

TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI THEO LUẬT THƯƠNG MẠI NĂM 2005

1. Nhượng quyền thương mại là gì?

Khái niệm "Nhượng Quyền Thương Mại" được đề cập đến trong Luật Thương Mại do Quốc Hội nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam Khóa XI , kỳ họp thứ 7 thông qua vào ngày 14 tháng 6 năm 2005 là một khái niệm đến từ các nước phương tây trong quá trình hội nhập kinh tế. Từ được các nước phương tây sử dụng để nói về nhượng quyền thương mại là từ "Franchise" hoặc "Franchising" tuy theo ngữ cảnh. Từ "Franchise" là một từ tiếng Pháp cổ có nghĩa là đặc quyền hoặc tự do.

Mặc dù, khác về mặt cơ bản so với khái niệm Franchise mà chúng ta nói đến ngày nay, theo Messrs Hau và Dixon trong tác phẩm Franchising do nhà xuất bản Pitman Publishing xuất bản năm 1988 thì Franchise khởi nguồn từ thời Trung Cổ ở nước Anh khi mà các viên chức nhà thờ phải trả tiền và đảm bảo sự ủng hộ của mình đối với nhà thờ để đổi lại quyền thu thuế.

Vào thời đó Franchise được hiểu là một đặc quyền, đó là việc nhà vua cấp cho những người được phong tước quyền được khai thác một vùng đất mới do nhà vua cấp cho họ hoặc việc nhà cầm quyền địa phương hay lãnh chúa của một vùng cấp quyền để tổ chức các phiên chợ và các hội chợ, để điều hành các bến phà địa phương hoặc để săn trong vùng lãnh thổ của mình. Khái niệm này cũng được dùng để nói đến việc nhà vua cấp quyền đối với các hoạt động thương mại như xây dựng đường xá, sản xuất rượu bia.

Bản chất của hoạt động này là việc nhà vua hoặc một người có quyền lực ban cho ai đó quyền được độc quyền thực hiện một việc hoặc kinh doanh trong một số hoạt động thương mại nào đó.

2. Sự hình thành và phát triển

Trong nhiều thế kỷ, khái niệm Franchise cũng đã phát triển cùng với sự phát triển của các nền kinh tế trên thế giới. ở Đức, vào những năm 1840, một số nhà sản xuất rượu bia lớn đã cấp quyền cho một số quán rượu kinh doanh độc quyền rượu bia của họ. Đây chính là khởi nguồn của khái niệm nhượng quyền thương mại mà hiện nay chúng ta đang nói đến. Vào năm 1851, hãng sản xuất máy may Singer đã bắt đầu cấp quyền phân phối sản phẩm máy may của mình.

Các bản hợp đồng cấp quyền mà Singer sử dụng là những mẫu đầu tiên của các hợp đồng nhượng quyền thương mại ngày nay. Vào những năm 1880, các thành phố bắt đầu cấp quyền kinh doanh độc quyền cho các công ty điều hành xe lửa nội thành và cung cấp các tiện ích như cấp nước, thoát nước, gas và sau này là điện. Trong vòng thế kỷ đó, các công ty lọc dầu và các nhà sản xuất xe ô tô cũng đã cấp quyền kinh doanh các sản phẩm của họ. Trong giai đoạn này, bản chất của Franchise cũng mới chỉ là việc cấp quyền phân phối và bán các sản phẩm của nhà sản xuất. Franchise dưới hình thức cho phép bên nhận quyền được sử dụng một hệ thống kinh doanh đã được bên nhượng quyền xây dựng và thực hiện thành công bao gồm cả phương thức kinh doanh, các đối tượng sở hữu trí tuệ để điều hành một cơ sở kinh doanh của bên nhận quyền như ngày nay chỉ bắt đầu xuất hiện trong nền kinh tế thế giới sau chiến tranh thế giới thứ hai với sự trở về của hàng triệu người phục vụ trong quân đội và sự gia tăng dân số. Trong hoàn cảnh này có sự gia tăng nhu cầu đối với tất cả các loại sản phẩm và dịch vụ và nhượng quyền thương mại là một phương thức kinh doanh lý tưởng cho sự mở rộng nhanh chóng của các ngành kinh doanh đặc biệt là ngành dịch vụ khách sạn và thức ăn nhanh. Trong đó phải kể đến McDonald's như một công ty hoạt động theo phương thức nhượng quyền kinh doanh đầu tiên và thành công nhất trên toàn cầu.

Ở Anh, vào năm 1959 ServiceMaster Limited, một công ty con của ServiceMaster Industries Incorporated đã bắt đầu chào bán nhượng quyền.

Đến những năm 1960 thì hình thức kinh doanh nhượng quyền bắt đầu gia tăng ở Vương Quốc Anh với sự ra đời của các cơ sở kinh doanh nhượng quyền Wimpy và Golden Egg của J. Lyons⁸.

Tuy nhiên, cũng chính từ sự phát triển nhanh chóng của phương thức kinh doanh này vào những năm 1960, 1970 thì cũng đã phát sinh vấn đề lạm dụng phương thức kinh doanh này. Có những người không đạo đức đã tìm cách lừa bịp những người thiếu thông tin và cả tin. Có những công ty nhượng quyền gian lận nhận tiền của người khác và bỏ trốn và cũng có những công ty nhượng quyền được quản lý một cách yếu kém và thiếu vốn hoạt động kém hiệu quả dẫn đến phá sản và để lại các vụ kiện cho các bên nhận quyền.

