

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
KHOA LUẬT**

NINH THỊ MINH PHƯƠNG

**PHÁP LUẬT VỀ BÁN HÀNG ĐA CẤP BẤT CHÍNH Ở
VIỆT NAM**

Chuyên ngành: Luật kinh tế - Lao động

Mã số: 60 38 50

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ

Giảng viên hướng dẫn: TS. Bùi Nguyên Khánh

HÀ NỘI – 2012

Công trình được hoàn thành tại **Khoa Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội**

Người hướng dẫn khoa học: **TS. Bùi Nguyên Khánh**

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sỹ họp tại
Khoa Luật – Đại học Quốc gia Hà Nội

Vào hồi đến ngày..... tháng năm 2012

Có thể tìm hiểu luận án tại

- Thư viện khoa Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội
- Trung tâm thông tin – thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài

Như là một xu thế tất yếu của quá trình đổi mới nền kinh tế đất nước, cùng với việc hàng hóa nước ngoài tràn vào Việt nam, các phương thức bán hàng “phi truyền thống” rất mới lạ cũng nhanh chóng được du nhập. Bắt đầu xuất hiện ở Việt Nam vào khoảng năm 1998, sự xuất hiện và bùng nổ của phương thức bán hàng đa cấp trên thực tế đã tạo sự hoang mang cho người tiêu dùng và sự lúng túng trong xử lý chính sách của các cơ quan quản lý. Trên thực tế, hoạt động của đa số các công ty sử dụng phương thức bán hàng đa cấp đã làm phát sinh nhiều quan hệ phức tạp giữa doanh nghiệp và người tham gia bán hàng đa cấp. Đồng thời, vấn đề chất lượng cũng như giá cả của sản phẩm được cung cấp thông qua phương thức bán hàng đa cấp có nguy cơ gây tổn hại lớn tới quyền và lợi ích của người tiêu dùng. Trước nhu cầu cấp bách trên, Luật cạnh tranh được Quốc hội thông qua ngày 3/12/2004 (có hiệu lực ngày 1/7/2005) đã có qui định về việc ngăn cấm bán hàng đa cấp bất chính, Chính phủ cũng đã ban hành nghị định số 110/2005/NĐ-CP ngày 24/8/2005 quy định chi tiết về phương thức bán hàng này. Những văn bản này đã tạo cơ sở pháp lí ban đầu Cơ quan quản lí cạnh tranh mà cụ thể là Cục quản lí cạnh tranh chủ động điều tra và xử lí nhiều vụ bán hàng đa cấp bất chính trong thời gian qua. Tuy nhiên, những quy định về bán hàng đa cấp bất chính trong Luật cạnh tranh và Nghị định 110 dường như mới chỉ mang tính chất tình thế, chưa thực sự giải quyết được thấu đáo vấn đề bản chất của hoạt động bán hàng đa cấp bất chính, các dạng thể hiện của loại hành vi này với tính chất là hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Chính vì vậy mà hiệu quả áp dụng chưa cao, chưa đáp ứng được kỳ vọng của các nhà lập pháp cũng như các cơ quan quản lí nhà nước, các doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Với mong muốn có được cái nhìn bao quát về các hành vi bán hàng đa cấp bất chính, đồng thời, tổng kết, đánh giá những kinh nghiệm có được từ thực tiễn xử lí các vụ việc bán hàng đa cấp bất chính của cơ quan quản lí cạnh tranh trong thời gian qua để từ đó có những đề xuất thích hợp cho việc hoàn thiện các quy định pháp luật về vấn đề này, tác giả mạnh dạn lựa chọn đề tài: “**Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam**” làm luận văn tốt nghiệp của mình. Đây thực sự là một vấn đề có ý nghĩa sâu sắc cả về lý luận và thực tiễn đồng thời còn có tính thời sự cao.

2. Tình hình nghiên cứu

Bán hàng đa cấp là một phương thức bán hàng mới xuất hiện ở nước ta. Vì vậy, pháp luật về bán hàng đa cấp với tính chất là một lĩnh vực pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng này cũng mới hình thành ở nước ta trong thời gian gần đây. Mặc dù vậy, pháp luật về bán hàng đa cấp lại là một lĩnh vực pháp luật nhanh chóng thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu pháp lý và kinh tế. Tuy nhiên, phạm vi nghiên cứu của các công trình đó hoặc là còn quá hẹp, phần lớn mới chỉ dừng lại ở hình thức các bài viết trên báo hoặc là các tài liệu kinh tế được dịch từ tài liệu nước ngoài. Thuộc về các công trình kể trên, đáng chú ý là các công trình như: “Pháp luật về quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp” được đăng trên Tạp chí Khoa học pháp lý số 4 (35)/2006 của Thạc sĩ Nguyễn Ngọc Sơn, một số khóa luận tốt nghiệp đại học như của Đặng Thị Phương Thủy (K46-CLC – Khoa luật- ĐHQGHN), Phạm Đức Quảng (K47-CLC – Khoa luật-ĐHQGHN) mặc dù là những công trình nghiên cứu khá công phu về bán hàng đa cấp nhưng mới chỉ dừng lại ở việc nhận diện một số vấn đề pháp lý liên quan đến hoạt động bán hàng này mà chưa khai thác ở khía cạnh các hành vi bán hàng đa cấp bất chính với tính cách là một hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo Luật cạnh tranh và cũng chưa có những đánh giá về thực tiễn áp dụng của các quy định pháp luật hiện hành về vấn đề này. Như vậy, một công trình nghiên cứu toàn diện và công phu về **Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam** thì đến nay chưa có. Đây chính là một cơ hội tốt để tác giả đi vào tìm hiểu và phân tích đề tài, nhưng đồng thời cũng là một khó khăn cho tác giả vì kế thừa được rất ít thành quả của những người đi trước.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài

Mục đích nghiên cứu của đề tài tiếp tục làm sáng tỏ một số vấn đề lý luận của pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính; phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính của Việt Nam để từ đó đề xuất các phương hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Để thực hiện mục đích nghiên cứu trên, Luận văn có các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Nghiên cứu, làm sáng tỏ về những vấn đề lý luận về bán hàng đa cấp bất chính và pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính;
- Phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính của Việt Nam;
- Nghiên cứu so sánh về pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính của một số quốc gia trên thế giới;
- Phân tích, đánh giá thực tiễn áp dụng pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính của Việt Nam;

- Đề xuất các phương hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Các nội dung nghiên cứu dưới khía cạnh kinh tế về bán hàng đa cấp không thuộc phạm vi nghiên cứu của đề tài này.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài của Luận văn được nghiên cứu trên cơ sở vận dụng những quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin về Nhà nước và pháp luật, đường lối, quan điểm, định hướng của Đảng và Nhà nước ta về xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường trong bối cảnh hội nhập.

Phương pháp luận nghiên cứu được sử dụng trong Luận văn là phép biện chứng duy vật để nhìn nhận, đánh giá về pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh nói chung, pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính nói riêng.

Bên cạnh đó, Luận văn cũng sử dụng các phương pháp nghiên cứu: so sánh, phân tích, tổng hợp, thống kê một cách thích hợp để triển khai các nhiệm vụ nghiên cứu của Luận văn.

5. Kết cấu của Luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của Khoá luận bao gồm có 3 chương.

Chương 1 – KHÁI QUÁT CHUNG VỀ BÁN HÀNG ĐA CẤP BẤT CHÍNH

1.1. Khái niệm và các đặc trưng của hoạt động bán hàng đa cấp

1.1.1. Khái niệm bán hàng đa cấp

Ở Việt Nam, bán hàng đa cấp là một khái niệm mới và lần đầu tiên được chính thức ghi nhận trong Luật Cạnh tranh năm 2004. Trước đó, kiểu kinh doanh này thường được gọi dưới tên là “truyền tiêu đa cấp”, “kinh doanh theo mạng”, “tiếp thị đa tầng”. Trên thế giới phương thức này thường được sử dụng dưới tên gọi “kinh doanh đa cấp” (Multi – Level – Marketing), đây là phương thức tiêu thụ sản phẩm do nhà hóa học người Mỹ Karl Ranborg (1887 – 1973) sáng tạo ra trong khoảng thời gian từ năm 1927 đến năm 1934.

