

มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์

นางสาวลิรัตน์ เงินชัย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

บทคัดย่อ

แฟรนไชส์เป็นการร่วมประกอบธุรกิจโดยเจ้าของธุรกิจ คือผู้ให้แฟรนไชส์ยินยอมให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้วิธีการดำเนินธุรกิจ ระบบการตลาดและการกระจายสินค้าในรูปแบบของตนภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกันที่ได้รับการรับรองแล้วว่าประสบความสำเร็จซึ่งผู้รับแฟรนไชส์ต้องปฏิบัติตามได้เงื่อนไข รูปแบบและข้อจำกัดตามที่ได้ตกลงกันไว้ตลอดระยะเวลาของสัญญา โดยหลักกฎหมายสัญญาแฟรนไชส์เกิดขึ้นตามหลักเสรีภาพของการแสดงเจตนาของคู่สัญญา แต่เนื่องจากสัญญาเป็นสัญญาแฟรนไชส์ที่ไ้กันทั่วไปเป็นสัญญาสำเร็จรูปทำให้ผู้รับแฟรนไชส์ถูกเอารัดเอาเปรียบ รวมทั้งมาตรการหรือบทบัญญัติทางกฎหมายเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ยังไม่มี ในทางปฏิบัติจึงส่งผลให้ไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิดและทฤษฎีของธุรกิจแฟรนไชส์ วิเคราะห์หามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ รวมทั้งศึกษากฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์กฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาที่เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์และกฎหมายของไทยที่เกี่ยวข้องกับสัญญาแฟรนไชส์เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อปรับปรุงให้มีมาตรฐานกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเป็นการเปิดเผยถึงข้อมูลในเบื้องต้นที่จะเข้าทำธุรกิจแฟรนไชส์และข้อมูลในส่วนของการได้รับสิทธิเป็นส่วนใหญ่ เมื่อนำบทบัญญัติกฎหมายของไทยที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายว่าด้วยเรื่องนิติกรรมสัญญา กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายจำกัดการแข่งขันทางการค้ามาปรับใช้ บทบัญญัติของกฎหมายไม่สามารถที่จะครอบคลุมได้ในเรื่องของการแสดงเจตนาของคู่สัญญา การปกปิดข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญ การบังคับใช้ของกฎหมายนิติกรรมสัญญาที่ไม่ตรงกับสาระสำคัญของสัญญา การเก็บรักษาความลับทางการค้าที่เป็นการขัดกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิภายใต้ลิขสิทธิ์ในส่วนของการเผยแพร่ต่อสาธารณชนและการกำหนดถึงแหล่งที่มาของสินค้าที่เป็นสิ่งควบคุมถึงมาตรฐานของแฟรนไชส์ แต่ขัดกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า อีกทั้งไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่แท้จริงเพราะสัญญาแฟรนไชส์นั้นเป็นสัญญาที่มีลักษณะเฉพาะ

บทคัดย่อ

ทั้งนี้เสนอแนะให้มีการร่างกฎหมายแฟรนไชส์ขึ้นมาเพื่อลดช่องว่างของข้อกำหนดและมีการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์และเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ โดยต้องคำนึงถึงข้อมูลที่ต้องการให้มีการเปิดเผยในสัญญาแฟรนไชส์ว่าควรจะครอบคลุมถึงการแสดงเจตนาของคู่สัญญา การปกปิดข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญ การบังคับใช้ของกฎหมายนิติกรรมสัญญา การอนุญาตให้ใช้สิทธิภายใต้ลิขสิทธิ์และการกำหนดถึงแหล่งที่มาของสินค้า อย่างไรก็ตามการมีกฎหมายเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ที่เข้ารับแฟรนไชส์ได้ทราบถึงข้อมูลโดยเท่าเทียมกับผู้ให้แฟรนไชส์และทำให้คู่สัญญาทราบสถานะของตัวเองที่แน่นอนเท่านั้น อันจะส่งผลให้ความเสี่ยงในการตัดสินใจเลือกทำแฟรนไชส์ลดลง

*อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุเมธ เดียวอิสระ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
รองศาสตราจารย์สุวิทย์ นิ่มน้อย

วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปี พ.ศ.2550

LEGAL MEASURES FOR PROTECTION AGAINST FRANCHISE DISCLOSURE

VAREERAT NGERNCHAI

Sripatum University Chonburi Campus

ABSTRACT

The franchise is the joint business operation by which the business owner; the franchisor, gives the consent to the franchisee to employ the business operational techniques, marketing systems and goods distributions in his own patterns under the same trademarks, in which their success has been recognized. In this regard, the franchisee shall comply with the conditions, patterns and restrictions which are mutually agreed throughout the term of agreement. In principles, the franchise agreement is created according to the freedom of consent by both parties, but because the franchise agreement commonly used is the ready-made agreement, the franchisee is always taken of advantage. Moreover, as there are no any measures or legal provisions relating to the disclosure of franchise information, this is, in practice, not in the conformity with the legal intention.

This thesis aims to study the background, concepts and theories of franchise business and to analyze for the legal measures to protect the disclosure of franchise information. This includes the study of UNIDROIT model law which is American franchise law relating to the disclosure of franchise information and Thai law which is related to the franchise agreement in order to acknowledge the problems and the possible resolutions of such problems so that the law can be amended and the franchise law of Thailand can be drafted.

It is found from the study that the requirements for the disclosure of franchise information under the UNIDROIT model law and American franchise law mainly include the disclosure of basic information for entering into the franchise business together with the information in connection with the license. When the related Thai legal provisions of either law on juristic act and contract, the intellectual property law and the trade competition law are applied, these legal provisions do not cover all matters relating to the manifestation of consent by both parties, the closure of substantial information, the enforcement of law on juristic act and contract which is not consistent with the essence of the contract, the trade secrete protection which is contrary to the permission to use the rights under the copyright with regard to the public propaganda and the requirements for sources of products. Although this can control the standard of franchise, it is contrary to the trade competition law. It is also inconsistent with the true legal intention as the franchise agreement has its own uniqueness.

ABSTRACT

It is suggested that the franchise law be drafted in order to lessen the loopholes and protect the disclosure of franchise information. Moreover, this should be beneficial for the promotion of the investment in franchise business with respect to the information which is required to be disclosed in the franchise agreement that such information should cover the consent manifestation of both parties, the closure of substantial information, the enforcement of the law on juristic act and contract, the permission to use the rights under the copyright and the requirement of sources of products. However, the law relating to the disclosure of information is only to the tool which helps the franchisee to acquire the information as equal as the franchisor and helps both parties know exactly their own statuses. This should reduce the risk in their decision makings in operating franchises.

*อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุเมธ เดียววิศเรศ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
รองศาสตราจารย์สุวิทย์ นิ่มน้อย
วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปี พ.ศ.2550

ความนำ

ปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยถือว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์นั้นจะเริ่มต้นจากการเข้าทำสัญญาของกลุ่มสัญญาทั้งสองฝ่าย โดยรูปแบบของการให้แฟรนไชส์นั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญา โดยผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ได้ให้สิทธิในการใช้ในเครื่องหมายทางการค้า เครื่องหมายบริการ หรือบริการแก่ผู้รับแฟรนไชส์ซึ่งผู้รับแฟรนไชส์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้สิทธินั้นแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ ทั้งนี้ผู้ให้แฟรนไชส์จะต้องคอยให้ความช่วยเหลือผู้รับแฟรนไชส์ ถ่ายทอดความรู้ความชำนาญ และการพัฒนาการตลาดอย่างต่อเนื่อง การเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ต้องเริ่มต้นด้วยการตกลงถึงข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเข้าทำสัญญาว่าผู้ให้แฟรนไชส์จะให้ผู้รับแฟรนไชส์ต้องปฏิบัติตามอย่างไรภายใต้ข้อปฏิบัติดังกล่าว อีกทั้งผู้รับแฟรนไชส์จะต้องได้ทราบถึงข้อมูลทุกๆ เรื่องอย่างละเอียดเพราะจะเป็นตัวช่วยที่สำคัญในการตัดสินใจเข้าทำแฟรนไชส์

