

ปัญหากฎหมายในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ของต่างประเทศในประเทศไทย

Legal Problems Regarding the Foreign Franchise Business in Thailand

จันทร์ทิมา คงเจริญสุข^{1*} และ ศิรภา จำปาทอง²

Juntima Kongjaroensuk^{1*} and Sirapa Champathong²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

^{1*} Graduate student in Master of Law, Faculty of Law, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumtanee, Thailand 12000

^{2*} Lecture in Master of Law, Faculty of Law, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok, Patumtanee, Thailand 12000

*Corresponding author, E-mail: themis_doyce@hotmail.com

บทคัดย่อ

ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise Business) มีต้นกำเนิดที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเนื่องจากเป็นรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพโดยผู้ที่เป็นแฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) สามารถขยายธุรกิจของตนออกไปได้อย่างรวดเร็วและผู้ที่เป็นแฟรนไชส์ซี (Franchisee) ในฐานะนักลงทุนและผู้ประกอบการก็สามารถก้าวเข้าสู่ตลาดธุรกิจได้โดยที่มีแฟรนไชส์ซอร์เป็นผู้วางแผนการดำเนินการให้แล้วทำให้โอกาสที่ธุรกิจจะเสี่ยงต่อความล้มเหลวที่ต่ำลง ปัจจุบันมีการรับเอาแฟรนไชส์จากต่างประเทศเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเป็นจำนวนมากและได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วแต่ยังปรากฏว่ามีผู้ประกอบการด้านธุรกิจแฟรนไชส์จำนวนไม่น้อยที่ประสบความล้มเหลว ซึ่งแสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าการดูแล ควบคุมการประกอบ ธุรกิจแฟรนไชส์ยังคงมีส่วนที่เป็นปัญหาอยู่และไม่อาจให้การดูแลได้อย่างทั่วถึง จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รองรับ หรือให้การดูแลการประกอบธุรกิจ แฟรนไชส์เมื่อเกิดปัญหาหรือมีข้อพิพาทเกิดขึ้นการพิจารณาในเรื่องของสิทธิหน้าที่ของคู่สัญญาในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์จึงต้องอาศัยกฎหมายเดิมของไทยที่มีอยู่มาปรับใช้และเกิดปัญหาที่ว่ากฎหมายที่นำมาปรับใช้ก็ยังมิใช่ของใหม่ที่เป็นปัญหาอยู่ ทางแก้คือ ควรมีกฎหมายเฉพาะขึ้นมาควบคุมดูแล การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ

คำสำคัญ : แฟรนไชส์ ธุรกิจแฟรนไชส์ ปัญหาธุรกิจแฟรนไชส์

Abstract

Franchise business originated in the United States of America. It has become popular among investors because franchisors can enjoy fast expansion of their networks while at the same time franchisees can benefit from entering into markets with the assistance of franchisors who are responsible to provide efficient business plans, allowing franchisees to run business with lower risks. Presently, foreign franchise businesses in Thailand are fast growing. However, it appears that some investors were not successful. This research indicates that foreign franchising in Thailand has some problems that need to be addressed. Those include issues relating to conflicts of laws and the implementation of franchise contracts which usually stipulate rights and responsibilities between franchisors and franchisees. Nevertheless, from the study, there has been no relevant law to keep franchise businesses out of problem. Many problems or disputes that occurred were linked with partner roles, and the Thai law was adapted to deal with it. Nevertheless, there still be a big loophole in the system which require a specific law to take care of franchise business correctly.

Keywords: franchise, franchise business, the problems in franchise business

1. บทนำ

ธุรกิจแฟรนไชส์ (franchise business) เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยนับว่าเป็นทางเลือกในการประกอบธุรกิจที่สำคัญในลำดับต้นๆ ของบรรดานักลงทุนหน้าใหม่ เนื่องจากธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่มีสูตรสำเร็จในการบริหารจัดการทำให้ผู้ที่ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับความสะดวกสบาย และไม่จำเป็นต้องศึกษาหาความรู้หรือจำเป็นต้องมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมากนักก็สามารถประกอบธุรกิจ แฟรนไชส์ได้

การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นความสัมพันธ์ทางด้านสัญญา ระหว่างแฟรนไชส์ซอร์ (franchisor) และแฟรนไชส์ซี (franchisee) โดยฝ่ายทางด้านของแฟรนไชส์ซอร์จะเป็นผู้มีประสบการณ์ และได้ประสบความสำเร็จในธุรกิจดังกล่าวมาแล้วกับอีกฝ่ายผู้เป็นแฟรนไชส์ซีที่ต้องการจะประกอบธุรกิจที่มีชื่อเสียงนั้น โดยวิธีลัด คือ การเข้าร่วมในระบบ

แฟรนไชส์ภายใต้รูปแบบ เงื่อนไข ข้อจำกัด และการควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจ ตามที่ได้ตกลงตลอดระยะเวลาตามข้อสัญญา โดยแฟรนไชส์ซอร์จะมีข้อผูกพันที่จะต้องให้ความดูแลเอาใจใส่ต่อแฟรนไชส์ซีอย่างต่อเนื่อง ในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ความชำนาญในขณะแฟรนไชส์ซีจะต้องจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นค่าตอบแทนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นค่าดำเนินการหรือค่าพัฒนาสินค้าให้กับแฟรนไชส์ซอร์ (อุราธิ์ ยอสินธุ์, 2551)

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องรองรับหรือให้การควบคุม ดูแลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรง เมื่อเกิดปัญหาหรือมีข้อพิพาทเกิดขึ้น จึงต้องอาศัยบทบัญญัติข้อกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องใกล้เคียงกันมาบังคับหรือนำมาปรับใช้ จึงเกิดปัญหาว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้อง และนำมาปรับใช้นั้นไม่มีความเหมาะสม หรือไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้

อย่างตรงจุด หรือกฎหมายบางฉบับก็เป็นเพียงแค่การแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุเท่านั้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อการศึกษาถึงความเป็นมาของธุรกิจแฟรนไชส์ และลักษณะการประกอบธุรกิจ แฟรนไชส์
2. เพื่อการศึกษาถึงปัญหาที่สำคัญของการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ของต่างประเทศในประเทศไทย
3. เพื่อการศึกษาถึงตัวบทกฎหมายที่จะนำมาปรับใช้กับกรณีข้อพิพาทที่เกิดขึ้น ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยในปัจจุบัน ในขณะที่ยังไม่มีกฎหมายให้การคุ้มครองโดยเฉพาะ และในขณะที่ร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พ.ศ. ยังไม่ได้ทำการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ
4. เพื่อการศึกษาถึงมาตรการบังคับทางกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ของต่างประเทศในประเทศไทย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเอกสาร โดยศึกษาวิเคราะห์ผลงานวิจัยต่างๆ วิทยานิพนธ์ เอกสารทางวิชาการ บทความที่เกี่ยวข้อง รายงานทางวิชาการ เป็นต้น

4. ผลการศึกษา

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รองรับ หรือให้ การดูแลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ ดังนั้น เมื่อเกิดปัญหาหรือมีข้อพิพาทขึ้น การพิจารณาในเรื่องของสิทธิหน้าที่ ของคู่สัญญาในการประกอบธุรกิจ

แฟรนไชส์จึงต้องอาศัยกฎหมายอื่นๆมาบังคับใช้ แต่กฎหมายที่นำมาปรับใช้นั้นก็ยังมีข้อจำกัดและมีช่องโหว่ในการที่จะนำมาปรับใช้กับข้อพิพาทดังกล่าวที่เกิดขึ้น จากการศึกษาวิจัยพบว่า ทางแก้ปัญหาคือที่สุด คือ การออกกฎหมายควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ขึ้นมาเป็นกรณีเฉพาะ จะสามารถป้องกันการเกิดปัญหาอีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาคือตรงจุดอีกด้วย

5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่า นักธุรกิจที่เข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ในฐานะแฟรนไชส์ซี มักจะประสบปัญหาที่สำคัญหลายอย่างด้วยกัน เช่น การถูกเอารัดเอาเปรียบจากแฟรนไชส์ซอร์ เป็นต้น และเนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รองรับ หรือให้ การดูแลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ ดังนั้น เมื่อเกิดปัญหาหรือมีข้อพิพาทขึ้น การพิจารณาในเรื่องของสิทธิหน้าที่ ของคู่สัญญาในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์จึงต้องอาศัยกฎหมายอื่นๆที่มีอยู่มาปรับใช้ และการนำเอากฎหมายอื่นๆ ที่มีอยู่มาปรับใช้นั้น ก็มักจะมีปัญหาหรือมีจุดที่ยังเป็นข้อบกพร่องอยู่ ดังนี้

5.1 กฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์นั้น โดยหลักแล้วจะเกี่ยวข้องกับการทำสัญญาระหว่างแฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซี เป็นสำคัญ โดยแฟรนไชส์ซอร์มักจะทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร และวางข้อกำหนดต่างๆไว้ในสัญญา ซึ่งเนื้อหาของสัญญาแฟรนไชส์ส่วนใหญ่จะเป็นไปตามความประสงค์ของแฟรนไชส์ซอร์

การนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยนิติกรรมสัญญา มาใช้กับสัญญาแฟรนไชส์นั้น

