

## **NHẬN THỨC VỀ VIỆC KINH DOANH ĐA CẤP CỦA SINH VIÊN Ở MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC TẠI TP.HCM**

*SV: Nguyễn Hoàng Lan Vy; Trương Thị Hiếu*

Khoa Khoa học xã hội và nhân văn

### **MỞ ĐẦU**

#### **1. Lý do chọn đề tài**

Thời gian gần đây, các phương tiện thông tin thường đăng tải về việc sinh viên tham gia mô hình kinh doanh đa cấp với những chiều hướng tiêu cực. Dù mô hình kinh doanh này không mấy xa lạ trên thế giới nhưng tại Việt Nam thì đây là ngành còn khá mới mẻ, chưa được phát triển nhiều. Lợi dụng điều này nên đã có rất nhiều công ty núp bóng dưới dạng hình thức kinh doanh này để trục lợi bất chính. Đối tượng mà các công ty này hướng đến rất đa dạng, đặc biệt là các bạn sinh viên. Dựa vào nhu cầu, tâm lý của sinh viên như cần thu nhập, cả tin, dễ lời kéo, muốn khẳng định bản thân,... cùng với những khoảng thu chi hoa hồng hấp dẫn mà các công ty đưa ra nên đã có rất nhiều sinh viên sập bẫy đa cấp bất chính. Bên cạnh đó, thông tin về ngành kinh doanh này còn chưa nhiều và chủ yếu là những thông tin tiêu cực khiến sinh viên cũng như các bậc phụ huynh lo lắng, hoang mang. Các bạn sinh viên là nạn nhân của những công ty đó đã và đang phải gánh chịu những hệ quả khôn lường của việc tham gia mô hình kinh doanh bất chính này. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến cá nhân mà còn ảnh hưởng đến rất nhiều khía cạnh khác của cuộc sống. Bên cạnh những người là nạn nhân thì cũng có những người thực sự thành công trong công việc kinh doanh này. Bởi lẽ, vấn đề nào cũng có hai mặt của nó nên cần nhìn ở nhiều khía cạnh khác nhau chứ không nên nhìn phiến diện từ một phía. Việc các bạn sinh viên tham gia mô hình này phải chăng chỉ là vì lợi nhuận có được hay còn những lý do nào khác, nó thật sự tiêu cực như những gì truyền thông đã đưa tin? Với mong muốn tìm hiểu xem sinh viên có những hiểu biết như thế nào về kinh doanh đa cấp và nguyên nhân sinh viên tham gia vào về vấn đề này là do đâu. Chính vì vậy, chúng tôi đi vào nghiên cứu “Nhận thức về việc kinh doanh đa cấp của sinh viên tại một số trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM)”.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

Tìm hiểu thực trạng nhận thức và những yếu tố ảnh hưởng đến cá nhân sinh viên về việc tham gia vào công việc kinh doanh đa cấp. Từ đó, người nghiên cứu có thể đề xuất một số giải pháp giúp nâng cao trình độ nhận thức của sinh viên về việc kinh doanh đa cấp.

## **3. Đối tượng và khách thể nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu: Nhận thức về việc kinh doanh đa cấp

Khách thể nghiên cứu: Sinh viên tại một số trường đại học ở TP.HCM

## **4. Giả thuyết nghiên cứu**

Đa số sinh viên hiện nay có nhận thức chưa cao về công việc kinh doanh đa cấp.

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên tham gia vào kinh doanh đa cấp nhưng yếu tố ảnh hưởng nhất là liên quan đến thu nhập của sinh viên.

## **5. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Nghiên cứu về một số vấn đề lý luận có liên quan đến đề tài: kinh doanh, nhận thức, nhận thức về kinh doanh đa cấp.

Nghiên cứu về thực trạng nhận thức và yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên tham gia vào kinh doanh đa cấp.

Đề xuất một số giải pháp để giúp sinh viên nâng cao nhận thức về công việc kinh doanh đa cấp.

## **6. Giới hạn đề tài**

Đề tài chỉ nghiên cứu ở 3 mặt: nhận thức, thái độ và hành vi của những bạn sinh viên về việc kinh doanh đa cấp.

## **7. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Điều tra bằng bảng hỏi

Phương pháp thống kê bằng phần mềm SPSS

## **NỘI DUNG**

### **1. Cơ sở lý luận**

#### **1.1. Lịch sử nguyên cứu**

##### **1.1.1. Ở nước ngoài**

Kinh doanh theo mạng gắn liền với tên tuổi của nhà hóa học người Mỹ Karl Renborg (1887-1973). Ông là người đầu tiên đã ứng dụng ý tưởng tiếp thị mạng lưới vào trong cuộc

sống, tạo ra một hệ thống kinh tế, một ngành kinh doanh được coi là có triển vọng nhất trong thế kỷ 21.

Từ năm 1990, nhờ sự tiến bộ vượt bậc của công nghệ và truyền thông, kinh doanh theo mạng mang màu sắc mới. Các nhà phân phối có thể đơn giản hóa công việc của mình nhờ vào điện thoại, internet,... Ở giai đoạn này - mà theo các chuyên gia gọi là *làn sóng thứ ba* - nhà phân phối giỏi không cần phải là một nhà hùng biện và đi lại như con thoi giữa các mạng lưới. Bất kỳ ai cũng có thể sử dụng thời gian nhàn rỗi của mình để tham gia công việc và làm việc ở bất cứ đâu. Các công ty bán hàng truyền thống như Ford, Colgate, Coca-Cola và nhiều công ty nổi tiếng khác đã bắt đầu áp dụng phương pháp kinh doanh theo mạng để phân phối sản phẩm độc đáo của mình.

#### 1.1.2. Ở Việt Nam

Vào những năm 1999-2000, kinh doanh đa cấp bắt đầu xuất hiện tại Việt Nam với một vài công ty hoạt động nhỏ lẻ. Từ khi Luật cạnh tranh ra đời vào cuối năm 2004 và Nghị định 110/NĐ-CP được ban hành vào năm 2005, kinh doanh đa cấp đã được công nhận là mô hình kinh doanh hợp pháp tại Việt Nam, chịu sự quản lý bởi luật pháp.

