

บทที่ 4

วิเคราะห์ปัญหาในการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์

การคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในประเทศไทย ยังมีปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ในเรื่องของการกำหนดถึงเนื้อหาของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ เนื่องจากไม่มีกฎหมายที่บัญญัติไว้เฉพาะสำหรับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์และไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรงจึงยังไม่สามารถนำมาบังคับใช้ได้อย่างครอบคลุมในกรณีต่างๆ การศึกษาถึงบทบัญญัติของกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์ กฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกา และบทบัญญัติกฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องในการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์จะทำให้สามารถวิเคราะห์ถึงปัญหาได้เป็นอย่างดี จึงเห็นว่าควรนำประเด็นต่างๆ มากล่าวดังต่อไปนี้

1. การเข้าทำสัญญา

การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ตามกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเปรียบเสมือนกับเป็นแม่แบบในเชิงธุรกิจซึ่งกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์เป็นองค์ระหว่างประเทศซึ่งมีหน้าที่ในการทำกฎหมายแฟรงให้เป็นกฎหมายเอกภาพได้จัดทำกฎเกณฑ์ระหว่างประเทศสำหรับแฟรนไชส์ขึ้นเมื่อเล็งเห็นว่าความสัมพันธ์ของกลุ่มสัญญาในแฟรนไชส์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดทำเป็นอนุสัญญาหรือการผูกมัดของอนุสัญญานั้นไม่เหมาะสมเพราะอนุสัญญามีลักษณะที่เคร่งครัดมากไป รวมทั้งในรูปแบบของสัญญาสำเร็จรูปก็ไม่เหมาะสมเช่นเดียวกันเพราะสัญญาสำเร็จรูปไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

การกำหนดถึงกฎเกณฑ์ของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ตามกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดถึงข้อมูลที่ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องเปิดเผยต่อผู้รับแฟรนไชส์ซึ่งได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เป็นการส่งเสริมให้การทำสัญญาแฟรนไชส์มีลักษณะของเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา กล่าวคือ การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ก่อนที่จะมีการเข้าทำสัญญานั้นเป็นการเตือนและช่วยป้องกันลักษณะของการเอาเปรียบที่จะเกิดขึ้น

จากผู้ให้พรน ไซส์ที่ได้จัดทำสัญญาสำเร็จรูปไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว หรืออาจจะทำให้โอกาสในการเอาเปรียบมีน้อยลง โดยที่การเปิดเผยข้อมูลพรน ไซส์นั้นทำให้ผู้รับพรน ไซส์มีอำนาจที่จะต่อรองกับผู้ให้พรน ไซส์ได้สูงขึ้นในเรื่องของข้อกำหนดของสัญญา หรือเงื่อนไขต่างๆ ที่ได้ระบุไว้ในสัญญาจึงถือได้ว่าการต่อรองดังกล่าวนั้นเป็นการช่วยให้ผู้รับพรน ไซส์มีเสรีภาพมากขึ้นที่จะเข้าทำสัญญา

หลักเสรีภาพในการทำสัญญานั้นก็คือ การที่คู่สัญญามีเสรีภาพที่จะแสดงเจตนาในการเข้าทำสัญญาได้ตามใจชอบ ตามทฤษฎีดังกล่าวก็ถือว่าบุคคลทุกคนย่อมทราบถึงฐานะของความได้เปรียบเสียเปรียบของตน โดยที่บุคคลทุกคนมีอำนาจในการต่อรองที่เท่าเทียมกันเพราะกฎหมายได้ให้ความเท่าเทียมกัน ซึ่งการแสดงเจตนาใดก็ตาม ถ้ามิใช่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเป็นการต้องห้ามของกฎหมายก็ย่อมที่จะเข้าทำสัญญาได้ แม้สัญญาดังกล่าวนั้นจะเกิดจากการที่คู่สัญญาอีกฝ่ายต้องยอมรับถึงเงื่อนไขของสัญญาที่ได้ทำไว้ล่วงหน้าของคู่สัญญาอีกฝ่ายก็ตาม ให้ถือว่าสัญญาดังกล่าวมีผลทางกฎหมาย เพราะคู่สัญญามีเสรีภาพในการทำสัญญาที่จะไม่เข้าทำสัญญาก็ได้ เมื่อเห็นว่าคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเอาเปรียบ

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 214/2526 ศาลวินิจฉัยว่าการเข้าทำสัญญานั้น จะตกลงให้ได้เปรียบเสียเปรียบกันอย่างไรแล้วแต่ความสมัครใจของคู่สัญญา ซึ่งต้องรักษาผลประโยชน์ของตนเอง จากคำพิพากษาศาลฎีกาดังกล่าวศาลหรือรัฐจะไม่เข้าเกี่ยวข้อง