สามารถนำมาใช้บังคับได้กับในส่วนของ สัญญา แฟรนไชส์ ได้แก่ การเกิดสัญญา คำเสนอ คำสนอง การตีความ ผลของสัญญา การบอกเลิกสัญญา การผิดสัญญา และการวิเคราะห์สัญญา ในกรณีที่ระหว่างแฟรนไชส์ซอร์กับ แฟรนไชส์ซีได้มีการกระทำอันใดที่ต้องความผิดตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่จะทำให้สัญญานั้นบางส่วน หรือทั้งหมดใช้บังคับไม่ได้หรือตกเป็นโมฆะ เช่น สัญญาได้ทำถูกต้องตามแบบหรือไม่ สัญญามีวัตถุประสงค์ ต้องห้ามตามกฎหมายหรือไม่ สัญญามีวัตถุประสงค์เป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ เป็นต้น

ถึงแม้ว่าจะสามารถนำเอาบทบัญญัติของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมสัญญา มาใช้บังคับ กับเรื่องข้อสัญญาในการประกอบธุรกิจ แฟรนไชส์ แต่ก็เพียงการนำมาใช้ในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้นแล้วเท่านั้น จัดว่าเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ ทางแก้ที่สำคัญคือ การป้องกัน การเกิดปัญหาไม่ให้มีการเอารัดเอาเปรียบกัน ในข้อสัญญาของแฟรนไชส์ซอร์ที่ผูกมัดแฟรนไชส์ซี

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยละเมิด สามารถนำมาปรับใช้บังคับกับแฟรนไชส์ซอร์ ในกรณีที่มีการละเมิดเกิดขึ้นโดยฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ทั้งจงใจหรือประมาทเลินเล่อ กระทำต่อบุคคลภายนอก จนได้รับความเสียหายแก่ชีวิตร่างกาย เสรีภาพ หรือทรัพย์สิน หรือสิทธิ อย่างหนึ่งอย่างใด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 อันเนื่องมาจากการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วกรณีละเมิดที่เกิดขึ้น แฟรนไชส์ซีต้องรับผิดชอบเอง เพราะถือว่าแฟรนไชส์ซีนั้นเป็นคู่สัญญาอิสระ ไม่ได้มีความผูกพันร่วมกับแฟรนไชส์ซอร์แต่อย่างใด เว้นแต่ในบางกรณีที่สามารถพิสูจน์ได้ว่า เหตุแห่งละเมิดนั้น มาจากความจงใจ หรือความประมาทเลินเล่อของแฟรนไชส์ซอร์ เช่น วัสดุที่แฟรนไชส์ซอร์นำมาผลิต

ประกอบ หรือวิธีการดำเนินการตามสิทธิที่เป็นแฟรนไชส์ รวมทั้งสินค้าที่แฟรนไชส์ซอร์ส่งมาให้กับแฟรนไชส์ซีจำหน่ายโดยไม่เป็นความผิดของแฟรนไชส์ซีแต่อย่างใดเช่นนี้แล้ว แฟรนไชส์ซอร์จะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการเพราะเนื่องจากว่าแฟรนไชส์ซอร์นั้นย่อมรับรองอยู่ในตัวแล้วถึงความสมบูรณ์และความถูกต้องของ แฟรนไชส์ของตน เพราะโดยปกติแล้วแฟรนไชส์ซอร์ จะต้องทำการตรวจตรากระบวนการผลิตหรือการ ดำเนินธุรกิจของแฟรนไชส์ซี เพื่อควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าและบริการ

กรณีของการนำเอาประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยละเมิดมาปรับใช้กับกรณีปัญหาในธุรกิจแฟรนไชส์นั้น ยังคงสามารถใช้พิจารณาแก้ไขกรณีมีข้อพิพาทเกิดขึ้นได้ยังไม่พบช่องโหว่หรือข้อควรแก้ไขแต่อย่างใด

5.2 กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ได้มีบทบัญญัติห้ามแฟรนไชส์ซอร์ใช้วิธีการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมที่มีผลเป็นการจำกัด ขอบข่าย ในประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ของแฟรนไชส์ซีโดยได้วางแนวทางไว้ดังนี้

1. การกำหนดราคาขายที่ต่ำเกินควรโดยขายต่ำกว่าใบแจ้งหนี้ เว้นแต่เป็นการขายที่มีความจำเป็นที่สามารถอธิบายเหตุผลได้ เช่น สินค้าใกล้หมดอายุ เป็นต้น

2. การใช้อำนาจต่อรองที่เหนือกว่าในการเอารัดเอาเปรียบผู้อื่นโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ในลักษณะทำลาย ทำให้เสียหาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้อื่น เพื่อมิให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจหรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ ซึ่งได้กำหนดการกระทำที่เข้าข่ายลักษณะดังกล่าวไว้ เช่น การบังคับให้

