

**BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

**Phan Thị Thu Thúy, Phan Xuân Cường**

*Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM*

**Ngày gửi bài: 18/11/2016**

**Ngày chấp nhận đăng: 28/11/2016**

**TÓM TẮT**

Việc nghiên cứu và tìm hiểu về “bán hàng đa cấp” ở một mức độ nào đó là hết sức cần thiết đối với sinh viên để có cái nhìn đúng đắn về hình thức kinh doanh này, giúp cho một bộ phận sinh viên (sv) còn lúng túng với nó có được những kiến thức cơ bản nhất, đồng thời giúp cho những sinh viên tham gia bán hàng đa cấp có được cái nhìn toàn diện hơn về công ty mình đang tham gia để tự mình đánh giá và rút ra những nhận xét của riêng mình với mục đích sinh viên có thể tận dụng được những lợi ích và tránh được những ảnh hưởng tiêu cực từ mô hình kinh doanh này mang lại.

**MULTI-LEVEL SALES: ACTUAL SITUATIONS AND SOLUTIONS FOR HUFU'S STUDENTS**

**ABSTRACT**

The study aims to learn about the multi-level marketing at a certain level is essential for students to have a correct view of this business model, makes a strange part of students also anymore for it is the most basic knowledge, and help for students who participate in multi-level marketing has been more comprehensive view of your company is participating with its own evaluation and draw comments my own with the aim that students can take advantage of benefits and avoid the negative effects from this business model brings.

**1. KHÁI NIỆM BÁN HÀNG ĐA CẤP**

Bán hàng đa cấp (BHĐC) hay kinh doanh theo mạng là những cái tên vừa mới xuất hiện trên thị trường được vài năm gần đây, mặc dù hình thức kinh doanh này thực sự có phần trội hơn những hình thức kinh doanh khác trong nhiều mặt (điều này sẽ được nêu ở phần sau), tuy nhiên khi nó du nhập vào Việt Nam, nhưng như nó đã biến tướng khá nhiều, và được biết đến với cái tên kinh doanh theo “mô hình tháp ảo”. Nhiều công ty mới mọc tên sử dụng hình thức kinh doanh theo mô hình tháp ảo tức kinh doanh đa cấp bất chính đã lừa đảo không biết bao nhiêu người dân Việt Nam vào mạng lưới và bóp méo suy nghĩ của phần đông người dân về bán hàng đa cấp chân chính, ảnh hưởng đến sự phát triển của hình thức kinh doanh này. Và những khái niệm sau đây mà chúng tôi đã tìm kiếm và tổng hợp từ nhiều tài liệu sẽ phần nào có thể hệ thống hóa lại toàn bộ các khái niệm liên quan đến đa cấp, giúp mọi người hiểu một cách rõ ràng nhất về đa cấp.

