

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย :

กรณีศึกษาร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น

Legal Problems Concerning Franchise Law Thailand : Case Study Of Seven Eleven The Convenient Store

ฐาปกรณ์ ฤชุพนัย* รุ่งแสง กฤตยพงษ์*

Thapakorn Ruechupanai* Rungsang Krittayapong*

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม*

Faculty of Law Sriprathum University*

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย โดยในปัจจุบันประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งกฎหมายทั่วไปที่มีอยู่ไม่อาจนำมาบังคับใช้กับธุรกิจแฟรนไชส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้เกิดปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจประเภทแฟรนไชส์ ดังนั้นจึงควรบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ขึ้นในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องระบบเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับหลักสากลได้อย่างแท้จริง

จากการที่ได้ศึกษาพบว่า

1. ในปัจจุบันไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรง จึงก่อให้เกิดปัญหาในการทำสัญญาแฟรนไชส์ โดยแฟรนไชส์ซอร์กำหนดข้อตกลงในสัญญาเพื่อให้แฟรนไชส์ซีต้องรับภาระเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด

2. ในปัจจุบันประเทศไทยไม่ได้กำหนดให้แฟรนไชส์ซอร์ต้องจดทะเบียนธุรกิจแฟรนไชส์ก่อนการเสนอขาย ดังนั้นจึงไม่สามารถตรวจสอบถึงสถานะของธุรกิจแฟรนไชส์ได้

3. ในปัจจุบันประเทศไทยไม่ได้กำหนดให้แฟรนไชส์ซอร์ต้องเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจทราบก่อน

เข้าทำสัญญาแฟรนไชส์

4. ในปัจจุบันประเทศไทยไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรงที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้ประกอบธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย

คำสำคัญ : แฟรนไชส์, แฟรนไชส์ซี, แฟรนไชส์ซอร์

Abstract

This thesis aims to study legal problems concerning franchise law in Thailand. At present, Thailand has no specific law on franchise business. The existing law does not able to apply to the franchise business effectively and has resulted in legal issues related to the franchise business. Therefore, it should be lawful about the franchise business in Thailand in order to enforce the law effectively according to the economy system that constantly evolving also in line with the international principle.

The study found that:

1. At present, Thailand has no specific law for franchise business then its cause the problems in terms of operated franchise' s

contract due to the franchisor may write down the agreement to make franchisees burdened beyond the law.

2. At present, Thailand does not require franchisees to register franchise businesses before the offering. Therefore, the status of the franchise business not able to be verified.

3. At present, Thailand does not require franchisees to disclose important information in the franchise business to those who are interested before entering into a franchise agreement.

4. At present, Thailand does not have a franchise directing agency that serves as a hub for the exchange of business information including to promote and support the franchise business in Thailand.

Keywords: Franchise, Franchisee, Franchisor

บทนำ

ธุรกิจประเภทแฟรนไชส์ในประเทศไทยเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 ได้มีการนำแฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้ามาและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าแฟรนไชส์ในประเทศไทยจะมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นจนเป็นแฟรนไชส์ที่มีขนาดใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังไม่มีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะขึ้น ดังนั้นในการพิจารณาสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายของคู่สัญญาจึงต้องอาศัยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์มาปรับใช้

แฟรนไชส์ (Franchise) คือ การขายระบบงานที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ โดยเจ้าของระบบงานนั้น เรียกว่า เจ้าของสิทธิ ตกลงอนุญาตให้

ผู้รับสิทธิ ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อการค้า การบริหาร และระบบธุรกิจของเจ้าของสิทธิซึ่งเป็นผู้พัฒนาขึ้น ผู้รับสิทธิจะต้องดำเนินธุรกิจตามรูปแบบและระบบธุรกิจของเจ้าของสิทธิเพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปในรูปแบบที่เจ้าของสิทธิกำหนดไว้และจ่ายค่าตอบแทนให้แก่เจ้าของสิทธิ

แฟรนไชส์ (Franchise) จึงหมายถึง ระบบธุรกิจที่ประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1) เจ้าของสิทธิ ซึ่งต่อไปนี้จะใช้คำว่า แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) หมายถึง เจ้าของระบบธุรกิจที่เป็นผู้ริเริ่มวิธีการดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ รวมทั้งเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ในการดำเนินธุรกิจทุกอย่างให้แก่ผู้รับสิทธิ โดยใช้รูปแบบเดียวกับที่ตนดำเนินธุรกิจมา

2) ผู้รับสิทธิ ซึ่งต่อไปนี้จะใช้คำว่า แฟรนไชส์ซี (Franchisee) หมายถึง ผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจหนึ่งแต่ขาดความรู้ ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ จึงมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจเช่นเดียวกับแฟรนไชส์ซอร์ โดยต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการใช้ชื่อการค้าเป็นค่าธรรมเนียมก่อนเริ่มกิจการ (Franchise Fee หรือ Initial Fee)

3) แฟรนไชส์ซี จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขายหรือจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นเงินโดยจ่ายเป็นงวดรายเดือนหรือรายปี เรียกว่า ค่ารอยัลตี้ (Royalty Fee) ตามแต่แฟรนไชส์ซอร์จะกำหนด

การประกอบธุรกิจประเภทแฟรนไชส์เป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ โดยแฟรนไชส์ซอร์มีการกำหนดจำนวนเงินลงทุนที่แน่นอน มีการวางรากฐานการดำเนินธุรกิจให้กับแฟรนไชส์ซี ทำให้แฟรนไชส์ซีไม่ต้องรับความเสี่ยงกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากมีหลักการบริการและการจัดการที่ดี มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในทางธุรกิจได้ง่าย และมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนรวมทั้งเป็นธุรกิจที่มี

ชื่อเสียงที่ดีและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจึงทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่นิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาจากการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์หลายประการโดยเฉพาะปัญหาด้านกฎหมาย เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ ซึ่งคณะสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติได้มีความพยายามที่จะควบคุมการประกอบธุรกิจดังกล่าวด้วยการเสนอกฎหมายในเรื่องนี้เป็นการเฉพาะขึ้น โดยคณะสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติได้ดำเนินการเสนอร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พ.ศ. ... เพื่อกำหนดมาตรฐานการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้ประกอบการแฟรนไชส์ ทั้งนี้เมื่อสัญญาแฟรนไชส์ถือเป็นสัญญาประเภทหนึ่งจึงต้องอยู่ภายใต้บังคับแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เช่นเดียวกับสัญญาประเภทอื่น ๆ และยังเกี่ยวข้องกับกฎหมายอื่นอีกหลายฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นโดยตรง เป็นต้น

กฎหมายที่นำมาปรับใช้กับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

(1) ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เนื่องจากสัญญาแฟรนไชส์เป็นสัญญาไม่มีชื่อชนิดหนึ่งจึงต้องอยู่ภายใต้บังคับในหมวดว่าด้วยนิติกรรมและสัญญา โดยนำมาใช้เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับการเกิดสัญญา การแสดงเจตนาของคู่สัญญา การตีความสัญญา ผลของสัญญา การผิดสัญญา และการบอกเลิกสัญญา

(2) พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ซึ่งฐานะของคู่สัญญาในสัญญาแฟรนไชส์เห็นได้ว่า คู่สัญญาสองฝ่ายมีฐานะ

ไม่เท่าเทียมกันเนื่องจากแฟรนไชส์ซอร์มีอำนาจในการเจรจาต่อรองมากกว่าแฟรนไชส์ซี นอกจากนี้สัญญาแฟรนไชส์ยังถือเป็นสัญญามาตรฐานและสัญญาสำเร็จรูปประเภทหนึ่ง เพราะเป็นสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง (แฟรนไชส์ซอร์) เป็นฝ่ายกำหนดสาระสำคัญของสัญญาไว้เป็นการล่วงหน้า ดังนั้นแฟรนไชส์ซีจึงไม่มีอำนาจในการเจรจาต่อรอง หากข้อสัญญาในสัญญาแฟรนไชส์ได้เปรียบแฟรนไชส์ซีเกินสมควร ข้อสัญญาดังกล่าวย่อมถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ในกรณีเช่นนี้กฎหมายกำหนดให้สัญญามีผลใช้บังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น

(3) กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากสัญญาแฟรนไชส์มีความเกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือบริการ และสิทธิบัตร เพราะหากแฟรนไชส์ซีประสงค์ที่จะประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ แฟรนไชส์ซอร์ต้องให้แฟรนไชส์ซีใช้สิทธิดังกล่าวโดยการจดทะเบียนสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือบริการ และสิทธิบัตรกับทางราชการด้วย อีกทั้งส่วนที่แตกต่างกันระหว่างสัญญาแฟรนไชส์และสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิต่าง ๆ ในทรัพย์สินทางปัญญา คือ แฟรนไชส์ซีต้องจ่ายค่าตอบแทนในการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและเข้าร่วมประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ แต่สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิต่างๆ ในทรัพย์สินทางปัญญานั้นผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิดังกล่าวอาจไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทนก็ได้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันของคู่สัญญา

(4) พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 เนื่องจากการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์มีความเกี่ยวข้องกับความลับทางการค้าในส่วนของข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ เช่น สูตรการทำอาหารหรือการทำเครื่องดื่ม ระบบการบริหารงาน และรายชื่อลูกค้า ถือได้ว่าเป็นความลับทางการค้าของธุรกิจแฟรนไชส์

ที่จำเป็นจะต้องได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย โดยแฟรนไชส์ซึ่งต้องไม่เปิดเผยความลับทางการค้า หรือนำข้อมูลซึ่งเป็นความลับทางการค้าไปใช้ในลักษณะที่เป็นการแข่งขันกับแฟรนไชส์ซอร์ หากมีการละเมิดสิทธิในเรื่องดังกล่าว แฟรนไชส์ซอร์สามารถฟ้องร้องเรียกค่าสินไหมทดแทนและขอให้ศาลมีคำสั่งระงับการกระทำเช่นนั้นได้

(5) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจากธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจประเภทขายสินค้าและการให้บริการในธุรกิจย่อมต้องมีผู้บริโภคเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ ในกรณีนี้ผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เช่น การโฆษณาสินค้าที่อาจเกินจริง การปิดฉลากสินค้า หรือการกำหนดให้ธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ควบคุมการทำสัญญา

(6) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 เนื่องจากการประกอบธุรกิจประเภทแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงอาจก่อให้เกิดการผูกขาดซึ่งเป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า ย่อมตกอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 เช่นกัน โดยแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซีอาจจะถูกควบคุมมิให้ใช้วิธีการตามที่พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ถือว่าเป็นการผูกขาด หรือการกระทำที่เป็นการใช้อำนาจเหนือตลาด เว้นแต่มีความจำเป็นและมีเหตุผลสมควรโดยจะต้องขออนุญาตต่อคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าเสียก่อน

(7) กฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวกับธุรกิจนั้นโดยตรง กล่าวคือ การขายสินค้าและการให้บริการในธุรกิจแฟรนไชส์ นอกจากจะต้องพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังจำเป็นต้องพิจารณาถึงกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวกับธุรกิจนั้นโดยตรงอีกด้วย เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2535 เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น เห็นได้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีความนิยมในประเทศไทย แต่ด้วยข้อจำกัดของกฎหมายส่งผลให้การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยยังไม่มีกรอบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นมาศึกษาเปรียบเทียบแล้วพบว่าข้อจำกัดที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย ดังนี้

(1) ปัญหาการขาดบทบัญญัติในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกของธุรกิจแฟรนไชส์ก่อนการตัดสินใจเข้าทำสัญญา กล่าวคือ เนื่องจากแฟรนไชส์ซอร์มีอำนาจต่อรองสูงกว่าแฟรนไชส์ซี ประกอบกับแฟรนไชส์ซอร์เป็นฝ่ายที่ร่างสัญญาและข้อกำหนดต่าง ๆ ในสัญญาแฟรนไชส์ขึ้น แฟรนไชส์ซอร์อาจปิดบังข้อมูลบางประการไม่ให้แฟรนไชส์ซีทราบ ซึ่งข้อมูลหรือข้อเท็จจริงดังกล่าวอาจสำคัญถึงขนาดว่าถ้าแฟรนไชส์ซีทราบแล้วอาจตัดสินใจไม่ทำเข้าทำสัญญาด้วย ในเรื่องนี้ประเทศไทยไม่มีกฎหมายกำหนดบังคับให้แฟรนไชส์ซอร์ต้องเปิดเผยข้อมูลในการดำเนินธุรกิจของตนแต่อย่างใด เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจึงจำเป็นต้องนำบทบัญญัติตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาใช้บังคับในกรณีดังกล่าว เช่น บทบัญญัติเกี่ยวกับความสำคัญผิดในบุคคลหรือทรัพย์สินตามมาตรา 157 หรือกลฉ้อฉลตามมาตรา 159 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นต้น

(2) ปัญหาการกำหนดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในสัญญาแฟรนไชส์ และข้อสัญญาที่อาจกำหนดภาระหน้าที่แก่แฟรนไชส์ซีเกินสมควร มูลเหตุในการเกิดข้อสัญญาไม่เป็นธรรมในสัญญาแฟรนไชส์อาจเกิดจากอำนาจต่อรองในการเจรจาของแฟรนไชส์ซอร์ที่เป็นฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าแฟรนไชส์ซี หรือการขาดความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจแฟรนไชส์ ข้อสัญญาในลักษณะนี้มีด้วยกันหลายประการ เช่น การห้ามทำธุรกิจแข่งขัน การ

ผูกขาดการติดต่อ ข้อตกลงพ่วงขาย การจำกัดพื้นที่ และกลุ่มลูกค้า รวมไปถึงการกำหนดราคาขายสินค้าด้วย

(3) ปัญหาข้อจำกัดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากประเทศไทยไม่มีกฎหมายที่ใช้บังคับกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ ดังนั้น การแก้ไขปัญหาคือกฎหมายที่เกิดขึ้น จึงทำได้โดยนำกฎหมายที่มีอยู่ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหามาใช้บังคับแก่กรณี อย่างไรก็ตามกฎหมายที่นำมาปรับใช้ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหามิใช่ได้ทุกกรณี เนื่องจากกฎหมายดังกล่าวย่อมมีข้อจำกัดในตัวกฎหมายเอง

(4) ปัญหาการขาดหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลต่อการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

(5) เมื่อนำปัญหาดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับกรณีของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นพบว่าผู้ที่สนใจจะเข้าร่วมทำธุรกิจแฟรนไชส์ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นมีขั้นตอนดังนี้ 1) ต้องมีการเข้าฟังสัมมนาการลงทุน 2) ผู้ที่สนใจต้องได้รับการคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเข้าร่วมทำธุรกิจแฟรนไชส์ 3) เมื่อได้รับการคัดเลือกตามข้อ 2) แล้วผู้สนใจต้องเข้ารับการอบรมก่อนเริ่มการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ดังกล่าว โดยธุรกิจแฟรนไชส์ดังกล่าวมีรูปแบบวิธีการเข้าร่วมลงทุน 2 แบบ ดังนี้ แบบที่ 1 คือมีการกำหนดเงินลงทุนรวม 1,480,000 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขอรับสิทธิในธุรกิจแฟรนไชส์จำนวน 480,000 บาท และเงินสดค่าประกันจำนวน 1,000,000 บาท มีระยะเวลาการทำสัญญา 6 ปี แบบที่ 2 คือมีการกำหนดเงินลงทุนรวม 2,630,000 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขอรับสิทธิในธุรกิจแฟรนไชส์จำนวน 1,730,000 บาท และเงินสดค่าประกันจำนวน 900,000 บาท มีระยะเวลาการทำสัญญา 10 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ที่สนใจไม่อาจทราบถึงสาระสำคัญในสัญญาแฟรนไชส์ เช่น เงื่อนไขในการบอกเลิกสัญญา การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สิน

ทางปัญญา ข้อกำหนดในการต่อสัญญา แผนการดำเนินธุรกิจ ผลกำไรของการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิวัฒนาการและแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักกฎหมายของต่างประเทศ และวิเคราะห์เปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ตามกฎหมายต่างประเทศและตามกฎหมายของประเทศไทย
4. เพื่อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวและนำไปสู่การบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการสืบค้นจากเอกสารปฐมภูมิ (Primary Document) ในส่วนที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 และเอกสารทุติยภูมิ (Secondary Document) ได้แก่ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ ตำรา บทความวิชาการ บทความสัมภาษณ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ

สรุปผลการวิจัย

พบว่าบทบัญญัติของกฎหมายแต่ละฉบับที่นำมาปรับใช้กับธุรกิจแฟรนไชส์นั้นยังมีข้อจำกัดในตัวของมันเอง ทำให้สิทธิและหน้าที่ของผู้ประกอบ

ธุรกิจแฟรนไชส์เกิดความไม่ชัดเจน ดังนั้นประเทศไทยจึงควรบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อบังคับใช้ต่อไป เมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกรณีร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ผู้เขียนขอสรุปปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนี้