Pháp luật Việt Nam đã không định nghĩa trực tiếp bán hàng đa cấp là gì mà thay vào đó là đưa ra các điều kiện để xác định ranh giới “chân chính” hay “bất chính”, tức là xác định tính hợp pháp hay bất hợp pháp của hoạt động bán hàng này. Nếu hoạt động bán hàng đa cấp đáp ứng các điều kiện quy định tại khoản 11, Điều 3 Luật cạnh tranh năm 2004 nêu trên thì các thương nhân được phép sử dụng để áp dụng vào chiến lược kinh doanh của mình và nhà nước sẽ bảo hộ hoạt động đó. Dựa trên các điều kiện đã được pháp luật quy định có thể định nghĩa bán hàng đa cấp như sau: *Bán hàng đa cấp là một phương thức bán hàng trực tiếp, theo đó doanh nghiệp bán hàng hoá thông qua mạng lưới những người tham gia ở nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau, trong đó người tham gia sẽ nhận được tiền hoa hồng, tiền thưởng và/hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng của mình và của người tham gia khác do mình tổ chức ra và được doanh nghiệp chấp nhận.*

1.1.2. Các đặc trưng của bán hàng đa cấp

Dựa theo nội hàm quy định của Luật Cạnh tranh năm 2004 về bán hàng đa cấp, có thể chỉ ra những đặc trưng sau đây:

- Một là, bán hàng đa cấp là phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa;
- Hai là, doanh nghiệp bán hàng đa cấp tiếp thị và tiêu thụ hàng hóa thông qua những người tham gia được tổ chức ở nhiều cấp khác nhau (đa cấp);
- Ba là, người tham gia bán hàng đa cấp được hưởng tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng của mình và của người tham gia khác trong mạng lưới do họ tổ chức ra.

1.2. Khái niệm và các đặc điểm của bán hàng đa cấp bất chính – một loại hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo quy định của pháp luật cạnh tranh

1.2.1. Bán hàng đa cấp bất chính

Đây là phương thức kinh doanh trong đó, doanh nghiệp và những 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 mà không phải là từ lợi nhuận của việc bán lẻ sản phẩm cho người tiêu dùng. Điều 48 Luật cạnh tranh năm 2004 quy định: “Cấm doanh nghiệp thực hiện các hành vi sau đây nhằm thu lợi từ việc tuyển dụng người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp:

- 1) Yêu cầu người mua muốn tham gia phải đặt cọc, phải mua một số lượng hàng hóa 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 hóa đã bán cho người tham gia để bán lại;
- 3) Cho người tham gia nhận tiền hoa hồng, 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 hóa để dụ dỗ người khác tham gia”.

Những quy định trên cho thấy, việc bán hàng đa cấp được coi là bất chính khi đáp ứng đủ hai điều kiện: (i) *một là*, thực hiện một trong các hành vi mà luật liệt kê; (ii) *hai là*, nhằm thu lợi bất chính từ việc tuyển dụng người tham gia mạng lưới.

1.2.2. Các đặc điểm của bán hàng đa cấp bất chính

- Bán hàng đa cấp bất chính mang bản chất của sự chiếm dụng vốn

Theo đó, người muốn tham gia phải trả tiền hoặc phải đặt cọc một khoản tiền để tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp. Những khoản tiền mà doanh nghiệp bán hàng đa cấp có được từ nghĩa vụ vô lý đã áp đặt cho người muốn tham gia phải thực hiện là những khoản tài chính bất chính mà doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã chiếm dụng được.

- Bán hàng đa cấp bất chính phản ánh chiến lược dòn hàng cho người tham gia

Theo Luật Cạnh tranh năm 2004, việc dòn hàng cho người tham gia được thực hiện thông qua các hành vi: *doanh nghiệp bán hàng đa cấp yêu cầu người muốn tham gia phải mua một số lượng hàng hoá ban đầu để được quyền tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp; hoặc không cam kết mua lại với mức giá ít nhất là 90% giá hàng hoá đã bán cho người tham gia để bán lại.*

- Bán hàng đa cấp bất chính tập trung chủ yếu vào việc lôi kéo, dụ dỗ người tham gia

Theo hệ thống bán hàng đa cấp truyền thống, những người tham gia bán hàng đa cấp được hưởng hoa hồng, tiền thưởng hoặc các lợi ích

kinh tế khác từ kết quả tiếp thị, bán lẻ hàng hóa của họ và từ kết quả tiếp thị, bán hàng hóa của người tham gia bán hàng đa cấp cấp dưới trong mạng lưới do họ đã xây dựng và bảo trợ trong một phạm vi nhất định. Điều này đã giúp doanh nghiệp bán hàng đa cấp đồng thời đạt được hai mục đích: (i) kích thích người tham gia nỗ lực tiếp thị và bán hàng hóa; (ii) thúc đẩy người tham gia xây dựng, tổ chức và vận hành mạng lưới cấp dưới có năng lực và hoạt động hiệu quả.

- Bán hàng đa cấp bất chính mang tính lừa dối

Việc đưa ra các thông tin gian dối có thể nhằm mục đích sau đây:

- + Dụ dỗ, lôi kéo người khác tham gia bằng cách tác động vào bản tính háms lợi của con người thông qua những thông tin về lợi ích của người tham gia đang được hưởng hoặc sẽ được hưởng nếu tham gia;
- + Thúc đẩy việc tiêu thụ sản phẩm với những thông tin về tính chất công dụng gây ra sự nhầm lẫn để những người tham gia tiếp thị, bán hàng hóa cho người tiêu dùng. Sự lừa dối này không chỉ làm giảm uy tín của người tham gia trước người tiêu dùng mà còn đe dọa đến lợi ích chính đáng của khách hàng, của xã hội, nhất là khi những sản phẩm được tiêu thụ là sản phẩm kém chất lượng.

1.3. Nhu cầu điều chỉnh pháp luật đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính

Mục đích của doanh nghiệp khi lựa chọn phương thức bán hàng đa cấp là tạo lập vị thế cạnh tranh của mình trên thương trường. Vì vậy, nó được lý thuyết cạnh tranh xem như “*một thủ pháp cạnh tranh trong kinh doanh*”. Một khi hành vi thiết lập hoặc vận hành hệ thống bán hàng đa cấp ẩn chứa trong mình nó những toan tính “*thiết lập một mạng lưới phân phối ảo*” xâm phạm đến lợi ích của những người tham gia, của người tiêu dùng và của các doanh nghiệp khác, thì chính sách cạnh tranh coi là không lành mạnh, cần phải cấm đoán và trừng phạt. Khi đó, pháp luật cạnh tranh xuất hiện để bảo vệ trật tự và sự lành mạnh trong thị trường cạnh tranh. Trên thế giới có nhiều quốc gia quy định một số hành vi kinh doanh đa cấp bị coi là bất chính và thuộc đối tượng điều chỉnh của Luật Cạnh tranh như: Luật Thương mại lành mạnh của Đài Loan, Luật Cạnh tranh của Canada... Pháp luật của Việt Nam cũng theo xu hướng này.

1.4. Kinh nghiệm điều chỉnh pháp luật đối với hoạt động bán hàng đa cấp và việc xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính của một số nước trên thế giới

***Tại Hoa Kỳ**

Pháp luật về kinh doanh đa cấp và chống mô hình tháp ảo (kinh doanh đa cấp bất chính) được xem là bộ phận không tách rời của pháp luật bảo vệ người tiêu dùng, cơ quan có thẩm quyền của Hoa Kỳ thường căn cứ

vào các dấu hiệu sau để phân tích và đánh giá tính hợp pháp của chương trình kinh doanh đa cấp:

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 việc gì; tuyển người hay bán hàng. Họ xác định mặc dù phân phối viên có bán hàng và cung ứng dịch vụ cho người tiêu dùng nhưng nếu thời gian chủ yếu của phân phối viên được dùng vào việc tuyển người thì chương trình vẫn có thể bị coi là mô hình tháp ảo.