**2. THỰC TRẠNG BÁN HÀNG ĐA CẤP Ở SINH VIÊN**

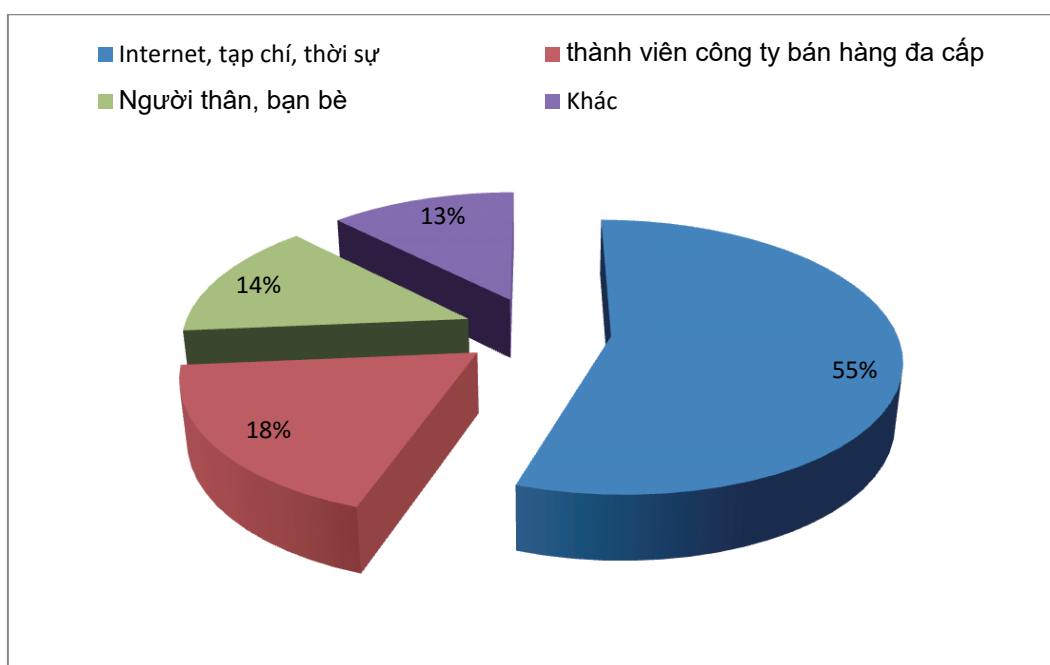
**2.1. Đánh giá của sinh viên HUFU về bán hàng đa cấp**

Kết quả khảo sát trên 486 sinh viên, trong đó có 55 sinh viên (11.4%) chưa từng biết hay tìm hiểu về hoạt động này, còn phần lớn sinh viên (431 sinh viên, chiếm 88.6%) đã từng biết hoặc đã từng tìm hiểu về loại hình kinh doanh này.

**Bảng 2.1. Tỷ lệ của sinh viên HUFİ về hoạt động bán hàng đa cấp**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Know	431	88.6	88.6	88.6
	No	55	11.4	11.4	11.4
	Total	486	100	100.0	100

Trong 431 sinh viên đó, thì có 55,2% sinh viên biết được thông tin từ Internet, tạp chí, thời sự, 18,6% được giới thiệu từ thành viên của công ty bán hàng đa cấp, 14% biết được thông tin từ bạn bè, người thân và 12,2% sinh viên biết thông tin từ một nguồn khác như việc giới thiệu của thầy cô trong các buổi sinh hoạt đầu khóa, sinh hoạt giữa khóa trên trường.



**Biểu đồ 2.1. Biểu đồ khảo sát về nguồn cung cấp thông tin bán hàng đa cấp cho sinh viên**

Như vậy có thể thấy phần lớn sinh viên biết được thông tin về bán hàng đa cấp thông qua internet, tạp chí, thời sự, điều này cũng là dễ hiểu với sự bùng nổ thông tin như hiện nay thì nguồn tiếp cận này là nhanh nhất, phổ biến nhất. Ngoài ra, việc giới thiệu, thâm nhập của nhân viên công ty bán hàng đa cấp đến sinh viên cũng không phải là ít, xếp thứ hai với 18%, xếp thứ ba là từ bạn bè người thân và từ các nguồn khác. Như vậy các nguồn tiếp cận của sinh viên khá phong phú, đa dạng.

**2.2. Điều tra nhận thức của sinh viên HUFİ về mục tiêu khi tham gia hình thức kinh doanh đa cấp**

Kết quả điều tra về nhận thức của sinh viên HUFİ về sự kỳ vọng vào việc tham gia hình thức kinh doanh đa cấp được thể hiện ở bảng 2.4 và biểu đồ 2.4.