Để chống lại việc lạm dụng nhượng quyền như đề cập trên và để phát triển tốt đẹp của phương thức kinh doanh này, pháp luật của các nước đã có những

quy định cụ thể và chặt chẽ đối với phương thức kinh doanh này. Bên cạnh đó, các hiệp hội nghề nghiệp cũng được thành lập ở các nước để bảo vệ bên nhận quyền cũng như để giúp bên nhượng quyền hoạt động có hiệu quả hơn.

Tại Hoa Kỳ, Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Quốc Tế (International Franchise Association - IFA) được thành lập vào năm 1960 với ý định thúc đẩy sự phát triển của toàn bộ ngành này. Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Quốc Tế tổ chức đào tạo mọi khía cạnh của hoạt động nhượng quyền thương mại nhằm giúp tăng cường mạnh mẽ trình độ nghiệp vụ của ngành. Các thành viên của Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Quốc Tế làm việc gần gũi với Quốc Hội của Hoa Kỳ và ủy ban Thương Mại Liên Bang (Federal Trade Commission) để tạo điều kiện phát triển ngành. Tại Anh, Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Anh Quốc (British Franchise Association) là một tổ chức tự nguyện được thành lập năm 1977 nhằm mục đích giúp đỡ những bên nhận quyền tiềm năng nhận thấy được những mặt lợi ích, hạn chế của hoạt động nhượng quyền thương mại. Hiệp Hội phát triển và cải tiến không ngừng các tiêu chuẩn thực hành tốt trong hoạt động nhượng quyền thương mại và công nhận những bên nhượng quyền đạt được các tiêu chuẩn này.

Tại Úc, Hội Đồng Nhượng Quyền Thương Mại Úc (Franchise Council of Australia Limited) là cơ quan tối cao về nhượng quyền thương mại ở Úc đại diện cho các bên nhượng quyền, nhận quyền và các bên cung cấp dịch vụ cho ngành này. Hội đồng được thành lập năm 1983 với tư cách một hiệp hội phi lợi nhuận với các mục tiêu: thứ nhất thiết lập các tiêu chuẩn và tập quán thực hành quốc tế tốt nhất cho ngành; thứ hai cung cấp thông tin và đào tạo về nhượng quyền cho các bên nhượng quyền, nhận quyền hiện tại cũng như tiềm năng; và thứ ba vận động, làm việc với các cơ quan ở bang cũng như liên bang về các vấn đề liên quan của ngành. Sau này Hội Đồng đã bổ sung thêm một số mục tiêu nhằm giúp đỡ hơn nữa các thành viên. Tại Trung Quốc, Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại và cửa Hàng Hệ Thống Trung Quốc (China Chain Store & Franchise Association) được thành lập vào năm 1997 là cơ quan đại diện thống nhất cho ngành nhượng quyền thương mại và bán lẻ của Trung Quốc. Mục tiêu của Hiệp Hội là đại diện và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của hội viên với nhiệm vụ cung cấp kiến thức và đào tạo cho ngành nhượng quyền thương mại và cửa hàng hệ thống, đồng thời tạo môi trường phát triển và thành công cho ngành.

Ngày nay, nhượng quyền thương mại là một ngành được quy định chặt chẽ và đang tạo cơ hội tuyệt vời cho những cá nhân thực sự mong muốn biến ước mơ kinh doanh của mình thành hiện thực. Nhượng quyền thương mại đã xuất hiện ở mọi khu vực trên thế giới và ở hầu hết các quốc gia với khoảng 16.000 hệ thống trên toàn cầu đặc biệt là trong lĩnh vực phân phối và dịch vụ. Doanh thu từ hoạt động kinh doanh nhượng quyền trên thế giới năm 2001 là khoảng 1.000 tỷ USD với khoảng 320.000 doanh nghiệp từ 75 ngành khác nhau.

Tại Hoa Kỳ, hoạt động nhượng quyền chiếm trên 40% tổng mức bán lẻ, hút trên 8 triệu người lao động và bình quân cứ 12 phút có một cửa hàng nhượng quyền mới ra đời. Hiện nay ở Hoa Kỳ có hơn 550.000 cơ sở kinh doanh nhượng quyền. Năm 2003, nhượng quyền thương mại chiếm 40 % lợi nhuận tại Hoa Kỳ, hơn 1,53 nghìn tỷ USD, tương đương với tổng thu nhập của nước Anh, Pháp hoặc Ý. Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Quốc Tế dự báo mức tăng trưởng của phương thức kinh doanh này sẽ là 7% trong những năm kế tiếp.

Ở Anh, nhượng quyền thương mại là một trong những hoạt động tăng nhanh nhất của nền kinh tế với khoảng 32.000 doanh nghiệp, doanh thu mỗi năm 8,9 tỷ bảng Anh. Khu vực nhượng quyền thương mại cũng thu hút một lượng lao động lớn với khoảng 317.000 lao động và chiếm trên 29 % thị phần bán lẻ.

Theo Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Quốc Tế thì ở Châu Á, nhượng quyền thương mại xuất hiện trong rất nhiều các lĩnh vực của đời sống xã hội từ kinh doanh khách sạn đến đại lý thức ăn nhanh, tiệm mua bán nhỏ, V.V...

