

SER3304 : Franchise Management

การจัดการธุรกิจแฟรนไชส์

บทที่ 3 : กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรมัตถ์ ชูติมันต์

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจบริการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กฎหมายสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์



- ▶ ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน **ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะ (เช่น พ.ร.บ. แฟรนไชส์) บังคับใช้โดยตรง** (แม้ว่าจะมีความพยายามในการร่าง "พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์" มาอย่างต่อเนื่องก็ตาม) ดังนั้น การทำธุรกิจแฟรนไชส์ในไทยจึงต้องใช้ **"กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง"** หลายฉบับเข้ามาควบคุมและบังคับใช้ร่วมกัน เพื่ออุดรอยรั่วและปกป้องผลประโยชน์ของทั้งฝั่งผู้ให้สิทธิ (Franchisor) และผู้รับสิทธิ (Franchisee)
- ▶ กฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการต้องรู้ มีดังนี้

กฎหมายสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์

1. กฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญาและการค้าที่เป็นธรรม

เนื่องจากแฟรนไชส์ขับเคลื่อนด้วย "สัญญา" เป็นหลัก กฎหมายกลุ่มนี้จึงเข้ามาควบคุมไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกัน

- ▶ **ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ.):** ใช้ควบคุมเรื่องโครงสร้างสัญญาทั่วไป เช่น เรื่องนิติกรรมสัญญา, การผิดสัญญา, การชดเชยค่าเสียหาย, รวมถึงกฎหมายลักษณะตัวแทน
- ▶ **พ.ร.บ. ว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540:** เนื่องจากสัญญาแฟรนไชส์มักเป็น "สัญญาสำเร็จรูป" ที่ฝั่งเจ้าของแบรนด์ร่างขึ้นมาล่วงหน้า หากมีข้อตกลงใดที่ทำให้ฝั่งผู้ซื้อแฟรนไชส์เสียเปรียบเกินสมควร ศาลมีอำนาจสั่งให้ข้อสัญญานั้นมีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรเท่านั้น
- ▶ **พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 (มาตรา 57):** มีความสำคัญมาก โดยสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (กขค.) มีการออก "แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์" (Franchise Guidelines) เพื่อกำหนดกติกา เช่น:
 - ▶ **ก่อนทำสัญญา:** แฟรนไชส์ซอร์ต้องเปิดเผยข้อมูลสำคัญ (Disclosure Document) เช่น ค่าใช้จ่าย แผนธุรกิจ ให้แฟรนไชซีทราบล่วงหน้า
 - ▶ **สิทธิในการปฏิเสธครั้งแรก (Right of First Refusal):** หากจะเปิดสาขาใหม่ใกล้เคียง ต้องเสนอสิทธิให้แฟรนไชซีรายเดิมในพื้นที่นั้นพิจารณาก่อน
 - ▶ **ห้ามกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม:** เช่น บังคับซื้อวัตถุดิบพ่วงในราคาที่สูงเกินจริงโดยไม่มีเหตุผลอันควร หรือห้ามแฟรนไชซีซื้อสินค้าจากรายอื่นทั้งที่คุณภาพเท่ากัน

กฎหมายสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์

2. กฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา

หัวใจของแฟรนไชส์คือการ "ส่งมอบสิทธิ" ในการใช้ตราสินค้า สูตร หรือระบบงาน กฎหมายกลุ่มนี้จึงปกป้องความลับและแบรนด์ของเจ้าของ

- ▶ **พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า:** คຸ້ມครอง โลโก้ ชื่อแบรนด์ และเครื่องหมายบริการต่าง ๆ ในสัญญาต้องระบุขอบเขตการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าอย่างชัดเจน
- ▶ **พ.ร.บ. ความลับทางการค้า:** คຸ້ມครอง "สูตรลับ" หรือ "คู่มือปฏิบัติการ (Operation Manual)" ของแฟรนไชส์ ไม่ให้ผู้ซื้อแฟรนไชส์นำไปเผยแพร่หรือลอกเลียนแบบหลังจากสิ้นสุดสัญญา
- ▶ **พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ / สิทธิบัตร:** คຸ້ມครองงานสร้างสรรค์ เช่น รูปภาพตกแต่งร้าน โปรแกรมระบบจัดการหน้าร้าน (POS) หรือนวัตกรรมเครื่องมือเฉพาะ



กฎหมายสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์

3. กฎหมายเฉพาะประเภทธุรกิจและภาษี

เมื่อเปิดหน้าร้านและเริ่มดำเนินการ ก็ต้องปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมหน้าร้านและภาษีทั่วไป

- ▶ **กฎหมายสาธารณสุขและควบคุมอาคาร:** หากเป็นแฟรนไชส์อาหารหรือเครื่องดื่ม ต้องขอใบอนุญาตจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหารตาม พ.ร.บ.การสาธารณสุข และตรวจสอบผังเมือง/การใช้อาคารให้ถูกต้อง
- ▶ **กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA):** ธุรกิจแฟรนไชส์มักมีการเก็บข้อมูลลูกค้า (เช่น ระบบสมาชิก, เบอร์โทรค์พท์) ทั้งแฟรนไชส์ชอร์และแฟรนไชส์ซีต้องมีมาตรการจัดเก็บและขอความยินยอมที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- ▶ **กฎหมายภาษีอากร:**
 - ▶ **ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) และค่าสิทธิรายเดือน (Royalty Fee):** ทางสรรพากรประเมินว่าเป็น "เงินได้พึงประเมินจากการให้ใช้สิทธิ" ต้องเสียภาษีเงินได้ และผู้จ่าย (แฟรนไชส์ซี) มีหน้าที่ต้องหักภาษี ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) ตามอัตราที่กฎหมายกำหนด
 - ▶ **ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT):** การเก็บค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ถือเป็นการให้บริการประเภทหนึ่ง ซึ่งต้องเสีย VAT 7% หากรายรับเกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์



- ▶ ในต่างประเทศ มีกฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์ โดยเฉพาะและเข้มงวดมาก ต่างจากประเทศไทยที่ยังต้องใช้กฎหมายอื่นมาปรับใช้ร่วมกัน โดยในระดับสากล จะมีประเทศยักษ์ใหญ่ที่เป็นต้นแบบในการวางกฎหมายแฟรนไชส์เพื่อปกป้องผู้บริโภคและนักลงทุนอย่างชัดเจน
- ▶ รูปแบบการควบคุมหลัก ๆ ในต่างประเทศจะแบ่งออกเป็น 3 ค่าใหญ่ ตามลักษณะกฎหมายดังนี้

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์

1. กลุ่มเน้น "การเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกก่อนขาย" (Full Disclosure Model)

กลุ่มนี้จะมองว่า ปัญหาที่ใหญ่ที่สุดคือ "การหลอกลวงหรือให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนก่อนซื้อ" จึงออกกฎหมายบังคับให้เจ้าของแฟรนไชส์ (Franchisor) ต้องส่งเอกสารเปิดเผยข้อมูลชุดใหญ่ให้ผู้ซื้อล่วงหน้า

▶ สหรัฐอเมริกา (ตัวพ่อแห่งกฎหมายแฟรนไชส์):

- ▶ ควบคุมโดยหน่วยงานรัฐบาลกลางอย่าง FTC (Federal Trade Commission) ผ่านกฎหมายที่เรียกว่า FTC Franchise Rule
- ▶ บังคับให้แฟรนไชส์ซอร์ทุกคนต้องจัดทำเอกสารที่ชื่อว่า FDD (Franchise Disclosure Document) ซึ่งมีความหนาเป็นร้อย ๆ หน้า
- ▶ ใน FDD ต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสถึง 23 หัวข้อ เช่น ประวัติการล้มละลาย, ประวัติคดีความทางศาล, รายการค่าธรรมเนียมทั้งหมด, รายชื่อแฟรนไชส์ซีที่เคยเลิกสัญญาไป และต้องส่งให้ผู้ซื้อล่วงหน้าอย่างน้อย 14 วันก่อนเซ็นสัญญาหรือจ่ายเงิน
- ▶ นอกจากนี้ ในบางรัฐ เช่น แคลิฟอร์เนีย หรือ นิวยอร์ก ยังบังคับให้แฟรนไชส์ซอร์ต้อง "ลงทะเบียนกับรัฐ" ก่อน ถึงจะประกาศขายแฟรนไชส์ได้