**Bảng 2.2. Bảng tỷ lệ nhận thức của sinh viên HUFİ về mục tiêu khi tham gia hình thức kinh doanh đa cấp**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	Học được phong cách làm việc chuyên nghiệp	121	28	28	28
	Tăng thu nhập	86	20	20	20
	Bổ trợ kiến thức chuyên ngành	52	12	12	12
	Rèn luyện các kỹ năng mềm	150	35	35	35
	Khẳng định giá trị bản thân	22	5	5	5
	Total	431	100	100	100
<b>Missing</b>	System	0	0		
<b>Total</b>		431	100.0	100.0	100.0

Nhìn vào bảng trên, nhận thấy sinh viên HUFİ đặt nhiều kỳ vọng khi tham gia vào hình thức kinh doanh đa cấp, sinh viên đặc biệt chú trọng nhiều đến 2 vấn đề Rèn luyện các kỹ năng mềm (35%) xếp thứ nhất, thứ hai là Học được phong cách làm việc chuyên nghiệp (28%) và thứ ba là Tăng thu nhập (20%). Kỳ vọng mà sinh viên ít quan tâm nhất là Khẳng định giá trị bản thân (5%). Điều đó cho thấy, sinh viên chưa hiểu đầy đủ về mong muốn khi tham gia vào hình thức kinh doanh đa cấp. Vì mục đích chính khi tham gia vào bất kỳ hình thức kinh doanh nào cũng là để tăng thu nhập, tìm kiếm lợi nhuận. Nhưng qua khảo sát này thì việc mong đợi của sinh viên khi tham gia vào hình thức kinh doanh đa cấp chủ yếu hướng đến những giá trị giúp ích cho việc học tập của sinh viên, chưa chú ý nhiều đến mục đích chính của tham gia hoạt động kinh doanh là để tìm kiếm lợi nhuận. Điều đó cho thấy, mức độ nhận thức của sinh viên về vấn đề bán hàng đa cấp chưa cao, hiểu vấn đề còn mang tính phiến diện, kinh nghiệm.

Tuy nhiên, chúng ta cũng nhận thấy tín hiệu tích cực là, sinh viên rất quan tâm đến việc học tập, xem đây là một hoạt động giúp ích cho việc học tập, mong muốn tăng thu nhập xếp hạng 3 trong các kỳ vọng của sinh viên, chứng tỏ sinh viên chỉ muốn nó là hoạt động bổ trợ, giúp ích cho mình trong quá trình học tập, chứ không phải tham gia để bị lôi kéo, dụ dỗ đến mức bỏ học. Từ đây chúng ta cũng nhận thấy sinh viên đã nhận thức chưa đúng về mục tiêu khi tham gia vào một hình thức kinh doanh, chắc chắn với lựa chọn này thì sinh viên sẽ không gắn bó lâu dài với công việc kinh doanh, cần trang bị các kiến thức về bán hàng đa cấp để sinh viên có thể hiểu đầy đủ hơn, toàn diện hơn về hoạt động kinh doanh này.

Từ khảo sát thực trạng nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên ở trên, chúng tôi tiến hành tìm hiểu nguyên nhân làm ảnh hưởng đến nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên. Trên cơ sở khảo sát và qua phân tích lý luận và thực tiễn, chúng tôi đưa ra một số nguyên nhân làm ảnh hưởng đến nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên. Kết quả thu được thể hiện như sau:

Stt	Nguyên nhân	Lựa chọn	f	%
1	Việc nhận thức kém của bản thân sinh viên	Rất không đồng ý	32	9.6
		Không đồng ý	26	7.8
		Phân vân	20	6
		Đồng ý	211	63.6
		Rất đồng ý	43	13
2	Việc ít được cung cấp thông tin về bán hàng đa cấp	Rất không đồng ý	13	4
		Không đồng ý	30	9
		Phân vân	34	10.2
		Đồng ý	206	62
		Rất đồng ý	49	14.8
3	Việc thiếu thời gian tiếp cận và nguồn thông tin về vấn đề này	Rất không đồng ý	19	5.7
		Không đồng ý	25	7.6
		Phân vân	38	11.4
		Đồng ý	218	65.7
		Rất đồng ý	32	9.6
4	Do không nhận được sự giáo dục vấn đề này từ nhà trường và gia đình	Rất không đồng ý	19	5.7
		Không đồng ý	90	27.2
		Phân vân	44	13.2
		Đồng ý	152	45.8
		Rất đồng ý	27	8.1
5	Do tác động xấu từ bên ngoài đến sinh viên	Rất không đồng ý	16	4.9
		Không đồng ý	70	21
		Phân vân	69	20.8
		Đồng ý	143	43.1
		Rất đồng ý	34	10.2