ในปัจจุบันแนวคิดหรือหลักเสรีภาพในการทำสัญญาได้มีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการเจริญเติบโตของสังคมที่ส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายที่สืบเนื่องมาจากเศรษฐกิจ สัญญาจึงกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความไม่เป็นธรรมให้กับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่ำกว่า โดยที่คู่สัญญาฝ่ายดังกล่าวไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงได้ทั้งในทางข้อกฎหมายและทางปฏิบัติ สัญญาที่แต่เดิมเป็นการกำหนดตามความพอใจของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายกลับกลายเป็นข้อสัญญาที่กำหนดขึ้นเพื่อผูกพันกลุ่มคนหรือบุคคลทั้งหมดที่เป็นคู่สัญญาผลของเศรษฐกิจดังกล่าวจึงทำให้เกิดสัญญาสำเร็จรูปขึ้น กล่าวคือ เป็นสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าเป็นผู้กำหนดถึงข้อกำหนดในสัญญาไว้ล่วงหน้าแต่เพียงฝ่ายเดียว ดังนั้นคู่สัญญาฝ่ายที่เสียเปรียบอาจมิได้เข้าทำสัญญาด้วยความสมัครใจ แต่เป็นการเข้าทำสัญญาเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุที่เขาต้องการ

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 491/2540 เอกสารสัญญาสำเร็จรูปของจำเลยที่ได้จัดพิมพ์เป็นแบบทั่วไปที่ใช้ในกิจการของจำเลย ซึ่งข้อตกลงบางข้อที่ได้จัดพิมพ์ไว้สำเร็จรูปนี้ โจทก์และจำเลยก็ได้ถือเป็นข้อสาระสำคัญที่ต้องปฏิบัติต่อกัน เห็นได้ว่าศาลของไทยเริ่มยอมรับแล้วถึงลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างสัญญาธรรมดา กับสัญญาสำเร็จรูป

จากการศึกษาพบว่าหลักเสรีภาพในการเข้าทำสัญญาของไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากสัญญาแฟรนไชส์ในปัจจุบันเป็นสัญญาสำเร็จรูปจึงส่งผลให้การเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายนั้นเป็นการเข้าทำสัญญาที่ไม่ได้อยู่บนหลักของเสรีภาพในการทำสัญญา เพราะข้อตกลงของข้อสัญญานั้นได้มีการกำหนดอยู่ก่อนแล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายแฟรนไชส์ของสหรัฐอเมริกาได้มีการกำหนดให้เปิดเผยข้อมูลก่อนที่จะเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์และผู้รับแฟรนไชส์ถือได้ว่าเป็นการใช้หลักเสรีภาพที่จะเข้าทำสัญญาเพราะการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวผู้รับแฟรนไชส์สามารถที่จะตรวจสอบถึงข้อมูลได้ก่อนและถ้ามีข้อมูลในช่วงใดที่ผู้รับแฟรนไชส์เสียเปรียบก็สามารถที่จะทำการต่อรองหรือตกลงใหม่กับผู้ให้แฟรนไชส์ได้ ไม่จำเป็นต้องตกลงเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งวัตถุที่ต้องการเท่านั้น การกระทำเช่นนี้จึงถือได้ว่าเป็นการใช้หลักเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา

การแจ้งชื่อที่อยู่ตามกฎหมายของผู้ให้แฟรนไชส์และข้อมูลต่างๆ ของนิติบุคคลหรือสาขาสถาบันงานของผู้ให้แฟรนไชส์ ข้อมูลในการทำงานของผู้ให้แฟรนไชส์ ผู้บริหารระดับอาวุโสและประสบการณ์ในการทำงาน การลงทุนในเบื้องต้น สิทธิและหน้าที่ของผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิ ลักษณะของธุรกิจ ข้อมูลทางการเงินหรือค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่ผู้รับแฟรนไชส์จะได้หรือจะต้องจ่ายให้กับผู้ให้แฟรนไชส์ ตามกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาสามารถที่จะบังคับใช้กับผู้ให้แฟรนไชส์ได้ทันทีเนื่องจากมีกฎหมายแฟรนไชส์รองรับ แต่สำหรับประเทศไทยถ้าข้อมูลต่างๆ ข้างต้นมาบังคับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ก็จะส่งผลให้การตีความไม่ตรงกับเจตนารมณ์ของกฎหมายเพราะประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะในเรื่องแฟรนไชส์แต่เป็นการนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาบังคับใช้

ข้อมูลดังกล่าวเมื่อนำมาใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ของประเทศไทย บทบัญญัติของกฎหมายที่จะเข้ามาบังคับใช้คือ เรื่องของนิติกรรมตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เพราะข้อมูลดังกล่าวที่ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องเปิดเผยต่อผู้รับแฟรนไชส์นั้นเป็นการกระทำที่มุ่งเน้นต่อการผูกนิติสัมพันธ์ขึ้นระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์และผู้รับแฟรนไชส์ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โอน สงวน หรือระงับซึ่งสิทธิ ตามมาตรา 149 กล่าวคือผู้ให้แฟรนไชส์มีเจตนาที่จะให้ผู้รับแฟรนไชส์ทราบถึงข้อมูลในการเข้าทำสัญญาโดยการแสดงเจตนาของผู้ให้แฟรนไชส์นั้นเป็นการแสดงเจตนาโดยชัดแจ้งเพราะมีการกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร แต่ถ้าข้อกำหนดในสัญญาที่ผู้ให้แฟรนไชส์ได้เปิดเผยต่อผู้รับแฟรนไชส์นั้นเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน สัญญาดังกล่าวนั้นก็จะเป็นโมฆะ ตามมาตรา 150 หรืออีกนัยหนึ่งการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เป็นนิติกรรมที่ต่างจากบทบัญญัติของกฎหมาย ถ้าไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนก็ไม่เป็นโมฆะ ตามมาตรา 151