Khóa luận tốt nghiệp của sinh viên Dương Ngọc Quỳnh (2009), Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Ngoại Thương với đề tài: “Hoạt động kinh doanh đa cấp tại Việt Nam - Thực trạng và giải pháp”. Khóa luận này tập trung nghiên cứu về thực trạng kinh doanh đa cấp thông qua việc giới thiệu một số công ty điển hình đang hoạt động cũng như một số chính sách pháp lý đối với kinh doanh đa cấp. Dựa trên xu hướng phát triển của ngành kinh doanh đa cấp tại Việt Nam cũng như trên thế giới từ đó đề ra giải pháp cho các hoạt động kinh doanh đa cấp tại Việt Nam. Tác giả đã khẳng định rằng “mô hình kinh doanh đa cấp vốn không phải là hoạt động bất chính, chỉ có người kinh doanh sử dụng nó với mục đích bất chính” và hy vọng ngành kinh doanh này sẽ sớm đi vào khuôn khổ ổn định nhờ chính sách pháp luật hỗ trợ cũng như sự nhận thức đúng đắn của doanh nghiệp và mọi người về kinh doanh đa cấp.

Trong đề tài nghiên cứu về “Tìm hiểu việc tham gia bán hàng đa cấp của sinh viên ĐHQG TP.HCM” của nhóm sinh viên trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP.HCM (2010) cho rằng hầu hết các công ty đa cấp tại Việt Nam chưa hoàn toàn làm đúng với tiêu chí của ngành kinh doanh này như đã hứa hẹn. Nhóm tác giả cũng cho rằng sinh viên chỉ nên tham gia học hỏi chứ không nên nghỉ học để bán hàng đa cấp.

Tóm lại, trên thế giới có nhiều công trình, đề tài nghiên cứu về kinh doanh đa cấp. Tuy nhiên, ở Việt Nam dưới góc độ tâm lý – xã hội vẫn còn rất ít đề tài nghiên cứu về kinh doanh đa cấp.

## **1.2. Nhận thức**

### *1.2.1. Khái niệm nhận thức*

Theo từ điển Giáo dục học: “Nhận thức là quá trình hoặc kết quả phản ánh và tái hiện hiện thực vào trong tư duy của con người”. Như vậy, nhận thức được hiểu là một quá trình, là kết quả của phản ánh. Nhận thức là quá trình con người nhận biết về thế giới, hay là kết quả của quá trình nhận thức đó.

Theo Phạm Minh Hạc “nhận thức là quá trình phản ánh hiện thực xung quanh, hiện thực của bản thân mình, trên cơ sở đó con người tỏ thái độ và hành động đối với thế giới xung quanh và đối với bản thân mình” [2].

Theo PGS.TS Trần Tuấn Lộ “Nhận thức là những quá trình tâm lý nhằm mục đích đem lại cho chủ thể sự hiểu biết về những sự vật và hiện tượng trong môi trường chung quanh về bản thân mình” [4; tr2].

### *1.2.2. Mức độ nhận thức*

Mức độ 1: Là mức độ nhận thức ở bậc thấp, chỉ nắm được những dấu hiệu bên ngoài của khái niệm, chưa có được khả năng liên hệ những dấu hiệu bên ngoài với bản chất bên trong, chưa có khả năng vận dụng để giải quyết những tình huống, những hiện tượng. Hiểu biết ở mức độ này được biểu hiện bằng các dấu hiệu sau: Nhận ra vấn đề, nhận biết được hình thức bên ngoài, nhận biết được một số biểu hiện cụ thể.

Mức độ 2: Nắm được một số thuộc tính bản chất, nắm được một mối liên hệ giữa những thuộc tính bản chất với những dấu hiệu bên ngoài, nắm được một số khái niệm nhưng có thể chưa biết vận dụng tốt những thuộc tính đó để giải quyết vấn đề.

Mức độ 3: Nắm vững các thuộc tính bản chất, nắm vững khái niệm và có thể dùng khái niệm để giải quyết vấn đề, tình huống phức tạp [3; tr18].

## **1.3. Kinh doanh đa cấp**

Hiện nay có khá nhiều khái niệm khác nhau về kinh doanh đa cấp:

Theo nghị định số 42/2014 của chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp thì: “Kinh doanh theo phương thức đa cấp là hình thức kinh doanh thông qua mạng lưới người tham gia gồm nhiều cấp, nhiều nhánh khác nhau, trong đó, người tham gia được hưởng hoa

hồng, tiền thưởng và các lợi ích kinh tế khác từ hoạt động kinh doanh của mình và của mạng lưới do mình xây dựng”.

Theo Hiệp hội kinh doanh đa cấp Việt Nam: “Kinh doanh đa cấp là tổ chức kinh doanh gồm nhiều tầng, được xây dựng nhằm lưu hành hàng hóa từ điểm sản xuất đến người tiêu dùng qua những mối giao tiếp giữa mọi người với nhau”.

#### **1.4. Nhận thức của sinh viên về kinh doanh đa cấp**

##### **1.4.1. Khái niệm nhận thức của sinh viên về kinh doanh đa cấp**

Nhận thức về kinh doanh đa cấp là quá trình phản ánh sự hiểu biết của sinh viên về hoạt động kinh doanh nhiều tầng để lưu thông hàng hóa từ nơi sản xuất đến người tiêu dùng thông qua mối quan hệ giao tiếp trên cơ sở đó sinh viên tổ thái độ và hành động đối với hoạt động kinh doanh đa cấp.

##### **1.4.2. Biểu hiện**

Căn cứ vào các mức độ của nhận thức, nhận thức của sinh viên về kinh doanh đa cấp thể hiện cụ thể như sau:

Mức 1: Ở mức độ nhận thức này, sinh viên chỉ dừng lại ở việc nhận ra, biết được những loại hình kinh doanh đa cấp, có những mô hình kinh doanh nào và pháp luật có những quy định gì liên quan đến việc kinh doanh đa cấp.

Mức 2: Sinh viên phải biết bản chất của việc kinh doanh đa cấp là gì, từng mô hình, từng quy định của pháp luật Việt nam về kinh doanh đa cấp có vai trò, ý nghĩa như thế nào đối với người tham gia vào hoạt động kinh doanh đa cấp.

Sinh viên phải có sự hiểu biết rất rõ, cụ thể bản chất về kinh doanh đa cấp và khi gặp tình huống phức tạp có thể giải quyết được vấn đề liên quan đến bản thân mình.

#### **1.5. Một số nguyên nhân ảnh hưởng nhận thức của sinh viên về việc tham gia vào kinh doanh đa cấp**

##### ***Thu nhập***

Hiện nay, sinh viên có xu hướng muốn được tự lập về tài chính, công việc có nguồn thu nhập cao thường nhận được nhiều sự quan tâm từ sinh viên. Bên cạnh đó, khi tiếp cận với các chính sách trả thưởng hấp dẫn từ các công ty kinh doanh đa cấp thu hút nhiều sinh viên tham gia.