คู่ค้าซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือการกำหนดเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจหรือทำข้อตกลงพิเศษที่มีลักษณะจำกัดโอกาสในการประกอบธุรกิจของคู่ค้า เช่น ห้ามคู่ค้าซื้อขายสินค้าให้กับ คู่แข่ง เป็นต้น

3. การปฏิบัติกับคู่ค้าที่ไม่เท่าเทียมกัน โดยกำหนดเงื่อนไขหรือราคาที่แตกต่างกัน หรือการปฏิเสธที่จะประกอบธุรกิจด้วยโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

4. การกระทำด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลหรือความลับทางการค้าหรือเทคโนโลยีของคู่ค้า

5. การบังคับหรือชักจูงใจให้คู่ค้าต้องทำการประกอบธุรกิจกับตนเองโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น การเสนอประโยชน์ที่ไม่สมเหตุผลในทางการค้า โดยการให้บังคับซื้อสินค้าอื่นพ่วงไปกับสินค้าที่ต้องการซื้อด้วย

แต่ทั้งนี้แล้วแม้ว่ากฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมจะให้ความคุ้มครองแก่ผู้ที่ ถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือผู้ที่ด้อยกว่าคู่สัญญาฝ่าย ตรงข้าม แต่ทั้งนี้คู่สัญญาที่เป็นผู้ด้อยกว่านี้ซึ่งถูก เอารัดเอาเปรียบจากคู่สัญญาจะได้รับความคุ้มครอง จากกฎหมายฉบับนี้ก็ต่อเมื่อได้นำคดีมาสู่ศาลแล้วเท่านั้น ศาลจึงจะสามารถ ดำเนินการพิจารณาคดี และให้ความเป็นธรรมได้ ฉะนั้นแล้ว หากคู่สัญญาที่เป็นผู้ด้อยกว่าที่ซึ่งถูกเอารัดเอาเปรียบ ไม่ได้นำคดีมาฟ้องร้อง ต่อศาลแล้ว ก็จะไม่ได้ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายฉบับนี้

5.3 กฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งจะกระทำ การร่วมกับผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งเป็นการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันในลักษณะที่กฎหมายบัญญัติไว้ไม่ได้ ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า มาตรา 27 เป็นการกำหนดเงื่อนไขหรือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการซื้อหรือจำหน่าย สินค้า หรือการบริการเพื่อให้ปฏิบัติแบบ

เดียวกันหรือตามที่ตกลงกัน เช่น กำหนดสัดส่วนในการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า หรือระยะเวลาในการให้เครดิตแก่ลูกค้า เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการแข่งขันลงโดยการกำหนดเงื่อนไข และวิธีการปฏิบัติเป็นแบบเดียวกันหรือตามที่ตกลงกันยังเป็นพฤติกรรมที่ใช้กันเป็นปกติในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ซอร์จะต้องกำหนดให้แฟรนไชส์ซีทุกรายต้องซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบจากผู้ให้สิทธิหรือจากบุคคลภายนอกที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนด พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าของไทย ไม่ได้ถือเป็นพฤติกรรมที่ต้องห้ามโดยเด็ดขาดผู้ให้สิทธิที่ประสงค์จะทำการตกลงต้องขออนุญาตต่อคณะกรรมการตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า มาตรา 35 ต้องแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องทำความตกลงเช่นนี้ เช่น เพื่อที่จะควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าของแฟรนไชส์ซี ในส่วนเรื่องของการกำหนดแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และสัมภาระในสัญญาแฟรนไชส์ดังกล่าวเป็นผลเป็นการทำลาย ทำให้ เสียหาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจ ของผู้ประกอบการอื่นหรือไม่ ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า มาตรา 29

ในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์นั้น ปัญหาที่แฟรนไชส์ซีซึ่งเป็นคู่สัญญาในสัญญาแฟรนไชส์จะยกขึ้นเป็นข้อต่อสู้กับแฟรนไชส์ซอร์เพื่อเรียกร้องความเป็นธรรม คือ กรณีที่ข้อกำหนดของแฟรนไชส์ซอร์นั้น มีการกำหนดเงื่อนไขการจำกัดสิทธิในทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมกับแฟรนไชส์ซี ได้แก่ เรื่องของการกำหนด อาณาบริเวณเขตพื้นที่ในการดำเนินการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ เรื่องของกรณีข้อสัญญาพ่วงขาย รวมถึง การกำหนดราคาสินค้าในการขายปลีก เป็นต้น ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ก็นำมาปรับใช้กับธุรกิจแฟรนไชส์ยังมีปัญหาในส่วนที่เป็นข้อกฎหมาย คือ ข้อกฎหมายที่กำหนดในเรื่องของการพิจารณาการร่วมมือกันกระทำการ อันเป็นการผูกขาด ลดการแข่งขัน หรือ

จำกัดการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจตามมาตราที่ 27 ที่ยังไม่มี ความชัดเจนเพียงพอว่าเป็นข้อกำหนดที่ใช้บังคับกับการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแบบ แนวตั้ง หรือแบบแนวนอน

ข้อกำหนดในมาตรา 29 ในส่วนที่เป็นถ้อยคำ ว่า “โดยเสรีอย่างเป็นธรรม” หรือ “เกิดความเสียหาย” นั้น ยังมีปัญหาในมุมที่กว้างเกินไป ไม่มีความชัดเจนว่า หมายถึงพฤติกรรมอย่างไร และหมายถึงความเสียหาย อย่ างไร ตลอดจนถ้อยคำที่เกี่ยวกับการกระทำที่ไม่เป็น ธรรมต่างๆ เช่น “อย่างไม่เป็นธรรม หรือโดยไม่มี เหตุผลอันสมควร” ที่กำหนดในมาตรา 25 ก็ทำให้เกิด ปัญหาในการตีความเวลาที่ทำคดีไปสู่ศาลเช่นเดียวกัน

5.4 กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายทางการค้า

สัญญาแฟรนไชส์มีความเกี่ยวข้องกับสัญญา อนุญาตให้ใช้สิทธิเสมอโดยเฉพาะในเรื่อง เครื่องหมาย ทางการค้า ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร เป็นการอนุญาต เฉพาะราย กล่าวคือ ในพื้นที่นั้นๆจะต้องไม่อนุญาตให้ บุคคลอื่นทำการผลิตแข่งขันได้ จะเห็นได้ว่าการดำเนิน ธุรกิจแฟรนไชส์นั้นจะมีลักษณะของการออกแบบให้ เหมือนกับแฟรนไชส์ซอร์สทุกประการ ซึ่งลักษณะของ การให้สิทธิแฟรนไชส์นั้นมีความแตกต่างไปจากสิทธิ อื่นๆ กล่าวคือ เป็นการรวมสิทธิในการดำเนินธุรกิจที่ ให้มาเป็นชุด คือ นอกจากจะเป็นการอนุญาตให้ใช้ เครื่องหมายทางการค้า ชื่อทางการค้า แล้วยังให้รูปแบบ การดำเนินการอันเป็นความลับทางการค้ารวมทั้ง ทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ อีกด้วย ดังนั้น สัญญาแฟรนไชส์จึงมีลักษณะของการอนุญาตให้ใช้สิทธิ แต่สัญญา อนุญาตให้ใช้สิทธิโดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสัญญาแฟรนไชส์เสมอไป

ระบบแฟรนไชส์มักจะรวมลิขสิทธิ์ สิทธิ บัตรหรือเครื่องหมายการค้าไว้ด้วยกัน โดยมีการ

กำหนดให้แฟรนไชส์ซี ต้องรักษาคุณภาพและ มาตรฐานของแฟรนไชส์ซอร์เอาไว้ให้ได้ การบังคับให้ แฟรนไชส์ซีต้องซื้อวัตถุดิบจากแฟรนไชส์ซอร์ จึงอาจ เป็นไปเพื่อต้องการให้สินค้า หรือบริการของแฟรนไชส์ซีได้คุณภาพ มีมาตรฐานเดียวกันของแฟรนไชส์ซอร์ นอกจากนี้กฎหมายลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ได้มีการ กล่าว ในเรื่องของการพ่วงขายให้กับแฟรนไชส์ซีเพื่อ เป็นการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าหรือการ บริการอันเป็นทรัพย์สินทางปัญญาตามที่แฟรนไชส์ซอร์ได้ให้สิทธิไว้ด้วย เช่น กำหนดให้แฟรนไชส์ซี จัดหาวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต สำนักงานที่ได้รับ อนุญาตทั้งหมด หรือบางส่วนจาก เจ้าของลิขสิทธิ์ หรือ จากผู้จำหน่ายที่เจ้าของลิขสิทธิ์ กำหนดไว้ไม่ว่าวัสดุที่ ใช้ นั้นจะมีค่าตอบแทนหรือไม่ก็ตาม เว้นแต่มีความ จำเป็นที่ต้องกำหนดเช่นนั้น เพื่อให้ได้สำนักงานตาม มาตรฐานที่เจ้าของลิขสิทธิ์กำหนด เป็นต้น ในส่วนของ เครื่องหมายการค้า นั้น แฟรนไชส์ซอร์สามารถกำหนด เงื่อนไขหรือข้อ กำหนดให้แฟรนไชส์ซอร์สามารถ ควบคุมคุณภาพ สินค้าของแฟรนไชส์ซีได้แฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซีอาจจะต้องร่วมกันดำเนินการร้อง ขอด่านนายทะเบียน ให้ดำเนินการแก้ไขเปลี่ยนแปลง รายการจดทะเบียนในส่วนที่เกี่ยวกับเงื่อนไข หรือ ข้อกำหนด ที่ทางแฟรนไชส์ซอร์ได้กำหนดไว้ในสัญญา ตาม พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า มาตรา 70 มาตรา 72

