

SỰ TÁC ĐỘNG CỦA BÁN HÀNG ĐA CẤP ĐẾN KINH TẾ - XÃ HỘI VIỆT NAM HIỆN NAY

● TRẦN NGỌC DUNG

TÓM TẮT:

Bán hàng đa cấp (BHĐC) được biết đến như một phương thức kinh doanh đạt hiệu quả cao trong hoạt động tiếp thị, phân phối, cũng như tiêu thụ sản phẩm. Đây là phương thức kinh doanh tiên tiến đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, người tham gia bán hàng và người tiêu dùng. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, đã và đang xuất hiện ngày càng nhiều những biến tướng mới trong hoạt động BHĐC. Những hành vi này đang xâm lấn môi trường kinh doanh đa cấp của Việt Nam nói riêng và trên thế giới nói chung, làm ảnh hưởng đến uy tín của BHĐC. Bài viết sẽ phân tích và đánh giá sự tác động của BHĐC đến kinh tế - xã hội Việt Nam hiện nay. Thông qua bài viết, tác giả mong muốn góp thêm ý kiến. Nhà nước cần có một cơ chế quản lý và hoàn thiện khung pháp lý để tránh việc các công ty kinh doanh đa cấp hoạt động biến tướng, ảnh hưởng xấu đến cuộc sống của các cá nhân, tổ chức và toàn xã hội.

Từ khóa: Bán hàng đa cấp, kinh tế-xã hội, Việt Nam.

1. Khái quát về bán hàng đa cấp

BHĐC là một hình thức bán hàng mới của phương thức bán hàng trực tiếp. Cũng giống như trong phương thức bán hàng trực tiếp, hàng hóa trong phương thức BHĐC được những người phân phối độc lập bán trực tiếp tới tay người tiêu dùng thông qua những địa điểm bán lẻ cố định. Tuy nhiên, điểm tiến bộ của BHĐC so với phương thức bán hàng trực tiếp khác là người phân phối không chỉ làm nhiệm vụ đi nêu thụ hàng hóa mà còn được phép tự xây dựng cho riêng mình một hệ thống những người phân phối cấp dưới. Như vậy, thù lao của người phân phối không chỉ dựa trên số lượng hàng hóa người đó bán được, còn được hưởng từ những nỗ lực xây dựng mạng lưới phân phối. Phương thức kinh doanh này hoạt động dựa trên

nguyên lý chia sẻ thông tin về hàng hóa trong các mối quan hệ gia đình và xã hội của khách hàng hoặc người phân phối trong mạng lưới tiêu thụ.

Có thể hiểu: Phương thức bán hàng đa cấp là một dạng của bán hàng trực tiếp, được chia thành nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau. Người tham gia mang lưới bán hàng đa cấp được hưởng hoa hồng từ việc bán hàng của mình và của mạng lưới bán hàng cấp dưới do mình quản lý.

Bán hàng đa cấp có những dấu hiệu đặc trưng sau:

Thứ nhất, bán hàng đa cấp là loại hình bán hàng trực tiếp, là phương thức tiếp thị để bán lẻ hàng hóa.

- Đây là phương thức bán lẻ hàng hóa, nói cách khác, thông qua mạng lưới tiếp thị, doanh

ngành tổ chức BHĐC sẽ thiết lập được mối quan hệ mua bán sản phẩm trực tiếp với người tiêu dùng cuối cùng mà không tốn phí các khâu đầu tư thành lập, duy trì mạng lưới phân phối dưới dạng cửa hàng giới thiệu sản phẩm hoặc các đại lý phân phối theo pháp luật thương mại. 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 hàng giả, hàng kém chất lượng, giá cả không trung thực... Do đó, doanh nghiệp BHĐC có thể là doanh nghiệp trực tiếp sản xuất hàng hóa được tiếp thị và bán lẻ bằng phương thức đa cấp hoặc chỉ là các doanh nghiệp phân phối hàng hóa do doanh nghiệp khác sản xuất.