***Tại Canada:**

Kinh doanh đa cấp được ghi nhận tại Điều 55 Luật Cạnh tranh Canada dưới hình thức là quy định cấm mô hình tháp ảo (*Pyramid Selling*). Pháp luật Canada phân biệt kinh doanh đa cấp chân chính và mô hình tháp ảo dựa vào *cách thức kinh doanh của doanh nghiệp*, theo đó mục đích của mô hình tháp ảo là lấy tiền của người tham gia và dùng người tham gia để tuyển dụng những người dễ lừa gạt khác. Kinh doanh đa cấp có 6 đặc điểm khác với mô hình tháp ảo là:

- *Một là*, doanh nghiệp kinh doanh đa cấp cung ứng cho thị trường sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thực sự, tức là sản phẩm của doanh nghiệp phải có thực, sử dụng được và doanh nghiệp ứng dụng kinh doanh đa cấp là để tiêu thụ sản phẩm chứ không phải sản phẩm được sử dụng để làm cho phương thức kinh doanh đa cấp vận hành.

- *Hai là*, nếu đưa ra thông báo về thu nhập của thành viên tham gia mạng lưới, doanh nghiệp kinh doanh đa cấp sẽ cho biết mức thu nhập của một thành viên điển hình và tỷ lệ của những người có mức thu nhập đó.

- *Ba là*, doanh nghiệp kinh doanh đa cấp không thu tiền đổi với việc gia nhập và cũng không trả phí tuyển mộ cho phân phối viên.

- *Bốn là*, doanh nghiệp kinh doanh đa cấp không yêu cầu người muốn tham gia phải mua sản phẩm của công ty để được quyền tham gia mạng lưới kinh doanh đa cấp.

- *Năm là*, doanh nghiệp kinh doanh đa cấp không bán cho phân phối lượng sản phẩm quá lớn nếu doanh nghiệp biết chắc rằng phân phối viên không thể tiêu thụ hết lượng sản phẩm đó.

- *Sáu là*, doanh nghiệp kinh doanh đa cấp có chính sách mua lại sản phẩm từ phân phối viên một cách công bằng và trong một khoảng thời gian hợp lý [10; Tr 15].

***Tại Singapore:**

Năm 1973, Luật chống bán hàng đa cấp và mô hình tháp ảo (The multi level marketing and Pyramid Selling Prohibition Act) được ban hành với mục đích bảo vệ người tiêu dùng trước mô hình tháp ảo. Theo pháp luật của Singapore, mô hình tháp ảo có những đặc điểm sau:

- *Một là*, doanh nghiệp thổi phồng về việc rất dễ kiếm tiền, rằng mọi người sẽ trở nên giàu có trong một khoảng thời gian rất ngắn và cách để đạt được điều đó là tuyển người tham gia vào mạng lưới.
- *Hai là*, giá cả sản phẩm được mua từ doanh nghiệp không ở mức mà người ta sẽ mua trong điều kiện bình thường.
- *Ba là*, người tham gia bị yêu cầu phải đầu tư tiền vào hệ thống cho dù dưới hình thức mua hàng hay đóng phí tham gia.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Cùng với sự phát triển của bán hàng đa cấp, phương thức kinh doanh theo kiểu bán hàng đa cấp bất chính đã xuất hiện ở Việt Nam. *Đây là phương thức kinh doanh trong đó, doanh nghiệp và những 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 mà không phải là từ lợi nhuận của việc bán lẻ sản phẩm cho người tiêu dùng.* Bán hàng đa cấp bất chính thể hiện nhiều yếu tố không lành mạnh như: chiếm dụng vốn, lừa gạt, cung cấp hàng hóa kém chất lượng...

Mặc dù bán hàng đa cấp cũng là những hành vi thương mại của thương nhân, do đó, nó được điều chỉnh bởi quy chế thương nhân bán hàng đa cấp trong pháp luật thương mại. Nhưng, do mục đích của doanh nghiệp khi lựa chọn phương thức bán hàng đa cấp cũng nhằm tạo lập vị thế cạnh tranh của mình trên thương trường. Vì vậy, nó được lý thuyết cạnh tranh xem như “*một thủ pháp cạnh tranh trong kinh doanh*”. Một khi hành vi thiết lập hoặc vận hành hệ thống bán hàng đa cấp ẩn chứa trong đó những toan tính “*thiết lập một mạng lưới phân phối ảo*” xâm phạm đến lợi ích của những người tham gia, của người tiêu dùng và của các doanh nghiệp khác, thì chính sách cạnh tranh coi là không lành mạnh, cần phải cấm đoán và trừng phạt.

Chương 2 - THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VỀ BÁN HÀNG ĐA CẤP BẤT CHÍNH VÀ THỰC TIỄN XỬ LÝ CÁC HÀNH VI BÁN HÀNG ĐA CẤP BẤT CHÍNH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1. Các quy định pháp luật về hoạt động bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam

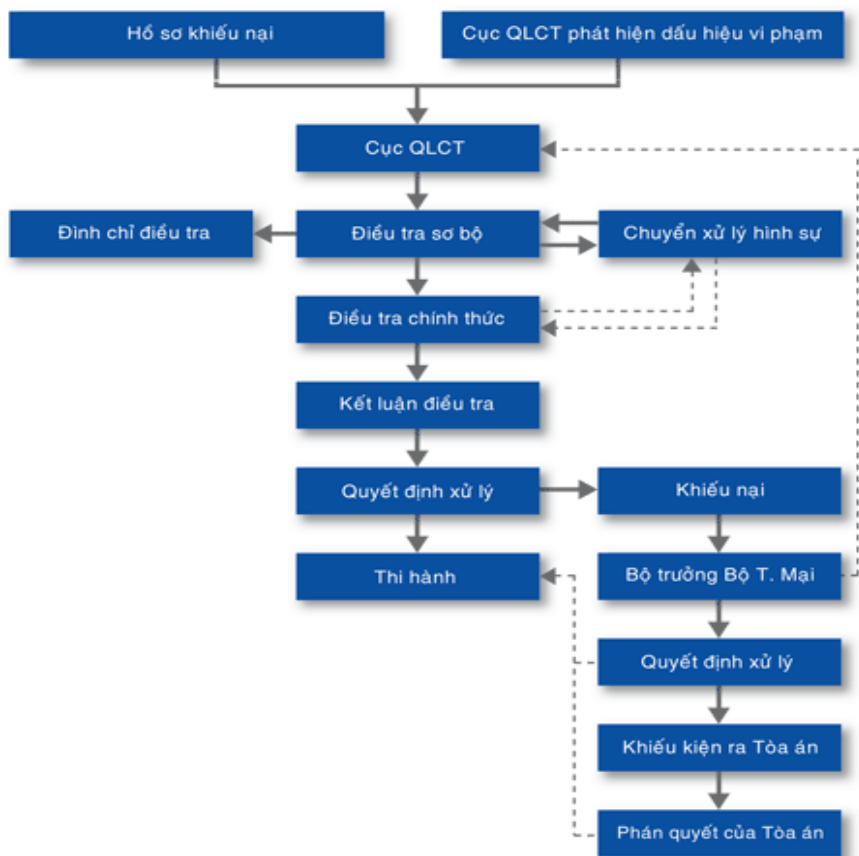
2.1.1 Các quy định pháp luật xác định hành vi bán hàng đa cấp bất chính

Hiện nay, về cơ bản, các văn bản pháp luật điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp bất chính gồm:

- Luật Cạnh tranh năm 2004;
- Nghị định số 110/2005/NĐ-CP ngày 24/08/2005 của Chính phủ về quản lý đối với hoạt động bán hàng đa cấp;
- Thông tư số 19/2005/TT-BTM của Bộ Thương mại ngày 08/11/2005 hướng dẫn một số nội dung của Nghị định 110/2005/NĐ-CP;
- Nghị định số 120/2005/NĐ-CP ngày 30/9/2005 về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh.

