

NHUỘNG QUYỀN THƯƠNG MẠI Ở VIỆT NAM: THỰC TRẠNG PHÁP LÝ, THÁCH THỨC VÀ ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN

TS. Phạm Sỹ Chung

Trường Đại học Hòa Bình

Tác giả liên hệ: Chungkiev52@gmail.com

Ngày nhận: 16/11/2025

Ngày nhận bản sửa: 27/11/2025

Ngày duyệt đăng: 24/12/2025

DOI: 10.71192/598772sbliiw

Tóm tắt

Bài viết phân tích khung pháp lý điều chỉnh hoạt động nhượng quyền thương mại (NQTM) tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, đặc biệt sau khi Việt Nam gia nhập WTO và ký kết nhiều điều ước quốc tế về kinh tế, thương mại và đầu tư với các nước trên thế giới. Qua việc so sánh cam kết quốc tế và thực trạng triển khai trong nước, nghiên cứu chỉ ra những bất cập trong quản lý nhà nước, sự thiếu đồng bộ giữa các văn bản pháp luật, và những hạn chế nội tại của doanh nghiệp nhượng quyền thương mại. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các giải pháp hoàn thiện pháp luật, nâng cao năng lực quản trị và thúc đẩy phát triển thị trường NQTM tại Việt Nam.

Từ khóa: Nhượng quyền thương mại, WTO, Luật thương mại, hội nhập, doanh nghiệp, pháp lý.

Franchising in Vietnam: Current Legal Status, Challenges, and Directions for Improvement

Dr. Pham Sy Chung

Hoa Binh University

Corresponding Author: Chungkiev52@gmail.com

Abstract

The article analyzes the legal framework regulating franchising activities in Vietnam within the context of deepening international economic integration, especially after Vietnam joined the WTO and signed numerous international agreements on economics, trade, and investment with countries around the world. By comparing international commitments with current domestic implementation, the study highlights shortcomings in state management, lack of synchronization between legal documents, and the inherent limitations of franchising enterprises. Based on this, the article proposes solutions to enhance the law, improve governance capacity, and promote the development of the franchising market in Vietnam.

Keywords: Franchising, WTO, Commercial Law, Integration, Enterprises, Legal.

1. Đặt vấn đề

Cho đến nay, NQTM là một hình thức kinh doanh đã được nhiều nước trên thế giới áp dụng, nhiều định nghĩa đã được nêu ra của nhiều trường phái khác nhau nhằm giải thích, hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện hoạt động kinh doanh nhượng quyền đạt hiệu quả.

Hiệp hội Nhượng quyền thương mại quốc tế (The International Franchise Association) đã đưa ra định nghĩa NQTM như sau: “NQTM là một phương thức mở rộng kinh doanh và phân phối hàng hóa, dịch vụ thông qua mối quan hệ cấp phép. Trong hình thức này, bên nhượng quyền (cá nhân hoặc doanh nghiệp cấp quyền cho bên thứ ba được kinh doanh dưới nhãn

hiệu của mình) không chỉ xác định các sản phẩm và dịch vụ mà bên nhận quyền (cá nhân hoặc doanh nghiệp được cấp quyền kinh doanh dưới nhãn hiệu và tên thương mại của bên nhượng quyền) sẽ cung cấp, mà còn hỗ trợ họ về thương hiệu và các hoạt động vận hành” (IFA, n.d.).

Theo OECD (1993), “NQTM là một dạng đặc biệt của mối quan hệ theo chiều dọc giữa hai doanh nghiệp, thường được gọi là “bên nhượng quyền” và “bên nhận quyền”. Hai bên thường thiết lập một mối quan hệ hợp đồng, trong đó, bên nhượng quyền chuyển giao một sản phẩm đã được chứng minh hiệu quả, nhãn hiệu hoặc mô hình kinh doanh, cùng với các dịch vụ hỗ trợ liên quan, cho bên nhận quyền để đổi

lấy một chuỗi các khoản phí bản quyền và thanh toán khác.