Hiện nay lĩnh vực này đã có doanh thu hơn 50 tỉ USD hàng năm ở khu vực Châu Á. Ở Trung Quốc, nhượng quyền thương mại chứng tỏ sự thành công lớn năm qua. Sau khi Trung Quốc gia nhập WTO, hơn 50 ngành nghề đã áp dụng quy trình nhượng quyền, từ ngành cung cấp thực phẩm cho đến cung cấp dịch vụ gia đình. Ba năm gần đây, tốc độ tăng trưởng của lĩnh vực này đạt 40%/năm vượt xa mức tăng trưởng 10% của hàng tiêu dùng. Lượng hàng hóa tiêu thụ tại đây tăng bình quân hơn 10%/năm. Gần 50 công ty kinh doanh nhà hàng hàng đầu tại Trung Quốc đã áp dụng cách kinh doanh theo phương thức nhượng quyền thương mại và doanh thu đã tăng đáng kể.

3. Tính chất pháp lý của Nhượng quyền thương mại

- Nhượng quyền thương mại là một phương thức kinh doanh: hiểu một cách đơn giản nhất thì nhượng quyền thương mại là một phương thức kinh doanh mà theo đó bên nhượng quyền cho phép bên nhận quyền sử dụng một hệ thống các đối tượng sở hữu trí tuệ và phương thức kinh doanh do mình phát triển và sở hữu hoặc kiểm soát để bên nhận quyền thực hiện việc kinh doanh trên cơ sở của các quyền sở hữu trí tuệ và phương thức kinh doanh đó. Đáp lại, bên nhận quyền sẽ trả cho bên nhượng quyền một khoản phí.

- Nhượng quyền thương mại là một phương pháp phân phối hàng hóa và dịch vụ: trong đó bên nhượng quyền với một khoản thù lao được trả cho mình, cho phép bên nhận quyền độc lập tiến hành kinh doanh bằng cách sử dụng các nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, dấu hiệu, chỉ dẫn thương mại, cũng như phương pháp, bí quyết kinh doanh của bên nhượng quyền, và dưới sự hướng dẫn, trợ giúp và kiểm soát chất lượng thương xuyên của bên nhượng quyền.

Trong hoạt động nhượng quyền thương mại, bên nhượng quyền có thể trong cùng một thời gian cho phép nhiều bên nhận quyền khác nhau cùng sử dụng "quyền kinh doanh" của mình. Bằng cách đó, bên nhượng quyền có thể xây dựng một mạng lưới, hệ thống phân phối hàng hóa và dịch vụ rộng lớn và nhờ đó, tối đa hóa được lợi nhuận.

- Nhượng quyền thương mại là một loại hợp đồng đặc thù về chuyển nhượng các đối tượng của quyền sở hữu trí tuệ. Do sự khác biệt về quan điểm và môi trường kinh tế, chính trị, xã hội giữa các quốc gia, đã có nhiều định nghĩa khác nhau về nhượng quyền thương mại.

Theo Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Quốc Tế của Hoa Kỳ thì "Nhượng quyền thương mại là một mối quan hệ hợp đồng giữa bên nhượng quyền và bên nhận quyền, theo đó bên nhượng quyền cung cấp và có nghĩa vụ duy trì sự quan tâm liên tục đến việc kinh doanh của bên nhận quyền trên các lĩnh vực như bí quyết kinh doanh và đào tạo; còn bên nhận quyền sẽ hoạt động dưới tên thương mại chung, phương thức và/hoặc cách thức kinh doanh do bên nhượng quyền sở hữu hoặc kiểm soát và theo đó bên nhận quyền đang hoặc sẽ tiến hành đầu tư đáng kể vốn vào việc kinh doanh của mình bằng các nguồn lực riêng của mình.

Trước đây, Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Anh Quốc đã có định nghĩa về nhượng quyền thương mại như sau; "Một là theo hợp đồng do một bên (bên nhượng quyền) cấp cho một bên khác (bên nhận quyền) theo đó:

Cho phép hoặc yêu cầu bên nhận quyền, trong suốt thời gian nhượng quyền, thực hiện một việc kinh doanh cụ thể theo hoặc sử dụng một nhãn hiệu cụ thể thuộc về hoặc có liên kết với bên nhượng quyền; và cho phép bên nhượng quyền thực hiện quyền kiểm soát liên tục đối với cách thức mà bên nhận quyền thực hiện việc kinh doanh theo nhượng quyền trong suốt thời gian nhượng quyền; và buộc bên nhượng quyền có nghĩa vụ trợ giúp cho bên nhận quyền trong việc thực hiện việc kinh doanh theo nhượng quyền (liên quan đến việc tổ chức việc kinh doanh của bên nhận quyền, vấn đề đào tạo nhân viên, buôn bán, quản lý và các vấn đề khác); và yêu cầu bên nhận quyền, trong suốt thời gian nhượng quyền, định kỳ trả cho bên nhượng quyền một khoản tiền để đáp lại việc nhượng quyền, hoặc để thanh toán cho hàng hóa hoặc dịch vụ mà bên nhượng quyền cung cấp cho bên nhận quyền; và đây không phải là giao dịch giữa một công ty mẹ quản lý vốn và các công ty con hoặc giữa các công ty con của cùng một công ty mẹ hoặc giữa một cá nhân và một công ty do chính người đó kiểm soát."

