

**VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI**

LÊ BÍ BO

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG
BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM HIỆN NAY**

Chuyên ngành: Luật Hiến pháp và Luật hành chính

Mã số: 62.38.01.02

LUẬN ÁN TIẾN SĨ LUẬT HỌC

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS. TS. NGUYỄN CẢNH HỢP

HÀ NỘI, 2016

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học của riêng tôi.

Các trích dẫn, số liệu nêu trong luận án là trung thực và tôi xin chịu trách nhiệm về tất cả những số liệu, kết quả nghiên cứu đó. Luận án này chưa được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả Luận án

LÊ BÍ BO

BẢNG CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Viết đầy đủ	Ghi chú
BHDC	Bán hàng đa cấp	
DN	Doanh nghiệp	
DSA	Hiệp hội bán hàng trực tiếp (Hoa Kỳ)	Direct Selling Association(USA)
KD	Kinh doanh	
KĐDC	Kinh doanh đa cấp	
MLM	Tiếp thị theo mạng	Multi Level Marketing
NĐT	Nhà đầu tư	
NPP	Nhà phân phối	
SAIC	Cục Quản lý công nghiệp và Thương mại (Trung Quốc)	The State Administration for Industry and Commerce
SP	Sản phẩm	
QLNN	Quản lý Nhà nước	
UBND	Ủy ban nhân dân	
USD	Đô la Mỹ	
TM	Thương mại	
TP.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh	
TW	Trung ương	
VMLMA	Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam	Vietnam Multi-Level Marketing Association
WFDSA	Liên đoàn các Hiệp Hội bán hàng trực tiếp của Thế giới	the World Federation of Direct Selling Associations

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	7
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu:	7
1.2. Đánh giá về các công trình nghiên cứu đã công bố	17
1.3. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu	18
CHƯƠNG 2: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP	24
2.1. Những vấn đề chung về hoạt động bán hàng đa cấp.....	24
2.2. Khái niệm quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	31
2.3. Vai trò của quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC.....	35
2.4. Chủ thể quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC	39
2.5. Đối tượng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.	41
2.6.. Hình thức và phương pháp quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	44
2.7. Các nguyên tắc quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp	49
2.8. Nội dung quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	52
2.9. Kinh nghiệm quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC ở các nước trên thế giới:	58
CHƯƠNG 3 - THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP	69
3.1. Thực trạng bán hàng đa cấp ở Việt Nam	69
3.2. Về thực trạng ban hành thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	82
3.3. Thực trạng thực hiện thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC	93
3.4. Xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động BHĐC	106
3.5. Đánh giá thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	108

Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP	118
4.1. Phương hướng hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp	118
4.2. Giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp	119
4.3. Giải pháp đào tạo đội ngũ cán bộ - công chức thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	135
4.4. Giải pháp đổi mới phương tiện hoạt động quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.....	135
4.5. Điều kiện để thực hiện giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp	137
KẾT LUẬN	140
TÀI LIỆU THAM KHẢO	142
PHỤ LỤC	150

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Bán hàng đa cấp du nhập vào Việt Nam từ những năm cuối thế kỷ XX, theo số liệu thống kê của Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương, tính đến hết Quý I năm 2016, đã có 67 công ty đang áp dụng phương thức kinh doanh này (trong đó, có 54 doanh nghiệp trong nước và 13 doanh nghiệp nước ngoài). Hiện nay, cả nước có khoảng 1,2 triệu người tham gia mạng lưới kinh doanh của các doanh nghiệp đa cấp, tổng doanh thu trong năm 2015, khoảng 6.000 tỉ đồng tăng trưởng 6,4% so với năm 2013 [31, tr.19].

Cho đến nay, bán hàng đa cấp mặc dù không còn mới đối với người dân Việt Nam, nhưng vẫn là đề tài mang tính thời sự, gây nhiều tranh luận trên phạm vi cả nước. Nếu doanh nghiệp thực hiện phương thức bán hàng đa cấp đúng nghĩa, đúng pháp luật, sẽ có những đóng góp nhất định cho nền kinh tế; đó là vấn đề mang tính nguyên tắc, bất kỳ phương thức bán hàng nào cũng đều giúp cho việc phát triển sản xuất và lưu thông hàng hóa. Xét trên bình diện rộng hơn, bán hàng đa cấp sẽ tạo thêm việc làm và thu nhập cho nhiều người lao động; giúp cho người tiêu dùng có thêm sự lựa chọn mua sắm, hàng hóa được giao tận nhà; giúp cho doanh nghiệp tiết kiệm được nhiều chi phí trung gian, chi phí quảng cáo, khuyến mại... Tuy nhiên, lợi dụng lòng tin dưới hình thức những món lợi khổng lồ, nhiều công ty “ma” đã giả danh doanh nghiệp bán hàng đa cấp nước ngoài để kéo theo hàng nghìn người kinh doanh nhưng chưa hiểu rõ phương thức bán hàng đa cấp, để lừa đảo người tiêu dùng. Nhiều công ty bán hàng đa cấp làm ăn chộp giật, thu được lợi nhuận khổng lồ ban đầu rồi bỏ trốn gây hậu quả xấu cho người tiêu dùng, bằng chứng là có đến 20 công ty bán hàng đa cấp, chiếm gần 30% công ty được cấp giấy phép ngưng hoạt động, trong đó có công ty bị tịch thu giấy phép kinh doanh do hành vi lừa đảo không trung thực [70, tr.18]. Mỗi công ty bán hàng đa cấp có hàng ngàn người tham gia, gây ảnh hưởng đến họ với sự tác động xấu của phương thức kinh doanh này. Thế là, từ một phương thức kinh doanh hợp pháp, bán hàng đa cấp trở thành bất hợp pháp dưới sự bóp méo của những kẻ lừa đảo, gây mất lòng tin của người tiêu dùng, khiến xã hội Việt Nam chưa coi

trọng , thậm chí phản đối về bán hàng đa cấp, cho rằng đây là hình thức kinh doanh có tính chất “lừa đảo”, đề nghị Nhà nước cấm.

Vậy, vì sao hoạt động kinh doanh đa cấp liên tục biến tướng phức tạp, gây hậu quả nghiêm trọng với cộng đồng xã hội, ảnh hưởng tới an ninh - trật tự? Rất nhiều chuyên gia kinh tế cho rằng, hoạt động kinh doanh đa cấp biến tướng, lộn xộn trước hết là do việc kiểm tra, quản lý kinh doanh đa cấp chưa thường xuyên, thiếu thống nhất, khiến một số doanh nghiệp, đơn vị bán hàng đa cấp với mục đích lừa đảo có “đất” phát triển... Bởi vậy, để tăng cường công tác quản lý nhà nước về hoạt động bán hàng đa cấp, các cơ quan chức năng cần sớm bổ sung và hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật; tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn; chủ động thực hiện hoạt động giám sát, kiểm tra nhằm phát hiện và xử lý kịp thời, hoặc chuyển cơ quan có thẩm quyền xử lý kịp thời các hành vi vi phạm pháp luật về bán hàng đa cấp trên địa bàn; triển khai công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục, nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp bán hàng đa cấp và người tham gia bán hàng đa cấp trên địa bàn về hoạt động bán hàng đa cấp nói chung và pháp luật quản lý hoạt động bán hàng đa cấp nói riêng. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp muốn hoạt động tại các địa phương phải có trụ sở chi nhánh, hoặc văn phòng đại diện, có người đại diện, điện thoại cụ thể để ngành chức năng địa phương có cơ sở theo dõi, cập nhật thông tin và kịp thời chấn chỉnh những sai phạm của doanh nghiệp, nhân viên kinh doanh đa cấp. Các địa phương cũng cần chủ động tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho người dân nhận diện hành vi bán hàng đa cấp bất chính, để tránh bị lôi kéo, “sập bẫy lừa đảo”, thận trọng, cảnh giác với các biến tướng của loại hình kinh doanh đa cấp, có phương án bảo vệ an toàn cho người tố cáo các đơn vị kinh doanh đa cấp có biểu hiện lừa đảo...

Với thực tế được phân tích ở trên, nghiên cứu sinh thấy rằng, việc nghiên cứu để xây dựng mô hình quản lý hiệu quả đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay là vấn đề có tính cấp thiết. Công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp luôn là ưu tiên hàng đầu của cơ quan chức năng, nhằm hỗ trợ hơn nữa những người tham gia chân chính, tạo nên một cái nhìn tích cực về

ngành này, đồng thời bảo vệ tối đa quyền lợi của người tiêu dùng. Từ đó, nghiên cứu sinh đã mạnh dạn lựa chọn đề tài “*Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay*” để nghiên cứu và làm Luận án Tiến sĩ luật học.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1 Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận án là nhằm làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp; phân tích, đánh giá thực trạng quy định pháp luật và thực tiễn thực hiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay để chỉ ra những điểm còn hạn chế, bất cập, từ đó, đề xuất những giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong tình hình mới.

2.2 Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện được mục đích nghiên cứu nêu trên, nhiệm vụ của luận án là:

- Làm rõ bản chất, nội hàm của phương thức bán hàng đa cấp, từ đó, làm rõ nhu cầu, vai trò và tính đặc thù trong nội dung quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

- Phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật và thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay.

- Đề xuất các quan điểm và giải pháp nhằm hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong tình hình mới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là những vấn đề lý luận và thực tiễn về hoạt động bán hàng đa cấp và quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật Việt Nam.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung: Tác giả luận án tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật Việt Nam. Tuy nhiên, để làm rõ hơn các vấn đề nghiên cứu, tác giả luận án cũng tiến hành khảo cứu pháp luật và thực tiễn quản lý nhà nước đối với hoạt động

bán hàng đa cấp ở một số quốc gia trên thế giới nhằm rút ra bài học kinh nghiệm trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

Về không gian: Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội là hai trung tâm thương mại lớn của cả nước, đồng thời, cũng là nơi tổ chức kinh doanh bán hàng đa cấp nhiều nhất Việt Nam. Có đến 80% công ty bán hàng đa cấp của Việt Nam đóng trên 2 địa bàn này, nhiều công ty kinh doanh thành công và có đóng góp nhất định cho phát triển kinh tế, xã hội, song cũng không ít công ty bán hàng đa cấp có hoạt động không trung thực ảnh hưởng xấu đến người tiêu dùng, gây bức xúc cho xã hội. Vì vậy, tác giả luận án lấy địa bàn TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội để nghiên cứu thực tế nhằm rút ra những bài học từ thực tiễn, góp phần đề xuất các giải pháp hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Về thời gian: Các số liệu thống kê sử dụng trong luận án được tiến hành thu thập từ năm 2004 đến năm 2016.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu hiệu quả những vấn đề của đề tài đặt ra, luận án sử dụng phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Đây là phương pháp chủ đạo, xuyên suốt toàn bộ quá trình nghiên cứu của luận án, để đưa ra những kết luận khoa học đảm bảo tính khách quan, chân thực. Bên cạnh đó, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể như: Phương pháp tiếp cận hệ thống đa ngành, liên ngành (kinh tế, luật học, chính trị); phương pháp phân tích, tổng hợp; phương pháp luật học so sánh; phương pháp xã hội học pháp luật; phương pháp phân tích hệ thống; phương pháp đồ họa (phương pháp mạng lưới); phương pháp mô hình (mô hình tác nghiệp...).

Để thực hiện có hiệu quả mục đích nghiên cứu, tác giả luận án kết hợp chặt chẽ các phương pháp này trong suốt quá trình nghiên cứu toàn bộ nội dung luận án, tùy thuộc vào từng chương, các phương pháp nghiên cứu được áp dụng như sau:

- Ở *Chương 1*, tác giả sử dụng phương pháp tổng hợp, thống kê, thu thập, phân tích, tiếp cận đa ngành nhằm đánh giá tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án.

- Ở *Chương 2*, tác giả chú trọng phương pháp hệ thống, so sánh, phương

pháp phân tích, tổng hợp nhằm làm rõ những vấn đề lý luận của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, đồng thời, phân tích so sánh các quy định pháp luật của một số nước trên thế giới cũng như thực tiễn áp dụng pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, qua đó rút ra bài học kinh nghiệm góp phần hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

- Ở *Chương 3*, tác giả chú trọng phương pháp hệ thống hoá, phân tích, tổng hợp, đánh giá; phương pháp đồ họa (phương pháp mạng lưới), nhằm làm rõ thực trạng các quy định pháp luật Việt Nam hiện hành và thực tiễn thực hiện pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trong thời gian qua, chỉ ra những thành tựu cơ bản, những hạn chế, bất cập và nguyên nhân.

- Ở *Chương 4*, tác giả vận dụng kết hợp các phương pháp lịch sử, xã hội học pháp luật, phương pháp tổng hợp và dự báo để đưa ra phương hướng và giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, bảo đảm mục tiêu của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, song vẫn tôn trọng quyền tự do kinh doanh và nhu cầu phát triển của các doanh nghiệp cũng như người tham gia, tạo lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhưng bảo vệ hiệu quả quyền lợi của người tiêu dùng trong phương thức kinh doanh bán hàng đa cấp...

5. Những điểm mới của luận án

Luận án là công trình nghiên cứu một cách cơ bản, toàn diện về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Những điểm mới của luận án được thể hiện ở các vấn đề sau đây:

Một là, luận án làm rõ tính đặc thù của phương thức bán hàng đa cấp và chính những đặc thù này chi phối yêu cầu, mô hình và nội dung của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam về phương diện lý luận. Đồng thời, để làm rõ các vấn đề lý luận và thực tiễn của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, luận án cũng khảo cứu pháp luật và thực tiễn quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở một số nước trên thế giới nhằm rút ra bài học kinh nghiệm trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

Hai là, luận án đã phân tích thực trạng pháp luật cũng như thực tiễn quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam thời gian qua, đánh giá những ưu điểm, chỉ ra những hạn chế, bất cập và nguyên nhân... Đây được coi là cơ sở thực tiễn quan trọng để hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

Ba là, từ các nghiên cứu lý luận và thực tiễn, luận án đưa ra các quan điểm và kiến nghị các giải pháp hoàn thiện công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong tình hình mới.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án

Về mặt khoa học, luận án góp phần làm sáng tỏ thêm các vấn đề lý luận về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp phù hợp với điều kiện thực tiễn Việt Nam và yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Những nghiên cứu, đề xuất của luận án góp phần hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong tình hình mới.

Về mặt thực tiễn, kết quả nghiên cứu của luận án sẽ là tài liệu tham khảo có giá trị trong nghiên cứu lập pháp cũng như thực tiễn quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Luận án cũng có thể là tài liệu giảng dạy và học tập trong các cơ sở đào tạo pháp luật về vấn đề quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC.

7. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và các phụ lục, luận án được kết cấu bốn chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Chương 2: Những vấn đề lý luận về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Chương 3: Thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay

Chương 4: Định hướng và giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1 . Tổng quan tình hình nghiên cứu

1.1.1 Nghiên cứu lý luận về quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

1.1.1.1 Tình hình nghiên cứu ngoài nước

Qua quá trình nghiên cứu, tác giả nhận thấy tài liệu về quản lý bán hàng đa cấp không thật sự phong phú như các công trình nghiên cứu dưới góc độ kinh tế về lĩnh vực kinh doanh bán hàng đa cấp. Tuy nhiên trong các công trình viết về loại hình kinh doanh bán hàng đa cấp cũng có những vấn đề liên quan đến quản lý bán hàng đa cấp như bộ máy quản lý, nguyên tắc quản lý, đặc điểm quản lý, đối tượng quản lý. Các công trình có thể được chia thành hai loại: 1) các công trình tập *trung* viết về bán hàng đa cấp, nhận diện loại hình kinh doanh này, xác định vai trò của nó, những ưu thế cũng như những thủ đoạn kinh doanh đa cấp bất chính v.v... để từ đó khuyến cáo các cơ quan quản lý cũng như xã hội nâng cao hiểu biết và quản lý, giám sát hoạt động của các công ty bán hàng đa cấp; 2) các công trình viết chuyên về vấn đề quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, khi viết về quản lý đối với bán hàng đa cấp thì cũng ít nhiều phải trình bày về bán hàng đa cấp, khó có công trình nào chỉ chuyên bàn về quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp.

Thứ nhất, theo Richard Peo (2003), *Làn sóng thứ ba – kỷ nguyên mới trong ngành kinh theo mạng*, NXB Thế giới, Hà Nội: đã chia quá trình phát triển của phương thức bán hàng đa cấp ra ba giai đoạn chính: Giai đoạn 1 (1940 – 1979): đây là giai đoạn hình thành phương thức bán hàng đa cấp. Giai đoạn này có khoảng 30 công ty kinh doanh đa cấp theo phương thức bán hàng đa cấp ra đời tại Hoa Kỳ; Giai đoạn 2 (1979 – 1990): đây là giai đoạn bùng nổ của phương thức bán hàng đa cấp. Có hàng trăm công ty kinh doanh theo phương thức bán hàng này được thành lập với đủ loại sản phẩm; Giai đoạn 3 (1990 đến nay): nhờ sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin mà phương thức bán hàng đa cấp đã có những phát triển vượt bậc. Các nhà phân phối độc lập có thể đơn giản hóa công việc của

mình nhờ điện thoại, hội thảo vô tuyến, internet và nhiều phương tiện khác. Hàng ngàn công ty kể cả các công ty nổi tiếng như Ford, Colgate, Canon... đã áp dụng phương thức bán hàng đa cấp để tiêu thụ sản phẩm của mình.

Thứ hai, về khái niệm bán hàng đa cấp, các tác giả trên thế giới đề cập dưới nhiều tên gọi như “truyền tiêu đa cấp”, “kinh doanh theo mạng”, “tiếp thị đa tầng”, “kinh doanh đa cấp”...nhưng thực chất đây đều là những cách dịch khác nhau từ cụm từ tiếng Anh “Multi – level marketing”. Do đó, để tìm hiểu về bán hàng đa cấp phải tìm hiểu về “Multi – level marketing” hay là kinh doanh đa cấp. “Multi – level marketing” là phương thức tiêu thụ sản phẩm do nhà hóa học người Mỹ Karl Rendorg (1887 – 1973) sáng tạo trong khoảng năm 1927 – 1934. Hiện tại chưa có một khái niệm chung nhất về kinh doanh đa cấp mà chủ yếu các khái niệm được đưa ra từ những quy định chung của các văn bản luật quốc gia hay được đưa ra bởi những người thành đạt trong kinh doanh đa cấp trên thế giới.

Trong cuốn sách Kinh doanh theo mạng từ A đến Z, NXB Thế Giới, Hà Nội của hai tác giả người Mỹ là Don và Nancy Failla ở trang 99 được dịch: “*Kinh doanh đa cấp là hình thức kinh doanh sử dụng những người hợp thành một tổ chức để lưu hành hàng hóa và dịch vụ từ điểm sản xuất đến người tiêu dùng bằng phương pháp tiếp xúc trực tiếp giữa con người với con người*” và trong cuốn sách này trang 19 có ghi “*Kinh doanh đa cấp dựa trên sự giao tiếp giữa mọi người với nhau. Bạn càng thích sản phẩm bao nhiêu và bạn càng dễ kể cho mọi người nghe về các ưu điểm của nó bấy nhiêu. Khi bạn xem cuốn phim hay hay đọc một cuốn sách hay, thế nào bạn cũng muốn kể với bạn bè và mọi người trong gia đình về chúng...Bạn đừng quên điều đó khi làm việc với sản phẩm và dịch vụ của công ty mình*”.

Tác giả Trần Bích Ngọc dịch bài báo “*Những vấn đề và các huyền thoại về Marketing đa cấp – The Issues and secrecy of Multileveled Marketing Model*” đăng trong hội nghị khoa học lần thứ 20 – ĐHBK Hà Nội thuộc bộ môn quản lý trường Tổng hợp bách khoa Tomsk, liên bang Nga. Bài báo này nghiên cứu những vấn đề đặt ra đối với hoạt động bán hàng đa cấp tại một số thành phố lớn của liên bang Nga, trong đó nêu khái niệm Marketing mạng là một dạng của bán hàng trực tiếp, trong đó bán hàng cho khách hàng cuối cùng được thực hiện trực tiếp ở nhà họ hoặc

tại chỗ làm việc và thực hiện bởi những người phân phối độc lập. Các thuật ngữ đồng nghĩa Marketing mạng hay Marketing đa cấp hay bán hàng đa cấp đã kết nối các hoạt động kinh doanh mà sự phát triển dựa vào việc hình thành các cấp mới, trong đó có sự tham gia của những người hoạt động tự giác và độc lập, không phụ thuộc lẫn nhau. Tiền hoa hồng sẽ dùng để thu hút thêm những người mới tham gia vào loại hình kinh doanh này cũng như kích thích thành tích bán hàng của họ.

Công trình nghiên cứu khoa học của trường Đại học Tổng hợp Liverpool “Multilevel Marketing - Good or Bad” của tác giả Dan Farrell đã phân tích bản chất hoạt động của bán hàng đa cấp, nêu rõ ưu điểm và hạn chế của hình thức kinh doanh này, đặc biệt công trình nhấn mạnh những lỗ hổng khiến cho hình thức kinh doanh trở nên tai tiếng, gây ảnh hưởng xấu đến xã hội. Công trình nghiên cứu đồng thời chỉ ra các cách thức để làm cho hình thức kinh doanh trở nên có hiệu quả, góp phần thúc đẩy hoạt động thương mại. Tuy nhiên, công trình này chưa đề cập đến sự tác động của pháp luật đến hoạt động bán hàng đa cấp và vai trò của Nhà nước đối với sự phát triển của hình thức kinh doanh này.

Đề cập đến vấn đề quản lý nhà nước, có cuốn sách “Những vấn đề cốt yếu của quản lý” của các tác giả Harold Koontz, Cyril O'Donnell, Heinz Weihrich được dịch bởi các tác giả Vũ Thiệu, Nguyễn Mạnh Quân, Nguyễn Đăng Dậu (Nhà xuất bản khoa học và kỹ thuật, Hà Nội – 1992). Cuốn sách đã soạn thảo bằng cách bỏ bớt một số chương nhất định không cần thiết cho việc lĩnh hội những cơ sở của quản lý. Cuốn sách này đã cung cấp một bộ khung của kiến thức cơ bản về quản lý và đã lựa chọn đề cập đến kiến thức quản lý theo cách phân loại thứ nhất là theo các chức năng lập kế hoạch, xây dựng tổ chức, xác định biên chế, lãnh đạo và kiểm tra. Sau đó các bộ phận cấu thành của mỗi chức năng lại được phân loại tiếp. Kinh nghiệm đã chứng minh rằng bất kỳ một kiến thức mới nào, dù đó là khoa học hành vi hay khoa học định lượng hoặc từ những đổi mới trong thực hành đều xếp đặt trong khuôn khổ quản lý. Mục đích nhằm làm cho quản lý trở thành khoa học – tức là một tri thức có tổ chức.

Ngoài những công trình kể trên, còn rất nhiều các công trình nghiên cứu khác tiếp cận ở góc độ kinh tế về bán hàng đa cấp cũng như khía cạnh quản lý nhà

nước của các quốc gia khác trên thế giới. Ví dụ như: Hiroshi Fuji, Regular Lecturer Meisei University and Noriko Taji, Associate Professor, 2002, *The Mechanism of promoting distributio is activyty in muti – level*; Der – Fa Robert Chen and Lih-Jiuan Jeng, 2000, *A Study of Consumer who buy from MLM channel in Taiwan*, National Sun Yat – Sen University; Spire Research and Consulting Pte Ltd, 2011, *What is next in Multi – level Marketing, Will MLM become a game – changer in Emerging Markets*. Những bài viết đó có tính ứng dụng trong thực tiễn áp dụng pháp luật, hay kinh nghiệm quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

1.1.1.2 Tình hình nghiên cứu trong nước

Bán hàng đa cấp đã được tiếp cận từ nhiều phương diện trong các sách chuyên khảo, bài báo khoa học, luận án tiến sĩ.

Tác giả Đặng Long (2006), *Quá trình hình thành phương thức bán hàng đa cấp*, Tạp chí thương mại số 7, theo tác giả bài viết Nghị định 110/2005/ NĐ-CP là văn bản lần đầu tiên thừa nhận phương thức bán hàng đa cấp tại Việt Nam. Bài viết đã đề cập về khái niệm bán hàng đa cấp bằng cách diễn giải sự hình thành của phương thức bán hàng này. Cụ thể như: Phương thức bán hàng đa cấp đã xuất hiện trên thế giới từ những năm 40 của thế kỷ trước, nhưng phải đến thập niên 60 thì mới được một số công ty tại Mỹ và Châu Âu áp dụng. Đây là phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa mà tiêu chí: “mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm tốt nhất với chi phí trung gian thấp nhất”. Như vậy, ở bài viết này chúng ta chưa có thể nhận diện và hình dung sâu sắc về thế nào là bán hàng đa cấp.

Tác giả Hà Ngọc Sơn (2006), *Pháp luật về kinh doanh đa cấp*, Luận văn thạc sỹ luật, TP.HCM với cách tiếp cận từ các nhà kinh doanh nổi tiếng trên thế giới đưa ra khái niệm kinh doanh đa cấp. Từ đó, tác giả đã trích dẫn khái niệm bán hàng đa cấp được ghi nhận khoản 1 điều 3 Luật cạnh tranh năm 2004. Tuy nhiên, tác giả không dùng khái niệm nội hàm là “bán hàng” mà dùng nội hàm khái niệm “kinh doanh” đa cấp.

Tác giả Khiếu Mạnh Tường (2010), *Hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp qua thực tiễn tỉnh Đồng Nai*, Luận văn thạc sỹ Hành chính công, Học viện hành chính dẫn chiếu từ sự ra đời của kinh doanh đa cấp để

đưa ra khái niệm bán hàng đa cấp. Tác giả trích dẫn từ quy định khoản 11 điều 3 Luật cạnh tranh 2004 về bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, ở luận văn này nội hàm khái niệm hiểu theo đúng nghĩa là “bán hàng đa cấp”. Luận văn, nêu được cơ quan quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp từ đó đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện cơ quan quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Tác giả Trương Văn Bảo (2012), *Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam hiện nay - Thực trạng và nhu cầu hoàn thiện*, Luận văn thạc sĩ Luật, Học Viện khoa học xã hội viết về khái niệm bán hàng đa cấp đi từ sự ra đời của bán hàng đa cấp, đến khái niệm bán hàng đa cấp của một số quốc gia trên thế giới để đúc kết thành khái niệm bán hàng đa cấp chung nhất là: “Ở mỗi quốc gia có những khái niệm riêng về bán hàng đa cấp, nhưng hầu hết đều đề cập rằng *bán hàng đa cấp là phương thức phân phối lẻ hàng hóa, dịch vụ thông qua mạng lưới những cá nhân phân phối gồm nhiều tầng khác nhau*”.

Tác giả Hoàng Đào Thu Thủy (2012), *Pháp luật điều chỉnh bán hàng đa cấp ở Việt Nam – Lý luận và thực tiễn*, Luận văn thạc sĩ Luật, Đại học Luật Hà Nội: Luận văn được tác giả nêu lên hai vấn đề được nghiên cứu sinh tham khảo. Thứ nhất, luận văn đưa ra khái niệm về bán hàng đa cấp nhìn nhận dưới hai góc độ kinh tế và pháp lý. Khẳng định khái niệm bán hàng đa cấp được ghi nhận khoản 11 điều 3 Luật cạnh tranh năm 2004, theo đó tác giả cho rằng bán hàng đa cấp là một phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa đáp ứng các điều kiện: Một là, việc tiếp thị bán lẻ hàng hóa được thực hiện thông qua mạng lưới người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp gồm nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau; Hai là, hàng hóa được người tham gia bán hàng đa cấp tiếp thị trực tiếp cho người tiêu dùng tại nơi ở, nơi làm việc của người tiêu dùng hoặc địa điểm khác không phải là địa điểm bán lẻ thường xuyên của doanh nghiệp hoặc của người tham gia; Ba là, người tham gia bán hàng đa cấp được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả tiếp thị bán hàng của mình và của người tham gia cấp dưới trong mạng lưới do mình tổ chức và mạng lưới đã được doanh nghiệp bán hàng đa cấp chấp thuận. Thứ hai, luận văn hệ thống được các văn bản pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp một cách tổng thể. Tuy nhiên, nghiên cứu này nhìn nhận

dưới khía cạnh pháp luật kinh tế là chủ yếu.

1.1.2 Nghiên cứu về thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

1.1.2.1 Tình hình nghiên cứu ngoài nước

Về phân biệt kinh doanh đa cấp với mô hình tháp ảo cũng như các quy định pháp luật trong hoạt động thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm trong hoạt động kinh doanh đa cấp, nghiên cứu sinh đã tìm hiểu quy định pháp luật của một số quốc gia sau:

Ở Hoa Kỳ, pháp luật về kinh doanh đa cấp và chống mô hình tháp ảo được xem là bộ phận không tách rời của pháp luật bảo vệ người tiêu dùng vì chúng được ban hành nhằm mục đích bảo vệ các cá nhân khỏi sự lừa đảo của mô hình tháp ảo. Các quy định đặt ra nhằm bảo đảm cho người tiêu dùng và người tham gia không bị dồn hàng hóa và bắt buộc phải tiêu thụ bằng mọi giá, hạn chế được tiêu cực từ việc khuyến dụ người khác tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp nhằm thu lợi bất chính. Cơ quan có thẩm quyền của Hoa Kỳ xác định tính hợp pháp của doanh nghiệp bán hàng đa cấp bằng cách phân tích tình hình bán hàng đa cấp chủ yếu bằng cách trả thưởng. Một là, phân tích chương trình kinh doanh trong trạng thái tĩnh để xác định doanh nghiệp quy định trả hoa hồng cho người tham gia nhờ việc bán hàng hoặc cung ứng dịch vụ đến người tiêu dùng thực sự hay chỉ nhờ việc giới thiệu người mới tham gia vào mạng lưới. Hai là, phân tích chương trình kinh doanh trong trạng thái động để tìm hiểu xem phân phối viên sử dụng thời gian vào làm việc và tuyển người hay bán hàng. Từ đó, xác định được mô hình kinh doanh đa cấp bất chính (hay còn gọi là mô hình tháp ảo).

Tại Canada, pháp luật quy định mô hình tháp ảo (bán hàng đa cấp bất chính) là hành vi cạnh tranh không lành mạnh và đưa ra các dấu hiệu để phân biệt mô hình kinh doanh này với kinh doanh đa cấp chân chính. Người tham gia hoạt động bán hàng đa cấp ở Canada bị ràng buộc chặt chẽ hơn vì họ phải được doanh nghiệp cấp thẻ thành viên và ký quỹ trước khi hoạt động. Những dấu hiệu này không khác nhiều so với pháp luật Hoa Kỳ mà cơ quan chức năng đã quy định để quản lý hoạt động bán hàng đa cấp nhưng có điểm khác là đã quy định thêm trách nhiệm thông tin chi tiết mức thu nhập điển hình của người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.

Tại Đài Loan, Ủy ban Thương mại Lành mạnh Đài Loan (Taiwan Fair Trade

Commission -TFTC) được thành lập ngày 27 tháng 01 năm 1992, là cơ quan thực thi chính sách cạnh tranh và Luật Thương mại lành mạnh ở Đài Loan. TFTC có trách nhiệm hướng dẫn và giám sát các cơ quan có thẩm quyền ở địa phương theo quy định của Luật Thương mại Lành mạnh; trong đó có hoạt động bán hàng đa cấp. Để nắm được thực trạng hoạt động của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, bắt đầu từ năm 1996, hàng năm TFTC đã yêu cầu các cơ quan chức năng ở địa phương tiến hành các cuộc điều tra trong phạm vi thẩm quyền của họ. Trên cơ sở kết quả điều tra, TFTC sẽ tiến hành các bước sau:¹

Qua các hoạt động điều tra, kiểm tra, giám sát như trên, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải hoạt động dưới sự kiểm soát gắt gao của hệ thống các cơ quan quản lý nhà nước, nên hạn chế được các tiêu cực phát sinh.

1.1.2.2 Tình hình nghiên cứu trong nước

Tác giả, tiến sĩ Nguyễn Minh Phong (2010), “ 5 bí kíp trong kinh doanh đa cấp”, Viện Nghiên cứu phát triển Kinh tế - Xã hội Hà Nội có nêu: Kinh doanh đa cấp là một loại hình kinh doanh hàng hóa thương mại đặc thù du nhập vào nước ta và hợp thức hóa bằng Nghị định 110/2005/NĐ-CP. Ngoài một số ưu thế trong tổ chức kinh doanh so với hình thức kinh doanh thương mại truyền thống như không cần chi phí lớn cho đầu tư cửa hàng, quảng cáo thì kinh doanh đa cấp đặc biệt gây phong trào bộc phát “người người tham gia, nhà nhà tham dự” và nhiều tác động mặt trái và hệ lụy cưỡi ra nước mắt nhờ sử dụng 5 bí kíp. Đó là: quảng cáo quá mức nhập nhằng các tác dụng của sản phẩm; tạo ép buộc người tham gia kinh doanh theo mạng trở thành người tiêu thụ bắt buộc; treo tỷ lệ tính hoa hồng cao do giá bán quá cao; lợi ích thụ hưởng hoa hồng của các phân phối viên; giữ bí mật nội bộ và thi hành luật im lặng. Thật ra, tác giả nêu 5 bí

¹ “Đối với doanh nghiệp đã nộp đơn xin giải thể, phá sản hoặc xin nộp lại đăng ký, TFTC sẽ thu hồi giấy phép và xóa tên khỏi danh sách đăng ký. Đối với doanh nghiệp đã thay đổi, không có địa chỉ hoặc những doanh nghiệp không có hoạt động, TFTC gửi văn bản đề nghị các cơ quan chức năng địa phương yêu cầu họ kiểm tra các doanh nghiệp này theo quy định của Luật Công ty hoặc Luật Đăng ký kinh doanh. Nếu cần thiết, cơ quan chức năng địa phương yêu cầu đình chỉ hoạt động hoặc thu hồi giấy phép. Đối với doanh nghiệp đã nộp hồ sơ xin ngừng hoạt động, TFTC cũng yêu cầu cơ quan chức năng địa phương, căn cứ vào thời hạn xin ngừng, hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện theo đúng quy trình đã đề cập ở trên. Đối với những doanh nghiệp đã ngừng các hoạt động bán hàng đa cấp nhưng chưa thông báo tới TFTC, TFTC gửi văn bản tới các doanh nghiệp đó yêu cầu họ nhanh chóng có báo cáo cho TFTC nếu không có ý định hoạt động bán hàng đa cấp nữa. Đối với những doanh nghiệp đã chuyển tới Tỉnh/ thành phố khác mà không thông báo tới TFTC theo quy định, TFTC cũng sẽ truy tìm địa chỉ mới của doanh nghiệp đó. Nếu doanh nghiệp chuyển trụ sở chính mà không thông báo về sự thay đổi đó với TFTC, TFTC sẽ tiến hành việc điều tra đối với doanh nghiệp đó”

kíp này cũng chính là đặc điểm bán hàng đa cấp bất chính. Từ đó, có cách phân biệt giữa bán hàng đa cấp với bán hàng đa cấp bất chính.

Trần Thị Bảo Ánh (2006), *bán hàng đa cấp theo pháp luật cạnh tranh Việt Nam*, Tạp chí luật học số 05 – Bài báo đã khẳng định mô hình “kinh doanh kim tự tháp” có bề ngoài rất giống với phương thức kinh doanh theo mạng thông thường nên dễ gây nhầm lẫn. Do vậy, tác giả đưa ra 04 tiêu chí để phân biệt: Một là, yêu cầu người muốn tham gia phải đặt cọc hoặc phải mua một số lượng hàng hóa ban đầu hoặc phải trả tiền, trả bất kỳ khoản học phí nào dưới hình thức khóa học, khóa đào tạo, hội thảo, hoạt động xã hội hay các hoạt động tương tự khác để được tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp; Hai là không cam kết cho người tham gia trả lại hàng hóa và nhận lại khoản tiền không ít hơn 90% khoản tiền mà người tham gia đã trả để nhận được hàng hóa đó; Ba là, cho người tham gia nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác từ việc dụ dỗ người khác tham gia bán hàng đa cấp; Bốn là, bán hàng đa cấp bất chính thường bán những sản phẩm có chất lượng trung bình hoặc kém, giá cả thường cao hơn nhiều so với sản phẩm cùng loại thị trường.

Hà Ngọc Sơn (2006), *Pháp luật về kinh doanh đa cấp*, Đại học Luật thành phố Hồ Chí Minh đưa ra cách phân biệt giữa bán hàng đa cấp bất chính với bán hàng đa cấp chân chính như sau: Thứ nhất, cách thức tuyển người vào mạng mạng lưới; Thứ hai, những người vào trước luôn luôn có thu nhập cao hơn người vào sau tạo ra một “hình tháp ảo”; Thứ ba, phải có đóng góp bắt buộc khi vào công ty; Thứ tư, về sản phẩm; Thứ năm, có thể phân biệt điểm khác nhau cơ bản chính giữa bán hàng đa cấp chân chính và mô hình “hình tháp ảo” ở chỗ, nếu như bán hàng đa cấp giá trị đi xuống là sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng cao, mang lại giá trị đích thực hoặc tương xứng với đồng tiền bỏ ra thì trong hình tháp ảo giá trị đi xuống là một giá trị ảo chỉ có giá trị tạm thời. Cách phân biệt của tác giả so sánh sẽ có những điểm khác với các tác giả mà nghiên cứu sinh nêu ở trên. Đây cũng chính là những quan điểm cùng với quan điểm của nghiên cứu sinh sẽ tiếp tục kế thừa.

Bùi Trung Thương (2011), *Thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam*, Tạp chí thương mại số 17 nêu lên thực trạng quản lý

hoạt động bán hàng đa cấp gồm: công tác cấp và tiếp nhận thông báo hoạt động bán hàng đa cấp; công tác tuyên truyền phổ biến pháp luật; công tác kiểm tra, giám sát, điều tra xử lý các sai phạm trong bán hàng đa cấp; đồng thời tác giả nêu được một số khó khăn trong công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Từ những thực trạng này, tác giả bài báo đã đưa ra 5 kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả quản lý trong thời gian tới: Một là, về việc tiếp tục chính sách quản lý hoạt động bán hàng đa cấp; Hai là, để thực hiện tốt chính sách quản lý hoạt động bán hàng đa cấp cần có sự xem xét và phát triển tách bạch hai bộ phận khác nhau của chính sách này (chính sách quản lý đặc thù và chính sách quản lý chung); Ba là, đẩy mạnh hơn nữa công tác tuyên truyền phổ biến về kiến thức và pháp luật cho tất cả các đối tượng thành phần trong xã hội nhằm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp của người tham gia bán hàng đa cấp; Bốn là, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật; Năm là, tăng cường phối hợp với cơ quan quản lý từ trung ương tới địa phương.

Tác giả PGS.TS Nguyễn Thừa Lộc (2012), *Phương hướng phát triển kinh doanh đa cấp ở Việt Nam*, Tạp chí thương mại số 31, Đại học Kinh tế Quốc dân, bài viết nêu khó khăn khi vận dụng mô hình kinh doanh đa cấp để đưa ra phương hướng phát triển kinh doanh đa cấp ở Việt Nam. Từ đó đề ra phương hướng đó là: cần mở đợt tuyên truyền vận động; cần hoàn thiện môi trường kinh doanh nhất là môi trường luật pháp để bảo vệ người kinh doanh chân chính, trừng phạt nghiêm khắc với doanh nghiệp lợi dụng kẽ hở của pháp luật để lừa đảo thu lợi bất chính; tăng cường hậu kiểm sau đăng ký kinh doanh đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp; phối hợp nhịp nhàng giữa các Bộ ngành, cơ quan chức năng giữa trung ương với địa phương.

Hai tác giả ThS. Đoàn Văn Bình và ThS. Đoàn Trung Kiên (2007), *Quá trình hình thành phương thức bán hàng đa cấp ở Việt Nam*, Tạp chí luật học số 07, bài viết không nêu thực trạng bán hàng đa cấp chỉ nêu quá trình hình thành phương thức bán hàng đa cấp ở Việt Nam. Hình thức kinh doanh bán hàng đa cấp ở Việt Nam ngày càng lớn mạnh về quy mô và cả số lượng người tham gia bán hàng đa cấp nên chẳng cần có những quy định pháp luật chặt chẽ để quản lý hình thức kinh

doanh này. Từ đó, hai tác giả đưa ra một số ý kiến về hoàn thiện pháp luật về bán hàng đa cấp với góc độ kinh tế như: phương thức kinh doanh, hợp đồng giữa người tham gia bán hàng đa cấp với doanh nghiệp bán hàng đa cấp.

Tác giả Hà Ngọc Sơn (2006), *Pháp luật về kinh doanh đa cấp*, Luận văn cao học, Đại học luật thành phố Hồ Chí Minh nêu thực trạng thực hiện pháp luật về hoạt động bán hàng đa cấp ở thành phố Hồ Chí Minh và kiến nghị hoàn thiện pháp luật về hoạt động bán hàng đa cấp.

Tác giả Khiếu Mạnh Tường (2010), *Hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp qua thực tiễn tỉnh Đồng Nai*, Luận văn thạc sĩ, Học viện hành chính quốc gia đã nêu thực trạng hoạt động bán hàng đa cấp cũng như chỉ rõ những khó khăn trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, từ đó đưa ra những giải pháp hoàn thiện pháp luật về bán hàng đa cấp và nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động này. Luận văn của tác giả là một đóng góp cho việc nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động bán hàng đa cấp của tỉnh Đồng Nai.

Hoàng Đào Thu Thủy (2012), *Pháp luật điều chỉnh bán hàng đa cấp ở Việt Nam – Lý luận và thực tiễn*, Trường Đại học Luật Hà Nội đã trình bày thực trạng pháp luật và thực tiễn hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay gồm các vấn đề cụ thể như: hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp; cơ chế tiền kiểm, hậu kiểm đối với bán hàng đa cấp; các hành vi bán hàng đa cấp bất chính; trách nhiệm của các bên tham gia bán hàng đa cấp. Từ đó, tác giả đưa các giải pháp hoàn thiện pháp luật về những vấn đề nêu trên.

Tác giả Trương Văn Bảo (2012), *Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam hiện nay - Thực trạng và nhu cầu hoàn thiện*, Luận văn thạc sĩ Luật, Học Viện khoa học xã hội, nêu về thực trạng bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam. Từ đó, luận văn đưa ra các giải pháp khắc phục hoạt động bán hàng đa cấp bất chính. Bên cạnh đó, tác giả còn nêu các kiến nghị hoàn thiện khung pháp lý cho hoạt động bán hàng đa cấp với khía cạnh kinh tế không đề cập đến công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh bán hàng đa cấp.

1.2 . Đánh giá về các công trình nghiên cứu đã công bố

Từ quá trình khảo cứu các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về vấn đề bán hàng đa cấp và quản lý nhà nước có liên quan đến đề tài, tác giả nhận thấy hoạt động nghiên cứu đạt được một số kết quả cơ bản sau:

Một là, có rất nhiều cách tiếp cận ở các góc độ khác nhau từ góc độ kinh tế, góc độ pháp lý, góc độ chính trị về bán hàng đa cấp. Song nhìn chung dù là ủng hộ hay phản đối phương thức kinh doanh đa cấp, các tác giả đều khẳng định tính hai mặt của bán hàng đa cấp và là xu thế tất yếu khách quan của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Hai là, các công trình đã phân tích làm rõ cơ sở kinh tế, pháp lý của việc áp dụng các quy định pháp luật trong hoạt động quản lý bán hàng đa cấp. Ở khía cạnh này cũng có nhiều quan điểm khác nhau có ý kiến cho rằng nên chăng bỏ bán hàng đa cấp trong kinh tế. Điều này đi ngược lại tự do trong kinh doanh mà Hiến pháp nước ta đã quy định.

Ba là, ở Việt Nam mặc dù vấn đề quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp còn khá nhiều tranh luận trong khoa học pháp lý và thực tiễn kinh doanh song ở các khía cạnh khác nhau, vấn đề này cũng được giới kinh tế, luật học quan tâm và nhìn chung đều có quan điểm tương đối thống nhất về phương thức kinh doanh là bán hàng đa cấp.

Theo tác giả, một số vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu, tìm giải pháp cho hoạt động quản lý nhà nước đối với BHĐC: Trên cơ sở khảo cứu, hệ thống hoá các công trình khoa học đi trước có liên quan đến đề tài luận án, tác giả kế thừa có chọn lọc và phát triển ý tưởng khoa học, từ đó đưa ra những luận điểm của mình về vấn đề nghiên cứu; Bên cạnh việc nghiên cứu hệ thống các quy phạm pháp luật về bán hàng đa cấp của quốc tế cũng như của Việt Nam, luận án sẽ tập trung hướng nghiên cứu vào thực tiễn áp dụng các quy định pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trên thế giới cũng như ở Việt Nam. Qua đó rút ra những nhận xét, đánh giá về những khó khăn, phức tạp khi áp dụng, trên cơ sở đó đưa ra những kiến nghị về quan điểm, giải pháp hoàn thiện thể chế, thiết chế về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ở nước ta hiện nay.

Một hướng tiếp cận cũng được luận án chú trọng là nghiên cứu pháp luật quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp của một số quốc gia tiêu biểu (có nền kinh tế phát triển, có nền kinh tế gần giống Việt Nam), từ đó tổng kết đánh giá để rút ra những kinh nghiệm mà Việt Nam có thể học hỏi để xây dựng pháp luật về quản lý hoạt động kinh doanh đa cấp của mình.

Qua nghiên cứu pháp luật cũng như thực tiễn, nghiên cứu sinh nhận thấy quản lý hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam mang tính chưa chặt chẽ và bị động cần phải có giải pháp để giúp cho các cơ quan quản lý một cách chủ động hơn - chặt chẽ hơn và đặc biệt là bảo vệ quyền tự do trong kinh doanh, người tham gia cũng như người tiêu dùng trong bán hàng đa cấp.

1.3 Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

1.3.1 Cơ sở lý thuyết

Đề tài luận án được nghiên cứu trước hết là dựa vào các quan điểm của chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, và đường lối chủ trương chính sách của Đảng Cộng sản Việt Nam về các thành phần kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế.

Luận án cũng dựa vào đường lối đổi mới của đất nước, các nghị quyết Hội nghị Ban chấp hành Trung ương Đảng, Hiến pháp và văn bản pháp luật của Nhà nước trong việc xây dựng nhà nước pháp quyền, trong đó theo định hướng cho sự hoàn thiện pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Luận án tiếp cận các vấn đề theo hướng từ cơ sở lý luận về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp đến đánh giá thực trạng công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Tác giả, đã sử dụng các lý thuyết sau: Lý thuyết liên quan đến kinh tế thị trường, các lý thuyết gồm: Lý thuyết về kinh tế thị trường tự do (Adam Smits); Lý thuyết hệ thống trong quản lý nhà nước; Lý thuyết trò chơi: được sử dụng để thỏa mãn các nhu cầu của quản lý. Ở đây xung đột không nhất thiết là xung đột đối kháng, mà sự bất đồng bất kỳ nào cũng có thể xem là xung đột; Lý thuyết về hợp đồng.

Để làm sáng tỏ các giả thuyết trên, luận án được triển khai với các câu hỏi có tính lý luận cũng như các câu hỏi liên quan đến khía cạnh pháp luật thực định.

Thứ nhất, về khía cạnh lý luận:

Câu hỏi đặt ra cho nghiên cứu:

- Bán hàng đa cấp là gì?
- Đặc điểm bán hàng đa cấp?
- Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là gì?
- Đặc điểm của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp?
- Vấn đề quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp được pháp luật Việt Nam tiếp cận và quy định như thế nào?

- Tại sao các quốc gia khác trên thế giới thực hiện công tác quản lý bán hàng đa cấp tốt hơn Việt Nam?

- Những bất cập, hạn chế của quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp ở Việt Nam là gì?
- Nguyên nhân và phương hướng và các giải pháp nào cho hoàn thiện pháp luật cũng như nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp?

Giả thiết nghiên cứu:

- Trong hoạt động kinh doanh, bán hàng đa cấp có những quan niệm chưa thống nhất, một số quan điểm cho rằng nên bỏ phương thức kinh doanh này và có những quan điểm ngược lại bởi lẽ lý do nhà nước chưa quản lý được một cách chủ động về loại hình kinh doanh này. Việc áp dụng các quy định pháp luật “cấm” điều đó có tác động lớn, trực tiếp đến các các doanh nghiệp trong tự do kinh doanh.

- Trong quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp hiện nay còn nhiều hạn chế, bất cập, với những nguyên nhân chủ quan và khách quan khác nhau.

- Tổ chức cơ quan quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp cần đổi mới.

Dự kiến kết quả nghiên cứu:

- Là công trình đầu tiên trong khoa học Luật Hành chính Việt Nam viết về QLNN đối với bán hàng đa cấp, luận án đã:

- Phân tích toàn diện và sâu sắc khái niệm, đặc điểm, vai trò và nội dung của QLNN đối với bán hàng đa cấp;

- Phân tích thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp;

- Từ đó, đưa ra các giải pháp hoàn thiện pháp luật và các giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối hoạt động bán hàng đa cấp.

Thứ hai, về khía cạnh pháp luật thực định:

Câu hỏi đặt ra cho nghiên cứu:

- Sự cần thiết của pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp?

- Mức độ luật hóa các quy định về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp?

- Nội dung quy định pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp?

- Thực tiễn áp dụng pháp luật trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp như thế nào?

Giả thiết nghiên cứu: Nhà nước ban hành các quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp tính nguyên tắc (quy định khung) để các doanh nghiệp và người tham gia tuân theo khi ban hành pháp luật của mình, vì vậy có những cách hiểu không giống nhau và khó áp dụng trong thực tiễn. Pháp luật về bán hàng đa cấp của Việt Nam mới chỉ chú trọng tới việc thừa nhận tính hợp pháp của phương thức bán hàng đa cấp chưa thật sự bảo vệ sâu sắc doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp. Điều này sẽ dẫn chứng cụ thể trong phần thực trạng của việc quản lý nhà nước đối với hoạt động kinh doanh đa cấp. Vấn đề hoàn thiện pháp luật cũng như xây dựng cơ chế thực hiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp mà nghiên cứu sinh nghiên cứu nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trong kinh doanh.

Dự kiến kết quả nghiên cứu: đưa ra được những quan điểm, giải pháp khoa học và có tính thực tiễn cao cho hoạt động lập pháp, lập quy trong quá trình hoàn thiện pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, một mặt vừa phù hợp với quy định pháp luật Việt Nam hiện hành lại vừa đảm bảo lợi thế cho Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Cụ thể luận án có những điểm mới sau:

Thứ nhất, luận án là công trình khoa học nghiên cứu một cách hệ thống, sâu

sắc những khía cạnh lý luận và pháp lý của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Thứ hai, luận án đưa ra những luận cứ khoa học luận giải cho việc duy trì phương thức bán hàng đa cấp. Điểm đáng lưu ý là luận án phân tích đưa ra quan điểm với góc độ quản lý nhà nước về hành chính đối với hoạt động bán hàng đa cấp mà các tác giả trước đây chưa đề cập sâu sắc.