Năm nguyên nhân được giới thiệu cho sinh viên để khảo sát, có nguyên nhân từ chính sinh viên (nguyên nhân chủ quan) và các nguyên nhân khác, chúng tôi nhận thấy hầu hết sinh

viên đều cho rằng nguyên nhân chính làm hạn chế nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên là “Việc nhận thức kém của bản thân SV” được xếp ở thứ hạng thứ nhất với tỉ lệ 63.6% sinh viên lựa chọn đồng ý, 13% sinh viên được lựa chọn rất đồng ý với nguyên nhân này. Các nguyên nhân khác xếp từ thứ hai đến cuối cùng là:

+ “Việc ít được cung cấp thông tin về bán hàng đa cấp” được xếp thứ hai với tỉ lệ 62% sinh viên được lựa chọn đồng ý, 14.8% rất đồng ý;

+ “Việc thiếu thời gian tiếp cận và nguồn thông tin về vấn đề bán hàng đa cấp” xếp thứ ba với tỉ lệ 65.7% sinh viên được lựa chọn đồng ý, 9.6% rất đồng ý;

+ “Do tác động xấu từ bên ngoài đến sinh viên” xếp thứ tư với tỉ lệ 43.1% sinh viên được lựa chọn đồng ý, 10.2% rất đồng ý;

+ “Do không nhận được sự giáo dục vấn đề này từ gia đình và nhà trường” xếp cuối cùng với tỉ lệ 45.8% sinh viên được lựa chọn đồng ý, 8.1% rất đồng ý.

### 2.3. Những vấn đề đặt ra

Qua kết quả trên cho thấy, nguyên nhân làm ảnh hưởng đến nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên phần nhiều thuộc về nguyên nhân chủ quan như do việc nhận thức (kém) của chính SV; việc ít được cung cấp thông tin; việc thiếu thời gian tiếp cận và nguồn thông tin về vấn đề bán hàng đa cấp. Các nguyên nhân khác như việc tác động xấu từ bên ngoài đến sinh viên; việc không nhận được sự tư vấn từ nhà trường và gia đình. Điều đó đòi hỏi để nâng cao nhận thức về bán hàng đa cấp cho sv cần có những giải pháp phù hợp và nên chú trọng đến các nguyên nhân chủ quan từ bản thân sinh viên.

Qua kết quả khảo sát CBGV trường Đại học Công nghiệp thực phẩm TP.HCM về những nguyên nhân làm ảnh hưởng trong nhận thức về bán hàng đa cấp của sv được thể hiện trong bảng 3.3 phụ lục 3 đã cho chúng tôi nhận định:

- Đa số CBGV đều nhìn nhận 5 nguyên nhân qua khảo sát ở sv và CBGV đều là những nguyên nhân làm ảnh hưởng nhận thức của sv trường đại học Công nghiệp thực phẩm TP.HCM.

