

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. บทสรุป

แฟรนไชส์เป็นรูปแบบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน รูปแบบของการให้แฟรนไชส์นั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิที่เกิดขึ้นภายใต้สัญญา โดยผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ได้ให้สิทธิในการใช้ในเครื่องหมายทางการค้า เครื่องหมายบริการ หรือบริการแก่ผู้รับแฟรนไชส์ซึ่งผู้รับแฟรนไชส์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้สิทธินั้นแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ ทั้งนี้ผู้ให้แฟรนไชส์จะต้องคอยให้ความช่วยเหลือผู้รับแฟรนไชส์แฟรนไชส์ ถ่ายทอดความรู้ความชำนาญ และการพัฒนาการตลาดอย่างต่อเนื่อง

สหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของรูปแบบธุรกิจแฟรนไชส์ในรูปแบบของการให้สิทธิแฟรนไชส์โดยรัฐบาลแก่เอกชนเข้ามาดำเนินการทำสาธารณะประโยชน์และบริการประชาชน ต่อมาเมื่อสภาพเศรษฐกิจได้เปลี่ยนแปลงจึงทำให้นำมาสู่การพัฒนาแบบแฟรนไชส์ในเชิงธุรกิจ เริ่มจากในปี ค.ศ.1850 บริษัทแมคครอมิก ฮาเวสดีง แมชชีน เป็นบริษัทที่จำหน่ายเครื่องมือเก็บเกี่ยวทางการเกษตรถือได้ว่าเป็นกิจการแรกที่นำรูปแบบของแฟรนไชส์มาใช้แต่ถ้าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคนั้น ในปี ค.ศ.1851 บริษัทซิงเกอร์ ซีวิง แมชชีน โดยไอแซค เมอริท ซิงเกอร์ ผู้คิดค้นจักรเย็บผ้า ต่อมาแฟรนไชส์ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งในปัจจุบัน

แฟรนไชส์ได้เริ่มเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2526 โดยในช่วงแรกนั้นธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างช้าๆ ต่อมาภายหลังธุรกิจแฟรนไชส์ของไทยก็ประสบกับปัญหาเนื่องจากการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในแรกๆ นั้นเป็นการดำเนินธุรกิจที่ซื้อมาเพื่อลงทุน ไม่เน้นการสร้างธุรกิจให้เป็นของตนเองจึงทำให้ธุรกิจแฟรนไชส์ซบเซาลงไป จนกระทั่งในปี พ.ศ.2537 ธุรกิจแฟรนไชส์จึงกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง โดยได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐคือ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ ปัจจุบันมีแฟรนไชส์ทั้งสิ้นจำนวน 361 แฟรนไชส์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกันคือ ธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการ ธุรกิจที่เกี่ยวกับการจำหน่ายค้า

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการทำกฎหมายแพ่งให้เป็นเอกภาพยูนิควัวร์ได้บัญญัติ กฎเกณฑ์ในการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ขึ้นเพื่อเป็นแม่แบบของการเปิดเผยข้อมูลในสัญญา แฟรนไชส์เรื่องของรูปแบบการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ โดยมีการกำหนดให้ผู้ให้แฟรนไชส์ต้อง จัดทำรูปแบบของข้อมูลที่ต้องเปิดเผยและรายการข้อมูลที่ต้องทำการเปิดเผยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของผู้รับแฟรนไชส์ที่จะเข้าทำแฟรนไชส์ เช่น ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้แฟรนไชส์ บริษัทและสาขาที่ เกี่ยวข้อง ลักษณะของธุรกิจแฟรนไชส์ ประวัติทางคดี ประสบการณ์ในการทำงานของผู้ให้ แฟรนไชส์และบุคคลที่เกี่ยวข้อง การให้ใช้เครื่องหมายทางการค้า ข้อมูลของผู้รับแฟรนไชส์ที่ผ่านมา ในระยะเวลา 3 ปี เงื่อนไขของการต่ออายุสัญญา การบอกเลิกสัญญา และการระงับข้อพิพาทที่ เกิดขึ้นจากการบอกเลิกสัญญา เป็นต้น โดยกำหนดว่าผู้ให้สิทธิต้องทำการส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ การเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์เป็นเวลาอย่างน้อย 14 วันก่อนการเข้าทำสัญญาหรือการชำระเงิน ค่าแฟรนไชส์ดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของกฎหมายแม่แบบ UNIDROIT เพื่อช่วยให้ผู้ที่เข้ารับสิทธิแฟรนไชส์ สามารถเริ่มต้นค้นหาแฟรนไชส์ที่น่าสนใจได้จากข้อมูลแฟรนไชส์ที่กฎหมายบังคับให้ทำการ เปิดเผยดังกล่าว และยังป้องกันไม่ให้ผู้รับแฟรนไชส์ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือได้รับความเสียหาย จากการให้แฟรนไชส์ที่ขาดศักยภาพ การถูกหลอกลวงในการปกปิดข้อความเป็นจริง รวมทั้ง ประเทศต่างๆ ที่ยังไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์สามารถนำไปเป็นแบบอย่าง หรือเป็นต้นแบบในการบัญญัติกฎหมายในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อให้เป็นไปในแนวทาง มาตรฐานเดียวกัน ซึ่งเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นการลดค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานและประหยัดเวลาในการจัดทำข้อมูลเพราะข้อมูลชุดเดียวสามารถใช้ได้กับผู้รับสิทธิ แฟรนไชส์ทุกคน