Mối quan hệ hợp đồng này có thể bao gồm các vấn đề như giá sản phẩm, quảng cáo, địa điểm kinh doanh, loại hình kênh phân phối và khu vực địa lý hoạt động

Tại Việt Nam, NQTM được quy định bởi Luật Thương mại năm 2005, như sau: *“NQTM 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 hoá, cung ứng dịch vụ theo các điều kiện sau đây:*

1. *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;*

2. *Bên nhượng quyền có quyền kiểm soát và trợ giúp cho bên nhận quyền trong việc điều hành công việc kinh doanh”* (Quốc hội, 2005).

Mặc dù đã được pháp luật ghi nhận, quá trình áp dụng và phát triển mô hình nhượng quyền tại Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế, cả về khung pháp lý lẫn thực tiễn triển khai. Sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào năm 2007, thị trường nhượng quyền chính thức mở cửa cho các nhà đầu tư nước ngoài. Đây là cơ hội quan trọng để doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận công nghệ, mô hình quản trị và tiêu chuẩn vận hành quốc tế. Tuy nhiên, cùng với đó cũng xuất hiện những thách thức lớn trong việc bảo vệ thương hiệu nội địa và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước trước sự tham gia ngày càng mạnh mẽ của các chuỗi nhượng quyền nước ngoài.

2. Cam kết quốc tế về nhượng quyền thương mại

Trong Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA), Việt Nam chưa cam kết mở cửa lĩnh vực NQTM. Đến khi gia nhập WTO, Việt Nam mới chính thức cam kết đầy đủ về dịch vụ franchising, thuộc nhóm mã CPC 8929 (mã phân loại sản phẩm và dịch vụ quốc tế của Liên Hợp Quốc).

Theo các cam kết với WTO, Việt Nam cho phép nhà đầu tư nước ngoài thực hiện nhượng quyền trong hầu hết các lĩnh vực, ngoại trừ một số sản phẩm nhạy cảm như thuốc lá, dầu thô, dược phẩm, gạo, đường, kim loại quý... Các doanh nghiệp nước ngoài được phép thành lập pháp nhân hoặc chi nhánh 100% vốn tại Việt Nam kể từ

năm 2010. Việc mở cửa này góp phần thu hút đầu tư nước ngoài, song đồng thời tạo áp lực cạnh tranh rất lớn cho doanh nghiệp nội địa trong việc xây dựng thương hiệu, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ và quản lý chuỗi nhượng quyền.

Theo các cam kết về NQTM trong các Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CTTPP), Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - EU (EV FTA), Hiệp định Đầu tư Việt Nam - EU (EV IPA) (European Commission, 2020; European Union & Government of Vietnam, 2020; VCCI, 2019) lại tập trung vào việc đảm bảo đối xử công bằng minh bạch và không phân biệt đối xử cho các nhà đầu tư và doanh nghiệp NQTM; quy định các biện pháp bảo hộ sở hữu trí tuệ (bao gồm quyền thương hiệu, bí mật kinh doanh và các tài sản trí tuệ khác liên quan đến hợp đồng nhượng quyền); thiết lập cơ chế giải quyết tranh chấp đầu tư quốc tế, cho phép các nhà đầu tư nhượng quyền có thể đưa vụ kiện ra trọng tài quốc tế nếu có tranh chấp với quốc gia sở tại. Về bảo hộ đầu tư quy định chi tiết về việc bảo vệ các khoản đầu tư nhượng quyền của nhà đầu tư EU tại Việt Nam; đồng thời, thiết lập một cơ chế giải quyết tranh chấp đầu tư (ISDS) để giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và quốc gia, tuy nhiên, cơ chế này đã được cải cách theo hướng minh bạch và công bằng hơn. Ngoài ra các Hiệp định này có vai trò thúc đẩy đầu tư, tạo môi trường đầu tư thuận lợi, an toàn và minh bạch để khuyến khích các nhà đầu tư, bao gồm cả các nhà nhượng quyền nước ngoài đầu tư vào Việt Nam.