- Việc sắp xếp trật tự các nguyên nhân làm ảnh hưởng trong nhận thức về bán hàng đa cấp của sv ở CBGV có những điểm không tương đồng so với sắp xếp trật tự các nguyên nhân của sv nói chung. Nếu sv lựa chọn nguyên nhân làm ảnh hưởng trong nhận thức về bán hàng đa cấp của chính họ xếp theo thứ tự từ trên xuống dưới là: Nhận thức kém của Sinh viên - ít được cung cấp thông tin về bán hàng đa cấp - Thiếu thời gian tiếp cận và nguồn thông tin về vấn đề bán hàng đa cấp - Tác động xấu từ bên ngoài - Không nhận được sự chỉ bảo và giáo dục của gia đình và nhà trường. Thì với ý kiến của CBGV trường Đại học Công nghiệp thực phẩm TP.HCM các nguyên nhân làm ảnh hưởng trong nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên được xếp theo thứ tự sau: nguyên nhân “ít được cung cấp thông tin” chiếm tỉ lệ 52% tổng số CBGV được điều tra xếp thứ nhất; xếp thứ hai là nguyên nhân “Không nhận được sự chỉ bảo và giáo dục của gia đình và nhà trường” chiếm tỉ lệ 48%; nguyên nhân “Do tác động xấu từ bên ngoài” chiếm 44% xếp thứ ba; nguyên nhân “Nhận thức của sv về vấn đề này kém” xếp

thứ tư và do “Thiếu thời gian tiếp cận và nguồn thông tin” xếp cuối cùng với tỉ lệ 16%. Mặc dù có những điểm không tương đồng trong sắp xếp thứ tự các nguyên nhân nhưng cả CBGV và sinh viên đều cho rằng có những nguyên nhân chủ quan và khách quan làm ảnh hưởng trong nhận thức trong nhận thức về bán hàng đa cấp của sinh viên.

Như vậy: qua khảo sát ở CBGV và sinh viên về 5 nguyên nhân làm ảnh hưởng đến nhận thức bán hàng đa cấp của sv, nhận thấy nguyên nhân “ít được cung cấp thông tin” về bán hàng đa cấp được cả CBGV và sinh viên cho là nguyên nhân cơ bản (xếp thứ nhất - theo CBGV và xếp thứ hai - theo SV).

Kết quả khảo sát ở sv về mức độ ảnh hưởng của các nguồn thông tin (6 nguồn) giúp sv có hiểu biết về bán hàng đa cấp được thể hiện ở bảng 28.1 và 28.3 (phần phụ lục 2) cho phép chúng tôi có nhận định:

- Các nguồn thông tin với mức độ ảnh hưởng “Không có” ở sv nói chung xếp theo thứ tự là: từ “các trung tâm tư vấn” với tỉ lệ 41% xếp thứ nhất; từ “các buổi sinh hoạt tập thể” với 24.4% xếp thứ hai; xếp thứ ba và thứ tư là từ “bạn bè” với tỉ lệ 13.3% và từ “gia đình” với tỉ lệ 12.3%; xếp thứ năm và thứ sáu là từ “thầy cô” với 8.4% và từ “phương tiện thông tin đại chúng” với 2.4%.

- Các nguồn thông tin với mức độ ảnh hưởng “ít” ở sv nói chung xếp theo thứ tự là: từ “các buổi sinh hoạt đoàn thể” với tỉ lệ 27.7% xếp thứ nhất; từ “thầy cô” với 22.3% xếp thứ hai; xếp thứ ba và thứ tư là từ “các trung tâm tư vấn” với tỉ lệ 22% và từ “gia đình” với tỉ lệ 20.5%; xếp thứ năm và thứ sáu là từ “bạn bè” với 20.2% và từ “phương tiện thông tin đại chúng” với 9%.

Với kết quả khảo sát trên cho thấy: nguồn thông tin có mức độ ảnh hưởng “thường xuyên” giúp sv có hiểu biết về bán hàng đa cấp ở sv nói chung xếp theo thứ tự là từ “phương tiện thông tin đại chúng” do chính sv nhận thức và tiếp cận được; từ “gia đình”; từ “bạn bè”; từ “thầy cô”; từ “các trung tâm tư vấn” hay từ “các buổi sinh hoạt đoàn thể”. Điều đó chứng tỏ để khắc phục hạn chế trong nhận thức bán hàng đa cấp cho sv, ngoài việc phát huy tính tích cực nhận thức của bản thân sv thì cần cung cấp thông tin cho sv từ nhiều nguồn khác nhau đặc biệt là qua phương tiện thông tin đại chúng, tác động của gia đình.