2.1.2. Trình tự, thủ tục, xử lý đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính theo Luật Cạnh tranh năm 2004

Trình tự, thủ tục, xử lý các hành vi cạnh tranh không lành mạnh nói chung và hành vi bán hàng đa cấp bất chính nói riêng có thể được khái quát qua sơ đồ sau:



2.2. Thực tiễn xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam hiện nay

2.2.1. Thực tiễn bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam

Cho đến nay phương thức kinh doanh này cũng được nhiều doanh nghiệp tiến hành, chủ yếu tập trung ở một số tỉnh, thành phố lớn như: thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Bình Dương, Đồng Nai, Nha Trang... *Tính đến tháng 6 năm 2011*, theo báo cáo của các Sở Công Thương, trên toàn quốc đã có 63 doanh nghiệp được cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp tại các Sở Công Thương địa phương, cụ thể: Hà Nội có 30 doanh nghiệp đăng ký; TP. Hồ Chí Minh: 29 doanh nghiệp; Đồng Nai: 02 doanh nghiệp và Bình Dương: 01 doanh nghiệp, Hải Dương: 01 doanh nghiệp. Trong số 63 doanh nghiệp này, có 20 doanh nghiệp đã tạm ngừng, chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp, hoặc chuyển đổi sang pháp nhân hoạt động khác. Trong số các doanh nghiệp đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp, đã có mặt các tập

đoàn lớn, có uy tín trong ngành kinh doanh đa cấp trên thế giới như Amway, Avon, Herbalife, Vision, Oriflame... Cùng với sự phát triển nhanh chóng của phương thức bán hàng đa cấp thì các hành vi bán hàng đa cấp bất chính cũng xuất hiện ngày càng nhiều trên thực tế với những biểu hiện đặc thù.

2.2.2. Thực tiễn xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam hiện nay

Trong thời gian vừa qua, Cục Quản lý cạnh tranh đã tích cực chủ trì và phối hợp với nhiều cơ quan chức năng tiến hành kiểm tra hoạt động của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp, kịp thời chấn chỉnh và xử lý các thiếu sót, sai phạm của các doanh nghiệp. Trong các năm 2008, 2009 và 2010 Cục quản lý cạnh tranh đã ra quyết định xử lý vi phạm đối với 18 vụ việc, với tổng số tiền phạt trên 2 tỷ đồng.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 2

Trong những năm qua, phương thức bán hàng đa cấp phát triển rất nhanh ở Việt Nam, cùng với đó, các hành vi bán hàng đa cấp bất chính cũng xuất hiện ngày càng nhiều gây nguy hại lớn cho thị trường cạnh tranh và người tiêu dùng. Cơ quan quản lý cạnh tranh cũng đã điều tra và xử lý rất nhiều vụ việc bán hàng đa cấp bất chính nhưng dường như hiệu quả của việc quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp cũng như việc xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính là chưa cao.

Luật cạnh tranh 2004 đã coi những hành vi bán hàng đa cấp bất chính là loại hành vi cạnh tranh không lành mạnh, đồng thời, quy định cụ thể về những hành vi bán hàng đa cấp bị cho là bất chính và bị cấm thực hiện. Bên cạnh đó, pháp luật cạnh tranh còn quy định khá cụ thể về trình tự, thủ tục xử lý đối với các vụ việc cạnh tranh không lành mạnh, trong đó bao gồm cả các vụ việc bán hàng đa cấp bất chính, từ quá trình điều tra đến việc ra quyết định xử lý và chế tài. Tuy nhiên các quy định của pháp luật cạnh tranh còn khá nhiều khiếm khuyết làm cho hiệu quả điều chỉnh đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính chưa cao.

CHƯƠNG 3 - MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ BÁN HÀNG ĐA CẤP BẤT CHÍNH VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ CỦA VIỆC XỬ LÝ CÁC HÀNH VI BÁN HÀNG ĐA CẤP BẤT CHÍNH Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

Dù tiếp cận theo hướng nào đi nữa thì giải pháp đưa ra cũng bao gồm 4 yếu tố chủ yếu sau đây:

- *Một là*, chất lượng các quy định về chống cạnh tranh không lành mạnh (trong đó bao gồm cả quy định về trình tự, thủ tục thi hành pháp luật);
- *Hai là*, tính hoàn thiện và hiệu lực của cơ quan quản lý cạnh tranh;
- *Ba là*, tính hiệu quả của các thiết chế hỗ trợ đảm bảo thực thi pháp luật chống cạnh tranh không lành mạnh;
- *Bốn là*, các yếu tố “*nội sinh*”, trong đó quan trọng nhất là yếu tố về đạo đức kinh doanh, khả năng tự bảo vệ của doanh nghiệp, của người tiêu dùng.

3.1. Nhu cầu hoàn thiện các quy định pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính

Nhìn nhận một cách tổng quát, môi trường pháp lý cho hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam về cơ bản đã được hình thành với đầy đủ các bộ phận cần có song điều đó dường như chưa làm thỏa mãn thị trường. Tâm lý hoài nghi về tính lành mạnh của hoạt động bán hàng đa cấp cũng như năng lực quản lý của Nhà nước đang thực sự tồn tại trong đời sống xã hội. Về mặt nhận thức, Luật Cạnh tranh năm 2004 chỉ mới đưa ra khái niệm của hoạt động này với những nét phác thảo cơ bản. Trong khi thực tế cho thấy sự đa dạng trong cách thức tổ chức mạng lưới đa cấp, cách thức trả thưởng, điều hành hoạt động tiếp thị, bán hàng... của các doanh nghiệp bán hàng đa cấp. Tiếp theo là, cùng với thời gian, hình như các doanh nghiệp bán hàng đa cấp cũng đã tích lũy kinh nghiệm trong việc đối phó với các biện pháp quản lý của Nhà nước. Vì thế, đã đến lúc các cơ quan chức năng cần hơn hết là tiến tới việc hoàn thiện khung pháp lý điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp bất chính, đây là một nhu cầu cấp bách về lý luận cũng như thực tiễn.

3.2. Định hướng hoàn thiện các quy định pháp luật về chống bán hàng đa cấp bất chính và nâng cao hiệu quả của việc xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính

Sự thiếu hoàn thiện trong khung pháp lý điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp được thể hiện: (i) thứ nhất, những quy định về bán hàng đa cấp bất chính là rất hạn chế cả về số lượng các quy định và cơ chế thực thi; (ii) thứ hai, hiệu quả xử lý các hành vi bán hàng còn ở mức thấp. Do đó, hệ quả dẫn đến là thực tế có những hành vi xét về bản chất là những hành vi bán hàng đa cấp bất chính nhưng lại chưa bị xử lý hoặc xử lý chưa nghiêm

minh, hiệu quả thực thi pháp luật chưa cao, dẫn đến việc những hành vi bán hàng đa cấp bất chính vẫn tiếp diễn và gây thiệt hại cho xã hội.

Do đó, việc hoàn thiện khung pháp lý nêu trên cũng mang lại nhiều ý nghĩa như: (i) Tạo cơ sở pháp lý cho các doanh nghiệp bán hàng đa cấp “chân chính” được hoạt động trong khuôn khổ pháp luật, được pháp luật thừa nhận và bảo vệ; (ii) Bảo vệ quyền và lợi ích của các chủ thể có liên quan; (iii) Duy trì tính lành mạnh của nền kinh tế; (iv) Cơ sở để Cục quản lý cạnh tranh xử lý triệt để, nghiêm minh, thích đáng đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính.