Hiện nay, Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Anh Quốc đã chấp nhận sử dụng định nghĩa nhượng quyền thương mại của Hiệp Hội Nhượng Quyền Thương Mại Châu Âu. Theo đó thì "Nhượng quyền thương mại là một hệ thống tiếp thị (marketing) hàng hóa và/hoặc dịch vụ và/hoặc công nghệ dựa trên sự cộng tác gần gũi và thường xuyên giữa các bên độc lập và riêng biệt về mặt pháp lý và tài chính, bên nhượng quyền (Franchisor) và bên nhận quyền (Individual Franchisee), theo đó bên nhượng quyền cấp cho bên nhận quyền quyền và áp đặt nghĩa vụ thực hiện việc kinh doanh phù hợp với ý tưởng (concept) của bên nhượng quyền. Để đổi lại việc phải thực hiện một nghĩa vụ tài chính trực tiếp hay gián tiếp, bên nhận quyền có quyền và có nghĩa vụ sử dụng tên thương mại, và/hoặc nhãn hiệu hàng hóa và/hoặc nhãn hiệu dịch vụ, bí quyết, phương pháp kỹ thuật và kinh doanh, hệ thống quy trình và các quyền sở hữu trí tuệ và công nghiệp khác của bên nhượng quyền, được hỗ trợ bằng việc được cung cấp liên tục các trợ giúp kỹ thuật và thương mại, trong phạm vi và thời hạn quy định tại văn bản hợp đồng nhượng quyền thương mại do các bên quyết định cho mục đích này."

Chương 54, Bộ Luật Dân Sự Nga ban hành năm 1996 định nghĩa nhượng quyền thương mại như sau: “Theo hợp đồng nhượng quyền thương mại, một bên (bên có quyền) cấp cho bên kia (bên nhận quyền) với một khoản thù lao, theo một thời hạn hay không thời hạn, quyền được sử dụng trong các hoạt động kinh doanh của bên nhận quyền một tập hợp các quyền độc quyền của bên có quyền bao gồm quyền đối với dấu hiệu, chỉ dẫn thương mại, các quyền đối với bí mật kinh doanh và các quyền độc quyền theo hợp đồng đối với các đối tượng khác như nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu dịch vụ, v.v..” Điều 2 của Các Biện Pháp Quy Định về Nhượng Quyền Thương Mại (Measures for the Regulation of Commercial Franchise) của Trung Quốc định nghĩa: “Nhượng quyền thương mại là một sự thỏa thuận thông qua một hợp đồng giữa bên nhượng quyền và bên nhận quyền, theo đó bên nhượng quyền cấp cho bên nhận quyền quyền sử dụng các nguồn lực để hoạt động kinh doanh bao gồm nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, phương thức hoạt động, v.v...mà bên nhượng quyền có quyền cấp cho người khác sử dụng. Bên nhận quyền sẽ hoạt động theo hệ thống nhượng quyền thống nhất theo hợp đồng và trả phí nhượng quyền cho bên nhượng quyền.”

Có thể thấy rằng các định nghĩa trên dù được thể hiện một cách khác nhau nhưng đều chứa đựng những nội dung giống nhau đó là:

- Chủ thể tham gia vào quan hệ nhượng quyền là Bên nhượng quyền và bên nhận quyền. Bên nhượng quyền (franchisor) là bên có quyền sở hữu hoặc kiểm soát các đối tượng của quyền sở hữu trí tuệ, phương thức kinh doanh, tên thương mại, thương hiệu v.v... Bên nhận quyền (franchisee) là bên tiến hành kinh doanh với việc sử dụng các đối tượng của quyền sở hữu trí tuệ, và phương thức kinh doanh tên thương mại, thương hiệu v.v... của bên nhượng quyền.

- Cơ sở pháp lý của quan hệ nhượng quyền là hợp đồng cấp quyền giữa bên nhượng quyền và bên nhận quyền ràng buộc hai bên trong việc cấp quyền và sử dụng các quyền được cấp.

- Bên nhận quyền phải trả phí gọi là phí nhượng quyền cho việc được nhận quyền

- Giao dịch giữa hai bên không phải là giao dịch một lần mà là giao dịch mang tính thường xuyên và liên tục trong suốt thời hạn của hợp đồng nhượng quyền. Với cách hiểu như trên về nhượng quyền thương mại, có thể nói nhượng

quyền thương mại là một loại hình hoạt động thương mại vừa là một phương thức kinh doanh được pháp luật các nước điều chỉnh, thậm chí với qui mô và phạm vi ảnh hưởng, nhượng quyền thương mại còn được hiểu là một hệ thống phân phối rất hiệu quả trong thương mại của các nước phát triển. Luật Thương Mại do Quốc hội nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam Khóa XI , kỳ họp thứ 7 thông qua vào ngày 14 tháng 6 năm 2005 có hiệu lực thi hành từ ngày 1 tháng 1 năm 2006 đã lần đầu tiên trong hệ thống pháp luật