Thứ ba, luận án sử dụng pháp luật về bán hàng đa cấp đang có hiệu lực thi hành như một chuẩn mực pháp lý để đánh giá mức độ quản lý nhà nước với phương thức kinh doanh này, qua đó làm rõ những hạn chế, bất cập của pháp luật nước ta về vấn đề quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Thứ tư, luận án là công trình khoa học pháp lý, song có đối tượng nghiên cứu mang đậm tính chất chính sách – luật, vì vậy những giải pháp đề xuất, ý tưởng pháp lý mang tính chính sách chi phối việc xây dựng pháp luật nhằm tăng cường hiệu lực và hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Tạo thế chủ động cho Việt Nam trong các quan hệ thương mại quốc tế, khi phải áp dụng các quy định pháp luật đối với phương thức kinh doanh này. Theo tác giả, thì hiện nay các cơ quan quản lý của Việt Nam vẫn luôn bị động (thực tiễn diễn ra các vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp mà pháp luật chưa dự liệu được để bảo vệ người tham gia và người tiêu dùng).

1.3.2 Phương pháp nghiên cứu

Để nghiên cứu có hiệu quả những vấn đề do đề tài đặt ra, luận án sử dụng phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Đây là phương pháp chủ đạo xuyên suốt toàn bộ quá trình nghiên cứu của luận án, để đưa ra những nhận định, kết luận khoa học đảm tính khách quan, chân thực.

Từ phương pháp chung đó, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể đó là: Phương pháp tiếp cận hệ thống đa ngành, liên ngành (kinh tế, luật học, chính trị); phương pháp phân tích, tổng hợp; phương pháp luật học so sánh; phương pháp xã hội học pháp luật; phương pháp phân tích hệ thống; phương pháp đồ họa (phương pháp mạng lưới); phương pháp mô hình (mô hình tác nghiệp). Để thực hiện có hiệu quả mục đích nghiên cứu, luận án kết hợp chặt chẽ giữa các phương

pháp trong suốt quá trình nghiên cứu của toàn bộ nội dung luận án. Tùy thuộc vào đối tượng nghiên cứu của từng chương, mục trong luận án, tác giả vận dụng, chú trọng các phương pháp khác nhau cho phù hợp. Các phương pháp đó được vận dụng cụ thể trong luận án như sau:

Trong chương 2, tác giả chú trọng phương pháp hệ thống, phương pháp phân tích tổng hợp (hệ thống các quan điểm của các nhà nghiên cứu kinh tế, pháp lý). Phân tích đánh giá, tổng hợp nhằm làm rõ cơ sở lý luận của quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp thông qua việc phân tích cơ sở kinh tế, chính trị, pháp lý phương thức bán hàng đa cấp và quản lý nhà nước đối với hoạt động này. Đồng thời, phân tích các quy định pháp luật của một số nước trên thế giới về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, cũng như thực tiễn áp dụng pháp luật hiện nay trong hoạt động bán hàng đa cấp, qua đó nhận xét khả năng áp dụng pháp luật trong việc thực thi quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp và kết quả mà quản lý nhà nước đối với phương thức kinh doanh này mang lại góp phần cho công tác quản lý nhà nước đối với kinh tế nói chung.

Trong chương 3, tác giả chú trọng phương pháp phân tích, tổng hợp, phương pháp so sánh luật học, phương pháp phân tích hệ thống; phương pháp đồ họa (phương pháp mạng lưới), nhằm làm rõ những nội dung cần nghiên cứu. Phân tích các quy định của pháp luật Việt Nam hiện hành và thực tiễn sử dụng các quy định đó liên quan đến việc quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trong thời gian vừa qua. Qua đó đánh giá pháp luật (những ưu điểm những hạn chế, bất cập).

Trong chương 4, tác giả vận dụng kết hợp các phương pháp lịch sử, xã hội học pháp luật, phương pháp so sánh, phương pháp trò chơi để đưa ra quan điểm của mình về hoàn thiện pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Đề xuất quan điểm và giải pháp hoàn thiện pháp luật để Việt Nam có thể tối đa hoá quyền lực nhà nước trong quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp đồng thời bảo hộ doanh nghiệp cũng như người tham gia, người tiêu dùng trong phương thức kinh doanh đa cấp và tạo lợi thế cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Từ những ý tưởng cũng như luận giải như đã trình bày, nghiên cứu sinh rút ra một số kết luận sau:

Với những ưu điểm vượt trội trong việc thu hút người tiêu dùng tham gia mạng lưới phân phối, bán hàng đa cấp sẽ là phương thức tiêu thụ sản phẩm có khả năng phát triển mạnh mẽ ở nước ta trong nhiều năm tới. Dưới góc độ pháp lý, điều đó đòi hỏi pháp luật không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho chủ thể bán hàng đa cấp chân chính phát triển, mà còn phải có khả năng ngăn ngừa và xử lý nghiêm minh những chủ thể lợi dụng bán hàng đa cấp để trục lợi bất chính góp phần bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng, người tham gia và doanh nghiệp bán hàng đa cấp nói chung. Và để góp phần đáp ứng yêu cầu trên, qua quá trình nghiên cứu đề tài, tác giả rút ra một số kết luận sau:

Pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp hiện nay của nước ta chưa phù hợp với thực tiễn bán hàng đa cấp. Pháp luật có nhiều quy định tập trung vào khâu đăng ký bán hàng đa cấp nhưng buông lỏng quá trình hoạt động của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp. Bên cạnh đó, các quy định xử lý vi phạm pháp luật hành chính trong lĩnh vực bán hàng đa cấp còn nhiều thiếu sót nên chưa thể áp dụng vào thực tiễn. Từ đó dẫn đến hệ quả không thể quản lý và ngăn chặn kịp thời hành vi vi phạm của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp.

Bán hàng đa cấp luôn là vấn đề được các học giả trên thế giới quan tâm nghiên cứu từ lâu và có nhiều quan điểm khác nhau, điều đó cho thấy tính phức tạp của vấn đề. Ở Việt Nam, vấn đề này còn có nhiều tranh luận, tuy đã có một số công trình nghiên cứu, nhưng chủ yếu nhìn từ các khía cạnh kinh tế. Vì vậy, rất cần có một công trình nghiên cứu độc lập chuyên sâu và có hệ thống về quản lý nhà nước hoạt động bán hàng đa cấp từ góc độ thể chế pháp lý.

CHƯƠNG 2

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP

2.1 Những vấn đề chung về hoạt động bán hàng đa cấp

2.1.1 *Khái niệm bán hàng đa cấp*

Bán hàng đa cấp được các nhà khoa học nhìn nhận từ những góc độ như sau:

Từ góc độ phương thức kinh doanh: Bán hàng đa cấp là phương thức kinh doanh kết hợp giữa bán hàng trực tiếp (Direct Selling) và nhượng quyền thương mại. Đại diện bán hàng đa cấp (hay còn gọi là nhà phân phối, hợp tác viên, đại lý, v.v...) nhận hoa hồng từ hiệu quả bán hàng của chính mình. Ngoài ra, khi kêu gọi được những thành viên mới tham gia hệ thống của mình, họ còn nhận được hoa hồng từ hiệu quả bán hàng của các thành viên mới (gọi là cấp dưới). Còn trong hệ thống bán hàng đa cấp, tiền hoa hồng được trả cho nhiều người thuộc các cấp khác nhau trong hệ thống.

Từ góc độ marketing: Bán hàng đa cấp là phương thức bán hàng trong đó việc tiếp thị và tiêu thụ sản phẩm được thực hiện qua một cơ cấu nhiều tầng là các mạng lưới phân phối bao gồm những nhà phân phối (NPP) (tức người tham gia bán hàng đa cấp)- có nhiệm vụ : phân phối hàng hóa đến tay người tiêu dùng và xây dựng mạng lưới phân phối. Những NPP này hoạt động độc lập và thu nhập của họ được tính theo những tỉ lệ nhất định trên doanh số bán hàng của chính nhà phân phối và của mạng lưới do nhà phân phối này xây dựng.

Theo nhà kinh doanh mạng nổi tiếng người Mỹ là Don Failla thì: *“Kinh doanh đa cấp là hình thức kinh doanh sử dụng những người hợp thành một tổ chức để lưu hành hàng hóa và dịch vụ từ điểm sản xuất đến người tiêu dùng bằng phương pháp tiếp xúc trực tiếp giữa con người với con người”* [84, tr. 99] và *“Kinh doanh đa cấp dựa trên sự giao tiếp giữa mọi người với nhau. Bạn càng thích sản phẩm bao nhiêu thì bạn càng dễ kể cho mọi người nghe về các ưu điểm của nó bấy nhiêu. Khi bạn xem cuốn phim hay hay đọc một cuốn sách hay, thế nào bạn cũng muốn kể với bạn bè và mọi người trong gia đình về chúng... Bạn đừng quên điều đó khi làm việc với sản phẩm vừa dịch vụ của công ty mình”* [84, tr. 19].

Ở nước ta, bán hàng đa cấp được đề cập dưới nhiều tên gọi như “truyền tiêu đa cấp”, “kinh doanh theo mạng”, “tiếp thị đa tầng”, “kinh doanh đa cấp”...nhưng thực chất đây là những cách dịch khác nhau từ cụm từ tiếng Anh “Multi – level marketing”. Do đó, để tìm hiểu về bán hàng đa cấp phải tìm hiểu về “Multi – level marketing” hay là kinh doanh đa cấp. “Multi – level marketing” là phương thức tiêu thụ sản phẩm do nhà hóa học người Mỹ Karl Rendorg (1887 – 1973) sáng tạo trong khoảng năm 1927 – 1934. Hiện tại chưa có một khái niệm chung nhất về kinh doanh đa cấp mà chủ yếu các khái niệm được đưa ra từ những quy định chung của các văn bản luật quốc gia hay được đưa ra bởi những người thành đạt trong kinh doanh đa cấp trên thế giới. [61, tr.2]

Theo Nghị định 42/2014/NĐ-CP của Chính phủ ban hành ngày 14/05/2014 về quản lý bán hàng kinh doanh đa cấp nêu rõ: “Kinh doanh theo phương thức đa cấp là hình thức kinh doanh thông qua mạng lưới người tham gia gồm nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau, trong đó, người tham gia được hưởng hoa hồng, tiền thưởng và các lợi ích kinh tế khác từ hoạt động kinh doanh của mình và của mạng lưới do mình xây dựng”. Còn theo Khoản 11, Điều 3, Luật Cạnh tranh số 27/2004/QH11 được Quốc hội Việt Nam ban hành ngày 03/12/2004: “BHĐC là một phương thức tổ chức kinh doanh của doanh nghiệp thông qua nhiều cấp khác nhau, trong đó người tham gia sẽ được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng và/hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng hóa của mình và của người khác trong mạng lưới do người đó tổ chức ra và được doanh nghiệp BHĐC chấp thuận”. Theo đó, BHĐC được hiểu:

- Việc tiếp thị để bán lẻ hàng hóa được thực hiện thông qua mạng lưới người tham gia bán hàng đa cấp gồm nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau;

- Hàng hóa được người tham gia bán hàng đa cấp tiếp thị trực tiếp cho người tiêu dùng tại nơi ở, nơi làm việc của người tiêu dùng hoặc địa điểm khác không phải là địa điểm bán lẻ thường xuyên của doanh nghiệp hoặc của người tham gia;

- Người bán hàng đa cấp được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả tiếp thị bán hàng của mình và của người tham gia bán hàng đa cấp cấp dưới trong mạng lưới do mình tổ chức và mạng lưới đó được doanh

nghiệp bán hàng đa cấp chấp thuận.

2.1.2 Đặc điểm của bán hàng đa cấp

Thứ nhất, bán hàng đa cấp là một hình thức phát triển của bán hàng trực tiếp (là phương thức bán lẻ hàng hóa). Bán hàng trực tiếp là phương thức phân phối hàng hoá không qua bất kỳ một cấp trung gian nào. Mọi hoạt động sản xuất, phân phối hàng hoá đến tay người tiêu dùng đều do nhà sản xuất đảm nhiệm thông qua mạng lưới những người bán hàng trực tiếp. Tuy nhiên, có những công ty bán hàng trực tiếp không qua đội ngũ nhân viên mà qua một hệ thống, mạng lưới các nhà phân phối độc lập. Doanh nghiệp tổ chức bán hàng đa cấp sẽ thiết lập được mối quan hệ mua bán sản phẩm trực tiếp đến người tiêu dùng mà không tốn phí các khoản đầu tư thành lập, duy trì mạng lưới phân phối dưới dạng cửa hàng giới thiệu sản phẩm hoặc các đại lý phân phối. Đồng thời, người tiêu dùng có cơ hội mua được sản phẩm từ gốc sản xuất, tránh những rủi ro có thể phát sinh trong quá trình phân phối như nạn hàng giả, giá cả không trung thực...

Thứ hai, bán hàng đa cấp có phương thức bán hàng là thông qua những người tham gia được tổ chức ở nhiều tầng khác nhau. Người tham gia bán hàng đa cấp được hiểu đơn giản là những cộng tác viên trong việc tiếp thị, bán lẻ hàng hóa cho doanh nghiệp cho dù họ được gọi với những tên gọi như đại lý, nhà phân phối độc lập, trực tiếp viên... Còn việc kinh doanh đa cấp dựa trên nền tảng mối quan hệ thân quen, dựa trên uy tín của phân phối viên với khách hàng. Khi người đầu tiên của hình tháp (tầng 1) tìm được 5 người cùng tham gia (tầng 2), sau đó mỗi người này lại tìm thêm 5 người nữa (tầng 3) [xem phụ lục số 1] thì hình tháp đã có 31 người. Sau đó mỗi người ở tầng 3 lại tìm được 5 người nữa cùng tham gia (tầng 4). Đến đây hình tháp đã có 156 người... Trên thực tế thì con số này lớn hơn nhiều lần. Khi mô hình của người tham gia hoạt động tốt sẽ tạo nên một phản ứng dây chuyền liên tục. Người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp hợp thành nhiều tầng khác nhau. Trong đó người thuộc tầng trên là người trực tiếp tuyển dụng hoặc giúp đỡ, đào tạo những người thuộc tầng dưới kế tiếp về cách tiếp thị sản phẩm, phương pháp tuyển dụng và xây dựng mạng lưới phân phối tuyển dưới.

Thứ ba, doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải chi trả hoa hồng cho phân phối

viên. Doanh nghiệp bán hàng đa cấp không trả lương cố định cho phân phối viên bán hàng đa cấp. Bởi vì, doanh nghiệp bán hàng đa cấp trả một khoản tiền hoa hồng cho công tuyển dụng, đào tạo phân phối viên mới của phân phối viên cũ. Thậm chí, trong trường hợp phân phối viên mới đã xây dựng được mạng lưới phân phối riêng và tách khỏi nhánh của phân phối viên từng đào tạo thì phân phối viên cũ vẫn được hưởng một khoản hoa hồng nhỏ trên sản phẩm do nhánh của phân phối viên mới tách ra tiêu thụ được. Bên cạnh đó, khi mạng lưới phân phối tầng dưới đã đạt đến quy mô nhất định (thường gồm 3 tầng, trong đó tầng thứ nhất có 5 phân phối viên và mỗi người thuộc tầng thứ nhất đỡ đầu cho 5 người thuộc tầng thứ hai, tương tự như vậy đối với tầng thứ hai và tầng thứ ba) phân phối viên giảm được việc bán lẻ để tập trung quản lý, đỡ đầu phân phối viên tuyển dưới nhưng vẫn có nguồn thu nhập đáng kể từ kết quả tiêu thụ sản phẩm của mạng lưới phân phối viên tuyển dưới.

Thứ tư, người tham gia bán hàng đa cấp là người tiêu dùng mà không nhân danh doanh nghiệp. Như vậy, khi giới thiệu và bán lẻ sản phẩm, doanh nghiệp đã không phải là người trực tiếp thiết lập quan hệ với người tiêu dùng mà thực hiện thông qua mạng lưới người tham gia, cho nên họ độc lập tương đối trong quan hệ với khách hàng. Mặt khác, người tham gia bán hàng đa cấp không phải là nhân viên của doanh nghiệp. Vì vậy, doanh nghiệp không phải chịu trách nhiệm về hành vi của người tham gia trước khách hàng tiêu thụ sản phẩm. Trách nhiệm của doanh nghiệp chỉ giới hạn trong phạm vi chất lượng sản phẩm và các thông tin liên quan đến sản phẩm do họ cung cấp.

Thứ năm, doanh nghiệp bán hàng đa cấp không cần quảng cáo sản phẩm trên phương tiện thông tin đại chúng. Bởi vì, phân phối viên sẽ trực tiếp quảng cáo cho từng khách hàng. Đồng thời doanh nghiệp cũng không cần thành lập hệ thống chi nhánh, đại lý phân phối sản phẩm rộng lớn mà chỉ cần trả hoa hồng cho phân phối viên theo khối lượng sản phẩm họ tiêu thụ được. Với cách hoạt động kinh doanh như thế, doanh nghiệp không phải chi trả cho những khoản quảng cáo, tiếp thị, mở đại lý...và toàn bộ những khoản tiền đó doanh nghiệp sẽ chi trả tiền hoa hồng cho phân phối viên.

2.1.3 Phân biệt bán hàng đa cấp với các phương thức bán hàng trực tiếp khác và bán hàng đa cấp bất chính

2.1.3.1 Phân biệt bán hàng đa cấp với bán hàng trực tiếp

Bán hàng đa cấp cũng là một phương thức bán hàng trực tiếp. Tuy nhiên bán hàng đa cấp có những điểm khác biệt rõ nét với phương thức bán hàng trực tiếp khác như bán hàng qua điện thoại, internet, home shopping, bán hàng thông qua mạng lưới phân phối do doanh nghiệp trực tiếp tuyển dụng...

Phân phối viên trong phương thức bán hàng trực tiếp là người bán hàng cho doanh nghiệp, còn phân phối viên trong bán hàng đa cấp là bán hàng cho chính mình. Bởi vì, trong bán hàng đa cấp bất luận người tiêu dùng mua hàng từ phân phối viên hay trực tiếp đến doanh nghiệp mua hàng qua sự giới thiệu của phân phối viên thì vẫn được xem như là phân phối viên mua sản phẩm từ doanh nghiệp với giá sỉ, bán lại cho người tiêu dùng với giá lẻ.

Bán hàng đa cấp thực chất là bán lẻ sản phẩm của người tham gia bán hàng đa cấp. Bởi vì, phân phối viên của bán hàng đa cấp phải xây dựng được mạng lưới phân phối tuyển dưới cho riêng mình. Nếu như phân phối viên bán hàng trực tiếp khác phải cố gắng bán hàng 100% thì phân phối viên của bán hàng đa cấp trong mạng lưới họ xây dựng chỉ cần cố gắng 1%. Đó là sức mạnh thành công của mạng lưới bán hàng đa cấp mà phương thức bán hàng trực tiếp khác không có.

Phân phối viên bán hàng đa cấp có quyền tuyển dụng, đào tạo phân phối viên mới để phân phối bán hàng. Còn đối với phương thức bán hàng trực tiếp khác, phân phối viên không có quyền này. Trái lại phân phối viên trong phương thức bán hàng trực tiếp chủ yếu là người xa lạ. Phân phối viên trong bán hàng trực tiếp được hưởng lương, hoa hồng hoặc tiền thưởng trên lượng sản phẩm bán được cho doanh nghiệp. Nếu không bán được sản phẩm, hoặc phân phối viên ngừng hoạt động thì mất nguồn thu nhập và phải tham gia lại từ đầu. Còn đối với phân phối viên bán hàng đa cấp, họ không hưởng lương cơ bản mà chỉ hưởng tiền hoa hồng trên cơ sở là bán hàng trực tiếp (bán lẻ sản phẩm) và lượng hàng do mạng lưới phân phối viên tầng dưới bán được. Do vậy, phân phối viên có thể giảm tối đa việc tự mình bán lẻ sản phẩm bằng cách xây dựng mạng lưới phân phối viên tuyển dưới. [xem phụ lục

số 2] và [xem phụ lục số 3].

2.1.3.2 Phân biệt bán hàng đa cấp với bán hàng đa cấp bất chính

Bán hàng đa cấp bất chính là một hiện tượng xuất hiện vào cuối những năm 1960 bởi thương nhân Hoa kỳ Glen Turner [86, tr. 45]. Dưới góc độ pháp lý, các cơ quan có thẩm quyền ở Hoa kỳ thường dẫn chiếu 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* [98]

Theo pháp luật Việt Nam, bán hàng đa cấp bất chính được quy định tại Điều 48 Luật Cảnh tranh năm 2004 bằng những hành vi như sau:

1. Yêu cầu người muốn tham gia phải đặt cọc, phải mua một số lượng hàng hoá ban đầu hoặc phải trả một khoản tiền để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp;

2. Không cam kết mua lại với mức giá ít nhất 90% giá hàng hoá đã bán cho người tham gia để bán lại;

3. Cho người tham gia nhận 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;

4. Cung cấp thông tin gian dối về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp, thông tin sai lệch về tính chất, công dụng của hàng hoá để dụ dỗ người khác tham gia.

Như vậy, bán hàng đa cấp bất chính là một hình thức kinh doanh mà trong đó doanh nghiệp và những người thuộc tầng trên trong mạng lưới người tham gia được hưởng các khoản lợi ích kinh tế chủ yếu từ tiền đóng góp của những người mới tham gia chứ không phải từ lợi nhuận của việc bán lẻ sản phẩm cho người tiêu dùng.

Bán hàng đa cấp khác với bán hàng đa cấp bất chính qua đặc điểm sau:

Thứ nhất, cách thức tuyển người vào mạng lưới: Mạng lưới của những

năm 60 hoạt động theo nguyên tắc “từ con người đến con người”, nghĩa là một người giới thiệu cho một người khác, sau đó người này lại giới thiệu cho hai người tiếp theo, những người tiếp theo đó đến lượt mình lại giới thiệu thêm người nữa. Trong mô hình “hình tháp ảo” người tham gia theo mô hình này thực hiện bằng cách chiêu dụ người tham gia khác như hứa hẹn một mức hoa hồng cao nếu đóng tiền tham gia mạng lưới và lôi kéo được người tham gia khác nữa. Các công ty hoạt động theo kiểu này có thể kiếm được rất nhiều tiền mà không cần quan tâm đến việc bán lẻ sản phẩm. Vì vậy, khi có một hứa hẹn nào đó về khoản hoa hồng mà người tham gia có thể thu được chỉ từ việc giới thiệu thêm được người tham gia vào mạng lưới thì đó chắc chắn là “hình tháp ảo”. Thực chất khi tham gia vào những công ty như vậy, phải bỏ ra một khoản tiền ban đầu khá lớn nếu tìm được một người mới vào thì sẽ được công ty trả lại vào mức hoa hồng, nhưng mức trả này bao giờ cũng nhỏ hơn rất nhiều so với mức đã bỏ vào. Chính vì vậy người tham gia càng phải cố gắng dụ dỗ được nhiều người tham gia càng tốt để hy vọng lấy lại được số tiền mình đã bỏ ra và thu lợi từ những người tham gia tiếp theo.

Thứ hai, những người vào trước luôn luôn có thu nhập cao hơn người vào sau nên đã tạo ra một “hình tháp ảo”. Điều đó đúng, nhưng chỉ nhận được thu nhập như thế khi họ thực sự làm việc nghiêm túc, chỉ khi nào mạng lưới hoạt động hiệu quả và vững mạnh thì mới có thể có một khoản thu nhập hậu kỳ cao được. Ở công ty làm ăn chân chính thì người vào sau vẫn có thể có thu nhập nhiều hơn người vào trước nếu họ làm việc có hiệu quả hơn và có thể vượt lên cấp cao hơn. Nếu chỉ nhìn nhận rằng chỉ có những người vào trước mới có thu nhập cao hơn người vào sau thì mạng lưới đó rất dễ dàng biến tướng thành một “hình tháp ảo” và thu nhập chính của đỉnh tháp chính là hút từ dưới đáy tháp lên [xem phụ lục số 4]

Thứ ba, phải có đóng góp bắt buộc khi vào công ty: Cần phân biệt giữa đóng góp bắt buộc với khoản tiền mua hàng dùng thử. Nhiều công ty theo “hình tháp ảo” yêu cầu người tham gia bán hàng đa cấp chi một khoản tiền khá lớn rồi đưa sản phẩm cho họ dùng thử, nhưng giá trị sản phẩm lại nhỏ hơn nhiều so với khoản tiền đã đóng góp. Công ty bán hàng đa cấp chân chính không bắt buộc người tham gia phải mua sản phẩm mà chỉ khuyến khích nên dùng sản phẩm để hiểu rõ về nó trước

khi giới thiệu cho người khác. Những công ty bắt buộc người tham gia phải đặt cọc, phải mua hàng trước khi tham gia thì đó là “hình tháp ảo”.

Thứ tư, về sản phẩm: Trong mô hình chân chính thì sản phẩm mà công ty phân phối là những sản phẩm không thể mua được ở các siêu thị, cửa hàng hay đại lý ngoài thị trường. Nó chỉ được phân phối qua các nhà phân phối độc lập. Các công ty bán hàng đa cấp chân chính là những công ty có bằng cấp sáng chế hay có quyền độc quyền đối với sản phẩm của mình. Các công ty này đảm bảo cho chất lượng sản phẩm bằng cách thu hồi lại các sản phẩm với mức giá ít nhất 90% giá hàng hóa đã bán lại cho người tham gia. Với mô hình “hình tháp ảo” những sản phẩm có thể được bán trên các siêu thị, đại lý, khi đưa vào “hình tháp ảo” được doanh nghiệp BHĐC nâng giá lên nhiều lần.

Thứ năm, có thể phân biệt điểm khác nhau cơ bản giữa bán hàng đa cấp chân chính và mô hình “hình tháp ảo” ở chỗ, nếu như trong bán hàng đa cấp giá trị đi xuống là sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng cao, mang lại giá trị đích thực hoặc tương xứng với đồng tiền bỏ ra thì trong hình tháp ảo giá trị đi xuống là một giá trị ảo chỉ có giá trị tạm thời. Nội bộ hình tháp hoặc không có giá trị gì hoặc cũng có thể là giá trị nhỏ hơn, không tương xứng với đồng tiền bỏ ra. Trong hình tháp ảo, mọi người tham gia chỉ có mục đích là có mã số hoạt động giới thiệu người tham gia mà không quan tâm tới sản phẩm có hiệu quả hay không. Chính vì thế thu nhập của người tham gia chỉ có thể dựa trên đóng góp của người vào sau. Đây là một hình thức lừa đảo và đến một lúc nào đó sẽ tan vỡ [xem phụ lục số 5].

2.2 . Khái niệm quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Quản lý là một phạm trù có liên quan mật thiết với hiệp tác và phân công lao động, nó là một thuộc tính tự nhiên của mọi lao động hiệp tác. Từ khi xuất hiện những hoạt động quần thể của loài người thì đã xuất hiện sự quản lý. Sự quản lý có trong xã hội nguyên thủy, ở đó con người phải hợp tác với nhau lại để đấu tranh thế giới tự nhiên, muốn sinh tồn con người phải tổ chức sản xuất, tổ chức phân phối. C.Mác đã coi sự quản lý như là kết quả tất nhiên của sự chuyên nhiệm quá trình lao động cá biệt, tản mạn, độc lập với nhau thành một quá trình xã hội được phối hợp lại.

Quản lý nhà nước là một dạng quản lý xã hội mang tính quyền lực Nhà nước, đó là sự tác động có tổ chức và điều chỉnh bằng quyền lực nhà nước đối với các quá trình xã hội, các hoạt động của con người và các tổ chức trong xã hội để duy trì và phát triển các mối quan hệ xã hội và trật tự pháp luật nhằm thực hiện các chức năng và nhiệm vụ của Nhà nước.

Theo nghĩa rộng thì “quản lý nhà nước được hiểu là sự tác động của các chủ thể mang quyền lực nhà nước, chủ yếu bằng pháp luật, tới các đối tượng quản lý nhằm thực hiện các chức năng đối nội, đối ngoại của Nhà nước” [35, tr.11]. Đây là hoạt động của toàn bộ bộ máy nhà nước gồm cơ quan lập pháp, hành pháp và tư pháp nhằm thực hiện các chức năng của nhà nước.

Còn quản lý nhà nước theo nghĩa hẹp chính là hoạt động chấp hành và điều hành, “được tiến hành trên cơ sở và để thi hành luật nhằm thực hiện trong cuộc sống hàng ngày các chức năng của Nhà nước trên mọi lĩnh vực hành chính - chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội” [80, tr.459]. Theo nghĩa hẹp, thì quản lý nhà nước không bao gồm hoạt động lập pháp và tư pháp của Nhà nước, mà đó là hoạt động điều hành công việc hàng ngày của quyền hành pháp và của hệ thống tổ chức hành chính.

Như vậy, ***quản lý nhà nước là sự tác động mang tính chấp hành và điều hành của các chủ thể mang quyền lực nhà nước, chủ yếu là các cơ quan hành chính nhà nước, bằng nhiều biện pháp, tới các đối tượng quản lý nhằm thực hiện chức năng đối nội và đối ngoại của Nhà nước trên cơ sở pháp luật.***

Nhìn nhận từ góc độ quản lý nhà nước như nêu trên, tác giả đưa ra khái niệm quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp như sau: “*Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là tập hợp những tác động liên tục, có tổ chức, có định hướng của Nhà nước mang tính chấp hành và điều hành đến toàn bộ quá trình hoạt động bán hàng đa cấp, từ giai đoạn đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp đến hoạt động kinh doanh phù hợp mục đích của nhà nước trong điều kiện kinh tế thị trường.*”

Từ đó, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp mang những đặc điểm chung của quản lý nhà nước:

Một là, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là hoạt động mang tính tổ chức và điều chỉnh. Khi thực hiện hoạt động quản lý, Nhà nước xây dựng các nguyên tắc trên cơ sở quy định của pháp luật và các quyết định quản lý để thiết lập những mối quan hệ giữa con người với con người, giữa cá nhân với tập thể nhằm định hướng cho các hoạt động được diễn ra theo đúng quy luật và đạt được những mục đích nhất định (tính tổ chức), thông qua đó, Nhà nước thực hiện việc điều chỉnh các quan hệ xã hội. Tương tự, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là việc Nhà nước tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tự do lựa chọn hình thức kinh doanh bán hàng đa cấp, kiểm tra, hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện các quy định của pháp luật... Nhà nước thực hiện sự tác động mang tính điều chỉnh bằng pháp luật, nhằm hướng các hoạt động và hành vi của các doanh nghiệp và người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp theo đúng quy định pháp luật, đem lại lợi ích thiết thực cho nền kinh tế.

Hai là, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là hoạt động quản lý mang tính quyền lực nhà nước. Đây là đặc điểm quan trọng để phân biệt hoạt động quản lý hành chính nhà nước với những hoạt động quản lý không mang tính quyền lực nhà nước. Quyền lực nhà nước được thể hiện trước hết ở việc Nhà nước ban hành các văn bản pháp luật mang tính bắt buộc đối với các cơ quan quản lý nhà nước, các doanh nghiệp, người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp. Tính quyền uy còn được thể hiện ở việc Nhà nước có quyền áp dụng các biện pháp chế tài đối với các chủ thể có liên quan trong hoạt động bán hàng đa cấp không tuân thủ các quy định pháp luật. Những biện pháp chế tài này thể hiện tập trung và rõ nét của quyền lực nhà nước, nhờ đó ý chí của Nhà nước được bảo đảm thực hiện.

Ba là, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là hoạt động có tính thống nhất, được tổ chức chặt chẽ. Bộ máy quản lý nhà nước được tổ chức thành một khối thống nhất từ trung ương tới địa phương. Trong đó, Chính phủ thống nhất quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên phạm vi cả nước. Nhờ đó các hoạt động quản lý bảo đảm lợi ích chung của cả nước, bảo đảm sự liên kết, phối hợp nhịp nhàng giữa các ngành, các cấp tạo ra sức mạnh tổng hợp.

Bốn là, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp có tính chủ

động, sáng tạo. Tính chủ động, sáng tạo thể hiện ở việc Nhà nước kịp thời xây dựng và ban hành chính sách pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp. Cụ thể, quản lý bán hàng đa cấp sớm được quy định tại Khoản 11 Điều 3 Luật Cảnh tranh năm 2014 và cụ thể hóa trong Nghị định 110/2005/NĐ-CP năm 2005 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp và được sửa đổi bằng Nghị định 42/NĐ-CP năm 2014 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp... Điều đó đã thể hiện tính chủ động, sáng tạo của Nhà nước trong việc ban hành văn bản pháp luật nhằm điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp phù hợp với tình hình thực tiễn.

Ngoài ra, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp có những đặc điểm riêng sau đây:

Thứ nhất, trong hoạt động quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp, Nhà nước trao toàn quyền chủ động cho doanh nghiệp tự lựa chọn phương thức kinh doanh, cụ thể là phương thức bán hàng đa cấp. Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là cách thức Nhà nước tổ chức cho công dân thực hiện “quyền tự do kinh doanh”² thể hiện mối quan hệ giữa quyền của công dân và nghĩa vụ của Nhà nước. Do đó, với tư cách là nội dung cơ bản của chính sách và công cụ quản lý kinh tế, pháp luật phải định được giới hạn quản lý nhà nước để không làm tổn hại đến quyền tự do kinh doanh. Trên nền tảng của nguyên tắc *không cấm thì được làm*, quyền tự do kinh doanh được Nhà nước bảo đảm bằng một nền hành chính mang tính chất phục vụ chứ không phải là sự ban phát của cơ chế xin – cho.

Thứ hai, để thực hiện hoạt động bán hàng đa cấp thì doanh nghiệp phải đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền (hoạt động kinh doanh có điều kiện) đó là Bộ Công Thương. Do đó, *gắn liền với quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là quản lý nhà nước đối với đăng ký kinh doanh.* Việc đăng ký kinh doanh là một thủ tục hành chính bắt buộc đối với doanh nghiệp muốn kinh doanh, bán hàng đa cấp là một hình thức *kinh doanh có điều kiện* nên phải đăng ký kinh doanh với cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Thứ ba, *quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là quá trình quản lý những đối tượng tương đối phức tạp.* Điều 2, Nghị định 42/2014/NĐ-CP

² Ghi nhận trong Hiến pháp năm 2013 về quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp

ngày 14 tháng 5 năm 2014: “*Đối tượng tham gia hoạt động bán hàng đa cấp được quản lý bao gồm doanh nghiệp và người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp*”. Vì vậy, đối với doanh nghiệp, công việc quản lý có phân cụ thể và rõ ràng nhưng đối với người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp với số lượng phân phối viên lớn và đa dạng (thậm chí phân phối viên là người có quốc tịch nước ngoài nhưng tham gia hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam...) việc quản lý rất phức tạp.

Bốn là, các sản phẩm bán hàng đa cấp thường có nguồn gốc xuất xứ nước ngoài nên việc *quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp có quan hệ mật thiết với quản lý hàng hóa nhập khẩu* [31]. Việc quản lý hàng hóa nhập khẩu là điều không đơn giản bởi vì phải qua các khâu kiểm định chất lượng, thuế, nhãn hàng hóa và giá cả là điều rất quan trọng.

Tóm lại, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp vừa có những đặc điểm của quản lý nhà nước nói chung vừa có những đặc điểm riêng như đã nêu. Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp do các cơ quan nhà nước có thẩm quyền tiến hành dựa trên cơ sở quyền lực của Nhà nước. Trong hoạt động quản lý này, Nhà nước đóng vai trò định hướng, hỗ trợ và giám sát quá trình kinh doanh, nhưng phải kết hợp hài hòa giữa lợi ích của Nhà nước, xã hội với lợi ích của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp và người sử dụng sản phẩm của bán hàng đa cấp.

2.3 Vai trò của quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

Trong nền kinh tế thị trường, bán hàng đa cấp là hình thức kinh doanh có sự tham gia của các thành phần kinh tế và chịu nhiều tác động tiêu cực do mặt trái của kinh tế thị trường. Do đó, vai trò quản lý của Nhà nước là rất cần thiết để điều tiết, định hướng phương thức kinh doanh này phát triển hiệu quả nhất, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Vai trò quản lý của Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp được thể hiện qua những điểm sau:

Một là, *quản lý nhà nước tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi* cho các nhà đầu tư thông qua các chính sách, pháp luật, chiến lược, quy hoạch, kế hoạch là cơ sở pháp lý để các nhà đầu tư hoạt động kinh doanh bình đẳng và định hướng cho hoạt động kinh doanh của mình:

+ Nhà nước tạo điều kiện cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp thực hiện phương thức kinh doanh không qua hình thức quảng cáo [7] (khác với các hình thức kinh doanh khác). Đây là hình thức kinh doanh Nhà nước thực hiện với góc độ quản lý mở cho doanh nghiệp. Tác giả phân tích những điều doanh nghiệp đạt được chứng minh cho vai trò quản lý nhà nước đối với phương thức kinh doanh đa cấp. Doanh nghiệp giải quyết được vấn đề tồn đọng vốn lâu dài, vì doanh nghiệp luôn kiểm soát được lượng hàng bán ra, không phải lo ký gửi hàng ở các đại lí, không có hiện tượng nợ tồn đọng của các đối tác. Doanh nghiệp nhanh chóng tạo ra một hệ thống phân phối đồng đảo trên toàn thế giới mà không phải bỏ ra một khoản lớn chi phí cho việc quản lý nhân sự do các nhà phân phối độc lập chính là đối tác kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, mới thành lập, chưa đủ thời gian và vốn để xây dựng một lực lượng tiếp thị mạnh, tiếp cận người tiêu dùng nhanh chóng. Bằng kinh nghiệm sử dụng sản phẩm, người tham gia giới thiệu sản phẩm đến người tiêu dùng khác và giới thiệu họ đến với cơ hội tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp. Bằng cách này, doanh nghiệp có được một thị trường tiêu thụ mạnh và ổn định, tích lũy vốn để đầu tư cho doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh, tạo động lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp (dù có sử dụng phương thức kinh doanh đa cấp hay không) trong việc hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm hàng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm; thường xuyên nghiên cứu tạo ra những sản phẩm độc đáo, độc quyền, trong việc phục vụ người tiêu dùng tốt hơn, cũng như trong việc trả thưởng hợp lý cho người tham gia... Do sự tác động của quy luật cung - cầu nên thị trường bán hàng đa cấp có sự biến động. Để ổn định thị trường kinh doanh, Nhà nước cần phải kiểm soát và điều tiết lượng cung hàng hóa bán hàng đa cấp thông qua các công cụ quản lý cấp phép kinh doanh.

+ Nhà nước tạo ra môi trường kinh doanh mới là BHĐC giúp cho việc bán hàng trong các công ty bán hàng đa cấp là một công việc linh động thời gian, nên các nhà phân phối có thể làm việc toàn thời gian hoặc làm thêm bán thời gian. Điều đó giúp họ tăng thu nhập, cải thiện đời sống và đóng góp nhiều hơn cho xã hội. Công việc bán hàng này không nhất thiết đòi hỏi người tham gia phải có bằng cấp, chuyên môn nghiệp vụ nào, không giới hạn tuổi tối đa, không phân biệt giới tính,

không có sự ràng buộc về mặt thời gian, theo đó người tham gia được tự do lựa chọn thời gian làm việc, địa điểm làm việc... nên có thể giải quyết công ăn việc làm cho đa dạng những đối tượng khác nhau trong xã hội. Doanh nghiệp BHĐC đóng góp không nhỏ vào ngân sách Nhà nước bằng các khoản thuế: thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân... Người tiêu dùng có được những sản phẩm độc đáo, có chất lượng tốt với một mức giá hợp lý. Nhờ vào hệ thống phân phối trung gian tích cực, người tiêu dùng được hưởng những dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt nhất như: hàng được mang đến tận nhà, được hướng dẫn, tư vấn cụ thể về sản phẩm trước khi đưa ra quyết định mua. Được đổi sản phẩm hoặc hoàn lại tiền nếu sản phẩm có tác động xấu đến người tiêu dùng... Người tiêu dùng, ngoài việc được sử dụng sản phẩm ra thì sẽ có cơ hội trở thành nhà phân phối độc lập sản phẩm của bất kỳ công ty bán hàng đa cấp nào nếu bảo đảm được yêu cầu của doanh nghiệp đó và quy định của pháp luật về người tham gia. Vì vậy, rất cần có sự quản lý của Nhà nước về các hoạt động kinh doanh của phương thức bán hàng đa cấp để phù hợp với đặc điểm kinh tế của Việt Nam.

Hai là, bên cạnh những lợi ích về kinh tế- xã hội, hoạt động bán hàng đa cấp còn có nhiều biểu hiện tiêu cực, tác động xấu về nhiều mặt nên cần có sự quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp:

+ BHĐC là hình thức kinh doanh mới, pháp luật quy định chưa hoàn thiện cho nên phát sinh hình thức kinh doanh đa cấp biến tướng [3]... Khi một công ty bán hàng đa cấp bất chính hoặc một số nhà phân phối có hành vi lừa dối khách hàng của mình sẽ ảnh hưởng đến các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính khác, đây là một nhược điểm rất lớn mà bán hàng đa cấp chưa thể khắc phục được.

+ Giá cả của một số loại sản phẩm được phân phối thường rất cao so với giá trị sử dụng thực tế của sản phẩm hay các sản phẩm tương tự cùng loại [61]. Bởi vì, hầu hết sản phẩm của loại hình bán hàng đa cấp thường có nguồn gốc xuất xứ nước ngoài sau đó nhập khẩu vào Việt Nam, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp khi nhập hàng và kê giá bán rất cao. Vấn đề này các cơ quan chức năng rất khó kiểm soát và nếu có kiểm soát đi chăng nữa vẫn còn lỏng lẻo.

+ Dễ bị những kẻ muốn làm giàu nhanh lợi dụng để trục lợi bất chính vì bán

hàng đa cấp phụ thuộc nhiều vào yếu tố con người và có sức lan truyền rất nhanh, khi một công ty bán hàng đa cấp bất chính sử dụng mô hình “hình tháp ảo” sẽ gây ra những tổn thất rất lớn cho cả những người tham gia và toàn xã hội, đó không chỉ là những tổn thất về mặt tài chính mà còn cả về mặt tinh thần. Cụ thể là, doanh nghiệp bán hàng đa cấp buộc phân phối viên mua hàng khi gia nhập, buộc tích lũy doanh số mỗi tháng... dẫn đến người thân dụ dỗ nhau mua sản phẩm, con cái dụ dỗ cha mẹ, anh em họ hàng bạn bè...

+ Hình thức kinh doanh này rất khó quản lí bằng các quy định bắt buộc của công ty [31, tr.5], vì các nhà phân phối hoàn toàn độc lập với nhau, chỉ có thể quản lí hiệu quả bằng văn hoá kinh doanh của các nhà phân phối độc lập.

+ Có thể tạo nên môi trường cạnh tranh không lành mạnh, thể hiện ở việc lôi kéo, giành giật người tham gia, nói xấu làm ảnh hưởng uy tín nhau giữa những người tham gia, cũng như giữa các doanh nghiệp với nhau... Nghiêm trọng hơn, những việc trên có thể dẫn đến những hành động bạo lực, gây rối trật tự an ninh xã hội, tạo nên một môi trường cạnh tranh không lành mạnh.

+ Thương mại hoá mối quan hệ giữa người với người: mọi mối quan hệ trong xã hội đều có thể trở thành quan hệ thương mại; bạn bè, người thân, làng xóm, đồng nghiệp... đều có thể là khách hàng tiềm năng. Mối quan hệ giữa người với người sẽ không chỉ đơn thuần xuất phát từ huyết thống, từ những tình cảm gắn bó... mà còn xuất phát từ những lợi ích kinh tế được thụ hưởng từ công sức lao động của nhau. Điều này có thể tạo tâm lý ganh ghét, bất mãn giữa người với người khi bạn bè, người thân... lại hưởng lợi từ công sức của mình.

+ Gia tăng những hành vi vi phạm pháp luật ở một số tội như lừa đảo chiếm đoạt tài sản, quảng cáo gian dối... nhằm tiêu thụ được sản phẩm cũng như lôi kéo người khác tham gia vào mạng lưới của mình.

Tóm lại, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là vô cùng quan trọng, nhà nước tác động bằng những hình thức và phương pháp khác nhau, tạo điều kiện cho hoạt động bán hàng đa cấp phát triển lành mạnh, mang lại lợi ích thực sự cho cộng đồng xã hội, Nhà nước thực thi việc giám sát chặt chẽ hoạt động của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp, xử lý nghiêm những hành vi vi

phạm pháp luật, bảo đảm hoạt động bán hàng đa cấp tuân thủ pháp luật; loại trừ những hành vi gian dối.

2.4 . Chủ thể quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

Các chủ thể có chức năng quản lý nhà nước và được phân cấp thẩm quyền quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC gồm Chính phủ, Bộ Công Thương, UBND cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Sở Công Thương.

Chính phủ có nhiệm vụ thống nhất quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC. Tuy nhiên, Chính phủ chỉ là chủ thể quản lý mang tính đại diện hành pháp cao nhất (chỉ ban hành các Nghị định điều chỉnh hoạt động BHĐC, nghĩa là điều hành ở tầm vĩ mô bằng chính sách, pháp luật), không thực hiện các quyền chỉ đạo, điều hành trực tiếp mà giao cho Bộ Công Thương thực hiện.

Các cơ quan quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp được quy định tại Chương 6 Nghị định 42/2014/NĐ-CP, cụ thể:

Cơ quan Quản lý cạnh tranh thuộc Bộ Công Thương có trách nhiệm giúp Bộ trưởng Bộ Công Thương thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp trong phạm vi cả nước trong các nội dung:

- Cấp, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, cấp lại, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp;
- Thu, quản lý và sử dụng phí, lệ phí cấp, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, cấp lại Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định của pháp luật;
- Thông báo việc cấp, sửa đổi, bổ sung, gia hạn, thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp tới các Sở Công Thương nơi doanh nghiệp tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp;
- Lưu trữ hồ sơ đề nghị cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp;
- Hướng dẫn, phối hợp với các Sở Công Thương và các cơ quan nhà nước có thẩm quyền khác tiến hành kiểm tra, giám sát hoạt động bán hàng đa cấp;
- Trực tiếp kiểm tra, giám sát hoạt động bán hàng đa cấp khi cần thiết; xử lý theo thẩm quyền hoặc 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 bán hàng đa cấp;

- Xây dựng và trình các cấp có thẩm quyền ban hành hoặc sửa đổi các văn bản pháp luật có liên quan đến việc bảo đảm trật tự trong tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp, bảo vệ quyền lợi của người tham gia bán hàng đa cấp, người tiêu dùng và giữ ổn định kinh tế - xã hội;

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

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 bán hàng đa cấp 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.

Nghị định 110/2005/NĐ-CP chính thức thiết lập một cơ chế quản lý đối với hoạt động 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 Ủy ban nhân dân các tỉnh (thông qua các Sở Công Thương). Theo 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 hoạt động ra địa bàn nào thì thông báo với Sở Công Thương tỉnh đó.

Sau gần 10 năm thực hiện, Nghị định 110/2005/NĐ-CP về quản lý bán hàng đa cấp đã bộc lộ một số bất cập, hoạt động bán hàng đa cấp xuất hiện nhiều biến tướng theo chiều hướng tiêu cực, nhiều chủ thể lợi dụng các khe hở của pháp luật để thực hiện các hành vi bất chính khiến cho hoạt động bán hàng 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 hoạt động này. Từ thực tiễn đó, năm 2014, Chính phủ đã ban hành các

văn bản quy phạm pháp luật mới thay thế cho hệ thống văn bản cũ để tăng cường hiệu quả quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Ngoài trừ Luật Cạnh tranh, các Nghị định và Thông tư cũ điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp 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 hoạt động bán hàng đa cấp thông qua việc quy định cơ quan quản lý nhà nước về BHĐC như đã nêu trên.

2.5 . Đối tượng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

2.5.1 Chủ thể tổ chức bán hàng đa cấp

Bán hàng đa cấp là một phương thức tiêu thụ sản phẩm mới xuất hiện ở nước ta trong những năm gần đây và được ghi nhận trong Luật cạnh tranh năm 2004. Các nhà làm luật Việt Nam quan niệm pháp luật về bán hàng đa cấp là một nội dung của pháp luật cạnh tranh. Theo đó, pháp luật cạnh tranh là tổng thể các quy tắc xử sự do Nhà nước ban hành hoặc thừa nhận để điều chỉnh những mối quan hệ mang tính cạnh tranh giữa các chủ thể kinh doanh với nhau nhằm đấu tranh chống các biện pháp hạn chế cạnh tranh và cạnh tranh không lành mạnh. Trong thương mại sẽ không thiếu yếu tố cạnh tranh nếu không có hành vi của chủ thể kinh doanh muốn vượt qua đối thủ của mình để có lợi nhuận trong việc sử dụng các yếu tố đầu vào phục vụ quá trình sản xuất hoặc để thu hút khách hàng sử dụng hàng hoá dịch vụ của mình thay vì sử dụng sản phẩm tương tự của chủ thể kinh doanh khác. Ngay từ khi mới ra đời, bán hàng đa cấp cạnh tranh với các phương thức tiêu thụ hàng hoá khác bằng việc sử dụng phương pháp quảng cáo trực tiếp và tận dụng các mối quan hệ của phân phối viên với người tiêu dùng để thu hút khách hàng. Vì vậy, những quan hệ xã hội phát sinh trong lĩnh vực bán hàng đa cấp là đối tượng chịu sự tác động của pháp luật cạnh tranh.

Mặc dù nhà nước ta thừa nhận việc tiêu thụ sản phẩm theo phương thức bán hàng đa cấp như là một nội dung thuộc quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp,

thể nhưng để hạn chế những biểu hiện tiêu cực có thể phát sinh trong lĩnh vực bán hàng đa cấp, nhất là phòng ngừa bán hàng đa cấp bất chính cho nên tổ chức bán hàng đa cấp phải đăng ký trước cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

Chủ thể đăng ký bán hàng đa cấp là doanh nghiệp thành lập theo quy định của pháp luật về doanh nghiệp, bao gồm doanh nghiệp được thành lập theo quy định của Luật Doanh nghiệp, Luật đầu tư nước ngoài hoặc Luật khuyến khích đầu tư trong nước.

2.5.2 Sản phẩm được tiêu thụ trong bán hàng đa cấp

Nghị định 42/2014/NĐ-CP quy định *tất cả hàng hoá đều được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp*; song lại đặt ra giới hạn bằng hai quy định sau:

Quy định cấm bán hàng theo phương thức đa cấp đối với một số loại hàng hóa quy định tại Khoản 2 điều 4 Nghị định 42/2014/NĐ-CP: *“hàng hoá thuộc danh mục hàng hoá cấm lưu thông, danh mục hàng hoá hạn chế kinh doanh, hàng giả, hàng nhập lậu theo quy định của pháp luật; hàng hoá là thuốc phòng chữa bệnh cho người; các loại vắc xin, sinh phẩm; trang thiết bị y tế và dụng cụ y tế; các loại thuốc thú y (bao gồm cả thuốc thú y thủy sản), thuốc bảo vệ thực vật; hoá chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế; nguyên liệu làm thuốc chữa bệnh; các loại hoá chất độc hại và sản phẩm có hoá chất độc hại theo quy định của pháp luật; mọi loại hình dịch vụ hoặc các loại hình kinh doanh khác không phải là mua bán hàng hóa, không được tiến hành kinh doanh theo phương thức đa cấp, trừ trường hợp pháp luật cho phép”*.