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์: สหรัฐอเมริกา



- ▶ สหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์อย่างเข้มงวดและเป็นระบบที่สุดในโลก โดยระบบกฎหมายของสหรัฐฯ จะทำงานสอดคล้องประสานกัน 2 ระดับ คือ **กฎหมายระดับรัฐบาลกลาง (Federal Law)** และ **กฎหมายระดับรัฐ (State Law)**
- ▶ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนและเข้าใจง่าย ขอสรุปเจาะลึก 3 แกนหลักของกฎหมายแฟรนไชส์ในอเมริกา ดังนี้

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์: สหรัฐอเมริกา

1. กฎหมายระดับรัฐบาลกลาง: "FTC Franchise Rule"

- ▶ กฎหมายนี้ควบคุมโดย คณะกรรมการการค้าแห่งรัฐบาลกลาง (Federal Trade Commission หรือ FTC) บังคับใช้เหมือนกันในทุก ๆ รัฐทั่วประเทศ หัวใจของมันไม่ใช่การห้ามทำธุรกิจ แต่คือ "การบังคับให้เปิดเผยความจริงทั้งหมดก่อนจ่ายเงิน" (Pre-sale Disclosure) เพื่อป้องกันการหลอกลวงลงทุน โดยมีกติกาหลักดังนี้ครับ:
- ▶ กฎ 14 วัน (The 14-Day Rule)
- ▶ เจ้าของแฟรนไชส์ (Franchisor) ต้องส่งเอกสารเปิดเผยข้อมูลขนาดหนาพะเนินที่เรียกว่า FDD (Franchise Disclosure Document) ให้กับผู้ซื้อ (Franchisee) ล่วงหน้าอย่างน้อย 14 วันปฏิทิน ก่อนที่จะมีการลงนามในสัญญาหรือมีการจ่ายเงินใด ๆ แม้แต่เซ็นต์เดียว (เพื่อเป็น "ระยะเวลาทำใจและไตร่ตรอง" หรือ Cooling-off period ป้องกันการถูกเร่งรัดให้ปิดดีล)

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์: สหรัฐอเมริกา

- ▶ เจาะลึกเอกสาร FDD 23 หัวข้อ (23 Items)
- ▶ กฎหมายบังคับว่า FDD ต้องเขียนด้วยภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย (Plain English) และต้องครอบคลุมหัวข้อสำคัญตามที่กฎหมายกำหนดเป๊ะ ๆ ตัวอย่างหัวข้อที่ "น่ากลัว" และส่งผลดีต่อผู้ซื้อมาก ๆ เช่น:
- ▶ Item 3 (คดีความ): ต้องเปิดเผยประวัติการถูกฟ้องร้องคดีความย้อนหลัง 10 ปี ของทั้งตัวบริษัทและผู้บริหาร (เช่น คดีฉ้อโกง หรือคดีละเมิดสัญญาแฟรนไชส์)
- ▶ Item 4 (การล้มละลาย): ประวัติการล้มละลายของผู้บริหารและบริษัท
- ▶ Item 8 (ข้อจำกัดการซื้อวัตถุดิบ): ต้องบอกให้ชัดว่า ผู้ซื้อโดนบังคับให้ซื้อวัตถุดิบจากใครบ้าง และแบรนด์ได้ "เปอร์เซ็นต์เงินทอน (Rebates)" จากซัพพลายเออร์เหล่านั้นเท่าไร (ป้องกันการบวกกำไรส่วนต่างกับผู้ซื้อเกินจริง)
- ▶ Item 19 (การแสดงรายได้): หากแบรนด์จะเคลมว่า "เปิดร้านนี้แล้วจะได้กำไรเดือนละ 1 แสน" แบรนด์ต้องมีหลักฐานตัวเลขจริงทางบัญชีของสาขาอื่นมารองรับ หากแต่ตัวเลขขึ้นมาเองจะโดนโทษหนักมาก (หลายแบรนด์จึงเลือกที่จะไม่ระบุตัวเลขรายได้ในหัวข้อนี้เพื่อความปลอดภัยทางกฎหมาย)
- ▶ Item 20 (รายชื่อสาขาที่ปิดตัว): ต้องให้ข้อมูลติดต่อของแฟรนไชส์ที่รายอื่น ๆ ที่ยังเปิดอยู่ และ "รายชื่อของคนที่เพิ่งเลิกสัญญาหรือเจ๊งไป" เพื่อให้ผู้ซื้อรายใหม่โทรศัพท์ไปสืบประวัติและสอบถามความจริงได้