Việt Nam đưa ra định nghĩa về nhượng quyền thương mại như sau: “Nhượng quyền thương mại là hoạt động thương mại, theo đó bên nhượng quyền cho phép và yêu cầu bên nhận quyền tự mình tiến hành việc mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ theo các điều kiện sau đây:

- + Việc mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ được tiến hành theo cách thức tổ chức kinh doanh do bên nhượng quyền quy định và được gắn với nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, bí quyết kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, biểu tượng kinh doanh, quảng cáo của bên nhượng quyền;

- + Bên nhượng quyền có quyền kiểm soát và trợ giúp cho bên nhận quyền trong việc điều hành công việc kinh doanh.”(Điều 284 luật thương mại 2005)

Từ các định nghĩa trên có thể thấy nhượng quyền thương mại có những đặc điểm sau đây:

4. Đặc điểm của nhượng quyền thương mại

- Nhượng quyền thương mại là một hoạt động thương mại. Việc xác định đây là một hoạt động thương mại có ý nghĩa quan trọng trong việc khẳng định mục đích sinh lợi của hoạt động này. Xác định luật áp dụng là luật thương mại và xác định cơ quan tài phán trong trường hợp có tranh chấp, trong trường hợp này là tòa kinh tế.

- Nhượng quyền thương mại được thực hiện thông qua hợp đồng. Hợp đồng nhượng quyền thương mại là văn bản xác định quyền và nghĩa vụ cụ thể của các bên trong giao dịch. Hợp đồng sẽ quy định những gì bên nhượng quyền cũng như bên nhận quyền được phép làm và có nghĩa vụ phải làm. Nhượng quyền thương mại là một hoạt động thương mại đặc trưng mà nội dung của nó bao hàm nhiều vấn đề được nêu trong nhiều văn bản pháp lý khác nhau ví dụ các vấn đề về sở hữu trí tuệ được nêu trong luật dân sự, luật sở hữu trí tuệ, vấn đề quảng cáo được nêu trong pháp lệnh quảng cáo, các vấn đề về thanh toán phí

được quy định trong các luật thuế và pháp luật về ngoại hối (trong trường hợp thanh toán phí cho bên nhượng quyền nước ngoài), v.v...Do đó hợp đồng nhượng quyền thương mại là văn bản quy định cụ thể tất cả các vấn đề trên.

- Bên nhượng quyền là bên đang sở hữu hoặc đang kiểm soát một phương thức kinh doanh và các đối tượng sở hữu trí tuệ liên quan đến việc kinh doanh. Để có thể nhượng quyền, bên nhượng quyền phải đang sở hữu hoặc kiểm soát một phương thức kinh doanh có hiệu quả cùng với những đối tượng sở hữu trí tuệ liên quan đến phương thức kinh doanh đó. Phương thức kinh doanh ở đây được hiểu theo nghĩa rộng bao gồm tất cả các yếu tố giúp cho việc điều hành việc kinh doanh bao gồm quy trình cung cấp dịch vụ, tiêu chuẩn sản phẩm, dịch vụ, chiến lược kinh doanh, chính sách quảng cáo, chính sách khách hàng, kế hoạch đào tạo nhân viên, hệ thống lưu trữ, chế độ kế toán, kiểm toán, v.v...

Các đối tượng sở hữu trí tuệ gắn với việc kinh doanh bao gồm một, một vài hoặc tất cả các yếu tố tạo nên một uy tín riêng bao gồm nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại, bí quyết kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, biểu tượng kinh doanh, sơ đồ bố trí, quy trình, phương pháp hoạt động, v.v...Ta cũng có thể nói nhượng quyền thương mại đích thực thì bao gồm một gói các quyền sở hữu trí tuệ thuộc quyền sở hữu hoặc kiểm soát của bên nhượng quyền mà bên nhượng quyền li-xăng cho bên nhận quyền theo các điều khoản buộc bên nhận quyền phải theo chính xác phương thức kinh doanh của bên nhượng quyền. Một hợp đồng nhượng quyền thương mại đích thực là một hệ thống kinh doanh hoàn chỉnh được li-xăng cho bên nhận quyền cho một số năm.

- Bên nhận quyền là một bên độc lập so với bên nhượng quyền. Đây là đặc điểm làm nên nét đặc trưng riêng của nhượng quyền thương mại. Bên nhận quyền không có quan hệ về sở hữu vốn đối với bên nhượng quyền. Quan hệ giữa hai bên là quan hệ hợp đồng thương mại và bên nhận quyền phải trả phí cho những dịch vụ được bên nhượng quyền cung cấp. Ngoài ra, cũng do tính chất độc lập này, bên nhận quyền tự chịu trách nhiệm về hoạt động kinh doanh của mình.

- Việc nhượng quyền nhằm thực hiện các hoạt động phân phối hàng hóa và dịch vụ, không điều chỉnh các hoạt động liên quan đến li-xăng công nghiệp.

- Bên cạnh việc chuyển giao cho bên nhận quyền phương thức kinh doanh và quyền sử dụng các đối tượng sở hữu trí tuệ ở giai đoạn ban đầu, bên nhượng

quyền còn có quyền và nghĩa vụ kiểm soát và trợ giúp đáng kể và thường xuyên hoạt động kinh doanh của bên nhận quyền. Đây cũng là nét đặc trưng của nhượng quyền thương mại giúp phân biệt nhượng quyền thương mại với các hoạt động chuyển giao công nghệ và li-xăng thông thường khác.

