

PHÁP LUẬT VỀ BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở VIỆT NAM - MỘT SỐ VẤN ĐỀ CẦN HOÀN THIỆN

ThS. ĐOÀN VĂN BÌNH *

ThS. ĐOÀN TRUNG KIÊN **

1. Khái quát về bán hàng đa cấp và pháp luật về bán hàng đa cấp

Bán hàng đa cấp là phương thức bán hàng trực tiếp, theo đó doanh nghiệp bán hàng hoá thông qua mạng lưới những người tham gia bán hàng ở nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau. Người tham gia bán hàng đa cấp sẽ nhận được tiền hoa hồng, tiền thưởng hoặc lợi ích kinh tế khác từ kết quả bán hàng hoá của mình và của người tham gia bán hàng cấp dưới trong mạng lưới do mình tổ chức và mạng lưới đó được doanh nghiệp bán hàng đa cấp chấp thuận. Phương thức bán hàng đa cấp đã được áp dụng trong kinh doanh từ những năm 1930 tại Mỹ nhưng phải đến đầu những năm 1980, phương thức bán hàng đa cấp mới thực sự phát triển mạnh mẽ tại các nước như Mỹ, Canada, Mexico, Brazil, Anh, Pháp, Đức, Thụy Điển... Đến đầu những năm 1990, bán hàng đa cấp cũng đã xâm nhập và phát triển mạnh ở nhiều nước châu Á như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Trung Quốc, Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Singapore... Hiện nay, hàng chục nghìn doanh nghiệp ở trên 100 quốc gia áp dụng phương thức bán hàng đa cấp với doanh thu hàng tỉ USD mỗi năm. Ở Việt Nam, phương thức bán hàng đa cấp mới được du nhập từ năm 1998. Phương thức bán hàng này bắt đầu xuất hiện ở thành phố Hồ Chí Minh, sau đó lan

ra thành phố Hà Nội và nhiều tỉnh khác như Lâm Đồng, Bình Phước, Bắc Ninh, Bắc Giang, Thái Nguyên... Sự phát triển của phương thức bán hàng này đã phản ánh những tác động tích cực cũng như những ưu điểm của nó so với các phương thức bán hàng khác. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của phương thức bán hàng đa cấp đã xuất hiện một phương thức kinh doanh lừa đảo theo mô hình “kim tự tháp” mà Luật cạnh tranh của Việt Nam gọi là “bán hàng đa cấp bất chính” nên hầu hết các quốc gia và vùng lãnh thổ thừa nhận bán hàng đa cấp thì đều có các văn bản pháp lí để cấm phương thức kinh doanh theo mô hình kim tự tháp, đồng thời để quản lí chặt chẽ phương thức bán hàng đa cấp. Tuy nhiên, do bị chi phối bởi các điều kiện về kinh tế, chính trị, văn hoá, xã hội cũng như quan điểm và kĩ thuật lập pháp khác nhau nên có nước và vùng lãnh thổ quy định về bán hàng đa cấp trong luật cạnh tranh, luật thương mại, luật hình sự và có văn bản hướng dẫn riêng, có nước lại có luật riêng điều chỉnh bán hàng đa cấp và bán hàng trực tiếp. Ngày 3/12/2004 Quốc hội nước ta đã thông qua Luật cạnh tranh, ngày 24/8/2005 Chính phủ đã ban hành Nghị

* Công ti cổ phần đầu tư CEO

** Giảng viên Khoa pháp luật kinh tế
Trường Đại học Luật Hà Nội

định số 110/2005/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Luật cạnh tranh, Nghị định số 110 cùng với hệ thống các văn bản pháp luật có liên quan trong lĩnh vực đăng ký kinh doanh, giao kết hợp đồng, quảng cáo thương mại, giá và quản lý chất lượng hàng hoá... đã tạo thành hệ thống pháp luật về bán hàng đa cấp. Pháp luật về bán hàng đa cấp quy định những nội dung chủ yếu như phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng, dấu hiệu pháp lý của bán hàng đa cấp, nhận diện hành vi bán hàng đa cấp bất chính, hàng hoá được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp, hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp, trách nhiệm của các bên trong hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp, điều kiện và thủ tục đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp, các trường hợp tạm ngừng và chấm dứt hoạt động bán hàng đa cấp, xử lý vi phạm đối với doanh nghiệp bán hàng đa cấp và người tham gia bán hàng đa cấp, vấn đề quản lý nhà nước đối với hoạt động bán hàng đa cấp. Về cơ bản các nội dung chủ yếu nói trên đã đáp ứng được những đòi hỏi của hoạt động bán hàng đa cấp ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Tuy nhiên, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam cũng còn một số nội dung chưa phù hợp với thông lệ quốc tế và xu hướng phát triển của phương thức kinh doanh này.

2. Một số vấn đề cần hoàn thiện pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam

Hoàn thiện hệ thống pháp luật về kinh doanh, thương mại nói chung và pháp luật về bán hàng đa cấp nói riêng là nhu cầu tất yếu và khách quan, thể hiện nguyên tắc chủ động hội nhập kinh tế quốc tế. Pháp luật về bán

hàng đa cấp là công cụ quản lý hoạt động bán hàng đa cấp cần thiết và hiệu quả, có vai trò quan trọng trong việc chống lại các hành vi bán hàng đa cấp bất chính, bảo vệ thị trường, khuyến khích cạnh tranh lành mạnh, qua đó bảo vệ được lợi ích chính đáng của các doanh nghiệp, người tiêu dùng và của toàn xã hội. Để phù hợp với thông lệ quốc tế và xu hướng phát triển của phương thức kinh doanh đa cấp ở Việt Nam trong thời gian tới, theo chúng tôi, pháp luật về bán hàng đa cấp cần hoàn thiện một số nội dung sau đây:

Thứ nhất, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam cần mở rộng phạm vi áp dụng.

Theo Luật cạnh tranh và Điều 1 Nghị định số 110/2005/NĐ-CP ngày 24/8/2005 thì phạm vi điều chỉnh của pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam là hoạt động bán hàng đa cấp và quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên lãnh thổ nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam. Như vậy, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam không điều chỉnh hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp và quản lý hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp, theo chúng tôi, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam nên mở rộng phạm vi áp dụng đối với cả hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp và quản lý hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp bởi những lý do sau đây:

- Hoạt động cung ứng dịch vụ cũng có thể được kinh doanh theo phương thức đa cấp. Việc các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp hay cung ứng dịch vụ đa cấp đều xuất phát từ thực tiễn kinh doanh, từ chiến lược và nhu cầu kinh doanh của họ. Điều này cũng phù hợp với quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp có quyền tự do kinh doanh thì họ cũng có quyền tự do lựa chọn phương thức kinh doanh, cách thức tổ chức bán hàng, cung ứng dịch vụ. Đặc biệt, trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế, các hoạt động thương mại dịch vụ ngày càng phát triển nên chắc chắn việc các doanh nghiệp áp dụng phương thức kinh doanh đa cấp đối với cung ứng dịch vụ sẽ phát triển. Thực tiễn ở Việt Nam, hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp đã được một số doanh nghiệp áp dụng nhất là trong lĩnh vực dịch vụ giáo dục, dịch vụ internet... và nếu không có hành lang pháp lý để điều chỉnh các hoạt động này thì nguy cơ cung ứng dịch vụ đa cấp “bất chính” cũng rất dễ dàng xảy ra.

- Pháp luật của nhiều nước trên thế giới đã thừa nhận và có những quy định để điều chỉnh hoạt động cung ứng dịch vụ đa cấp như Hoa Kỳ, Singapore, Thái Lan, Indonesia, Trung Quốc, Hàn Quốc, Canada⁽¹⁾... Vì vậy, việc mở rộng phạm vi điều chỉnh của pháp luật về bán hàng đa cấp không chỉ đáp ứng và phản ánh nhu cầu thực tiễn trong kinh doanh mà còn phù hợp với thông lệ và luật pháp quốc tế.

Khi đã mở rộng phạm vi điều chỉnh thì pháp luật về bán hàng đa cấp cần phải xây dựng mới khái niệm kinh doanh đa cấp, bao gồm cả bán hàng và cung ứng dịch vụ đa cấp thay cho khái niệm bán hàng đa cấp hiện nay, đồng thời phải bổ sung danh mục dịch vụ cấm kinh doanh theo phương thức đa cấp.

Thứ hai, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam cần mở rộng đối tượng được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp.

Pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt

Nam hiện nay chỉ cho phép doanh nghiệp được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp. Nếu so với hơn 70 năm phát triển của phương thức bán hàng đa cấp trên thế giới thì thực tiễn hoạt động của phương thức bán hàng đa cấp hơn 8 năm qua tại Việt Nam vẫn chưa giúp phương thức bán hàng này trở nên phổ biến và dễ nhận biết hơn, thậm chí đối với cả cơ quan quản lý nhà nước. Chính vì vậy, Luật cạnh tranh và Nghị định số 110 đã bó hẹp phạm vi đối tượng được thực hiện hoạt động kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp như đã nêu trên. Nói cách khác, ở Việt Nam chỉ có chủ thể kinh doanh nào được gọi là doanh nghiệp mới có thể kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp. Điều đó có nghĩa là một số lượng lớn các chủ thể kinh doanh khác không được kinh doanh theo phương thức bán hàng này (khoảng 3 triệu hộ kinh doanh cá thể và khoảng hơn 17 nghìn hợp tác xã). Quy định này đã hạn chế quyền tự do kinh doanh của một số chủ thể kinh doanh khác đồng thời nó cũng tạo ra sự phân biệt đối xử giữa các chủ thể kinh doanh trong nền kinh tế ở nước ta. Thiết nghĩ trong thời gian tới, khi chúng ta đã có hành lang pháp lý rõ ràng và thuận lợi về bán hàng đa cấp, các cơ quan thực thi pháp luật đã nhiều kinh nghiệm quản lý, các chủ thể kinh doanh, người tiêu dùng và cộng đồng xã hội đã dần quen thuộc với phương thức bán hàng này thì Nhà nước nên mở rộng đối tượng được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp, không chỉ là doanh nghiệp mà là tất cả các chủ thể kinh doanh, bao gồm cả hợp tác xã và hộ kinh doanh cá thể. Việc mở rộng

đối tượng được kinh doanh theo phương thức bán hàng đa cấp sẽ góp phần bảo đảm quyền tự do kinh doanh và quyền bình đẳng trước pháp luật - đây là hai quyền năng cơ bản nhất của các chủ thể kinh doanh trong nền kinh tế thị trường.

Thứ ba, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam nên cấm cán bộ, công chức tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp.

Theo Điều 4 Nghị định số 110, người tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp phải là các cá nhân có năng lực hành vi dân sự đầy đủ, đã kí hợp đồng tham gia bán hàng đa cấp với doanh nghiệp bán hàng đa cấp, trừ những cá nhân sau đây:

- Người đang phải 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 về lừa đảo chiếm đoạt tài sản, lạm dụng tín nhiệm chiếm đoạt tài sản, chiếm giữ trái phép tài sản;

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

Với quy định trên, pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam không cấm cán bộ, công chức tham gia vào mạng lưới bán hàng. Quy định này đã mở rộng đối tượng được tham gia vào mạng lưới bán hàng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp và cũng là quy định muốn tạo điều kiện cho cán bộ, công chức có thêm công việc mới có thể làm ngoài giờ hành chính để tăng thêm thu nhập, nâng cao đời sống vật chất của bản thân và gia đình. Tuy nhiên, việc pháp luật về bán hàng đa cấp

không cấm cán bộ, công chức tham gia vào mạng lưới bán hàng chưa hẳn đã là hợp lý vì những lý do sau đây:

- Xuất phát từ đặc trưng của phương thức bán hàng đa cấp là bán hàng trực tiếp từ cá nhân đến cá nhân dựa trên cơ sở khai thác mối quan hệ giữa con người với con người nên cán bộ, công chức (những người ít nhiều có uy tín, địa vị, có mối quan hệ rộng) rất dễ thành công và khi đã được doanh nghiệp bán hàng đa cấp trả tiền thưởng, tiền hoa hồng thì họ có thể sẽ ra sức giúp đỡ doanh nghiệp, điều này dẫn tới các hiện tượng tiêu cực trong công việc của các cán bộ, công chức. Hơn nữa, cán bộ, công chức một khi đã tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp thì có thể họ sẽ giới thiệu hoặc chào bán hàng hoá cho cán bộ, công chức cấp dưới, trường hợp này chắc chắn cấp dưới của họ khó có thể từ chối. Thậm chí, họ còn có thể chào bán sản phẩm ngay tại công sở của mình, điều này sẽ ảnh hưởng không nhỏ tới công việc chung, khiến người cán bộ, công chức tham gia mạng lưới bán hàng đa cấp khó có thể toàn tâm, toàn ý phục vụ công việc mà Nhà nước giao phó và có thể gây mất lòng tin cho công chúng.