##### ***Các mối quan hệ xã hội***

Mối quan hệ là nguồn vốn quan trọng trong cuộc sống. Khi các mối quan hệ được mở rộng thì sinh viên được tiếp cận nhiều nguồn thông tin khác nhau. Nhưng sinh viên dễ

gặp phải ảnh hưởng từ những luồng ý kiến trái chiều về kinh doanh đa cấp thông qua các mối quan hệ thân cận.

*Môi trường làm việc*

Đây là một môi trường năng động và sinh viên nhận được nhiều sự giúp đỡ trong việc hoàn thiện bản thân cũng như trau dồi các kỹ năng cần thiết cho bản thân. Sinh viên có cơ hội cọ sát, học tập và thực hành các kỹ năng cũng như tiếp cận nhiều những đối tượng khác nhau để phát triển bản thân.

*Muốn khẳng định bản thân*

Sinh viên là lứa tuổi tràn đầy nhiệt huyết của tuổi trẻ, sự năng động, đam mê học hỏi, hiện thực hóa những hoài bão của riêng mình. Các công ty kinh doanh khai thác khá tốt việc khơi gợi những ước mơ của sinh viên. Điều này giúp sinh viên nhận định rõ hơn về bản thân đồng thời thúc đẩy họ chủ động thay đổi mình để hoàn thiện hơn.

**2. Kết quả nghiên cứu**

**2.1. Mô tả mẫu nghiên cứu**

*Bảng 1: Đặc điểm khách thể nghiên cứu*

Khách thể nghiên cứu		Giới tính				Tổng	
		Nam		Nữ			
Trường	ĐH Văn Hiến	51	23,4%	96	34%	147	29,4%
	ĐH Sư phạm kỹ thuật	86	39,4%	32	11,3%	118	23,6%
	ĐH Mở	35	16,1%	104	36,9%	139	27,8%
	ĐH Nông Lâm	46	21,1%	50	17,7%	96	19,2%
<b>Tổng</b>		<b>218</b>	<b>100%</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>
Năm học	Năm 1	46	21,1%	52	18,4%	98	19,6%
	Năm 2	85	39%	163	57,8%	248	49,6%
	Năm 3	75	34,4%	59	20,9%	134	26,8%
	Năm 4	12	5,5%	8	2,8%	20	4%
<b>Tổng</b>		<b>218</b>	<b>100%</b>	<b>282</b>	<b>100%</b>	<b>500</b>	<b>100%</b>

Qua kết quả thống kê ta thấy sinh viên năm 2 chiếm tỷ lệ cao nhất (49,6%) ở cả nam và nữ. Trong khi đó, sinh viên năm 1 và năm 3 chỉ chiếm 19,6% và 26,8% ở cả nam và nữ, thấp nhất là sinh viên năm 4 chỉ chiếm 4% trong tổng số lượng sinh viên khảo sát. Trong

đề tài này sinh viên ĐH Văn Hiến chiếm cao nhất (29,4%), kế đến là ĐH Mở chiếm 27,8% và lần lượt là ĐH Sư phạm Kỹ thuật (23,6%), ĐH Nông Lâm (19,2%).

## 2.2. Thực trạng nghiên cứu về kinh doanh đa cấp của sinh viên

### 2.2.1. Đánh giá mức độ nhận thức của sinh viên về việc kinh doanh đa cấp (KDĐC)

Bảng 2: Mức độ nhận thức của sinh viên về việc KDĐC

Nhận thức về kinh doanh đa cấp	Mean	Độ lệch chuẩn	Xếp hạng
Là phương thức tiếp thị sản phẩm, bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng mà không qua đại lý hay cửa hàng bán lẻ	2.25	1.04	12
Là phương thức tận dụng chính thói quen của người tiêu dùng khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ tốt thường đem chia sẻ cho người thân, bạn bè và những người xung quanh.	2.51	1.11	11
Mô hình kinh doanh nhị phân cho phép mỗi thành viên tham gia bán hàng tuyển 2 thành viên khác để tham gia vào việc bán hàng	3.09	1.27	9
Mô hình kinh doanh ma trận cho phép mỗi thành viên tham gia bán hàng tuyển nhiều hơn 2 thành viên khác để tham gia vào việc bán hàng nhưng số lượng bao nhiêu phải phù thuộc vào chính sách, quy định của công ty.	3.32	1.23	4
Mô hình bậc thang ly khai cho phép thành viên tham gia theo từng nhánh (NPP) tuyển người không giới hạn	3.23	1.26	6
Mô hình bậc thang ly khai được quản lý theo hệ thống cấp bậc, tức là hoa hồng sẽ được phân chia theo hệ thống cấp bậc	3.07	1.26	8
Mô hình bậc thang ly khai cho phép NPP tuyển dưới của 1 NPP cấp 1 được tách thành 1 nhánh độc lập nếu đạt được cấp bậc nhất định	3.47	1.23	1

Những quy định của pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp	3.44	1.29	2
Những loại hàng hóa không được kinh doanh theo hình thức đa cấp mà pháp luật quy định	3.19	1.31	7
Hàng hóa kinh doanh theo phương thức đa cấp phải đáp ứng những quy định của pháp luật.	3.03	1.25	10
Những quy định của pháp luật về những hành vi bị cấm đối với doanh nghiệp KDĐC	3.24	1.23	5
Những quy định của pháp luật về những hành vi bị cấm đối với các thành viên tham gia bán hàng đa cấp	3.34	1.26	3
<b>Trung bình chung</b>	<b>3.098</b>		

Kết quả bảng 2 cho thấy, mức độ nhận thức của sinh viên chỉ ở mức trung bình là 3,098. Cụ thể như sau:

Sinh viên nhận thức “Mô hình bậc thang ly khai cho phép NPP tuyến dưới của 1 NPP cấp 1 được tách thành một nhánh độc lập nếu đạt được cấp bậc nhất định” ở mức cao với điểm TB là 3.47, xếp thứ 1. Việc tách nhánh ở mô hình bậc thang ly khai, đây là một cách thức để xét chế độ hoa hồng, khuyến khích người tham gia xây dựng và phát triển hệ thống của mình khi đã đạt được cấp bậc nhất định. Tuy nhiên, không phải công ty đa cấp nào cũng áp dụng hình thức này. Dù vậy nhưng các đối tượng kinh doanh đa cấp bất chính thường dùng điều này để giới thiệu, lôi kéo người tham gia, nhất là sinh viên, bởi muốn tách nhánh thì luôn đi kèm theo những điều kiện nhất định, khi tham gia lâu thì sẽ nắm rõ điều này. Mô hình này cho phép NPP tham gia tuyển dụng người không giới hạn (hạng 6) và đây là mô hình hợp pháp trong kinh doanh đa cấp. Các mức chia lợi nhuận và hoa hồng trong mô hình này khá công bằng dựa trên các cấp bậc mà NPP đạt được (hạng 8). Nhưng do suy nghĩ kinh doanh đa cấp chỉ có chung một hình thức chia lợi nhuận như nhau mà nhiều người không biết điều này. Thông thường, những ai tham gia vào công ty áp dụng hình thức này mới biết được thôi.