- Bên nhận quyền phải trả phí cho việc nhượng quyền, phí nhượng quyền bao gồm phí ban đầu và phí định kỳ. Ngoài ra, bên nhận quyền còn có những nghĩa vụ tài chính khác như đóng góp tiền quảng cáo, tham gia các hoạt động khuyến mãi chung, trả tiền cho các dịch vụ khác do bên nhượng quyền cung cấp.

Với các đặc điểm trên ta thấy nhượng quyền thương mại có thể được áp dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau như bán lẻ hàng tiêu dùng (quần áo, mỹ phẩm, đồ gỗ, đồ dùng trong nhà, v.v..), dịch vụ nghề nghiệp (cơ sở giáo dục, phòng massage, thẩm mỹ, v.v..) dịch vụ kỹ thuật (sửa chữa điện, cấp thoát nước, sửa xe, v.v..), nhà hàng, khách sạn, cửa hàng thức ăn nhanh, phòng cho thuê, cho thuê xe, quản lý tài sản, đại lý môi giới bất động sản, đại lý du lịch, .v.v...

5. Vai trò của nhượng quyền thương mại

Không có một quốc gia nào có nền kinh tế phát triển trên thế giới mà không có công nghiệp nhượng quyền thương mại phát triển. Lợi ích của mô hình kinh doanh nhượng quyền thương mại đem lại cho các doanh nghiệp và cả một nền kinh tế nói chung đã được chứng minh tại tất cả các quốc gia đã và đang áp dụng rộng rãi mô hình này. Ngay cả Trung Quốc và Ấn Độ là hai quốc gia mà trước đây còn lưỡng lự với mô hình này thì những năm gần đây

Chính phủ đã chủ động hỗ trợ và đẩy mạnh tốc độ phát triển của lĩnh vực này. WTO ra đời đã đánh dấu sự khởi đầu của các quyền thương mại quốc tế mở. Điều đó có nghĩa là các doanh nghiệp nói riêng và các quốc gia nói chung ngày càng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường quốc tế.

Trong bối cảnh đó, hoạt động nhượng quyền thương mại cả ở tầm vi mô và vĩ mô sẽ có vai trò quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp và nâng cao năng lực cạnh tranh của các quốc gia.

- Đối với việc hội nhập quốc tế: Các tổ chức kinh tế - thương mại quốc tế và khu vực cũng như các quốc gia trên thế giới ngày càng quan tâm sát sao tới nhượng quyền thương mại. Nhượng quyền thương mại là một cửa ngõ rất thuận tiện và thích hợp để các thương hiệu có tiềm trên thế giới đi vào từng quốc gia. Điều này sẽ đem lại nhiều lợi ích cho nền kinh tế. Một Ví dụ nhỏ về mặt tâm lý,

du khách và các nhà đầu tư quốc tế sẽ cảm thấy gần gũi, an tâm hơn khi nhìn thấy các thương hiệu quen thuộc của thế giới cũng có mặt tại một quốc gia khác như các chuỗi nhà hàng, khách sạn và nhiều dịch vụ phổ biến khác. Nói khác đi, sự góp mặt của các thương hiệu nổi tiếng thế giới sẽ giúp kinh tế quốc gia quảng bá hình ảnh hội nhập quốc tế của mình. Do vậy để tham gia thực hiện các chương trình hoạt động của cộng đồng quốc tế đòi hỏi các quốc gia cũng phải phát triển mạnh hoạt động nhượng quyền thương mại ở quốc gia mình cũng như phải có hệ thống tổ chức hoạt động thương mại của Chính Phủ và các doanh nghiệp.

- **Năng cao năng lực cạnh tranh quốc gia:** Nhượng quyền thương mại là một giải pháp hữu hiệu để nâng cao năng lực cạnh tranh. Các doanh nghiệp ở các quốc gia sẽ có cơ hội hợp tác, học hỏi và nhân rộng mô hình kinh doanh đã chứng minh thành công trên thương trường. Bước kế tiếp của các doanh nghiệp của các quốc gia này bắt đầu áp dụng mô hình nhượng quyền thương mại vào chính doanh nghiệp của mình để nhân rộng thương hiệu trong và ngoài nước.

6. Phân loại nhượng quyền thương mại

Nhượng quyền thương mại tồn tại trong nhiều lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội và nó cũng được phân loại một cách khác nhau.

6.1. Căn cứ vào mục đích của việc kinh doanh nhượng quyền ta có thể phân loại nhượng quyền thương mại thành ba dạng cơ bản sau đây:

- Nhượng quyền bán sản phẩm (product isranhchise). Theo hình thức này thì nhà sản xuất cấp cho bên nhận quyền quyền được bán sản phẩm của mình. Bên nhận quyền hành động với tư cách như là một bên phân phối của bên nhượng quyền. Đây là hình thức cơ bản nhất của nhượng quyền thương mại.

- Nhượng quyền gia công (process isranhchise). Phương thức này cho phép bên nhận quyền sử dụng một tiến trình, một công thức đặc biệt, một bí quyết và sử dụng tên của bên nhượng quyền trong việc sản xuất, gia công của mình.