Quy định các điều kiện mà hàng hóa tham gia bán hàng đa cấp phải đáp ứng, bao gồm: *đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, an toàn, vệ sinh thực phẩm theo quy định của pháp luật; đảm bảo rõ ràng, hợp pháp về nguồn gốc, xuất xứ, tính năng, công dụng của hàng hoá; có nhãn hàng hoá theo đúng quy định của pháp luật*. Lý lẽ được sử dụng để biện minh cho những quy định này là khả năng ảnh hưởng đến đời sống xã hội của hoạt động bán hàng đa cấp và tính chất đặc thù của các loại hàng hóa bị cấm mua bán. Trong trường hợp này, lợi ích chung của cộng đồng được coi là cơ sở quan trọng cho những giới hạn nói trên.

2.5.3 Người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp

Người tham gia bán hàng đa cấp (sau đây gọi chung là người tham gia) là cá nhân có năng lực hành vi dân sự đầy đủ, đã ký hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với doanh nghiệp bán hàng đa cấp, trừ những cá nhân được quy định tại Điều 19 Nghị định 42/2014/NĐ-CP.

Vậy người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp chỉ có thể là cá nhân, còn tổ chức không được quyền tham gia bán hàng đa cấp. Có chăng, tổ chức nếu tham gia bán hàng đa cấp chỉ với tư cách là chi nhánh hoặc đại lý phân phối sản phẩm cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Khi đó, ngoài chức năng cung ứng sản phẩm, tổ chức làm chi nhánh hoặc đại lý còn có thể đại diện cho doanh nghiệp để xây dựng và quản lý mạng phân phối viên. Các nhà làm luật chỉ quy định rằng cá nhân mới có quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp bởi vì xuất phát từ đặc điểm và yêu cầu của hoạt động bán hàng đa cấp. Theo đó, bán hàng đa cấp là phương thức tiêu thụ sản phẩm dựa vào mối quan hệ thân quen và sự quảng cáo trực tiếp giữa phân phối viên với người tiêu dùng. Chủ thể tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp phải là người trực tiếp sử dụng, đánh giá chất lượng sản phẩm và dùng những hiểu biết kinh nghiệm cá nhân để tiếp thị sản phẩm với người thân quen.

Việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp yêu cầu người tham gia phải tiếp thị bán hàng cho người tiêu dùng, tức là tiến hành giao kết và thực hiện các giao dịch dân sự, do đó người tham gia bán hàng đa cấp phải ký kết hợp đồng tham gia và phải có năng lực hành vi dân sự đầy đủ.

Sau khi ký Hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với doanh nghiệp bán hàng đa cấp đúng theo quy định hướng dẫn tại Thông tư 24/2014/TT-BTM, người tham gia có quyền bán hàng đa cấp trên địa bàn mà doanh nghiệp đã đăng ký với cơ quan quản lý nhà nước. Khi đó, nhà phân phối có trách nhiệm bán sản phẩm hàng hóa, dịch vụ do doanh nghiệp đó cung cấp; đồng thời, phải giới thiệu người tham gia vào mạng lưới và cùng bán sản phẩm như bản thân mình. Khi đã giới thiệu đủ số người cũng như đạt được doanh số (theo quy định của doanh nghiệp), người tham gia sẽ được hưởng hoa hồng trên cơ sở kết quả tiêu thụ sản phẩm của mình và được trả thưởng trên cơ sở kết quả tiêu thụ sản phẩm của những người tham gia khác trong

mạng lưới do mình tổ chức ra. Tất cả những người tham gia trong mạng lưới bán hàng đa cấp đều bắt đầu xây dựng sự nghiệp cho mình và có xuất phát điểm cũng tương tự như những người thuộc cấp trên trước đó.

Ngoài điều kiện trên, pháp luật không cho phép các cá nhân sau đây tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp Khoản 1, Khoản 2 - Điều 19 Nghị định 42/2014/NĐ-CP:

“1. Người đang chấp hành hình phạt tù hoặc có tiền án về các tội sản xuất, buôn bán hàng giả, quảng cáo gian dối, kinh doanh trái phép, trốn thuế, lừa dối khách hàng, các tội lừa đảo chiếm đoạt tài sản, lạm dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản, chiếm giữ trái phép tài sản;

2. Người nước ngoài, người Việt Nam định cư nước ngoài không có giấy phép lao động tại Việt Nam do cơ quan có thẩm quyền cấp.”

2.6 . Hình thức và phương pháp quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

2.6.1 Hình thức quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

Hình thức hoạt động quản lý Nhà nước là sự biểu hiện về hoạt động quản lý của các cơ quan quản lý Nhà nước trong việc thực hiện các chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền của mình đối với các quan hệ xã hội. Trong hoạt động quản lý Nhà nước nói chung, quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp được chia thành:

➤ Hình thức ra văn bản quản lý Nhà nước:

Các cơ quan quản lý Nhà nước và các nhà lãnh đạo trong hoạt động lãnh đạo quản lý khi ra quyết định quản lý đều phải thể hiện bằng chữ viết, lời nói, dấu hiệu hoặc ký hiệu [45, tr.19].

Văn bản quy phạm pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là phương tiện thông tin, thể hiện nội dung các quy phạm pháp luật được ghi thành chữ viết giúp cho đối tượng quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp căn cứ vào đó mà thực hiện. Đồng thời đó cũng là tiêu chí để cơ quan và các nhà lãnh đạo kiểm tra việc thực hiện nhiệm vụ của các đối tượng và tùy theo đó mà truy cứu trách nhiệm, xử lý theo pháp luật khi đối tượng vi phạm văn bản quản lý. Ra văn bản quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp là hình thức hoạt động chủ yếu của quản lý nhà nước và chiếm vị trí quan trọng nhất trong hoạt động quản lý Nhà nước.

Hình thức văn bản quản lý Nhà nước được Nhà nước quy định nghiêm ngặt trong đối tượng, giới hạn, phạm vi và thẩm quyền không cơ quan nào, không thủ trưởng nào được lợi dụng và lạm dụng.

➤ **Hình thức hội nghị:**

Hội nghị là hình thức tập thể lãnh đạo ra quyết định gồm đại hội, hội nghị, hội báo, trao đổi nhỏ, hội thảo... Hội nghị là hình thức làm việc tập thể. Trong hội nghị, sau khi bàn công việc tập thể sẽ ra nghị quyết hội nghị. Nghị quyết của hội nghị được ghi trong biên bản chưa có hiệu lực pháp lý vì nó không phải là văn bản pháp quy. Nghị quyết này phải được thể hiện bằng văn bản pháp quy như nghị quyết, quyết định, chỉ thị... mới có hiệu lực pháp lý.

Trong hoạt động quản lý Nhà nước về bán hàng đa cấp, hội nghị là hình thức cần thiết quan trọng, đặc biệt đối với các cơ quan thẩm quyền chung, lãnh đạo tập thể [13]. Do đó việc tổ chức và chủ trì hội nghị phải được tiến hành một cách khoa học để cho trong một thời gian ngắn để thu được hiệu quả cao. Kinh nghiệm cho thấy cuộc hội nghị tập huấn pháp luật về bán hàng đa cấp của Cục Quản lý cạnh tranh tổ chức trong thời gian qua được chuẩn bị chu đáo từ triệu tập đối tượng, chương trình hội nghị, nội dung thảo luận thì hội nghị rất nhanh, gọn và thu được kết quả lớn, có hiệu quả cao [31].

➤ **Hình thức sử dụng các phương tiện kỹ thuật trong quản lý Nhà nước:**

Ngày nay, khi khoa học kỹ thuật phát triển các hình thức như ghi âm, điện thoại (smart phone), truyền hình, internet... đang trở thành phương tiện phổ thông nhất giúp cho các cơ quan quản lý nhà nước quản lý hoạt động bán hàng đa cấp có hiệu quả. Cụ thể, trên trang web của Bộ công thương với trang chủ là: <http://www.vca.gov.vn> và <http://www qlct.gov.vn> bên cạnh đó mở 63 tài khoản đăng nhập cho 63 Sở Công Thương [31].

2.6.2 Phương pháp quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Dựa trên nền tảng là phương pháp quản lý Nhà nước về kinh tế [33, tr.82] có thể khái niệm phương pháp quản lý nhà của Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là cách thức tác động có chủ đích và có thể có của Nhà nước lên hoạt động bán hàng đa cấp nhằm đạt được mục tiêu quản lý kinh tế - xã hội đặt ra.

Phương pháp quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp là biểu hiện cụ thể của mối quan hệ giữa những con người cụ thể, sinh sống với tất cả sự phong phú, phức tạp của đời sống. Vì vậy, các phương pháp quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp mang tính chất đa dạng và phong phú đó là vấn đề cần phải đặc biệt lưu ý trong quản lý kinh tế vì nó chính là bộ phận năng động nhất của hệ thống quản lý nhà nước. Phương pháp quản lý thường xuyên thay đổi trong từng tình huống cụ thể tùy thuộc vào đặc điểm của đối tượng cũng như năng lực và kinh nghiệm của Nhà nước và đội ngũ cán bộ, viên chức Nhà nước.

Như vậy, sử dụng phương pháp quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp vừa mang tính khoa học vừa mang tính nghệ thuật. Tính khoa học đòi hỏi phải nắm vững đối tượng với những đặc điểm vốn có của nó, để tác động trên cơ sở nhận thức và vận dụng các quy luật khách quan phù hợp với đối tượng. Tính nghệ thuật biểu hiện ở chỗ biết lựa chọn và kết hợp các phương pháp trong thực tiễn để sử dụng tốt tiềm năng và cơ hội của đất nước đạt mục tiêu quản lý đề ra. Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp có hiệu quả nhất khi biết lựa chọn đúng đắn và kết hợp linh hoạt các phương pháp quản lý. Đó chính là tài nghệ quản lý của Nhà nước nói chung và của cán bộ, công chức viên chức nói riêng.

Các phương pháp quản lý chủ yếu của Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp bao gồm:

2.6.2.1 Phương pháp hành chính

Phương pháp quản lý trong hành chính kinh tế là các cách tác động trực tiếp bằng các quyết định dứt khoát mang tính bắt buộc của Nhà nước lên đối tượng và khách thể trong quản lý kinh tế của Nhà nước nhằm đạt mục tiêu đặt ra trong những tình huống nhất định [33].

Đặc điểm cơ bản của phương pháp hành chính trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là tính bắt buộc, tính quyền lực. Tính bắt buộc đòi hỏi các đối tượng quản lý phải chấp hành nghiêm chỉnh các tác động hành chính, nếu vi phạm sẽ bị xử lý. Tính quyền lực đòi hỏi các cơ quan quản lý Nhà nước chỉ được phép đưa ra các tác động hành chính đúng và thẩm quyền của mình. Thực chất của các phương pháp hành chính trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa

cấp là sử dụng quyền lực Nhà nước để tạo ra sự phục tùng của các cá nhân và tổ chức trong hoạt động và quản lý.

Vai trò của các phương pháp hành chính trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp rất to lớn. Nó xác lập trật tự kỉ cương làm việc trong hệ thống: khâu nối các phương pháp khác lại thành một hệ thống: có thể giấu được ý đồ hoạt động: và giải quyết các vấn đề đặt ra trong quản lý rất nhanh chóng.

Các phương pháp hành chính tác động vào đối tượng quản lý theo hai hướng: tác động về mặt tổ chức và tác động điều chỉnh hành động của đối tượng quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Theo hướng tác động về mặt tổ chức, Nhà nước xây dựng và không ngừng hoàn thiện khung pháp luật, tạo ra một hành lang pháp lý cho các chủ thể kinh doanh đa cấp an tâm hoạt động trong an toàn và trật tự. Những chủ trương chính sách có tầm vóc lớn và dài hạn của Nhà nước đều phải được thể chế hóa bằng các đạo luật do Quốc hội thông qua nhằm đảm bảo được chấp hành nhất quán. Ban hành các văn bản quy định về quy mô, cơ cấu, điều lệ hoạt động, tiêu chuẩn nhằm thiết lập tổ chức và xác định những mối quan hệ hoạt động nội bộ theo hướng tác động điều chỉnh hành động của đối tượng quản lý, quy định những thủ tục hành chính buộc tất cả các chủ thể từ cơ quan Nhà nước, các doanh nghiệp đến hộ gia đình đều phải tuân thủ. Những công cụ này nhằm giúp Nhà nước cụ thể hóa khung luật pháp và các kế hoạch hướng dẫn thị trường, tác động trực tiếp và các chủ thể, như thủ tục xét duyệt cấp giấy phép đầu tư, thành lập doanh nghiệp: thủ tục đăng ký kinh doanh, đăng ký chất lượng, nhãn hiệu hàng hóa, thủ tục cấp giấy phép xuất nhập khẩu...

Tác động hành chính có hiệu lực ngay từ khi ban hành quyết định. Vì vậy, các phương pháp hành chính hết sức cần thiết trong những trường hợp hệ thống quản lý rơi vào những tình huống khó khăn, phức tạp.

Đối với những quyết định hành chính thì cấp dưới bắt buộc phải thực hiện, không lựa chọn, chỉ có cấp thẩm quyền ra quyết định mới có quyền thay đổi quyết định.

Sử dụng các phương pháp hành chính đòi hỏi các cấp quản lý phải nắm vững

những yêu cầu chặt chẽ sau đây:

Một là, quyết định hành chính chỉ có hiệu quả cao khi quyết định đó có căn cứ khoa học, được luận chứng đầy đủ về mặt kinh tế. Người ra quyết định phải hiểu rõ tình hình thực tế, nắm vững tình huống cụ thể. Cho nên, khi đưa ra quyết định hành chính phải cố gắng có đủ những thông tin cần thiết cho việc ra quyết định. Chủ thể quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp chỉ ra quyết định trên cơ sở đủ đảm bảo về thông tin. Tập hợp đủ thông tin, tính toán đầy đủ đến các lợi ích và các khía cạnh có liên quan bảo đảm cho quyết định hành chính có căn cứ khoa học.

Hai là, khi sử dụng các phương pháp hành chính phải gắn chặt quyền hạn và trách nhiệm của cấp ra quyết định. Mỗi bộ phận, mỗi cán bộ khi sử dụng quyền hạn của mình phải có trách nhiệm về việc sử dụng các quyền hạn đó. Ở cấp càng cao, phạm vi ra quyết định càng rộng, nếu càng sai thì tổn thất càng lớn. Người ra quyết định phải chịu trách nhiệm hoàn toàn về quyết định của mình.

Như vậy, phải đảm bảo gắn quyền hạn với trách nhiệm, chống việc lạm dụng quyền hành nhưng không có trách nhiệm cũng như chống hiện tượng trốn tránh trách nhiệm, không chịu sử dụng những quyền hạn được phép.

Tóm lại, các phương pháp hành chính là hoàn toàn cần thiết, không có phương pháp hành chính thì Nhà nước không thể quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp có hiệu quả. Hoàn chỉnh hệ thống pháp luật với các thể chế quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp phù hợp là nội dung cơ bản của quản lý Nhà nước về kinh tế ở nước ta hiện nay.

2.6.2.2 Phương pháp kinh tế

Phương pháp quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp tác động vào đối tượng quản lý thông qua các lợi ích kinh tế để cho đối tượng bị quản lý lựa chọn phương án hoạt động có hiệu quả nhất trong phạm vi hoạt động.

Mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của bán hàng đa cấp đều tuân theo các quy luật kinh tế khách quan. Sự chi phối của các quy luật đối với hoạt động của con người đều thông qua lợi ích kinh tế. Các phương pháp kinh tế chính là các phương pháp tác động của Nhà nước thông qua sự vận dụng các phạm trù kinh tế, các đòn bẩy kinh tế, các định mức kinh tế - kỹ thuật: tức là về thực chất các phương pháp

kinh tế là một biện pháp để sử dụng các quy luật kinh tế.

Tác động thông qua lợi ích kinh tế chính là tạo ra động lực thúc đẩy con người tích cực hoạt động. Động lực đó càng lớn nếu nhận thức đầy đủ và kết hợp đúng đắn các lợi ích tồn tại khách quan trong hệ thống. Mặt mạnh của phương pháp kinh tế chính là ở chỗ nó tác động vào lợi ích kinh tế của đối tượng quản lý (là cá nhân hoặc các doanh nghiệp) xuất phát từ đó mà họ lựa chọn phương án hoạt động vừa bảo đảm lợi ích riêng vừa bảo đảm cho lợi ích chung cũng được thực hiện.

Phương pháp kinh tế trong hoạt động BHĐC mở rộng quyền hành động cho các cá nhân và các doanh nghiệp, đồng thời cũng tăng trách nhiệm kinh tế của họ. Điều đó giúp Nhà nước giảm được nhiều việc điều hành, kiểm tra, đôn đốc chi lý, vụn vặt mang tính chất sự vụ hành chính, nâng cao ý thức kỷ luật tự giác của con người và của mọi doanh nghiệp. Việc sử dụng các phương pháp kinh tế luôn luôn được Nhà nước định hướng, nhằm thực hiện các nhiệm vụ kế hoạch, các mục tiêu kinh tế của từng thời kỳ của đất nước. Nhưng đây không phải là những nhiệm vụ gò ép mệnh lệnh chủ quan mà là những mục tiêu, nhiệm vụ có căn cứ khoa học và cơ sở chủ động. Nhà nước tác động lên đối tượng quản lý bằng các phương pháp kinh tế theo những hướng sau:

☒ Định hướng phát triển chung về bán hàng đa cấp bằng mục tiêu, nhiệm vụ phù hợp với điều kiện thực tế của hệ thống, bằng những chỉ tiêu cụ thể cho từng thời gian, từng cá nhân của hệ thống.

☒ Sử dụng các định mức kinh tế (mức thuế, mức lãi suất ngân hàng v.v), các biện pháp đòn bẩy, kích thích kinh tế để lôi cuốn, thu hút, khuyến khích các cá nhân và các doanh nghiệp phát triển bán hàng đa cấp theo hướng vừa lợi nhà, vừa ích nước.

☒ Bằng chính sách ưu đãi kinh tế để điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp trong cả nước và thu hút được tiềm năng của Việt kiều cũng như các tổ chức, cá nhân người nước ngoài.

2.7 Các nguyên tắc quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Nguyên tắc quản lý của Nhà nước là tư tưởng chỉ đạo hoạt động của tổ chức và hoạt động quản lý Nhà nước xã hội chủ nghĩa [34]. Nguyên tắc quản lý Nhà

nước không phải do Nhà nước hay do một cơ quan nào, một người nào tự ý đặt ra mà nó được hình thành dựa trên cơ sở đòi hỏi của các quy luật khách quan, trên kết quả nghiên cứu sâu sắc các điều kiện thực tế xã hội, trên bản chất chế độ chính trị, xã hội trong thời gian và hoàn cảnh cụ thể của đất nước. Nguyên tắc quản lý Nhà nước phải luôn phát triển cho phù hợp với sự biến động của các hiện tượng chính trị, xã hội mà nguyên tắc phản ánh cũng như sự phát triển nhận thức của con người, đồng thời nó cũng có những yếu tố tồn tại và sự ổn định lâu dài.

Vì thế, quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp phải tuân thủ các nguyên tắc quản lý nói chung của Nhà nước và được vận dụng cụ thể vào lĩnh vực kinh tế để hình thành các nguyên tắc quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp nhất định. Vậy, các nguyên tắc quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp của Nhà nước là các quy tắc chỉ đạo, những tiêu chuẩn của hành vi mà các cơ quan quản lý của Nhà nước phải tuân thủ trong quá trình quản lý kinh tế.

Theo đó, nguyên tắc quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp của Nhà nước với ba nguyên tắc cơ bản sau:

2.7.1 Nguyên tắc đảm bảo lợi ích của nhà nước và của xã hội

Quản lý kinh tế trước hết là quản lý con người, là tổ chức mang tính tích cực lao động của người lao động. Con người có những lợi ích, những nguyện vọng và những nhu cầu nhất định [33]. Do đó, một trong những nhiệm vụ quan trọng của quản lý là phải chú ý đến lợi ích của con người để khuyến khích việc làm có hiệu quả phát huy tính tích cực lao động của họ.

- Lợi ích từ hoạt động bán hàng đa cấp là sự vận động tự giác, chủ quan của con người nhằm thỏa mãn nhu cầu nào đó của con người

- Lợi ích từ hoạt động bán hàng đa cấp là một động lực to lớn nhằm phát huy tính tích cực, chủ động của con người

- Lợi ích từ hoạt động bán hàng đa cấp còn là phương tiện của quản lý cho nên phải dùng nó để động viên con người

Nội dung của nguyên tắc là phải kết hợp hài hòa 3 loại lợi ích: lợi ích của xã hội (hoặc thu gọn hơn là lợi ích của Nhà nước), lợi ích của doanh nghiệp bán hàng đa cấp và lợi ích của người tham gia bán hàng đa cấp, người tiêu dùng trên cơ sở

các đòi hỏi của các quy luật khách quan.

Các biện pháp kết hợp tốt 3 loại lợi ích:

- Thực hiện đường lối phát triển kinh tế về phương thức bán hàng đa cấp đúng đắn dựa trên cơ sở vận dụng các quy luật khách quan phù hợp với đặc điểm của đất nước. Đường lối đó phản ánh lợi ích cơ bản và lâu dài của toàn xã hội, cũng tức là lợi ích của mọi thành viên xã hội

- Xây dựng và thực hiện các quy hoạch và kế hoạch chuẩn xác. Kế hoạch quy tụ quyền lợi của cả hệ thống bán hàng đa cấp và phải có tính hiện thực cao.

- Thực hiện đầy đủ chế độ hoạch toán kinh tế và vận dụng đúng đắn các đòn bẩy kinh tế để quản lý một cách có hiệu quả mọi tiềm năng và cơ hội.

Người tham gia bán hàng đa cấp, các tập thể của họ không phải chỉ có lợi ích vật chất mà còn có lợi ích tinh thần. Có những động cơ tinh thần, tư tưởng thúc đẩy hoạt động lao động của con người như: giá trị lao động của mỗi người đối với xã hội, niềm tự hào và vinh dự lao động, lương tâm lao động và nhiệt tình sản xuất, niềm vui sáng tạo, hào hứng tăng thêm kiến thức và tìm tòi, sự phấn khởi về tình cảm. Sự thích thú thẩm mỹ về lao động và kết quả lao động của mình. Con người còn có những quyền lợi về chính trị, tự do, dân chủ, quyền lực hưởng thụ những giá trị, văn hóa tinh thần do xã hội bảo đảm cho họ

Nhận thức lợi ích chẳng qua là vạch rõ khuynh hướng của các quy luật, phạm vi cường độ tác động của chúng, chỉ khi nào các hình thức và phương pháp quản lý phù hợp với lợi ích của xã hội, của tập thể và của cá nhân thì các quy luật của chủ nghĩa xã hội mới được nhận thức đúng đắn và được vận dụng khéo léo nhằm mục đích phát triển nền kinh tế xã hội. Cho nên việc nghiên cứu lợi ích, việc thỏa mãn và kết hợp chung là cơ sở vững chắc để cải tiến các phương pháp quản lý.

2.7.2 Nguyên tắc pháp chế XHCN

Pháp chế XHCN là sự tuân thủ và chấp hành một cách chính xác đầy đủ và nghiêm chỉnh pháp luật của các cơ quan Nhà nước, các tổ chức xã hội và mọi công dân [80]. Nguyên tắc này không cho phép các cơ quan Nhà nước thực hiện việc quản lý Nhà nước một cách chủ quan, tùy tiện mà phải dựa vào pháp luật, làm đúng pháp luật, nghiêm chỉnh chấp hành pháp luật của Nhà nước [43, tr.15]. Để thực hiện

nguyên tắc này phải có các điều kiện: xây dựng và hoàn chỉnh pháp luật về bán hàng đa cấp; giáo dục pháp luật cho người dân về cách tiếp cận phương thức bán hàng đa cấp; phải xử lý một cách nghiêm minh mọi hành vi vi phạm pháp luật cụ thể là hành vi bán hàng đa cấp bất chính.

Đảng và Nhà nước đã chỉ rõ pháp luật được chấp hành nghiêm chỉnh, mọi người đều bình đẳng trước pháp luật... bất cứ ai vi phạm pháp luật đều phải đưa ra xét xử theo pháp luật, không được giữ lại để xử lý nội bộ. Cấm bao che hành động phạm pháp và người phạm pháp bất cứ dưới hình thức nào .

2.8 . Nội dung quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

2.8.1 Ban hành văn bản quy phạm pháp luật về hoạt động BHĐC

Pháp luật là công cụ cực kỳ quan trọng để Nhà nước quản lý xã hội, điều chỉnh các quan hệ xã hội theo mục tiêu đã định. Ban hành và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật là một trong những nội dung quan trọng, tất yếu của quản lý nhà nước.

Các văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp phải thể chế hóa được những quan điểm, chủ trương của Đảng và Nhà nước về chính sách kinh tế, đường lối phát triển kinh tế theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Các văn bản quy phạm pháp luật với giá trị hiệu lực khác nhau, do các cơ quan có thẩm quyền khác nhau ban hành quy định quyền và nghĩa vụ của các chủ thể bán hàng đa cấp cũng như của các chủ thể tham gia quan hệ quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp...

Trong thời gian qua, Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản quy phạm pháp luật để điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp:

(1) Luật Cạnh tranh được Quốc hội ban hành ngày 09/11/2004, có hiệu lực ngày 1/7/2005. Khoản 1, Điều 3 của Luật này quy định về các quy tắc bán hàng đa cấp, Điều 48 nêu rõ các trường hợp bán hàng đa cấp bất chính (*như đã trình bày tại mục khái niệm bán hàng đa cấp bất chính*).

(2) Ngày 24 tháng 8 năm 2005 Chính phủ ban hành Nghị định 110/2005/NĐ-CP nhằm cụ thể hóa quy định của Luật Cạnh tranh năm 2004 về BHĐC.

(3) Ngay sau khi Nghị định 110/2005/NĐ-CP ban hành, Bộ Thương mại (nay

là Bộ Công Thương) cũng đã có Thông tư 19/2005/TT-BTM ngày 08/11/2005 hướng dẫn một số nội dung quy định tại Nghị định 110/2005/NĐ-CP liên quan đến thủ tục đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp của các doanh nghiệp tại các Sở Công thương cấp tỉnh.

(4) Nghị định 120/2005/NĐ-CP ngày 30/9/2005 về việc 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 và Nghị định 06/2008/NĐ-CP ngày 16/01/2008 về xử phạt vi phạm 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.

(5) Nghị định 119/2011/NĐ-CP của Chính phủ ngày 16 tháng 12 năm 2011 sửa đổi, bổ sung thủ tục hành chính tại Nghị định số 116/2005/NĐ-CP ngày 15 tháng 9 năm 2005 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Cạnh tranh.

(6) Quyết định số 20/2006/QĐ-BTM của Bộ Thương mại ngày 17/5/2006 về việc ban hành các mẫu quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh.

(7) Quyết định số 92/2005/QĐ-BTC của Bộ Tài chính ngày 09/12/2005 về việc quy định mức thu, chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng lệ phí cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp.

(8) Nghị định số 42/2014/NĐ-CP ngày 14/5/2014 của Chính phủ thay thế Nghị định 110/2005/NĐ-CP ngày 24 tháng 8 năm 2005 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.

(9) Nghị định 71/2014/NĐ ngày 21 tháng 7 năm 2014 quy định chi tiết Luật Cạnh tranh về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh thay thế Nghị định 120/2005/NĐ-CP ngày 30 tháng 9 năm 2005 của Chính phủ.

(10) Thông tư 24/2014/TT – BTC ngày 30/7/2014 quy định chi tiết thi hành một số điều của Nghị định 42/2014/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.

(11) Thông tư 197/2014/TT – BTC ngày 18/12/2014 quy định mức thu, chế độ thu, nộp quản lý và sử dụng phí thẩm định, lệ phí cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt

động bán hàng đa cấp.

Tóm lại, trước năm 2004, Việt Nam chưa ban hành pháp luật điều chỉnh BHĐC do chưa nhìn thấy vai trò và nhu cầu về việc thừa nhận hình thức kinh doanh này, cũng như chưa xác định rõ cơ chế chính sách quản lý BHĐC. Chỉ từ năm 2004 nhà nước ta mới khẩn trương ban hành và kịp thời sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện văn bản pháp luật về BHĐC.

2.8.2 Tổ chức thực hiện văn bản pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Khi các thể chế được ban hành, muốn đưa vào áp dụng trong thực tiễn thì phải tổ chức thực hiện. Hiện nay, việc tổ chức thực hiện các quy định pháp luật về BHĐC do chính các cơ quan nhà nước và cá nhân có thẩm quyền tiến hành với các nội dung sau:

Một là, tổ chức thực hiện chính sách về BHĐC. Chính sách thừa nhận và tạo điều kiện phát triển hình thức kinh doanh BHĐC là phù hợp với quan điểm của Đảng ta về “chủ động hội nhập kinh tế quốc tế”, được nêu tại Nghị quyết đại hội lần thứ IX của Đảng cũng như các văn kiện khác của Đảng như Nghị quyết số 07-NQ/TW của Bộ Chính trị khóa IX “Về hội nhập kinh tế quốc tế”³.

Chính sách này đã được thể chế hóa bằng Luật Cạnh tranh ngày 03/12/2004, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2005. Theo đó, bên cạnh việc tiếp tục duy trì, củng cố và phát triển các hình thức kinh doanh đa cấp, Luật Cạnh tranh năm 2005 lần đầu tiên quy định về BHĐC là phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa. Việc ghi nhận BHĐC trong luật và kế tiếp cụ thể hóa trong Nghị định 110/2005/NĐ-CP thời gian qua đã góp phần phục vụ kịp thời cho công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC. Tuy nhiên, hiện tượng BHĐC bất chính diễn ra do thực trạng việc áp dụng các quy định của Nghị định 110/2005/NĐ - CP vẫn còn nhiều bất cập Nghị định 42/2014/NĐ-CP ban hành thay thế đã phần nào khắc phục tình trạng buông lỏng quản lý hoạt động BHĐC...Cơ quan quản lý nhà nước chưa có kinh

³ Nghị quyết Đại hội lần thứ X của Đảng tiếp tục khẳng định chủ trương “chủ động và tích cực hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời mở rộng hợp tác quốc tế trong các lĩnh vực khác”; ngày 05-02-2007, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X đã ban hành Nghị quyết số 08-NQ/TW “Về một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới”.

nghiệm về quản lý loại hình BHĐC, Mỗi địa phương có cách nhìn nhận vấn đề quy hoạch, phát triển loại hình kinh doanh đa cấp khác nhau nên việc quản lý cũng khác nhau. Có nhiều vấn đề phát sinh mà pháp luật chưa quy định hoặc quy định chưa rõ, hay quy định chồng chéo nhau... Những vấn đề nêu trên đã đặt ra cho các cơ quan quản lý nhà nước nhiều vấn đề thực tiễn cần được pháp luật điều chỉnh kịp thời để từng bước đưa hoạt động BHĐC đi vào ổn định, tạo hành lang pháp lý an toàn, thuận lợi cho các doanh nghiệp BHĐC.

Hai là, tổ chức triển khai thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về BHĐC với các quy định cụ thể về BHĐC và quản lý hoạt động BHĐC. Các quy định về BHĐC và quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC hiện nay có nhiều bất cập nên việc tổ chức triển khai thực hiện trên thực tiễn vẫn còn nhiều vấn đề cần phải nghiên cứu, bàn luận trên phương diện lý luận khoa học pháp lý. Tổ chức triển khai thực hiện việc quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC còn nhiều bất cập do nhận thức và quy định của pháp luật chưa rõ ràng và thiếu đi nhiều quy định cụ thể (ví dụ như quản lý mạng lưới người tham gia BHĐC và hàng hóa BHĐC...)

Nói tóm lại, trên phương diện lý luận, việc tổ chức triển khai thực hiện các chính sách, thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC đảm bảo các tiêu chí cụ thể sau: (1) tổ chức thực hiện nghiêm chỉnh các chính sách, thể chế là một đòi hỏi khách quan của quản lý nhà nước; (2) việc tổ chức thực hiện các chính sách, các thể chế phải bảo đảm các hình thức, tính tuân thủ và áp dụng nghiêm quy định của pháp luật để ra các quyết định hành chính đúng đắn; (3) hướng dẫn chuyên môn nghiệp vụ; (4) chỉ đạo, điều hành về tổ chức và hoạt động BHĐC; (5) các chính sách, thể chế được ban hành và được triển khai thông qua các văn bản pháp luật chuyên ngành về BHĐC.

2.8.3 Thanh tra, kiểm tra hoạt động bán hàng đa cấp

Đối với hoạt động bán hàng đa cấp việc thanh tra, kiểm tra được thực hiện bởi Sở Công thương và Cục Quản lý cạnh tranh và các cơ quan kiểm tra hoạt động kinh doanh khác. Chế độ thanh tra, kiểm tra hoạt động bán hàng đa cấp bao gồm hai giai đoạn:

Một là, tiền kiểm thẩm định hồ sơ đề nghị cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp; Kiểm tra các nội dung khi thẩm định hồ sơ đề nghị cấp giấy đăng ký tổ chức

bán hàng đa cấp; Từ chối cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp nếu phát hiện nội dung trái với quy định pháp luật.

Hai là, hậu kiểm: Kiểm tra, giám sát, sau khi cấp giấy và nhận được thông báo của doanh nghiệp bán hàng đa cấp về kế hoạch bán hàng đa cấp trên địa bàn. Về việc tuân thủ nghĩa vụ đề nghị cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp; đã được cấp bổ sung trước khi có thay đổi nội dung chương trình bán hàng. Việc thực hiện trách nhiệm của doanh nghiệp: Nghĩa vụ công khai, cung cấp thông tin; Nghĩa vụ khấu trừ và nộp thuế; Hệ thống thẻ thành viên; Công tác đào tạo bồi dưỡng nghiệp vụ pháp luật về bán hàng đa cấp. Về việc kiểm tra giám sát việc xây dựng mạng lưới như hoạt động quảng cáo, hội thảo, các hoạt động khác: Vấn đề cung cấp thông tin, thu phí; Các yêu cầu đối với người tham gia; Công tác ký kết hợp đồng với người tham gia; Việc chi trả tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế; Việc thông báo cho sở Công Thương ngoài tỉnh đặt trụ sở chính.

Thứ nhất, khi các nội dung của cơ chế tiền kiểm chỉ còn là hình thức và không thể thực hiện chức năng chọn lọc doanh nghiệp như ý định ban đầu thì mọi gánh nặng của việc quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp sẽ đổ dồn lên các hoạt động hậu kiểm. Trong đó, trách nhiệm chính thuộc về cơ quan Quản lý cạnh tranh và Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Lúc này, hiệu quả của hoạt động quản lý cơ bản phụ thuộc vào hai yếu tố: (i) tính hợp lý của các biện pháp hậu kiểm; (ii) năng lực của cơ quan quản lý. [61, tr.25]

Thứ hai, dựa vào những nội dung của hoạt động hậu kiểm, có thể thấy rằng việc quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp chủ yếu là ngăn chặn và xử lý hành vi vi phạm của doanh nghiệp và người tham gia. Để ngăn chặn và kịp thời phát hiện vi phạm, nhà nước cơ bản dựa vào hoạt động báo cáo định kỳ của doanh nghiệp và hoạt động kiểm tra, thanh tra của các cơ quan chức năng. Tuy nhiên, các báo cáo mà doanh nghiệp nộp chỉ cung cấp cho cơ quan có thẩm quyền một vài thông số về doanh thu, về việc nộp thuế và tình hình phát triển của mạng đa cấp. Nó không thể phản ánh tình hình vi phạm của doanh nghiệp bởi tác giả của các báo cáo nói trên là doanh nghiệp đang bị quản lý. Vì thế, sự chủ động trong việc thanh tra, kiểm tra của các cơ quan chức năng sẽ quyết định đến hiệu quả của cơ chế hậu kiểm. Nghị định

42/2014/NĐ-CP trao cho cơ quan Cục quản lý cạnh tranh và Sở Công Thương các tỉnh quyền chủ động về thời gian, cấp độ, nội dung thanh tra, kiểm tra hoạt động bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, pháp luật lại chưa quan tâm đến trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc lưu trữ các giấy tờ cần thiết phục vụ cho việc thanh tra, kiểm tra. Kinh nghiệm của Đài Loan cho thấy, pháp luật của họ buộc doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải chuẩn bị và lưu giữ tại địa điểm kinh doanh chủ yếu của nó các báo cáo tài chính, kế toán đã được kiểm toán, báo cáo hoạt động, bản cân đối doanh thu, báo cáo về hàng hóa tồn kho... Ngoài các cơ quan nhà nước, những người tham gia mạng đa cấp với thời gian tham gia trên 1 năm có quyền giám sát các báo cáo nói trên. Tác giả cho rằng, pháp luật Việt Nam nên tham khảo kinh nghiệm này, bởi lẽ, từ nó hoạt động thanh tra, kiểm tra sẽ thuận lợi và chủ động hơn.

2.8.4 Xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động bán hàng đa cấp

Hoạt động bán hàng đa cấp được thực hiện với quy mô số lượng thành viên tham gia mạng lưới rộng lớn, tính chất hoạt động kinh doanh phức tạp, liên quan đến nhiều lĩnh vực quản lý. Các vi phạm pháp luật của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp được xem xét xử lý dưới góc độ quản lý chuyên ngành cụ thể. Riêng hành vi bán hàng đa cấp bất chính quy định tại Điều 36 Nghị định 71/2014/NĐ-CP thuộc thẩm quyền xử lý của cơ quan quản lý cạnh tranh; đối với các hành vi vi phạm khác của bán hàng đa cấp thẩm quyền xử lý theo Luật xử lý vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại.

Quan hệ liên kết và hợp tác cũng như tư cách độc lập giữa doanh nghiệp và người tham gia được coi là quan điểm nền tảng cho việc phân định trách nhiệm của doanh nghiệp và người tham gia về các hành vi vi phạm. Từ đó, doanh nghiệp hoặc cá nhân người tham gia sẽ phải tự mình chịu trách nhiệm trước pháp luật khi có hành vi vi phạm. Hành vi vi phạm của doanh nghiệp có thể là vi phạm Luật Cạnh tranh hoặc vi phạm pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp theo Nghị định 42/2014/NĐ-CP.

Khác với Nghị định 110, Nghị Định 42 qui định chỉ cần vi phạm từ 02 hành vi qui định tại Điều 5 là có thể bị thu hồi giấy phép bán hàng đa cấp. Vì vậy, khi đầu tư vào doanh nghiệp với số tiền vốn pháp định, ký quỹ, xây dựng bộ máy, hệ thống

tiếp thị bán hàng với giá trị lớn, không doanh nghiệp nào lại bất chấp hoặc mạo hiểm vi phạm pháp luật để bị tước giấy phép vì vậy hoạt động của các doanh nghiệp có chiều sâu, có tính toán, chỉnh chu và nề nếp, chặt chẽ hơn nhiều.

Nghị định 42/2014/NĐ-CP ràng buộc trách nhiệm giám sát người tham gia bán hàng đa cấp của tổ chức bán hàng đa cấp để chuẩn hóa phần nào hoạt động của người tham gia thuộc doanh nghiệp mình (điều không có thể hiện trong Nghị định 110/2005). Điều 22 của Nghị định 42/2014/NĐ-CP qui định doanh nghiệp phải chịu trách nhiệm đối với hoạt động bán hàng đa cấp của người tham gia bán hàng đa cấp khi hoạt động bán hàng được người tham gia thực hiện tại trụ sở chính, chi nhánh, văn phòng đại diện hoặc địa điểm kinh doanh của doanh nghiệp bất kể doanh nghiệp có hoặc không có liên quan. Do vậy, doanh nghiệp phải rất quan tâm đến sự tuân thủ qui định pháp luật mà không thả nổi, tiếp tay, xúi giục người tham gia vi phạm để cùng hưởng lợi.

So với trước đây việc cấp phép và quản lý dựa trên tỉnh thành nơi doanh nghiệp đặt trụ sở đã không phát huy hiệu quả khi doanh nghiệp thông báo hoạt động trên địa bàn của tỉnh, thành phố khác với tâm lý Sở nào cấp thì Sở đó quản lý địa phương không có số liệu, không có liên quan. Hơn nữa, trong phạm vi 01 địa phương nếu số lượng doanh nghiệp nhiều và nhân sự quản lý chuyên trách mỏng làm cho khâu thanh tra, kiểm tra hậu kiểm không đảm bảo chặt chẽ, thường xuyên khiến cho các doanh nghiệp gia tăng các hoạt động vi phạm. Nghị định 42 giao thẩm quyền cấp phép ở cơ quan cấp Bộ là khắc phục được điểm hạn chế trong công tác quản lý doanh nghiệp thống nhất lại 01 cơ quan cao nhất để các địa phương đều ngang nhau về vai trò tạo ra sự đồng thuận. Hơn nữa, việc thanh tra, kiểm tra giám sát trao đổi thông tin được triển khai đồng bộ từ cơ quan cấp bộ đến cơ quan quản lý địa phương dẫn đến khâu hậu kiểm đạt kết quả cao kịp thời chấn chỉnh các hành vi vi phạm của doanh nghiệp và người tham gia trên phạm vi toàn quốc.

2.9 Kinh nghiệm quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC ở các nước trên thế giới

2.9.1 Kinh nghiệm của Hoa Kỳ:

Qua nghiên cứu mô hình BHĐC của Hoa kỳ, tác giả có thể rút ra kinh

nghiệm quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHĐC như sau:

Về cơ sở pháp lý để quản lý BHĐC: Ở cấp độ Liên bang không có đạo luật riêng đặc biệt để quản lý BHĐC. Cục quản lý được liên bang quản lý thông tin ghi trên nhãn mác hàng hóa. Nhiều bang ở nước Mỹ có quy chế riêng quản lý BHĐC và hình thức tháp ảo trong kinh doanh. Đáng chú ý nhất năm Bang có quy chế đặc biệt về quản lý BHĐC: Massachusetts, Georgia, Louisiana, Wyoming và Maryland. Riêng hai Bang New-Mexico và Nam Dakota sau một số thời gian thấy BHĐC khó quản lý, chính quyền Bang đề nghị các công ty KDĐC không cho đăng ký kinh doanh ở Bang mình. Như vậy cho thấy: ngay tại Hoa Kỳ một đất nước có kinh tế thị trường phát triển, nhưng do hình thức BHĐC chứa đựng nhiều nguy cơ tiềm ẩn, gây ảnh hưởng đến cộng đồng, đến người tiêu dùng, nên Chính quyền các Bang đều ban hành các quy chế đặc thù để quản lý hình thức kinh doanh thương mại này.

Những điểm đáng chú ý trong Bộ luật quản lý BHĐC tại các Bang của Hoa Kỳ mà Việt Nam nói chung và chính quyền và Sở Công thương thành phố Hồ Chí Minh có thể học hỏi là: Ban hành quy chế nghiêm cấm KDĐC theo kiểu mô hình kim tự tháp (Pyramid Club): Luật của Bang Oregon nêu: người điều hành kinh doanh mô hình kim tự tháp được coi là vi phạm pháp luật; còn Bang California Luật nêu người lãnh đạo chuỗi kinh doanh tháp ảo, điều hành “chuỗi mắt xích” kim tự tháp đều vi phạm luật hình sự của Bang này (Điều 327 Bộ luật hình sự Bang California). Luật Bang Texas cũng coi hành vi kinh doanh theo mô hình kim tự tháp là hành vi gian dối thương mại, vi phạm pháp luật (Điểm 4 mục 17.461 Pyramid Promotional Scheme); Pháp luật của Bang Oregon nêu rõ năm biểu hiện sau đây trong BHĐC được coi là vi phạm pháp luật: Nhà phân phối phải đóng 1 khoản tiền để gia nhập chuỗi BHĐC. Lợi nhuận thu được từ chênh lệch giữa giá mua và giá bán quá cao (Không vượt quá 35% so với giá bán). NPP bị công ty BHĐC buộc phải mua trước 1 lượng lớn hàng hóa, lượng tồn kho tại NPP là điều kiện bắt buộc để tham gia vào chuỗi BHĐC. Cấm giải thích cho NPP, người tiêu dùng rằng: mua sản phẩm là mua cơ hội KDĐC. Buộc NPP phải mua một bộ SP để giới thiệu cho khách hàng; Pháp luật của năm Bang Massachusetts, Georgia, Louisiana, Wyoming và Maryland quy định: Công ty KDĐC phải đảm bảo cho NPP được tự quyết định ngừng BHĐC vào bất cứ thời điểm nào và

vì bất cứ lý do gì. Trong trường hợp này công ty KDĐC phải mua lại hàng tồn kho và các tài liệu công cụ hỗ trợ kinh doanh của NPP với mức giá không thấp hơn 90 % giá trị hàng hóa sau thuế. Trong trường hợp này chi phí gửi hàng từ NPP đến công ty BHĐC do NPP phải chịu. Ngoài ra luật của năm Bang này cấm quảng cáo thu nhập bằng tiền mà NPP được hưởng khi tham gia vào chuỗi BHĐC. Luật của Bang Oklahoma và Bang Texas cũng buộc công ty BHĐC hoàn trả tiền cho NPP đối với hàng hóa không bán hết trong vòng 12 tháng; Pháp luật của nhiều Bang ở Hoa Kỳ quy định trên mẫu của hợp đồng giữa công ty BHĐC và NPP phải nêu rõ các điều khoản về chấm dứt hợp đồng, vấn đề bồi thường; Vấn đề mua lại hàng hóa tồn kho của NPPv.v...

Vấn đề chế tài và xử phạt hành vi BHĐC bất hợp pháp: Bang Louisiana chế tài trong BHĐC trong trường hợp vi phạm bao gồm phạt tiền và án hình sự, cụ thể tại điều 362 - 363 quảng cáo bất hợp pháp về BHĐC có thể bị phạt tối đa 10.000 USD, phạt tù tối đa là 10 năm kèm theo lao động cưỡng chế; Bang Illinois quy định hình thức kinh doanh theo mô hình kim tự tháp được coi là vi phạm pháp luật, trong trường hợp vi phạm cơ quan tư pháp của nước này yêu cầu tòa có thể xử phạt với mức phạt dân sự lên đến 50.000 USD.

Về nâng cao vai trò của Hiệp hội Bán hàng trực tiếp tại Hoa Kỳ (Direct Selling Association - DSA): Hiệp Hội bán hàng trực tiếp của Hoa Kỳ ra đời 1968 có trụ sở tại Washington D.C, đến tháng 9/2015, hiệp hội kết nạp 200 thành viên [93] DSA tham gia với tư cách là Tổng thư ký của Liên đoàn các Hiệp Hội bán hàng trực tiếp của Thế giới (the secretariat of the World Federation of Direct Selling Associations - WFDSA). Sự phát triển của phương thức KDĐC của Hoa Kỳ ngày nay có sự đóng góp không nhỏ của DSA. Để Hiệp hội hoạt động tốt, tạo ra hình thức bán hàng được xã hội chấp nhận và ủng hộ DSA thực hiện các công việc sau:

Ban hành Bộ tiêu chuẩn đạo đức kinh doanh (Code of Ethics, Business Ethics): trong các văn kiện này quy định những tiêu chuẩn quy tắc đạo đức mà các doanh nghiệp KDĐC phải tuân thủ, các quy tắc này có những điểm đáng chú ý: Các công ty thành viên của Hiệp hội không được có những hành vi gian dối trái với đạo đức mang tính lừa gạt người tiêu dùng. Các công ty BHĐC không được đưa ra các

công bố có thể gây sự nhầm lẫn cho NPP hoặc người tiêu dùng. Các công ty BHĐC không được quảng cáo về thu nhập thực tế hoặc thu nhập dự kiến mà NPP sẽ thu được khi tham gia vào mạng lưới KDĐC. Quy định về mối quan hệ giữa công ty BHĐC và NPP; Công ty BHĐC phải nêu rõ trong hợp đồng: NPP có thể rời mạng lưới kinh doanh bất cứ thời điểm nào và công ty phải có trách nhiệm mua lại sản phẩm tồn kho ở NPP (hàng hóa phải đảm bảo giá trị thương mại: không hư hỏng, quá đắt v.v...), giá mua bằng 90% trị giá NPP đã mua từ công ty BHĐC.

Hiệp hội DSA là cầu nối giữa các DN BHĐC và các Nhà lập pháp, Chính phủ liên Bang và các Bang trong xây dựng cơ chế chính sách quản lý BHĐC tại Hoa Kỳ. Hiệp hội đóng vai trò tích cực thúc đẩy Chính phủ Hoa Kỳ khi đàm phán TM song phương và đa phương buộc các đối tác phải mở cửa thị trường cho KDĐC được thâm nhập. Ví dụ tại Trung Quốc năm 1998 đã đưa ra quyết định cấm BHĐC vì trước đó KDĐC để lại điều tiếng xấu, hàng vạn người bị lừa đảo, nhiều nơi tại Trung Quốc không thể quản lý được BHĐC. Nhưng khi vào WTO năm 2005, dưới sức ép của Hoa Kỳ và các nước thành viên khác, Trung Quốc phải mở cửa lại cho hình thức BHĐC được kinh doanh hợp pháp tại đất nước này.

2.9.2 Kinh nghiệm của Trung Quốc

Sau 15 năm hình thức BHĐC có mặt tại Trung Quốc đến 1/12/2005 pháp luật điều chỉnh hoạt động KDĐC ra đời, Luật có 8 phần chứa đựng 55 điều. Từ đó, chúng ta rút kinh nghiệm quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC với nội dung của Luật có những điểm đáng chú ý sau đây:

(1) Cơ quan quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHĐC tại Trung Quốc là Cục Quản lý công nghiệp và thương mại (SAIC), cơ quan này là nơi cấp giấy phép KDĐC duy nhất tại Trung Quốc. Ngoài ra SAIC còn quản lý hoạt động, ra lệnh điều tra khi doanh nghiệp BHĐC có hiện tượng vi phạm luật phần 6, điều 35 Luật BHĐC của Trung Quốc cơ quan này phải thường xuyên cập nhật công bố trên trang Website của mình danh sách các công ty BHĐC hợp pháp và danh sách các công ty vi phạm và hình thức xử lý với các công ty này.

(2) Cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại ở địa phương, các khu tự trị hỗ trợ quản lý Nhà nước đối với BHĐC diễn ra trên địa bàn quản lý của mình: Tiếp nhận hồ

sơ xin lập cơ sở KDĐC và chuyển đến SAIC trong vòng bảy ngày sau khi tiếp nhận hồ sơ; Báo cáo với SAIC về hoạt động BHĐC diễn ra trên địa bàn mình quản lý.

(3) Điều 7 của pháp luật BHĐC Trung Quốc quy định rõ: Điều kiện để nộp hồ sơ thành lập công ty BHĐC tại Trung Quốc: Nhà đầu tư có nền tảng kinh doanh vững chắc, không vi phạm pháp luật, có tiền án trong năm năm đến thời điểm xin giấy phép. Nhà đầu tư nước ngoài phải có ít nhất ba năm hoạt động BHĐC ngoài lãnh thổ Trung Quốc. Vốn điều lệ không ít hơn 80 triệu nhân dân tệ. Ký quỹ an ninh tại ngân hàng do SAIC chỉ định. Nộp đủ hồ sơ do SAIC quy định.