Xếp thứ 2 là “Những quy định của pháp luật về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp” với điểm TB là 3.44. Thời gian hai năm trở lại đây thì việc bùng nổ mô hình kinh doanh đa cấp đã làm nhiều người hoang mang, râm rộ trong giới sinh viên và kèm theo dấu hiệu biến tướng trong mô hình kinh doanh này. Vì vậy, các phương tiện truyền thông đưa tin



vẫn nhắc đến kèm trong các tin tức liên quan đến kinh doanh đa cấp. Các qui định của pháp luật được đăng tải nhiều trên các phương tiện thông tin nên sinh viên có thể dễ dàng nhìn thấy, nghe qua. Tuy nhiên, những nội dung bên trong các văn bản qui định thì không được sinh viên chú ý đến nhiều.

Những qui định trong kinh doanh đa cấp đối với doanh nghiệp và người tham gia kinh doanh đa cấp được xếp lần lượt là hạng 3 và hạng 5. Những điều này chỉ được chú ý khi đó là công ty đang hoạt động hay người đã, đang và có ý định tham gia mới tìm hiểu sau, còn sinh viên thường không quan tâm đến vấn đề này. Chưa kể đến việc có tham gia cũng ít khi tìm hiểu kỹ vì họ chỉ làm theo sự hướng dẫn của người bảo trợ của họ thôi.

Xếp thứ 4 là khái niệm về mô hình ma trận trong kinh doanh đa cấp và đây cũng là mô hình được nhiều bạn sinh viên biết đến. Mô hình này được nhiều công ty đa cấp tại Việt Nam áp dụng kinh doanh. Nhưng có rất ít người hiểu về mô hình này và biết rằng đây là mô hình đa cấp bị cấm áp dụng trong kinh doanh đa cấp, đó là mô hình bất hợp pháp và chính mô hình này đã khiến nhiều sinh viên trở thành nạn nhân của kinh doanh đa cấp bất chính, giúp các đối tượng xấu lợi dụng trực lợi từ mô hình ma trận này. Đây cũng là mô hình được xem là hình thức bất hợp pháp trong kinh doanh đa cấp chính là mô hình nhị phân (hạng 9). Lợi nhuận được chia không công bằng, thường được xem như kiểu người vào sau làm người đến trước được hưởng. Hệ thống rất dễ bị phá vỡ và biến người tham gia thành nạn nhân của đa cấp.

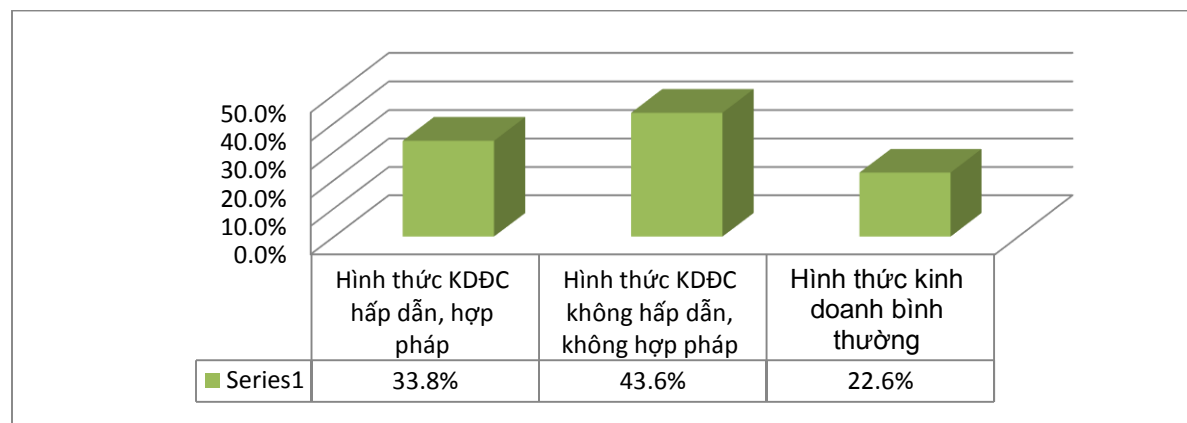
Các hàng hóa được phép kinh doanh trong kinh doanh đa cấp thường là thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, các sản phẩm chăm sóc da. Tuy nhiên rất nhiều sinh viên cho rằng mặt hàng nào cũng được phép kinh doanh như thuốc, vũ khí. Vì vậy, nó biểu thị mức độ nhận thức về vấn đề này của sinh viên ở mức thấp trong khảo sát.

Hai thứ hạng cuối cùng lần lượt là hạng 11 và hạng 12 biểu thị mức độ nhận thức khái niệm về kinh doanh đa cấp của sinh viên. Điều này cho thấy sinh viên biết đến tên gọi kinh doanh đa cấp nhưng không thật sự hiểu khái niệm về mô hình kinh doanh này. Họ nghĩ nó cũng giống trong kinh doanh truyền thống hay kinh doanh online. Việc chia sẻ sản phẩm dùng tốt cho nhau nghe dường như là thói quen và là điều hiển nhiên ai cũng làm mỗi khi gặp người quen, bạn bè. Nhưng ít sinh viên nghĩ đó chính là cách thức quảng bá sản phẩm của ngành kinh doanh đa cấp mà không thông qua các cách thức khác như quảng cáo trên truyền thông thường thấy.

Tóm lại, nhận thức của sinh viên về kinh doanh đa cấp chỉ ở mức độ trung bình. Ở mức độ này cho thấy, thông tin mà sinh viên tiếp cận được chỉ mang tính lý thuyết là nhiều và thiếu thực tế, chưa kể việc hiểu sai về nó. Bên cạnh đó sinh viên chỉ hiểu phần bên ngoài mà chưa thật sự hiểu hay quan tâm đến nội dung bên trong, nhất là các qui định pháp luật về quản lý hoạt động trong kinh doanh đa cấp.