- Nhượng quyền phương thức kinh doanh (business isormat isranhchise). Đây là phương thức mà chúng ta đang nói đến. Theo đó, bên nhượng quyền không chỉ cấp cho bên nhận quyền quyền sử dụng tên và bán sản phẩm, dịch vụ của bên nhượng quyền mà còn chuyển giao cho bên nhận quyền toàn bộ cách thức kinh doanh độc đáo và riêng biệt mà bên nhượng quyền đã thiết lập và phát triển. Cụ thể, bên nhượng quyền chuyển giao hệ thống hoạt động, chuyên môn

kỹ thuật, hệ thống tiếp thị, hệ thống đào tạo, phương thức quản lý, quyền sử dụng các đối tượng sở hữu trí tuệ và tất cả các thông tin liên quan cho bên nhận quyền. Ngoài ra bên nhượng quyền còn cung cấp đào tạo và hỗ trợ thường xuyên cho bên nhận quyền.

6.2. Căn cứ vào đối tượng được cơ sở kinh doanh nhượng quyền cũng có:

- Nhượng quyền thương mại trong lĩnh vực dịch vụ (Service Franchise) tức là bên nhượng quyền giao cho bên nhận quyền quyền để cung cấp các dịch vụ theo phương thức kinh doanh và nhãn hiệu dịch vụ của bên nhượng quyền. Loại nhượng quyền này thường được áp dụng trong các lĩnh vực như: dịch vụ sửa chữa ô tô, phục vụ thẻ thanh toán, dịch vụ giặt ủi, dịch vụ làm đẹp, v.v...

- Nhượng quyền thương mại trong lĩnh vực tiêu thụ hàng hóa (Distribution Franchise) tức là bên nhượng quyền giao cho bên nhận quyền quyền để bán, phân phối hàng hóa theo phương thức kinh doanh và nhãn hiệu hàng hóa của bên nhượng quyền, ví dụ như tiêu thụ ô tô của một hãng nào đó, bán hàng mỹ phẩm, hàng may mặc của các hãng nổi tiếng thế giới.

6.3. Tòa án Châu Âu trong vụ kiện đầu tiên về nhượng quyền thương mại giữa Pronuptia de Paris, một bên nhượng quyền trong lĩnh vực bán và cho thuê áo cưới và bà Schillgalis, bên nhận quyền đã phân nhượng quyền thương mại thành ba loại:

- Nhượng quyền cung cấp dịch vụ: bên nhận quyền sẽ cung cấp dịch vụ dưới tên thương mại, nhãn hiệu hàng hóa của bên nhượng quyền, theo cách thức của bên nhượng quyền và theo sự hướng dẫn của bên nhượng quyền.

- Nhượng quyền sản xuất: bên nhận quyền tự mình sản xuất sản phẩm theo sự hướng dẫn của bên nhượng quyền và bán hàng hóa dưới nhãn hiệu của bên nhượng quyền.

- Nhượng quyền phân phối: bên nhận quyền chỉ đơn giản bán các sản phẩm trong một cửa hiệu mang tên của bên nhượng quyền.

6.4. John Hamilton Pratt trong đã phân nhượng quyền thương mại thành nhiều loại như:

- Nhượng quyền nghề nghiệp (Job Franchise). Trong trường hợp này người chủ cũng đồng thời là người điều hành việc kinh doanh nhượng quyền.

- Nhượng quyền phân phối và bán hàng (Sales and Distribution Franchise). Việc phân phối và bán sản phẩm của bên nhượng quyền được thực hiện thông qua bên nhận quyền là một cá nhân tự hoạt động kinh doanh. Trường hợp này giống với việc bán hàng trực tiếp đã xuất hiện ở nước ta.

- Nhượng quyền bán lẻ (Outlet Franchise). Bên nhận quyền mở và điều hành một cửa hàng bán lẻ để bán hàng hóa cung cấp dịch vụ.

- Nhượng quyền quản lý (Management Franchise). Không giống với nhượng quyền bán lẻ, nhượng quyền quản lý áp dụng đối với những việc kinh doanh nhượng quyền lớn và lâu dài và việc quản lý do những người có chuyên môn thực hiện.

- Nhượng quyền đầu tư (Investment Franchise). áp dụng đối với những việc kinh doanh cực lớn, đòi hỏi nhiều vốn đầu tư và nhà đầu tư thường không trực tiếp tiến hành công việc kinh doanh.

- Nhượng quyền phân đoạn (Fractional Franchise). Bên nhượng quyền lựa chọn những bên nhận quyền đang hoạt động kinh doanh sẵn.

- Nhượng quyền kết hợp (Combination Franchise). Bên nhượng quyền bán hàng hóa và dịch vụ của mình tại một đơn vị của một bên nhượng quyền khác.

- Nhượng quyền chuyển đổi (Conversion Franchise). Một người tự chuyển mình sang tình trạng bên nhận quyền trong cùng một lĩnh vực hoạt động kinh doanh.

6.5. Ngoài ra, nếu căn cứ vào các bên thực hiện hoạt động nhượng nhận quyền, có hai loại nhượng quyền:

- Nhượng quyền thương mại thông thường (Franchise) như được trình bày trong tài liệu này; và

- Nhượng quyền thương mại chung (Master Franchise) như được trình bày dưới đây:

Nhượng quyền thương mại chung (Master Franchise) là việc một bên nhượng quyền cư trú ở nước ngoài hoặc một công ty nhượng quyền sở hữu một hệ thống nhượng quyền và các nhãn hiệu gắn với nó chỉ định một bên nhận quyền sơ cấp cho một lãnh thổ rộng lớn bao gồm một hay nhiều thị trường quốc gia và giao cho bên nhận quyền sơ cấp đó quyền chỉ định các bên nhận quyền và phát triển nhượng quyền trong lãnh thổ đó.

Trong vấn đề nhượng quyền thương mại chung có hai mối quan hệ: thứ nhất là mối quan hệ giữa bên nhượng quyền (là bên sở hữu một hệ thống nhượng quyền và các nhãn hiệu gắn với nó) và bên nhận quyền sơ cấp (bên được bên nhượng quyền giao nhiệm vụ nhượng quyền trong một vùng lãnh thổ nhất định); và thứ hai là mối quan hệ giữa bên nhận quyền sơ cấp và bên nhận quyền thứ cấp (bên được bên nhận quyền sơ cấp cấp quyền để kinh doanh một cơ sở kinh doanh nhượng quyền sử dụng hệ thống nhượng quyền và các nhãn hiệu gắn với nó của bên nhượng quyền).

Mối quan hệ giữa bên nhận quyền sơ cấp và bên nhận quyền cũng giống như mối quan hệ giữa bên nhượng quyền và bên nhận quyền thông thường. Còn mối quan hệ giữa bên nhượng quyền và bên nhận quyền sơ cấp, ngoài những đặc điểm của một quan hệ nhượng quyền thông thường còn có một số đặc trưng khác. Mặc dù trao cho bên nhận quyền sơ cấp quyền chỉ định các bên nhận quyền trong lãnh thổ quốc gia đã chỉ định, bên nhượng quyền luôn áp đặt sự kiểm soát chặt chẽ đối với bên nhận quyền sơ cấp thể hiện như:

- Bảo lưu quyền cho phép bên nhận quyền sơ cấp cấp quyền cho một bên nhận quyền mới. Nghĩa là bên nhận quyền sơ cấp phải có được chấp thuận của bên nhượng quyền trước khi cấp quyền cho một bên nhượng quyền mới. Tuy nhiên, bên nhượng quyền cũng sẽ không từ chối việc này một cách không hợp lý.

- Khi hết hạn hoặc chấm dứt trước thời hạn hợp đồng nhượng quyền thương mại chung thì bên nhận quyền sơ cấp có nghĩa vụ theo yêu cầu của bên nhượng quyền thực hiện tất cả các hành động và ký tất cả các tài liệu cần thiết để chuyển nhượng các hợp đồng nhượng quyền mà bên nhận quyền sơ cấp đã ký kết với các bên nhận quyền trong lãnh thổ cho bên nhượng quyền hoặc một bên khác được bên nhượng quyền chỉ định. Trong những trường hợp đó thì bên nhượng quyền có quyền làm việc trực tiếp với các bên nhận quyền và nhận phí hoặc các khoản thanh toán khác từ các bên nhận quyền.

Bên nhận quyền sơ cấp trong mối quan hệ với bên nhượng quyền phải:

- Trả cho bên nhượng quyền một khoản phí thường thể hiện bằng một số phần trăm của phí nhượng quyền gộp thu được từ các bên nhận quyền trong lãnh thổ.

- Đảm bảo thực hiện đúng lộ trình mở rộng mạng lưới nhượng quyền theo kế hoạch đã thỏa thuận. Việc không đạt được mục tiêu này có thể là cơ sở để bên nhượng quyền chấm dứt hợp đồng nhượng quyền thương mại chung.

- Phải điều hành và đảm bảo rằng tất cả các bên nhận quyền khác điều hành các cơ sở kinh doanh nhượng quyền tuân thủ tuyệt đối sách hướng dẫn hoạt động, hệ thống và các chỉ định của bên nhượng quyền. Hợp đồng của bên nhận quyền sơ cấp và các bên nhận quyền khác phải theo mẫu hợp đồng nhượng quyền do bên nhượng quyền cung cấp.

Nhượng quyền thương mại chung là một đặc điểm riêng biệt của các hệ thống nhượng quyền quốc tế. Nó cho phép một bên có mạng lưới nhượng quyền thành công ở một nước mở rộng mạng lưới kinh doanh của mình sang các lãnh thổ quốc gia khác bằng cách chỉ định các bên nhận quyền sơ cấp ở mỗi lãnh thổ đó hành động với tư cách các bên nhượng quyền. Đây là cơ chế thông dụng nhất để một bên nhượng quyền nước ngoài tiếp cận một thị trường quốc gia mới. Thông thường để thành công ở một thị trường quốc gia mới, bên nhượng quyền phải mất nhiều công sức và tiền của để tìm hiểu các vấn đề về pháp luật, cơ sở hạ tầng và khẩu vị của người tiêu dùng của quốc gia thị trường mục tiêu. Để tránh khỏi những gánh nặng này, các bên nhượng quyền nước ngoài chỉ cần trao quyền chỉ định các bên nhận quyền trong một lãnh thổ mới cho một bên nhận quyền sơ cấp. Bên nhận quyền sơ cấp sẽ trở thành bên nhượng quyền trong lãnh thổ cụ thể đó.

TTBD ĐBDC