(4) Công ty BHĐC: Không được quảng cáo về mức lợi nhuận NPP kiếm được để lôi kéo tham gia BHĐC; Ở tại nơi đăng ký triển khai công ty BHĐC phải thành lập các cơ sở phục vụ chăm sóc khách hàng để hỗ trợ các NPP bán hàng, các cơ sở này phải hỗ trợ thông tin về giá, tính năng sản phẩm, cách sử dụng có hiệu quả sản phẩm, đổi hàng cho khách.

(5) Điều 18 của pháp luật BHĐC Trung Quốc quy định rõ NPP trong BHĐC phải thỏa mãn các điều kiện: 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 được tham gia kiếm tiền ngoài giờ bằng cách BHĐC.

(6) Pháp luật của Trung Quốc quy định về mối quan hệ giữa công ty KDĐC với người phân phối tham gia BHĐC: Công ty BHĐC phải ký hợp đồng với NPP trong hợp đồng nêu rõ trách nhiệm, quyền lợi, nghĩa vụ của các Bên; Trong hợp đồng phải nêu NPP chỉ được hoạt động trên địa bàn mà công ty hoặc chi nhánh công ty BHĐC có đăng ký kinh doanh và có cơ sở dịch vụ khách hàng; Trong hợp đồng nêu rõ trong vòng 60 ngày kể từ khi ký hợp đồng NPP có thể chấm dứt hợp đồng bất cứ lúc nào, còn ngoài 60 ngày muốn chấm dứt hợp đồng thì NPP phải báo trước 15 ngày cho công ty KDĐC.

(7) Vấn đề đào tạo nêu trong luật BHĐC của Trung Quốc: Công ty BHĐC phải có trách nhiệm đào tạo cho các NPP do họ tuyển dụng; Công ty BHĐC 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 BHĐC; Vì

BHĐC là phương thức kinh doanh đặc thù, cho nên những cơ sở đào tạo không kinh doanh BHĐC không được tổ chức đào tạo huấn luyện kiến thức BHĐC; Người trực tiếp giảng dạy, huấn luyện phải có điều kiện: Có trình độ đại học, trên ĐH, đã tham gia trực tiếp BHĐC từ một 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 tham gia giảng dạy huấn luyện kiến thức BHĐC phải gửi đến cơ quan quản lý Nhà nước phê duyệt; Nghiêm cấm người nước ngoài tham gia đào tạo, huấn luyện BHĐC; Công ty BHĐC và người tham gia đào tạo phải chịu trách nhiệm pháp lý về tổ chức đào tạo.

(8) Về vấn đề trả thưởng trong BHĐC: Điều 25-28 nêu rõ công ty BHĐC trả thù lao và hoa hồng cho NPP không được vượt quá 30% tổng doanh thu từ BHĐC. Quy định về trả thưởng này phải ghi rõ trong hợp đồng và là cơ sở pháp lý giải quyết tranh chấp giữa công ty BHĐC và NPP.

(9) Vấn đề cơ chế tài chính và phạt trong vi phạm BHĐC: Về ký quỹ được quy định chi tiết: Tại thời điểm thành lập công ty KDĐC phải ký quỹ tại ngân hàng khoản tiền 20 triệu NDT = 70 tỷ Việt Nam đồng (1NDT = 3.500 VNĐ) [97]; Sau khi công ty BHĐC đi vào hoạt động số tiền ký quỹ được điều chỉnh bằng 15% doanh thu của tháng trước đó nhưng tối thiểu bằng 20 triệu NDT, tối đa 100 triệu NDT; Doanh nghiệp KDĐC được lãi suất trên số tiền ký quỹ. Việc ký quỹ để đảm bảo công ty BHĐC hoạt động đúng luật pháp của Trung Quốc: Cơ quan có thẩm quyền dùng tiền này để trả hoa hồng cho NPP, bồi thường thiệt hại cho người tiêu dùng v.v... SAIC và cơ quan quản lý thương mại của địa phương sẽ giám sát việc sử dụng tiền ký quỹ và giải phóng tiền ký quỹ khi công ty BHĐC chấm dứt hoạt động; Pháp luật của Trung Quốc giành đến 14 điều từ 38 - 54 nói về xử phạt và chế tài trong trường hợp vi phạm pháp luật trong BHĐC. Trường hợp bị phạt mức phạt rất cụ thể, có tác dụng răn đe các công ty BHĐC, NPP không tuân thủ pháp luật ảnh hưởng xấu đến xã hội và người tiêu dùng.

Điểm đáng chú ý Trung Quốc có văn bản pháp lý riêng điều chỉnh BHĐC bắt chính: Luật chống BHĐC bắt chính ban hành ngày 23/08/2005 có hiệu lực từ 1/11/2005, Luật này gồm năm phần có ba mươi điều khoản. Kinh doanh BHĐC bắt chính tại Trung Quốc bị cấm, trong luật có những nội dung đáng chú ý: Luật mô tả kỹ

hiện tượng BHĐC bất chính đó là: (i) 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 KD, (ii) Tổ chức và cá nhân thu lợi nhuận bằng cách buộc người tham gia BHĐC phải trả một khoản tiền để được tham gia vào mạng lưới bán hàng. Cơ quan quản lý hoạt động BHĐC bất chính là Sở Công Thương tỉnh, thành phố và chi nhánh SAIC ở địa phương. Trường hợp BHĐC bất chính sẽ bị phạt tù và tiền rất nặng, công ty bị khám xét và phong tỏa tài khoản.

Để quản lý Nhà nước có hiệu quả về BHĐC, SAIC ban hành quy định riêng có hiệu lực từ 1/12/2005 về báo cáo và thông tin đối với công ty BHĐC. Quy định này có những điểm chú ý [25, tr.19]: Mỗi công ty BHĐC phải xây dựng trang Website, có nối kết với trang điện tử của SAIC; Các thông tin công ty BHĐC phải công bố trung thực là: Tổng số người tham gia BHĐC, phân bố theo từng tỉnh, thành phố; mã số thẻ, nghề nghiệp của người tham gia BHĐC; Tên các cá nhân đã chấm dứt hợp đồng với công ty; Nêu rõ người đại diện pháp luật của công ty; Nêu rõ người đại diện của các mạng lưới bán hàng; Địa điểm chăm sóc khách hàng của công ty; Điều kiện đổi và trả hàng hóa; Công bố thông tin về hàng hóa và dịch vụ; Công bố về người trực tiếp huấn luyện đào tạo; tài liệu có liên quan đến sản phẩm và dịch vụ của công ty. Công ty BHĐC sau khi đi vào hoạt động 15 ngày và hàng tháng phải gửi các thông tin sau đây về Sở Công Thương tỉnh thành phố và SAIC các thông tin có liên quan đến ký quỹ và tình hình hoạt động kinh doanh hàng tháng của công ty BHĐC; số lượng NPP 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 v.v...

2.9.3 Kinh nghiệm của Nhật Bản

Thứ nhất, quy định các hành vi bị cấm trong bán hàng đa cấp ở Nhật Bản: Những 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 huỷ 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 hoá, tính năng của dịch vụ hoặc dịch vụ liên quan khác. Cấm không

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

Thứ hai, quy định quảng cáo bán hàng đa cấp: Nhà phân phối, người cố vấn pháp luật, hoặc tổng phân phối bán hàng đa cấp quảng cáo bán hàng đa cấp được xây dựng trên chương trình bán hàng đa cấp, thì phải chỉ rõ các thông tin như sau: Loại hình hàng hoá hoặc dịch vụ; 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, phương thức tính lợi nhuận đó.

Để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cũng như tạo hành lang pháp lý cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp, Luật đã quy định các hành vi cấm trong 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 bán hàng đa cấp theo như quy định của Luật trước khi ký kết hợp đồng.

Các thông tin cần phải cung cấp bao gồm: Loại hàng hoá (không bao gồm quyền để sử dụng trang thiết bị hoặc dịch vụ được cung cấp) và hoạt động hoặc chất lượng hoặc loại dịch vụ, quyền để sử dụng trang thiết bị, hoặc quyền được cung cấp dịch vụ, và các chi tiết khác; Thông tin về bán lẻ, bán hàng ký 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 như trên; Thông tin về ngân sách cụ thể liên quan tới bán hàng đa cấp; Thông tin về huỷ hợp bán hàng đa cấp; Và các thông tin khác mà cơ quan Nhà nước có quy định.

Để thực thi Luật giao dịch thương mại nói chung và các quy định về bán hàng đa cấp nói riêng, Chính phủ vừa tự tăng cường khả năng quản lý của mình và vừa trao quyền cho chính quyền địa phương – nơi mà thực thi lượng lớn các quy định pháp luật được giao. Chính phủ khuyến khích chính quyền địa phương đẩy mạnh hoạt động thực thi pháp luật bằng cách đào tạo cán bộ quản lý địa phương, và

gửi các thông điệp khuyến khích thực thi Luật tới doanh nghiệp và mọi người dân. Các lệnh đình chỉ hoạt động và các lệnh hành chính khác tăng mạnh từ năm 2003 tới 2007, con số này giảm nhẹ vào năm 2008.

2.9.4 Một số nhận xét

Qua nghiên cứu tình hình phát triển BHĐC của Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản là các cường quốc kinh doanh bán lẻ đa cấp với hàng trăm triệu người tham gia, doanh số bán hàng trên 20 tỷ USD/mỗi nước với tốc độ tăng trưởng cao, có thể đưa ra một số nhận xét sau:

(1) BHĐC là hình thức thương mại bán lẻ phức tạp, dễ bị biến tướng gây tác động xấu đến đời sống kinh tế xã hội, nếu không quản lý tốt sẽ vượt qua tầm kiểm soát của các cơ quan quản lý nhà nước khiến Chính phủ phải áp dụng biện pháp cấm hoạt động BHĐC trong 1 thời gian (trường hợp Trung Quốc), còn Nhật Bản hình thức BHĐC sa sút trầm trọng.

(2) Cả Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản đều xây dựng văn bản pháp luật để điều chỉnh riêng loại hình BHĐC (ngoài Luật Thương mại), các văn bản thường xuyên được hoàn thiện để phục vụ cho công tác quản lý.

(3) Hình thức BHĐC thấp ảo bị cấm hoạt động.

(4) Các văn bản pháp luật có giới hạn tuổi, ngành nghề không được tham gia BHĐC.

(5) Quy định cấm tổ chức tư vấn BHĐC tại các địa điểm công cộng: Cơ quan, siêu thị, trường học.

(6) Muốn quản lý tốt BHĐC thì luật và văn bản hướng dẫn phải cụ thể để quy định trách nhiệm, nghĩa vụ của công ty BHĐC; của NPP đối với hoạt động kinh doanh của họ và đối với người tiêu dùng, các thông tin được công khai trên các trang Website của cơ quan lý Nhà nước.

(7) Nguyên tắc minh bạch trong công khai thông tin về sản phẩm; về quyền lợi nghĩa vụ về cách thức chăm sóc khách hàng v.v... được đề cao để các cơ quan quản lý Nhà nước giám sát.

(8) Các nước đều không chế mức lợi nhuận và hoa hồng NPP được hưởng khoảng 30 - 35% so với doanh thu bán hàng.

(9) Chính quyền địa phương (Sở Công thương địa phương) có vai trò giám sát, nắm thông tin, kịp thời xử phạt đối với các hành vi vi phạm.

(10) Cơ quan quản lý Nhà nước quản lý cả giảng viên, nhà huấn luyện, nội dung huấn luyện của các công ty BHĐC (Có quy định cụ thể) để tránh tình trạng tung hô không đúng sự thật về sản phẩm, về khả năng kiếm lời từ hoạt động BHĐC để lôi kéo hàng vạn người tham gia.

(11) Quy định hình thức xử phạt nặng, mang tính răn đe đối với hành vi vi phạm pháp luật trong BHĐC.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Bán hàng đa cấp là phương thức bán lẻ hàng hóa thông qua những mạng lưới những cá nhân phân phối gồm nhiều tầng khác nhau; trong đó mỗi người đều có trách nhiệm bán lẻ sản phẩm và có quyền tuyển dụng, đào tạo người mới tham gia mạng lưới phân phối của mình; mỗi phân phối viên sẽ được nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả tiêu thụ sản phẩm của mình và của mạng lưới do mình trực tiếp xây dựng và được doanh nghiệp thừa nhận.

Quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp là tập hợp những tác động liên tục, có tổ chức, có định hướng của Nhà nước đến toàn bộ quá trình hoạt động bán hàng đa cấp, từ giai đoạn đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp đến hoạt động kinh doanh để đáp ứng nhu cầu cho thị trường.

Nội dung quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp bao gồm: Ban hành và tổ chức thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật về bán hàng đa cấp; Kiểm tra, thanh tra và xử lý vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp.

Chính phủ thống nhất quản lý nhà nước về hoạt động bán hàng đa cấp trên phạm vi cả nước. Bộ Công Thương là cơ quan chuyên môn chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động bán hàng đa cấp. Ủy ban nhân dân các cấp có trách nhiệm thực hiện quản lý nhà nước về hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn theo phân cấp của Chính phủ.

Bán hàng đa cấp được nhiều quốc gia trên thế giới thừa nhận là một hình thức kinh doanh hợp pháp. Có những quốc gia đã ban hành một đạo luật riêng để điều

chính hoạt động bán hàng đa cấp, có những quốc gia lại xem hoạt động này chỉ được điều chỉnh trong một đạo luật đã có của quốc gia mình. Qua đó, các nhà làm luật nước ta có thể tham khảo các quy định pháp luật và quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp của một số quốc gia để quy định trong việc quản lý hoạt động bán hàng đa cấp nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng Việt Nam trước cạm bẫy mô hình kinh doanh hình tháp ảo.

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP

3.1 . Thực trạng bán hàng đa cấp ở Việt Nam

3.1.1 Lịch sử hình thành hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam

Bán hàng đa cấp chỉ có thể hoạt động ở nơi có nền kinh tế thị trường, cho nên hình thức thương mại này vào Việt Nam khá muộn, tức cuối thế kỷ 20 và đầu thế kỷ 21 [25]. Chưa đầy 20 năm hình thành và phát triển, lịch sử BHĐC ở Việt Nam chia làm ba giai đoạn:

Hoạt động BHĐC thời kỳ 1998 - 2004: Bán hàng đa cấp xuất hiện trong điều kiện Việt Nam không có văn bản pháp lý điều chỉnh. Năm 1998, BHĐC bắt đầu thâm nhập vào Việt Nam, đầu tiên là do sự Liên doanh giữa Công ty I nghiên cứu Omex Việt Nam với Đài Loan, sản phẩm của công ty này chỉ là chiếc nệm mút bình thường, nhưng qua các buổi tập huấn bán hàng, chiếc nệm này được biết đến như một sản phẩm thần kỳ, có tác dụng chữa “bách bệnh”. Tiếp theo năm 2000 các công ty như Thế Giới Mới, rồi đến Sinh Lợi, Lô Hội, Vision vào Việt Nam. Đến thời điểm cuối năm 2004, tại Việt Nam đã có khoảng 20 Công ty bán hàng đa cấp phân phối sản phẩm chủ yếu về ngành chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp. Đặc điểm hoạt động BHĐC ở thời kỳ này là: Tốc độ phát triển nhanh, vì mức lợi nhuận quá lớn cho những người tham gia. Tuy nhiên, hình thức đa cấp thắp ảo nhiều, khiến nhiều người bị mắc bẫy, hình ảnh, uy tín của hình thức kinh doanh cuối giai đoạn này bị giảm sút. Các cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại của Trung ương và địa phương lúng túng trong quản lý BHĐC, nhiều địa phương đòi cấm kinh doanh.

Hoạt động thời kỳ 2005- 7/2014: Đây là thời kỳ Nhà nước ban hành một loạt văn bản pháp lý: Luật Cạnh tranh được ban hành ngày 01 tháng 7 năm 2005 có hiệu lực thi hành, trong đó có những điều khoản quy định về bán hàng đa cấp. Đây là văn bản pháp lý đầu tiên điều chỉnh hoạt động BHĐC. Tiếp theo, ngày 24 – 08 - 2005, Nghị định 110/2005/NĐ-CP của Chính phủ về Quản lý hoạt động bán hàng đa cấp được ban hành. Hai văn bản này đã tạo hành lang pháp lý để bảo vệ các công ty

và nhà phân phối chân chính. Từ khi có hành lang pháp lý này các công ty BHĐC quốc tế du nhập vào Việt Nam như: Amway, Avon và 3 sau đó là Herbalife, Sophie Paris, À La Mode Paris v.v... không những chỉ có các doanh nghiệp nước ngoài mà cả những công ty có danh tiếng ở Việt Nam như FPT cũng tham gia thị trường BHĐC. Cho đến nay, sau 15 năm hình thành và phát triển hình thức BHĐC được cơ quan quản lý Nhà nước cấp giấy phép cho 102 công ty hoạt động BHĐC với hàng triệu người tham gia phân phối.

Hoạt động BHĐC thời kỳ từ tháng 7/2014 đến tháng 9/2015: Đây là thời kỳ hoạt động BHĐC được điều chỉnh bởi các văn bản pháp luật mới: Nghị định 42/2014/NĐ-CP và hai Thông tư 24/2014/TT-BTC và Thông tư 197/2014/TT- BTC. Ở thời kỳ này một số doanh nghiệp, giấy phép BHĐC hết hiệu lực, một số bị thu hồi, gần như chỉ có các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp chân chính mới được cấp giấy phép lại. Tại thời điểm 9/2015 số lượng doanh nghiệp được cấp giấy phép BHĐC ở Việt Nam chỉ còn là 47, trong đó có 9 doanh nghiệp thành lập mới, 12 doanh nghiệp FDI [25, tr.19]

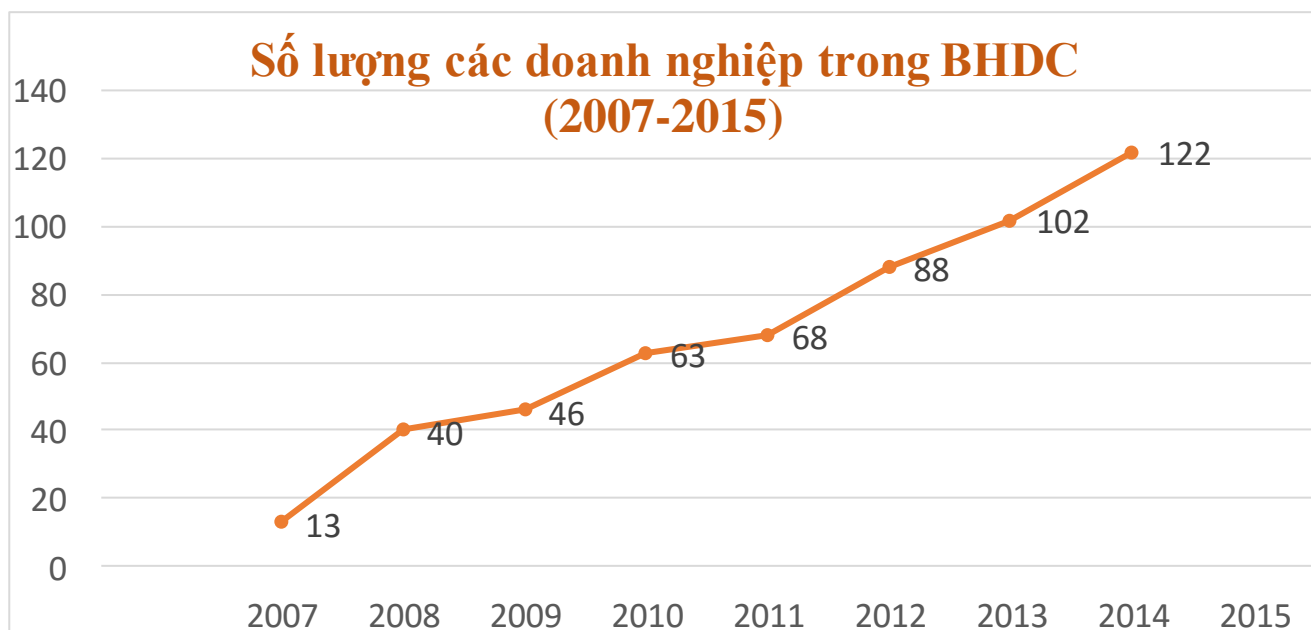
3.1.2 Sự phát triển hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam:

3.1.2.1 Sự phát triển doanh nghiệp và nhà phân phối trong hoạt động bán hàng đa cấp

Thành lập doanh nghiệp trước thời điểm Nghị định số 42/2014/NĐ-CP có hiệu lực thi hành:

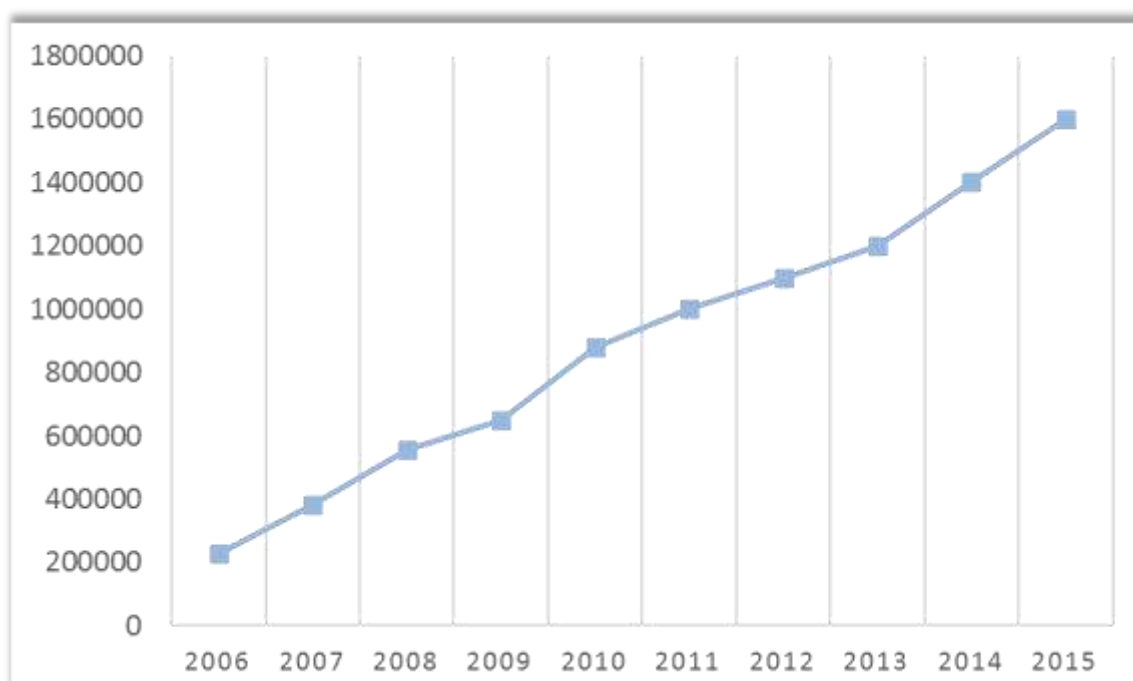
Về phát triển công ty BHĐC: trong thời kỳ này việc đăng ký kinh doanh BHĐC tại các Sở Công Thương tỉnh, thành phố. Tính đến đầu năm 2014 có 102 công ty Việt Nam và nước ngoài đã đăng ký hoạt động BHĐC tại Việt Nam: Số lượng doanh nghiệp tăng đều qua các năm. Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp tập trung chủ yếu tại hai thành phố lớn là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh [4].

Qua biểu đồ ta thấy số lượng các doanh nghiệp BHĐC ngày càng có khuynh



hướng gia tăng với tốc độ khá nhanh, từ 13 doanh nghiệp năm 2007 Việt Nam gia nhập WTO lên đến 102 doanh nghiệp sau 6 năm.

Nguồn : Cục quản lý cạnh tranh – Bộ công thương
về phát triển nhà phân phối (NPP):



Số người tham gia BHĐC (2006 – 2015)

Qua biểu đồ trên cho ta thấy sau hơn 8 năm hoạt động số lượng người tham

gia BHĐC đã tăng khoảng hơn 5 lần, từ hơn 230.000 người (năm 2006), hơn 666.000 người (năm 2009), đến gần 1.200.000 người (năm 2013). Thời kỳ 2008 - 2011 là thời kỳ kinh tế thế giới bước vào chu kỳ khủng hoảng kinh tế, ảnh hưởng nặng nề đến kinh tế Việt Nam, nhiều nhà máy, đơn vị sản xuất bị đóng cửa, nhưng số người tham gia BHĐC vẫn tăng nhanh, đây cũng là biểu hiện tích cực của hình thức BHĐC.

Trong số các doanh nghiệp kinh doanh bán hàng đa cấp chân chính, hoạt động trước Nghị định 42/2014 có hiệu lực phải kể đến doanh nghiệp Avon Products. **Công ty TNHH Avon Việt Nam:** (Địa chỉ: Số 8, đường số 2, KCN Việt Nam - Singapore, Bình Dương; Cơ quan cấp Giấy ĐK TCBHĐC: Sở thương mại - Du lịch Bình Dương; Ngày thông báo: 22/3/06)

Avon là một trong số hiếm những doanh nghiệp được dư luận đánh giá là thực hiện tương đối tốt phương thức BHĐC tại Việt Nam. Avon đã đầu tư nhà máy sản xuất tại Khu công nghiệp Việt Nam - Singapore với tổng vốn đầu tư là 3 triệu USD. Toàn bộ sản phẩm mà công ty đang phân phối đều được sản xuất trong nước (nguyên liệu nhập từ Philippines) nên giá thành vừa phải và đặc tính sản phẩm phù hợp với khí hậu Việt Nam.

Điểm nổi bật đáng chú ý đầu tiên của Avon là trên mỗi cuốn Catalogue sản phẩm đều in rõ dòng chữ “Sản phẩm được đổi hoặc trả lại trong vòng 30 ngày, kể từ ngày mua, với điều kiện còn nguyên vẹn, chưa qua sử dụng”. Để trở thành nhà phân phối của Avon, khách hàng chỉ phải đóng một khoản phí là 100 ngàn đồng để mua một bộ dụng cụ bán hàng. Sau khi hoàn thành thủ tục đăng ký như vậy thì nhà phân phối sẽ được nhận các cuốn catalogue trong đó có đầy đủ hình ảnh các sản phẩm của công ty, giá thành sản phẩm và công dụng... Nếu nhà phân phối không có vốn cũng không cần phải mua hàng, chỉ cần giới thiệu catalogue đến bạn bè, người thân và khi có khách đặt mua hàng (theo mẫu trong catalogue) thì quay về công ty lấy hàng giao để kiếm thêm thu nhập. Nhà phân phối của Avon chỉ được hưởng hoa hồng từ 20% - 30%/doanh số bán hàng, trong khi giá thành sản phẩm của Avon thì rất thấp (từ 29-185 ngàn đồng/sản phẩm). Ngoài ra, nếu tuyển dụng được người tham gia vào nhóm mình thì Đại diện bán hàng được hưởng hoa hồng 7%/ doanh số

bán hàng/người do mình trực tiếp tuyển, và từ 1% - 2%/người do cấp dưới mình tuyển. Như vậy, Avon chỉ tính hoa hồng cho mạng lưới bán hàng của mình ở mức độ là 2 cấp. Mỗi sản phẩm Avon bán ra đều có hóa đơn bán hàng (người mua chịu 10% thuế giá trị gia tăng), với các nhà phân phối được hưởng hoa hồng từ nhóm của mình thì đến kỳ lĩnh lương sẽ bị giữ lại 5% để đóng thuế thu nhập cá nhân.

Thành lập doanh nghiệp BHĐC sau khi Nghị định số 42/2014/NĐ-CP có hiệu lực thi hành:

Sau khi Nghị định 42/2014/NĐ-CP ngày 14/5/2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp có hiệu lực từ ngày 1/7/2014, hoạt động bán hàng đa cấp bị điều chỉnh bằng khung pháp lý chặt chẽ hơn. Cụ thể:

Quan điểm xuyên suốt Nghị định 42/2014/NĐ-CP là quản lý chặt chẽ lĩnh vực bán hàng đa cấp từ khâu gia nhập thị trường, hoạt động và khâu rút lui khỏi thị trường của các doanh nghiệp. Các quy định trong Nghị định đều hướng tới mục tiêu đảm bảo các quyền và lợi ích hợp pháp của người tham gia bán hàng đa cấp, doanh nghiệp bán hàng đa cấp và tạo môi trường kinh doanh ổn định và bình đẳng. Nghị định số 42/2014/NĐ-CP đã đưa ra cơ chế sàng lọc cơ bản từ khâu gia nhập thị trường với yêu cầu các doanh nghiệp muốn đăng ký tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp phải có vốn pháp định và phải ký quỹ bằng tiền mặt 5% vốn điều lệ, nhưng không thấp hơn 5 tỷ đồng. Việc đưa ra quy định này nhằm đảm bảo khả năng tài chính của doanh nghiệp trong việc xây dựng cơ sở vật chất, tổ chức mạng lưới một cách bền vững và hiệu quả, bảo vệ lợi ích cho người tham gia bán hàng đa cấp.

Ngoài việc quy định vốn pháp định và tăng khoản tiền ký quỹ, Nghị định còn quy định chặt chẽ trong khâu thẩm định hồ sơ đề nghị cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp, kiên quyết loại bỏ những doanh nghiệp sử dụng những mô hình trả thưởng bất hợp pháp gây thiệt hại cho người tham gia hoặc mang tính chất thu hút đầu tư tài chính.

Nhờ chính quy định chặt chẽ này cho nên chỉ hơn một năm sau khi Nghị định số 42/2014/NĐ-CP có hiệu lực (7/2014-9/2015) số doanh nghiệp có giấy chứng nhận kinh doanh BHĐC giảm mạnh. Cụ thể: Đến thời điểm 11/2015 Cục quản lý cạnh tranh Bộ công thương tiếp nhận 63 hồ sơ của các doanh nghiệp đăng ký kinh

doanh BHĐC. Số lượng doanh nghiệp được cấp giấy phép là 59, hồ sơ bị trả lại là 04; riêng trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 23 doanh nghiệp hoạt động bán hàng đa cấp (05 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài) [90]

Tuy số doanh nghiệp BHĐC giảm mạnh, nhưng số người tham gia BHĐC gia tăng: Chi tính riêng báo cáo của 32/47 công ty được cấp giấy phép BHĐC thông báo về Cục quản lý cạnh tranh thì số người tham gia vào hệ thống BHĐC là đến thời điểm 9/2015 là 1.150.000 người. Điều này chứng tỏ khi môi trường kinh doanh minh bạch, những doanh nghiệp BHĐC chân chính vẫn tiếp tục thu hút đông đảo các NPP tham gia vào hệ thống.

Điển hình cho hình thức bán hàng đa cấp trong giai đoạn này là công ty Thiên Ngọc Minh Uy: Công ty có giấy chứng nhận kinh doanh mặt hàng đa cấp số 001/QLCT-GCN do Cục Quản lý Cạnh tranh - Bộ Công thương cấp ngày 16/9/2014. Hiện công ty đã thiết lập trên 200 chi nhánh ở 50 tỉnh, thành phố khắp cả nước [91] kinh doanh trên 200 mặt hàng chủ yếu là thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, đồ gia dụng, hàng may mặc... Công ty phát triển nhanh, trên diện rộng phủ khắp cả nước kể cả Tây Nguyên, các tỉnh vùng núi phía Bắc. Công ty kinh doanh nhiều mặt hàng, tập trung vào thực phẩm chức năng. Công ty thành lập các cơ sở có trang bị các phòng VIP Nữ, Nam để phục vụ khách hàng thử và cảm nhận sản phẩm mỹ phẩm do công ty bán dưới hình thức đa cấp, có nhân viên tư vấn cách sử dụng cho khách hàng tại đây (tức nhân viên trực tiếp dùng mỹ phẩm để chăm sóc da cho khách).

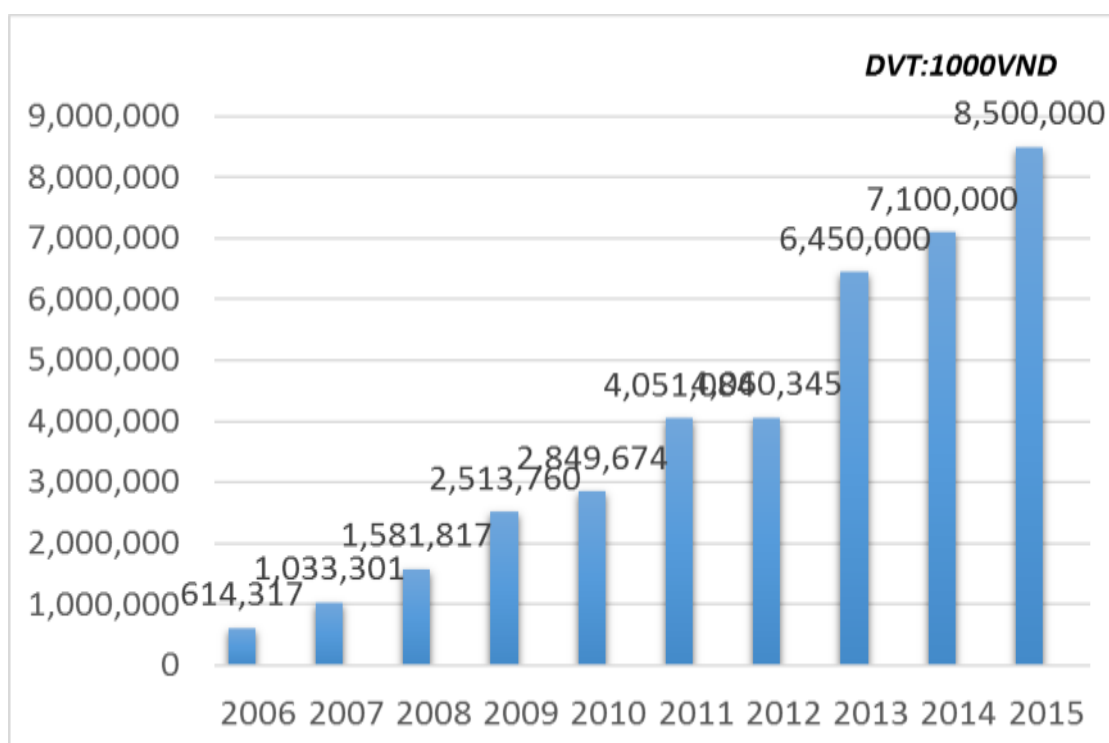
Bên cạnh đó, qua nghiên cứu cho thấy đây là công ty BHĐC có nhiều vi phạm trong hoạt động, đặc biệt nghiêm trọng trong năm 2015 [68]. Nhiều cơ sở kinh doanh của công ty: nhân viên chưa xuất trình được một số giấy tờ cần thiết như hóa đơn chứng từ, danh sách khách hàng, công bố sản phẩm, danh sách nhân viên. Trong đợt thanh tra tháng 2 năm 2015 tại Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh, đoàn kiểm tra liên ngành đã phát hiện những sai phạm như: giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đã hết thời hạn trên 03 tháng; không công bố sản phẩm mỹ phẩm trước khi đưa sản phẩm ra lưu thông trên thị trường theo quy định của pháp luật đối với nhà nhập khẩu mỹ phẩm; thay đổi tên, địa chỉ của doanh nghiệp nhập khẩu, thay đổi dạng trình bày của sản phẩm. Với những hành vi trên, Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy đã

bị phạt 85 triệu đồng. Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy không những chỉ vi phạm tại TP.HCM mà còn ở nhiều tỉnh thành trong cả nước: Đắk Lắk, Vĩnh Long, các tỉnh phía Bắc... Công ty Thiên Ngọc Minh Uy với nhiều sai phạm trong kinh doanh đa cấp, chẳng những bị phạt tiền mà còn bị báo chí viết hàng chục bài phản ánh điều này chẳng những làm mất uy tín của công ty mà còn làm cho hình ảnh BHĐC bị làm xấu, gây ảnh hưởng tiêu cực đến BHĐC nói chung của các công ty và nhà phân phối trên khắp cả nước.

3.1.2.2 *Đánh giá tình hình hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt nam*

Kết quả đạt được trong hoạt động BHĐC:

Về doanh thu BHĐC: Theo báo cáo thống kê từ Cục Quản lý Cạnh tranh (Bộ công thương), doanh thu bán hàng của các doanh nghiệp tăng từ khoảng 614 tỉ đồng (năm 2006), 2.500 tỉ đồng (năm 2009) lên gần 6.450 tỉ đồng (năm 2013). Tổng doanh thu BHĐC trong 6 tháng đầu năm 2015 chỉ tính 32/47 doanh nghiệp có báo cáo thì doanh thu đã lên đến 3.200 tỷ đồng.

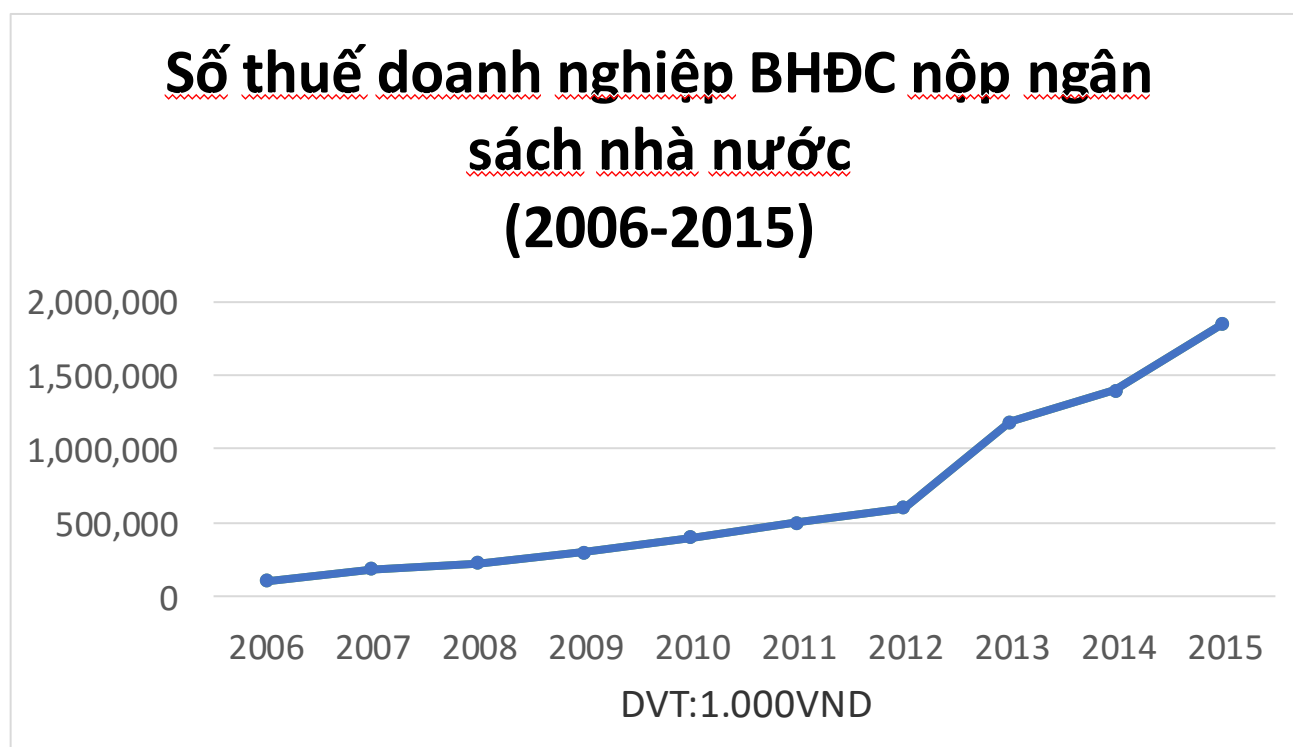


Doanh thu của các doanh nghiệp BHĐC (2006-2015)

Thu nhập của người tham gia BHĐC (NPP): Để lôi cuốn người tham gia kinh

doanh, các công ty hoạt động theo kiểu đa cấp thường vẽ ra những mức thu nhập hấp dẫn, hàng chục triệu, trăm triệu đồng/tháng, nhưng thực tế không phải như vậy, theo ông Võ Đan Mạch [92] Phó Chánh văn phòng Hiệp hội Bán hàng Đa cấp Việt Nam cho biết, hiện nay cả nước có khoảng 1,2 triệu người tham gia mạng lưới kinh doanh của các doanh nghiệp đa cấp được cấp phép, nếu lấy bình quân số hoa hồng chia trên đầu người thì thu nhập của họ cực thấp. Cụ thể 1,2 triệu người này đang tham gia vào hệ thống của 47 doanh nghiệp kinh doanh theo hình thức đa cấp được thừa nhận theo số liệu của Cục Quản lý Cạnh tranh, Bộ Công thương. Tổng doanh thu trong năm 2014 của 47 doanh nghiệp này khoảng 6.000 tỉ đồng, 1.014 tỉ đồng trong số này được dùng để chi trả cho những người tham gia mạng lưới kinh doanh. Số tiền này chia cho số người tham gia kinh doanh đa cấp thì trung bình mỗi người chỉ được hơn 70.000 đồng/tháng. Tuy nhiên theo ông Mạch, thực tế chỉ có khoảng 300.000 người tham gia kinh doanh đa cấp có được hoa hồng. Căn cứ vào số lượng này mỗi người trung bình cũng chỉ ở mức 280.000 đồng/tháng. Đây là một con số rất nhỏ so với những gì mà các công ty kinh doanh theo kiểu đa cấp vẽ ra mời người tham gia, hứa hẹn sẽ có thu nhập chục triệu, trăm triệu đồng/tháng.

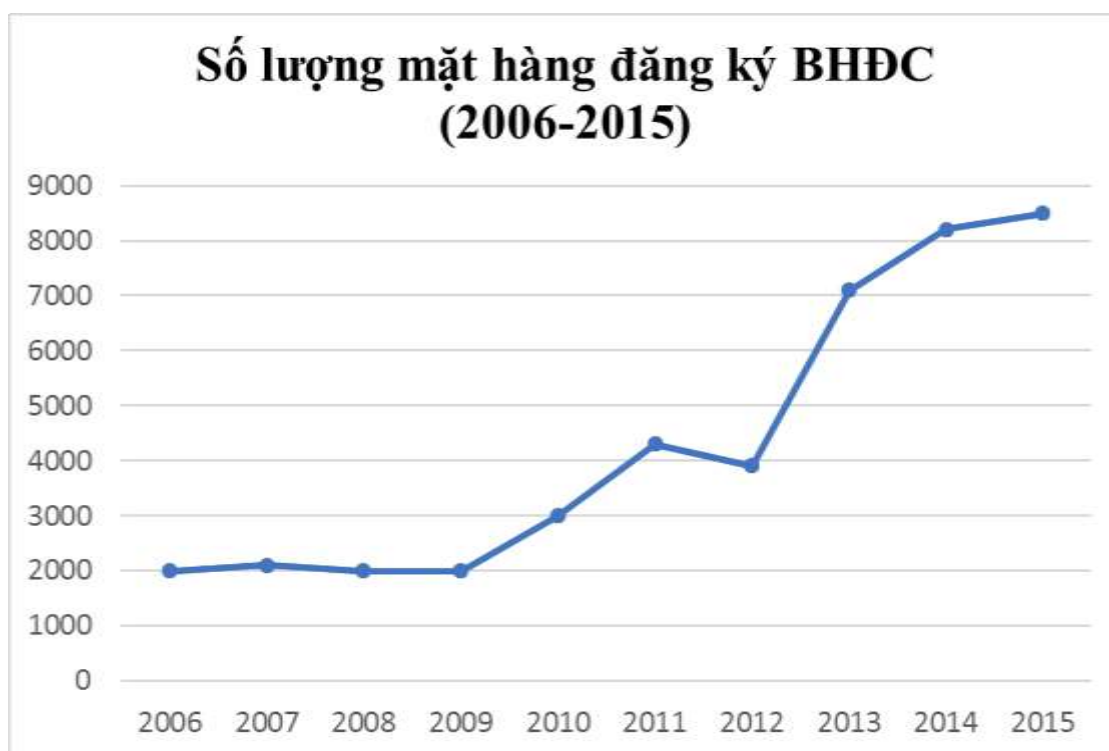
Đóng góp vào ngân sách nhà nước của các doanh nghiệp BHĐC: Hoạt động của các doanh nghiệp BHĐC đã đóng góp vào ngân sách từ khoảng 95 tỷ (2006)



lên gần 300 tỷ (2009) và đến năm 2013 là hơn 1.130 tỷ đồng, trong năm 2014, các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp đã đóng 520 tỉ đồng thuế thu nhập doanh nghiệp, 85 tỉ đồng thuế thu nhập cá nhân. Ngoài ra, tổng số tiền các doanh nghiệp BHĐC tham gia các hoạt động xã hội, hoạt động từ thiện trong giai đoạn 2005-2014 đạt khoảng 35 tỷ đồng.

Qua những phân tích trên đây cho thấy BHĐC vào Việt Nam chưa lâu, sự phát triển của hình thức này gặp nhiều khó khăn mang yếu tố khách quan và chủ quan, nhưng nhìn chung là phát triển và dần dần đi vào hoạt động có nề nếp. Rất cần thiết phải nghiên cứu sâu hơn về hình thức kinh doanh này, nhằm đưa ra các giải pháp hạn chế tính tiêu cực của BHĐC, góp phần lành mạnh hóa môi trường thương mại và cũng vì sự phát triển bền vững của các doanh nghiệp BHĐC.

Hạn chế trong hoạt động BHĐC



Thứ nhất, hạn chế về mặt hàng hóa: Cùng với sự phát triển của các công ty BHĐC và mạng lưới phân phối thì lượng các mặt hàng là đối tượng của BHĐC tăng nhanh chóng: Năm 1998, công ty đa cấp đầu tiên của Đài Loan vào Việt Nam, chỉ kinh doanh một vài mặt hàng, đầu năm 2014 số lượng mặt hàng lên đến hơn 7.000 loại mặt hàng, trong đó thực phẩm chức năng: 90% doanh nghiệp đa cấp kinh doanh

thực phẩm chức năng, còn lại là các mặt hàng: Mỹ phẩm, hàng thời trang, đồ gia dụng, dụng cụ trang điểm, dụng cụ tập thể thao, thiết bị vật lý trị liệu v.v... Minh họa tình hình phát triển các mặt hàng đối tượng của kinh doanh BHĐC thể hiện qua biểu đồ trên.

Nguồn gốc sản phẩm: Các sản phẩm đưa vào thị trường thông qua BHĐC từ 2 nguồn: Từ sản xuất trong nước bao gồm Các công ty FDI, Công ty TNHH Amway Việt Nam, Công ty Avon Việt Nam, Công ty TNHH Thiên Sư Việt Nam là những công ty nước ngoài đầu tiên đầu tư xây dựng nhà máy tại Việt Nam để sản xuất hàng hóa phân phối trong mạng lưới BHĐC. Các công ty có vốn trong nước: Công ty Cổ phần Quốc tế Việt Am, BHĐC sản phẩm “Máy Cân bằng Ion” do nhà máy Z 755 Bộ Quốc Phòng sản xuất; Công ty Cổ phần Tập đoàn Liên kết Việt Nam BHĐC các sản phẩm Thực phẩm chức năng do Công ty TNHH Tư vấn Y tế dược Quốc tế (IMC) Hà Nội, sản xuất. Từ nguồn nhập khẩu đa số các công ty BHĐC nhập khẩu các sản phẩm được sản xuất ở nước ngoài về phân phối tại Việt Nam (chiếm khoảng 60%) [4].

Ngày 03/5/2016 Sở Công thương Hà Nội đã công bố kết luận thanh tra Công ty TNHH Đầu tư và Thương mại Trường Giang Việt Nam với hàng loạt vi phạm, đồng thời công khai mức chênh lệch khủng trong giá mua và giá bán của công ty này [106]. Theo đó, Sở Công thương công bố Công ty TNHH Đầu tư và Thương mại Trường Giang VN đã vi phạm hàng loạt quy định. Kết luận thanh tra cũng cho thấy, mức giá sản phẩm “TruongGiang Liver” Công ty này nhập với giá chỉ có 18.000 đồng, TruongGiang Calcium Kid (cho trẻ) Công ty nhập với giá 12.000 đồng... nhưng được bán cho người tham gia bán hàng đa cấp với giá 990.000 đồng (chưa có VAT). Mức chênh lệch giữa giá nhập - xuất bán từ 50 đến 82 lần. Chánh thanh tra Sở Công Thương Hà Nội đã ra quyết định phạt 9 lỗi với Trường Giang về hoạt động bán hàng đa cấp và thực hiện khuyến mại.

Chất lượng hàng bán không đảm bảo: Tháng 2/2015 Sở Y tế phối hợp với các sở ban ngành kiểm tra chất lượng hàng bán của các cơ sở y tế trên địa bàn TP.HCM, đoàn kiểm tra liên ngành đã phát hiện Công ty BHĐC TNHH Thiên Ngọc Minh Uy (chi nhánh TP. Hồ Chí Minh) có những sai phạm như: giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm đã hết thời hạn trên 03 tháng; không công bố sản phẩm mỹ phẩm

trước khi đưa sản phẩm ra lưu thông trên thị trường theo quy định của pháp luật đối với nhà nhập khẩu mỹ phẩm; thay đổi tên, địa chỉ của doanh nghiệp nhập khẩu, thay đổi dạng trình bày của sản phẩm. Với những hành vi trên, Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy đã bị phạt 85 triệu đồng.

Thứ hai, bán dịch vụ thông qua hình thức đa cấp: Vẫn còn hiện tượng kinh doanh đa cấp dịch vụ mặc dù văn bản pháp lý hiện quy định “mọi loại hình dịch vụ hoặc các loại hình kinh doanh khác không phải là mua bán hàng hóa, không được tiến hành kinh doanh theo phương thức kinh doanh đa cấp, trừ trường hợp pháp luật cho phép”. Theo báo cáo của thanh tra Sở Công Thương thành phố Hồ Chí Minh vẫn có nhiều doanh nghiệp kinh doanh đa cấp đối với dịch vụ như đào tạo, du lịch, sim thẻ điện thoại, huy động tài chính v.v... mà không cần phải đăng ký, không chịu sự quản lý, giám sát của các cơ quan có thẩm quyền về quản lý hoạt động đa cấp. Những vi phạm trong hoạt động kinh doanh đa cấp đối với dịch vụ chỉ được xử lý thông qua Bộ Luật Hình sự, khi mà hậu quả của hoạt động kinh doanh đa cấp để lại đã quá lớn, ảnh hưởng tới đông đảo người tham gia. Điển hình là các vụ việc liên quan tới các doanh nghiệp như Golden Rock (2006), Colony Invest (2007), Diamon Holiday (2011), MB24(2012) ...

Thứ ba, giả mạo giấy tờ kinh doanh là giả mạo giấy tờ kinh doanh BHĐC bất hợp pháp. Công ty Liên kết Việt thường cố tình giới thiệu sự liên quan đến quân đội để lôi kéo người bỏ tiền vào mua hàng đa cấp. Đơn cử, họ đã dùng hình ảnh cúp vàng Hàng Việt Nam chất lượng cao của Viện Khoa học Công nghệ Quân sự. Công ty này còn làm giả bằng khen của Thủ tướng Chính phủ treo ở trụ sở để lôi kéo người dân tham gia BHĐC cho công ty. Nhằm lừa đảo hơn 60.000 người, Lê Xuân Giang và đồng phạm sử dụng nhiều thủ đoạn tinh vi để tạo niềm tin, đồng thời đưa ra lợi ích có thật đánh vào lòng tham của các bị hại. Theo đại tá Trần Quang Huy, Trưởng phòng hướng dẫn và điều tra án tham nhũng, Cục cảnh sát điều tra tội phạm về kinh tế và tham nhũng, Bộ Công an, hoạt động lừa đảo của các bị can tại Công ty Cổ phần Liên kết sản xuất Thương mại Việt Nam (Liên kết Việt), xảy ra chỉ trong một năm nhưng số tiền thiệt hại rất lớn, hậu quả đặc biệt nghiêm trọng. "Con số bị hại và thiệt hại dự kiến sẽ tiếp tục tăng, những kẻ cầm đầu trong vụ án hoạt động

trắng trợn, liều lĩnh, dùng nhiều thủ đoạn tinh vi", đại tá Huy đánh giá.

Thứ tư, không có giấy phép vẫn kinh doanh đa cấp [68]: Công ty CP Kết nối SX-DV-TM phân bón Rồng Vàng Đất Việt – DC và Công ty CP Sản xuất công nghệ mới Việt Nam AMBIO đều không có trong danh sách 51 doanh nghiệp được cấp phép bán hàng đa cấp của Cục Quản lý Cạnh tranh - Bộ Công Thương. Nhưng cả hai công ty đều tổ chức bán hàng đa cấp phân bón, chất lượng phân chưa được kiểm định nhưng công ty lôi kéo nông dân ngoại thành thành phố - người tiêu dùng trở thành nhà phân phối để hưởng lợi nhuận “Khủng” vì sản phẩm phân bón lá của công ty này giá lên tới 800.000 đồng/lít, trong khi sản phẩm cùng loại của các công ty khác chỉ từ 50.000 - 70.000 đồng/lít, còn phân bón gốc cũng chỉ 35.000 - 50.000 đồng/lít.

Thứ năm, là mô hình đa cấp tháp ảo trong lĩnh vực dịch vụ tài chính tiền tệ: Onecoin đồng tiền ảo mới xuất hiện ở Việt Nam và TP.HCM từ đầu năm 2015 đến nay, nhưng theo Simon, số lượng phát triển thành viên tham gia Onecoin của Việt Nam “đứng thứ 2 trên bản đồ Onecoin thế giới”, với hơn 17.000 thành viên. Cách tính hoa hồng này đi theo hình tháp đa cấp: Người thứ nhất giới thiệu cho người thứ hai và người thứ ba tham gia mua gói đầu tư, người thứ nhất sẽ nhận được 10% giá trị gói đầu tư của người thứ hai và 10% giá trị gói người thứ ba. Người thứ hai và thứ ba tiếp tục mời những người khác, lúc này người thứ nhất vẫn được hưởng hoa hồng của những nhóm này là 10% (tính theo nhánh yếu). Người thứ nhất còn được hưởng hoa hồng trên phần thu nhập của người thứ hai, thứ ba, thứ tư từ 10 - 25%. Ngoài ra, những người tham gia không những có lợi nhuận mà còn được tận hưởng cuộc sống tiện nghi, đi du lịch mà không tốn tiền... Theo ông Nguyễn Hoàng Minh - Phó giám đốc Ngân hàng Nhà nước chi nhánh TP.HCM, Bitcoin hay Onecoin không được pháp luật Việt Nam thừa nhận. Đây không phải là tiền tệ và cũng không phải là phương tiện thanh toán hợp pháp tại Việt Nam. Do đó những nhà đầu tư tham gia vào “đào” Onecoin hay Bitcoin sẽ không được pháp luật bảo vệ.

Thứ sáu, xuất hiện việc sử dụng thương mại điện tử để BHDC và lôi kéo người tham gia hệ thống BHDC: Tại TP.HCM, có các website thương mại điện tử như mua bán 24, shop360... bán hàng đa cấp trá hình núp bóng danh nghĩa sàn

thương mại điện tử. Rất nhiều người, mà đa số là sinh viên, hoặc những người thiếu hiểu biết đã đổ tiền vào đây. Cách thức hoạt động điển hình của những doanh nghiệp dạng này là thiết lập một website cung cấp dịch vụ sàn giao dịch thương mại điện tử, trên đó cho phép những thành viên đã nộp tiền được mở một gian hàng ảo để giới thiệu, quảng bá sản phẩm hàng hóa, dịch vụ. Sau khi đóng một khoản phí ban đầu thì bên cạnh việc được mở gian hàng ảo trên website, mỗi thành viên được thêm quyền lợi là giới thiệu những người khác tham gia mua gian hàng ảo và hưởng hoa hồng vài chục phần trăm cho mỗi hợp đồng mà mình giới thiệu. Tổng số tiền hoa hồng một người có thể được hưởng lên đến vài trăm triệu đồng. Do mức hoa hồng hấp dẫn và cơ chế phân chia hoa hồng đa cấp, phần lớn những người nộp phí mua gian hàng ảo trên website đều hướng tới mục tiêu thu lợi nhuận từ hoạt động giới thiệu, lôi kéo người khác tham gia, thay vì tiến hành kinh doanh trên những gian hàng này. Kết quả là đa số gian hàng trên các website dạng này đều là gian hàng trống, không có thông tin gì về chủ gian hàng cũng như sản phẩm cần bán. Các doanh nghiệp lợi dụng danh nghĩa hoạt động thương mại điện tử như trên để thu lợi từ việc lôi kéo người tham gia website, trong khi không tập trung nâng cao chất lượng thông tin trên website, đang làm tổn hại tới lòng tin của cộng đồng, cản trở sự phát triển của lĩnh vực thương mại điện tử đang phát triển rất sôi động ở Việt Nam.

Từ việc nghiên cứu các điển hình tiêu cực mới trong hoạt động BHĐC từ sau khi Nghị định 42/CP về BHĐC có hiệu lực thực thi từ 7/2014, thì tình hình kinh doanh đa cấp vẫn rất phức tạp: mô hình đa cấp tháp ảo vẫn ngang nhiên tồn tại kéo theo sự tham gia của hàng chục ngàn người; một số công ty không có giấy phép kinh doanh đa cấp vẫn hoạt động ngang nhiên v.v... Có thể khẳng định những tồn tại hạn chế của BHĐC ở Việt Nam hiện nay do chính những hạn chế bất cập trong quy định pháp luật và quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC sẽ được tác giả phân tích trong mục 3.2 thực trạng ban hành thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC.

3.2 . Về thực trạng ban hành thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Xây dựng, ban hành thể chế pháp lý về BHĐC và quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC là tạo ra hành lang pháp lý cho việc tổ chức đăng ký thành lập và hoạt động của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, là cơ sở pháp lý để kiểm tra, thanh tra cũng như xử lý các vi phạm trong BHĐC. Bán hàng đa cấp vào Việt Nam từ khoảng 17 năm trước tính từ 1998, nhưng hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động này chỉ được xây dựng cách đây 10 năm. Trước thực trạng hoạt động bán hàng đa cấp phát triển nhanh, ngày 24 tháng 8 năm 2005 chính phủ ban hành Nghị định số 110/NĐ-CP về quản lý hoạt động BHĐC. Đây là văn bản tạo cơ sở pháp lý toàn diện cho hoạt động BHĐC cũng như thực hiện công tác quản lý nhà nước. Trải qua một thời gian 10 năm, nghị định nói trên đã có những tác động tích cực nhưng không còn đáp ứng yêu cầu, nên để nhằm hoàn thiện và nâng cao hơn nữa chất lượng quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC, ngày 14 tháng 5 năm 2014 Chính phủ đã ban hành Nghị định số 42/CP về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, phù hợp với Luật Đầu tư năm 2014. Tại phụ lục 4 Luật Đầu tư năm 2014 thì bán hàng đa cấp đã được quy định là một trong số 267 ngành nghề đầu tư, kinh doanh có điều kiện (ngành nghề thứ 91 trong danh mục).

Việc xây dựng thể chế quản lý nhà nước đối với BHĐC chủ yếu được thực hiện ở Trung ương và được triển khai ở cấp độ Chính phủ. Bộ Công Thương là cơ quan được Chính phủ trao quyền, phân công thực hiện nhiệm vụ, thay mặt Chính phủ quản lý nhà nước chuyên ngành về hoạt động BHĐC. Do vậy, Bộ Công Thương có chức năng tham mưu cho Chính phủ ban hành các thể chế là các văn bản quản lý có tính chấp hành – điều hành, có tính chất hướng dẫn, chỉ đạo thực hiện quản lý nhà nước về BHĐC.

Ở địa phương, UBND cấp tỉnh thực hiện việc xây dựng, ban hành thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC tại địa phương. Các thể chế quản lý chủ yếu có nội dung về việc chỉ đạo, hướng dẫn hoạt động BHĐC và cách thức, biện pháp quản lý nhà nước. Đến nay hầu như các địa phương tỉnh thành không ban hành các văn bản về quản lý BHĐC. Thành phố Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh là hai

địa bàn BHĐC hoạt động sôi nổi nhưng cũng chưa ban hành văn bản quy phạm pháp luật nào điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp... [67], [[68]. Sở Công thương địa phương chỉ ban hành văn bản hành chính thông thường mang tính hướng dẫn lực lượng quản lý thị trường và phòng Kinh tế của UBND quận, huyện... về kiểm tra, giám sát hoạt động BHĐC.

Thực trạng việc xây dựng, ban hành thể chế quản lý nhà nước thể hiện chủ yếu từ Nghị định 110/2005/NĐ-CP sang xây dựng Nghị định 42/2014/NĐ-CP. Quy định về cơ quan cấp giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC theo đó, cơ quan cấp giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC không được quy định tại Nghị định 110/2005/NĐ-CP mà chỉ được quy định tại thông tư 19/2005/TT-BTM. Theo quy định tại Khoản 2 Thông tư 19/2005/TT-BTM, *“Cơ quan cấp Giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp là Sở Thương mại hoặc Sở Thương mại Du lịch nơi doanh nghiệp đề nghị cấp Giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp đăng ký kinh doanh”*. Trong quá trình cấp giấy đăng ký tổ chức BHĐC, mỗi Sở Công Thương lại có những đánh giá khác nhau khi xem xét các điều kiện cấp giấy đăng ký tổ chức BHĐC theo quy định tại Điều 14, Nghị định 110/2005/NĐ-CP, đặc biệt là quy định tại khoản 4 điều này *“Có Chương trình bán hàng minh bạch và không trái pháp luật”*. Một chương trình bán hàng của doanh nghiệp BHĐC có thể được Sở Công Thương tại một tỉnh công nhận nhưng lại không được Sở Công Thương tỉnh khác công nhận.

Do đó, tồn tại trường hợp doanh nghiệp xin cấp giấy đăng ký tổ chức BHĐC tại các địa phương ít có kinh nghiệm về quản lý hoạt động BHĐC nhằm được hưởng lợi từ Chương trình bán hàng có lợi cho mình hơn, sau đó mở rộng hoạt động BHĐC của mình vào các địa bàn khác. Trong hầu hết các trường hợp, Sở Công Thương tại các địa phương nơi doanh nghiệp đó thông báo mở rộng hoạt động BHĐC sẽ chấp nhận cho doanh nghiệp tổ chức hoạt động BHĐC trên địa bàn quản lý của mình khi doanh nghiệp thực hiện đầy đủ các thủ tục thông báo. Điều này có thể sẽ gây bất lợi cho một lượng lớn người tham gia vào mạng lưới BHĐC của doanh nghiệp đó khi thực hiện theo Chương trình bán hàng đã được Sở Công Thương nơi cấp giấy đăng ký tổ chức BHĐC công nhận. Tại cuộc họp thành viên Tổ biên tập xây dựng Nghị định thay thế Nghị định 110/2005/NĐ-CP ngày 13/6/2013, 100% thành

viên Tổ biên tập thống nhất rằng việc cấp phép là một hoạt động tiền kiểm và nên để Bộ Công Thương thực hiện, còn các Sở Công Thương địa phương chủ yếu tham gia vào giám sát, kiểm tra, quản lý quá trình hoạt động của doanh nghiệp và xử lý các sai phạm nếu có [25].

Trong các văn bản pháp luật điều chỉnh hoạt động BHĐC chưa có quy định về thời hạn có hiệu lực của giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC. Chính vì vậy, đã xuất hiện một số vấn đề trong công tác quản lý hoạt động BHĐC như sau: có nhiều doanh nghiệp xin cấp giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC, sau đó không hoạt động hoặc chỉ hoạt động cầm chừng để chờ bán lại giấy phép cho các doanh nghiệp mới gia nhập thị trường. Việc tồn tại các doanh nghiệp không hoạt động hoặc hoạt động không hiệu quả gây không ít khó khăn cho công tác quản lý hoạt động BHĐC. Theo thống kê mới nhất của Cục Quản lý cạnh tranh, hiện tại ở Việt Nam có 87 doanh nghiệp đã được cấp giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC. Tuy nhiên, trong công tác báo cáo định kỳ hàng năm, có tới 70% doanh nghiệp không thực hiện nghiêm túc nghĩa vụ của mình (bao gồm không báo cáo, báo cáo không đầy đủ hoặc báo cáo không đúng thời hạn), gây khó khăn cho công tác thống kê và quản lý [31].

Việc đưa ra quy định về thời hạn có hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức hoạt động BHĐC sẽ một mặt, tạo cơ sở pháp lý cho cơ quan quản lý thực hiện hiệu quả công tác rà soát, sàng lọc các đối tượng đã được cho phép tổ chức BHĐC, mặt khác, tạo động lực cho doanh nghiệp thực hiện nghĩa vụ báo cáo định kỳ một cách đầy đủ và nghiêm túc hơn, từ đó, giúp nâng cao hiệu quả của công tác thống kê, dự báo và quản lý.

Trên địa bàn Thành phố Hà Nội hiện có 21 doanh nghiệp được cấp giấy phép BHĐC nhưng tất cả đều hết hiệu lực từ 01/01/2015. Tính đến cuối tháng 4/2016, vẫn còn 8 doanh nghiệp chưa ra thông báo chấm dứt hoạt động. Sở Công thương Hà Nội vừa có văn bản gửi Công an TP, Cục Thuế TP, Sở Kế hoạch và Đầu tư cùng UBND các quận huyện đề nghị kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm đối với hoạt động BHĐC của 21 doanh nghiệp. Sở Công thương Hà Nội cho biết, hiện nay trên địa bàn có 21 doanh nghiệp có giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp tại Hà Nội đã hết

hiệu lực từ 01/01/2015. 21 doanh nghiệp này đã được Sở Công thương Hà Nội cấp giấy đăng ký tổ chức BHĐC theo quy định tại Nghị định 110/2005/NĐ-CP. Trong số 21 doanh nghiệp trên, tính đến cuối tháng 4 vừa qua có 13 doanh nghiệp thông báo chấm dứt hoạt động BHĐC với Sở Công thương Hà Nội, còn 8 doanh nghiệp chưa thông báo chấm dứt hoạt động với Sở Công thương theo quy định tại khoản 2 điều 19 thông tư 24, tuy nhiên 8 doanh nghiệp này chưa được Cục Quản lý cạnh tranh cấp giấy chứng nhận đăng ký hoạt động BHĐC. Vì vậy, Sở Công thương Hà Nội đề nghị các đơn vị liên quan kiểm tra, giám sát 21 doanh nghiệp này. Nếu phát hiện các doanh nghiệp vẫn triển khai hoạt động BHĐC, Sở Công thương Hà Nội đề nghị đơn vị liên quan xử lý theo pháp luật. Tính đến cuối tháng 4 vừa qua, 8 doanh nghiệp đã hết hạn hoạt động BHĐC song chưa thông báo tới Sở Công Thương Hà Nội bao gồm: Công ty TNHH Thương mại và đầu tư UFC Việt Nam; Công ty TNHH Trung Bảo Anh Quốc Việt Nam; Công ty TNHH World Nets Việt Nam; Công ty TNHH JM Ocean Avenue; Công ty cổ phần đầu tư LVI Quốc tế; Công ty TNHH Thương mại AKUNA Việt Nam; Công ty TNHH Thiên Phương Việt Nam; Công ty TNHH MELILEA Quốc tế Việt Nam [67].

Theo Điều 17, Nghị định 110/2005/NĐ-CP việc ký quỹ được quy định như sau:

“1. Doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải ký quỹ 5% vốn điều lệ nhưng không thấp hơn một tỷ đồng Việt Nam tại một ngân hàng thương mại hoạt động tại Việt Nam .

2. Khi có thông báo ngừng hoạt động bán hàng đa cấp, doanh nghiệp bán hàng đa cấp được sử dụng tiền ký quỹ để chi trả tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc tiền mua lại hàng hóa từ người tham gia.

3. Khi chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp, doanh nghiệp bán hàng đa cấp chỉ được rút toàn bộ số tiền ký quỹ trong trường hợp không có bất cứ khiếu kiện nào từ phía người tham gia bán hàng đa cấp liên quan đến việc chi trả tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc tiền mua lại hàng hóa”.

Thứ nhất, mức tiền ký quỹ tối thiểu 1 tỷ đồng được đưa ra cách đây 8 năm đã không còn phù hợp với hiện tại. Trên thực tế, các doanh nghiệp BHĐC đều có vốn điều lệ thấp (trên dưới 10 tỷ đồng), do đó, mức ký quỹ phổ biến là 1 tỷ đồng.

Xét về mục đích sử dụng, tiền ký quỹ của doanh nghiệp BHĐC là khoản đảm bảo để chi trả tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc mua lại hàng hóa từ người tham gia trong trường hợp doanh nghiệp chấm dứt hoạt động BHĐC mà không còn khả năng chi trả. Tuy nhiên, hiện tại, với mức doanh thu từ hoạt động BHĐC của các doanh nghiệp phổ biến từ hàng chục tỷ cho đến hàng trăm tỷ hoặc thậm chí hàng nghìn tỷ thì số tiền ký quỹ 1 tỷ đồng là quá thấp so với mục đích đề ra ban đầu.

Thứ hai, quy định về sử dụng và rút tiền ký quỹ tại Khoản 2 và Khoản 3 Điều 17 Nghị định 110/2005/NĐ-CP được trích dẫn ở trên tạo ra sự mâu thuẫn: Một khi doanh nghiệp phải sử dụng đến tiền ký quỹ cho các hoạt động được nêu tại Khoản 2 Điều 17 thì có nghĩa là doanh nghiệp không còn khả năng để chi trả cho các hoạt động đó nếu như không sử dụng tiền ký quỹ. Điều này đồng nghĩa với việc sẽ dẫn tới khiếu nại, khiếu kiện liên quan tới quyền lợi của người tham gia. Như vậy, doanh nghiệp sẽ không được phép rút tiền ký quỹ theo quy định tại Khoản 3 để sử dụng.

Thứ ba, quy định Nghị định 110/2005/NĐ-CP chưa điều chỉnh trường hợp doanh nghiệp đã nộp khoản tiền ký quỹ nhưng không được cấp giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC. Trong trường hợp này, doanh nghiệp không thể rút tiền ký quỹ nếu áp dụng đúng quy định hiện hành.

Thứ tư, trong quá trình phối hợp giám sát kiểm tra hoạt động BHĐC của doanh nghiệp, nhiều Sở Công Thương kiến nghị cần phải sửa đổi lại điều khoản về Ký quỹ tại Nghị định 110/2005/NĐ-CP do quy định hiện nay không còn phù hợp với thực tế nữa. Theo báo cáo của Sở Công Thương Hà Nội, tính đến thời điểm hiện nay, việc thực hiện các quy định về ký quỹ của các doanh nghiệp còn khá lộn xộn và khó kiểm soát. Nhiều doanh nghiệp thay đổi ngân hàng ký quỹ trong quá trình hoạt động mà không thông báo cho Sở Công Thương, nhiều doanh nghiệp rút tiền ký quỹ khi còn đang hoạt động, có doanh nghiệp còn rút tiền ký quỹ trước thời điểm được cấp Giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp. Có thể nói, quy định hiện tại về ký quỹ tại Nghị định 110/2005/NĐ-CP và Thông tư 19/2005/TT-BTM chưa chặt chẽ, thiếu đồng bộ, quyền hạn cơ quan cấp phép trong việc quản lý và sử dụng số tiền ký quỹ bị hạn chế, quy định về mức xử phạt thấp... vì vậy nhiều doanh nghiệp lợi dụng

để làm sai quy định.

Như vậy, việc tăng số tiền ký quỹ là hợp lý, việc bổ sung những quy định về sử dụng tiền ký quỹ và rút tiền ký quỹ là những giải pháp hữu hiệu nhằm hạn chế những sai phạm của doanh nghiệp BHĐC đã thực hiện trong thời gian qua.

Vốn điều lệ tối thiểu của doanh nghiệp BHĐC, vấn đề số vốn tối thiểu của doanh nghiệp BHĐC chưa được quy định tại các văn bản pháp lý liên quan tới quản lý hoạt động BHĐC. Thực tế quản lý hoạt động bán hàng đa cấp và kinh nghiệm từ một số lĩnh vực kinh doanh có điều kiện cho thấy cần phải quy định mức vốn pháp định đối với hoạt động kinh doanh BHĐC để đảm bảo hiệu quả và ổn định của mạng lưới BHĐC .

Doanh nghiệp BHĐC ngoài những đặc điểm giống với các doanh nghiệp thông thường khác còn có một đặc điểm riêng biệt đó là doanh nghiệp BHĐC có thể tuyển dụng không giới hạn người lao động. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để đảm bảo quyền lợi của người lao động được đảm bảo khi doanh nghiệp gặp rủi ro.

Thực tế công tác quản lý hoạt động BHĐC trong thời gian qua cho thấy có nhiều trường hợp doanh nghiệp BHĐC đã được cấp giấy đăng ký tổ chức BHĐC nhưng không hoạt động hoặc hoạt động không hiệu quả. Cụ thể, theo thống kê của Cục Quản lý cạnh tranh, hiện nay, trong tổng số 87 doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã được cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp, có tới 27 doanh nghiệp không có hoạt động và 15 doanh nghiệp không thực hiện các yêu cầu cung cấp thông tin trong quá trình rà soát của Cục Quản lý cạnh tranh. Các doanh nghiệp này đều có quy mô rất nhỏ với mức vốn điều lệ khoảng 1-2 tỷ đồng [31, tr.15].

Do đặc thù của hoạt động BHĐC, việc phát triển mạng lưới lớn hay nhỏ đều phụ thuộc vào khả năng của những thành viên tham gia mạng lưới BHĐC. Doanh nghiệp đóng vai trò hỗ trợ công tác phát triển mạng lưới của các thành viên chủ chốt này như việc cung cấp tài liệu, ký hợp đồng với người tham gia mạng lưới, cung cấp địa điểm làm việc cho người tham gia mạng lưới, cung ứng hàng hóa cho hệ thống. Do đó, trong nhiều trường hợp, các doanh nghiệp với năng lực tài chính hạn hẹp sẽ không đáp ứng được yêu cầu phát triển của hệ thống, dẫn đến hạn chế trong quá trình phát triển mạng lưới cũng như bán hàng của người tham gia. Việc này sẽ khiến người

tham gia rời bỏ mạng lưới, chuyển sang tham gia vào mạng lưới của các doanh nghiệp khác hoạt động hiệu quả hơn. Điều này phần nào được phản ánh thông qua các con số thống kê nêu trên.

Trên thực tế, có nhiều ngành cũng quy định vốn điều lệ tối thiểu cho các doanh nghiệp hoạt động trong ngành (ví dụ như các doanh nghiệp xuất khẩu lao động Việt Nam ra nước ngoài – Điều 3 Nghị định 126/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 8 năm 2007) nhằm đảm bảo các doanh nghiệp đó có đủ năng lực tài chính để hoạt động. BHĐC cũng là một ngành kinh doanh có điều kiện và có tác động đến một số lượng lớn người tham gia.

Chính vì vậy, việc đưa ra yêu cầu tối thiểu về vốn điều lệ là nhằm chọn lựa các doanh nghiệp có năng lực tài chính ở một mức độ nhất định nhằm đảm bảo hiệu quả và ổn định của mạng lưới BHĐC sau này là phù hợp với thực tế.

Vấn đề thông báo cho cơ quan quản lý ở địa phương về các hoạt động liên quan tới BHĐC của doanh nghiệp BHĐC được quy định tại Khoản 10 Thông tư 19/2005/TT-BTM như sau: *“Thông báo bán hàng đa cấp khi doanh nghiệp bán hàng đa cấp phát triển mạng lưới bán hàng*

a) Khi doanh nghiệp bán hàng đa cấp phát triển mạng lưới bán hàng ra các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương mà doanh nghiệp không đặt trụ sở chính, doanh nghiệp phải thông báo cho Sở Thương mại hoặc Sở Thương mại Du lịch của tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đó. Việc thông báo này được thực hiện theo mẫu Thông báo tổ chức bán hàng đa cấp (MTB-3) quy định tại Phụ lục III ban hành kèm theo Thông tư này.

b) Sau khi nhận được thông báo bán hàng đa cấp của doanh nghiệp, Sở Thương mại, Sở Thương mại Du lịch có trách nhiệm kiểm tra, giám sát hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn và 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”.

Với quy định trên, doanh nghiệp chỉ việc thông báo cho Sở Công Thương về việc mở rộng mạng lưới BHĐC mà không cần phải nộp bất cứ giấy tờ nào khác. Điều này khiến các Sở Công Thương lúng túng trong việc quản lý. Mặt khác, trong

mẫu Thông báo MTB-3 về mở rộng mạng lưới BHĐC, không có nội dung về địa chỉ của doanh nghiệp tại địa phương nơi doanh nghiệp thông báo hoạt động. Do đó, một số Sở Công Thương đã phản ánh thực trạng họ không biết doanh nghiệp đang hoạt động ở đâu trên địa bàn quản lý của mình để giám sát và quản lý.

Có thể nói, quy định hiện nay về việc thông báo mở rộng mạng lưới BHĐC còn sơ sài và lỏng lẻo gây rất nhiều khó khăn trong công tác giám sát và quản lý của Sở Công Thương nơi doanh nghiệp thông báo hoạt động BHĐC. Trên thực tế, qua báo cáo thường niên của các Sở Công Thương gửi đến Cục Quản lý cạnh tranh, nội dung mà các Sở Công Thương kiến nghị phải sửa đổi, bổ sung nhiều nhất là nội dung về thông báo mở rộng mạng lưới BHĐC [31, tr.10].

Về gia hạn Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC, Nghị định 110/2005/NĐ-CP và Thông tư 19/2005/TT-BTM chưa quy định về việc gia hạn Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC, việc bổ sung quy định về thời hạn có hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC là cần thiết và phù hợp với thực tiễn. Một khi Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC hết hạn, doanh nghiệp có quyền yêu cầu cơ quan cấp Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC gia hạn. Vì vậy, việc bổ sung thêm quy định cũng như quy trình, thủ tục về việc gia hạn Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức BHĐC là cần thiết để điều chỉnh một hoạt động mới phát sinh.

Quy định về tạm ngừng và chấm dứt hoạt động, theo Nghị định 110/2005/NĐ-CP tạm ngừng và chấm dứt hoạt động được quy định như sau: “ *Tạm ngừng, chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp*

1. Khi muốn tạm ngừng hoặc chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp, doanh nghiệp bán hàng đa cấp có nghĩa vụ sau đây:

a) Tuân thủ các quy định về tạm ngừng hoặc chấm dứt hoạt động kinh doanh theo quy định của pháp luật về doanh nghiệp;

b) Thông báo với Sở Thương mại hoặc Sở Thương mại - Du lịch cấp tỉnh nơi doanh nghiệp đăng ký kinh doanh; đồng thời, thông báo công khai ở trụ sở chính và thông báo cho những người tham gia biết trong thời hạn 30 ngày làm việc trước khi tạm ngừng hoặc chấm dứt hoạt động.

2. Trong trường hợp tạm ngừng hoặc chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp,

doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải tiến hành thanh lý hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với người tham gia theo quy định tại Điều 10 Nghị định này trong thời hạn 30 ngày làm việc, kể từ ngày tạm ngừng hoặc chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp”⁴

Quy định về việc tạm ngừng hoạt động BHĐC của doanh nghiệp BHĐC không quy định về thời hạn tối đa doanh nghiệp được phép tạm ngừng hoạt động. Do đó, việc doanh nghiệp BHĐC thông báo tạm dừng hoạt động và có thể ngừng hoạt động trong vòng 1 năm, 2 năm, 5 năm hoặc hơn nữa vẫn không trái với quy định của pháp luật. Qua thực tế quản lý hoạt động BHĐC trên toàn quốc, Cục Quản lý cạnh tranh nhận thấy có nhiều doanh nghiệp thông báo tạm ngừng hoạt động quá lâu ảnh hưởng đến quyền lợi người lao động, người tham gia mạng lưới BHĐC của doanh nghiệp đó.

Thực tiễn quản lý hoạt động BHĐC trên toàn quốc cho thấy quy định về chấm dứt hoạt động hiện nay còn sơ sài, lỏng lẻo so với mức độ ảnh hưởng của hoạt động BHĐC đối với cả người tham gia cũng như người tiêu dùng. Khảo sát của Cục Quản lý cạnh tranh cho thấy, hoạt động của mỗi doanh nghiệp bán hàng đa cấp kéo theo sự tham gia của hàng chục nghìn cho tới hàng trăm nghìn người tham gia mạng lưới [31, tr.5]. Do đó, cần phải sửa đổi quy định hiện hành theo hướng chặt chẽ, cụ thể hơn để hạn chế tác động xấu một khi doanh nghiệp chấm dứt hoạt động BHĐC .

Ngoài ra, việc chấm dứt hoạt động của một doanh nghiệp đồng nghĩa với việc doanh nghiệp đó chấm dứt các nghĩa vụ với cơ quan nhà nước, với người lao động, với người tham gia trong hoạt động BHĐC. Trong một chừng mực nhất định, nghĩa vụ này được đảm bảo thực hiện thông qua khoản tiền ký quỹ. Tuy nhiên, trong quy định hiện hành, sự gắn kết giữa khoản tiền ký quỹ này với việc chấm dứt hoạt động BHĐC của doanh nghiệp chưa được quy định chặt chẽ, gây khó khăn cho cơ quan quản lý trong quá trình sử dụng khoản tiền ký quỹ và cho bản thân doanh nghiệp trong quá trình rút khoản tiền ký quỹ này khi chấm dứt hoạt động BHĐC.

Chính vì vậy, việc sửa đổi, bổ sung quy định về chấm dứt hoạt động của doanh nghiệp cho phù hợp hơn với thực tế là cần thiết.

⁴ Điều 19 Nghị định 110/2005/NĐ-CP

Về tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, trong các văn bản hiện hành về quản lý hoạt động BHĐC, chưa có quy định về tổ chức hội nghị, hội thảo khách hàng và đào tạo người tham gia BHĐC. Trong khi đó, việc tổ chức hội nghị, hội thảo khách hàng và đào tạo người tham gia BHĐC là những hoạt động thường xuyên và mang tính quyết định trong việc tuyển dụng người tham gia của doanh nghiệp BHĐC. Chính những hội nghị, hội thảo của doanh nghiệp BHĐC là nơi phát sinh ra các hành vi BHĐC bất chính.

Nhiều Sở Công Thương kiến nghị tới Cục Quản lý cạnh tranh cần phải bổ sung quy định về việc tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo của doanh nghiệp BHĐC tại địa phương vì hiện nay việc tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo của doanh nghiệp rất lộn xộn, không có tổ chức mà chưa có chế tài xử lý [25]. Việc bổ sung quy định về tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo theo hướng quy định rõ nghĩa vụ của doanh nghiệp trong việc thông báo quản lý địa phương và trách nhiệm của Sở Công Thương trong việc giám sát và quản lý việc tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo của doanh nghiệp BHĐC tại địa phương sẽ giúp giám sát và quản lý tốt hơn các hoạt động hội nghị, hội thảo, đào tạo của doanh nghiệp BHĐC tại các địa phương, tránh được những bất cập hiện tại.

Quy định về những hành vi bị cấm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp những hành vi bị cấm của doanh nghiệp BHĐC. Vấn đề này được quy định chi tiết tại Điều 7 Nghị định 110/2005/NĐ-CP. Tuy nhiên, trong quá trình thực tế điều tra và xử lý các hành vi vi phạm của doanh nghiệp BHĐC, Cục Quản lý cạnh tranh nhận thấy cần phải bổ sung một số hành vi chưa được quy định trong Nghị định 110/2005/NĐ-CP [25].

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp BHĐC dùng những thông tin về thu nhập của những thủ lĩnh cao cấp để lôi kéo, dụ dỗ người mới tham gia vào mạng lưới. Nhiều người mới tham gia cả tin và đã bỏ tiền đầu tư để trở thành nhà phân phối. Tuy nhiên, doanh nghiệp BHĐC đã không cung cấp tài liệu chứng minh rằng để đạt được mức thu nhập cao đó, một người bình thường sẽ phải làm gì và mất bao lâu để đạt được. Tại Việt Nam, cũng có nhiều doanh nghiệp và người tham gia sử dụng nhưng thông tin về thu nhập “trên trời” để tác động đến quyết định tham gia mạng

lưới BHĐC của người mới tham gia. Chính vì vậy, việc xây dựng Nghị định thay thế Nghị định 110/2005/NĐ-CP cho rằng việc bổ sung hành vi “ *Dùng những thông tin về thu nhập của người tham gia BHĐC để giới thiệu hoạt động bán hàng, doanh thu BHĐC của công ty để dụ dỗ, lôi kéo người mới tham gia vào mạng lưới BHĐC mà không có tài liệu chứng minh về tên, tuổi, địa chỉ, thời gian tham gia, lợi nhuận thu được từng kỳ có biên lai xác nhận của cơ quan thuế đã thu thuế của người đó*” vào quy định những hành vi bị cấm của doanh nghiệp BHĐC là phù hợp với thực tiễn [25].

Ngoài ra, từ trước đến nay, nhiều doanh nghiệp lợi dụng kẽ hở của pháp luật để thu những khoản tiền bất chính của người mới tham gia. Thay vì yêu cầu người muốn tham gia phải đặt cọc, mua một lượng hàng hóa ban đầu, trả tiền hoặc trả bất kỳ khoản phí nào... để được tham gia vào mạng lưới BHĐC, doanh nghiệp yêu cầu người muốn tham gia phải mua tập tài liệu ban đầu với chi phí phát sinh lên tới 3-4 triệu đồng/1 bộ tài liệu. Tác giả, cho rằng đây là một vấn đề bất cập, cần thiết phải sửa đổi để tránh tình trạng lợi dụng kẽ hở pháp luật nhằm thực hiện hành vi bán hàng đa cấp bất chính [53].

Xuất phát từ thực tế như trên, việc bổ sung quy định về mức phí mua tài liệu là cần thiết để bảo vệ quyền lợi của người tham gia bán hàng đa cấp.

Về trách nhiệm và những hành vi bị cấm của người tham gia, trách nhiệm và những hành vi bị cấm của người tham gia được quy định chi tiết tại Điều 8 Nghị định 110/2005/NĐ-CP. Tuy nhiên, trong thực tế xử lý vi phạm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, Cục Quản lý cạnh tranh nhận thấy cần phải bổ sung một số hành vi chưa được quy định trong Nghị định 110/2005/NĐ-CP [25].

Theo kiến nghị từ nhiều doanh nghiệp BHĐC cũng như xuất phát từ thực tế điều tra các hành vi bán hàng đa cấp bất chính, Cục Quản lý cạnh tranh thấy rằng có rất nhiều nhà phân phối của doanh nghiệp bán hàng đa cấp tại các chi nhánh ở địa phương tự ý tổ chức các buổi hội thảo, đào tạo, hội nghị giới thiệu sản phẩm... mà chưa có sự đồng ý của doanh nghiệp [31, tr.5]. Khi xảy ra những tranh chấp với người tham gia ở địa phương đó, trách nhiệm cuối cùng lại quy kết về doanh nghiệp BHĐC mà nhà phân phối đứng ra tổ chức hội nghị, hội thảo, đào tạo đó không phải

chịu bất cứ một phần trách nhiệm. Điều này gây ra nhiều khó khăn trong việc quản lý và tổ chức của doanh nghiệp BHĐC. Vì vậy, việc bổ sung quy định cấm người tham gia doanh nghiệp: “Nhân danh doanh nghiệp BHĐC tổ chức các buổi hội thảo, hội nghị khách hàng, hội thảo giới thiệu sản phẩm, đào tạo mà chưa được doanh nghiệp ủy quyền bằng văn bản” là cần thiết để bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp BHĐC. Việc cấm doanh nghiệp BHĐC “Dùng những thông tin về thu nhập của người tham gia BHĐC để giới thiệu hoạt động bán hàng, doanh thu BHĐC của công ty để dụ dỗ, lôi kéo người mới tham gia vào mạng lưới BHĐC mà không có tài liệu chứng minh về tên, tuổi, địa chỉ, thời gian tham gia, lợi nhuận thu được từng kỳ có biên lai xác nhận của cơ quan thuế đã thu thuế của người đó” là cần thiết nhằm bảo vệ quyền lợi của người mới tham gia [25, tr.12]. Trong mạng lưới BHĐC của doanh nghiệp, nhà phân phối là những người sẽ đi tuyên truyền, quảng bá và giới thiệu các chính sách, kế hoạch cũng như hình ảnh của doanh nghiệp tới người có dự định tham gia bán hàng đa cấp. Nhà phân phối cũng có quyền tuyển dụng người mới tham gia là tuyển dưới của mình nên trong nhiều trường hợp nhà phân phối sẽ dùng mọi hình thức để lôi kéo, dụ dỗ người mới tham gia. Chính vì vậy, việc cấm người tham gia “dùng những thông tin về thu nhập của người tham gia BHĐC để giới thiệu hoạt động bán hàng, doanh thu BHĐC của công ty để dụ dỗ, lôi kéo người mới tham gia vào mạng lưới BHĐC mà không có tài liệu chứng minh về tên, tuổi, địa chỉ, thời gian tham gia, lợi nhuận thu được từng kỳ có biên lai xác nhận của cơ quan thuế đã thu thuế của người đó” là một trong những biện pháp ngăn chặn hành vi lôi kéo, dụ dỗ người mới tham gia của nhà phân phối [25, tr.19].

3.3 Thực trạng thực hiện thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC

3.3.1 *Thực trạng cấp giấy đăng ký bán hàng đa cấp*

Đến tháng 11/2015, Cục quản lý cạnh tranh Bộ công thương tiếp nhận 63 hồ sơ của các doanh nghiệp đăng ký kinh doanh BHĐC. Số lượng doanh nghiệp được cấp giấy phép là 59. Các sản phẩm hàng hoá mà các công ty thực hiện bán hàng đa cấp trên địa bàn TP.HCM chủ yếu gồm: Đồ gia dụng, mỹ phẩm; thực phẩm chức năng, thiết bị hỗ trợ sức khỏe...

Theo quy định khoản 2 Điều 32 Nghị định 42/2014/NĐ-CP ngày 14/5/2014

của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp và Thông tư số 24/2014/TT-BCT của Bộ Công Thương hướng dẫn một số quy định của Nghị định 42/2014/NĐ-CP, cơ quan có thẩm quyền giải quyết hồ sơ đăng ký bán hàng đa cấp là Cục quản lý cạnh tranh của Bộ Công Thương. Trong quá trình giải quyết hồ sơ đăng ký bán hàng đa cấp, vấn đề quan trọng nhất mà Cục quản lý cạnh tranh xem xét đó là tính: “*minh bạch và không trái pháp luật*”. Thực tiễn cho thấy tiêu chí xác định vấn đề này còn chưa rõ ràng và cụ thể.

Theo quy định Nghị định 42/2014/NĐ-CP, chương trình bán hàng bao gồm hầu hết những vấn đề liên quan đến hoạt động bán hàng đa cấp như: *cách thức trả thưởng; hợp đồng mẫu mà doanh nghiệp sẽ ký kết với người tham gia và mọi thoả thuận khác quy định về quyền và nghĩa vụ của người tham gia; thông tin về tiêu chuẩn chất lượng hoặc chứng chỉ chất lượng (nếu có), giá cả và cách thức sử dụng hàng hoá được bán; quy định liên quan đến bảo hành, trả lại, mua lại hàng hoá được bán*. Trong đó cách trả thưởng (gồm điều kiện tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp, các loại tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác và những điều kiện hưởng lợi ích đó) cùng với chính sách mua lại sản phẩm là những vấn đề cốt lõi mang tính đặc trưng cho hoạt động bán hàng đa cấp phải được tập trung khi xác định tính “*minh bạch và không trái pháp luật*” của chương trình bán hàng nói chung.

Để xác định tính không trái pháp luật, Cục quản lý cạnh tranh phải căn cứ trước hết vào các điều cấm của pháp luật đối với hoạt động BHĐC của doanh nghiệp theo quy định về hoạt động BHĐC bất chính:

“- *Yêu cầu người tham gia phải đặt cọc để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.*

- *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 muốn tham gia phải trả tiền hoặc trả bất kỳ khoản phí nào dưới hình thức khoá học, khoá đào tạo, hội thảo, hoạt động xã hội hay các hoạt động tương tự khác để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp, trừ tiền mua tài liệu.*

- Không cam kết cho người tham gia trả lại hàng hoá và nhận lại khoản tiền đã chuyển cho doanh nghiệp.

- Cho người tham gia nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác từ việc dụ dỗ người khác tham gia bán hàng đa cấp”.⁽⁵⁾

Trên thực tế, không ai có thể xác định việc phân phối viên giới thiệu về những lợi ích khi tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp cho người muốn tham gia có phải là hành vi dụ dỗ người đó tham gia mạng lưới hay không. Mặt khác, đặc trưng của bán hàng đa cấp là phân phối viên có quyền được hưởng một khoản hoa hồng từ kết quả tiêu thụ sản phẩm của mạng lưới phân phối viên tuyến dưới của mình nên bất cứ người mới tham gia nào cũng hứa hẹn đem lại lợi ích cho phân phối viên. Hơn nữa, trên thực tế hầu hết người mới gia nhập mạng lưới tuy không bị ép buộc nhưng vẫn mua lại lượng sản phẩm để dùng thử nên ngay lập tức người bảo trợ sẽ được hưởng hoa hồng từ số sản phẩm đó. Do đó, chỉ có thể khẳng định cách thức trả thưởng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp bất chính khác với doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính ở chỗ cho phép người tham gia được hưởng lợi ích kinh tế chủ yếu từ việc tuyển dụng người khác hơn là từ việc mua sản phẩm cho người tiêu dùng thực sự.

Từ những lập luận trên, để bảo đảm tính đúng đắn trong hồ sơ đăng ký bán hàng đa cấp của doanh nghiệp, cơ quan có thẩm quyền phải xác định cách thức trả thưởng của doanh nghiệp có theo hướng “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 bán hàng đa cấp” hay không? Nhưng, cơ quan có thẩm quyền phải căn cứ vào đâu để phân tích và đánh giá cách trả thưởng của doanh nghiệp.

Pháp luật nước ta chưa có quy định về vấn đề này nên việc đánh giá tính trái pháp luật đối với cách thức trả thưởng hoàn toàn phụ thuộc vào nhận định chủ quan của đội ngũ cán bộ giải quyết hồ sơ. Đây là thực trạng đáng lo ngại vì cách thức trả thưởng vô cùng phong phú và đa dạng, trong khi đó phần lớn cán bộ giải quyết hồ sơ chưa được đào tạo kiến thức về quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp nên chưa đủ kiến thức, kinh nghiệm để phân tích và đánh giá tính “không trái pháp luật”

⁽⁵⁾ Điều 48 Luật Cảnh tranh năm 2004.

của cách thức trả thưởng. Bởi vậy, thay vì tập trung phân tích cách thức trả thưởng, cán bộ giải quyết hồ sơ thường bỏ qua vấn đề này và chỉ kiểm tra tính hợp pháp của hàng hoá, điều khoản bảo hành sản phẩm... để quyết định cấp hay không cấp giấy đăng ký bán hàng đa cấp. Cách làm này không những không đạt được mục tiêu tiền kiểm mà trái lại còn làm cho quy định của Nghị định 42/2014 NĐ-CP mang tính hình thức.

Mặt khác, quy định của pháp luật là cấm doanh nghiệp bán hàng đa cấp “*yêu cầu người muốn tham gia phải trả tiền hoặc trả bất kỳ khoản phí nào dưới hình thức khoá học, khoá đào tạo, hội thảo, hoạt động xã hội hay các hoạt động tương tự khác để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp, trừ tiền mua tài liệu theo quy định Nghị định 42/2014/ NĐ-CP*” [7]. Nhưng trên thực tế, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đều yêu cầu người tham gia phải mua một số lượng hàng hoá khi tham gia bán hàng đa cấp, hoặc đóng một khoản tiền 100.000 đồng đến 300.000 đồng để mua hồ sơ đăng ký. Khi các cơ quan kiểm tra thì các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đưa ra lý lẽ là bán tài liệu (vì trong hồ sơ có tài liệu là Nghị định 42/NĐ-CP của Chính phủ). Tác giả cho rằng, hình thức như thế đã mang tính né tránh pháp luật của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp mà các cơ quan quản lý không thể nói họ vi phạm được.

Theo quy định của pháp luật hiện hành, các doanh nghiệp BHĐC phải đăng ký với cơ quan có thẩm quyền [7]. Tuy nhiên, trên thực tế vẫn có doanh nghiệp không đăng ký nhưng vẫn tham gia hoạt động BHĐC. Ngày 15/4/2014 Cục Quản lý cạnh tranh đã cảnh báo các doanh nghiệp về trường hợp doanh nghiệp không đăng ký BHĐC [90, truy cập ngày 22 tháng 6 năm 2016]. Một số doanh nghiệp đang kinh BHĐC trên địa bàn một số tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương nhưng chưa làm thủ tục đăng ký cấp Giấy chứng nhận hoạt động bán hàng đa cấp với cơ quan có thẩm quyền và đã bị các cơ quan chức năng phát hiện và xử lý Cụ thể: Công ty Cổ phần Đầu tư thương mại Phúc Gia Bảo 68, địa chỉ trụ sở chính: 131 Bạch Đằng, Phường Phước Trung, TP. Bà Rịa, tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu; Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại Lotus Việt Nam, địa chỉ trụ sở chính: số 2 ngõ 2 tổ 3 đường Trung Kính, Phường Trung Hòa, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội [89]. Cục

Quản lý cạnh tranh cảnh báo về hoạt động bán hàng đa cấp của các doanh nghiệp này để người dân biết và cảnh giác, trường hợp phát hiện hoạt động bán hàng đa cấp của doanh nghiệp này, đề nghị thông báo với Sở Công Thương, Cơ quan công an địa phương hoặc Cục Quản lý cạnh tranh để có biện pháp xử lý kịp thời [90].

3.3.2 Quản lý đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp

Theo quy định của pháp luật, cơ quan nhà nước có thể quản lý doanh nghiệp thông qua việc tiếp nhận và theo dõi báo cáo định kỳ của doanh nghiệp, bên cạnh đó cơ quan quản lý nhà nước còn có quyền tiến hành kiểm tra, thanh tra nhằm xác định doanh nghiệp có hoạt động đúng pháp luật hay không.

Đối với hoạt động bán hàng đa cấp, Điều 28 Nghị định 42/2014/NĐ-CP ngày 14/5/2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp quy định doanh nghiệp bán hàng đa cấp có nghĩa vụ phải báo cáo định kỳ 6 tháng/lần cho Bộ Công Thương và Sở Công Thương (cấp tỉnh) nơi doanh nghiệp có hoạt động bán hàng đa cấp về số lượng người tham gia, doanh thu và số thuế đã nộp của doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân của người tham gia mà doanh nghiệp đã nộp hộ. Pháp luật buộc doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải báo cáo kết quả hoạt động định kỳ cho Bộ Công Thương và Sở Công Thương. Tuy nhiên, pháp luật chưa có quy định tạo điều kiện thuận lợi cho Sở Công Thương và các cơ quan quản lý nhà nước khác có thể giám sát, kiểm tra hoạt động của doanh nghiệp bán hàng đa cấp một cách có hiệu quả. Hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp bán hàng đa cấp là tổ chức hội nghị khách hàng [30, tr. 3].

Tại hội nghị, doanh nghiệp không chỉ giới thiệu về sản phẩm mà còn cung cấp thông tin về hoạt động bán hàng đa cấp để thu hút người nghe tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp. Mỗi tuần, doanh nghiệp sẽ tổ chức 2 đến 3 hội nghị khách hàng một lần tại trụ sở với quy mô khoảng vài chục người [101]. Nhưng các doanh nghiệp lớn lại thường tổ chức hội nghị ở các khách sạn lớn, trung tâm hội chợ - triển lãm với số lượng người tham dự khoảng 400 đến 500 người hoặc có thể lên đến 1000 người. Trong trường hợp này, nếu doanh nghiệp cố tình cung cấp thông tin không trung thực để dụ dỗ người khác mua sản phẩm hoặc tham gia vào hoạt động bán hàng đa cấp thì hậu quả sẽ vô cùng to lớn. Do vậy, cơ quan quản lý rất cần

thông tin về kế hoạch tổ chức hội nghị khách hàng của doanh nghiệp để giám sát, kiểm tra xem doanh nghiệp có thực hiện đúng những nội dung đã đăng ký với cơ quan cấp giấy đăng ký BHĐC. Doanh nghiệp có thông tin gian dối về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp hoặc cung cấp thông tin sai lệch về tính chất công dụng của hàng hoá.

Theo Điều 118, 120, 121 Luật Thương mại, việc tổ chức hội nghị, hội thảo có trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ là một trong những hình thức trưng bày giới thiệu hàng hoá, dịch vụ của thương nhân Việt Nam. Đối với chi nhánh nước ngoài tại Việt Nam đều có quyền tự do trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ, có quyền lựa chọn các hình thức trưng bày, giới thiệu phù hợp. Điều kiện duy nhất đặt ra là hàng hoá, dịch vụ trưng bày phải hợp pháp, tuân thủ các quy định của pháp luật về chất lượng và ghi nhãn hàng hoá. Do đó, việc tổ chức hội nghị khách hàng giới thiệu sản phẩm là quyền tự do của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, doanh nghiệp có quyền lựa chọn địa điểm, thời gian, khách mời...nhưng không có nghĩa vụ thông báo cho cơ quan quản lý nhà nước về việc hội nghị khách hàng.

Chỉ trong trường hợp doanh nghiệp tổ chức hội nghị khách hàng có yếu tố nước ngoài như mời thuyết trình viên hoặc người tham dự là người nước ngoài thì doanh nghiệp mới phải thông báo cho cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền trước khi tổ chức theo quy định tại Quyết định số 236/1999/QĐ-TTg ngày 24/12/1999 của Thủ tướng Chính phủ về tổ chức và quản lý hội nghị, hội thảo quốc tế tại Việt Nam. Riêng ở TP.HCM đã có Quyết định số 62/2000/QĐ-UB ngày 2/11/2000 ủy quyền cho giám đốc Sở Công Thương giải quyết hội nghị khách hàng giới thiệu sản phẩm có yếu tố nước ngoài.