- BHĐC chỉ xảy ra trên thị trường hàng hóa. Đối tượng áp dụng của hành vi này là hàng hóa mà không đặt ra đối với thị trường dịch vụ. Có thể do tính chất vô hình của dịch vụ, nên hoạt động của khu vực thị trường này còn rất nhiều vấn đề bỏ ngỏ, đang được các nhà hoạch định chính sách, các nhà lập pháp nghiên cứu. Bên cạnh đó, khi bán hàng đa cấp được hiểu như phương thức tiếp thị để tiêu thụ, đương nhiên, hoạt động tiếp thị để cung ứng trong thị trường dịch vụ sẽ không thể là bán hàng đa cấp.

Thứ hai, doanh nghiệp BHĐC tiếp thị hàng hóa thông qua những người tham gia được tổ chức ở nhiều cấp khác nhau

Người tham gia BHĐC 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,... Trong hoạt động của mình, người tham gia thực hiện việc giới thiệu và bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng mà không nhân danh doanh nghiệp. Như vậy, khi giới thiệu và bán lẻ sản phẩm, doanh nghiệp không phải 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 trong quan hệ với khách hàng. Mặt khác, người tham gia BHĐC không 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.

Mặt khác, khi tham gia mạng lưới BHĐC, người tham gia không phải là các đại lý phân phối theo quy định của Luật Thương mại, không là các cửa hàng tiêu thụ sản phẩm do doanh nghiệp thành lập. Theo đó, người tham gia trực tiếp gặp gỡ người tiêu dùng để giới thiệu và bán lẻ sản phẩm, họ không phải đăng ký kinh doanh khi tham gia BHĐC. Bên cạnh đó, người tham gia được tổ chức thành những cấp khác nhau theo phương thức: mỗi người tham gia tổ chức một mạng lưới phân phối mới, khi được doanh nghiệp chấp nhận. Mạng lưới mới tạo ra cấp phân phối tiếp sau cấp phân phối của người đã tạo ra chúng. Vì thế, số người tham gia ở cấp sau luôn nhiều hơn so với cấp trước nó.

Vì vậy, phương thức kinh doanh này đã tạo ra một hệ thống phân phối theo hình tháp. Trong quan hệ nội bộ, người tham gia ở cấp trên có vai trò tổ chức và điều hành hoạt động của những người trong mạng lưới cấp dưới.

Thứ ba, người tham gia 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.

Cần phải lưu ý rằng, thù lao của người tham gia BHĐC được trả chính là hoa hồng từ việc họ trực tiếp bán hàng và từ việc bán hàng của cấp dưới trong mạng lưới bán hàng họ tạo lập và quản lý. Cách thức phân chia lợi ích như trên không chỉ kích thích người tham gia tích cực tiêu thụ hàng hóa mà còn kích thích họ tích cực tạo lập hệ thống phân phối cấp dưới. BHĐC có thể đem lại nhiều lợi ích thiết thực cho người tiêu dùng, như: mua được hàng trực tiếp từ nhà sản xuất nên tránh được nạn hàng giả, hàng kém chất lượng. Đối với doanh nghiệp, BHĐC tiết kiệm được chi phí quảng cáo, cắt giảm được hàng loạt các chi phí khác như chi phí thuê mặt bằng trưng bày, chi phí vận chuyển. Mặt khác, do mạng lưới phân phối được tổ chức để đưa hàng hóa trực tiếp đến người tiêu dùng nên có nhiều thuận lợi trong việc quảng bá hàng hóa một cách trực tiếp và hữu hiệu. Bên cạnh đó, BHĐC còn tạo ra nhiều việc làm cho xã hội, vì cơ chế hoạt động của phương thức kinh doanh này không giới hạn số lượng người tham gia.

