh tranh.

Giá các hàng hóa, dịch vụ còn được chia ra mức giá cho khách hàng - người tiêu

dùng, mức giá cho các nhà phân phối.

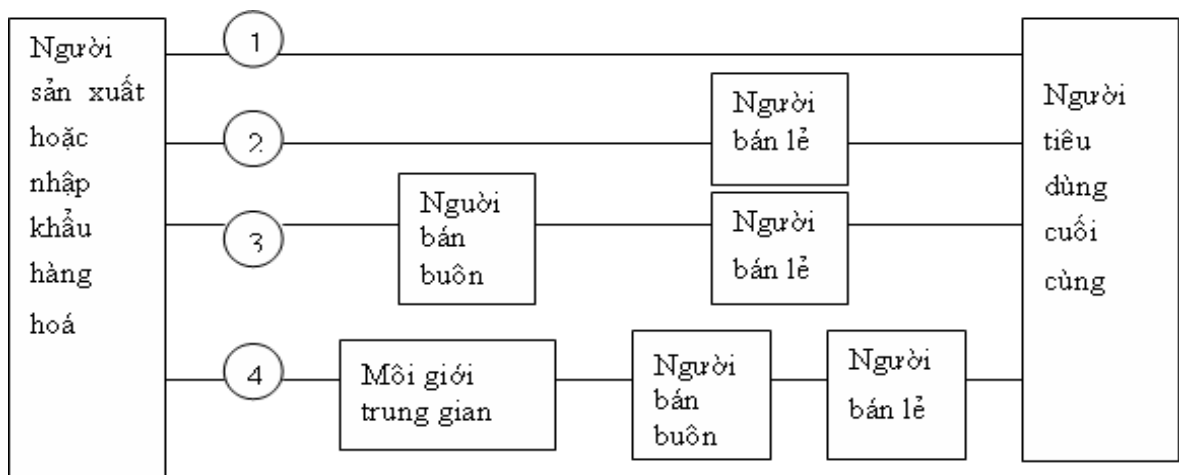
Tuy nhiên, do các sản phẩm là độc quyền thương hiệu của các công ty bán hàng đa cấp nên mức giá hầu như công ty niêm yết và đây cũng là điểm khác biệt của hàng hóa ở từng công ty bán hàng đa cấp khi so sánh với mức giá ở các công ty hay sản phẩm khác. Bởi vậy, rất nhiều công ty bán hàng đa cấp lợi dụng sự độc quyền này để đưa ra những mức giá vô lý cho những mặt hàng mà công ty cung cấp, ảnh hưởng tới quyền lợi nhà phân phối, người mua hàng, đi ngược lại với các quy luật của kinh tế thị trường, nên rất cần sự quản lý của Nhà nước.

#### *Về lợi nhuận*

Nhà phân phối – người tham gia trong bán hàng đa cấp, thực hiện việc chia sẻ, tư vấn, giới thiệu và bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng mà không qua một cửa hàng hay đại lý cố định nào cả. Hoạt động của hệ thống đa cấp được tổ chức thành mạng lưới nhiều cấp, cấp dưới luôn có người tham gia nhiều hơn cấp trên. Trong hệ thống của một mạng lưới, nhà phân phối ở cấp trên có vai trò hỗ trợ và tổ chức hoạt động cho những người trong mạng lưới cấp dưới mình. Như vậy, phương thức bán hàng đa cấp đã tạo ra một hệ thống phân phối hàng hóa nhiều tầng nhiều cấp. Khoản lợi nhuận - hoa hồng của các nhà phân phối hay người tham gia sẽ phụ thuộc vào giá cả đã được công ty ấn định khi họ lấy hàng hóa với giá bán buôn, bán hàng với giá bán lẻ cho người tiêu dùng; sau đó cộng thêm với số hoa hồng trích từ phần trăm hoa hồng của những người tham gia ở cấp dưới do mình xây dựng lên.

#### *2.1.2.2. Đặc điểm về kênh phân phối trong bán hàng đa cấp*

Bán hàng đa cấp được xem là một hình thức bán hàng trực tiếp, với cách thức đưa hàng hóa đến với người tiêu dùng là trực tiếp, thông qua kênh phân phối trực tiếp.



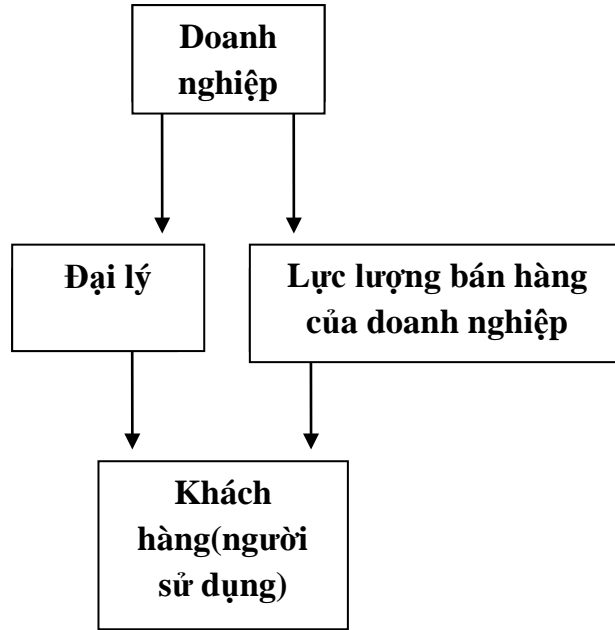
(Nguồn: 3, tr.40, 42, 45)

**Sơ đồ 2.1: Kênh phân phối**

Nếu bán hàng thông thường sử dụng kênh 2, 3, 4 thì bán hàng đa cấp sử dụng kênh trực tiếp (kênh 1), người bán hàng trực tiếp tiếp xúc và chuyển hàng hóa cho người tiêu dùng. Đối với kênh 2, 3, 4, hàng hóa được lưu thông qua nhiều khâu, từ đó phát sinh nhiều chi phí và làm giá thành sản phẩm khi tới tay người tiêu dùng có thể cao mà chất lượng sản phẩm nếu quá trình vận chuyển, bảo quản không đảm bảo sẽ bị ảnh hưởng.

Bán hàng trực tiếp chính là cách người bán hàng sẽ trực tiếp chia sẻ cảm nhận sau khi bản thân họ đã sử dụng sản phẩm và sau đó giải thích, tư vấn cho những người khác. Bán hàng trực tiếp ngày nay được biết đến là một kênh phân phối mới mẻ và hữu ích để các công ty có các sản phẩm tiên tiến và đặc sắc muốn cung cấp tới người tiêu dùng mà không muốn phân phối qua các hệ thống bán lẻ truyền thống, hoặc muốn giảm bớt tối đa các chi phí quảng cáo và khuyến mại khổng lồ chi ra để phục vụ phân phối bán lẻ. Do hàng hóa trực tiếp đi từ nhà sản xuất tới người tiêu dùng nên giảm rủi ro về việc tiêu thụ hàng giả. Hàng hóa được phân phối qua kênh bán hàng trực tiếp có khuynh hướng là các sản phẩm có chất lượng cao bởi các nhà phân phối thường phải là người tiêu dùng, sử dụng trước sau đó muốn phân phối sản phẩm phải tuân thủ các yêu cầu chứng nhận được đào tạo có hiểu biết về sản phẩm và sản phẩm luôn được kiểm tra một cách nghiêm ngặt hơn.

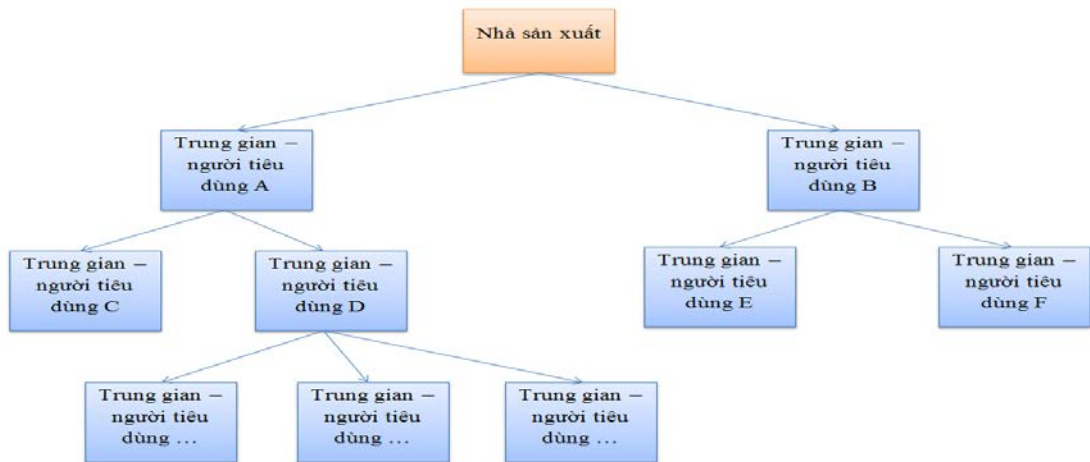
Bán hàng đa cấp được coi là một sáng tạo của con người thế kỷ 21, đây là cách kinh doanh rất tiến bộ, mang lại nhiều lợi ích cho cả nhà cung cấp, những người tham gia mạng lưới lẫn người tiêu dùng. Đây cũng chính là kết quả của mô hình “nền kinh tế chia sẻ”, với việc chia sẻ những thông tin và sự trải nghiệm. Và mô hình này có ưu điểm là tiết kiệm được chi phí hỗ trợ quá trình bán hàng, phần tiền đó để trả tiền hoa hồng lớn cho các nhà phân phối cũng như để đầu tư nâng cấp chất lượng sản phẩm. Bán hàng đa cấp là hoạt động phân phối sản phẩm tới người tiêu dùng với cách thức hình thành riêng, phân phối thông qua kênh trực tiếp.



(Nguồn: NCS tổng hợp)

### Sơ đồ 2.2: Kênh phân phối trực tiếp

Kênh phân phối trực tiếp này, lực lượng bán hàng của doanh nghiệp cũng như đại lý – vẫn là nhân danh doanh nghiệp, sẽ chịu trách nhiệm trực tiếp bán hàng đến tận tay người tiêu dùng có nhu cầu sử dụng hàng hóa.



(Nguồn: Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam)

### Mô hình 2.1: Mô hình kênh phân phối đa cấp

Bán hàng đa cấp sử dụng kênh phân phối trực tiếp với nhiều tiện ích này. Đây là cách thức phân phối lợi dụng chính kênh thông tin của người tiêu dùng. Bên cạnh người tiêu dùng có người thân, bạn bè, đồng nghiệp hoặc luôn có những người đang có nhu cầu về sản phẩm. Vì vậy, sau khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ thấy có tác dụng tốt, uy tín, có thể sử dụng lâu dài thì người tiêu dùng thường đem chia sẻ cho người thân, bạn bè và những người xung quanh. Họ dùng những kết quả sử



dụng của bản thân và những người quen biết để làm bằng chứng xác thực nhất khi giới thiệu, tư vấn và thu hút thêm người sử dụng sản phẩm. Thông qua cách thức đó, họ mang về lượng khách hàng cho công ty và những người phân phối cấp dưới của họ. Việc này phải được công ty cho phép và được thực hiện sau khi phải trải qua đào tạo, công ty cấp mã số để quản lý. Khi đó, mã số của một nhà phân phối mới này sẽ được kết nối với mã số của người bảo trợ. Và khi này, người tiêu dùng mới chính thức trở thành nhà phân phối cho công ty bán hàng đa cấp.

Ngoài việc hình thành mạng lưới phân phối hàng hóa theo nguyên tắc chia sẻ, bán hàng đa cấp còn được phát triển theo cấp số nhân, không hạn chế số lượng người gia nhập để tiêu dùng và sau đó tham gia phân phối hàng hóa. Cũng chính vì nhìn vào sức lan tỏa khổng lồ hay số lượng những nhà phân phối cấp dưới tăng lên cùng với phần trăm lợi nhuận tăng lên mà nhiều biến tướng của bán hàng đa cấp đã nảy sinh. Người mua hàng có thể chưa sử dụng hoặc không có nhu cầu nhưng do sự chia sẻ vẫn mua sản phẩm, sau đó vì những lợi ích vật chất có được do nhà phân phối quảng cáo, nên mong muốn trở thành nhà phân phối. Số lượng người mua tăng lên, nhưng sản phẩm được sử dụng lại ít, lợi nhuận có được là từ tiền của người được thu hút thêm. Đây là kiểu mô hình biến tướng của bán hàng đa cấp - “kim tự tháp ảo”, nếu sụp đổ thì gây ra nhiều tổn thất cho người tham gia, người tiêu dùng. Chính từ đặc điểm này, khiến cho bán hàng đa cấp rất cần sự truyền thông, quản lý của Nhà nước.

### *2.1.2.3. Đặc điểm về người bán trong bán hàng đa cấp*

a, Người bán ở đây chính là các doanh nghiệp (thường gọi là công ty mẹ) có đăng kí kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp. Doanh nghiệp này cũng có quyền lợi và trách nhiệm theo pháp luật quy định như các doanh nghiệp khác trên thị trường.

Doanh nghiệp bán hàng đa cấp là doanh nghiệp phân phối bán lẻ hàng hóa theo phương thức đa cấp. Doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp là doanh nghiệp được các cơ quan có thẩm quyền thẩm định, cấp giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh theo phương thức đa cấp. Doanh nghiệp thực hiện hoạt động kinh doanh theo đúng giấy đăng ký và có quy tắc hoạt động rõ ràng. Điểm đặc biệt của doanh nghiệp bán hàng đa cấp là cách thức trả thưởng, phân chia hoa hồng của mỗi doanh nghiệp có điểm khác nhau. Bên cạnh đó là mạng lưới hoạt động của doanh nghiệp, sự lan tỏa cũng như khả năng ảnh hưởng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp rất lớn.

Doanh nghiệp bán hàng đa cấp có các đặc điểm cụ thể sau:

+ Cung cấp sản phẩm hàng hóa cho các nhà phân phối trong hệ thống đa cấp để đưa sản phẩm hàng hóa đó tới người tiêu dùng. Chịu trách nhiệm về xuất xứ sản phẩm,

chất lượng, số lượng, giá cả sản phẩm và sẵn sàng cho sự kiểm tra của Nhà nước khi có yêu cầu.

+ Hoạt động kinh doanh theo mô hình bán hàng đa cấp cùng với đó là tự xác định về cách thức tổ chức quản lý và về cách thức chi trả hoa hồng cho các nhà phân phối. Đặc điểm này có tính quyết định đến sự hấp dẫn và sức thu hút gia nhập cho các nhà phân phối. Nó là **đặc điểm quan trọng nhất** của mỗi doanh nghiệp BHĐC.

+ Chịu trách nhiệm hỗ trợ, đào tạo và liên kết với các nhà phân phối để họ phân phối hàng hóa thuận lợi, mang lại thu nhập mà không vi phạm pháp luật hiện hành.

Đặc điểm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính:

+ Một doanh nghiệp bán hàng đa cấp hoạt động chân chính, theo đúng quy luật và quy định trước hết phải là doanh nghiệp mà hoạt động chính là hoạt động bán hàng, tiêu thụ hàng hóa chứ không phải các hoạt động tuyển dụng, thu hút đầu tư, đào tạo thuyết trình, lôi kéo hay đe dọa người tham gia...

+ Doanh nghiệp bán hàng đa cấp có sản phẩm chủ chốt để phân phối, đảm bảo sản phẩm tốt, độc quyền, có xuất xứ, nhãn hiệu rõ ràng.

+ Doanh nghiệp bán hàng đa cấp tồn tại dựa vào mạng lưới các nhà phân phối được đào tạo, có chứng chỉ và được công nhận bởi cơ quan chức năng coi như là một nghề. Song song với việc bán hàng, doanh nghiệp cũng phải tuyển dụng và xây dựng hệ thống nhà phân phối. Tuy nhiên, việc bán hàng phải được chú trọng hàng đầu. Việc tuyển dụng cũng chỉ nhằm phục vụ cho mục tiêu bán hàng. Doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính phải tồn tại dựa trên doanh thu từ hoạt động bán hàng. Doanh thu này giúp doanh nghiệp tồn tại, phát triển và chi trả hoa hồng cho nhà phân phối.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp bất chính có đặc điểm:

+ Doanh nghiệp vẫn thực hiện phân phối hàng hóa theo phương thức bán hàng đa cấp mà không đăng kí kinh doanh với Nhà nước. Hoặc nếu có đăng kí kinh doanh theo phương thức đa cấp nhưng không chú trọng bán hàng, tiêu thụ hàng hóa, doanh thu công ty không đến từ việc phân phối sản phẩm.

+ Sản phẩm mà công ty phân phối không đảm bảo chất lượng, không có xuất xứ rõ ràng nhưng được quảng cáo quá mức, giá bán rất cao.

+ Các doanh nghiệp này có hoạt động chính là tập trung thu hút, tuyển dụng người vào mạng lưới chứ không có hoạt động bán hàng. Khi tuyển dụng, doanh nghiệp bằng các cách khác nhau khiến người tham gia bắt buộc phải mua hàng khi họ chưa có nhu cầu, chưa tìm hiểu và chưa có thông tin đầy đủ về sản phẩm hoặc phải đóng tiền thì mới được tuyển dụng, gia nhập. Do đó, doanh nghiệp bán hàng đa

cấp bất chính chỉ tồn tại nhờ số tiền những người mới gia nhập bỏ ra mua hàng hay khoản phí để gia nhập. Công ty thu lợi nhuận từ khoản tiền này và cũng dùng khoản này để chia hoa hồng cho những người có công tuyển dụng, thu hút, lôi kéo thêm người vào mạng lưới. Những doanh nghiệp bán hàng đa cấp như vậy sẽ không tồn tại được khi không tuyển thêm được người hoặc khi người được tuyển không mua hàng, vì họ không chú trọng bán hàng, không có nguồn doanh thu từ việc tiêu thụ hàng hóa.

b, Tiếp đến, người bán có thể là các nhà phân phối hay còn gọi là người tham gia

Từ đầu, họ là khách hàng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, họ là người tiêu dùng, có nhu cầu sử dụng sản phẩm và được người tham gia – nhà phân phối (sau này là người tuyển trên) cung ứng sản phẩm. Sau một quá trình sử dụng, cảm nhận, chia sẻ, được tìm hiểu kỹ hơn về doanh nghiệp, sản phẩm, được đào tạo và cấp chứng chỉ, họ kí hợp đồng với công ty để trở thành nhà phân phối các sản phẩm cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Lúc này, họ trở thành nhà phân phối sản phẩm trực tiếp từ doanh nghiệp tới người tiêu dùng.

Tuy nhiên, trong phân phối truyền thống sản phẩm, hàng hóa tới người tiêu dùng phải trải qua nhiều cấp trung gian và tăng giá thành. Còn với bán hàng đa cấp, sản phẩm, dịch vụ tới tay người tiêu dùng qua một cấp duy nhất là các nhà phân phối.

Những nhà phân phối trong công ty kinh doanh đa cấp được hưởng hoa hồng từ doanh số bán hàng của họ. Bên cạnh đó, điểm nổi bật của phương thức bán hàng đa cấp là người tiêu dùng có thể tự tạo lập cho mình mạng lưới với những người phân phối cấp dưới phụ thuộc vào mình. Do vậy, lợi nhuận họ kiếm được còn căn cứ vào số lượng sản phẩm hay doanh số mà tuyển dưới của mình bán được, với điều kiện mạng lưới đó được công ty chấp nhận. Bởi vậy, nhà phân phối trong kinh doanh đa cấp là bán hàng cho chính mình, vì người tiêu dùng mua hàng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp chỉ bằng cách thông qua nhà phân phối với giá lẻ, và nhà phân phối được hưởng chênh lệch so với giá sỉ mà họ mua được từ doanh nghiệp bán hàng đa cấp.

Từ đó, lợi nhuận của người tham gia bán hàng đa cấp tăng theo cấp số nhân nếu tuyển dưới trong mạng lưới phân phối của mình bán được hàng hóa. Lợi nhuận của người tham gia bán hàng đa cấp có thể tăng rất nhanh khi có càng nhiều tuyển dưới được công ty chấp nhận, đồng thời hiệu quả kinh doanh của những người tham gia tuyển dưới đó đạt hiệu suất cao. Và nếu doanh nghiệp hay nhà phân phối nào chỉ nhìn vào lợi ích của việc mở rộng mạng lưới thì sẽ làm xuất hiện mô hình biến tướng, đó là mô hình “kim tự tháp ảo” hay là bán hàng đa cấp bất chính.

Chính những đặc điểm này của người bán mà vai trò quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp là hết sức cần thiết.

#### *2.1.2.4. Đặc điểm về người mua của bán hàng đa cấp*

Người mua trong bán hàng đa cấp chính là khách hàng. Khách hàng là những người mua, sau đó sử dụng sản phẩm hàng hóa của công ty bán hàng đa cấp một cách tự nguyện. Họ có thể hoặc không là nhà phân phối sản phẩm hàng hóa, dịch vụ của công ty bán hàng đa cấp và cũng là đối tượng chủ yếu để thu hút trở thành nhà phân phối chính thức. Đây chính là **đặc trưng** của bán hàng đa cấp, người mua sau khi sử dụng sản phẩm, có thể giới thiệu, bán và phân phối sản phẩm, trở thành người bán trong bán hàng đa cấp. Những người mua này rất bị yếu thế trong bán hàng đa cấp. Họ mua những sản phẩm độc quyền, với mức giá do công ty bán hàng đa cấp đưa ra, cùng với đó là những lời thu hút gia nhập mạng lưới phân phối. Sau khi sử dụng sản phẩm, người mua có những thiệt hại về sức khỏe hay vật chất, thì rất khó khăn trong việc tự bảo vệ mình và điều này rất cần các cơ quan quản lý Nhà nước vào cuộc.

#### *2.1.3. Tác động đến kinh tế - xã hội của bán hàng đa cấp*

Bán hàng đa cấp là cách thức cung cấp hàng hóa, từ khi ra đời đến nay đã được nhiều doanh nghiệp sử dụng, đem đến những ích lợi không nhỏ nhưng cũng có nhiều doanh nghiệp lợi dụng để vi phạm, điều đó khiến ảnh hưởng đến các doanh nghiệp làm ăn chân chính và khiến cho nhiều quốc gia phản đối, cấm hoạt động. Điều đó chứng tỏ bán hàng đa cấp có những tác động đến kinh tế, xã hội và các đối tượng khác trong mỗi quốc gia.

##### *2.1.3.1. Tác động kinh tế của bán hàng đa cấp*

###### *a, Tác động tới ngân sách Nhà nước*

Với những đặc điểm và ưu thế của mình, tốc độ tăng trưởng doanh số bán hàng, số lượng người tham gia kinh doanh theo phương thức đa cấp ngày càng tăng nhanh. Các sản phẩm được phân phối trong kênh bán hàng đa cấp phần lớn là các sản phẩm có chất lượng, các công ty bán hàng đa cấp có rất nhiều cơ sở, chi nhánh, chính điều đó hàng năm nguồn thuế nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân... thu được từ bán hàng đa cấp tăng lên, đóng góp một phần vào ngân sách Nhà nước. Tuy nhiên, ở một số nước, thuế thu nhập cá nhân thu từ nhà phân phối của doanh nghiệp bán hàng đa cấp này hầu như chưa quản lý được, cũng gây thất thoát cho Ngân sách Nhà nước. Bên cạnh đó, với những biến tướng, bất chính khi hoạt động, BHĐC cũng làm Ngân sách phải chi những khoản liên quan đến quản lý, khắc phục sau những sự cố mà các công ty BHĐC vỡ nợ, chủ doanh nghiệp chạy trốn...

*b, Tác động tới các doanh nghiệp và xã hội*

Bán hàng đa cấp là hình thức bán hàng trực tiếp không thông qua các kênh phân phối truyền thống mà thông qua sự giới thiệu trực tiếp của các cá nhân tham gia vào mạng phân phối. Nghĩa là sản phẩm từ nhà sản xuất thông qua các phân phối viên của doanh nghiệp bán hàng đa cấp trực tiếp đến tay người tiêu dùng cuối cùng với sự tư vấn, hướng dẫn, chia sẻ thông tin trực tiếp từ phân phối viên.



(Nguồn: Tổng hợp của NCS)

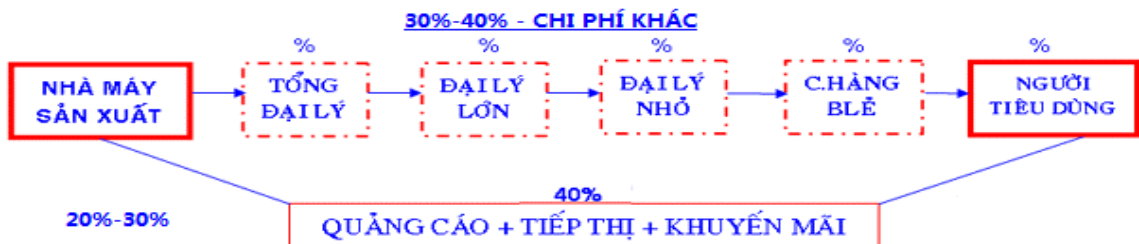
**Sơ đồ 2.3: Phương thức bán hàng đa cấp**

Trong khi đó với phương thức bán hàng (phân phối) truyền thống thì sản phẩm từ nhà sản xuất phải qua rất nhiều khâu trung gian và quảng cáo để có thể đến được tay người tiêu dùng như sơ đồ minh họa sau:



(Nguồn: Tổng hợp của NCS)

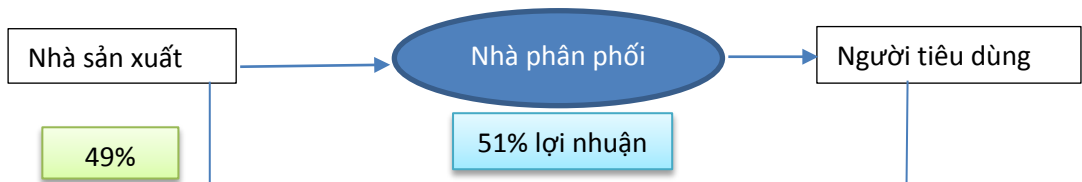
**Sơ đồ 2.4: Phương thức bán hàng truyền thống**



(Nguồn: Tổng hợp của NCS)

**Sơ đồ 2.5: Mô tả chi phí khi hàng hóa lưu thông theo phương thức bán hàng truyền thống**

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp sẽ tiết kiệm được chi phí quảng cáo, quảng bá sản phẩm và thương hiệu với người tiêu dùng, các chi phí lưu thông khác (chi phí vận chuyển, bảo quản, đóng gói, quản lý...) vì hàng hóa sẽ được các nhà phân phối trung gian độc lập trực tiếp quảng cáo, giới thiệu, tư vấn và bán cho người tiêu dùng.



(Nguồn: Tổng hợp của NCS)

**Sơ đồ 2.6: Mô tả chi phí khi hàng hóa lưu thông theo phương thức bán hàng đa cấp**

Người bán trong bán hàng đa cấp không phải chịu khoản chi phí lưu kho hay chi phí về việc nợ đọng vốn vì đối với mô hình bán hàng đa cấp sản phẩm được phân phối trực tiếp đến tay người tiêu dùng, doanh nghiệp luôn biết và kiểm soát được lượng hàng các nhà phân phối lấy và hàng hóa sẽ được lấy từ doanh nghiệp bán hàng đa cấp sau đó phân phối khi người tiêu dùng có nhu cầu, ít có hiện tượng đầu cơ hay chiếm dụng vốn. Nhà phân phối trong BHDC được hưởng tới 51% lợi nhuận bán hàng.

Tuy nhiên vẫn có các doanh nghiệp bán hàng đa cấp bắt các nhà phân phối nhập hàng khi chưa có khách hàng, điều này cũng làm cho rủi ro chuyển sang cho nhà phân phối, xã hội sẽ có cách nhìn không đúng về bản chất của bán hàng đa cấp.

### 2.1.3.2. Tác động xã hội của bán hàng đa cấp

#### *a, Tác động tới vấn đề việc làm trong xã hội*

Bán hàng đa cấp là một phương thức tiếp thị trực tiếp để bán lẻ hàng hóa đến tận tay người tiêu dùng thông qua mạng lưới nhà phân phối. Do những quy định không quá khắt khe về đối tượng tham gia và hình thức hoạt động như công việc của người bán hàng không cần phải có bằng cấp đào tạo, hay cần sự chuyên môn hóa sâu, không quy định độ tuổi về hưu, không phân biệt đối tượng tham gia là nam hay nữ... nên qua phương thức bán hàng này mà tạo công ăn việc làm cho nhiều đối tượng trong xã hội.

Do thời gian tham gia công việc rất linh hoạt nên đây cũng được coi như một công việc làm thêm của nhiều người. Nhân viên tại các công ty, doanh nghiệp, xí nghiệp... sau khi kết thúc công việc tại nơi làm việc họ có thể tham gia vào công việc bán hàng để có thêm thu nhập cho mình và cho gia đình nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống, đóng góp nhiều hơn cho xã hội.

Bên cạnh đó, hiện nay một số người còn dành thời gian, tiền bạc đầu tư cho việc học kỹ năng thuyết phục, thuyết trình, tư vấn, tự mình thử nghiệm sản phẩm, tìm hiểu về công ty bán hàng đa cấp, tìm hiểu về sản phẩm, về mô hình của công ty, tìm hiểu về các quy định của Nhà nước đối với loại hình kinh doanh này... và khởi nghiệp bằng nghề bán hàng đa cấp rất nghiêm túc

#### *b, Tác động tới người tiêu dùng trong xã hội*

Kinh tế thế giới biến đổi từng giây, từng phút. Đời sống vật chất lẫn tinh thần của người dân theo đó cũng có những thay đổi, cải thiện và phong phú hơn. Người tiêu dùng đã chú ý hơn tới phòng bệnh, tới hưởng thụ, tới tiêu dùng xanh... Tính đến năm 2019, theo Hiệp hội Bán hàng trực tiếp thế giới “đã có hơn 5.000 mặt hàng kinh doanh theo mô hình đa cấp tập trung vào các sản phẩm như thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, hàng thời trang, dụng cụ thể thao, vật lý trị liệu...” Sản phẩm trong bán hàng đa cấp ngày càng phong phú, chất lượng được đảm bảo, do loại bỏ

một số loại chi phí nên giá cả hợp lý... đang ngày càng đáp ứng tốt hơn, chất lượng và đầy đủ hơn nhu cầu tiêu dùng sản phẩm của người dân trên thế giới.

Người tiêu dùng sẽ được hưởng những dịch vụ tốt nhất đó là hàng hóa được mang đến tận nhà, khi khách hàng có phát sinh nhu cầu, họ sẽ được các nhà phân phối chia sẻ, tư vấn miễn phí và cụ thể về sản phẩm trước khi đưa ra quyết định mua hàng. Ngoài ra nhờ vào hình thức bán hàng này mà khách hàng còn được tiêu dùng và biết đến các hàng hóa độc đáo, chất lượng đã được kiểm nghiệm thực tế và mẫu mã đa dạng đẹp mắt... đặc biệt là giá rẻ do hệ thống phân phối một cấp trung gian nên tiết kiệm chi phí. Hơn nữa khách hàng còn được quyền đổi hoặc hoàn lại sản phẩm theo những cam kết của doanh nghiệp bán hàng đa cấp .

Người tiêu dùng khi có nhu cầu mua và sử dụng các sản phẩm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, thường sẽ phải tự nguyện chi trả giá và phải chịu tổn thất nếu sử dụng sản phẩm có chất lượng kém. Lúc đó, họ vừa mất tiền mua hàng, vừa có thể tổn hại đến sức khỏe và tinh thần.

Người tiêu dùng ngoài quyền tiêu dùng sản phẩm thì sau đó, nếu có mong muốn thì họ còn có thể trở thành nhà phân phối sản phẩm cho bất kỳ công ty hay doanh nghiệp bán hàng đa cấp nào mình muốn nếu họ đủ điều kiện quy định của doanh nghiệp đó và của pháp luật và có thể họ được hưởng tiền hoa hồng.

Người tiêu dùng được quyền đóng góp, phản hồi những ý kiến, những mong muốn của khách hàng để doanh nghiệp có thể thỏa mãn nhu cầu về hàng hóa của mình.

#### *c, Tác động đến đời sống một số bộ phận người tham gia bán hàng đa cấp*

Bán hàng đa cấp hiện nay đã thu hút lượng người tham gia rất lớn, có cả những học sinh - sinh viên, các cán bộ đã nghỉ hưu, các công nhân - nông dân, người dân nông thôn, miền núi... Với những đối tượng này, bán hàng đa cấp trở thành một nghề (có thể chính, có thể phụ), mang lại rất nhiều lợi ích cho họ. Qua quá trình tiêu dùng, họ đã được sử dụng những sản phẩm có chất lượng từ các doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Sau đó qua quá trình đào tạo, bổ sung kiến thức, họ được rèn luyện kỹ năng, từ giao tiếp, tư vấn, đến bán hàng. Và có thể rất nhiều người tham gia bán hàng đa cấp đã trở thành người bán hàng chuyên nghiệp, nhà phân phối tài năng, được hưởng cả lợi ích kinh tế lẫn phi kinh tế.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, bán hàng đa cấp là mô hình kinh doanh dễ bị những người muốn làm giàu nhanh chóng lợi dụng nhằm biến mô hình bán hàng đa cấp chân chính thành mô hình bán hàng đa cấp bất chính và từ đó gây tổn thất lớn cho cả người tham gia và toàn xã hội về cả mặt tinh thần và vật chất. Bán hàng đa cấp nếu bị bóp méo, với những chiêu bài dụ dỗ, lừa gạt rất thu hút đã khiến rất nhiều người tham gia mất tiền, mất việc, mất gia đình và bạn bè, đồng nghiệp.

### 2.1.3.3. Tác động của bán hàng đa cấp đến ngành thương mại

#### a, Tác động đến các phương thức bán hàng khác

Bán hàng đa cấp là phương thức bán hàng trực tiếp, tiếp thị và tiêu thụ hàng hóa trực tiếp. Bên cạnh việc bán hàng trực tiếp, các nhà phân phối còn luôn tìm cách xây dựng một mạng lưới phân phối riêng độc lập. Việc xây dựng mạng lưới phân phối thông thường theo nguyên tắc cấp số nhân nên đội ngũ phân phối của công ty bán hàng đa cấp tăng lên không ngừng khiến cho thị trường của công ty tăng lên nhanh chóng. Sự mở rộng thị trường này của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp ảnh hưởng đến thị trường của các công ty phân phối bán lẻ truyền thống khác.

Với những lợi thế của mình, cộng với việc tiêu dùng hay lựa chọn sản phẩm theo trào lưu của người tiêu dùng đã khiến cho bán hàng đa cấp rất hấp dẫn khách hàng. Bán hàng đa cấp đã không đơn thuần chỉ là phương thức bán hàng trực tiếp, mà nó còn tổng hợp các phương thức bán hàng khác nên có nhiều lợi thế, và có sức cạnh tranh hơn về giá, chất lượng, thông tin. Chính vì vậy, các phương thức bán hàng truyền thống đã bị ảnh hưởng rất lớn bởi sự đa dạng, mở rộng của bán hàng đa cấp.

Ngoài ra, những doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính đang hàng ngày xây dựng thương hiệu bằng chất lượng sản phẩm và phong cách phục vụ cũng như trách nhiệm với xã hội thì lại bị một số lượng rất lớn các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chưa được cấp phép hoặc hoạt động bất chính làm ảnh hưởng, khiến xã hội quy kết chung và tẩy chay. Điều này gây nên những khó khăn, cản trở rất lớn cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp và các nhà phân phối chân chính trong quá trình mang lại những lợi ích cho xã hội, cộng đồng.

#### b, Tác động đến công tác quản lý Nhà nước đối với kinh tế, xã hội, đối với ngành thương mại nói chung và đối với bán hàng đa cấp nói riêng

Bán hàng đa cấp được biết đến là một phương thức kinh doanh nhiều ích lợi, nó đã hoạt động chân chính và có hiệu quả tuyệt vời ở các quốc gia phát triển có luật định rõ ràng như Mỹ, Canada, ... và phương thức này có khả năng lan truyền rộng lớn. Còn đối với những quốc gia khác chưa hoàn thiện hệ thống các quy định điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp như Việt Nam, Thái Lan, Singapore... tuy mô hình này vẫn có sức lan tỏa nhanh nhưng nó lại bị biến tướng thành mô hình bán hàng đa cấp trá hình và ảnh hưởng không tốt đến nhiều lĩnh vực, nhiều đối tượng. Công tác quản lý bán hàng đa cấp hiện nay vẫn còn có nhiều lỗ hổng, các công cụ và phương pháp xử lý còn thiếu tính răn đe nên những hành vi bán hàng đa cấp bất chính, lách luật vẫn gây ảnh hưởng xấu đến các đối tượng có liên quan. Hiện tại hệ thống các quy định hay pháp luật cơ bản về quản lý ngành bán hàng đa cấp hay bán hàng trực tiếp hoặc quy tắc đạo đức kinh doanh đa cấp ở một số quốc gia đã có



(xem Phụ lục 13). Nhưng khi các vụ việc doanh nghiệp bán hàng đa cấp vi phạm, lừa gạt khách hàng bị phanh phui, thì dư luận xã hội lại đánh giá và quy trách nhiệm cho các nhà quản lý lĩnh vực này... Và một số quốc gia do sự biến tướng và hậu quả nặng nề mà bán hàng đa cấp mang lại hoặc do khó khăn trong quản lý mà đã cấm phương thức BHĐC.

Bán hàng đa cấp thường xuyên thực hiện các buổi tư vấn hay đào tạo, bổ sung kiến thức về chức năng, tác dụng của các sản phẩm được phân phối, bồi dưỡng khả năng thuyết phục và giao tiếp cho các nhà phân phối,... tại một số địa điểm có thể cố định, hoặc không; có thể công khai hoặc không. Tại những buổi này, thường tập trung hàng trăm đến hàng nghìn người. Khi thị trường thành thị đã bị bão hòa hoặc do chiến lược kinh doanh, những doanh nghiệp bán hàng đa cấp đang khai thác thị trường nông thôn, vùng sâu vùng xa, rất nhiều nhà phân phối của các doanh nghiệp đã tạm trú tại các địa phương, thậm chí nhiều nơi số lượng người của doanh nghiệp bán hàng đa cấp tập trung tại một địa phương còn nhiều hơn số người đăng ký thường trú tại địa bàn này. Việc tập trung đông người, sống tạm bợ, không đăng ký tạm trú... khiến cho chính quyền địa phương khó kiểm soát, gây ra việc mất trật tự xã hội, tăng lên các tệ nạn xã hội, khuấy động sự yên bình ở các vùng nông thôn.

Nếu các doanh nghiệp bán hàng đa cấp có dấu hiệu lừa đảo người dân, phản ứng của người dân là tìm kiếm người chịu trách nhiệm, kiện cáo và những xô xát giữa các bên tất yếu xảy ra. Hoặc cũng có thể, họ không dám công khai tố cáo, tự mình thực hiện những hành động mà hậu quả có thể lớn hơn. Điều này gây mất trật tự xã hội, bất ổn tâm lý dân cư. Bên cạnh đó, do sự buông lỏng quản lý, có thể khi phát hiện những vụ việc vi phạm trong bán hàng đa cấp thì mức độ vi phạm đã khá lớn, rất khó khăn cho công tác điều tra, xử lý.

## **2.2. Một số vấn đề lý luận cơ bản về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

### **2.2.1. Khái niệm, mục tiêu và vai trò của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

#### **2.2.1.1. Khái niệm**

*Quản lý* là một hiện tượng mang tính tất yếu, khách quan trong mọi hình thái kinh tế - xã hội. Hiện tượng này tồn tại trong những cộng đồng có các hoạt động lao động tập thể.

Theo Đỗ Hoàng Toàn, Mai Văn Bru (Quản lý Nhà nước về kinh tế, 2008) cho rằng: Quản lý Nhà nước là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh bằng quyền lực Nhà nước đối với các quá trình xã hội và hành vi hoạt động của con người để duy trì và phát triển các mối quan hệ xã hội và trật tự pháp luật nhằm thực hiện những chức năng, nhiệm vụ của Nhà nước và các mục tiêu đã xác định trong từng giai

đoạn phát triển của đất nước. Quản lý Nhà nước về kinh tế là quá trình tác động có ý thức và liên tục, phù hợp với các quy luật của các cơ quan quản lý Nhà nước ở tầm vĩ mô đến các hoạt động kinh tế, các quá trình kinh tế nhằm tạo ra kết quả theo mục tiêu xác định trong điều kiện môi trường luôn biến động.

Theo Thân Danh Phúc (Giáo trình Quản lý Nhà nước về thương mại, 2015) cho rằng: Quản lý Nhà nước về thương mại là một bộ phận hợp thành của quản lý Nhà nước về kinh tế, đó là sự tác động có hướng đích, có tổ chức của các cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại đến các đối tượng quản lý là thương nhân và các chủ thể kinh tế khác cùng với hoạt động trao đổi mua bán của họ thông qua việc sử dụng các công cụ, chính sách, nguyên tắc và phương pháp quản lý nhằm đạt mục tiêu đã đặt ra trong từng giai đoạn phát triển.

Phương thức bán hàng đa cấp là một phương thức kinh doanh, với nhiều đặc trưng so với các phương thức kinh doanh khác. Và quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cũng cần có cách hiểu riêng.

Từ các khái niệm cơ bản nêu trên, NCS đưa ra định nghĩa: *Quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp là một bộ phận hợp thành của quản lý nhà nước về thương mại, đó là sự tác động có hướng đích và có tổ chức của hệ thống cơ quan quản lý nhà nước các cấp đối với bán hàng đa cấp nhằm đạt các mục tiêu đề ra trong điều kiện môi trường xác định và trong từng thời kỳ xác định.*

Chủ thể quản lý bán hàng đa cấp có tính hệ thống, bao gồm Quốc hội, Chính phủ và cơ quan quản lý Nhà nước chuyên môn về thương mại ở cấp Trung ương và địa phương. Chính phủ và cơ quan quản lý bán hàng đa cấp Trung ương là người ban hành chính sách, pháp luật quản lý; tổ chức bộ máy quản lý và tổ chức thực thi các văn bản quản lý và thanh tra, kiểm soát bán hàng đa cấp một cách có hiệu quả để đạt được mục tiêu. Cơ quan quản lý bán hàng đa cấp cấp Trung ương có trách nhiệm chỉ huy, điều khiển, giám sát... hoạt động của những đơn vị cấp địa phương. Cơ quan quản lý bán hàng đa cấp ở địa phương là những người trực tiếp thực hiện công việc quản lý bán hàng đa cấp ở địa phương mình.

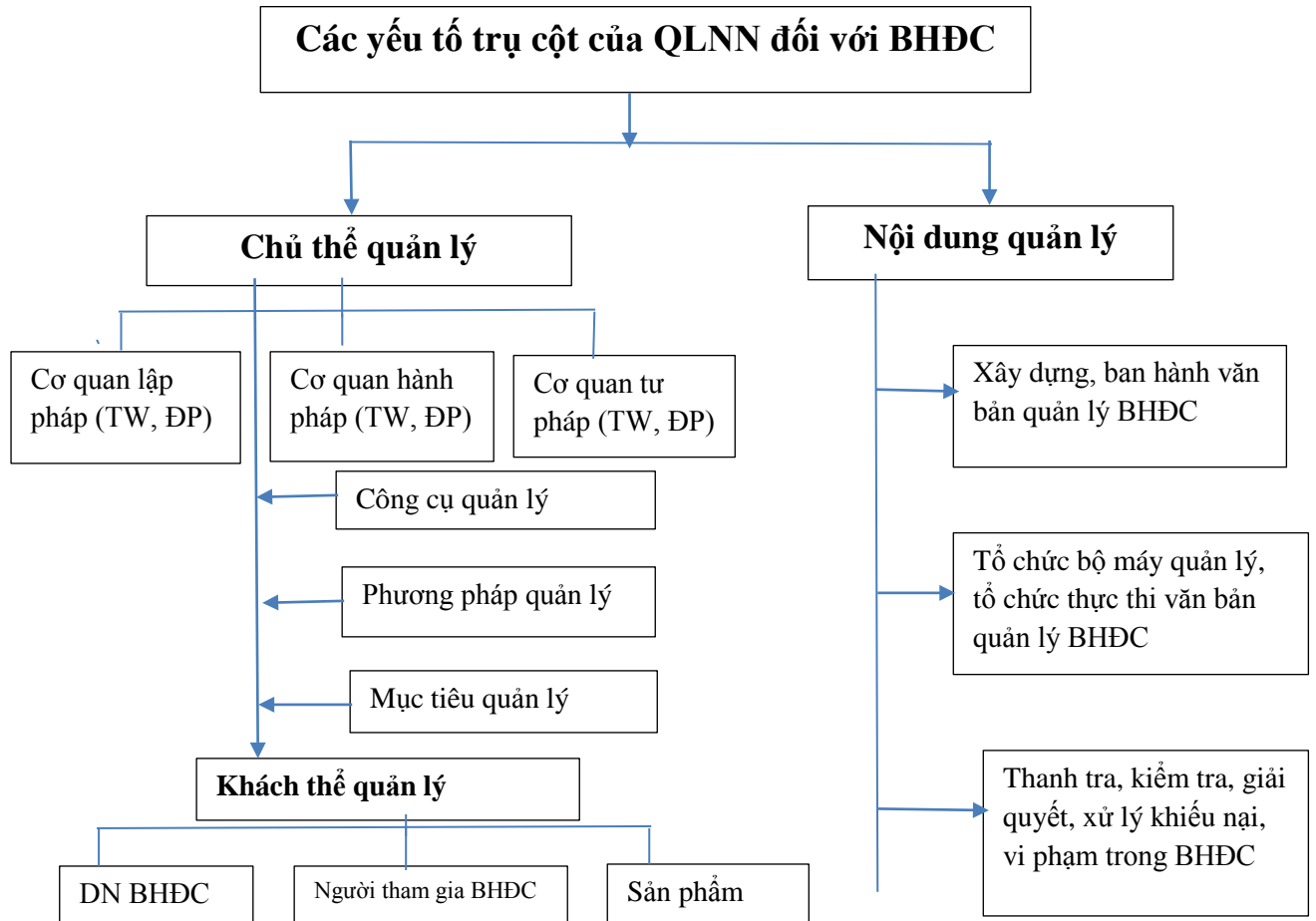
Ngoài ra, Hiệp hội bán hàng trực tiếp ở các quốc gia cũng đóng vai trò hỗ trợ cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp cũng như các cơ quan quản lý Nhà nước trong quản lý bán hàng đa cấp ở mỗi quốc gia.

Cơ quan quản lý bán hàng đa cấp ở cả Trung ương và địa phương còn có sự phối hợp với các cơ quan quản lý ở các lĩnh vực khác nữa, như cơ quan quản lý về an ninh, về y tế, về thuế, về tiêu chuẩn kỹ thuật... để có sự điều chỉnh tốt hơn. Cơ quan quản lý bán hàng đa cấp là cơ quan chịu trách nhiệm chính quản lý bán hàng đa cấp, có sự phân công phân cấp, bám sát thị trường, tìm hiểu cụ thể, chính xác các

hoạt động, các bằng chứng sai phạm, có đạo đức nghề nghiệp...

Khách thể bị quản lý chính là phương thức bán hàng đa cấp. Bao gồm: doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia bán hàng đa cấp, các sản phẩm được bán trong bán hàng đa cấp. Khách thể này rất đa dạng, phức tạp, có sự thay đổi. Bởi vậy, công tác quản lý thực sự rất khó khăn.

Các yếu tố trụ cột của QLNN đối với BHĐC được sơ đồ hóa như sau:



(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

**Sơ đồ 2.7. Các yếu tố trụ cột trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

**2.2.1.2. Mục tiêu quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

Quản lý Nhà nước đối với BHĐC theo đuổi các mục tiêu quản lý như sau:

Thứ nhất là: *Tạo môi trường kinh doanh ổn định và bình đẳng.*

Phương thức bán hàng đa cấp cũng như các phương thức kinh doanh thương mại khác, đều cần có môi trường để hoạt động, để phát triển. Nhà nước trước hết tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể kinh doanh bán hàng đa cấp trong và ngoài nước khai thác thị trường trong nước, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp trong nước chủ động vươn ra thị trường nước ngoài, tham gia mạnh mẽ vào xuất khẩu hàng hóa.

Đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp, Nhà nước cũng đưa ra các quy định, các điều kiện kinh doanh bình đẳng như các loại hình doanh nghiệp khác. Bên cạnh

những quy định riêng cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp thì các doanh nghiệp này cũng hoạt động theo những quy định chung áp dụng cho tất cả các doanh nghiệp trên thị trường.

Thứ hai là: *Đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của nhà phân phối, người tiêu dùng.*

Nhà phân phối trong hoạt động bán hàng đa cấp ban đầu cũng chính là người tiêu dùng các sản phẩm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, sau đó họ cũng tham gia đưa sản phẩm tới tận tay những người tiêu dùng khác nhằm tìm kiếm lợi ích. Nhà nước hướng tới việc đảm bảo người tiêu dùng, nhà phân phối được thụ hưởng những sản phẩm có chất lượng, được thông tin đầy đủ về xuất xứ, thành phần, công dụng, cách sử dụng, giá cả và đặc biệt nhà phân phối được đảm bảo sự tự nguyện khi tham gia hoạt động bán hàng đa cấp, được đào tạo và được phân bổ lợi ích cân bằng với doanh thu, hiệu quả làm việc.

Thứ ba: *Xử lý nghiêm khắc với bán hàng đa cấp vi phạm quy định*

Mục tiêu cơ bản của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp là tạo ra những giá trị kinh tế - xã hội cho người dân, cho đất nước. Bán hàng đa cấp luôn tiềm ẩn những sai lệch, biến tướng và lợi dụng mô hình để làm ăn phi pháp. Bởi vậy, vừa là nhiệm vụ, vừa là mục tiêu quản lý mà Nhà nước hướng tới là quản lý chặt chẽ doanh nghiệp bán hàng đa cấp từ khâu gia nhập thị trường, hoạt động và khâu rút lui khỏi thị trường, quản lý các nhà phân phối không lợi dụng uy tín của doanh nghiệp, sản phẩm, có sự tư lợi và kém hiểu biết gây ra những hậu quả khó lường cho nhà phân phối cấp dưới hoặc người tiêu dùng. Nhà nước đặt mục tiêu có bộ máy đủ để kiểm soát các hành vi vi phạm, phát hiện kịp thời và có đủ chế tài xử lý nghiêm minh những vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp.

Các mục tiêu quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp có đặc điểm là hướng tới các đối tượng có liên quan, thể hiện mong muốn của cả nhà phân phối, của người tiêu dùng, của doanh nghiệp, đông đảo dân cư và Nhà nước.

### 2.2.1.3. Vai trò quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp

#### *a, Định hướng hoạt động cho các chủ thể kinh doanh bán hàng đa cấp*

Mục tiêu của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp đã được đề ra, nên những định hướng, hướng dẫn hành động cho các doanh nghiệp, người tham gia và nhà phân phối đều là hướng tới các mục tiêu đó. Bên cạnh đó, vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế thị trường là không thể phủ nhận. Do sự biến đổi không ngừng của nền kinh tế, do những hạn chế của các chủ thể kinh doanh mà vai trò định hướng của Nhà nước là rất cần thiết.

Các văn bản quản lý, chính sách thương mại cũng như pháp luật của Nhà

nước về kinh doanh đa cấp luôn định rõ 2 mặt là: mục tiêu và giải pháp thực hiện, cùng với các hình thức hướng dẫn thực hiện khác nhau. Dựa vào những định hướng này, các doanh nghiệp muốn kinh doanh đa cấp phải cân nhắc về vốn điều lệ, về ký quỹ, về đối tác và mặt hàng kinh doanh, về phương thức trả thưởng, về nội dung các buổi giới thiệu sản phẩm...; còn người tham gia, nhà phân phối cũng phải tìm hiểu kỹ về doanh nghiệp, về mặt hàng tiêu dùng, giới thiệu, về hoa hồng được hưởng.... Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp nhận thức đúng đắn sự hướng dẫn, định hướng của Nhà nước, phản ánh thực trạng doanh nghiệp, thị trường để Nhà nước có những điều chỉnh. Sự định hướng, hướng dẫn của Nhà nước giúp cho các doanh nghiệp và người tham gia tiêu dùng, kinh doanh, đầu tư đúng đắn, hợp lý, mang lại hiệu quả; thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, cải thiện đời sống dân cư và nâng cao phúc lợi xã hội.

*b, Tạo lập môi trường thương mại và cạnh tranh*

Ra đời tại nước Mỹ hiện đại và tiên tiến, đã phát triển gần 80 năm và du nhập vào rất nhiều nước trên thế giới, có được điều đó là do các quốc gia đã tạo ra một môi trường kinh doanh thực sự thuận lợi và bình đẳng cho phương thức bán hàng đa cấp.

Môi trường kinh doanh được hình thành dựa vào các quy định chính sách, pháp luật và thủ tục hành chính. Nhà nước vừa là người ban hành các chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp, vừa là người chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện nhằm đưa chúng vào thực tiễn hoạt động giúp các doanh nghiệp bán hàng đa cấp kinh doanh đúng hướng, có hiệu quả.

Nhà nước một mặt quản lý, giám sát được hành vi của các doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp cũng như các đối tượng trung gian và người tiêu dùng; mặt khác tạo lập môi trường chung thuận lợi và bình đẳng cho hoạt động của các doanh nghiệp này, tạo ra tính chủ động, sự năng động của các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp có hiệu quả và đóng góp vào quá trình tăng trưởng của nền kinh tế.

Còn các nhà quản lý doanh nghiệp BHĐC bằng các biện pháp phù hợp sẽ khơi dậy lòng nhiệt tình, ý thức tự giác, khả năng sáng tạo của mỗi cấp dưới – tiền đề quan trọng để tạo ra tính hiệu quả trong hoạt động của mỗi doanh nghiệp bán hàng đa cấp.

*c, Điều tiết thị trường diễn ra bán hàng đa cấp*

Số lượng các doanh nghiệp bán hàng đa cấp kinh doanh theo mô hình bán hàng đa cấp cũng như lượng người tham gia bán hàng đa cấp có thể sẽ tăng kéo theo sự cạnh tranh, phức tạp. Một số bộ phận dân cư thu nhập thấp, trình độ dân trí không cao là đối tượng tham gia các doanh nghiệp bán hàng đa cấp bất chính đang muốn hướng tới. Do vậy, Nhà nước với vai trò quản lý đã có những biện pháp điều tiết các quan hệ trao đổi, các mô hình BHĐC nhằm hạn chế bán hàng đa cấp bất

chính, đảm bảo hoạt động bán hàng đa cấp bình đẳng và cạnh tranh lành mạnh.

Nhà nước có thể sử dụng nhiều công cụ, biện pháp khác nhau để điều chỉnh các quan hệ lợi ích của các chủ thể tham gia BHĐC như quan hệ về tiền hoa hồng giữa doanh nghiệp bán hàng đa cấp và nhà phân phối, người tham gia, quan hệ về nghĩa vụ doanh nghiệp bán hàng đa cấp đóng góp vào ngân sách Nhà nước khi kinh doanh, sử dụng tài sản công và làm ô nhiễm môi trường... Phương thức bán hàng đa cấp có cơ chế phân phối lợi ích khác với các phương thức kinh doanh khác, có những tranh chấp, hiểu lầm xảy ra cũng do cơ chế phân phối này, nên việc điều tiết của Nhà nước là hết sức cần thiết.

*d, Hỗ trợ các doanh nghiệp và giải quyết các mâu thuẫn, tranh chấp trong bán hàng đa cấp*

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp trong nền kinh tế cũng giống như một thực thể sống, không chỉ cần có môi trường sống để tồn tại mà còn cần có sự hỗ trợ đúng lúc kịp thời phù hợp. Nhà nước chính là chỗ dựa tin cậy và tốt nhất cho các doanh nghiệp BHĐC trong quá trình kinh doanh, cạnh tranh cùng tồn tại và phát triển.

Trong nền kinh tế thị trường, việc tối đa hóa lợi nhuận, bất chấp quy định chính sách, luật pháp và các thiết chế xã hội khác luôn tồn tại. Doanh nghiệp bán hàng đa cấp và những người tham gia cùng các đối tượng khác đã luôn xảy ra những mâu thuẫn do mất cân đối về lợi ích. Nhà nước là người trực tiếp can thiệp và giải quyết các mâu thuẫn này. Ngoài ra, trên thị trường còn tồn tại các mâu thuẫn giữa kinh doanh bán hàng đa cấp đúng đắn, trung thực và kinh doanh bán hàng đa cấp biến tướng, bất chính, gian lận và trốn thuế; giữa kinh doanh hàng thật, hàng hóa pháp luật không cấm với kinh doanh hàng giả, hàng cấm; mâu thuẫn giữa chủ doanh nghiệp và người tham gia, người tiêu dùng... Trước những mâu thuẫn này, Nhà nước là người trực tiếp cần thiết cũng như có khả năng can thiệp và giải quyết. Nhà nước dựa vào các chuẩn mực về luật pháp, các định chế cần thiết để thực hiện và giải quyết tranh chấp trong bán hàng đa cấp thông qua hệ thống bộ máy tổ chức gồm tòa án và các cơ quan cưỡng chế thi hành luật.

Nhà nước luôn tìm cách hạn chế những mâu thuẫn. Nhà nước yêu cầu giao dịch bán hàng đa cấp phải được thực hiện trên cơ sở hợp đồng, cũng như được minh chứng ở các hóa đơn. Khi những định chế, các luật lệ quy định rõ ràng quyền và nghĩa vụ, trách nhiệm, vấn đề sở hữu và cơ chế cưỡng bức vận hành tốt sẽ giảm thấp chi phí vận hành kinh doanh và hoạt động thị trường sẽ hiệu quả hơn, giảm bớt các tranh chấp trong bán hàng đa cấp.

Nếu không có sự điều chỉnh và giải quyết tranh chấp kịp thời của Nhà nước

thì những mâu thuẫn giữa các doanh nghiệp BHĐC với người tham gia, hay giữa người tham gia, nhà phân phối với nhau, hay chính các doanh nghiệp BHĐC với Nhà nước... sẽ còn xuất hiện nhiều và gây nhiều ảnh hưởng không tốt cho kinh tế - xã hội.

*e, Giám sát, kiểm tra đối với bán hàng đa cấp*

Nhà nước kiểm tra, giám sát phương thức bán hàng đa cấp thông qua bộ máy tổ chức và nhân sự phù hợp, kỹ thuật và trang thiết bị phục vụ nhiệm vụ kiểm soát từ Trung ương đến địa phương

Việc giám sát, kiểm tra thường xuyên có thể gây ra những căng thẳng, đôi phó của các doanh nghiệp BHĐC. Tuy nhiên, việc kiểm tra giám sát hiện còn được trợ giúp bởi hệ thống thông tin, hoạch định, kiểm toán, thanh tra,... cũng như sự phối hợp với cơ chế giám sát của người dân và Hiệp hội bán hàng trực tiếp tại các quốc gia.

Đây là một vai trò rất quan trọng của Nhà nước, giúp kịp thời phát hiện, ngăn chặn và xử lý các vi phạm do bán hàng đa cấp gây ra. Bởi những vi phạm của bán hàng đa cấp nhiều khi không dễ dàng phát hiện, hoặc phát hiện ra thì hậu quả đã quá lớn rồi và số lượng người bị hại cũng như số tiền bị mất cũng rất lớn.

**2.2.2. Nguyên tắc của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

*2.2.2.1. Nguyên tắc tập trung dân chủ*

Hiện nay, bán hàng đa cấp diễn ra ở khắp mọi vùng miền trên đất nước, ở các địa phương, trong cả phạm vi thị trường nội địa và quốc tế, nên cần thiết phải vừa có sự lãnh đạo, chỉ huy tập trung thống nhất, thể hiện ở các định hướng, hướng dẫn trong các văn bản quản lý, chính sách điều tiết vĩ mô cùng sự kiểm soát của Nhà nước, lại vừa phải mở rộng quyền dân chủ, tự quyết và tự chịu trách nhiệm cho địa phương, cho các doanh nghiệp, và người tham gia bán hàng đa cấp. Tập trung là để đảm bảo quản lý bán hàng đa cấp được thống nhất trong cả nước, nhưng dân chủ lại đảm bảo sự tự do sáng tạo và tính chủ động cho địa phương quản lý bán hàng đa cấp ở địa bàn lãnh thổ. Như vậy, tập trung và dân chủ không thể tách rời nhau trong quản lý.

Tập trung quản lý bán hàng đa cấp ở cấp Trung ương được giao cho một cơ quan có thẩm quyền phụ trách, sau đó phân quyền cho một đơn vị chuyên trách quản lý BHĐC. Dân chủ còn liên quan đến việc mở rộng quyền tham gia vào các quyết định quản lý BHĐC của mọi người dân, người tiêu dùng và các doanh nghiệp BHĐC.

Tập trung phải kết hợp dân chủ hóa trong quản lý bán hàng đa cấp. Đê cao trách nhiệm của cơ quan quản lý cấp cao, tránh lãnh đạo tập thể chung chung và quy

trách nhiệm khi có những sai phạm trong bán hàng đa cấp xảy ra.

Nguyên tắc này yêu cầu quy định rõ thẩm quyền, trách nhiệm theo phân công và mối quan hệ phối hợp, hợp tác theo “chiều ngang” giữa Bộ quản lý kinh tế - thương mại với các Bộ quản lý ngành khác ở Trung ương, Sở quản lý chuyên ngành kinh tế - thương mại với các Sở quản lý ngành khác ở địa phương (tỉnh, thành phố), quan hệ theo “chiều dọc” theo ngành giữa Bộ với Sở quản lý chuyên ngành về kinh tế - thương mại trong cả nước.

Cần tránh sự quản lý BHĐC quá tập trung, có thể dẫn tới quan liêu, áp đặt, lơ là, không sát sao, không theo kịp những diễn biến tình hình biến tướng khôn lường của BHĐC. Phải tạo điều kiện cho cơ quan cùng cấp, cấp dưới, các địa phương chủ động và sáng tạo giải quyết các vấn đề vi phạm trong BHĐC thuộc phạm vi của họ.

#### *2.2.2.2. Nguyên tắc kết hợp hợp lý các lợi ích*

Trong quản lý bán hàng đa cấp, phải đảm bảo được sự hài hòa giữa các lợi ích: lợi ích toàn xã hội (trong đó là lợi ích của Nhà nước), lợi ích của doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp, lợi ích của người tham gia – nhà phân phối, người tiêu dùng. Lợi ích của người tiêu dùng, lợi ích của nhà phân phối là động lực trực tiếp, mạnh mẽ nhất cho sự phát triển của bán hàng đa cấp, là cơ sở thực hiện lợi ích chung (lợi ích của doanh nghiệp, lợi ích của Nhà nước). Nếu xử lý mối quan hệ giữa các lợi ích trên không đúng, dẫn đến xung đột giữa các lợi ích, làm giảm hiệu quả kinh tế - xã hội.

Phải mang lại cả lợi ích vật chất và lợi ích tinh thần của nhà phân phối, người tiêu dùng, của doanh nghiệp BHĐC. Phương thức BHĐC cũng như các phương thức kinh doanh khác đều bị chi phối bởi tinh thần và trạng thái tâm – sinh lý của người tham gia – nhà phân phối. Do vậy, quản lý bán hàng đa cấp phải chú ý mang đến quyền lợi về chính trị, về quyền tự chủ, quyền được học hành các kiến thức về sản phẩm, quyền được hưởng thụ những giá trị văn hóa tinh thần của xã hội... Tâm lý ổn định, tinh thần thoải mái, có được lợi ích thiết thực, sẽ là động lực tích cực cho các nhà phân phối, cũng là lý do để các doanh nghiệp BHĐC hoạt động chân chính.

Phải coi trọng cả lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài. Các nhà quản lý bán hàng đa cấp không chỉ quan tâm đến lợi ích trước mắt mà còn phải chú ý đến các lợi ích mang tính dài hạn. Bán hàng đa cấp cũng nên được nhìn nhận ở những tác động, lợi ích nhất thời và những tác động lâu dài thì mới có được cách quản lý hiệu quả. Không vì những lợi ích trước mắt mà quên đi những tác động lâu dài, nhưng cũng không vì những lợi ích lâu dài mà không giải quyết, xử lý vì các lợi ích cấp bách trước mắt.



Đánh giá khách quan những lợi ích mà bán hàng đa cấp mang lại cho xã hội, nhưng cũng cần xử lý nghiêm minh những vi phạm, ảnh hưởng đến lợi ích của Nhà nước, của người tham gia và người tiêu dùng mà các doanh nghiệp BHĐC gây ra.

Để thực hiện tốt nguyên tắc này trong quản lý bán hàng đa cấp, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, nhà phân phối phải thực hiện đầy đủ chế độ báo cáo, chế độ tài chính đối với Nhà nước. Thực hiện đầy đủ chế độ hạch toán kinh tế và vận dụng đúng đắn các đòn bẩy kinh tế để quản lý bán hàng đa cấp một cách có hiệu quả.

### *2.2.2.3. Nguyên tắc tiết kiệm và hiệu quả*

Để quản lý bán hàng đa cấp một cách tiết kiệm, hiệu quả, Nhà nước phải đưa ra mục tiêu, định hướng phát triển bán hàng đa cấp một cách rõ ràng, đúng đắn, phù hợp trên cơ sở nắm bắt và vận dụng quy luật, bám sát các điều kiện thực tiễn.

Giảm chi phí quản lý một cách hợp lý: chi phí dành cho quản lý BHĐC cần có một sự thống kê tổng thể, để có một sự bố trí hợp lý, tránh cắt giảm một cách tiêu cực, tăng chi phí cho nhân lực, phương tiện hỗ trợ quản lý BHĐC, giảm những chi phí xấu cho việc phải điều tra, xử lý, khắc phục hậu quả của những vi phạm do BHĐC gây ra.

Đầu tư cho quản lý có trọng điểm: việc đầu tư vào nhân lực quản lý, cơ sở vật chất và phương tiện hỗ trợ hoạt động quản lý BHĐC là cần thiết và nên dành sự ưu tiên.

Đánh giá kết quả quản lý thường xuyên, nghiêm túc: cần có cách thức khoa học đánh giá kết quả quản lý bán hàng đa cấp; bên cạnh đó, việc tổng kết, đánh giá, học tập, rút kinh nghiệm trong quản lý bán hàng đa cấp phải được thực hiện nghiêm túc, kịp thời.

### **2.2.3. Nội dung của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

*2.2.3.1. Xây dựng, ban hành văn bản quản lý, ban hành và cấp giấy chứng nhận các quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa trao đổi, dịch vụ cung ứng trong phương thức bán hàng đa cấp*

- Xây dựng và ban hành các quy định, chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp là một nội dung công việc quản lý có ý nghĩa tiền đề, thể hiện quyền lập pháp của Nhà nước. Nhà nước tạo lập khung pháp lý, môi trường kinh doanh, xác định địa vị pháp lý của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp và chủ thể kinh doanh đa cấp trên thị trường bằng các quy định trong Nghị định. Đồng thời tổ chức công bố, truyền thông, giới thiệu và hướng dẫn các doanh nghiệp về quy định, chính sách, luật pháp đã ban hành đối với BHĐC. Nhà nước điều chỉnh hành vi thương mại của các doanh nghiệp, người tham gia, nhà phân phối của bán hàng đa cấp bằng các văn bản quy phạm pháp luật. Nhà nước xử lý các mâu thuẫn và tranh chấp thương mại trong bán hàng đa cấp bằng các chế tài phù hợp với quy định luật pháp trong nước và quốc tế.