### 2.2.2. Thái độ của sinh viên về việc KDĐC

Biểu đồ 1: Thái độ của sinh viên về hoạt động KDĐC ở Việt Nam hiện nay

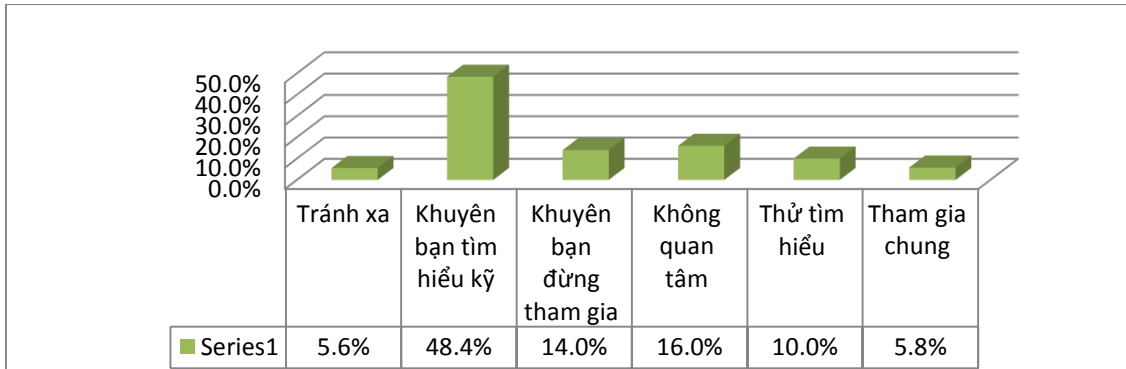


Từ biểu đồ trên ta thấy, đa số sinh viên cho rằng hình thức KDĐC ở Việt Nam là không hợp pháp, không hợp pháp chiếm tỷ lệ cao nhất (43,6%). Một số khác lại cho rằng KDĐC là hợp pháp tại Việt Nam chiếm 33,8%. Tuy nhiên, nhiều sinh viên trong số này cho rằng hình thức KDĐC đã và đang dần biến tướng ở Việt Nam, trở nên bất hợp pháp, dần làm mất đi niềm tin về tính hợp pháp của nó. Số khác thì cho rằng nó cũng chỉ là hình thức kinh doanh bình thường như những loại hình kinh doanh khác. Mặc khác, KDĐC có hành lang pháp lý riêng, dù chưa thật sự chặt chẽ nhưng cũng đủ cơ sở chứng minh tính hợp pháp của hình thức kinh doanh này.

2.2.3. Hành vi của sinh viên về việc kinh doanh đa cấp

2.2.3.1. Phản ứng khi thấy bạn bè tham gia kinh doanh đa cấp

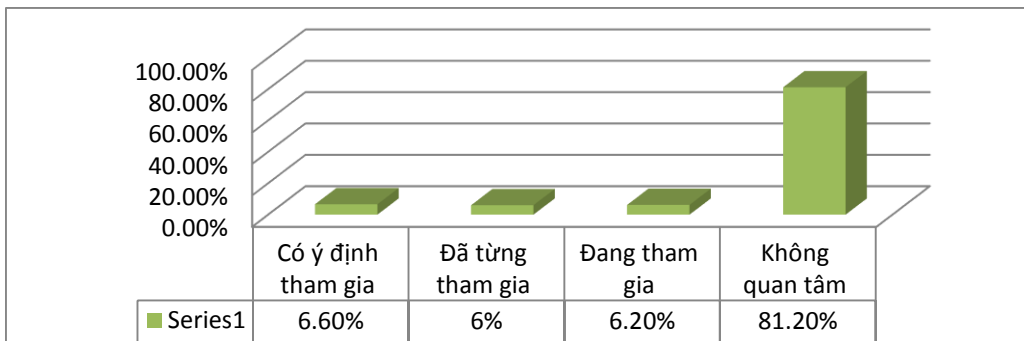
Biểu đồ 2: Phản ứng khi thấy bạn bè tham gia KDĐC



Từ biểu đồ 2 ta thấy, phần lớn sinh viên chọn cách khuyên bạn bè tìm hiểu kỹ (48,4%) trước khi tham gia vào các công ty đa cấp. Tuy nhiên, việc khuyên nhủ này thường mang tính chất xã giao, không muốn làm mất lòng nhau, giữ thái độ tôn trọng, cả nể lẫn nhau. Một số sinh viên thì có thái độ không quan tâm đến (chiếm 16%) và 14% sinh viên khuyên bạn đừng tham gia. Số khác thì thử tìm hiểu về kinh doanh đa cấp sau đó hoặc là làm chung hoặc sẽ từ bỏ tránh xa nó. Thái độ tránh xa bạn bè tham gia đa cấp chỉ chiếm 5,6% và thường mang tư tưởng sợ bị lừa, bị lôi kéo tham gia chung. Dù phản ứng trên có thiên về chiều hướng tích cực thì vẫn tồn tại thiên hướng tiêu cực với nhiều lý do khác nhau, đó là điều không thể tránh khỏi khi vấn đề sinh viên tham gia đa cấp dần trở nên quen thuộc với mọi người.

2.2.3.2. Hành vi tham gia kinh doanh đa cấp

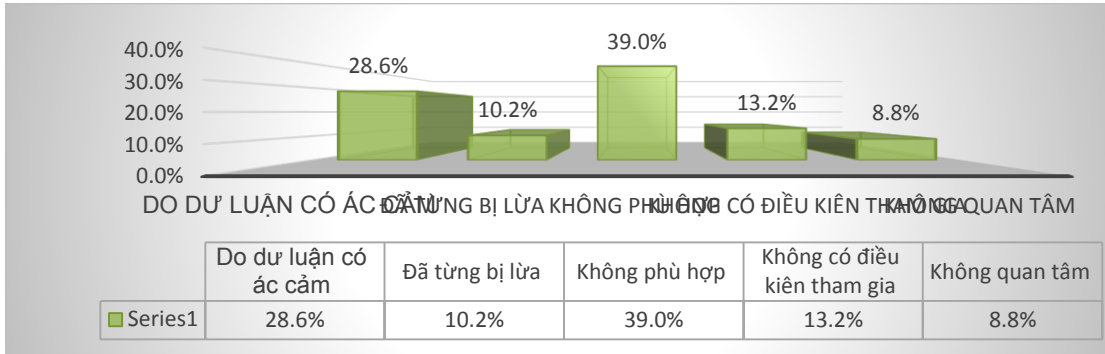
Biểu đồ 3: Hành vi tham gia kinh doanh đa cấp



Từ biểu đồ trên cho thấy, số sinh viên không tham gia kinh doanh đa cấp chiếm 81,2%. Trong khi đó, số sinh viên có ý định tham gia (6,6%), đã từng tham gia (6%), đang tham gia (6,2%) tỷ lệ chênh lệch không nhiều.