คำพิพากษาฎีกาที่ 9072/2547 ธุรกิจการค้าของโจทก์ต้องอาศัยการแข่งขันข้อมูลความลับทางการค้าตามสมควร โจทก์จึงมีสิทธิที่จะปกป้องรักษาข้อมูลและความลับทางการค้าเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ ข้อตกลงตามสัญญาจ้างทำงานมีกำหนดเวลาห้ามจำเลยอยู่ 2 ปีถือว่าเป็นเวลาพอสมควร สัญญาจ้างทำงานจึงไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

การเปิดเผยถึงข้อมูลในส่วนของประวัติทางอาชญากรรม การดำเนินคดีหรือความรับผิดชอบทางแพ่ง และการละเว้นการเปิดเผยข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญของสัญญาตามกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ถ้าผู้ให้แฟรนไชส์ละเว้นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวแล้วทำให้ผู้ที่เข้ารับแฟรนไชส์ได้รับความเสียหาย บทบัญญัติของกฎหมายไทยที่จะนำมาบังคับใช้ได้ คือบทบัญญัติตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 156 และมาตรา 162 ในเรื่องของการแสดงเจตนาโดยสำคัญผิดในตัวตนและการฉ้อฉล เนื่องจากกฎหมายของไทยไม่มีการบัญญัติถึงหลักของการต้องเปิดเผยข้อมูลทำให้เกิดเป็นช่องว่างที่ผู้ให้แฟรนไชส์จะไม่เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวหรือเปิดเผยแต่ข้อมูลไม่เป็นความจริงผลที่ตามมาคือ ผู้ที่จะเข้ารับแฟรนไชส์เสียเปรียบและได้รับความเดือดร้อน คำพิพากษาฎีกาที่ 2705/2525 โจทก์ปกปิดความจริงอ้างว่าตนกระทำในฐานะผู้แทนบริษัท จำเลยหลงเชื่อเข้าทำสัญญาด้วย การแสดงเจตนาดังกล่าวจึงเป็นการแสดงเจตนาโดยสำคัญผิดในตัวตน หรือในกรณีของเกษตรมิลค์เฟรชซึ่งเป็นการกระทำของนายอนันต์ที่อ้างตนว่าเป็นตัวแทนจำหน่ายของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์แล้วได้ทำการขายแฟรนไชส์ให้กับบุคคลอื่น โดยที่บุคคลที่ซื้อแฟรนไชส์ไปไม่ได้รับผลิตภัณฑ์นมจากนายอนันต์ทำให้เกิดความเสียหายและได้เข้าร้องต่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และได้ทราบความจริงว่านายอนันต์มิได้เป็นตัวแทนของทางเกษตรมิลค์เฟรชแต่อย่างใด อีกทั้งนายอนันต์ยังคงค้างค่านมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นเงินจำนวนหลายล้านบาท การกระทำของนายอนันต์จึงเป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อบุคคลภายนอกอื่นเนื่องมาจากการที่กฎหมายของไทยไม่ได้มีการบัญญัติถึงเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ไว้โดยเฉพาะจึงต้องนำเอาบทบัญญัติว่าด้วยเรื่องนิติกรรมมาบังคับใช้แต่การบังคับใช้นั้นเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุเพราะถ้ากฎหมายของไทยมีการระบุให้ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ก็จะไม่ทำให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้น

การฉ้อฉลที่เกิดขึ้นจากการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์นั้นคือการที่ผู้ให้แฟรนไชส์หลอกลวงให้ผู้ที่จะเข้ารับแฟรนไชส์แสดงเจตนาทำนิติกรรม โดยข้อความเท็จหรือปกปิดความจริงเอาไว้ซึ่งถือว่าเป็นช่องว่างทางกฎหมายอีกประการเพราะไม่มีกฎหมายบังคับให้ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องเปิดเผยข้อมูลอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผู้รับแฟรนไชส์ได้ ตามตัวอย่างแฟรนไชส์ในประเทศไทย ไบโอสท์ที่นายการ์รันด์ กาจพลเป็นผู้บริหารแต่บุคคลดังกล่าวนั้นเมื่อตรวจสอบจากแฟ้มประวัติบัตรประชาชนและลายนิ้วมือทำให้พบว่าไม่มีชื่อบุคคลดังกล่าวแต่กลับกลายเป็นนายธีระพงษ์

โสมเกศตริน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อบันทึกอยู่ในทำเนียบของผู้ต้องหาในคดีขกชอทรพีซึ่งนายการันต์ได้เปิดแฟรนไชส์ไปโอฮัทและหลอกเอาเงินของผู้ที่เข้าซื้อแฟรนไชส์ไปใช้และได้หายตัวไป ทำให้ผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์ไปโอฮัทได้รับความเสียหาย

คดีไบเลย์ และ ฮาน ซึ่งไบเลย์ได้ขายแฟรนไชส์ให้กับฮานและแจ้งฮานว่ากิจการนี้สามารถทำรายได้สูงถึง 90,000 ดอลลาร์ แต่ในความเป็นจริงทำได้เพียง 36,000 ดอลลาร์เท่านั้นและไบเลย์ไม่ได้แจ้งให้ฮานทราบว่าที่จำนวนผู้รับแฟรนไชส์ลดลงเนื่องมาจากการถูกหลอกหลวง ศาลวินิจฉัยว่าผู้ให้แฟรนไชส์นั้นต้องแสดงข้อมูลต่อผู้ที่เข้ารับแฟรนไชส์ไม่ว่าจะในทางบวกหรือลบ เพื่อที่จะช่วยในการตัดสินใจ ถ้ากรณีนี้เกิดขึ้นในประเทศไทยก็จะต้องนำหลักนิติกรรมว่าด้วยกลฉ้อฉลมาบังคับใช้เช่นเดียวกันกับกรณีข้างต้น

