

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับข้อตกลงพ่วงขายในสัญญาแฟรนไชส์



นายมนตรี ศิลป์มหาดำรง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชานิติศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2535

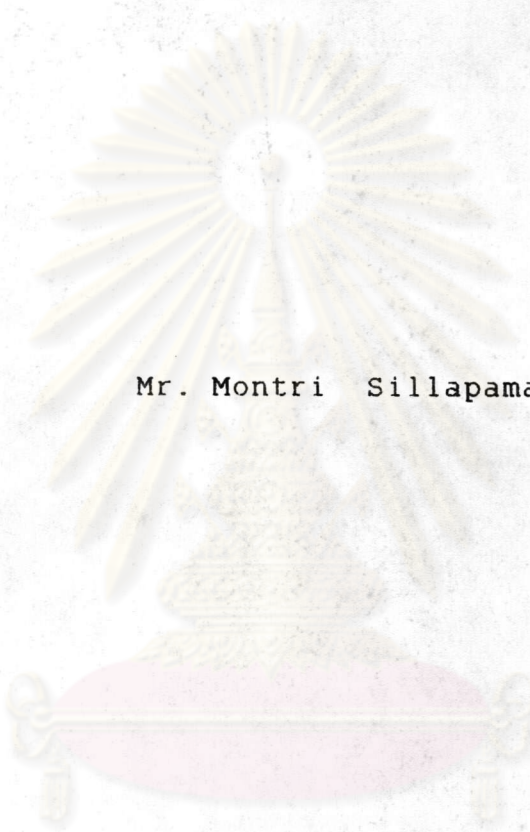
ISBN 974-581-417-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

018456

147193049

**Legal Measures Concerning Tie-Ins in Franchising Agreement**



Mr. Montri Sillapamahabundit

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Laws

Department of Law  
Graduate School

Chulalongkorn University

1992

ISBN 974-581-417-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์	มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับข้อตกลงฟวางชายนสัญญา แพรนไชส์
โดย	นายมนตรี ศิลป์มหาบัณฑิต
ภาควิชา	นิติศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ พิเศษ เสตเสถียร

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

..... ศนบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วิชาภัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธิติพันธุ์ เข็อบญชัย)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ พิเศษ เสตเสถียร)

..... กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร.เกรยุทธ ธีรตยาคินันท์)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุธีร์ ศุภนิตย์)

..... กรรมการ  
(อาจารย์ สุชาติ ธรรมมาพิทักษ์กุล)



มนตรี ศิลป์มหาดพิทิต : มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับข้อตกลงฟ่วงขายในสัญญาแฟรนไชส์  
(LEGAL MEASURES CONCERNING TIE-INS IN FRANCHISING AGREEMENT)

อ.ที่ปรึกษา : รศ.พิเศษ เสตเสถียร, 146 หน้า. ISBN 974-581-417-2

ข้อตกลงฟ่วงขายเป็นการขายสินค้าชนิดหนึ่ง (สินค้าหลัก) โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ซื้อจะต้องรับสินค้าชนิดที่สอง (สินค้าฟ่วง) ไปด้วย ข้อตกลงฟ่วงขายเป็นข้อตกลงจำกัดการแข่งขัน ซึ่งผู้ให้แฟรนไชส์มักนำมาใช้โดยกำหนดให้ผู้รับแฟรนไชส์ซื้อสินค้าต่าง ๆ จากนอกเหนือไปจากตัวสินค้าแฟรนไชส์เพื่อที่จะได้รับสิทธิในการประกอบธุรกิจภายใต้ชื่อทางการค้าของตน ข้อตกลงฟ่วงขายนี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อตลาดสินค้า กล่าวคือ เป็นการบังคับให้ผู้รับแฟรนไชส์หมดโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าจากผู้อื่น ใช้อำนาจตลาดขยายไปมีอำนาจในอีกตลาดสินค้าหนึ่ง สร้างอุปสรรคทางการค้า และทำลายคู่แข่ง

จากการศึกษาพบว่า มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการฟ่วงขายในสัญญาแฟรนไชส์นั้นมีลักษณะที่จำกัดและขาดความเหมาะสม จึงได้เสนอแนะให้มีการแก้ไข พรบ.กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 โดย 1) ยกเลิกวิธีประกาศควบคุมธุรกิจ และประกาศห้ามทำข้อตกลงจำกัดโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าโดยคณะกรรมการกลาง 2) กำหนดให้การฟ้องร้องคดีอาญาต้องผ่านการสอบสวนพิจารณาจากองค์กรของรัฐที่ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ซึ่งมีความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์และนิติศาสตร์ 3) กำหนดบทยกเว้นให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถทำข้อตกลงฟ่วงขายได้ในบางกรณี โดยให้ผู้ประกอบธุรกิจขออนุญาตต่อหน่วยงานของรัฐเป็นผู้พิจารณาเป็นกรณีไป และการทำข้อตกลงฟ่วงขายดังกล่าวจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อตลาดการค้าเป็นส่วนรวม