- Khung pháp lý đối với việc điều chỉnh phương thức BHĐC gồm nhiều loại văn bản pháp luật và pháp quy khác nhau, do các cơ quan ban hành như: Quốc hội (các loại Luật); Chính phủ (Các nghị định, nghị quyết, quyết định, chỉ thị); Bộ, liên Bộ, cơ quan ngang Bộ (Thông tư, quyết định, chỉ thị, công văn, thông báo hướng dẫn); Viện kiểm soát, Tòa án (các văn bản hướng dẫn, xử lý các tranh chấp kinh tế - thương mại, các tội phạm kinh tế vi phạm quy định chính sách, pháp luật trong nước và quốc tế về kinh doanh đa cấp); cơ quan quản lý kinh tế - thương mại các địa phương (cụ thể hóa chính sách của Trung ương và hướng dẫn thực thi trên phạm vi địa bàn theo phân cấp trách nhiệm); các định chế quốc tế (các cam kết hội nhập, các thỏa thuận trong các hiệp định thương mại, đầu tư, các điều ước quốc tế đã tham gia)....

- Nhà nước sẽ ban hành các quy định loại sản phẩm, hàng hóa nào được phép cung ứng trong mô hình kinh doanh đa cấp. Thông thường, theo các văn bản pháp luật, sẽ đưa ra các nhóm sản phẩm, hàng hóa cấm kinh doanh; kinh doanh có điều kiện; hạn chế kinh doanh; được phép kinh doanh. Nhà nước cấm lưu thông hàng hóa, các sản phẩm gây phương hại đến quốc phòng, an ninh, trật tự, an toàn xã hội, sức khỏe con người, truyền thống lịch sử, văn hóa dân tộc, cấm các hành vi cản trở trao đổi thương mại và cạnh tranh không hợp pháp trên thị trường. Các hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp ngoài tuân theo quy định chung về nhóm hàng hóa, dịch vụ này thì còn phải tuân theo những quy định văn bản dưới luật riêng, để thống nhất, loại dịch vụ nào, loại hàng hóa nào được phép buôn bán trong mô hình BHĐC.

- Về ban hành các quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn chất lượng:

+ Nhà nước xây dựng và ban hành danh mục các tiêu chuẩn chất lượng của các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ mà phương thức bán hàng đa cấp lưu thông, cung ứng. Cần công bố rộng rãi cho doanh nghiệp và người tham gia, người tiêu dùng được biết các tiêu chuẩn quốc gia, quốc tế và khu vực về sản phẩm, hàng hóa.

Các tiêu chuẩn này liên quan tới cả khâu sản xuất, bảo quản và tiêu thụ sản phẩm. Ngành khoa học và công nghệ có trách nhiệm ban hành các văn bản hướng dẫn đăng ký tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, đăng ký sản phẩm có khả năng mất an toàn, đánh giá chất lượng và sự phù hợp, công bố tiêu chuẩn trong nước và tiếp nhận tiêu chuẩn nước ngoài, hướng dẫn doanh nghiệp áp dụng tiêu chuẩn chất lượng và kiểm tra Nhà nước về chất lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ.

Bên cạnh đó, các sản phẩm lưu thông trong mô hình bán hàng đa cấp còn có sự điều chỉnh bởi các chuyên ngành khác như nông nghiệp, công nghiệp, y tế, thông tin viễn thông, ... nên cần việc xây dựng và ban hành các văn bản hướng dẫn về

đăng ký, chứng nhận hợp chuẩn, hợp quy, kiểm tra Nhà nước về chất lượng sản phẩm hàng hóa đặc thù. Cùng với đó, Nhà nước có quy định trách nhiệm phối hợp thực hiện nội dung QLNN về chất lượng sản phẩm giữa các cơ quan soạn thảo thuộc các đơn vị như: các Bộ chuyên ngành, các cơ quan thẩm định tiêu chuẩn, chất lượng, đo lường và cơ quan công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm thuộc Bộ Khoa học & Công nghệ.

+ Ngoài ra, quy chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm hàng hóa, dịch vụ được cung ứng qua phương thức BHĐC cũng cần được ban hành các quy chuẩn kỹ thuật đối với cơ sở hạ tầng thương mại như kho chứa hàng, địa điểm giới thiệu thông tin về sản phẩm... và các điều kiện, tiêu chuẩn đối với doanh nghiệp BHĐC, người tham gia BHĐC, trụ sở các doanh nghiệp BHĐC.

- Nhà nước sẽ đưa ra những văn bản quản lý quy định mang tính công khai về việc đăng ký, kê khai và niêm yết giá đối với một số hàng hóa, dịch vụ cụ thể được thỏa thuận giữa doanh nghiệp, nhà phân phối với người tiêu dùng nhằm đảm bảo giữ ổn định giá cả thị trường.

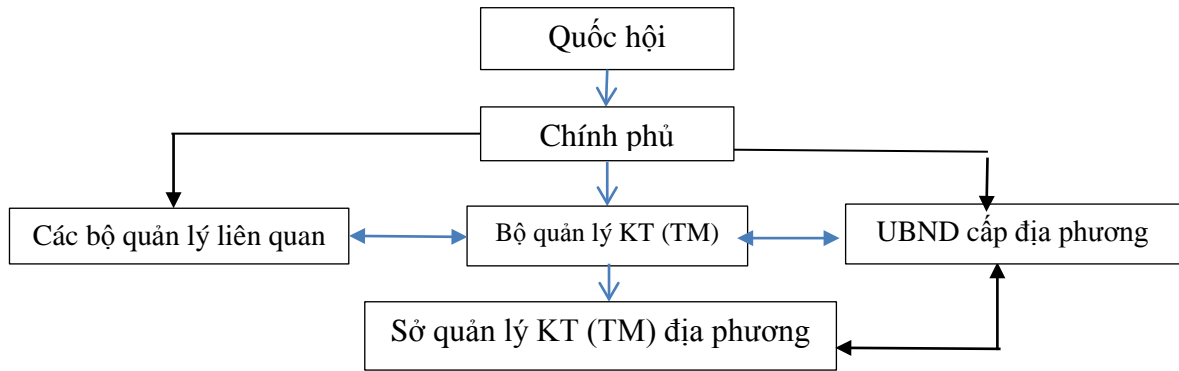
Hàng hóa trong mô hình BHĐC thường là những hàng hóa độc quyền về thương hiệu của từng doanh nghiệp BHĐC, do đó Nhà nước cũng sẽ tìm cách kiểm soát giá độc quyền. Giá độc quyền thường do liên kết nhóm, độc quyền nhóm của doanh nghiệp xác lập và duy trì nhằm kiếm lời. Nhà nước phải có các quy định để kiểm soát và ngăn chặn các hành vi BHĐC không công bằng và không lành mạnh này.

*2.2.3.2. Tổ chức bộ máy quản lý, tổ chức hoạt động thực thi chính sách, pháp luật đối với quản lý bán hàng đa cấp, cấp phép kinh doanh và thu hồi giấy phép kinh doanh đa cấp*

*Thứ nhất: Tổ chức bộ máy quản lý bán hàng đa cấp*

- Nhà nước thực hiện việc kiến tạo và duy trì hoạt động của cơ quan QLNN đối với BHĐC, theo chiều dọc và theo chiều ngang, để chuyên môn hóa trong quản lý. Cơ quan này sẽ triển khai các hoạt động định hướng phát triển bán hàng đa cấp.

Nhà nước đưa ra quy định phân công và hợp tác giữa các cơ quan phân tích, thẩm định, ban hành các văn bản quản lý với những cơ quan hướng dẫn, trực tiếp quản lý việc thực thi các quy định chính sách, pháp luật quản lý BHĐC cũng như cơ quan xử lý các sai phạm. Mỗi bộ phận, cơ quan sẽ có những chức năng, nhiệm vụ quản lý riêng có và cũng có trách nhiệm phối hợp với các cơ quan quản lý BHĐC khác để tránh việc bỏ sót nhiệm vụ quản lý.



(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

### Sơ đồ 2.8: Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp

- Quốc hội có nhiệm vụ và quyền hạn trong việc quản lý Nhà nước về kinh tế nói chung và bán hàng đa cấp nói riêng, đó là ban hành Hiến pháp, ban hành Bộ luật Hình sự, Luật Cạnh tranh và sửa đổi Luật Cạnh tranh, Bộ luật Hình sự...

- Chính phủ ban hành Nghị định, Thông tư hướng dẫn quản lý bán hàng đa cấp.

- Chính phủ đưa ra quy định phân công trách nhiệm đầu mối và phối hợp giữa các lực lượng chức năng Bộ quản lý kinh tế với các Bộ ngành khác được phân công quản lý Nhà nước về hàng hóa, dịch vụ đặc thù hoặc với các Bộ quản lý về thông tin, tuyên truyền, phổ biến hoặc giới thiệu các chính sách, pháp luật; hướng dẫn và công bố các tiêu chuẩn chất lượng, quy chuẩn kỹ thuật đối với quá trình sản xuất, lưu thông hàng hóa, dịch vụ; cấp phép, thu hồi giấy phép kinh doanh; hướng dẫn và thực thi công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý các khiếu nại, tố cáo, các tranh chấp thương mại và vi phạm pháp luật liên quan đến bán hàng đa cấp. Đồng thời, Nhà nước cũng có sự phân cấp về quản lý, kiểm soát chất lượng hàng hóa cho cơ quan tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng của các địa phương. Bên cạnh đó, Nhà nước cũng đưa ra những quy định mối quan hệ quản lý bán hàng đa cấp giữa Bộ quản lý ngành ở Trung ương với Sở quản lý ngành và các đơn vị hành chính ở địa phương theo địa bàn lãnh thổ.

- Tiếp theo, Nhà nước giới thiệu, phổ biến, tuyên truyền và hướng dẫn các quy định chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp, các kế hoạch, chương trình, mục tiêu phát triển thương mại cho mọi đối tượng liên quan như: cán bộ, viên chức trong bộ máy tổ chức quản lý Nhà nước về thương mại các cấp; các doanh nghiệp và tổ chức, cá nhân tham gia phương thức bán hàng đa cấp trên thị trường, người tiêu dùng và người dân. Cùng với đó là tạo mọi điều kiện, truyền thông bằng mọi phương tiện, mọi thời điểm thuận lợi để giúp các đối tượng có thể tiếp cận với các văn bản quy phạm pháp luật, các quy định chính sách cũng như tiếp cận với các cơ quan quản lý chuyên trách, những thông tin về công tác chỉ đạo của Nhà nước, các

cuộc thanh tra, kiểm tra cũng như kết quả thực thi quản lý của các lực lượng chức năng các cấp, các ngành. Cần thông tin cả gương điển hình, mặt tốt cũng như những hạn chế, tồn tại về chấp hành chính sách, pháp luật của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, những kinh nghiệm tốt của các lực lượng chức năng được phân công thực thi trách nhiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

*Thứ hai: Tổ chức hoạt động thực thi chính sách, pháp luật đối với bán hàng đa cấp*

- Bước tiếp theo và mang tính quyết định là tổ chức triển khai thực hiện và đưa cơ chế chính sách quản lý bán hàng đa cấp vào thực tiễn, đảm bảo các nguyên tắc phân công, phân cấp và phân quyền trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Ở cấp Trung ương, sau khi soạn thảo, ban hành, sẽ tổ chức, điều hành các ngành, các cấp triển khai và phối hợp thực hiện chính sách, pháp luật về bán hàng đa cấp; đồng thời tổ chức chỉ đạo công tác tuyên truyền phổ biến chính sách, pháp luật về bán hàng đa cấp; chỉ đạo công tác thanh tra, kiểm tra chấp hành quy định của Nhà nước về bán hàng đa cấp, đảm bảo tính thống nhất trong quản lý ở các cấp. Đi liền với công việc này, đó là việc tổ chức bộ máy chuyên trách quản lý bán hàng đa cấp theo phân công, phù hợp với thẩm quyền.

Ở cấp địa phương, theo phân cấp, UBND tỉnh/thành phố trực thuộc Trung ương thực hiện việc phân công trách nhiệm rõ ràng cho các Sở quản lý kinh tế (thương mại) và các Sở có liên quan; UBND cấp quận/huyện, TP trực thuộc, cấp xã/phường và quy định trách nhiệm phối hợp hoạt động quản lý. Một mặt, các Sở quản lý kinh tế (thương mại) của các địa phương có nhiệm vụ phối hợp theo chiều dọc với Bộ quản lý kinh tế (thương mại) về chuyên môn nghiệp vụ, mặt khác phải chịu sự chỉ đạo điều hành trực tiếp, toàn diện của UBND tỉnh/thành phố về quản lý Nhà nước đối với kinh tế (thương mại) trong đó có bán hàng đa cấp trên phạm vi lãnh thổ địa phương theo phân công, phân cấp quản lý.

*Thứ ba: Cấp phép kinh doanh, thu hồi giấy phép kinh doanh theo phương thức đa cấp*

Công việc quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp còn bao gồm cả việc cấp phép và thu hồi giấy phép kinh doanh.

Nhà nước có thẩm quyền cấp phép kinh doanh đa cấp cho các doanh nghiệp, có quy định rõ ràng về phân cấp trách nhiệm và thẩm quyền của Trung ương hay địa phương đối với cấp phép hoạt động. Thủ tục, quy trình và các điều kiện cần đáp ứng khi yêu cầu cấp phép kinh doanh cho các doanh nghiệp cần công khai, thuận tiện, nhanh chóng, theo đúng quy định của pháp luật về quản lý doanh nghiệp, về thương mại, về đầu tư...

Nếu trong quá trình kinh doanh, doanh nghiệp bị phát hiện sai phạm, nếu kiểm tra, thanh tra phát hiện doanh nghiệp bán hàng đa cấp vi phạm các quy định của pháp luật, tùy mức độ vi phạm mà cơ quan quản lý Nhà nước đã cấp giấy phép kinh doanh có thể quyết định, yêu cầu ngừng kinh doanh tạm thời hoặc thu hồi giấy phép kinh doanh của doanh nghiệp, nếu có dấu hiệu hình sự có thể chuyển cho cơ quan có thẩm quyền xử lý.

Trong mô hình bán hàng đa cấp, người tham gia cũng có hoạt động độc lập với các doanh nghiệp, Nhà nước cũng có nội dung quản lý, cấp, kiểm soát hay thu hồi thẻ hành nghề của những đối tượng này.

### *2.2.3.3. Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý các vi phạm pháp luật trong bán hàng đa cấp*

- Nội dung tiếp theo trong quản lý bán hàng đa cấp là việc hướng dẫn các quy định về công tác thanh tra, kiểm tra đối với doanh nghiệp và thủ tục giải quyết các khiếu nại, tố cáo đối với các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia/ hay nhà phân phối theo quy định của pháp luật về thanh tra, khiếu nại tố cáo...

- Công việc chủ yếu của công tác này là thanh tra, kiểm tra vấn đề cấp phép kinh doanh (có đúng quy định của pháp luật không, có phù hợp với định hướng và mục tiêu phát triển kinh tế - thương mại và xã hội không...); thanh tra, kiểm tra việc thực hiện các quy định chính sách, pháp luật của Nhà nước về bán hàng đa cấp, việc vận hành kinh doanh thực tế của mỗi doanh nghiệp bán hàng đa cấp và việc thực hiện nghĩa vụ tài chính, xã hội đối với Nhà nước.

- Về quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm, công bố hợp chuẩn, hợp quy

+ Chất lượng sản phẩm hàng hóa liên quan đến nhiều khâu trong quá trình sản xuất, chế biến, phân phối và thậm chí cả khâu tiêu dùng, tiếp tục giới thiệu sản phẩm sau khi tiêu dùng. Hình thức quảng cáo truyền miệng, phổ biến chất lượng sản phẩm thông qua cảm nhận sau khi tiêu dùng là đặc trưng của phương thức kinh doanh đa cấp. Công việc của Nhà nước trong kiểm soát và quản lý chất lượng sản phẩm là để đảm bảo chất lượng của sản phẩm ở tất cả các khâu của quá trình sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm thực tế đúng với tiêu chuẩn đăng ký và được công nhận hợp chuẩn, hợp quy. Tuy nhiên thì sản phẩm, hàng hóa của doanh nghiệp bán hàng đa cấp có thể được sản xuất ở nước ngoài hoặc mang tính độc quyền cũng như cần thời gian để kiểm nghiệm, kiểm chứng chất lượng nên việc kiểm soát về chất lượng có những khó khăn.

+ Cụ thể: công việc của các cơ quan quản lý Nhà nước là phải kiểm tra, đo lường và kiểm định chất lượng để cấp giấy chứng nhận sản phẩm theo đúng quy chuẩn quốc gia, công nhận, chứng nhận chất lượng sản phẩm nhập khẩu hợp chuẩn,

hợp quy hoặc đạt chuẩn khu vực, quốc tế đối với sản phẩm liên doanh, liên kết với nước ngoài. Kiểm tra, đánh giá các điều kiện kinh doanh và cơ sở hạ tầng thương mại hợp chuẩn. Kiểm tra, đo lường việc áp dụng quy chuẩn kỹ thuật, công bố hợp quy và công bố tiêu chuẩn áp dụng đối với sản phẩm hàng hóa.

+ Trong nội dung quản lý này có sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý liên quan đến vấn đề này: Bộ quản lý khoa học & công nghệ, Bộ Y tế, Bộ quản lý kinh tế (thương mại), các Bộ quản lý ngành sản xuất hàng hóa, dịch vụ, xây dựng... cũng như các cơ quan ở cấp địa phương

- Điểm chú ý, đó là Nhà nước kiểm soát giá cả của các sản phẩm hàng hóa được cung ứng qua bán hàng đa cấp, sau khi đã có được những chỉ tiêu chất lượng và kỹ thuật của sản phẩm, đảm bảo được lưu thông đúng theo quy luật giá trị và quy luật cung cầu trên thị trường.

- Đơn vị thực hiện việc thanh tra, kiểm tra có thể riêng biệt, chuyên ngành hay liên ngành, hoặc cũng có thể hình thành theo từng sự vụ. Hoạt động thanh tra có sự phối hợp lực lượng chức năng của Trung ương và địa phương trong những trường hợp cần thiết và cần quan tâm phối hợp liên ngành tại địa phương. Sau các hoạt động thanh tra, kiểm soát, các cơ quan phải lập báo cáo, đề xuất hướng điều chỉnh, giải quyết và công bố thông tin về các vi phạm của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia/ nhà phân phối cũng như đưa ra các cảnh báo đối với người tiêu dùng – khách hàng của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp

#### **2.2.4. Phương pháp, công cụ quản lý bán hàng đa cấp**

##### **2.2.4.1. Phương pháp quản lý**

Phương pháp quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp chính là cách thức tác động có chủ đích của Nhà nước lên bán hàng đa cấp nhằm đạt được mục tiêu quản lý đặt ra. Phương pháp quản lý có vai trò quan trọng trong hệ thống quản lý, ảnh hưởng đến thành công hay thất bại của các nhà hoạt động quản lý.

Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp áp dụng đồng thời cả 3 phương pháp quản lý: phương pháp kinh tế, phương pháp hành chính, phương pháp giáo dục.

Các phương pháp đều tác động đến con người, đó là người tham gia – nhà phân phối, người tiêu dùng, là các doanh nhân – những con người cụ thể, những cá nhân khác nhau về đặc điểm tâm lý, điều kiện làm việc, hoàn cảnh gia đình, trình độ... Nếu phương pháp kinh tế khi sử dụng tác động đến lợi ích kinh tế, phương pháp tâm lý – giáo dục lúc sử dụng tác động đến nhận thức, tâm lý của nhà phân phối, người tiêu dùng thì phương pháp hành chính tác động vào quan hệ tổ chức – hành chính, đó là quan hệ quyền uy và phục tùng, trong đó Nhà nước dùng quyền lực của tổ chức để buộc doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia, người tiêu

dùng phải tuân thủ sự chỉ huy, điều hành của mình, thực hiện các mục tiêu quản lý đã đề ra.

Việc sử dụng các phương pháp còn cần có sự hỗ trợ của các yếu tố khác. Việc áp dụng phương pháp kinh tế luôn luôn gắn liền với việc sử dụng các đòn bẩy kinh tế như giá cả, lợi nhuận, tín dụng, lãi suất, tiền hoa hồng, tiền thưởng..., bên cạnh đó cần nâng cao năng lực vận dụng các quan hệ hàng hóa – tiền tệ, quan hệ thị trường. Trong khi phương pháp kinh tế chỉ nên sử dụng trong một khoảng thời gian, thì phương pháp tâm lý – giáo dục trong QLNN đối với BHĐC phải làm một cách kiên trì, thực hiện trong một khoảng thời gian dài, mọi lúc, mọi nơi, mọi đối tượng, đây là sự tác động liên tục, có quá trình chứ không tức thì để người tham gia, người tiêu dùng biết phân biệt đâu là doanh nghiệp BHĐC chân chính, mô hình trả thưởng đúng đắn, quy định - pháp luật nào quản lý để tự bảo vệ mình,... từ đó nâng cao tính tự giác, làm lợi cho mình nhưng không gây hại cho người khác. Có thể nói trong quản lý BHĐC hiện nay ở một số quốc gia thì phương pháp giáo dục nên được sử dụng một cách mạnh mẽ nhất.

Khác với 2 phương pháp trên, đối với phương pháp hành chính thể hiện tính bắt buộc, cưỡng chế, có hiệu lực ngay khi ban hành quyết định, nên hết sức cần thiết trong những trường hợp hệ thống quản lý rơi vào những tình huống khó khăn, phức tạp như cần chấm dứt hoạt động của một doanh nghiệp bán hàng đa cấp lừa đảo nào đó, đó là quyết định dứt khoát, rõ ràng, dễ hiểu, có địa chỉ người thực hiện, loại trừ khả năng cấp dưới và đối tượng bị quản lý kháng cự.

#### 2.2.4.2. Công cụ quản lý

##### *Thứ nhất: Pháp luật quản lý bán hàng đa cấp*

Pháp luật là một công cụ quản lý bán hàng đa cấp có vai trò vĩ mô quan trọng. Đây là phương thức Nhà nước sử dụng các quy định trong hệ thống luật pháp và thông lệ trong kinh tế - thương mại để hướng dẫn, điều chỉnh các hành vi của các chủ thể tham gia bán hàng đa cấp.

Pháp luật quản lý bán hàng đa cấp bao gồm:

+ Các văn bản quy phạm pháp luật: Hiến pháp, Bộ luật dân sự, các văn bản luật khác, pháp lệnh...

+ Các văn bản hướng dẫn thực hiện: Nghị định của Chính phủ, Thông tư, công văn của các Bộ, các cơ quan ngang Bộ;

+ Các điều ước quốc tế về thương mại; Các tập quán quốc tế về thương mại.

Thông qua hệ thống văn bản pháp luật, Nhà nước xác định quyền và nghĩa vụ của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia cũng như việc đảm bảo thực hiện quyền và nghĩa vụ ấy để tác động, chi phối các hành vi của các đối tượng



này cũng như của các chủ thể quản lý.

Sử dụng công cụ pháp luật để quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp thể hiện sự quản lý bằng sức mạnh của những quyền uy khách quan kết hợp với sức mạnh quyền uy của Nhà nước. Quyền uy của Nhà nước thể hiện quyền lực của Nhà nước trong việc cưỡng chế các doanh nghiệp, người tham gia thực hiện pháp luật. Quyền uy khách quan nằm trong tính đúng đắn của luật pháp. Pháp luật quản lý bán hàng đa cấp có được các đối tượng bị quản lý thực hiện nghiêm chỉnh hay không trước hết do những chuẩn mực hành vi ứng xử, quyền và nghĩa vụ được quy định trong pháp luật có phù hợp với những quan hệ và lợi ích kinh tế khách quan được xã hội thừa nhận hay không. Nếu những quy định của pháp luật không phù hợp, tính hiệu lực của quản lý sẽ kém, các doanh nghiệp sẽ lách luật, gây thiệt hại cho Nhà nước, cho các nhà phân phối - người tham gia, cùng với đó, các đối tượng này sẽ không thực hiện đúng quyền và nghĩa vụ của mình.

Hệ thống các văn bản pháp luật đưa ra các quy phạm được phép và không được phép để đặt các chủ thể kinh tế vào sự tự lựa chọn, tự quyết định hành động trong khuôn khổ những điều kiện và phạm vi đã được xác định.

Còn trong phạm vi các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, các nhà quản lý có thể ban hành và sử dụng các nội quy, quy chế, điều lệ hoạt động... trên cơ sở khung pháp luật của Nhà nước, như là một công cụ quan trọng trong quá trình quản lý doanh nghiệp và hành xử với nhà phân phối, người tiêu dùng.

*Thứ hai: Chính sách quản lý bán hàng đa cấp*

Để thực hiện các nội dung quản lý thì Nhà nước sử dụng tích cực các phương pháp và các công cụ quản lý. Ngoài công cụ pháp luật thì chính sách quản lý cũng được Nhà nước sử dụng để điều chỉnh bán hàng đa cấp.

Chính sách quản lý thể hiện các quy định của Nhà nước trong việc sử dụng các biện pháp về kinh tế hoặc ngoài kinh tế, để tác động tới các chủ thể có liên quan đến phương thức bán hàng đa cấp. Chính sách quản lý bán hàng đa cấp thể hiện quan điểm của Nhà nước khi quản lý bán hàng đa cấp trên lãnh thổ quốc gia. Chính sách quản lý bán hàng đa cấp cũng hàm chứa những tính toán, định hướng lâu dài của Chính phủ, mối quan tâm, điều chỉnh chính là các doanh nghiệp và người tham gia – nhà phân phối bán hàng đa cấp.

Một số chính sách quản lý bán hàng đa cấp:

+ Chính sách hàng hóa cung ứng trong bán hàng đa cấp (quy định về loại hàng hóa; quy định về chất lượng, xuất xứ hàng hóa; quy định về giá cả, cung cầu hàng hóa kinh doanh...)

+ Chính sách đối với doanh nghiệp, nhà phân phối trong bán hàng đa cấp

(đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp: quy định về điều kiện thành lập – cấp phép kinh doanh, giao kết hợp đồng, có quy định quyền và nghĩa vụ của thương nhân, quy định ngừng hoặc chấm dứt hoạt động của thương nhân...; đối với nhà phân phối – người tham gia: có chính sách truyền thông, trang bị hiểu biết cơ bản về bán hàng đa cấp này trước khi tham gia, có chính sách đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, có chính sách quản lý tài chính cá nhân, có chính sách bảo hiểm để bảo vệ quyền lợi cho đối tượng hoạt động có tính chất cá nhân này..)

+ Chính sách về cơ sở vật chất, hạ tầng phục vụ bán hàng đa cấp (các quy định đối với phương thức bán hàng đa cấp: các doanh nghiệp bán hàng đa cấp có thể được thuê kết cấu hạ tầng để kinh doanh, trả tiền cho Nhà nước và sử dụng đúng mục đích; thông báo công khai trụ sở thực hiện bán hàng đa cấp; cam kết không gây mất trật tự, ảnh hưởng đến an ninh xã hội, môi trường xung quanh khu vực trụ sở các doanh nghiệp; phải tách rời trụ sở kinh doanh thông thường và kinh doanh bán hàng đa cấp; không được tổ chức kinh doanh bán hàng đa cấp tại các cơ quan Nhà nước như trường học, bệnh viện;...)

+ Chính sách về nguồn lực phục vụ quản lý bán hàng đa cấp:

Đó là các chính sách hỗ trợ đào tạo, bổ sung, phát triển, bồi dưỡng chuyên môn cho cán bộ chuyên trách công việc quản lý bán hàng đa cấp ở cả Trung ương lẫn địa phương. Các tham tán thương mại tại các quốc gia cũng cần có một lượng nhân viên hay một kênh thông tin chính thống, cụ thể, thực tế về công tác quản lý Nhà nước đối với BHĐC tại các quốc gia, làm kinh nghiệm quản lý quý báu cho nước nhà.

Đó là chính sách đầu tư về trang thiết bị, phương tiện vật chất phục vụ công tác quản lý bán hàng đa cấp từ Trung ương đến địa phương.

Ngoài 2 công cụ quản lý chính nêu trên, công cụ kế hoạch hóa trong quản lý BHĐC cũng rất quan trọng, góp phần định hướng cho hoạt động kinh doanh và nhà quản lý thể hiện rõ năng lực bao quát và tầm nhìn trong quản lý. Đó là việc Nhà nước đưa ra dự báo, kế hoạch hỗ trợ cho sự phát triển của BHĐC ở phạm vi toàn quốc, kế hoạch thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm...

### **2.2.5. Tiêu chí đánh giá quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

Để quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp đạt hiệu quả theo định hướng, mục tiêu cần phải có các tiêu chí đánh giá, với các cách đo lường khác nhau cho các chỉ tiêu nhất định. Khi có các chỉ tiêu, tiêu chí đánh giá và cách đo lường phù hợp, sẽ giúp ích rất lớn cho công tác quản lý.

Hiệu quả của quản lý Nhà nước được thể hiện trên ba mặt và thông qua bốn nội dung. Ba mặt là: kinh tế (tức là chi phí thấp), hiệu suất và hiệu ích (tiếng Anh là

economy, efficiency, effectiveness). Bốn nội dung là: chi phí, đầu tư, sản xuất, hiệu quả. Ở một số nước đã luật hóa việc đánh giá hiệu quả của quản lý Nhà nước (*xem Phụ lục 09*).

Từ đó, Luận án có đưa ra một số tiêu chí đánh giá quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp như sau:

#### 2.2.5.1. Tính hiệu lực

Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cần đảm bảo các quy định, yêu cầu đưa ra phải có tính hiệu lực.

Đánh giá hiệu lực của công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp là đánh giá khả năng các cán bộ quản lý, các doanh nghiệp, nhà phân phối – người tham gia bán hàng đa cấp và người tiêu dùng có tuân thủ các quy định quản lý, có chấp hành, thực hiện một cách nghiêm túc, triệt để và thống nhất sự chỉ đạo của các cơ quan quản lý Nhà nước. Các quy định chính sách, pháp luật của Nhà nước có phù hợp với các quy luật, có phù hợp với thực tiễn, có được các cán bộ quản lý bán hàng đa cấp, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, nhà phân phối, người tiêu dùng và xã hội chấp nhận và tiến hành thực thi hay không.

Để các đối tượng bị quản lý chấp nhận và chấp hành sự quản lý thì công tác quản lý cần tạo ra sự hiểu biết và tuân thủ chính sách, pháp luật của người quản lý và các doanh nghiệp, người tham gia mô hình bán hàng đa cấp và người tiêu dùng

Các cán bộ quản lý bán hàng đa cấp áp dụng chính sách, pháp luật một cách đúng đắn, công bằng, minh bạch, giải thích rõ ràng cho các doanh nghiệp và người tham gia về trách nhiệm, nghĩa vụ và quyền lợi của họ cũng như hướng dẫn thủ tục về khiếu nại, tố cáo. Cung cấp thông tin cho đối tượng bị quản lý một cách thường xuyên, có chất lượng. Xử lý các câu hỏi, yêu cầu và khiếu nại của doanh nghiệp, người tham gia và người tiêu dùng một cách chính xác và kịp thời. Lắng nghe những phản hồi của đối tượng bị quản lý khi thực hiện các chính sách, pháp luật. Xây dựng và duy trì mối quan hệ chặt chẽ với các doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp...

Về phía các doanh nghiệp, người tham gia bán hàng đa cấp, có ý thức tìm hiểu, chấp hành chính sách, pháp luật về cấp phép, giấy chứng nhận đào tạo, ký quỹ, công bố thông tin, tổ chức hội thảo hội nghị, chế độ phân chia hoa hồng, hợp đồng mua bán hàng, nộp các loại thuế, phí theo quy định...

Về phía người tiêu dùng, có được kênh thông tin hoặc tìm cách tiếp cận được thông tin về chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp, tìm hiểu về doanh nghiệp, sản phẩm được phân phối bởi doanh nghiệp bán hàng đa cấp, sẵn sàng tố cáo, khiếu nại khi quyền lợi tiêu dùng bị xâm phạm hay bị ép giá, ép mua và sử dụng

sản phẩm...

#### 2.2.5.2. Tính hiệu quả

Công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp được thực hiện phải có tính hiệu quả.

Hiệu quả trong quản lý bán hàng đa cấp là sự so sánh giữa tổng lợi ích của quản lý so với tổng chi phí cho hoạt động quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Lợi ích mà công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp không chỉ dừng lại ở việc tạo ra môi trường cho phương thức kinh doanh đa cấp diễn ra mà còn là tổng số thuế đóng góp hàng năm vào ngân sách từ kinh doanh đa cấp. Ngoài ra, lợi ích còn được thể hiện ở việc góp phần thúc đẩy bán hàng đa cấp, thu hút đầu tư kinh doanh từ các doanh nghiệp bán hàng đa cấp nước ngoài; các doanh nghiệp có thêm một phương thức bán hàng, một kênh phân phối lưu thông hàng hóa mới, đảm bảo công ăn việc làm và an sinh xã hội... những lợi ích này không thể lượng hóa được, việc đánh giá mang tính định tính.

Công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tốt hay không, lợi ích như thế nào một phần lớn được đánh giá thông qua hoạt động và kết quả hoạt động của chính các đối tượng bị quản lý: Số lượng các doanh nghiệp và người tham gia tăng lên hoặc ổn định; số các sản phẩm có chất lượng được lưu thông tăng; địa bàn hoạt động được mở rộng; kết quả kinh doanh đa cấp tăng lên; các doanh nghiệp đóng góp tích cực vào các hoạt động môi trường, xã hội; người tham gia có được khoản thu nhập ổn định; các vụ việc và mức độ vi phạm từ bán hàng đa cấp ngày càng giảm xuống. Thêm vào đó là người tiêu dùng sản phẩm từ công ty bán hàng đa cấp thỏa mãn nhu cầu của mình, sức khỏe, tinh thần, công việc, các mối quan hệ... của họ tốt hơn...

Các cơ quan nào được phép kiểm tra, xử lý, chế tài xử lý có đủ mạnh. Số cuộc thanh tra, kiểm tra và số vụ vi phạm được xử lý, tỷ lệ trường hợp thanh tra, kiểm tra phát hiện có sai phạm, tỷ lệ các hồ sơ khiếu nại tố cáo, số tiền phạt... cũng phản ánh hiệu quả của quản lý. Nếu có sự sát sao kiểm tra thì số cuộc kiểm tra sẽ thường xuyên hơn, nhưng tránh việc những nhiễu, ảnh hưởng đến việc kinh doanh của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Việc công bố thông tin cho xã hội về việc kiểm tra, xử lý vi phạm trong kinh doanh đa cấp là cần thiết, là biện pháp tuyên truyền và răn đe, bằng chứng cho công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Còn chi phí của việc quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp bao gồm chi phí xây dựng chính sách, pháp luật; chi phí phổ biến, hướng dẫn, sửa đổi chính sách, pháp luật; chi phí tổ chức thực hiện; chi phí tổ chức bộ máy quản lý; chi phí cho nhân lực, phương tiện, cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý; chi phí cho việc

thanh tra, giám sát, điều tra, xử lý khi kinh doanh đa cấp vi phạm; các chi phí khác... Những chi phí này có thể là về thời gian, hoặc có thể là tiền bạc, vật chất. Việc xác định những chi phí này, hạch toán một cách chính xác là rất khó khăn và có thể không làm được.

Sự so sánh giữa lợi ích với chi phí hay giữa chi phí quản lý với mục tiêu đạt được trong quản lý bán hàng đa cấp sẽ cho thấy rõ nhất công tác quản lý Nhà nước đối với phương thức kinh doanh này có hiệu quả hay không.

#### *2.2.5.3. Tính phù hợp, đồng bộ, thống nhất*

Công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp phải phù hợp với quan điểm, đường lối của Nhà nước trong quản lý kinh tế - thương mại, với các chính sách, pháp luật khác của Nhà nước và đảm bảo phát triển kinh tế xã hội; phân phối bình đẳng lợi ích; đảm bảo sự ổn định cuộc sống người dân; cũng như tôn trọng các quy luật khách quan của nền kinh tế thị trường; có tính đến những cam kết mở cửa thị trường khi nền kinh tế các quốc gia hội nhập.

Công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp phải xuất phát từ thực tế trách nhiệm quản lý của Nhà nước và nhu cầu của xã hội, cũng như những bất cập cần phải có sự điều tiết của Nhà nước. Xuất phát từ những vấn đề phát sinh trong xã hội mà việc ban hành, tổ chức thực thi chính sách, pháp luật cũng như bộ máy Nhà nước thực hiện công tác quản lý phải phù hợp với thực tế mô hình bán hàng đa cấp đang diễn ra trên phạm vi quốc gia.

Các chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp phải có sự đồng bộ, phối hợp với các chính sách, pháp luật có liên quan về hải quan, y tế, tài chính – ngân hàng, giáo dục, du lịch... cùng với hệ thống chế tài đủ mạnh. Các văn bản QLNN đối với BHĐC phải thống nhất và đồng bộ với các văn bản quản lý lĩnh vực khác, tránh tình trạng chồng chéo, khó thực thi, không có tính hiệu quả và hiệu lực.

Bên cạnh đó, bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp được tổ chức đồng bộ, thống nhất từ Trung ương đến địa phương, có sự phân công, phân quyền phù hợp, vận hành thống nhất. Thống nhất cơ quan chịu trách nhiệm cấp phép kinh doanh đa cấp, kiểm tra giám sát hoạt động, chấm dứt kinh doanh theo phương thức đa cấp, xử lý vi phạm.

Cơ quan quản lý chuyên ngành phối hợp với các cơ quan quản lý có liên quan ở cấp Trung ương, giao nhiệm vụ và chỉ đạo cơ quan quản lý chuyên ngành cấp địa phương, cùng với cơ quan hành chính các cấp, tất cả tạo nên bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp có vị thế độc lập nhất định trong hoạt động và chịu trách nhiệm trong việc thực hiện chức năng và thẩm quyền của mình.

Sự độc lập thể hiện tính chuyên môn hóa, không chịu tác động về chính trị hay thương mại hóa khi thực hiện các chức năng và thẩm quyền của mình.

Sự độc lập có được khi các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp có đầy đủ nguồn lực để thực hiện chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn. Nguồn lực quan trọng chính là nhân sự, đủ cả về số lượng và phải đảm bảo về chất lượng, chính các cán bộ quản lý sẽ tạo nên hiệu quả của công tác quản lý.

#### 2.2.5.4. Tính công bằng

Tính công bằng là mục tiêu cũng là tiêu chí đánh giá công tác QLNN đối với phương thức kinh doanh đa cấp. Việc quản lý bán hàng đa cấp chính là việc tạo ra sự công bằng về trách nhiệm, quyền lợi giữa Nhà nước, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, nhà phân phối – người tham gia bán hàng đa cấp và người tiêu dùng.

Quyền lợi và nghĩa vụ, những điều được làm và những điều bị cấm mà các đối tượng bị quản lý trong kinh doanh đa cấp là cân bằng với nhau. Các đối tượng bị quản lý này cũng được đối xử tương đương như các đối tượng bị quản lý ở các hoạt động kinh doanh khác. Những quyền lợi này là phù hợp với các quy luật, phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội thực tế, phù hợp với những trách nhiệm mà họ phải thực hiện.

Đó là quyền được làm giàu chính đáng, quyền được chia sẻ - tiếp cận thông tin, quyền được tiêu dùng, quyền được tố cáo, khiếu nại và được bảo vệ trước những hành vi kinh doanh đa cấp vi phạm, trái quy định ...

Đồng thời với đó là Nhà nước cũng đưa ra các trách nhiệm, nghĩa vụ đối với các cán bộ quản lý bán hàng đa cấp, với các doanh nghiệp, nhà phân phối và người tiêu dùng trong phương thức kinh doanh đa cấp một cách rõ ràng, cụ thể và cân bằng với những lợi ích mà họ có được, và được ghi rõ trong các văn bản quản lý bán hàng đa cấp cũng như được tích cực tuyên truyền, hướng dẫn thực thi và cũng là căn cứ cả khi xử lý vi phạm. Kết quả là các đối tượng bị quản lý nhận thức được những lợi ích họ có được nếu chấp hành quy định của Nhà nước cũng như những hình thức xử lý khi vi phạm các quy định quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Việc xử lý vi phạm trong phương thức BHĐC có thể chỉ ở mức độ hành chính, phạt tiền, cảnh cáo hoặc nếu có dấu hiệu nghiêm trọng thì có thể xử lý bằng các biện pháp hình sự.

#### 2.2.5.5. Tính ổn định

Tính ổn định là một trong những tiêu chí cần để đánh giá công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Bất kỳ hoạt động, công tác nào thì cũng đòi hỏi tính ổn định chứ không riêng gì quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Tính ổn định trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp chính là sự định hướng tốt đối với bán hàng đa cấp; là sự thống nhất, ít thay đổi trong chính

sách, pháp luật quản lý và là sự kết hợp hài hòa lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp, của nhà phân phối và của người tiêu dùng trong mô hình kinh doanh đa cấp.

Tính ổn định của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp chính là hướng tới việc phòng ngừa, phát hiện và xử lý các hành vi vi phạm các quy định chính sách, pháp luật về dân sự, kinh tế nói chung và quy định chính sách, pháp luật về thương mại trong kinh doanh đa cấp nói riêng; phát hiện những sơ hở trong cơ chế quản lý, chính sách pháp luật để kiến nghị với cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền các biện pháp khắc phục; bảo vệ lợi ích của Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của các cơ quan, các doanh nghiệp và nhà phân phối trong bán hàng đa cấp và người tiêu dùng; hướng tới sự phát triển ổn định, lâu dài của mô hình bán hàng đa cấp.

Tính ổn định mà quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cần đạt tới chính là tạo điều kiện thuận lợi nhất, bình ổn nhất, hạn chế sự cấm đoán hay xáo trộn cho sự phát triển của bán hàng đa cấp ở mỗi địa phương và quốc gia.

### **2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

#### **2.3.1. Các nhân tố khách quan**

##### *2.3.1.1. Yếu tố kinh tế*

Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của sự phát triển kinh tế - xã hội. Nếu nền kinh tế phát triển và xã hội ổn định, mô hình bán hàng đa cấp diễn ra theo đúng bản chất, quy luật, quy định, mang lại lợi ích cho các bên, mọi mâu thuẫn tranh chấp của các đối tượng liên quan tới bán hàng đa cấp sẽ ít xảy ra hoặc sẽ ở những mức độ kiểm soát được. Ngược lại, nếu nền kinh tế rơi vào khủng hoảng, có nhiều bất công trong xã hội, thất nghiệp tỷ lệ lớn, thì việc làm ăn chộp giật, lừa đảo, bất chấp mọi thứ chạy theo lợi nhuận xảy ra thường xuyên và mô hình bán hàng đa cấp bất chính sẽ có cơ hội phát triển trong nền kinh tế đó. Và điều này sẽ làm cho công tác quản lý Nhà nước đối với BHĐC gặp rất nhiều khó khăn.

“Nền kinh tế chia sẻ” hiện nay đang rất phát triển, phương thức bán hàng đa cấp cũng ứng dụng rất triệt để mô hình nền kinh tế này để mở rộng không ngừng thị trường, khách hàng nhưng lại kèm theo những biến tướng rất phức tạp, khiến cho công tác quản lý Nhà nước đối với phương thức kinh doanh này cũng phải đổi mới, bao quát và điều tiết được phương thức này.

Thương mại điện tử ngày càng phát triển cùng với thành tựu của cách mạng công nghệ 4.0 đã mang lại sự lan truyền, sự phối hợp các phương thức phân phối hàng hóa khác nhau cho các doanh nghiệp, trong đó có phương thức phân phối đa cấp. Chính sự phức hợp này, gây ra khó khăn trong xác định kênh phân phối của doanh nghiệp cũng như cách thức quản lý đặc thù của Nhà nước.

### 2.3.1.2. *Trình độ văn hóa, chính trị, dân trí*

- Văn hóa, các phong tục địa phương, lối sống lâu đời cũng như các yếu tố về dân cư khác, cũng có tác động hai mặt đến thực thi các quy định của Nhà nước, bao gồm cả tích cực và tiêu cực. Những yếu tố văn hóa và phong tục, lối sống tích cực, phù hợp với ý chí Nhà nước sẽ được Nhà nước đảm bảo và thừa nhận trở thành luật bất thành văn, còn những phong tục tập quán nào cổ hủ, lạc hậu, kìm hãm sự phát triển của kinh tế - xã hội hay đời sống con người, trái với ý chí của Nhà nước sẽ bị hạn chế hoặc bài trừ. Những phong tục tập quán tốt đẹp cần phải gìn giữ và phát huy nhưng những phong tục xấu thì phải cần thời gian để loại bỏ. Những phong tục mua bán trao đổi hàng hóa, những mưu cầu lợi ích trong các quan hệ kinh tế - thương mại hay thói quen tiết kiệm trong mua sắm, tiêu dùng... chắc chắn ảnh hưởng tới phương thức kinh doanh đa cấp và gián tiếp ảnh hưởng tới quản lý hoạt động này.

- Trình độ dân trí ảnh hưởng mạnh tới quản lý Nhà nước đối với BHĐC.

Trình độ dân trí chính là thể hiện nhận thức, ý thức trong việc thực thi các quy định chính sách – pháp luật của Nhà nước, nên đây cũng là nhân tố ảnh hưởng mạnh tới quản lý Nhà nước. Trình độ dân trí cao là điều kiện đầu tiên, cơ bản để có những hành vi xử sự hợp pháp. Với những người dân có trình độ dân trí cao họ sẽ có ý thức tìm hiểu, nâng cao hiểu biết quy định chính sách, pháp luật, và chắc chắn chấp hành, thực hiện tốt những quy định, việc quản lý của Nhà nước cũng dễ dàng hơn. Còn với những người trình độ văn hóa thấp, họ có hiểu biết rất hạn chế trong quy định chính sách, kéo theo có những hành động gây không ít khó khăn cho Nhà nước khi quản lý.

Khi khách hàng – người tiêu dùng, sau đó là những nhà phân phối - người tham gia không hiểu rõ về bản chất của bán hàng đa cấp, không biết các quy định điều chỉnh, quản lý bán hàng đa cấp hiện nay như thế nào... thì dẫn đến những hành động sai trái, trực tiếp ảnh hưởng tới bản thân, gia đình và cả cộng đồng; điều này làm cho sự quản lý của Nhà nước thêm lúng túng, khó khăn.

Bên cạnh đó, trình độ dân trí cao thì những mảnh khóc lừa đảo, sự lách luật, bất chính trong kinh doanh bán hàng đa cấp càng tăng, gây sự khó khăn nhận biết cho dân cư và phức tạp cho quản lý Nhà nước.

### 2.3.1.3. *Khoa học, kỹ thuật, công nghệ*

Thế kỷ 21 là thế kỷ của sự bùng nổ về khoa học, công nghệ, kỹ thuật, nên nhân tố này ảnh hưởng đến hầu hết các hoạt động từ kinh tế, xã hội đến chính trị. Công nghệ hiện đại, đã khiến cho việc tuyên truyền, phổ biến cũng như việc tìm hiểu các văn bản quản lý được nhanh chóng, dễ dàng và ít chi phí nhất. Bởi vậy, bên



cạnh khả năng chuyên môn về kinh tế - thương mại, thì sự phát triển của khoa học, công nghệ trong xã hội hội nhập – kết nối khiến cho đội ngũ cán bộ quản lý cần có thêm khả năng sử dụng, ứng dụng và làm chủ các phương tiện công nghệ, phục vụ hoạt động quản lý và thỏa mãn nhu cầu cập nhật thông tin của nhà phân phối – người tham gia mô hình bán hàng đa cấp, các doanh nghiệp và người tiêu dùng cũng như các đối tác nước ngoài.

Chính khoa học, kỹ thuật, công nghệ phát triển cũng khiến cho hoạt động sản xuất – kinh doanh lớn mạnh từng ngày, khiến cho một bộ phận giàu lên nhanh chóng, và một bộ phận lợi dụng công nghệ để trục lợi bằng cách lừa gạt người tiêu dùng, khách hàng, đối tác hay Nhà nước. Một số doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã lợi dụng công nghệ sản xuất hiện đại, đã rất tinh vi khi làm giả hàng hóa, giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, hợp đồng... để gây ảnh hưởng đến một lượng lớn khách hàng, người tham gia và điều này đã được che giấu trong một khoảng thời gian dài gây khó khăn cho hoạt động quản lý Nhà nước, khi phát hiện thì đã quá muộn.

Công nghệ 4.0 của thế kỉ 21 đã làm cho nhiều đối tượng lợi dụng để cung ứng các dịch vụ trên mạng internet theo mô hình đa cấp, với số lượng người tham gia lớn cùng số tiền thật chuyển vào tài khoản những đối tượng lừa đảo. Những hành vi bất chính đó khi bị phát hiện, tố cáo thì Nhà nước rất khó khăn trong việc điều tra, xử lý từ đó cũng để lộ ra những khuyết điểm, hạn chế trong quản lý của Nhà nước cần hoàn thiện, khắc phục.

#### *2.3.1.4. Yếu tố hội nhập quốc tế*

Sự hội nhập quốc tế diễn ra là tất yếu khách quan và ảnh hưởng tới hầu hết mọi lĩnh vực trong đó có quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Phương thức bán hàng đa cấp cũng nhờ công cuộc hội nhập quốc tế mà du nhập vào các nước, kể cả nước phát triển hay nước đang phát triển. Tuy nhiên, trình độ phát triển cũng như hiệu quả quản lý Nhà nước ở mỗi quốc gia là khác nhau nên những vấn đề về quản lý đặt ra ở mỗi nước là khác nhau. Có thể học tập kinh nghiệm trong quản lý ở các quốc gia mà phương thức BHĐC phát triển, mang lại lợi ích cho xã hội, cho người dân cũng như ở những nước đang còn lúng túng trong xử lý những bất cập của BHĐC hay ở những nước đã từng du nhập nhưng sau đó cấm đoán hình thức kinh doanh đa cấp... Sự hội nhập quốc tế kéo theo cả những sự lừa đảo trong mô hình bán hàng đa cấp ở tầm thế giới, rất cần sự liên kết của các Chính phủ, Nhà nước các quốc gia trong việc giải quyết vấn đề này.

#### *2.3.1.5. Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp*

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp kinh doanh chân chính đã tạo lợi ích cho các khách hàng, cho nhà phân phối và cho Nhà nước. Các doanh nghiệp này hoạt

động lành mạnh, đúng quy định, giúp giảm thiểu các chi phí trong thanh tra, xử lý vi phạm. Ý thức, đạo đức kinh doanh và các hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp nếu tốt thì sẽ không có những hành vi bán hàng đa cấp bất chính và làm cho bán hàng đa cấp lành mạnh cũng như công tác quản lý Nhà nước đối với phương thức này sẽ thuận lợi hơn. Tuy nhiên, số lượng các doanh nghiệp bán hàng đa cấp có đăng kí hoặc trá hình, biến tướng ngày càng tăng gây sức ép lớn tới các cơ quan quản lý, các nhà quản lý chỉ có thể kiểm soát được một phần các đối tượng này. Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp có thể là có yếu tố nước ngoài hoặc liên doanh hay trong nước, có trụ sở hoạt động hoặc hoạt động trên mạng internet nên công tác quản lý Nhà nước đòi hỏi sự khôn khéo, hiện đại và nhanh nhạy.

#### *2.3.1.6. Người tham gia (nhà phân phối) trong mô hình bán hàng đa cấp và người tiêu dùng*

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia và người tiêu dùng là các đối tượng chính chịu ảnh hưởng của quản lý Nhà nước, thụ hưởng những lợi ích mà Nhà nước mang lại và cũng là nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới sự quản lý này. Việc chạy theo lợi nhuận và mù quáng tham gia mô hình bán hàng đa cấp, tiêu dùng những sản phẩm khi không hiểu biết hay không từ chối mua khi không có nhu cầu về sản phẩm,... đến khi hậu quả xảy ra thì khiếu nại, làm đơn kiện tới các cơ quan quản lý của một lượng lớn người tham gia, người tiêu dùng đã làm cho các nhà quản lý lúng túng và bắt buộc họ phải sửa chữa, thay đổi trong thời gian tới, để đảm bảo đúng chức năng và vai trò của mình.

#### **2.3.2. Các nhân tố chủ quan**

##### *2.3.2.1. Năng lực của bộ máy quản lý Nhà nước và nhân sự quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp*

Năng lực của bộ máy quản lý Nhà nước là nhân tố chủ quan có ảnh hưởng quan trọng đến công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Các cơ quan quản lý Nhà nước bao gồm có cơ quan lập pháp, cơ quan hành pháp và cơ quan tư pháp. Việc tổ chức, phối hợp và cán bộ ở các cơ quan quản lý Nhà nước ảnh hưởng lớn đến trật tự của các hoạt động xã hội. Sự thiếu thống nhất, thiếu đồng bộ và thiếu sự phối hợp với nhau ở các cơ quan trong bộ máy Nhà nước sẽ dẫn đến sự chông chéo trong cách giải quyết và sự đùn đẩy trách nhiệm lẫn nhau, khi có sự việc trong bán hàng đa cấp xảy ra, nhiều khi lại không có đơn vị nào đứng lên nhận trách nhiệm. Thêm vào đó, sự lan truyền của mô hình bán hàng đa cấp rất rộng với tốc độ chóng mặt mà lại cực kỳ tinh vi, điều này ảnh hưởng trực tiếp đến việc quản lý bán hàng đa cấp, bởi chính bộ máy này, những cán bộ này được giao nhiệm vụ chuyên môn lại để xảy ra những hậu quả nghiêm trọng mà người dân là nạn nhân.

Nếu bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp có đội ngũ nhân sự vừa yếu, vừa thiếu thì còn rất nhiều hệ lụy xảy ra với người dân trong xã hội. Ngược lại, nhân sự quản lý đầy đủ; bố trí hợp lý vào các vị trí quản lý từ Trung ương đến địa phương; được đào tạo bài bản; có kiến thức, hiểu biết, kinh nghiệm quản lý về bán hàng đa cấp thì sẽ là một nhân tố quan trọng để kết quả của công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở mức cao.

#### *2.3.2.2. Hệ thống chính sách, pháp luật về bán hàng đa cấp*

Bản thân các quy định chính sách, pháp luật có chức năng là để điều chỉnh các quan hệ kinh tế - xã hội, là công cụ để Nhà nước quản lý bán hàng đa cấp trong quốc gia. Bởi vậy, hệ thống chính sách, pháp luật với các quy định, chuẩn mực cũng có ảnh hưởng nhất định đến vấn đề quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Có thể nói chính sách, pháp luật là do Nhà nước ban hành nhưng lại phản ánh và quay lại điều chỉnh các hoạt động kinh tế - xã hội hoặc hoạt động dân sự của người dân. Do vậy, sự thống nhất toàn diện, đồng bộ, phù hợp và được phổ biến, tiếp cận dễ dàng của các văn bản quản lý, đặc biệt là văn bản điều chỉnh phương thức bán hàng đa cấp là vô cùng quan trọng, đảm bảo cho hiệu quả của việc quản lý cũng như việc thực thi chính sách, pháp luật. Công tác quản lý Nhà nước sẽ có hiệu quả hơn nếu hệ thống chính sách, pháp luật về bán hàng đa cấp toàn diện, đồng bộ, ổn định và phù hợp.

#### *2.3.2.3. Các nguồn lực cho quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp*

Nguồn lực ở đây bao gồm có nguồn nhân lực, phương tiện vật chất kỹ thuật và nguồn tài chính để phục vụ cho công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Nguồn lực này nếu đảm bảo về số lượng và chất lượng sẽ là động lực lớn và có tính quyết định tới công tác quản lý Nhà nước đối với kinh doanh đa cấp. Nhưng các nguồn lực này nếu không được đầu tư, chú ý bổ sung kịp thời thì không đủ khả năng bao quát, tiền kiểm, hậu kiểm bán hàng đa cấp và những hậu quả của những vi phạm trong bán hàng đa cấp vẫn còn liên tiếp xảy ra với mức độ ngày càng lớn hơn. Bởi hiện nay việc áp dụng khoa học công nghệ cũng như sự phát triển của bán hàng đa cấp là không ngừng và nhanh chóng, các nguồn lực là điều kiện quan trọng để Nhà nước tạo động lực, sức mạnh trong công tác quản lý bán hàng đa cấp của mình.

### **2.4. Kinh nghiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở một số nước và bài học rút ra cho Việt Nam**

#### *2.4.1. Kinh nghiệm ở một số nước về quản lý bán hàng đa cấp*

##### *2.4.1.1. Kinh nghiệm của Mỹ*

###### *a, Về ban hành chính sách quản lý bán hàng đa cấp*

Theo nguồn dữ liệu từ Hiệp hội bán hàng trực tiếp Mỹ, ở Mỹ, không có văn bản

quản lý, điều chỉnh bán hàng đa cấp chung của tất cả liên bang. Tuy nhiên, quyết định của Ủy ban thương mại liên bang và Tòa án Liên bang nhiều hơn so với pháp luật từ bất cứ tiểu bang cá nhân nào, phần lớn đã cung cấp khung pháp lý khi mà các công ty tiếp thị đa cấp đã phát triển chương trình của họ.

Việc đầu tiên là các bang đưa ra cách xác nhận thế nào là bán hàng đa cấp:

+ Điều lệ bang Georgia cung cấp 1 định nghĩa điển hình của một công ty tiếp thị đa cấp:

*“Công ty phân phối đa cấp” có nghĩa là bất kỳ cá nhân, công ty, liên doanh, hoặc các chủ thể kinh doanh khác bán, phân phối hoặc cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ có giá trị thông qua các đại lý độc lập, nhà thầu hoặc nhà phân phối ở các cấp độ khác nhau, trong đó những người tham gia có thể tuyển những người tham gia khác và trong đó hoa hồng, tiền bồi thường (hoàn phí), tiền thưởng, chiết khấu, cổ tức... có thể được trả như là kết quả của việc bán hàng hóa hoặc dịch vụ hoặc là việc tuyển dụng, đào tạo hoặc là từ hoạt động của những người tham gia bổ sung.*

+ Các định nghĩa về công ty đa cấp hoặc kế hoạch tiếp thị đa cấp ở các tiểu bang khác tương tự với bang Georgia.

+ Ủy ban thương mại liên bang Mỹ đã đưa ra nhận diện về các yếu tố của một kim tự tháp:

(1) Thanh toán tiền cho công ty

(2) Người tham gia nhận được quyền bán sản phẩm (hoặc dịch vụ)

(3) Người tham gia nhận khoản tiền bồi thường để tuyển người vào chương trình

(4) Tiền bồi thường không liên quan đến việc bán sản phẩm (hoặc dịch vụ)

cho người sử dụng cuối cùng.

Mặc dù sự không thống nhất giữa các bang và luật liên bang gây ra nhiều khó khăn, nhưng những yếu tố nhận diện về kim tự tháp thì đều được nhắc tới. Và do đó, phần lớn các bang sử dụng cách tiếp cận gián tiếp bằng định nghĩa “một kim tự tháp” (bang North Carolina – NC St. 14-291.2(b)), “chương trình phân phối chuỗi” (New York – N.Y Gen.Bus 359-fff) hoặc “chương trình chuỗi vô hạn” (Texas – V.T.C.A Penal Code 32.48) và bán hàng đa cấp là không phải các hình thức như vậy. Các đạo luật chống lại kim tự tháp cho rằng kim tự tháp, các chương trình dây chuyền vô tận hoặc các kế hoạch giới thiệu chuỗi là bất hợp pháp.

Ngoài ra, pháp luật các bang còn đề cập tới nhiều biến tướng cần hạn chế của hình thức kinh doanh đa cấp với những hình thức khác được nhắc tới như: cơ hội kinh doanh, câu lạc bộ mua hàng, bán hàng giới thiệu, hợp đồng đầu tư, dịch vụ mua hàng...

Như vậy, ở Mỹ, ở cấp độ Liên bang không có đạo luật để quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Do hình thức bán hàng đa cấp chứa đựng những nguy cơ tiềm ẩn,

gây ảnh hưởng rộng lớn đến người tiêu dùng, cộng đồng, xã hội nên chính quyền các bang đều ban hành các quy chế đặc thù để quản lý hoạt động BHĐC

*b, Về tổ chức bộ máy*

Ở Mỹ, các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp xuất hiện ở hầu hết các bang. Pháp luật Mỹ cũng thừa nhận đây là hoạt động hợp pháp. Tuy nhiên, phần lớn dư luận Mỹ cho rằng dù hợp pháp, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp hoạt động ở trong nước vẫn đi theo mô hình kim tự tháp, tức là lừa đảo.

Cục quản lý dược Liên bang quản lý thông tin ghi ở nhãn mác các hàng hóa.

Cơ quan có sự điều chỉnh đến bán hàng đa cấp ở Mỹ là Ủy ban thương mại liên bang Mỹ (FTC). FTC từng cảnh báo hãy tránh xa những mô hình bán hàng đa cấp phải trả phí để bạn tuyển dụng nhà phân phối mới vì đây chính là mô hình kim tự tháp bất hợp pháp. Nguy hiểm hơn nếu mô hình này sụp đổ khi không tuyển thêm được thành viên mới và khi đó tất cả - trừ những người ở đỉnh tháp sẽ trắng tay. FTC hoạt động với tôn chỉ mục đích là bảo vệ người tiêu dùng, trong đó người tiêu dùng cuối cùng của mô hình bán hàng đa cấp rất được quan tâm bảo vệ.

Hiệp hội bán hàng trực tiếp của Mỹ (DSA – Direct Selling Association) ra đời năm 1968 là Hiệp hội thương mại quốc gia được thành lập bởi các doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất và phân phối hàng hóa, dịch vụ trực tiếp tới người tiêu dùng, có trụ sở tại số 1667 K Street, NW, Suite 1100 Washington DC, Hoa Kỳ. Đến 2017 đã có hơn 200 công ty là thành viên của Hiệp hội bao gồm cả những công ty lớn có thương hiệu nổi tiếng như Amway, Avon, Amkey, Agel,...

Sứ mệnh của Hiệp hội là “Để bảo vệ, duy trì và phát huy tính hiệu quả của những thành viên mà họ đại diện. Để đảm bảo rằng tất cả các thành viên trong Hiệp hội đều có cơ hội được tiếp cận các thông tin và công nghệ phục vụ cho sự phát triển của ngành bán hàng trực tiếp nhằm cung cấp cho người tiêu dùng những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất”. Hiệp hội DSA là cầu nối giữa các doanh nghiệp bán hàng đa cấp và các nhà lập pháp, Chính phủ liên bang và các bang trong xây dựng cơ chế chính sách quản lý bán hàng đa cấp tại Mỹ cũng như thúc đẩy Mỹ khi đàm phán thương mại song phương và đa phương khi mở cửa thị trường cho kinh doanh đa cấp thâm nhập vào các nước khác.

DSA ban hành Bộ tiêu chuẩn đạo đức kinh doanh (Code of Ethics, Business Ethics) trong đó đưa ra những tiêu chuẩn đạo đức mà các doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải tuân thủ.

*c, Về xử lý vi phạm*

+ Kinh doanh bán hàng đa cấp bị coi là vi phạm pháp luật khi:

Người điều hành kinh doanh mô hình kim tự tháp coi là vi phạm pháp luật

của bang Oregon, bang Taxes; người lãnh đạo chuỗi kinh doanh tháp ảo, điều hành “chuỗi mắt xích” kim tự tháp là vi phạm pháp luật hình sự của bang California.

Ngoài ra, theo quy định của Bang Oregon, kinh doanh đa cấp có 5 biểu hiện sau đây bị coi là bán hàng đa cấp vi phạm pháp luật:

Thứ nhất: Nhà phân phối phải đóng một khoản tiền để gia nhập chuỗi BHĐC;

Thứ hai: Lợi nhuận thu được từ chênh lệch giữa giá mua và giá bán quá cao (không vượt quá 35% so với giá bán);

Thứ ba: Nhà phân phối bị công ty BHĐC buộc phải mua trước một lượng lớn hàng hóa, lượng tồn kho tại nhà phân phối là điều kiện bắt buộc để tham gia vào chuỗi BHĐC;

Thứ tư: Cấm giải thích cho nhà phân phối, người tiêu dùng rằng: mua sản phẩm là mua cơ hội kinh doanh đa cấp;

Thứ năm: Buộc nhà phân phối phải mua 1 bộ sản phẩm để giới thiệu cho khách hàng

+ Bảo vệ, nghiêm cấm chèn ép nhà phân phối:

Mẫu hợp đồng giữa công ty BHĐC và nhà phân phối nêu rõ các điều khoản về chấm dứt hợp đồng, bồi thường, mua lại hàng hóa tồn kho của nhà phân phối...

Nhà phân phối được phép tự quyết định ngừng bán hàng đa cấp vào bất cứ thời điểm nào với bất cứ lý do gì. Trong trường hợp này công ty kinh doanh đa cấp phải mua lại hàng tồn kho và các tài liệu công cụ hỗ trợ kinh doanh của nhà phân phối với mức giá không thấp hơn 90% giá trị hàng hóa sau thuế. Chi phí gửi hàng từ nhà phân phối tới công ty bán hàng đa cấp do nhà phân phối phải chịu (quy định của bang Massachusetts, Georgia, Louisiana, Wyoming, Maryland)

Cấm lấy thu nhập, hình ảnh của nhà phân phối được hưởng khi tham gia bán hàng đa cấp làm quảng cáo.

Ngoài ra, công ty bán hàng đa cấp buộc hoàn trả tiền cho nhà phân phối đối với hàng hóa không bán hết trong vòng 12 tháng.

Bang Louisiana có chế tài xử lý kinh doanh đa cấp vi phạm gồm phạt tiền và án hình sự, tiền phạt tối đa là 10.000 USD, phạt tù tối đa là 10 năm kèm theo lao động cưỡng chế. Còn bang Illinois quy định hình thức kinh doanh theo mô hình kim tự tháp được coi là vi phạm pháp luật và có thể xử phạt bởi tòa án cơ quan tư pháp mức phạt dân sự lên đến 50.000 USD

#### 2.4.1.2. Kinh nghiệm của Nhật Bản

##### a, Về văn bản quản lý

Bán hàng đa cấp biến chất mở rộng sang Châu Âu và Nhật Bản trong những năm 60,70 của thế kỷ 20. Tại Anh, người ta gọi hình thức bán hàng này là bán hàng

theo kim tự tháp (pyramid selling), ở Châu Âu gọi là quả cầu tuyết (snow ball). Tại Nhật Bản, người ta lại gọi hình thức này là “Hội chuột bạc, chuột tiền” hoặc “Hội chuột” (nezumiko) nghĩa là hệ thống chuột, từ trên gặm nhấm dần xuống dưới. Trong đó nổi tiếng nhất ở Nhật là vụ án của “Hiệp hội Thiên hạ nhất gia”. Kể từ năm 1972 khi các nạn nhân tố cáo ngày càng nhiều, năm 1979, Chính phủ Nhật đã chính đốn lại hoạt động của các “Hội chuột” và tháng 4/1979 tuyên bố giải tán “Hiệp hội Thiên hạ nhất gia”, đồng thời các hình thức khác của “Hội chuột”.

Theo nguồn dữ liệu từ Hiệp hội bán hàng trực tiếp Nhật Bản, ở Nhật Bản, *Luật giao dịch thương mại chung và các quy định về bán hàng đa cấp đặc biệt* là văn bản chính điều chỉnh phương thức kinh doanh đa cấp. Nhật Bản đã tiến hành sửa đổi thành *Luật trao đổi thương mại đặc biệt* để quản lý phương thức kinh doanh đa cấp. Ngoài ra, để bảo vệ nhà phân phối đồng thời cũng là người tiêu dùng thì ở Nhật Bản có Luật khung về bảo vệ người tiêu dùng (CPFA) năm 1968.