การกำหนดให้ต้องแจ้งถึงข้อมูลในส่วนของสัญญาไม่ว่าจะเป็นการต่ออายุสัญญา การเลิกสัญญาและผลกระทบจากการเลิกสัญญาตามกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกา การบังคับใช้ทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทยนั้นจะต้องใช้หลักกฎหมายว่าด้วยเรื่องสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เริ่มต้นด้วยการเกิดของสัญญาว่าด้วยสัญญาจะเกิดขึ้นเมื่อคำเสนอคำสนองต้องตรงกัน สัญญาที่จะเกิดขึ้นซึ่งสัญญาที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสัญญาต่างตอบแทนเพราะสัญญาแฟรนไชส์นั้นมีลักษณะที่คู่สัญญาจะต้องชำระหนี้ต่อกัน แต่หนี้ในที่นี้คือการชำระหนี้จากการได้ใช้สิทธิในแฟรนไชส์ของผู้รับแฟรนไชส์ ส่วนผู้ให้แฟรนไชส์ก็ให้สิทธิต่อผู้รับสิทธิ สัญญาดังกล่าวจึงเข้าหลักของสัญญาต่างตอบแทน การเข้าทำสัญญาจะต้องตั้งอยู่บนหลักสุจริตซึ่งเป็นหลักที่ทำหน้าที่เป็นมาตรฐานสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทยในมาตรา 5 กล่าวคือ บุคคลใดก็ตามที่ใช้สิทธิของตนไม่ว่าในทางใดนั้นย่อมที่จะต้องอยู่บนหลักของความสุจริต ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายของสัญญาทุกประเภทนั้นจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสุจริตต่อกันของคู่สัญญา

หลักสุจริตดังกล่าวไม่เพียงใช้แค่เฉพาะกับกฎหมายลักษณะหนี้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หลักสุจริตสามารถที่จะนำไปใช้กับกฎหมายลักษณะอื่นได้ เช่น ครอบครวั มรดก รวมทั้งนำมาปรับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ซึ่งไม่มีกฎหมายเฉพาะบัญญัติไว้ได้เช่นกัน หลักสุจริตตามมาตรา 5 ถือได้ว่าเป็นบทที่ทำหน้าที่เป็นมาตรฐานที่นำมาซึ่งการควบคุมความประพฤติของบุคคลในทุกๆ เรื่อง และได้รับการยกย่องว่าเป็นหลักและฐานของกฎหมายทั้งระบบ เป็นประกาศอุดมคติแห่งความสัมพันธ์ของมนุษย์ในสังคมที่จะต้องประพฤติปฏิบัติต่อกันด้วยหลักสุจริต และยังสามารถนำมาใช้ควบคุมบังคับความประพฤติของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายที่ต้องการเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ให้เป็นไปในแนวทางของความสุจริตต่อกัน

กฎหมายในระบบคอมมอนลอว์ ถือว่าการใช้สิทธิโดยความสุจริตนั้นเป็นหลักกฎหมายพื้นฐานหลักหนึ่งในการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญา เพราะเนื่องจากธุรกิจแฟรนไชส์นั้นเป็นการตกลงเข้าทำสัญญาระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์และผู้รับแฟรนไชส์ โดยที่ผู้รับแฟรนไชส์จะต้องทำตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของผู้ให้แฟรนไชส์เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางหรือให้ได้ตามมาตรฐานที่ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนด ลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าวค่อนข้างมีเวลานาน ข้อกำหนดในสัญญาดังกล่าวจึงมักกำหนดให้ผู้ให้สิทธิสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงข้อมูลต่างๆ ในสัญญาได้เพื่อให้เป็นไปตามการตลาดและเศรษฐกิจตามใจผู้ให้แฟรนไชส์ จึงอาจส่งผลให้ความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวมีความไม่แน่นอน การเปลี่ยนแปลงต่างๆ อาจนำมาสู่การโต้แย้งของคู่สัญญาหรือไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของคู่สัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ตอนแรก ดังนั้นผลของการเปลี่ยนแปลงของสัญญาจะนำมาซึ่งการเสียเปรียบของผู้รับแฟรนไชส์ หลักสุจริตดังกล่าวจึงถูกนำมาใช้เป็นตัวกำหนดถึงสิทธิของผู้ให้แฟรนไชส์ที่ไม่สามารถจะทำอะไรได้ตามใจและยังคุ้มครองไม่ให้ผู้รับแฟรนไชส์เกิดความเสียเปรียบด้วย

กฎหมายของสหรัฐอเมริกาได้มีการกำหนดถึงเรื่องของหลักสุจริตที่จะนำมาใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ไว้ ซึ่งหลักดังกล่าวได้ระบุไว้แค่เพียงสำหรับหลักสุจริตที่นำมาใช้กับการซื้อขายเพียงเท่านั้น ไม่สามารถนำมาใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ได้ทั้งหมด เพราะเนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญาแฟรนไชส์นั้นไม่ได้เป็นการซื้อขาย ต่อมาภายหลังศาลได้มีการปรับให้หลักสุจริตให้ใช้ได้กับสัญญาในเชิงพาณิชย์ทุกประเภทรวมทั้งสัญญาแฟรนไชส์ด้วย ซึ่งหลักสุจริตดังกล่าวนี้จะต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ของความเสมอภาค โดยที่คู่สัญญาอีกฝ่ายจะต้องไม่ทำให้กระทบกระเทือนกับคู่สัญญาอีกฝ่ายนั่นเอง