2. Ảnh hưởng của bán hàng đa cấp đến kinh tế - xã hội Việt Nam hiện nay

2.1. Ảnh hưởng tích cực của bán hàng đa cấp

Thứ nhất, đối với doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp

Một doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức đa cấp sẽ giảm chi phí nhiều hơn so với cách thức kinh doanh truyền thống. Bởi lẽ, bán hàng đa cấp là hình thức bán hàng trực tiếp, không thông qua các cửa hàng mà thông qua những người bán hàng trực tiếp của mạng lưới phân phối đa cấp. Nghĩa là, sản phẩm từ nhà sản xuất thông qua tư vấn viên, người bán hàng đến tay người tiêu dùng, công ty tiết kiệm được chi phí thuê, mua mặt bằng để làm cửa hàng. Đối với việc bán hàng hóa, sản phẩm, do có sự tư vấn thông tin trực tiếp nên các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp cũng tiết kiệm chi phí quảng cáo, quảng bá sản phẩm và thương hiệu tới khách hàng và người tiêu dùng. Tiếp nữa, với người tham gia mạng lưới bán hàng, công ty không phải trả lương cho việc họ mang hàng đi bán mà những người bán hàng này sẽ được trích hoa hồng từ lợi nhuận họ tạo ra... Công ty tiết kiệm được chi phí tổ chức bộ máy nhân sự hành chính. Ngoài ra, các công ty này không mất chi phí lưu kho hay nợ đọng. Bởi mạng lưới tham gia bán hàng, sẽ là những người trực tiếp lấy hàng, lưu hàng để chủ động trong việc mang đi bán. Khi người bán hàng lấy sản phẩm của công ty thì phải đặt cọc số tiền tương đương với giá trị hàng hóa đó, doanh nghiệp có thể kiểm soát được lưu lượng vốn và hàng hóa lưu thông của mình. Tuy nhiên, đối với công ty bán hàng theo hình thức truyền thống, sản phẩm của họ muốn tới tay người tiêu dùng phải qua rất nhiều công đoạn, từ nhà sản xuất qua rất nhiều khâu trung gian mới đến tay khách hàng. Vì vậy, công ty kinh doanh đa cấp sẽ tiết kiệm được đáng kể chi phí được coi là rất lớn mà đối với các công ty kinh doanh theo hình thức truyền thống phải bỏ ra.

Hai, quy mô mạng lưới BHĐC phát triển nhanh hơn so với bán hàng truyền thống. 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. Với phương thức này, doanh nghiệp có thể mở rộng mạng lưới phân phối một cách

nhẹ nhàng và có được một thị trường tiêu thụ mạnh, hiệu quả; có cơ hội tích lũy vốn để đầu tư cho doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh. Giúp các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp cận người tiêu dùng nhanh chóng thông qua hệ thống người bán hàng độc lập.

Thứ hai, xét dưới góc độ lao động, việc làm.

Với cơ chế mở rộng mạng lưới bán hàng không giới hạn, BHĐC tạo nên công ăn việc làm, thu nhập cho nhiều người lao động. Những quy định không quá khắt khe về điều kiện tham gia mạng lưới bán hàng, hình thức hoạt động như: không giới hạn độ tuổi, không yêu cầu chuyên môn, bằng cấp... đối với người tham gia BHĐC đã tạo điều kiện cho nguồn lao động dư thừa do chuyển môn, trình độ, sức khỏe không tốt hoặc độ tuổi đã cao (trên 45 tuổi) không có điều kiện xin việc vẫn có thể tham gia bán hàng theo phương thức đa cấp. Năm 2018, số lượng người tham gia BHĐC tại Việt Nam là 1.246.195 người, tăng khoảng 43% so với cuối năm 2017. Đây là con số không nhỏ mà các doanh nghiệp BHĐC đã tạo ra công ăn việc làm cho xã hội.