3.3. Các giải pháp hoàn thiện

3.3.1. Giải pháp pháp lý

- Hoàn thiện các quy định về xác định hành vi bán hàng đa cấp bất chính

Dưới góc độ lý thuyết về cạnh tranh, sự không lành mạnh của hành vi cạnh tranh được xác định căn cứ vào khả năng gây thiệt hại của nó đối với thị trường, đối với đời sống xã hội và bản chất trái đạo đức, tập quán kinh doanh hơn là dựa vào khả năng thu lợi cho người thực hiện. Mặt khác, tự thân bốn hành vi bị cấm đoán đã bao hàm trong đó mục đích bất chính của người thực hiện. Pháp luật cạnh tranh không nên coi mục đích thu lợi bất chính từ việc dụ dỗ tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp là một căn cứ độc lập để xác định về sự vi phạm.

Vì vậy, xác định tính không lành mạnh của bán hàng đa cấp bất chính phải được thực hiện dựa trên việc phân tích các biểu hiện của các hành vi vi phạm, không cần thiết phải xác định sự bất chính dựa vào mục đích của các hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Cách xác định này cũng phù hợp với quy định pháp luật của một số nước khác như Canada, Đài Loan. Hơn nữa, mặc dù Luật Cạnh tranh năm 2004 đã xác định tương đối rõ ràng về hành vi vi phạm và bản chất bất chính của nó, song lại chưa làm rõ được thế nào là “*nhằm thu lợi bất chính từ việc tuyển dụng người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp*”. Như vậy, nếu Luật Cạnh tranh đã sử dụng dấu hiệu này để làm cơ sở cấu thành hành vi bán hàng đa cấp bất chính thì cần có những quy định cụ thể hơn, đảm bảo hiệu quả khi áp dụng để xác định và xử lý hành vi bán hàng đa cấp bất chính.

- Cần phải có quy chế về minh bạch thông tin liên quan đến sản phẩm được tiêu thụ theo phương thức bán hàng đa cấp và xác định trách nhiệm cụ thể của từng chủ thể có liên quan trong việc xây dựng, truyền bá thông tin, bao gồm doanh nghiệp và người tham gia; Trong đó, tập trung vào nghĩa vụ bảo hành sản phẩm do doanh nghiệp bán hàng đa cấp cung cấp đến người tiêu dùng.

Các doanh nghiệp bán hàng đa cấp tại Việt Nam hiện nay chủ yếu là những doanh nghiệp phân phối sản phẩm được sản xuất từ nước ngoài. Nói cách khác, các công ty nước ngoài sản xuất sản phẩm tổ chức mạng lưới đa cấp và thực hiện việc bán hàng đa cấp thông qua các công ty trong nước. Thông thường, các công ty trong nước sẽ ký các hợp đồng phân phối độc quyền với công ty nước ngoài, sau đó dưới sự hướng dẫn của chuyên gia nước ngoài do doanh nghiệp sản xuất gửi đến, công ty phân phối của Việt Nam sẽ thiết lập mạng lưới đa cấp và đào tạo đội ngũ người tham gia cũng như thúc đẩy sự vận hành của mạng lưới này. Cách thức tổ chức theo kiểu liên kết như trên đã giúp cho các nhà sản xuất nước ngoài thoát được mọi trách nhiệm về chất lượng sản phẩm khi tiêu thụ cũng như các trách nhiệm khác đối với mạng lưới bán hàng đa cấp. Bên cạnh đó, tính độc lập trong hoạt động của người tham gia đặt ra một vài vấn đề cho việc xác định trách nhiệm. Trong bán hàng đa cấp, người tham gia tiến hành tiếp thị để bán lẻ sản phẩm một cách độc lập. Người tiêu dùng cuối cùng sẽ chỉ biết đến người đã trực tiếp giới thiệu và bán sản phẩm cho họ, là người tham gia. Do đó, việc đổ trách nhiệm qua lại giữa người tham gia và doanh nghiệp bán hàng đa cấp rất dễ xảy ra. Vì vậy, việc yêu cầu cần phải có quy chế về minh bạch thông tin liên quan đến sản phẩm được tiêu thụ theo phương thức bán hàng đa cấp và xác định trách nhiệm cụ thể của từng chủ thể có liên quan là hoàn toàn có cơ sở. Trong đó, tập trung vào nghĩa vụ bảo hành sản phẩm do doanh nghiệp bán hàng đa cấp cung cấp đến người tiêu dùng.

- Đối với những sản phẩm đặc biệt, có khả năng ảnh hưởng lớn đối với đời sống xã hội như thực phẩm, thuốc chữa bệnh, chế phẩm hỗ trợ dinh dưỡng, ... cơ quan quản lý kỹ thuật (Bộ Y tế) cần có những quy định cụ thể về tiêu chuẩn kỹ thuật, về chất lượng sản phẩm; đồng thời thông tin kịp thời cho xã hội về công dụng, chức năng, chất lượng và những khả năng gây hại của sản phẩm.

Bán hàng đa cấp thường được sử dụng để tiêu thụ các sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài như Hoa Kỳ, Trung Quốc,... là những sản phẩm mà người tiêu dùng Việt Nam chưa từng biết đến trước đó. Điều đó cho thấy, các thông tin về công dụng, về thành phần, về nguồn gốc... của sản phẩm gần như chưa từng được kiểm định trong thói quen sử dụng và trong các kết luận của giới chuyên môn. Thậm chí, có những sản phẩm mà các cơ quan chức năng chưa biết xếp vào loại nào, thực phẩm hay thuốc chữa bệnh, hoặc chưa có một tên gọi thống nhất để có thể nêu rõ được công dụng hoặc tác hại của nó. Đối với những người tham gia, khi tiếp thị và bán những sản phẩm có ảnh hưởng đến sức khỏe của con người, họ không chỉ đơn giản là người bán hàng. Thực tế cho thấy, để bán được sản phẩm,

những người tham gia đã “kiềm” luôn chức năng tư vấn cho khách hàng về công dụng và cách thức sử dụng sản phẩm. Do đó, trong lĩnh vực kinh doanh này, cần thiết phải đặt ra những điều kiện về trình độ chuyên môn cho người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp.

- *Bổ sung sản phẩm tiêu thụ theo phương thức bán hàng đa cấp*

Theo quy định của Luật Cạnh tranh năm 2004 và Nghị định số 110/2005/NĐ-CP, sản phẩm được tiêu thụ theo phương thức bán hàng đa cấp phải là tài sản hữu hình, không bao gồm dịch vụ vô hình. Trên cơ sở đó nhà làm luật quan niệm kinh doanh đa cấp (theo quan niệm của nhiều nước trên thế giới) là “bán hàng đa cấp” và bán hàng đa cấp được định nghĩa là phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa đáp ứng các điều kiện được quy định tại các điểm a, b, c của khoản 11 Điều 3 Luật Cạnh tranh năm 2004. Như vậy, theo định nghĩa này, nội hàm của khái niệm bán hàng đa cấp chỉ nằm trong phạm vi mua bán hàng hóa.

Cần mở rộng đối tượng của việc mua bán trong bán hàng đa cấp không chỉ bao gồm các đối tượng là hàng hóa hữu hình, mà còn cả đối tượng là cung ứng dịch vụ. Khi đó, khái niệm bán hàng đa cấp cần được xác định là: phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa, dịch vụ cung ứng đáp ứng các điều kiện sau:

- + *Việc tiếp thị để bán lẻ hàng hóa, cung ứng dịch vụ được thực hiện thông qua mạng lưới người tham gia bán hàng đa cấp gồm nhiều cấp khác nhau;*
- + *Hàng hóa, dịch vụ được người tham gia bán hàng đa cấp tiếp thị trực tiếp cho người tiêu dùng tại nơi ở, nơi làm việc...*

- *Đảm bảo tính thống nhất khi quy định về bán hàng đa cấp bất chính giữa các văn bản pháp luật*

Khoản 3 Điều 48 Luật Cạnh tranh năm 2004 quy định cấm doanh nghiệp bán hàng đa cấp “*cho người tham gia nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác chủ yếu từ việc dụ dỗ người khác tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp*” nhưng khoản 6 Điều 7 Nghị định số 110/2005/NĐ-CP lại cấm doanh nghiệp bán hàng đa cấp “*cho người tham gia nhận tiền hoa hồng, tiền thưởng, lợi ích kinh tế khác từ việc dụ dỗ người khác tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp*”. Như vậy, theo quy định tại hai văn bản này đã cho thấy sự không thống nhất và từ đó chắc chắn sẽ tạo ra sự không nhất quán trong việc áp dụng. Tuy nhiên, nếu xét về mặt hiệu lực pháp luật thì Luật Cạnh tranh năm 2004 có hiệu lực cao hơn Nghị định số 110/2005/NĐ-CP, do đó, trường hợp có mâu thuẫn thì điều khoản trong Luật Cạnh tranh sẽ được ưu tiên áp dụng.