3. Pháp luật Việt Nam về NQTM

Trước thời điểm Luật Thương mại 2005 được ban hành, các hoạt động tương tự nhượng quyền chỉ được điều chỉnh gián tiếp thông qua pháp luật hợp đồng, pháp luật về sở hữu trí tuệ và đầu tư, chưa có khái niệm pháp lý chính thức về NQTM. Từ khi Luật Thương mại năm 2005 có hiệu lực đã đánh dấu bước chuyển quan trọng trong việc thể chế hóa NQTM - một mô hình kinh doanh hiện đại, phù hợp với thương mại quốc tế. Luật Thương mại 2005 (Chương VIII, Điều 284-292) lần đầu tiên quy định cụ thể về: Khái niệm NQTM; Quyền và nghĩa vụ của các bên; Đăng ký hoạt động nhượng quyền; Nguyên tắc chấm dứt, chuyển nhượng hợp đồng (Quốc hội, 2005). Trên cơ sở đó, Chính phủ ban hành Nghị định 35/2006/NĐ-CP ngày 31/03/2006 (Chính phủ, 2006); Nghị định sửa đổi số 120/2011/NĐ-CP

ngày 16/12/2011 (Chính phủ, 2011) nhằm hướng dẫn chi tiết về điều kiện, trình tự, thủ tục đăng ký nhượng quyền, phân định thẩm quyền giữa Bộ Công thương và Sở Công thương. Tiếp theo, Chính phủ ban hành Nghị định 08/2018/NĐ-CP ngày 15/01/2018, nhằm đơn giản hóa thủ tục, cho phép đăng ký nhượng quyền trực tuyến, bỏ yêu cầu chứng thực hợp đồng mẫu, hướng đến cơ chế quản lý hậu kiểm thay vì tiền kiểm (Chính phủ, 2018). Văn bản quy phạm pháp luật này đã thể hiện bước tiến trong cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong nước và nhà đầu tư nước ngoài.

4. Thực trạng hoạt động NQTM tại Việt Nam

Tính đến tháng 12/2024, Việt Nam đã đón nhận hơn 200 thương hiệu nhượng quyền quốc tế (Tiến Hoàng, 2025), chủ yếu đến từ Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore và Thái Lan. Lĩnh vực NQTM tập trung nhiều nhất là đồ ăn nhanh, đồ uống, giáo dục, bán lẻ, thời trang và dịch vụ chăm sóc cá nhân. Các thương hiệu nổi bật như: KFC, Lotteria, The Coffee House, Phúc Long, Highlands Coffee, Jollibee, Pizza Hut, Miniso, Guardian,...; một số thương hiệu nội địa đã bắt đầu nhượng quyền ra nước ngoài như: Cộng Cà Phê, Phở 24, Mì Quảng Bà Mua, Trung Nguyên Legend, TocoToco...

Hiện xu hướng NQTM tại Việt Nam chủ yếu dừng lại ở mô hình nhượng quyền cấp 1 (gọi là nhượng quyền độc quyền) khi thương hiệu quốc tế trao quyền cho một doanh nghiệp nội địa phát triển hệ thống chi nhánh trên toàn lãnh thổ dưới hình thức tự đầu tư và kinh doanh (gọi là phát triển hệ thống chuỗi). Rất ít thương hiệu quốc tế tại Việt Nam phát triển thị trường qua hình thức nhượng quyền cấp 2 (gọi là nhượng quyền thứ cấp), khi đối tác cấp 1 tiếp tục nhượng quyền từng chi nhánh hoặc từng khu vực cho một đối tác thứ cấp tiếp theo. Nhiều thương hiệu đã chọn hình thức nhượng quyền hàng loạt thay vì nhượng quyền từng cửa hàng như trước đây để đẩy nhanh tốc độ nhân rộng thương hiệu của mình. Đồng thời, cũng đã xuất hiện ngày càng nhiều thương hiệu lớn với phương thức kinh doanh tự phát triển, xây dựng hệ thống cửa hàng trực thuộc trong một thời gian nhất định, sau đó, nhượng quyền lại cho đối tác kinh doanh.