Ngoài ra, nguồn thu nhập từ kinh doanh đa cấp không chỉ đến từ sản phẩm mà là cả một hệ thống. Vì vậy, nếu xây dựng được hệ thống vững mạnh, phát triển tốt, lợi nhuận mang đến cho tham gia mạng lưới rất cao. Đây chính là ưu điểm nổi bật nhất của hình thức kinh doanh này.

Thứ ba, đối với nhu cầu tiêu dùng trong xã hội.

Đời sống và nhu cầu tiêu dùng của người dân Việt Nam ngày càng tăng cao. Người dân đã biết hưởng thụ, làm đẹp nhiều hơn, biết phòng bệnh và xu hướng sử dụng những sản phẩm sạch tốt cho sức khỏe. Các công ty kinh doanh trong lĩnh vực đa cấp thường kinh doanh các mặt hàng về mỹ phẩm, thực phẩm chức năng, mặt hàng thời trang, vật lý trị liệu, dụng cụ thể thao... hướng tới nhu cầu đó. Sản phẩm trong các công ty đa cấp chất lượng đảm bảo, phong phú, giá thành hợp lý đã đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của người dân. Người tiêu dùng được sử dụng các sản phẩm chất lượng tốt và giá thành rẻ.

Thứ tư, kinh doanh đa cấp góp phần thúc đẩy nền kinh tế, đóng góp vào ngân sách nhà nước.

Theo báo cáo hoạt động BHĐC năm 2017, tính đến tháng 3/2018 số lượng doanh nghiệp giảm

xuống còn 33 doanh nghiệp. Theo số liệu báo cáo của các doanh nghiệp, tổng doanh thu BHĐC năm 2017 đạt khoảng 8.000 tỷ đồng, tăng hơn 330 tỷ đồng so với doanh thu năm 2016².

Trong báo cáo tổng kết công tác quản lý BHĐC, năm 2018, mặc dù số lượng doanh nghiệp và số lượng người tham gia giảm, doanh thu của ngành BHĐC lại có xu hướng gia tăng. Giai đoạn từ năm 2016 đến năm 2017, doanh thu toàn ngành đạt khoảng 8.000 tỷ đồng/năm. Năm 2018 đạt tới 10.782 tỷ đồng/năm, tăng 2.700 tỷ đồng (tăng hơn 30% so với năm 2017), đóng góp cho ngân sách nhà nước 1.365 tỷ đồng³. Trong 6 tháng đầu năm 2019, doanh thu của 23 doanh nghiệp đạt 5.800 tỷ đồng (tăng 25% so với cùng kỳ năm 2018).

Theo số liệu báo cáo của các doanh nghiệp, tổng số thuế đã nộp về ngân sách nhà nước trong năm 2018 ước đạt 1.365.317 tỷ đồng, trong đó thuế giá trị gia tăng chiếm 33,29%, thuế xuất nhập khẩu chiếm 34,434%, thuế thu nhập cá nhân của người lao động 4,28%, thuế thu nhập cá nhân nộp hộ cho người tham gia BHĐC chiếm 9,331%, thuế thu nhập doanh nghiệp chiếm 11,268%, các loại thuế khác 2,1%.

Tổng số thuế đã nộp về ngân sách nhà nước trong 6 tháng năm 2019 là 886.196 tỷ đồng. Tổng số hoa hồng và các lợi ích kinh tế khác mà các doanh nghiệp BHĐC đã chi trả cho người tham gia BHĐC đạt khoảng 1.921 tỷ đồng, chiếm khoảng 36,2% tổng doanh thu (doanh thu chưa bao gồm VAT).

Trong đó, giá trị khuyến mại quy đổi thành tiền đạt 39.450 tỷ đồng, chiếm khoảng 2% tổng giá trị hoa hồng, tiền thưởng và lợi ích kinh tế⁴.