Nhật Bản đưa ra quy định về các hành vi trong bán hàng đa cấp ở Nhật Bản:

*Thứ nhất:* Các thành viên trong mạng lưới bán hàng đa cấp không được cố ý giấu thông tin thực tế, cũng như xuyên tạc những thông tin khác nhằm mục đích lôi kéo ký kết hợp đồng, bán hàng hoặc ngăn chặn để không có hiện tượng hủy hợp đồng từ người mua. Những thông tin cần được cung cấp đầy đủ cho người mua hàng, người được mời chào vào mạng lưới bao gồm: tính năng của sản phẩm, nhãn hiệu hoặc tên của nhà sản xuất, số lượng hàng hóa, tính năng của hàng hóa và dịch vụ liên quan khác

*Thứ hai:* Cấm không được thiết lập địa điểm để những thành viên trong mạng lưới BHĐC thực hiện mời chào người khác vào mạng lưới cũng như ký kết hợp đồng tại các nơi: văn phòng kinh doanh, địa lý, quầy bán hàng ở bên đường, quầy bán hàng thực phẩm, hoặc quầy bán hàng tương tự, những địa điểm tương tự như nhà kho chứa hàng mà công ty dùng để trưng bày sản phẩm hay bán hàng tại thời điểm cụ thể.

*Thứ ba:* Cấm hình thức gửi thư quảng cáo email để cung cấp tài liệu cho người được mời chào vào mạng lưới. Người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp phải cung cấp cho người được mời chào các tài liệu có chứa các thông tin cơ bản của phương thức kinh doanh đa cấp theo quy định của Luật giao dịch thương mại chung trước khi ký kết hợp đồng.

Các thông tin được cung cấp bao gồm:

+ Loại hàng hóa và hoạt động hoặc chất lượng hoặc loại dịch vụ, quyền để sử dụng trang thiết bị, hoặc quyền được cung cấp dịch vụ.

+ Thông tin về bán lẻ, bán hàng kí gửi hoặc trung gian bán hàng, hoặc về cung cấp các loại hình dịch vụ tương tự nhau hoặc trung gian để cung cấp các dịch vụ

- + Thông tin về ngân sách cụ thể liên quan tới bán hàng đa cấp
- + Thông tin về hủy hợp đồng bán hàng đa cấp

*Thứ tư:* Việc quảng cáo trong bán hàng đa cấp thì nhà phân phối, người có vấn pháp luật hoặc tổng phân phối bán hàng đa cấp được xây dựng chương trình bán hàng đa cấp, với các thông tin:

- + Loại hình hàng hóa, dịch vụ cung cấp
- + Thông tin về ngân sách cụ thể liên quan tới bán hàng đa cấp
- + Lợi nhuận quy định cụ thể cho bán hàng đa cấp được quảng cáo và phương thức tính lợi nhuận đó.

#### *b, Về bộ máy quản lý*

Bộ kinh tế, thương mại và công nghiệp Nhật Bản là cơ quan chịu trách nhiệm quản lý thương mại, trong đó có hoạt động bán hàng đa cấp ở Nhật Bản.

Để thực thi hoạt động quản lý, Chính phủ vừa tự tăng cường khả năng quản lý của mình và vừa trao quyền cho chính quyền địa phương – nơi mà quản lý trực tiếp mô hình kinh doanh đa cấp. Chính phủ khuyến khích chính quyền địa phương đẩy mạnh công tác quản lý bán hàng đa cấp ở địa phương.

Ở Nhật, có Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng ở cấp shi – cấp địa phương nhỏ nhất, nên khi gặp vấn đề, người tiêu dùng hay người tham gia bán hàng đa cấp vẫn có sự trợ giúp để tránh những tổn hại về kinh tế lớn nhất.

#### *c, Về giám sát, xử lý vi phạm*

Ở Nhật hiện nay, rất nhiều doanh nghiệp bán hàng đa cấp được liệt vào danh sách công ty lừa đảo, hình thức kinh doanh thiếu lương tâm. Tuy nhiên, các sản phẩm của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đều là sản phẩm được cho phép bán và hình thức kinh doanh này không bị cấm nên các doanh nghiệp này vẫn tồn tại. Vì người tham gia được thuyết phục tham gia một cách tự nguyện nên không thể tố cáo công ty bắt ép họ bỏ tiền ra mua sản phẩm. Nhưng hàng năm, Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng ở Nhật vẫn nhận được hàng trăm ngàn lá thư khiếu nại, tố cáo, than phiền về hình thức này. Năm 1979, sau khi “Hiệp hội Thiên hạ nhất gia” cùng với 1.100.000 hội viên tan rã, dẫn tới pháp luật Nhật phải ra lệnh cấm hình thức kinh doanh đa cấp theo dạng thu tiền trực tiếp hội phí. Sau đó, để lách luật, các công ty hoạt động dưới dạng đóng hội phí theo tháng để hưởng hoa hồng sản phẩm vẫn phát triển.

### *2.4.1.3. Kinh nghiệm của Malaysia*

#### *a, Về ban hành văn bản quản lý*

Malaysia với dân số hơn 30 triệu người, chủ yếu là người Mã Lai, còn lại là người gốc Hoa, người bản xứ, người gốc Ấn và người nhập cư.

Bộ Thương mại nội địa, hợp tác và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng



(MDTCC) ban hành Đạo luật bán hàng trực tiếp 1993 (Luật 500). Năm 2011, Đạo Luật sửa đổi, bổ sung Luật bán hàng trực tiếp và chống bán hàng theo mô hình kim tự tháp năm 1993. Các đạo luật khác ban hành bởi MDTCC điều chỉnh BHĐC:

*Đạo luật cạnh tranh 2010*

*Đạo luật bảo vệ dữ liệu cá nhân 2010*

*Đạo luật kiểm soát giá và chống đầu cơ 2011*

*Đạo luật bảo vệ người tiêu dùng 1999*

Bán hàng đa cấp ở Malaysia còn được điều chỉnh bởi Luật Dược (theo Bộ Y tế); Hiệp định về hệ thống hòa hợp ASEAN; Đạo Luật Tài chính 2012 (theo Bộ Tài chính)

Các đạo luật có thể được áp dụng bao gồm Đạo luật của Ngân hàng Trung ương Malaysia (BNM), Bộ luật hình sự, các đạo luật về gây quỹ 2016, luật về bán hàng trực tiếp và chống bán hàng đa cấp 1993, luật về chống rửa tiền, chống khủng bố tài chính và các hoạt động trái luật 2001.

*b, Về bộ máy quản lý*

Bộ thương mại trong nước Malaysia chịu trách nhiệm chính trong quản lý phương thức kinh doanh đa cấp. Ngoài ra, Bộ Tài chính và Bộ Y tế, các cơ quan Chính phủ và Hiệp hội thương mại khác cũng phối hợp quản lý.

Hiệp hội bán hàng trực tiếp Malaysia (DSAM) được thành lập vào năm 1978, là hiệp hội thương mại quốc gia với mục tiêu thúc đẩy và quảng bá ngành bán hàng trực tiếp và giữ vai trò người phát ngôn thực tiễn cho ngành. Hiện nay DSAM đã có gần 70 thành viên, trong đó thành viên của các công ty đa quốc gia chiếm 50%.

- Hợp tác giữa Hiệp hội DSAM và Chính phủ Malaysia:

+ Soạn thảo, xem xét và góp ý đối với các dự thảo luật trước khi được thông qua tại Nghị viện

+ Soạn thảo bộ quy tắc đạo đức kinh doanh quốc gia

+ Tổ chức Hội nghị thường niên

+ Tham gia các chiến dịch quảng bá của Chính phủ và các triển lãm thương mại quốc tế

+ Thu xếp và giải quyết các cáo buộc chống lại những công ty ngoài hiệp hội

+ Soạn thảo định hướng cho hoạt động bán hàng trực tiếp

- Định hướng phát triển ngành bán hàng trực tiếp ở Malaysia:

+ Nâng cao chất lượng của nguồn nhân lực, thông qua việc huấn luyện và đào tạo định kỳ

+ Tăng cường hệ thống giao nhận và hành lang pháp lý để đảm bảo sự tương thích với sự phát triển hiện thời.

+ Nâng cao danh tiếng của ngành bán hàng trực tiếp thông qua việc đảm bảo và

nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ đi kèm với việc minh bạch thông tin cung cấp  
*c, Về giám sát, xử lý vi phạm*

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Malaysia như JJPTR đưa ra các chương tài chính mua bán ngoại tệ như “Tài chính thông minh,” “Từ nghèo tới giàu” cùng với lời cam kết, hứa hẹn mang đến lợi nhuận cao, không rủi ro trong thời gian ngắn. Do vậy, dù Ngân hàng Trung ương Malaysia (BNM) và báo chí đã nhiều lần cảnh báo về các chương trình này, nhưng các công ty bán hàng đa cấp vẫn lôi kéo được nhiều người ở Malaysia cũng như ở nước ngoài tham gia. Cũng giống như các kênh đầu tư không chính thống khác, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp hứa hẹn người tham gia sẽ có lợi nhuận hàng tháng trên 20% số tiền bỏ ra ban đầu, thậm chí 30% hay cao hơn, chính vì vậy đã thu hút nhiều người đầu tư ở Malaysia. Trong đó có không ít người Việt Nam đang lao động tại Malaysia và cả các nhà đầu tư nước ngoài như Trung Quốc, Canada và Việt Nam.

Theo số liệu thống kê của Hiệp hội bán hàng trực tiếp Malaysia cho thấy, với khoảng 1.000 công ty đa cấp thì có khoảng 400 chương trình đầu tư siêu lợi nhuận mờ ám của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đang gặp bê bối ở Malaysia. Mô hình hoạt động của các chương trình lừa đảo khá giống nhau, các đối tượng dụ dỗ người tham gia bỏ càng nhiều tiền thì càng có lãi suất cao. Các cá nhân và tổ chức lừa đảo thường đánh vào lòng tham, tổ chức những buổi hội thảo rồi thuyết giảng về đầu tư siêu lợi nhuận để trở thành tỷ phú sau vài tháng. Người tham gia vì háo hức lợi dụ dỗ thêm người thân, gia đình, bạn bè, đồng nghiệp rót tiền vào để được cộng điểm và tăng lãi suất (còn gọi là hình thức đa cấp hay hình tháp ảo). Nhưng cuối cùng những nhà đầu tư này mất trắng khi các đối tượng lừa đảo đột nhiên mất tích, hoặc công ty tuyên bố phá sản hay sà xuống giao dịch trên mạng đóng cửa.

Trước tình hình trên, Ngân hàng Trung ương Malaysia (BNM) đã đưa ra cảnh báo sẽ mạnh tay với các chương trình tài chính bất hợp pháp, thông qua việc áp dụng hàng loạt đạo luật khác nhau, theo đó không chỉ những người tham gia quảng bá các chương trình này mà cả những nhà đầu tư tham gia chương trình cũng sẽ bị xử lý theo pháp luật. BNM cảnh báo người dân không tham gia vào các chương trình tài chính hứa hẹn lợi nhuận hoặc lãi suất cao phi thực tế. Bên cạnh đó, BNM cũng chỉ đạo các tổ chức tài chính, các nhà cung cấp dịch vụ kinh doanh cần phải tăng cường giám sát để phát hiện các tài khoản dùng để thực hiện các chương trình, hoạt động gian lận tài chính. Các tổ chức này cần phải tăng cường chính sách và quy trình kiểm tra danh tính khách hàng (CDD) để xác định các giao dịch đáng ngờ và dòng tiền giữa các tài khoản ngân hàng để tránh việc tạo điều kiện cho các chương trình tài chính bất hợp pháp.

#### 2.4.1.4. Kinh nghiệm của Singapore

##### a, Về ban hành văn bản quản lý

Tại Singapore, các hoạt động kinh doanh đa cấp được quy định theo đạo luật Luật chống bán hàng đa cấp và mô hình tháp ảo - “Multi-level Marketing and Pyramid Selling (Prohibition) Act (Revised Edition 2000) (Cap 1990)” sửa đổi năm 2000 do Bộ Thương Mại và Công nghiệp Singapore ban hành. Đạo luật này ra đời từ năm 1973 và 2000 được sửa đổi, bổ sung. Trong lần sửa Luật này, chính quyền Singapore cũng tăng nặng hình phạt đối với tội danh lừa đảo trong hoạt động kinh doanh đa cấp lên mức 5 năm tù và phạt tiền lên tới 200.000 đôla Singapore. Việc sửa Luật và tăng hình phạt đối với vi phạm trong lĩnh vực này đã giúp Chính phủ Singapore kiểm soát tốt thị trường và bảo vệ người dân khỏi những hoạt động lừa đảo.

##### b, Về bộ máy quản lý

Bộ Thương mại và Công nghiệp Singapore chịu trách nhiệm quản lý phương thức kinh doanh đa cấp trong khi đó Phòng nội thương của Singapore - Police Force điều tra, giám sát các hoạt động có dấu hiệu vi phạm.

Bên cạnh đó, Hiệp hội kinh doanh đa cấp của Singapore cũng đã yêu cầu các thành viên tuân thủ bộ quy tắc ứng xử và đạo đức kinh doanh (được hỗ trợ bởi Bộ Thương mại Singapore). Bộ quy tắc này đưa ra các nguyên tắc, cùng các quy định quản lý hoạt động kinh doanh của các công ty đa cấp nhằm mục đích đem lại quyền lợi cho người tham gia và người tiêu dùng.

Hiệp hội người tiêu dùng Singapore cũng tích cực tham gia việc hướng dẫn và bảo vệ người tiêu dùng đối với các vấn đề liên quan đến kinh doanh đa cấp.

##### c, Về giám sát, xử lý vi phạm

Ở Singapore, những hành vi bán hàng đa cấp sau sẽ bị xử lý:

+ Doanh nghiệp thổi phồng về việc rất dễ kiếm tiền, mọi người tham gia sẽ trở nên giàu có trong 1 khoảng thời gian rất ngắn nhưng lợi nhuận có được lại là từ việc tuyển người tham gia vào mạng lưới

+ Giá cả sản phẩm được mua từ doanh nghiệp không ở mức giá bán thông thường

+ Người tham gia bị yêu cầu phải đầu tư tiền vào hệ thống cho dù dưới hình thức mua hàng hay đóng phí tham gia.

Ở Singapore, mức phạt cho hành vi bán hàng đa cấp bất chính có thể lên đến 200.000 đô la Mỹ. Người đã bị xử phạt hành chính mà còn tái phạm có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự và chịu hình phạt 5 năm tù giam. Hình phạt này được áp dụng cho các hành vi khuyến khích và tham gia kinh doanh đa cấp, kinh doanh dạng kim tự tháp; đăng ký thành lập doanh nghiệp để thúc đẩy mô hình kinh doanh đa

cấp, kinh doanh kim tự tháp, thành lập công ty với mục đích thúc đẩy kinh doanh đa cấp, kinh doanh kim tự tháp.

#### 2.4.1.5. Kinh nghiệm của Trung Quốc

##### a, Về ban hành văn bản quản lý

Ở Trung Quốc, bán hàng đa cấp bắt đầu có mặt kể từ khi nước này cải cách kinh tế năm 1978, với sự xuất hiện của các công ty Mỹ, Đài Loan và Nhật Bản. Năm 1998, sau 10 năm hoạt động, bán hàng đa cấp bị Chính phủ Trung Quốc cấm vì những lý do liên quan đến xã hội, kinh tế và thuế.

Đến năm 2005, Trung Quốc ban hành quy định về hoạt động bán hàng trực tiếp đó là *Quy tắc quản lý bán hàng trực tiếp* (Regulation on Direct selling administration). Để được phép bán hàng trực tiếp, công ty phải đáp ứng được những yêu cầu: có giấy phép kinh doanh, chỉ được trả 1 cấp độ hoa hồng, người bán phải tham gia khóa đào tạo và có chứng chỉ khi khóa học đó kết thúc đồng thời phải đeo thẻ để chứng minh rõ ràng cấp bậc của họ. Ngoài ra mức hoa hồng được quy định bằng 30% doanh thu (đã bao gồm cả thưởng và các phúc lợi khác).

Trung Quốc cũng là quốc gia mà ở đó phương thức kinh doanh bán hàng đa cấp có nhiều biến tướng, mất kiểm soát. Mô hình bán hàng đa cấp tuy được thừa nhận nhưng chỉ được thực hiện hạn chế theo Quy tắc quản lý bán hàng trực tiếp (Regulation on Direct selling administration) áp dụng từ 01/12/2005. Các quy định tại quy tắc này hạn chế sản phẩm được kinh doanh theo phương thức đa cấp là hàng tiêu dùng. Các doanh nghiệp muốn kinh doanh mô hình này bắt buộc phải có nhà máy sản xuất tại Trung Quốc. Việc quản lý bằng cách quy định sản phẩm bán hàng đa cấp phải được sản xuất tại Trung Quốc giúp cơ quan quản lý kiểm soát giá cả, chất lượng hàng hóa. Trung Quốc cũng yêu cầu các công ty nội địa hoặc nước ngoài muốn tham gia hoạt động bán hàng trực tiếp ở Trung Quốc phải nộp đơn xin cấp giấy phép bán hàng trực tiếp của Bộ Thương mại và phải đáp ứng các điều kiện như: Nhà đầu tư không có hồ sơ về hoạt động kinh doanh bất hợp pháp nghiêm trọng trong năm năm trước khi nộp đơn; đối với nhà đầu tư nước ngoài phải kinh doanh bán hàng trực tiếp tối thiểu là ba năm; vốn điều lệ đăng ký không thấp hơn 80 triệu nhân dân tệ, ký quỹ một khoản tiền vào một ngân hàng được chỉ định theo quy định của quy tắc này. Những quy định được ban hành nói trên là nhằm hạn chế các nguy cơ dẫn đến BHDG bất chính.

Doanh nghiệp bán hàng đa cấp theo quy định không được quảng cáo về mức lợi nhuận nhà phân phối kiếm được để lôi kéo người tham gia bán hàng đa cấp, phải minh bạch thông tin về giá, tính năng sản phẩm, cách sử dụng có hiệu quả sản phẩm, có thể đổi hàng cho khách.

Nhà phân phối trong bán hàng đa cấp cũng được giới hạn các đối tượng: là công dân Trung Quốc trên 18 tuổi, không có tiền án và có đủ năng lực nhận thức. Luật pháp không cho phép sinh viên chính quy, giáo viên, người làm trong ngành y tế, dược, công chức, quân đội, người nước ngoài hoặc người bị pháp luật cấm tham gia làm thêm ngoài giờ bằng cách kinh doanh đa cấp.

Các văn bản pháp luật Trung Quốc cũng quy định về mối quan hệ giữa doanh nghiệp bán hàng đa cấp với nhà phân phối – người tham gia bán hàng đa cấp. Đó là doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải ký hợp đồng với nhà phân phối trong hợp đồng nêu rõ trách nhiệm, quyền lợi, nghĩa vụ của các bên; nhà phân phối chỉ được hoạt động trên địa bàn mà công ty hoặc chi nhánh doanh nghiệp bán hàng đa cấp có đăng ký kinh doanh và có cơ sở dịch vụ khách hàng.

Doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải có trách nhiệm đào tạo cho các nhà phân phối do họ tuyển dụng, doanh nghiệp bán hàng đa cấp không được thu bất cứ khoản phí nào liên quan đến huấn luyện đào tạo và phải cấp chứng chỉ cho người được đào tạo, người không có chứng chỉ không được thực hiện kinh doanh đa cấp. Người trực tiếp giảng dạy, huấn luyện, đào tạo về kinh doanh đa cấp phải có điều kiện: có trình độ đại học, trên đại học, đã tham gia trực tiếp kinh doanh đa cấp từ 1 năm trở lên, không có tiền án tiền sự, có kiến thức chuyên môn về pháp luật và tiếp thị. Danh sách của những người giảng dạy huấn luyện kiến thức bán hàng đa cấp phải gửi đến cơ quan quản lý Nhà nước phê duyệt. Theo quy định, doanh nghiệp bán hàng đa cấp sau khi đi vào hoạt động 15 ngày và hàng tháng phải gửi các thông tin về Sở Công thương thành phố và Cục quản lý thương mại và công nghiệp với các thông tin có liên quan đến ký quỹ và tình hình hoạt động kinh doanh hàng tháng của công ty, số lượng nhà phân phối tham gia hệ thống bán hàng, số buổi công ty tổ chức huấn luyện đào tạo, người tham gia đào tạo, nội dung huấn luyện...

Điểm đáng chú ý là Trung Quốc có văn bản riêng điều chỉnh bán hàng đa cấp bất chính, đó là *Luật chống bán hàng đa cấp bất chính* ban hành ngày 23/08/2005. Kinh doanh bán hàng đa cấp bất chính tại Trung Quốc bị cấm. Đó là những hiện tượng sau:

*Thứ nhất:* Tổ chức cá nhân kiếm lời bằng hoạt động tuyển dụng, trả thưởng căn cứ vào số người lôi kéo vào mạng lưới bán hàng chứ không căn cứ vào doanh số bán của mạng kinh doanh

*Thứ hai:* Tổ chức và cá nhân thu lợi nhuận bằng cách cáo buộc người tham gia bán hàng đa cấp phải trả 1 khoản tiền để được tham gia vào mạng lưới bán hàng.

Bán hàng đa cấp được coi là hoạt động hợp pháp ở Đài Loan và Hồng Kông. Do đó, các công ty đa cấp ở Đại lục thường sử dụng địa chỉ cũng như mở tài khoản

ngân hàng ở Đài Loan và Hồng Kông nhằm lách luật.

*b, Về tổ chức bộ máy quản lý*

Cơ quan quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp tại Trung Quốc là Cục Quản lý hành chính Nhà nước về công nghiệp và thương mại (State Administration for Industry and Commerce - SAIC), cơ quan này là nơi cấp phép kinh doanh đa cấp duy nhất tại Trung Quốc. Ngoài ra, cơ quan này còn có quyền ra lệnh điều tra khi doanh nghiệp bán hàng đa cấp có hiện tượng vi phạm luật về kinh doanh đa cấp của Trung Quốc. Và cơ quan quản lý phải thường xuyên cập nhật công bố trên website danh sách các doanh nghiệp bán hàng đa cấp hợp pháp và danh sách các công ty vi phạm và hình thức xử lý.

Cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại ở địa phương, các khu tự trị hỗ trợ quản lý đối với bán hàng đa cấp diễn ra trên địa bàn quản lý.

Cơ quan quản lý hoạt động bán hàng đa cấp bất chính là Sở Công thương tỉnh, thành phố và chi nhánh SAIC ở địa phương.

SAIC ban hành quy định riêng yêu cầu mỗi doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải xây dựng trang website, có kết nối với trang điện tử của SAIC. Trên trang web của công ty bán hàng đa cấp phải công bố trung thực thông tin về:

- (1) Tổng số người tham gia bán hàng đa cấp (phân bố theo từng tỉnh, thành phố; mã số thẻ, nghề nghiệp của người tham gia bán hàng đa cấp);
- (2) Tên các cá nhân đã chấm dứt hợp đồng với công ty;
- (3) Nêu rõ người đại diện pháp luật của công ty;
- (4) Địa chỉ chăm sóc khách hàng của công ty;
- (5) Điều kiện đổi và trả hàng hóa
- (6) Công bố thông tin về hàng hóa và dịch vụ;
- (7) Công bố về người trực tiếp huấn luyện đào tạo;
- (8) Các tài liệu có liên quan đến sản phẩm và dịch vụ của công ty.

*c, Về giám sát, xử lý vi phạm*

SAIC và cơ quan quản lý thương mại địa phương sẽ giám sát việc sử dụng tiền kí quỹ và giải phóng tiền kí quỹ khi công ty bán hàng đa cấp chấm dứt hoạt động.

Theo Viện Kiểm sát nhân dân tối cao Trung Quốc, những hành vi sẽ bị phạt nặng bao gồm hành vi thu gom tiền gửi bất hợp pháp, lừa đảo gây quỹ và các tội danh về kinh tế liên quan đến người dân khác cũng như các hành vi rửa tiền, điều hành các ngân hàng ngầm và bán hàng trực tuyến theo mô hình đa cấp. Bên cạnh đó, cơ quan công tố cũng sẽ đẩy mạnh trấn áp tội phạm về chứng khoán như thao túng thị trường, tay trong, công bố thông tin giả cùng các tội danh liên quan đến thị trường bất động sản như trốn thuế.

Bộ Công an Trung Quốc (MPS) cùng cảnh sát các tỉnh đã tiến hành điều tra nhiều công ty vì hành vi tổ chức và chỉ đạo bán hàng đa cấp sai quy định. Theo kết quả điều tra, với chiêu bài “giúp đỡ người nghèo và cùng nhau làm giàu”, các công ty đã dụ dỗ các nạn nhân tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp và lừa gạt rất nhiều tiền bạc và tài sản của những người này. MPS nêu rõ tội phạm bán hàng đa cấp đã bùng nổ ở Trung Quốc trong những năm gần đây. Với những chiêu trò như “giúp đỡ nhau về tài chính”, “ái tâm từ thiện”, “tiền giả”, “thương mại điện tử” và “WeChat marketing”, những đối tượng này đã dụ dỗ và lừa gạt những người nhẹ dạ sa chân vào các hình thức kinh doanh đa cấp bất chính, từ đó xâm phạm đến an ninh tài sản của người dân, gây rối nghiêm trọng trật tự xã hội và kinh tế. Cơ quan công an Trung Quốc sẽ tiếp tục tiến hành chiến dịch trấn áp cao điểm các đối tượng tội phạm bán hàng đa cấp để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người dân, đồng thời tăng cường các hoạt động tuyên truyền nhằm nâng cao ý thức cảnh giác của toàn xã hội đối với hình thức tội phạm này.

#### ***2.4.2. Bài học kinh nghiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp rút ra cho Việt Nam***

***Thứ nhất:*** Bài học về việc ban hành văn bản quy phạm pháp luật quản lý bán hàng đa cấp.

Như các bang ở Mỹ đều có nhiều tên gọi khác nhau về phương thức bán hàng đa cấp này, để tránh sự hiểu lầm, hiểu sai, lách luật thì Việt Nam cũng nên thống nhất cách gọi, khái niệm về bán hàng đa cấp trong các văn bản cũng như trong các hoạt động kinh doanh, tiêu dùng.

Việt Nam nên có một văn bản luật riêng điều chỉnh phương thức kinh doanh đa cấp, ngăn chặn bán hàng đa cấp bất chính, như Trung Quốc có Luật chống bán hàng đa cấp bất chính ra đời từ năm 2005, hay như Singapore có Luật chống bán hàng đa cấp và mô hình tháp ảo ra đời từ 1973, có sửa chính mới năm 2000, hay như Malaysia có Đạo luật bán hàng trực tiếp 1993 (Luật 500) và năm 2011, Đạo Luật sửa đổi, bổ sung Luật bán hàng trực tiếp và chống bán hàng theo mô hình kim tự tháp năm 1993...

Bên cạnh đó, nên bổ sung các quy định thắt chặt hơn đối với người tham gia bán hàng đa cấp, như theo Trung Quốc, quốc gia này cấm các đối tượng sau tham gia bán hàng đa cấp: sinh viên chính quy; giáo viên; người làm trong ngành y tế, dược; công chức; quân đội; người nước ngoài hoặc người bị pháp luật cấm tham gia làm thêm ngoài giờ bằng cách bán hàng đa cấp. Bổ sung các quy định về giới hạn độ tuổi, ngành nghề không được tham gia bán hàng đa cấp. Bên cạnh đó, tăng thêm mức tiền phạt và thời gian chịu mức xử lý cao hơn.

Đưa ra những quy định cấm tổ chức các buổi hội thảo, tư vấn, đào tạo, giới thiệu sản phẩm tại các địa điểm công cộng như các cơ quan Nhà nước, trường học...

Nên học tập Mỹ, các địa phương cũng như các bang của Mỹ, cần có văn bản chính thống, quản lý trực tiếp bán hàng đa cấp. Bên cạnh đó, cũng nên bổ sung thêm những hình thức bán hàng đa cấp nào hiện nay là những hành vi bị cấm, truyền thông để mọi người dân đều nắm được.

Nhanh chóng biên soạn Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh bán hàng đa cấp của Việt Nam, giống như Bộ tiêu chuẩn đạo đức kinh doanh của Mỹ. Bên cạnh đó, xác định cơ quan nào có trách nhiệm trong việc biên soạn Bộ quy tắc đạo đức này, như Mỹ là Hiệp hội bán hàng trực tiếp của Mỹ, Singapore là Hiệp hội kinh doanh đa cấp của Singapore...

*Thứ hai:* Bài học về tổ chức bộ máy và nguồn lực quản lý bán hàng đa cấp

Cần học tập Nhật Bản về vấn đề phân cấp quản lý bán hàng đa cấp, tăng cường tính dân chủ, tự chủ cho cấp dưới.

Bổ sung nguồn lực cho quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, cần coi đây là một công tác quản lý quan trọng ở tất cả các cấp, các cơ quan. Nguồn lực ở đây bao gồm cả nguồn nhân lực, nguồn vốn và nguồn vật chất, cần đảm bảo đủ về số lượng và chất lượng, là yếu tố đóng vai trò quan trọng trong quá trình quản lý bán hàng đa cấp.

Hoàn thiện sự quản lý bán hàng đa cấp thông qua tổ chức hội và hiệp hội bán hàng đa cấp nhằm kiểm soát tốt hơn các công ty thành viên và trợ giúp quản lý cho Nhà nước, hỗ trợ cho người dân. Hiệp hội cần tăng cường cơ chế giám sát đối với các thành viên thông qua việc xây dựng “*Bộ quy tắc đạo đức*” dành cho cá nhân và tổ chức bán hàng đa cấp, nhằm khuyến khích các thông lệ kinh doanh chuẩn mực, thể hiện nỗ lực và quyết tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

*Thứ ba:* Bài học về tổ chức triển khai chính sách, pháp luật về bán hàng đa cấp

Với nền tảng công nghệ truyền thông rất tốt ở các quốc gia, nên công tác phổ biến, tuyên truyền chính sách, pháp luật về bán hàng đa cấp được thực hiện rất thuận lợi. Bởi vậy, việc nâng cấp hệ thống thông tin, truyền thông, các kênh kết nối về phương thức kinh doanh đa cấp, về các văn bản, cơ quan quản lý bán hàng đa cấp tới mọi người dân, các nhà quản lý là rất cần thiết.

Cần học tập Singapore, Malaysia để nâng cao vai trò của Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam trong việc hướng dẫn, tuyên truyền các văn bản quản lý và bảo vệ người tiêu dùng đối với các vấn đề liên quan đến kinh doanh đa cấp hay hỗ trợ, kết hợp với Chính phủ để tham gia các chiến dịch quảng bá của Chính phủ và các triển lãm thương mại quốc tế. Ở Malaysia Hiệp hội bán hàng trực tiếp là hiệp hội thương



mại quốc gia giữ vai trò phát ngôn cho ngành.

Tuy nhiên, công việc tổ chức triển khai để thực thi chính sách pháp luật về BHĐC nên được phân công cho một cơ quan chuyên trách của Bộ Công thương cùng với sự hỗ trợ của các cơ quan truyền thông và Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam.

*Thứ tư:* Bài học về tổ chức hoạt động thanh tra, kiểm soát, xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp

Việc kiểm soát bán hàng đa cấp có thể thông qua những giao dịch trên các trang thương mại điện tử, nên Việt Nam có thể học tập kinh nghiệm của các nước như Nhật Bản, Malaysia trong việc từng bước thiết lập đầy đủ, chất lượng cơ sở hạ tầng, nguồn lực... để kiểm soát chặt các giao dịch tài chính trên internet.

Cần có nguyên tắc minh bạch trong công khai thông tin về sản phẩm, về cách thức phân phối hoa hồng, việc mua lại, trả lại hàng hóa... để chính các cơ quan quản lý Nhà nước giám sát.

Tuyên truyền rộng rãi, giáo dục sâu hơn với người dân, để toàn dân hiểu được những hành vi bán hàng đa cấp trá hình, biến tướng, lừa đảo. Lập các hòm thư tố giác bán hàng đa cấp bất chính tại các khu dân cư để nhanh chóng kịp thời phát hiện vi phạm. Cần có sự chung tay của cả xã hội, sự phối hợp của các cơ quan ban ngành trong việc phát hiện, xử lý các đối tượng và các công ty bán hàng đa cấp lừa đảo. Có sự khuyến khích bằng cả vật chất lẫn tinh thần cho người dân khi dám tố cáo các mô hình bán hàng đa cấp bất chính khi họ không phải là nạn nhân.

Học tập về hình thức xử lý hình sự cho những cá nhân thực hiện bán hàng đa cấp bất chính. Hoặc như ở Singapore, tăng mức tiền phạt cho hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Người đã bị xử phạt hành chính mà còn tái phạm có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự và chịu hình phạt tù giam.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 của Luận án đã trình bày khái quát về bán hàng đa cấp, và cơ sở lý luận hết sức cơ bản về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp cùng với đó là NCS đã khái quát kinh nghiệm của một số nước sau đó rút ra bài học cho Việt Nam khi quản lý phương thức kinh doanh này.

Luận án đã hệ thống hóa các khái niệm, đặc điểm, mục tiêu, nguyên tắc và vai trò của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Sau đó, Luận án đã làm rõ phương pháp, công cụ, nội dung và quy trình quản lý Nhà nước đối với mô hình này.

Đề tài luận án đã đưa ra 5 tiêu chí đánh giá quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp: tính hiệu lực, tính hiệu quả, tính phù hợp, tính công bằng và tính ổn định.

Luận án cũng phân tích 2 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp nói chung: nhóm nhân tố khách quan và nhóm nhân tố chủ quan.

Bên cạnh những vấn đề trên, cuối chương 2, NCS có tổng kết kinh nghiệm quản lý bán hàng đa cấp ở nước khai sinh ra bán hàng đa cấp (Mỹ), nước có nền kinh tế phát triển ở Châu Á (Nhật Bản), các nước ASEAN có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam, nước Trung Quốc láng giềng. Thông qua việc tìm hiểu kinh nghiệm quản lý tại các nước này, tác giả đã rút ra các bài học kinh nghiệm quý báu, rất thực tiễn cho Việt Nam trong quản lý bán hàng đa cấp hiện nay và thời gian tới.

### CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM

#### 3.1. Khái quát về bán hàng đa cấp ở Việt Nam

##### 3.1.1. Bối cảnh ra đời và phát triển của bán hàng đa cấp ở Việt Nam

- Giai đoạn bắt đầu du nhập vào Việt Nam, chưa có văn bản điều chỉnh bán hàng đa cấp:

Nhận thấy được xu hướng phát triển của kinh doanh đa cấp trên thế giới và tiềm năng tăng trưởng ở thị trường Việt Nam, công ty bán hàng đa cấp đầu tiên xuất hiện ở thành phố Hồ Chí Minh năm 1998 là Công ty Sinh Lợi, do một nhóm người từ Đài Loan sang liên doanh với Công ty Incomex. Vào thời điểm đó, sản phẩm mà họ đưa ra giới thiệu là chiếc nệm mút. Qua các buổi giới thiệu sản phẩm, chiếc nệm mút này trở thành một sản phẩm hữu ích, chữa được tất cả các bệnh. Và vì thế, giá cả của hàng hóa này được đẩy lên đến vài chục triệu đồng một chiếc.

So sánh mô hình kinh doanh mang lại lợi nhuận lớn của Sinh Lợi, nhiều công ty khác cũng hăng hái thực hiện mô hình kinh doanh đa cấp như: Lô Hội, NONI, Vision... với từng loại hàng hóa đặc trưng. Công ty Lô Hội bán loại viên bổ sung dinh dưỡng và nước uống dinh dưỡng hiệu Aloe và Forever, với lời giới thiệu là “có thể hỗ trợ điều trị tất cả các bệnh” nên giá bán cao hơn giá trị thực từ 43 đến 55 lần. Công ty NONI bán nước trái nhàu nhưng quảng cáo là có công hiệu đặc trị như “thuốc tiên”. Công ty Vision lại được một nhóm người đến từ Nga khuếch trương sản phẩm thực phẩm chức năng của họ mới là “trường tồn bất tử” nên đưa giá lên rất cao.

Bởi vậy, các công ty bán hàng đa cấp đạt tổng doanh thu không ngờ trong 2, 3 năm đầu. Kinh doanh đa cấp phát triển quá mạnh mẽ khiến cho lợi nhuận từ việc quảng cáo của các báo đài, truyền hình có thể bị ảnh hưởng, cộng thêm nhiều công ty lừa đảo núp bóng kinh doanh đa cấp và một bộ phận không nhỏ người tham gia bán hàng đa cấp có hành vi sai trái đã làm cho dư luận bắt đầu lên tiếng phản đối kinh doanh đa cấp. Tuy nhiên thời điểm này vẫn chưa có văn bản quản lý điều chỉnh phương thức kinh doanh này.

- Giai đoạn bán hàng đa cấp bắt đầu phát triển, có văn bản quản lý bán hàng đa cấp:

Đến thời điểm cuối năm 2004, tại Việt Nam đã có khoảng 20 doanh nghiệp bán hàng đa cấp, phân phối sản phẩm chủ yếu về ngành chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp.

Luật Cạnh tranh 2005 có hiệu lực từ 01/07/2005 là văn bản luật đầu tiên điều chỉnh bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Sau đó là các Nghị định, Thông tư khác, là các

công cụ quan trọng góp phần quản lý bán hàng đa cấp.

Số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp tăng vọt vào những năm 2013 và con số các doanh nghiệp đăng ký kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp tăng dần theo thời gian, nhưng từ 2017 cho tới thời điểm hiện tại thì chững lại và có dấu hiệu giảm sút.

### **3.1.2. Khái quát thực trạng bán hàng đa cấp ở Việt Nam những năm qua**

#### **3.1.2.1. Về sản phẩm cung cấp, tiêu dùng trong bán hàng đa cấp**

*Thứ nhất: Về loại sản phẩm được cung cấp, tiêu dùng trong bán hàng đa cấp*

Theo Cục Cảnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, sau gần 20 năm có mặt tại Việt Nam, hiện mặt hàng kinh doanh của các công ty đa cấp đã phát triển rất đa dạng từ thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, đồ gia dụng, hàng thời trang, dụng cụ thể thao, vật lý trị liệu... Lượng hàng đa cấp đăng ký bán ra thị trường là 7.000 mặt hàng, trong đó thực phẩm chức năng chiếm 90%.

Theo Bộ Công thương, 90% các doanh nghiệp đều kinh doanh thực phẩm chức năng, sau đó là các mặt hàng như mỹ phẩm, thời trang, đồ gia dụng... Hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp chủ yếu là: thực phẩm chức năng (51,27%), mỹ phẩm (31,65%), đồ gia dụng (12,33%)

Số lượng các mặt hàng đăng ký của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp tăng mạnh trong những năm gần đây, bên cạnh đó về chủng loại, cơ cấu cũng rất phong phú, không chỉ là các hàng hóa mà còn là cả các dịch vụ (du lịch, làm đẹp, giáo dục, tài chính, bảo hiểm...)

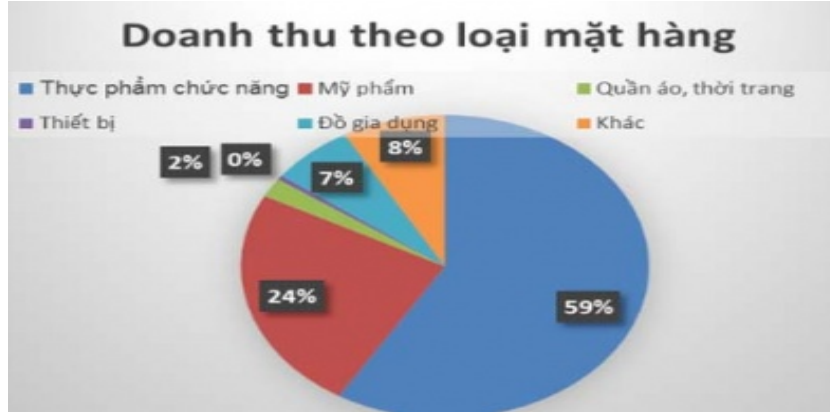
Các sản phẩm được bán thường có tính độc quyền thương hiệu, chỉ bán thông qua các nhà phân phối của công ty, không bán rộng rãi trên thị trường; và độc đáo vì ít có sản phẩm tương tự trên thị trường.

Sản phẩm được bán theo phương thức bán hàng đa cấp ở Việt Nam đã ngày càng mở rộng hơn, không chỉ đơn thuần là các hàng hóa nữa mà còn cả các dịch vụ, từ dịch vụ du lịch, dịch vụ tài chính, dịch vụ bất động sản... Tuy nhiên, những dịch vụ này theo quy định không được Nhà nước cho phép kinh doanh theo phương thức đa cấp nhưng chính doanh nghiệp bán hàng đa cấp, nhà phân phối đang vi phạm mà các cơ quan quản lý Nhà nước chưa xử lý kịp thời.

*Thứ 2: Về giá cả sản phẩm cung cấp theo phương thức đa cấp*

Giá cả của các sản phẩm cũng là giá độc quyền, do các công ty đưa ra và nhà phân phối sẽ thông báo cho người mua, người mua chấp nhận thì tự nguyện giao dịch mua – bán. Nhà phân phối sẽ được hưởng chênh lệch về giá khi bán hàng và nếu giới thiệu được thêm người tham gia thì sẽ được hưởng hoa hồng. Thực tế ở Việt Nam là giá của các mặt hàng mà các công ty bán hàng đa cấp

cung cấp đã được nâng lên cao hơn rất nhiều so với giá trị thực của sản phẩm, có công ty bán cao gấp 50 - 82 lần so với giá nhập vào. Bên cạnh đó thì công dụng của các sản phẩm đã bị thổi phồng, người mua mất niềm tin khi dùng sản phẩm, hoặc để lại những hệ lụy về sức khỏe cho người sử dụng.



(Nguồn: Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam)

### **Biểu đồ 3.1: Doanh thu theo từng loại mặt hàng trong phương thức bán hàng đa cấp**

*Thứ 3: Về tên gọi, nguồn gốc của sản phẩm cung cấp trong bán hàng đa cấp*

Sản phẩm được cung ứng trong phương thức bán hàng đa cấp xuất hiện với nhiều tên gọi khác nhau, những tên gọi tiếng nước ngoài hoặc tên gọi đã thấy phổ biến trong công dụng. Nhưng nhiều khi người mua hàng chỉ biết tên sản phẩm, giá của sản phẩm mà chưa hề được thấy hoặc được sử dụng sản phẩm. Đây chính là một lỗ hổng của quản lý, bán hàng mà hàng hóa không có thực tế, nhưng vẫn có giao dịch chuyển tiền từ người mua sang người bán.

Có những cơ sở đại lý bán hàng đa cấp trong nước mặc dù bán hàng hóa nhập khẩu có nhãn mác sản phẩm bằng tiếng nước ngoài nhưng khi phân phối đã không có nhãn phụ bằng tiếng Việt, gây ra sự khó khăn cho nhà quản lý, nhà phân phối, người tiêu dùng. Bên cạnh đó cũng có những doanh nghiệp, nhà phân phối kinh doanh hàng hóa có nhãn nhưng thông tin về hàng hóa đó không đúng chất lượng, không đúng sự thật

*Thứ 4: Về chất lượng, giá trị sản phẩm được cung cấp trong bán hàng đa cấp*

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp kinh doanh tại Việt Nam hiện nay luôn cố gắng mang lại những sản phẩm tốt, có chất lượng cho người tiêu dùng, theo đúng với những cam kết chất lượng mà doanh nghiệp đưa ra cũng như đúng với bản chất của phương thức bán hàng đa cấp. Rất nhiều người tiêu dùng ưa chuộng và sử dụng thường xuyên sản phẩm của công ty bán hàng đa cấp. Các cơ quan Nhà nước cũng có những tuyên truyền, hướng dẫn và có những thông tin chính xác về những sản phẩm, những công ty bán hàng đa cấp cung cấp sản phẩm có chất lượng, đúng tiêu chuẩn cam kết để người tham gia, người tiêu dùng được biết.

Bên cạnh đó, mô hình kinh doanh đa cấp phổ biến ở Việt Nam hiện nay là lấy sản phẩm làm phương tiện, lấy phân phối làm mục tiêu. Nghĩa là, chất lượng sản phẩm là điều không đáng quan tâm, mà quan trọng là phân phối cho được nhiều để thu lợi. Điều này đi ngược với phương thức kinh doanh đa cấp đúng nghĩa, là bán hàng đa cấp mang lại những sản phẩm có chất lượng, là phương thức thúc phân phối giúp tiết kiệm chi phí quảng cáo, chi phí đại lý, chi phí vận chuyển, chi phí kho bãi... để trả thưởng cho nhà phân phối một phần và phần còn lại đầu tư nâng cấp chất lượng sản phẩm. Còn ở Việt Nam, cả doanh nghiệp bán hàng đa cấp và nhà phân phối, người tiêu dùng nhiều khi không quan tâm chất lượng sản phẩm như thế nào.

Do việc coi sản phẩm chỉ là phương tiện nhằm thu lợi, nên các loại hàng hóa kém chất lượng hoặc hàng hóa không thực sự cần thiết người tiêu dùng bị bắt buộc mua thông qua hình thức ép mua để tham gia mạng lưới kinh doanh. Ở góc độ này, nếu là hàng hóa tiêu dùng bình thường thì tác hại chỉ dừng lại ở mức độ người tiêu dùng mất tiền oan, nhưng tình hình không chỉ như vậy. Một số khu vực nhạy cảm trong nền kinh tế đã bị các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp đầu tư đó là các sản phẩm phục vụ cho nông nghiệp như phân bón, sản phẩm nông nghiệp... Với cách làm này, phân bón, một số sản phẩm phục vụ nông nghiệp kém chất lượng sẽ theo mạng lưới đa cấp tràn lan trong một số khu vực sản xuất nông nghiệp trong tương lai.

### *3.1.2.2. Về doanh nghiệp bán hàng đa cấp*

Đánh giá chung khi điều tra các doanh nghiệp bán hàng đa cấp: Khi được hỏi một số thông tin sơ bộ về doanh nghiệp, đa số các doanh nghiệp đều trả lời doanh nghiệp đã tiến hành xây dựng quy tắc hoạt động, có kế hoạch trả lương và tài khoản ký quỹ. Tuy nhiên, các yếu tố trang thông tin điện tử, hệ thống công nghệ thông tin quản lý mạng lưới người tham gia bán hàng đa cấp và việc công khai bảng giá bán sản phẩm thì hiện các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đa phần không thực hiện.

*Thứ nhất: Về số lượng và cơ cấu doanh nghiệp thực hiện phương thức bán hàng đa cấp*

Vào Việt Nam từ năm 1998, đến cuối năm 2004, tại Việt Nam đã có khoảng 20 công ty bán hàng đa cấp. Năm 2006, 2007 được xem là giai đoạn phục hồi của hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam với hàng loạt các công ty tăng dần doanh số.

Nghị định 110 được ban hành năm 2005 để hợp thức hóa loại hình kinh doanh với một loạt các doanh nghiệp thực hiện hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam ra đời. Những doanh nghiệp bán hàng đa cấp quốc tế khác nhau đã nối tiếp nhau tiếp cận thị trường Việt Nam như Amway, Avon và sau đó là Herbalife, Sophie Paris, À La Mode Paris.

Năm 2008, trong bối cảnh kinh tế thế giới rơi vào khủng hoảng kinh tế,

công ty kinh doanh các sản phẩm công nghệ là Công ty cổ phần FPT cũng tiếp cận mô hình kinh doanh bán hàng đa cấp với sự ra đời của FPT Network (FN), thành viên của FPT Telecom với kỳ vọng hình thức kinh doanh này sẽ giúp FPT Telecom tiết giảm những chi phí quản lý, chi phí quảng cáo, giảm thiểu những rủi ro và tạo ra sự đột phá trong việc kinh doanh.

Đầu tháng 10, năm 2009, Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam được thành lập. Hiệp hội được thành lập và thành viên là các doanh nghiệp thực hiện hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam. Ngày 31 tháng 03 năm 2010, Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam (Vietnam MLM) chính thức ra mắt tại Hà Nội. Sự ra đời của Hiệp hội đã đánh dấu bước phát triển mới của mô hình kinh doanh này tại Việt Nam.

Năm 2010, mô hình bán hàng đa cấp đạt lợi nhuận 2.799 tỷ đồng, tăng gấp 4 lần so với 614 tỷ đồng của 4 năm trước đó.

Năm 2011, với nhiều lý do, kinh doanh đa cấp bùng nổ mạnh mẽ và tạo thành một làn sóng tại Việt Nam, trở thành một trong những kênh phân phối sản phẩm chính thức, bên cạnh các phương thức phân phối khác như: bán hàng qua đại lý, bán hàng theo catalog, bán hàng qua truyền hình...

Sự cố Agel Việt Nam (tháng 7/2011) và muaban24 (2012) đã như làm sống lại làn sóng công kích mạnh mẽ từ xã hội về kinh doanh đa cấp biến tướng tại Việt Nam. Tuy nhiên số lượng doanh nghiệp đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp thời gian này lại tăng lên đáng kể.

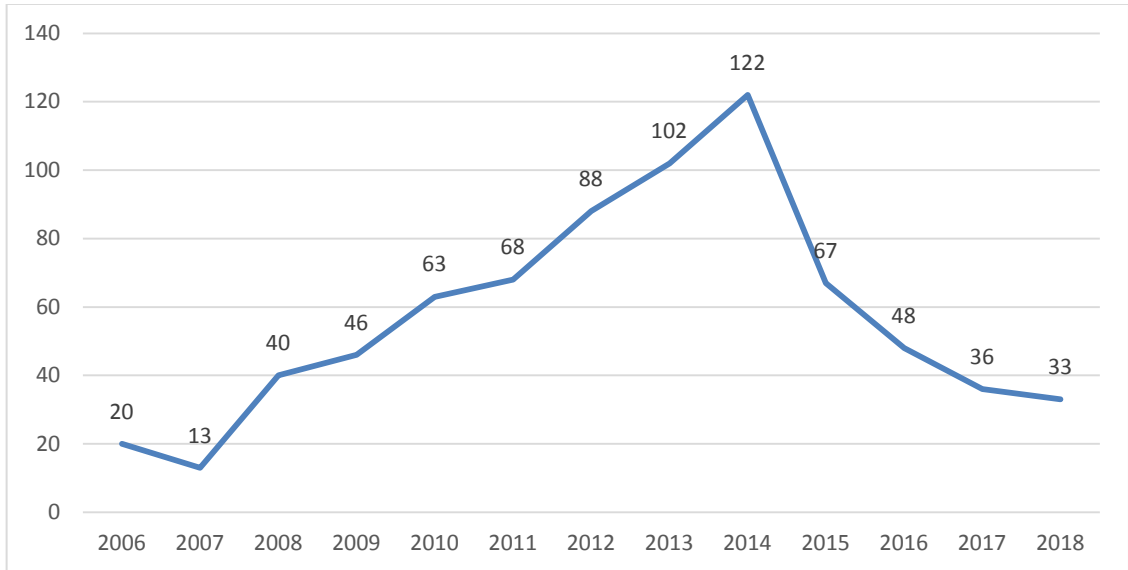
Nhưng đến tháng 9 năm 2016, số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp là 50 doanh nghiệp, giảm 17 doanh nghiệp so với năm 2015. Trong đó, có 9 doanh nghiệp bị thu hồi giấy chứng nhận, 6 doanh nghiệp có giấy chứng nhận bị chấm dứt hiệu lực và 2 đơn vị tạm ngừng hoạt động. Theo báo cáo của 48 doanh nghiệp bán hàng đa cấp, doanh thu 6 tháng đầu năm 2016 đạt khoảng 4.000 tỷ đồng. Trong đó, doanh thu của khối có vốn đầu tư nước ngoài khoảng 1.800 tỷ đồng (45% thị phần), doanh thu của khối doanh nghiệp trong nước khoảng 2.200 tỷ đồng (55% thị phần). Các doanh nghiệp đã nộp trên 452 tỷ đồng tiền thuế.

Tính đến đầu tháng 11/2016, Bộ Công thương đã thu hồi giấy chứng nhận và chấm dứt, tạm ngừng kinh doanh đa cấp đối với 25 công ty đa cấp.

Theo Báo cáo về hoạt động kinh doanh đa cấp năm 2017 của Bộ Công thương: Trong năm 2017, có 05 doanh nghiệp nộp hồ sơ đề nghị cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp nhưng không có doanh nghiệp nào được cấp vì không đáp ứng đủ điều kiện.

Tính hết năm 2017, còn có 36 doanh nghiệp kinh doanh mô hình bán hàng đa cấp tại Việt Nam. Đến tháng 10/2018 thì số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp là

33 doanh nghiệp.

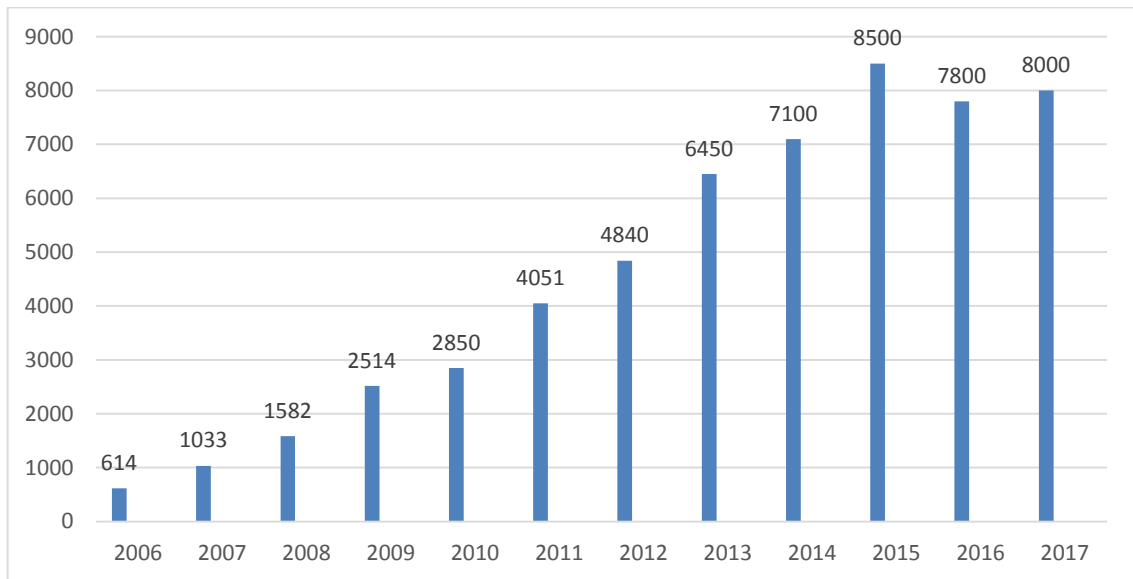


(Nguồn: Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương)

**Biểu đồ 3.2: Số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp**

Thứ 2: Về doanh thu của các DN bán hàng đa cấp

(đv: tỉ đồng)



(Nguồn: Cục Cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương)

**Biểu đồ 3.3: Doanh thu bán hàng đa cấp qua các năm**

Tổng doanh thu của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đạt 614 tỷ đồng vào năm 2006 và đạt 6.450 tỷ đồng năm 2013. Nộp ngân sách tăng từ 95 tỷ đồng năm 2006 lên 1.130 tỷ đồng năm 2013

Năm 2012 thì tổng doanh thu tăng lên tới 4.840,345 tỉ đồng, năm 2013 tăng cao hơn lên tới 6.450 tỉ đồng, năm 2014 doanh thu là 7.100 tỉ đồng và năm 2015 chỉ tính 32/47 doanh nghiệp có báo cáo thì tăng tốc độ tăng doanh thu cao hơn lên tới



8.500 tỉ đồng. Tổng doanh thu bán hàng đa cấp năm 2016 đạt khoảng 7.800 tỉ đồng, giảm khoảng 200 tỉ đồng so với năm 2015 (giảm 2,5%). Tổng số thuế đã nộp về ngân sách nhà nước trong năm 2016 ước đạt 881 tỉ đồng.

Theo Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, qua số liệu về bán hàng đa cấp năm 2016 của các doanh nghiệp cho thấy, hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp là rất thấp khi có tới 18/37 doanh nghiệp (trên 50%) báo cáo lỗ. Một số doanh nghiệp có doanh thu rất cao nhưng tỷ lệ lợi nhuận trước thuế/doanh thu rất nhỏ. Vì vậy, đóng góp thực sự của các doanh nghiệp cho ngân sách nhà nước là không đáng kể, chủ yếu đến từ thuế giá trị gia tăng do người tiêu dùng chi trả, không phải từ thuế thu nhập doanh nghiệp hay thuế thu nhập cá nhân của người tham gia.

Cho tới thời điểm hiện nay, Bộ Công Thương khẳng định hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp thực sự là rất thấp, lợi nhuận sau thuế đạt trung bình 2.2%, có trên 50% doanh nghiệp báo cáo lỗ. Đóng góp của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp trong việc tạo ra thu nhập và việc làm là không rõ ràng.

Trong số 33 doanh nghiệp đang hoạt động có giấy chứng nhận, 11 doanh nghiệp phát sinh nghĩa vụ phải mua lại hàng hóa từ người tham gia với tổng giá trị ước tính khoảng 6 tỷ đồng.

Theo Báo cáo về hoạt động kinh doanh đa cấp năm 2017 của Bộ Công Thương: Tổng doanh thu bán hàng đa cấp năm 2017 đạt khoảng 8.000 tỷ đồng, tăng hơn 330 tỷ đồng so với doanh thu năm 2016. Doanh nghiệp có doanh thu lớn nhất là Công ty TNHH MTV Herbalife Việt Nam với hơn 2.000 tỷ đồng, chiếm 25.62%. 03 doanh nghiệp khác có doanh thu trên 1.000 tỷ đồng là Công ty TNHH Mỹ phẩm Thường Xuân, Công ty TNHH AMWAY Việt Nam và Công ty TNHH MTV New Image Việt Nam. Các doanh nghiệp còn lại đều có doanh thu dưới 500 tỷ đồng.

Tổng doanh thu của 10 doanh nghiệp có kết quả kinh doanh tốt nhất trong năm 2017, chiếm 94.3% tổng doanh thu toàn ngành.

Doanh thu bán hàng đa cấp chủ yếu đến từ thực phẩm chức năng (71%), và mỹ phẩm (23%). Doanh thu từ đồ gia dụng, quần áo thời trang, thiết bị và mặt hàng khác chiếm khoảng 6%. Cơ cấu phân bố tỷ lệ sản phẩm kinh doanh theo mô hình đa cấp không thay đổi nhiều so với cơ cấu phân bố tỷ lệ sản phẩm của năm 2016.

*Thứ ba: Về tổ chức phân phối, cách thức trả thưởng và đào tạo nhà phân phối của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp*

Hiện nay các doanh nghiệp bán hàng đa cấp sử dụng 2 phương thức phân phối, bán hàng chính, đó là: bán hàng trực tiếp cá nhân mặt đối mặt và bán hàng theo nhóm/quá các hội nghị. Trong đó bán hàng trực tiếp cá nhân mặt đối mặt có

thể chiếm 80% các giao dịch do các nhà phân phối trực tiếp lấy hàng từ doanh nghiệp rồi trực tiếp bán lại cho người tiêu dùng cuối cùng.

Các nhà phân phối trong hệ thống bán hàng đa cấp sẽ thu được lợi ích là tiền hoa hồng và dựa vào hiệu quả kinh doanh của những người cấp dưới trong mạng lưới mà mình tạo ra một cách công bằng nhất. Bản chất là doanh nghiệp bán hàng đa cấp chỉ bỏ ra đúng một mức hoa hồng cho nhà phân phối theo cách trích hoa hồng thông thường giống như cho các đại lý bán hàng. Sau đó, với mức hoa hồng này sẽ chia nhỏ cho những người tham gia phân phối ở các tầng với những mức khác nhau trong hệ thống mạng lưới của nhà phân phối. Những nhà phân phối tích cực bán hàng trực tiếp và mở rộng mạng lưới sẽ có lợi ích nhiều hơn những nhà phân phối hoạt động ít tích cực. Lợi ích này rất công khai và minh bạch, tạo ra sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa những nhà phân phối, để họ trau dồi kỹ năng và sự hiểu biết trong việc bán hàng đa cấp.

Công ty Amway có cách trả thưởng rất công khai:

+ Amway trả thưởng dựa vào doanh số mà hệ thống bạn tạo ra chứ không dựa vào hệ thống bạn có bao nhiêu người.

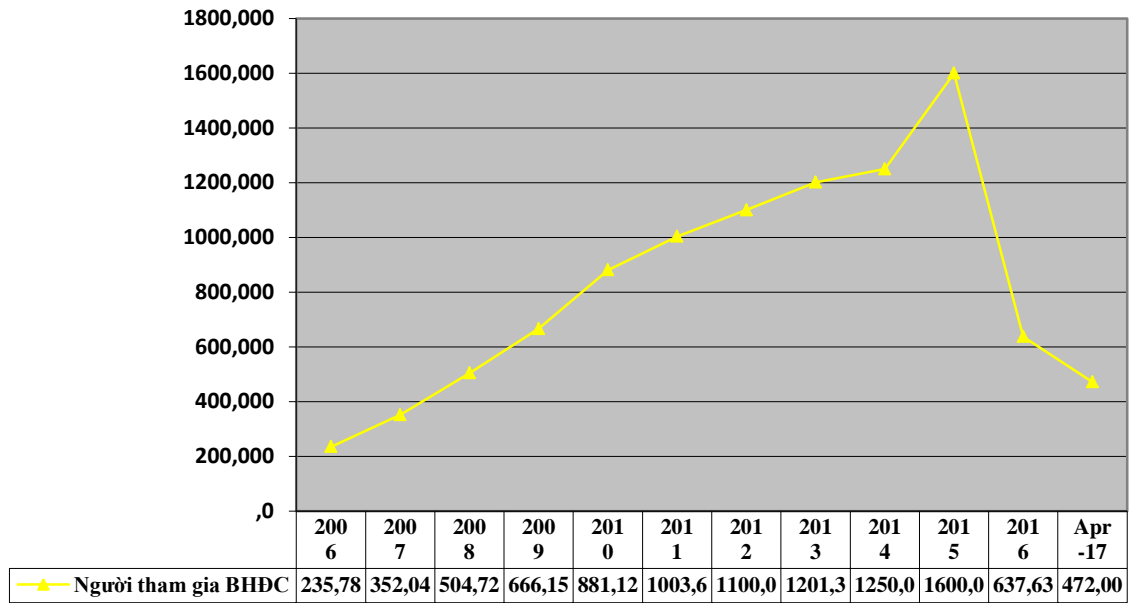
+ Khi trở thành đối tác với Amway và được mua sản phẩm với giá sỉ và được quyền bán ra với giá lẻ (cao hơn 15%). Những người mua hàng không có mã số AW sẽ không có quyền mua hàng từ Amway mà họ phải mua hàng từ một người có mã số, có thẻ và giá đắt hơn giá lẻ 15%.

+ Có trên 10 loại hoa hồng: Lợi nhuận bán lẻ; Hoa hồng thành tích; Hoa hồng Ruby; Hoa hồng lãnh đạo 4%; Hoa hồng lãnh đạo quốc tế 2%; Hoa hồng phát triển hệ thống hàng tháng; Hoa hồng Emerald; Hoa hồng Diamond; Hoa hồng Diamond Plus; Phần thưởng tiền mặt một lần.

Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp bán hàng đa cấp hiện nay ở Việt Nam sử dụng mô hình trả thưởng “nhị phân” hoặc “nhị phân biến tướng” để trả thưởng cho các nhà phân phối, đây là mô hình mà các nhà khoa học và các chuyên gia đánh giá là rất dễ gây lừa dối và thiệt hại cho người tiêu dùng.

Theo yêu cầu của Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp vào đầu năm 2019, thì chỉ có 18/30 doanh nghiệp thực hiện việc báo cáo, trong đó: có 03/18 doanh nghiệp báo cáo chưa hoàn thành điều kiện về kí quỹ; 07/18 doanh nghiệp báo cáo chưa hoàn thành điều kiện về hệ thống công nghệ thông tin quản lý người tham gia bán hàng đa cấp; 02/18 doanh nghiệp báo cáo chưa hoàn thành điều kiện về trang thông tin điện tử; Có 02/18 doanh nghiệp báo cáo chưa hoàn thành điều kiện về hệ thống thông tin liên lạc để tiếp nhận thắc mắc, khiếu nại của người tham gia bán hàng đa cấp.

### 3.1.2.3. Thực trạng về người tham gia bán hàng đa cấp



(Nguồn: Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương)

#### Biểu đồ 3.4: Tổng số người tham gia bán hàng đa cấp qua các năm

Số liệu thống kê cho thấy, nếu năm 2006 chỉ có khoảng 235.000 người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp thì đến năm 2011 con số này đã lên đến hơn 1 triệu, tức tăng hơn 4,6 lần. Năm 2015 là khoảng 1.600.000 người, tăng cao nhất trong giai đoạn do các công ty bán hàng đa cấp mở rộng địa bàn hoạt động về nhiều vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa, có nhiều biến tướng. Tuy nhiên số người tham gia bán hàng đa cấp đang hoạt động năm 2016 vào khoảng 637.637 người, có sự sụt giảm đáng kể do có hàng loạt các vụ lừa đảo bị lộ. Đến tháng 4/2017 thì số người tham gia đã giảm xuống đáng kể còn là 472.000 người [71]

Theo Bộ Công thương, tổng số hoa hồng và các lợi ích kinh tế khác chi trả cho người tham gia bán hàng đa cấp đạt khoảng 2.400 tỷ đồng, tuy lớn về giá trị tuyệt đối nhưng nếu chia đều cho gần 640.000 người tham gia hệ thống thì thu nhập bình quân của người tham gia bán hàng đa cấp là rất không đáng kể, chỉ khoảng 3,8 triệu đồng/người/năm, tương đương chỉ 316.000 đồng/người/tháng. Điều này cho thấy trong số gần 640.000 người tham gia bán hàng đa cấp, chỉ có một tỷ lệ nhỏ là người bán hàng. Số còn lại hầu như không tham gia bán hàng [71].

Theo số liệu báo cáo từ các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp đang hoạt động, tổng số hoa hồng và các lợi ích kinh tế khác họ đã chi trả cho người tham gia trong vòng 6 tháng đầu năm 2017 là 986 tỷ đồng/tổng doanh thu 3.067 tỷ đồng (chiếm 32%). Con số này tuy lớn về giá trị tuyệt đối, nhưng tính bình quân cho khoảng 360.000 người tham gia thì thu nhập từ bán hàng đa cấp chỉ đạt khoảng 2,7 triệu đồng/người/năm. Điều này cho thấy, bán hàng đa cấp không phải là một phương

thức kinh doanh có thể làm giàu cho tất cả những người tham gia.

Theo Báo cáo về hoạt động kinh doanh đa cấp năm 2017 của Bộ Công thương: Tổng số lượng người tham gia bán hàng đa cấp trên toàn ngành tính đến tháng 12 năm 2017 là 707.330 người, tăng 69.693 người (khoảng 11 %) so với cuối năm 2016. Theo Báo cáo ngày 22/7/2019 của Sở Công Thương Hà Nội về kết quả công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn thành phố 6 tháng đầu năm 2019, tính đến 30/6/2019, trên địa bàn thành phố có 18 doanh nghiệp hoạt động bán hàng đa cấp hoạt động, kinh doanh theo phương thức đa cấp. Số lượng người tham gia bán hàng đa cấp của 18 doanh nghiệp là 140.377 người [71].