- Việc cho phép cán bộ, công chức tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp có thể làm cho môi trường kinh doanh nói chung và hoạt động bán hàng đa cấp nói riêng có nguy cơ không lành mạnh và đây là lý do mà pháp luật về doanh nghiệp cấm cán bộ, công chức thành lập và quản lý doanh nghiệp.⁽²⁾ Nghĩa là pháp luật về doanh nghiệp, không cho phép cán bộ, công chức trực tiếp hoặc tham

gia thành lập doanh nghiệp đồng thời không được làm người quản lý và điều hành doanh nghiệp để bảo đảm cho môi trường kinh doanh lành mạnh, tránh các hiện tượng tiêu cực trong kinh doanh.

Xuất từ những lí do trên, theo chúng tôi pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam nên cấm cán bộ, công chức tham gia vào mạng lưới bán hàng đa cấp.

Thứ tư, pháp luật về bán hàng đa cấp nên mở rộng địa điểm tiếp thị bán hàng đa cấp.

Điểm b khoản 11 Điều 3 Luật cạnh tranh quy định: *“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”*. Chúng tôi cho rằng quy định này không phù hợp với thực tiễn và có khả năng gây khó khăn cho người tham gia bán hàng cũng như không phù hợp với quy định của pháp luật một số nước trên thế giới bởi:

- Trên thực tiễn việc lựa chọn địa điểm tiếp thị hàng hoá theo phương thức bán hàng đa cấp rất linh hoạt, phù hợp với từng trường hợp cụ thể, người tham gia có thể tiếp thị và bán hàng hoá ở mọi nơi, bao gồm nơi ở, nơi làm việc của người tiêu dùng, cũng như nơi ở, nơi làm việc của người tham gia, có khi họ tiếp thị hàng hoá ngay tại trụ sở, các cửa hàng bán hàng của doanh nghiệp bán hàng đa cấp hoặc của người tham gia.

- Pháp luật về bán hàng đa cấp của một số nước không ngăn cấm tiếp thị hàng hoá tại địa điểm bán lẻ thường xuyên của doanh nghiệp hoặc của người tham gia.

Chẳng hạn như pháp luật về bán hàng đa cấp của Thái Lan chỉ quy định: *“Bán hàng trực tiếp, được hiểu là việc marketing hàng hoá bằng cách bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng tại nhà hoặc nơi làm việc của người tiêu dùng hoặc của các đối tượng khác, hoặc tại các địa điểm khác không phải là nơi làm việc thông thường, bất kể thông qua các đại lý bán hàng trực tiếp, hoặc người bán hàng đơn cấp hoặc đa cấp, trừ các hoạt động pháp lý được ghi trong các quy định cấp bộ”*.⁽³⁾

Xuất phát từ những căn cứ trên, chúng tôi cho rằng pháp luật về bán hàng đa cấp ở Việt Nam nên mở rộng địa điểm tiếp thị bán hàng đa cấp, cho phép người tham gia bán hàng đa cấp được tiếp thị và bán hàng hoá của họ ở bất kì đâu.

Bán hàng đa cấp là phương thức bán hàng mới xuất hiện ở Việt Nam nên pháp luật về bán hàng đa cấp cũng là lĩnh vực pháp luật mới chính thức hình thành kể từ khi Luật cạnh tranh ra đời. Để phát huy vai trò của lĩnh vực pháp luật còn “non trẻ” này cũng như đáp ứng được các yêu cầu của tiến trình hội nhập nền kinh tế, theo chúng tôi việc hoàn thiện một số vấn đề trên là rất cần thiết./.

(1).Xem: Đạo luật cấm kế hoạch tiếp thị theo mô hình kim tự tháp của Mỹ (2003); Luật tiếp thị đa cấp và cấm bán hàng theo mạng của Singapore (2000); đạo luật bán hàng và marketing trực tiếp của Thái Lan (2002); Luật bán hàng tận cửa của Hàn Quốc (1995); Quy tắc quản lý kinh doanh đa cấp của Trung Quốc (1997)...

(2).Xem: Điểm b khoản 2 Điều 13 Luật doanh nghiệp (2005).

(3).Xem: Điều 3 Đạo luật bán hàng và marketing trực tiếp của Thái Lan B.E.2545.