Từ những số liệu nêu trên có thể thấy, các doanh nghiệp kinh doanh bằng phương thức đa cấp đóng góp vào ngân sách nhà nước một con số không nhỏ. Mặc dù số lượng doanh nghiệp kinh doanh đa cấp có chiều hướng giảm do đã có sự thắt chặt quản lý nhà nước về bán hàng đa cấp, nhưng cũng không thể phủ nhận sự đóng góp không nhỏ của các doanh nghiệp này đối với nền kinh tế và ngân sách của đất nước.

Tom lại, bán hàng theo hình thức đa cấp có khá nhiều ưu điểm và thuận lợi, song vẫn có một số doanh nghiệp đã lợi dụng kẽ hở của luật, lòng tin

của khách hàng và sự kém hiểu biết của một bộ phận người dân, đã sử dụng những thủ đoạn lừa đảo nhằm thu lợi bất chính, gây nên hậu quả nặng nề cho xã hội.

2.2. Ảnh hưởng tiêu cực của hình thức bán hàng đa cấp

Thứ nhất, đối với doanh nghiệp kinh doanh đa cấp.

Những doanh nghiệp có hành vi kinh doanh đa cấp biến tướng đã làm vấy bẩn bộ mặt của những doanh nghiệp kinh doanh chân chính. Làm ảnh hưởng không tốt và rất tiêu cực đến những doanh nghiệp kinh doanh đa cấp hợp pháp. Do ngày càng nhiều người tham gia bị dụ dỗ, bị lừa đảo để rồi trở thành nạn nhân của kinh doanh đa cấp bất chính dẫn đến tiếng xấu về kinh doanh đa cấp ngày càng tăng. Điển hình là vụ lừa đảo của Công ty Kinh doanh đa cấp Liên Kết Việt năm 2016 đã gây chấn động dư luận, gây thiệt hại không nhỏ tới xã hội⁵.

Từ những vụ lừa đảo của các công ty kinh doanh đa cấp biến tướng dẫn đến tâm lý e ngại, dè chừng của người tiêu dùng đối với doanh các nghiệp đa cấp và những sản phẩm của các doanh nghiệp này; cùng với tâm lý không cần phân biệt là doanh nghiệp kinh doanh đa cấp chân chính hay bất chính hiện hữu trong đa số người tiêu dùng. Chính vì vậy, các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp hiện nay đã khó khăn trong việc tạo niềm tin với người tiêu dùng, nay gặp tiếng xấu lại càng khó khăn hơn và làm cho môi trường cạnh tranh trở nên không lành mạnh.

Thứ hai, đối với người tham gia bán hàng đa cấp và người tiêu dùng.

Khi hình thức BHĐC bị biến tướng, người tham gia sẽ chính là những người đầu tiên bị thiệt hại trực tiếp. Họ phải mất một khoản tiền lớn để có thể trở thành thành viên của mạng lưới.

Với người tiêu dùng, những doanh nghiệp BHĐC bất chính thường tập trung vào việc dụ dỗ người tham gia hơn là việc nâng cao chất lượng sản phẩm. Vì vậy, việc xuất hiện các doanh nghiệp kinh doanh đa cấp bất chính làm cho người tiêu dùng hoang mang về chất lượng sản phẩm họ đang sử dụng. Thốt vào đó hàng kém chất lượng, không đúng với những gì được tiếp thị sẽ xuất hiện

ngày càng nhiều. Việc người tiêu dùng bỏ ra hàng chục triệu, hàng trăm triệu, để mua hàng nhưng không tương xứng với mức tiền ấy đã xảy ra khá nhiều. Việc doanh nghiệp đưa ra những thông tin gian dối để người tiêu dùng mua sản phẩm chính là hành vi lừa đảo, nhưng hành vi này ngày càng tinh vi, với nhiều chiêu thức. Vì vậy, không phải người tiêu dùng nào cũng đủ thông minh, đủ kiến thức và trình độ để phân biệt và không bị trở thành nạn nhân của hành vi kinh doanh đa cấp bất chính.

Thứ ba, ảnh hưởng tiêu cực đối với xã hội.

Bất cứ hiện tượng tiêu cực nào xuất hiện cũng khiến xã hội phải gánh chịu hậu quả của nó. Kinh doanh đa cấp biến tướng cũng vậy. Mọi 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 gây đổ vỡ các quan hệ giữa con người với con người, gây rối trật tự an ninh xã hội, tạo nên một môi trường cạnh tranh không lành mạnh, ảnh hưởng tới truyền thống đạo đức của dân tộc.

Tóm lại, BHĐC là phương thức kinh doanh tiên tiến, đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, người tham gia bán hàng và người tiêu dùng. Tuy nhiên, các công ty kinh doanh đa cấp hoạt động biến tướng đã ảnh hưởng xấu đến cuộc sống của nhiều người và toàn xã hội. Việc ngăn chặn và xử lý kịp thời hoạt động BHĐC biến tướng là vô cùng thiết yếu, để bảo vệ quyền lợi cho các doanh nghiệp, người tiêu dùng và toàn xã hội. Vì vậy, cần giám sát hoạt động này theo đúng quy định của pháp luật ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

¹ Khoản 1 Điều 4 Nghị định số 40/2018/NĐ-CP

² <http://moit.gov.vn/web/guest/tin-chi-tiet/chi-tiet/bao-cao-hoat-dong-ban-hang-da-cap-nam-2017-12031-502.html>

³ Tổng kết công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp năm 2018

⁴ <https://baodautu.vn/23-doanh-nghiep-da-cap-thu-hon-5800-ty-dong-nop-886-ty-dong-tien-thuc-d111525.html>

⁵ Công ty Liên Kết Việt đã lôi kéo được hơn 68 000 người tại 49 tỉnh, thành phố tham gia vào hệ thống kinh doanh đa cấp, đã lừa đảo chiếm đoạt hơn 1.121 tỷ đồng

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Báo cáo thường niên năm 2016

2. Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Báo cáo thường niên năm 2017

3. Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Báo cáo thường niên năm 2018

4. Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng - Phòng điều tra và xử lý cạnh tranh không lành mạnh, Tổng kết công tác quản lý hoạt động bán hàng đa cấp năm 2018

5. Nghị định số 40/2018/NĐ-CP quản lý hoạt động kinh doanh theo phương thức đa cấp.

6. <http://moit.gov.vn/web/guest/tin-chi-tiet/chi-tiet/bao-cao-hoat-dong-ban-hang-da-cap-nam-2017-12031-502.html>

7. <http://vneconomy.vn/doanh-nghiep-giam-nhanq-doanh-thu-ban-hang-da-cap-van-dat-nhieu-ngan-ty-20191105145826449.htm>

8. <https://baodautu.vn/23-doanh-nghiep-da-cap-thu-hon-5800-ty-dong-nop-886-ty-dong-tien-thuc-d111525.html>

Ngày nhận bài: 4/2/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/2/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 24/2/2020

Thông tin tác giả

ThS. TRẦN NGỌC DUNG

Khoa Luật - Đại học Công đoàn

THE IMPACTS OF MULTILEVEL MARKETING ON VIETNAM'S CURRENT SOCIO-ECONOMY

● Master. **TRAN NGOC DUNG**

Faculty of Law, Trade Union University

ABSTRACT:

Multilevel marketing is known as a highly effective marketing, distribution and selling method. This is an advanced business method that brings many benefits to businesses, salesmen and consumers. However, in recent times, there are more and more rogue multilevel marketing plans in Vietnam in particular and in the world in general. These pyramid schemes are adversely affecting the reputation of multilevel marketing. This study analyses and evaluates the impacts of multilevel marketing on Vietnam's current socio-economy. This study is expected to help the Government of Vietnam have an effective mechanism to manage multilevel marketing businesses to prevent pyramid schemes.

Keywords: Multi-level marketing, socio-economy, Vietnam.