Như vậy, để có thông tin về việc tổ chức hội nghị khách hàng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp, cơ quan quản lý nhà nước phải tự tìm hiểu hoặc dựa vào nguồn tin do người tiêu dùng cung cấp. Thế nhưng thực tiễn cho thấy, người tiêu dùng ít thông báo việc này mà chỉ tìm đến cơ quan quản lý nhà nước khi quyền lợi của họ bị xâm phạm, còn các cơ quan quản lý nhà nước lại không có đủ thời gian và nhân lực để tìm hiểu thông tin về doanh nghiệp. Do đó, việc nắm thông

tin để quản lý, kiểm tra hoạt động tổ chức hội nghị khách hàng của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp trong điều kiện hiện nay gần như không thể thực hiện được.

Mặt khác, quản lý đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ theo mô hình đa cấp: Trong quá khứ, mô hình bán hàng đa cấp gắn liền với kinh doanh hàng hóa, sử dụng mạng lưới người tham gia để đưa hàng trực tiếp đến người tiêu dùng. Hiện nay, với sự phát triển của lĩnh vực dịch vụ, mô hình bán hàng đa cấp có thể được sử dụng để tiếp thị các dịch vụ, theo đó người tham gia sẽ thực hiện các hoạt động tiếp thị, xúc tiến thương mại giúp doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng và được doanh nghiệp trả hoa hồng trích từ phí dịch vụ thu được. Pháp luật về bán hàng đa cấp nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ, ví dụ như Đài Loan, Canada, được áp dụng đối với mọi hình thức kinh doanh đa cấp không phân biệt hàng hóa hay dịch vụ [98].

Tuy nhiên, đối với Việt Nam, khoản 11 Điều 3 Luật Cạnh tranh chỉ quy định “*bán hàng đa cấp là phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa...*”. Căn cứ theo quy định này, hiện nay các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền chưa cho phép các doanh nghiệp đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp đối với dịch vụ. Việc giới hạn quản lý bán hàng đa cấp trong phạm vi kinh doanh hàng hóa không đáp ứng được nhu cầu thực tế của nhiều doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ (dịch vụ internet, thương mại điện tử, giáo dục.v.v.), có thể làm phát sinh những hoạt động kinh doanh trái phép, gây khó khăn cho công tác quản lý.

Hiện nay, Sở Công Thương và Chi Cục Quản lý thị trường các địa phương là cơ quan có chức năng giám sát và xử phạt đối với hoạt động bán hàng đa cấp không đăng ký. Tuy nhiên, các cơ quan này chưa thực sự tích cực trong hoạt động xử lý hoạt động bán hàng không phép một số doanh nghiệp đã kinh doanh đa cấp không đăng ký, phát sinh nhiều vi phạm ảnh hưởng đến quyền lợi của người tham gia và người tiêu dùng [4, tr.8].

Một số trường hợp xử lý chỉ dừng ở mức phạt về hành vi tổ chức bán hàng đa cấp không đăng ký theo điểm a khoản 1 Điều 36 Nghị định số 71/2014/NĐ-CP với mức phạt từ 20 triệu đến 40 triệu đồng, mà chưa xem xét cụ thể việc doanh

nghiệp thu lợi lớn từ các vi phạm trong chương trình bán hàng, cách thức trả thưởng, hàng hóa kinh doanh...Do đó, đến nay nhiều doanh nghiệp vẫn cố tình thực hiện bán hàng đa cấp không đăng ký để lẩn tránh cơ chế quản lý, giám sát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, đồng thời tình trạng này lại có tác dụng tiêu cực, không khuyến khích, động viên đối với các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã đăng ký và hoạt động hợp pháp.

3.3.3 Quản lý người tham gia bán hàng đa cấp

Nghị định 42/2014/NĐ-CP, Điều 2 quy định: “Nghị định này áp dụng đối với doanh nghiệp và người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp và cơ quan tổ chức cá nhân khác có liên quan đến hoạt động bán hàng đa cấp” có nghĩa là các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền cũng sẽ điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp của người tham gia bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, quy định pháp luật về quản lý người tham gia bán hàng đa cấp ghi nhận doanh nghiệp bán hàng đa cấp là chủ thể có trách nhiệm “*quản lý người tham gia qua hệ thống thẻ thành viên mạng lưới bán hàng đa cấp theo mẫu do Bộ Công Thương quy định*” (Khoản 2 Điều 22 Nghị định 42/2014/NĐ-CP) và phải “*thường xuyên giám sát hoạt động của người tham gia để bảo đảm người tham gia thực hiện đúng quy tắc hoạt động và Chương trình bán hàng của doanh nghiệp*”. Theo đó, cơ quan quản lý nhà nước quản lý doanh nghiệp bán hàng đa cấp, còn doanh nghiệp bán hàng đa cấp lại quản lý người tham gia bán hàng đa cấp (hay nói cách khác cơ quan quản lý nhà nước không trực tiếp quản lý người tham gia bán hàng đa cấp).

Thực tế, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã lơ là trong việc quản lý người tham gia bán hàng đa cấp, vì: Mục tiêu của doanh nghiệp bán hàng đa cấp là bán hàng để thu lợi nhuận nên họ chỉ quan tâm đến số lượng sản phẩm được bán ra mà không quan tâm đến việc phân phối viên bán sản phẩm như thế nào. Doanh nghiệp chỉ tập trung cấp Thẻ thành viên cho phân phối viên sao cho thuận lợi. Vì vậy, các doanh nghiệp bán hàng đa cấp thường không đặt ra bất kỳ hạn chế gì đối với hoạt động của phân phối viên, ngay cả nội quy, quy chế kinh doanh cũng chỉ đề cập đến những nguyên tắc cơ bản về hoạt động kinh doanh và đạo đức kinh doanh nói chung. Nhiều trường hợp, phân phối viên quảng cáo không

trung thực vi phạm quy chế hoạt động nhưng doanh nghiệp bán hàng đa cấp chỉ được biết thông qua sự phản ánh của báo chí và chỉ có khả năng chấn chỉnh bằng cách khuyến cáo phân phối viên

Từ thực tiễn quản lý doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp, tác giả rút ra nhận xét như sau: Những bất cập của quy định pháp luật về quản lý hoạt động doanh nghiệp và người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp dẫn đến nguy cơ làm cho khâu tiền kiểm hoạt động bán hàng đa cấp trở nên vô nghĩa nếu doanh nghiệp và người tham gia không tự giác thực hiện những gì doanh nghiệp đã cam kết khi đăng ký bán hàng đa cấp, đồng thời làm cho hoạt động của người tham gia diễn ra một cách tự phát, thiếu tổ chức. Từ đó dẫn đến hệ quả tất yếu là không thể hạn chế được những biểu hiện tiêu cực trong lĩnh vực bán hàng đa cấp bắt chính đến người tiêu dùng.

3.3.4 Thanh tra, kiểm tra trong hoạt động BHĐC

Theo quy định của pháp luật về vấn đề kiểm tra và thanh tra hoạt động bán hàng đa cấp tác giả có một số nhận xét như sau: Các nhà làm luật đã cố gắng liên kết hoạt động quản lý ở khâu khởi đầu với việc giám sát hoạt động của doanh nghiệp trên thực tế. Từ những nội dung đã trình bày ở những phần trên, có thể hình dung diện mạo của cơ chế tiền kiểm mà pháp luật của chúng ta đã xác lập đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Trong hoạt động hậu kiểm, các quy định của pháp luật tập trung vào những nội dung sau:

Về trách nhiệm báo cáo định kỳ của doanh nghiệp: Theo quy định hiện hành: “*định kỳ 6 tháng doanh nghiệp bán hàng đa cấp có trách nhiệm báo cáo với Sở Công Thương nơi doanh nghiệp hoạt động bán hàng đa cấp về số lượng người tham gia, doanh thu và số thuế đã nộp của doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân của người tham gia mà doanh nghiệp đã nộp*” thực hiện cơ chế giám sát chủ động và trực tiếp của các cơ quan quản lý nhà nước. Trong đó, cơ quan quản lý cạnh tranh trực tiếp kiểm tra, thanh tra hoạt động bán hàng đa cấp khi cần thiết; Sở Công Thương thường xuyên kiểm tra, giám sát hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn và báo cáo định kỳ với cơ quan Quản lý cạnh tranh thuộc Bộ Công Thương về việc kiểm tra, giám sát đó. Xác định trách nhiệm của doanh nghiệp,

của người tham gia và quy định việc xử lý vi phạm pháp luật về quản lý bán hàng đa cấp. Để nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với loại hình bán hàng đa cấp, tác giả lấy ví dụ điển hình trong năm 2014 Sở Công Thương đã xây dựng Kế hoạch phối hợp liên ngành giữa Sở Công Thương, Chi cục Quản lý thị trường thành phố, Sở Y tế, Văn phòng Cục Quản lý cạnh tranh tại thành phố Hồ Chí Minh tiến hành kiểm tra 21 doanh nghiệp kinh doanh đa cấp trên địa bàn, trong đó có 8 doanh nghiệp do Sở cấp Giấy phép và 6 doanh nghiệp thông báo mở rộng mạng lưới bán hàng trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và 7 doanh nghiệp chưa có giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp nhưng hoạt động kinh doanh theo hình thức đa cấp [68, tr.13].

Ngày 09 tháng 3 năm 2016, Bộ trưởng Bộ Công Thương đã ban hành Chỉ thị số 02/CT-BCT về việc tăng cường công tác kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động bán hàng đa cấp. Theo đó, Bộ trưởng Bộ Công Thương yêu cầu các cơ quan, đơn vị liên quan tập trung triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp cụ thể:

Một là, sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương: Chủ trì, phối hợp với các Sở, Ban, ngành của địa phương tiếp tục tham mưu cho Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát hoạt động BHĐC trên địa bàn; chủ động thực hiện hoạt động giám sát, kiểm tra nhằm phát hiện và xử lý kịp thời, hoặc chuyển cơ quan có thẩm quyền xử lý kịp thời, các hành vi vi phạm pháp luật về bán hàng đa cấp trên địa bàn, đặc biệt lưu ý các hành vi có khả năng vi phạm khoản 1, Điều 5, Nghị định 42/2014/NĐ-CP; triển khai công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục, nâng cao nhận thức cho người dân, doanh nghiệp bán hàng đa cấp và người tham gia bán hàng đa cấp trên địa bàn về hoạt động bán hàng đa cấp nói chung và pháp luật quản lý hoạt động bán hàng đa cấp nói riêng...

Hai là, cục Quản lý cạnh tranh: Chủ trì, phối hợp với Sở Công Thương các tỉnh/thành phố trực thuộc Trung ương và các cơ quan, đơn vị liên quan rà soát, đánh giá, phát hiện những chồng chéo, bất cập trong hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp nói chung và xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động bán hàng đa cấp nói riêng để tổng hợp, đề xuất sửa đổi, bổ sung,

đưa vào Chương trình xây dựng văn bản quy phạm pháp luật hàng năm; tiến hành kiểm tra, giám sát, xử lý vi phạm hoạt động bán hàng đa cấp theo thẩm quyền; tổ chức thực hiện các hoạt động đào tạo, tập huấn cho cán bộ, công chức; tuyên truyền, phổ biến, giáo dục, nâng cao nhận thức về hoạt động bán hàng đa cấp nói chung và pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp nói riêng.

Ba là, Cục Quản lý thị trường chỉ đạo lực lượng quản lý thị trường tăng cường kiểm tra, phát hiện, xử lý vi phạm pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp theo quy định tại Nghị định 185/2013/NĐ-CP 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 và Nghị định 124/2015/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 185/2013/NĐ-CP.

Bốn là, các đơn vị báo chí, truyền thông thuộc Bộ Công Thương chịu trách nhiệm về công tác tuyên truyền về công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp và các văn bản quy phạm pháp luật về quản lý bán hàng đa cấp trong phạm vi của ngành Công Thương; Định hướng nội dung, phương thức hoạt động tuyên truyền về lĩnh vực bán hàng đa cấp cho các đơn vị có liên quan của Bộ Công Thương.

Theo Quyết định 1052/QĐ-BCT ngày 21 tháng 3 năm 2016 do Thứ trưởng Bộ Công thương Trần Quốc Khánh ký, đoàn kiểm tra do ông Phan Đức Quý, Trưởng phòng Cục quản lý Cạnh tranh (Bộ Công thương) làm trưởng đoàn. Tham gia đoàn có đại diện của Cục Cảnh sát điều tra tội phạm về kinh tế và tham nhũng Bộ Công an, Cục Quản lý thị trường... Đoàn có trách nhiệm báo cáo lãnh đạo Bộ Công thương về kết quả kiểm tra, sau khi kiểm tra việc chấp hành các quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp; phát hiện, lập biên bản và kiến nghị cơ quan có thẩm quyền xử lý các trường hợp vi phạm của doanh nghiệp; kết hợp tuyên truyền phổ biến pháp luật về BHĐC. Danh sách kiểm tra gồm 7 công ty đa cấp:

(1) Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy - địa chỉ trụ sở chính: A6/D11 A7/D11 đường Đồng Bông, phường Dịch Vọng Hậu, quận Cầu Giấy, Hà Nội.

(2) Công ty TNHH Unicity Marketing Việt Nam - địa chỉ trụ sở chính số 19, đường Cộng Hòa, phường 12, quận Tân Bình, TP.HCM

(3) Công ty TNHH Amway Việt Nam - địa chỉ trụ sở chính lô 230 khu công nghiệp AMATA, phường Long Bình, Biên Hòa, Đồng Nai.

(4) Công ty Cổ phần Tập đoàn Liên kết Việt Nam - địa chỉ trụ sở chính lô C16/D21 khu đô thị mới Cầu Giấy, Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội.

(5) Công ty Cổ phần Liên kết Tri thức - địa chỉ trụ sở chính số 100 Ngụy Như Kon Tum, Thanh Xuân, Hà Nội.

(6) Công ty Cổ phần Liên Minh tiêu dùng Việt Nam - địa chỉ trụ sở chính số 33 Nguyễn Thị Minh Khai, phường Xương Giang, Bắc Giang.

(7) Công ty TNHH Nhượng quyền Thăng Long - trụ sở chính M2-12 ô số 3 khu đô thị Trung Hòa Nhân Chính, Trung Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội.

Thông tin trên báo Tri thức Trực tuyến, điều đáng chú ý ở đây là trong số 7 công ty kinh doanh đa cấp bị kiểm tra lần này, có tới 4 công ty đã từng bị phạt bởi Sở Công thương các tỉnh thành phố do sai lệch thông tin về sản phẩm, kinh doanh đa cấp không phép. Đó là Thiên Ngọc Minh Uy, Vietnet, Unicity và Liên kết Tri thức. Trong số 7 công ty này, 3 đơn vị là chi nhánh của các tập đoàn nước ngoài gồm Amway, Unicity, Liên kết tri thức (K-Link), còn lại là các công ty của Việt Nam. Sản phẩm chính của các đơn vị này là thực phẩm chức năng, giảm cân, mỹ phẩm có nguồn gốc từ Việt Nam, hoặc được doanh nghiệp phân phối độc quyền từ các nhà sản xuất tại Trung Quốc, Đài Loan, Hong Kong, Malaysia, Ấn Độ, Mỹ... Amway được xem là một trong những công ty bán hàng đa cấp nổi bật nhất tại thị trường Việt Nam trong một thập kỷ qua. Tập đoàn này cung cấp sản phẩm từ dinh dưỡng và sức khỏe, tới chăm sóc sắc đẹp, chăm sóc cá nhân và sản phẩm tẩy rửa, chăm sóc đồ da dụng. Trong nhóm các sản phẩm của Amway, nổi tiếng nhất là các mặt hàng về dinh dưỡng và tẩy rửa. Mỗi chai sản phẩm tẩy rửa của Amway có mức giá cao gấp hàng chục lần sản phẩm khác trên thị trường, nhưng được hướng dẫn có thể sử dụng trong cả năm. Thậm chí, nước rửa bát của nhãn hiệu này còn có công dụng rửa và diệt khuẩn cả thực phẩm. Trong khi đó, Unicity tập trung vào nhóm các sản phẩm như thực phẩm chức năng, mỹ phẩm và sách về dược, có nguồn gốc tại Mỹ. Trong yêu cầu đối với các nhà phân phối, Unicity đặt ra quy định không được nói vóng về công dụng của sản phẩm, không được nói sản phẩm "có thể chữa bách

bệnh". Tuy nhiên, với cuốn Dược thư tham khảo cho bác sĩ mà công ty này cung cấp, Unicity cho biết tới "90% các chuyên gia chăm sóc sức khoẻ xem tài liệu tham khảo này là nguồn thông tin đáng tin cậy nhất và nó giúp họ có quyết định đúng đắn khi tư vấn cho bệnh nhân nên dùng sản phẩm gì". Công ty cổ phần Liên kết Tri thức bán thực phẩm chức năng xuất xứ Malaysia, Ấn Độ, Indonesia... Các sản phẩm phần lớn hỗ trợ tiêu hóa, tăng đề kháng, bảo vệ da, quy cách đóng gói chai, gói, hoặc viên nhộng.

Trong số 4 công ty còn lại, Thiên Ngọc Minh Uy là đơn vị bán sản phẩm đa dạng nhất, bao gồm cả hãng điện dân dụng (máy tạo khí ozon, nồi cơm điện, nồi áp suất), thời trang, thực phẩm chức năng và mỹ phẩm. Các mặt hàng hầu hết có xuất xứ Trung Quốc, Đài Loan, với giá bán cao gấp nhiều lần so với thị trường. Lý giải về sự chênh lệch giá bán này, trang kinh doanh của công ty này cho hay rằng đây đều là sản phẩm độc quyền phân phối được hợp tác trực tiếp với tập đoàn của Đài Loan. Tương tự, Liên Minh tiêu dùng Việt Nam cũng phân phối cả thực phẩm chức năng, trà giải độc, cao sâm và phân bón. Các sản phẩm này đều được giới thiệu có nguồn gốc từ Việt Nam, Hong Kong, Hàn Quốc và Mỹ. Riêng TL Group bán các sản phẩm giảm cân, thực phẩm chức năng do công ty này sản xuất. Trong khi đó, công ty cổ phần Tập đoàn Liên kết Việt Nam có trụ ở tại Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội chỉ bán thực phẩm chức năng, do chính đơn vị này sản xuất. Đây cũng là công ty hiếm hoi công khai giá của các sản phẩm lên trang web, với mức dao động từ 500.000 đồng đến gần 900.000 đồng. Theo công ty này, đây đều là các thực phẩm chức năng có chứa DeltaImmune, "một sản phẩm công nghệ sinh học, được coi là vũ khí bí mật của Liên Xô cũ trong những năm chiến tranh lạnh và đã được thử nghiệm lâm sàng sau vụ nổ Chernobyl, giúp tăng cường hệ miễn dịch của cơ thể".

Trước đó, Cục Quản lý cạnh tranh (Bộ Công thương) cũng đã thu hồi Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp với 4 công ty đa cấp khác là: Công ty Cổ phần Sản xuất thương mại Con Đường Việt; Công ty Trách nhiệm hữu hạn Tâm nhìn Đại Hưng 668; Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu và Thương mại Quốc tế

TNC; Công ty Cổ phần New Power Việt Nam (Hiện đã đổi tên thành Công ty Cổ phần Trái tim Ngọc Việt).

Nhìn chung các doanh nghiệp được kiểm tra về cơ bản đều chấp hành các quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, vẫn còn thực hiện một số hành vi có dấu hiệu vi phạm pháp luật như: bán hàng đa cấp bất chính, vi phạm quy định về hoạt động bán hàng đa cấp, vi phạm về nguồn gốc xuất xứ của hàng hoá, vi phạm về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm, vi phạm về nhãn hàng hoá, vi phạm về quảng cáo...

Ngoài ra trong quá trình đi kiểm tra, các cơ quan chức năng thường xuyên mời đại diện cơ quan báo chí tham gia đi cùng hoặc cung cấp thông tin sau khi kiểm tra để qua đó kịp thời thông tin đến người tiêu dùng; cụ thể thường xuyên phối hợp chặt chẽ với báo Thanh Niên, báo Tuổi Trẻ, báo Pháp Luật, báo Phụ Nữ, Công an nhân dân, Thông tấn xã Việt Nam... kịp thời phản ánh thông tin về doanh nghiệp vi phạm trong hoạt động tổ chức bán hàng đa cấp.

Căn cứ các nội dung quy định tại Luật Cảnh tranh, Nghị định 42/2014/NĐ-CP, Nghị định 71/2014/NĐ-CP, Thông tư 24/2014/TT-BTM và một số văn bản pháp luật khác có liên quan, cơ quan chức năng đã kiểm tra và chấn chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp theo đúng những quy định của pháp luật hiện hành.

3.4 Xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động BHĐC

Trong báo cáo của Chi cục Quản lý thị trường, Sở Công Thương Hà Nội cho biết, từ tháng 5/2015 đến hết tháng 12/2015, Chi cục đã kiểm tra, xử phạt 13 doanh nghiệp trên địa bàn hoạt động BHĐC trong khi chưa có Giấy chứng nhận BHĐC. Theo đó, mỗi doanh nghiệp xử phạt từ 80-102 triệu đồng, với 13 doanh nghiệp, tổng số tiền phạt lên đến 1,104 tỷ đồng. Đồng thời, buộc nộp lại số lợi bất hợp pháp có được do thực hiện hành vi vi phạm vào ngân sách nhà nước 55,5 triệu đồng.

Tuy nhiên, thời điểm sau kiểm tra, thanh tra và xử phạt nêu trên thông tin về các doanh nghiệp bị xử phạt đã không được công bố rộng rãi. Trong quý I/2016, Chi cục Quản lý thị trường Hà Nội đã kiểm tra, giám sát hoạt động 7 doanh nghiệp. Trong đó, xử phạt vi phạm hành chính 2 công ty với số tiền 143 triệu đồng. Cũng trong năm 2015, việc kiểm tra các doanh nghiệp hoạt động bán hàng đa cấp cũng

được Cục Quản lý cạnh tranh tiến hành dựa trên Quyết định 73 về việc thành lập Đoàn kiểm tra việc chấp hành pháp luật về bán hàng đa cấp tại các doanh nghiệp bán hàng đa cấp và các doanh nghiệp có dấu hiệu kinh doanh theo phương thức đa cấp chưa được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp. Cụ thể, Cục Quản lý cạnh tranh đã từng kiểm tra công ty Liên Kết Việt sau 7 tháng công ty này được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp và phát hiện Liên Kết Việt có 5 – 6 điểm các nội dung vi phạm pháp luật quy định, xử phạt 570 triệu đồng. Công ty TNHH Nhượng quyền Thăng Long (TL Group) cũng từng bị kiểm tra vào tháng 7/2015 xử phạt 202 triệu đồng do vi phạm không thực hiện thủ tục đề nghị cấp sửa đổi, bổ sung Giấy chứng nhận; cung cấp thông tin sai lệch về tính chất, công dụng của sản phẩm, về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp nhằm dụ dỗ người tham gia bán hàng đa cấp... Tuy nhiên, kết quả của đợt thanh tra, kiểm tra kể trên cũng không được Cục Quản lý cạnh tranh công bố rộng rãi. Chính vì điều này, sau sự việc công ty Liên Kết Việt lừa 60.000 người tham gia vỡ lở dư luận đã đặt câu hỏi tại sao Bộ Công Thương không công bố rộng rãi thông tin xử phạt, nếu công bố rộng rãi hậu quả có thể giảm bớt...

Hiện nay, pháp luật và nhận thức xã hội chưa có sự phân biệt rõ mô hình bán hàng đa cấp hợp pháp và hành vi lừa đảo hình thái, nên nhiều trường hợp tiêu cực liên quan đến lừa đảo hình thái bị quy về bán hàng đa cấp [25, tr.5].

Như đã đề cập tại phần trên, bán hàng đa cấp là phương thức kinh doanh thông qua mạng lưới những người tham gia được tổ chức thành nhiều cấp, nhiều nhánh. Những người tham gia này được hưởng hoa hồng, lợi ích kinh tế từ kết quả kinh doanh của mình và những người tham gia cấp dưới.

Bên cạnh mô hình bán hàng đa cấp nêu trên, trên thực tế có tồn tại một mô hình huy động tài chính hình thái (pyramid scheme) cũng tổ chức người tham gia theo mạng lưới gồm nhiều cấp giống như bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, bản chất của mô hình này là thu tiền của những người cấp dưới để trả cho những người cấp cao hơn. Trong mô hình này, người mới tham gia sẽ được yêu cầu đóng một khoản tiền gia nhập mạng lưới để trả cho các cấp trên, bù lại họ sẽ được quyền tuyển dụng người mới ở cấp dưới và thu tiền từ những người này. Đây là một

hình thức lừa đảo, không tạo ra bất kỳ giá trị thặng dư cho nền kinh tế và tất yếu sẽ đổ vỡ khi không còn tìm được những người mới đóng tiền vào hình tháp. Khi đó, số đông những người ở cấp thấp sẽ gánh chịu thiệt hại do khoản tiền đã đóng cho cấp trên. Yếu tố lừa đảo còn thể hiện ở việc những người điều hành mô hình thông tin gian dối về khoản tiền gia nhập mạng lưới dưới danh nghĩa mua hàng, đầu tư... cũng như gian dối về khả năng lợi nhuận mà mô hình đem lại.

Do sự tương tự về tổ chức mạng lưới nhiều cấp, trong một số trường hợp mô hình bán hàng đa cấp được sử dụng làm vỏ bọc cho hành vi tổ chức hình tháp. Khi đó, hoạt động bán sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ chỉ là hình thức che đậy việc thu tiền của những người mới tham gia vào mạng. Hoạt động vi phạm có những biểu hiện như: sản phẩm được chào bán cho người tham gia với giá rất cao nhưng ít hoặc không có giá trị sử dụng, không thể lưu thông một cách bình thường trong thực tế; người tham gia không được trang bị kỹ năng bán hàng mà được dạy cách lôi kéo, dụ dỗ người khác tham gia mạng lưới và được hứa hẹn thu lợi khi tuyển dụng được người mới.

Vì vậy, nhu cầu đặt ra đối với công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trong tương lai rất quan trọng, một mặt phải sửa đổi các quy định của pháp luật nhằm thắt chặt quản lý hơn nữa, tránh tình trạng biến tướng của một số công ty bán hàng đa cấp; một mặt phải nâng cao nhận thức của người dân về hành vi lừa đảo hình tháp. Hiện hệ thống pháp luật Việt Nam cũng chưa có những quy định rõ ràng về việc xử lý đối với hành vi lừa đảo hình tháp này.

3.5 Đánh giá thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

3.5.1 Những thành công

Từ nghiên cứu thực trạng quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, công tác quản lý của nhà nước với mô hình kinh doanh này đạt kết quả sau đây:

Thứ nhất, mới trên 17 năm hình thành và phát triển, BHĐC trở thành một trong phương thức thương mại bán lẻ phát triển nhanh trên địa bàn TP.HCM với hàng chục công ty và chi nhánh công ty, với trên 300.000 NPP tham gia. Nhìn chung cơ chế chính sách ngày càng hoàn thiện tạo hành lang pháp lý cho hoạt động kinh doanh và quản lý Nhà nước đối với BHĐC. Hình thành hệ thống pháp lý ngày càng hoàn thiện

phù hợp với thông lệ quốc tế phục vụ cho công tác quản lý BHĐC. Hệ thống pháp lý giúp sàng lọc những công ty BHĐC yếu kém, kinh doanh mang tính lừa đảo gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Mặc dù tác động hạn chế của hình thức BHĐC đến đời sống kinh tế xã hội Việt nhưng Nhà nước và Chính quyền địa phương duy trì chính sách hội nhập về thương mại: không đóng cửa, không cấm thương mại qua hình thức BHĐC. Môi trường kinh doanh khá thuận lợi tạo điều kiện cho hình thức BHĐC ở Việt Nam phát triển với tốc độ nhanh (Số lượng NPP tăng, doanh thu BHĐC tăng, mặc dù số lượng công ty có đủ điều kiện để được cấp giấy phép sau nghị định 42/2014/NĐ-CP giảm mạnh).

Thứ hai, năng lực cán bộ quản lý Nhà nước của Ủy Ban nhân dân, của Sở Công thương thành phố đối với hoạt động BHĐC ngày càng tăng cường, đội ngũ mỏng, nhưng tham gia giám sát hàng chục công ty với hàng vạn NPP đa cấp hoạt động trên địa bàn thành phố có hiện trạng như hiện nay là quá tốt. Sở Công thương chủ động phối hợp với các sở ban ngành, với Cục Quản lý Cạnh tranh (Bộ Công thương), với Hiệp hội BHĐC tuyên truyền cơ chế chính sách có liên quan đến BHĐC. Sở Công thương phối hợp với Sở y tế v.v... tổ chức nhiều đợt thanh tra, kiểm tra, phát hiện vi phạm và xử lý khá kịp thời. Sở Công thương phối hợp với Hiệp hội BHĐC tổ chức hội thảo đánh giá những kẽ hở, những mặt hạn chế của cơ chế quản lý thể hiện trong các văn bản pháp lý về BHĐC cũ, cũng như góp ý các dự thảo Nghị định 42/2014/NĐ-CP và Thông tư 24/2014/TT-BCT về quản lý Nhà nước đối với BHĐC. Cơ chế quản lý BHĐC được hoàn thiện ở mức độ nhất định như hiện nay có đóng góp không nhỏ của các cơ quan quản lý Nhà nước đóng trên địa bàn tỉnh/ thành phố.

3.5.2 Những hạn chế yếu kém trong công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Tuy nhiên, trong thành công của công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC vẫn còn những hạn chế yếu kém.

Thứ nhất, về ban hành thể chế: Thể chế quản lý BHĐC tuy mới ban hành nhưng đã xuất hiện những điểm hở, những điểm bất hợp lý sẽ ảnh hưởng nhất định đến công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHĐC. Các địa phương chưa ban hành văn bản pháp quy nào để quản lý Nhà nước hoạt động BHĐC, chính bởi vậy

công tác quản lý Nhà nước trên địa bàn tỉnh/ thành phố chưa chặt, số vụ việc tiêu cực liên quan đến BHĐC còn nhiều.

Thứ hai, UBND mà đại diện là Sở Công thương tỉnh/thành phố nắm không chắc và không công khai tình hình BHĐC trên địa bàn: Số công ty thực hoạt động, các chi nhánh công ty BHĐC đăng ký tại các địa phương khác hoạt động trên địa bàn tỉnh/thành phố, số lượng các NPP; Công khai các buổi huấn luyện và các báo cáo viên tham gia đào tạo BHĐC do các công ty BHĐC tổ chức trên địa bàn thành phố (như trên phân tích các cơ quan quản lý thương mại của địa phương làm rất tốt công việc này, điều này giúp xã hội tham gia giám sát hoạt động BHĐC, một hình thức kinh doanh có điều kiện).

Thứ ba, công tác thanh tra kiểm tra không thường xuyên, dường như chỉ diễn ra khi có đơn tố cáo khiếu nại của người bị hại. Bộ máy, con người tham gia quản lý Nhà nước BHĐC trên địa bàn tỉnh/ thành phố còn quá mỏng, năng lực cán bộ hạn chế trong khi đó tốc độ phát triển của hình thức kinh doanh này nhanh với số lượng người tham gia phân phối đến vài trăm ngàn người. Vấn đề kiểm tra chất lượng hàng hóa kinh doanh qua hình thức đa cấp còn nhiều bất cập: Văn bản pháp lý của Nhà nước chưa quy định rõ sản phẩm chức năng, sản phẩm mang tính đặc biệt thông qua BHĐC phải có điều kiện nào mới được kinh doanh, cho nên nhiều công ty BHĐC, nhiều NPP thổi phồng về tính năng, công dụng của sản phẩm, người tiêu dùng sản phẩm chỉ biết dựa vào sự quảng cáo mang tính thuyết phục của các NPP mà mua hàng. Đây chính là nguyên nhân cơ bản dẫn tới sự khiếu nại tập thể của người tiêu dùng.

Thứ tư, sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý Nhà nước với các Hiệp Hội BHĐC, Hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng v.v... trong quản lý các công ty BHĐC và hệ thống phân phối của họ còn lỏng lẻo, chưa thường xuyên và chủ động. Tương tự sự phối hợp theo ngành dọc giữa Cục Quản lý Cạnh tranh (Bộ Công thương) và Sở Công Thương tỉnh/thành phố trong quản lý BHĐC còn hạn chế, không thường xuyên, chưa xây dựng được cơ chế phối hợp quản lý và thông tin để nâng cao hiệu quả quản lý BHĐC. Trang website của Sở công thương dường như không có thông tin về quản lý BHĐC trên địa bàn, khi thông tin vĩ mô chưa công khai và minh bạch sẽ tác động hạn chế đến hoạt động BHĐC một phương thức thương mại nhạy cảm mang tính xã

hội cao.

Hơn 1 năm trôi qua kể từ khi có Nghị định 42/2014/NĐ-CP về quản lý BHĐC ra đời, tình hình BHĐC còn diễn biến phức tạp khiến xã hội bức xúc, Chính phủ phải có sự quan tâm đặc biệt, cụ thể: ngày 15/09/2015 Phó Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc, Trưởng Ban Chỉ đạo phòng, chống tội phạm của Chính phủ, Trưởng Ban Chỉ đạo 389 Quốc gia có ý kiến như sau:

“Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan và các địa phương tiến hành kiểm tra, rà soát hoạt động của các tổ chức kinh doanh theo phương thức đa cấp; phát hiện, xử lý nghiêm minh những trường hợp vi phạm quy định của Nghị định số 42/2014/NĐ-CP ngày 14/5/2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.

Bộ Công an chỉ đạo các lực lượng chức năng tổ chức nắm tình hình, điều tra cơ bản và đấu tranh với những đường dây, ổ nhóm lợi dụng hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp chiếm đoạt tài sản của người tham gia kinh doanh, xử lý nghiêm theo quy định pháp luật, góp phần răn đe, giáo dục phòng ngừa chung, bảo đảm an ninh, trật tự”.

3.5.3 Nguyên nhân của những hạn chế bất cập trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Tính hợp pháp của hình thức kinh doanh đa cấp đã được công nhận tại Việt Nam. Tuy nhiên loại hình kinh doanh này có phải là công việc dễ làm, dễ kiếm tiền, thu nhập cao... như những lời thuyết trình thường thấy trong các hội nghị khách hàng của nhiều công ty kinh doanh đa cấp? Bán hàng đa cấp cũng là một mô hình kinh doanh giống như các mô hình kinh doanh khác, để có thu nhập cao chắc chắn là điều không đơn giản. Mô hình kinh doanh này lại gây quá nhiều tranh luận ở Việt Nam và nó có ảnh hưởng đến công tác quản lý của nhà nước ta bởi lẽ:

Thứ nhất: Do đây là loại hình kinh doanh còn khá mới ở Việt Nam nên nhiều người dân vẫn chưa hiểu thực sự bản chất về loại hình kinh doanh này nên có hai xu hướng đánh giá: Một là phủ nhận hoàn toàn, hai là khuếch đại quá lớn về cơ hội kinh doanh, về sản phẩm. Vì lẽ đó bán hàng đa cấp xuất hiện những biến tướng như sau:

+ **Có sự biến tướng trong phương thức kinh doanh đa cấp sang mô hình kinh doanh đa cấp bất chính (mô hình kim tự tháp).** Pháp luật quy định cấm các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp buộc người tham gia mua một lượng hàng hoá hoặc đóng một khoản tiền nhất định để được tham gia mạng lưới. Trên thực tế các doanh nghiệp không trực tiếp vi phạm quy định này nhưng thường yêu cầu người tham gia mua bộ tài liệu khởi đầu với giá bán rất cao hoặc quy định trong chương trình trả thưởng, người tham gia được hoa hồng, lợi ích kinh tế khác (từ mạng lưới cấp dưới) thì trong một khoảng thời gian ngắn phải tiêu thụ một lượng hàng hoá nhất định. Tuy nhiên, giá bán sản phẩm thường cao hơn nhiều so với giá thực tế nên người tham gia khó có thể bán hàng ra ngoài mạng lưới. Các quy định này theo hướng “lách luật” thực chất vẫn buộc người tham gia đóng tiền mua hàng để được tham gia mạng lưới.

+ **Có sự biến tướng trong loại hình doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp**

Một số doanh nghiệp bán hàng đa cấp trên địa bàn thuộc loại hình doanh nghiệp có vốn đầu tư trong nước. Tuy nhiên, trên thực tế có nhiều doanh nghiệp là một nhánh của doanh nghiệp bán hàng đa cấp nước ngoài, người đứng đầu doanh nghiệp thường là một nhà phân phối của doanh nghiệp nước ngoài, cá biệt trường hợp người đứng đầu doanh nghiệp chỉ đứng tên giùm trên giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh cho doanh nghiệp nước ngoài. Các doanh nghiệp nước ngoài này thường mở văn phòng đại diện ở Việt Nam để trực tiếp chỉ đạo, điều hành hoạt động kinh doanh. Theo chương trình trả thưởng, nội quy hoạt động của các doanh nghiệp này chủ yếu dịch ra từ các văn bản nước ngoài, có trường hợp việc tính hoa hồng, trả thưởng cũng chuyển giao cho doanh nghiệp nước ngoài thực hiện qua phần mềm máy tính trên mạng lưới toàn cầu. Bên cạnh đó có hiện tượng chuyển giao mạng lưới bán hàng của các doanh nghiệp với nhau theo yêu cầu của công ty thực sự ở nước ngoài hay chuyển giao mạng lưới giữa các nhánh khác nhau trong cùng một công ty. Các hành vi này chưa được pháp luật quy định cụ thể, gây khó khăn trong công tác quản lý và không đảm bảo quyền lợi cho người tham gia.

Cụ thể trên địa bàn thành phố hành phố Hồ Chí Minh đang có 2.421 văn

phòng đại diện hoạt động [68, tr.13]. Theo cam kết gia nhập WTO, các văn phòng này không được tham gia vào những hoạt động sinh lợi trực tiếp. Tuy nhiên, các văn phòng đại diện đã cố tình liên kết trung gian là một công ty của Việt Nam trên danh nghĩa đại lý, đối tác để thực hiện những hoạt động kinh doanh có thu. Thực tế, trưởng văn phòng đại diện nước ngoài thường điều hành mọi hoạt động của công ty ở Việt Nam, thành lập đội ngũ nhân viên để tiếp thị bán hàng và nhận thu nhập dưới hình thức hoa hồng doanh số.

+ Sự biến tướng về hàng hoá và phương thức kinh doanh.

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp trên địa bàn thường kinh doanh các mặt hàng như: thực phẩm chức năng, thực phẩm tăng cường vi chất dinh dưỡng, thực phẩm bổ sung, mỹ phẩm, hàng điện tử, thiết bị trị liệu, thiết bị tập luyện... chủ yếu có nguồn gốc xuất xứ từ nước ngoài. Trong đó, các sản phẩm thực phẩm chức năng, thiết bị trị liệu, thiết bị tập luyện... thường khó phân biệt với thuốc trị bệnh, thiết bị y tế là các mặt hàng cấm kinh doanh theo phương thức đa cấp) gây khó khăn trong công tác cấp phép của cơ quan quản lý. Bên cạnh đó, do tính năng công dụng hiệu quả sử dụng của các sản phẩm này chưa rõ ràng nên doanh nghiệp, nhà phân phối lợi dụng thói phồng gây nhầm lẫn để dụ dỗ người tiêu dùng. Ngoài ra để phát triển mạng lưới thu hút ngày càng đông nhà phân phối doanh nghiệp quy định mức tiền thưởng, tiền hoa hồng cao để đủ chi phí cho nhà phân phối doanh nghiệp nâng mức giá bán cao gấp nhiều lần so với giá thực tế, gây thiệt hại cho người tiêu dùng.

Quả thật, nguồn gốc và chủng loại sản phẩm của các công ty bán hàng đa cấp thường làm cho người tiêu dùng rất khó đánh giá chính xác về chất lượng, giá trị sản phẩm và giá cả sản phẩm. Các sản phẩm này không được quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài... mà được quảng cáo đến người tiêu dùng qua các hội nghị về giới thiệu sản phẩm với quy mô vài trăm người có khi lên đến hàng nghìn khách. Trong các buổi hội nghị như vậy, để tăng sức thuyết phục, các doanh nghiệp thường mời các thuyết trình viên tự xưng là bác sỹ, dược sỹ hay chuyên gia trong một lĩnh vực nào đó đã có nhiều năm kinh nghiệm trong ngành... để giới thiệu về sản phẩm. Cách làm này đã tỏ ra khá hiệu quả đối với người tiêu dùng Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp hoặc phân phối viên lại cung cấp

thông tin không đầy đủ, không trung thực về tính năng và chất lượng sản phẩm cho người tiêu dùng. Ví dụ như, thực phẩm dinh dưỡng “A” được cộng tác viên công ty Á Âu quảng cáo là trị tất cả các loại bệnh tật từ viêm họng, viêm khớp đến suy tim, thiếu máu não...Đại đa số người tiêu dùng không có đầy đủ những kiến thức chuyên môn và các điều kiện phân tích, nhận định hoặc so sánh, đối chiếu với những sản phẩm cùng loại có trên thị trường. Vì thế, người tiêu dùng thường dễ dàng tin vào giá bán cao “ngất ngưỡng” của các sản phẩm này bởi họ tin rằng chúng thật sự tốt hơn các sản phẩm khác, mặc dù, không có cơ sở vững chắc nào để chứng minh cho những gì mà các thuyết trình viên rao giảng là chính xác.

+ Sự biến tướng về mô hình trả thưởng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp

Nhiều doanh nghiệp tổ chức bán hàng đa cấp trên địa bàn sử dụng mô hình trả thưởng “Nhị phân” hoặc “Nhị phân biến tướng” để trả thưởng cho nhà phân phối. Đây là mô hình theo các nhà khoa học và các chuyên gia nghiên cứu đánh giá tiềm ẩn nhiều yếu tố lừa dối, gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Cụ thể, để trả tiền thưởng theo mô hình này doanh nghiệp phải nâng giá bán lên gấp nhiều lần so với giá trị thực tế (qua thống kê trong quá trình kiểm tra cho thấy nhiều doanh nghiệp đã nâng giá bán lên 10-20 lần so với giá nhập khẩu) và cũng theo mô hình này doanh nghiệp đã chiếm đoạt của nhà phân phối một khoản tiền thưởng (do mô hình này bắt buộc nhà phân phối phải “cân cân”) (nhưng trên thực tế khó xảy ra trường hợp “cân cân”), tức là tổng số tiền bán trong kỳ trả thưởng giữa 2 nhánh phải bằng nhau, trường hợp không bằng nhau thì trả tiền thưởng ở nhánh có doanh thu nhỏ, theo đó số tiền thưởng (hoa hồng) còn lại của nhánh lớn chạy về Công ty. Mặt khác hiện trên thế giới, ở các nước có hình thức bán hàng đa cấp phát triển đã cấm doanh nghiệp sử dụng mô hình này để chi trả hoa hồng cho nhà phân phối. Trong khi đó, theo quy định pháp luật hiện hành của Việt Nam về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp chưa có điều khoản nào quy định về vấn đề này.

+ Sự biến tướng về mạng lưới nhà phân phối

Hiện tại mặc dù trong quy định pháp lý đã quy định về biện pháp, mức xử phạt về hành vi vi phạm hành chính đối với nhà phân phối (người tham gia) vi phạm về hoạt động bán hàng đa cấp. Tuy nhiên trên thực tế hầu như chưa xử phạt được

các đối tượng này do các đối tượng này là cá nhân, hoạt động tự do, cơ quan quản lý nhà nước hầu như không thu thập được chứng cứ vi phạm của họ. Trong khi đó, do chạy theo lợi nhuận các nhà phân phối (thường là những nhà phân phối ở tuyến trên) đã tổ chức, hướng dẫn các nhà phân phối ở tuyến dưới của mình (qua kiểm tra thực tế nhiều doanh nghiệp thường uỷ quyền/giao việc đào tạo pháp luật, chương trình trả thưởng cho các nhà phân phối ở tuyến trên thực hiện) quảng cáo sai sự thật về tính năng công dụng của hàng hoá nhằm dụ dỗ, lừa gạt người tiêu dùng mua hàng. Ngoài ra còn có hiện tượng, nhà phân phối ở tuyến trên thường đưa ra yêu sách đối với doanh nghiệp nếu không đáp ứng thì sẽ dẫn mạng lưới của mình sang doanh nghiệp khác và doanh nghiệp vì chạy theo lợi nhuận nên thường làm ngơ để các nhà phân phối tự ý quảng cáo sản phẩm không đúng sự thật.

Thứ hai: Các quy định pháp luật đối với hoạt động bán hàng đa cấp còn chưa đầy đủ, phù hợp với thực tế dẫn đến doanh nghiệp không thủ pháp luật. Phần này, tác giả đã nêu dẫn dụ trong thực trạng thể chế quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Thứ ba: Đây là mô hình kinh doanh mà mỗi phân phối viên (nhà phân phối) kinh doanh một cách độc lập, được nhượng quyền kinh doanh từ công ty mẹ. Vì thế có rất nhiều nhà phân phối của các công ty, kể cả các nhà phân phối của các công ty có sản phẩm tốt, rất minh bạch đã thổi phồng sự thật về tính năng tác dụng của sản phẩm, thổi phồng về cơ hội kinh doanh. Điều này gây hậu quả nghiêm trọng cho thương hiệu các công ty bán hàng đa cấp chân chính.

Thứ tư: Vì những người tham gia bán hàng đa cấp muốn có cơ hội kiếm thêm thu nhập, nên đa số người tham gia mạng lưới kinh doanh đa cấp đều không quan tâm đến giá cả, chất lượng sản phẩm mà tham gia để tìm kiếm cơ hội kinh doanh. Theo nguyên tắc, bán hàng đa cấp là người tiêu dùng cũ giới thiệu sản phẩm cho người tiêu dùng mới, do đó một cá nhân trước khi trở thành phân phối viên của mạng lưới bán hàng đa cấp phải là người tiêu dùng yêu thích sản phẩm của doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tế lại không đúng như vậy, hầu như các phân phối viên đều chưa từng sử dụng sản phẩm trước khi ký hợp đồng tham gia mạng lưới, họ mua sản phẩm chỉ vì muốn tìm kiếm cơ hội có thêm thu nhập qua việc tiếp thị bán lẻ sản

phẩm cho người khác, và cũng có lúc họ mua sản phẩm chỉ để đủ điều kiện hưởng tiền hoa hồng hoặc thăng cấp. Điều đó cho thấy, người dân vẫn chưa thật sự hiểu biết về bán hàng đa cấp. Họ quan niệm đơn thuần rằng bán hàng đa cấp chỉ là tham gia mạng lưới, tuyển thêm vài phân phối viên tuyến dưới và chờ hưởng lợi từ kết quả làm việc của phân phối viên tuyến dưới. Thực chất của bán hàng đa cấp là người tham gia mạng lưới kinh doanh đa cấp luôn phải thực hiện song song tiếp thị sản phẩm cho người tiêu dùng và xây dựng mạng lưới phân phối viên tuyến dưới. Chính quan niệm quá giản đơn của người dân là nhân tố làm phát sinh các biểu hiện tiêu cực của kinh doanh đa cấp tại Việt Nam. Những người tham gia và ủng hộ các doanh nghiệp bán hàng đa cấp nhưng lại không hiểu rõ bản chất của bán hàng đa cấp, vô tình đã tiếp tay cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp bất chính, tạo dư luận xấu cho toàn ngành bán hàng đa cấp.

Do nhận thức của người dân về hình thức bán hàng đa cấp còn thấp, đặc biệt là ở vùng nông thôn nên có nhiều trường hợp bỏ ra một số tiền vài ba triệu đồng để mua những chiếc máy mà nguồn gốc xuất xứ không rõ ràng, tính năng tác dụng không tương xứng với số tiền bỏ ra. Theo quan điểm của tác giả đây là ngành kinh doanh có phương thức phân phối hay, tiên tiến đã được nhiều nước trên thế giới thừa nhận. Tuy nhiên, công tác quản lý nhà nước của ta trong lĩnh vực mới mẻ này vẫn còn quá nhiều lỗ hổng, kẽ hở để những kẻ làm ăn bất chính lợi dụng. Do đó sẽ có những công ty có sản phẩm tốt, có công ty có sản phẩm tồi, có công ty minh bạch, có công ty lừa đảo. Điều quan trọng nhất là người dân cần nhận thức đầy đủ để có thể phân biệt đâu là kinh doanh đa cấp chân chính, đâu là kinh doanh đa cấp bất chính trước khi quyết định mua sản phẩm, hay tham gia vào mạng lưới kinh doanh này.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong những năm qua, hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam diễn ra rất nhanh chóng. Quá trình hoạt động của hình thức kinh doanh này đã đặt ra yêu cầu rất lớn về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Các cơ quan quản lý nhà nước ở Việt Nam đã có nhiều cố gắng trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, đảm bảo đúng mục tiêu phát triển kinh tế theo hướng hội nhập quốc tế mà Đảng và Nhà nước đã đề ra và đạt được một số hiệu quả tích cực. Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp đã đảm bảo cho hoạt động kinh doanh này theo đúng khuôn khổ, tuân thủ pháp luật, đảm bảo lợi ích của Nhà nước, lợi nhuận cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp, người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp và người tiêu dùng.

Do nhiều nguyên nhân, hoạt động quản lý nhà nước của các cấp chính quyền đối với hoạt động bán hàng đa cấp Việt Nam cũng còn một số mặt tồn tại, hạn chế cần được khắc phục để đáp ứng yêu cầu phát triển của quốc gia trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta hiện nay. Những bất cập, hạn chế đó là:

Một là, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật còn một số quy định mâu thuẫn, chồng chéo gây khó khăn trong việc tổ chức thực hiện pháp luật trên thực tế; việc thực thi pháp luật về bán hàng đa cấp chưa nghiêm.

Hai là, việc cho thành lập doanh nghiệp tổ chức và hoạt động bán hàng đa cấp chưa được chặt chẽ. Nhiều doanh nghiệp bán hàng đa cấp không tuân thủ các quy định của pháp luật và có sự biến tướng trong hoạt động này đó là bán hàng đa cấp bất chính. Mặt khác, các cơ quan quản lý nhà nước cũng chưa hoàn toàn tuân thủ các quy trình và tính khách quan khi cho phép các doanh nghiệp tổ chức và thực hiện bán hàng đa cấp nên có nhiều dự án đầu tư không đem lại hiệu quả cho xã hội.

Ba là, hoạt động quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp còn lỏng lẻo, các quy định về quản lý doanh nghiệp, người tham gia, xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động bán hàng đa cấp chưa đồng bộ và cụ thể.

