

# MỤC LỤC

**Lời cam đoan**

**Danh mục từ viết tắt và tiếng nước ngoài**

**Danh mục các biểu đồ, mô hình**

**Phần mở đầu**

## PHẦN I

<b>CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI</b>	Trang
<b>1.1. Tổng quan về nhượng quyền thương mại</b>	<b>1</b>
1.1.1. Khái niệm nhượng quyền thương mại	1
1.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển của NQTM (Franchise).	1
1.1.3. Những yếu tố cơ bản tạo lập hệ thống NQTM.	3
1.1.3.1. Xây dựng cảm nang hoạt động của doanh nghiệp và các tài liệu hướng dẫn hoạt động kinh doanh.	4
1.1.3.2. Xây dựng chương trình huấn luyện cho đối tác mua NQTM.	5
1.1.3.3. Chuẩn bị nguồn nhân lực cho phát triển kinh doanh .....	6
1.1.3.4. Chuẩn hóa các tiêu chí của hệ thống .....	7
<b>1.2. Phân loại các mô hình nhượng quyền thương mại</b>	<b>8</b>
1.2.1. Nhượng quyền mô hình kinh doanh toàn diện.....	8
1.2.2. Nhượng quyền mô hình kinh doanh không toàn diện.....	9
<b>1.3. Các cách thức phát triển hệ thống Nhượng quyền thương mại</b>	<b>10</b>
1.3.1. Đại lý độc quyền phát triển NQTM (Master Franchise)	10
1.3.2. Đại lý NQTM phát triển khu vực	11
1.3.3. Bán lẻ cho từng thương nhân	12
1.3.4. Nhượng quyền thông qua liên doanh.	13
<b>1.4. Ý nghĩa của phát triển kinh doanh bằng hình thức NQTM.</b>	<b>14</b>
1.4.1. Ý nghĩa đối với doanh nghiệp tiến hành NQTM.	14

1.4.1.1. Những ưu điểm đối với doanh nghiệp tiến hành NQTM	14
1.4.1.2. Những nhược điểm đối với doanh nghiệp tiến hành NQTM	15
1.4.2. Ý nghĩa đối với bên nhận NQTM.	16
1.4.2.1. Những ưu điểm đối với doanh nghiệp nhận NQTM	16
1.4.2.2. Những nhược điểm đối với doanh nghiệp nhận NQTM	16
1.4.3. Đối với xã hội.	17

## PHẦN II

### THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HÌNH THỨC NHƯỢNG QUYỀN KINH DOANH TẠI CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM .

<b>2.1. Cơ sở pháp lý về Nhượng quyền thương mại ở Việt Nam</b>	19
<b>2.2. Thực trạng các doanh nghiệp Việt Nam thực hiện NQTM trong thời gian qua.</b>	20
2.2.1 Quá trình phát triển kinh doanh bằng hình thức NQTM.....	20
2.2.2. Những hệ thống nhượng quyền thương mại điển hình .....	21
2.2.2.1 Hệ thống nhượng quyền Trung Nguyên Coffee.	22
2.2.2.2. Hệ thống cửa hàng Kinh Đô Bakery.	28
2.2.2.3. Hệ thống nhà hàng Phở 24.	32
<b>2.3. Những thành quả từ phát triển kinh doanh bằng hình thức nhượng quyền của các doanh nghiệp Việt Nam đến năm 2007.</b>	37
2.3.1. Tại thị trường Việt Nam	37
2.3.2. Tại thị trường nước ngoài.	38
<b>2.4. Những triển vọng và thách thức của việc phát triển kinh doanh bằng hình thức NQTM tại các doanh nghiệp Việt Nam.</b>	40
2.4.1. Những triển vọng phát triển NQTM ở Việt Nam	40
2.4.1.1 . Xu hướng phát triển kinh doanh bằng hình thức NQTM....	40

2.4.1.2. Nền kinh tế có nhiều tiềm năng phát triển NQTM.	41
2.4.1.3. Sự xuất hiện của các tổ chức phát triển NQTM tại Việt Nam.	43
2.4.2. Những hạn chế và thách thức đối với các doanh nghiệp ...	44
2.4.2.1. Những hạn chế đối với việc ... bằng hình thức NQTM.	46
2.4.2.2. Sự cạnh tranh của các doanh nghiệp nước ngoài .....	49
2.4.2.3. Những hạn chế khác ảnh hưởng tới sự phát triển NQTM.	

### **Phần ba**

## **CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KINH DOANH BẰNG HÌNH THỨC NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015.**

	53
<b>3.1. Quan điểm xây dựng giải pháp</b>	
<b>3.2. Các giải pháp cơ bản phát triển kinh doanh bằng hình thức NQTM đối với các doanh nghiệp Việt Nam từ nay đến năm 2015.</b>	54
<b>3.3. Các kiến nghị đối với Nhà nước và Bộ, Ngành hữu quan nhằm phát triển hình thức NQTM tại các doanh nghiệp Việt Nam.</b>	68

### **KẾT LUẬN**

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

### **DANH MỤC PHỤ LỤC**

### **PHỤ LỤC**

## **DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT VÀ TIẾNG NƯỚC NGOÀI**

1. NQTM: Nhượng quyền thương mại
2. WFC (Would Franchise Council): Hội đồng nhượng quyền thương mại thế giới
3. VFC ( Vietnam Franchise Club): Câu lạc bộ nhượng quyền thương mại Việt Nam.
4. UFO ( Unit Franchise Organization): Bản thông tin của đơn vị nhượng quyền cung cấp cho bên nhận quyền.
5. Franchise: Nhượng quyền thương mại( nhượng quyền kinh doanh).

---

## **DANH MỤC CÁC MÔ HÌNH, BIỂU MẪU**

1. Sơ đồ 1.1: Mô hình đại lý độc quyền (Master Franchise)
2. Sơ đồ 1.2: Mô hình đại lý phát triển vùng
3. Sơ đồ 1.3: Mô hình bán lẻ NQTM
4. Sơ đồ 1.3: Mô hình liên doanh phát triển NQTM
5. Biểu đồ 2.1: Quá trình phát triển chuỗi cửa hàng NQTM của Trung Nguyên Coffee
6. Bảng 2.2: Thông tin về vốn đầu tư cửa hàng NQTM của KFC