Doanh nghiệp có số lượng người tham gia lớn nhất là Công ty TNHH Mỹ phẩm Thương Xuân với 371.547 người, chiếm khoảng 52.53 % tổng số người tham gia trên toàn quốc. Các doanh nghiệp có số lượng người tham gia lớn tiếp theo là Công ty TNHH Amway Việt Nam (khoảng 11.18%), Công ty TNHH New Image Việt Nam (khoảng 10.12 %), Công ty TNHH MTV Herbalife Việt Nam (khoảng 6.21 %) và Công ty TNHH Thiên Sư Việt Nam (khoảng 4 %). Tổng số người tham gia của 05 doanh nghiệp này chiếm 84.47 %.

#### 3.1.2.4. *Thực trạng về khách hàng và địa bàn diễn ra bán hàng đa cấp*

Phương thức kinh doanh đa cấp từng diễn ra ở tất cả các tỉnh, thành trên cả nước (*xem phụ lục 01*), tập trung đông nhất vẫn là ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, những năm gần đây, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã mở rộng địa bàn hoạt động tới các vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa, thu hút lượng khách hàng rất lớn. Rất nhiều khách hàng sử dụng sản phẩm của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp thì thấy thích hợp, có thể sử dụng lâu dài, và họ có thể chỉ là khách hàng chứ không tham gia tiếp thị, bán, phân phối các sản phẩm cho các doanh nghiệp BHĐC.

Đã có rất nhiều chi nhánh của các doanh nghiệp BHĐC được thiết lập tại địa bàn các tỉnh, trong đó có những doanh nghiệp đăng ký kinh doanh theo phương thức đa cấp nhưng không có trụ sở hoạt động cụ thể rõ ràng. Điều này gây ra những mập mờ, khó kiểm soát cũng như những khó khăn cho công tác quản lý của địa phương.

Theo báo cáo của cơ quan chức năng, riêng địa bàn 2 tỉnh Gia Lai và Kon Tum có 23 doanh nghiệp bán hàng đa cấp và lôi kéo khoảng 5.000 người tham gia. Ở địa bàn vùng sâu, vùng xa, các đối tượng khách hàng được các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chú ý đến là những vùng dân cư có các khoản tiền hỗ trợ, đền bù từ việc thực hiện tái định cư các dự án thủy điện, giao thông... Cụ thể như khi biết được một số người dân tộc thiểu số Xê Đăng ở xã Đăk Pxi, huyện Đăk Hà (Kon Tum) có được khoản tiền hỗ trợ đền bù của nhà máy thủy điện cho diện tích đất và hoa màu bị ảnh hưởng vùng dự án nên nhân viên cơ sở Thiên Ngọc VIII, thuộc

Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy đã đến tận làng Long Đuân lôi kéo người dân tham gia chương trình mua bán hàng đa cấp để được hưởng lợi dịch vụ chăm sóc sức khỏe và nhận lãi suất cao. Vì không hiểu biết, ham lợi mà gần chục người dân địa phương đã tham gia chương trình mua bán hàng của Thiên Ngọc VIII và nộp số tiền trên 600 triệu đồng.

### 3.1.2.5. Về những vi phạm chủ yếu trong bán hàng đa cấp

Theo điều tra các cán bộ quản lý trong các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp về các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp, NCS có các dữ liệu sơ cấp sau:

**Bảng 3.1: Đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước về các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp**

Ký hiệu	Hành vi	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít vi phạm; 5-rất hay vi phạm)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C_4_1	Không đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp		2	6	37	1	3.8
			4.3%	13%	80.4%	2.2%	
C_4_2	Về hàng hóa(xuất xứ, chất lượng, giá bán...)			1	42	3	4.04
				2.2%	91.3%	6.5%	
C_4_3	Bắt người tham gia nộp tiền đặt cọc khi muốn tham gia			1	40	5	4.09
				2.2%	87%	10.9%	
C_4_4	Không mua lại hàng hóa			1	8	37	4.78
				2.2%	17.4%	80.4%	
C_4_5	Dụ dỗ, đe dọa khách hàng, người tham gia			1	9	36	4.76
				2.2 %	19.6 %	78.3%	
C_4_6	Không trả hoa hồng cho người tham gia như đã cam kết		4	30	10	2	3.22
			8.7%	65.2%	21.7%	4.3%	

Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS

Kết quả điều tra cho thấy, các nhà quản lý đánh giá hành vi hay vi phạm nhất trong bán hàng đa cấp là không mua lại hàng hóa, 46 người được hỏi có đến 37 người cho rằng đây là hành vi rất hay vi phạm chiếm 80.4% và 8 người cho là hay vi phạm chiếm 17.4%, 1 người cho là bình thường chiếm 2.2%. Đối với các hành vi vi phạm khác như dụ dỗ đe dọa khách hàng, người tham gia, vấn đề về xuất xứ hàng hóa, bắt người tham gia nộp tiền đặt cọc khi muốn tham gia cũng thường xuyên vi phạm với điểm trung bình đánh giá trên 4 điểm. Hành vi không trả hoa hồng cho người tham gia như đã cam kết điểm thấp nhất là 3.22 điểm. Việc các doanh nghiệp không mua lại hàng hóa và dụ dỗ, đe dọa khách hàng chính là vì các doanh nghiệp bán hàng đa cấp theo đuổi mục tiêu lợi nhuận quá lớn, bóp méo bản chất bán hàng đa cấp, đã khiến cho bán hàng đa cấp khó nhận được sự chấp thuận hoàn toàn của xã hội và là điểm hạn chế rất cần sự điều chỉnh của Nhà nước.

Như vậy, theo đánh giá thì các doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam thường có những vi phạm chủ yếu sau:

+ Yêu cầu người muốn tham gia bán hàng đa cấp phải đặt cọc hoặc đóng một khoản tiền nhất định, phải mua một số lượng hàng hóa dưới bất kỳ hình thức nào để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.

+ Không cam kết mua lại với mức giá ít nhất là 90% giá hàng hóa đã bán cho người tham gia để bán lại.

+ Cho người tham gia nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác chủ yếu từ việc dụ dỗ người khác tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.

+ Hành vi chiếm dụng vốn của người tham gia bán hàng đa cấp cấp dưới

+ Cung cấp thông tin sai lệch về tính chất, công dụng của hàng hóa để dụ dỗ người khác tham gia...

Ngoài những hành vi vi phạm trên các doanh nghiệp bán hàng đa cấp Việt Nam còn thực hiện một số hành vi khác vi phạm pháp luật như: Tổ chức bán hàng đa cấp nhưng chưa có Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp do cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp; vi phạm về công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; vi phạm về nguồn gốc xuất xứ, ghi nhãn hàng hóa; vi phạm về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm; vi phạm về ký kết hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp,...

Chính vì những hành vi vi phạm ngày càng nhiều nên các cơ quan quản lý Nhà nước đang siết chặt hoạt động quản lý, tước giấy phép hoạt động của các doanh nghiệp vi phạm. Đối với những doanh nghiệp bán hàng đa cấp bị chấm dứt hoạt động hoặc tự xin chấm dứt hoạt động, công ty lại chuyển sang một tên mới nhưng phương thức hoạt động vẫn như cũ, như là một cách tránh sự kiểm soát của Nhà nước.

### **3.2. Thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam giai đoạn 2006 - 2018**

#### **3.2.1. Thực trạng về chức năng, nhiệm vụ, tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

##### **3.2.1.1. Chức năng, nhiệm vụ quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

- Theo quy định về nhiệm vụ quyền hạn chung của Bộ Công thương thì: Bộ Công thương có nhiệm vụ: Về cạnh tranh và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng: a) Tổ chức thực hiện quản lý nhà nước trong lĩnh vực cạnh tranh, bao gồm các hành vi hạn chế cạnh tranh, tập trung kinh tế và hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo quy định của pháp luật; b) Tổ chức thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng theo quy định của pháp luật [69].

Bộ Công Thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp trong phạm vi cả nước.

- Trong Bộ Công thương, Cục Cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (trực

tiếp là Phòng Điều tra và xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh) được giao nhiệm vụ quản lý bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật [69] với các nội dung:

a) Cấp, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, cấp lại, thu hồi giấy chứng nhận đăng ký bán hàng đa cấp và xác nhận tiếp nhận hồ sơ thông báo chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp của doanh nghiệp;

b) Thu, quản lý và sử dụng phí thẩm định cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật;

c) Thông báo việc cấp, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, thu hồi giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp, xác nhận tiếp nhận hồ sơ thông báo chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp tới các Sở Công Thương nơi doanh nghiệp tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp;

d) Thanh tra, kiểm tra, giám sát hoạt động BHĐC và xử lý theo thẩm quyền;

đ) Hướng dẫn, phối hợp với các Sở Công Thương tiến hành thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm quy định của pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp;

e) Thông báo, chuyển cơ quan có thẩm quyền xử lý các hành vi vi phạm quy định của pháp luật về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp;

g) Tổ chức đào tạo, tập huấn chuyên môn cho cán bộ, công chức trực tiếp thực hiện công tác quản lý Nhà nước về bán hàng đa cấp; phổ biến, tuyên truyền pháp luật về quản lý hoạt động BHĐC cho các doanh nghiệp, người tham gia bán hàng đa cấp;

h) Xây dựng và trình các cấp có thẩm quyền ban hành hoặc sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật về quản lý bán hàng đa cấp;

i) Thực hiện các trách nhiệm khác theo quy định của Nghị định 40

- Ở cấp địa phương, Sở Công Thương có trách nhiệm giúp Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương thực hiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương trong các nội dung:

+ Thanh tra, kiểm tra, giám sát theo thẩm quyền hoạt động BHĐC tại địa phương;

+ Xử lý theo thẩm quyền hoặc báo cáo cấp có thẩm quyền xử lý các vi phạm pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật;

+ Báo cáo Bộ Công Thương về việc tiếp nhận hồ sơ thông báo hoạt động của doanh nghiệp bán hàng đa cấp tại địa phương;

+ Báo cáo theo định kỳ hàng năm với Bộ Công Thương về kết quả kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn;

+ Thực hiện các trách nhiệm khác theo quy định của pháp luật.

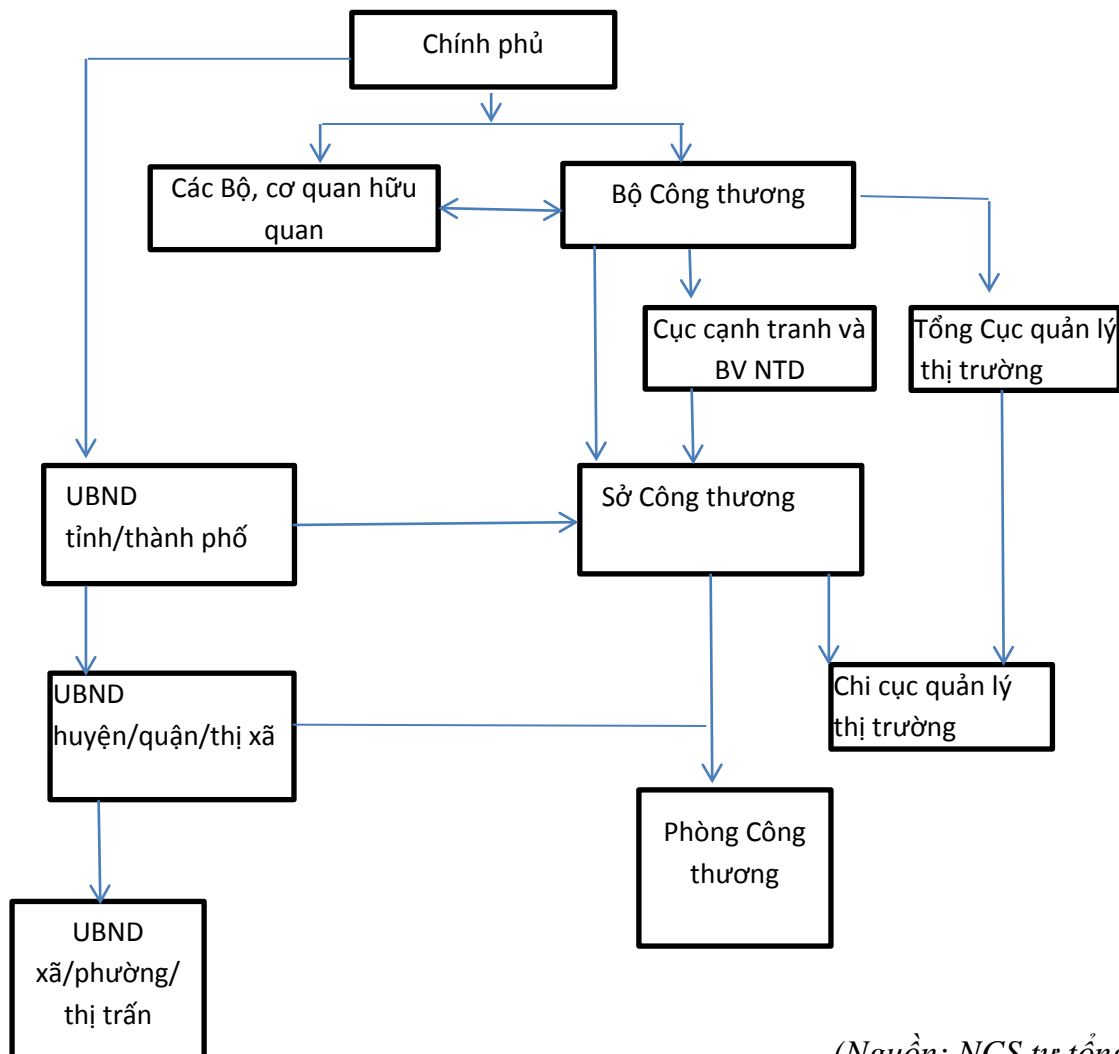
- Thực tế thì hiện nay, Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã và đang

rất tích cực thực hiện công tác quản lý đối với bán hàng đa cấp. Bắt đầu từ việc rà soát các doanh nghiệp khi bắt đầu thực hiện kinh doanh bán hàng đa cấp; đến việc tổ chức kì thi, cấp giấy chứng nhận và thu hồi chứng nhận kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp; đến việc giám sát các doanh nghiệp đã hoạt động có đáp ứng các điều kiện hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định tại Nghị định số 40/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp và tham gia giải quyết, xử lý các vi phạm trong bán hàng đa cấp...

Trong đợt kiểm tra kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp do Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng tổ chức diễn ra 29/12/2018 thì chỉ có 14 người đạt trên tổng số người tham dự 259.

### 3.2.1.2. Tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước và phân định chức năng, nhiệm vụ quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp

Bộ máy quản lý bán hàng đa cấp được thống nhất theo cả chiều ngang và chiều dọc từ Trung ương tới địa phương, cụ thể theo biểu đồ sau:



(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

**Biểu đồ 3.5: Mô hình tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**



Các cơ quan quản lý Nhà nước về bán hàng đa cấp ở Việt Nam đảm bảo tính thống nhất từ Trung ương đến địa phương, được quy định tại Chương VII Nghị định 40/2018/NĐ-CP, và được phân định chức năng, nhiệm vụ cụ thể:

*Cục Quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng* thuộc Bộ Công Thương có trách nhiệm giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện chức năng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp trong phạm vi cả nước.

*Tổng cục Quản lý thị trường* thuộc Bộ Công Thương có trách nhiệm giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện các nội dung quản lý thị trường thuộc nhiệm vụ và quyền hạn của Bộ Công Thương: a) Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương trong việc xây dựng, tổ chức và hoạt động của lực lượng quản lý thị trường theo quy định của pháp luật; b) Hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện các quy định của pháp luật và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật về kinh doanh hàng hóa, dịch vụ thương mại trên thị trường và các lĩnh vực khác theo quy định của pháp luật; c) Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương trong công tác phòng, chống buôn lậu, sản xuất và buôn bán hàng giả, hàng cấm, gian lận thương mại và các hành vi vi phạm khác thuộc lĩnh vực được giao quản lý theo quy định của pháp luật..

Do tính chất đặc thù, mới mẻ và hiện đại của mô hình bán hàng đa cấp ở Việt Nam nên việc quản lý có sự phức tạp, liên quan đến nhiều cơ quan quản lý Bộ, Ngành và UBND các cấp, đòi hỏi sự kết hợp quản lý của Cục quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công Thương, Tổng cục hải quan, Bộ Khoa học, công nghệ và môi trường, Bộ Công an,...

Theo Chỉ thị 30/CT-TTg ban hành 31/10/2016 về việc tăng cường quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp thì Thủ tướng Chính phủ yêu cầu: *Bộ Công Thương* cùng các Bộ, ngành phối hợp trong công tác thanh tra, kiểm tra việc thực hiện các quy định của pháp luật về an toàn thực phẩm, các hoạt động khuyến mại, quảng cáo, hội nghị, hội thảo, tuyên truyền về các sản phẩm được phép kinh doanh theo phương thức đa cấp thuộc phạm vi thẩm quyền do pháp luật quy định.

Đồng thời, Bộ Công Thương chỉ đạo lực lượng quản lý thị trường các cấp chủ trì, phối hợp với lực lượng chức năng kiểm tra, đánh giá nguồn gốc xuất xứ, chất lượng hàng hóa của doanh nghiệp đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký bán hàng đa cấp, đặc biệt là hàng hóa được sản xuất, gia công trong nước.

*Bộ Công an* chỉ đạo các lực lượng nghiệp vụ, công an các cấp tăng cường công tác nắm tình hình, kịp thời phát hiện, điều tra làm rõ các tổ chức, cá nhân kinh doanh theo phương thức đa cấp hoặc lợi dụng kinh doanh đa cấp biến tướng nhằm thực hiện các hành vi vi phạm pháp luật như lừa đảo chiếm đoạt tài sản, trốn thuế, gian lận thương mại buôn lậu, sản xuất kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, huy động

tài chính trái phép, kinh doanh trái phép... trên phạm vi cả nước để xử lý nghiêm theo quy định của pháp luật, góp phần rắn đê, giáo dục phòng ngừa chung, đảm bảo an ninh trật tự, an toàn xã hội; giám sát chặt quá trình xuất, nhập khẩu và kinh doanh

Thủ tướng cũng yêu cầu *Bộ Tư pháp* chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan khẩn trương nghiên cứu, đề xuất cấp có thẩm quyền bổ sung quy định về xử lý hình sự đối với hoạt động của các doanh nghiệp sử dụng mô hình đa cấp để kinh doanh trái phép.

*Bộ Y tế* chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật trong quá trình sản xuất, sơ chế, chế biến, bảo quản, vận chuyển, xuất khẩu, nhập khẩu, kinh doanh các sản phẩm thực phẩm, mỹ phẩm và sản phẩm khác của các doanh nghiệp BHĐC thuộc phạm vi thẩm quyền được pháp luật quy định.

*Bộ Tài chính* công khai thông tin kịp thời, chính xác, khách quan về kết quả thanh tra, kiểm tra thuế đối với các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp trên địa bàn toàn quốc.

*Bộ Khoa học và Công nghệ* chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành và các đơn vị có liên quan thực hiện hoạt động thanh tra, kiểm tra để xử lý các hành vi vi phạm quy định pháp luật của các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp trong lĩnh vực tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng sản phẩm hàng hóa, sở hữu trí tuệ thuộc phạm vi thẩm quyền được pháp luật quy định.

*Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn* chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan trong việc phát hiện, ngăn chặn và xử lý các vi phạm trong quá trình sản xuất, gia công, sang chai, chiết xuất, đóng gói, nhập khẩu kinh doanh, vận chuyển, quảng cáo đối với các sản phẩm của các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp thuộc phạm vi thẩm quyền được pháp luật quy định, đặc biệt chú trọng vào sản phẩm phân bón.

*Bộ Thông tin và Truyền thông* chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương xây dựng và triển khai các chương trình truyền thông về pháp luật bán hàng đa cấp, các biến tướng của bán hàng đa cấp trên các phương tiện truyền thông đại chúng cho các cơ quan quản lý, báo chí, doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp và người tham gia bán hàng đa cấp; chỉ đạo các cơ quan báo chí: Triển khai xây dựng các chương trình thường kỳ, các chuyên mục để tuyên truyền, phổ biến pháp luật về bán hàng đa cấp và cảnh báo cho người dân về hoạt động bán hàng đa cấp bất chính, biến tướng; Phản ánh, cung cấp thông tin chính xác, khách quan về tình hình hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp.

*Ngân hàng Nhà nước Việt Nam* chỉ đạo các tổ chức tín dụng tuân thủ các quy định về xác nhận, quản lý tiền ký quỹ của doanh nghiệp bán hàng đa cấp theo quy định tại Nghị định 40/2018/NĐ-CP ngày 12/3/2018; phong tỏa tài khoản, kịp thời

ngăn chặn tổ chức, cá nhân liên quan tâu tán tài sản, tạo thuận lợi cho công tác điều tra, xử lý và thu hồi tài sản phạm tội trong hoạt động kinh doanh đa cấp.

Thủ tướng cũng yêu cầu *UBND các tỉnh, thành phố* chỉ đạo các cơ quan chức năng các cấp tăng cường công tác quản lý, giám sát, kiểm tra, thanh tra, phát hiện, xác minh, điều tra và xử lý vi phạm theo thẩm quyền đối với hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp, người tham gia BHĐC và các tổ chức, cá nhân kinh doanh theo phương thức đa cấp đối với mọi loại hình như dịch vụ và các hình thức kinh doanh đa cấp trái pháp luật khác trên địa bàn, trong đó chú trọng vào các hoạt động hội nghị, hội thảo, đào tạo.

Tổ chức tuyên truyền, phổ biến các quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp và những thủ đoạn lợi dụng bán hàng đa cấp để lừa đảo, chiếm đoạt tài sản để người dân, người tham gia BHĐC chủ động phòng ngừa, tránh bị lôi kéo, dụ dỗ tham gia vào bán hàng đa cấp bất chính, lợi dụng mô hình kinh doanh theo phương thức đa cấp để huy động tài chính, BHĐC khi chưa đăng ký với cơ quan có thẩm quyền.

Đồng thời, tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức về bán hàng đa cấp nói chung và pháp luật về quản lý bán hàng đa cấp cho doanh nghiệp, nhà phân phối – người tham gia BHĐC trên địa bàn để từ đó tuân thủ các quy định của pháp luật.

Kết quả điều tra về việc thực hiện nhiệm vụ của các tổ chức quản lý được NCS tổng kết như sau (*xem Phụ lục 10*):

- Doanh nghiệp bán hàng đa cấp đánh giá: đối với công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp nội dung phân công trách nhiệm được đánh giá cao nhất trong đó phân công trách nhiệm giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương được đạt 3.11 điểm giữa các bộ phận trong cùng một cấp đạt 3.93 điểm. Nội dung phối hợp giữa các cơ quan, giữa cơ quan trung ương và cơ quan địa phương đạt mức cao nhất là 2.96 điểm, các cơ quan trung ương đạt 2.25 điểm và sự phối hợp thấp nhất là ở các cơ quan địa phương đạt 2.11 điểm.

- Các cán bộ trong cơ quan quản lý bán hàng đa cấp đánh giá: đối với công tác tổ chức bộ máy QLNN về BHĐC nội dung phân công trách nhiệm được đánh giá cao nhất, trong đó phân công trách nhiệm giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt 3.11 điểm, giữa các bộ phận trong cùng cấp được đánh giá 3.93 điểm. Nội dung phối hợp giữa các cơ quan thì phối hợp giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt điểm cao nhất là 2.96 điểm, tiếp đến là phối hợp giữa các cơ quan trung ương đạt 2.25 điểm còn giữa các cơ quan địa phương chỉ đạt 2.11 điểm.

- Người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá: đối với công tác tổ chức bộ máy

QLNN về bán hàng đa cấp nội dung phân công trách nhiệm được các người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá ở mức khá, trong đó phân công trách nhiệm giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt 3.07 điểm và giữa các bộ phận trong cùng một cấp đạt 3.97 điểm. Đối với nội dung phối hợp giữa các cơ quan thì phối hợp giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt cao nhất 3.06 điểm, phối hợp của các cơ quan trung ương đạt 2.19 điểm và giữa các cơ quan địa phương đạt 2.17 điểm.

Việc phân định chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan có liên quan đều rõ ràng ở các văn bản quy định. Nhưng theo đánh giá của các đối tượng điều tra thì phân công trách nhiệm giữa Trung ương và địa phương còn thấp hơn giữa các cơ quan cùng cấp. Và kết quả là các cơ quan được phân công về mặt quy định, lý thuyết đã bao phủ hết những nội dung quản lý bán hàng đa cấp nhưng thực tế thì bán hàng đa cấp vẫn có những phát triển vượt ra khỏi những kiểm soát của các cơ quan quản lý và khi những sai phạm xảy ra lại không quy kết được trách nhiệm thuộc khâu quản lý của cơ quan nào.

Nhân sự trong bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp hiện nay cũng là một vấn đề hạn chế. Nhân sự có chuyên môn, khả năng quản lý bán hàng đa cấp ở cơ quan quản lý cấp Trung ương còn ít, cùng với đó là ở cấp địa phương thì hầu như là kiêm nhiệm, không bao quát được hết quá trình kinh doanh của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Số lượng cán bộ được giao thực hiện công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp rất hạn chế, trong khi khối lượng công việc rất lớn. Ở các địa phương, công tác quản lý bán hàng đa cấp chỉ giao cho một hoặc hai cán bộ kiêm nhiệm bên cạnh các công tác khác. Thiếu hụt nguồn nhân lực là một trong những khó khăn lớn nhất đối với cơ quan quản lý. Khi NCS khảo sát 3 đối tượng thì đều đánh giá là nhân lực ở các cơ quan quản lý đều kém (hơn 80% ý kiến), trong đó là có sự đánh giá về cả số lượng và chất lượng. Chính lực lượng nhân sự mỏng cũng là một nguyên nhân khiến cho không bao quát quản lý được hết tất cả các khâu trong kinh doanh đa cấp.

Còn khảo sát về việc thực hiện nhiệm vụ của các cơ quan chức năng khi điều tra các cán bộ quản lý như sau:

**Bảng 3.2: Đánh giá của các cán bộ quản lý về việc thực hiện trách nhiệm quản lý bán hàng đa cấp của các cơ quan quản lý Nhà nước về bán hàng đa cấp**

Ký hiệu	Đơn vị	Số phiếu	Điểm trung bình
C_5_1	Bộ Công thương	46	3.09
C_5_2	Bộ Công an	46	4.04
C_5_3	Bộ Tư pháp	46	3.17
C_5_4	Bộ Y tế	46	2.15
C_5_5	Bộ Tài chính	46	3.11
C_5_6	Bộ Khoa học và công nghệ	46	2.11
C_5_7	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn	46	3.07
C_5_8	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	46	3.24
C_5_9	UBND cấp địa phương	46	3.07
C_5_10	Sở Công thương địa phương	46	4.04
C_5_11	Tổng cục quản lý thị trường	46	4.09
C_5_12	Chi cục quản lý thị trường địa phương	46	3.17
C_5_13	Sự phối hợp giữa các cơ quan	46	4.02

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Như vậy theo đánh giá của các cán bộ quản lý thì Bộ khoa học và công nghệ thực hiện nhiệm vụ ở mức độ thấp nhất còn Tổng cục quản lý thị trường được đánh giá là thực hiện tốt hơn cả. Tuy nhiên, các cán bộ quản lý lại cho rằng sự phối hợp giữa các cơ quan trong quản lý bán hàng đa cấp cũng ở mức độ khá. Những đánh giá này có thể là căn cứ quan trọng để các cơ quan quản lý thay đổi năng lực, trách nhiệm quản lý đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

### **3.2.2. Thực trạng thực hiện nội dung quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Công tác quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam sẽ được tiến hành theo nội dung quản lý bắt đầu từ việc ban hành văn bản quy phạm pháp luật (ở cả cấp Trung ương và địa phương); sau đó là tuyên truyền phổ biến văn bản quản lý, tổ chức triển khai chính sách, pháp luật; kiểm tra, giám sát, phát hiện, điều tra và xử lý các trường hợp vi phạm quy định, pháp luật. Để thực hiện các công việc này, Nhà nước cần xây dựng và sử dụng tích cực bộ máy quản lý, các công cụ, phương pháp quản lý.

#### **3.2.2.1. Về ban hành các văn bản quản lý bán hàng đa cấp**

- Các cơ quan lập pháp sẽ chịu trách nhiệm ban hành các văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Trung ương, còn ở cấp địa phương, các Sở Công thương, UBND tỉnh/thành phố sẽ cụ thể hóa các văn bản đó sao cho phù hợp với cấp quản lý.

Chính phủ chịu trách nhiệm ban hành Luật, Nghị định có liên quan đến việc điều chỉnh bán hàng đa cấp: Luật Cạnh tranh, Luật Đầu tư, Nghị định 110, Nghị định 120, Nghị định 42, Nghị định 71, Nghị định 141, Nghị định 40, Nghị định 185, Luật Hình sự... Mỗi văn bản quản lý sau lại có sự chỉnh sửa, bổ sung cho phù hợp với bán hàng đa cấp hiện thời và khắc phục những sai sót của các văn bản ra đời trước.

- Các Luật, Nghị định, Thông tư:

Bên cạnh Luật Cạnh tranh 2004 (tuy nhiên đã hết hiệu lực), theo thời gian và diễn biến hoạt động của bán hàng đa cấp ở Việt Nam, các quy định, chính sách điều chỉnh bán hàng đa cấp hiện thời còn có:

+ Nghị định số 110/2005/NĐ-CP ban hành ngày 24 tháng 8 năm 2005 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Nghị định 110/2005/NĐ-CP chính thức thiết lập một cơ chế quản lý đối với BHĐC từ Trung ương đến địa phương với sự tham gia của Bộ Công Thương (thông qua Cục Quản lý cạnh tranh nay là Cục Cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng) và UBND các tỉnh (thông qua các Sở Công Thương). Theo quy định trong Nghị định 110/2005/NĐ-CP, các doanh nghiệp muốn tổ chức bán hàng đa cấp thì phải đăng ký với Sở Công Thương và sau đó mở rộng kinh doanh ra địa bàn nào thì thông báo với Sở Công Thương tỉnh đó. Một trong những điều kiện quan trọng để doanh nghiệp được đăng ký kinh doanh đa cấp đó là phải ký quỹ tối thiểu 5% vốn điều lệ nhưng không thấp hơn 1 tỷ đồng.

+ Nghị định số 120/2005/NĐ-CP ban hành ngày 30 tháng 9 năm 2005 về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh.

+ Thông tư số 19/2005/TT-BTM ban hành ngày 8 tháng 11 năm 2005 hướng dẫn một số nội dung quy định tại Nghị định số 110/2005/NĐ-CP;

+ Thông tư số 35/2011/TT-BCT ban hành ngày 23 tháng 9 năm 2005 sửa đổi bổ sung Thông tư số 19/2005/TT-BTM.

Thủ tục hành chính liên quan đến bán hàng đa cấp và các vấn đề cụ thể chưa được quy định tại Luật Cạnh tranh và các Nghị định nêu trên được quy định tại Thông tư số 19/2005/TT-BTM và Thông tư số 35/2011/TT-BCT.

- Nghị định 42/2014/NĐ-CP:

Sau gần 10 năm thực hiện, các văn bản quy định điều chỉnh bán hàng đa cấp đã bộc lộ một số bất cập, tính hiệu lực theo đánh giá là còn thấp. Kinh doanh đa cấp xuất hiện nhiều biến tướng theo chiều hướng tiêu cực, nhiều chủ thể lợi dụng các khe hở của chính sách - pháp luật để thực hiện các hành vi bất chính khiến cho mô hình kinh doanh đa cấp ngày càng trở nên xấu đi trong mắt cộng đồng xã hội và gây khó khăn cho công tác quản lý Nhà nước đối với phương thức này.

Từ thực tiễn đó, từ năm 2014, Chính phủ đã ban hành các văn bản quy định chính sách mới thay thế cho hệ thống văn bản, chính sách cũ để tăng cường hiệu quả

quản lý BHĐC. Luật Cạnh tranh, các Nghị định và Thông tư cũ điều chỉnh BHĐC đều bị thay thế với cơ chế quản lý chặt chẽ hơn, chế tài xử lý nghiêm khắc hơn.

Nghị định số 42/2014/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp, được ký ban hành ngày 14 tháng 5 năm 2014, chính thức có hiệu lực từ 01 tháng 7 năm 2014. Nghị định này thay thế cho Nghị định 110/2005/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp với những thay đổi cơ bản, quan trọng theo hướng thắt chặt quản lý đối với phương thức kinh doanh này như nâng cao điều kiện gia nhập, nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp đối với hoạt động của nhà phân phối – người tham gia, bổ sung nhiều quy định cấm, tăng cường sự tương tác giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý cũng như giữa các cơ quan quản lý, kiểm soát chặt chẽ hơn công tác đào tạo nhà phân phối của doanh nghiệp.

- Nghị định 71/2014/NĐ-CP:

Cùng quan điểm thắt chặt quản lý hoạt động bán hàng đa cấp của Nghị định 42/2014/NĐ-CP, Nghị định 71/2014/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Cạnh tranh về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh (thay thế Nghị định số 120/2005/NĐ-CP) cũng nâng cao mức tiền phạt đối với hành vi vi phạm pháp luật trong kinh doanh đa cấp lên tối đa 200 triệu đồng và bổ sung quy định xử lý đối với nhiều hành vi mới được quy định tại Nghị định 42/2014/NĐ-CP.

- Nghị định 185/2013/NĐ-CP:

Bên cạnh văn bản chuyên ngành, Nhà nước còn đưa ra quy định hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp trong Nghị định 185/2013/NĐ-CP về quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Luật Đầu tư 2014 ban hành ngày 26 tháng 11 năm 2014 trong phần Phụ lục 4: *Danh mục ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện* đã xếp *Kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp* vào phần này. Tại thời điểm 2014 thì bán hàng đa cấp chịu sự điều chỉnh của Luật Cạnh tranh 2004 và Luật Đầu tư 2014.

- Nghị định số 141/2018/NĐ-CP ban hành ngày 8 tháng 10 năm 2018 sửa đổi Nghị định 71/2014/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định quy định xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp.

- Cuối tháng 10 năm 2016, trước tình hình bán hàng đa cấp bất chính gây ra rất nhiều sai phạm, Chính phủ đã đưa ra Chỉ thị số 30/CT-TTg ngày 31 tháng 10 năm 2016 về việc tăng cường quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Trong Chỉ thị này, Thủ tướng yêu cầu Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ Tư pháp và các cơ quan liên quan rà soát các quy định không phù hợp để sửa đổi, bổ sung hoặc trình cấp có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung.

Đối với các trường hợp doanh nghiệp kinh doanh đa cấp khi chưa được cấp

Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp cần được xử lý nghiêm.

Tiến hành thường xuyên hoạt động thanh, kiểm tra về nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, hoạt động khuyến mại, quảng cáo, hội nghị, hội thảo, tuyên truyền về các sản phẩm mà doanh nghiệp đa cấp cung cấp.

Bộ Công an tăng cường điều tra, phát hiện và xử lý các tổ chức, cá nhân kinh doanh đa cấp hoặc lợi dụng kinh doanh đa cấp biến tướng nhằm thực hiện các hành vi vi phạm pháp luật như lừa đảo chiếm đoạt tài sản, trốn thuế, gian lận thương mại buôn lậu, sản xuất kinh doanh hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng, huy động tài chính trái phép, kinh doanh trái phép...

Thủ tướng cũng yêu cầu Bộ Tư pháp chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan khẩn trương nghiên cứu, đề xuất cấp có thẩm quyền bổ sung quy định về xử lý hình sự đối với hoạt động của các doanh nghiệp sử dụng mô hình đa cấp để kinh doanh trái phép, đa cấp biến tướng.

Ngoài ra, Chỉ thị cũng yêu cầu các bộ ngành liên quan tăng cường kiểm tra nguồn gốc, xuất xứ và chất lượng các thực phẩm, mỹ phẩm được các doanh nghiệp đa cấp phân phối...

- Tháng 9 năm 2017, Cục quản lý cạnh tranh (nay là Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng) đã đưa ra dự thảo sửa đổi Luật cạnh tranh sau hơn 10 năm thực thi, trong đó không còn đưa ra khái niệm về bán hàng đa cấp, cũng không xếp bán hàng đa cấp bất chính vào các hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Quốc hội đã ban hành Luật Cạnh tranh ngày 12/06/2018 và có hiệu lực bắt đầu từ 01/07/2019. Như vậy là đến thời điểm hiện nay chỉ có Luật Đầu tư 2014 có đề cập tới kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp nhưng không đưa ra khái niệm về bán hàng đa cấp.

- Trong năm 2017, Bộ Công Thương đã triển khai sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện các Nghị định của Chính phủ về xử lý vi phạm pháp luật trong bán hàng đa cấp. Bộ Công Thương cũng đã tiếp tục theo dõi, kiến nghị cơ quan chủ trì nghiên cứu, bổ sung quy định về tội phạm liên quan đến hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp vào Bộ luật hình sự 2015.

- Bộ Luật Hình sự 2017

Ngày 20 tháng 6 năm 2017, Quốc hội Khóa XIV nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam đã chính thức thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật hình sự 2015. Theo đó, lần đầu tiên Bộ luật hình sự có một tội danh riêng xử lý đối với các hành vi vi phạm trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp.

Theo quy định tại Điều 217a về tội danh *Vi phạm quy định về kinh doanh theo phương thức đa cấp*, người nào tổ chức hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp có thể bị phạt tiền tối đa đến 05 tỷ đồng, phạt tù tối đa đến 05 năm tù



trong các trường hợp sau đây:

1. *Hoạt động mà không có giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp; hoặc*

2. *Hoạt động không đúng với nội dung giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp.*

Trường hợp phạm tội có dấu hiệu lừa đảo chiếm đoạt tài sản sẽ bị xử lý theo Điều 174 Bộ luật hình sự về tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, trường hợp phạm tội có yếu tố sử dụng mạng máy tính, mạng viễn thông, phương tiện điện tử thì bị xử lý theo Điều 290 Bộ luật hình sự về tội sử dụng mạng máy tính, mạng viễn thông, phương tiện điện tử thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản.

Với quy định mới này, các cơ quan tổ tụng sẽ cơ sở để xử lý sớm các vụ việc sử dụng phương thức kinh doanh đa cấp để huy động vốn trái phép, ngăn chặn thiệt hại không đáng có cho người dân.

Bộ luật hình sự đã chính thức có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2018.

- Nghị định 40/2018/NĐ-CP

Để tiếp tục tăng cường tính hiệu lực của những văn bản quản lý Nhà nước đối với BHĐC, Chính phủ đã đưa ra quy định mới trong Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý kinh doanh đa cấp có hiệu lực từ tháng 5/2018 cơ bản như: quy định những loại hàng hóa không được kinh doanh theo phương thức đa cấp; quy định chặt chẽ hơn của Nhà nước đối với cả doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp và người tham gia bán hàng đa cấp; về điều kiện đăng ký kinh doanh đa cấp; về tăng mức ký quỹ của doanh nghiệp kinh doanh đa cấp và ban hành đính kèm theo phụ lục có biểu mẫu cụ thể trong hoạt động kinh doanh của đa cấp như: Mẫu giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp, mẫu bản cam kết, mẫu xác nhận ký quỹ,... mà trước đây Nghị định 42/2014/NĐ-CP không có.

Như vậy, có thể thấy Nghị định 40/2018/NĐ-CP đã thể hiện được sự quản lý sát sao hơn của Nhà nước đối với kinh doanh đa cấp và đã có những bước tiến quan trọng trong việc làm minh bạch, rõ ràng những hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh đa cấp giúp cho việc quản lý của Nhà nước chặt chẽ và hiệu quả hơn. Những quy định chặt chẽ hơn trong Nghị định 40 sẽ là cản trở ngay từ bước đầu cho các doanh nghiệp muốn kinh doanh bán hàng đa cấp bất chính và cũng gây khó khăn cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính. Đặc biệt, Nghị định 40 còn yêu cầu người tham gia phải cam kết bằng văn bản khi tham gia bán hàng đa cấp.

- Bên cạnh các văn bản quản lý được Trung ương ban hành, ở các địa phương như thành phố Hà Nội, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh, Cao Bằng, Quảng Trị, Kon Tum, Gia Lai... đều có những văn bản cấp địa phương (*xem Phụ lục 02b*), đảm bảo tính phù hợp đồng bộ vì một mặt triển khai các văn bản của Trung ương, mặt khác có

sự cụ thể điều chỉnh BHĐC ở phạm vi địa phương quản lý. Tuy nhiên, hiện nay vẫn còn rất nhiều các địa phương không có văn bản quản lý chuyên biệt về BHĐC để điều chỉnh cho địa phương, vẫn chỉ dùng lại áp dụng các văn bản Trung ương. Điều này cũng gây ra những khó khăn cho công tác quản lý BHĐC tại chính các địa phương này.

- Để đánh giá về các quy định và văn bản quản lý bán hàng đa cấp, NCS có kết quả điều tra sau:

+ Theo đánh giá của các doanh nghiệp đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam với số lượng phiếu trả lời là 280 phiếu hợp lệ, tiêu chí tính ổn định được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình đạt 3.75, tiếp đến là tính kịp thời điểm trung bình đạt 3.5, hai tiêu chí này được đánh giá khá (vì điểm trung bình nằm trong khoảng [3,4 – 4,2]). Bốn tiêu chí còn lại là đầy đủ, thống nhất và phù hợp, hiệu lực được đánh giá ở mức trung bình điểm đạt được nằm trong khoảng [2,61 – 3,4].

**Bảng 3.3: Đánh giá của các doanh nghiệp đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Ký hiệu	Văn bản quản lý	Số phiếu	Điểm trung bình
C.1.1	Đảm bảo tính đầy đủ	280	3.39
C.1.2	Đảm bảo tính thống nhất	280	3.18
C.1.3	Đảm bảo tính phù hợp	280	3.32
C.1.4	Đảm bảo tính ổn định	280	3.75
C.1.5	Đảm bảo tính hiệu lực	280	3.14
C.1.6	Đảm bảo tính kịp thời	280	3.5

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Như vậy, các doanh nghiệp đánh giá các văn bản quản lý bán hàng đa cấp đã đảm bảo tính ổn định ở mức cao nhất, tức là Nhà nước đang tạo một môi trường thuận lợi, bình ổn nhất cho bán hàng đa cấp tồn tại và phát triển. Còn các doanh nghiệp cho rằng tính hiệu lực của các văn bản quản lý bán hàng đa cấp vẫn ở mức độ thấp nhất bởi có lẽ các chính sách, pháp luật bán hàng đa cấp thì doanh nghiệp nhận thấy vẫn chưa được sự chấp hành nghiêm túc của các doanh nghiệp, nhà phân phối và người tiêu dùng.

+ Theo đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam với số lượng phiếu trả lời là 46 phiếu hợp lệ, tiêu chí tính ổn định được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình đạt 3.57, tiếp đến là tính hiệu lực điểm trung bình đạt 3.54 và tính đầy đủ đạt 3.52, tính phù hợp đạt 3.46, bốn tiêu chí này được đánh giá khá (vì điểm trung bình nằm trong

khoảng [3,4 – 4,2]. Các tiêu chí thống nhất và kịp thời được đánh giá ở mức trung bình điểm đạt được nằm trong khoảng [2,61 – 3,4].

**Bảng 3.4: Đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Ký hiệu	Văn bản quản lý	Số phiếu	Điểm trung bình
C_1_1	Đảm bảo tính đầy đủ	46	3.52
C_1_2	Đảm bảo tính thống nhất	46	3.41
C_1_3	Đảm bảo tính phù hợp	46	3.46
C_1_4	Đảm bảo tính ổn định	46	3.57
C_1_5	Đảm bảo tính hiệu lực	46	3.54
C_1_6	Đảm bảo tính kịp thời	46	3.35

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Cán bộ quản lý đánh giá về văn bản quản lý bán hàng đa cấp cũng đồng quan điểm với các doanh nghiệp là đã đạt tính ổn định. Tuy nhiên theo cán bộ quản lý thì các văn bản vẫn chưa đảm bảo tính kịp thời, thống nhất nên có thể không bắt kịp và xử lý thỏa đáng các biến đổi nhanh chóng trong bán hàng đa cấp hiện nay.

+ Theo đánh giá của người tham gia bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam với số lượng phiếu trả lời là 112, tiêu chí tính đầy đủ được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình đạt 3.54, tiếp đến là tính thống nhất điểm trung bình đạt 3.47 và tính kịp thời đạt 3.42, ba tiêu chí này được đánh giá khá (vì điểm trung bình nằm trong khoảng [3,4 – 4,2]). Các tiêu chí hiệu lực, ổn định và phù hợp được đánh giá ở mức trung bình điểm đạt được nằm trong khoảng [2,61 – 3,4].

**Bảng 3.5: Đánh giá của người tham gia bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Ký hiệu	Văn bản quản lý	Số lượng	Điểm trung bình
C1.1	Đảm bảo tính đầy đủ	112	3.54
C1.2	Đảm bảo tính thống nhất	112	3.47
C1.3	Đảm bảo tính phù hợp	112	3.3
C1.4	Đảm bảo tính ổn định	112	3.34
C1.5	Đảm bảo tính hiệu lực	112	3.37
C1.6	Đảm bảo tính kịp thời	112	3.42

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Theo người tham gia thì các văn bản quản lý hiện nay vẫn chưa đảm bảo tính phù hợp, ổn định, có thể người tham gia vẫn chưa được đảm bảo quyền lợi một cách thích hợp. Bên cạnh đó, người tham gia đánh giá các văn bản quản lý đã đảm bảo

tính đầy đủ ở mức độ cao, nguyên nhân có thể là người tham gia BHĐC hiện nay cũng phải tìm hiểu và chấp hành nhiều quy định của Nhà nước.

### 3.2.2.2. Về công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức về bán hàng đa cấp:

- Công tác tuyên truyền, phổ biến, trang bị những hiểu biết nhất định về BHĐC rất quan trọng. Bởi vậy Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam thường xuyên mở các lớp ôn tập để kiểm tra kiến thức pháp luật về BHĐC có tính phí cho nhà phân phối của các công ty BHĐC, sau đó Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng sẽ tổ chức thi và cấp chứng nhận cho các nhà phân phối đạt yêu cầu kiểm tra kiến thức pháp luật. Ngoài ra hiện nay các công ty BHĐC cũng liên tục mở các buổi phổ biến kiến thức, buổi hội thảo tập trung rất đông người tham gia. Trong các buổi này, theo quy định thì công ty phải có báo cáo với cơ quan chức năng và nội dung cuộc hội thảo chủ yếu là giới thiệu và chia sẻ về sản phẩm. Theo quy định mới, hội thảo có sự tham dự từ 10 người tham gia BHĐC trở lên, doanh nghiệp BHĐC có trách nhiệm thông báo tới cơ quan chức năng địa phương trước khi thực hiện. Tuy nhiên, nhiều buổi hội thảo của các doanh nghiệp tập trung nhiều người, nhiều thông tin không phù hợp đã vẫn được diễn ra mà không có báo cáo và sự kiểm soát của các cơ quan nơi diễn ra buổi hội thảo.

- Theo Sở Công thương Hà Nội, để giúp người dân hiểu rõ quy định của Nhà nước và của địa phương về hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp, Sở Công Thương đã đăng tải nội dung tuyên truyền về hoạt động BHĐC lên website của Sở, cũng như thông tin về kết quả kiểm tra, xử lý vi phạm đối với hoạt động BHĐC; danh sách các doanh nghiệp đã thông báo hoạt động BHĐC trên địa bàn; danh sách các doanh nghiệp bị thu hồi giấy phép BHĐC hay thông báo chấm dứt hoạt động. Năm 2018, Sở Công Thương đã phát hành 24.000 cuốn tài liệu tuyên truyền pháp luật về hoạt động BHĐC dưới dạng hỏi - đáp tới các quận, huyện, thị xã, các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn thành phố để tuyên truyền đến người dân, sinh viên. Sở cũng phối hợp cùng các sở, ngành chức năng, UBND các cấp tuyên truyền đến các tổ dân phố qua phương tiện đài truyền thanh để nâng cao nhận thức của người dân; tiếp nhận và gửi văn bản cung cấp thông tin, hồ sơ thông báo tổ chức các hội nghị, hội thảo, đào tạo về bán hàng đa cấp cho các sở, ngành, UBND các quận, huyện, thị xã để nắm bắt, phối hợp kiểm tra, giám sát đối với việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, đào tạo về BHĐC theo thẩm quyền [71]

- Việc tuyên truyền, tiếp nhận các thông tin còn được thực hiện bởi chính các doanh nghiệp. Nhưng theo Bộ Công thương, đến cuối năm 2018, trong 18 doanh

nghiệp có báo cáo hoạt động lên Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng thì 7/18 doanh nghiệp chưa hoàn thành điều kiện về hệ thống công nghệ thông tin quản lý người tham gia BHĐC (Công ty Cổ phần Đầu tư Sản xuất và Thương mại Sen Việt Group; Công ty TNHH Thương mại Việt Nam Quốc tế Mura; Công ty TNHH MTV Thương mại Mỹ Lợi; Công ty TNHH Homeway Việt Nam; Công ty TNHH Morinda Việt Nam; Công ty TNHH Total Swiss Việt Nam; ông ty TNHH Tam Sinh Yotofo Việt Nam); 2/18 doanh nghiệp báo cáo chưa hoàn thành điều kiện về trang thông tin điện tử (Công ty Cổ phần Đầu tư Sản xuất và Thương mại Sen Việt Group; Công ty TNHH Total Swiss Việt Nam). Và 2/18 doanh nghiệp chưa hoàn thành điều kiện về hệ thống thông tin liên lạc để tiếp nhận thắc mắc, khiếu nại của người tham gia BHĐC, đơn cử như Công ty TNHH Total Swiss Việt Nam. Điều này cũng gây cản trở rất lớn cho người tham gia và người tiêu dùng của các công ty trong việc tiếp cận thông tin.

- NCS có khảo sát các cán bộ quản lý khi đánh giá về công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý BHĐC thông qua bảng sau:

**Bảng 3.6: Đánh giá của các cán bộ QLNN về công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp**

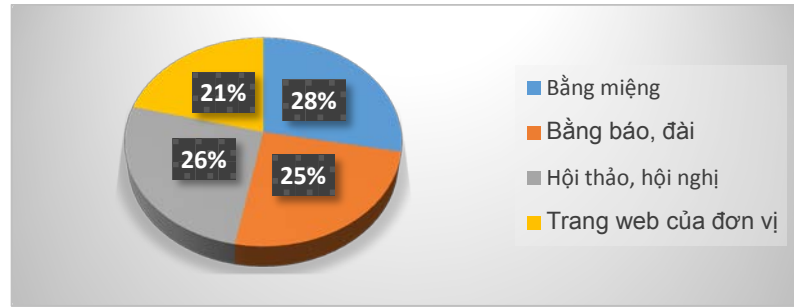
Ký hiệu	Nội dung công việc	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C_6_1	Truyền thông			4	12	30	4.57
				8.7%	26.1%	65.2%	
C_6_2	Hướng dẫn thủ tục, quy trình đăng ký kinh doanh			3	38	5	4.24
				6.5%	82.6%	10.9%	
C_6_3	Hướng dẫn quy trình giải quyết khiếu nại, xử lý vi phạm		4	32	10		3.17
			8.7%	69.6%	21.7%		

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Kết quả khảo sát cho thấy, đối với công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý BHĐC thì công tác truyền thông được đánh giá cao nhất đạt 4.57 điểm, công tác hướng dẫn quy trình giải quyết khiếu nại, xử lý vi phạm điểm đánh giá thấp nhất đạt 3.17 điểm. Điều này cho thấy các cán bộ quản lý đánh giá rất cao vai trò của truyền thông trong hướng dẫn thực thi văn bản quản lý BHĐC.

Về hình thức tuyên truyền, theo điều tra cán bộ quản lý thì đối với các cơ quan quản lý, hình thức hay được sử dụng nhất là bằng miệng (chiếm 28%) và hình

thức sử dụng ít nhất là trang web của đơn vị (chiếm 21%). Việc tuyên truyền bằng miệng có thể phù hợp với văn hóa, dân trí của chúng ta và có thể dễ tiếp cận hơn.



(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

### **Biểu đồ 3.6: Các hình thức tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp**

3.2.2.3. Về tổ chức thực hiện các văn bản quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp:

- Chính phủ có đưa ra những hướng dẫn về việc tổ chức thực hiện đăng kí kinh doanh đa cấp tại địa phương; tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo về bán hàng đa cấp; quản lý người tham gia bán hàng đa cấp; Định kỳ 06 tháng, doanh nghiệp bán hàng đa cấp có trách nhiệm báo cáo tới Bộ Công Thương và Sở Công Thương nơi doanh nghiệp có thực hiện bán hàng đa cấp về hoạt động bán hàng đa cấp của doanh nghiệp (trong Nghị định 40/2018/NĐ-CP).

Bộ Công Thương đã ban hành Thông tư số 10/2018/TT-BCT quy định chi tiết thi hành, một số điều của Nghị định số 40/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp nhằm hướng dẫn thống nhất các doanh nghiệp thực hiện hoạt động theo đúng quy định và chủ yếu là hướng dẫn quy trình tổ chức, kiểm tra, xác nhận kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp. Theo đó, quy trình tổ chức kiểm tra kiến thức pháp luật bán hàng đa cấp như sau:

+ Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng tổ chức hoặc ủy quyền bằng văn bản cho cơ sở đào tạo kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp tổ chức đợt kiểm tra kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp theo quy trình như sau:

(1) Kiểm tra tính đầy đủ, hợp lệ của hồ sơ đăng ký kiểm tra, xác nhận kiến thức pháp luật BHĐC theo quy định tại khoản 1 Điều 39 Nghị định số 40/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp.

(2) Lên kế hoạch về thời gian, địa điểm, phương thức kiểm tra.

(3) Thông báo kế hoạch kiểm tra.

(4) Tổ chức kiểm tra.

(5) Đánh giá kết quả kiểm tra.

(6) Thông báo kết quả kiểm tra.

Trước ngày 10 hàng tháng, doanh nghiệp bán hàng đa cấp có trách nhiệm cập nhật và gửi tới Sở Công Thương nơi doanh nghiệp đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp (gửi trực tiếp, qua đường bưu điện hoặc qua thư điện tử) danh sách người tham gia bán hàng đa cấp cư trú tại địa phương của tháng trước đó (ghi rõ: Họ tên, ngày tháng năm sinh, địa chỉ nơi cư trú (thường trú hoặc tạm trú trong trường hợp không cư trú tại nơi thường trú), số chứng minh nhân dân hoặc số căn cước công dân hoặc số hộ chiếu, số hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp, mã số người tham gia, điện thoại liên hệ của người tham gia bán hàng đa cấp).

Liên quan đến việc thông báo tạm ngừng hoạt động bán hàng đa cấp, Nghị định 40 của Chính phủ cũng quy định, trong thời gian tối thiểu 30 ngày trước ngày tạm ngừng hoạt động bán hàng đa cấp, doanh nghiệp phải có trách nhiệm nộp hồ sơ thông báo quy định, tới Sở Công Thương nơi doanh nghiệp có hoạt động bán hàng đa cấp hoặc gửi qua đường bưu điện.

Niêm yết công khai thông báo tạm ngừng hoạt động bán hàng đa cấp tại trụ sở chính, chi nhánh, văn phòng đại diện, địa điểm kinh doanh, trang thông tin điện tử của doanh nghiệp và thông báo cho người tham gia bán hàng đa cấp của doanh nghiệp.

Trong trường hợp doanh nghiệp tự chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương, trong thời hạn 10 ngày làm việc kể từ ngày nhận được hồ sơ thông báo chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp hợp lệ, Sở Công Thương ban hành văn bản xác nhận tiếp nhận hồ sơ thông báo chấm dứt hoạt động BHĐC tại địa phương, công bố trên trang thông tin điện tử của Sở Công Thương, thông báo cho Bộ Công Thương theo một trong các phương thức quy định tại khoản 5 Điều 10 Nghị định 40

Doanh nghiệp niêm yết công khai thông báo chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp tại trụ sở chính, chi nhánh, văn phòng đại diện, địa điểm kinh doanh, trang thông tin điện tử của doanh nghiệp và thông báo cho người tham gia bán hàng đa cấp của doanh nghiệp.

Trong thời hạn 10 ngày làm việc kể từ ngày nhận được hồ sơ thông báo chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp hợp lệ, Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng ban hành văn bản xác nhận hồ sơ thông báo chấm dứt hoạt động BHĐC, thông báo cho các Sở Công Thương trên toàn quốc và công bố trên trang thông tin điện tử của Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng.

+ Các địa phương, Sở Công thương và UBND cấp tỉnh, Phòng Công thương và UBND huyện chịu trách nhiệm phổ biến các văn bản của Trung ương và căn cứ tình hình địa phương để ban hành các văn bản quản lý bán hàng đa cấp. Tuy nhiên hiện nay, các tỉnh có văn bản chuyên biệt quản lý bán hàng đa cấp tại địa phương còn rất ít. Thành phố Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh là 2 địa bàn phương thức kinh doanh đa cấp diễn

ra sôi nổi nhưng văn bản ban hành quản lý bán hàng đa cấp còn nghèo nàn. Sở Công thương địa phương chỉ ban hành các văn bản hành chính thông thường mang tính phổ biến, hướng dẫn các lực lượng quản lý thị trường và Phòng kinh tế quận/huyện việc kiểm tra, giám sát hoạt động BHĐC tại địa bàn (*xem Phụ lục 02b*)

*3.2.2.4. Về công tác theo dõi, kiểm tra, giám sát, giải quyết khiếu nại, xử lý sai phạm trong bán hàng đa cấp*

*- Công tác cấp, sửa đổi, bổ sung Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động kinh doanh*

Năm 2017, Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã tiếp nhận 6 hồ sơ và đã trả cả 6 hồ sơ cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp do hồ sơ không đáp ứng quy định. Cục cũng cấp xác nhận sửa đổi bổ sung cho 43 hồ sơ, trả lại 7 hồ sơ do hồ sơ không đạt yêu cầu hoặc doanh nghiệp tự rút hồ sơ.

Cơ quan này cũng cấp 650 chứng chỉ đào tạo viên bán hàng đa cấp theo yêu cầu của 19 doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Cục cũng đã thu hồi 34 chứng chỉ đào tạo viên bán hàng đa cấp.

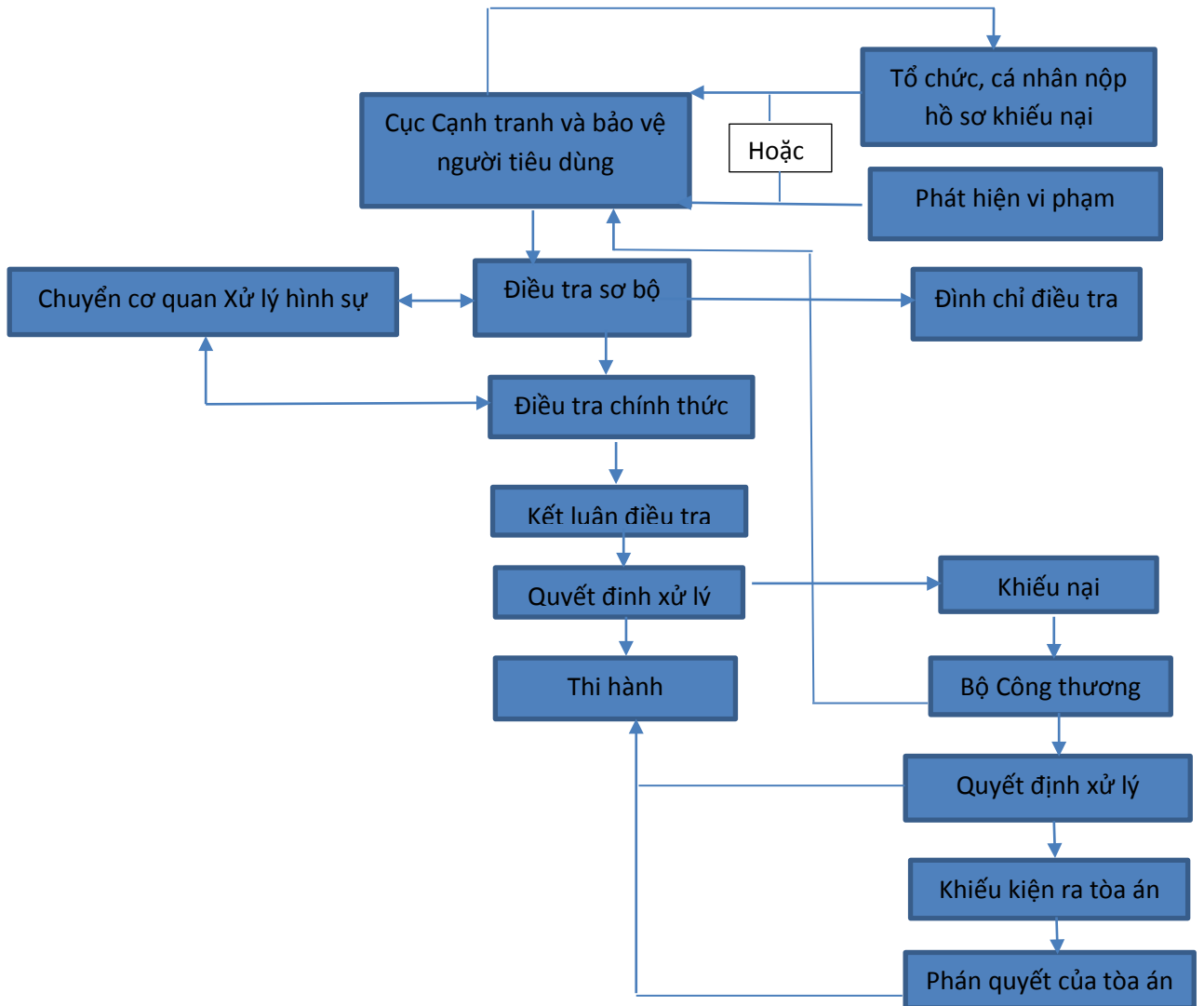
Theo Cục Cảnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, tính đến hết ngày 15 tháng 3 năm 2019, đã có 23/30 doanh nghiệp đang hoạt động theo giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp được cấp theo Nghị định số 42/2014/NĐ-CP được xác nhận đáp ứng các điều kiện đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định tại Nghị định số 40/2018/NĐ-CP (*xem Phụ lục 04*).

*- Cơ quan chịu trách nhiệm kiểm tra, giám sát, giải quyết khiếu nại và xử lý sai phạm*

Đối với mô hình bán hàng đa cấp ở nước ta hiện nay, việc kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm được giao trách nhiệm cho Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công Thương).

Quy trình xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp được thực hiện theo tổ tụng cạnh tranh. Cơ quan tiến hành tố tụng cạnh tranh bao gồm: Ủy ban cạnh tranh quốc gia, Hội đồng xử lý vụ việc hạn chế cạnh tranh, Hội đồng giải quyết khiếu nại quyết định xử lý vụ cạnh tranh, Cơ quan điều tra vụ việc cạnh tranh. Các cơ quan này có trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ được giao và phối hợp, hỗ trợ trong giải quyết các vi phạm của bán hàng đa cấp.





( Nguồn: NCS tự tổng hợp)

### Biểu đồ 3.7: Quy trình xử lý các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp

Các vi phạm phổ biến trong kinh doanh đa cấp thuộc về các doanh nghiệp đã được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh theo phương thức đa cấp; vi phạm của các doanh nghiệp tuy có bán hàng theo phương thức đa cấp nhưng chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đa cấp.

Cùng với đó là vi phạm của các doanh nghiệp không bán hàng theo phương thức đa cấp mà sử dụng phương thức đa cấp để kinh doanh dịch vụ hoặc huy động tài chính.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp biến tướng, bất chính đã ảnh hưởng rất lớn đến các doanh nghiệp bán hàng đa cấp làm ăn chân chính, gây những hoài nghi, cảnh giác của xã hội. Những tổn thất này thực sự rất lớn, nhiều khi kìm hãm sự phát triển của loại hình kinh doanh rất văn minh, hiện đại này cũng như gây khó khăn trong phân biệt, xử lý của các cơ quan quản lý Nhà nước.

Trong giai đoạn 2009 – 2018, Cục đã xử lý một số hành vi BHĐC bất chính:

**Bảng 3.7: Thống kê các hành vi bán hàng đa cấp bất chính bị xử lý**

Năm	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Số hành vi BHĐC bất chính vi phạm</b>	3	4	1	3	1	-	4	5	9	2

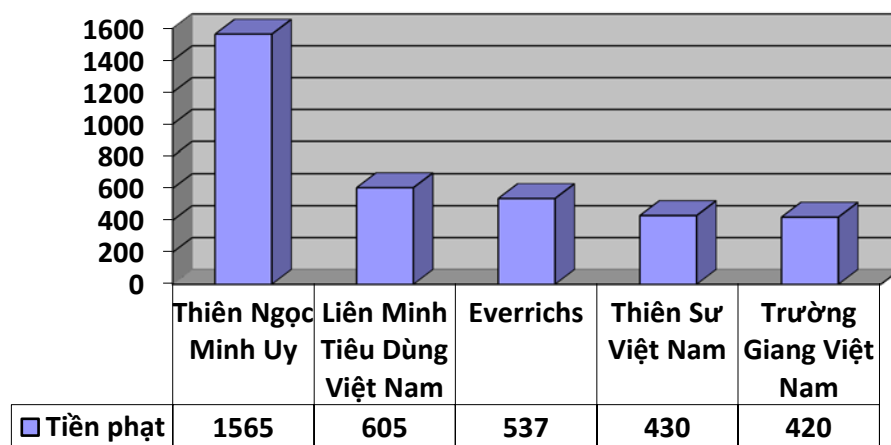
(Nguồn: Cục quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương)

- Công tác kiểm tra, xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp được đặc biệt chú trọng và đẩy mạnh trong năm 2016, 2017, 2018

Năm 2016, Cục quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã cử cán bộ tham gia đoàn kiểm tra liên ngành tiến hành kiểm tra đối với 07 doanh nghiệp bán hàng đa cấp đồng thời chủ động kiểm tra đối với 10 doanh nghiệp khác.

Từ tháng 6/2015 đến tháng 11 năm 2016, Cục quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã kiểm tra, khởi xướng điều tra 65 vụ việc đối với các Công ty bán hàng đa cấp, xử phạt 64 trường hợp với tổng tiền phạt trên 11 tỷ đồng. Trong thời gian vừa qua, các cơ quan chức năng đã phát hiện và xử lý 17 trường hợp doanh nghiệp hoạt động theo phương thức đa cấp nhưng chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp với tổng số tiền phạt là 653 triệu đồng.

(ĐV: Triệu đồng)



(Nguồn: Cục quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng – Bộ Công thương)

**Biểu đồ 3.8: Số tiền xử phạt một số công ty bán hàng đa cấp năm 2016**

Đặc biệt, vào ngày 25/4/2017, theo chỉ đạo của Bộ Công Thương, Cục Quản lý cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã điều tra theo quy định của Luật Cạnh tranh và ban hành quyết định xử lý đối với Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy trong đó phạt tiền 140.000.000 đồng đối với 3 hành vi vi phạm, đó là: Ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với người tham gia bán hàng đa cấp không bao gồm đầy đủ các nội dung cơ bản theo quy định của pháp luật, vi phạm quy định tại khoản 2

Điều 24, Nghị định 42/2014/NĐ-CP; Không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ đào tạo cơ bản về bán hàng đa cấp cho người tham gia bán hàng đa cấp theo quy định pháp luật vi phạm quy định tại khoản 1 Điều 20, Nghị định 42/2014/NĐ-CP; Duy trì nhiều hơn một mã số kinh doanh đa cấp đối với cùng một người tham gia bán hàng đa cấp vi phạm quy định tại điểm (p) khoản 1 Điều 5, Nghị định 42/2014/NĐ-CP.