Chương 4

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP

4.1 Phương hướng hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

***Thứ nhất:** Tiếp tục chính sách quản lý theo hướng cho phép đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp đồng thời siết chặt quản lý[4]*

Có nhiều quan điểm khác nhau về chính sách cho phép hay không cho phép phương thức kinh doanh này hoạt động tại Việt Nam. Tuy nhiên, qua đánh giá thực tiễn, có thể thấy rằng chính sách theo hướng cho phép đồng thời quản lý chặt chẽ này đã phát huy tác dụng, đưa hoạt động bán hàng đa cấp vào quy củ và hạn chế các hoạt động bất hợp pháp, đem lại hiệu quả nhất định. Các phân tích về quan điểm chung trong xây dựng quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp các quốc gia trên thế giới đều có quan điểm cho phép doanh nghiệp hoạt động bán hàng đa cấp dưới sự giám sát và quản lý chặt chẽ. Hơn nữa, Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Do đó, việc tiếp tục thực hiện chính sách cho phép hoạt động 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.

***Thứ hai:** Để thực hiện tốt chính sách quản lý hoạt động bán hàng đa cấp, cần có sự xem xét và phát triển tách biệt hai bộ phận khác nhau của chính sách này:*

+ *Chính sách quản lý chung:* doanh nghiệp bán hàng đa cấp cũng là doanh nghiệp với đầy đủ các quyền và nghĩa vụ như doanh nghiệp thuộc các loại hình kinh doanh thông thường khác. Các nghĩa vụ về thuế, về lao động, về hoá đơn chứng từ hay quảng cáo khuyến mại, bồi thường thiệt hại... cần thực hiện theo các quy định chung của hệ thống pháp luật hiện hành và thuộc trách nhiệm quản lý của các cơ quan hữu quan.

+ *Chính sách quản lý đặc thù:* đối với loại hình bán hàng đa cấp, theo kinh nghiệm của nhiều quốc gia, chủ yếu tập trung vào việc ngăn chặn mô hình bán hàng đa cấp biến tướng sang mô hình kim tự tháp (pyramid schemes) dùng tiền của người

gia nhập cấp dưới để nuôi các cấp trên. Cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách cũng chủ yếu tập trung chú ý đến vấn đề này.

4.2 Giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

4.2.1 *Bổ sung và hoàn thiện các quy định của pháp luật về hoạt động bán hàng đa cấp*

Bán hàng đa cấp là phương thức tiêu thụ hàng hoá mới phát triển ở nước ta trong khoảng 10 năm gần đây, các đặc điểm của bán hàng đa cấp tuy thể hiện khá đầy đủ nhưng vẫn chưa thật sự ổn định, do đó việc sử dụng các quy phạm pháp luật ở cấp độ Nghị định và Thông tư để điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp như hiện nay là phù hợp. Nhìn chung các quy định của pháp luật hiện hành đã tạo ra hành lang pháp lý cơ bản cho hoạt động bán hàng đa cấp ở nước ta phát triển nhưng vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục:

➤ *Cần mở rộng khái niệm “bán hàng đa cấp”*

Điều 48 Luật cạnh tranh nêu lên những dấu hiệu của kinh doanh đa cấp bất chính là cần thiết nhưng chưa đủ, cần có thêm những quy định khái quát hơn thừa nhận sự tồn tại của kinh doanh đa cấp và cụ thể hóa thêm những hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Do đó, Luật Thương mại cần bổ sung kinh doanh đa cấp như một hành vi thương mại được quy định tại Điều 03 Luật Thương mại. Mặc dù kinh doanh đa cấp có những đặc trưng nhất định, nhưng nó cũng mang bản chất của hành vi thương mại, đó là mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ và tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội mua bán hàng hoá nhằm mục đích sinh lợi. Vậy chúng ta phải xem kinh doanh đa cấp như hành vi mua bán hàng hoá, đại lý hay uỷ thác, bởi vì kinh doanh đa cấp có những đặc thù riêng, nó không chỉ là mua bán hàng hoá mà còn là tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội mua bán hàng hoá. Hơn nữa, mối quan hệ của các chủ thể tham gia trong kinh doanh đa cấp không chỉ là quan hệ giữa người mua, người bán hay bên giao đại lý và bên đại lý... mà nó gần như là tổng hợp của các quan hệ trên.

Việc thừa nhận kinh doanh đa cấp như một hành vi thương mại không chỉ hợp lý về mặt lý luận, mà trên thực tế đa số các nước đều thừa nhận, do đó quy định như thế còn có ý nghĩa trong quá trình hội nhập quốc tế. Bởi vì nếu chỉ thừa nhận kinh doanh đa cấp ở cấp độ văn bản dưới luật thì tính ổn định không cao, tạo tâm lý

không yên tâm cho các nhà đầu tư nước ngoài khi muốn đầu tư vào kinh doanh đa cấp ở Việt Nam. Như vậy, Luật Thương mại sẽ chỉ quy định những vấn đề chung, mang tính nguyên tắc còn những vấn đề cụ thể liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, người tham gia cũng như bảo vệ doanh nghiệp kinh doanh đa cấp chân chính trước những hành vi kinh doanh đa cấp bất chính sẽ do các văn bản dưới luật điều chỉnh, (Ví dụ: Nghị định 42/2014/NĐ-CP, Thông tư 24/2014/TT-BTM).

Theo đó, với sự thừa nhận kinh doanh đa cấp trong Luật Thương mại, Luật Thương mại cần quy định những vấn đề sau đây:

Khái niệm kinh doanh đa cấp cần được xác định và thừa nhận trong Luật Thương mại như sau: *“Kinh doanh đa cấp là hành vi thương mại mà ở đó doanh nghiệp bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ thông qua người tham gia ở nhiều cấp khác nhau, theo đó người tham gia sẽ nhận được tiền hoa hồng, tiền thưởng và/hoặc các lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ của mình và của người tham gia khác trong mạng lưới do mình tổ chức ra và được doanh nghiệp chấp nhận”*.

Trong Nghị định 42/2014/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp, kinh doanh đa cấp được định nghĩa như sau: *“Bán hàng đa cấp là một phương thức tổ chức kinh doanh của doanh nghiệp thông qua nhiều cấp khác nhau, trong đó người tham gia sẽ được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng và/hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng hoá của mình và của người khác trong mạng lưới do mình tổ chức ra và được doanh nghiệp bán hàng đa cấp chấp thuận”*. Việc sử dụng thuật ngữ “bán hàng đa cấp” như trong Nghị định 42/2014/NĐ-CP là chưa phù hợp vì những nguyên nhân sau:

- Thứ nhất, kinh doanh đa cấp không chỉ gồm hoạt động bán hàng hoá đơn thuần mà còn bao gồm cả việc tổ chức người tham gia nhằm thúc đẩy cơ hội bán hàng hoá.

- Thứ hai, sản phẩm trong kinh doanh đa cấp ngoài hàng hóa còn có các loại hình dịch vụ và các nước trên thế giới đều thừa nhận có thể áp dụng kinh doanh đa cấp để cung ứng dịch vụ.

- Thứ ba, thực tiễn hiện nay các sản phẩm kinh doanh đa cấp trên thị trường

không chỉ có hàng hoá mà còn có các loại hình dịch vụ. Ví dụ: dịch vụ tín dụng đa cấp (Colony Invest), dịch vụ bán thẻ học ngoại ngữ của Trung tâm đào tạo trực tuyến FPT, Công ty Gold Guest cung ứng dịch vụ du lịch, công ty SITC cung ứng dịch vụ tư vấn học Anh văn.

Từ kết quả nghiên cứu trên, tác giả kiến nghị cần mở rộng khái niệm “bán hàng đa cấp” đang sử dụng thành “kinh doanh đa cấp” để bao quát trong việc cung ứng sản phẩm dịch vụ theo phương thức này nhằm phản ánh đầy đủ những hoạt động của người tham gia bán hàng đa cấp. Từ đó, sẽ mở rộng được khách thể quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp.

Vấn đề địa vị pháp lý của các chủ thể tham bán hàng đa cấp:

❖ Thứ nhất: Đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp

▪ Một là: Luật Thương mại cần quy định quyền và nghĩa vụ các bên một cách khái quát, mang tính nguyên tắc, bao gồm quyền và nghĩa vụ của người tham gia, của người quản lý, điều hành doanh nghiệp cũng như bản thân doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để văn bản dưới luật có những quy định cụ thể, cũng như các cơ quan liên quan ban hành văn bản hướng dẫn phù hợp. Những quyền và nghĩa vụ này phải bao hàm những nội dung cơ bản nhất, là cơ sở để bảo vệ quyền lợi các chủ thể trong kinh doanh đa cấp.

Ví dụ: Doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải cung cấp đầy đủ, chính xác thông tin về sản phẩm, về quyền và nghĩa vụ của việc tham gia kinh doanh đa cấp và những vấn đề khác có liên quan; doanh nghiệp có trách nhiệm nhận lại hoặc mua lại các sản phẩm đã bán cho người tham gia theo những điều kiện được quy định; cấm doanh nghiệp hoặc người tham gia dụ dỗ, lôi kéo người tham gia của doanh nghiệp khác hoặc trong mạng lưới của người tham gia khác... về doanh nghiệp hoặc mạng lưới của mình.

Ngoài những vấn đề chung được quy định trong Luật Thương mại như trên, vấn đề phân biệt kinh doanh đa cấp chân chính và kinh doanh đa cấp bất chính cũng là một trong những vấn đề cần được luật hóa. Vì thế, Điều 48 Luật Cạnh tranh năm 2004 đã đưa ra tương đối đầy đủ những dấu hiệu của kinh doanh đa cấp bất chính như sau:

“1. Yêu cầu người muốn tham gia phải đặt cọc, phải mua một số lượng hàng hoá ban đầu hoặc phải trả một khoản tiền để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.

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

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

4. Cung cấp thông tin gian dối về lợi ích của việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp, thông tin sai lệch về tính chất, công dụng của hàng hoá để dụ dỗ người khác tham gia.”

Mặc dù quy định như vậy, nhưng trên thực tế các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã thực hiện việc “lách luật” bằng cách thay vì yêu cầu người tham gia phải đặt cọc, phải mua một số lượng sản phẩm ban đầu hoặc phải trả một khoản tiền để được quyền tham gia thì doanh nghiệp sẽ yêu cầu người tham gia phải mua tài liệu với giá rất cao để bù lại. Theo tác giả, cần bổ sung quy định tại khoản 1 Điều 48 Luật cạnh tranh như sau: “Yêu cầu người muốn tham gia phải đặt cọc, phải mua một số lượng hàng hoá ban đầu hoặc phải trả một khoản tiền để được quyền tham gia vào mạng lưới kinh doanh đa cấp hoặc phải mua tài liệu hướng dẫn hay bất cứ hình thức nào khác mà phải trả tiền.”

Hai là, cách trả thưởng của doanh nghiệp phải quy định phân phối viên chỉ được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng... nếu tiếp thị và bán được sản phẩm cho người tiêu dùng ngoài mạng lưới. Đây là đề xuất nhằm ngăn chặn trường hợp những người tiêu dùng tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp chỉ vì muốn mua sản phẩm với giá thấp hơn so với giá bán lẻ sản phẩm trên thị trường. Nếu không có quy định trên, doanh nghiệp bán hàng đa cấp có thể biến việc tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp thành công cụ cạnh tranh không lành mạnh với doanh nghiệp cung ứng các sản phẩm tương tự.

▪ Ba là, về việc thông tin mức thu nhập của phân phối viên: Cần bổ sung thêm Điều 22 Nghị định 42/2014/NĐ-CP nội dung yêu cầu doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải có trách nhiệm cung cấp đầy đủ thông tin cho người muốn tham gia và

báo cáo định kỳ cho tất cả các phân phối viên về mức thu nhập bình quân của phân phối viên trong mạng lưới, số lượng tỷ lệ và mức thu nhập thực tế của các cấp bậc phân phối viên. Quy định như vậy, nhằm tránh trường hợp doanh nghiệp cố tình thông tin không rõ ràng dẫn đến người muốn tham gia bán hàng đa cấp hiểu nhầm về mức thu nhập mà họ có thể được hưởng nên mới quyết định tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.

❖ *Thứ hai: Đối với chủ thể tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp*

▪ Từ kết quả nghiên cứu người tham gia bán hàng đa cấp cần bổ sung thêm quy định: “*Nếu người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp xây dựng và duy trì mạng lưới phân phối viên tuyển 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*”, bởi những lý do sau:

- “Hộ kinh doanh cá thể có sử dụng hơn 10 người lao động hoặc có hơn một địa điểm kinh doanh phải chuyển đổi thành doanh nghiệp” (Khoản 3 Điều 24 Nghị định 109/2004/NĐ-CP ngày 02/4/2004 của Chính phủ quy định về đăng ký kinh doanh).

Mặt khác, theo quy định Luật Doanh nghiệp năm 2014, khoản 4 Điều 170: “Hộ kinh doanh sử dụng thường xuyên 10 người lao động trở lên phải đăng ký thành lập doanh nghiệp”. Theo đó, người tham gia bán hàng đa cấp xây dựng và phát triển mạng lưới phân phối viên tuyển dưới gồm ít nhất 10 người thì lúc đó hoạt động của họ sẽ có bản chất không khác gì so với hộ kinh doanh sử dụng từ 10 lao động trở lên. Do đó, người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp có mạng lưới phân phối viên tuyển dưới từ 10 người trở lên cũng phải đăng ký kinh doanh dưới hình thức doanh nghiệp tư nhân.

- Thời hạn duy trì mạng lưới phân phối viên tuyển dưới ít nhất 01 năm sẽ lựa chọn được những người gắn bó lâu dài với hoạt động bán hàng đa cấp, giảm hiện tượng người tham gia bán hàng đa cấp ồ ạt đăng ký thành lập doanh nghiệp tư nhân nhưng sau đó lại hoạt động không ổn định và lâu dài.

Nếu giải pháp này được thực thi, thiết nghĩ quy định trên không gây áp lực lớn cho hoạt động giải quyết thủ tục đăng ký kinh doanh của các cơ quan có thẩm

quyền vì số lượng người hội đủ điều kiện như đã đề xuất chỉ chiếm khoảng 5% tổng số phân phối viên trong mạng lưới. Đồng thời việc đăng ký thành lập doanh nghiệp tư nhân sẽ giúp cơ quan quản lý nhà nước có điều kiện giao trách nhiệm cho những người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp là “chủ doanh nghiệp tư nhân” phải quản lý phân phối viên tuyển dưới, từ đó góp phần khắc phục thực trạng buông lỏng quản lý mạng lưới phân phối viên như hiện nay.

➤ *Về sản phẩm:*

Sản phẩm phải có xuất xứ rõ ràng, dán nhãn mác, công dụng... đầy đủ và phải ghi bằng Tiếng Việt. Các sản phẩm kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp có rất nhiều sản phẩm là thực phẩm chức năng, trên thực tế đã gây ra ngộ nhận về chức năng chữa bệnh của sản phẩm, ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng do sử dụng không đúng cách hoặc do nhà phân phối tư vấn không đúng sự thật về công dụng của sản phẩm. Do đó, các sản phẩm nào liên quan trực tiếp tới sức khỏe người tiêu dùng, Nhà nước nên quy định bổ sung vào Nghị định 42/2014/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp thêm cơ chế tiền kiểm đối với chất lượng, tính năng công dụng sản phẩm bán hàng đa cấp là thực phẩm chức năng phải đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, hướng dẫn cụ thể cách thức sử dụng và các yêu cầu khác của ngành Y tế liên quan tới sức khỏe của con người khi sử dụng.

➤ *Xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực bán hàng đa cấp*

- Cục Quản lý cạnh tranh tham mưu cho Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung hoặc kiến nghị Nhà nước sửa đổi, bổ sung một số nội dung quy định pháp luật về bán hàng đa cấp; trong trường hợp chưa thể sửa đổi các quy phạm pháp luật, thì Cục Quản lý cạnh tranh ban hành các văn bản dưới luật để tạm thời hướng dẫn, khắc phục các điểm vướng mắc, thiếu sót trong quy định hiện tại, cụ thể:

- Cần quy định thêm thẩm quyền của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh được quyền xem xét và xử lý vi phạm pháp luật phát sinh trong lĩnh vực bán hàng đa cấp xảy ra trên địa bàn tỉnh/ thành phố.

Khi đó, Sở Công Thương với công cụ trong tay là Chi Cục quản lý thị trường và Thanh tra chuyên ngành thương mại sẽ giúp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh phát hiện, điều tra và đề xuất hình thức, biện pháp xử lý để Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xem xét,

quyết định. Nếu thực hiện được đề xuất trên, không chỉ giúp cho việc phát hiện, điều tra và xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực bán hàng đa cấp được tiến hành nhanh chóng, kịp thời mà còn tránh được trường hợp cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương “bắt lạt” trước những vi phạm xảy ra trên địa bàn do mình phụ trách.

- Cần quy định thêm thẩm quyền của Sở Công Thương địa phương có quyền chấm dứt hoạt động tổ chức bán hàng đa cấp trên địa bàn quản lý đối với các doanh nghiệp mở rộng mạng lưới bán hàng đa cấp có hành vi vi phạm pháp luật nghiêm trọng trong hoạt động tổ chức bán hàng đa cấp trên địa bàn. Sở dĩ cần quy định thêm thẩm quyền này là do trong thực tế nhiều doanh nghiệp mở rộng mạng lưới đến địa bàn, liên tục có hành vi vi phạm và bị xử lý nhiều lần nhưng không có quy định để chấm dứt hoạt động của các doanh nghiệp này mà phải chuyển hồ sơ đến cơ quan cấp Giấy đăng ký hoặc Cục Quản lý cạnh tranh? để xem xét làm mất tính kịp thời, tính nghiêm minh của pháp luật, không kịp thời ngăn chặn hành vi vi phạm gây thiệt hại đến người tiêu dùng, ảnh hưởng đến xã hội.

4.2.2 Đổi mới mô hình quản lý, giám sát hoạt động đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp

4.2.2.1. Hoàn thiện nhiệm vụ, quyền hạn và tổ chức của các chủ thể quản lý nhà nước đối với bán hàng đa cấp

Thứ nhất: Hoàn thiện bộ máy quản lý BHĐC ở Cục Quản lý Cạnh tranh (Bộ Công Thương)

Nhằm nâng cao năng lực, hiệu lực trong quá trình thực thi nhiệm vụ của Cơ quan Quản lý Cạnh tranh theo quy định của Luật Cạnh tranh năm 2004, Cục Quản lý Cạnh tranh là cơ quan trực thuộc Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) nhưng chức năng, nhiệm vụ lại do Chính phủ quy định. Nghiên cứu các quy định của Luật Cạnh tranh cho thấy, vai trò của Cục Quản lý Cạnh tranh có thể được xem là trung tâm, quan trọng nhất, quyết định hiệu quả phòng, chống các hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Cạnh tranh năm 2004, đối với những hành vi cạnh tranh không lành mạnh, Cục quản lý cạnh tranh không chỉ có nhiệm vụ điều tra mà còn có thẩm quyền xử phạt đối với hành vi vi phạm này. Như vậy, phát hiện, điều tra, xác minh và xử lý vi

phạm có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC.

Theo Nghị định 42/2014/NĐ-CP Cục Quản lý Cạnh tranh được giao nhiều nhiệm vụ và thẩm quyền trong quản lý nhà nước về BHĐC, từ điều tra xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, điều tra các hành vi hạn chế cạnh tranh, bảo vệ người tiêu dùng đến quản lý nhà nước về chống bán phá giá, chống trợ cấp và áp dụng các biện pháp tự vệ trong thương mại quốc tế, thẩm định cấp giấy phép KDĐC trên lãnh thổ Việt Nam, thống kê và cung cấp thông tin có liên quan đến phòng vệ thương mại, đến hoạt động KDĐC. Phạm vi nhiệm vụ quyền hạn như vậy là quá nhiều so với vị trí của một cục thuộc Bộ. Thực tế không một cơ quan quản lý cạnh tranh nào trên thế giới được quy định nhiều thẩm quyền, đặc biệt là trong thực thi pháp luật về các biện pháp đảm bảo công bằng trong thương mại quốc tế như Việt Nam [31].

Do đó, Bộ Thương mại cần ban hành văn bản pháp lý phân định rõ trách nhiệm và quyền hạn của từng bộ phận của Cục Quản lý Cạnh tranh, tránh sự chồng chéo, sự ôm đồm giữa các bộ phận. Do đây là cơ quan mới được thành lập, nên để đảm bảo thực thi có hiệu quả của toàn bộ máy trong cơ quan, bên cạnh việc quy định chức năng, nhiệm vụ của từng đơn vị, cần sớm xây dựng quy chế phối hợp trong quá trình thực hiện chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong cơ quan, nhất là giữa Ban điều tra và xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh với Ban giám sát và quản lý cạnh tranh, Ban bảo vệ người tiêu dùng v.v... Có như vậy mới bảo đảm sự phân định rành mạch trách nhiệm cũng như phối hợp nhịp nhàng trong hoạt động của những đơn vị có liên quan. Ngoài ra, Bộ Công Thương cần có kế hoạch đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn và quản lý cho công chức Cục Quản lý Cạnh tranh để đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ ngày càng tăng và phức tạp hiện nay.

Thứ hai: hoàn thiện bộ máy quản lý BHĐC ở Sở Công Thương

Hiện tại Sở Công Thương không có bộ phận hoặc tổ chuyên trách quản lý Nhà nước đối với hoạt động BHĐC, chỉ có một nhân viên bán chuyên trách trực tiếp quản lý (Nhân viên này kiêm nhiệm nhiều mảng quản lý về thương mại khác). Vì thế, nên thành lập tổ quản lý BHĐC nằm trong phòng quản lý thương mại, tổ ít

nhất ba người với các chức năng nhiệm vụ sau:

- Phối hợp với Cục Quản lý Cạnh tranh thẩm định cấp giấy phép??? cho các DN hoạt động trên địa bàn thành phố.

- Quản lý Nhà nước đối với các công ty, các chi nhánh công ty, các NPP hoạt động trên địa bàn thành phố: quản lý hoạt động, quản lý thông tin liên quan đến sản phẩm, dịch vụ đối tượng KDĐC.

- Phối hợp với các sở ban ngành, Hiệp hội người tiêu dùng tổ chức thanh tra kiểm tra định kỳ, thực hiện xử lý các vi phạm trong BHĐC.

- Theo dõi hoạt động huấn luyện đào tạo liên quan đến KDĐC trên địa bàn thành phố.

- Kiểm soát về đăng ký kinh doanh, sản phẩm cung cấp, cách thức tuyển dụng người phân phối, giá cả sản phẩm và hình thức chi trả hoa hồng.

- Phối hợp với các cơ quan ban ngành: Cục Cạnh tranh, Sở Y tế, Hiệp hội BHĐC tổ chức tuyên truyền dưới các hình thức khác nhau kiến thức liên quan đến KDĐC để người tiêu dùng hiểu rõ về phương thức kinh doanh này, nhờ đó giảm thiểu rủi ro, tạo cho phương thức BHĐC phát triển bền vững.

- Tổng kết tình hình KDĐC trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh 6 tháng 1 lần, đề xuất các biện pháp quản lý cụ thể gửi báo cáo gửi tới lãnh đạo Sở Công Thương.

- Phụ trách trang mục: “Quản lý BHĐC” trên trang Website của Sở Công Thương (kiến nghị lập trang mục này), trên trang này đăng các thông tin: Cơ chế quản lý Nhà nước đối với KDĐC do Chính phủ, Bộ Công Thương và thành phố ban hành; Công khai tên các doanh nghiệp, chi nhánh các công ty BHĐC đang hoạt động hợp pháp trên địa bàn thành phố, sản phẩm của họ, địa chỉ, các trung tâm bảo hành bảo dưỡng sản phẩm, tư vấn cho khách hàng của từng công ty BHĐC trên địa bàn thành phố; Công khai tên các NPP của từng công ty; Công khai những sai phạm của từng công ty; nêu những cảnh báo với người tiêu dùng v.v... Trang mục “Quản lý BHĐC” của Sở được nối kết với trang Website của Cục Quản lý Cạnh tranh.

- Tham gia xét duyệt các chương trình huấn luyện đào tạo BHĐC của các

doanh nghiệp diễn ra trên địa bàn thành phố, cử người trực tiếp dự các buổi huấn luyện.

4.2.2.2 Nâng cao năng lực quản lý, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật của các cơ quan quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp BHĐC

Trách nhiệm đặt ra đối với các cơ quan quản lý Nhà nước từ Trung ương đến từng địa phương trong lĩnh vực này là phải triệt để áp dụng các quy định của pháp luật hiện hành, có cơ chế phối hợp đồng bộ trong công tác thanh tra, giám sát; từ khâu kiểm tra cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh đến hình thức tổ chức kinh doanh, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, quá trình hoạt động kinh doanh... đồng thời cần phải có biện pháp kiên quyết xử lý theo quy định của pháp luật đối với hành vi vi phạm pháp luật.

➤ Thứ nhất: Đối với Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố

- Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố cần có công văn chỉ đạo giao Sở Công Thương chủ trì phối hợp với Sở Khoa học Công nghệ, Y tế, Công an thành phố xây dựng quy chế phối hợp trong công tác kiểm tra, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật đối với hoạt động bán hàng đa cấp và trình Ủy ban nhân dân ký phát hành quy chế này. Trong đó, quy định rõ trách nhiệm, nhiệm vụ của từng cơ quan, trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp tại địa phương và trách nhiệm tổ chức kiểm tra, xử lý vi phạm pháp luật trong hoạt động này; đồng thời, quy định rõ chế độ báo cáo định kỳ kết quả về Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố và Cục Quản lý Cạnh tranh Bộ Công Thương để các cơ quan cấp trên kịp thời hướng dẫn, chỉ đạo xử lý.

- Nhằm nâng cao vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước trong công tác quản lý, giám sát và xử lý vi phạm pháp luật đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp cũng như đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính của người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh/thành phố, cần có văn bản chỉ đạo Ủy ban nhân dân (xã, phường, thị trấn) nâng cao trách nhiệm quản lý nhà nước đối với phương thức bán hàng đa cấp đúng thẩm quyền và theo sự hướng dẫn của Sở Công Thương tỉnh/thành phố theo quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp và quy định khác của pháp luật có liên quan.

- Quan tâm việc khuyến khích thành lập các “*Văn phòng tư vấn hoạt động kinh doanh đa cấp*”.

+ *Chức năng của Văn phòng gồm*: Tư vấn cho những người muốn tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp về hoạt động kinh doanh đa cấp, về cách nhận biết doanh nghiệp kinh doanh đa cấp chân chính và bất chính, về việc lựa chọn chính sách trả thưởng phù hợp với mình... Bên cạnh hoạt động tư vấn trực tiếp, Văn phòng còn có thể tư vấn gián tiếp thông qua sách, báo, các bài viết của những chuyên gia nghiên cứu lĩnh vực kinh doanh đa cấp, của những người thành đạt trong kinh doanh đa cấp... Nói cách khác, Văn phòng có chức năng như là thư viện thu nhỏ dành cho người muốn tham gia, cũng như người tham gia muốn nâng cao hiểu biết về bán hàng đa cấp.

+ *Hình thức tư vấn rất đa dạng*: qua thư từ, email, điện thoại, trực tiếp tại Văn phòng hoặc tổ chức những buổi nói chuyện của các chuyên gia... Hơn nữa, Văn phòng còn đóng vai trò như một nơi khiếu nại của người tham gia đối với doanh nghiệp kinh doanh đa cấp. Theo đó, Văn phòng sẽ chuyển các khiếu nại cho cơ quan Nhà nước để có biện pháp xử lý kịp thời. Ngoài ra, Văn phòng sẽ cố vấn cho các cơ quan Nhà nước trong việc hoàn thiện pháp luật về bán hàng đa cấp trên cơ sở những vấn đề phát sinh trong thực tiễn, ý kiến đóng góp của các chuyên gia cũng như những người hoạt động thực tiễn.

➤ ***Thứ hai: Đối với Sở Công Thương tỉnh/thành phố***

Là cơ quan chuyên môn của Ủy ban nhân dân chịu trách nhiệm quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngành đối với hoạt động bán hàng đa cấp cần phải tăng cường các công tác sau:

- Xây dựng chặt chẽ, nghiêm ngặt quy trình cấp Giấy chứng nhận đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp cho doanh nghiệp trên địa bàn trên cơ sở phù hợp với các quy định của pháp luật hiện hành về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp; trong đó đặc biệt lưu ý một số nội dung sau:

+ Chương trình bán hàng phải thật sự “minh bạch và không trái với pháp luật”, trong đó, lưu ý Hợp đồng mẫu mà doanh nghiệp sẽ ký với người tham gia và mọi thỏa thuận khác quy định về quyền và nghĩa vụ của người tham gia phải thực hiện

đầy đủ, chú trọng các nội dung:

Một là: Gồm đầy đủ họ và tên, hộ khẩu thường trú (hoặc đăng ký lưu trú đối với người nước ngoài), nơi đăng ký tạm trú, số chứng minh nhân dân (hoặc số hộ chiếu đối với người nước ngoài) của người tham gia; số giấy phép lao động của người tham gia là người nước ngoài nhằm có cơ sở để quản lý chặt chẽ người tham gia mạng lưới và truy cứu trách nhiệm đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính của người tham gia.

Hai là: Nguồn gốc, chủng loại, chất lượng, giá cả, công dụng và cách thức sử dụng của hàng hoá được bán, giá bán lại hàng hoá, các điều kiện và phạm vi bảo hành đối với hàng hoá, nhằm bảo đảm hàng hoá được tiêu thụ phải hợp pháp bảo đảm quyền lợi, lợi ích và sức khỏe của người tiêu dùng và người tham gia.

Ba là: Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp bán hàng đa cấp và người tham gia, bao gồm cả ràng buộc trách nhiệm giữa doanh nghiệp bán hàng đa cấp bồi thường thiệt hại cho người tiêu dùng hoặc người tham gia, nhằm bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp cho người tiêu dùng, hạn chế nguy cơ bán hàng đa cấp bất chính.

+ Có chương trình đào tạo người tham gia rõ ràng; bao gồm nội dung đào tạo; thời gian đào tạo; trình tự, thủ tục cấp chứng chỉ đào tạo; thời gian và nội dung bồi dưỡng định kỳ cho người tham gia.

Một mặt nhằm bảo đảm cho doanh nghiệp thực hiện đúng các quy định của pháp luật về các điều kiện trong xây dựng và tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp; đồng thời, có thêm cơ sở để thực hiện các chức năng quản lý, giám sát và xử lý vi phạm của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp theo các nội dung quy định xử phạt tại Điều 36, Nghị định 71/2014/NĐ-CP ngày 21/7/2014 về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh.

- Chủ trì phối hợp với các Sở ngành và các cơ quan chức năng có liên quan trong và ngoài thành phố thực hiện tốt các nội dung sau:

+ Đề xuất Cục Quản lý Cạnh tranh phối hợp với các tổ chức hội, hiệp hội trong và ngoài nước thường xuyên tổ chức các buổi tập huấn, phổ biến các văn bản pháp luật hiện hành phục vụ công tác thực thi pháp luật, trao đổi thông tin và kinh nghiệm, nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, năng lực quản lý hoạt động bán hàng đa

cấp cho đội ngũ cán bộ, công chức. Đồng thời, hoàn thiện khả năng nhận thức, tiếp cận kỹ năng quản lý của các nước tiên tiến đối với hoạt động bán hàng đa cấp được hiệu quả, đồng bộ và triệt để.

+ Phối hợp với các cơ quan chức năng có liên quan tăng cường công tác kiểm tra liên ngành (cơ quan đăng ký kinh doanh, Y tế, Tiêu chuẩn đo lường chất lượng, Công an...), giám sát đồng bộ và triệt để mọi hoạt động trong lĩnh vực bán hàng đa cấp, đặc biệt chú trọng việc bảo vệ quyền lợi người tham gia, tuyệt đối ngăn chặn tình trạng ép buộc người tham gia phải mua một lượng hàng hóa ban đầu hay bất cứ một khoản chi phí nào khác để chính thức trở thành nhà phân phối.

- Tiến hành lập một trang web riêng hoặc đưa vào chính trang web của Sở Công Thương tỉnh/thành phố một phần về hoạt động bán hàng đa cấp. Khi có người mới tham gia vào doanh nghiệp, doanh nghiệp phải đăng kí mã số người tham gia thông qua internet. Điều này giúp việc thực hiện được nhanh chóng, dễ dàng và thuận lợi, tránh gây phiền hà, rắc rối cho doanh nghiệp. Ngoài ra, việc này giúp cơ quan quản lý Nhà nước nắm được số lượng người tham gia ở từng doanh nghiệp, thống kê được đối tượng tham gia trong doanh nghiệp để có biện pháp kiểm tra, giám sát kịp thời khi số lượng người tham gia ở một doanh nghiệp nào đó tăng đột biến hoặc có dấu hiệu vi phạm pháp luật.

➤ ***Thứ ba: Đối với Chi cục Quản lý thị trường tỉnh/thành phố***

- Phải tăng cường triển khai triệt để các văn bản chỉ đạo của Sở Công Thương, phân công cán bộ kiêm nhiệm công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn thành phố để cập nhật kịp thời các văn bản chỉ đạo cấp trên; đồng thời, tổng hợp diễn biến thực tế thị trường về hoạt động bán hàng đa cấp từ các đội quản lý thị trường trên địa bàn thành phố, để lập kế hoạch cụ thể cho các Đội quản lý thị trường kiểm tra định kỳ hoặc đột xuất các hoạt động của doanh nghiệp và nhà phân phối trên địa bàn.

- Chủ động trong việc phân công nhân sự theo dõi việc tổ chức hội thảo, giới thiệu tính năng công dụng sản phẩm bán hàng đa cấp (có thể kết hợp việc ghi hình, ghi âm), phát hiện và xử lý nghiêm các hành vi quảng cáo sai sự thật, thổi phồng tính năng công dụng sản phẩm, đưa ra các thông tin không trung thực, các thông tin

không căn cứ, không được phép trong Chương trình bán hàng đã được cơ quan quản lý nhà nước chấp thuận... nhằm lôi kéo, dụ dỗ người tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp.

- Tích cực kiểm tra, phát hiện các mặt hàng kinh doanh theo phương thức đa cấp không nằm trong Danh mục sản phẩm của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp được cơ quan cấp Giấy phép chấp thuận.

- Các sản phẩm bán hàng đa cấp nhập khẩu thường không có nhãn phụ bằng tiếng Việt, ghi nhãn hàng hóa không theo quy định hoặc bán hàng không xuất hóa đơn, chứng từ chứng minh nguồn gốc xuất xứ... Do đó, lực lượng quản lý thị trường cần tích cực hơn nữa trong việc thâm nhập thực tế để giám sát chặt chẽ và xử lý vi phạm trong quá trình lưu thông các sản phẩm bán hàng đa cấp.

➤ ***Thứ tư: Đối với Sở Y tế tỉnh/thành phố***

Tăng cường công tác phối hợp với các cơ quan chức năng kiểm tra các mặt hàng kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp như: thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, dụng cụ chăm sóc sức khỏe, kịp thời phát hiện các chức năng, công dụng sản phẩm của doanh nghiệp bán hàng đa cấp công bố không đúng với chức năng, công dụng thực tế của sản phẩm sau khi kiểm tra, giám định; kiểm tra các sản phẩm bán hàng đa cấp có đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, an toàn, vệ sinh thực phẩm theo quy định của pháp luật. Đồng thời, xử lý hoặc đề xuất xử lý nghiêm những sai phạm theo thẩm quyền quản lý.

➤ ***Thứ năm: Đối với Sở Khoa học Công nghệ - Chi cục tiêu chuẩn đo lường chất lượng tỉnh/thành phố***

Phối hợp với các cơ quan chức năng rà soát các tiêu chuẩn kỹ thuật cơ sở các sản phẩm bán hàng đa cấp là máy móc, thiết bị có phù hợp với tiêu chuẩn đo lường chất lượng, có đăng ký sản phẩm hợp Chuẩn, hợp Quy (đối với sản phẩm bắt buộc phải đăng ký), kiểm tra, chấn chỉnh và kịp thời xử lý những sai phạm nhằm bảo đảm tuyệt đối các sản phẩm bán hàng đa cấp được phép lưu hành phải đúng theo quy định của pháp luật.

➤ ***Thứ sáu: Đối với cơ quan thuế***

Phối hợp với Chi cục Quản lý thị trường tăng cường kiểm tra việc chấp hành

pháp luật thương mại đối với các doanh nghiệp tổ chức bán hàng đa cấp trên địa bàn; đồng thời, triển khai chặt chẽ việc thu thuế thu nhập cá nhân đối với đội ngũ phân phối viên và cán bộ quản lý trong doanh nghiệp, một mặt nhằm tận thu các khoản thuế cho ngân sách nhà nước; mặt khác, nhằm tạo cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp sự minh bạch trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế và các nghĩa vụ khác có liên quan.

4.2.3 Tăng cường công tác hướng dẫn, hỗ trợ và định hướng cho doanh nghiệp tổ chức kinh doanh và quản lý, giám sát hoạt động của đội ngũ nhà phân phối theo đúng quy định của pháp luật

Nhằm tổ chức triển khai thực hiện có hiệu quả nội dung trên, Sở Công Thương tỉnh/thành phố cần thực hiện tốt các nội dung sau:

- Chủ trì phối hợp với các Sở ngành và các cơ quan chức năng có liên quan, cơ quan thông tin đại chúng trong và ngoài tỉnh thường xuyên tổ chức tuyên truyền, phổ biến pháp luật, nâng cao nhận thức về bán hàng đa cấp cho doanh nghiệp, người tham gia và các tầng lớp dân cư, thông qua các cơ quan truyền thông, báo, đài nhằm phổ biến rộng rãi tới cộng đồng xã hội, đặc biệt tại nông thôn, vùng sâu, vùng xa được hiểu biết một cách khái quát về bán hàng đa cấp, nhận dạng bán hàng đa cấp bất chính, những lợi ích thật sự và hợp pháp mà bán hàng đa cấp chân chính mang lại cho người tiêu dùng và người tham gia mạng lưới. Nhằm khuyến khích phát triển loại hình bán hàng đa cấp chân chính, minh bạch, không vi phạm pháp luật.

- Thường xuyên có văn bản khuyến cáo, tuyên truyền hoặc phổ biến cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp trên địa bàn tỉnh thực hiện một số yêu cầu sau:

+ Nâng cao hiệu quả công tác huấn luyện đội ngũ người tham gia; trong đó, chú trọng tới một số nội dung như:

• Chú trọng đào tạo nâng cao kiến thức, sự hiểu biết để nhận diện và phân biệt đầy đủ về tính năng, công dụng của sản phẩm nhằm tư vấn cho người tiêu dùng một cách toàn diện và chính xác nhất về các thông tin về sản phẩm và cách thức sử dụng sản phẩm, để bảo đảm cho người tiêu dùng và người tham gia hiểu biết những thông tin cần thiết trước khi quyết định mua sản phẩm từ nhà phân phối, tránh những sai

lầm khi sử dụng sản phẩm, đặc biệt sử dụng sản phẩm mà không mang lại hiệu quả như mong muốn, thậm chí bị phản ứng phụ khi sử dụng sản phẩm là mỹ phẩm hoặc thực phẩm chức năng.

- Tăng cường công tác quản lý, giám sát hoạt động của đội ngũ người tham gia trong quá trình bán hàng thực tế, nhằm bảo đảm nhà phân phối luôn thực hiện tốt các nội dung trong chương trình huấn luyện. Đồng thời, doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải thường xuyên có các buổi huấn luyện lại hoặc huấn luyện nâng cao kiến thức sản phẩm, nghiệp vụ bán hàng cho đội ngũ nhà phân phối của mình.

- + Sản phẩm hàng hóa được bán theo phương thức bán hàng đa cấp phải tuyệt đối bảo đảm các quy định của pháp luật về chất lượng sản phẩm và ghi nhãn hàng hóa.

- + Tại các điểm giao hàng hóa, sản phẩm cho người tiêu dùng (người tham gia), phải có đội ngũ hướng dẫn cho khách hàng đầy đủ các tính năng, công dụng và cách thức sử dụng sản phẩm cho khách hàng, tránh xảy ra tình trạng sử dụng không đúng công dụng sản phẩm, đặc biệt các sản phẩm là thực phẩm chức năng.

- + Thông báo cập nhật cho Sở Công Thương đầy đủ các thông tin về phát triển mạng lưới người tham gia theo đúng quy định tại Điều 17, Nghị định 42/2014/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp để Sở Công Thương nắm rõ mức độ phát triển của doanh nghiệp nhằm chủ động đề ra các giải pháp hỗ trợ hoạt động cho doanh nghiệp và thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước được hiệu quả.

- + Thực hiện đầy đủ chế độ báo cáo định kỳ 06 tháng/lần theo quy định Điều 28, Nghị định 42/2014/NĐ-CP về số lượng người tham gia, doanh thu và số thuế đã nộp của doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân của người tham gia mà doanh nghiệp đã nộp hộ. Một mặt, quy định rõ cho doanh nghiệp và người tham gia thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ về thuế cho nhà nước; mặt khác, ý thức rõ cho doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp luôn nhận thức được sự quản lý giám sát chặt chẽ của các cơ quan nhà nước đối với hoạt động này, nhằm nâng cao việc tuân thủ các quy định của pháp luật của các đối tượng tham gia.

- + Thường xuyên rà soát toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp và nhà phân phối nhằm phát hiện những hạn chế, yếu kém trong quá trình hoạt động, quản

lý nhà phân phối của bản thân doanh nghiệp, nhằm đề xuất các cơ quan quản lý nhà nước hướng dẫn kịp thời doanh nghiệp nâng cao hiệu quả công tác quản lý, giám sát hoạt động của nhà phân phối và doanh nghiệp đúng theo quy định của pháp luật hiện hành.

4.3 Giải pháp đào tạo đội ngũ cán bộ - công chức thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức đủ năng lực, phẩm chất đáp ứng yêu cầu xây dựng Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa của nhân dân, do nhân dân, vì nhân dân [80, tr58]. Cho nên, việc nâng cao nhận thức của đội ngũ cán bộ công chức thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp là rất thiết thực trong công tác kiểm tra, phát hiện, xử lý hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Công tác thực thi pháp luật về bán hàng đa cấp về bán hàng đa cấp có hiệu quả hay không phụ thuộc phần lớn vào đội ngũ thực thi pháp luật. Vì vậy, để nâng cao nhận thức của đội ngũ cán bộ, công chức hiện nay cần phải:

- Định kỳ 6 tháng một lần mở lớp đào tạo bổ sung kiến thức về bán hàng đa cấp (lớp đào tạo này có sự phối hợp giữa Cục Quản lý cạnh tranh với Hiệp hội bán hàng đa cấp).

- Sở Công thương các tỉnh khi tuyển dụng Cán bộ, công chức giao nhiệm vụ quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp phải có trình độ phải ít nhất là cử nhân Luật. Những trường hợp Cán bộ, Công chức hiện nay quản lý về bán hàng đa cấp chưa có bằng cử nhân Luật được đào tạo thêm về kiến thức pháp luật.

4.4 . Giải pháp đổi mới phương tiện hoạt động quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Hiện nay Chính phủ điện tử (*e-Government*) là tên gọi của một chính phủ mà mọi hoạt động của nhà nước được thay đổi theo một khái niệm hoàn toàn mới, chính phủ đó gần và thuận lợi với công dân hơn, bằng các kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, hiện đại. Mọi quan hệ giữa chính phủ và công dân bảo đảm tính minh bạch, công khai, thuận tiện, bảo đảm sự kiểm soát và giám sát lẫn nhau giữa công dân với chính phủ; một chính phủ của dân, vì dân và vì sự phồn thịnh của đất nước trong một môi trường toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. [Theo Bách khoa toàn thư

mở Wikipedia]

Chính phủ Điện tử là ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) để các cơ quan của Chính quyền từ trung ương và địa phương đổi mới, làm việc có hiệu lực, hiệu quả và minh bạch hơn; cung cấp thông tin, dịch vụ tốt hơn cho người dân, doanh nghiệp và các tổ chức; và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho người dân thực hiện quyền dân chủ và tham gia quản lý Nhà nước. Xuất phát từ sự phát triển của công nghệ thông tin trên trang web Cục Quản lý cạnh tranh quản lý trang thông tin điện tử về bán hàng đa cấp với trang chủ truy cập là: <http://www.vca.gov.vn>; <http://www.qlct.gov.vn> đã thực hiện mở tài khoản đăng nhập cho 63 Sở Công thương.

Tuy nhiên, vấn đề các cơ quan quản lý bán hàng đa cấp đó là việc hội thảo, hội nghị của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chưa được công khai trên cổng thông tin điện tử. Theo quy định tại khoản 2 Điều 11 Thông tư 24/2014/NĐ-CP “Doanh nghiệp nộp hồ sơ thông báo tổ chức hội nghị, hội thảo đào tạo trực tiếp tại Sở Công thương nơi doanh nghiệp dự kiến tổ chức các hoạt động đó hay qua đường bưu điện”. Điều này mất rất nhiều thời gian và đặc biệt là người tham gia bán hàng khó biết xác thực và tính hợp pháp của buổi hội thảo. Vì thế, giải pháp góp phần cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp có thể gửi trực tiếp thông qua trang web của Cục Quản lý Cạnh tranh về bán hàng đa cấp và kết nối với 63 tỉnh/thành. Với giải pháp đổi mới thêm trong thông tin điện tử đó là:

- + Tạo môi trường bán hàng đa cấp tốt hơn;
- + Doanh nghiệp bán hàng đa cấp trực tuyến, không phải xếp hàng;
- + Tăng cường sự điều hành có hiệu quả của Cục quản lý cạnh tranh và sự tham gia rộng rãi của người dân;
- + Nâng cao năng suất và tính hiệu quả của quản lý bán hàng đa cấp ở Bộ Công thương, Cục Quản lý Cạnh tranh và Sở Công thương địa phương.
- + Nâng cao ý thức người tham gia bán hàng đa cấp về thông tin doanh nghiệp mình muốn tham gia bán hàng đa cấp.

Tuy nhiên, việc tin học hóa hành chính cũng có thể đem lại nhiều bất lợi. Một bất lợi cho các cơ quan có thẩm quyền sẽ là phải tăng chi phí an ninh. Để bảo vệ sự

riêng tư và thông tin mật của dữ liệu sẽ phải có các biện pháp bảo mật (để chống các sự tấn công, xâm nhập, ăn cắp dữ liệu từ bên ngoài, hay của các hacker), mà sẽ đòi hỏi chi phí bổ sung. Đôi khi chính quyền phải thuê mượn một cơ quan tư nhân độc lập, khách quan để giám sát, bảo đảm sự quản lý thông tin cá nhân không bị nhà nước lạm dụng trái hiến pháp và bảo vệ người dân cũng như cung cấp thông tin cho người dân. Một bất lợi nữa là chức năng của hệ thống được sử dụng phải cập nhật và nâng cấp liên tục, để thích ứng với công nghệ mới. Các hệ thống cũng có thể không tương thích với nhau hoặc không tương thích với hệ điều hành hoặc không thể hoạt động độc lập (ngoại tuyến) mà không cần liên kết. Đây chính là những rào cản đối với Cục Quản lý Cạnh tranh thiết nghĩ điều này sẽ thực hiện được trong 2 năm tới.

4.5 . Điều kiện để thực hiện giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

Các giải pháp nêu trên nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Đó không phải là các giải pháp riêng biệt mà có quan hệ mật thiết với nhau. Vì thế, phải thực hiện một cách đồng bộ các giải pháp nhằm mục đích góp phần bổ sung hoàn thiện các quy định pháp luật về bán hàng đa cấp và đồng thời giúp cho công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp ngày càng chặt chẽ hơn. Để thực hiện tốt những giải pháp trên, thiết nghĩ cần có những điều kiện sau:

- Đối với cơ quan nhà nước cấp Trung ương cần phải rà soát lại văn bản pháp luật quy định về bán hàng đa cấp và đưa ra định hướng cụ thể để bổ sung sửa đổi quy định của pháp luật về bán hàng đa cấp cho phù hợp với thực trạng hiện nay về hoạt động bán hàng đa cấp. Trên cơ sở đó, các cơ quan nhà nước có chức năng quản lý về hoạt động bán hàng đa cấp sẽ triển khai thực hiện. Đây là điều kiện tiên quyết để thực hiện các giải pháp đề ra.

- Các cơ quan chức năng thường xuyên kiểm tra việc thực hiện pháp luật, tránh trường hợp pháp luật đặt ra nhưng thực hiện không đồng bộ.

- Có cơ chế khen thưởng, và động viên, khuyến khích các cơ quan, tổ chức, cá nhân thực hiện tốt quy định pháp luật về bán hàng đa cấp và xử lý nghiêm minh

trường hợp vi phạm pháp luật.

- Cơ chế phối hợp giữa các cơ quan: Ký kết Biên bản ghi nhớ giữa Sở Công thương với Văn phòng của Cục Quản lý cạnh tranh tại thành phố trong việc phối hợp để nâng cao hiệu lực thực thi pháp luật thuộc lĩnh vực cạnh tranh, bảo vệ người tiêu dùng và phòng vệ thương mại trên địa bàn địa phương.

- Phải có dự toán ngân sách như: Căn cứ quy định tại Thông tư số 123/2003/TT-BTC ngày 16/12/2003 của Bộ Tài chính hướng dẫn việc hỗ trợ kinh phí từ ngân sách nhà nước cho các tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp đối với những hoạt động gắn với nhiệm vụ của nhà nước; Ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố cần chỉ đạo Sở Tài chính triển khai việc trích một phần kinh phí hỗ trợ từ ngân sách nhà nước cho các Hội, hiệp hội để hỗ trợ kinh phí hoạt động cho văn phòng tư vấn kinh doanh hoạt động bán hàng đa cấp. Về nhân sự văn phòng, có thể sử dụng cán bộ chuyên trách từ Hội Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng của tỉnh/thành phố...

- Đối với người tham gia bán hàng đa cấp: Người tiêu dùng nên tìm hiểu kỹ những thông tin có liên quan tới công ty, sản phẩm trước khi ra quyết định mua hàng hoặc tham gia đội ngũ nhà phân phối. Khi đã là nhà phân phối, phải tuyệt đối trung thực với khách hàng và thực hiện đúng các quy định của công ty cũng như quy định của pháp luật. Phải tìm hiểu thấu đáo về bán hàng đa cấp trước khi tham gia, phải phân biệt được đâu là mô hình bán hàng đa cấp chân chính và bất chính (hay mô hình “hình tháp ảo”) trước khi quyết định tham gia.

- Đối với xã hội: Có cái nhìn khách quan và đầy đủ hơn về bán hàng đa cấp. Bán hàng đa cấp phải được thừa nhận những lợi ích mà hoạt động bán hàng đa cấp chân chính mang lại.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 4

Trong chương này, nghiên cứu sinh đã nêu lên hai phương hướng hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp đó là: (1) Tiếp tục chính sách quản lý theo hướng cho phép đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp đồng thời siết chặt quản lý; (2) Để thực hiện tốt chính sách quản lý hoạt động bán hàng đa cấp cần xem xét và tách biệt hai bộ phận khác nhau đó là chính sách quản lý chung – chính sách quản lý đặc thù.