Chính vì vậy: Cũng qua các kết quả khảo sát trên nhất là khi tìm hiểu nguyên nhân và nguồn thông tin làm ảnh hưởng nhận thức bán hàng đa cấp của sv đã giúp chúng tôi có cơ sở để khẳng định các giả thuyết khoa học được đưa ra là phù hợp:

- Nhận thức của sinh viên hệ đại học chính quy trường Đại học Công nghiệp thực phẩm TP.HCM còn chưa đầy đủ ở các nội dung cơ bản của bán hàng đa cấp.

- Có thể nâng cao nhận thức của sinh viên trường Đại học Công nghiệp thực phẩm TP.HCM về bán hàng đa cấp bằng việc cung cấp thông tin, kiến thức và phát huy tính tích cực nhận thức của sinh viên trong tiếp cận các vấn đề về bán hàng đa cấp.

### **3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NHẬN THỨC CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THỰC PHẨM TP.HCM VỀ BÁN HÀNG ĐA CẤP**

Thứ nhất, phát huy tính tích cực nhận thức của chính sinh viên về bán hàng đa cấp. Dưới góc độ của lý thuyết nhận thức, có thể nói sự học tập của sinh viên là một quá trình nhận thức được tổ chức một cách riêng biệt, dưới sự điều khiển của giảng viên nhằm giúp sv đạt mục tiêu học tập ở đại học. Trong hoạt động nhận thức - học tập của sinh viên diễn ra những quá trình tâm lý cao cấp và nói lên đặc trưng căng thẳng mạnh mẽ về trí óc. Đặc điểm quá trình nhận thức ở sinh viên khác hẳn lứa tuổi học sinh về sự phát triển, tính chọn lọc cao và độc lập, sáng tạo.

Thứ hai, cung cấp thông tin, kiến thức về bán hàng đa cấp cho sinh viên.

Việc sớm trang bị đầy đủ và có hệ thống các kiến thức về bán hàng đa cấp cho sinh viên sẽ giúp họ có hiểu biết sâu rộng, đầy đủ, tạo lập cho họ có một mục tiêu rõ ràng khi muốn tham gia vào hình thức kinh doanh này đồng thời còn giúp cho xã hội không phải đối mặt với nhiều hệ quả xã hội nhất là vấn đề bỏ học để tham gia vào hình thức này.

Do vậy, biện pháp “Cung cấp thông tin, kiến thức về bán hàng đa cấp cho sinh viên” đòi hỏi các lực lượng giáo dục một mặt cần cung cấp đầy đủ và hệ thống thông tin, kiến thức về bán hàng đa cấp cho sinh viên.

Thứ ba, lồng ghép giới thiệu về bán hàng đa cấp trong các hoạt động của tổ chức Đoàn thanh niên, các buổi sinh hoạt đầu khóa, sinh hoạt giữa khóa giúp sinh viên nhận thức đúng đắn về hoạt động này. Đặc biệt việc tổ chức câu lạc bộ chuyên đề có tác dụng lớn giúp sv mở rộng, nâng cao kiến thức, sự hiểu biết thực tế, năng lực giao tiếp và phát triển óc sáng tạo, sự say mê. Vì vậy, tổ chức câu lạc bộ trong nhà trường cao đẳng, đại học hướng tới việc thực hiện 3 chức năng: Giáo dục nâng cao mở rộng, kiến thức - Chức năng giao tiếp - Chức năng vui chơi giải trí.

Thứ 4, kết hợp các lực lượng giáo dục trong giáo dục về bán hàng đa cấp.