ศาลสหรัฐอเมริกาได้นำหลักสุจริตมาปรับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์โดยกล่าวไว้ว่า ศาลจะนำหลักสุจริตมาปรับใช้ในฐานะที่เป็นหลักกฎหมายทั่วไป เช่น ศาลจะกำหนดให้ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องใช้สิทธิโดยสุจริต กล่าวคือ บางกรณีที่ข้อกำหนดของสัญญาแฟรนไชส์นั้นได้เปิดช่องว่างให้ผู้ให้แฟรนไชส์สามารถที่จะตัดสินใจได้เอง หรือศาลจะนำหลักสุจริตมาปรับใช้ในการตีความของการใช้สิทธิของคู่สัญญาในบางกรณี เช่น กรณีที่สัญญาไม่ได้กำหนดไว้ซึ่งสิทธิของคู่สัญญา หรือกำหนดไว้แต่ไม่ชัดเจน หรือกำหนดไว้แต่ไม่สามารถตีความได้ และการที่ศาลนำหลักสุจริตมาปรับใช้เป็นตัวอธิบายถึงการกระทำที่ไม่สุจริต

การเลิกสัญญาที่ระบุไว้ในข้อกำหนดของการเปิดเผยข้อมูลนั้นคือการบอกเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 386 คือคู่สัญญาสามารถที่จะบอกเลิกสัญญาได้โดยบทบัญญัติของกฎหมายและโดยข้อสัญญาเองซึ่งผลของการบอกเลิกสัญญาอาจทำให้คู่สัญญากลับสู่สถานะเดิม คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5876/2541 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 386 แสดงให้

เห็นว่าผู้ที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาโดยข้อสัญญาหรือโดยบทบัญญัติของกฎหมาย มิใช่จะบอกเลิกสัญญาได้ตามอำเภอใจ

จากการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลในส่วนของผู้ซื้อและที่อยู่ ประวัติการทำงาน ลักษณะของธุรกิจ ประวัติทางคดีความ สถานะทางการเงินและเรื่องของสัญญานั้น กฎหมายของประเทศไทยได้นำหลักกฏด้วยนิติกรรมและสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาบังคับใช้รวมทั้งหลักสุจริตในการเข้าทำนิติกรรมสัญญาด้วยเพื่อที่จะได้เป็นไปในแนวทางที่ยุติธรรม แต่การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์นั้นกฎหมายของไทยไม่ได้มีการบัญญัติไว้ให้ต้องทำการเปิดเผยข้อมูลจึงยังมีช่องว่างทำให้ผู้รับแฟรนไชส์โดนเอาเปรียบจากช่องว่างของกฎหมาย อีกทั้งการนำเอาบทบัญญัติของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาปรับใช้อาจส่งผลให้การตัดสินไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของสัญญาแฟรนไชส์ ดังนั้นควรที่จะมีการแก้ไขกฎหมายที่บังคับใช้อยู่เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสัญญาแฟรนไชส์หรือควรที่จะมีการตรากฎหมายแฟรนไชส์ขึ้นมาโดยเฉพาะในเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์

2. การอนุญาตให้ใช้สิทธิ

การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศไทยในส่วนของทรัพย์สินทางปัญญา ได้ระบุให้ต้องเปิดเผยถึงการจดทะเบียนของเครื่องหมายการค้าที่เป็นของแฟรนไชส์ เครื่องหมายการค้าที่ผู้ให้แฟรนไชส์จะให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้ การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ขอบเขตของการใช้สิทธิและการโอนสิทธิให้กับบุคคลภายนอก ซึ่งการกำหนดให้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจะอยู่ภายใต้บทบัญญัติกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยเรื่องเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร

การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์จะต้องแสดงให้เห็นถึงการจดทะเบียนของเครื่องหมายการค้า วันที่จดทะเบียนและการอนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้า ซึ่งตรงตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2543 ของประเทศไทยมาตรา 6 ได้กล่าวถึงเครื่องหมายการค้าที่สามารถจดทะเบียนได้คือต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะและไม่เหมือนหรือคล้ายกับของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนไว้แล้ว คำพิพากษาฎีกาที่ 1793/2549 เครื่องหมายการค้าโจทก์ที่จดทะเบียนใช้ชื่อว่า ไฮเซอร์ (HIGHER) ส่วนของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนอยู่แล้วชื่อ ไฮเออร์ (HI-ER) ถึงแม้ว่าจะเป็นสินค้าประเภทเดียวกันแต่เมื่อพิจารณาแล้วเครื่องหมายการค้าดังกล่าวจะสามารถที่จะจดทะเบียนได้ตามหลักของการจดทะเบียน กรณีของพริมาโกลด์ แฟรนไชส์ทอง 99% ซึ่งบริษัทในประเทศมาเลเซียละเมิด