Hoạt động bán hàng đa cấp là một loại hình kinh doanh khá mới và phức tạp nên đã gây nhiều khó khăn trong công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Trong quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp đã nảy sinh những hạn chế bất cập trong quy định pháp luật cũng như hạn chế bất cập trong thực tiễn quản lý nhà nước đối với hoạt động này. Từ những khó khăn, bất cập, hạn chế đó tác giả đưa ra những giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Nhóm giải pháp bổ sung và hoàn thiện các quy định của pháp luật về hoạt động BHĐC; nhóm giải pháp đổi mới mô hình quản lý, giám sát hoạt động đối với doanh nghiệp BHĐC. Bên cạnh đó, tác giả đưa ra những khuyến khích doanh nghiệp xây dựng chế độ hoa hồng hợp lý, nâng cao đạo đức kinh doanh cho người tham gia, chú trọng lợi ích cộng đồng xã hội. Giải pháp đào tạo đội ngũ cán bộ - công chức, đổi mới phương tiện hoạt động quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC cũng là giải pháp thiết yếu cho công tác quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC. Để thực hiện những giải pháp trên, trong chương 4 cũng đặt ra giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động BHĐC.

KẾT LUẬN

Với những ưu điểm vượt trội trong việc thu hút người tiêu dùng tham gia mạng lưới phân phối, bán hàng đa cấp sẽ là phương thức tiêu thụ sản phẩm có khả năng phát triển mạnh mẽ ở nước ta trong nhiều năm tới. Dưới góc độ pháp lý, điều đó đòi hỏi pháp luật không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho chủ thể bán hàng đa cấp chân chính phát triển, mà còn phải có khả năng ngăn ngừa và xử lý nghiêm minh những chủ thể lợi dụng bán hàng đa cấp để trục lợi bất chính góp phần bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng, người tham gia và doanh nghiệp bán hàng đa cấp nói chung. Và để góp phần đáp ứng yêu cầu trên, qua quá trình nghiên cứu đề tài, tác giả rút ra một số kết luận sau:

Một là, bán hàng đa cấp là phương thức bán lẻ hàng hóa thông qua những mạng lưới những cá nhân phân phối gồm nhiều tầng khác nhau; trong đó mỗi người đều có trách nhiệm bán lẻ sản phẩm và có quyền tuyển dụng, đào tạo người mới tham gia mạng lưới phân phối của mình; mỗi phân phối viên sẽ được nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả tiêu thụ sản phẩm của mình và của mạng lưới do mình trực tiếp xây dựng và được doanh nghiệp thừa nhận.

Hai là, tuy có những biểu hiện giống nhau nhưng bán hàng đa cấp chân chính khác với bán hàng đa cấp bất chính ở chỗ toàn bộ lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp chân chính nhận được đều có nguồn gốc từ lợi nhuận bán lẻ hàng hóa và cung ứng dịch vụ cho người tiêu dùng. Trong khi đó, lợi ích kinh tế mà doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp bất chính có được bắt nguồn chủ yếu từ tiền đóng góp của những người tham gia mạng lưới dưới hình thức phí tham gia hoặc tiền mua sản phẩm.

Ba là, pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp hiện nay của nước ta chưa phù hợp với thực tiễn bán hàng đa cấp. Pháp luật có nhiều quy định tập trung vào khâu đăng ký bán hàng đa cấp nhưng buông lỏng quá trình hoạt động của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp. Bên cạnh đó, các quy định xử lý vi phạm pháp luật hành chính trong lĩnh vực bán hàng đa cấp còn nhiều thiếu sót nên chưa thể áp dụng vào thực tiễn. Từ đó dẫn đến hệ quả không thể quản lý và ngăn

chặn kịp thời hành vi vi phạm của doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp.

Bốn là, trong luận án này tác giả đã tập trung giải quyết những vấn đề cơ bản sau:

- Xác định tiêu chí cụ thể để làm cơ sở phân biệt giữa bán hàng đa cấp chân chính với bán hàng đa cấp bất chính trong quá trình giải quyết hồ sơ đăng ký bán hàng đa cấp như khi thanh tra, kiểm tra, giám sát hoạt động bán hàng đa cấp của doanh nghiệp.

- Xác định khung pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp là: quy định chống hành vi bán hàng đa cấp bất chính; quy định việc xử lý nghiêm minh những hành vi bán hàng đa cấp bất chính; quy định cơ chế quản lý của nhà nước đối với doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp; quy định bán hàng đa cấp chân chính trong việc xác lập cơ chế quản lý của nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp để bảo vệ lợi ích chính đáng cho người tiêu dùng.

- Xây dựng cơ chế quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp từ Trung ương đến địa phương, cơ chế phối hợp giữa các cơ quan nhà nước trong hoạt động quản lý.

- Đưa ra một số kiến nghị cụ thể nhằm bổ sung hoàn thiện pháp luật, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước trong hoạt động bán hàng đa cấp... để góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp chân chính phát triển.

- Trong những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp, đáng lưu ý những giải pháp sau đây:

1. Hoàn thiện cơ chế quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp

2. Nâng cao hiệu quả quản lý, giám sát và hỗ trợ hoạt động đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp.

Tóm lại, vấn đề quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp còn cần được tiếp tục nghiên cứu một cách toàn diện hơn và sâu sắc hơn. Từ các góc độ khác nhau, góp phần đưa ra những giải pháp hiệu quả trong quản lý nhà nước đối với hoạt động này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Nguyễn Thị Anh (2010), *Thực trạng quản lý kinh doanh hàng đa cấp tại TP. Hồ Chí Minh và hướng hoàn thiện*, Cơ quan chủ trì: Trường Đại học Kinh tế TP. HCM.
2. Đỗ Minh Ánh (2010). *Vấn đề luật hóa hoạt động bán hàng đa cấp từ góc nhìn của luật sư*, <<http://luathoc.vnweblogs.com/post/19665/253930>>, xem 12/12/2014.
3. Trương Văn Bảo (2012), “*Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam hiện nay- Thực trạng và nhu cầu hoàn thiện*”, Luận văn thạc sĩ Luật học.
4. Bộ Công Thương (2015), *Báo cáo tổng kết năm hoạt động bán hàng đa cấp*, Hà Nội.
5. Bộ Công Thương, Thông tư 24/2014/TT – BCT ngày 30/7/2014 quy định chi tiết thi hành một số điều của nghị định 42/2014/NĐ-Cp ngày 14 tháng 5 năm 2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.
6. Chính phủ, Nghị định số 110/2005/NĐ-CP ngày 24/8/2005 của về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.
7. Chính phủ, Nghị định số 42/2014/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2014 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.
8. Chính phủ, Nghị định số 120/2005/NĐ-CP ngày 30/9/2005 quy định xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh.
9. Chính phủ, Nghị định số 06/2006/NĐ-CP ngày 09/01/2006 quy định về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Cục Quản lý cạnh tranh.
10. Chính phủ, Nghị định số 116/2005/NĐ-CP ngày 15/9/2005 quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Cạnh tranh.
11. Chính phủ, Nghị định số 185/2004/NĐ-CP ngày 04/11/2004 về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực kế toán.
12. Chính phủ, Nghị định 71/2014/NĐ ngày 21 tháng 7 năm 2014 quy định chi tiết Luật Cạnh tranh về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh thay thế nghị định 120/2005/NĐ-CP ngày 30 tháng 9 năm 2005.

13. Chủ tịch UBND TP. Hồ Chí Minh, Quyết định số 62/2000/QĐ-UB ngày 22/11/2000 về việc Chủ tịch ủy ban nhân dân Tp. Hồ Chí Minh ủy quyền cho giám đốc Sở Thương mại giải quyết hội nghị khách hàng giới thiệu sản phẩm có yếu tố nước ngoài.
14. Công ty Avon (2006), “Chương trình bán hàng”, TP.HCM.
15. Công ty Lô Hội (2009), “Chương trình huấn luyện”, TP.HCM.
16. Công ty TNHH Noni Vina (2009), “Quy chế phân phối viên”, TP.HCM.
17. Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy (2015), “Sổ tay sự nghiệp”, TP.HCM.
18. Công ty TNHH Thế Giới Hoàn Mỹ (2006), “Chế độ trả thưởng”, TP.HCM.
19. Công ty TNHH Tân Hy Vọng (2005), “Cách thức trả thưởng”, TP.HCM.
20. Công ty TNHH Tân Hy Vọng (2006), “Báo cáo số lượng người kinh doanh trên cả nước đến ngày 08/01/2006”, TP.HCM.
21. Công ty TNHH Mỹ phẩm Thường Xuân (2008), “Chương trình bán hàng”, TP.HCM.
22. Công ty TNHH Amway (2015), “Chương trình bán hàng”, TP.HCM.
23. Cục quản lý cạnh tranh, Báo cáo giải trình chi tiết những nội dung sửa đổi bổ sung trong nghị định thay thế nghị định số 110/2005/NĐ - CP ngày 24/8/2005 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.
24. Cục Quản lý Cạnh tranh – Bộ Công Thương (12/2012). *Hội thảo “Tổng quan về thực trạng và triển vọng hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam”*, Hà Nội.
25. Cục Quản lý Cạnh tranh – Bộ Công Thương (2013), *Nghiên cứu bán hàng đa cấp 2013. Hệ thống pháp luật quản lý hoạt động bán hàng đa cấp tại một số quốc gia – Kinh nghiệm cho Việt Nam*, Chương trình hỗ trợ kỹ thuật hậu gia nhập WTO.
26. Cục Quản lý cạnh tranh, Công văn số 1079/QLCT-BHĐC ngày 09/12/2005 giải đáp thắc mắc của Sở Thương mại TP.HCM về một số quy định pháp luật quản lý hoạt động bán hàng đa cấp.
27. Cục Quản lý cạnh tranh (2005), *Hỏi đáp về bán hàng đa cấp theo Luật cạnh tranh Canada*, NXB Thế giới, Hà Nội.

28. Cục Quản lý cạnh tranh (2005), “Tài liệu tập huấn Nghiệp vụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp”, Hà Nội, tr.3.
29. Cục Quản lý cạnh tranh (2005), *Hỏi đáp về bán hàng đa cấp theo Luật cạnh tranh Canada*, NXB Thế giới, Hà Nội.
30. Cục Quản lý cạnh tranh (2005), “Tài liệu tập huấn Nghiệp vụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp”, Hà Nội, tr.3.
31. Cục Quản lý cạnh tranh (2015), “Tài liệu tập huấn Nghiệp vụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp”, Hà Nội.
32. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI*, Nxb Chính trị quốc gia.
33. Đại học kinh tế quốc dân (2001), *Quản lý Nhà nước về kinh tế - Giáo trình sau đại học*, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật, tr.82 – 89.
34. Đại học luật Hà Nội (2005), *Giáo trình Luật Hành chính Việt Nam*, Nhà xuất bản Công an nhân dân, Hà Nội, tr.11.
35. Đại học luật Hà Nội (2005), *Giáo trình Luật thuế Việt Nam*, Nhà xuất bản Tư pháp.
36. Đặng Hồng Giang (2009), “Công ty Cổ phần Sinh Lợi: Lò đào tạo nghề... “Móc túi””, *Báo Công an TP.HCM*, , tr.10-11.
37. Khiếu Mạnh Tường (2010), *Hoàn thiện quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp qua thực tiễn tỉnh Đồng Nai*, Luận văn thạc sĩ Hành chính công.
38. Hoàng Đào Thu Thủy (2012), *Pháp luật điều chỉnh bán hàng đa cấp ở Việt Nam – Lý luận và thực tiễn*, Luận văn thạc sĩ Đại học luật Hà Nội.
39. Trần Minh Tâm (2011), *Tìm hiểu hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp ở Việt Nam*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường đại học Luật Hà Nội.
40. Nguyễn Văn Hậu và Diệp Khắc Cường (6/2012), *Tìm hiểu về bán hàng đa cấp*, Nhà xuất bản Tư pháp.
41. Nguyễn Thị Hằng (2011), *Những vấn đề pháp lý về hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường đại học Luật Hà Nội.

42. Hà Trung Hiếu (2013). *Thực trạng kinh doanh đa cấp tại Việt Nam*, Trường Đại học Phương Đông. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường.
43. Học viện chính trị - Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh (2009), *Giáo trình trung cấp lý luận Chính trị - Hành chính*, Nhà xuất bản chính trị - hành chính, Hà Nội, tr98
44. Võ Minh Huân – Nguyễn Thị Diệu Linh (2004), “Một số vấn đề pháp lý về kinh doanh đa cấp”, *TP.HCM*.
45. Mai Hữu Khuê (2003), *Lý luận quản lý Nhà nước*, Vụ công tác chính trị - Bộ giáo dục và đào tạo, Hà nội, tr.67.
46. Trương Đắc Linh (2002), “Phân cấp quản lý trung ương - địa phương Một số vấn đề lý luận và thực tiễn”, *tạp chí nghiên cứu Lập pháp*, (3).
47. Cao Xuân Nhật (2008). *Quản lý bán hàng đa cấp tại Việt Nam*, Trường Đại học Kinh tế - Đại học quốc gia Hà Nội. Giải Nhì NCKH sinh viên cấp Trường ĐHKT - ĐHQGHN năm học 2006 – 2007.
48. Trương Thị Ánh Nguyệt (2005), *Sự cần thiết điều chỉnh pháp luật đối với kinh doanh đa cấp*, Luận văn cử nhân Luật, TP.HCM.
49. Nghị quyết số 17-NQ/TW ngày 01/8/2007 Hội nghị lần thứ năm Ban Chấp hành Trung ương khoá X về đẩy mạnh cải cách hành chính, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý của bộ máy nhà nước.
50. Nghị quyết số 07-NQ/TW ngày 27/11/2001 của Bộ Chính trị về hội nhập kinh tế quốc tế.
51. Ninh Thị Minh Phương (2012). *Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam*, Trường Đại học Luật Hà Nội. Luận văn Thạc sĩ ngành Luật kinh tế.
52. Trương Hồng Quang (2011), “Cơ quan quản lý cạnh tranh ở Việt Nam. Những bất cập và phương hướng hoàn thiện”, *Tạp chí nghiên cứu LP*, số 6, 3/2011, <http://vienkhpl.ac.Việt Nam/inde .php?cid=477>.
53. 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.
54. Dương Ngọc Quỳnh (2009). *Hoạt động kinh doanh đa cấp tại Việt Nam – Thực*

- trạng và giải pháp*, Trường Đại học Ngoại Thương. Khóa luận tốt nghiệp cử nhân.
55. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Hiến pháp 2013.
 56. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Luật Cạnh tranh năm 2004.
 57. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Luật Doanh nghiệp năm 2014.
 58. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Luật Thương mại năm 2005.
 59. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Luật Quảng cáo năm 2013.
 60. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, Luật xử lý vi phạm hành chính năm 2013
 61. Hà Ngọc Sơn (2006), *Pháp luật về kinh doanh đa cấp*, Luận văn thạc sỹ luật, TP. HCM.
 62. Kim Sơn (2015), “Trở lại với kinh doanh sản phẩm giá trên trời của Lô Hội”, *Báo Tuổi trẻ*, tr. 3.
 63. Kim Sơn (2015), “Làm ăn mờ ám, sai phạm liên tục!”, *Báo Tuổi trẻ*, (06/12/2009), tr. 13.
 64. Kim Sơn – Quốc Thanh (2014), “Vì sao sản phẩm Vision được lưu hành”, *Báo Tuổi trẻ*, (01/10/2003), tr. 5.
 65. Lê Lan Sơn (2015), “Bản chất của kiểu bán hàng truyền tiêu - Nhận dạng “truyền tiêu””, *Báo Thanh niên*, (342 -2907), tr. 9.
 66. Nguyễn Ngọc Sơn (2006), “Pháp luật về quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp”, *Tạp chí Khoa học Pháp lý*, (4), tr. 35.
 67. Sở Công Thương Hà Nội (2015), *Báo cáo tổng kết năm về tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp*, Hà Nội.
 68. Sở Công Thương TP. Hồ Chí Minh (2015), *Báo cáo tổng kết năm về tổ chức hoạt động bán hàng đa cấp*, Tp. Hồ Chí Minh.
 69. Sở Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh (2012), *Hội thảo “Đánh giá thực*

trạng và đề xuất các giải pháp phối hợp trong công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp”, Thành phố Hồ Chí Minh.

70. Phạm Thị Ngọc Thảo (2014), *Quản lý Nhà nước bán hàng đa cấp trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh - Thực trạng và giải pháp*, Đề tài nghiên cứu cấp trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
71. Nguyễn Thị Thúy (2009). *Tìm hiểu mô hình kinh doanh bán hàng đa cấp ở Đài Loan và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam*, Trường Đại học Ngoại Thương. Khóa luận tốt nghiệp cử nhân.
72. Thủ Tướng Chính phủ, Quyết định số 236/1999/QĐ-TTg ngày 24/12/1999 về tổ chức quản lý hội nghị, hội thảo quốc tế tại Việt Nam.
73. Bùi Trung Thương (2011). “Quản lý hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Thương mại* số 17, ngày phát hành 02-02-2015.
74. Lê Anh Tuấn (2006), “Điều chỉnh pháp luật đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính theo Luật Cạnh tranh 2004”, *Khoa học pháp lý*, 3 (34).
75. Lê Anh Tuấn (2009), *Pháp luật về chống cạnh tranh không lành mạnh ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
76. Nguyễn Anh Tuấn (2011). *Hoàn thiện hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam*, Trường Đại học Ngoại Thương. Đề tài nghiên cứu hoàn thiện môn học.
77. Nguyễn Khánh Toàn (2004), *Cẩm nang tuyển và bán hàng kinh doanh theo mạng*, NXB Thế giới, Hà Nội.
78. Viện Ngôn ngữ học (1994), *Từ điển Tiếng Việt*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
79. Nguyễn Cửu Việt (2005), *Giáo trình Luật Hành Chính*, nhà xuất bản Đại học Quốc gia, Hà Nội, 102-106
80. Nguyễn Cửu Việt (2008), *Giáo trình Luật Hành Chính Việt Nam*, nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.459.
81. Nguyễn Cửu Việt (2005), “Phân cấp quản lý trong mối quan hệ giữa trung ương và địa phương”, *tạp chí nghiên cứu lập pháp*, (7), tr.5.
82. Nguyễn Cửu Việt (2009), “Những vấn đề cơ bản về Luật Hành chính và Lý luận quản lý nhà nước”, *tập bài giảng chuyên đề sau đại học*.

83. Lê Danh Vĩnh, Hoàng Xuân Bắc và Nguyễn Ngọc Sơn (2006), Pháp luật cạnh tranh tại Việt Nam, NXB Tư pháp, Hà Nội.

Tiếng Anh

84. Don Failla (2003), *Kinh doanh theo mạng: Từ A đến Z*, NXB Thế Giới, Hà Nội.
85. John Milton Fogg (2002), *Nhà kinh doanh theo mạng vĩ đại nhất thế giới*, NXB Thế Giới, Hà Nội.
86. John Kalench (2002), *Cơ hội thuận lợi nhất trong lịch sử loài người*, NXB Thế giới, Hà Nội.
87. Randy Gage (2003), *Làm thế nào để xây dựng một doanh nghiệp trong kinh doanh theo mạng sản sinh lợi nhuận*, NXB Thế Giới, Hà Nội.
88. Richard Poe (2003), *Làn sóng thứ ba – Kỳ nguyên mới trong ngành kinh doanh theo mạng*, NXB Thế giới, Hà Nội

Danh mục trang web

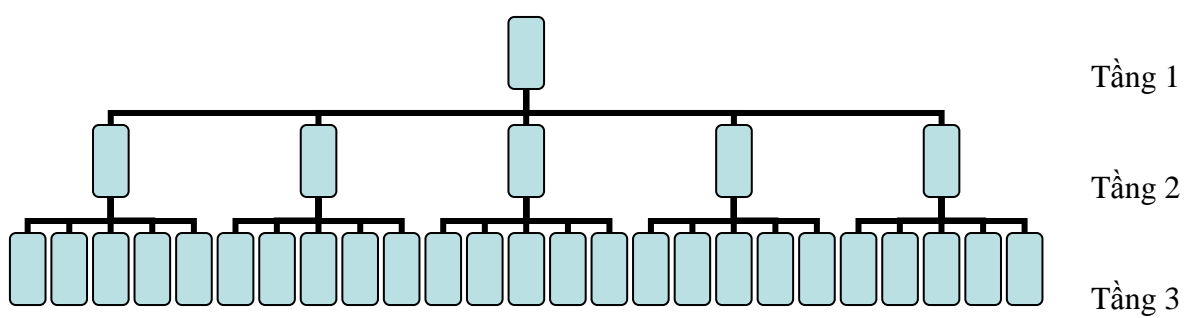
89. Bộ Công thương: www.moit.gov.Việt Nam/
90. Cục Quản lý Cạnh tranh: www.vcad.gov.Việt Nam/
91. Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam: www.mlma.org.Việt Nam/
92. Hiệp hội bán hàng trực tiếp quốc tế:
http://mlma.org.ViệtNam/index.php?option=com_content & view=articlevà id=678%
93. http://www.dsa.org/aboutselling/faqs/#direct_marketing.
94. <http://www.dsa.org/research/industry-statistics>. cập nhật 9.2015
95. http://www.mlmwatchdog.com/3_MLM_Asia.html
96. <http://www.govtrack.us/congress/billtext.xpd?bill=h108-1220.htm>.
97. <http://www.prnewswire.com/news-releases/china-plastic-pipe-industry-report-2014-2017-277927411.html> cập nhật 10.2014
98. <http://www.mlmlaw.com/library/guides/doortodoor.htm>.
99. <http://www.mlmlaw.com/library/guides/primer.htm>.
100. http://www.wfdsa.org/files/pdf/global-stats/2012_Fact_Sheets.pdf
101. <http://36mfjx1a0yt01ki78v3bb46n15gp.wpengine.netdna-cdn.com/wp->

content/uploads/2013/04/121207.6-Overview-About-Current-Status-And-Prospect-Of-Direct-Selling-In-Vietnam-VN.pdf. Cập nhật 8.2015

102. <http://app.mti.gov.sg/default.asp?id=567>.
103. <http://app.mti.gov.sg>.
104. <http://www.baomoi.com>
105. <http://statutes.agc.gov.sg/non-version/cgi-bin/ci-retriev.pl>

PHỤ LỤC SỐ 1

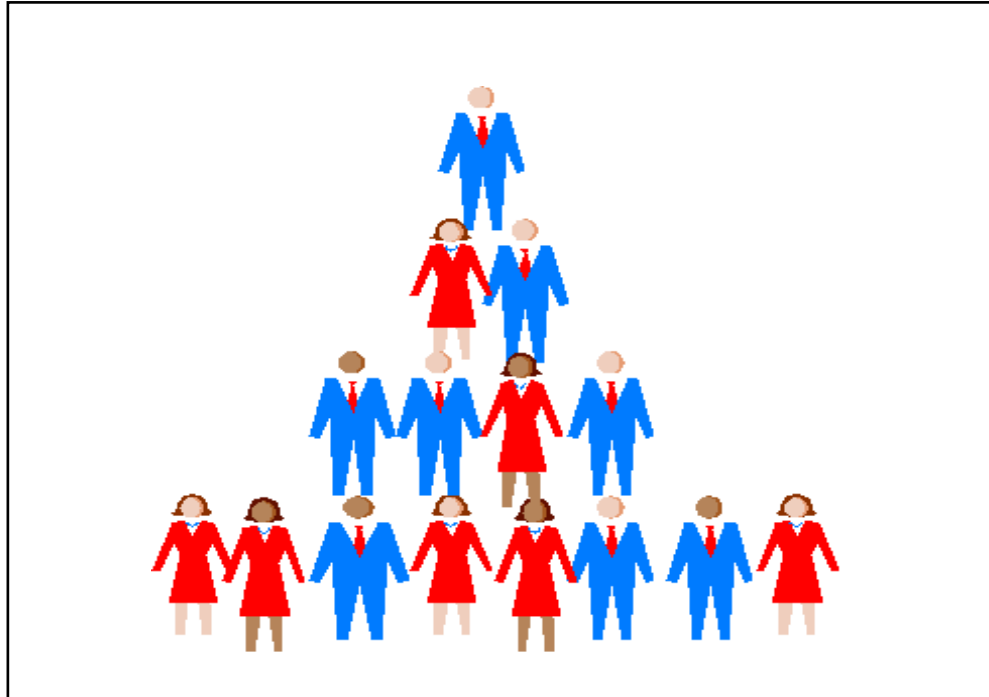
Sơ đồ phản ứng dây chuyền cấp số nhân



Nguồn: Tài liệu tập huấn Nghiệp vụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp của Cục Quản lý cạnh tranh (14/12/2015)

PHỤ LỤC SỐ 2

Mô hình kinh doanh tháp ảo



Nguồn: Tài liệu tập huấn Nghiệp vụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp của Cục Quản lý cạnh tranh (14/12/2015)

PHỤ LỤC SỐ 3

Một số quốc gia có quy định về hoạt động bán hàng đa cấp

Quốc gia	Pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh đa cấp
Anh	Luật về kinh doanh đa cấp (1990)
Úc	Luật Thương mại (điều 56)
Canada	Luật cạnh tranh ngày 01/01/1993 (điều 55), Luật hình sự (1990)
Đan Mạch	Luật hình sự, điều 279 (năm 1991)
Gruzia	Luật Thương mại (điều 10-1-410 đến điều 10-1-417)
Hàn Quốc	Luật kinh doanh đa cấp 1995
Liên bang Mỹ	Đạo luật Liên bang về hình thái ảo và một số án lệ liên quan, luật các bang
Indonesia	Quyết định của Bộ trưởng Bộ Thương mại về kinh doanh đa cấp
Ireland	Đạo luật kinh doanh đa cấp 1997
Nhật Bản	Luật Bán hàng trực tiếp, Luật Bán lẻ hàng hoá
Pháp	Bộ luật tiêu dùng (điều 122-6)
Queensland	Đạo luật về kinh doanh đa cấp 1973
Singapore	Đạo luật Kinh doanh đa cấp và hình thái ảo (được sửa đổi năm 2001) Đạo luật Bán hàng trực tiếp và kinh doanh trực tiếp (29/08/2002)
Thái Lan	Quy tắc quản lý Kinh doanh đa cấp 1997
Trung Quốc	

Nguồn: Tài liệu tập huấn Nghiệp vụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp của Cục Quản lý cạnh tranh (14/12/2015)

PHỤ LỤC SỐ 4

Tóm tắt so sánh hình thức kinh doanh bán lẻ thông thường với BHĐC

	Bán lẻ thông thường	Bán hàng đa cấp
1. Hàng hóa kinh doanh	Thường là hàng hóa phổ biến, nhiều nhà SX tham gia cung ứng và phân phối.	Hàng hóa mang tính đặc thù, độc đáo, chỉ phân phối trong hệ thống BHĐC.
2. Nơi tổ chức bán hàng	Cửa hàng, siêu thị, chợ.	Không có nơi xác định: nhà riêng, cơ quan, nơi gặp gỡ người thân quen v.v...
3. Nhà phân phối sản phẩm	Có đăng ký kinh doanh, chịu điều tiết của Luật Thương mại (LTM).	Không đăng ký kinh doanh, chỉ cần có thẻ thành viên, không chịu sự điều tiết của Luật Thương mại.
4. Người tiêu dùng sản phẩm	Thường là người mua hàng.	Thường trở thành NPP SP.
5. Thời gian bán	Có giới hạn.	Linh động.
6. Tổ chức quảng cáo tiếp thị	Thường qua các phương tiện đại chúng: báo, đài, TV v.v...	Thường dựa vào mối quan hệ thân quen để truyền khẩu, khuyến khích mua hàng.
7. Vốn đầu tư	Rất lớn.	Rất nhỏ.
8. Quan hệ làm việc	Cấp trên – cấp dưới.	Tuyển trên – tuyển dưới, nhưng họ là những người bạn, dễ trao đổi.

9. Vị trí của người bán hàng trực tiếp	Làm công ăn lương, không thiết lập hệ thống kinh doanh bán hàng riêng.	Tự làm chủ “doanh nghiệp nhỏ” tự quảng cáo, tìm khách hàng, thiết lập hệ thống bán hàng của mình.
10. Đường đi của sản phẩm	Nhà sản xuất -> tạo ra hàng hóa, dịch vụ -> chi phí hoa hồng cho đại lý cấp I -> chi phí hoa hồng cho đại lý cấp II -> chi phí hoa hồng cho cửa hàng bán lẻ -> chi phí quảng cáo -> người tiêu dùng.	Nhà SX -> tạo ra hàng hóa, dịch vụ -> người tiêu dùng 1 -> người tiêu dùng 1 giới thiệu người tiêu dùng 2 để hưởng hoa hồng -> người tiêu dùng 2 giới thiệu người tiêu dùng 3 để hưởng hoa hồng -> đến người tiêu dùng n...
11. Giá bán (chưa kể thuế)	Chi phí sản xuất + chi phí đại lý trung gian + chi phí quảng cáo = Giá bán.	Chi phí sản xuất + hoa hồng trả thưởng hệ thống + chi phí đào tạo = Giá bán.
12. Vòng đời	Dài (có khi làm từ đời này qua đời nọ).	Ngắn (trung bình từ 3 – 5 năm).

Nguồn: Nghiên cứu tổng hợp từ nhiều nguồn tài liệu.

PHỤ LỤC SỐ 5

So sánh giữa BHĐC và hình thức thương mại bán lẻ trực tuyến TMDT

	Thương mại bán lẻ trực tuyến	Bán hàng đa cấp
1. Hàng hóa kinh	Thường là hàng hóa phổ biến, nhiều Nhà sản xuất tham gia cung ứng và phân phối.	Hàng hóa mang tính đặc thù, độc đáo, chỉ phân phối trong hệ thống BHĐC.
2. Giá	Thường là rẻ hơn so với các hình thức bán lẻ thông thường.	Đắt hơn nhiều lần so với hình thức TM thông thường.
3.Nơi tổ chức bán hàng	Cửa hàng, siêu thị, chợ ảo hoặc các trang mạng (những nơi này phải đăng ký).	Không có nơi xác định: nhà riêng, cơ quan, nơi gặp gỡ người thân quen v.v...không
4.Nhà phân phối sản phẩm	Có đăng ký kinh doanh, chịu điều tiết của Luật Thương mại (TM) và luật điện tử.	Không đăng ký KD, chỉ cần có thể thành viên, không chịu sự điều tiết của Luật TM.
5. Người tiêu dùng	Thường là người mua hàng.	Thường trở thành NPP SP.
6.Thời gian bán hàng	24/24	Linh động.
7.Tổ chức quảng cáo tiếp thị	Thường qua mạng, qua các thiết bị điện tử: Điện thoại thông minh, Facebook...	Thường dựa vào mối quan hệ thân quen để truyền khẩu khuyến khích mua hàng.
8.Thu nhập (TN) của người	Nhân viên bán hàng trực tuyến là người làm công ăn lương của các công ty TMDT.	TN= % doanh thu BHĐC + Thu nhập từ hệ thống NPP do mình thiết lập.

9. Chiến lược kinh doanh bán	Do công ty TMĐT thiết lập.	Do chính nhà phân phối thiết lập, tự nhà PP tổ chức thực hiện.
10. Cách thức thanh toán tiền hàng hóa	Thường qua các ví điện tử, thẻ...	Thường thanh toán trực tiếp cho nhà phân phối bằng tiền mặt.

PHỤ LỤC SỐ 6

Phân biệt mô hình kinh doanh đa cấp và hình tháp ảo

	Kinh doanh đa cấp	Hình tháp ảo
Cách thức tham gia hệ thống phân phối	NPP hợp pháp, tham gia tự nguyện.	Bất hợp pháp, có tính chất lôi kéo, ép buộc tham gia.
	NPP bán sản phẩm cho những người ngoài mạng lưới (theo giá lẻ) và tuyển mộ người khác vào mạng lưới (bán sản phẩm theo giá sỉ).	NPP không có bán hàng, Chức năng chủ yếu là mời người vào mạng lưới.
	Không quan trọng là bạn tham gia khi nào, ở vị trí nào. Phụ thuộc vào cách thức bạn làm việc.	Tốt nhất là tham gia từ lúc ban đầu, càng vào sau cơ hội thu nhập của bạn càng thấp.
Phí tham gia	Không mất phí hoặc mất khoản phí nhỏ để mua tài liệu, làm thẻ.	Mất khoản tiền lớn để tham gia.
Đối tượng làm việc của NPP	Bán sản phẩm và triển khai hệ thống.	Lôi kéo người tham gia vào hệ thống BHĐC.
Hoa hồng	Phát sinh khi hàng hóa được bán.	khi lôi kéo được thêm người vào mạng lưới.
	Phụ thuộc vào cấp bậc và hệ thống thiết lập.	Phụ thuộc chủ yếu vào vị trí trong mạng lưới là cao hay thấp, trên đỉnh hay nằm ở đáy của tháp.
Chính sách	Rõ ràng, minh bạch, thống nhất.	Mập mờ, không rõ ràng.

	Quy định đầy đủ, rõ ràng các vấn đề liên quan hệ	Dự án sơ sài, thiếu sót, không quy
Kinh doanh đa cấp		Hình tháp ảo
	thống: từ khi mới tham gia đến từng bước thành công và cả việc thừa kế và nguyên nhân kết quả.	định đầy đủ.
	Công bằng, không phụ thuộc vào việc tham gia trước hay sau, sớm hay muộn. Kết quả kinh doanh của NPP mới quan trọng.	Chính sách không công bằng: Người vào sau luôn nằm ở đáy và không thể thoát ra độc lập tạo hệ thống mới.
	Không bắt ép mua sản phẩm.	Bắt buộc đóng góp một khoản tiền lớn hoặc mua một lượng lớn sản phẩm nhất định để được tham gia.
Mua sản phẩm	Vì có nhu cầu sử dụng.	Vì được tham gia mạng lưới để có lợi ích kinh tế hay lợi ích khác nhưng không có nhu cầu sử dụng.
	Chất lượng tốt.	Chất lượng bình thường hoặc kém chất lượng, được nâng giá cao gấp nhiều lần để chi trả hoa hồng.
	Được tiêu thụ cả bên trong và ngoài mạng lưới.	Chỉ được tiêu thụ bên trong hình tháp.
	Được hướng dẫn về sản phẩm trước khi bán hàng.	Không được hướng dẫn hoặc hướng dẫn qua loa.

Sản phẩm	Nhà phân phối am hiểu và đam mê sản phẩm chính sản phẩm mình giới thiệu bán.	Nhà phân phối không chú trọng đến sản phẩm, thường rất mập mờ về tính năng và công dụng sản phẩm.
	Giá mua của nhà phân phối thấp hơn giá thị trường.	Không thể bán ra thị trường hoặc bán ra với giá thấp hơn
	Cam kết nhận lại sản phẩm và trả lại ít nhất 90% giá trị.	Không cam kết hoặc cố tình trì hoãn thực hiện nhận lại sản phẩm.
Nhà phân phối	Được đào tạo để trở thành chuyên gia.	Chỉ phát triển rất ít kỹ năng.

(Nguồn: Tổng hợp từ các tài liệu)

PHỤ LỤC SỐ 7

Giá bán một số mặt hàng kinh doanh đa cấp

Tên sản phẩm	Của công ty BHDC	Giá hải quan nhập khẩu, giá vốn	Giá bán	Chênh lệch giá
Sản phẩm Nite Work	Bột dinh dưỡng của Herbalife.	16,51USD/hộp, tương đương 348.691 đồng.	1.426.999 đồng/hộp.	4,5 lần.
Sản phẩm Aloe Cleanser	Công ty Lô Hội.	22,75 USD/thùng 20 chai), tương đương 24.024 đồng/chai.	445.000 đồng/chai.	19 lần.
Aloe Bits N'peaches	Công ty Lô Hội.	giá 32 USD/thùng 12 chai, tương đương	Hiện khoảng 572.000đ	10 Lần.
Mặt hàng Sonya	Công ty Lô Hội.	Giá vốn 14.834 đồng.	Bán sỉ tới 171.000đ	11-15 lần.
Viên bổ sung dinh dưỡng Forever Bee Pollen	Công ty Lô Hội.	Giá vốn 3.271 đồng.	Bán sỉ là 244.000 đồng (gấp 74 lần), bán lẻ 348.000	74-117 lần.
Bếp từ xuất xứ TQ	Công ty Thiên Ngọc Minh Uy.	Giá vốn : 400.000 đồng.	Giá bán 1,6 triệu đồng.	04 lần.
Quần lót phụ nữ nhãn hiệu Nymphs, xuất xứ Đài Loan	Công ty Thiên Ngọc Minh Uy.	Không có nhãn hiệu tương tự trên thị trường bán lẻ, nhưng thương hiệu tốt khoảng 100.000đ/ch.	5,9 triệu đồng/chiếc.	59 Lần.

Quần đùi chính hình nữ nhãn hiệu Nymphs, xuất xứ Đài Loan	Công ty Thiên Ngọc Minh Uy.	Không có nhãn hiệu tương tự trên thị trường bán lẻ, nhưng thương hiệu tốt khoảng 200.000đ/chiếc.	6,4 triệu đồng/chiếc.	32 Lần.
Enjoy NT	Công ty Vision.	Giá khai báo 5,95 EUR/lọ.	960.000 đồng/lọ.	5 lần.
Sản phẩm phân bón lá	Công ty CP kết nối SX-DV-TM phân bón Ròng Vàng Đất Việt (Cty này không có giấy phép KDĐC).	Các loại phân cùng công dụng trên thị trường từ 50.000 - 70.000 đồng/lít.	Giá lên tới 800.000 đồng/lít.	Trên 12 lần.

**DANH SÁCH CÔNG TY ĐÃ THÔNG BÁO HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG ĐA CẤP TRÊN ĐỊA BÀN
TP. HỒ CHÍ MINH**

STT	Tên công ty	Trụ sở chính	Địa điểm kinh doanh/chi nhánh/VPDD tại địa phương (nếu có)
1	Công ty TNHH Thiên Ngọc Minh Uy	A6/D11+ A7/D11 đường Đồng Bông, phường Dịch Vọng Hậu, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	
2	Công ty TNHH Amway Việt Nam	Lô 230, Khu Công nghiệp Amata, phường Long Bình, TP. Biên Hòa, tỉnh Đồng Nai	- 391 Điện Biên Phủ, phường 4, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh - Toà nhà Flemington, 182 Lê Đại Hành, phường 15, quận 11, thành phố Hồ Chí Minh - VPDD: 268 Tô Hiến Thành, Phường 15, Quận 10, TP.HCM
3	Công ty TNHH Mỹ phẩm Thường Xuân	100-102 Nguyễn Văn Trỗi, phường 8, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh	100-102 Nguyễn Văn Trỗi, phường 8, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh
4	Công ty CP Liên kết sản xuất – Thương mại Việt Nam	số 10, ngõ 80, đường Trần Duy Hưng, phường Trung Hoà, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	Phòng 6, tầng 1, toà nhà Hải Âu – số 39B Trường Sơn, phường 4, quận Tân Bình, TP. HCM
5	Công ty TNHH Unicity Marketing Việt Nam	19 Cộng Hoà, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh	19 Cộng Hoà, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh

6	Công ty TNHH Thiên Sur Việt Nam	Khu công nghiệp Đại An, thành phố Hải Dương, tỉnh Hải Dương	435D-E Hoàng Văn Thụ, Phường 4, Quận Tân Bình, TP.HCM
7	Công ty CP Tập đoàn Liên kết Việt Nam	Lô C16/D21 Khu đô thị mới Cầu Giấy, phố Dịch Vọng Hậu, phường Dịch Vọng Hậu, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	156 Phan Xích Long, phường 2, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh
8	Công ty Cổ phần Đầu tư Sản xuất và Thương mại MLM Việt Nam	B5-D6 khu ĐTM Cầu Giấy, phường Dịch Vọng, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	51 Cộng Hoà, phường 4, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh
9	Công ty TNHH Nhượng quyền Thương mại Thăng Long	M2-12, ô số 3, khu đô thị mới Trung Hòa – Nhân Chính, phường Trung Hòa, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	33 Cộng Hoà, phường 4, quận Tân Bình, TP.HCM
10	Công ty Cổ phần Liên Kết Tri Thức	số 100 Ngụy Như Kon Tum, Thanh Xuân, Hà Nội	9-11 Lam Sơn, phường 5, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh
11	Công ty Cổ phần Liên Minh Tiêu Dùng Việt Nam	30 đường Á Lữ, phường Trần Phú, thành phố Bắc Giang, tỉnh Bắc Giang	Chi nhánh tại thành phố Hồ Chí Minh – số 21K Nguyễn Văn Trỗi, phường 12, quận Phú Nhuận, TP.HCM
12	Công ty TNHH Thương Mại Lô Hội	199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, P7, Quận 3, TP Hồ Chí Minh, Việt Nam	19C Cộng Hoà, Phường 12, Quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh
13	Công ty CP Dịch vụ và	Tầng 2, tòa nhà 25T2, khu đô thị Đông Nam Trần	Chi nhánh Công ty CP Dịch vụ và Thương mại Sóng

	Thương mại Sóng Đại Dương	Duy Hưng, phường Trung Hòa, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	Đại Dương tại số 19-19/2A Hồ Văn Huê, phường 09, quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh
14	Công ty TNHH Nu Skin Enterprises Việt Nam	201 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường 7, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh	201 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường 7, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh
15	Công ty TNHH Isagenix Việt Nam	Ô số 2, tầng M, toà nhà Sông Hồng, số 165 phố Thái Hà, phường Láng Hạ, quận Đống Đa, thành phố Hà Nội	
16	Công ty TNHH Thương mại Vision Việt Nam	Nhà A50 phố Đỗ Quang, phường Trung Hoà, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	19 Hoàng Minh Giám, phường 9, quận Phú Nhuận, thành phố Hồ Chí Minh
17	Công ty TNHH Elken International Việt Nam	117 Điện Biên Phủ, phường Đa Kao, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh	117 Điện Biên Phủ, phường Đa Kao, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh
18	Công ty TNHH MTV Herbalife Việt Nam	26 Trần Cao Vân, phường 6, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh	26 Trần Cao Vân, phường 6, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh
19	Công ty TNHH Perfect Global (Việt Nam)	Tòa nhà Agrex Tower, số 58, đường Võ Văn Tần, Phường 6, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh	Tầng 1, số 11B Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đa Kao, Quận 1, TP.HCM
20	Công ty TNHH Total Swiss Việt Nam	89 Xuân Hồng, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh	VPDD: Tầng 9, 19A Cộng Hoà, Phường 12, Quận Tân Bình, TP.HCM
21	Công ty TNHH Tupperware Việt Nam	288 Pasteur, phường 8, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh	288 Pasteur, phường 8, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh

22	Công ty Cổ Phần VISI Việt Nam	39B Trường Sơn, Phường 4, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	39B Trường Sơn, Phường 4, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
23	Công ty TNHH Siberian Health Quốc Tế	Số 6, lô 2A, phố Vũ Phạm Hàm, phường Yên Hòa, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	
24	Công ty Cổ phần Tân Ích Mỹ	Lầu 3, Tòa nhà Lữ Gia Plaza, 70 Lữ Gia, phường 15, quận 11, thành phố Hồ Chí Minh	Lầu 3, Tòa nhà Lữ Gia Plaza, 70 Lữ Gia, phường 15, quận 11, thành phố Hồ Chí Minh
25	Công ty TNHH MTV TM DV Hoàng Đạt	Tầng 5, toà nhà Scetpa, số 19A Cộng Hoà, phường 12, quận Tân Bình. Thành phố Hồ Chí Minh	19 Nhất Chi Mai, phường 13, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh
26	Công ty TNHH MTV Naturally Plus Việt Nam	Toà nhà HMC Tower, 193 Đinh Tiên Hoàng, phường Đakao, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh	190 Ung Văn Khiêm, Phường 25, Quận Bình Thạnh TP.HCm
27	Công ty TNHH BHIP	156 Xã Đàn 2, phường Nam Đồng, quận Đống Đa, thành phố Hà Nội	91 Phạm Văn Hai, Phường 3, Quận Tân Bình, TP.HCM
28	Công ty TNHH CNI Việt Nam	39 Trần Đình Xu, phường Cầu Kho, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh	39 Trần Đình Xu, phường Cầu Kho, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh
29	Công ty TNHH Thương Mại Tiến Thịnh Phát	284A Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 8, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	284A Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 8, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
30	Công ty TNHH MTV New Image Việt Nam	tầng 4, số 4 Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh	tầng 4, số 4 Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh
31	Công ty TNHH Best World	152+150/4 Võ Thị Sáu, phường 8, quận 3, thành phố	152+150/4 Võ Thị Sáu, phường 8, quận 3, thành phố

	Việt Nam	Hồ Chí Minh	Hồ Chí Minh
32	Công ty TNHH Morinda Việt Nam	Số 106 Tôn Đức Thắng, phường Quốc Tử Giám, quận Đống Đa, thành phố Hà Nội	149C Trương Định, Phường 9, Quận 3, Tp.HCM
33	Công ty TNHH MTV CVI Link Việt Nam	256 Pasteur, phường 8, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh	256 Pasteur, phường 8, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh
34	Công ty TNHH XNK TM Vina Linh	39 Nguyễn Bá Tòng, Phường 11, Quận Tân Bình, TP.HCM	39 Nguyễn Bá Tòng, Phường 11, Quận Tân Bình, TP.HCM
35	Công ty TNHH Đầu tư và Thương mại Trường Giang Việt Nam	Số 32, ngõ 187 Phố Hồng Mai, phường Quỳnh Lôi, quận Hai Bà Trưng, thành phố Hà Nội	
36	Công ty TNHH ZIJA Quốc tế	17 phố Thụy Khê, phường Thụy Khê, quận Tây Hồ, thành phố Hà Nội	
37	Công ty TNHH Kangzen – Kenko Việt Nam	258 phố Xã Đàn, phường Phương Liên, quận Đống Đa, thành phố Hà Nội	
38	Công ty Cổ phần Everrichs	148 Hoàng Quốc Việt, phường Nghĩa Tân, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	- Công ty TNHH Thủy Gia Phát tại số 412D, Tân Kỳ Tân Quý, phường Sơn Kỳ, quận Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh; - Công ty TNHH Việt Trường Thịnh tại số 76 đường số 6, phường Bình Trị Đông, quận Bình Tân, TP. Hồ

			<p style="text-align: center;">Chí Minh;</p> <p>- Công ty TNHH MTV Ninh Thịnh Phát tại số 1002A Huỳnh Tấn Phát, phường Tân Phú, quận 7, TP. Hồ Chí Minh;</p> <p>- Công ty TNHH Tài Vọng Đức Việt tại số 76 Tầng Nhon Phú B, phường Tăng Nhơn Phú, quận 9, TP. Hồ Chí Minh;</p> <p>- Công ty TNHH Hoàng Thiên Trác tại số 253 Bình Lợi, phường 13, quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh;</p> <p>- Công ty TNHH Phát Mộng Việt tại số 60-62 đường 51, phường 14, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh;</p> <p>- Công ty TNHH MTV Vượng Tài Lộc Lộc tại số 36 đường 4C, tổ 3, khu phố 3, phường Linh Xuân, quận Thủ Đức, TP. Hồ Chí Minh;</p> <p>- Chi nhánh Công ty TNHH Du lịch Nguyên Khang tại số 36A Cửu Long, phường 15, quận 10, TP. Hồ Chí Minh;</p> <p>- Công ty TNHH TM Thực phẩm Phúc An Khang tại số 46 Nguyễn Ảnh Thủ, khu phố 10, phường Tân</p>
--	--	--	---

			Chánh Hiệp, quận 12, TP. Hồ Chí Minh
39	Công ty TNHH Network Hoàng Kim	Số 11, lô 1A Trung Yên 1, phường Trung Hoà, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội	
40	Công ty TNHH Người Lái Xe Mặt Trời Việt Nam	Phòng 1108A, lầu 11, tòa nhà Mê Linh Point – số 2 Ngô Đức Kế, phường Bến Nghé, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh	Phòng 1108A, lầu 11, tòa nhà Mê Linh Point – số 2 Ngô Đức Kế, phường Bến Nghé, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh
41	Công ty TNHH Phong Cách Sống Kim Cương Việt Nam	227 Nguyễn Đình Chính, phường 11, quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh	
42	Công ty TNHH Nhượng quyền Toàn Thắng	19 Đồng Xoài, phường 13, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh	19 Đồng Xoài, phường 13, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh
43	Công ty Cổ phần Zogo	184 Thái Thịnh, phường Láng Hạ, quận Đống Đa, TP. Hà Nội	Văn phòng đại diện tại thành phố Hồ Chí Minh Công ty Cổ phần Zogo tại số 2 Nguyễn Thế Lộc, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh
44	Công ty CP Mạng lưới Đầu tư Thương mại Toàn Cầu	32 Nguyễn Quý Đức, phường An Phú, quận 2, thành phố Hồ Chí Minh	32 Nguyễn Quý Đức, phường An Phú, quận 2, thành phố Hồ Chí Minh
45	Công ty TNHH Tầm nhìn Đại Hưng 668	Số 5, Lô 1C, Đường Trung Yên 11, Phường Trung Hoà, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội	- 472/5 Phan Huy Ích, Phường 12, Quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh - Số 7 đường số 6, Khu dân cư Bình Đăng, Phường 6, Quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh

			- 42/24A Ung Văn Khiêm, Phường 25, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh - 46A Dương Đình Hội, Phường Phước Long B, Quận 9, Thành phố Hồ Chí Minh
46	CÔNG TY TNHH ABSONUTRIX VIỆT NAM	119 Bàu Cát, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh	119 Bàu Cát, phường 12, quận Tân Bình, thành phố Hồ Chí Minh
47	Công ty TNHH Homeway Việt Nam	743-745-747 Trần Hưng Đạo, phường 1, quận 5, thành phố Hồ Chí Minh	743-745-747 Trần Hưng Đạo, phường 1, quận 5, thành phố Hồ Chí Minh
48	Công ty Cổ phần Japan Life Việt Nam	số 3 Tầng Bạt Hồ, phường Phạm Đình Hồ, quận Hai Bà Trưng, thành phố Hà Nội	
49	Công ty TNHH Organo Gold Việt Nam	39 Lý Chính Thắng, phường 8, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh	39 Lý Chính Thắng, phường 8, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh
50	Công ty CP Queenet Quốc tế	Khu 3, Thị trấn Tràm Trôi, Huyện Hoài Đức, Thành phố Hà Nội	
51	Công ty TNHH MTV Gano Excel Việt Nam	Lầu 3, Tòa nhà Lữ Gia Plaza, 70 Lữ Gia, phường 15, quận 11, thành phố Hồ Chí Minh	Lầu 3, Tòa nhà Lữ Gia Plaza, 70 Lữ Gia, phường 15, quận 11, thành phố Hồ Chí Minh
52	Công ty TNHH Thương Mại Việt Nam Quốc Tế	Số 11, đường 26, Khu dân cư Bình Phú, Phường 10, Quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	Số 11, đường 26, Khu dân cư Bình Phú, Phường 10, Quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

	Mua		
53	Công ty TNHH Một Thành Viên Thương Mại Mỹ Lợi	34512 Trần Hưng Đạo, Phường Cầu Kho, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam	34512 Trần Hưng Đạo, Phường Cầu Kho, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
54	Công ty Cổ phần Nhượng quyền Thiên Lộc	Số 21 Lê Trung Nghĩa, Khu K300, Phường 12, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh	Số 21 Lê Trung Nghĩa, Khu K300, Phường 12, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh

Nguồn Sở Công Thương Tp. Hồ Chí Minh