ศูนย์วิทยพัทพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา .....  
สาขาวิชา .....  
ปีการศึกษา ..... 2524

ลายมือชื่อนิติ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## C070542 : MAJOR LAW

KEY WORD : TIE-INS/FRANCHISING

MONTRI SILLAPAMAHABUNDIT : LEGAL MEASURES CONCERNING TIE-INS IN  
FRANCHISING AGREEMENT. ASSO. PROF. PISES SETHSATHIRA. 146pp  
ISBN 974-581-417-2

A tie-in or tying arrangement is an arrangement to sell one product (tying product) on condition that the buyer purchases other kind of product (tied product) from the same company. The franchisor uses the tying arrangement to create an obligation on the part of the buyer to buy the tied product as a condition for getting the franchise. The tying arrangement affects the market of such product in many ways. It limits both competition and opportunity for the buyer to buy the same kind of product from other company; expands the market share of the company in one product to other products; creates trade barriers; and damages competition.

According to the present study, legal measures in Thailand are rather restricted and inappropriate. The study thus suggests amending the Price-Fixing and Anti-Monopoly Act of B.E. 2522 by 1) the abolition by the central committee of restrictive business controls and restrictions on free choice in buying goods; 2) a new requirement that any lawsuit to be filed must be authorised by the administrative agency consisting of specialists in economics and laws; and 3) a requirement that entrepreneurs who intend to make tying arrangements must seek official authorisation, which may in exceptional circumstances be granted, on condition that the arrangements do not adversely effect the trading market as a whole.

ภาควิชา .....  
สาขาวิชา .....  
ปีการศึกษา ..... 2534

ลายมือชื่อนิติ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก รศ.พิเศษ เสตเสถียร ที่รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งให้ข้อคิดเห็นในการเขียน และแก้ไขวิทยานิพนธ์ จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณ ผศ.สุธีร์ สุภินิตย์ กรรมการสอบ ผู้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายป้องกันการผูกขาดและการจำกัดการแข่งขัน ให้ข้อคิดและคำแนะนำในการเขียนและแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตลอดมา

ขอขอบพระคุณ ผศ.ธิตินันท์ เชื้อบุญชัย ประธานกรรมการสอบ ศจ.โกกรยุทธ์ ธีรตยาคีรินทร์ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ อาจารย์สุชาติ ธรรมมาพิทักษ์กุล ที่สละเวลามาเป็นกรรมการสอบให้ข้าพเจ้า ตลอดจน รศ.สุขุม สุภินิตย์ และ ดร.ประณิต ภูมิถาวร ที่ให้ข้อคิดและคำปรึกษาแก่ข้าพเจ้า

นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุด คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และห้องสมุด อื่น ๆ ที่ข้าพเจ้าใช้เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูล ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานทุกคนที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจข้าพเจ้า ตลอดจนขอขอบคุณผู้จัดพิมพ์ จนวิทยานิพนธ์เสรีจสมบูรณ์

ท้ายที่สุด ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่ของข้าพเจ้าที่คอยให้กำลังใจ และสนับสนุนข้าพเจ้าตลอดการศึกษานชั้นปริญญาโทนี้

(นายมนตรี ศิลป์มหาบัณฑิต)

เมษายน 2535

## สารบัญ

บทคัดย่อ .....	(1)	
กิตติกรรมประกาศ .....	(3)	
สารบัญ .....	(4)	
บทที่ 1	บทนำ	
	ความน่า .....	1
	วัตถุประสงค์ในการทําวิจัย .....	3
	สมมติฐานแนวความคิดและทฤษฎี .....	4
	ขอบเขตการวิจัย .....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
บทที่ 2	แนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับข้อตกลงฟางขาย .....	7
	2.1 แนวความคิดพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ .....	7
	2.1.1 กลไกราคา (Price Mechanism) .....	8
	2.1.2 ตลาดและการแข่งขัน .....	9
	1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ .....	11
	2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ .....	12
	ก. ตลาดผูกขาด .....	12
	ข. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด .....	14
	ค. ตลาดผู้ขายน้อยราย .....	15