Cục Quản lý thị trường đã xử phạt Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy tổng cộng 75.000.000 đồng đối với 2 hành vi: không thông báo với Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương nơi doanh nghiệp có hoạt động bán hàng đa cấp sau khi sửa đổi, bổ sung Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp và Kinh doanh hàng hóa có nhãn ghi không đúng các nội dung bắt buộc phải thể hiện trên nhãn theo tính chất hàng hóa.

Ngoài ra, theo báo cáo của các Sở Công Thương, trong năm 2016, Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy cùng các đại lý và người tham gia bán hàng đa cấp của mình đã thực hiện 80 lượt vi phạm đối với 13 hành vi quy định tại 34 tỉnh, thành phố, bị xử phạt tổng cộng hơn 1,5 tỷ đồng.

Ở các địa phương, tổng số tiền phạt năm 2016 là 6,5 tỷ đồng, gấp 2 lần so với năm 2015. Doanh nghiệp bị chính quyền các địa phương xử phạt nhiều nhất là Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy, với mức tiền phạt hơn 1,5 tỷ đồng.

Năm 2017, Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã trực tiếp tiến hành kiểm tra 4 doanh nghiệp bán hàng đa cấp, thì có 3 doanh nghiệp bị xử phạt số tiền 950 triệu đồng. 3 doanh nghiệp bị xử phạt là Công ty TNHH Nhã Khắc Lâm (30 triệu đồng); Công ty Cổ phần Everrichs (620 triệu đồng), Công ty Cổ phần Sản xuất và Thương mại Sen Việt Group (300 triệu đồng).

Cũng trong năm 2017, Cục Cảnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã điều tra, xử phạt đối với một số doanh nghiệp khác như Thiên Ngọc Minh Uy (140 triệu đồng); Công ty TNHH Herbalife Việt Nam (140 triệu đồng); Công ty Cổ phần Queenet Quốc tế (240 triệu đồng); Công ty TNHH World Việt Nam (80 triệu đồng); Công ty Người lái xe mặt trời (51 triệu đồng); Công ty TNHH Visi Việt Nam (30 triệu đồng).

Căn cứ kết quả kiểm tra, xử lý vi phạm, Cục đã thu hồi giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp của Công ty cổ phần Everrichs và Công ty TNHH BHIP.

Như vậy, đã có tổng cộng 9 doanh nghiệp bán hàng đa cấp bị xử phạt với tổng số tiền 1,631 tỷ đồng.

Trong năm 2017, Công ty bán hàng đa cấp có quy mô lớn nhất là Thiên Ngọc Minh Uy đã xin dừng hoạt động. Cục đã phối hợp với các cơ quan liên quan tiến hành giám sát việc chấm dứt hoạt động của doanh nghiệp.

Đến năm 2018, có một số công ty chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp: Công ty Vision, Công ty TNHH Khang Lợi Thái. Năm 2018 đã thanh tra đối với 8 doanh nghiệp bán hàng đa cấp; xử phạt vi phạm hành chính 2 doanh nghiệp với số tiền 130 triệu đồng và 1 điểm tư vấn dinh dưỡng 3 triệu đồng. Tháng 7/2019, Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã kết hợp với các cơ quan liên quan triển khai thanh tra chuyên ngành việc chấp hành pháp luật về kinh doanh theo phương thức đa cấp đối với Công ty TNHH MTV New Image Việt Nam và Công ty TNHH Thiên Sư Việt Nam. Kết quả thanh tra là cả 2 công ty đều có những tồn tại, hạn chế. Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã ban hành Quyết định số 75/QĐ-XPVPHC xử phạt Công ty TNHH MTV New Image Việt Nam số tiền 250 triệu đồng về 4 hành vi vi phạm đồng thời yêu cầu Công ty khắc phục các tồn tại, hạn chế. Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng đã ban hành Quyết định số 76/QĐ-XPVPHC xử phạt Công ty TNHH Thiên Sư Việt Nam số tiền 585.000.000 đồng (năm trăm tám mươi năm triệu đồng) về 9 hành vi vi phạm đồng thời yêu cầu Công ty khắc phục các tồn tại, hạn chế [71].

Sau khi Bộ Công Thương và các cơ quan chức năng tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm và triển khai đồng bộ nhiều giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động bán hàng đa cấp, hoạt động bán hàng đa cấp bất chính đã có dấu hiệu bị đẩy lùi, nhiều doanh nghiệp kinh doanh đa cấp bất chính bị loại bỏ khỏi thị trường. Tuy nhiên, các chủ thể kinh doanh đa cấp bất chính đã có xu hướng chuyển sang các mô hình hoạt động sử dụng phương thức đa cấp nhưng không mua bán hàng hóa thực sự để né tránh sự quản lý của cơ quan quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Mặc dù Bộ Công Thương và truyền thông đã có nhiều cảnh báo (ví dụ như cảnh báo về hoạt động đầu tư tiền ảo sử dụng mô hình đa cấp, hoạt động của Freedom Group, hoạt động của FutureNet...) nhưng tình trạng này vẫn còn tồn tại và lôi kéo sự tham gia của nhiều đối tượng. Khó khăn nữa được là Bộ luật hình sự năm 2015 (sửa đổi, bổ sung năm 2017) đã bổ sung điều 217a về tội vi phạm quy định về kinh doanh theo phương thức đa cấp để xử lý các đối tượng vi phạm này nhưng đến nay chưa có vụ việc nào bị xử lý mặc dù Luật mới đã có hiệu lực từ ngày 01/01/2018.

Bên cạnh đó còn có khó khăn là số lượng cán bộ được giao thực hiện công tác quản lý bán hàng đa cấp rất hạn chế, trong khi khối lượng công việc rất lớn.

Ở các địa phương, công tác quản lý bán hàng đa cấp chỉ giao cho một hoặc hai cán bộ kiêm nhiệm bên cạnh các công tác khác. Thiếu hụt nguồn nhân lực là một trong những khó khăn lớn nhất đối với cơ quan quản lý.

+ Về công tác giải quyết khiếu nại trong bán hàng đa cấp:

Trong năm 2016, Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng đã tiếp nhận, giải quyết khối lượng lớn các đơn thư khiếu nại, tố cáo, đơn đề nghị giải quyết yêu cầu mua lại, trả lại hàng hóa của người tham gia bán hàng đa cấp. Đối với những trường hợp tùy theo mức độ vi phạm, Cục có thể sử dụng phương pháp kinh tế, phương pháp giáo dục đối với những đối tượng vi phạm. Đối với trường hợp có dấu hiệu vi phạm pháp luật hình sự, Cục đã chuyển cho các cơ quan công an xem xét theo đúng thẩm quyền. Để thực hiện tốt công tác giải quyết khiếu nại tố cáo trong bán hàng đa cấp, Cục đã ban hành quy trình tiếp nhận, giải quyết khiếu nại, tố cáo của người tham gia bán hàng đa cấp.

Trong năm 2017, Bộ Công Thương cũng đã nhận được nhiều đơn khiếu nại của người tham gia bán hàng đa cấp về các vụ việc tham gia kinh doanh đa cấp hầu hết là không hoạt động bán hàng mà chỉ trao tiền cho người khác rồi hy vọng nhận được tiền lời cao. Đặc biệt, 100% các thỏa thuận về lợi nhuận đều không được ghi lại thành văn bản nên khi xảy ra tranh chấp cơ quan Nhà nước không có chứng cứ để xử lý.

Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy có quy mô kinh doanh đa cấp lớn nhất đã chấm dứt hoạt động (từ tháng 4/2017). Tại thời điểm chấm dứt hoạt động, công ty có 165.000 người tham gia, trên 20 chi nhánh, 41 địa điểm kinh doanh tại các địa phương. Nhận định tình hình có thể dẫn tới khiếu nại, khiếu kiện, tiềm ẩn khả năng ảnh hưởng tới an ninh trật tự ở các địa phương, đặc biệt trong tình huống Công ty Thiên Ngọc Minh Uy không còn khả năng hoặc từ chối hoàn trả tiền tham gia của người dân, Bộ Công Thương đã báo cáo Chính phủ chỉ đạo Bộ Công an và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương chủ động nắm tình hình và bảo đảm an ninh trật tự; thành lập tổ công tác gồm đại diện Bộ Công Thương và Cục Cảnh sát điều tra tội phạm kinh tế và tham nhũng (Bộ Công an) làm việc với Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy để theo dõi, giám sát quá trình công ty này thanh lý hợp đồng với người tham gia. Đồng thời hỗ trợ các Sở công thương và Ủy ban nhân dân các địa phương xây dựng phương án tiếp nhận khiếu nại, hướng dẫn và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của người tham gia bán hàng đa cấp tại Công ty Thiên Ngọc Minh Uy.

Đã có 15/63 tỉnh, thành phố (Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Quảng Ninh, Lạng Sơn, Yên Bái...) chỉ đạo các cơ quan chức năng xử lý các vấn đề phát sinh từ việc Công ty Thiên Ngọc Minh Uy chấm dứt hoạt động kinh doanh đa cấp, có phương án tiếp nhận khiếu nại, hướng dẫn người tham gia bán hàng đa cấp bảo vệ quyền lợi hợp pháp của mình; giám sát chặt chẽ hoạt động của Công ty Thiên Ngọc Minh Uy đảm bảo công ty này không hoạt động bán hàng đa cấp nữa theo thông báo chấm dứt; nắm bắt kịp thời tình hình thực tế tại địa phương để có kế hoạch giải quyết, xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh liên quan đến việc Công ty Thiên Ngọc Minh Uy

thanh lý hợp đồng với người tham gia.

Ngoài việc chủ động xử lý các tình huống phát sinh từ việc Công ty Thiên Ngọc Minh Uy ngừng hoạt động, năm 2017 Bộ Công Thương cũng đã kết thúc điều tra và xử phạt 4 doanh nghiệp bán hàng đa cấp có hành vi vi phạm pháp luật với tổng số tiền phạt 490 triệu đồng. Kết thúc kiểm tra và đang tiến hành thủ tục xử lý các vi phạm đối với 02 công ty bán hàng đa cấp khác có liên quan đến việc vi phạm pháp luật kinh doanh trong lĩnh vực này. Bộ Công Thương cũng đã tích cực hỗ trợ các sở Công thương địa phương thực hiện các thủ tục hành chính về xác nhận thông báo hoạt động, tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo về bán hàng đa cấp... của các doanh nghiệp.

Ngoài các vụ việc của Thiên Ngọc Minh Uy, còn có một số vụ việc xử lý vi phạm trong phương thức kinh doanh đa cấp gây chấn động cho xã hội Việt Nam (xem Phụ lục 08)

Theo khảo sát cán bộ ở các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp, NCS đưa ra bảng sau:

**Bảng 3.8: Đánh giá của cán bộ quản lý Nhà nước về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHDC**

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C_3_1	Sự phù hợp của hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát			1	38	7	4.13
				2.2%	82.6%	15.2%	
C_3_2	Chất lượng của kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát		2	24	20		3.39
			4.3%	52.2%	43.5%		
C_3_3	Năng lực của bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát	3	32	8	3		2.24
		6.5%	69.6%	17.4%	6.5%		
C_3_4	Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát có hợp lý		2	35	9		3.15
			4.3	76.1%	19.6%		
C_3_5	Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm có hợp lý			7	27	12	4.11
				15.2%	58.7%	26.1%	
C_3_6	Tuân thủ quy định của Nhà nước trong công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm			11	13	22	4.24
				23.9%	28.3%	47.8%	

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Kết quả từ bảng cho thấy, các cán bộ quản lý được điều tra cho rằng công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại vi phạm được cơ quan QLNN đánh giá cao nhất – đạt 4.24 điểm, nội dung về bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát đánh giá thấp nhất đạt 2.24 điểm. Đối với

các nội dung khác bao gồm hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát; Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm được đánh giá trên 4 điểm. Nội dung kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát và Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát đạt dưới 4 điểm, tức là các cán bộ quản lý đánh giá đây là hạn chế trong công tác quản lý BHĐC, cần phải thay đổi.

Theo khảo sát người tham gia bán hàng đa cấp về công tác thanh tra, giám sát và xử lý vi phạm trong quản lý bán hàng đa cấp, NCS đưa ra bảng sau:

**Bảng 3.9: Đánh giá của người tham gia về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHĐC**

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C3.1	Sự phù hợp của hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát			20	64	28	4.07
				17.9%	57.1%	25%	
C3.2	Chất lượng của kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát		2	76	32	2	3.3
			1.8%	67.9%	28.6%	1.8%	
C3.3	Năng lực của bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát			5	93	14	4.08
				4.5%	83%	2.5%	
C3.4	Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát có hợp lý			3	103	6	4.03
				2.7%	92%	5.4%	
C3.5	Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm có hợp lý			3	93	16	4.12
				2.7%	83%	14.3%	
C3.6	Tuân thủ quy định của Nhà nước trong công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm			25	53	34	4.08
				22.3%	47.3%	30.4%	

(Nguồn: Kết quả khảo sát của NCS)

Kết quả từ bảng cho thấy, quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm được người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá cao nhất – đạt 4.12 điểm, trong khi công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại vi phạm được cơ quan QLNN đánh giá cao nhất, công tác kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá thấp nhất đạt 3.3 điểm. Đối với các nội dung khác bao gồm hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát; Bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát; Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát và Công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại vi phạm được đánh giá đều trên 4 điểm.

Theo kết quả phỏng vấn các đối tượng có liên quan thì hiện nay ở Việt Nam đang phải đối mặt với những biến tướng trong kinh doanh đa cấp như sau:

+ Mô hình kinh doanh đa cấp xuất hiện ở rất nhiều lĩnh vực

Hiện nay, tại Việt Nam rất nhiều hàng hóa, dịch vụ, lĩnh vực ngành nghề được kinh doanh theo hình thức bán hàng đa cấp: du lịch, giáo dục, việc làm, một số hàng hóa nhạy cảm...

Theo Điều 4 của Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp thì vẫn còn quy định chung về đối tượng kinh doanh theo phương thức đa cấp, cùng với sự phát triển khó kiểm soát của các doanh nghiệp nên vẫn còn có sự biến tướng của hoạt động bán hàng đa cấp khi tồn tại ở rất nhiều lĩnh vực, len lỏi vào tất cả các mối quan hệ và các cơ quan

+ Bán hàng đa cấp mang bản chất của lừa đảo tiền

Ở Việt Nam hiện nay, người muốn tham gia bán hàng đa cấp phải trả tiền hoặc phải đặt cọc một khoản tiền. Những khoản tiền mà doanh nghiệp bán hàng đa cấp có được từ nghĩa vụ vô lý đã áp đặt cho người muốn tham gia phải thực hiện là những khoản tài chính bất chính mà doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã chiếm dụng được.

+ Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp thực hiện việc dồn hàng, bắt người tiêu dùng, người tham gia mua

Khi có đối tượng có ý định tiêu dùng và muốn tham gia bán hàng đa cấp, các công ty bán hàng đa cấp thường bắt buộc họ phải mua hàng hóa, hoặc khi họ không tuyển thêm được người tham gia cấp dưới, để duy trì vị trí, họ lại bắt buộc phải mua hàng. Doanh số bán của các công ty bán hàng đa cấp nhiều khi không phản ánh đúng thực chất nhu cầu của các khách hàng. Điều này là một biến tướng, gây khó kiểm soát và khó khăn cho người tham gia.

+ Người tham gia BHĐC không xuất phát từ nhu cầu tiêu dùng hoặc tự nguyện

Các doanh nghiệp BHĐC tại Việt Nam hiện nay tập trung chủ yếu ở việc lôi kéo, dụ dỗ người tham gia. Những buổi hội thảo, giới thiệu sản phẩm mới, đã biến thành những buổi diễn kịch, phô trương tài sản ảo của những người được cho là thành công trong bán hàng đa cấp. Từ đó, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp lừa dối và lôi kéo thêm người tham gia. Thực chất, người tham gia mua hàng không vì mục đích sử dụng mà vì lợi ích kinh tế và tiền hoa hồng quá hào nhoáng mà công ty BHĐC đã vẽ ra.

+ Mô hình trả thưởng “kim tự tháp ảo”

Nhiều doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam đang sử dụng mô hình trả thưởng nhị phân biến tướng để trả thưởng cho nhà phân phối. Đây là mô hình được đánh giá tiềm ẩn nhiều yếu tố lừa dối, gây thiệt hại cho người tham gia. Mặt khác, trên thế giới hiện nay các nước cấm doanh nghiệp BHĐC sử dụng mô hình này để trả hoa hồng cho người tham gia. Trong khi đó, theo quy định của Việt Nam quản lý BHĐC chưa có điều khoản nào quy định về vấn đề này.



Từ đó, ta thấy, các cơ quan QLNN nên có kế hoạch thanh tra, giám sát một cách rõ ràng, minh bạch, đầy đủ để có thể kịp thời ngăn chặn những hành vi BHĐC bất chính.

### **3.2.3. Thực trạng sử dụng công cụ, phương pháp quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

#### **3.2.3.1. Thực trạng sử dụng công cụ quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Công cụ được Nhà nước chủ yếu sử dụng trong quản lý BHĐC ở đây là các chính sách, quy định và các văn bản pháp luật (*xem Phụ lục 02a*). Các quy định và các văn bản pháp luật được đưa ra ở cả cấp Trung ương và được cụ thể hóa ở một số địa phương chính là những phương tiện hữu ích để Nhà nước điều chỉnh BHĐC. Điều này chứng tỏ việc định hướng cho phương thức kinh doanh đa cấp ở Việt Nam vẫn còn là vấn đề hạn chế do công cụ kế hoạch hóa là không được sử dụng trong quản lý BHĐC, nên sự lúng túng của các đối tượng liên quan là có trong quản lý và xử lý các nôi cộm trong BHĐC.

*Cụ thể:*

- Luật Cạnh tranh 2004:

Văn bản đầu tiên điều chỉnh BHĐC là Luật Cạnh tranh 2004, trong đó có đưa ra cách hiểu về BHĐC, giúp định hình một phương thức kinh doanh mới cần được quản lý ở Việt Nam.

Mặc dù là văn bản quy phạm pháp luật đầu tiên và cao nhất điều chỉnh đối với phương thức kinh doanh đa cấp nhưng Luật Cạnh tranh chỉ đưa ra khái niệm về BHĐC và quy định một số hành vi BHĐC bất chính bị cấm mà chưa đưa ra cơ chế quản lý đối với phương thức kinh doanh này. Luật Cạnh tranh quy kết BHĐC bất chính là hành vi cạnh tranh không lành mạnh và khi xảy ra vụ việc cần xử lý thì dùng quy định về tố tụng cạnh tranh.

Tuy nhiên Luật Cạnh tranh 2018 có hiệu lực từ ngày 1/7/2019 đã không có điều khoản quy định về BHĐC, đây là một khoảng trống về mặt pháp lý trong quản lý BHĐC.

- Luật Đầu tư 2014 hiện là văn bản pháp luật chính điều chỉnh BHĐC, xếp BHĐC là ngành, nghề kinh doanh có điều kiện.

- Chính sách quy định về mặt hàng kinh doanh trong BHĐC:

+ Quy định về những loại hàng hóa không được kinh doanh theo phương thức đa cấp bao gồm (Theo Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý kinh doanh đa cấp có hiệu lực từ tháng 5/2018):

(1) Thuốc, trang thiết bị y tế, các loại thuốc thú y (bao gồm cả thuốc thú y thủy sản);

(2) Thuốc bảo vệ thực vật, hóa chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn hạn chế sử

dụng và cấm sử dụng trong lĩnh vực gia dụng và y tế và các loại hóa chất nguy hiểm;

(3) Sản phẩm nội dung thông tin số.

+ Quy định yêu cầu Bộ Công thương phối hợp với các Bộ khác quản lý về an toàn thực phẩm, các hoạt động khuyến mại, quảng cáo, hội nghị, hội thảo, tuyên truyền về các sản phẩm được phép kinh doanh theo phương thức đa cấp thuộc phạm vi thẩm quyền do pháp luật quy định; Chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm (nếu có) về việc đáp ứng điều kiện kinh doanh các mặt hàng của doanh nghiệp đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động BHĐC thuộc thẩm quyền quản lý do pháp luật quy định; Chỉ đạo lực lượng quản lý thị trường các cấp chủ trì, phối hợp với lực lượng chức năng kiểm tra, đánh giá nguồn gốc xuất xứ, chất lượng hàng hóa của doanh nghiệp đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động BHĐC, đặc biệt là hàng hóa được sản xuất, gia công trong nước (Theo Chỉ thị 30/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ).

+ Chính sách quy định về vấn đề mua lại hàng hóa trong kinh doanh đa cấp

*1. Người tham gia bán hàng đa cấp có quyền trả lại hàng hóa đã mua từ doanh nghiệp bán hàng đa cấp, bao gồm cả hàng hóa được mua theo chương trình khuyến mại, trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng.*

*2. Hàng hóa trả lại phải đáp ứng các điều kiện sau đây:*

*a) Hàng hóa còn nguyên bao bì, tem, nhãn;*

*b) Kèm theo hóa đơn mua số hàng hóa được yêu cầu trả lại.*

Theo quy định tại khoản 1, 2 Điều 47 của Nghị định 40 về quy định mua lại, trả lại hàng hóa thì chủ thể có quyền trả lại sản phẩm được tiếp thị theo mô hình kinh doanh đa cấp là người tham gia BHĐC, chưa có quy định về quyền được trả lại hàng hóa của người tiêu dùng khi sản phẩm không đạt hiệu quả như lời chào mời mua hàng hoặc là gây thiệt hại cho bản thân người tiêu dùng.

Theo quy định tại khoản 3 Điều 47 Nghị định 40, khi thực hiện nghĩa vụ mua lại hàng hóa theo quy định thì doanh nghiệp BHĐC có trách nhiệm:

*Trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày người tham gia bán hàng đa cấp có yêu cầu trả lại hàng hóa hợp lệ, doanh nghiệp bán hàng đa cấp có trách nhiệm mua lại các hàng hóa đáp ứng điều kiện quy định tại khoản 2 Điều này và hoàn trả theo mức thỏa thuận với người tham gia bán hàng đa cấp nhưng không thấp hơn 90% số tiền mà người tham gia bán hàng đa cấp đã trả để nhận số hàng hóa đó.*

Có một thực tế rằng, bất cứ một doanh nghiệp BHĐC nào dù là chân chính thì nếu có cơ hội họ không bao giờ thực hiện theo quy định tại khoản 3 Điều 47 như trên, bởi vì động cơ tối đa hóa lợi nhuận sẽ không cho phép công ty làm như vậy. Đồng thời, các chi phí về quản lý, tái lưu kho và các chi phí hành chính khác như

chi phí nhân viên, chi phí giấy tờ,...luôn luôn phát sinh. Vì vậy, quy định này dường như là quy định không cần thiết và thiếu tính thực tế.

- Chính sách quy định đối với doanh nghiệp BHĐC:

+ Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý kinh doanh đa cấp mô tả cụ thể và thể hiện vai trò quản lý chặt chẽ hơn của Nhà nước đối với doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp có thêm những quy định mới về việc cấm các doanh nghiệp BHĐC:

(1) Cung cấp thông tin gian dối về kế hoạch trả lương, về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp;

(2) Thực hiện khuyến mại sử dụng mạng lưới gồm nhiều cấp, nhiều nhánh mà trong đó người tham gia chương trình khuyến mãi có nhiều hơn một vị trí, mã số hoặc các hình thức tương đương khác;

(3) Tổ chức các hoạt động trung gian thương mại theo quy định của pháp luật thương mại nhằm phục vụ cho việc duy trì, mở rộng và phát triển mạng lưới BHĐC;

(4) Tiếp nhận hoặc chấp nhận đơn hoặc bất kỳ hình thức văn bản nào khác của người tham gia bán hàng đa cấp, trong đó người tham gia BHĐC tuyên bố từ bỏ một phần hoặc toàn bộ quyền của mình theo quy định của Nghị định này hoặc cho phép doanh nghiệp không phải thực hiện nghĩa vụ đối với người tham gia BHĐC theo quy định của Nghị định này;

(5) Không sử dụng hệ thống quản lý người tham gia BHĐC đã đăng ký với cơ quan cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động BHĐC để quản lý người tham gia BHĐC.”

+ Nghị định 40/2018/NĐ-CP đã quy định tăng mức ký quỹ của doanh nghiệp kinh doanh đa cấp lên mức không được thấp hơn 10 tỷ đồng (tương đương với 5% vốn điều lệ). Như vậy mức ký quỹ đã tăng gấp đôi so với trước kia không được thấp hơn 5 tỷ đồng (tương đương 5% vốn điều lệ) được quy định trong Nghị định 42/2014/NĐ-CP.

Tiền ký quỹ là khoản tiền đảm bảo việc thực hiện các nghĩa vụ của doanh nghiệp BHĐC với người tham gia và Nhà nước trong trường hợp khi doanh nghiệp BHĐC chấm dứt hoạt động. Như vậy, có thể thấy việc tăng định mức ký quỹ lên gấp đôi (không thấp hơn 10 tỷ đồng) đã phần nào gia tăng được sự cam kết về trách nhiệm tài chính của doanh nghiệp kinh doanh đa cấp đối với người tham gia bán hàng và cơ quan quản lý trong hoạt động kinh doanh của mình.

- Chính sách quy định đối với người tham gia BHĐC:

Nghị định 40/2018/NĐ-CP có rất nhiều quy định đối với người tham gia BHĐC. Những quy định đối với người tham gia bán hàng đa cấp được đưa ra trong Chương 4:

*Quản lý người tham gia bán hàng đa cấp* và Điều 41 Chương 5 về *Trách nhiệm của người tham gia bán hàng đa cấp*. Đối với người tham gia bán hàng đa cấp, so với các văn bản quản lý trước, Nghị định 40 có thêm quy định mới về việc cấm thực hiện hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương nơi doanh nghiệp chưa được cấp giấy xác nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương.

- Chính sách quy định về cấp phép kinh doanh đa cấp và hậu kiểm:

+ Bên cạnh việc yêu cầu doanh nghiệp kinh doanh đa cấp phải có quy tắc hoạt động, chương trình trả lương, chương trình đào tạo cơ bản không trái quy định của pháp luật thì Nghị định 40/2018/NĐ-CP đã tiến một bước trong việc minh bạch hóa trong kinh doanh đa cấp, tạo cơ sở thuận lợi cho hoạt động quản lý của Nhà nước khi yêu cầu doanh nghiệp kinh doanh phải:

(1) Có mẫu hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp

(2) Có hệ thống thông tin quản lý mạng lưới người tham gia BHĐC, trang thông tin điện tử để cung cấp thông tin về doanh nghiệp và hoạt động BHĐC của doanh nghiệp;

(3) Có hệ thống thông tin liên lạc để tiếp nhận, giải quyết thắc mắc, khiếu nại của người tham gia bán hàng đa cấp.

+ Chương 2 Nghị định 40/2018/NĐ-CP quy định Bộ Công thương chịu trách nhiệm nhận hồ sơ, thẩm định hồ sơ và cấp hoặc thu hồi giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp ở phạm vi toàn quốc và chương 3 của Nghị định đưa ra quy định Sở Công thương chịu trách nhiệm về việc doanh nghiệp đăng ký cũng như thu hồi, chấm dứt bán hàng đa cấp ở địa bàn địa phương.

+ Chỉ thị 30/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ cũng đưa ra các cơ quan tham gia hậu kiểm trong quá trình bán hàng đa cấp diễn ra, tuy nhiên thực tế những vụ việc liên quan đến bán hàng đa cấp đã cho thấy sự phối hợp giữa các cơ quan này còn rất hạn chế. Có những sự vụ khi có đơn khiếu nại hay sự vào cuộc của các nhà báo, các phương tiện truyền thông thì các cơ quan hay người tiêu dùng mới biết, điều đó khẳng định công tác hậu kiểm, kiểm tra sau khi cấp giấy phép kinh doanh còn rất yếu kém.

*3.2.3.2. Thực trạng sử dụng phương pháp quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam*

- Phương pháp quản lý bán hàng đa cấp những năm qua Nhà nước vẫn chủ yếu sử dụng phương pháp hành chính, phương pháp giáo dục còn phương pháp kinh tế sử dụng nhưng chưa thực sự hiệu quả.

- Phương pháp kinh tế:

Nhà nước tăng mức ký quỹ của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp từ không được thấp hơn 5 tỷ đồng lên không được thấp hơn 10 tỷ đồng.

Nhà nước tăng mức xử phạt bằng tiền đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Để đảm bảo hiệu quả của cơ chế quản lý tại *Nghị định 110/2005/NĐ-CP*, *Nghị định 120/2005/NĐ-CP* quy định chế tài xử lý đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính với mức tiền phạt cao nhất là 100 triệu đồng. Đến *Nghị định 71/2014/NĐ-CP* thì mức tiền phạt tối đa đối với tổ chức vi phạm trong bán hàng đa cấp là 200 triệu đồng.

*Nghị định 141/2018/NĐ-CP* đưa ra quy định phạt tiền từ 80 - 100 triệu đồng đối với tổ chức thực hiện một trong các hành vi vi phạm sau (Trong khi trước đó, *Nghị định 71/2014/NĐ-CP* quy định mức phạt đối với các hành vi này là từ 60 - 100 triệu đồng):

+ Yêu cầu người khác phải đặt cọc hoặc nộp một khoản tiền nhất định để được ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp;

+ Yêu cầu người khác phải mua một số lượng hàng hóa nhất định để được ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp;

+ Cho người tham gia bán hàng đa cấp nhận tiền hoặc lợi ích kinh tế khác từ việc giới thiệu người khác tham gia vào hoạt động bán hàng đa cấp mà không phải từ việc mua, bán hàng hóa của người được giới thiệu đó;

+ Từ chối chi trả không có lý do chính đáng các khoản hoa hồng, tiền thưởng hay lợi ích kinh tế khác mà người tham gia bán hàng đa cấp có quyền hưởng; cung cấp thông tin gian dối về kế hoạch trả thưởng, về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp;

+ Cung cấp thông tin gian dối, gây nhầm lẫn về tính năng, công dụng của hàng hóa hoặc hoạt động của doanh nghiệp thông qua báo cáo viên, đào tạo viên tại hội nghị, hội thảo, đào tạo hoặc thông qua tài liệu của doanh nghiệp;

+ Không thực hiện hoặc thực hiện không đúng nghĩa vụ mua lại hàng hóa theo quy định của pháp luật

*Nghị định số 141/2018/NĐ-CP* cũng quy định rõ phạt tiền gấp hai lần mức tiền phạt đối với hành vi vi phạm quy định ở trên trong trường hợp hành vi vi phạm được thực hiện trên địa bàn từ hai tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương trở lên.

Ngoài việc bị phạt tiền theo quy định trên, tổ chức có hành vi vi phạm còn có thể bị áp dụng một hoặc một số hình thức xử phạt bổ sung và biện pháp khắc phục hậu quả như: Buộc cải chính công khai; tịch thu tang vật, phương tiện được sử dụng để vi phạm pháp luật về cạnh tranh bao gồm cả tịch thu khoản lợi nhuận thu được từ việc thực hiện hành vi vi phạm..

*Nghị định số 141/2018/NĐ-CP* đã bổ sung mức phạt từ 20 - 25 triệu đồng đối với cá nhân tham gia vào hoạt động của tổ chức, cá nhân kinh doanh theo phương thức đa cấp chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp bị phạt .

Phạt tiền từ 30 - 40 triệu đồng đối với cá nhân tổ chức hội nghị, hội thảo, đào

tạo, giới thiệu về hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp của mình hoặc tổ chức, cá nhân khác khi chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động BHĐC

Đồng thời, phạt tiền từ 40 - 50 triệu đồng đối với cá nhân kinh doanh theo phương thức đa cấp khi chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp thu lợi bất chính đến dưới 200 triệu đồng hoặc gây thiệt hại cho người khác đến dưới 500 triệu đồng.

Cùng với đó còn có *Nghị định 124/2015/NĐ-CP* ban hành ngày 19/11/2015 sửa đổi, bổ sung một số điều của *Nghị định số 185/2013/NĐ-CP* ngày 15/11/2013 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, ở Điều 92 Mục 13 cũng đưa ra các mức phạt bằng tiền đối với các hành vi vi phạm về hoạt động bán hàng đa cấp.

Như vậy, phương pháp kinh tế cũng đã được Nhà nước sử dụng triệt để, quy định rõ mức tiền phạt có tăng hơn so với những quy định trước và những trường hợp bị phạt. Tuy nhiên, phương pháp này còn cần có sự hỗ trợ của các phương pháp khác cũng như các công cụ quản lý khác khi thực hiện, bên cạnh đó cần có sự thống nhất về xử phạt vi phạm trong bán hàng đa cấp.

- Phương pháp hành chính: Phương pháp hành chính cũng được Nhà nước sử dụng triệt để ở đây để góp phần quản lý bán hàng đa cấp.

Với những văn bản mẫu hướng dẫn, *Nghị định 40/2018/NĐ-CP* cũng đưa ra một số quy định nhằm đơn giản hóa thủ tục hành chính: hạn chế các trường hợp sửa đổi bổ sung giấy chứng nhận; áp dụng thủ tục thông báo trong trường hợp có thay đổi danh mục hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp; áp dụng cơ chế tự động trong thủ tục thông báo hội nghị, hội thảo, đào tạo. Điều này rất hữu ích khi Nhà nước sử dụng phương pháp hành chính để quản lý bán hàng đa cấp.

- Phương pháp tuyên truyền, giáo dục về bán hàng đa cấp cũng được thực hiện thường xuyên hơn ở cả Trung ương và địa phương.

Trên trang thông tin của Bộ Công thương, cụ thể là của Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng cũng có riêng một mục thông tin về bán hàng đa cấp. Bộ Công thương hàng năm cũng tổ chức các buổi hội thảo để báo cáo, tổng kết và nhận diện về tình hình bán hàng đa cấp, quản lý bán hàng đa cấp ở toàn quốc.

Một số địa phương, Sở Công thương và các ban ngành khác, bằng các hình thức cũng cung cấp cho người dân các thông tin về bản chất của bán hàng đa cấp, về những cảnh báo, về những sự vụ liên quan đến bán hàng đa cấp xảy ra trên địa bàn.

### **3.3. Đánh giá chung về thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

#### **3.3.1.. Những kết quả đạt được**

Gần 20 năm bán hàng đa cấp du nhập vào Việt Nam, công tác quản lý Nhà nước đã đạt được những thành công:

##### *3.3.1.1. Về bộ máy quản lý Nhà nước và việc phân định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn trong quản lý đối với bán hàng đa cấp*

- Bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp đã đảm bảo tính phù hợp, đồng bộ, thống nhất; tính công bằng

Nhà nước đã hình thành, phân công, phân quyền cũng như giao phó sự chịu trách nhiệm cho cơ quan chính trong việc quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Đã phân định rõ trách nhiệm từng công việc cho các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp, từ việc cấp giấy đăng ký kinh doanh bán hàng đa cấp, chứng chỉ đào tạo, chế độ báo cáo khi diễn ra các buổi hội thảo, tư vấn, đến thanh tra, giám sát, giải quyết những khiếu nại và tiến hành điều tra các vụ kiện, quyết định xử lý các vi phạm.

Sự quản lý theo hệ thống dọc từ Trung ương (Chính Phủ) đến địa phương (UBND tỉnh), theo chuyên môn (Bộ Công thương, mà trực tiếp là Cục cạnh tranh và BV NTD, đến các Sở Công thương) đã thể hiện được tính thống nhất, tính công bằng giữa quyền và nghĩa vụ. Ngoài ra, bán hàng đa cấp còn chịu sự quản lý của các cơ quan hữu quan như Tổng Cục quản lý thị trường, Tổng cục hải quan, Bộ Tài chính, Bộ Công an... Nhà nước cũng đã đưa ra cơ chế phối hợp giữa các cơ quan này để đảm bảo quản lý các công đoạn, các đối tượng liên quan trong bán hàng đa cấp.

Trong các cơ quan quản lý cũng đã phân công nhiệm vụ, trách nhiệm cho các cán bộ theo dõi quản lý các diễn biến của phương thức kinh doanh đa cấp.

- Bộ máy quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp đã hoạt động đảm bảo tính hiệu quả.

Các cơ quan quản lý đã cố gắng hoàn thành công việc quản lý kinh doanh đa cấp được giao phù hợp với những chi phí đã chi ra cho công tác quản lý.

Cùng với sự đổi mới của nền kinh tế, sự hội nhập sâu rộng, mở cửa và liên kết kinh tế quốc tế, thì công tác quản lý Nhà nước về kinh tế nói chung và công tác QLNN đối với hoạt động BHĐC nói riêng ở Việt Nam đã dần theo kịp tình hình thực tế, tạo điều kiện về môi trường cho hoạt động kinh doanh BHĐC tại Việt Nam. Bán hàng đa cấp là hoạt động kinh doanh được hầu hết các quốc gia trên thế giới thừa nhận và thực chất là một phương thức tiếp thị bán lẻ hàng hóa. Vì vậy, trong quá trình đàm phán gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO), Việt Nam cũng thừa nhận hoạt động này. Chính môi trường kinh doanh thuận lợi nên HĐ BHĐC giai đoạn đầu mới có tốc độ phát triển rất nhanh về số lượng doanh nghiệp, người

tham gia, doanh thu, số thuế đóng góp cho Nhà nước.

Môi trường quản lý đã giúp sàng lọc những doanh nghiệp bán hàng đa cấp bất chính, lừa đảo làm hại những người tham gia, người tiêu dùng. Mặc dù thời gian gần đây, rất nhiều vụ việc phát sinh từ hệ lụy của bán hàng đa cấp, khiến cho dư luận xã hội phải lên tiếng nhưng Nhà nước vẫn thống nhất duy trì những quy định và hành lang quy định cho phép hoạt động này diễn ra.

### *3.3.1.2. Về nội dung quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp*

Nội dung quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp vẫn đảm bảo tính ổn định.

Các cơ quan QLNN đối với bán hàng đa cấp từ Trung ương tới địa phương vẫn đang ngày càng củng cố, tích cực hỗ trợ cho Nhà nước, bảo vệ cho các mô hình bán hàng đa cấp chân chính. Dù có rất nhiều ý kiến trái chiều về vai trò của Nhà nước trong quản lý bán hàng đa cấp, nhưng các cơ quan quản lý Nhà nước đã rất tích cực phối hợp với các cơ quan hữu quan chặt chẽ trong công tác thanh tra, kiểm tra, xây dựng các chương trình phối hợp để quản lý được toàn diện, sâu sát hơn. Nhà nước xác định rất rõ ràng mục tiêu quản lý bán hàng đa cấp, và tạo một môi trường ổn định nhất cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp và người tham gia làm ăn chân chính phát triển. Các văn bản quy định quản lý cũng có sự ổn định, ngày càng chặt chẽ, hoàn thiện, để tạo điều kiện hài hòa lợi ích chính đáng giữa Nhà nước, doanh nghiệp, người tham gia và người tiêu dùng.

### *3.3.1.3. Về công cụ, phương pháp quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp*

Các công cụ, phương pháp quản lý bán hàng đa cấp đã đảm bảo tính hiệu lực.

Các văn bản pháp luật, các chính sách, quy định đối với bán hàng đa cấp đã được ban hành, có phù hợp trong thực tiễn và trong quá trình thực thi đang được bổ sung, hoàn thiện để khung văn bản quản lý phù hợp, có sự tương xứng với thông lệ quốc tế, trở thành công cụ đắc lực phục vụ cho công tác quản lý. Và các văn bản quản lý bán hàng đa cấp vẫn đang dần hoàn thiện, đáp ứng các tiêu chí đã đề ra.

Bên cạnh đó, các phương pháp quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp được đưa ra đã được các đối tượng có liên quan thực hiện, như việc các công ty khi có yêu cầu thì chấp hành việc kiểm tra, thanh tra của các cơ quan quản lý hay khi bị xử phạt hành chính thì phải nộp những khoản tiền theo quy định hay phải tạm ngừng hoạt động khi vi phạm và bị khiếu nại, điều tra, ra phán quyết.

Chính những điều này cho thấy quản lý bán hàng đa cấp của Nhà nước đã đảm bảo tính hiệu lực.



### **3.3.2. Những hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp và nguyên nhân của những hạn chế**

#### **3.3.2.1. Hạn chế**

Bên cạnh những thành công đạt được trong quản lý bán hàng đa cấp thì công tác này vẫn tồn tại những hạn chế, vẫn chưa đảm bảo đầy đủ tính hiệu quả và tính hiệu lực trong quản lý:

*Thứ nhất: Những hạn chế trong bộ máy quản lý Nhà nước và việc phân định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn trong quản lý đối với bán hàng đa cấp*

- Bộ máy quản lý chưa chuyên trách: Cả Trung ương lẫn địa phương chưa có cơ quan chuyên trách chỉ đảm nhận quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng được giao quản lý bán hàng đa cấp ở phạm vi Trung ương và xếp bán hàng đa cấp bất chính là một trong số những hành vi cạnh tranh không lành mạnh, nên công việc quản lý bị phân tán.

Sở Công thương tại các địa phương cũng chỉ có một phòng ban (thường là Phòng quản lý thương mại) chịu trách nhiệm quản lý về phương thức kinh doanh đa cấp cùng các phương thức kinh doanh khác. Sự kiêm nhiệm này khi không có một cơ quan chuyên biệt quản lý bán hàng đa cấp tại địa phương, nơi phát sinh chính những hành vi biến tướng, bất chính đã khiến cho những hành vi lừa đảo, vi phạm có cơ hội mở rộng.

- Sự hỗ trợ của Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam, Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng với các cơ quan QLNN trong quản lý các doanh nghiệp BHĐC và nhà phân phối của các DN còn mờ nhạt, chưa thường xuyên và chủ động. Bên cạnh đó, sự phối hợp theo ngành dọc giữa Bộ Công thương (Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng) và Sở Công thương của các tỉnh/thành phố trong quản lý BHĐC còn hạn chế, không thường xuyên, chưa luật hóa được cơ chế phối hợp quản lý và trao đổi thông tin để nâng cao hiệu quả quản lý BHĐC.

- Phân định chức năng, nhiệm vụ quản lý của các cơ quan thực tế vẫn chưa đạt được hiệu quả, chưa bao quát hết các mặt của bán hàng đa cấp. Các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp mới chỉ đang tập trung vào chức năng kiểm tra, xử lý, khi có sự vụ hay có khiếu nại mới bắt đầu việc điều tra. Còn rất nhiều nhiệm vụ dù được phân công nhưng do các cơ quan quản lý hữu quan vẫn còn rất nhiều công việc cần phụ trách lĩnh vực chính hoặc không có sự quy kết trách nhiệm nghiêm khắc nên rất nhiều khâu quản lý rất lỏng lẻo và bỏ trống.

*Thứ hai: Những hạn chế về nhân sự quản lý bán hàng đa cấp*

Nhân sự và công tác nhân sự trong các bộ máy, cơ quan quản lý bán hàng đa cấp còn thiếu và yếu.

Số lượng cán bộ phụ trách quản lý bán hàng đa cấp hiện nay rất mỏng, lại phụ trách nhiều mảng. Tại Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng hiện nay chỉ có 7 nhân viên phụ trách chính trong quản lý BHĐC toàn quốc và ở thành phố Hồ Chí Minh (phía Nam) không có nhân viên phụ trách chính, việc quản lý đã phân cấp xuống cho các Phòng quản lý thương mại tại các Sở Công thương địa phương. Kiến thức về BHĐC cũng là tự tìm hiểu chứ chưa từng được học cụ thể tại các trường. Kinh nghiệm quản lý lĩnh vực này ở nước ngoài cũng thiếu và ít có tài liệu, chậm cập nhật. Hơn nữa, việc phụ trách một lĩnh vực hiện đang rất nhạy cảm khiến cho nhiều cán bộ quản lý có tâm lý né tránh và nếu có phát sinh vấn đề vi phạm thì không nhận trách nhiệm cá nhân. Bên cạnh đó, chi phí tiền bạc và các phương tiện vật chất dành cho BHĐC còn thiếu khiến cho cán bộ quản lý không có công cụ, động lực cho quá trình thực hiện công việc.

*Thứ ba: Những hạn chế trong công tác tuyên truyền, nắm vững thông tin trong quản lý bán hàng đa cấp*

- Việc tuyên truyền, phổ biến, theo dõi sát sao các hành vi bán hàng đa cấp theo phạm vi mình quản lý còn yếu và vẫn chưa được coi trọng đúng mức. Điều này khiến cho có nhiều thông tin sai lệch về bán hàng đa cấp tại địa phương, người dân không có nguồn tin chính thống. Việc công khai thông tin trên các trang website của các Sở Công thương rất ít, đặc biệt là thông tin về quản lý BHĐC trên địa bàn, chưa thống kê được chính xác cũng như chưa có thông tin đầy đủ về các doanh nghiệp BHĐC hiện đang hoạt động, số lượng người tham gia, các buổi hội thảo hay đưa ra những cảnh báo kịp thời cho người dân về những cách thức và những loại hình lừa đảo của các doanh nghiệp BHĐC.

- UBND các cấp địa phương, Sở Công thương có thể chỉ nắm được số lượng những doanh nghiệp bán hàng đa cấp có đăng ký mà không biết được còn rất nhiều doanh nghiệp bán hàng đa cấp trá hình và không công khai, cập nhật được hết tình hình bán hàng đa cấp trên địa bàn trên trang web hoặc thông tin cho các người dân địa phương về: số công ty bán hàng đa cấp thực tế, số công ty BHĐC đăng ký hoạt động tại các địa phương khác nhưng hoạt động trên địa bàn quản lý, số lượng người tham gia, người tiêu dùng, thông tin về các buổi hội thảo, hội nghị, huấn luyện, đào tạo, các trang web bán hàng của các công ty bán hàng đa cấp... Nếu mỗi cơ quan quản lý thương mại của địa phương sâu sát hơn thì giúp xã hội giám sát bán hàng đa cấp – một hình thức kinh doanh có điều kiện, giảm bớt đi những vụ lừa đảo mà đông đảo người dân bị thiệt hại.

*Thứ tư: Những hạn chế trong các văn bản quản lý BHĐC được ban hành*

- Quản lý các hoạt động kinh doanh đa cấp chủ yếu dựa vào Nghị định

40/2018/NĐ-CP về kinh doanh đa cấp và Thông tư số 10/2018/TT-BCT. Tuy nhiên các văn bản quản lý BHĐC tuy mới ban hành nhưng đã xuất hiện những điểm hở, điểm bất hợp lý, sẽ ảnh hưởng nhất định đến hiệu lực của QLNN đối với BHĐC. Rất ít địa phương ban hành văn bản chi tiết, chuyên biệt, mang tính địa phương để quản lý BHĐC.

- Văn bản pháp luật không điều chỉnh kịp với thực tế, thậm chí còn không quy rõ những hành vi vi phạm. Không chỉ rõ nhóm các hành vi BHĐC nào bị coi là vi phạm, mà chỉ đưa ra “những hành vi bị cấm trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp”. Cơ quan chức năng chỉ có thể vào cuộc khi các dấu hiệu lừa đảo đã tương đối rõ, khi tổ chức, cá nhân có khiếu nại, hoặc khi các cơ quan báo chí đưa thông tin, thì khi đó sự việc đã đi rất xa, số người và số tiền bị thiệt hại đã rất lớn.

- Quy định về số tiền kí quỹ còn quá ít, tính trên số vốn điều lệ, không thấp hơn 10 tỷ đồng, và hoàn toàn không đưa ra tiêu chí phải dựa trên doanh số hàng năm của doanh nghiệp. Phương thức kinh doanh đa cấp luôn có biến động, doanh thu càng cao, hệ thống càng lớn thì càng phải ký quỹ nhiều, để giải quyết vấn đề rủi ro trong trả hoa hồng, tiền thưởng cho người tham gia.

- Quy định về đối tượng kinh doanh đa cấp còn bị bó hẹp, chỉ có hàng hóa mới được phép kinh doanh. Tuy vậy, trong thực tiễn nhiều doanh nghiệp hoặc đang lên lút hoặc đã tiến hành việc kinh doanh đa cấp đối với lĩnh vực dịch vụ và kinh doanh cả các sản phẩm không thuộc danh mục đăng kí được phép phân phối theo phương thức đa cấp. Các doanh nghiệp này hoạt động mà không được đăng kí, không được quản lý theo quy định pháp luật về quản lý BHĐC nên dẫn đến nhiều khó khăn trong công tác quản lý và gây ra hậu quả tiêu cực đến xã hội.

- Cho phép việc mua bán hoặc chuyển giao mạng lưới người tham gia bán hàng đa cấp cho doanh nghiệp khác, trừ trường hợp mua lại, hợp nhất hoặc sáp nhập doanh nghiệp, điều này có thể dẫn đến những hậu quả xấu lan truyền và khó xác định gốc rễ của vi phạm.

- Quy định về việc báo cáo định kì, về thông báo tổ chức hội nghị, hội thảo, các buổi tư vấn, giới thiệu sản phẩm.

Việc đưa ra quy định các doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải báo cáo định kì 6 tháng 1 lần là hoàn toàn cần thiết, tuy nhiên thời gian khá dài, nên đưa ra khoảng thời gian yêu cầu báo cáo thu hẹp lại.

Việc thông báo tổ chức hội nghị, hội thảo, các buổi tư vấn, giới thiệu sản phẩm mới chỉ là cho Sở Công thương, tuy nhiên lại không cần thông báo cho cơ quan hành chính địa phương, điều này gây ra việc khó kiểm soát của chính quyền và thiệt hại cho nhà phân phối – người tham gia, khách hàng – người tiêu dùng..

Các nhà lập pháp đã nhận thức được điểm vướng mắc, khó khăn khi thực tế phát sinh tình trạng doanh nghiệp lợi dụng các hội nghị, hội thảo, các khóa đào tạo để tuyên truyền những hành vi vi phạm nhằm lôi kéo, dụ dỗ người tham gia hội thảo, hội nghị. Nên tại Nghị định 40 đã quy định rõ ràng hơn trách nhiệm thông báo tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo nhưng lại một lần nữa các quy định chưa chặt chẽ tạo nên kẽ hở cho doanh nghiệp BHĐC thực hiện những hành vi vi phạm.

Các quy định chính sách điều chỉnh hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp mặc dù đã được sửa đổi theo hướng thắt chặt quản lý nhưng vẫn chưa thể kiểm soát được những hình thức lách luật tinh vi của các đối tượng lợi dụng hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp để lừa đảo. Lý do là việc tư vấn mua và sử dụng sản phẩm của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp được thực hiện bằng cách tuyên truyền trực tiếp từ người này đến người khác hoặc qua hội nghị, hội thảo thường tổ chức vào ngày nghỉ, ngoài giờ hành chính... tại khắp các xã, phường, thị trấn trên địa bàn. Thậm chí, người bán hàng đa cấp đến tận nhà để chào mời, nên gây nhiều khó khăn cho các cơ quan quản lý trong việc kiểm soát thông tin.

*Thứ năm: Những hạn chế trong tổ chức thực thi các văn bản quản lý BHĐC*

- Về vấn đề rõ ràng trong chi trả hoa hồng, tiền thưởng và lợi ích kinh tế khác.

Về bản chất và theo quy định, người tham gia bán hàng đa cấp sẽ được hưởng hoa hồng, tiền thưởng và các lợi ích kinh tế khác khi phân phối hàng hóa cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Thực tế hiện nay đã ghi nhận là các doanh nghiệp BHĐC thường sử dụng những cụm từ có tính chất khuếch trương nhằm mục đích gạt gở, dụ dỗ, lôi kéo người tham gia BHĐC để tô vẽ cho vỏ bọc hào nhoáng của các doanh nghiệp này như: “Đại hội hoa hồng” của công ty Liên Kết Việt, “Đại hội thù lao” và “Hội nghị trả thưởng” của công ty Thiên Ngọc Minh Uy và rất nhiều mỹ từ mà các công ty đa cấp sử dụng nhằm tạo lòng tin từ người tham gia. Vậy thực chất “Đại hội hoa hồng” hay “Đại hội thù lao” có phải là “hội nghị, hội thảo, tư vấn, giới thiệu sản phẩm, đào tạo” mà pháp luật quy định hay không? Không có một quy định cụ thể nào về khái niệm “hội nghị, hội thảo, tư vấn, giới thiệu sản phẩm, đào tạo” để có những dấu hiệu nhằm xác định được đâu mới là những hội nghị, hội thảo cần được báo cáo với cơ quan có thẩm quyền. Một câu hỏi nữa đặt ra, việc tổ chức các “Đại hội hoa hồng” hay “Đại hội thù lao” đó có cần phải báo cáo với cơ quan nhà nước có thẩm quyền hay không? Pháp luật hiện hành chưa có quy định về vấn đề này, cho nên đây là kẽ hở mà các doanh nghiệp hoạt động bán hàng đa cấp dùng để qua mặt các cơ quan chức năng nhằm tránh sự kiểm tra, giám sát.

Doanh nghiệp thường đưa ra những lời mời gọi về hoa hồng, tiền thưởng rất cao, cao hơn nhiều lần theo đăng kí với Nhà nước, cao hơn lãi suất ngân hàng, làm người tham gia háms lợi mặc dù vẫn biết mức lợi nhuận đó thật vô lí. Nếu các cơ quan quản lý không phổ biến, cảnh báo cho người tham gia thì có thể lợi ích, hoa hồng không có mà còn bị thiệt hại kinh tế của cá nhân.

- Về vấn đề mua lại sản phẩm

Theo quy định Điều 47 (Nghị định 40/2018/NĐ-CP), thời hạn để yêu cầu doanh nghiệp mua lại sản phẩm là 30 ngày kể từ ngày người tham gia bán hàng đa cấp nhận hàng. Trên thực tế, hiện nay các doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam chủ yếu kinh doanh các loại thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, thiết bị vật lý trị liệu,... là những sản phẩm có thời gian sử dụng lâu dài, thường xuyên thì người tiêu dùng mới đánh giá được sản phẩm có đạt hiệu quả như mong đợi hay không. Nhưng khi người tham gia bán hàng đa cấp chỉ có quyền yêu cầu doanh nghiệp mua lại trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng là thiếu tính thực tế và không phát sinh hoặc phát sinh rất kém hiệu lực để bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho người tham gia hoạt động bán hàng đa cấp, và như vậy làm cho điều luật không có giá trị thực thi trên thực tế.

- Hiện nay, vai trò của các quy tắc ứng xử, quy tắc đạo đức trong kinh doanh đa cấp ở Việt Nam chưa được xem trọng, chưa hoàn thiện, dẫn đến việc nhiều doanh nghiệp, người tham gia bán hàng đa cấp vi phạm pháp luật. Ủy ban Bán hàng trực tiếp thuộc Hiệp hội Thương mại Hoa Kỳ tại Việt Nam (Amcham Việt Nam) cũng đưa ra Bộ quy tắc ứng xử với các khuôn khổ quy định cho các doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp. Đa số các doanh nghiệp BHĐC cùng đồng quan điểm và cho biết các quy định đặc biệt của bộ Quy tắc ứng xử vẫn còn những quy định cần làm rõ để kiện toàn để có thể đi vào thực thi.

*Thứ sáu: Những hạn chế trong thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp*

- Công tác thanh tra, kiểm tra phương thức kinh doanh đa cấp vẫn chưa có kế hoạch cụ thể, không sát sao, thường xuyên, chỉ diễn ra khi có đơn tố cáo, khiếu nại của người dân. Bộ máy, cán bộ thanh tra, kiểm tra còn quá mỏng, năng lực cán bộ hạn chế, chưa theo kịp với sự biến hình quá nhanh và tinh vi của các hành vi bán hàng đa cấp bất chính.

- Khâu kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm trong kinh doanh đa cấp chưa có sự phối hợp chặt chẽ với các khâu khác như khâu tuyên truyền, hướng dẫn về thực thi các văn bản quản lý hay khâu hậu kiểm, vì có thể sau khi kiểm tra, xử lý thì các DN BHĐC sẽ thay đổi trụ sở, tên gọi, hình thức hoạt động núp bóng nhưng thực chất

vấn kinh doanh theo mô hình kim tự tháp.

- Nội dung của công tác kiểm tra, xử lý vi phạm mới chỉ tập trung vào giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp, các hàng hóa kinh doanh, hoa hồng trả thưởng trong khi đó còn có rất nhiều nội dung cần phải kiểm tra. Mà hàng hóa kinh doanh trong BHĐC chủ yếu là thực phẩm chức năng, các cơ quan quản lý chưa có trong tay công cụ xác định rõ chất lượng, tính năng, công dụng sản phẩm như thế nào là thực phẩm chức năng, sản phẩm này có nguồn gốc như thế nào, tác dụng ra sao... nên không chỉ nhà quản lý mà người tiêu dùng cũng khó khăn và nhầm lẫn.

- Khi cơ quan kiểm tra, giám sát, phát hiện các vi phạm thì công việc, hình thức xử lý vi phạm lại chuyển cho cơ quan khác. Quy trình kiểm tra, xử lý còn chưa được hợp lý cũng như các chế tài để kiểm tra, xử lý còn chưa đủ sức răn đe các đối tượng đang và sẽ có hành động vi phạm.

- Chế tài xử phạt chưa đồng bộ, đối với kinh doanh BHĐC chế tài xử phạt còn quá nhẹ, chưa đủ sức răn đe, cho nên các đối tượng sẵn sàng vì lợi nhuận mà chịu phạt để được tồn tại. Cụ thể, mức phạt cao nhất đối với hành vi vi phạm về BHĐC là 200 triệu đồng, theo Nghị định số 141/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định quy định xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp là còn quá ít so với mức lợi nhuận thu về từ các hoạt động bất hợp pháp. Trong khi đó, khoản 1 Điều 23 Luật Xử lý vi phạm hành chính năm 2012 có quy định mức phạt tiền tối đa chỉ đến 02 (hai) tỷ đồng đối với tổ chức. Hơn nữa, theo Nghị định số 141/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định quy định xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp thì chỉ có mỗi Cục Cảnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công thương) là có thẩm quyền. Vì vậy, dù phát hiện ra sai phạm, đơn vị cũng phải chờ quyết định xử phạt từ Cục Cảnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, thủ tục phức tạp và tốn nhiều thời gian. Về xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp thì hiện thời có đến 3 văn bản: Nghị định 124/2015/NĐ-CP ( Điều 92: Hành vi vi phạm về hoạt động bán hàng đa cấp); Nghị định 71/2014/NĐ-CP ( Điều 36: Hành vi vi phạm quy định về bán hàng đa cấp); Nghị định 141/2018/NĐ-CP, cần có sự thống nhất quy định trong xử phạt.

- Đã có quy định về việc doanh nghiệp bán hàng đa cấp có trách nhiệm thanh toán hoa hồng, tiền thưởng, khuyến mại và các lợi ích kinh tế khác bằng tiền cho người tham gia bán hàng đa cấp dưới hình thức chuyển khoản qua ngân hàng, đã có sự thay đổi trong cơ chế kiểm tra, giám sát về thu nhập của những nhà phân phối, người tham gia. Tuy nhiên, việc không minh bạch về thu nhập thực tế từ hoạt động bán hàng đa cấp khiến cho nhiều công ty lợi dụng vấn đề thu nhập để khoa trương và gây nhầm lẫn cho

hiều người. Ngoài ra, việc có thu nhập từ hoạt động bán hàng đa cấp như một hình thức kinh doanh nhưng chưa được kiểm soát khiến thất thu thuế của Nhà nước.

*b, Nguyên nhân của những hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp*

Những hạn chế đã được nêu trên trong quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHDC xuất phát từ những nguyên nhân sau:

*Thứ nhất:* Nguyên nhân khách quan:

- Tình hình kinh tế - xã hội ở Việt Nam

Nền kinh tế Việt Nam có sự ổn định nhất định, tuy nhiên vẫn chịu ảnh hưởng bởi sự khủng hoảng chung của nền kinh tế thế giới khi sự hội nhập ngày càng sâu rộng hơn. Sự khủng hoảng kinh tế kéo theo thất nghiệp, sự chuyển hướng ngành nghề kinh doanh, cạnh tranh bất bình đẳng, di chuyển lao động tự do giữa các quốc gia... Theo Tổng cục thống kê thì số người thất nghiệp trong độ tuổi lao động trong quý I năm 2019 ước gần 1,1 triệu người, điều này đồng nghĩa với số người tìm kiếm việc làm, bởi vậy đây cũng là nhân tố khiến số người tham gia bán hàng đa cấp với mọi hình thức tăng lên. Cũng theo Tổng cục thống kê, số DN tạm ngừng hoạt động có thời hạn trong 4 tháng đầu năm 2019 là 16.984 DN, tăng 19,7% so với cùng kỳ năm trước và 17.265 DN ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể; chính những con số này cũng cho thấy có những DN sẽ chuyển hướng kinh doanh, từ phương thức kinh doanh khác sang phương thức kinh doanh đa cấp hoặc từ phương thức đa cấp sang các phương thức khác. Những sự biến động phức tạp đó của kinh tế - xã hội là nguyên nhân khiến cho quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp có những khó khăn, hạn chế. Đó là những hạn chế về sự bao quát, sự sâu sát, về việc ban hành văn bản quản lý không điều chỉnh kịp so với thực tế.

- Tình hình văn hóa - chính trị Việt Nam

Theo thống kê, hiện nay nước ta có khoảng 1,7 triệu người mù chữ, chủ yếu là các đồng bào dân tộc ít người. Khi trình độ văn hóa thấp, họ ít tiếp thu các chuẩn mực xã hội mới, trong đó có các văn bản quản lý. Không biết chữ, họ không thể đọc được văn bản quản lý, có được tiếp thu thì cũng chỉ qua hình thức truyền miệng. Nhất là hiện nay, các công ty bán hàng đa cấp đang thu hút lượng lớn người tiêu dùng, người tham gia là các người dân ở các vùng sâu, vùng xa, đồng bào dân tộc. Những đối tượng này sẽ có thể không hiểu sâu sắc được bản chất của bán hàng đa cấp, thậm chí hiểu sai những biến tướng bởi thông tin tiếp nhận là qua cách truyền miệng. Điều này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến việc thực hiện các quy định Nhà nước của họ, đôi khi dẫn đến hành vi vi phạm chính sách - pháp luật, ảnh hưởng rất lớn tới việc QLNN đối với bán hàng đa cấp, đặc biệt là làm giảm tính hiệu lực, hiệu quả của QLNN.

Điều kiện văn hóa, xã hội, giáo dục không ngừng phát triển, mở rộng làm chuyển biến đáng kể trình độ dân trí, cách nghĩ, tầm nhìn của người dân Việt Nam không ngừng được cải thiện, đặc biệt là ý thức chấp hành quy định của Nhà nước. Người dân có điều kiện tiếp xúc với các phương tiện thông tin đại chúng như loa đài, tivi, sách báo,... để hiểu về đường lối, chính sách, quy định về bán hàng đa cấp hơn, họ sẽ dễ dàng chấp hành và hình thành thói quen kinh doanh, tiêu dùng trong hành vi hàng ngày. Cũng chính do dân trí ngày càng cao và sự kết nối, minh bạch thông tin mà có rất nhiều vụ việc vi phạm bán hàng đa cấp được phát hiện và tố cáo bởi người dân, cơ quan QLNN đối với bán hàng đa cấp vào cuộc khi sự việc đã ở diễn biến phức tạp và gây hậu quả cho rất nhiều đối tượng.

Những phong tục thích tụ tập, làm theo số đông, bao che khi người thân vi phạm quy định của Nhà nước, khinh thường phụ nữ, ức hiếp người trẻ... hay lối sống chỉ muốn có lợi cho mình, chạy theo đồng tiền bất chấp tất cả... chính là điều kiện để cho BHĐC ở Việt Nam hoạt động không đúng với bản chất. Và điều đó, làm cho công tác QLNN đối với hoạt động này vẫn có những hạn chế. Các buổi tụ tập để khuếch trương lợi ích khi tham gia BHĐC, hay các buổi tập huấn, hội thảo giới thiệu sản phẩm nhưng thực chất là dụ dỗ, lôi kéo, sự chia sẻ về sản phẩm lại trở thành sự kiếm tìm người chịu rủi ro tiếp theo... đã khiến các nhà quản lý hết sức vất vả, bộc lộ hạn chế về nguồn lực trong quản lý, và thể hiện những công cụ quản lý chưa đủ sức răn đe, phương pháp quản lý chưa thích hợp.

- Tình hình khoa học – công nghệ - thông tin ở Việt Nam

Khoa học công nghệ cùng những thành tựu của cuộc Cách mạng 4.0 làm thay đổi cuộc sống của chúng ta, trong đó có cả công tác quản lý ở Việt Nam. Việc tuyên truyền, phổ biến các văn bản, chính sách hay lấy ý kiến, phản hồi của đối tượng bị quản lý sẽ thực sự dễ dàng hơn với sự trợ giúp của công nghệ thông tin.

Chính khoa học, công nghệ cũng đã khiến cho các doanh nghiệp BHĐC hay các nhà phân phối mở rộng được hoạt động, sáng tạo ra nhiều hình thức kinh doanh biến tướng của BHĐC. Điều này khiến cho một bộ phận dân cư bị ảnh hưởng về quyền lợi, gây nên những mâu thuẫn trong hoạt động BHĐC và đòi hỏi sự bảo vệ, điều tra và xử lý của Nhà nước.

Khoa học cùng sự mở rộng về các kênh thông tin, chúng ta dễ dàng tiếp cận được những kinh nghiệm và bài học về quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHĐC ở một số quốc gia để có thể có những áp dụng hữu ích với Việt Nam.

*Thứ hai:* Nguyên nhân chủ quan

- Nguyên nhân xuất phát từ phía Nhà nước

Năng lực ban hành văn bản quy định đối với BHĐC của Nhà nước còn yếu.



Nhà nước chưa phân công đơn vị chịu trách nhiệm ban hành Bộ quy tắc đạo đức kinh doanh trong BHĐC tại Việt Nam.

Cơ quan tuyên truyền, phổ biến các quy định chính sách, pháp luật quản lý BHĐC còn hoạt động chưa hiệu quả.

Cơ quan QLNN còn thiếu nguồn lực về con người và vật chất để thực hiện công tác quản lý BHĐC.

Các cán bộ ở cấp cơ sở còn chưa thực sự có kiến thức về BHĐC, có đủ trách nhiệm, kinh nghiệm, bản lĩnh trong việc kiểm tra các trụ sở nơi diễn ra BHĐC tại địa bàn mình quản lý.

Chưa coi trọng công tác phân định chức năng, nhiệm vụ, quy kết trách nhiệm của các cơ quan hữu quan trong quản lý bán hàng đa cấp

- Nguyên nhân xuất phát từ phía người tham gia, người tiêu dùng và dân chúng

Theo điều tra, đây là nguyên nhân lớn nhất vì hiểu biết về phương thức BHĐC ở Việt Nam của người tham gia, khách hàng – người tiêu dùng và dân chúng còn thấp. Đây là phương thức bán lẻ hàng hóa được du nhập từ nước ngoài, cách thức bán hàng mới, các loại hàng hóa được bán cũng khá mới nên nhiều người dân vẫn chưa hiểu thực sự bản chất của loại hình kinh doanh này, do đó rất tin tưởng các doanh nghiệp BHĐC về cách thức tham gia, thông tin của sản phẩm, hình thức thanh toán hoa hồng... mà bỏ qua những tuyên truyền, cảnh báo cùng những văn bản hướng dẫn thực thi quy định chính sách, pháp luật của Nhà nước, đến khi thiệt hại xảy ra thì mới tìm cơ quan quản lý để khiếu nại, kiện tụng.