ณ ที่นี้กฎหมายกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายทางการค้า สามารถ ใช้ดูแลควบคุมกรณีเกิดข้อพิพาทในธุรกิจแฟรนไชส์ได้

5.5 กฎหมายความลับทางการค้า

กฎหมายความลับทางการค้า ได้ให้คำจำกัด ความซึ่งเป็นข้อมูลทางการค้า นำมาปรับเข้ากับข้อมูล

ในธุรกิจแฟรนไชส์โดยจะเห็นได้ว่าความลับทางการค้าในธุรกิจแฟรนไชส์ต้องมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นข้อมูลทางการค้า
2. ข้อมูลทางการค้านั้นยังไม่เป็นที่รู้จัก หรือเข้าถึงไม่ได้ในหมู่บุคคลซึ่งโดยปกติแล้วต้องเกี่ยวข้องกับข้อมูลดังกล่าว

3. ข้อมูลทางการค้านั้นมีประโยชน์ในเชิงพาณิชย์เนื่องจากเป็นความลับ หมายความว่า หากข้อมูลเหล่านั้นถูกเปิดเผยก็จะหมดประโยชน์ทันที

4. ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ ต้องวางมาตรการที่เหมาะสมเพื่อรักษาข้อมูลนั้นไว้เป็นความลับ

กฎหมายความลับทางการค้า ถึงแม้จะไม่ได้เป็นกฎหมายแฟรนไชส์โดยตรงแต่ก็สามารถนำมาปรับใช้ได้ซึ่งถือได้ว่าเป็นกฎหมายอีกฉบับหนึ่งที่คุ้มครองแฟรนไชส์ซอร์ในเรื่องความลับทางการค้า ฉะนั้น หากแฟรนไชส์ซีเป็นผู้เปิดเผยความลับ หรือใช้ความลับทางการค้าของแฟรนไชส์ซอร์ แฟรนไชส์ซอร์สามารถดำเนินคดีทางแพ่งในเรื่องผิดสัญญา กับ แฟรนไชส์ซีได้เนื่องจากแฟรนไชส์โดยทั่วไปจะมีข้อกำหนดในเรื่องการรักษาความลับทางการค้าอยู่แล้วหรือหากบุคคลภายนอกเป็นผู้กระทำก็สามารถฟ้องร้องในเรื่องละเมิดได้เช่นเดียวกัน

องค์ประกอบที่ถือว่าการกระทำที่ ผิดกฎหมายความลับทาง การค้า ต้องมีรายละเอียด ดังนี้

1. เป็นการเปิดเผย เอาไปหรือใช้ความลับทางการค้า
2. โดยมิได้รับความยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของความลับทางการค้านั้น
3. มีลักษณะขัดต่อแนวทางปฏิบัติในเชิงพาณิชย์ที่สุจริตต่อกัน
4. ผู้กระทำต้องรู้ หรือมีเหตุอันควรรู้ว่าการกระทำนั้นเป็นการขัดต่อแนวปฏิบัติในเชิงพาณิชย์ที่

สุจริตต่อกันด้วย ตามพระราชบัญญัติความลับทางการค้า มาตรา 6

ณ ที่นี้ยังไม่พบปัญหาที่เป็นปัญหาช่องโหว่ของการนำเอากฎหมายฉบับนี้มีใช้ในการพิจารณากรณีมีข้อพิพาทเกิดขึ้นในธุรกิจแฟรนไชส์

5.6 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสิทธิของผู้บริโภคอีกสิ่งหนึ่งก็คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสรรพคุณของสินค้าหรือบริการซึ่งก็คือโฆษณา การโฆษณาอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องการโฆษณา การดำเนินการส่งเสริมการขายของธุรกิจแฟรนไชส์มักจะมีทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ การส่งเสริมการขายเหล่านั้นเป็นข้อมูลที่มีอิทธิพลใน ระดับหนึ่งต่อการตัดสินใจซื้อหรือบริการจากแฟรนไชส์ ซึ่งการโฆษณาในระบบแฟรนไชส์นั้นมักจะมาจากเงินกองทุนโฆษณาที่แฟรนไชส์ซอร์มีหน้าที่จะต้องจ่ายเป็นค่าธรรมเนียมให้กับแฟรนไชส์ซี ซึ่งแฟรนไชส์ซีจะเป็นผู้ดำเนินการด้านการโฆษณาให้ ดังนั้น หากจะมีความรับผิดชอบเกิดจากการโฆษณาดังกล่าว ผู้ให้สิทธิที่เป็นผู้จัดทำโฆษณาจึงต้องรับผิดชอบ ส่วนแฟรนไชส์ซีจะต้องร่วมรับผิดชอบกับแฟรนไชส์ซอร์ด้วยหรือไม่นั้นต้องพิจารณาว่าการโฆษณาดังกล่าวปรากฏอยู่ในบริเวณที่แฟรนไชส์ซี เปิดกิจการด้วยหรือไม่ หากเป็นเช่นนั้นแฟรนไชส์ซีก็มีหน้าที่ที่จะระมัดระวังการโฆษณาที่เกี่ยวกับกิจการของตน ประกอบกับตนเป็นผู้ร่วมออกค่าใช้จ่ายในการจัด ให้มีการโฆษณานั้นด้วยสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร ทั้งคำพรรณนาคุณภาพ ที่ถูกต้อง เพียงพอกับสินค้าและบริการสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ

2. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย จากการใช้สินค้าหรือบริการ และ ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

3. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 4

ประเด็นปัญหา ที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากสินค้าหรือบริการของแฟรนไชส์จากการโฆษณาที่พาดพิงโดยแฟรนไชส์เซอร์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 เรื่องคือ

1. การควบคุมการประกอบการของแฟรนไชส์เซอร์ต่อแฟรนไชส์ซึ้นนั้น กฎหมายไทยไม่ได้มีบทบัญญัติไว้คงมีเพียงแต่อนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายทางการค้ารวมทั้งเครื่องหมายบริการ ระบบแฟรนไชส์ แฟรนไชส์เซอร์มีหน้าที่ที่จะต้องควบคุมดูแลคุณภาพของสินค้าและบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานของแฟรนไชส์เซอร์ภายใต้เครื่องหมายการค้า ดังนั้น แฟรนไชส์เซอร์จึงมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลการดำเนินงานของแฟรนไชส์ซึ้นในธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของแฟรนไชส์เซอร์ ที่มีผลต่อค่านิยมของผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า มาตรา 70

2. ความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป หมายถึง ความรับผิดชอบแห่งของผู้ผลิตสินค้าเพื่อ ความเสียหายในชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สินอื่นของบุคคลอันเกิดขึ้นจากสินค้าขาดความปลอดภัย ปัญหา ดังกล่าวอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่แฟรนไชส์ซึ้นเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่แฟรนไชส์เซอร์เป็นผู้ประกอบขึ้นมาเพื่อส่งมาเพื่อจำหน่าย หากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเกิดความเสียหายกับผู้บริโภคแฟรนไชส์เซอร์ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

3. การโฆษณา สิทธิของผู้บริโภคที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งก็คือการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

กับสรรพคุณของสินค้าหรือบริการซึ่งก็คือการโฆษณา โดยกาโฆษณาจะอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ปัญหาในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์นั้นจะต้องพิจารณาก่อนว่าแฟรนไชส์ซึ้นนั้นถือว่าเป็นผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่ในมาตรา 3 ให้คำนิยามของคำว่า “ผู้บริโภค” เอาไว้ว่า หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับการบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวน จากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือเข้ารับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการจาก ผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม และ “ผู้ประกอบธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย หรือผู้ซื้อสินค้าเพื่อขายและหมายความรวมถึง ผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย เมื่อทำการพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าทั้งแฟรนไชส์เซอร์และแฟรนไชส์ซึ้นต่างถือว่าเป็น ผู้ประกอบธุรกิจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น แฟรนไชส์ซึ้นไม่ถือเป็นผู้บริโภคตามนิยามใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคแต่อย่างใด เนื่องจากแฟรนไชส์ซึ้นหมายถึงผู้รับสิทธิในการประกอบธุรกิจ จึงถือได้ว่ามีสิทธิที่จะสามารถประกอบธุรกิจได้ภายใต้ระบบธุรกิจของแฟรนไชส์เซอร์ ดังนั้น ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างแฟรนไชส์เซอร์และแฟรนไชส์ซึ้น จึงไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัตินี้ก็มีผลใช้บังคับกับผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ไม่ว่าจะเป็นแฟรนไชส์เซอร์หรือแฟรนไชส์ซึ้นในกรณีที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ตัวอย่างเช่น หากแฟรนไชส์เซอร์หรือแฟรนไชส์ซึ้นประสงค์จะทำการโฆษณา โฆษณาดังกล่าวนั้นจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อ

ผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจจะเกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม นอกจากนั้น กฎหมายฉบับนี้ยังกำหนดให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากและฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องมีลักษณะตามที่ กฎหมายกำหนด และในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้น มีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุม สัญญาได้

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมิได้มีการประกาศให้ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาแต่อย่างใด ฉะนั้นแล้ว จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างแฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซีได้ (อรุณรักษ์ ยอสินธุ์, 2551)