Mặc dù vậy, dưới góc độ thực tiễn, việc xác định thế nào là một hành vi “*dụ dỗ*” là rất khó, đòi hỏi cần có những quy định mang tính định lượng, từ đó có sự thống nhất trong quá trình áp dụng quy định này. 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 tuyến dưới của mình nên bất cứ người muốn tham gia nào cũng hứa hẹn đem lại lợi ích cho phân phối viên đã giới thiệu họ tham gia. Hơn nữa, thực tế hầu hết người mới tham gia nhập mạng lưới tuy không bị ép buộc nhưng vẫn mua một số lượng sản phẩm để dùng thử nên ngay lập tức người bảo trợ sẽ được hưởng tiền hoa hồng từ số sản phẩm đó. Do đó, chỉ có thể khẳng định cách thức trả thưởng của bán hàng đa cấp bất chính khác bán hàng đa cấp chân chính ở chỗ nó cho phép người tham gia được hưởng lợi ích kinh tế chủ yếu từ việc tuyển dụng người khác hơn là từ việc bán sản phẩm cho người tiêu dùng thực sự. Bên cạnh đó, việc xác định hành vi ép buộc người tham gia phải mua sản phẩm mới được trở thành phân phối viên cũng rất khó, bởi công ty thường “đổ thừa” do mạng lưới phân phối viên tự ép nhau (phân phối viên trước ép phân phối viên mạng lưới), chứ không phải chủ trương của công ty.

- Hướng dẫn một cách cụ thể quy định về thủ tục xử lý đối với hành vi bán hàng đa cấp bất chính

Khác với một số quốc gia, bán hàng đa cấp bất chính chỉ bị xử lý theo cơ chế bồi thường dân sự, thì ở Việt Nam lại được bảo hộ kép, theo đó vừa có thể áp dụng cơ chế xử lý hành chính lại vừa có thể áp dụng cơ chế khởi kiện bồi thường dân sự tại Tòa án có thẩm quyền theo pháp luật dân sự. Mặc dù đã có sự dẫn chiếu áp dụng cơ chế khởi kiện ra Tòa án để yêu cầu bồi thường thiệt hại theo pháp luật dân sự đối với những hành vi vi phạm Luật cạnh tranh năm 2004 mà gây thiệt hại, tuy nhiên căn cứ vào Điều 29 Bộ luật tố tụng dân sự năm 2004 thì thẩm quyền giải quyết tranh chấp của Tòa án đối với vi phạm pháp luật cạnh tranh là chưa rõ ràng, hay nói chính xác là chưa có. Bất kỳ một hành vi vi phạm pháp luật cạnh tranh nào cũng đều bị khởi kiện theo cơ chế hành chính và cả cơ chế bồi thường thiệt hại tại Tòa án theo pháp luật dân sự, vì trong hoạt động kinh doanh, bất kỳ một hành vi vi phạm nào chắc chắn cũng đều gây thiệt hại ít nhiều cho chủ thể bị hành vi cạnh tranh đó xâm phạm. Thực hiện cơ chế này, ta thấy có các tình huống xảy ra như sau:

(i) Khi có bán hàng đa cấp bất chính thì chủ thể bị xâm hại khiếu nại lên cơ quan cạnh tranh trước, sau đó mới khởi kiện ra Tòa án theo quy định của pháp luật dân sự;

(ii) Tiến hành đồng thời, vừa khiếu nại ra cơ quan cạnh tranh, vừa khởi kiện ra Tòa án đòi yêu cầu bồi thường thiệt hại;

(iii) Chỉ khởi kiện ra Tòa án để đòi bồi thường thiệt hại.

Đây chính là những vấn đề cần có văn bản quy phạm hướng dẫn cụ thể để tạo cơ sở pháp lý trong việc xử lý những vấn đề này, nhằm đơn giản hóa thủ tục và phạm vi tranh tụng trong các vụ kiện về hành vi cạnh tranh không lành mạnh trước Tòa án, bảo đảm tính thống nhất trong quá trình xử lý cũng như đảm bảo quyền, lợi ích hợp pháp của các bên. Các hướng dẫn nên tập trung xử lý vấn đề này, trên cơ sở những nguyên tắc sau:

Một là, bán hàng đa cấp bất chính trước hết được xử lý, xem xét tại Cục quản lý cạnh tranh.

Hai là, trên cơ sở kết quả điều tra và quyết định xử lý bán hàng đa cấp bất chính và nếu có thiệt hại xảy ra, chủ thể bị vi phạm có thể khởi kiện ra Tòa án đòi bồi thường thiệt hại. Quyết định của Cục quản lý cạnh tranh về việc tồn tại bán hàng đa cấp bất chính nên được Tòa án công nhận và trong trường hợp đó việc tranh tụng trước Tòa án về việc tồn tại hay không tồn tại bán hàng đa cấp bất chính sẽ không nên được đặt ra. Và kết quả điều tra của Cục quản lý cạnh tranh cũng sẽ là cơ sở quan trọng giúp Tòa án giải quyết yêu cầu đòi bồi thường thiệt hại của chủ thể bị vi phạm.

Ba là, để đảm bảo thực hiện được hai vấn đề nêu trên, cần bổ sung thẩm quyền của Tòa án trong việc xử lý đối với các tranh chấp liên quan đến cạnh tranh trong Bộ luật tố tụng dân sự 2004 và có hướng dẫn cụ thể đảm bảo tính thống nhất trong việc xử lý đối với hành vi cạnh tranh không lành mạnh, nhất là khi chủ thể bị vi phạm không khiếu nại ra cơ quan quản lý cạnh tranh mà khởi kiện thẳng ra Tòa án.

- Hoàn thiện các quy định về bồi thường thiệt hại do bán hàng đa cấp bất chính gây ra

Để các quy định về bồi thường thiệt hại liên quan đến hành vi cạnh tranh không lành mạnh nói chung và bán hàng đa cấp bất chính nói riêng được triển khai trong thực tiễn thì có rất nhiều vấn đề pháp lý được đặt ra cần có sự hướng dẫn, giải thích từ phía các cơ quan có thẩm quyền nhất là từ phía Tòa án nhân dân tối cao, Viện kiểm sát nhân dân tối cao và Bộ Công thương. Trong đó, một số vấn đề sau đây cần lưu ý:

Đầu tiên chủ thể có quyền khởi kiện yêu cầu đòi bồi thường thiệt hại do bán hàng đa cấp bất chính gây ra là ai. Theo nguyên tắc chung, bất cứ ai bị thiệt hại bởi hành vi cạnh tranh không lành mạnh đều có quyền được yêu cầu bồi thường. Tuy nhiên, bán hàng đa cấp bất chính có thể gây thiệt hại cho nhiều chủ thể khác nhau cả thiệt hại trực tiếp và thiệt hại gián tiếp. Trong thực tế, chủ yếu những người đóng vai trò phân phối viên là những chủ thể bị thiệt hại trực tiếp, còn người tiêu dùng thường cũng chính là những phân phối viên là những người thiệt hại gián tiếp. Vì vậy, pháp luật cần phải có quy định rõ hơn về quyền yêu cầu khởi kiện của chủ thể.