Sản phẩm chính được phân phối ở các doanh nghiệp BHĐC vẫn chỉ là thực phẩm chức năng và mỹ phẩm. Bởi vậy, nếu không có thực phẩm chức năng và mỹ phẩm có chất lượng, BHĐC sẽ rất khó tồn tại. Đây là những mặt hàng đòi hỏi sự kiểm tra chất lượng rất gắt gao vì ảnh hưởng trực tiếp lên thân thể, sức khỏe của người tiêu dùng. Tuy vậy, các sản phẩm này rất khó xác định giá trị thật và vì vậy, rất dễ xảy ra tình trạng giá bán hoàn toàn thoát ly giá trị cũng như giá trị sử dụng. Tuy các giao dịch đều được thực hiện trên nguyên tắc "thuận mua, vừa bán", Nhà nước không thể can thiệp, nhưng đây là yếu tố đáng chú ý, cần được tuyên truyền rộng rãi để người dân biết và chủ động tìm hiểu mối quan hệ giữa giá cả và giá trị thật của sản phẩm trước khi mua hàng.

- Nguyên nhân xuất phát từ phía các doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp ở Việt Nam

Số lượng doanh nghiệp BHĐC ở Việt Nam giảm mạnh, số lượng người tham gia bán hàng đa cấp cũng giảm tương đối lớn nhưng doanh thu toàn ngành giảm không đáng kể cho thấy phản ứng của xã hội đối với các hành vi đa cấp bất chính

hầu như không ảnh hưởng tới doanh thu toàn ngành, cũng như các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã tìm được cách lách luật và đứng ngoài pháp luật. Bên cạnh đó, số các doanh nghiệp hoạt động theo mô hình BHĐC chưa được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh tăng, đồng thời với đó là số lượng người tiêu dùng hay người tham gia bị lừa gạt với số tiền lớn và hậu quả lớn tăng.

Doanh nghiệp kinh doanh BHĐC tại Việt Nam bên cạnh số ít những doanh nghiệp làm ăn chân chính thì phần lớn đã không tuân theo các quy định của Nhà nước. Hiện nay có rất nhiều doanh nghiệp BHĐC biến tướng, làm ăn phi pháp. Họ tìm mọi cách lách luật, tìm mọi cách lôi kéo khách hàng, người tham gia, sử dụng giấy đăng ký kinh doanh giả, hay lợi dụng hình ảnh tên tuổi của một số người để trục lợi... Họ đã đánh vào lòng tham, muốn làm giàu nhanh chóng hay lợi dụng những người kém hiểu biết, những người có tiền nhàn rỗi... Họ đưa ra những thông tin sai lệch về sản phẩm, thời điểm xuất xứ, công dụng, giá, cách thức trả thưởng, có hoa hồng không phải bằng cách bán hàng mà bằng việc lôi kéo thêm người vào mạng lưới.

Các doanh nghiệp BHĐC báo cáo làm ăn có hiệu quả rất thấp. Trong đó có doanh nghiệp có doanh thu rất cao nhưng tỷ lệ lợi nhuận trước thuế rất nhỏ. Đóng góp thực sự của các doanh nghiệp BHĐC cho ngân sách nhà nước, vì vậy, là không đáng kể, chủ yếu đến từ thuế giá trị gia tăng do người tiêu dùng chi trả, không phải từ thuế thu nhập doanh nghiệp hoặc thuế thu nhập cá nhân của các nhà phân phối.

Các doanh nghiệp BHĐC cho thấy hiện nay là không đóng góp nhiều trong việc tạo ra thu nhập và việc làm. Với cái nhìn không thiện cảm do các hành vi BHĐC biến tướng gây ra cho xã hội mà thu nhập từ BHĐC chân chính là không đủ để thu hút người tham gia vào hệ thống. Nếu muốn có thu nhập, một số nhà phân phối đã lôi kéo, lừa đảo để có thêm người tham gia mạng lưới, chỉ có một tỷ lệ nhỏ là người bán hàng thực sự. Số còn lại hầu như không tham gia bán hàng.

Đó cũng là do công tác tuyên truyền, phổ biến, hỗ trợ tài liệu và thông tin để nâng cao hiểu biết cho các đối tượng liên quan đến BHĐC còn rất yếu kém.

Từ đó ta thấy, nhất thiết phải có các giải pháp để hoàn thiện công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay và các năm tiếp theo.

### TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trong chương 3 của Luận án, NCS đã phân tích và đánh giá toàn diện về công tác quản lý Nhà nước đối với BHĐC ở Việt Nam trong thời gian từ 2006 đến nay.

Đầu chương, NCS nghiên cứu về thực trạng BHĐC ở Việt Nam những năm gần đây, từ bối cảnh ra đời, phát triển của phương thức kinh doanh này ở Việt Nam đến tình hình của doanh nghiệp BHĐC, người tham gia, sản phẩm được phân phối, đến khách hàng, địa bàn kinh doanh và những vi phạm chủ yếu của bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

Sau đó, NCS phân tích thực trạng QLNN đối với mô hình này trong bối cảnh thực tế có tác động của nó theo nội dung quản lý, đánh giá kết quả quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp theo các tiêu chí được xác lập ở chương 2. Từ đó rút ra nhận xét về những kết quả đạt được; sau đó, NCS rút ra kết luận về các hạn chế, bất cập và chỉ ra các nguyên nhân của những hạn chế trong quản lý BHĐC ở Việt Nam thời gian qua, tạo lập căn cứ thực tiễn cho việc đề xuất định hướng và giải pháp hoàn thiện được đưa ra trong chương tiếp theo của Luận án.

## CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM

### 4.1. Định hướng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam

#### 4.1.1. Bối cảnh kinh tế - xã hội có ảnh hưởng đến quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam

- Nền kinh tế Việt Nam đang hội nhập sâu rộng, tham gia ngày càng nhiều các Hiệp định thương mại ở khu vực và trên thế giới. Tính đến nay, Việt Nam đã tham gia rất nhiều các hiệp định thương mại (*xem Phụ lục 11*) và đang tích cực thực hiện các cam kết trong các hiệp định này. Nước ta là một nước đang phát triển, sự mở cửa và hội nhập đã diễn ra sâu rộng, do đó nó cũng ảnh hưởng nhất định đến việc quản lý Nhà nước. Nguyên tắc chung cho các quan hệ thương mại là bình đẳng, không phân biệt đối xử, bởi vậy, Nhà nước phải tạo mọi điều kiện cho bán hàng đa cấp và các hoạt động thương mại, kinh doanh khác phát triển.

Việc quản lý Nhà nước đối với BHĐC trong hoàn cảnh hiện nay thực sự là một công việc khó khăn, làm sao phải vừa giúp các DN phát triển, lại vừa phải mang lại sự bình đẳng lợi ích cho Nhà nước, không ảnh hưởng tới các đối tác nước ngoài.

- Chính phủ Việt Nam định hướng phát triển là Chính phủ kiến tạo, nền kinh tế - xã hội phát triển dựa trên sự phát triển có tính tập trung của từng phần tử trong đó các doanh nghiệp BHĐC đã đóng góp nhiều lợi ích ở các quốc gia khác trên thế giới, thì khi du nhập vào Việt Nam, các cơ quan quản lý Nhà nước cũng nên điều chỉnh, tận dụng và khai thác phương thức này sao cho có lợi nhất cho nền kinh tế.

- Xu hướng phát triển kinh tế ở trên thế giới và ở Việt Nam đang tăng trưởng chậm và bán hàng đa cấp vẫn tồn tại những hạn chế. QLNN đối với BHĐC cũng chịu ảnh hưởng bởi nền kinh tế của Việt Nam và thế giới. Nền kinh tế mấy năm gần đây rơi vào khủng hoảng, thất nghiệp tăng, các DN kinh doanh gặp rất nhiều khó khăn, sự mở cửa là xu thế bất buộc, khiến nhiều DN bị khai tử khi khả năng cạnh tranh yếu. Nhưng các doanh nghiệp BHĐC hay khởi nghiệp bán hàng theo phương thức đa cấp lại liên tục gây nhiều hệ lụy như việc mở rộng đối tượng phân phối theo phương thức này, số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp giảm... Nguyên nhân có thể là do sự quản lý quá chặt chẽ, thiếu văn bản quản lý chuyên sâu, nhân sự yếu, sự phối hợp không hợp lý kịp thời mà bộ máy quản lý vẫn cồng kềnh, quan liêu... Chính điều đó khiến cho việc quản lý Nhà nước về kinh tế - thương mại nói chung và quản lý bán hàng đa cấp nói riêng cần có sự thay đổi, hoàn thiện.

- Cách mạng công nghệ 4.0 cùng với sự phát triển của “kinh tế chia sẻ”, sự

mở rộng của các thị trường và các công cụ tài chính, sự phát triển không ngừng của thương mại điện tử... là điều kiện môi trường rất tốt cho bán hàng đa cấp nhưng cũng tiềm ẩn những hành vi bất chính rất tinh vi, khó lường. Đây chính là khó khăn rất lớn cho công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

#### **4.1.2. Dự báo sự phát triển của bán hàng đa cấp ở Việt Nam**

Sau 20 năm du nhập vào Việt Nam, kinh doanh đa cấp hiện vẫn đang tồn tại và phát triển, theo dự báo của các chuyên gia, các nhà quản lý và của cá nhân NCS, thời gian tới phương thức kinh doanh này sẽ có những chuyển biến theo hướng:

- Số lượng doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp sẽ không tăng ồ ạt như thời gian trước. Với những lợi ích mà mô hình kinh doanh này mang lại, thì vẫn có nhiều doanh nghiệp tuy không đăng ký nhưng vẫn phân phối hàng hóa theo phương thức này. Các doanh nghiệp đăng kí kinh doanh theo phương thức đa cấp vẫn có, nhưng cơ quan đăng kí sẽ thận trọng hơn khi đưa ra quyết định. Cũng có những doanh nghiệp đã đăng kí kinh doanh BHĐC nhưng trong quá trình thực hiện kinh doanh có những vi phạm và bị thu hồi giấy phép kinh doanh. Tuy nhiên có những doanh nghiệp không đăng kí hoạt động BHĐC nhưng vẫn cung cấp hàng hóa, dịch vụ theo phương thức đa cấp thì vẫn có và ngày càng tăng.

- Số lượng người tham gia – nhà phân phối trong mô hình bán hàng đa cấp vẫn có xu hướng gia tăng. Thất nghiệp, thu nhập từ ngành nghề chính thấp, kèm theo những lời quảng cáo cũng như những lợi ích thực tế từ việc bán hàng đa cấp nghiêm túc, khiến cho một số lượng người tham gia mô hình bán hàng đa cấp tăng. Người tham gia bán hàng đa cấp không chỉ là những người có trình độ thấp nữa mà cả những người có trình độ cao và có chút pha tạp tôn giáo, tín ngưỡng vào cả hoạt động này.

- Mặt hàng được bán thông qua phương thức BHĐC ngày càng phong phú, đa dạng, khó kiểm soát do ứng dụng công nghệ vào giao dịch thương mại ngày càng tăng. Ngoài các mặt hàng thông thường như thực phẩm chức năng, đồ gia dụng, quần áo, thì các lĩnh vực như bất động sản, thẻ mua hàng, thẻ thành viên, hay các dịch vụ giáo dục, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ tài chính... cũng đang được các DN áp dụng phương thức cung ứng là BHĐC.

- Bán hàng đa cấp bất chính đã có dấu hiệu bị đẩy lùi, nhiều doanh nghiệp kinh doanh đa cấp bất chính bị loại bỏ khỏi thị trường. Tuy nhiên, các chủ thể kinh doanh đa cấp bất chính đã có xu hướng chuyển sang các mô hình hoạt động sử dụng phương thức đa cấp nhưng không mua bán hàng hóa thực sự để né tránh sự quản lý của cơ quan quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.

### **4.1.3. Định hướng hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới**

Với tư cách là một phương thức bán hàng hiện đại, BHĐC nên được định hướng quản lý theo các mục tiêu quản lý, để mang đến sự phát triển theo hướng đúng đắn, hoàn thiện hơn, để đóng góp nhiều hơn cho xã hội. Việc định hướng quản lý này hiện nay mới chỉ được thông qua các buổi hội thảo và tổng kết về công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp hàng năm. Cụ thể, Nhà nước ta định hướng hoàn thiện quản lý bán hàng đa cấp như sau:

- Tuyên truyền, giáo dục để cộng đồng doanh nghiệp, người tiêu dùng có những nhìn nhận đúng đắn về bản chất phương thức BHĐC cùng những ưu điểm của phương thức bán hàng này, khai thác những điểm mạnh của phương thức kinh doanh vào phát triển kinh tế, tạo công ăn việc làm cho lực lượng lao động, nâng cao đời sống cho người dân.

Nhà nước sử dụng công nghệ truyền thông và tổng hợp các phương pháp, công cụ để tìm cách để tuyên truyền về những biến tướng của BHĐC và bảo vệ những người bị hại.

Nhà nước khuyến khích mọi người tìm hiểu, chia sẻ thông tin về bản chất BHĐC chân chính cũng như đứng ra tố cáo các hành vi BHĐC bất chính, phân biệt rõ BHĐC chân chính và BHĐC bất chính.

- Nhà nước phải có những biện pháp cụ thể khuyến khích BHĐC và có những điều kiện cơ bản để tạo môi trường cho hoạt động BHĐC phát triển như các hoạt động sản xuất kinh doanh khác, để đồng đảo nhà phân phối – người tham gia chân chính có thể coi kinh doanh BHĐC như một nghề mang lại thu nhập lành mạnh.

- Đẩy mạnh những nghiên cứu về phương thức kinh doanh này và học hỏi kinh nghiệm của các nước thành công với loại hình kinh doanh này, đưa ra mô hình kinh doanh chuẩn mực cho các doanh nghiệp kinh doanh BHĐC ở Việt Nam.

- Nhà nước bằng mọi cách bảo vệ quyền lợi chính đáng cho các nhà phân phối – người tham gia và khách hàng – người tiêu dùng không chỉ về mặt pháp lý mà bằng những chương trình, hành động cụ thể, những tuyên truyền về các quy định và hướng dẫn thực thi theo đúng văn bản quản lý cũng như các biến tướng của BHĐC bất chính.

## **4.2. Quan điểm, mục tiêu và các yếu tố cần thiết để hoàn thiện quản lý Nhà Nước đối với bán hàng đa cấp thời gian tới**

### **4.2.1. Quan điểm về hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

- *Quan điểm thứ nhất: Giữ vững quan điểm cho phép thực hiện đăng ký kinh doanh bán hàng đa cấp*

Có nhiều quan điểm khác nhau về quy định cho phép hay không cho phép phương thức kinh doanh đa cấp hoạt động tại Việt Nam. Tuy nhiên, qua đánh giá thực tiễn hơn 10 năm trở lại đây, có thể thấy rằng quy định theo hướng cho phép đồng thời quản lý chặt chẽ hoạt động này đã phát huy tác dụng, đưa mô hình kinh doanh đa cấp vào quy củ và hạn chế các hành vi bất hợp pháp. Nhưng các quy định ấy dường như chưa đáp ứng được những đòi hỏi của thực tế đặt ra làm cho ngành kinh doanh này biến tướng theo hướng khá tiêu cực, ảnh hưởng đến quyền và lợi ích hợp pháp của nhiều chủ thể khác nhau, gây bất ổn xã hội. Bởi vậy, nhiều ý kiến cho rằng nên cấm, xóa bỏ phương thức kinh doanh đa cấp ở Việt Nam. Nhưng quản lý Nhà nước vẫn cho phép thực hiện đăng ký kinh doanh BHĐC tuy nhiên đưa ra những quy định kiểm soát chặt chẽ hơn.

*- Quan điểm thứ 2: Học tập kinh nghiệm quản lý các nước, hình thành luật riêng điều chỉnh về bán hàng đa cấp*

Phương thức kinh doanh BHĐC cũng cần được coi là phương thức kinh doanh thông thường. Doanh nghiệp BHĐC cũng như mọi loại hình doanh nghiệp khác, có đầy đủ các quyền và nghĩa vụ nên thực hiện theo các quy định chung của hệ thống pháp luật về kinh tế hiện hành và chịu sự quản lý của Bộ Công thương. Tuy nhiên, đối với mô hình BHĐC, theo kinh nghiệm của nhiều quốc gia đã hình thành một bộ luật riêng. Hiện tại, Luật Cạnh tranh 2005 mới chỉ đưa ra được khái niệm BHĐC và một vài hành vi BHĐC bất chính chứ chưa khái quát được đúng bản chất. Bên cạnh đó, luật quản lý BHĐC ở nhiều quốc gia chủ yếu tập trung vào việc ngăn chặn mô hình BHĐC biến tướng sang mô hình kim tự tháp, cấm việc buộc người muốn tham gia bán hàng đa cấp phải trả tiền để mua số lượng hàng nhất định, cấm doanh nghiệp sử dụng phương thức đa cấp để kinh doanh dịch vụ hoặc huy động tài chính... thì chúng ta cũng đã có những quy định tương tự và thậm chí còn chặt chẽ hơn. Trong thời gian tới, việc tiếp tục hoàn thiện pháp luật về BHĐC nhằm tạo môi trường tự do kinh doanh cho các doanh nghiệp BHĐC một cách hợp pháp là một trong những điều kiện tiên quyết. Hơn nữa, hiện nay các hành vi vi phạm pháp luật BHĐC ngày càng gia tăng về số lượng cũng như sự tinh vi, nguy hiểm, ảnh hưởng sâu sắc đến sự ổn định của xã hội, tác động mạnh mẽ đến nền kinh tế. Vì thế, quan điểm của Nhà nước là cần nhanh chóng nâng cao tính thực thi của pháp luật trên thực tế, phát hiện sớm các dấu hiệu vi phạm nhằm ngăn chặn kịp thời, từ đó tăng hiệu quả giải quyết các vụ việc vi phạm pháp luật của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

*- Quan điểm thứ 3: Nêu cao vai trò quản lý bán hàng đa cấp của Nhà nước*  
Các cơ quan QLNN chính là đại diện chính thức về lợi ích cho người dân và

về mặt pháp luật cho Nhà nước. Bởi vậy, bất kì sự vi phạm nào của BHĐC đều có trách nhiệm của Nhà nước trong đó. Chính các cơ quan Nhà nước phải nhận thức rõ vai trò của mình trong việc hướng dẫn các doanh nghiệp BHĐC cũng như cung cấp nguồn thông tin chính thức cho người dân về hoạt động BHĐC. Giảm thiểu tình trạng không có nguồn thông tin chính thức đầy đủ và nhiễu loạn các nguồn thông tin về BHĐC, cần có sự sâu sát trong quản lý và xử lý vi phạm để củng cố lòng tin và hướng dẫn người dân về BHĐC.

#### **4.2.2. Mục tiêu hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

Mục tiêu hoàn thiện được tác giả khảo sát ý kiến của các cán bộ quản lý, các chuyên gia và các nhà quản trị doanh nghiệp BHĐC cũng như ý kiến cá nhân của tác giả luận án.

##### *4.2.2.1. Tạo môi trường kinh doanh thuận lợi và bình đẳng cho các doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp*

Kiên quyết loại bỏ việc nhìn nhận không đúng, những suy đoán thiếu căn cứ đang còn tồn tại đối với các doanh nghiệp và người tham gia kinh doanh bán hàng đa cấp. Nhà nước luôn tạo điều kiện kinh doanh thuận lợi và công bằng cho tất cả mọi doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp làm ăn chân chính. Môi trường kinh doanh này bao gồm những yếu tố kinh tế, chính trị, xã hội và không thể thiếu có sự điều chỉnh cần thiết, linh hoạt của Nhà nước.

##### *4.2.2.2. Đảm bảo giám sát chặt chẽ đối với những hành vi bán hàng đa cấp có dấu hiệu biến tướng, bất chính*

Cho đến nay, chúng ta chưa có cơ chế giám sát đủ chặt chẽ, mạnh mẽ để có thể kiểm soát, ngăn chặn những hành vi BHĐC bất chính. Bởi vậy, mục tiêu của quản lý là tìm cách vừa tạo sự tự do kinh doanh cho các doanh nghiệp làm ăn đúng đắn, vừa kịp thời phát hiện, ngăn chặn và xử lý những sai phạm. Mặc dù bán hàng đa cấp là phương thức kinh doanh với nhiều lợi ích với sự phát triển và tồn tại gần thế kỉ ở thế giới nhưng vào Việt Nam vẫn khiến phát sinh nhiều vấn đề nên sự quản lý vẫn hướng tới mục tiêu là kiểm soát và xử lý các vấn đề phát sinh.

##### *4.2.2.3. Bắt kịp xu hướng phát triển của bán hàng đa cấp cũng như quản lý Nhà nước đối với phương thức này trên thế giới*

Nền kinh tế hội nhập đã giúp du nhập phương thức bán hàng đa cấp vào Việt Nam, và phương thức này ở Việt Nam hoàn toàn phải có sự phát triển theo đúng bản chất vốn có. Việc quản lý Nhà nước đối với phương thức này một mặt phải vừa tôn trọng những đặc điểm riêng có của môi trường kinh doanh, của thói quen tiêu dùng, của tâm lý xã hội... ở Việt Nam, mặt khác phải học tập các nước khác để Việt Nam không nằm ngoài dòng chảy phát triển của kinh tế thế giới để bán hàng đa cấp



ở Việt Nam mang lại các lợi ích và công tác quản lý có sự hiệu quả.

#### **4.2.3. Các yếu tố cần thiết để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới**

- Về phía Nhà nước:

Yếu tố đầu tiên và rất quan trọng để có thể thực hiện được các giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới chính là Nhà nước phải tích cực, hiệu quả hơn nữa trong công tác quản lý.

Đề cao việc Nhà nước đưa ra công cụ định hướng trong quản lý bán hàng đa cấp, tạo sự chủ động, ổn định cho các đối tượng bị quản lý.

Nhà nước phải chú trọng đầu tư hệ thống truyền thông, thiết lập cơ quan chuyên ngành về thông tin đại chúng, để truyền tải đầy đủ, chính xác về phương thức bán hàng đa cấp, có kênh chính thống mang tính quốc gia để phổ biến, tuyên truyền các văn bản quản lý về bán hàng đa cấp tới cả xã hội và các đối tượng có liên quan.

Rất cơ bản và quan trọng là yếu tố nguồn lực. Nhà nước nên quan tâm đến việc bổ sung, đầu tư cho nhân lực, cơ sở hạ tầng và tài chính. Cơ chế tuyển dụng, sử dụng, bổ sung, đãi ngộ nguồn nhân lực quản lý bán hàng đa cấp cần linh hoạt, có chiều sâu. Tăng cường ngân sách cho các cán bộ quản lý bán hàng đa cấp từ cấp Trung ương tới địa phương. Bên cạnh đó, thiết lập hệ thống cổng thông tin điện tử nội mạng trong quản lý bán hàng đa cấp và các thông tin truyền thông đại chúng mang tính quốc gia, dễ dàng tiếp cận, để người tham gia, người tiêu dùng dễ dàng tra cứu thông tin về doanh nghiệp, sản phẩm, các quy định về bán hàng đa cấp.

Để bao quát sự quản lý, Nhà nước phải tạo ra một bộ máy quản lý đủ năng lực cũng như sự phối hợp chặt chẽ, khoa học, hiệu quả giữa các cơ quan có trách nhiệm quản lý bán hàng đa cấp ở cả cấp Trung ương và địa phương.

- Về phía doanh nghiệp, người tham gia và người tiêu dùng: yếu tố rất quan trọng để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp là doanh nghiệp, người tham gia và người tiêu dùng phải luôn tuân thủ những quy định của Nhà nước, tìm hiểu kỹ các thông tin, thật sự thông thái, có tính toán hợp lý, đầy đủ khi tham gia, tiêu dùng, khi gặp phải những thiệt hại không được đổ lỗi cho Nhà nước, cho xã hội.

- Về phía xã hội: để quản lý bán hàng đa cấp có kết quả tốt, cần có sự ủng hộ, góp sức của toàn xã hội. Xã hội phải nhìn nhận đúng đắn, khách quan, thực chất về bán hàng đa cấp. Dư luận cộng đồng xã hội giúp phát hiện những sai phạm, thông báo với các cơ quan chức năng và giúp đỡ, phối hợp tích cực với các cơ quan Nhà nước khi thanh tra, giám sát, điều tra, xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp.

### **4.3. Giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới**

#### **4.3.1. Giải pháp về bộ máy quản lý và phân định rõ chức năng, nhiệm vụ quản lý đối với bán hàng đa cấp**

- Ở Bộ Công thương, trực tiếp là Cục cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Ủy ban cạnh tranh quốc gia, cần thống nhất lại đơn vị chuyên trách quản lý xuyên suốt BHĐC từ khâu nhận đơn đề nghị cấp Giấy chứng nhận đăng kí hoạt động BHĐC đến kiểm soát, điều chỉnh hoạt động và giải quyết, xử lý các vi phạm trong phương thức kinh doanh đa cấp.

Còn ở Sở Công thương, nên thành lập Tổ công tác chuyên có nhiệm vụ quản lý BHĐC nằm trong Phòng quản lý thương mại chịu trách nhiệm quản lý phương thức kinh doanh này ở cấp địa phương. Bên cạnh đó, do cơ quan chịu trách nhiệm quản lý việc đăng kí kinh doanh BHĐC tại địa phương, nên cần kiểm tra chặt chẽ hồ sơ, cũng như hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp sau khi đăng kí. Sở Công thương cũng nên chủ trì, phối hợp với các Sở, ngành, cơ quan chức năng của Tỉnh/Thành phố trong việc tuyên truyền, phổ biến về hoạt động BHĐC, nâng cao nghiệp vụ chuyên môn cho các cán bộ quản lý, nhấn mạnh vai trò hỗ trợ, phối hợp trong quản lý BHĐC ở địa phương của các cơ quan này.

Chi cục quản lý thị trường tỉnh/thành phố dưới sự chỉ đạo của Cục quản lý thị trường cấp Trung ương cần nhanh chóng triển khai các văn bản chỉ đạo đến địa phương, cập nhật tình hình thực tế trên thị trường của hoạt động BHĐC trên địa bàn để có những cách thức quản lý phù hợp. Cơ quan này phối hợp với các cơ quan chức năng khác cần định kì hoặc thường xuyên, tích cực kiểm tra các mặt hàng kinh doanh trên thị trường của các doanh nghiệp BHĐC. Do các sản phẩm của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp thường nhập khẩu hoặc do muốn đánh lừa khách hàng, nhãn mác thường không in tiếng Việt, gây khó khăn nhầm lẫn, nên các đội quản lý thị trường cùng chi cục quản lý thị trường cần có những nghiệp vụ phát hiện hàng giả, hàng kém chất lượng, không nguồn gốc xuất xứ mà các doanh nghiệp bán hàng đa cấp cứ thổi phồng công dụng, tính năng và giá...

UBND cấp tỉnh, huyện, xã cần đặc biệt quan tâm tới diễn biến BHĐC tại địa phương. NCS đề cao vai trò của các cơ quan địa phương bởi tính sát sao, phát giác kịp thời các hành vi BHĐC biến tướng từ những buổi hội thảo tọa đàm nhưng trong tay vẫn chưa có đủ những công cụ và chế tài để xử lý tại chỗ hoặc ngăn chặn hành vi vi phạm trước khi quá muộn. Hiện nay rất nhiều doanh nghiệp lợi dụng uy tín của các cá nhân, tổ chức tại các địa phương như các cán bộ xã, phường; tận dụng trụ sở của hợp tác xã; tổ chức dưới dạng các buổi tư vấn, hỗ trợ, từ thiện, để thực hiện bán

hàng đa cấp với đối tượng tiếp cận là các người dân cao tuổi, ít tiếp cận thông tin. Bởi vậy, cần tuyên truyền và bổ sung thông tin cho các cán bộ cấp xã, phường, cán bộ tại các Hội Nông dân, Hội người cao tuổi, Hội Phụ nữ... tại các địa phương về phương thức kinh doanh đa cấp này, để họ không bị lừa gạt và kéo theo các đối tượng khác. Đề cao vai trò cũng như tăng thêm lợi ích kinh tế cho các cán bộ quản lý, nhất là cán bộ cấp cơ sở như Tổ trưởng dân phố, công an viên, bí thư chi bộ cơ sở là rất quan trọng, phát hiện kịp thời manh nha những hoạt động BHĐC bất chính, những buổi hội họp, tuyên truyền, giới thiệu việc làm, giới thiệu sản phẩm nhưng là trá hình để BHĐC. Việc rất cần thiết đó là phải bổ sung thu nhập hay có những khuyến khích vật chất khi những cán bộ này phát hiện, ngăn chặn kịp thời những vụ doanh nghiệp BHĐC lừa đảo người dân địa phương.

- Nhà nước nên đẩy mạnh nhận thức về vai trò, trách nhiệm trong quản lý BHĐC cho các cơ quan có liên quan, nhất là các Bộ Y tế, Bộ Khoa học và công nghệ, Bộ Tài chính, Tổng cục hải quan... để cùng phối hợp với Bộ Công thương trong quản lý bán hàng đa cấp. Nhất thiết thiết lập đường dây điện thoại nóng hoặc Tổ công tác liên Bộ trong kiểm soát, phát hiện và xử lý vi phạm của bán hàng đa cấp.

Bộ Y tế, Sở Y tế các địa phương cần giữ vai trò chủ yếu trong kiểm tra an toàn, vệ sinh của các sản phẩm được các doanh nghiệp, người tham gia bán hàng đa cấp phân phối như thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, thiết bị chăm sóc sức khỏe – sắc đẹp. Một mặt kiểm tra chức năng, công dụng sản phẩm có đúng với ghi chép, cam kết, công bố; mặt khác kiểm tra chất lượng sản phẩm có đủ tiêu chuẩn lưu thông, có phù hợp sức khỏe, quy định tiêu dùng, tiêu chuẩn môi trường ở Việt Nam... Từ đó, khi phát hiện có những sai phạm, nếu người tiêu dùng chưa sử dụng thì cần kết hợp để tiêu hủy, khi người tiêu dùng đã sử dụng thì cần giám định mức độ ảnh hưởng, tư vấn quy trình khiếu nại, phối hợp giải quyết với các cơ quan chức năng.

Bộ Khoa học và công nghệ, Sở Khoa học và công nghệ các địa phương cùng các cơ quan chức năng đưa ra các tiêu chuẩn chất lượng, kỹ thuật đối với sản phẩm, hoặc các yêu cầu cần đăng ký quy chuẩn kỹ thuật đối với những hàng hóa đặc thù khi phân phối, tiêu dùng ở Việt Nam hoặc xuất trình giấy chứng nhận tiêu chuẩn chất lượng nếu hàng hóa nhập khẩu. Kịp thời phát hiện, thu hồi những sản phẩm không đủ tiêu chuẩn, có sự phối hợp với các cơ quan chức năng trong việc xử lý vi phạm này.

- Mỗi cơ quan này đều có tính độc lập về chuyên môn trong quản lý, cần phân định chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan trong thực hiện từng nhiệm vụ và cùng với đó là các cơ quan quản lý này đều phải có sự phối hợp mang tính thống nhất trong quản lý bán hàng đa cấp và được thể hiện trên các nội dung:

(1) Xác nhận đăng ký bán hàng đa cấp; thông báo sửa đổi, bổ sung hồ sơ

đăng ký bán hàng đa cấp; xác nhận thông báo tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo về bán hàng đa cấp cho các doanh nghiệp tổ chức trên địa bàn trong tỉnh và các nội dung khác liên quan theo quy định của pháp luật;

(2) Hướng dẫn, thanh tra, kiểm tra, giám sát bán hàng đa cấp và xử lý các vi phạm pháp luật trong bán hàng đa cấp;

(3) Cung cấp, trao đổi thông tin, báo cáo giữa các cơ quan quản lý Nhà nước trong quản lý BHĐC; phổ biến, tuyên truyền pháp luật đối với bán hàng đa cấp cho các doanh nghiệp, cá nhân tham gia bán hàng đa cấp, người dân trên địa bàn tỉnh;

(4) Tham mưu, tổ chức thực hiện các quy định, văn bản chỉ đạo, hướng dẫn của cấp trên đối với bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh; đề xuất, kiến nghị các cơ quan có thẩm quyền sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp luật liên quan đến bán hàng đa cấp.

- Cần tăng cường tính chịu trách nhiệm cho các cơ quan, cán bộ quản lý BHĐC

Cần làm rõ việc các cơ quan chức năng, những người có thẩm quyền trong các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp khi không hoàn thành nhiệm vụ, hoàn thành không đầy đủ nhiệm vụ được giao hoặc gây sai phạm sẽ bị xử lý như thế nào, hình thức xử lý ra sao và áp dụng quy định chính sách, pháp luật nào để đưa ra biện pháp xử lý đối với họ. Trong khi quy định trách nhiệm, quyền hạn để các cơ quan thực hiện trách nhiệm quản lý nhà nước về BHĐC nhưng lại không có một ràng buộc pháp lý nào là một lỗ hổng cần điều chỉnh.

Cần tách bạch trách nhiệm của cơ quan quản lý và người có thẩm quyền trong các cơ quan quản lý nhà nước đó, để việc truy cứu trách nhiệm tập thể hay cá nhân sẽ được thuận lợi hơn, tránh trường hợp lợi dụng quy định không rõ ràng của quy định chính sách, pháp luật để lẫn tránh trách nhiệm cá nhân, đùn đẩy trách nhiệm lên tập thể.

#### **4.3.2. Giải pháp về nhân sự và công tác nhân sự trong quản lý bán hàng đa cấp**

- Bổ sung thêm nhân sự cho công tác quản lý bán hàng đa cấp. Công việc này cần thời gian và không được nóng vội cũng như cần tính toán đến chi phí nhân sự. Tăng cường công tác đào tạo cán bộ đảm bảo cán bộ đủ năng lực, trình độ chuyên môn xử lý các vi phạm trong kinh doanh đa cấp. Bộ Công thương hay Sở Công thương khi tuyển dụng cán bộ quản lý BHĐC phải đưa ra tiêu chuẩn: có bằng cấp về lĩnh vực quản lý kinh tế, về lĩnh vực luật. Bên cạnh đó, vấn đề xử lý cạnh tranh không lành mạnh là những vấn đề pháp lý rất mới ở nước ta. Chính vì thế, Bộ Công thương cần có biện pháp thích hợp để đào tạo cán bộ, nhất là các cán bộ hoạt động thực tiễn trong vấn đề này (điều tra viên). Hình thức đào tạo

cán bộ có thể đa dạng (đào tạo chính quy hoặc ngắn hạn; đào tạo trong nước hoặc đào tạo ở nước ngoài). Hoặc định kì mở lớp đào tạo bổ sung kiến thức về BHĐC cho các cán bộ.

Khi điều tra các cán bộ quản lý, cũng có đến 30% số cán bộ có câu trả lời là cần Nhà nước hỗ trợ về nguồn lực (cụ thể là nhân lực và các trang thiết bị) để phục vụ công tác quản lý bán hàng đa cấp

- Phát huy vai trò hỗ trợ, cầu nối của Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam, Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng trong quá trình quản lý. Có sự liên kết với Hiệp hội bán hàng trực tiếp thế giới.

#### **4.3.3. Giải pháp hoàn thiện, bổ sung các văn bản, quy định, áp dụng hợp lý các phương pháp quản lý đối với bán hàng đa cấp**

*Thứ nhất: Cần thống nhất, luật hóa và có thể thay đổi cách gọi “bán hàng đa cấp”.*

- Việc thừa nhận kinh doanh đa cấp của các doanh nghiệp cũng giống như tất cả các phương thức kinh doanh thương mại khác cần được thể hiện rõ trong Luật Thương mại, Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư. Việc thừa nhận này trong văn bản quản lý Nhà nước hiện nay không chỉ phù hợp về mặt lí luận mà về thực tiễn, sẽ tạo sự công bằng, tính ổn định cho mô hình kinh doanh, tạo tâm lí tin tưởng yên tâm cho nhà phân phối, người tiêu dùng, nhà đầu tư, các doanh nghiệp cũng như của toàn xã hội.

- Qua thời gian, có nhiều văn bản của Nhà nước đưa ra cách hiểu về bán hàng đa cấp: Luật Cạnh tranh 2004, Nghị định 40, Thông tư 10. Tuy nhiên hiện nay chỉ có Nghị định 40 là đưa ra cách hiểu, cách quản lý về bán hàng đa cấp nhưng giá trị pháp lý chưa cao. Điều này được giải quyết bằng cách có thể khi Luật Thương Mại 2005 sau gần 15 năm thực hiện cũng nên chỉnh sửa và đưa bán hàng đa cấp vào phạm vi điều chỉnh của Luật này.

- Cần đưa ra tên gọi thống nhất về bán hàng đa cấp.

Bản chất của phương thức kinh doanh đa cấp là sự tiếp thị trực tiếp sản phẩm đến tay người tiêu dùng, là phương thức chia sẻ bằng miệng từ công dụng của sản phẩm đến các lợi ích khác được trao đổi giữa người tiêu dùng và người tham gia, nó không chỉ bao gồm hoạt động bán hàng hóa thông thường mà còn bao gồm cả tổ chức tiêu dùng, tìm kiếm người tham gia, thúc đẩy bán hàng, cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng (trước bán, trong khi bán và sau khi bán).

Thuật ngữ “bán hàng đa cấp” mà nhiều doanh nghiệp, người tiêu dùng, xã hội, Nhà nước và cả nhà phân phối sử dụng, không diễn đạt được hết ý nghĩa của hình thức kinh doanh này, mà ngay trong cả dịch từ tiếng Anh cũng khá rõ “*Muti-level Marketing*” (*Tiếp thị đa tầng*) chứ không phải *Muti-level-Selling* (*Bán hàng*

*đa cấp*). Đây là một nhân tố góp phần tạo nên sự nghi ngờ đối với hình thức này từ khi xuất hiện tại Việt Nam, và phần nào tạo nên sự lệch lạc trong suy nghĩ của các đối tượng về cách tiếp thị này. Bởi vì là thuật ngữ “Bán Hàng đa cấp” khiến các đối tượng suy nghĩ, hình dung đó là một công việc phải luôn đi bán hàng, và bán qua nhiều cấp – đồng nghĩa sản phẩm sẽ đội giá – trong khi đây là một chiến lược tiếp thị – cũng ngang hàng với chiến lược tiếp thị nhượng quyền (franchise), tiếp thị điện tử viễn thông (internet marketing) ... Và một công ty có thể mạnh dạn áp dụng các chiến lược trong từng thời điểm cụ thể, chứ không phải bỏ qua 1 hình thức rất hay chỉ vì sự định kiến trong xã hội từ trước đến giờ.

Network Marketing (Tiếp thị mạng lưới) hay MLM (Tiếp thị đa tầng) thường được xem là đồng nghĩa, hoặc tương tự với bán hàng trực tiếp. Trong khi Network Marketing hay Direct Selling chủ yếu đề cập đến phương thức phân phối, thì cụm từ Muti-level-marketing nhấn mạnh về hình thức trả hoa hồng hơn. Một số cụm từ thi thoảng được dùng để mô tả về MLM gồm có “ tiếp thị truyền khẩu”, “phân phối tương tác” hoặc “tiếp thị thông qua các mối quan hệ” ...

Bản thân các cụm từ dùng để chỉ về loại hình tiếp thị này bằng Tiếng Anh hết sức rõ ràng, nhưng vì có nghĩa tương đồng nên nó thường gây lầm lẫn, từ đó tạo ra những suy nghĩ sai lệch. Còn bán hàng trực tiếp(Direct Selling) là hình thức bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng , nó có thể bao gồm MLM, hoặc tele sale ( bán hàng qua điện thoại ), internet sales, tư vấn 1 – 1, bán hàng tại nhà ...

Bán hàng đa cấp là phương thức phân phối hàng hóa, nhưng không phải là bán hàng theo nghĩa truyền thống mà hàng hóa phải vận động theo các tầng, cấp của nhà phân phối – những người không bao giờ hoạt động đơn độc mà đều theo mạng lưới.

Từ khi xuất hiện ở Việt Nam đến nay, có rất nhiều vụ vi phạm lớn trong lĩnh vực cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến kinh doanh đa cấp làm cho nhận thức của người dân về ngành kinh doanh này rất tiêu cực, không thuận lợi để phát triển ngành kinh doanh bền vững trong tương lai. Hiện nay xu hướng chung của thế giới và kinh nghiệm của một số nước cho thấy trong BHĐC còn kinh doanh cả các dịch vụ. Do đó NCS khẳng định cụm từ “ bán hàng đa cấp” là không chính xác, nó chỉ có thể dùng từ phía công ty, vì công ty bán cho các nhà phân phối ở nhiều tầng, chứ không phải người tiêu dùng. NCS xin đưa ra đề xuất nên dùng cụm từ *Tiếp thị đa tầng, Tiếp thị mạng lưới* sẽ cụ thể hóa được phương thức kinh doanh này.

Việc thống nhất chung cách gọi này thể hiện trong các văn bản quản lý được ban hành cũng như trong các cơ quan quản lý về thuế, tài chính,... Và từ việc coi đó là một ngành nghề kinh doanh thì những người tham gia – nhà phân phối cũng được coi là lực lượng lao động cần thiết, ngang bằng với lao động ở các ngành nghề khác.

Bên cạnh đó, thì cũng phải có văn bản xác định rõ, thống nhất về “bán hàng đa cấp bất chính”, “vi phạm quy định trong bán hàng đa cấp”.

*Thứ hai: Quy định về thẩm quyền cấp, thu hồi giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp*

Trong quy định quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam, về thẩm quyền cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp cho các doanh nghiệp có yêu cầu cấp giấy đăng ký thuộc về cơ quan quản lý nhà nước ở Trung ương – Bộ Công thương [42]. Nhưng theo ý kiến của tác giả, nên giữ nguyên quy định về thẩm quyền cấp giấy đăng ký như Nghị định 110, theo đó thẩm quyền trên nên thuộc về Sở Công thương các tỉnh, thành phố. Việc này được giao cho cơ quan cấp địa phương để các địa phương tự chủ, chịu trách nhiệm hơn với việc quản lý, tránh tập trung quá nhiều công việc tại Trung ương.

Bên cạnh đó, công việc thẩm định mà Bộ Công thương chịu trách nhiệm [43] còn chưa đầy đủ, cần bổ sung. Việc thẩm định hồ sơ để cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp là công việc rất quan trọng, cần sự sát sao, cẩn trọng. Nên bên cạnh việc tiếp nhận hồ sơ thì cơ quan quản lý Nhà nước cần có sự khảo sát địa bàn, khảo sát thực tế tại địa phương doanh nghiệp bán hàng đa cấp đặt trụ sở để có được quyết định một cách đúng đắn. Công việc này rất cần sự phối hợp của các cơ quan cấp địa phương như Sở Công thương, Phòng Kinh tế hay UBND Tỉnh và UBND Huyện, để cơ quan quản lý Trung ương có được những thông tin tin cậy trước khi cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đa cấp cho các doanh nghiệp.

*Thứ ba: Bổ sung các quy định đối với doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp*

- Muốn đăng ký thực hiện kinh doanh đa cấp tại Việt Nam thì điều kiện đầu tiên phải là doanh nghiệp được thành lập tại Việt Nam theo quy định của pháp luật và chưa từng bị thu hồi giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp [43]. NCS đề xuất nên bổ sung thêm doanh nghiệp bán hàng đa cấp nước ngoài cũng là đối tượng được phép thực hiện kinh doanh đa cấp ở Việt Nam. Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp nước ngoài đã và đang lấn sâu vào thị trường Việt Nam và tác động đến người tham gia và người tiêu dùng Việt Nam nhưng pháp luật lại chưa có hành lang pháp lý đầy đủ và hoàn thiện cho đối tượng này tham gia vào quan hệ pháp luật bán hàng đa cấp thì rất có nguy cơ những người chịu tổn thất là người dân Việt Nam. Do đó, theo ý kiến của NCS, các nhà ban hành các văn bản quản lý cần nhanh chóng thực hiện việc bổ sung đối tượng thực hiện bán hàng đa cấp là doanh nghiệp bán hàng đa cấp nước ngoài để đảm bảo được sự kiểm soát, nâng cao hiệu quả quản lý kịp thời của cơ quan nhà nước, tạo môi trường kinh doanh lành mạnh cho người tham gia – nhà phân phối và doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Rất nhiều doanh nghiệp

bán hàng đa cấp nước ngoài hoạt động rất có hiệu quả đang có ý muốn đầu tư, kinh doanh tại Việt Nam và hầu như họ là doanh nghiệp tuân thủ quy định chính sách pháp luật rất tốt, mang lại những sản phẩm chất lượng, hướng dẫn tiêu dùng cụ thể, giá cả công khai, nhất là trong môi trường hội nhập, không phân biệt đối xử hiện nay, thì việc nói lỏng quy định này là hoàn toàn hợp lý.

- NCS đề xuất sửa đổi các quy định hiện hành theo hướng cấm doanh nghiệp bán hàng đa cấp áp đặt bất kỳ điều kiện gì với người tham gia để họ được hưởng bất kỳ lợi ích nào phát sinh từ việc bán hàng hóa của họ, điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp bán hàng đa cấp không được đặt ra bất kỳ hạn chế nào đối với hoa hồng, tiền thưởng... phát sinh từ việc bán hàng hóa một cách hợp pháp của người tham gia, cũng không được phân biệt đối xử giữa những người tham gia như nhau tại cùng một cấp trong mạng lưới BHĐC. Hiện nay người tham gia vẫn rất yếu thế trong các quan hệ với doanh nghiệp BHĐC nên cần bổ sung thêm quy định rõ ràng về quyền lợi hợp pháp, chính đáng, được bảo vệ cho họ. Tuy nhiên người tham gia – nhà phân phối lại là một người bán hàng độc lập nên doanh nghiệp nhiều khi cũng khó kiểm soát hoạt động phân phối của họ, họ có thể thổi phồng chất lượng, giá cả hàng hóa cũng như những lợi ích họ được hưởng. Bởi vậy, rất cần có cơ chế quản lý vừa tạo thuận lợi cho họ, vừa kiểm soát hoạt động của họ, tránh những hậu quả do họ mang lại cho khách hàng – người tiêu dùng

- Pháp luật cần quy định nội dung báo cáo của doanh nghiệp BHĐC phải có tính bao quát, toàn diện, giúp nâng cao hiệu quả giám sát và quản lý của cơ quan quản lý ở địa phương. Bởi lẽ thực tế các văn bản quản lý chưa có quy định thật sự chặt chẽ về nội dung báo cáo định kỳ, mới chỉ là các báo cáo về một vài thông số về doanh thu, về việc nộp thuế và tình hình phát triển của mạng đa cấp.

- Bổ sung quy định các doanh nghiệp BHĐC thực hiện hội nghị, hội thảo, đào tạo về hoạt động BHĐC phải công khai, cập nhật về thời gian, địa điểm, báo cáo viên, nội dung buổi báo cáo, không được tính phí tham gia buổi báo cáo... trên trang thông tin chính thức của doanh nghiệp và phải báo cáo với Sở Công thương tại các địa phương bằng văn bản trước khi buổi đó diễn ra muộn nhất trước 03 ngày làm việc, bất kể có bao nhiêu người tham gia. Đó là quy định rõ ràng bắt buộc các doanh nghiệp phải thông báo về việc đăng kí chính xác trụ sở hoạt động, nơi diễn ra các buổi hội thảo; về người trình bày tại buổi hội thảo; về sản phẩm (có cả tiếng Việt); về nguồn gốc; về công dụng của sản phẩm...

- Cần bổ sung quy định người tiêu dùng cũng được quyền yêu cầu doanh nghiệp BHĐC mua lại sản phẩm bên cạnh quyền này của người tham gia BHĐC – nhà phân phối, khi có đủ những điều kiện cần để được mua lại hàng hóa nhưng



cũng có những quy định nhằm bảo vệ quyền lợi hợp pháp cho doanh nghiệp hạn chế thiệt hại do hành vi chủ quan đến từ người tiêu dùng.

- Bên cạnh đó, cần tăng tổng số tiền hoàn trả lại cho người tham gia yêu cầu doanh nghiệp BHĐC mua lại sản phẩm để bảo vệ quyền lợi chính đáng cho họ, hạn chế rủi ro xảy ra, nếu có thể thì hoàn trả lại 100% chi phí mà thành viên đã mua hàng hóa của công ty. Đây là một quy định hết sức tiến bộ, hướng đến đảm bảo quyền lợi tốt nhất mà người tham gia BHĐC sẽ được hưởng. Lúc này người tham gia cũng yên tâm hơn khi tham gia mạng lưới mà không phải lo lắng để bằng mọi cách đẩy hàng hóa sang cho đối tượng khác.

- Có quy định tăng thời hạn trả lại hàng để tránh tình trạng hết thời hạn yêu cầu thì mới phát sinh vấn đề trả lại sản phẩm, có thể nếu thành viên muốn chấm dứt tư cách thành viên và yêu cầu trả lại hàng hóa tồn kho đã mua thì thời gian có thể trong vòng 12 tháng vì bất kỳ lý do nào.

- Tuyên truyền và phổ biến tới các doanh nghiệp, nhà phân phối, khách hàng – người tiêu dùng về Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Bộ luật hình sự 2015 đã có hiệu lực từ 1/1/2018. Tại Điều 217a về tội danh vi phạm quy định về kinh doanh theo phương thức đa cấp có thể bị phạt tiền tới 5 tỷ đồng, phạt tù tối đa 5 năm hay tại Điều 174 về tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản.

- Tuyên truyền về Luật Cạnh tranh số 23/2018/QH14 ban hành 12/06/2018 có hiệu lực từ 01/07/2019 với rất nhiều điều mới trong đó không còn có quy định trực tiếp đối với BHĐC, bán hàng đa cấp bất chính không còn được xem là hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị cấm nữa. Vậy khi Luật này có hiệu lực thì BHĐ nói chung và BHĐC bất chính nói riêng sẽ bị xử lý bởi văn bản pháp luật nào, cần phải định hướng cho doanh nghiệp, người tham gia, người tiêu dùng và cho toàn xã hội.

*Thứ tư: Khẩn trương xây dựng Bộ quy tắc ứng xử hay Bộ quy tắc đạo đức trong kinh doanh đa cấp ở Việt Nam*

Bộ quy tắc ứng xử là những nguyên tắc và chuẩn mực quan trọng cho các doanh nghiệp, người tham gia bán hàng đa cấp. Bộ quy tắc tóm tắt những nghĩa vụ đạo đức và pháp lý cơ bản của các doanh nghiệp BHĐC cũng như những người tham gia BHĐC và đóng vai trò làm tiền đề vững chắc giúp họ hành xử đúng đắn trong công việc. Các doanh nghiệp và người tham gia ngoài việc chấp hành các yêu cầu pháp lý và các quy định, tiêu chuẩn khác, còn luôn đề cao việc hành xử tuân theo các chuẩn mực đạo đức. Bộ quy tắc này giúp quyết định hành vi của doanh nghiệp và người tham gia BHĐC, cả trong quan hệ giữa doanh nghiệp và người tham gia BHĐC với khách hàng – người tiêu dùng .

Bộ quy tắc ứng xử này nên tập trung vào 3 mối quan hệ lớn nhất trong hoạt

động bán hàng trực tiếp (bao gồm cả bán hàng đa cấp) như sau:

- Quy tắc ứng xử đối với người tiêu dùng
- Quy tắc ứng xử giữa Doanh nghiệp và Người tham gia
- Quy tắc ứng xử giữa các doanh nghiệp

Hiện nay, Ủy ban Bán hàng trực tiếp thuộc Hiệp hội Thương mại Hoa Kỳ tại Việt Nam (Amcham Việt Nam) cũng đưa Bộ quy tắc ứng xử với các khuôn khổ quy định cho các doanh nghiệp và người tham gia BHĐC. Bộ quy tắc gồm những quy định đối với người tiêu dùng, khách hàng tiềm năng, quy tắc dành cho nhà phân phối với các quy định cụ thể như: yêu cầu nhà phân phối không lôi kéo người tham gia ngoài mục đích bán hàng; về phía công ty, không được yêu cầu các ứng viên tiềm năng mua sản phẩm hoặc dự trữ hàng hóa như là một điều kiện để trở thành nhà phân phối, không được thổi phồng về thu nhập tiềm năng hoặc thông tin sai lệch về sản phẩm; yêu cầu các công ty phải thành lập một quy trình nội bộ giải quyết các khiếu nại của người tiêu dùng, phải có hoạt động đào tạo nội bộ... Tuy chưa phải là hoàn chỉnh và còn nhiều điểm cần cập nhật, bổ sung nhưng bộ quy tắc đã cho thấy tính cấp bách, sự linh hoạt và động thái quyết liệt từ phía cơ quan chức năng chuyên môn nhằm giúp ngành này phát triển lành mạnh hơn. Và Bộ quy tắc này lại do một tổ chức nước ngoài hoạt động tại Việt Nam đưa ra.

Bởi vậy, để hạn chế những hành vi thiếu đạo đức kinh doanh của các doanh nghiệp BHĐC hay người tham gia BHĐC, cũng như khẳng định vai trò quản lý, Nhà nước nên giao nhiệm vụ ban hành Bộ quy tắc này cho Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam. Các nhà ban hành Bộ quy tắc này cần học tập kinh nghiệm nước ngoài, tìm hiểu về tình hình thực tế ở Việt Nam, nghiên cứu và đưa ra dự thảo về những quy định trong bộ quy tắc, xin ý kiến Nhà nước cũng như cộng đồng xã hội. NCS kì vọng khi Bộ quy tắc này ra đời sẽ kịp thời điều chỉnh hành vi của các doanh nghiệp, người tham gia BHĐC và người tiêu dùng, hạn chế hành vi vi phạm xâm hại đến quyền lợi của các chủ thể tham gia BHĐC cùng với khách hàng – người tiêu dùng, tạo động lực cho các doanh nghiệp BHĐC chân chính phát triển.

Bên cạnh đó, chính các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp cũng nên xây dựng hình ảnh, thương hiệu, tôn chỉ kinh doanh của mình thể hiện bằng các quy tắc kinh doanh và ứng xử với nhà phân phối của chính doanh nghiệp, để khẳng định tính đúng đắn, bền vững, ổn định của doanh nghiệp trong kinh doanh đa cấp.

*Thứ năm: Bổ sung quy định đối với người tham gia bán hàng đa cấp*

- Cần bổ sung thêm vào Điều 28 của Nghị định 40 về điều kiện đối với người tham gia bán hàng đa cấp là những người ngoài việc không phải là công chức - viên chức, còn không hoạt động trong lực lượng vũ trang, không phải sinh viên – học

sinh, mà phải đủ 18 tuổi trở lên. Ngoài ra, có thể công nhận người bán hàng đa cấp cũng đang thực hiện một nghề, đó là nghề bán hàng trực tiếp, có phát sinh thu nhập chịu thuế thì sẽ phải thực hiện nghĩa vụ với Nhà nước

- Người tham gia bán hàng đa cấp phải công khai số tài khoản ngân hàng của cá nhân, thông báo mã số thuế cũng như công khai số tiền nhận được khi thực hiện phân phối hàng hóa trong bán hàng đa cấp. Chính điều này sẽ giúp chúng ta biết được bán hàng đa cấp đã mang lại lợi ích về thu nhập như thế nào cho người dân cũng như giúp người dân không bị làm tương, phóng đại về thu nhập, hoa hồng mà những người tham gia BHĐC có được.

- Bổ sung quy định nếu người tham gia mạng lưới BHĐC xây dựng và duy trì mạng lưới phân phối viên tuyến dưới từ 10 người trở lên trong thời hạn 01 năm thì phải tiến hành đăng ký kinh doanh với hình thức là doanh nghiệp tư nhân.

- Người tham gia trải qua kì thi kiểm tra kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp do Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng tổ chức, được cấp giấy chứng nhận thì cần bổ sung thêm quy định là định kì 1 năm 1 lần phải có kì kiểm tra lại để cập nhật, bổ sung những quy định mới của Nhà nước, của địa phương và doanh nghiệp.

- Người tham gia phải mạnh dạn khiếu nại, tố cáo các doanh nghiệp bán hàng đa cấp lừa đảo, đánh người, giam giữ người cùng các giấy tờ tùy thân...

*Thứ sáu: Áp dụng hợp lý các phương pháp quản lý bán hàng đa cấp*

Nhà nước nên phối kết hợp cả 3 phương pháp quản lý, tuy nhiên phương pháp giáo dục cần được sử dụng nhiều hơn, lâu dài và mở rộng các hình thức đưa thông tin tới các đối tượng liên quan. Phương pháp kinh tế vẫn là chủ chốt, tăng cường sử dụng các đòn bẩy kinh tế để các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia và người tiêu dùng nhận thức rõ hơn về lợi ích kinh tế; bên cạnh đó, tăng mức tiền phạt cho tổ chức, cá nhân khi vi phạm khi thực hiện BHĐC. Phương pháp hành chính nên nói lỏng hơn, nên thực hiện triệt để biện pháp hình sự thì tính răn đe sẽ mạnh mẽ hơn.

#### **4.3.4. Giải pháp về công tác tuyên truyền trong quản lý bán hàng đa cấp**

- Thành lập cơ quan chịu trách nhiệm chính trong tuyên truyền để nâng cao hiểu biết cho dân chúng về BHĐC nhằm giúp người dân hiểu biết về pháp luật BHĐC, hạn chế được thiệt hại xảy ra khi đầu tư vào các doanh nghiệp BHĐC bất chính hay thậm chí các doanh nghiệp BHĐC chân chính nhưng không đạt hiệu quả kinh doanh. Cơ quan này với công việc cần làm là tuyên truyền, phổ biến về những hành vi bị cấm trong kinh doanh đa cấp, hướng người dân đến những điều kiện của kinh doanh đa cấp chân chính, có chính sách đầu tư hiệu quả, biết phân biệt BHĐC đúng đắn và BHĐC biến tướng, những thông tin cũng như những cách thức cần thiết để bảo vệ bản thân khi bị lừa gạt.

Cơ quan truyền thông này có thể trực thuộc Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng (Bộ Công thương) hoặc trực thuộc Bộ Thông tin và truyền thông.

- Ở từng địa phương cần thành lập những Trung tâm tư vấn pháp luật miễn phí, trung tâm này là những chủ thể có thể đánh giá khách quan tình hình hoạt động của các doanh nghiệp BHĐC, họ là những người hiểu biết pháp luật giúp người dân tra cứu thông tin chính thống về doanh nghiệp chuẩn bị đầu tư, tránh hiện tượng đầu tư vào các doanh nghiệp BHĐC bất chính hoặc chưa đăng ký với cơ quan chức năng. Cơ quan này cũng có thể tổ chức các buổi tuyên truyền pháp luật với quy mô lớn và trên diện rộng, để cung cấp cho người dân những nhận diện nhanh về BHĐC bất chính, cùng trao đổi về đầu tư kinh doanh đa cấp để người dân có cái nhìn tổng thể hơn về kinh doanh đa cấp tránh trường hợp bị lừa đảo, gây thiệt hại về tài sản.

- Đẩy mạnh việc nâng cao hiểu biết, nhận thức về quy định chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp cho xã hội

Thường xuyên tuyên truyền bằng nhiều hình thức, bằng nhiều phương tiện, ở nhiều thời gian, địa bàn (nhất là vùng sâu vùng xa, vùng dân chúng có nhận được các khoản tiền đền bù hay vùng dân chúng có những khoản tiền dư thừa) tới dân chúng về bản chất, lợi ích và thực trạng BHĐC, về các văn bản quản lý BHĐC, về vai trò của các cơ quan quản lý cũng như những hành vi vi phạm và hình thức xử lý khi vi phạm các quy định.

Để tránh bị dụ dỗ, lôi kéo vào bẫy lừa đảo đa cấp, người dân cần chủ động tìm hiểu các quy định của pháp luật, nhận thức rõ các dấu hiệu vi phạm, lừa đảo như: Mời chào người dân tham gia đầu tư, nộp tiền và hứa hẹn trả các khoản lợi nhuận cao bất thường mà không phải làm gì; tư vấn người dân mua số lượng hàng hóa vượt khả năng tiêu thụ để được lên cấp, nhận hoa hồng, tiền thưởng; bán hàng đa cấp nhưng không có hàng; kinh doanh theo phương thức đa cấp với đối tượng không phải là hàng hóa...

Bổ sung vào chương trình giảng dạy tại các trường học những kiến thức về phương thức tiếp thị trực tiếp, để giới trẻ có thể nhận thức và định hướng đúng đắn nếu chọn cách khởi nghiệp, làm giàu. Các trường Đại học, Cao đẳng nên có cái nhìn chân thực, chính xác về loại hình kinh doanh đa cấp, không nên có tâm lý né tránh, hay phê phán, cảm đoán sự tìm hiểu của sinh viên.

- Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp cũng thường xuyên tuyên truyền cho nhà phân phối và người tiêu dùng những hiểu biết về bán hàng đa cấp, về những quy định quản lý của Nhà nước đối với lĩnh vực này, đồng thời nâng cao đạo đức kinh doanh cho chính doanh nghiệp và nhà phân phối. Trong nền kinh tế thị trường và giữa lúc xã hội đang có sự nhầm lẫn giữa bán hàng đa cấp chân chính với bán

hàng đa cấp bất chính thì các doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải tự mình xây dựng hình ảnh, thương hiệu bằng chính đạo đức kinh doanh.

- Các cơ quan chức năng Trung ương, địa phương cần phối hợp với các ban, ngành, đoàn thể để thực hiện công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật BHĐC thông qua các kênh tin tức như báo, đài, phát thanh truyền hình ở từng địa phương cũng như Ủy ban nhân dân các cấp cần có trách nhiệm thông tin trên truyền thanh ở từng địa bàn xã, phường, thị trấn do mình quản lý.

Nếu việc phối hợp giữa các cơ quan quản lý được thực hiện theo nguyên tắc:

(1) Xác định rõ cơ quan, đơn vị chủ trì, đơn vị thực hiện phù hợp với chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn, quy chế tổ chức hoạt động của từng cơ quan, đơn vị; trách nhiệm, quyền hạn của người đứng đầu cơ quan, đơn vị; nội dung, cách thức, thời hạn phối hợp (báo cáo, xử lý); chế độ thông tin, báo cáo;

(2) Tập trung – dân chủ;

(3) Đảm bảo thực hiện phối hợp đồng bộ, thống nhất, chặt chẽ, kịp thời, công khai, minh bạch...

Thì hiệu quả của công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp đạt ở mức tốt sẽ là hình thức tuyên truyền tốt nhất.

- Các cấp, các ngành cần tiếp tục tăng cường công tác thông tin tuyên truyền các quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp, hoạt động bán hàng đa cấp bất chính cho người dân, người tham gia bán hàng đa cấp, ưu tiên tuyên truyền trên đài truyền hình và các phương tiện thông tin đại chúng để nâng cao hiệu quả tuyên truyền. Bên cạnh đó, đề nghị Bộ Công an xử lý nghiêm và tăng cường công khai các hành vi lừa đảo trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp, việc lợi dụng kinh doanh theo phương thức đa cấp để huy động tài chính nhằm mục đích lừa đảo dưới nhiều hình thức. Nắm tình hình, thu thập thông tin về phương thức, thủ đoạn, cách thức lôi kéo, dụ dỗ người dân tham gia hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp bất chính để thông tin, tuyên truyền đến người dân.

- Bộ Công thương phối hợp với các địa phương tổ chức định kỳ các Hội thảo về quản lý BHĐC. Hiện nay, Bộ Công thương mới tổ chức định kỳ 1 năm 1 lần buổi tổng kết báo cáo về kết quả công tác quản lý bán hàng đa cấp với những con số chung của toàn quốc, nên cần tăng số buổi tổng kết, tăng thông tin cập nhật, thực tiễn về tình hình hoạt động BHĐC ở từng địa phương hoặc báo cáo chân thực của từng doanh nghiệp BHĐC.

#### **4.3.5. Giải pháp về thanh tra, giám sát, giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm**

- Cần có sự phối hợp của nhiều cơ quan trong thanh tra, giám sát, giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm trong BHĐC: Bộ Công thương, Sở Công thương, Cục

quản lý thị trường, Chi cục quản lý thị trường, Bộ Tài chính, Bộ Y tế, Bộ Công an... Sự phối hợp này có thể từ việc cùng lập, thông qua kế hoạch thanh tra, giám sát, cùng kiểm tra, giải quyết khiếu nại và cùng điều tra, giải quyết xử lý vi phạm, tuy nhiên vẫn nhấn mạnh cơ quan chủ trì trong quản lý chính là Bộ Công thương.

- Có kế hoạch kiểm tra, giám sát các doanh nghiệp BHĐC hay cử cán bộ tới dự các buổi hội thảo, hội nghị, tư vấn, đào tạo của các doanh nghiệp cũng là để kiểm tra, giám sát. Có thông báo về kết quả kiểm tra, xử lý tới đông đảo quần chúng. Đồng thời, bên cạnh công tác kiểm tra, giám sát có hiệu quả, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền cần có đơn thư trả lời bằng văn bản đến quần chúng nhân dân về việc kiểm tra, giám sát các đối tượng đó được minh bạch, rõ ràng, bên cạnh đó nêu lên những dấu hiệu vi phạm của các đối tượng để người dân cảnh giác tránh bị lừa đảo. Hạn chế các trường hợp thanh, kiểm tra và xử phạt nhưng lại không có văn bản cụ thể, hoặc không công khai việc xử lý làm giảm hiệu quả của việc cảnh báo đến người dân nhận biết các dấu hiệu vi phạm. Mặt khác, nếu không có căn cứ để xác định hành vi vi phạm thì việc khẳng định hành vi đó không vi phạm pháp luật cũng rất quan trọng đối với các doanh nghiệp BHĐC chân chính.

- Huy động sự vào cuộc của cả cộng đồng trong giám sát BHĐC. Nhằm tạo điều kiện cho quần chúng nhân dân có thể giúp đỡ các cơ quan chức năng tố giác những đối tượng có hành vi vi phạm, cơ quan quản lý cần có các cách giúp người dân liên hệ nhanh chóng, kịp thời báo cáo với cơ quan nhà nước về hành vi vi phạm như thành lập đường dây nóng của các Sở công thương về các hành vi vi phạm pháp luật cạnh tranh đặc biệt là về bán hàng đa cấp bất chính, lập các hòm thư tố giác BHĐC lừa đảo tại các khu dân cư... Để tăng tính hiệu quả của công tác giám sát kiểm tra xử lý vi phạm, các cơ quan chức năng cần nhanh chóng thực hiện việc thanh, kiểm tra các đối tượng bị tố giác trong vòng 24 – 48 tiếng đồng hồ nhằm ngăn chặn hành vi vi phạm, hạn chế được thiệt hại xảy ra, đáp ứng mong mỏi của người dân, tạo nên lòng tin nơi nhân dân.

- Bên cạnh nhiệm vụ kiểm tra, giám sát, phát hiện kịp thời những sai phạm và xử lý đúng quy định của pháp luật đối với những doanh nghiệp BHĐC, người tham gia BHĐC có hành vi vi phạm quy định chính sách, pháp luật BHĐC, các cơ quan chức năng cần có những biện pháp khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho những doanh nghiệp BHĐC chân chính và đạt hiệu quả kinh doanh cao trong thời gian hoạt động để các doanh nghiệp này phát triển, đồng thời nâng cao được ý thức trách nhiệm của bản thân doanh nghiệp BHĐC chân chính đó, từ đó cung cấp cho người dân những danh sách chính thống về doanh nghiệp BHĐC có để đầu tư, sinh lợi nhuận, hạn chế được những thiệt hại không mong muốn nhận được khi tham gia vào kinh doanh đa cấp.

- Các cơ quan chức năng không được sách nhiễu, cũng như gây khó khăn cho những doanh nghiệp BHĐC chân chính, làm cho hoạt động, thông tin rất hiệu quả của các doanh nghiệp này không đến được với người dân, và đây cũng là một phần nguyên nhân làm cho BHĐC bất chính bùng phát khi người dân không có được thông tin chính xác, không có được kênh đầu tư kinh doanh có hiệu quả.