5.7 กฎหมายอาญา

แนวความคิดทางอาญามักจะเกิดขึ้นในกรณีการฉ้อโกงในรูปแบบของการประกอบการออกร้านธุรกิจแฟรนไชส์นั้น ปัจจุบันมีการโฆษณาชวนเชื่อ ชักจูงประชาชนผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ และตามห้างสรรพสินค้าโดยมีการแนะนำแนวทางการประกอบธุรกิจ เชิญชวนให้ประชาชนนำเงินไปลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ของบริษัทเพื่อแลกกับผลตอบแทนในอัตราสูง โดยไม่มีอุปกรณ์หรือสินค้าให้ประกอบธุรกิจตามที่ได้ให้คำแนะนำแต่อย่างใด และหากมีผู้เสียหายหลงเชื่อนำเงินมาลงทุน ถือเป็นความผิดทางอาญารฐานฉ้อโกง

ประชาชน ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 341 มาตรา 343

5.8 The UNIDROIT Guide to International Master Franchise Arrangement 1998 และ The UNIDROIT Model Franchise Disclosure Law 2001

ในระดับระหว่างประเทศนั้น กฎหมายที่ให้การกำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์ระหว่างประเทศ ได้แก่ The UNIDROIT Guide to International Master Franchise Arrangement 1998 ที่วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับเงื่อนไขที่สำคัญที่ควรต้องพิจารณาเป็นพิเศษในการทำสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศ และ The UNIDROIT Model Franchise Disclosure Law 2001 เป็นกฎหมายที่กำหนดให้ผู้ที่เป็นแฟรนไชส์ซอร์ต้องทำการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ ตนและธุรกิจของตนให้กับแฟรนไชส์ซีได้ทราบก่อนที่จะตกลงเข้าทำสัญญา (ธาราทิพย์ นิสานนท์, 2548)

6. บทสรุป

เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์โดยเฉพาะและในระหว่างที่ร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พ.ศ. ยังอยู่ในขั้นตอนระหว่างการค้าเนินการพิจารณานั้นการทำการพิจารณาสิทธิและหน้าที่ในทางกฎหมายของคู่สัญญา และการทำการพิจารณาแก้ไขปัญหาคติที่เกิดขึ้นระหว่างแฟรนไชส์ซอร์กับแฟรนไชส์ซี อีกทั้งการควบคุมดูแล จึงต้องพิจารณาจากบทบัญญัติทางกฎหมายที่มีอยู่ และกฎหมายแต่ละบทก็จะมีข้อจำกัดในตัวหรือมี ช่องโหว่ทางกฎหมายในการนำเอามาปรับใช้กับกรณีข้อพิพาทในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนี้

1. กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ในส่วนของการนำกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมสัญญา

ใช้นั้น ยังคงมีปัญหาดังที่เป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ

2. กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เป็นบทบัญญัติที่คุ้มครองกับผู้ถูกเอาเปรียบที่น่าคิดมาฟ้องร้องต่อศาลเท่านั้น หากผู้เสียหายไม่ได้นำคดีมาสู่ศาลก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัตินี้

3. กฎหมายการแข่งขันทางการค้า ยังคงมีปัญหาค้างในส่วนของข้อกฎหมายที่ไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร

4. กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายทางการค้า ยังไม่พบปัญหาที่เป็นช่องโหว่ หรือเป็นข้อจำกัดในการนำเอากฎหมายฉบับนี้มาปรับใช้กับการเกิดข้อพิพาทในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

5. กฎหมายความลับทางการค้า ยังไม่พบปัญหาที่เป็นช่องโหว่ หรือเป็นข้อจำกัดในการนำเอากฎหมายฉบับนี้มาปรับใช้กับการเกิดข้อพิพาทในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

6. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พบว่ากฎหมายฉบับนี้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในกรณีมีข้อพิพาทระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซีได้

7. กฎหมายอาญา

8. The UNIDROIT Guide to International Master Franchise Arrangement 1998 และ The UNIDROIT Model Franchise Disclosure Law 2001

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นาวาเอกหญิง ดร.ศิริภา จำปาทอง ที่ได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณ พ.ต.ท.ดร.สุธี เขี่ยมเจริญยิ่ง ที่ให้คำแนะนำทางด้านแง่คิดประเด็นวิจัยต่างๆแก่ผู้วิจัย

8. เอกสารอ้างอิง

อูรารักษ์ ขอสินธุ์. (2551). วิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ พ.ศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิติศาสตร์. คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธาราทิพย์ นิงสานนท์. (2548). แม่แบบกฎหมายของ UNIDROIT ในการเปิดเผยข้อมูลสำหรับการให้แฟรนไชส์ระหว่างประเทศ (The UNIDROIT Model Franchise Disclosure Law). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิติศาสตร์. คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.