แต่สัญญาแฟรนไชส์ในปัจจุบันนี้เป็นสัญญาที่มีรูปแบบของสัญญาสำเร็จรูปกล่าวคือเป็นการกำหนดข้อมูลทุกอย่างของสัญญาไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงส่งผลให้ผู้เข้าทำสัญญาอาจได้รับความเสียหายจากสัญญาดังกล่าวได้ อีกทั้งเมื่อเกิดปัญหาจากสัญญาแฟรนไชส์ก็ไม่มีกฎหมายที่บัญญัติไว้เฉพาะจึงควรที่จะศึกษาอย่างละเอียดถึงการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ก่อนที่จะมีการเข้าทำสัญญาเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกเอารัดเอาเปรียบจากสัญญาดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความเป็นมา แนวคิดและทฤษฎีของธุรกิจแฟรนไชส์
2. เพื่อศึกษาถึงกฎหมายแม่แบบของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการทำกฎหมายแพ่งให้เป็นกฎหมายเอกภาพ ยูนิดัวร์ (UNIDROIT) และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์
3. เพื่อศึกษากฎหมายของไทยที่เกี่ยวข้องกับการนำมาบังคับใช้ในสัญญาธุรกิจแฟรนไชส์
4. เพื่อวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์

สมมุติฐานของการศึกษา

การนำกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาอันไม่เป็นธรรม พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค มาบังคับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ยังไม่สามารถที่จะนำมาใช้ได้ในทุกกรณี อีกทั้งการนำเอาประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยเรื่องนิติ

กรรมและสัญญาฉบับบังคับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ซึ่งไม่ตรงตามเจตนาของกลุ่มสัญญา สัญญา แฟรนไชส์เป็นสัญญาสำเร็จรูปที่มีการกำหนดเงื่อนไขของสัญญาไว้ก่อน หลักการพื้นฐานในการเข้าทำสัญญา การอนุญาตให้ใช้สิทธิ การไม่เปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของผู้ให้แฟรนไชส์และการไม่มีกฎหมายบัญญัติไว้โดยเฉพาะจึงเป็นปัญหาสำคัญ ทำให้การนำกฎหมายที่มีอยู่มาบังคับใช้ได้ไม่ตรงกับตัวสัญญาอย่างแท้จริง

วิธีดำเนินการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจากกฎหมายแฟรนไชส์ของต่างประเทศ แนวคำพิพากษาศาลฎีกา วิทยานิพนธ์ หนังสือวารสาร บทความ เอกสารทางวิชาการของไทยและต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สมาคมแฟรนไชส์แห่งประเทศไทย และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งจะศึกษาถึงความเป็นมา แนวคิดทางกฎหมายว่าด้วยสัญญาและความรับผิดชอบตามสัญญา โดยทำการศึกษาลักษณะสภาพในการเข้าทำสัญญา หลักสุจริต หลักความไว้เนื้อเชื่อใจ หลักความยุติธรรม หลักความรับผิดชอบก่อนสัญญา อีกทั้งศึกษาถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า ลักษณะพื้นฐานทั่วไปของการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ลักษณะสัญญาแฟรนไชส์ที่เกี่ยวข้องกับตัวแทนทางการค้า การอนุญาตให้ใช้สิทธิ ศึกษาสาระสำคัญของกฎหมายแม่แบบของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการทำกฎหมายแพ่งให้เป็นกฎหมายเอกภาพ ยูนิควอร์ ว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ ศึกษากฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ ศึกษากฎหมายของไทยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์ โดยทำการศึกษาเฉพาะในส่วนของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 และกฎหมายว่าด้วยนิติกรรมและสัญญา เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงปัญหาในเรื่องของหลักการพื้นฐานในการเข้าทำสัญญาของกลุ่มสัญญาทั้งสองฝ่ายและการอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

ผลของการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยยังไม่มีมาตรการกฎหมายแฟรนไชส์โดยเฉพาะขึ้น เมื่อเวลาเกิดปัญหาที่มาจากสิทธิของกลุ่มสัญญาจึงต้องนำกฎหมายเดิมที่มีอยู่มาปรับใช้ อาจจะเริ่มต้นจากกฎหมายแพ่งและ

พาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมสัญญา จนถึงรายละเอียดของคู่สัญญาว่าเป็นสัญญาในรูปแบบใด และต่อมาก็พิจารณาต่อด้วยกฎหมายที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่เกิดการพิพาทกัน เช่น กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายการแข่งขันทางการค้า เป็นต้น รวมทั้งการที่นำกฎหมายในแต่ละฉบับมาปรับใช้กับธุรกิจแฟรนไชส์ยังมีข้อจำกัดในตัวของกฎหมายฉบับนั้นๆ อยู่ หรือการนำกฎหมายที่ปรับใช้ยังไม่ตรงกับเจตนารมณ์ของสัญญาและธุรกิจดังกล่าวซึ่งการตัดสินดังกล่าวนั้นก็เป็นการตัดสินที่ยึดติดกับหลักของแต่ละตัวบุคคลโดยที่ไม่มีแนวคำพิพากษามารองรับให้เป็นบรรทัดฐานดังเช่นกฎหมายของต่างประเทศ การพิจารณาจากสิทธิและหน้าที่จึงอาจไม่ตรงตามผลของกฎหมายที่ควรจะเป็น

จากการวิเคราะห์ปัญหาในการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์จึงพอสรุปได้ดังนี้

1. การเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์นั้นต้องทำตามหลักเสรีภาพในการเข้าทำสัญญาเป็นการเข้าทำสัญญาที่ผู้เข้าทำสัญญาสามารถที่จะตัดสินใจได้เองหรือเลือกคู่สัญญาได้อีกทั้งสามารถที่จะกำหนดหรือต่อรองถึงข้อมูลในข้อสัญญาดังกล่าวได้ ซึ่งการกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลเบื้องต้นในสัญญาแฟรนไชส์ไม่สามารถที่จะนำหลักกฎหมายว่าด้วยเรื่องนิติกรรมสัญญา มาปรับใช้ได้อย่างถูกต้องตามเจตนารมณ์ของกฎหมายจึงเป็นช่องว่างที่ผู้ให้แฟรนไชส์จะเปิดเผยข้อมูลเพียงบางส่วนหรือเป็นการเปิดเผยข้อมูลโดยกลล่อลวงที่ส่งผลให้ผู้รับแฟรนไชส์ได้รับความเสียหายเนื่องจากสัญญาแฟรนไชส์นั้นเป็นสัญญาสำเร็จรูปอีกทั้งกฎหมายของไทยไม่มีการบัญญัติให้ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องทำการเปิดเผยข้อมูลในเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการเข้าทำสัญญา

2. การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จากการศึกษาพบว่าไม่ว่าจะเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิตามอำเภอใจของผู้ให้แฟรนไชส์ กล่าวคือเป็นการกำหนดของผู้ให้แฟรนไชส์เองว่าต้องการจะให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้สิทธิในลักษณะใด ซึ่งในบางครั้งนั้นเป็นการกำหนดสิทธิที่ไม่ตรงตามบทบัญญัติของกฎหมาย การอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนส่งผลให้กระทบกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เพราะข้อมูลในส่วน of ลิขสิทธิ์ของผู้ให้แฟรนไชส์เป็นเรื่องของสูตรหรือกรรมวิธี ถ้าสูตรดังกล่าวเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนแล้วแฟรนไชส์ก็จะไม่เป็นแฟรนไชส์อีกต่อไปจึงต้องนำพระราชบัญญัติความลับทางการค้ามาปรับใช้ควบคู่กับการอนุญาตให้ใช้สิทธิ ส่งผลให้การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในส่วนทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อนำหลักกฎหมายปรับใช้แล้วไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์ของคู่สัญญา ถือเป็น การจำกัดสิทธิของผู้ให้แฟรนไชส์ด้วย

3. การแข่งขันทางการค้า จากการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลในส่วนของการกำหนดที่มาของสินค้า วัตถุดิบหรือบริการที่มาจากผู้ให้แฟรนไชส์ เป็นการขัดต่อหลักการการแข่งขันทาง การค้าตามกฎหมายไทยซึ่งวัตถุประสงค์ของการกำหนดที่มาของสินค้าของผู้ให้แฟรนไชส์ต่อผู้รับแฟรนไชส์นั้นเพื่อที่ต้องการให้เป็นไปตามมาตรฐานและควบคุมคุณภาพไม่ให้ชื่อเสียงของผู้ให้แฟรนไชส์เสียหาย การกำหนดข้อมูล