ต่อมาประเทศสหรัฐอเมริกาได้นำกฎหมายแม่แบบยูนิควัวร์มาเป็นต้นแบบของการบัญญัติ กฎหมายแฟรนไชส์ ได้แก่ กฎข้อบังคับแฟรนไชส์ของสหรัฐอเมริกาที่บัญญัติขึ้น โดย คณะกรรมาธิการการค้าแห่งสหพันธรัฐ ซึ่งทำการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบในการเปิดเผย ข้อมูลและความสัมพันธ์ของกลุ่มสัญญาแฟรนไชส์ที่อยู่ภายใต้สัญญา และยังรวมทั้งกฎเกณฑ์เกี่ยวกับ รูปแบบของการเปิดเผยข้อมูลภายใต้สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจหลักทรัพย์แห่งอเมริกาเหนือที่มีชื่อว่า หนังสือชี้ชวนเสนอขายแฟรนไชส์หรือยูเอฟไอซี (The Uniform Franchise Offering Circular: UFOC) อีกทั้งยังมีกฎหมายของแต่ละมลรัฐที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของกลุ่มสัญญาที่ต้องปฏิบัติให้อยู่ ภายใต้ออกกฎหมายในแต่ละมลรัฐ

ภายใต้ข้อบังคับของ เอฟทีซี และ ยูเอฟไอซี ได้กำหนดไว้ว่าผู้ให้สิทธิจะต้องทำการ เปิดเผยข้อมูลและหนังสือชี้ชวนให้ซื้อแฟรนไชส์ตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนด เช่น ประวัติของ

ผู้ให้แฟรนไชส์และบริษัทในเครือ ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ประวัติทางคดี การล้มละลาย ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ สิทธิในการใช้เครื่องหมายทางการค้า การบอกเลิกสัญญา เป็นต้น โดยการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์นั้นต้องทำเป็นหนังสือบอกกล่าวส่งให้แก่ผู้รับแฟรนไชส์เป็นเวลา 10 ก่อนที่จะมีการเข้าทำสัญญา ในส่วนของผู้รับแฟรนไชส์จะต้องปฏิบัติตามสัญญาโดยผู้รับแฟรนไชส์ต้องดำเนินธุรกิจตามรูปแบบและนโยบายที่ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนดไว้ในสัญญา หน้าที่ในการจ่ายค่าธรรมเนียม สิทธิในการใช้เครื่องหมายทางการค้า การรักษาความลับทางการค้าของผู้ให้แฟรนไชส์ รวมทั้งยังจะได้รับสิทธิในการฝึกอบรมหรือการมีส่วนร่วมในธุรกิจดังกล่าวจากผู้ให้แฟรนไชส์ด้วย

ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการกฎหมายแฟรนไชส์โดยเฉพาะขึ้น เมื่อเวลาเกิดปัญหาที่มาจากสิทธิของคู่สัญญาจึงต้องนำกฎหมายเดิมที่มีอยู่มาปรับใช้ อาจจะเริ่มต้นจากกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมสัญญา จนถึงรายละเอียดของคู่สัญญาว่าเป็นสัญญาในรูปแบบใด และต่อมาก็พิจารณาต่อด้วยกฎหมายที่เกี่ยวข้องในเรื่องที่เกิดการพิพาทกัน เช่น กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายการแข่งขันทางการค้า เป็นต้น รวมทั้งการที่นำกฎหมายในแต่ละฉบับมาปรับใช้กับธุรกิจแฟรนไชส์ยังมีข้อจำกัดในตัวกฎหมายฉบับนั้นๆ อยู่หรือการนำกฎหมายที่ปรับใช้ยังไม่ตรงกับเจตนารมณ์ของสัญญาและธุรกิจดังกล่าวซึ่งการตัดสินดังกล่าวนั้นก็เป็นการตัดสินที่ยึดติดกับหลักของแต่ละตัวบุคคลโดยที่ไม่มีแนวคำพิพากษามารองรับให้เป็นบรรทัดฐานดังเช่นกฎหมายของต่างประเทศ การพิจารณาจากสิทธิและหน้าที่จึงอาจไม่ตรงตามผลของกฎหมายที่ควรจะเป็น

จากการวิเคราะห์ปัญหาในการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในบทที่ 4 พอสรุปได้ดังนี้

1. การเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์นั้นต้องทำตามหลักเสรีภาพในการเข้าทำสัญญาเป็นการเข้าทำสัญญาที่ผู้เข้าทำสัญญาสามารถที่จะตัดสินใจได้เองหรือเลือกคู่สัญญาได้อีกทั้งสามารถที่จะกำหนดหรือต่อรองถึงข้อมูลในข้อสัญญาดังกล่าวได้ ซึ่งการกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลเบื้องต้นในสัญญาแฟรนไชส์ไม่สามารถที่จะนำหลักกฎหมายว่าด้วยเรื่องนิติกรรมสัญญามาปรับใช้ได้อย่างถูกต้องตามเจตนารมณ์ของกฎหมายจึงเป็นช่องว่างที่ผู้ให้แฟรนไชส์จะเปิดเผยข้อมูลเพียงบางส่วนหรือเป็นการเปิดเผยข้อมูลโดยกลล่อลวงที่ส่งผลให้ผู้รับแฟรนไชส์ได้รับความเสียหายเนื่องจากสัญญาแฟรนไชส์นั้นเป็นสัญญาสำเร็จรูปอีกทั้งกฎหมายของไทยไม่มีการบัญญัติให้ผู้ให้แฟรนไชส์ต้องทำการเปิดเผยข้อมูลในเบื้องต้นที่เกี่ยวกับการเข้าทำสัญญา

2. การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จากการศึกษาพบว่าไม่ว่าจะเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิตามอำเภอใจของผู้ให้แฟรนไชส์ กล่าวคือเป็นการกำหนดของผู้ให้แฟรนไชส์เองว่าต้องการจะให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้สิทธิในลักษณะใดซึ่งในบางครั้งนั้นเป็นการกำหนดสิทธิที่ไม่ตรงตามบทบัญญัติของกฎหมาย การอนุญาตให้ใช้สิทธิในลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ต่อสาธารณชนส่งผลให้กระทบกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เพราะข้อมูลในส่วนขอลิขสิทธิ์ของผู้ให้แฟรนไชส์เป็นเรื่องของสูตรหรือกรรมวิธี ถ้าสูตรดังกล่าวเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนแล้วแฟรนไชส์ก็จะไม่เป็นแฟรนไชส์อีกต่อไปจึงต้องนำพระราชบัญญัติความลับทางการค้ามาปรับใช้ควบคู่กับการอนุญาตให้ใช้สิทธิ ส่งผลให้การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในส่วนทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อนำหลักกฎหมายปรับใช้แล้วไม่เป็นที่ไปตามเจตนารมณ์ของคู่สัญญา ถือเป็น การจำกัดสิทธิของผู้ให้แฟรนไชส์ด้วย

3. การแข่งขันทางการค้า จากการศึกษาพบว่า การเปิดเผยข้อมูลในส่วนของการกำหนดที่มาของสินค้า วัตถุดิบหรือบริการที่มาจากผู้ให้แฟรนไชส์ เป็นการขัดต่อหลักการแข่งขันทางการค้าตามกฎหมายไทยซึ่งวัตถุประสงค์ของการกำหนดที่มาของสินค้าของผู้ให้แฟรนไชส์ต่อผู้รับแฟรนไชส์นั้นเพื่อที่ต้องการให้เป็นไปตามมาตรฐานและควบคุมคุณภาพไม่ให้ชื่อเสียงของผู้ให้แฟรนไชส์เสียหาย การกำหนดข้อมูลดังกล่าวทำให้การเปิดเผยข้อมูลในแฟรนไชส์ไม่สมบูรณ์และเกิดปัญหาในทางปฏิบัติได้ อีกทั้งไม่มีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ในส่วนดังกล่าวส่งผลให้เกิดเป็นช่องว่างทางกฎหมายและผู้ให้แฟรนไชส์จะนำช่องว่างดังกล่าวมาหาประโยชน์ได้

2. ข้อเสนอแนะ

การที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายแฟรนไชส์ซึ่งบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับความเสียหายจากการเข้าทำสัญญา ปัญหาในการเข้าทำสัญญาโดยไม่มี การเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์เมื่อมีข้อพิพาทเกิดขึ้น และมีการนำกฎหมายบังคับใช้โดยนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะนิติกรรม สัญญา กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องมาบังคับใช้กับสัญญาแฟรนไชส์จึงไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและสัญญาแฟรนไชส์

1. ควรให้มีการออกพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะเพื่อรองรับ และคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย อีกทั้งทำให้เกิดความ

เชื่อมั่นและเสริมสร้างความมั่นใจทางด้านกฎหมายเมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้น นำมาบังคับใช้และควบคุมการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ได้

2. ควรกำหนดถึงหลักเกณฑ์ ลักษณะ รูปแบบและความหมายของสัญญาแฟรนไชส์ให้ชัดเจนและแน่นอนในส่วนของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ว่าควรมีการกำหนดในเรื่องใดบ้างที่จำเป็นต้องนำมาใส่ไว้ในการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ของผู้ให้แฟรนไชส์ต่อผู้รับแฟรนไชส์ก่อนที่จะมีการเข้าทำสัญญา

3. การกำหนดถึงเนื้อหาของการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ที่จะบรรจุไว้ในกฎหมายนั้นควรที่นำกฎหมายแม่แบบยูนิคัวร์หรือกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกามาเป็นแบบอย่าง อีกทั้งต้องศึกษาถึงแนวทางและความเป็นไปได้ของการคุ้มครองการเปิดเผยข้อมูลแฟรนไชส์ว่าจะไม่เป็นการขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมายอื่นด้วย