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์: สหรัฐอเมริกา

2. กฎหมายระดับรัฐ: "Registration States" (รัฐที่ต้องลงทะเบียน)

- ▶ แม้กฎหมาย FTC ของรัฐบาลกลางจะบังคับให้ต้องทำ FDD แต่รัฐบาลกลางไม่ได้บังคับให้ "จดทะเบียน" ทว่ามี 14 รัฐในอเมริกา (เช่น California, New York, Illinois, Washington, Hawaii) ที่มีกฎหมายของตัวเองเข้มขึ้นไปอีก
- ▶ ในรัฐเหล่านี้ แฟรนไชส์ซอร์ไม่สามารถแค่ยื่น FDD ให้ลูกค้าแล้วขายได้เลย แต่ต้อง "นำเอกสาร FDD ทั้งหมดไปยื่นขออนุมัติและจดทะเบียนกับหน่วยงานรัฐ" ก่อน จึงจะเริ่มโฆษณาหาลูกค้าในรัฐนั้น ๆ ได้ ซึ่งหน่วยงานรัฐจะคอยตรวจสอบอย่างละเอียดว่า สัญญานั้นเอาเปรียบประชาชนในรัฐของเขามากเกินไปหรือไม่



กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์: สหรัฐอเมริกา

3. กฎหมายคุ้มครองความสัมพันธ์ (Franchise Relationship Laws)

- ▶ นอกจากเรื่องการซื้อขายแล้ว หลาย ๆ รัฐยังมีกฎหมายควบคุม "พฤติกรรมหลังจากเซ็นสัญญาไปแล้ว" ด้วย เพื่อไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์ใช้อำนาจตามอำเภอใจรังแกแฟรนไชส์ซีรายย่อย ตัวอย่างเช่น:
- ▶ การยกเลิกสัญญาต้องมีเหตุผลอันสมควร (Good Cause for Termination): แฟรนไชส์ซอร์จะอยู่ ๆ ก็อยากบอกยกเลิกสัญญากลางคันไม่ได้ เว้นแต่แฟรนไชส์ซีจะทำผิดสถานหนักจริง ๆ (เช่น ไม่จ่ายค่าสิทธิ หรือทำผิดสัญญาอย่างร้ายแรง) และต้องให้เวลาแก้ไขตัว (Right to Cure) เช่น 30 วัน ก่อนจะสั่งปิดร้าน
- ▶ การปฏิเสธไม่ต่ออายุสัญญา (Non-Renewal): หากครบกำหนดสัญญา 5 ปี หรือ 10 ปี แฟรนไชส์ซอร์จะปฏิเสธไม่ต่อสัญญาโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรไม่ได้ หรือถ้าไม่ต่อจริง ๆ บางรัฐบังคับให้แฟรนไชส์ซอร์ต้องจ่ายเงินชดเชยค่าทรัพย์สินและสต็อกสินค้าคืนให้แฟรนไชส์ซีด้วย

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์

2. กลุ่มเน้น "หลักจริยธรรมและการดูแลความสัมพันธ์" (Relationship & Conduct Model)

กลุ่มนี้มองลึกไปถึงช่วงหลังจากเซ็นสัญญาไปแล้ว จะต้องร่วมมือกันอย่างเป็นธรรม ไม่ปล่อยให้เกิดการเอาเปรียบหรือรังแกกันระหว่างทาง