- Ứng dụng công nghệ 4.0 vào công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Tiến hành lập một website riêng hoặc đưa vào giao diện website chính của Sở Công thương một phần về tình hình kinh doanh đa cấp ở địa phương, ngoài những thông tin phổ biến quy định của Nhà nước, của địa phương thì cập nhật liên tục tình hình các doanh nghiệp, nhà phân phối và định hướng tiêu dùng cho khách hàng. Các doanh nghiệp BHĐC tại địa phương sẽ phải kết nối với trang này để các đối tượng có thể tra được ngay thông tin về doanh nghiệp. Doanh nghiệp phải đăng kí công khai mã số người tham gia trên trang web đó, giúp cho khách hàng – người tiêu dùng có được nguồn thông tin thật sự an tâm và đảm bảo.

Trên các trang web nên đăng và cập nhật thông tin về các công ty bán hàng đang hoạt động, các sản phẩm độc quyền của công ty, chế độ phân bổ hoa hồng, danh sách người tham gia, bổ sung kiến thức cho những người muốn tìm hiểu về BHĐC, về công ty, về sản phẩm, cập nhật công tác quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, quy trình trả lại hàng hóa, quy trình khiếu nại, xử lý khiếu nại... Với những thông tin cần thiết, hữu ích này sẽ giúp cho công tác quản lý Nhà nước đạt được hiệu quả cao hơn.

- Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính phải có trách nhiệm đề bảo vệ trước hết là chính bản thân doanh nghiệp của mình và đồng thời là bảo vệ người tham gia BHĐC không bị những doanh nghiệp bất chính lợi dụng nhằm lừa đảo chiếm đoạt tài sản, từ đó tạo nên môi trường cạnh tranh lành mạnh giúp doanh nghiệp làm ăn chân chính đó phát triển. Doanh nghiệp BHĐC chân chính là những doanh nghiệp trực tiếp kinh doanh đa cấp, họ là người hiểu rất rõ bản chất của BHĐC đồng thời thông qua việc công khai thông tin về hàng hóa, chính sách trả thưởng, hội thảo, danh sách người tham gia,...có thể nhận diện được ngay các doanh nghiệp đó có phải là doanh nghiệp BHĐC bất chính hay không. Bởi vậy, họ cũng nên tích cực tham gia vào việc phát hiện, tố cáo, hỗ trợ kịp thời cho Nhà nước trong điều tra, xử lý các doanh nghiệp BHĐC làm ăn phi pháp.

- Nhấn mạnh công tác hậu kiểm trong quản lý đối với bán hàng đa cấp. Muốn làm được điều này cần xây dựng quy trình quản lý chặt chẽ; bổ sung lực lượng quản lý đủ về số lượng, chất lượng cũng như thống nhất được việc áp dụng các hình thức kiểm tra, xử lý vi phạm và phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản

lý. Nếu chỉ quản lý chặt lúc cấp giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh hay xử phạt thật nặng lúc có vi phạm thì đều là không hợp lý. Sự quản lý đều phải xuyên suốt, có quá trình, và hướng tới kết quả toàn diện. Nếu bỏ trống, buông lỏng cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp sau khi cấp phép thì hậu quả rất lớn và công việc điều tra, xử lý sẽ tăng lên, bán hàng đa cấp lại càng khó khăn phát triển tại Việt Nam.

- Nhanh chóng áp dụng các hình thức xử lý nghiêm minh đối với các đối tượng thực hiện hành vi bán hàng đa cấp bất chính khi Luật Hình sự có hiệu lực. Xử lý tình thế quản lý bán hàng đa cấp khi Luật Cạnh tranh 2018 có hiệu lực, bán hàng đa cấp chưa có trực tiếp văn bản luật điều chỉnh .



#### **TÓM TẮT CHƯƠNG 4**

Đề bán hàng đa cấp phát triển ổn định, mang lại nhiều lợi ích cho xã hội, vẫn là một phương thức cung cấp hàng hóa hiện đại trong thời gian tới, thông qua phỏng vấn, tìm hiểu và phân tích thực trạng, nắm bắt tình hình, xu hướng phát triển, trong chương 4 này của Luận án, NCS đã đề xuất các định hướng cũng như các giải pháp hoàn thiện công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong thời gian tới như giải pháp về hoàn thiện, bổ sung các văn bản, quy định trong quản lý; giải pháp hoàn thiện bộ máy, công tác nhân sự và phân định chức năng, nhiệm vụ cũng như công tác phối hợp quản lý của các cơ quan chịu trách nhiệm; giải pháp tuyên truyền trong quản lý bán hàng đa cấp; giải pháp thanh tra, kiểm soát chặt chẽ và xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm trong BHĐC.

## KẾT LUẬN

Bán hàng đa cấp là phương thức kinh doanh mang lại nhiều lợi ích kinh tế, xã hội cho nền kinh tế và các đối tượng có liên quan. Kể từ khi du nhập vào Việt Nam, bán hàng đa cấp đã góp phần phát triển một kênh bán hàng mới cho các doanh nghiệp và đáp ứng tốt hơn các nhu cầu tiêu dùng của dân cư cũng như tăng tính hội nhập của nền kinh tế. Tuy nhiên, bán hàng đa cấp trong quá trình thực hiện hoạt động lại xuất hiện rất nhiều những biến tướng, những hiện tượng bất chính, gây ra những hệ lụy và ảnh hưởng không nhỏ tới toàn xã hội.

Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp vẫn còn nhiều hạn chế, cần có những nghiên cứu để cải thiện, hoàn thiện, và tăng tính hiệu quả, hiệu lực, phù hợp, đồng bộ, thống nhất, công bằng và ổn định. Trên cơ sở vận dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu, NCS hoàn thành luận án “ *Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam*”. Luận án đã tập trung nghiên cứu vào các vấn đề cơ bản sau:

*Thứ nhất:* Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan đến Luận án để đưa ra một số kết luận và khoảng trống nghiên cứu cho đề tài luận án. Làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản về quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp: khái niệm, mục tiêu, vai trò, nguyên tắc, phương pháp, công cụ; đưa ra 3 nội dung của quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp; thiết lập 5 nhóm tiêu chí đánh giá quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp; phân tích 2 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Từ những kinh nghiệm quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp của Mỹ, Nhật Bản, Malaysia, Singapore, Trung Quốc, NCS rút ra 4 bài học thực tiễn có thể xem xét áp dụng trong quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

*Thứ hai:* Đánh giá thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong giai đoạn 2006 – 2018 theo các nội dung quản lý và các tiêu chí đánh giá đã được thiết lập ở phần lý luận, theo các phương pháp nghiên cứu thu thập dữ liệu và phân tích dữ liệu.

*Thứ ba:* Đánh giá chung về thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp với những thành công đạt được và chỉ ra 6 nhóm hạn chế: một là *hạn chế trong bộ máy quản lý Nhà nước và việc phân định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn trong quản lý đối với bán hàng đa cấp*; hai là *hạn chế về nhân sự quản lý bán hàng đa cấp*; ba là *hạn chế về công tác tuyên truyền, nắm vững thông tin trong quản lý bán hàng đa cấp*; bốn là *hạn chế trong các văn bản quản lý bán hàng đa cấp được ban hành*; năm là *hạn chế trong tổ chức thực thi các văn bản quản lý bán hàng đa cấp*; sáu là *hạn chế trong thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm trong bán hàng đa cấp*; đưa ra 2 nhóm nguyên nhân của những hạn chế, bất cập

trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp với những nguyên nhân cụ thể như là do tình hình kinh tế - xã hội, văn hóa - chính trị, khoa học – công nghệ - thông tin ở Việt Nam, do xuất phát từ phía Nhà nước, xuất phát từ phía người tham gia, người tiêu dùng và dân chúng, xuất phát từ phía các doanh nghiệp thực hiện bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

*Thứ tư:* Từ việc đánh giá chung thực trạng quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, theo quan điểm, mục tiêu hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp, với những dự báo và định hướng quản lý, Luận án đã đưa ra 5 nhóm giải pháp để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở nước ta: 1, *Giải pháp về bộ máy quản lý và phân định rõ chức năng, nhiệm vụ quản lý đối với bán hàng đa cấp;* 2, *Giải pháp về nhân sự và công tác nhân sự trong quản lý bán hàng đa cấp;* 3, *Giải pháp hoàn thiện, bổ sung các văn bản, quy định đối với bán hàng đa cấp;* 4, *Giải pháp về công tác tuyên truyền trong quản lý bán hàng đa cấp;* 5, *Giải pháp về thanh tra, giám sát, giải quyết khiếu nại và xử lý vi phạm*

Thông qua Luận án này, NCS mong muốn đóng góp một phần những hiểu biết, kiến thức của mình trong việc đề xuất các giải pháp có tính thực tiễn nhằm hoàn thiện, nâng cao hiệu quả, hiệu lực, giảm chi phí và tổn thất trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong thời gian tới. Do hạn chế về khả năng nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu khá nhạy cảm, quy mô mẫu khảo sát khá nhiều nhưng đối tượng khảo sát có hạn chế nên vẫn chưa bao quát được bởi vậy các kết luận nghiên cứu trong luận án không tránh khỏi những khiếm khuyết. NCS mong nhận được sự góp ý của các nhà quản lý, các nhà khoa học và các tổ chức, cá nhân khác để công trình nghiên cứu được hoàn thiện hơn, NCS có thể tiếp thu thêm kiến thức, cũng như lĩnh vực quản lý bán hàng đa cấp của Nhà nước có được kết quả tốt hơn.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA NCS CÓ LIÊN QUAN  
ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Nguyễn Thị Hương Giang (2011), *Quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế “Hội nhập: Hợp tác và cạnh tranh”, Trường Đại học Thương Mại, Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại

2. Nguyễn Thị Hương Giang (2011), *Tăng cường quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn thành phố Hà Nội* (định hướng nghiên cứu nhóm hàng thực phẩm chức năng), Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường năm học 2010 – 2011, Đại học Thương Mại

3. Nguyễn Thị Hương Giang (2013), *Ảnh hưởng của hoạt động bán hàng đa cấp đến kinh tế - xã hội Việt Nam hiện nay*, Tạp chí Kinh tế và dự báo, số 05 tháng 03/2014

4. Nguyễn Thị Hương Giang (2016), *Quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Tây Nguyên hiện nay*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên”, Đại học Thương Mại, Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### I. TÀI LIỆU BẰNG TIẾNG VIỆT

1. Vũ Tuấn Anh chủ biên (1994), *Vai trò của Nhà nước trong phát triển kinh tế*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội
2. Mai Văn Buru chủ biên (1997), *Giáo trình quản lý Nhà nước về kinh tế*, NXB Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội
3. Trương Đình Chiến (2012), *Quản trị kênh phân phối*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân
4. Huỳnh Ngọc Chương (2016), *Sự tham gia của người dân vào chính sách công dưới ảnh hưởng của mạng xã hội tại Việt Nam: Nghiên cứu từ tình huống điển hình*, Tạp chí phát triển KH&CN, Tập 19, Số Q4 – 2016, trang 21 - 32
5. Nguyễn Cúc (2005), *Tập bài giảng về Quản lý Nhà nước về kinh tế*, Học viện Chính trị - Khu vực I Hà Nội, NXB Lao động – xã hội Hà Nội
6. Mai Văn Cường chủ biên (1995), *Các học thuyết kinh tế - Lịch sử phát triển, tác giả và tác phẩm*, NXB Thống kê, Hà Nội
7. Cục Quản lý cạnh tranh thuộc Bộ Công thương (2006), *Hỏi – đáp về bán hàng đa cấp*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
8. Cục quản lý cạnh tranh (2012), Hội thảo “*Tổng quan về thực trạng và triển vọng hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam*”, Hà Nội
9. Cục quản lý cạnh tranh (2013), *Hệ thống pháp luật quản lý hoạt động bán hàng đa cấp tại một số quốc gia – Kinh nghiệm cho Việt Nam*, Hà Nội
10. Đặng Đức Đạm (2000), *Kế hoạch hóa kinh tế vĩ mô*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
11. Đặng Đức Đạm (2002), *Phân cấp quản lý kinh tế*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội
12. Lê Hoài Điệp (2014), “*Thực trạng bán hàng đa cấp tại Việt Nam*”, *Bản tin cạnh tranh và người tiêu dùng*, số 46, trang 12- 14
13. Phạm Công Đoàn – Nguyễn Cảnh Lịch (2012), *Giáo trình Kinh tế doanh nghiệp thương mại*, Đại học Thương mại
14. Phan Huy Đường (2017), *Các công cụ quản lý kinh tế*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
15. Phan Huy Đường (Chủ biên), Phan Anh (2017), *Quản lý Nhà nước về kinh tế*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
16. Nguyễn Văn Hậu và Điệp Khắc Cường (2012), *Tìm hiểu về bán hàng đa*

cấp, NXB Tư pháp.

17. Học viện Hành chính Quốc gia (2001), *Quản lý học đại cương*, NXB Đại học Quốc Gia, Hà Nội

18. Học viện Chính trị Quốc gia (2004), *Giáo trình khoa học quản lý*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội

19. Học viện Hành chính Quốc gia (2005), *Tài liệu bồi dưỡng giảng viên quản lý Nhà nước* (lưu hành nội bộ), Hà Nội

20. Học viện Hành chính quốc gia (2007), *Quản lý hành chính Nhà nước phần 1,2,3, chương trình chuyên viên chính*, NXB Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội

21. Học viện Hành chính Quốc gia (2007), *Quản lý hành chính Nhà nước phần 1,2,3, chương trình chuyên viên cao cấp*, NXB Khoa học kỹ thuật, Hà Nội

22. Mai Hữu Khuê (2003), *Lý luận quản lý Nhà nước*, Hà Nội

23. Harold Koontz, Cyril Odonnell, Heinz Weihgich (2004), *Những vấn đề cốt yếu của quản lý*, NXB Khoa học kỹ thuật

24. Trường Đại học Công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh (2009), *Nghiệp vụ bán hàng*, chủ biên TS. Nguyễn Minh Tuấn, Ths.Võ Thị Thúy Hoa, NXB Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh

25. Trường Đại học Luật Hà Nội (2006), *Giáo trình lý luận Nhà nước và pháp luật*, NXB Tư pháp, Hà Nội

26. Trường Đại học Thương Mại (2015), *Giáo trình Quản lý Nhà nước về thương mại*, chủ biên TS. Thân Danh Phúc, NXB Thống kê

27. Trường Đại học Thương Mại (2015), *Giáo trình Kinh tế thương mại đại cương*, chủ biên PGS.TS. Hà Văn Sự, NXB Thống kê

28. Thân Danh Phúc (2008), *Bài giảng kinh tế thương mại Việt Nam*

29. Đỗ Hoàng Toàn, Mai Văn Bru (2008), *Quản lý Nhà nước về kinh tế*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân

30. Tổng cục thống kê, *Niên giám thống kê các năm 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010,2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018*

31. Dương Hồng Lễ (chủ biên) (2012), *Bí mật thiên niên kỷ - Bạn biết gì về điều bạn chưa từng biết*, NXB Phương Đông

32. Lê Chi Mai (2001), *Những vấn đề cơ bản về chính sách và quy trình chính sách*, NXB Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh

33. Lương Xuân Quý (1994), *Cơ chế thị trường và vai trò của Nhà nước*

trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam, NXB Thống kê, Hà Nội

34. Lương Xuân Quỳnh (2006), *Quản lý Nhà nước trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam*, NXB Lý luận chính trị

35. Trần Văn Thắng (2004), *Quản lý Nhà nước về thương mại trong giai đoạn hiện nay ở nước ta*, LA TS Kinh tế: 5.02.05. Số ĐKCB: LA04.04163

36. Lê Anh Tuấn, “Điều chỉnh pháp luật đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính”, *Tạp chí Nghiên cứu lập pháp*, Văn phòng quốc hội, số 9/2006

37. Nguyễn Anh Tuấn (2011), *Hoàn thiện hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam*. Luận văn tốt nghiệp, Học viện Hành chính quốc gia

38. Bùi Trung Thương (2011), *Nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp tại Việt Nam đến năm 2015*, Luận án thạc sỹ Đại học Kinh tế quốc dân

39. Bùi Trung Thương (2011), “Quản lý bán hàng đa cấp tại Việt Nam. Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Thương mại*, số 17, trang 14-17

40. Hoàng Đào Thu Thủy (2012), *Pháp luật điều chỉnh bán hàng đa cấp ở Việt Nam – Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Luận văn thạc sỹ Đại học Luật Hà Nội

41. Đoàn Văn Bình, Đoàn Trung Kiên (2007), “Pháp luật về bán hàng đa cấp tại Việt Nam: Một số vấn đề cần hoàn thiện”, *Tạp chí Luật học*, Trường Đại học Luật Hà Nội, số 7/2007, trang 3-7

42. Đoàn Trung Kiên (2008), “Bản chất pháp lý của hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp”, *Tạp chí Luật học*, Trường Đại học Luật Hà Nội, tháng 11/2008, trang 51-57

43. Dương Hồng Lê & Trần Trung Kiên, *Bí mật thiên niên kỷ - bạn biết gì về điều bạn chưa biết - tập 1 (quyển 3) – Tinh hoa kinh doanh theo mạng*

44. Võ Đan Mạch (2015), *Thực tiễn vận dụng Luật Cạnh tranh trong lĩnh vực Bán hàng đa cấp - những khó khăn, vướng mắc đã gặp trong thực tiễn và một số khuyến nghị hoàn thiện Luật Cạnh tranh*, Tham luận Hội thảo đánh giá 10 năm thực thi luật cạnh tranh: góc nhìn từ phía doanh nghiệp, tr. 22 – 29

45. Sở Công thương thành phố Hà Nội – UBND thành phố Hà Nội (2018), *Tìm hiểu một số quy định về hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp*.

46. Phan Đức Quế (2013), *Bảo vệ người tiêu dùng từ quản lý chặt bán hàng đa cấp*, Cục quản lý cạnh tranh - Bộ Công thương.

47. Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (Đại học Quốc gia Hà Nội) (2016), *Báo cáo Kinh tế vĩ mô Việt Nam hàng quý*

48. Viện Kinh tế thế giới (1994), *Các mô hình thị trường trên thế giới*, NXB Thống kê, Hà Nội

49. Lê Hoàng Vũ (2010), *Những tình huống bán hàng đa cấp bất chính tại Việt Nam*, Đại học Ngoại thương

50. Scott R. Balfour, Phó chủ tịch pháp chế Tập đoàn Amway (2012), *Bán hàng trực tiếp – Tạo ra cơ hội tích cực tại Việt Nam*

51. James.M.Comer (2005), *Quản trị bán hàng*, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh

52. Richard Poe (2013), *Làn sóng thứ 4 – Kinh doanh theo mạng trong thế kỉ 21*, NXB Văn hóa thông tin

53. Philip Kotler (2007), *Marketing căn bản*, NXB Thống kê

### **CÁC VĂN BẢN QUY PHẠM PHÁP LUẬT**

54. Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp ban hành ngày 12/3/2018

55. Thông tư 10/2018/TT-BCT Quy định chi tiết một số điều của Nghị định số 40/2018/NĐ-CP ngày 12/03/2018 của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp ban hành ngày 25/05/2018

56. Thủ tướng Chính phủ (2016), Chỉ thị số 30/CT-TTg ngày 31/10/2016 về việc tăng cường quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

57. Tổng cục thống kê (2017), Tình hình kinh tế - xã hội năm 2017

58. Tổng cục Thống kê (2016), Tình hình kinh tế - xã hội năm 2016

59. Tổng cục thống kê (2015), Tình hình kinh tế - xã hội năm 2015

60. Tổng cục thống kê (2014), Tình hình kinh tế - xã hội năm 2014

61. Quốc hội (2004), Luật Cạnh tranh số 27/2004/QH11, Hà Nội.

62. Quốc hội (2018), Luật Cạnh tranh số 23/2018/QH14, Hà Nội.

63. Quốc hội (2005), Luật Dân sự số 33/2005/QH11, Hà Nội.

64. Quốc hội (2005), Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13, Hà Nội.

65. Quốc hội (2014), Luật Đầu tư số 67/2014/QH13, Hà Nội

66. Quốc hội (2012), Luật Xử lý vi phạm hành chính số 15/2012/QH13, Hà Nội.

67. Quốc hội (2013), Hiến pháp nước CHXHCN Việt Nam năm 2013, Hà Nội.

68. Quốc hội (2015), Bộ luật hình sự số 100/2015/QH15, Hà Nội.

### **WEBSITE**

69. *Multi-Level Marketing Pyramid Selling Scheme*; access to <http://www.cad.gov.sg/prevention/crime-prevention-advice/multi->



### level-marketing-pyramid-selling-scheme

70. *Indian Contracts Act 1872*, access to

<http://lawcommissionofindia.nic.in/1-50/report13.pdf>

71. Một số trang web

- Website của Báo Kinh tế Việt Nam: [www.ven.vn](http://www.ven.vn)
- Website của Báo Sài Gòn Giải Phóng: [www.sggp.org.vn](http://www.sggp.org.vn)
- Website của Báo điện tử Bộ Công thương: [www.baocongthuong.com.vn](http://www.baocongthuong.com.vn)
- Website của Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam: [www.cpv.org.vn](http://www.cpv.org.vn)
- Website của Cục Cảnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng: [www.vca.gov.vn](http://www.vca.gov.vn)
- Website của Sở Công thương Hà Nội: [www.congthuonghn.gov.vn](http://www.congthuonghn.gov.vn)
- Website một số báo điện tử: [www.ca.cand.com.vn](http://www.ca.cand.com.vn); [www.luat.xalo.vn](http://www.luat.xalo.vn)  
; [www.mlm.com](http://www.mlm.com); [www.thongtinphapluatdansu.wordpress.com](http://www.thongtinphapluatdansu.wordpress.com); [www.tapchicongsan.org.vn](http://www.tapchicongsan.org.vn)
- Website của Bộ Công thương : [www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn)
- Cơ sở dữ liệu CEIC, <https://www.ceicdata.com>
- Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam: [www.mlma.org.vn](http://www.mlma.org.vn)
- Hiệp hội bán hàng trực tiếp thế giới: [www.dsa.org](http://www.dsa.org)
- Hiệp hội bán hàng trực tiếp Mỹ: [www.dsa.org.uk](http://www.dsa.org.uk)
- Hiệp hội bán hàng trực tiếp Newzealand: [www.dsanz.co.nz](http://www.dsanz.co.nz)
- Hiệp hội bán hàng trực tiếp Malaysia: [www.dsam.org.my](http://www.dsam.org.my)
- Hiệp hội bán hàng trực tiếp Nhật Bản: [www.jadma.org](http://www.jadma.org)
- Hiệp hội bán hàng đa cấp Singapore: [www.dsas.org.sg](http://www.dsas.org.sg)
- Ngân hàng Nhà nước Việt Nam: [www.sbv.gov.vn](http://www.sbv.gov.vn)

## **II. TÀI LIỆU BẰNG TIẾNG ANH**

72. Doris Wood(2008), *We've only just begun*

73. Doris Wood(2008), *Direct Sales/MLM Network Marketing dictionary*

74. Garth Wyllie (2012), *Direct Selling in Newzealand*

## PHỤ LỤC

### Phụ lục 01:

#### Số lượng các doanh nghiệp bán hàng đa cấp tại các địa phương (2018)

STT	Địa phương	Số doanh nghiệp được cấp giấy xác nhận tiếp nhận hồ sơ thông báo hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương
1	An Giang	13
2	Bà Rịa – Vũng Tàu	16
3	Bắc Kạn	11
4	Bắc Giang	14
5	Bắc Ninh	11
6	Bình Dương	17
7	Bình Định	13
8	Đắk Lắk	12
9	Đồng Tháp	11
10	Hà Giang	13
11	Hà Nam	6
12	Hà Nội	26
13	Hà Tĩnh	6
14	Hải Dương	16
15	Quảng Ninh	14
16	Sơn La	11
19	Thái Nguyên	14
20	Thanh Hóa	16
21	Thừa Thiên – Huế	12
22	Tiền Giang	13
23	Tuyên Quang	11
24	Vĩnh Long	13
25	Vĩnh Phúc	7
26	Yên Bái	12
27	Điện Biên	11
28	TP. Hồ Chí Minh	24
29	Hậu Giang	11
30	Ninh Thuận	13
31	Bạc Liêu	8
32	Hải Phòng	17
33	Quảng Nam	11
34	Ninh Bình	12
35	Thái Bình	9
36	Sóc Trăng	13
37	Gia Lai	13
38	Đắk Nông	12
39	Phú Yên	12

40	Bình Thuận	13
41	Khánh Hòa	13
42	Lào Cai	12
43	Quảng Bình	11
44	Hòa Bình	8
45	Kon Tum	11
46	Hưng Yên	11
47	Bình Phước	6
48	Phú Thọ	11
49	Tây Ninh	11
50	Quảng Ngãi	13
51	Nghệ An	13
52	Trà Vinh	11
53	Lạng Sơn	11
54	Lai Châu	8
55	Bến Tre	11
56	Long An	16
57	Cao Bằng	9
58	Cà Mau	12
59	Cần Thơ	13
60	Lâm Đồng	13
61	Kiên Giang	11
62	Đồng Nai	17
63	Quảng Trị	11
64	Đà Nẵng	16
65	Nam Định	11

*(Nguồn: NCS tự tổng hợp theo số liệu của Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng)*

**Phụ lục 02a:****Hệ thống văn bản quản lý bán hàng đa cấp**

<b>STT</b>	<b>Tên văn bản</b>
1	Luật cạnh tranh có hiệu lực từ 01/07/2005
2	Nghị định 110/2005/NĐ-CP ngày 24/08/2005 quy định các nội dung quản lý hoạt động bán hàng đa cấp
3	Thông tư 19/2005/TT-BTM ngày 08/11/2005 hướng dẫn một số nội dung quy định tại nghị định 110, liên quan chủ yếu đến thủ tục đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp tại các sở Thương mại (nay là Sở Công thương)
4	Nghị định 120/2005/NĐ-CP ngày 30/9/2005 về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh đã quy định thẩm quyền của Cục Quản lý cạnh tranh trong việc xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính
5	Quyết định số 42/2005/QĐ-BYT ngày 08/12/2005 của Bộ Y tế về việc ban hành Quy chế về công bố tiêu chuẩn sản phẩm thực phẩm
6	Nghị định số 89/2006/NĐ-CP ngày 30/06/2006 của Chính phủ về nhãn hàng hóa
7	Quyết định số 48/2007/QĐ-BYT ngày 31/12/2007 của Bộ Y tế về việc ban hành Quy chế quản lý mỹ phẩm
8	Nghị định 06/2008/NĐ-CP ngày 16/01/2008 về xử phạt hành chính trong hoạt động thương mại cũng đã quy định thẩm quyền của lực lượng quản lý thị trường trong việc xử lý các hành vi vi phạm pháp luật khác trong kinh doanh đa cấp
9	Ngày 17/12/2010, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 59/NQ-CP về việc đơn giản hóa thủ tục hành chính thuộc phạm vi chức năng quản lý của Bộ Công thương
10	Luật số 55/2010/QH12 về an toàn thực phẩm, có hiệu lực thi hành từ ngày 1-7-2011. Luật quy định về quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân trong bảo đảm an toàn thực phẩm; điều kiện bảo đảm an toàn đối với thực phẩm, sản xuất, kinh doanh thực phẩm và nhập khẩu, xuất khẩu thực phẩm; quảng cáo, ghi nhãn thực phẩm; kiểm nghiệm thực phẩm; phân tích nguy cơ đối với an toàn thực phẩm; phòng ngừa, ngăn chặn và khắc phục sự cố về an toàn thực phẩm; thông tin, giáo dục, truyền thông về an toàn thực phẩm; trách nhiệm quản lý nhà nước về an toàn thực phẩm.
11	Bắt đầu từ 15.12.2011, Nghị định 93/2011/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính về thuốc, mỹ phẩm và trang thiết bị y tế sẽ có hiệu lực và sẽ đưa ra một loạt các mức xử phạt mới. Theo đó, các hành vi quảng cáo mỹ phẩm, thực phẩm chức năng và các sản phẩm không phải là thuốc với nội dung không rõ ràng, khiến người tiêu dùng hiểu nhầm sản phẩm đó là thuốc sẽ bị phạt 30-40 triệu đồng.
12	Thông tư số 35/2011/TT-BCT ngày 23 tháng 09 năm 2011: Sửa đổi, bổ sung một số nội dung về thủ tục hành chính tại Thông tư số 19/2005/TT-BTM ngày 08 tháng 11 năm 2005 hướng dẫn một số nội dung quy định tại Nghị định số 110/2005/NĐ-CP ngày 24 tháng 8 năm 2005 của Chính phủ về quản lý hoạt

	động bán hàng đa cấp
13	Thông tư số 08/2013/TT-BCT ngày 22/04/2013 về Quy định chi tiết về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam
14	Nghị định số 42/2014/NĐ-CP ngày 14/05/2014 về Quản lý hoạt động bán hàng đa cấp
15	Thông tư số 24/2014/TT-BCT ngày 30 tháng 7 năm 2014 về Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều liên quan đến hoạt động bán hàng đa cấp và quản lý hoạt động bán hàng đa cấp quy định tại Nghị định số 42/2014/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp
16	Nghị định 71/2014/NĐ-CP quy định chi tiết Luật Cạnh tranh về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh (thay thế Nghị định số 120/2005/NĐ-CP)
17	Nghị định 185/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
18	Chỉ thị số 30/CT-TTg ngày 31 tháng 10 năm 2016 của Chính phủ về việc tăng cường quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp
19	Chỉ thị số 20/CT-BCT ngày 09 tháng 03 năm 2016 của Bộ Công thương về việc tăng cường công tác kiểm tra, giám sát xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động bán hàng đa cấp
19	Nghị định 124/2015/NĐ-CP của Chính Phủ ban hành ngày 19 tháng 11 năm 2015 sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số 185/2013/NĐ-CP ngày 15 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng cấm và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng
20	Nghị định 40/2018/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp ban hành ngày 12/3/2018
21	Thông tư 10/2018/TT-BCT Quy định chi tiết một số điều của Nghị định số 40/2018/NĐ-CP ngày 12/03/2018 của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp ban hành ngày 25/05/2018
22	Nghị định số 141/2018/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của các Nghị định quy định xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp.

(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

**Phụ lục 02b:****Các văn bản quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở một số tỉnh**

<b>STT</b>	<b>Tên văn bản</b>
<b>1</b>	Quyết định số 19/2017/QĐ-UBND ngày 01 tháng 09 năm 2017 của UBND tỉnh Quảng Trị về việc Ban hành quy chế phối hợp quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh Quảng Trị
<b>2</b>	Quyết định số 19/2016/QĐ-UBND ngày 27 tháng 06 năm 2016 của UBND tỉnh Thái Nguyên về việc Ban hành quy định phối hợp liên ngành trong công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên
<b>3</b>	UBND tỉnh Đắk Lắk đã ban hành công văn số 1954/UBND-KT về việc tăng cường quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh
<b>4</b>	UBND tỉnh Gia Lai đã ban hành công văn số 784/UBND-KTTH về việc tăng cường quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHĐC trên địa bàn tỉnh
<b>5</b>	UBND tỉnh Kon Tum có ban hành công văn số 2641/UBND-KTN về việc tăng cường quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh
<b>6</b>	UBND tỉnh Lâm Đồng có ban hành công văn số 6421/UBND-VX3 ngày 18/10/2016 về việc tăng cường quản lý thực phẩm chức năng trên địa bàn tỉnh
<b>7</b>	UBND tỉnh Đắk Nông đã ban hành công văn số 4988/UBND-CNXD ngày 27/9/2016 về việc tăng cường quản lý hoạt động BHĐC trên địa bàn tỉnh
<b>8</b>	Quyết định số 42/2015/QĐ-UBND thành phố Hà Nội ban hành ngày 30 tháng 12 năm 2015 về quy chế phối hợp quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn thành phố Hà Nội
<b>9</b>	Quyết định số 6888/QĐ-UBND thành phố Đà Nẵng ban hành ngày 10 tháng 10 năm 2016 về quy chế phối hợp quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng
<b>10</b>	UBND tỉnh Cao Bằng đã ban hành Công văn số 561/UBND-TH về việc tăng cường quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh
<b>11</b>	UBND tỉnh Quảng Bình đã ban hành Chỉ thị số 22/CT-UBND ngày 18 tháng 11 năm 2016 về việc tăng cường quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp
<b>12</b>	UBND tỉnh Thừa Thiên Huế đã ban hành Kế hoạch thực hiện Đề án nâng cao hiệu quả công tác quản lý Nhà nước trong hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp ngày 5/10/2018
<b>13</b>	UBND tỉnh Đắk Lắk ngày 07/08/2018 ban hành Quyết định về việc ban hành kế hoạch nâng cao hiệu quả công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng theo phương thức đa cấp

(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

### **Phụ lục 03:**

## **BỘ QUY TẮC ĐẠO ĐỨC KINH DOANH**

*(Dành cho cá nhân và Hiệp hội bán hàng trực tiếp thuộc Liên đoàn các hiệp hội bán hàng trực tiếp thế giới)*

Lời nói đầu

Liên đoàn các hiệp hội bán hàng trực tiếp thế giới mong muốn thiết lập Bộ Quy tắc Đạo đức dành cho các cá nhân và tổ chức bán hàng trực tiếp nhằm mục đích: 1) Khuyến khích các thông lệ kinh doanh chuẩn mực, 2) thể hiện nỗ lực và quyết tâm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, và 3) thúc đẩy việc tự nguyện tuân thủ các quy tắc đạo đức dưới đây quy định một khuôn khổ về:

- Quy tắc đạo đức đối với Người tiêu dùng
- Quy tắc đạo đức với Đại diện bán hàng trực tiếp
- Quy tắc đạo đức giữa các Công ty bán hàng trực tiếp
- Hiệu lực Thi hành

### **I. TỔNG QUÁT**

#### **1.1 Phạm vi**

Bốn quy tắc được thể hiện ở đây nhằm mục đích hỗ trợ và bảo vệ người tiêu dùng, đẩy mạnh sự cạnh tranh lành mạnh và thiết lập những tiêu chuẩn chung trong phạm vi khuôn khổ của kinh doanh tự do và nâng cao hình ảnh Bán hàng Trực tiếp trên thị trường. Bộ Quy tắc này được thiết kế phù hợp với Bộ Quy tắc Đạo đức Kinh doanh Quốc tế về Bán hàng Trực tiếp do Liên đoàn các Hiệp hội Bán hàng Trực tiếp Thế giới (WFDSA) ban hành.

1.2 Giải thích từ ngữ: Các thuật ngữ được sử dụng trong Bộ Quy tắc này có nghĩa như sau:

Hội Doanh nghiệp Bán hàng Trực tiếp trực thuộc AmCham Vietnam (AVDSC): Được thành lập từ năm 2010, bao gồm tất cả các Thành viên Amcham đang thực hiện hoạt động bán hàng trực tiếp tại Việt Nam.

Giám sát viên về tuân thủ: là cá nhân hoặc tổ chức độc lập được bổ nhiệm bởi AVDSC để giám sát việc tuân thủ Bộ Quy tắc của từng thành viên và để giải quyết khiếu nại có liên quan theo Bộ Quy tắc này.

Công ty: là pháp nhân tổ chức bán hàng trực tiếp để đưa sản phẩm của họ ra thị trường, và là thành viên của AVDSC.

Người tiêu dùng: là bất kỳ cá nhân mua và sử dụng Sản Phẩm của Đại diện Bán Hàng Trực Tiếp hoặc Công ty.

Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp: là cá nhân mua và/hoặc bán Sản phẩm của Công ty và có thể tuyển dụng người khác vào mạng lưới bán hàng trực tiếp của mình. Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp bán sản phẩm trực tiếp cho Người Tiêu Dùng trên thị trường mà không phải là địa điểm cố định, điểm bán lẻ cố định của Công ty hoặc của Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp, và thông thường thông qua việc giải thích và thuyết trình về sản phẩm và dịch vụ.

Sản phẩm: là hàng hóa hữu hình

Tuyển dụng: là bất kỳ hoạt động nào được thực hiện nhằm mục đích hỗ trợ một cá nhân nào đó trở thành Đại diện Bán hàng Trực tiếp.

### 1.3 Công Ty

Các Công ty ký kết Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh doanh này cam kết thừa nhận, thực thi Bộ Quy tắc này và các điều khoản của nó như là điều kiện để gia nhập và tiếp tục là thành viên của AVDSC. Các Công ty phải công khai hóa Bộ Quy tắc này và các điều khoản của nó, bởi lẽ các điều khoản này được áp dụng cho Công ty,

Người tiêu dùng và Đại diện Bán hàng Trực tiếp, cũng như các thông tin hướng dẫn Người tiêu dùng và Đại diện Bán hàng Trực tiếp làm cách nào đó để có được Bộ Quy tắc này.

### 1.4 Đại diện Bán hàng Trực tiếp:

Đại diện Bán hàng Trực tiếp không chịu sự ràng buộc trực tiếp của Bộ Quy tắc này, nhưng, để trở thành thành viên trong một hệ thống bán hàng trực tiếp của Công ty, họ sẽ phải tuân thủ các quy định của Công ty nơi họ gia nhập để từ đó, tuân thủ các quy chuẩn của Bộ Quy tắc này.

### 1.5 Tự Qui Định

Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này không phải là văn bản quy phạm pháp luật. Tuy nhiên, Bộ Quy tắc này quy định một chuẩn mực đạo đức về nguyên tắc hành xử thích hợp từ Công Ty và Đại Diện Bán Hàng Trực Tiếp. Bộ Quy tắc này phù hợp với các quy định của pháp luật. Việc không tuân thủ Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này sẽ không tạo ra bất kỳ trách nhiệm pháp lý nào. Khi chấm dứt mối quan hệ thành viên với AVDSC, Công ty không còn chịu sự ràng buộc của Bộ Quy tắc này. Tuy nhiên, các quy định của Bộ Quy tắc này vẫn có hiệu lực áp dụng cho các sự kiện hoặc giao dịch phát sinh trong khoảng thời gian Công ty là thành viên của AVDSC.

### 1.6 Quy định pháp luật hiện hành

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải tuân thủ toàn bộ các quy định



hiện hành của pháp luật Việt Nam. Do vậy, Bộ Quy tắc này sẽ không quy định lại tất cả các nghĩa vụ pháp lý; việc tuân thủ pháp luật về hoạt động bán hàng trực tiếp của Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp được xem là sự chấp thuận hoặc tuân thủ Bộ Quy tắc này qua việc các thành viên tham gia cùng ký kết.

## II. QUY TẮC ĐẠO ĐỨC ĐỐI VỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG

### 2.1 Các hành vi nghiêm cấm

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được thực hiện các hành vi kinh doanh không lành mạnh, lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

### 2.2 Nhận xét

Khi tiếp thị để bán hàng, Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải tự giới thiệu về mình, nơi họ làm việc, sản phẩm bán hàng và mục đích việc tiếp thị bán hàng của họ một cách trung thực với khách hàng tiềm năng mà không cần phải được yêu cầu.

### 2.3 Giải thích và thuyết minh

Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải giải thích và thuyết trình một cách chính xác và toàn bộ các thông tin về Sản phẩm cho Khách hàng của mình như giá cả, phương thức thanh toán trả chậm (nếu có), phương thức thanh toán, chính sách đổi trả hàng, bảo hành, hậu mãi và thời gian giao hàng. Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải trả lời một cách chính xác và đầy đủ mọi thắc mắc từ Người tiêu dùng. Đối với các quảng cáo về chức năng, công dụng của sản phẩm, Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải quảng cáo bằng lời nói hoặc văn bản chỉ khi được Công ty cho phép.

### 2.4 Giải đáp thắc mắc

Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải giải đáp mọi thắc mắc từ Khách hàng về sản phẩm và phương thức bán hàng một cách chính xác và dễ hiểu. Đại diện Bán hàng Trực tiếp chỉ được thực hiện bằng lời nói các cam kết về sản phẩm khi được sự cho phép của Công ty.

### 2.5 Tài liệu

Tài liệu hỗ trợ bán hàng, tài liệu quảng cáo và thư tín không được thể hiện các thông tin mang tính lừa dối hay gây nhầm lẫn như mô tả về sản phẩm, chức năng, công dụng, hình ảnh hoặc các minh họa về sản phẩm. Tài liệu hỗ trợ bán hàng nêu rõ tên, địa chỉ và số điện thoại liên lạc của Công ty và số điện thoại của Đại diện Bán hàng Trực tiếp.

### 2.6 Tài liệu xác nhận

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp dưới bất kỳ hình thức nào, không được sử dụng bất kỳ tài liệu xác nhận hoặc chứng thực không được phép sử dụng

hay sai sự thật, hết hiệu lực hoặc không còn áp dụng nhằm gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

#### 2.7 So sánh và chỉ trích

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được sử dụng việc so sánh có thể gây nhầm lẫn. Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được chỉ trích bất kỳ một các trực tiếp hay gián tiếp bất kỳ Công ty nào, hoạt động kinh doanh hay sản phẩm khác. Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp sẽ không lợi dụng một cách không đúng đắn sự tín nhiệm đối với thương hiệu, nhãn hiệu, hình ảnh của Công ty, hoạt động kinh doanh hay sản phẩm của Công ty đó.

#### 2.8 Đổi trả hàng

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải đảm bảo rằng đơn đặt hàng hoặc tài liệu tương ứng khác thể hiện điều khoản đổi trả hàng trong khoản thời gian nhất định, theo quy định pháp luật, dành cho khách hàng và hoàn trả lại cho khách hàng khoản tiền hoặc các lợi ích đã nhận từ khách hàng.

#### 2.9 Dịch vụ bảo hành và hậu mãi

Các điều khoản đảm bảo về việc bảo hành, chi tiết và giới hạn của dịch vụ hậu mãi, tên và địa chỉ của nhà bảo hành, thời gian bảo hành và hoạt động sửa chữa dành cho người mua hàng phải được thể hiện rõ trong đơn đặt hàng hoặc trong các tài liệu đi kèm hoặc tài liệu khác được phân phát cùng với sản phẩm.

#### 2.10 Tôn trọng sự riêng tư

Đại diện Bán hàng Trực tiếp chỉ được liên lạc hoặc điện thoại cho Người tiêu dùng với cách ứng xử hợp lý và trong thời gian thích hợp nhằm tránh việc xâm phạm sự riêng tư của Người tiêu dùng. Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải ngay lập tức chấm dứt việc tiếp thị, bán hàng khi được yêu cầu bởi Người tiêu dùng. Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải thực hiện các bước cần thiết đảm bảo việc bảo toàn các thông tin cá nhân do Người tiêu dùng, khách hàng tiềm năng hoặc Đại diện Bán hàng Trực tiếp cung cấp.

#### 2.11 Sự công bằng

Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải lưu ý đến việc thiếu kinh nghiệm của Người tiêu dùng và không được lợi dụng lòng tin của người tiêu dùng hoặc khai thác các thông tin về tuổi tác, bệnh tật cũng như việc yếu kém, hạn chế về vấn đề ngôn ngữ của người tiêu dùng.

#### 2.12 Trung gian bán hàng

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được thuyết phục khách hàng

mua hàng của mình dựa trên việc khách hàng đó có thể được giảm giá hoặc chiết khấu bằng cách giới thiệu khách hàng tiềm năng khác cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp để mua hàng hóa tương tự.

#### 2.13 Giao hàng

Các Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải giao hàng cho khách hàng đúng thời hạn.

### III. QUY TẮC ĐẠO ĐỨC CHO ĐẠI DIỆN BÁN HÀNG TRỰC TIẾP

#### 3.1 Việc tuân thủ của Đại diện Bán hàng Trực tiếp

Công ty phải yêu cầu Đại diện Bán hàng Trực tiếp của mình tuân thủ các chuẩn mực của Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này. Đây là điều kiện để Đại diện Bán hàng Trực tiếp tham gia vào mạng lưới bán hàng của Công ty.

#### 3.2 Tuyển dụng

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được thực hiện các hành vi tuyển dụng không lành mạnh, lừa dối hoặc gây nhầm lẫn gây ảnh hưởng đến Đại diện Bán hàng Trực tiếp hiện hữu hoặc tiềm năng.

#### 3.3 Thông tin kinh doanh

Công ty cung cấp cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp hiện hữu hoặc tiềm năng các thông tin đầy đủ và chính xác về cơ hội nghề nghiệp, các quyền và nghĩa vụ. Công ty không được cung cấp bất kỳ thông tin không thể thẩm định hoặc sự hứa hẹn không thể thực hiện được cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp tiềm năng của mình. Công ty không được thông tin về những thiệt hại trong cơ hội bán hàng để tuyển dụng với mục đích lừa dối.

#### 3.4 Thưởng và thù lao

Công ty phải thông tin cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp dưới hình thức là bản in hoặc qua mạng internet, các khoản tiền định kỳ dành cho Đại diện Bán hàng khi bán hàng, mua hàng và chi tiết của các khoản thu nhập, hoa hồng, tiền thưởng, chiết khấu, giao hàng, hủy đơn hàng và các thông tin có liên quan khác theo thỏa thuận giữa Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp. Tất cả các khoản tiền này sẽ được thanh toán hoặc giữ lại theo nguyên tắc ứng xử thương mại thích hợp.

#### 3.5 Thu nhập

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được làm sai lệch thông tin về các khoản thu nhập thực tế hoặc tiềm năng dành cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp. Tất cả các khoản thu nhập hoặc quy tắc bán hàng phải được thông tin bằng văn bản.

### 3.6 Quan hệ

Công ty phải giao kết hợp đồng bằng văn bản với Đại diện Bán hàng Trực tiếp và được ký kết bởi hai bên hoặc s văn bản tương tự khác bao gồm toàn bộ các thông tin cần thiết về mối quan hệ giữa Đại diện Bán hàng Trực tiếp và Công ty. Công ty phải thông báo cho Đại diện Bán hàng Trực tiếp của họ các trách nhiệm pháp lý, bao gồm cả các nghĩa vụ về giấy phép, đăng ký và về thuế với cơ quan có thẩm quyền.

### 3.7 Chi phí

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được yêu cầu Đại diện Bán hàng Trực tiếp tiềm năng trả những khoản chi phí cao và bất hợp lý như phí gia nhập, phí đào tạo, phí hoạt động, phí mua các tài liệu quảng cáo và các loại phí khác chỉ nhằm mục đích gia nhập vào hệ thống bán hàng trực tiếp của Công ty. Tất cả các khoản chi phí để trở thành Đại diện Bán hàng Trực tiếp phải liên quan trực tiếp đến giá trị tài liệu được sử dụng để bán hàng hóa.

Ngoài ra, tất cả các khoản chi phí do Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp thu phải tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam được thay đổi theo từng thời kỳ.

### 3.8 Chấm dứt hợp đồng

Nếu được Đại diện Bán hàng Trực tiếp yêu cầu chấm dứt hợp đồng với Công ty, Công ty phải mua lại hàng hóa tồn đọng của Đại diện Bán hàng Trực tiếp khi hàng hóa này trong tình trạng có thể bán lại được bao gồm cả tài liệu khuyến mại, tài liệu hỗ trợ bán hàng, dụng cụ bán hàng, đồng thời hoàn trả lại toàn bộ số tiền mà Đại diện Bán hàng Trực tiếp đã trả cho Công ty trước đó sau khi đã trừ chi phí quản lý lên đến 10%.

### 3.9 Lưu trữ hàng hóa

Công ty không được yêu cầu hay khuyến khích Đại diện Bán hàng của mình lưu trữ hàng hóa với số lượng lớn không hợp lý. Công ty phải thực hiện các bước cần thiết nhằm đảm bảo rằng Đại diện Bán hàng khi nhận thù lao cho doanh thu tuyến dưới của mình có thể tiêu thụ hoặc bán lại hàng hóa để đạt chỉ tiêu để nhận tiền thù lao.

### 3.10 Hàng hóa khác

Công ty phải nghiêm cấm Đại diện Bán hàng Trực tiếp thực hiện việc tiếp thị hoặc yêu cầu tuyến dưới của mình mua bất kỳ các tài liệu, hàng hóa khác không phù hợp với các chính sách và quy định của Công ty.

### 3.11 Đào tạo và huấn luyện

Công ty phải đào tạo và huấn luyện cho Đại diện Bán hàng của mình để họ thực hiện việc bán hàng một cách thích hợp. Việc đào tạo có thể được thực hiện qua các buổi huấn luyện, các tài liệu, hướng dẫn bằng bản in hay đào tạo trên mạng, băng hình.

#### IV. CHUẨN MỰC GIỮA CÁC CÔNG TY

##### 4.1 Nguyên tắc

Công ty phải ứng xử với nhau trên tinh thần cạnh tranh lành mạnh.

##### 4.2 Lôi kéo

Công ty và Đại diện Bán hàng Trực tiếp không được lôi kéo hoặc chiêu dụ mạng lưới bán hàng của Công ty khác.

##### 4.3 Gièm pha

Công ty không được gièm pha và cho phép Đại diện Bán hàng của mình gièm pha hàng hóa của Công ty khác, chương trình bán hàng và kế hoạch tiếp thị hay bất kỳ nguyên tắc nào của công ty khác.

#### V. HIỆU LỰC THI HÀNH

##### 5.1 Trách nhiệm của Công ty

Trách nhiệm cơ bản dành cho Công ty là tuân thủ việc thực hiện Bộ Quy tắc này. Trong trường hợp có bất kỳ sự vi phạm nào, Công ty sẽ phải có những hành động cần thiết giải quyết các khiếu nại phát sinh.

##### 5.2 Trách nhiệm của Hội Doanh nghiệp Bán hàng Trực tiếp trực thuộc AmCham Việt Nam

Là tổ chức được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam, các thành viên tham gia và Hội Doanh nghiệp Bán Hàng Trực Tiếp trực thuộc AmCham phải đảm bảo việc bổ nhiệm một cá nhân làm đại diện chịu trách nhiệm giải quyết các khiếu nại phát sinh.

##### 5.3 Giám sát viên về tuân thủ

AVDSC phải bổ nhiệm một cá nhân hoặc tổ chức độc lập làm Nhà Quản Lý Bộ Quy tắc này. Giám sát viên sẽ là cá nhân hoặc tổ chức độc lập để giám sát việc tuân thủ Bộ Quy tắc này bằng việc thực hiện một số hành vi thích hợp và đồng thời chịu trách nhiệm giải quyết các khiếu nại phát sinh cũng như đề ra quy trình giải quyết khiếu nại. Giám sát viên phải xử lý các khiếu nại chưa được giải quyết của khách hàng do việc vi phạm Bộ Quy tắc này.

##### 5.4 Biện pháp khắc phục

Giám sát viên được quyền yêu cầu các Công ty thành viên phải hủy đơn

hành, hoàn trả sản phẩm đã mua hoặc trả tiền, hay các hành vi thích hợp khác bao gồm việc cảnh cáo bán hàng trực tiếp của mình, thanh lý hợp đồng với đại diện bán hàng và chấm dứt quan hệ khác giữa Công ty và Đại diện bán hàng.

#### 5.5 Giải quyết khiếu nại

AVDSC, các Công ty thành viên và nhà quản lý phải thiết lập, công bố và thực hiện quy trình giải quyết khiếu nại nhằm đảm bảo toàn bộ các khiếu nại được giải quyết nhanh chóng. Công ty cũng phải thiết lập, công bố và thực hiện các quy trình giải quyết khiếu nại nội bộ của mình nhằm nhanh chóng giải quyết các khiếu nại này.

#### 5.6 Khiếu nại của Công ty

Các khiếu nại của Công ty về Công ty khác sẽ được giải quyết bởi giám sát viên hoặc trọng tài độc lập.

#### 5.1 Công bố

Tất cả Công ty được yêu cầu công bố Bộ Quy tắc Đạo Đức Kinh Doanh này cho Đại Diện bán hàng và Người tiêu dùng của họ.

#### **Phụ lục 04:**

### **DANH SÁCH DOANH NGHIỆP ĐƯỢC CẤP GIẤY CHỨNG NHẬN ĐĂNG KÝ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP**

#### **1. Công ty TNHH Một Thành Viên Thương Mại Mỹ Lợi**

- Địa chỉ: 345/2 Trần Hưng Đạo, Phường Cầu Kho, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 08.38377877; Fax: 08.38377788; GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0309336968; Ngày cấp: 27-10-2010; Sửa đổi bổ sung ngày: 16-04-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 061/QLCT-GCN; Ngày cấp: 02-12-2015

#### **2. Công ty TNHH Homeway Việt Nam**

- Địa chỉ: Số 743-745-747 đường Trần Hưng Đạo, Phường 1, Quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 08-39626603; Website: [www.goodarch2u.com](http://www.goodarch2u.com); Email: [linhdan@goodarch2u.com](mailto:linhdan@goodarch2u.com)

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043002703; Ngày cấp: 27-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 30-06-2016

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 055/QLCT-GCN; Ngày cấp: 28-09-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 08-11-2016

#### **3. Công ty TNHH Nhượng Quyền Toàn Thắng**

- Địa chỉ: Số 19, Đồng Xoài, Phường 13, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 0948 333 132; GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0313305659; Ngày cấp: 16-05-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 048/QLCT-GCN; Ngày cấp: 27-07-2015

#### **4. Công ty TNHH Phong Cách Sống Kim Cương Việt Nam**

- Địa chỉ: 227 Nguyễn Đình Chính, phường 11, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam; Số điện thoại: 0973234357; Email: [thainang05@yahoo.com](mailto:thainang05@yahoo.com)

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0312469527; Ngày cấp: 20-09-2013; Sửa đổi bổ sung ngày: 02-06-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 047/QLCT-GCN; Ngày cấp: 21-07-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 11-08-2017

#### **5. Công ty TNHH Morinda Việt Nam**

- Địa chỉ: Phòng 201, tầng 2, nhà 10 tầng, tòa nhà Ford Thăng Long, 105 Láng Hạ, phường Láng Hạ, Quận Đống Đa, Hà Nội; Số điện thoại: 0437832008; Fax: 0437832011; Email: [loanp@vn.tni.com](mailto:loanp@vn.tni.com)

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0102097336; Ngày cấp: 15-12-

2009; Sửa đổi bổ sung ngày: 12-05-2016

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 034/QLCT-GCN; Ngày cấp: 16-03-2015;

Sửa đổi bổ sung ngày: 28-12-2017

#### **6. Công ty TNHH MTV New Image Việt Nam**

• Địa chỉ: Tầng 4, số 04 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đa Kao, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 1900636973; Fax: 0862992208; Email: info@newimageasia.vn

• GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0311114017; Ngày cấp: 01-09-2011; Sửa đổi bổ sung ngày: 25-06-2015

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 032/QLCT-GCN; Ngày cấp: 27-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 13-09-2017

#### **7. Công ty TNHH MTV Naturally Plus Việt Nam**

• Địa chỉ: Tòa nhà HMC Tower, Số 193 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 0918997758; GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0312576790; Ngày cấp: 06-12-2013; Sửa đổi bổ sung ngày: 05-05-2015

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 028/QLCT-GCN; Ngày cấp: 14-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 19-03-2018

#### **8. Công ty TNHH Một Thành Viên Thương Mại Dịch Vụ Hoàng Đạt**

• Địa chỉ: Tầng 5, tòa nhà Scetpa, số 19A đường Cộng Hòa, Phường 12, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam; Số điện thoại: 0907207399; GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0309590643; Ngày cấp: 30-12-2009; Sửa đổi bổ sung ngày: 15-01-2015

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 027/QLCT-GCN; Ngày cấp: 14-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 14-12-2016

#### **9. Công ty TNHH Siberian Health Quốc Tế**

• Địa chỉ: 95B Khu lao động Thịnh Hòa, phường Ô Chợ Dừa, quận Đống Đa, Hà Nội; Số điện thoại: 024 37835865; Fax: 04-37835979

• GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0106088300; Ngày cấp: 19-01-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 21-09-2015

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 025/QLCT-GCN; Ngày cấp: 12-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 29-06-2018

#### **10. Công ty TNHH Total Swiss Việt Nam**

• Địa chỉ: Số 89, Đường Xuân Hồng, Phường 12, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam; Số điện thoại: 08-39481628; Fax: 08-38119826



- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043002587; Ngày cấp: 25-08-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 25-11-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 022/QLCT-GCN; Ngày cấp: 10-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 12-10-2016

#### **11. Công ty TNHH Perfect Global (Việt Nam)**

- Địa chỉ: Tòa nhà Agex Tower, số 58 Đường Võ Văn Tần, P6, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 08-39302199; Fax: 08-39302432

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043011754; Ngày cấp: 11-03-2011; Sửa đổi bổ sung ngày: 11-08-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 021/QLCT-GCN; Ngày cấp: 10-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 09-03-2015

#### **12. Công ty TNHH Một Thành Viên Herbalife Việt Nam**

- Địa chỉ: 26 Trần Cao Vân, Phường 6, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 08-38279191; Fax: 08-38279393; Website: <http://www.herbalife-vietnam.com/>

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043001059; Ngày cấp: 15-06-2009; Sửa đổi bổ sung ngày: 20-04-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 020/QLCT-GCN; Ngày cấp: 05-02-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 02-03-2018

#### **13. Công ty TNHH Elken International Việt Nam**

- Địa chỉ: Tòa nhà HMC Tower, Số 193 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 08-62617711; Fax: 08-62617766; Website: <https://www.elken.com;>

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043001314; Ngày cấp: 17-05-2010; Sửa đổi bổ sung ngày: 10-01-2013

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 019/QLCT-GCN; Ngày cấp: 28-01-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 15-09-2017

#### **14. Công ty TNHH Nu Skin Enterprises Việt Nam**

- Địa chỉ: Số 201, đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 7, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam; Số điện thoại: 0839324300; Fax: 0839320035; Website: [www.nuskin.com](http://www.nuskin.com)

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 1031335505; Ngày cấp: 19-01-2016

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 016/QLCT-GCN; Ngày cấp: 15-01-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 14-05-2018

#### **15. Công ty TNHH Thương Mại Lô Hội**

- Địa chỉ: 199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, P7, Quận 3, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam; Số điện thoại: 0839325076; Fax: 0839325928

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0302403742; Ngày cấp: 19-09-2001; Sửa đổi bổ sung ngày: 29-12-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 014/QLCT-GCN; Ngày cấp: 31-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 17-11-2017

#### **16. Công ty Cổ Phần Liên Kết Tri Thức**

- Địa chỉ: Số 40, đường Nguyễn Như Kon Tum, Quận Thanh Xuân, Thành phố Hà Nội; Số điện thoại: 0462854098; Fax: 0462854099; Website: k-link.vn

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0101887846; Ngày cấp: 17-01-2006; Sửa đổi bổ sung ngày: 05-12-2014

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 012/QLCT-GCN; Ngày cấp: 30-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 15-01-2018

#### **17. Công ty Cổ Phần Tập Đoàn Liên Kết Việt Nam**

- Địa chỉ: Lô C16/D21 KĐT M Cầu Giấy, Phố Dịch Vọng Hậu, Phường Dịch Vọng Hậu, Quận Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam; Số điện thoại: 04-37876502; Fax: 04-37876506; Website: <http://vina-link.com.vn/>; Email: info@vnl.com.vn

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0102002359; Ngày cấp: 24-07-2006; Sửa đổi bổ sung ngày: 16-06-2016

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 009/QLCT-GCN; Ngày cấp: 25-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 16-10-2017

#### **18. Công ty TNHH Thiên Sư Việt Nam**

- Địa chỉ: Khu công nghiệp Đại An, Thành phố Hải Dương, tỉnh Hải Dương, Việt Nam; Số điện thoại: 03203555788; Fax: 03203555780

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0800480475; Ngày cấp: 12-02-2008; Sửa đổi bổ sung ngày: 16-09-2015

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 008/QLCT-GCN; Ngày cấp: 23-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 20-10-2017

#### **19. Công ty TNHH Unicity Marketing Việt Nam**

- Địa chỉ: Số 19 đường Cộng Hòa, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 0908249882; Fax: 0437955407

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043002537; Ngày cấp: 04-09-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 24-04-2017

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 007/QLCT-GCN; Ngày cấp: 22-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 30-03-2018

## **20. Công ty TNHH Mỹ phẩm Thường Xuân**

• Địa chỉ: 100-102 Nguyễn Văn Trỗi, phường 8, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 0838451826; Fax: 0838458024

• GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 030267411; Ngày cấp: 09-08-2002; Sửa đổi bổ sung ngày: 17-11-2014

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 004/QLCT-GCN; Ngày cấp: 18-12-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 20-09-2017

## **21. Công ty TNHH Amway Việt Nam**

• Địa chỉ: Số 18 VSIP II-A, Đường số 30, Khu công nghiệp Việt Nam – Singapore II-A, Xã Vĩnh Tân, Thị xã Tân Uyên, Tỉnh Bình Dương; Số điện thoại: 0618890800; Fax: 0613936575;

Website: [https://www.amway2u.com/c1/amw\\_pvbvinq.jsp](https://www.amway2u.com/c1/amw_pvbvinq.jsp);

• GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 3600817381; Ngày cấp: 28-06-2006; Sửa đổi bổ sung ngày: 30-01-2018

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 002/QLCT-GCN; Ngày cấp: 17-10-2014; Sửa đổi bổ sung ngày: 19-04-2018

## **22. Công ty TNHH Best World Việt Nam (tên cũ: Công ty TNHH Một Thành Viên Liên Kết Triển Vọng)**

• Địa chỉ: Số 152 + 150/4, đường Võ Thị Sáu, phường 8, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam; Số điện thoại: 0839331045; Website: [vn.bwlgroup.com](http://vn.bwlgroup.com); Email: [customerservice@vn.bwlgroup.com](mailto:customerservice@vn.bwlgroup.com)

• GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 411043002802; Ngày cấp: 10-04-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 27-05-2015

• GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 033/QLCT-GCN; Ngày cấp: 03-09-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 10-01-2018

## **23. Công ty TNHH Người Lái Xe Mặt Trời Việt Nam**

- Địa chỉ: Phòng 1108A, Tầng 11, Tòa nhà Mê Linh Point, số 2 đường Ngô Đức Kế, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; Số điện thoại: 08-38233111; Fax: 08-38258251; Website: [sunrider.com](http://sunrider.com);

Email: [laura.le@sunrider.vn](mailto:laura.le@sunrider.vn)

- GCN đăng ký doanh nghiệp/đầu tư số: 0310424337; Ngày cấp: 20-06-2016; Sửa đổi bổ sung ngày: 28-06-2017

- GCN ĐK hoạt động BHĐC số: 046/QLCT-GCN; Ngày cấp: 15-07-2015; Sửa đổi bổ sung ngày: 02-11-2017

**Phụ lục 05: Mẫu phiếu tra**

**Mẫu số 1:**

**Phiếu điều tra(01)**

**Đối tượng là các doanh nghiệp bán hàng đa cấp**

*Nhằm tìm hiểu các thông tin thực tế để hoàn thành Luận án tiến sĩ: “ **Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**”, Nghiên cứu sinh Nguyễn Thị Hương Giang rất mong nhận được các câu trả lời của các ông( bà) trong phiếu điều tra này. Mỗi thông tin mà ông( bà) cung cấp trong phiếu điều tra này không chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu của NCS mà còn có thể làm tài liệu nghiên cứu cho Quý doanh nghiệp ông( bà) nếu ông( bà) cần. Rất mong sự hợp tác của các ông( bà)!*

**I. Thông tin chung**

**1. Họ và tên:**.....

**2. Công ty/Doanh nghiệp:**.....

**3. Điện thoại:**.....**email:**.....

**II. Những câu hỏi chung**

*Câu 1: Đánh giá của doanh nghiệp về văn bản quản lý Nhà nước đối với bán hàng ở đa cấp ở Việt Nam*

- Đầy đủ     Thống nhất     Phù hợp     Ổn định     Hiệu lực  
 Kịp thời

*Câu 2: Đánh giá của doanh nghiệp về một số nội dung trong công tác tổ chức bộ máy quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém; 5 – rất tốt)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
2.1. Nguồn lực trong bộ máy - Nhân lực - Tài chính - Phương tiện, vật chất					
2.2. Phân công trách nhiệm - Giữa cấp Trung ương và cấp địa phương - Giữa các bộ phận trong cùng một cấp					

2.3. Phối hợp giữa các cơ quan - Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương - Các cơ quan Trung ương - Các cơ quan địa phương					
--	--	--	--	--	--

*Câu 3: Đánh giá của doanh nghiệp như thế nào về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với bán hàng đa cấp (với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém, 5 – rất tốt)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
3.1. Sự phù hợp của hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.2. Chất lượng của kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.3. Năng lực của bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.4. Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát có hợp lý					
3.5. Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm có hợp lý					
3.6. Tuân thủ quy định của Nhà nước trong công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm					

### III. Những câu hỏi cụ thể

*Câu 4: Sơ bộ một số yếu tố của doanh nghiệp*

Yếu tố	Ý kiến	
	Có	Không
5.1. Quy tắc hoạt động		
5.2. Trang thông tin điện tử		
5.3. Kế hoạch trả thưởng		
5.4. Hệ thống công nghệ thông tin quản lý mạng lưới người tham gia bán hàng đa cấp		
5.5. Công khai bảng giá bán sản phẩm		
5.6. Tài khoản ký quỹ		

*Câu 5: Đánh giá của doanh nghiệp về quy định, thủ tục đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp và kiểm soát quá trình hoạt động của doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam (với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất ít thuận lợi; 5 – rất thuận lợi)*

Quy định, thủ tục trong từng giai đoạn	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít thuận lợi; 5-rất thuận lợi)				
	1	2	3	4	5
5.1. Trong giai đoạn đăng ký, cấp hoặc thu hồi giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp: - Tiếp nhận hồ sơ - Thẩm định hồ sơ - Trả lại hồ sơ hoặc cấp giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp - Thu hồi giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp					
5.2. Trong quá trình bán hàng đa cấp					

*Câu 6: Đánh giá của doanh nghiệp về sự phù hợp của các mức quy định hiện hành của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay (với mức điểm từ 1 đến 5, 1 – rất không hợp lý; 5 – rất hợp lý), có thể đề xuất mức quy định khác*

Các quy định	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất không hợp lý; 5-rất hợp lý)					Đề xuất mức quy định khác
	1	2	3	4	5	
6.1. Vốn pháp định của doanh nghiệp là 10 tỷ đồng						
6.2. Số tiền kí quỹ của doanh nghiệp tương đương 5% vốn điều lệ nhưng không thấp hơn 5 tỷ đồng						
6.3. Thời hạn hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp là 5 năm						
6.4. Thời hạn chấp nhận mua lại						

hàng hóa là 30 ngày kể từ ngày người tham gia bán hàng đa cấp nhận hàng						
6.5. Thời gian định kì các doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải báo cáo cho Bộ Công thương và Sở Công thương là 6 tháng 1 lần						

*Câu 7: Đánh giá của doanh nghiệp về những hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp thuộc về nội dung nào (với mức điểm từ 1 đến 5, 1 – rất ít, 5 – nhiều nhất)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít; 5-nhiều nhất)				
	1	2	3	4	5
7.1. Văn bản quản lý					
7.2. Bộ máy quản lý					
7.3. Kiểm tra, giải quyết và xử lý vi phạm					

*Câu 8: Ý kiến của doanh nghiệp về mức độ ưu tiên thực hiện các biện pháp để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam (với mức điểm từ 1 đến 5; 1 – ưu tiên thực hiện thấp nhất; 5 – ưu tiên thực hiện ngay)*

Giải pháp	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-ưu tiên thực hiện thấp nhất; 5-ưu tiên thực hiện ngay)				
	1	2	3	4	5
8.1. Hoàn thiện, bổ sung các văn bản quản lý hoạt động bán hàng đa cấp					
8.2. Hoàn thiện tổ chức bộ máy, cơ chế phối hợp của các cơ quan quản lý hoạt động bán hàng đa cấp					
8.3. Tăng cường và đổi mới công tác thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, xử lý vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp					

8.4. Bổ sung và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp					
8.5. Nâng cao nhận thức, ý thức cho doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp					

*Xin cảm ơn sự hợp tác của quý vị!*



**Mẫu số 2:**

**Phiếu điều tra(02)**

**Đối tượng là cơ quan quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp**

Nhằm tìm hiểu các thông tin thực tế để hoàn thành Luận án tiến sĩ: “ **Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**”, Nghiên cứu sinh Nguyễn Thị Hương Giang rất mong nhận được các câu trả lời của các ông( bà) trong phiếu điều tra này. Mỗi thông tin mà ông( bà) cung cấp trong phiếu điều tra này không chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu của NCS mà còn có thể làm tài liệu nghiên cứu cho Quý đơn vị ông( bà) nếu ông( bà) cần. Rất mong sự hợp tác của các ông( bà)!