(1) ปัจจุบันไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์มาบังคับใช้โดยเฉพาะ ดังนั้นการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์จะต้องนำกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์นั้นมาบังคับใช้เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นโดยตรงเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์ ตลอดจนการกำหนดหลักเกณฑ์ในการทำข้อตกลงในสัญญาแฟรนไชส์ เมื่อสัญญาแฟรนไชส์เป็นสัญญาประเภทหนึ่งที่ไม่มีชื่อ ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งต้องมีข้อเสนอและอีกฝ่ายหนึ่งต้องมีคำสนองเมื่อคำเสนอและคำสนองถูกต้องตรงกันจึงเกิดขึ้นเป็นสัญญา จึงถือว่าสัญญาแฟรนไชส์เป็นสัญญาสำเร็จรูปชนิดหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ในมาตรา 3 ได้นิยามคำว่า ผู้บริโภคเอาไว้ แต่สัญญาแฟรนไชส์นั้นปรากฏว่าเป็นการทำสัญญาที่เป็นไปเพื่อการค้า จึงทำให้แฟรนไชส์ซีไม่ใช่ผู้บริโภคตามความหมายนี้ อีกทั้งในมาตรา 5 ได้กำหนดว่าข้อตกลงจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพในการประกอบอาชีพการงาน หรือการทำนิติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพซึ่งไม่เป็นโมฆะ แต่เป็นข้อตกลงที่ทำให้ผู้ถูกจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพต้องรับภาระมากกว่าที่จะพึงคาดหมายได้ตามปกติ ให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น จึงเป็นการเปิดโอกาสให้แฟรนไชส์ซีใช้ช่องว่างของกฎหมายกำหนดข้อตกลงในสัญญามีลักษณะที่เป็นการเอารัดเอา

เปรียบ หรือปิดบังข้อมูลที่แฟรนไชส์ซีควรรู้ก่อนตกลงเข้าทำสัญญาทำให้แฟรนไชส์ซีเสียเปรียบ

(2) ปัญหาการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ เนื่องจากปัจจุบันไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์มาบังคับใช้โดยเฉพาะ ทำให้ไม่มีบทบัญญัติกฎหมายใดที่จะบังคับให้ธุรกิจแฟรนไชส์ต้องจดทะเบียนจึงต้องนำกฎหมายที่ใกล้เคียงมาปรับใช้เป็นรายกรณีไป เช่น การขาดบทบัญญัติในเรื่องการให้แฟรนไชส์ซีต้องแจ้งสาระสำคัญของสัญญาก่อนการตัดสินใจเข้าทำสัญญา เนื่องจากแฟรนไชส์ซีมีอำนาจต่อรองสูงกว่าแฟรนไชส์ซี ประกอบกับเป็นฝ่ายที่เป็นผู้ร่างสัญญาและข้อกำหนดต่างๆ ในสัญญาแฟรนไชส์ขึ้น เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจึงจำเป็นต้องนำบทบัญญัติตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาใช้บังคับในกรณีดังกล่าว คือ บทบัญญัติเกี่ยวกับความสำคัญผิดในบุคคลหรือทรัพย์สินตามมาตรา 157 หรือถ้อยฉ้อฉลตามมาตรา 159 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นต้น หากมีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์แล้ว ผู้ที่สนใจเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ สามารถตรวจสอบสถานะของธุรกิจแฟรนไชส์ รวมทั้งสาระสำคัญของสัญญา และการยกเลิกสัญญาได้

(3) ปัญหาการเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์มาบังคับใช้ จึงไม่มีบทบัญญัติกฎหมายใดที่จะบังคับให้แฟรนไชส์ซีต้องเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจก่อนเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ ประกอบกับไม่มีบทลงโทษในกรณีที่แฟรนไชส์ซีไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว

(4) ปัญหาหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแล ในประเด็นนี้พบว่า การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์มีปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากตัวผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์เองหรือหน่วยงาน ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์

เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับธุรกิจแฟรนไชส์ ไม่ว่าจะเป็นการทำสัญญา การจดทะเบียน การให้ความคุ้มครองในเรื่องของคู่สัญญา ตลอดจนบทกำหนดโทษที่อาจเกิดขึ้น

(5) หากประเทศไทยมีกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะทำให้แฟรนไชส์ซอร์ในธุรกิจร้านสะดวกซื้อดังกล่าวต้องมีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์นี้ขึ้นก่อนมีการเสนอขายแฟรนไชส์ ทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น อีกทั้งผู้ที่สนใจสามารถตรวจสอบสถานะของธุรกิจแฟรนไชส์ได้ และแฟรนไชส์ซอร์ต้องเปิดเผยข้อมูลที่จำเป็นและสำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์โดยแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสาระสำคัญของสัญญาแฟรนไชส์ ชื่อเสียง ยอดขายต่อปี กำไรหรือขาดทุนโดยเฉลี่ยในแต่ละปี รวมทั้งรายชื่อ ขอบเขตพื้นที่ที่ได้รับอนุญาต เพื่อป้องกันไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์ปิดบังข้อมูลหรือข้อเท็จจริงบางอย่างที่สำคัญถึงขนาดว่าผู้ที่สนใจเข้าทำสัญญารับข้อเท็จจริงดังกล่าวแล้วอาจตัดสินใจไม่เข้าทำสัญญาด้วย เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกรณีของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ถ้าประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยมีข้อกำหนดดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ดังกล่าวไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากแฟรนไชส์ซอร์

ข้อเสนอแนะ

(1) ประเทศไทยควรมีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะ กำหนดว่า สัญญาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ต้องทำเป็นหนังสือ และระบุเรื่องรายละเอียด เช่น วันทำสัญญา สิทธิ หน้าที่และความรับผิดชอบของแฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซีที่มีต่อกัน ในกรณีที่แฟรนไชส์ซีมีการกำหนดระยะเวลาหรือเขตพื้นที่ให้กำหนดระยะเวลา

หรือเขตพื้นที่พร้อมกับแผนที่โดยสังเขป เงินมัดจำ ค่าตอบแทนหรือเงินใด ๆ ที่แฟรนไชส์ซีต้องจ่ายให้แก่แฟรนไชส์ซอร์ รวมทั้งการต่อสัญญา การเลิกสัญญา การโอนสิทธิหน้าที่และการจ่ายเงินคืนเมื่อเลิกสัญญา และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการควบคุมดูแลธุรกิจแฟรนไชส์กำหนด

(2) ประเทศไทยควรมีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะ กำหนดให้แฟรนไชส์ซอร์ที่ประสงค์จะเสนอขายแฟรนไชส์ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ โดยในการยื่นแบบการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ต้องมีรายการดังต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย 1) ชื่อ ประเภทของธุรกิจแฟรนไชส์ 2) ที่ตั้งของธุรกิจแฟรนไชส์ 3) ผลการประกอบธุรกิจที่ต้องมีกำไรไม่น้อยกว่า 2 รอบบัญชีก่อนวันที่ยื่นจดทะเบียนนี้ 4) การจดทะเบียนประกอบธุรกิจแฟรนไชส์จะต้องเป็นเจ้าของหรือมีทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถใช้ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ได้ 5) มีคู่มือปฏิบัติงาน 6) มีต้นแบบสัญญาการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ 7) แผนการดำเนินธุรกิจที่แฟรนไชส์ซอร์จะใช้ในการส่งเสริมและควบคุมการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ 8) หลักฐานเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ใช้ในการชักชวนหรือโฆษณาให้ผู้สนใจเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ เป็นต้น

(3) ประเทศไทยควรมีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะ กำหนดให้แฟรนไชส์ซอร์ที่มีความประสงค์จะขายแฟรนไชส์ในประเทศไทย มีหน้าที่เปิดเผยข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์หลังจากที่แฟรนไชส์ซีตกลงทำสัญญาแฟรนไชส์กับแฟรนไชส์ซอร์แล้ว โดยข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ เช่น ชื่อเสียง ประวัติ ยอดขาย กำไรหรือขาดทุน และสถานะการเงินย้อนหลัง 3 ปีของแฟรนไชส์ซอร์ รวมทั้งรายชื่อ ขอบเขตพื้นที่ที่ได้รับอนุญาต และกำไรหรือขาดทุนโดยเฉลี่ยของแต่ละแฟรนไชส์ซี เป็นต้น หากกรณีแฟรนไชส์ซอร์ไม่เปิดเผยข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ภายใน 60

วัน หลังทำสัญญา หรือเปิดเผยข้อมูลที่เป็นเท็จให้แฟรนไชส์ซีมีสิทธิบอกเลิกสัญญาและแฟรนไชส์ซอร์ต้องคืนเงินที่รับไว้ทั้งหมดแก่แฟรนไชส์ซี

(4) ประเทศไทยควรมีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะ ซึ่งกำหนดให้มีคณะกรรมการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ขึ้นมาจำนวน 10 คน ซึ่งบุคคลดังกล่าวควรมาจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และนักวิชาการ ให้มีหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริม และสนับสนุนการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ กำกับดูแลและติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พิจารณาเรื่องร้องเรียนจากแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซีที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่ไม่ถูกต้องหรือไม่

เป็นธรรม ซึ่งอยู่ภายใต้กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้ความสำคัญกับธุรกิจแฟรนไชส์ ไม่ว่าจะเป็นการทำสัญญา การจดทะเบียน การให้ความคุ้มครองในเรื่องของคู่สัญญา ตลอดจนบทกำหนดโทษที่อาจเกิดขึ้น

จากข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น ควรมีการบัญญัติกฎหมายเฉพาะสำหรับธุรกิจ แฟรนไชส์ย่อมเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทั้งต่อแฟรนไชส์ซอร์ แฟรนไชส์ซี และผู้บริโภค เพราะกฎหมายฉบับดังกล่าว นอกจากจะก่อให้เกิดประโยชน์ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยเป็นไปทิศทางที่สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับหลักสากลอีกด้วย

บรรณานุกรม

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

ร่างพระราชบัญญัติประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พ.ศ. ...

กิตติศักดิ์ ปกติ. (2532). ความรับผิดชอบเพื่อขำรดบพร่องในสัญญาซื้อขาย. ผลงานวิจัยเสริมหลักสูตร พ.ศ.

2532 คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา. (2548). แบบอย่างการลงทุน ธุรกิจแฟรนไชส์ (FRANCHISA). ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาและกระจายสินค้า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2560). ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

ตรีภณ. (2547). ธุรกิจแฟรนไชส์ สายพันธุ์ไทย (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สยามอินเตอร์บุ๊คส์.

ประสิทธิ์ ไชวโกล. (2554). กฎหมายแพ่ง: หลักทั่วไป คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 4-14 พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

ปริญญา ดิมดวง. (2530). ความคิดพื้นฐานของกฎหมายเครื่องหมายการค้า. นิตยสารกระทรวงยุติธรรม.

มีนาคม - เมษายน. เล่มที่ 2 ปีที่ 34. หน้า 30.

ปรีดี เกษมทรัพย์. (2526). กฎหมายแพ่ง: หลักทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.

เลิศชัย สุธรรมานนท์ และกิริติ บุญส่ง. (2558). ตัวแบบสมรรถนะแฟรนไชส์ซี กรณีศึกษาแฟรนไชส์ค้าปลีก บริษัท XYZ จำกัด. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 7 (2).

วิชัย อะริยะนันท์. (2557). เอกสารการสอนชุดวิชา กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ใน หลักสูตรการ
คุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วิชญ์ เครื่องงาม. (2537). คำอธิบายกฎหมายว่าด้วยซื้อขาย แลกเปลี่ยนให้. กรุงเทพฯ: นิติบรรณการ.

ศนันท์กรณ์ (จำปี) โสทธิพันธ์. (2548). หลักความรับผิดชอบสัญญา. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ศนันท์กรณ์ โสทธิพันธ์. (2560). คำอธิบายนิติกรรม-สัญญา. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ศราวดี จุลโสภณศรี และนริศรา อุดมวงศ์. (2539). แฟรนไชส์ไบเบิล. กรุงเทพฯ: คู่แข่งบิ๊ก.

ศักดิ์ดา ธนิตกุล. (2549). โครงการศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจแฟรนไชส์กับข้อจำกัดสิทธิห้ามผู้รับอนุญาต
แข่งขันในสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เยอรมนี ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้: บทเรียนสำหรับประเทศไทย.

วารสารกฎหมาย, คณะนิติศาสตร์, 25 (1),

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน). (2556). การพัฒนากลยุทธ์
การตลาดธุรกิจ แฟรนไชส์สู่สากลภายใต้โครงการพัฒนาและสร้างโอกาสทางการตลาดธุรกิจแฟ
รนไชส์ ปี 2556. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.

สถิต เล็งไธสง. (2528). สัญญาตัวแทน. วารสารกฎหมาย, 10.

หยุด แสงอุทัย แก้ไขปรับปรุงโดย สมยศ เชื้อไทย. (2560). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป (พิมพ์
ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Cp all, การเป็น Store Business Partner. (2561). สืบค้นจาก: <<https://www.cpall.co.th/store-business-partner/be-partner/how-to-be-sbp/>> 22 กรกฎาคม 2561.