**Con số 481.222.132 USD và chỉ số tăng trưởng trung bình hàng năm 50%, riêng năm 2009 là 70%. Đây là kết quả ngoạn mục của Vision Việt Nam đã được khẳng định trong buổi lễ kỷ niệm 8 năm thành lập Công ty ngày 15-16/12/2010 tại Trung tâm hội nghị quốc gia Mỹ Đình – Hà Nội. Sự thật này cũng khẳng định sự lên ngôi củ xu thế kinh doanh đa cấp.**

# Thành công từ một xu hướng kinh doanh mới

## Ưu thế của ngành Kinh doanh đa cấp

Kinh doanh đa cấp (Tiếng Anh: Multi-level Marketing) hay Bán hàng đa cấp (tên gọi thông dụng tại Việt Nam) còn có tên gọi là Kinh doanh theo mạng, kinh doanh truyền tiêu, marketing đa tầng, bán hàng trực tiếp… là một ngành kinh doanh ra đời tại Mỹ, có phương thức kinh doanh quản lý riêng, khác với kinh doanh truyền thống. Tồn tại đã trên 70 năm, ngành kinh doanh đa cấp đã lan truyền trên khắp các châu lục từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển. Hình thức kinh doanh này được coi là một hình thức kinh doanh có hiệu quả và Việt Nam đang là một thì trường hấp dẫn chỉ sau Trung Quốc. Kinh doanh đa cấp là thuật ngữ chung dùng để chỉ một phương thức tiếp thị sản phẩm. Đây là hoạt động kinh doanh bán hàng trực tiếp đến tay người tiêu dùng, người tiêu dùng có thể trực tiếp đến mua hàng tại công ty mà không phải qua các đại lý hay cửa hàng bán lẻ. Nhờ vậy, hình thức này còn tiết kiệm rất nhiều chi phí từ việc quảng cáo, khuyến mãi, tiền sân bãi, kho chứa, vận chuyển hàng hoá. Số tiền này được dùng để trả thưởng cho nhà phân phối và nâng cấp, cải tiến sản phẩm tiếp tục phục vụ người tiêu dùng. Phương thức kinh doanh này 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. Kinh doanh đa cấp gây ra nhiều tranh cãi trong xã hội, và thường được quy kết với mô hình tháp ảo, nó luôn nằm trong suy nghĩ của mọi người về sự khen – chê, đúng – sai.

Là doanh nghiệp kinh doanh các sản phẩm phục vụ sức khoẻ con người, kể từ khi ra đời năm 1996. Tập đoàn quốc tế Vision Internationnal People Group vẫn luôn là đơn vị dẫn đầu và giữ được tốc độ tăng trưởng trung bình trên 20%/năm. Đặc biệt là cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 1998, Công ty không những đứng vững mà còn được ghi vào sách kỷ lục Guiness về tốc độ tăng trưởng mạnh nhất thế giới. Và ngay trong cuộc khủng hoảng kinh tế gần đây nhất, Công ty vẫn giữ tốc độ tăng trưởng trên 20%/năm, tại Việt Nam là 50%. *Để các công ty kinh doanh theo mạng tồn tại và phát triển thì các sản phẩm đưa ra thị trường phải đáp ứng tốt mong muốn của người tiêu dùng cũng như vị trí độc quyền phân phối sản phẩm ra thị trường.* Ưu thế nổi trội của ngành kinh doanh đa cấp là bảo vệ người tiêu dung, giúp họ mua được hàng chính hãng và giá cả là giá chung của công ty (tránh được trường hợp cạnh tranh về giá cả).

**Cần cái nhìn đúng đắn**

Hoạt động bán thực phẩm chúc năng vẫn gây tranh cãi bởi có những hình thức biến tướng xảy ra. Có những công ty bán các sản phẩm mà theo người phân phối nói là có thể chữa bách bệnh rồi bán với giá trên trời, trên thực tế đã xảy ra rất nhiều mà nạn nhân thường là người kém hiểu biết ở những vùng xa xôi thiếu thông tin. Chính những hình thức lừa đảo đã mang tiếng xâu cho dòng thực phẩm này. Thực phẩm chức năng (TPCN) là những thực phẩm bổ dưỡng mang đặc tính sinh học để cãi thiện chức năng của cơ thể. TPCN có tác dụng tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng và giảm bớt nguy cơ gây bệnh, nó còn có tên gọi là thực phẩm bổ sung vi chất dinh dưỡng, thực phẩm bảo vệ sức khoẻ, thực phẩm dinh dưỡng y học… TPCN được tổng hợp từ các tính chất trong tự nhiên mà các sản phẩm thực phẩm có công dụng gần giống thuốc tuy không có công dụng, hiêu quả thay thế thuốc. Từ ngàn năm trước con người đã biết sử dụng loại cây cỏ thiên nhiên để phòng bệnh và xem ăn uống như là phương thức tốt để điều hoà âm dương, ngăn ngừa bệnh tật. Bệnh tật do dinh dưỡng không đủ, thế cân bằng bị phá vỡ, dinh dưỡng tốt sẽ là một liệu pháp tấn công vào nguyên nhân gây bệnh.