▶ ออสเตรเลีย (ระบบกฎหมายที่ขึ้นชื่อเรื่องความคุ้มครอง):

- ▶ ใช้กฎหมายเฉพาะที่ชื่อว่า Franchising Code of Conduct (ควบคุมโดยหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค ACCC) ซึ่งเป็นกฎหมายภาคบังคับที่คู่สัญญาทุกฝ่ายเลี่ยงไม่ได้
- ▶ กฎหมายนี้บังคับให้คู่สัญญาต้องปฏิบัติต่อกันด้วย "ความซื่อสัตย์สุจริตขั้นสูงสุด (Good Faith)"
- ▶ มีมาตรการคุ้มครองผู้ซื้อแฟรนไชส์ที่อัปเดตใหม่อย่างเข้มงวด เช่น สิทธิในการเปลี่ยนใจ (Cooling-off Period) ภายในระยะเวลาที่กำหนดหลังจากเซ็นสัญญา, การจำกัดไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์บังคับเก็บเงินสมทบค่าการตลาดแบบไม่โปร่งใส, รวมถึงการการันตีให้แฟรนไชส์ซีมีโอกาสสร้างผลตอบแทนที่สมเหตุสมผลจากการลงทุน (Reasonable opportunity to make a return on investment)

กฎหมายควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์

3. กลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน (มาเลเซีย & อินโดนีเซีย)

สำหรับในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศเพื่อนบ้านเรามีกฎหมายแฟรนไชส์โดยเฉพาะมานานแล้ว

- ▶ **ประเทศมาเลเซีย (Franchise Act):** แฟรนไชส์ชอร์ทั้งในและต่างประเทศที่จะขายแฟรนไชส์ในมาเลเซีย ต้องไปลงทะเบียนกับ Registrar of Franchises ก่อนเสมอ ก่อนจะเริ่มทำการตลาด หากฝ่าฝืนมีโทษปรับและจำคุก และมีการกำหนดระยะเวลาสัญญาขั้นต่ำไว้ด้วย (เช่น สัญญาต้องยาวไม่น้อยกว่า 5 ปี เพื่อให้ผู้ซื้อมีเวลาคืนทุน)
- ▶ **ประเทศอินโดนีเซีย:** มีกฎระเบียบของรัฐบาลกลางที่กำหนดให้แฟรนไชส์ชอร์ต้องยื่นขอใบรับรองทะเบียนแฟรนไชส์ (STPW) และกำหนดเงื่อนไขว่าธุรกิจแฟรนไชส์นั้น ต้องใช้วัตถุดิบหรือสินค้าที่ผลิตในประเทศอินโดนีเซียเป็นสัดส่วนอย่างน้อย 80% เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

เปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของการมีกฎหมายเฉพาะในต่างประเทศ กับการไม่มีกฎหมายเฉพาะในไทย

ประเด็น	ประเทศที่มีกฎหมายแฟรนไชส์เฉพาะ (เช่น สหรัฐฯ, ออสเตรเลีย)	ประเทศไทย (ไม่มีกฎหมายเฉพาะ)
ความปลอดภัยของผู้ซื้อ	สูงมาก เพราะได้รับข้อมูลครบถ้วนก่อนตัดสินใจ มีกฎหมายคุ้มครองระหว่างดำเนินธุรกิจ	ปานกลางถึงต่ำ ต้องพึ่งพาการตรวจสอบตัวตนของแบรนด์ด้วยตัวเอง และพึ่งพาความรอบคอบในการร่างสัญญา
ความยุ่งยากของเจ้าของแบรนด์	สูง มีต้นทุนทางกฎหมายในการเตรียมเอกสาร FDD และขั้นตอนการจดทะเบียนกับรัฐ	ต่ำ สามารถแพ็คเกจธุรกิจแล้วประกาศขายได้ทันทีด้วยสัญญาแฟรนไชส์
การระงับข้อพิพาท	มีหน่วยงานเฉพาะและกระบวนการที่เป็นมาตรฐานในการช่วยเหลือแก้ไข	ต้องฟ้องร้องทางแพ่งเป็นหลัก ซึ่งใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง



Thank You!