สิทธิจนบุคคลทั่วไปเชื่อว่าเป็นร้านของพริมาโกลด์ จนพริมาโกลด์ของประเทศไทยได้ฟ้องร้องคดี จนชนะการจดทะเบียนในเครื่องหมายการค้าถือว่าได้ว่าเป็นเกราะป้องกันสิทธิดังกล่าวนั่นเอง สิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าถือว่าเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้า

การอนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้า เป็นสัญญาต่างตอบแทนชนิดหนึ่งซึ่งเจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือผู้ให้แพรนไฮส์ได้ให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าของตนแก่ผู้รับแพรนไฮส์ ได้ใช้สิทธิดังกล่าวในกำหนดระยะเวลาหนึ่งโดยไม่เป็นการละเมิดสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าและผู้รับแพรนไฮส์ได้ให้ค่าสิทธิหรือผลตอบแทนอย่างใดอย่างหนึ่งแก่ผู้ให้แพรนไฮส์ในการใช้สิทธิดังกล่าวเรียกว่าค่าใช้สิทธิ ซึ่งสาระสำคัญของสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า คือการที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะต้องสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าที่ผลิตโดยผู้ได้รับอนุญาตได้เพื่อคุ้มครองประโยชน์ของสาธารณชนและเพื่อรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียงและความนิยมเชื่อถือในเครื่องหมายการค้าของเครื่องหมายการค้า

การอนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 68 จะต้องเป็นเครื่องหมายการค้าที่ได้มีการจดทะเบียนตามมาตรา 6 ในการอนุญาตให้ใช้สิทธิของผู้ให้แพรนไฮส์จะต้องทำเป็นหนังสือซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับการเปิดเผยข้อมูลแต่ทำเป็นหนังสือเพียงอย่างเดียวไม่พอยังต้องจดทะเบียนต่อนายทะเบียนด้วย การเปิดเผยข้อมูลแพรนไฮส์ของกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์และกฎหมายแพรนไฮส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ระบุให้ต้องเปิดเผยถึงการให้สิทธิแก่ผู้ที่จะเข้ารับแพรนไฮส์ว่าผู้ที่จะเข้ารับแพรนไฮส์นั้นจะได้ใช้สิทธิในลักษณะใด กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยเครื่องหมายการค้าได้กำหนดถึงสิทธิของผู้รับแพรนไฮส์โดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยไม่เด็ดขาด สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่ผู้เดียวและสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยเด็ดขาด ซึ่งการกำหนดถึงสิทธิของผู้รับแพรนไฮส์นั้นจะอยู่ที่การตัดสินใจของผู้ให้แพรนไฮส์แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้รับสิทธิสามารถที่จะใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้ตลอดระยะเวลาของการจดทะเบียนหรือเว้นแต่ผู้ให้แพรนไฮส์จะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น และผู้รับแพรนไฮส์ไม่สามารถที่จะโอนสิทธิดังกล่าวให้กับบุคคลภายนอกได้

ในส่วนของลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแพรนไฮส์ก็คือในส่วนของข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นสูตร กรรมวิธีหรือคู่มือที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยถือว่าเป็นงานสร้างสรรค์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ในมาตรา 6 ส่วนที่เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแพรนไฮส์นั้นเราเรียกว่างานวรรณกรรมที่เกิดขึ้นจากการคิดค้นสร้างสรรค์ ตามเจตนารมณ์ของกฎหมายลิขสิทธิ์มีการจำกัดไว้เฉพาะในเรื่องของการไม่ให้ความคุ้มครองความคิดเนื่องจากว่าถ้ามีการคุ้มครองในเรื่องของความคิดก็จะไม่มีการต่อยอดความคิดไปสู่สิ่งที่ดีที่สุดซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการพัฒนาของ

การงานและวิทยาการในแขนงต่างๆ โดยท้ายที่สุดก็จะส่งผลให้ศาลในเรื่องของการพิจารณาคดีว่าใครคือเจ้าของความคิดที่แท้จริง

เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้ลิขสิทธิ์ของตนซึ่งเป็นสิทธิที่มีลักษณะพิเศษกล่าวคือสิทธิดังกล่าวเป็นสิทธิของผู้สร้างสรรค์ซึ่งแตกต่างหากจากการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ โดยสิทธิดังกล่าวเจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิในการอนุญาตให้ผู้อื่นเข้าใช้สิทธิได้ การอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ หมายความว่า ความตกลงที่เจ้าของลิขสิทธิ์ให้ผู้อนุญาตใช้สิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ของตามมาตรา 15(5) ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีค่าตอบแทนหรือข้อตกลงในเรื่องอื่นใดด้วยหรือไม่ก็ตาม ดังนั้นการอนุญาตจึงเป็นสิทธิเด็ดขาดประเภทหนึ่งของเจ้าของสิทธิ ตามมาตรา 15(5) สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์จึงอาจหมายถึงสัญญาที่เจ้าของลิขสิทธิ์อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิในการกระทำซ้ำ ดัดแปลงหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้อนุญาตจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิสมบูรณ์ได้ แม้จะไม่ได้ทำเป็นหนังสือหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือ เพราะกฎหมายไม่ได้มีเงื่อนไขเรื่องแบบหรือหลักฐานแต่อย่างใด เพียงแต่กำหนดให้ทำเป็นหนังสือเฉพาะกรณีที่จะตัดสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่จะอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธินั้นอีกเท่านั้น ตามมาตรา 16