2.2.3.3. Lý do sinh viên không tham gia kinh doanh đa cấp

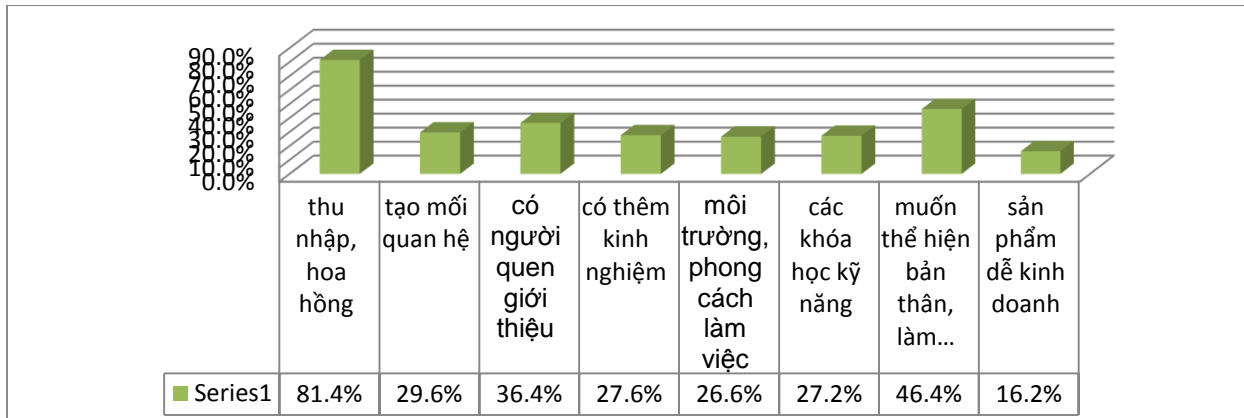
Biểu đồ 4: Lý do sinh viên không tham gia KDĐC



Từ kết quả biểu đồ 4 cho thấy, lý do sinh viên không tham gia kinh doanh đa cấp chiếm tỷ lệ cao nhất là do không phù hợp (39%), kế đến là do dư luận có ác cảm với kinh doanh đa cấp (28,6%). Một số khác được khảo sát cho rằng không có điều kiện tham gia chiếm 13,2% và lý do đã từng bị lừa chiếm 10,2%. Số còn lại thì không quan tâm đến kinh doanh đa cấp chiếm 8,8%.

2.2.4. Một số yếu tố sinh viên tham gia kinh doanh đa cấp

Biểu đồ 5: Nguyên nhân sinh viên tham gia KDĐC

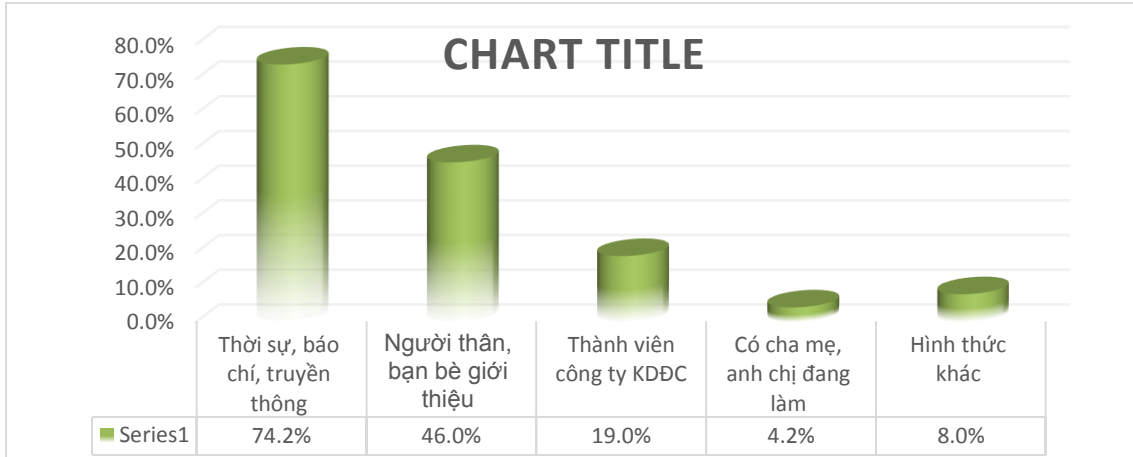


Từ biểu đồ 5 cho ta thấy, vấn đề về thu nhập chiếm tỷ lệ cao nhất (81,4%) trong số các nguyên nhân thu hút sinh viên tham gia kinh doanh đa cấp, đứng thứ hai về tỷ lệ đạt 46,4% là việc muốn thể hiện bản thân hay suy nghĩ làm giàu nhanh của sinh viên khi tham gia vào mạng lưới này. Đây cũng chính là một trong những lý do hợp lý mà một số đối tượng lợi dụng để lôi kéo sinh viên tham gia vào đa cấp. Bên cạnh đó, sự cả tin vào các mối quan hệ là người quen, bạn bè cũng là một trong những lý do dễ dàng thuyết phục sinh viên tham gia vào mô hình kinh doanh này. Dù các nguyên nhân khác có tỷ lệ xấp xỉ ngang

nhau nhưng chưa thật sự đủ luật để thuyết phục sinh viên, còn tùy thuộc vào mỗi cá nhân quyết định.

*Một số hình thức mà sinh viên tìm hiểu về kinh doanh đa cấp*

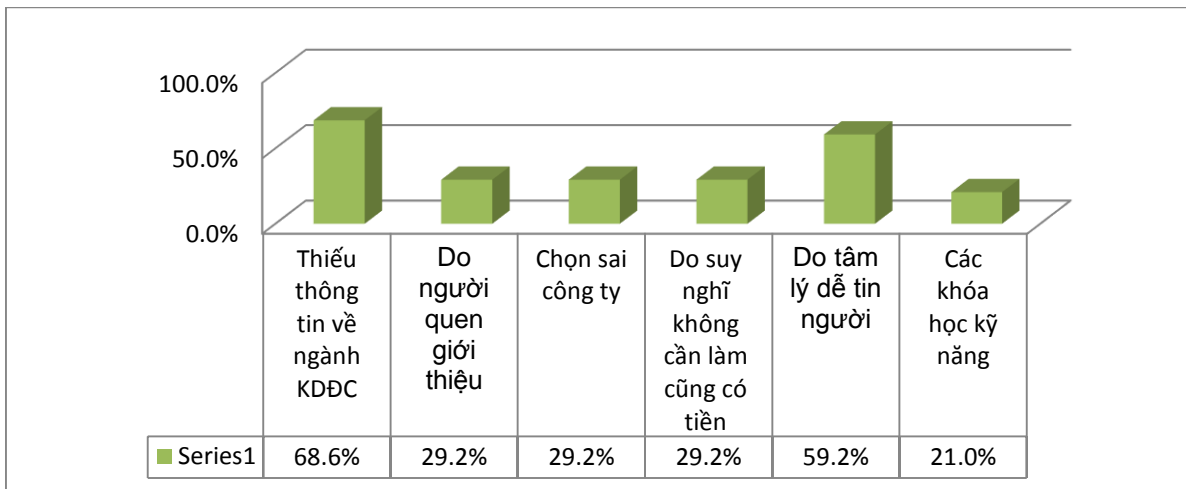
**Biểu đồ 6: Hình thức biết về KDĐC**



Từ biểu đồ 6 cho thấy, đa phần sinh viên biết về kinh doanh đa cấp thông qua các kênh truyền thông thời sự, báo chí chiếm đến 74,2%. Với sự phát triển mạng thông tin như hiện nay thì báo mạng hay các trang mạng xã hội cũng thường xuyên cập nhật những vấn đề này. Một hình thức khác để thông tin về kinh doanh đa cấp được biết đến nhanh nhất chính là thông qua người thân, bạn bè chia sẻ (chiếm 46%). Từ đó, hình thức này như một chất xúc tác làm tăng sự tin tưởng và dễ dàng thuyết phục sinh viên tham gia vào mô hình kinh doanh này.

*Một số nguyên nhân sinh viên trở thành nạn nhân của đa cấp bất chính*

**Biểu đồ 7: Nguyên nhân sinh viên trở thành nạn nhân của KDĐC bất chính**



Từ biểu đồ trên ta thấy, việc thiếu thông tin về kinh danh đa cấp và tâm lý dễ tin người là những nguyên nhân hàng đầu khiến sinh viên dễ rơi vào bẫy của các công ty đa cấp bất chính. Không thể phủ nhận việc bùng nổ các công ty đa cấp tại Việt Nam, dù đã có mặt hơn một thập kỷ và có hành lang pháp lý riêng nhưng thông tin về ngành kinh doanh này vẫn còn nhiều bất cập. Sinh viên là những đối tượng lý tưởng để các công ty đa cấp bất chính lôi kéo vì phần lớn sinh viên chưa có nhiều sự trải nghiệm cũng như kinh nghiệm để phân biệt đúng sai thật giả, tiếp nhận thông tin nhanh nhưng chưa có sự chất lọc thông tin tốt. Bên cạnh đó, một số sinh viên vẫn còn sự ỷ lại vào người khác, chưa thật sự trưởng thành, có tâm lý muốn việc nhẹ lương cao thì lại càng dễ bị thuyết phục. Việc dễ tin người cũng có thể bắt nguồn từ các mối quan hệ quen biết, sự cả nể cũng dễ dẫn đến việc “dính bẫy” đa cấp bất chính. Những nguyên nhân ở trên chỉ mang tính điển hình vì thực tế còn rất nhiều lý do khác khiến sinh viên rơi vào bẫy đa cấp bất chính.

### ***1.3. Đề xuất một số giải pháp giúp sinh viên nâng cao nhận thức về kinh doanh đa cấp***

#### *Truyền thông*

Sinh viên nên tìm đọc thông tin về kinh doanh đa cấp trên các trang mạng xã hội chính thống, các diễn đàn chuyên ngành về kinh tế, các báo online dành cho giới kinh doanh, các trang báo uy tín hoặc những cuốn sách viết về kinh doanh đa cấp. Sinh viên cũng cần quan tâm lưu ý đến các qui định pháp luật về kinh danh đa cấp tại Việt Nam. Bên cạnh đó, nhà trường đóng vai trò quan trọng trong việc giúp nâng cao nhận thức của sinh viên về kinh doanh đa cấp. Nhà trường cần đưa ra những ý kiến trung lập, đa chiều về kinh doanh đa cấp giúp sinh viên có cái nhìn khách quan hơn về vấn đề, tránh những ý kiến chủ quan của bản thân.

#### *Môi trường xã hội – Các mối quan hệ xã hội*

Môi trường xã hội đóng một phần quan trọng trong việc ảnh hưởng đến nhận thức của sinh viên về một vấn đề. Vì vậy, sinh viên cần tìm hiểu và tiếp nhận thông tin một cách có chọn lọc và nhìn nhận vấn đề ở nhiều khía cạnh khác nhau. Không nên chỉ nghe theo những ý kiến một chiều để đánh giá một vấn đề nào đó mà ở đây là mô hình kinh doanh đa cấp. Từ đó hình thành những suy nghĩ chủ quan, sai lệch về mô hình kinh doanh này.

## KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

### 1. Kết luận

Kinh doanh đa cấp bất chính đã gây ảnh hưởng rất nhiều đến sinh viên, một số sinh viên đã trở thành nạn nhân của đa cấp bất chính, tạo nên nhiều tác động tâm lý không tốt đến sinh viên và để lại những hậu quả khôn lường. Qua đó, nhóm nghiên cứu đưa ra một số kết luận về nhận thức của sinh viên về việc kinh doanh đa cấp như sau:

Nhận thức của sinh viên về kinh doanh đa cấp chỉ ở mức độ trung bình (Mean= 3.098). Khi được hỏi về khái niệm kinh doanh đa cấp thì mức độ nhận thức của sinh viên thấp. Đa phần sinh viên chỉ biết tên gọi hoặc được nghe qua, còn cách thức vận hành của kinh doanh đa cấp thì không thật sự hiểu rõ, còn mơ hồ hạn chế. Đối với các câu hỏi liên quan đến mô hình kinh doanh trong đa cấp thì đa phần sinh viên hiểu theo mặt lý thuyết, lựa chọn theo cảm tính, đã được nghe qua đâu đó hoặc được các đối tượng kinh doanh đa cấp giới thiệu. Mức nhận thức trung bình này còn được thể hiện qua các câu hỏi liên quan đến quy định của pháp luật đối với kinh doanh đa cấp. Phần lớn sinh viên chỉ được nghe qua, xem trên mạng xã hội, được nhắc tới khi tham gia đa cấp. Tuy nhiên, sinh viên chỉ biết là có quy định của nhà nước nhưng không quan tâm nội dung bên trong như thế nào cũng như không tìm hiểu kỹ về các quy định ban hành. Tóm lại, qua các câu hỏi, mức độ nhận thức về kinh doanh đa cấp còn hạn chế, mơ hồ, không rõ ràng, suy nghĩ còn mang tính chủ quan.