ดังกล่าวทำให้การเปิดเผยข้อมูลในแฟรนไชส์ไม่สมบูรณ์และเกิดปัญหาในทางปฏิบัติได้ อีกทั้งไม่มีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในส่วนดังกล่าวส่งผลให้เกิดเป็นช่องว่างทางกฎหมาย และผู้ให้แฟรนไชส์จะนำช่องว่างดังกล่าวมาหาประโยชน์ได้

ข้อเสนอแนะ

การที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายแฟรนไชส์ซึ่งบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับความเสียหายจากการเข้าทำสัญญา ปัญหาในการเข้าทำสัญญาโดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เมื่อมีข้อพิพาทเกิดขึ้น และมีการนำกฎหมายบังคับใช้โดยนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะนิติกรรม สัญญา กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องมาบังคับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์จึงไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและสัญญาแฟรนไชส์

1. ควรให้มีการออกพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะเพื่อรองรับ และคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย อีกทั้งทำให้เกิดความเชื่อมั่นและเสริมสร้างความมั่นใจทางด้านกฎหมายเมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้น นำมาบังคับใช้และควบคุมการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ได้

2. ควรกำหนดถึงหลักเกณฑ์ ลักษณะ รูปแบบและความหมายของสัญญาแฟรนไชส์ให้ชัดเจน และแน่นอนในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ว่าควรมีการกำหนดในเรื่องใดบ้างที่จำเป็นต้องนำมาใส่ไว้ในการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของผู้ให้แฟรนไชส์ต่อผู้รับแฟรนไชส์ก่อนที่จะมีการเข้าทำสัญญา

3. การกำหนดถึงเนื้อหาของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ที่จะบรรจุไว้ในกฎหมายนั้นควรที่นำกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์หรือกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นแบบอย่าง อีกทั้งต้องศึกษาถึงแนวทางและความเป็นไปได้ของการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ว่าจะไม่เป็นการขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมายอื่นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2549). *ข้อแฟรนไชส์ เรื่องต้องคิดก่อนตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- จำปี โสคติพันธุ์. (2548). *หลักความรับผิดชอบก่อนสัญญา*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2547). พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ.2545. *วารสารจุฬาลงกรณ์ REVIEW*, 16(62), หน้า 38-52.
- _____. (2548). *ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.
- _____. (2549). *คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.
- คาราพร ธีระวัฒน์. (2542). *กฎหมายสัญญา สถานะใหม่ของสัญญาปัจจุบันและปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ถวิลวงศ์ ถายะพิงค์. (2535). *ลักษณะทางกฎหมายของสัญญาแฟรนไชส์*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธาราทิพย์ นิงสานนท์. (2548). *แม่แบบกฎหมายของ UNIDROIT ในการเปิดเผยข้อมูลสำหรับการให้แฟรนไชส์ระหว่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริศนา จิรวัดนพร. (2546). *มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์. (2546). *แฟรนไชส์ ยุทธการโคลนนิ่งธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สมชาย รัตน์เชื้อสกุล. (2546). *พลิกกฎหมายเป็นกลยุทธ์ในธุรกิจแฟรนไชส์*. กรุงเทพฯ: สยามศิลป์การพิมพ์.
- สุยม สุภนิตย์. (2545). *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศนันท์กรณ์ โสคติพันธุ์. (2549). *คำอธิบายนิติกรรม-สัญญา* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ศราวดี จุลโสภณศรี และนริศรา อุดมวงศ์. (2539). *แฟรนไชส์ไบบีล*. กรุงเทพฯ: คู่แข่งบู๊คส์.
- สมาคมธุรกิจแฟรนไชส์ & SME ไทย. (2548). *สภาวะการณ์แฟรนไชส์ปี 48*. กรุงเทพฯ: สมาคมธุรกิจแฟรนไชส์ & SME ไทย. เอกสารเผยแพร่.
- Foster, Dennis L. (1989). *The encyclopedia of franchise and franchising*. n.p.
- Franchise & license 1998-1999 guide's*. (1999). Bangkok: The Eastern Press.

ผู้วิจัย

นางสาวลีรัตน์ เงินชัย ธุรกิจส่วนตัว คุณวุฒิ นิติศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขต
ชลบุรี, นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี