

NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI (FRANCHISE)
MÔ HÌNH KINH DOANH MỚI Ở VIỆT NAM

ThS. DƯƠNG THỊ NGỌC LIÊN

Franchise – nhượng quyền thương mại có đầu tiên ở Châu Âu cách đây khoảng 100 năm, nhưng lại phát triển mạnh nhất ở Mỹ. Ở Việt Nam, mô hình này chỉ mới xuất hiện hơn 10 năm nay. Nó còn khá mới mẻ đối với nhiều doanh nghiệp. Để thực sự hiểu franchise là gì? Nó có những hình thức nào? Nó mang lại lợi thế gì cho các đối tượng tham gia vào quá trình mua bán này? Không ít người còn lúng túng khi phải trả lời những câu hỏi trên. Trong khuôn khổ bài viết này, tôi hy vọng cung cấp thêm cho bạn đọc một số thông tin hữu ích về mô hình kinh doanh khá hấp dẫn nhưng cũng không ít khó khăn – Mua bán franchise – đang được nhiều doanh nghiệp Việt Nam quan tâm.

1. Franchise là gì?

Từ franchise có nguồn gốc từ tiếng Pháp là “franc” có nghĩa là tự do. Theo Hội đồng Thương mại liên bang Hoa Kỳ (Federal Trade Commission – FTC): “Franchise là một hợp đồng hay một thỏa thuận giữa ít nhất hai người, trong đó: người mua franchise (được gọi là franchisee) được cấp quyền bán hay phân

phối sản phẩm, dịch vụ theo cùng một kế hoạch hay hệ thống tiếp thị của người chủ thương hiệu (được gọi là franchisor). Hoạt động kinh doanh của Franchisee phải triệt để tuân theo kế hoạch hay hệ thống tiếp thị này gắn liền với thương hiệu, biểu tượng, khẩu hiệu, tiêu chí, quảng cáo và những biểu tượng thương mại khác của chủ thương hiệu. Người mua franchise phải trả một khoản phí trực tiếp hay gián tiếp, gọi là phí franchise”.

Tại Việt Nam, Luật Thương mại (có hiệu lực từ ngày 01/01/2006), Điều 284 qui định: “*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 tổ chức kinh doanh do bên nhượng quyền qui định và được gắn với nhãn hiệu hàng hóa, tên thương mại và 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”.

Khác biệt cơ bản giữa người mua và người bán franchise:

Người bán franchise	Người mua franchise
Sở hữu thương hiệu	Được cấp phép sử dụng thương hiệu
Cung cấp hỗ trợ: - Đào tạo - Marketing - Quản lý	Điều hành cửa hàng với sự giúp đỡ của chủ thương hiệu
Nhận phí franchise	Trả phí franchise

Chức năng, nhiệm vụ của người bán và người mua franchise:

	Người bán franchise	Người mua franchise
Chọn mặt bằng	Hỗ trợ	Chọn với sự đồng ý của chủ thương hiệu
Thiết kế	Cung cấp mẫu thiết kế	Áp dụng mẫu thiết kế, trả phí
Nhân viên	Giới thiệu hỗ trợ	Tuyển dụng, giám sát, điều hành
Thực đơn	Xây dựng, quy định	Thay đổi khi được chấp nhận
Giá	Đề nghị, tư vấn	Quyết định
Nguồn cung cấp	Có thể yêu cầu franchisee mua hàng của mình hoặc mua theo chỉ định nguồn cung cấp cho hệ thống franchise; hoặc yêu cầu theo tiêu chuẩn nhất định	Phối hợp, tuân theo

2. Các loại hình mua bán franchise:

Có hai hình thức kinh doanh franchise tiêu biểu đó là: *Nhượng quyền phân phối sản phẩm* (Product distribution franchise) và *nhượng quyền sử dụng công thức kinh doanh* (business format franchise). Đặc điểm của hai loại nhượng

quyền này như sau:

Nhượng quyền phân phối sản phẩm:

- Franchisee được phép sử dụng thương hiệu (trade mark), tên hiệu (trade name), biểu tượng (logo), khẩu hiệu (slogan) và phân phối sản phẩm của franchisor trong phạm vi không gian và

thời gian nhất định.

- Franchisee thường không nhận được sự hỗ trợ đáng kể từ franchisor.

- Franchisee được quyền quản lý và điều hành cửa hàng nhượng quyền của mình với mức độ độc lập cao. Thậm chí họ có thể chọn cách thức phục vụ và kinh doanh theo ý mình.

Nhượng quyền sử dụng công thức kinh doanh:

- Việc nhượng quyền bao gồm việc chuyển giao kỹ thuật kinh doanh và công thức điều hành quản lý.

- Franchisee phải tuân thủ đúng các chuẩn mực của mô hình kinh doanh của franchisor.

- Sự hợp tác giữa franchisee và franchisor rất chặt chẽ và liên tục.

- Franchisee phải trả phí cho franchisor.

3. Được gì khi mua bán franchise?

Khi mua bán franchise, mỗi bên mua và bán đều bị những ràng buộc được thỏa ước trong hợp đồng mua bán franchise. Nhưng xét ở hiệu quả quá trình, họ có được những lợi thế sau:

Đối với bên bán franchise:

- *Nhân rộng mô hình kinh doanh:* nhờ có hệ thống cửa hàng nhượng quyền, họ mở rộng được phạm vi phân phối sản phẩm. Chính điều này giúp các franchisor

có điều kiện chia sẻ các khó khăn cho các franchisee, giúp franchisor vượt qua được rào cản về tài chính, địa lý, con người, văn hóa địa phương, ... để mở rộng phạm vi phân phối và nhân rộng giá trị thương hiệu của mình.

- *Tăng doanh thu:* ngoài việc tăng sản lượng bán ra nhờ các cửa hàng nhượng quyền, franchisor còn nhận thêm được các khoản tiền từ việc bán franchise như: phí nhượng quyền ban đầu cho franchisee, phí hàng tháng, bán nguyên vật liệu đặc thù cho franchisee.

- *Tiết giảm chi phí:* giá thành giảm do sản lượng sản xuất tăng, giá nguyên vật liệu đầu vào cũng giảm vì mua vào với số lượng lớn hơn. Ngoài ra, chi phí tiếp thị và quản lý khác nếu tính ra theo đơn vị sản phẩm cũng sẽ giảm.

- *Tăng nhanh uy tín thương hiệu:* sự lớn mạnh về thương hiệu cũng sẽ được tăng nhanh khi hệ thống các cửa hàng tăng. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến sự thu hút các nhà đầu tư và sự tài trợ của các ngân hàng.

Đối với bên mua franchise:

- *Đầu tư an toàn:* theo số liệu thống kê của Phòng Thương mại Mỹ, chỉ có 5% doanh nghiệp mua franchise kinh doanh thất bại trong khi con số này là 30 – 65% cho các doanh nghiệp không theo mô hình kinh doanh nhượng quyền. Thời gian tồn

tại của các doanh nghiệp mua franchise cũng lâu hơn các doanh nghiệp không theo mô hình này. Trung bình chỉ có 23% doanh nghiệp nhỏ tồn tại sau 5 năm hoạt động, trong khi có đến 92% doanh nghiệp mua franchise tồn tại sau 5 năm. Ngoài ra, khi mua franchise, franchisee được tận dụng những lợi thế về giá trị thương hiệu của franchisor, làm độ tin cậy của khách hàng cao hơn, họ sẽ ủng hộ nhiều hơn.

- *Dễ vay tiền ngân hàng:* cũng chính từ việc đầu tư an toàn hơn và xác suất thành công cao hơn, nên các franchisee dễ dàng nhận được sự tài trợ từ ngân hàng. Ngoài ra, các franchisee đều được các franchisor hỗ trợ, thuyết phục các ngân hàng cho vay.

- *Được chủ thương hiệu giúp đỡ:* sự hỗ trợ này các franchisee đều được nhận từ lúc chuẩn bị mở cửa hàng và trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh, bao gồm: đào tạo, thiết kế, chọn địa điểm của hàng, tuyển dụng, nguồn hàng, tiếp thị,...

4. Nên dùng cơ hội kinh doanh hay mua franchise?

Đây là câu hỏi luôn luôn được đặt ra đối với các nhà đầu tư khi tiến hành chọn lựa phương án kinh doanh cho mình. Rất khó có kết luận đâu là mô hình kinh doanh tốt nhất. Tuy nhiên, chúng ta có thể tham khảo một số đặc điểm sau

đây của hai loại hình kinh doanh này để từ đó, trong từng hoàn cảnh sẽ chọn lựa cho mình mô hình phù hợp nhất.

Khi dùng cơ hội kinh doanh:

Được dùng thương hiệu do chính mình đặt ra;

Không phải trả phí;

Trọn quyền quyết định và chịu trách nhiệm về các vấn đề liên quan đến quản lý và kinh doanh của mình;

Thu nhập thường thấp hơn và rủi ro cao hơn khi mua franchise.

Khi mua franchise:

Được quyền sử dụng thương hiệu và kinh doanh sản phẩm của bên bán franchise;

Tận dụng được lợi thế thương hiệu và thị trường sẵn có của hệ thống franchise;

Thu nhập thường cao và ít rủi ro hơn khi dùng cơ hội kinh doanh;

Phải trả phí cho bên bán franchise;

Phải tuân thủ các nguyên tắc kinh doanh của bên bán franchise;

Chịu sự quản lý và giám sát của bên bán franchise.

Như vậy, đâu là **phương án kinh doanh tốt nhất?** Tất cả còn phụ thuộc vào chúng ta là ai? Năng lực của chúng ta như thế nào? Mục tiêu của chúng ta là gì? Tất cả những đặc điểm trên đây chỉ là những thông tin tham khảo, giúp chúng ta đánh giá và quyết định.