Triết lý của dòng sản phẩm Vision là: Sức khoẻ là do cây cỏ đem lại. Với triết lí này, hãng Vision và Arkopharma – hãng dược phẩm hàng đầu của Pháp trong lĩnh vực nghiên cứu, chế biến thảo dược phục vụ cho sức khoẻ, đã hợp tác sản xuất và phân phối một loạt các sản phẩm chứa đựng các yếu tố sinh học được giữ nguyên vẹn nhờ một quá trình sản xuất hiện đại nhất, đó là phương pháp Cryozen. Phương pháp này dựa vào nguyên tắc đông lạnh các vật sống ở nhiệt đô âm sâu do đó các sản phẩm của Vision chứa các yếu tô sinh học 100% tự nhiên từ các thảo dược được giữ nguyên vẹn, giữ hết các tính chất hoạt tính mà thân thể con người có khả năng hấp thụ ở mức cao nhất. Hiện nay với việc ứng dụng công nghệ Nano trong một số sản phẩm đã đưa sản phẩm Vision tiến thêm một bước nữa trong việc tận dụng hết chức năng chữa bệnh của cây cỏ cũng như cách bảo quản các sản phẩm.

Thông qua hơn 10.000 kết quả thử nghiệm về sử dụng sản phẩm của Vision vùng với một quá trình thử nghiệm rất khắt khe của tổ chức y tế thế giới WHO, các sản phẩm của Vision đã vượt qua tất cả các cuộc kiểm định lâm sàng và được cấp giấy chứng nhận của tố chức y tế thế giới (WHO). Ngoài chứng nhận hợp pháp của WHO sản phẩm của Vision còn đạt chuẩn GMP của Mỹ (Chứng nhận GMP của Mỹ có uy tín trên toàn cầu). Đây sẽ là một bước ngoặc lớn để các sản phẩm của Vision khẳng định tính hợp pháp, chấm dứt mọi tranh cãi về chất lượng sản phẩm.

Các TPCN nói chung và sản phẩm của Vision nói riêng đang là lựa chọn của người tiêu dùng bởi chính những sản phẩm này lại giải quết nhiều bệnh tật. Cũng nên hiểu rõ Vision không phải là thuốc nên nó không có tác dụng thay thế thuốc điều trị chuyên dụng. Bởi vậy nó rất cần được hiểu đúng và sử dụng đúng cách.

Kinh doanh đa cấp bắt đầu vào Việt Nam chỉ khoảng mười năm nên vẫn còn là đề tài có nhiều ý kiến trái chiều bởi hình thức này khá mới mẻ, lợi nhuận cao không ngờ khiến nhiều người ngờ vực. Một số công ty đa cấp biến tướng phát triển ồ ạt với những hình thức lôi kéo, ép buộc người dân tham gia đã tạo ra ảnh hưởng không nhỏ cho các công ty chân chính, *một lượng không nhỏ những nhà phân phối đã quảng bá quá mức về công dụng của sản phẩm cũng như cơ hội về nghề nghiệp*, thêm vào đó, tầm nhìn của người dân vẫn còn hạn chế.

Song trong những năm gần đây, do tình trạng suy thoái kinh tế toàn cầu, hình thức Network marketing trờ thành lựa chọn số một bởi nó rất hiệu quả, tiết kiệm chi phí. Trong năm 2009, doanh số của các công ty bán hàng trực tiếp vẫn tăng vọt, cụ thể Vision Việt Nam tăng 70% so với cùng kỳ năm trước. Điều này có thể lý giải là khi khủng hoảng kinh tế nhiều công ty cắt giảm biên chế hoặc giảm lương nên nhân viên muốn tìm thêm việc để kiếm thêm thu nhập. Bán hàng trực tiếp được lựa chọn vì công việc không bắt buộc làm toàn bộ thời gian. Hiện nay có rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam lựa chọn phương thức kinh doanh này như Vina – Link, Away, Avon…

Xu thế kinh doanh đa cấp hiện nay tại Việt Nam tăng rất mạnh mẽ kể thừ khi Luật cạnh tranh ra đời vào cuối năm 2004 và Nghị định 110 được ban hành vào năm 2005, mô hình kinh doanh theo mạng được công nhận là kinh doanh hợp pháp tại Việt Nam và đạt được những tổng doanh thu không ngờ. Năm 2009, Hiệp hội bán hàng đa cấp Việt nam được thành lập và chính thức ra mắt tại Hà Nội ngày 31 tháng 03 năm 2010 là động thái khẳng định Kinh doanh đa cấp cũng cần được coi trong như các hình thức kinh doanh truyền thống tại Việt Nam. Do vậy mà ngành kinh doanh này đã thu hút rất nhiều các nhà hoạt đông xã hội cũng như các chủ doanh nghiệp đầu tư hoạt động nghiên cứu và bắt tay hợp tác trong lĩnh vực này.

**Nỗ lực khẳng định vị trí.**

Công ty Vision được coi là hàng đầu thế giới về dòng thực phẩm chức năng đã khẳng định Việt Nam là thị trường nhiều tiềm năng. Vision luôn coi công việc kinh doanh của mình là hoạt động của một ngành kinh doanh trí thức. Bởi chính những nhà phân phối họ là những người rất coi trọng và nghiêm túc trong các khoá đào tạo của công ty. Họ phải biết chuẩn bị cho mình một kiến thức đầy đủ về sản phẩm vì sản phẩm của công ty là chăm sóc sức khoẻ cộng đồng nên cần rất nhiều iiến thức tổng hợp để truyền bá tới người tiêu dùng một cách tốt nhất. Do vậy, trong buổi lễ kỷ niệm 8 năm hoạt động tại Việt Nam của Vision, Tập đoàn đã dành cho các nhà phân phối buổi tiếp xúc với diễn giả nổi tiếng: ông Tom Schreiter còn có biệt danh là “El lớn” tác giả nổi tiếng của rất nhiều đầu sách “best-seller” về kinh doanh theo mạng. Ông đã rất thành công và trở nên giàu có nổi tiếng nhờ vận dụng hình thức kinh doanh một cách linh hoạt. “El lớn” luôn đưa ra cách rèn dũa kỹ năng giới thiệu cho ác nhà phân phối bằng các câu chuyện thực tế và những giai thoại thú vị mang tính nân bản cao. Với một nhà phân phối giỏi thì đừng đơn thuần đưa ra các dữ kiện, hãy kể các giai thoại, cộng tác viên tiềm năng của bạn sẽ nhớ các giai thoại rất lâu sau khi đã quên hết các dữ kiện cụ thể. Các giai thoại có hiệu quả hơn là gây khích lệ mạnh hơn. Ông luôn nổi tiếng với việc coi: Dữ kiện chỉ nói lên .. Còn các câu chuyện thì có thể bán được. Một trong những cuốn sách mới nhất của ông về kinh doanh theo mạng đã luôn đề cấp tới vấn đề ứng dụng internet trong hình thức kinh doanh theo mạng, sự kết hợp này sẽ tạo ra một sắc màu mới còn gọi là làn sóng thứ ba – những nhà phân phối gỏi không cần phải là một nhà hùng biện và đi lại như con thoi giữa các mạng lưới. Bất kỳ ai cũng có thể sự dụng thời gian nhàn rỗi của mình để tham gia công việc và làm việc ở bất cứ nơi đâu.

Với lợi thế là một công ty đầu tiên trong khu vực Đông Nam Á, Vision Việt Nam đang dần khẳng định vị trí của mình với các đại diện của Tập Đoàn ở ác nước nói chung cũng như việc đóng góp tích cực vào sự chuyển mình của Việt Nam trên con đường hội nhập quốc tế. Từ hình thức kinh doanh của mình, Vision đang cùng góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người dân, nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng.

(Theo tạp chí VIETNAM BUSINESS FORUM – 22 tháng 1 năm 2011. Cơ quan ngôn luận và đối ngoại của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam)

**Để xác định một nmô hình kinh doanh có phải là mô hình kim tự tháp ảo hay không cần xem xét 7 dấu hiệu:**

* Đầu tư cao bất hợp lý.
* Người tham gia được trả thưởng chủ yếu dựa vào việc tuyển dụng người khác tham gia vào hệ thống.
* Việc trả thưởng không chủ yếu dựa vào việc bán hàng hoá hay dịch vụ.
* Hàng hoá / dịch vụ không hợp pháp và không thể bán được.
* Người tham gia phải mua số lượng nhiều hơn múc họ có thể bán hoặc sử dụng.
* Không được trả lại hàng tồn
* Không ký kết hợp đồng bằng văn bản với những điều khoản chính và thời hạn xác định cho việc huỷ hợp đồng.

**Ngoài ra còn xem xét thêm các yếu tố:**

* Công ty có hoạt động tại các quốc gia khắ nư đã công bố không?
* Công ty có là thành viên của hiệp hội bán hàng trực tiếp?
* Công ty có sản phẩm yêu thích và gái cạnh tranh không?