Theo Hiệp hội Nhượng quyền Quốc tế (International Franchise Association),

Việt Nam đứng thứ 8/12 thị trường hàng đầu được xác định là có giá trị nhất cho việc mở rộng toàn cầu. Các lĩnh vực tiềm năng cho các doanh nghiệp nhượng quyền bao gồm: Thực phẩm và đồ uống, giáo dục, y tế và dinh dưỡng, dịch vụ kinh doanh, khách sạn, thời trang, làm đẹp và chăm sóc da, giải trí, dịch vụ trẻ em và cửa hàng tiện lợi. Việt Nam cũng được dự báo sẽ là điểm đến của các thương hiệu quốc tế, đặc biệt là các thương hiệu khu vực ASEAN (Vietnamnet, 2019).

Có thể thấy, NQTM góp phần đa dạng hóa mô hình kinh doanh, thúc đẩy chuyển giao công nghệ, quản trị và thương hiệu; tạo việc làm và tăng thu ngân sách; góp phần đưa tiêu chuẩn dịch vụ hiện đại đến với người tiêu dùng Việt Nam và hình thành cộng đồng doanh nghiệp franchise nội địa, bước đầu có khả năng cạnh tranh nhượng quyền trong khu vực. Tuy nhiên, NQTM ở Việt Nam còn có những bất cập sau:

Về khung pháp lý: Còn thiếu luật và các văn bản quy phạm pháp luật sau: (1) Chưa có luật riêng về nhượng quyền thương mại, mà chỉ có các quy định nằm rải rác trong Luật Thương mại, nghị định và thông tư hướng dẫn. Sau khi doanh nghiệp đăng ký NQTM, công tác kiểm tra giám sát gần như không thực hiện, do đó, nhiều bên nhượng quyền nước ngoài hoạt động nhưng không báo cáo, qua đó, cơ quan quản lý không cập nhật được đầy đủ thông tin về doanh nghiệp; (2) Chưa có quy định rõ ràng về chuyển giao quyền sở hữu trí tuệ, công nghệ, dẫn đến rủi ro cho bên nhận quyền; (3) Chưa có quy định xử lý khi vi phạm hợp đồng NQTM, khiến tranh chấp khó giải quyết triệt để.

Bất cập về nhận thức và năng lực của các bên: Doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu hiểu biết về mô hình franchise, dẫn đến sai lệch giữa “cho thuê thương hiệu” và “nhượng quyền chuẩn mực”; Bên nhận quyền thường yếu về năng lực tài chính, quản trị và cam kết chất lượng, dễ làm giảm giá trị thương hiệu; Bên nhượng quyền nội địa thiếu chiến lược dài hạn, chưa xây dựng được hệ thống vận hành - đào tạo - kiểm soát thống nhất.

Bất cập trong thực thi hợp đồng và giải quyết tranh chấp: Hầu hết hợp đồng NQTM vẫn mang tính sao chép mẫu từ nước ngoài, thiếu sự điều chỉnh theo thực tế Việt Nam. Các tranh chấp về phí nhượng quyền, phạm vi độc quyền, bí quyết kinh doanh ngày càng nhiều, nhưng chủ yếu được hòa giải nội bộ, ít vụ kiện ra tòa do

thiếu cơ chế chuyên biệt và chi phí cao.

Cạnh tranh không lành mạnh và “giả danh nhượng quyền”: Xuất hiện nhiều trường hợp “nhượng quyền ảo” - không có mô hình vận hành, chỉ bán thương hiệu thu phí. Một số thương hiệu “mượn danh nhượng quyền” để huy động vốn, lừa đảo đầu tư, gây ảnh hưởng uy tín cho thị trường franchise.

Thiếu hỗ trợ từ chính sách nhà nước: Sự hỗ trợ của Nhà nước đối với NQTM còn rất hạn chế, chưa có chính sách ưu đãi thuế, tín dụng hoặc hỗ trợ đào tạo dành cho doanh nghiệp nội muốn phát triển hệ thống NQTM. Ngoài ra, các tổ chức xã hội nghề nghiệp như Hiệp hội NQTM hoặc các Trung tâm xúc tiến, tư vấn nhượng quyền chuyên nghiệp nhằm hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp hoặc xuất khẩu thương hiệu Việt ra quốc tế hầu như chưa thành lập và hoạt động.

5. Kiến nghị và đề xuất

Đề hoạt động NQTM tại Việt Nam phát huy được vai trò, thế mạnh trong phát triển thương mại, nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp nhượng quyền, đồng thời, đóng góp tích cực cho nền kinh tế, cần triển khai đồng bộ các nội dung sau:

Một là, hoàn thiện khung pháp lý về NQTM.

Trước hết, cần nghiên cứu và xây dựng Luật Nhượng quyền thương mại riêng, nhằm điều chỉnh một cách toàn diện, thống nhất và chuyên sâu các vấn đề liên quan đến hoạt động NQTM, bao gồm: điều kiện đăng ký nhượng quyền; nội dung và hiệu lực của hợp đồng nhượng quyền; chuyển giao và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ; quyền và nghĩa vụ của các bên; giải quyết tranh chấp và xử lý vi phạm. Việc ban hành luật riêng sẽ góp phần khắc phục tình trạng quy định phân tán hiện nay, đồng thời, tạo hành lang pháp lý rõ ràng, minh bạch và ổn định cho doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, cần quy định cụ thể hơn về cơ chế báo cáo, giám sát hoạt động nhượng quyền sau đăng ký, yêu cầu bên nhượng quyền thực hiện chế độ báo cáo định kỳ, công khai thông tin cơ bản về hệ thống franchise, qua đó, nâng cao tính minh bạch và hạn chế rủi ro cho bên nhận quyền.

Hai là, tăng cường công tác quản lý nhà nước và hỗ trợ doanh nghiệp nhượng quyền.

Nhà nước, mà nòng cốt là Bộ Công thương, cần phối hợp với Phòng

Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về NQTM, cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác về các hệ thống nhượng quyền trong và ngoài nước đang hoạt động tại Việt Nam, giúp doanh nghiệp và nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận, tra cứu và đánh giá. Đồng thời, cần đẩy mạnh các chương trình đào tạo, hội thảo, tập huấn chuyên sâu về nhượng quyền thương mại cho doanh nghiệp, cơ quan quản lý địa phương và các chủ thể liên quan, nhằm nâng cao nhận thức pháp lý, kỹ năng quản trị hệ thống franchise và năng lực kiểm tra, giám sát. Ngoài ra, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ phát triển doanh nghiệp nhượng quyền nội địa, thông qua việc hình thành các quỹ hỗ trợ nhượng quyền trong nước; khuyến khích thương hiệu Việt mở rộng ra thị trường khu vực và quốc tế; đồng thời, tăng cường hỗ trợ bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, xây dựng và phát triển thương hiệu, cũng như thúc đẩy chuyển đổi số trong quản lý và vận hành hệ thống nhượng quyền.

Ba là, hoàn thiện cơ chế giải quyết tranh chấp trong NQTM.

Trong lĩnh vực NQTM, các tranh chấp hợp đồng thường mang tính đặc thù và phức tạp. Vì vậy, Tòa án và các Trung tâm Trọng tài thương mại cần chú trọng phát triển cơ chế hòa giải - trọng tài chuyên biệt cho NQTM, bảo đảm giải quyết tranh chấp nhanh chóng, hiệu quả và phù hợp với thông lệ quốc tế. Bên cạnh đó, cần nghiên cứu, ban hành và hướng dẫn áp dụng các mẫu hợp đồng nhượng quyền chuẩn, cùng với các điều khoản mang tính cân bằng lợi ích, nhằm bảo vệ tốt hơn quyền và lợi ích hợp pháp của các bên, đặc biệt là bên nhận quyền - thường ở vị thế yếu hơn trong quan hệ hợp đồng nhượng quyền.