Nguyên nhân để sinh viên tham gia kinh doanh đa cấp là thu nhập chiếm đến 81,4% số khảo sát, và việc muốn làm giàu nhanh chóng (46,4%) là ảnh hưởng đến việc làm đa cấp của sinh viên. Ngoài ra, lý do sinh viên biến thành nạn nhân của kinh doanh đa cấp bất chính là do thiếu thông tin về ngành kinh doanh này (68,6%) và tâm lý dễ tin người (59,2%) của sinh viên. Bên cạnh đó là một số nguyên nhân khác chiếm tỷ lệ dưới 50% ý kiến cho việc sinh viên tham gia kinh doanh đa cấp.

Một số nguyên nhân ảnh hưởng đến việc tham gia kinh doanh đa cấp của sinh viên như mức thu nhập, các mối quan hệ, môi trường làm việc, muốn khẳng định bản thân của sinh viên. Chính vì vậy, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp giúp sinh viên nâng cao nhận thức về kinh doanh đa cấp như: Tìm hiểu kỹ về kinh doanh đa cấp thông qua sách, báo chính thống, các trang mạng xã hội uy tín, tìm hiểu thông tin có chọn lọc. Bên cạnh đó đề xuất một số kiến nghị đối với sinh viên, nhà trường và xã hội nhằm nâng cao nhận thức về kinh doanh đa cấp.

## 2. Kiến nghị

### *Đối với sinh viên*

Sinh viên cần có những kiến thức cơ bản về kinh doanh đa cấp, tìm hiểu kỹ nếu có ý muốn tham gia vào ngành kinh doanh này. Sinh viên cần tham khảo ý kiến của người lớn, những người đang làm kinh doanh đa cấp, hành lang pháp lý của nó, tìm hiểu kỹ về công ty đa cấp muốn tham gia. Sinh viên nên có cái nhìn nhiều chiều về ngành kinh doanh này, giúp đỡ bạn bè là nạn nhân của đa cấp bất chính có cái nhìn nhận khách quan về vấn đề đang gặp phải, cách giải quyết vấn đề, khuyên nhủ bạn khi thấy họ tham gia vào các công ty đa cấp không minh bạch.

### *Đối với Nhà trường*

Nhà trường cần cung cấp những thông tin cơ bản về kinh doanh đa cấp cho sinh viên biết, đồng thời nêu lên những ý kiến khách quan của nhà trường về vấn đề này. Nhà trường cần nhấn mạnh nhiệm vụ quan trọng trước mắt đối với sinh viên là việc học tập. Nhà trường cũng nên nhắc đến một số hình thức dụ dỗ, lôi kéo mà các công ty và cửa các đối tượng kinh doanh đa cấp bất chính thường dùng nhằm vào sinh viên, từ đó nhắc nhở sinh viên đề cao cảnh giác với những trường hợp trên. Nhà trường cần tạo điều kiện cho sinh viên là nạn nhân của kinh doanh đa cấp bất chính có cơ hội quay lại trường học, khuyến khích sinh viên tham gia các hoạt động ngoại khóa để sinh viên có cơ hội hòa nhập trở lại, kết nối lại với bạn bè.

### *Đối với xã hội*

Nhà nước cần điều chỉnh, bổ sung các qui định về kinh doanh đa cấp phù hợp với thực tế hiện nay, tăng cường quản lý cũng như làm chặt chẽ trong pháp lý về kinh doanh đa cấp, xử lý nghiêm và triệt để các công ty đa cấp và thành viên kinh doanh đa cấp bất chính. Bên cạnh đó, cần cung cấp nhiều thông tin liên quan đến đa cấp cho người dân biết, đặc biệt là sinh viên. Mọi người cần có cái nhìn khách quan về các vấn đề đang xảy ra liên quan đến đa cấp, kiểm chứng thông tin mình tìm hiểu, đọc tin trên các nguồn có uy tín, chính thống, tránh đọc các báo không chính thống.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Dũng (2008), Từ điển Tâm lý học, NXB Từ điển Bách khoa Hà nội.
2. Phạm Minh Hạc (2002), Tuyển tập tâm lý học, NXB Giáo dục.
3. Trần Tuấn Lộ (2016), Giáo trình tâm lý học đại cương, NXB Đại học QG TP.HCM.
4. Vũ Thị Nho (1999), Tâm lý học phát triển, NXB Đại học quốc gia Hà Nội.
5. Richard Poe (2013), Làn sóng thứ 3 – Kỷ nguyên mới trong ngành kinh doanh theo mạng, NXB Văn hóa thông tin, Hà Nội.
6. Huỳnh Văn Sơn (1999), thực trạng nhận thức và thái độ của học sinh THPT ở một số trường nội thành TPHCM đối với nội dung giáo dục giới tính, luận văn thạc sĩ TLH.
7. Robert T.Kiyosaki & Sharon L.Lechter (2015), Dạy con làm giàu (tập 11), NXB Trẻ, TPHCM.
8. Luật cạnh tranh (2014), NXB Chính trị quốc gia – Sự thật, Hà Nội.
9. Nghị định 42/2014/NĐ-CP ngày 14 tháng 05 năm 2014 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Đọc từ: <http://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Nghi-dinh-42-2014-ND-CP-quan-ly-hoat-dong-ban-hang-da-cap-229545.aspx>
10. Nghị định 110/2005/NĐ-CP ngày 24 tháng 8 năm 2005 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp. Đọc từ: <http://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Nghi-dinh-110-2005-ND-CP-quan-ly-hoat-dong-ban-hang-da-cap-3036.aspx>
11. Dương Ngọc Quỳnh (2009), Hoạt động kinh doanh đa cấp tại Việt Nam – Thực trạng và giải pháp, Khóa luận tốt nghiệp. Đọc từ: <http://tailieu.vn/doc/luan-van-hoat-dong-kinh-doanh-da-cap-tai-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-1606443.html>
12. Nhóm sinh viên (2010), Tìm hiểu về việc tham gia bán hàng đa cấp của sinh viên ĐHQG TP.HCM, Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP.HCM. Đọc từ: <http://doc.edu.vn/tai-lieu/de-tai-tim-hieu-viec-tham-gia-ban-hang-da-cap-cua-sinh-vien-dai-hoc-quoc-gia-thanh-pho-ho-chi-minh-32858/>
13. Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt Nam, đọc từ: <http://mlma.org.vn/>