**I. Thông tin chung**

1. **Họ và tên:**.....

2. **Đơn vị công tác:**.....**Chức vụ:**.....

3. **Điện thoại:**.....**email:**.....

**II. Những câu hỏi chung:**

*Câu 1: Đồng chí đánh giá như thế nào về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam*

Đầy đủ       Thống nhất       Phù hợp       Ổn định       Hiệu lực

Kịp thời

*Câu 2: Đánh giá của đồng chí về một số nội dung trong công tác tổ chức bộ máy quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém; 5 – rất tốt)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
2.1. Nguồn lực trong bộ máy - Nhân lực - Tài chính - Phương tiện,vật chất					
2.2. Phân công trách nhiệm - Giữa cấp Trung ương và cấp địa phương - Giữa các bộ phận trong cùng một cấp					
2.3. Phối hợp giữa các cơ quan					

- Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương					
- Các cơ quan Trung ương					
- Các cơ quan địa phương					

*Câu 3: Đồng chí đánh giá như thế nào về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với bán hàng đa cấp(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém, 5 – rất tốt)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
3.1. Sự phù hợp của hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.2. Chất lượng của kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.3. Năng lực của bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.4. Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát có hợp lý					
3.5. Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm có hợp lý					
3.6. Tuân thủ quy định của Nhà nước trong công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm					

### III.Những câu hỏi cụ thể:

*Câu 4: Đánh giá của đồng chí về các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất ít vi phạm; 5 – rất hay vi phạm)*

Hành vi	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít vi phạm; 5-rất hay vi phạm)				
	1	2	3	4	5
4.1. Không đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp					
4.2. Về hàng hóa(xuất xứ, chất lượng, giá bán...)					
4.3. Bắt người tham gia nộp tiền đặt cọc khi muốn tham gia					
4.4. Không mua lại hàng hóa					
4.5. Dụ dỗ, đe dọa khách hàng, người tham gia					
4.6. Không trả hoa hồng cho người tham gia như đã cam kết					

*Câu 5: Đồng chí đánh giá như thế nào về trách nhiệm quản lý bán hàng đa cấp của các cơ quan sau (với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 - rất kém, 5 – rất tốt)*

Đơn vị	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
5.1. Bộ Công thương					
5.2. Bộ Công an					
5.3. Bộ Tư pháp					
5.4. Bộ Y tế					
5.5. Bộ Tài chính					
5.6. Bộ Khoa học và công nghệ					
5.7. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn					
5.8. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam					
5.9. UBND cấp địa phương					
5.10. Sở Công thương địa phương					
5.11. Tổng cục quản lý thị trường					
5.12. Chi cục quản lý thị trường địa phương					
5.13. Sự phối hợp giữa các cơ quan					

*Câu 6: Đồng chí đánh giá như thế nào về công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn thực thi chính sách, pháp luật quản lý bán hàng đa cấp (với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém, 5 – rất tốt)*

Nội dung công việc	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
6.1. Truyền thông					
6.2. Hướng dẫn thủ tục, quy trình đăng ký kinh doanh					
6.3. Hướng dẫn quy trình giải quyết khiếu nại, xử lý vi phạm					

*6.4. Đơn vị của đồng chí lựa chọn hình thức tuyên truyền nào dưới đây*

- Bằng miệng     Bằng báo, đài     Hội thảo, hội nghị     Trang web của đơn vị

*Câu 7: Đơn vị của đồng chí có cơ sở dữ liệu điện tử để phục vụ quản lý bán hàng đa cấp*

- Có  Không

*Câu 8: Đồng chí đánh giá như thế nào về nguồn nhân lực của đơn vị trực tiếp tham gia vào công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp*

Tổng số cán bộ:..... (người)

- Trong đó cán bộ chuyên trách:  Có:.....(người)  Không

*Câu 9:*

*9.1. Giai đoạn 2006 – 2018, đơn vị của đồng chí có được cấp nguồn lực phục vụ cho công tác quản lý bán hàng đa cấp*

- Có  Không

*9.2. Giai đoạn 2019 – 2025, đơn vị của đồng chí có cần hỗ trợ nguồn lực để phục vụ cho công tác quản lý bán hàng đa cấp*

- Có  Không

*Nếu có, xin cho ý kiến cụ thể*

STT	Nguồn lực cần hỗ trợ	Dự kiến số lượng, thời gian

*Câu 10:*

*a, Đồng chí cho biết những thuận lợi trong công tác quản lý bán hàng đa cấp của đơn vị do yếu tố nào(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất không thuận lợi, 5 – rất thuận lợi)*

Yếu tố thuận lợi	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất không thuận lợi; 5-rất thuận lợi)				
	1	2	3	4	5
10.1. Văn bản quản lý					
10.2. Bộ máy quản lý					
10.3. Cán bộ quản lý					
10.4. Doanh nghiệp bán hàng đa cấp					
10.5. Người tham gia bán hàng đa cấp					
10.6. Người tiêu dùng					

b, Đồng chí cho biết những khó khăn trong công tác quản lý bán hàng đa cấp của đơn vị (với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất ít khó khăn, 5 – rất khó khăn)

Khó khăn	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít khó khăn; 5-rất khó khăn)				
	1	2	3	4	5
10.7. Nhân lực quản lý					
10.8. Phối hợp với đơn vị khác					
10.9. Phân công công việc quản lý trong đơn vị					
10.10. Sự chấp hành của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp					
10.11. Ý thức, nhận thức của người tham gia, người tiêu dùng					

*Xin cảm ơn sự hợp tác của quý vị!*

**Mẫu số 3:**

**Phiếu điều tra(03)**

**Đối tượng là người tham gia bán hàng đa cấp**

Nhằm tìm hiểu các thông tin thực tế để hoàn thành Luận án tiến sĩ: “ **Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**”, Nghiên cứu sinh Nguyễn Thị Hương Giang rất mong nhận được các câu trả lời của các ông( bà) trong phiếu điều tra này. Mỗi thông tin mà ông( bà) cung cấp trong phiếu điều tra này không chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu của NCS mà còn có thể làm tài liệu nghiên cứu cho ông( bà) nếu ông( bà) cần. Rất mong sự hợp tác của các ông( bà)!

**I. Thông tin chung**

1. **Họ và tên:**.....

2. **Doanh nghiệp tham gia:**..... **Vị trí:**.....

3. **Điện thoại:**.....**email:**.....

**II. Những câu hỏi chung:**

Ông(bà) có tìm hiểu về sự quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp?

Có

Không

Nếu câu trả lời là Có thì trả lời tiếp:

*Câu 1: Ông(bà) đánh giá như thế nào về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam*

- Đầy đủ       Thống nhất       Phù hợp       Ổn định       Hiệu lực  
 Kịp thời

*Câu 2: Đánh giá của ông(bà) về một số nội dung trong công tác tổ chức bộ máy quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém; 5 – rất tốt)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
2.1. Nguồn lực trong bộ máy - Nhân lực - Tài chính - Phương tiện,vật chất					
2.2. Phân công trách nhiệm - Giữa cấp Trung ương và cấp địa phương - Giữa các bộ phận trong cùng một cấp					
2.3. Phối hợp giữa các cơ quan - Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương - Các cơ quan Trung ương - Các cơ quan địa phương					

*Câu 3: Ông(bà) đánh giá như thế nào về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với bán hàng đa cấp(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1 – rất kém, 5 – rất tốt)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)				
	1	2	3	4	5
3.1. Sự phù hợp của hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.2. Chất lượng của kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát					
3.3. Năng lực của bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát					

3.4. Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát có hợp lý					
3.5. Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm có hợp lý					
3.6. Tuân thủ quy định của Nhà nước trong công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm					

### III. Những câu hỏi cụ thể:

*Câu 4: Xin ông(bà) cho biết mục đích tham gia công ty bán hàng cấp?*

- Lợi nhuận, hoa hồng       Cơ hội nghề nghiệp  
 Lấy lại số tiền đã đóng       Thấy sản phẩm tốt, muốn chia sẻ với mọi người

*Câu 5: Ông(bà) có tìm hiểu về công ty bán hàng đa cấp khi tham gia không?*

- Có       Không

Nếu câu trả lời là Có thì ông(bà) tìm hiểu qua kênh nào:

- Báo, đài, internet       Trang web của công ty bán hàng đa cấp  
 Trang web của Bộ Công thương       Trang web của Sở công thương địa phương  
 Người thân, bạn bè, đồng nghiệp       Các buổi hội thảo của công ty bán hàng đa cấp

*Câu 6: Ông(bà) có được đào tạo và được cấp giấy xác nhận kiến thức pháp luật khi tham gia bán hàng đa cấp?*

- Có       Không

*Câu 7:*

*7.1. Ông(bà) có được thu nhập từ việc tham gia bán hàng đa cấp ở mức nào?*

- 0-5 triệu đồng/tháng       5-10 triệu đồng/tháng  
 10-15 triệu đồng/tháng       > 15 triệu đồng/tháng

*7.2. Công ty bán hàng đa cấp có khấu trừ tiền thuế thu nhập cá nhân của người tham gia bán hàng đa cấp để nộp vào ngân sách Nhà nước trước khi chi trả hoa hồng, tiền thưởng cho ông(bà)*

- Có       Không

*Câu 8: Theo ông(bà) quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay đã có những điều tích cực nào dưới đây (với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1-rất ít tích cực, 5-rất tích cực)*

Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít tích cực; 5-rất tích cực)				
	1	2	3	4	5

8.1. Văn bản quản lý					
8.2. Bộ máy tổ chức					
8.3. Thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm					

*Câu 9 : Ông(bà) đánh giá sự phù hợp của những quy định của Nhà nước đối với người tham gia bán hàng đa cấp hiện nay(với mức điểm từ 1 đến 5, trong đó: 1- rất không phù hợp, 5 – rất phù hợp)*

Quy định	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất không phù hợp; 5-rất phù hợp)				
	1	2	3	4	5
9.1. Người nước ngoài không có giấy phép lao động tại Việt Nam do cơ quan có thẩm quyền cấp không được tham gia bán hàng đa cấp					
9.2. Cán bộ, công chức không được tham gia bán hàng đa cấp					
9.3. Tuân thủ hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp và quy tắc hoạt động của doanh nghiệp.					
9.4. Người tham gia bán hàng đa cấp bắt buộc phải tham gia chương trình đào tạo cơ bản					
9.5. Người tham gia bán hàng đa cấp bắt buộc phải có xác nhận kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp					
9.6. Người tham gia bán hàng đa cấp có quyền chấm dứt hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp bằng việc gửi thông báo bằng văn bản cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp trước khi chấm dứt hợp đồng ít nhất là 10 ngày làm việc.					
9.7. Người tham gia bán hàng đa cấp chỉ thực hiện các hoạt động tiếp thị, bán hàng và phát triển mạng lưới bán hàng đa cấp sau khi được cấp Thẻ thành viên					
9.8. Người tham gia bán hàng đa cấp có quyền trả lại hàng hóa đã mua từ doanh nghiệp bán hàng đa cấp, bao gồm cả hàng hóa được mua theo chương trình khuyến mại, trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng, nếu hàng hóa đáp ứng yêu cầu theo quy định					
9.9. Có tài khoản kí quỹ và ký quỹ một khoản tiền tương đương 5% vốn điều lệ nhưng không thấp hơn 10 tỷ đồng (mười tỷ đồng) tại một ngân hàng thương mại hoặc chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam					

*Xin cảm ơn sự hợp tác của quý vị!*



**Mẫu số 4:**

**Phiếu phỏng vấn(04)**

**Đối tượng là các nhà nghiên cứu, các chuyên gia kinh tế**

*Nhằm tìm hiểu các thông tin thực tế để hoàn thành Luận án tiến sĩ: “ **Quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam**”, Nghiên cứu sinh Nguyễn Thị Hương Giang rất mong nhận được các câu trả lời của các ông( bà) trong phiếu phỏng vấn này. Mọi thông tin mà ông( bà) cung cấp trong phiếu phỏng vấn này không chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu của NCS mà còn có thể làm tài liệu nghiên cứu cho ông( bà) nếu ông( bà) cần. Rất mong sự hợp tác của các ông( bà)!*

Câu 1: Ông(bà) đánh giá thế nào về mô hình bán hàng đa cấp trên thế giới và ở Việt Nam?

Câu 2: Phương thức bán hàng đa cấp, theo ông(bà) có phải là không thể thiếu của doanh nghiệp và của nền kinh tế?

Câu 3: Những nguyên nhân nào khiến cho bán hàng đa cấp lại gây nhiều tranh cãi khi hoạt động tại Việt Nam, thưa ông(bà)?

Câu 4: Những vi phạm chủ yếu trong bán hàng đa cấp và vai trò của Nhà nước như thế nào đối với những hệ lụy mà bán hàng đa cấp biến tướng gây ra, thưa ông(bà)?

Câu 5: Theo ông(bà), các quốc gia khác quản lý bán hàng đa cấp như thế nào?(ví dụ: Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản...)

Câu 6: Theo ông(bà), công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay đang có những hạn chế nào?

Câu 7: Ông(bà) có đề xuất những ý kiến gì để công tác quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian tới được hiệu quả hơn?

***Xin chân thành cảm ơn ông bà về những câu trả lời!***

**Phụ lục 07 :****Văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở một số quốc gia**

<b>Quốc gia</b>	<b>Văn bản chính quản lý HĐ BHĐC</b>
Anh	Luật về kinh doanh đa cấp (1990)
Ấn Độ	Hệ thống cảnh báo sớm nhằm ngăn chặn các hành vi gian lận của các công ty kinh doanh đa cấp
Canada	Luật Cạnh tranh (Điều 55 – 1993); Luật Hình sự (1990)
Đan Mạch	Luật Hình sự (Điều 279 – 1991)
Gruzia	Luật Thương mại (Điều 10)
Hàn Quốc	Luật kinh doanh đa cấp (1995)
Indonesia	Quyết định của Bộ trưởng Bộ Thương mại về kinh doanh đa cấp
Ireland	Đạo luật kinh doanh đa cấp(1997)
Singapore	Đạo luật kinh doanh đa cấp và hình phạt ảo(sửa đổi 2011); Đạo luật bán hàng trực tiếp và kinh doanh trực tiếp(2002)
Nhật Bản	Luật bán hàng trực tiếp; Luật bán lẻ hàng hóa
Malaysia	Luật bán hàng trực tiếp và chống bán hàng theo mô hình kim tự tháp(2011)
Mỹ	Đạo luật liên bang về hình phạt ảo và Luật các bang
Pháp	Bộ luật tiêu dùng(Điều 122)
Thái Lan	Quy tắc quản lý kinh doanh đa cấp(1997)

(Nguồn: NCS tự tổng hợp)

## **Phụ lục 08:**

### **Một số vụ việc bán hàng đa cấp vi phạm điển hình**

*Thứ nhất: Công ty TNHH Angel Việt Nam*

Được thành lập từ năm 2008, Công ty TNHH Agel Việt Nam, do bà Hoàng Hải Yến làm giám đốc, lập tức trở thành cái tên khá nổi bật trên thị trường phân phối thực phẩm chức năng tại Việt Nam. Chỉ sau 3 năm hoạt động, số thành viên của hệ thống bán hàng đa cấp này đã lên tới hơn 3 vạn người, ở đó có đủ các thành phần từ các nhà báo, bác sỹ, giáo viên, tiến sĩ, cán bộ công an đến những nông dân ở tận Phú Thọ, Lào Cai, Hà Tĩnh...

Thời điểm đó, thực phẩm chức năng của Agel (Mỹ) được đánh giá chất lượng khá tốt. Nhiều người bị bệnh xương khớp, gút, tim mạch... dùng có hiệu quả. Đáng lưu ý, tại nhiều buổi hội thảo, GS-TS Phạm Song, nguyên Bộ trưởng Bộ Y tế, với tư cách cố vấn chuyên môn cho Agel có những đánh giá cao về chất lượng của loại thực phẩm chức năng này trong việc bồi bổ sức khỏe, thải độc trong cơ thể và hỗ trợ điều trị nhiều loại bệnh, thậm chí cả bệnh nan y.

Những yếu tố đó, cộng với mức lợi nhuận cao, khiến số người tham gia (phần lớn là dân công chức, trí thức đô thị) gia tăng từng ngày. Về nguyên tắc, người tiêu dùng m

uốn mua sản phẩm Agel sử dụng, buộc phải đăng ký một mã số (nếu không có mã số sẽ phải mua sản phẩm giá đắt hơn 30%).

Theo đó, muốn trở thành thành viên của hệ thống, người tiêu dùng phải mua một trong ba gói sản phẩm, gắn với ba quyền lợi được hưởng khác nhau: Muốn được hưởng 10 quyền lợi (thưởng nhanh, 10% chân yếu; hưởng phần trăm tăng trưởng của hệ thống, du lịch, quỹ thưởng xe hơi...) thì phải mua 12 hộp sản phẩm, với tổng số tiền khoảng trên dưới 20 triệu đồng; còn nếu mua 4 hộp thì chỉ được hưởng 6/10 quyền lợi và nếu mua 1 hộp sản phẩm, chỉ được hưởng 4/10 quyền lợi.

Rất nhiều người đã giàu lên nhờ tham gia hoạt động của Angel.

Đột nhiên, tháng 6/2011, Agel tại Mỹ có thông báo chính thức đóng cửa thị trường tại Việt Nam. Lý do đóng cửa cũng không được thông báo rõ ràng. Tuy nhiên, từ tháng 3-2011, Công ty Agel Việt Nam đã chủ động đóng cửa trước. Điều này, ảnh hưởng tới hơn 3 vạn thành viên.

Thiệt hại từ sự sụp đổ của công ty bán hàng đa cấp Angel này là ngoài việc bị mất hàng và tiền hoa hồng, thiệt hại trong hệ thống còn tăng lên cả tỷ đồng nữa do các thành viên mượn hàng qua lại lẫn nhau, giờ công ty đóng cửa không nhận

được hàng nên không có để trả nợ cho nhau. Có người mất trên 100 hộp hàng (mỗi hộp có giá 1,45 đến 1,65 triệu đồng, ước tính tổng cộng gần hai trăm triệu đồng).

Nguyên nhân của sự sụp đổ của công ty bán hàng đa cấp Angel này là phía Mỹ khẳng định họ không gây ra thiệt hại và không có trách nhiệm về việc này, mà tất cả là thuộc về trách nhiệm của Công ty TNHH Agel Việt Nam. Giám đốc Agel Việt Nam đã lợi dụng tín nhiệm, chiếm đoạt tài sản của người khác, lừa đảo và trốn nợ khiến cho hệ thống đổ vỡ, gây thiệt hại đến nhà phân phối. Giám đốc đã đóng cửa Công ty Agel Việt Nam mà không có văn bản chính thức, không đối chiếu công nợ và không có biện pháp giải quyết. Trong khi đó, giám đốc công ty đã giam giữ rất nhiều hàng khiến xảy ra tình trạng hàng hóa thiếu thốn, thành viên không có hàng để kinh doanh. Việc đầu cơ dẫn đến hệ thống hoàn toàn bị rỗng vì không có nhà phân phối, không có người tiêu thụ, hàng hóa mang về chất đống trong kho và sau đó bán đổ bán tháo ra thị trường, gây cạnh phá giá khiến thị trường hỗn loạn. Trong suốt một thời gian dài gần cả năm trời từ tháng 6/2010 đến tháng 3/2011, những sản phẩm được thị trường yêu chuộng như UMI, MIN, HRT, FLX nhà phân phối đã nộp tiền nhưng không có hàng để nhận, trong khi bên ngoài thị trường trôi nổi ở Hà Nội lại nhan nhản với giá 650.000 đến 800.000 đồng/hộp, chỉ bằng một nửa đến hai phần ba giá bán chính thức của tập đoàn quy định. Ngay lúc đó, vấn đề chưa được giải quyết nhưng vị giám đốc này đã sang làm việc cho một công ty bán hàng đa cấp khác. Yêu cầu của người bị thiệt hại là cá nhân vị giám đốc phải bồi thường mọi quyền lợi. Tuy nhiên lúc này, không ghi nhận được sự xử lý, giải quyết triệt để của các cơ quan quản lý Nhà nước đối với sự sụp đổ của Angel, văn bản pháp luật quản lý hoạt động bán hàng đa cấp cũng chưa có.

*Thứ hai: Công ty cổ phần đào tạo mua bán trực tuyến – Muaban24(MB24)*

Tháng 5/2011, Công ty cổ phần đào tạo mua bán trực tuyến được thành lập. Vào đầu năm 2012, MB24 tổ chức quảng bá rầm rộ hoạt động, với những hình ảnh, bài viết mà chỉ cần “đọc xong đã thấy mình giàu”. MB24 thường tổ chức hội thảo tại những địa chỉ có tên tuổi khiến nhiều người tin tưởng. Sau gần một năm hoạt động, MB24 đã thành lập 48 chi nhánh tại khoảng 30 địa phương. Hà Nội là địa phương có số chi nhánh được thành lập nhiều nhất.

Bỏ 5,2 triệu đồng mua gian hàng ảo, để trở thành hội viên của MB24, sau đó chỉ việc giới thiệu người tham gia là được hưởng 30% hoa hồng/5,2 triệu đồng của người mà mình giới thiệu và càng giới thiệu được nhiều người tham gia thì số tiền hoa hồng càng cao. Với chiêu bài này, MB24 đã hút được số lượng lớn người tham

gia vì ai cũng nghĩ rằng thiếu gì người quen, người thân, kiếm tiền dễ đến thế.

Mặc dù không được Cục Thương mại điện tử - Bộ Công thương cấp giấy phép hoạt động cung ứng dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử nhưng Công ty đã tuyên truyền trên website muaban24.vn là sàn giao dịch thương mại điện tử và tạo ra các gian hàng ảo nhằm chiếm đoạt tiền.

Khi website muaban24.vn mới thành lập, chưa có nhiều hội viên tham gia, các đối tượng đã tự động cho vào hệ thống hơn 17.000 hội viên từ Công ty Tâm mặt trời (trụ sở tại Nguyễn Đình Chiểu, TP HCM) sang nhưng không phải nộp tiền, nhằm mục đích lừa đảo các thành viên vào hệ thống MB24.

Công ty đã tuyên truyền, lôi kéo bán gian hàng ảo trên website muaban24.vn cho người khác, lấy tiền của hội viên sau trả tiền cho hội viên trước, tạo ra một tài khoản để đưa tiền ảo vào hệ thống rồi rút tiền thật của các hội viên để chiếm đoạt.

Trong thời gian hoạt động, Công ty MB24 đã phát triển được 5 chi nhánh trên địa bàn TP Hà Nội. Các chi nhánh đăng ký kinh doanh, tự động và hoạch toán độc lập. Chi nhánh chi trả tiền hoa hồng cho Công ty MB24 khi có hội viên mới tham gia.

Trong khoảng thời gian từ tháng 5/2011 - 7/2012 công ty đã bán được 121.349 gian hàng ảo với số tiền trên 631 tỷ đồng và đã rút số tiền gần 31 tỷ đồng là tiền chiếm đoạt của các hội viên.

Thời điểm đó, đã có hơn 100 bị hại có đơn trình báo yêu cầu bồi thường và xử lý các đối tượng Công ty MB24.

Hành vi phạm tội của công ty ảnh hưởng đặc biệt lớn đến tài sản của nhiều người, thuộc nhiều tầng lớp trong xã hội, gây mất an ninh xã hội.

Thực tế Cty MB24 đã thu về theo báo cáo thuế là hơn 30 tỷ đồng, hiện không có tiền hoàn trả cho các bị hại nên cần buộc các thành viên sáng lập và điều hành chính công ty cách ly xã hội một thời gian dài mới đủ răn đe (số năm tù cho các thành viên này là từ 16 – 20 năm giam giữ)

*Thứ ba: Công ty cổ phần Liên minh tiêu dùng Việt Nam (Vietnet)*

Liên minh tiêu dùng Việt Nam được thành lập 11-9-2012, có trụ sở chính tại số 15, phố Đặng Thùy Trâm, đường Hoàng Quốc Việt, quận Bắc Từ Liêm, TP Hà Nội.

Công ty Cổ phần Liên minh tiêu dùng Việt Nam được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp số 013/QLCT-GCN do Cục Quản lý cạnh tranh – Bộ Công Thương cấp lần đầu ngày 31 tháng 12 năm 2014, cấp sửa đổi bổ sung lần thứ 04 ngày 28 tháng 01 năm 2016.

Từ ngày 04 tháng 11 năm 2016, Công ty Cổ phần Liên minh tiêu dùng Việt Nam chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp trên phạm vi toàn quốc do doanh nghiệp này bị thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp.

Cục Quản lý cạnh tranh yêu cầu, trong vòng 90 ngày kể từ ngày ban hành thông báo này, Công ty Cổ phần Liên minh tiêu dùng Việt Nam có trách nhiệm hoàn thành các nghĩa vụ đối với người tham gia bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật.

Trước đó, hồi tháng đầu tháng 11/2016, Cục Quản lý cạnh tranh đã chỉ ra hàng loạt sai phạm của Liên minh tiêu dùng Việt Nam như không thực hiện thủ tục sửa đổi, bổ sung Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp khi có thay đổi, bổ sung liên quan đến hồ sơ đề nghị cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp.

Ngoài ra, Liên minh tiêu dùng Việt Nam đã ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp không bao gồm đầy đủ thông tin theo quy định của pháp luật; ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với cá nhân không đủ điều kiện tham gia bán hàng đa cấp. Đồng thời, thực hiện không đúng, không đầy đủ nghĩa vụ đào tạo cơ bản đối với người tham gia bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật.

Bên cạnh đó, người sáng lập công ty còn là 1 bị cáo đang trong thời gian thi hành án của vụ muaban24. Điều này gây nên rất nhiều những bức xúc, nghi ngại cho những người tham gia và cho dư luận xã hội.

Tuy nhiên sau đó cuối năm 2016, các cơ quan chức năng đã bắt được người này. Trước đó, khi là 1 mắt xích của muaban24, năm 2012, căn cứ vào nhân thân và hành vi phạm tội, hội đồng xét xử tuyên phạt bị cáo Vũ Ngọc Thuyền 4 năm tù về tội “Sử dụng mạng máy tính, mạng viễn thông, mạng Internet thực hiện hành vi chiếm đoạt tài sản” theo điểm d khoản 2 Điều 226b Bộ luật hình sự. Nhưng, lợi dụng trong thời gian kháng cáo, Vũ Ngọc Thuyền tiếp tục “sự nghiệp” trên con đường đa cấp bất chính và ung dung nắm giữ vị trí quan trọng tại Công ty CP Liên minh tiêu dùng Việt Nam, có địa chỉ tại 15 phố Đặng Thùy Trâm, Bắc Từ Liêm (Hà Nội). Đặc biệt, ngay cả thời gian Cơ quan CSĐT tội phạm về quản lý kinh tế và chức vụ Công an tỉnh Bắc Giang đã khởi tố, bắt tạm giam 3 tháng, Thuyền đã “che đậy” nhân thân và vẫn dễ dàng qua mặt cơ quan chức năng tỉnh Bắc Giang để xin tấm giấy thông hành đa cấp. Với tấm giấy thông hành này, Thuyền ung dung trở thành cổ đông sáng lập Công ty đa cấp Liên minh tiêu dùng Việt Nam. Và trong suốt quá trình bị khởi tố, truy tố và xét xử, Thuyền vẫn ung dung giữ các cương vị

Tổng giám đốc, Phó Chủ tịch HĐQT Công ty đa cấp Liên minh tiêu dùng, tổ chức và tham dự các hội nghị hoành tráng của công ty để kêu gọi khách hàng tham gia kinh doanh đa cấp tại công ty này. Lỗi thuộc về sự tắc trách của cán bộ quản lý Nhà nước tại Sở Công thương Bắc Giang.

Kết thúc vụ án này, bị cáo vẫn y án sơ thẩm và chấm dứt chuỗi ngày dài “làm ăn bất chính” của Công ty Liên minh tiêu dùng Việt Nam.

*Thứ tư: Công ty TNHH Diamond Holiday Đông Nam Á*

Công ty TNHH Diamond Holiday Đông Nam Á tự giới thiệu là công ty con của Tập đoàn Diamond Holiday Travel (viết tắt là DHT) có trụ sở chính tại Mỹ, chi nhánh tại Hồng Kông và Việt Nam. theo những lời mời chào, chỉ cần nộp khoản chi phí ban đầu là 375 USD, những người tham gia có thể đi du lịch nhiều nước trên thế giới với giá cực rẻ; được ăn, nghỉ tại các khách sạn hạng sang trên thế giới. Đáng chú ý, hội viên của công ty, sau khi nộp 375 USD sẽ có thể kiếm một khoản tiền không nhỏ, cùng với các hình thức thưởng hiện vật như: nhà, xe ô tô hay đi du lịch vòng quanh thế giới... nếu tìm, rủ được nhiều người khác tham gia. Khi rủ được 14 người, hội viên sẽ được thưởng 1.000 USD. Mức thưởng cao nhất lên đến 15.000 USD... Tuy nhiên, qua công tác nắm tình hình, lực lượng công an nhận thấy rất ít người được đi du lịch và cũng chẳng thấy có phần thưởng nào. Phương thức kinh doanh của Công ty Holiday thực chất là việc huy động vốn được thực hiện thông qua các hình thức khuyến mãi, lôi kéo nhiều người tham gia. Trong giai đoạn đầu là dùng tiền của người sau trả cho người trước, nhưng đến một giai đoạn nhất định, có thể đường dây này sẽ vỡ và hậu quả chính các hội viên phải gánh. Và sự lừa đảo này bắt nguồn từ vụ án các kênh lừa đảo tài chính qua Internet như “Colonyinvest”, “Vip-Viet”... bị cơ quan chức năng lật tẩy khoảng năm 2007-2008.

## **Phụ lục 09:**

### **Lược qua việc đánh giá hiệu quả quản lý Nhà nước ở một số quốc gia**

Ở các nước phương Tây, việc đánh giá hiệu quả các Chính phủ thông qua đo đánh giá hiệu quả QLNN trên quy mô lớn được bắt đầu từ thập kỷ 70 của thế kỷ 20.

Năm 1973, Chính phủ Mỹ đã công bố “*Phương án xác định hiệu suất công tác của chính phủ liên bang*” nhằm hệ thống hóa, quy phạm hóa, thường xuyên hóa việc đánh giá hiệu quả các tổ chức công. Theo phương án này, cơ quan hữu quan đã đề ra hơn 3.000 tiêu chí để cục thống kê lao động tiến hành thống kê và phân tích hiệu quả công tác của các cơ quan chính phủ. Năm 1993, Chính phủ lại công bố “*Luật hiệu quả và kết quả Chính phủ*”, yêu cầu các cơ quan của chính phủ liên bang xây dựng quy hoạch chiến lược năm năm về sứ mệnh và mục tiêu dài hạn của mình, xây dựng kế hoạch hàng năm về quản lý hiệu quả thực hiện mục tiêu chiến lược, định kỳ đánh giá hiệu quả công tác của cơ quan mình và báo cáo với quốc hội, với công chúng. Từ đó, việc đánh giá hiệu quả các tổ chức của Chính phủ đã được thể chế hóa.

Trong phong trào cải cách hành chính bắt đầu từ thập kỷ 80 của thế kỷ 20, việc đánh giá hiệu quả các tổ chức của chính phủ rất được coi trọng. Anh là nước dẫn đầu trong việc này. Việc đánh giá hiệu quả chính phủ đã trở thành một công việc quan trọng của chính phủ Thatcher nhằm khắc phục chủ nghĩa quan liêu, nâng cao hiệu quả quản lý hành chính. Từ năm 1979, Chính phủ Anh bắt đầu thực hiện kế hoạch Rana. Đó là kế hoạch đánh giá toàn diện, hiệu quả các tổ chức chính phủ và tổ chức công, là cơ sở để thực hiện đề án cải cách hành chính của bà Thatcher. Bộ Tài chính Anh đã phát huy vai trò đôn đốc, hướng dẫn quá trình đánh giá. Năm 1989, bộ này đã phát hành cuốn “*Hướng dẫn kỹ thuật đánh giá hoạt động và hiệu quả của chính phủ trung ương*” để hướng dẫn việc thiết lập và hoàn thiện cơ chế đánh giá về mặt nghiệp vụ và kỹ thuật. Từ đó, việc đánh giá hiệu quả các tổ chức của chính phủ ở Anh đã từng bước được phổ cập hóa, quy phạm hóa, hệ thống hóa, khoa học hóa.

Việc đánh giá hiệu quả các tổ chức công của chính phủ cũng đã được thực hiện ở các nước phương Tây khác. Chính phủ Hà Lan đã ban hành đạo luật mới về quản lý đô thị, yêu cầu đánh giá hiệu quả công tác của chính quyền địa phương. Ở Úc, việc đánh giá hiệu quả các tổ chức công của chính phủ được thực hiện qua những chương trình cải cách cụ thể như kế hoạch cải tiến quản lý tài chính, quản lý dự án, cải cách ngân sách.



Việc xây dựng tiêu chí đánh giá, phương án đánh giá hiệu quả trở thành một bộ phận trong kế hoạch công tác của các cơ quan chính phủ, được chính thức đưa vào dự toán tài chính hàng năm của các cơ quan và thông báo công khai. Theo báo cáo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), việc đánh giá hiệu quả các tổ chức công cũng đã được thực hiện rộng rãi ở Đan Mạch, Phần Lan, Na Uy, New Zealand.

## Phụ lục 10:

### Phụ lục 10a: Kết quả điều tra doanh nghiệp bán hàng đa cấp ĐIỀU TRA ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP BÁN HÀNG ĐA CẤP

Đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp, NCS thực hiện điều tra 33 doanh nghiệp đã đăng kí kinh doanh bán hàng đa cấp với Bộ Công thương, trong đó mỗi doanh nghiệp điều tra 5 nhà quản lý doanh nghiệp, 5 nhân viên kinh doanh. Do vậy, NCS tiến hành phát ra 330 phiếu, trong đó 300 phiếu thu về và có 280 phiếu hợp lệ.

**Câu 1:** Đánh giá của các doanh nghiệp đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam với số lượng phiếu trả lời là 280 phiếu hợp lệ, tiêu chí tính ổn định được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình đạt 3.75, tiếp đến là tính kịp thời điểm trung bình đạt 3.5, hai tiêu chí này được đánh giá khá (vì điểm trung bình nằm trong khoảng [3,4 – 4,2]). Bốn tiêu chí còn lại là đầy đủ, thống nhất và phù hợp, hiệu lực được đánh giá ở mức trung bình điểm đạt được nằm trong khoảng [2,61 – 3,4].

Ký hiệu	Văn bản quản lý	Số phiếu	Điểm trung bình
C.1.1	Đảm bảo tính đầy đủ	280	3.39
C.1.2	Đảm bảo tính thống nhất	280	3.18
C.1.3	Đảm bảo tính phù hợp	280	3.32
C.1.4	Đảm bảo tính ổn định	280	3.75
C.1.5	Đảm bảo tính hiệu lực	280	3.14
C.1.6	Đảm bảo tính kịp thời	280	3.5

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

**Câu 2:** Đánh giá về công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Trung bình
		1	2	3	4	5	
<b>C.2.1</b>	<b>Nguồn lực trong bộ máy</b>						
C.2.1.1	Nhân lực	30	170	80			2.18
		10.7%	60.7%	8%			
C.2.1.2	Tài lực			230	50		3.18
				82.1%	17.9%		
C.2.1.3	Phương tiện, vật chất	30	170	80			2.18
		10.7%	60.7%	28.6%			

<b>C.2.2</b>		<b>Phân công trách nhiệm</b>					
C.2.2.1	Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương		10	230	40		3.11
			3.6%	82.1%	14.3%		
C.2.2.2	Giữa các bộ phận trong cùng một cấp			40	220	20	3.93
				14.3%	78.6%	7.1%	
<b>C.2.3</b>		<b>Phối hợp giữa các cơ quan</b>					
C.2.3.1	Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương		30	230	20		2.96
			10.7%	82.1%	7.1%		
C.2.3.2	Các cơ quan Trung ương		220	50	10		2.25
			78.6%	17.9%	3.6%		
C.2.3.3	Các cơ quan địa phương	10	230	40			2.11
		3.6%	82.1%	14.3%			

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Với kết quả khảo sát cho thấy đối với công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp nội dung phân công trách nhiệm được đánh giá cao nhất trong đó phân công trách nhiệm giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương được đạt 3.11 điểm giữa các bộ phận trong cùng một cấp đạt 3.93 điểm. Với nội dung nguồn lực trong bộ máy, nguồn tài lực đạt điểm cao nhất là 3.18 điểm, nguồn nhân lực và phương tiện vật chất cùng đạt 2.18 điểm. Nội dung phối hợp giữa các cơ quan, giữa cơ quan trung ương và cơ quan địa phương đạt 2.96 điểm, các cơ quan trung ương đạt 2.25 điểm và các cơ quan địa phương đạt 2.11 điểm.

**Câu 3.** Đánh giá của doanh nghiệp về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHĐC

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C.3.1	Sự phù hợp của hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát		10	240	30		3.07
			3.6%	85.7%	10.7%		
C.3.2	Chất lượng của kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát		10	220	50		3.14
			3.6%	78.6%	17.9%		
C.3.3	Năng lực của bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát		240	40			2.14
			85.7%	14.3%			
C.3.4	Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát có hợp lý		220	60			2.21
			78.6%	21.4%			

C.3.5	Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm có hợp lý			240	40		3.14
				85.7%	14.3%		
C.3.6	Tuân thủ quy định của Nhà nước trong công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm		30	170	80		3.18
			10.7%	60.7%	28.6%		

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

**Câu 4:** Khi được hỏi một số thông tin sơ bộ về doanh nghiệp, đa số các doanh nghiệp đều trả lời doanh nghiệp đã tiến hành xây dựng quy tắc hoạt động, có kế hoạch trả lương và tài khoản ký quỹ. Tuy nhiên, các yếu tố trang thông tin điện tử, hệ thống công nghệ thông tin quản lý mạng lưới người tham gia bán hàng đa cấp và việc công khai bảng giá bán sản phẩm thì hiện các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đa phần không thực hiện.

**Câu 5:** Đánh giá của doanh nghiệp về quy định, thủ tục đăng ký bán hàng đa cấp và kiểm soát quá trình hoạt động của doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam

Ký hiệu	Quy định, thủ tục trong từng giai đoạn	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít thuận lợi; 5-rất thuận lợi)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
<b>C.5.1</b>	<b>Trong giai đoạn đăng ký, cấp giấy chứng nhận đăng ký bán hàng đa cấp</b>						
C.5.1.1	Tiếp nhận hồ sơ			40	220	20	3.93
				14.3%	78.6%	7.1%	
C.5.1.2	Thẩm định hồ sơ		20	240	20		3.0
			7.1%	85.7%	7.1%		
C.5.1.3	Trả lại hồ sơ hoặc cấp giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp	10	210	30	30		2.29
		3.6%	75%	10.7%	10.7%		
C.5.1.4	Thu hồi giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp		30	230	20		2.96
			10.7%	82.1%	7.1%		
<b>C.5.2</b>	<b>Trong quá trình bán hàng đa cấp</b>			240	30	10	3.18
				85.7%	10.7%	3.6%	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Đối với quy định, thủ tục trong từng giai đoạn theo đánh giá của doanh nghiệp đối với giai đoạn đăng ký, cấp giấy chứng nhận đăng ký bán hàng đa cấp thì giai đoạn tiếp nhận hồ sơ được đánh giá cao nhất đạt 3.93 điểm, thẩm định hồ sơ đạt 3 điểm, còn giai đoạn trả lại các hồ sơ hoặc cấp giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp đạt 2.29 điểm, giai đoạn thu hồi giấy chứng nhận đăng kí hoạt động

bán hàng đa cấp đạt 2.96 điểm. Đối với những quy định trong quá trình bán hàng đa cấp đạt điểm 3.18.

**Câu 6:** Đánh giá của doanh nghiệp về các mức quy định hiện hành của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay

<b>Ký hiệu</b>	<b>Các quy định</b> (Với mức điểm từ 1 đến 5, 1 – rất không hợp lý; 5 – rất hợp lý)	<b>Điểm trung bình</b>
C.6.1	Vốn pháp định của doanh nghiệp là 10 tỷ đồng	2.14
C.6.2	Số tiền kí quỹ của doanh nghiệp tương đương 5% vốn điều lệ nhưng không thấp hơn 5 tỷ đồng	2.18
C.6.3	Thời hạn hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp là 5 năm	3.11
C.6.4	Thời hạn chấp nhận mua lại hàng hóa là 30 ngày kể từ ngày người tham gia bán hàng đa cấp nhận hàng	3.18
C.6.5	Thời gian định kì các doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải báo cáo cho Bộ Công thương và Sở Công thương là 6 tháng 1 lần	2.29

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Kết quả ở bảng trên cho thấy, quy định thời gian chấp nhận mua lại hàng hóa là 30 ngày kể từ ngày người tham gia bán hàng đa cấp nhận hàng đạt được điểm cao nhất là 3.18, quy định về vốn pháp định của doanh nghiệp là 10 tỷ đồng đạt điểm thấp nhất là 2.14 điểm.

**Câu 7:** Đánh giá của doanh nghiệp về những hạn chế trong quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp

<b>Ký hiệu</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Mức điểm từ 1 đến 5</b> (1-rất ít; 5-nhiều nhất)					<b>Điểm trung bình</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
C.7.1	Văn bản quản lý		10	20	200	50	4.04
			3.6%	7.1%	71.4%	17.9%	
C.7.2	Bộ máy quản lý				120	160	4.57
					42.9%	57.1%	
C.7.3	Kiểm tra, giải quyết và xử lý vi phạm		30	160	90		3.21
			10.7%	57.1%	32.1%		

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Kết quả khảo sát cho thấy, doanh nghiệp đánh giá bộ máy quản lý trong quản lý NN về bán hàng đa cấp là hạn chế lớn nhất đạt 4.58 điểm, tiếp đến là văn bản

quản lý đạt 4.04 điểm và kiểm tra, giải quyết và xử lý vi phạm đạt điểm thấp nhất là 3.21 điểm.

**Câu 8:** Ý kiến của doanh nghiệp về mức độ ưu tiên thực hiện các biện pháp để hoàn thiện quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam

<b>Ký hiệu</b>	<b>Giải pháp</b> (Với mức điểm từ 1 đến 5; 1 – ưu tiên thực hiện thấp nhất; 5 – ưu tiên thực hiện ngay)	<b>Điểm trung bình</b>
C.8.1	Hoàn thiện, bổ sung các văn bản quản lý hoạt động bán hàng đa cấp	4.04
C.8.2	Hoàn thiện tổ chức bộ máy, cơ chế phối hợp của các cơ quan quản lý hoạt động bán hàng đa cấp	3.29
C.8.3	Tăng cường và đổi mới công tác thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, xử lý vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp	3.32
C.8.4	Bổ sung và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp	4.61
C.8.5	Nâng cao nhận thức, ý thức cho doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp	4.54

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Kết quả ở bảng trên cho thấy, doanh nghiệp cho rằng biện pháp cần ưu tiên nhất là bổ sung và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp đạt 4.61 điểm, tiếp đến là nâng cao nhận thức, ý thức cho doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp đạt 4.54 điểm, hoàn thiện, bổ sung các văn bản quản lý hoạt động bán hàng đa cấp đạt 4.04 điểm và biện pháp hoàn thiện tổ chức bộ máy, cơ chế phối hợp của các cơ quan quản lý hoạt động bán hàng đa cấp là biện pháp có điểm thấp nhất 3.29 điểm.

**Phụ lục 10b: Kết quả điều tra cơ quan quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp  
ĐIỀU TRA ĐỐI VỚI CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI BÁN  
HÀNG ĐA CẤP**

Đối với cơ quan quản lý Nhà nước, NCS thực hiện điều tra các cán bộ ở Cục cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, Sở Công thương Hà Nội, Sở Công thương thành phố Hồ Chí Minh, Sở Công thương Bắc Ninh, Sở Công thương Hưng Yên. Đề tài sẽ thực hiện điều tra khảo sát trên quy mô 50 phiếu. NCS phát ra 50 phiếu, thu về 48 phiếu và có 46 phiếu hợp lệ.

**Câu 1:** Đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước đối với bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam với số lượng phiếu trả lời là 46 phiếu hợp lệ, tiêu chí tính ổn định được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình đạt 3.57, tiếp đến là tính hiệu lực điểm trung bình đạt 3.54 và tính đầy đủ đạt 3.52, tính phù hợp đạt 3.46, bốn tiêu chí này được đánh giá khá (vì điểm trung bình nằm trong khoảng [3,4 – 4,2]). Các tiêu chí thống nhất và kịp thời được đánh giá ở mức trung bình điểm đạt được nằm trong khoảng [2,61 – 3,4].

Ký hiệu	Văn bản quản lý	Số phiếu	Điểm trung bình
C_1_1	Đảm bảo tính đầy đủ	46	3.52
C_1_2	Đảm bảo tính thống nhất	46	3.41
C_1_3	Đảm bảo tính phù hợp	46	3.46
C_1_4	Đảm bảo tính ổn định	46	3.57
C_1_5	Đảm bảo tính hiệu lực	46	3.54
C_1_6	Đảm bảo tính kịp thời	46	3.35

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

**Câu 2:** Đánh giá về công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Trung bình
		1	2	3	4	5	
<b>C_2_1</b>	<b>Nguồn lực trong bộ máy</b>						
C_2_1_1	Nhân lực	2	38	6			2.18
		4.3%	82.6%	13%			
C_2_1_2	Tài lực	4	38	3	1		3.18
		8.7%	82.6%	6.5%	2.2%		
C_2_1_3	Phương tiện, vật		41	4	1		2.18

	chất		89.1%	8.7%	2.2%		
<b>C_2_2</b>	<b>Phân công trách nhiệm</b>						
C_2_2_1	Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương		2	41	2	1	3.11
			4.3%	89.1%	4.3%	2.2%	
C_2_2_2	Giữa các bộ phận trong cùng một cấp		5	39	2		3.93
			10.9%	84.8%	4.3%		
<b>C_2_3</b>	<b>Phối hợp giữa các cơ quan</b>						
C_2_3_1	Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương		3	42	1		2.96
			6.5%	91.3%	2.2%		
C_2_3_2	Các cơ quan Trung ương		4	39	3		2.25
			8.7%	84.8%	6.5%		
C_2_3_3	Các cơ quan địa phương		42	4			2.11
			91.3%	8.7%			

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Với kết quả khảo sát cho thấy đối với công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp nội dung phân công trách nhiệm được đánh giá cao nhất, trong đó phân công trách nhiệm giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt 3.11 điểm, giữa các bộ phận trong cùng cấp được đánh giá 3.93 điểm. Đối với nội dung nguồn lực trong bộ máy, nguồn nhân lực đạt 2.18 điểm, tài lực 3.18 điểm và phương tiện, vật chất đạt 2.18 điểm. Nội dung phối hợp giữa các cơ quan thì phối hợp giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt điểm cao nhất là 2.96 điểm, tiếp đến là phối hợp giữa các cơ quan trung ương đạt 2.25 điểm còn giữa các cơ quan địa phương chỉ đạt 2.11 điểm.

**Câu 3.** Đánh giá về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHĐC

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C_3_1	Hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát			1	38	7	4.13
				2.2%	82.6%	15.2%	
C_3_2	Kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát		2	24	20		3.39
			4.3%	52.2%	43.5%		
C_3_3	Bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát	3	32	8	3		2.24
		6.5	69.6	17.4%	6.5%		



		%	%				
C_3_4	Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát		2	35	9		3.15
			4.3	76.1%	19.6%		
C_3_5	Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm			7	27	12	4.11
				15.2%	58.7%	26.1%	
C_3_6	Công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm			11	13	22	4.24
				23.9%	28.3%	47.8%	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Kết quả từ bảng cho thấy, công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại vi phạm được cơ quan QLNN đánh giá cao nhất – đạt 4.24 điểm, nội dung về bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát đánh giá thấp nhất đạt 2.24 điểm. Đối với các nội dung khác bao gồm hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát; Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm được đánh giá trên 4 điểm. Nội dung kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát và Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát đạt dưới 4 điểm.

**Câu 4:** Đánh giá của cơ quan quản lý Nhà nước về các hành vi vi phạm trong bán hàng đa cấp

Ký hiệu	Hành vi	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít vi phạm; 5-rất hay vi phạm)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C_4_1	Không đăng kí hoạt động bán hàng đa cấp		2	6	37	1	3.8
			4.3%	13%	80.4%	2.2%	
C_4_2	Về hàng hóa(xuất xứ, chất lượng, giá bán...)			1	42	3	4.04
				2.2%	91.3%	6.5%	
C_4_3	Bắt người tham gia nộp tiền đặt cọc khi muốn tham gia			1	40	5	4.09
				2.2%	87%	10.9%	
C_4_4	Không mua lại hàng hóa			1	8	37	4.78
				2.2%	17.4%	80.4%	
C_4_5	Dụ dỗ, đe dọa khách hàng, người tham gia			1	9	36	4.76
				2.2 %	19.6 %	78.3%	
C_4_6	Không trả hoa hồng cho người tham gia như đã cam kết		4	30	10	2	3.22
			8.7%	65.2%	21.7%	4.3%	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Kết quả từ bảng cho thấy, hành vi hay vi phạm nhất trong bán hàng đa cấp là không mua lại hàng hóa, 46 người được hỏi có đến 37 người cho rằng đây là hành vi rất hay vi phạm chiếm 80.4% và 8 người cho là hay vi phạm chiếm 17.4%, 1 người cho là bình thường chiếm 2.2%. Đối với các hành vi vi phạm khác như dụ dỗ đe dọa khách hàng, người tham gia, vấn đề về xuất xứ hàng hóa, bắt người tham gia nộp tiền đặt cọc khi muốn tham gia cũng thường xuyên vi phạm với điểm trung bình đánh giá trên 4 điểm. Hành vi không đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp đạt điểm trung bình là 3.8 còn hành vi không trả hoa hồng cho người tham gia như đã cam kết điểm thấp nhất là 3.22 điểm.

**Câu 5:** Đánh giá về việc thực hiện trách nhiệm quản lý bán hàng đa cấp của các đơn vị quản lý NN về bán hàng đa cấp

Ký hiệu	Đơn vị	Số phiếu	Điểm trung bình
C_5_1	Bộ Công thương	46	3.09
C_5_2	Bộ Công an	46	4.04
C_5_3	Bộ Tư pháp	46	3.17
C_5_4	Bộ Y tế	46	2.15
C_5_5	Bộ Tài chính	46	3.11
C_5_6	Bộ Khoa học và công nghệ	46	2.11
C_5_7	Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn	46	3.07
C_5_8	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	46	3.24
C_5_9	UBND cấp địa phương	46	3.07
C_5_10	Sở Công thương địa phương	46	4.04
C_5_11	Tổng cục quản lý thị trường	46	4.09
C_5_12	Chi cục quản lý thị trường địa phương	46	3.17
C_5_13	Sự phối hợp giữa các đơn vị	46	4.02

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

**Phụ lục 10c: Kết quả điều tra người tham gia bán hàng đa cấp  
ĐIỀU TRA ĐỐI VỚI NGƯỜI THAM GIA BÁN HÀNG ĐA CẤP**

Người tham gia bán hàng đa cấp được hỏi là 200 người. Số người trả lời có tìm hiểu về sự quản lý của Nhà nước đối với bán hàng đa cấp chiếm 60%, do vậy số phiếu NCS đã phát ra là 120 phiếu, số phiếu thu về là 115 phiếu, số phiếu hợp lệ là 112 phiếu.

**Câu 1:**

Đánh giá của người tham gia bán hàng đa cấp về văn bản quản lý bán hàng đa cấp ở Việt Nam với số lượng phiếu trả lời là 112, tiêu chí tính đầy đủ được đánh giá cao nhất với số điểm trung bình đạt 3.54, tiếp đến là tính thống nhất điểm trung bình đạt 3.47 và tính kịp thời đạt 3.42, ba tiêu chí này được đánh giá khá (vì điểm trung bình nằm trong khoảng [3,4 – 4,2]). Các tiêu chí hiệu lực, ổn định và phù hợp được đánh giá ở mức trung bình điểm đạt được nằm trong khoảng [2,61 – 3,4].

<i>Ký hiệu</i>	<i>Nội dung điều tra</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Điểm trung bình</i>
C1.1	1.1. Văn bản QLNN đối với hoạt động BHĐC đã đảm bảo tính đầy đủ	112	3.54
C1.2	1.2. Văn bản QLNN đối với hoạt động BHĐC đã đảm bảo tính thống nhất	112	3.47
C1.3	1.3. Văn bản QLNN đối với hoạt động BHĐC đã đảm bảo tính phù hợp	112	3.3
C1.4	1.4. Văn bản QLNN đối với hoạt động BHĐC đã đảm bảo tính ổn định	112	3.34
C1.5	1.5. Văn bản QLNN đối với hoạt động BHĐC đã đảm bảo tính hiệu lực	112	3.37
C1.6	1.6. Văn bản QLNN đối với hoạt động BHĐC đã đảm bảo tính kịp thời	112	3.42

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

**Câu 2: Đánh giá về công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp**

<b>Ký hiệu</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Mức điểm từ 1 đến 5</b> <i>(1-rất kém; 5-rất tốt)</i>					<b>Trung bình</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>C2.1</b>	<b>Nguồn lực trong bộ máy</b>						
C2.1.1	Nhân lực	10 8.9%	80 71.4%	18 16.1%	4 3.6%		2.14
C2.1.2	Tài lực		5 4.5%	96 85.7%	11 9.8%		3.05
C2.1.3	Phương tiện, vật chất	10 8.9%	76 67.9%	21 18.8%	5 4.5%		2.19
<b>C2.2</b>	<b>Phân công trách nhiệm</b>						
C2.2.1	Cơ quan Trung ương và các cơ quan		5	94	13		3.07

	địa phương		4.5%	83.9%	11.6%		
C2.2.2	Giữa các bộ phận trong cùng một cấp		3	3	100	6	3.97
			2.7%	2.7%	89.3%	5.4%	
<b>C2.3</b>	<b>Phối hợp giữa các cơ quan</b>						
C2.3.1	Cơ quan Trung ương và các cơ quan địa phương		5	95	12		3.06
			4.5%	84.8%	10.7%		
C2.3.2	Các cơ quan Trung ương		10	76	21	5	2.19
			8.9%	67.9%	18.8%	4.5%	
C2.3.3	Các cơ quan địa phương	10	78	19	5		2.17
			8.9%	69.6%	17%	4.5	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Với kết quả khảo sát cho thấy đối với công tác tổ chức bộ máy QLNN về bán hàng đa cấp nội dung phân công trách nhiệm được các người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá ở mức khá, trong đó phân công trách nhiệm giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt 3.07 điểm và giữa các bộ phận trong cùng một cấp đạt 3.97 điểm. Nội dung nguồn lực trong bộ máy, nguồn tài lực được đánh giá cao nhất đạt 3.05 điểm, nhân lực đạt 2.14 điểm và phương tiện, vật chất đạt 2.19 điểm. Đối với nội dung phối hợp giữa các cơ quan thì phối hợp giữa cơ quan trung ương và các cơ quan địa phương đạt 3.06 điểm, phối hợp của các cơ quan trung ương đạt 2.19 điểm và giữa các cơ quan địa phương đạt 2.17 điểm.

**Câu 3.** Đánh giá về công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm đối với BHĐC

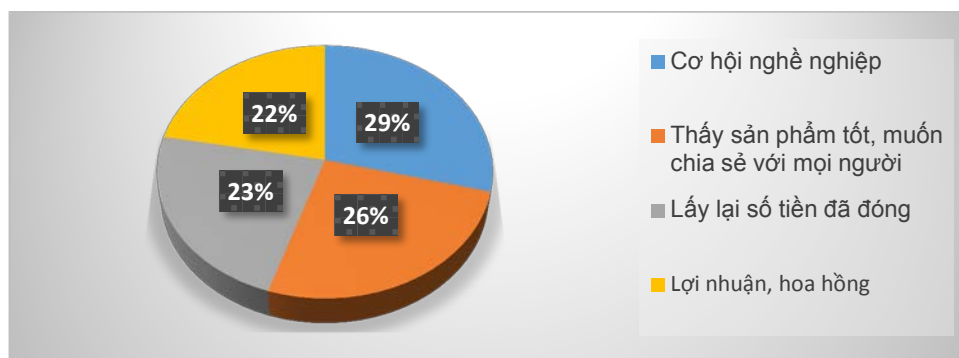
Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất kém; 5-rất tốt)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C3.1	Hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát			20	64	28	4.07
				17.9%	57.1%	25%	
C3.2	Kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát		2	76	32	2	3.3
			1.8 %	67.9%	28.6%	1.8%	
C3.3	Bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát			5	93	14	4.08
				4.5%	83%	2.5%	
C3.4	Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát			3	103	6	4.03
				2.7%	92%	5.4%	
C3.5	Quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm			3	93	16	4.12
				2.7%	83%	14.3%	
C3.6	Công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại, vi phạm			25	53	34	4.08
				22.3%	47.3%	30.4%	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Kết quả từ bảng cho thấy, quy trình giải quyết, xử lý khiếu nại, vi phạm được người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá cao nhất – đạt 4.12 điểm, công tác kế hoạch thanh tra, kiểm tra, giám sát người tham gia bán hàng đa cấp đánh giá thấp nhất đạt 3.3 điểm. Đối với các nội dung khác bao gồm hình thức thanh tra, kiểm tra, giám sát; Bộ máy, đoàn công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát; Quy trình thanh tra, kiểm tra, giám sát và Công tác báo cáo, rút kinh nghiệm sau khi thanh tra, giám sát, xử lý và giải quyết khiếu nại vi phạm được đánh giá đều trên 4 điểm.

#### Câu 4:

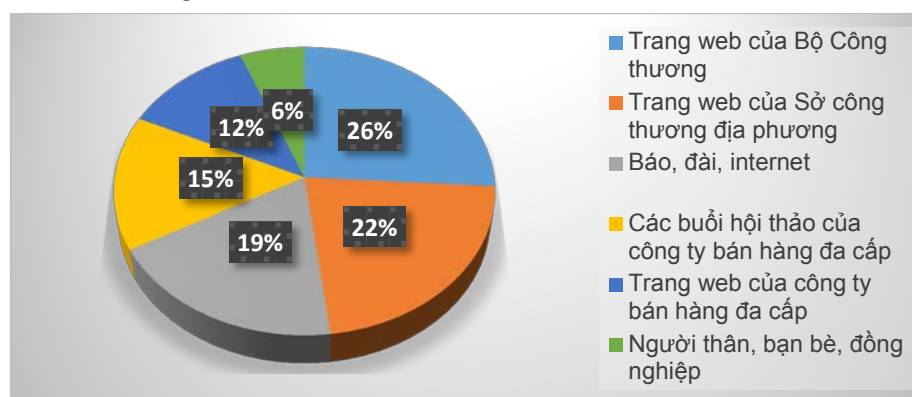
Trả lời của người tham gia BHĐC về mục đích tham gia công ty bán hàng đa cấp 29% cho rằng đây là cơ hội việc làm; 26% trả lời do thấy sản phẩm tốt, muốn chia sẻ với mọi người và 23% cho rằng là để lấy lại tiền đã đóng; 22% trả lời để tìm kiếm lợi nhuận và hoa hồng.



Nguồn: Kết quả khảo sát

#### Câu 5:

Trong 112 người tham gia BHĐC được hỏi có tìm hiểu về công ty bán hàng đa cấp không có 68/112 người trả lời Có, chiếm 60,7%.



Nguồn: Kết quả khảo sát

**Câu 6:** Trả lời của người tham gia BHĐC về việc đào tạo và cấp giấy xác nhận kiến thức pháp luật khi tham gia bán hàng đa cấp 83/112 người trả lời Có chiếm 74,1%; 25,9% trả lời là Không.

**Câu 7:**

7.1. Trả lời về mức thu nhập nhận được từ việc tham gia bán hàng đa cấp 32/112 chiếm 28,6% số người được hỏi trả lời có thu nhập lớn hơn 15 triệu đồng/tháng; 30/112 chiếm 26,8% số người được hỏi trả lời có thu nhập từ 10 – 15 triệu đồng/tháng; 28/112 số người được hỏi trả lời có thu nhập từ 5 – 10 triệu đồng/tháng; Và, 22/112 chiếm 19,6% số người được hỏi trả lời có mức thu nhập từ 0 – 5 triệu đồng/tháng.

7.2. Trả lời của người tham gia BHĐC về việc công ty bán hàng có tiến hành khấu trừ tiền thuế thu nhập cá nhân của người tham gia bán hàng đa cấp để nộp vào NSNN trước khi chi trả tiền hoa hồng, tiền thưởng chỉ có 57/112 người được hỏi trả lời có chiếm 50,9%; 49,1% trả lời Không.

**Câu 8:** Trả lời của người tham gia BHĐC về những nội dung tích cực trong quản lý NN về BHĐC ở Việt Nam hiện nay. Trong đó nội dung được đánh giá cao nhất là văn bản quản lý đạt 4.13 điểm tiếp đến là nội dung thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm đạt 4.05 điểm, thấp nhất là bộ máy tổ chức chỉ đạt 3.04 điểm.

Ký hiệu	Nội dung	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất ít tích cực; 5-rất tích cực)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C8.1	Văn bản quản lý			19	59	34	4.13
				17%	52.7%	30.4%	
C8.2	Bộ máy tổ chức		2	104	5	1	3.04
			1.8%	92.9%	4.5%	0.9%	
C8.3	Thanh tra, kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm			26	54	32	4.05
				23.2%	48.2%	28.6%	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

**Câu 9.** Đánh giá về mức độ phù hợp của những quy định Nhà nước đối với người tham gia bán hàng đa cấp hiện nay của Việt Nam.

Ký hiệu	Quy định	Mức điểm từ 1 đến 5 (1-rất không phù hợp; 5-rất phù hợp)					Điểm trung bình
		1	2	3	4	5	
C9.1	Người nước ngoài không có giấy phép lao động				25	87	4.78

	tại Việt Nam do cơ quan có thẩm quyền cấp không được tham gia bán hàng đa cấp				22.3%	77.7%	
C9.2	Cán bộ, công chức không được tham gia bán hàng đa cấp			3	103	6	4.03
				2.7%	92%	5.4%	
C9.3	Tuân thủ hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp và quy tắc hoạt động của doanh nghiệp.				93	19	4.17
					83%	17%	
C9.4	Người tham gia bán hàng đa cấp bắt buộc phải tham gia chương trình đào tạo cơ bản				22	90	4.8
					19.6%	80.4%	
C9.5	Người tham gia bán hàng đa cấp bắt buộc phải có xác nhận kiến thức pháp luật về bán hàng đa cấp			20	58	34	4.13
				17.9%	51.8%	30.4%	
C9.6	Người tham gia bán hàng đa cấp có quyền chấm dứt hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp bằng việc gửi thông báo bằng văn bản cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp trước khi chấm dứt hợp đồng ít nhất là 10 ngày làm việc.			10	81	21	4.1
				8.9%	72.3%	18.8%	
C9.7	Người tham gia bán hàng đa cấp chỉ thực hiện các hoạt động tiếp thị, bán hàng và phát triển mạng lưới bán hàng đa cấp sau khi được cấp Thẻ thành viên				27	85	4.76
					24.1%	75.9%	
C9.8	Người tham gia bán hàng đa cấp có quyền trả lại hàng hóa đã mua từ doanh nghiệp bán hàng đa cấp, bao gồm cả hàng hóa được mua theo chương trình khuyến mại, trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng, nếu hàng hóa đáp ứng yêu cầu theo quy định				31	81	4.72
					27.7%	72.3%	
				10.7%	72.3%	17%	

*Nguồn: Kết quả khảo sát*

Theo kết quả ở bảng trên cho thấy nội dung được đánh giá cao nhất là người tham gia bán hàng đa cấp bắt buộc phải tham gia chương trình đào tạo cơ bản, đạt 4.8 điểm. Tiếp đến là quy định người nước ngoài không có giấy phép lao động tại Việt Nam do cơ quan có thẩm quyền cấp không được tham gia bán hàng đa cấp đạt 4.78 điểm; Người tham gia BHĐC chỉ thực hiện các hoạt động tiếp thị, bán hàng và phát triển mạng lưới BHĐC sau khi được cấp thẻ thành viên đạt 4.76 điểm; Và người tham gia BHĐC có quyền trả lại hàng hóa đã mua từ doanh nghiệp bán hàng đa cấp, bao gồm cả hàng hóa được mua theo chương trình khuyến mại, trong thời hạn 30 ngày kể từ ngày nhận hàng, nếu hàng hóa đáp ứng yêu cầu theo quy định đạt 4.72 điểm. Các quy định khác đều đạt trên 4 điểm.

**Phụ lục 11: Bảng tổng hợp các FTA của Việt Nam tính đến tháng 07/2019**

STT	FTA	Hiện trạng	Đối tác
<b>FTAs đã có hiệu lực</b>			
1	AFTA	Có hiệu lực từ 1993	ASEAN
2	ACFTA	Có hiệu lực từ 2003	ASEAN, Trung Quốc
3	AKFTA	Có hiệu lực từ 2007	ASEAN, Hàn Quốc
4	AJCEP	Có hiệu lực từ 2008	ASEAN, Nhật Bản
5	VJEP	Có hiệu lực từ 2009	Việt Nam, Nhật Bản
6	AIFTA	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Ấn Độ
7	AANZFTA	Có hiệu lực từ 2010	ASEAN, Úc, New Zealand
8	VCFTA	Có hiệu lực từ 2014	Việt Nam, Chi Lê
9	VKFTA	Có hiệu lực từ 2015	Việt Nam, Hàn Quốc
10	VN – EAEU FTA	Có hiệu lực từ 2016	Việt Nam, Nga, Belarus, Armenia, Kazakhstan, Kyrgyzstan
11	CPTPP (Tiền thân là TPP)	Có hiệu lực từ 30/12/2018, có hiệu lực tại Việt Nam từ 14/1/2019	Việt Nam, Canada, Mexico, Peru, Chi Lê, New Zealand, Úc, Nhật Bản, Singapore, Brunei, Malaysia
12	AHKFTA	Có hiệu lực tại Hồng Kông (Trung Quốc), Lào, Myanmar, Thái Lan, Singapore và Việt Nam từ 11/6/2019	ASEAN, Hồng Kông (Trung Quốc)
<b>FTA đã ký nhưng chưa có hiệu lực</b>			
13	EVFTA	Ký kết vào 30/6/2019	Việt Nam, EU (28 thành viên)
<b>FTA đang đàm phán</b>			
14	RCEP	Khởi động đàm phán tháng 3/2013	ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Úc, New Zealand
15	Việt Nam – EFTA FTA	Khởi động đàm phán tháng 5/2012	Việt Nam, EFTA (Thụy Sĩ, Na Uy, Iceland, Liechtenstein)
16	Việt Nam – Israel FTA	Khởi động đàm phán tháng 12/2015	Việt Nam, Israel

Nguồn: Trung tâm WTO và Hội nhập