คำพิพากษาฎีกาที่ 5395/2546 โจทก์ได้รับอนุญาตจากบริษัท ซี เจ้าของลิขสิทธิ์ภาพยนตร์เที่ยงคืน ตามสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิซึ่งสิทธิดังกล่าวเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวโดยเด็ดขาด จำเลยได้นำภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวมาเผยแพร่ขณะที่ยังอยู่ในอายุของสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ จำเลยจึงกระทำละเมิดต่อโจทก์เพราะสิทธิเด็ดขาดนั้นผู้ที่ได้รับสิทธิสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากสิทธินั้นได้แต่เพียงผู้เดียว

การอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ที่ระบุมากับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์นั้นเมื่อพิจารณาจากตัวบทกฎหมายแล้วจะเห็นได้ว่ามีความขัดแย้งกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เนื่องจากข้อมูลที่ผู้ให้แฟรนไชส์ได้ถ่ายทอดต่อผู้รับแฟรนไชส์นั้นคือกรรมวิธี หรือสูตรที่ทำให้การดำเนินงานในธุรกิจแฟรนไชส์ประสบความสำเร็จ เช่น การทอดไก่จะต้องทอดในความร้อน 180 องศาเป็นเวลา 30 นาทีไก่จึงจะเหลืองน่ารับประทานและสุกได้ที่ทั้งตัว หรือ การหมักหมมนั้นจะต้องหมักอย่างน้อยเป็นเวลา 1 คืนโดยใช้ส่วนผสมตามอัตราส่วนที่กำหนดไว้ เป็นต้น ถ้ามีการนำข้อมูลดังกล่าวไปเผยแพร่ต่อบุคคลภายนอกก็จะส่งผลให้ทุกคนสามารถรับรู้ได้ถึงความลับนั้น ธุรกิจแฟรนไชส์ก็จะไม่มีประโยชน์เพราะทุกคนสามารถที่จะนำสูตรนั้นไปทำธุรกิจได้เช่นเดียวกัน สิ่งที่ควบคุมกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ก็คือความลับทางการค้า จากที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่าการให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์เป็นการขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมายเพราะลิขสิทธิ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจาก

ความคิดและถือว่่าเป็นความลับถ้ามีการนำออกเผยแพร่สู่สาธารณชนก็จะไม่มีประโยชน์ใดที่จะคุ้มครอง

พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ.2545 มีนโยบายในการส่งเสริมการค้าเสรีของประเทศไทย ภายใต้แนวคิดของ อัดัม สมิท ในเรื่องของการกลไกตลาดและการค้าเสรี ซึ่งเป็นพื้นฐานในนโยบายทางเศรษฐกิจของไทย ข้อมูลความลับทางการค้ามีความสำคัญอย่างมากในการกระตุ้นให้ธุรกิจแฟรนไชส์มีคุณค่าและคุ้มค่าสำหรับผู้ให้แฟรนไชส์ที่จะได้รับค่าตอบแทนจากการอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ดังกล่าว ความลับทางการค้ามักจะใช้เฉพาะในระยะเวลาของสัญญาแฟรนไชส์เท่านั้น การเปิดเผยในส่วนของความลับทางการค้านั้นเป็นวิจารณ์ฐานของผู้ให้แฟรนไชส์ว่าจะเปิดเผยข้อมูลในส่วนของสูตร กรรมวิธีมากน้อยเพียงใดและถือว่่าเป็นสิทธิส่วนตัวที่กฎหมายไม่สามารถจะไปบังคับได้ว่าจะต้องเปิดเผยมากน้อยเพียงไรถึงจะเรียกว่าเป็นการเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด

ส่วนการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในเรื่องของสิทธิบัตรเป็นเรื่องของการคุ้มครองสิ่งประดิษฐ์ที่มีการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ มีการประดิษฐ์ที่เป็นขั้นตอนและนำไปประยุกต์ใช้ได้ทางอุตสาหกรรม การอนุญาตให้ใช้สิทธิในสิทธิบัตร หมายความว่า ความตกลงที่ผู้ทรงสิทธิบัตรอนุญาตตามมาตรา 38 ให้ผู้รับอนุญาตใช้สิทธิ ตามมาตรา 36 และมาตรา 37 โดยมีกำหนดระยะเวลา ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีค่าตอบแทนหรือข้อตกลงในเรื่องอื่นใดด้วยหรือไม่ก็ตาม ดังนั้นสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิบัตรจึงเป็นสัญญาที่ผู้ให้อนุญาตให้สิทธิแก่ผู้รับอนุญาตใช้การประดิษฐ์ หรือแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้จดทะเบียนสิทธิบัตรไว้แล้วในการผลิตใช้และหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ความคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตรซึ่งประเทศไทยได้ให้ความคุ้มครองแก่ผู้ทรงสิทธิบัตร แต่ทั้งนี้ในการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสิทธิบัตร กฎหมายได้อนุญาตให้สิทธิได้เฉพาะในลักษณะที่ไม่เป็นการเฉพาะ กล่าวคือ เจ้าของสิทธิยังมีสิทธิแสวงหาผลประโยชน์จากสิทธิบัตรดังกล่าวได้