Kết luận

NQTM là xu thế tất yếu trong hội nhập kinh tế toàn cầu. Việt Nam có tiềm năng lớn để phát triển hình thức kinh doanh này. Tuy nhiên, khung pháp lý chưa hoàn thiện, năng lực quản trị của các chủ thể còn yếu, và tình trạng nhượng quyền “ảo” vẫn tồn tại là những trở ngại lớn. Để thị trường NQTM trở thành kênh phát triển thương hiệu bền vững, Việt Nam cần sớm xây dựng luật riêng, nâng cao năng lực doanh nghiệp nội và minh bạch hóa thông tin, qua đó, thúc đẩy hội nhập quốc tế sâu rộng hơn trong lĩnh vực thương mại - dịch vụ góp phần thu hút hiệu quả dòng vốn và công nghệ quốc tế vào Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

Chính phủ. (2006). *Nghị định số 35/2006/NĐ-CP ngày 31 tháng 3 năm 2006 quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động nhượng quyền thương mại*. Hà Nội: Chính phủ. Retrieved November 3, 2025, from <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=15195>

Chính phủ. (2011). *Nghị định số 120/2011/NĐ-CP ngày 16 tháng 12 năm 2011 sửa đổi, bổ sung Nghị định 35/2006/NĐ-CP*. Hà Nội: Chính phủ. Retrieved November 3, 2025, from <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-dinh-120-2011-ND-CP-sua-doi-thu-tuc-hanh-chinh-133128.aspx>

Chính phủ. (2018). *Nghị định số 08/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 01 năm 2018 về sửa đổi, bổ sung một số nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương*. Hà Nội: Chính phủ. Retrieved November 3, 2025, from <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-dinh-08-2018-ND-CP-sua-doi-bo-sung-mot-so-nghi-dinh-dieu-kien-dau-tu-kinh-doanh-377139.aspx>

European Commission. (2020). *EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA)*. Brussels: European Union. Retrieved November 3, 2025, from https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/vietnam/eu-vietnam-agreement/texts-agreements_en

European Union & Government of Vietnam. (2020). *EU-Vietnam Investment Protection Agreement (EVIPA)*. Brussels: European Union. Retrieved November 3, 2025, from <https://www.consilium.europa.eu/en/documents-publications/treaties-agreements/agreement/?id=2019015&DocLanguage=en>

International Franchise Association (IFA). (n.d.). *What is a franchise?* Retrieved from <https://www.franchise.org/franchising-overview/what-is-a-franchise/>

Organisation for Economic Co-operation and Development. (1993). *Glossary of industrial organisation economics and competition law*. Paris: OECD Publishing. Retrieved from https://www.concurrences.com/IMG/pdf/oecd_-_glossary_of_industrial_organisation_economics_and_competition_law.pdf

Quốc hội. (2005). *Luật Thương mại số 36/2005/QH11 ngày 14 tháng 6 năm 2005*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia. Retrieved November 3, 2025, from <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-Thuong-mai-2005-36-2005-QH11-6804.aspx>

Tiền Hoàng. (2025). *Tiềm năng của mô hình nhượng quyền tại Việt Nam trong 5-10 năm tới. Kinh tế tiêu dùng*. Retrieved from <https://kinhtetieudung.vn/tiem-nang-cua-mo-hinh-nhuong-quyen-tai-viet-nam-trong-5-10-nam-toi-a20695.html>

VCCI. (2019). *Văn kiện CPTPP và các tóm tắt*. Retrieved from <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/10835-van-kien-hiep-dinh-cptpp>

VietNamNet Global. (2019, August 15). *Vietnam among 12 most valuable markets for global franchise expansion*. Retrieved from <https://vietnamnet.vn/en/vietnam-among-12-most-valuable-markets-for-global-franchise-expansion-559047.html>