Quan điểm tiếp cận tổng hợp đối với quá trình sư phạm đòi hỏi phải tổ chức đúng đắn và kết hợp chặt chẽ quá trình giáo dục ở nhà trường, quá trình giáo dục gia đình và quá trình giáo dục xã hội thành một quá trình thống nhất, liên tục, hướng vào việc phát triển nhân cách toàn diện của người được giáo dục. Trong đó việc kết hợp các lực lượng giáo dục, khai thác tiềm năng của họ trong các môi trường giáo dục thiết nghĩ là điều cần thiết.

#### **4. KẾT LUẬN**

Sau một thời gian tìm hiểu, khảo sát và phân tích, chúng tôi phần nào đã đưa ra một cái nhìn tổng quát nhất về nhận thức bán hàng đa cấp của sinh viên HUFU. Chúng tôi đã chỉ ra ích lợi hiệu quả khi tham gia vào hình thức kinh doanh này, giúp mang lại cơ hội cho sinh viên tạo ra thu nhập chính đáng, nâng cao kiến thức, học hỏi và phát triển các kỹ năng nghề nghiệp cũng như phát triển bản thân. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng chỉ ra những hạn chế trong nhận thức của sinh viên, những nguyên nhân của những hạn chế này, những tồn tại cần khắc phục trong nhận thức của sinh viên, từ đó đề ra những biện pháp, đưa ra những kiến nghị giúp nâng cao nhận thức của sinh viên HUFU về bán hàng đa cấp. Từ đó giúp sinh viên có cái nhìn đúng đắn hơn, toàn diện hơn khi quyết định tham gia vào hình thức kinh doanh này hay không .

Chúng tôi thiết nghĩ, bán hàng đa cấp là mô hình kinh doanh tiên tiến, hiện đang phát triển mạnh ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Tại Việt Nam, mô hình BHĐC đã được pháp luật thừa nhận. Các công ty thực hiện hoạt động BHĐC tại Việt Nam phải đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền và phải tuân thủ theo các qui định của pháp luật. Tuy chỉ mới xuất hiện tại thị trường Việt Nam hơn 10 năm qua, ngành BHĐC đã có những bước phát triển đáng kể và thu hút được một lượng người tham gia lên đến hơn một triệu người. Đây là một hình thức kinh doanh có nhiều cơ hội phát triển mạnh trong tương lai, do đó đòi hỏi sinh viên nếu có tham gia cũng phải đầu tư một cách nghiêm túc về thời gian, công sức và khả năng chứ không phải tham gia như một cuộc dạo chơi. Điều đó, đòi hỏi sự quan tâm, giúp đỡ của các lực lượng giáo dục trong việc nâng cao nhận thức của sinh viên HUFI về hoạt động bán hàng đa cấp.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Đặng Thị Cẩm Thúy, 2013, “Nhận diện kinh doanh đa cấp trái pháp luật ở Việt Nam”, *Nghiên cứu kinh tế*, số 2, năm 2013, trang 27 – 31.
- [2]. Hiệp Hội Bán Hàng Đa Cấp Việt Nam, *Điều lệ Hiệp Hội Bán Hàng Đa Cấp Việt Nam* (được phê duyệt ngày 02 tháng 10 năm 2009, thứ trưởng Bộ Nội vụ Nguyễn Chí Dũng).
- [3]. Hồng Thúy, 2009, “Network marketing uy lực và rủi ro”, *Marketing Việt Nam*, số 55, tháng 6 năm 2009.
- [4]. Ngô Thanh Loan, 2011, *Khởi nghiệp từ kinh doanh theo mạng*, NXB Phương Đông.  
Nguyễn Tiến Dũng, 2008, *Những điều cần biết về kinh doanh theo mạng*, NXB Văn Hóa Thông Tin.
- [5]. Ninh Thị Minh Phương, 2012, *Pháp luật về bán hàng đa cấp bất chính ở Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ ngành Luật kinh tế.