จากการศึกษาพบว่าการกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลในส่วนของทรัพย์สินทางปัญญาไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการได้รับสิทธิและการอนุญาตให้ใช้สิทธินั้น การได้รับสิทธิส่วนใหญ่จะเป็นการรับสิทธิที่ไม่เด็ดขาดเนื่องจากผู้ให้แฟรนไชส์ยังต้องการที่จะใช้ประโยชน์หรือหาประโยชน์จากสิทธิดังกล่าวอยู่ แต่อย่างไรก็ตามในธุรกิจแฟรนไชส์มีลักษณะที่พิเศษกว่าธุรกิจอื่น คือ เหนุผลในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานแฟรนไชส์ซึ่งเป็นข้อที่ผู้ให้สิทธิอ้างเพื่อกระทำการดังกล่าวได้นั่นเอง

3. การแข่งขันทางการค้า

ส่วนสุดท้ายที่กฎหมายได้ระบุไว้ว่าต้องทำการเปิดเผยข้อมูลคือการห้ามทำการแข่งขันหรือทำการค้าขายแข่งขัน รวมทั้งการกำหนดถึงแหล่งที่มาของสินค้าและสินค้าหรือบริการที่จะต้องซื้อหรือเช่าจากผู้ให้แฟรนไชส์ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายแฟรนไชส์บังคับใช้อีกทั้งกฎหมายการแข่งขันทางการค้ายังคงมีอุปสรรคเพราะไม่สามารถนำมาใช้กับแฟรนไชส์ได้ทุกเรื่อง ข้อบังคับของกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้นจึงต้องนำบทบัญญัติตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยเรื่องนิติกรรมและหุ้นส่วนเข้ามาปรับใช้

ในสัญญาแฟรนไชส์มักจะมีการจำกัดสิทธิของผู้รับแฟรนไชส์ไม่ให้มีการกระทำอันเป็นการแข่งขันในระหว่างระยะเวลาของสัญญา ข้อจำกัดของการแข่งขันทางการค้าเป็นการขัดกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เนื่องจากในข้อมูลดังกล่าวได้ระบุให้ต้องเปิดเผยถึงแหล่งที่มาของสินค้าซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ให้แฟรนไชส์จะกำหนดให้ผู้รับแฟรนไชส์จะต้องซื้อสินค้าตามที่ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนด การกระทำความดังกล่าวกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้ระบุไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดเงื่อนไขไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมที่เป็นการกำหนดแหล่งที่มาของสินค้าหรือจำกัดการซื้อการผลิต การบริการจากบุคคลอื่นตาม มาตรา 25 อีกทั้งข้อห้ามดังกล่าวยังเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนตาม มาตรา 150 ซึ่งผลของการกระทำความดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่ซื้อสินค้าจากผู้มีอำนาจเหนือตลาดไม่สามารถซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายได้และทำให้ผู้ประกอบการนั้นจะต้องขายเฉพาะแต่สินค้าของตน

ข้อจำกัดในลักษณะดังกล่าวต้องพิจารณาถึงมาตรา 29 ด้วยว่ามีลักษณะของการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งมีผลเป็นการทำลายทำให้เสียหาย ขัดขวาง กีดกันหรือเป็นการจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นหรือไม่

การห้ามทำการแข่งขันหรือห้ามค้าขายแข่งขันยังต้องนำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยเรื่องหุ้นส่วนมาบังคับใช้ เนื่องจากความสัมพันธ์ของหุ้นส่วนมีลักษณะที่สอดคล้องกับข้อห้ามดังกล่าว คือ ห้ามหุ้นส่วนประกอบกิจการที่เป็นการแข่งขันกับกิจการของห้างหุ้นส่วนโดยมิได้รับความยินยอมตาม มาตรา 1038 คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1356/2479 โจทก์จ้างจำเลยทำงานในร้านเครื่องพิมพ์ดีดของโจทก์ โดยในข้อสัญญาระบุว่าจะห้ามจำเลยเป็นช่างซ่อมในกรุงเทพฯ และในบริเวณ 600 เส้นจากกรุงเทพฯ การห้ามทำการแข่งขันของโจทก์ไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อย

กฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาเน้นการกำหนดให้ผู้รับแฟรนไชส์ต้องซื้อวัตถุดิบหรือสัมภาระจากแหล่งที่ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนดหรือจากผู้ให้แฟรนไชส์เองสามารถที่จะทำ

ได้ เนื่องจากถือว่าการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการของผู้ให้แฟรนไชส์โดยไม่ถือว่าเป็นข้อจำกัดที่ไม่สมเหตุสมผล แต่กรณีที่จะเป็นการขัดต่อกฎหมายนั้นก็ต่อเมื่อผู้ให้แฟรนไชส์มีผลประโยชน์ทางการเงินที่จะได้รับจากการบังคับให้ผู้รับแฟรนไชส์นั้นซื้อสินค้าหรือบริการนั่นเอง

จากการศึกษาพบว่าการห้ามทำธุรกิจแข่งขันหรือการกำหนดแหล่งที่มาของสินค้านั้นเป็นการขัดต่อกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในส่วนของมาตรา 25 แต่อย่างไรก็ตามหลักการพิจารณาของศาลไม่อาจถือว่าเป็นบรรทัดฐานในเรื่องการห้ามทำธุรกิจแข่งขันที่จะนำมาปรับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์ได้เสมอไปเพราะการที่ไม่มีกฎหมายแฟรนไชส์โดยเฉพาะอีกทั้งสถานการณ์ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งองค์ประกอบอื่นๆ ด้วย