Dưới khía cạnh bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, theo kinh nghiệm ở nhiều nước theo mô hình luật cạnh tranh hiện đại, để tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng có khả năng tự bảo vệ mình, huy động mọi lực lượng xã hội tham gia tích cực vào sự nghiệp bảo vệ người tiêu dùng, cần tăng tính chuyên nghiệp hóa công tác bảo vệ người tiêu dùng từ phía các hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng. Bên cạnh đó, cần thừa nhận cơ chế khởi kiện tập thể của người tiêu dùng với sản phẩm hoặc một nhóm các sản phẩm của một nhà kinh doanh vì các lý do sau:

+ Cơ chế khởi kiện tập thể thông qua các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng sẽ giúp người tiêu dùng có sức mạnh đáng kể trong quá trình đàm phán, thương lượng với nhà kinh doanh (nhà sản xuất). Trong trường hợp phải giải quyết tranh chấp tại Tòa án, cơ chế này sẽ tạo điều kiện cho sự hình thành phương án bồi thường và các mức bồi thường trong từng lĩnh vực tiêu dùng.

+ Cơ chế khởi kiện tập thể thông qua các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng sẽ giúp cho người tiêu dùng nhanh chóng tiếp cận công lý vào loại bỏ được những rào cản pháp lý để bảo vệ quyền lợi của mình.

+ Cơ chế khởi kiện tập thể thông qua các tổ chức bảo vệ người tiêu dùng sẽ giúp người tiêu dùng không phải chịu chi phí quá lớn để tiếp cận công lý. Với vai trò là người bảo trợ, tổ chức bảo vệ người tiêu dùng sẽ giúp họ với nhiều phương thức và cơ chế hỗ trợ đa dạng như: test miễn phí tại các trung tâm giám định của tổ chức, trợ giúp kinh phí theo phương thức hoàn trả sau, hỗ trợ tư vấn...

- **Hoàn thiện lại các quy định về chế tài hành chính hoặc thậm chí bổ xung chế tài hình sự trong những trường hợp cần thiết đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính**

Để đảm bảo sự ổn định của xã hội, cũng như hoạt động đúng đắn của các công ty bán hàng đa cấp thì việc nghiêm trị những hành vi vi phạm hoạt động này là cần thiết. Hiện nay, theo quy định tại NĐ 110/2005/NĐ-CP ngày 24/8/2005 thì mới chỉ có 2 hình thức xử lý vi phạm được áp dụng đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp và người tham gia bán hàng đa cấp đó là xử lý vi phạm hành chính và bồi thường thiệt hại. Tuy nhiên mức phạt hành chính được áp dụng đối với các hành vi bán hàng đa cấp bất chính hiện nay là quá thấp và không đủ sức răn đe. Trong nghị định số 120/2005/NĐ-CP ngày 30/9/2005 của Chính phủ quy định về xử lý vi phạm pháp luật trong lĩnh vực cạnh tranh thì hành vi bán hàng đa cấp bất chính có thể bị phạt tiền từ 50.000.000 đồng đến 70.000.000 đồng, sai phạm ở quy mô lớn có thể bị phạt đến 100.000.000 đồng. Ngoài ra, doanh nghiệp còn có thể bị buộc phải cải chính công khai hay bồi thường thiệt hại [8; Điều 38]. Về vấn đề này, chúng ta nên tham khảo thêm pháp luật của một số quốc gia khác như Thái

Lan hay Singapore (Singapore qui định mức phạt tiền cao nhất trong vi phạm bán hàng đa cấp là 200.000 đô la Singapore và phạt 5 năm tù giam tùy mức độ vi phạm).

Những sai phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp như quảng cáo gian dối, trốn thuế, lừa dối khách hàng ... đều có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự theo quy định của Bộ luật hình sự nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 1999 (Điều 161, 162, 168). Như vậy, bán hàng đa cấp bất chính cần phải được nhận thức là một hành vi nguy hiểm cho xã hội, và tùy theo mức độ vi phạm mà có thể áp dụng những mức hình phạt khác nhau từ cảnh cáo, phạt tiền, cải tạo không giam giữ, phạt tù. Hình phạt tù mà nhiều nước đang áp dụng đối với hành vi này là không quá 5 năm. Việt Nam cũng có thể vận dụng điều này, và mức hình phạt cao nhất là 5 năm tù là phù hợp, đảm bảo được tính ngăn ngừa và răn đe với sai phạm trong bán hàng đa cấp.

- Xem xét qui định về ký quỹ đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp.

Ký quỹ là một biện pháp đảm bảo thực hiện nghĩa vụ. Theo như Nghị định 110/2005/NĐ-CP ngày 24/8/2005 thì mỗi doanh nghiệp bán hàng đa cấp phải ký quỹ 5% vốn điều lệ nhưng không thấp hơn 1 tỷ đồng. Có khá nhiều quan điểm cho rằng, ký quỹ 1 tỷ đồng dường như là cách loại bỏ các doanh nghiệp Việt Nam ra khỏi sân chơi đa cấp. Để nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp kinh doanh bán hàng đa cấp, có thể sử dụng những cách thức như:

+ Chỉ cần có một tổ chức có đủ uy tín và tiềm lực tài chính đứng ra bảo lãnh cho doanh nghiệp bán hàng đa cấp là đủ. Như vậy, doanh nghiệp bán hàng đa cấp sẽ không phải bỏ ra ngay một lúc một số tiền lớn mà quyền lợi của người tham gia và người tiêu dùng vẫn sẽ được bảo đảm bởi tổ chức nhận bảo lãnh.

+ Trước khi nộp các khoản thuế với Nhà nước thì doanh nghiệp sẽ trích một phần thu nhập của phân phối viên và một phần doanh thu của doanh nghiệp gửi vào một tài khoản phong tỏa tại một ngân hàng thương mại. Bằng cách làm này, doanh nghiệp cũng sẽ tránh được một khoản đầu tư lớn ban đầu, số tiền trong tài khoản này sẽ được sử dụng để đảm bảo quyền lợi cho các phân phối viên và người tiêu dùng khi quyền lợi của họ bị xâm phạm. Đồng thời cũng nâng cao trách nhiệm các chủ thể trong bán hàng đa cấp và giúp Nhà nước quản lý hoạt động này dễ dàng hơn.

- Hoàn thiện chế tài khiếu nại hành chính đối với quy định xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh

Khoản 1 Điều 115 Luật Cạnh tranh năm 2004 quy định: “*Trường hợp không nhất trí với quyết định giải quyết khiếu nại về quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh, các bên liên quan có quyền khởi kiện vụ án hành chính*

đối với một phần hoặc toàn bộ nội dung của quyết định giải quyết khiếu nại ra Tòa án nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương có thẩm quyền". Việc giải quyết đơn khiếu nại tại Tòa hành chính đối với quyết định giải quyết khiếu nại cạnh tranh không lành mạnh được thực hiện theo pháp luật về thủ tục giải quyết các vụ án hành chính. Vấn đề đặt ra là Tòa án hành chính sẽ xem xét lại toàn bộ vụ việc từ đầu, xem xét lại cả nội dung và thủ tục cạnh tranh đã được áp dụng bởi các cơ quan tiến hành tố tụng cạnh tranh hay chỉ xem xét về mặt hình thức? Giá trị pháp lý của quyết định giải quyết khiếu nại của Tòa án như thế nào? Quyết định có giá trị chung thẩm như kinh nghiệm một số quốc gia trên thế giới hay phải tuân thủ đầy đủ thủ tục từ sơ thẩm, phúc thẩm đến giám đốc thẩm? Điều này cần có văn bản hướng dẫn cụ thể của Tòa án nhân dân tối cao, đặc biệt là cơ chế phối hợp giữa các cơ quan quản lý cạnh tranh với Tòa án trong việc xem xét, giải quyết đơn khởi kiện.

Bên cạnh đó, xin được đề cập thêm là quy định khởi kiện ra Tòa án khi không đồng ý với quyết định giải quyết khiếu nại về quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh của cơ quan quản lý cạnh tranh được quy định tại các Điều 115 và 116 Luật Cạnh tranh năm 2004. Theo đó, trường hợp không đồng ý với quyết định giải quyết khiếu nại về quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh, các bên liên quan có quyền khởi kiện vụ án hành chính đối với một phần hoặc toàn bộ nội dung của quyết định giải quyết khiếu nại ra Tòa án nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có thẩm quyền... Những phần của quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh không bị khởi kiện ra Tòa án vẫn được tiếp tục đưa ra thi hành. Quy định trên đã tạo ra một bước chuyển từ việc giải quyết hoàn toàn bằng con đường hành chính sang giải quyết bằng con đường tư pháp (Tòa án). Quy định này tưởng chừng là hợp lý, song nó sẽ là cơ hội cho những ai có ý định cố tình trì hoãn, gây nên sự kéo dài trong việc không thực thi quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh đối với phần quyết định bị khiếu nại ra Tòa án.

3.3.2. Giải pháp bổ trợ

- 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 của nó 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 đến hiệu quả trong việc phòng, chống đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Căn cứ vào các quy định của Luật 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 cả việc xử lý, xử phạt đối với những hành vi này. Như vậy, khâu điều tra có một ý nghĩa quan trọng tạo sản phẩm “đầu vào”, là căn cứ để thực hiện tốt các khâu tiếp theo thuộc thẩm quyền. Chất lượng của khâu điều tra có ý nghĩa quyết định đến tính đúng đắn của quyết định xử lý vụ việc cạnh tranh không lành mạnh. Để nâng cao hiệu lực của cơ quan quản lý cạnh tranh, bên cạnh các yếu tố về chất lượng các quy phạm pháp luật điều chỉnh hành vi cạnh tranh nói chung và hành vi cạnh tranh không lành mạnh nói riêng, về mô hình tổ chức thực thi, thì yếu tố con người có tính quyết định. Lực lượng cán bộ ở đây chính là những người trực tiếp điều tra, xử lý đối với các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, là những người trực tiếp áp dụng pháp luật, sử dụng pháp luật trong từng vụ việc cụ thể. Tuy nhiên, do mới được thành lập nên lực lượng cán bộ ở đây hiện vẫn đang trong quá trình hình thành, rất mỏng về số lượng, một số được lấy tại chỗ, còn đa số mới được tuyển dụng từ nhiều nguồn khác nhau. Nhiều cán bộ hiện đang được Cục cử đi tập huấn, đào tạo để bổ sung vào lực lượng điều tra viên...

Một vấn đề xin được đề cập thêm là, 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... Có như vậy mới bảo đảm được sự nhịp nhàng trong việc nâng cao chất lượng, hiệu quả của những đơn vị có liên quan khi có sự phối hợp.

- Chú trọng tuyên truyền pháp luật cạnh tranh nói chung và pháp luật về chống cạnh tranh không lành mạnh nói riêng

Tuyên truyền, phổ biến pháp luật là hoạt động định hướng, có tổ chức, có chủ định nhằm mục đích hình thành ở đối tượng tác động tri thức pháp lý, tình cảm và hành vi phù hợp với đòi hỏi của hệ thống pháp luật hiện hành với các hình thức, phương tiện, phương pháp đặc thù. Đây là khâu quan trọng của hoạt động tổ chức thực hiện pháp luật, là cầu nối chuyển tải pháp luật vào đời sống xã hội. Công tác phổ biến, tuyên truyền, giáo dục pháp luật luôn là nhu cầu không chỉ của chủ thể quản lý nhà nước mà còn trở thành nhu cầu đối với chính đối tượng được tác động như các chủ thể kinh doanh, người tiêu dùng...

- Nâng cao sự hiểu biết và sự thông thái của người tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp và của người tiêu dùng.

Cung – cầu là mối quan hệ chính và vô cùng quan trọng trong nền kinh tế hiện nay, đặc biệt là đối với nền kinh tế thị trường. Đại diện cho quan hệ đó là quan hệ của các doanh nghiệp và người tiêu dùng. Cũng chính vì thế mà các doanh nghiệp luôn coi khách hàng là thượng đế, và là đối tượng hướng đến của các doanh nghiệp để nâng cao thu nhập và lợi nhuận... Vì vậy, bên cạnh việc xây dựng một môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh cho các doanh nghiệp, thì chúng ta cần chú trọng đến việc nâng cao dân trí, hiểu biết của khách hàng. Nếu họ được hướng dẫn, cung cấp đầy đủ các thông tin về hàng hóa, dịch vụ để trở thành những người tiêu dùng thông thái, từ đó có thể nhận dạng được các sản phẩm là hàng nhái, hàng giả ... thì các hành vi cạnh tranh không lành mạnh sẽ khó có thể tồn tại lâu dài mà sớm muộn sẽ bị lên án và tẩy chay...

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Xuất phát từ những cơ sở lý luận và thực tiễn mà Luận văn đã mô tả, luận giải, tác giả luận văn cho rằng, việc hoàn thiện khung pháp lý điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp và nâng cao hiệu quả của việc xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính là mục tiêu, là giải pháp được đặt ra để nâng cao hiệu quả trong công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam hiện nay.

Trên cơ sở việc phân tích, đánh giá những bất cập của các quy định pháp luật hiện hành, tác giả luận văn đã đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện các quy định về chống bán hàng đa cấp bất chính và nâng cao hiệu quả của việc xử lý các hành vi bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam hiện nay. Các giải pháp này được phân thành hai nhóm, bao gồm: nhóm các giải pháp mang tính pháp lý và nhóm các giải pháp hỗ trợ khác.

KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây hoạt động bán hàng đa cấp cũng phát triển mạnh, số lượng các doanh nghiệp tham gia thị trường tăng lên và số lượng người tham gia BHDG ngày càng nhiều hơn. Nhiều công ty, tập đoàn bán hàng đa cấp/ bán lẻ trực tiếp lớn trên thế giới đã thành lập các công ty trực thuộc tại Việt Nam. Với xu hướng hiện tại, trong thời gian tới đây số lượng doanh nghiệp hoạt động lĩnh vực bán hàng đa cấp tại Việt Nam sẽ tăng lên nhanh chóng. Cùng với sự phát triển của phương bán bán hàng đa cấp, phương thức kinh doanh theo kiểu bán hàng đa cấp bất chính đã xuất hiện ở Việt Nam. Với bản chất là một hành vi cạnh tranh không lành mạnh, với những mặt tiêu cực chứa đựng trong nó, bán hàng đa cấp đang xâm phạm đến quyền và lợi ích của các chủ thể mà nó tác động đến. Thời gian tới, cam kết mở cửa thị trường của Việt Nam đối với WTO sẽ tạo điều kiện tốt để các doanh nghiệp bán hàng đa cấp từ nước ngoài “nhảy vào thị trường Việt Nam. Điều này cũng đồng nghĩa với việc, hoạt động bán hàng đa cấp tại Việt Nam sẽ có những bước phát triển đáng kể, và kéo theo nó là những hành vi bán hàng đa cấp bất chính. Thực tế này đòi hỏi cơ chế quản lý bán hàng đa cấp nói chung, quản lý hoạt động bán hàng đa cấp bất chính nói riêng, cần được hoàn thiện hơn nữa để đáp ứng yêu cầu thực tiễn. Để làm được điều này, trước hết cần phải hoàn thiện khung pháp lý điều chỉnh hoạt động bán hàng đa cấp, tiếp đến là sự nỗ lực không ngừng từ các cơ quan quản lý về cạnh tranh, cũng như các chủ thể đại diện cho các nhóm lợi ích khác nhau trong xã hội nhằm mục đích chung là duy trì sự lành mạnh, bền vững của nền kinh tế.