2.1.3 การจำกัดการแข่งขันทางการค้า

(Restraint of Trade) ..... 16

1. การจำกัดการแข่งขันในแนวนอน

(Horizontal Restraint of Trade).. 16

ก. การรวมตัวกันกำหนดราคาสินค้า

(Price Fixing) ..... 17

ข. การแบ่งส่วนตลาดระหว่างกัน

(Market Allocation) ..... 17

ค. การรวมกลุ่มต่อต้าน

(Group Boycott) ..... 18

2. การจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง

(Vertical Restraint of Trade) ... 19

ก. ข้อตกลงรักษาระดับราคาขายปลีก

(Resale Price Maintenance) ... 20

ข. ข้อตกลงจำกัดลูกค้าและพื้นที่การขายสินค้า

(Territorial and Customer  
Restriction) ..... 20

ค. การปฏิเสธที่จะติดต่อกับ

(Refusal to Deal) ..... 20

ง. ข้อตกลงผูกมัด

(Exclusive Dealing) ..... 21

จ. ข้อตกลงพ่วงขาย

(Tying Arrangement) ..... 22



2.2	ข้อตกลงพ่วงขาย (Tie-ins or Tying - Arrangement) .....	22
2.2.1	ความหมายของข้อตกลงพ่วงขาย .....	22
2.2.2	ข้อตกลงพ่วงขายและข้อตกลงผูกมัด .....	24
2.2.3	วัตถุประสงค์ของการทำข้อตกลงพ่วงขาย .....	25
2.2.4	ผลกระทบของข้อตกลงพ่วงขายในแง่ของการแข่งขัน .....	28

บทที่ 3

	กฎหมายป้องกันการผูกขาดและการจำกัดการแข่งขันทางการค้ากับการแก้ไขปัญหาข้อตกลงพ่วงขายในประเทศต่าง ๆ .....	32
3.1	มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการผูกขาดและการจำกัดการแข่งขัน .....	33
3.1.1	ทฤษฎี Restraint of Trade ตามกฎหมาย Common Law .....	34
3.1.2	ระบบควบคุมโครงสร้างทางเศรษฐกิจ (Structural Control) .....	40
3.1.3	ระบบควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบการ (Conduct Control) .....	46
3.2	มาตรการทางกฎหมายในการแก้ปัญหาข้อตกลงพ่วงขายของประเทศต่าง ๆ .....	49
3.2.1	ประเทศสหรัฐอเมริกา .....	50
3.2.2	ประเทศอังกฤษ .....	63
3.2.3	ประเทศออสเตรเลีย .....	69

บทที่ 4	มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับข้อตกลงพ่วงขายกับกรณีสัญญา แพรนไชน์ .....	72
4.1	แนวความคิดของสัญญาแพรนไชน์ .....	72
4.1.1	ประวัติความเป็นมาและความหมายของสัญญา แพรนไชน์ .....	73
4.1.2	ประเภทของสัญญาแพรนไชน์ .....	78
4.1.3	ลักษณะเฉพาะของสัญญาแพรนไชน์ .....	80
4.2	ข้อพิจารณาเกี่ยวกับข้อตกลงพ่วงขายในสัญญา แพรนไชน์ .....	81
4.2.1	ข้อพิจารณาเกี่ยวกับตัวสินค้า (Single or Two Product) .....	81
4.2.2	ข้อพิจารณาเกี่ยวกับเงื่อนไขการขาย (Conditioned Sales) .....	85
4.2.3	ข้อพิจารณาเกี่ยวกับอำนาจตลาด (Market Power) .....	85
4.2.4	ข้อพิจารณาถึงผลกระทบของการพ่วงขายที่มีต่อ การค้าระหว่างรัฐ (Affected Interstate Commerce) .....	87
บทที่ 5	มาตรการทางกฎหมายกับการแก้ปัญหาข้อตกลงพ่วงขายใน ธุรกิจแพรนไชน์ของประเทศไทย .....	90
5.1	ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ .....	91
5.2	พรบ. กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 .....	103

	5.2.1	สาระสำคัญของ พรบ.กำหนดราคาสินค้าและ ป้องกันการผูกขาด พ.ศ.2522 .....	103
		1. มาตรการป้องกันการกำหนดราคาสินค้า ...	103
		2. มาตรการในการป้องกันการผูกขาด และ การจำกัดการแข่งขันทางการค้า .....	107
	5.2.2	มาตรการเกี่ยวกับข้อตกลงพ่วงขายกับสัญญา แฟรนไชส์ .....	112
	5.3	พรบ.สิทธิบัตร พ.ศ.2522 .....	118
บทที่ 6		บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	125
		สรุปผลการศึกษา .....	125
		ข้อเสนอแนะ .....	132
บรรณานุกรม		.....	137
ประวัติผู้เขียน		.....	146

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย