



## บทที่ 2

### ประวัติความเป็นมาและลักษณะของแฟรนไชส์

#### 2.1 ประวัติความเป็นมา

"แฟรนไชส์" เชื่อว่าเริ่มต้นมาจากประเทศอังกฤษสมัยกลาง<sup>1</sup> เมื่อครั้งที่กษัตริย์ยังมีอำนาจสูงสุดในการปกครอง ทรงกระจายพระราชอำนาจผ่านทางบุคคลที่ทรงคัดเลือก โดยพระราชทานอำนาจพิเศษ<sup>2</sup> (Granting royal prerogatives) ที่ให้เป็นสิทธิจำเพาะ (a grant of exclusivity) ผู้รับสิทธิจะผูกขาดสิทธิในเรื่องนั้นๆ เพียงผู้เดียวในอาณาเขตเฉพาะพื้นที่ โดยจะต้องถวายบรรณาการตอบแทน ในรูปของเสบียงอาหาร พืชผล อาวุธ สินค้า หรือการบริการ ด้วยลักษณะเช่นนี้ทำให้มีนายอากร (tax collector) เจ้าที่ดิน (landlords) เกิดขึ้น จึงสามารถมีกองทัพสำหรับป้องกันตัว มีกองเรือเพื่อการสำรวจและขนส่ง โครงแบบควบคุมกิจการงานได้โดยไม่ต้องอาศัยเงินในท้องพระคลัง สิทธิหน้าที่ดังกล่าวนี้เองที่เป็นผลตามมาของลักษณะความสัมพันธ์แบบแฟรนไชส์

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>1</sup>Dennis L. Foster, "Fact on File," The Encyclopedia of Franchise and Franchising 1989, p.92.

<sup>2</sup>Coleman R. Rosenfield, The law of Franchising (New York : Lawyer Co-op. Publishing Co. Rochester, 1970), pp. 1-3.

ระบบแฟรนไชส์ได้ถูกนำมาพัฒนาใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกา ในรูปของการให้สิทธิแฟรนไชส์ โดยรัฐบาลมอบให้บริษัทเอกชนดำเนินการทำประโยชน์สาธารณะและบริการประชาชน จึงเกิดการขยายตัวของทางรถไฟ รถยนต์โดยสารขนส่ง ชนาคาร์ และอื่นๆ ต่อมาจากสภาพสังคมเศรษฐกิจยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมที่เพิ่มความซับซ้อน จำนวนประชากรที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการนำเอาวิธีแฟรนไชส์มาใช้เพื่อจัดจำหน่ายสินค้า จากเดิมจำกัดเฉพาะเรื่องการให้สิทธิโดยรัฐบาล (Government grants) ก็ก้าวเข้ามาสู่ระบบแฟรนไชส์ในเชิงธุรกิจ

บริษัทแรกที่เริ่มนำเอาระบบแฟรนไชส์มาใช้คือบริษัท Singer Sewing Machine<sup>3</sup> ในปี 1951 โดย Isaac Merrit Singer ผู้คิดค้นจักรเย็บผ้าแบบใหม่ขายโดยใช้วิธีให้ผู้ขายชำระค่าสิทธิแก่บริษัท อันเนื่องมาจากการที่ได้ขายเครื่องจักรเย็บผ้าภายในเขตเฉพาะพื้นที่ เป็นแฟรนไชส์ประเภทซื้อทางการค้าซึ่งแม้จะไม่ประสบความสำเร็จและระงับไปภายหลังจากนั้นในสิบปีต่อมา แต่ก็นับว่าเป็นการเริ่มต้นของการนำเอาระบบแฟรนไชส์มาใช้ในเชิงธุรกิจ นั่นคือระบบการให้สิทธิผู้อื่นดำเนินการในรูปแบบของตนแล้วเก็บค่าธรรมเนียม

แฟรนไชส์ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนช่องทางการกระจายสินค้า ลดค่าใช้จ่ายด้านกำลังคนและสถานที่ ต่อมาได้นำมาใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำอัดลม เพื่อลดค่าใช้จ่ายและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการขนส่งของเหลวปริมาณมากไปยังท้องถื่นห่างไกล และในอุตสาหกรรมปิโตรเลียม โดยการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดผ่านทาง Dealer อิสระ

<sup>3</sup>Dennis L. Foster, "Fact on File," The Encyclopedia of Franchise and Franchising 1989, p.119.

ด้วยความเชื่อที่ว่า ผู้รับแฟรนไชส์เป็นเจ้าของกิจการเองจะทำให้ประสบผลสำเร็จได้ดีกว่า และอีกประการหนึ่งคือความต้องการหลักเลี้ยงปัญหาแรงงาน<sup>4</sup>

นับแต่ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เป็นต้นมาในประเทศสหรัฐอเมริกา สิ่งที่เกิดขึ้นเคียงคู่กับเศรษฐกิจยุคใหม่คือ แนวโน้มของธุรกิจขนาดเล็กที่มีเจ้าของเพียงผู้เดียวเริ่มลดจำนวนลง เกิดร้านค้าที่มีลักษณะประเภท chain store และ super store เข้ามามีบทบาทแทนที่ รูปแบบการค้าก็เปลี่ยนจากเดิมที่ขายเพียงสินค้า (product) นั้น จะหันมาเป็นการให้บริการ (service) ด้วย แฟรนไชส์สามารถนำมาใช้กับธุรกิจได้แทบทุกประเภท ที่สำคัญได้แก่ร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้าประเภทสะดวกซื้อ เป็นที่นิยมแพร่หลายในอัตราเร่งที่สูงมาก ทั้งจำนวนแฟรนไชส์และจำนวนเงินลงทุน ทั้งระดับภายในและระหว่างประเทศ

แฟรนไชส์ในประเทศไทย ธุรกิจประเภทแรกที่นำเอาแนวคิดแบบแฟรนไชส์มาใช้ในประเทศไทยคือบริษัทน้ำมันเชื้อเพลิง<sup>5</sup> เป็นแฟรนไชส์ประเภทแฟรนไชส์ชื่อการค้าผลิตภัณฑ์ (Product trade name franchise) โดยขายให้แก่สถานีบริการน้ำมันต่างๆ กลุ่มร้านรวงเก่าๆ ก็เป็นแฟรนไชส์ในรูปแบบให้สิทธิเป็นผู้จัดจำหน่าย<sup>6</sup> ที่สำคัญต่อมา คือกิจการร้านอาหารแบบ Fast Food ได้แก่ Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, McDonald's เป็นต้น เนื่องจากความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้ระดับมาตรฐาน พร้อมทั้งความสะดวกรวดเร็ว การใช้ระบบแฟรนไชส์จึงเป็น

## จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>4</sup>John Adams and KV. Prichard Jones, Franchising (London Butterworths, 1987) p.4.

<sup>5</sup>สรุปข่าวธุรกิจขนาดกลางกิจการไทย ปีที่ 19 ฉบับที่ 16 ประจำงวด 16-31 (สิงหาคม 2531): 15.

<sup>6</sup>ดูรายละเอียดในหัวข้อ "ประเภทต่างๆของแฟรนไชส์"

วิธีการขยายตัวทางการตลาดแนวใหม่ เป็นที่ยอมรับและสามารถนำไปใช้กับ  
ธุรกิจได้แทบทุกประเภท ทำให้แนวโน้มมีแต่จะเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้นต่อไปอย่าง  
ไม่อาจหยุดยั้ง

## 2.2 ความหมายและคำจำกัดความ

คำว่าแฟรนไชส์ หมายถึงการให้สิทธิ อนุญาตให้ หรือให้สิทธิพิเศษ  
(privilege grant) แก่ผู้อื่น มีรากศัพท์เดิมมาจากคำว่า franc เป็นคำภาษา  
ฝรั่งเศสสมัยโบราณตรงกับคำว่า free ในภาษาอังกฤษ ในอังกฤษสมัยกลางคำ  
นี้ถูกใช้ในความหมายของการได้รับสิทธิพิเศษ โดยผู้มีอำนาจปกครองให้สิทธิ  
พิเศษแก่พลเมือง

ความหมายธรรมดาทั่วไปสำหรับแฟรนไชส์ เป็นความหมายเชิง  
ธุรกิจทางการค้า หมายถึงการที่ผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือชื่อทาง  
การค้า ให้สิทธิหรือยอมอนุญาตให้ผู้อื่นขายสินค้าและหรือบริการ ภายใต้วิธีดำเนิน  
การที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของผู้ให้แฟรนไชส์ และผู้ให้แฟรนไชส์ยอมรับที่จะ  
ช่วยเหลือ ด้านการโฆษณา ส่งเสริมการขาย คอยบริการและให้คำแนะนำแก่ผู้รับ  
แฟรนไชส์ แฟรนไชส์เป็นระบบการตลาดของสินค้าและหรือบริการ ที่ถูกนำมาใช้  
ทั้งทางอุตสาหกรรมและธุรกิจ นับตั้งแต่แฟรนไชส์รูปแบบสมบูรณ์ได้ขยายวงกว้าง  
ไปออกจนถึงการขายปลีกสินค้าภายใต้การได้รับอนุญาต แฟรนไชส์จึงไม่อาจจัด  
ได้แน่นอนว่าอยู่ในพวกอุตสาหกรรมหรือธุรกิจ แฟรนไชส์ในอเมริกาใช้ในความ  
หมายที่กว้าง โดยใช้ครอบคลุมการให้สัมปทานการค้า (Commercial  
concession) เกี่ยวกับการตลาดที่ต่างกัน 3 ระบบ<sup>7</sup> ดังนี้

<sup>7</sup>John Adams and KV. Prichard Jones, Franchising  
(London Butterworths, 1987) p.1.

1. เป็นการผลิตภายใต้การได้รับอนุญาตจากเจ้าของสิทธิบัตร หรือเจ้าของสินค้า เช่น อุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทบรรจขวด (Bottling)
2. เป็นข้อตกลงการจัดจำหน่าย เช่น จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง
3. แฟรนไชส์รูปแบบเชิงธุรกิจ (Business Format Franchise) เป็นสัญญาที่ผู้รับแฟรนไชส์ได้รับการอนุญาตให้ใช้สิทธิดำเนินธุรกิจ ภายใต้ชื่อทางการค้าของผู้ให้แฟรนไชส์อย่างไรก็ดี แม้จะมีความเชื่อมโยงกันโดยผู้ให้แฟรนไชส์ควบคุมการทำงานและคอยให้คำแนะนำช่วยเหลือต่อเนื่อง แต่ธุรกิจนั้นเป็นเอกเทศจากกัน

International Franchise Association ในอเมริกาให้ความหมายของ Franchise ว่า หมายถึงความสัมพันธ์ทางสัญญาระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์กับผู้รับแฟรนไชส์ โดยผู้ให้แฟรนไชส์เสนอหรือรับภาระที่จะดูแลผลประโยชน์ในทางธุรกิจของผู้รับแฟรนไชส์ อย่างต่อเนื่องในเรื่องเหล่านี้ เช่น กรรมวิธีการผลิต การฝึกอบรมเมื่อผู้รับแฟรนไชส์ดำเนินธุรกิจของตนจากเงินของตนเองในธุรกิจของตัวเอง จากทรัพยากรของเขาเอง ภายใต้เครื่องหมายการค้า รูปแบบ และวิธีดำเนินการซึ่งผู้ให้แฟรนไชส์ผู้เป็นเจ้าของคอยควบคุม

(A Franchise operation is a contractual relationship between the franchisor and franchisee in which the franchisor offers or is obliged to maintain a continuing interest in the business of the franchisee in such areas as know-how and training; wherein the franchisee operates under a common tradename, format and/or procedure owned or controlled by the franchisor, and in which the franchisee has or will make a substantial capital investment in his business from his own resources.)

E.M. Kneppers-Heynert ให้คำจำกัดความแฟรนไชส์ไว้ว่า แฟรนไชส์ เป็นแบบของสัญญาความร่วมมือทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการ

อิสระ โดยคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งคือผู้ให้แฟรนไชส์ ให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งหรือหลายฝ่าย มีสิทธิใช้ชื่อ เครื่องหมาย หรืออื่นๆ ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ในการขาย สินค้าหรือบริการ ในการดำเนินงานจะอาศัยหลักการพิเศษทางการตลาด (ระเบียบหรือรูปแบบ) ที่พัฒนาขึ้น โดยผู้ให้แฟรนไชส์จะได้รับค่าธรรมเนียมเป็นการตอบแทน การใช้สิทธิของผู้รับแฟรนไชส์อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ให้แฟรนไชส์ เพื่อปรากฏภาพความเป็นอย่างเดียวกันทั้งหมดต่อสาธารณชน และเพื่อการมีคุณภาพของสินค้าและบริการที่เป็นแบบอย่างเดียวกัน<sup>10</sup>

(Franchising is a contractually governed form of commercial co-operation between independent undertakings, whereby one party, the franchisor gives one or more other parties, the franchisees, the right to use his trade name or mark and other distinguishing features, in the sale of products or of services. The sale takes place on the basis of an exclusive marketing concept (system or formula) developed by the franchisor; in return, the franchisor receives royalties. The use of those rights by the franchisee is supervised by the franchisor in order to ensure uniform presentation to the public and uniform quality of the goods or services.)

British Franchise Association ให้ความหมาย Franchise ว่า เป็นการให้อนุญาตตามสัญญาที่ผู้ให้แฟรนไชส์ให้แก่ผู้รับแฟรนไชส์

(ก) อนุญาต หรือกำหนดให้ผู้รับแฟรนไชส์ประกอบกิจการใดโดยเฉพาะ ระหว่างระยะเวลาแฟรนไชส์ ภายใต้หรือโดยการใช้ชื่อของหรือเกี่ยวเนื่องกับผู้

<sup>10</sup> Ibid., p.402.

ให้แก่แฟรนไชส์ และ

(ข) ให้สิทธิแก่ผู้ให้แก่แฟรนไชส์ ที่จะดำเนินการควบคุมระหว่างระยะเวลาแฟรนไชส์ ในเรื่องของผู้รับแฟรนไชส์ดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาแฟรนไชส์

(ค) เป็นหน้าที่ของผู้ให้แก่แฟรนไชส์ ต่อผู้รับแฟรนไชส์ที่จะต้องให้ความช่วยเหลือการดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ (โดยเฉพาะความช่วยเหลือด้านการจัดองค์การธุรกิจของผู้รับแฟรนไชส์ การฝึกคน การจัดการสินค้า การจัดการ หรืออื่นๆ )

(ง) กำหนดให้ผู้รับแฟรนไชส์ชำระเงินจำนวนหนึ่งเป็นคราวๆระหว่างระยะเวลาสัญญาแฟรนไชส์แก่ผู้ให้แก่แฟรนไชส์ เพื่อตอบแทนตามสัญญาแฟรนไชส์ หรือเพื่อสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งผู้ให้แก่แฟรนไชส์ จัดหาแก่ผู้รับแฟรนไชส์ และ

(จ) การให้สิทธิดังกล่าว ไม่ถือว่าเป็นการกระทำระหว่างบริษัทแม่กับบริษัทสาขา หรือระหว่างบริษัทสาขาของบริษัทแม่เดียวกัน หรือระหว่างเอกชนกับบริษัทซึ่งควบคุมเอง

[A contractual licence granted by one person (the franchisor) to another (the franchisee) which:

(a) permits or requires the franchisee to carry on, during the period of the franchise, a particular business under or using a specific name belonging to or associated with the franchisor; and

(b) entitles the franchisor to exercise continuing control during the period of the franchise over the manner in which the franchisee carries on the business which is the subject of the franchise; and

(c) obliges the franchisor to provide the franchisee with assistance in carrying on the business which is the subject of the franchise (in relation to the organisation of the franchisee's business, the training of staff, merchandising, management or otherwise); and

(d) requires the franchisee periodically, during the period of franchise, to pay the franchisor sums of money in consideration for the franchise, or for goods or services provided by the franchisor to the franchisee; and

(e) which is not a transaction between a holding company and its subsidiary or between subsidiaries of the same holding company, or between an individual and a company controlled by him.]

ในประเทศไทยมีการให้ชื่อแฟรนไชส์เป็นภาษาไทยว่า "สัมปทานเอกชน"<sup>๑</sup> ว่าหมายถึงการที่บุคคลหนึ่งเรียกว่า "ผู้ให้สัมปทาน" ตกลงให้อีกบุคคลหนึ่งเรียกว่า "ผู้รับสัมปทาน" ทำการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ภายใต้ชื่อทางการค้าและอำนาจการของผู้ให้สัมปทาน โดยผู้รับสัมปทานตกลงจะจ่ายค่าตอบแทนเพื่อการนั้น

บางครั้งก็ใช้คำว่าการซื้อขาย<sup>๑๐</sup> แต่โดยทั่วไปยังเรียกกันว่า "แฟรนไชส์" โดยมีความหมายในทางการค้าตามที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น

#### ประเภทต่างๆของแฟรนไชส์

โดยทั่วไปแฟรนไชส์นั้น มิได้มีลักษณะการค้าเป็นการเป็นแบบอย่างเดียวกันทั้งหมดโดยได้มีการจัดกลุ่มแบ่งเป็นประเภทต่างๆของแฟรนไชส์ และ

<sup>๑</sup>พิเศษ เสตเสถียร, "สัมปทานเอกชน (Private Franchise)," เอกสารประกอบการสัมมนาแฟรนไชส์ (โรงแรมนารายณ์, 2531), หน้า 2.

<sup>๑๐</sup>ก้องเกียรติ โภคาสว่าง, กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในธุรกิจส่วนตัว, หน้า 107.



เรียกชื่อไปตามลักษณะที่แบ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

กลุ่มแรก ได้มีการจัดแบ่งแฟรนไชส์เป็น 4 ประเภท<sup>13</sup> โดยแบ่งตามลักษณะทางการตลาดคือ

1. การให้สิทธิในตัวสินค้า (Product Franchise) เป็นวิธีจัดจำหน่ายสินค้าของโรงงานผู้ผลิต ไม่ว่าจะขายส่ง ขายปลีก หรือวิธีอื่น ในข้อกำหนดที่ให้ผู้ขายมีสิทธิเพียงผู้เดียวในพื้นที่เฉพาะที่กำหนด ตัวอย่างได้แก่ การจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

2. การให้สิทธิทั้งระบบของธุรกิจ (Business/System Franchise) ผู้ให้แฟรนไชส์ส่งมอบรูปแบบของธุรกิจทั้งหมด ได้แก่ เครื่องหมายการค้า กลยุทธ์ทางการตลาด แบบแผน คู่มือการจัดการ คุณภาพมาตรฐาน เป็นต้น ภายใต้การควบคุมที่เข้มงวดและการกำกับดูแลของผู้ให้แฟรนไชส์ แต่ทั้งนี้ผู้รับแฟรนไชส์เป็นเจ้าของกิจการเองโดยอิสระ

3. การให้สิทธิในกรรมวิธีการผลิตและข้อมูลการผลิต (A Processing or Manufacturing Franchise) ผู้ให้แฟรนไชส์เป็นผู้จัดหาส่วนประกอบอันจำเป็นหรือสูตรหรือกรรมวิธีการผลิตให้แก่ผู้ประกอบการ หรือโรงงาน ตัวอย่างได้แก่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มอัดลม

4. การให้สิทธิในฐานะกลุ่มของผู้ค้า (Group Trading Franchise) กลุ่มร้านค้าอิสระสมัครใจเข้ามาในลักษณะเป็นกลุ่มเพื่อซื้อและส่งเสริมการขายภายใต้ชื่อการค้าเดียวกัน เป็นการประหยัดค่าโฆษณา มักเป็นการดำเนินการของกลุ่มผู้ขายส่งอิสระ เช่น ร้านขายของชำ

<sup>13</sup> Shannon David , Franchising in Australia : A Legal Guide (The Law Book : 1982), pp. 5-6.

กลุ่มที่ 2 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีผู้จัดแบ่งแฟรนไชส์โดยแยกตามวิธีการจัดจำหน่ายเป็น 4 ประเภท กล่าวคือ<sup>12</sup>

1. Manufacturer-Retailer Franchise System เป็นเรื่องผู้ผลิตให้สิทธิจัดจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีก ผู้รับแฟรนไชส์มีส่วนน้อยมากในกระบวนการผลิตหรือกำหนดลักษณะสินค้า เช่น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ Ford ให้สิทธิ dealer เฉพาะรายเป็นตัวแทนจำหน่ายรถในพื้นที่ต่างๆ, บริษัทน้ำมันเชื้อเพลิงให้สิทธิสถานีจำหน่ายน้ำมัน เชื้อเพลิงและการบริการ

2. Manufacturer-Wholesaler Franchise System จากการที่ต้นทุนการขนส่งสินค้าไม่คุ้มต่อการกระทำทุกขั้นตอนการผลิต ส่วนกลางและอาจเกิดความเสียหายจากการขนส่งระยะไกล ผู้รับแฟรนไชส์จึงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตและกระจายสินค้า เช่นบริษัทเครื่องดื่มน้ำอัดลมหรือบริษัทเบียร์ ขายสิทธิส่งมอบหัวน้ำ เชื้อแก่บริษัทผู้ค้าส่งซึ่งจะเป็นผู้ผลิตต่อโดยเต็มส่วนผสมบรรจุขวดก่อนจำหน่ายให้พ่อค้าปลีกตามท้องถิ่นต่างๆ

3. Wholesaler-Retailer Franchise System ผู้ค้าส่งให้สิทธิจัดจำหน่ายแก่ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งเป็นผู้รับสมัครผู้ค้าปลีกเข้ามาในระบบแฟรนไชส์ เช่น จำหน่ายยาง Firestone, Good Year

4. Tradename Franchise System ผู้ให้แฟรนไชส์เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จมาแล้ว ผู้รับแฟรนไชส์ต้องดำเนินการตามระบบที่ได้ออกแบบมาแล้วจากเจ้าของอย่างเคร่งครัด สามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ทั้งชุด (package) เน้นการควบคุมคุณภาพมาตรฐานโดยผู้ให้แฟรนไชส์

นอกจากที่กล่าวข้างต้น ยังมีการแบ่งแฟรนไชส์ออกเป็น 3 ประเภท

<sup>12</sup> "ยุคจักรแฟรนไชส์ในไทยกว่าครึ่งจะติด ภาล 1,"

โดยได้แบ่งตามพัฒนาการของรูปแบบของแฟรนไชส์

ดังนี้<sup>13</sup>

1. Distributorship/Product Franchise ผู้ให้แฟรนไชส์

เป็นผู้อนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ขายสินค้าเฉพาะอย่างในอาณาบริเวณพื้นที่เฉพาะ เช่น การจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง, ยางรถยนต์

2. Chain Style/Comprehensive หรือ Entire business format Franchise ผู้รับแฟรนไชส์ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อการค้าของผู้ให้

แฟรนไชส์ ตามมาตรฐานการดำเนินงานที่ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนด เช่น เกี่ยวข้อง เรื่องการใช้วัตถุดิบเพื่อการผลิต การเลือกสถานที่ตกแต่งร้าน ที่ว่างการทำงาน คุณภาพมาตรฐานของพนักงาน

3. Manufacturing/Processing Plant (เป็นการรวมทั้ง

1 และ 2) ผู้ให้แฟรนไชส์เป็นผู้ให้ส่วนผสมหรือสูตรลับ และอนุญาตให้ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในขบวนการผลิตสินค้า ภายใต้ชื่อการค้าและเครื่องหมายการค้า ผู้รับแฟรนไชส์เป็นผู้ดำเนินการตลาด ขายสินค้าทั้งขายส่งและขายปลีกภายใต้มาตรฐานของผู้ให้แฟรนไชส์

โดยทั่วไป ในการจัดกลุ่มเพื่อระบุเรียกชื่อแฟรนไชส์อย่างใดอย่างหนึ่งให้ชัดเจนลงไปนั้นนับว่าทำได้ยาก เพราะแฟรนไชส์สามารถจัดแบ่งได้ในหลายรูปแบบดังกล่าวมาข้างต้น อย่างไรก็ตาม แฟรนไชส์อาจแบ่งตามลักษณะของรูปแบบการดำเนินงานออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้<sup>14</sup>

1. แฟรนไชส์ชื่อการค้าผลิตภัณฑ์ (Product Tradename)

<sup>13</sup> Daniel V. Davidson, Business Law, (Kent Publishing, 1984), p.618.

<sup>14</sup> สรุปข่าวธุรกิจธนาคารกสิกรไทย ปีที่ 19 ฉบับที่ 16 ประจำงวด 16-31 (สิงหาคม 2531): 11.

Franchise) เป็นรูปแบบเดิมที่ผู้ผลิตให้สิทธิผู้ค้าปลีกขายผลิตภัณฑ์ของตนเพียงอย่างเดียวโดยปกติไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม แต่จะได้ผลตอบแทนจากกำไรในการขายสินค้าให้แก่ผู้เข้าร่วมระบบ ส่วนผู้เข้าร่วมได้ประโยชน์ในรูปของการรับซื้อสินค้ามาขายต่ออีกทอดหนึ่ง เช่น สถานีบริการน้ำมัน อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม น้ำอัดลม

## 2. แฟรนไชส์ที่มีรูปแบบเชิงธุรกิจ (Business Format Franchise)

ผู้รับแฟรนไชส์เป็นผู้ดำเนินการตามแบบแผนหรือระบบความสัมพันธ์ที่เจ้าของหรือผู้ให้แฟรนไชส์ผู้คิดค้นหรือพัฒนาขึ้น โดยครอบคลุมเรื่องการดำเนินกิจการเกือบทั้งหมด นับตั้งแต่สินค้า บริการ เครื่องหมายการค้า กลยุทธ์ทางการตลาด คุณภาพมาตรฐาน แฟรนไชส์แบบนี้เป็นที่นิยมกันมาก โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงแฟรนไชส์มักจะหมายถึงแฟรนไชส์ประเภทนี้

อนึ่ง ในการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยจะศึกษาโดยเน้นหนักในรูปแบบ และ หมายรวมถึง "Business Format Franchise" ดังกล่าวข้างต้นเป็นส่วน ใหญ่ เพราะจะแสดงถึงลักษณะที่สมบูรณ์ของแฟรนไชส์ซึ่งได้มีการพัฒนาขึ้นมาอย่าง เดิมที่

### 2.3 ลักษณะ (Characteristics) ของแฟรนไชส์

สัญญาแฟรนไชส์โดยทั่วไปจะประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้<sup>15</sup> คือ

- 1) เป็นความสัมพันธ์ทางสัญญาระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์ อนุญาตให้ (license) ผู้รับแฟรนไชส์ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อการค้าของผู้ให้แฟรนไชส์ และ

<sup>15</sup> John Adams and Martin Mendelsohn, "Recent Developments in Franchising" Journal of Business Law (May 1986) : 206.

ตามรูปแบบทางธุรกิจของผู้ให้แฟรนไชส์

- 2) ผู้ให้แฟรนไชส์มีอำนาจควบคุมรูปแบบธุรกิจที่ ผู้รับแฟรนไชส์ดำเนินการ
- 3) ข้อกำหนดของความช่วยเหลือ ที่ผู้ให้แฟรนไชส์ให้แก่ผู้รับแฟรนไชส์ ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งก่อนเริ่มต้นและระหว่างระยะเวลาแฟรนไชส์
- 4) ผู้รับแฟรนไชส์ เป็นเจ้าของธุรกิจอิสระแยกต่างหากจากผู้ให้แฟรนไชส์ เป็นผู้ลงทุนและเสี่ยงภัยดำเนินธุรกิจซึ่งกำไรขาดทุน เป็นของตนเองทั้งสิ้น
- 5) ผู้รับแฟรนไชส์ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise fee) แก่ผู้ให้แฟรนไชส์เป็นการตอบแทนการได้รับสิทธิแฟรนไชส์

แฟรนไชส์ เป็นวิธีจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่พัฒนารูปแบบขึ้นมาด้วยเหตุผลในตัวเองทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ทางการตลาด มีความเป็นเอกลักษณ์ เรื่องราวของประวัติและวิวัฒนาการ ล้วนแสดงความแตกต่างไปจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจแบบอื่น ทั้งรากฐานเบื้องต้นและแนวปฏิบัติ เนื้อหาหลักของสัญญาแฟรนไชส์ คือการอนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์มีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าหรือชื่อการค้าของผู้ให้แฟรนไชส์<sup>16</sup> จึงอาจกล่าวได้ว่าเนื้อหาหลักของแฟรนไชส์คือการให้ใช้เครื่องหมายการค้าและชื่อการค้า ที่ห่อหุ้มภายนอกด้วยภาระหน้าที่และข้อจำกัดหลายอย่างเหนือผู้รับแฟรนไชส์<sup>17</sup> แฟรนไชส์จึงเป็นเรื่องของสัญญาอนุญาตใช้สิทธิ จากภาวะที่ระบบแฟรนไชส์เป็นที่นิยมแพร่หลายและเพิ่มจำนวนขึ้นรวดเร็วมาก ในต่างประเทศให้ความสำคัญ

<sup>16</sup> Warren O.L., Markuson, Warren's Form of Agreement Business Forms, (New York : 1989), p.11-4.11.

<sup>17</sup> Mr. Pravin Anand, "Franchising and Trademark Licensing in India," Intellectual property in Asia and the Pacific 24 (Jan-Marh 1989), p.27.



กับการบัญญัติกฎหมายขึ้นมารองรับ เพื่อคุ้มครองให้ขบวนการดำเนินไปได้ด้วยดีตามระบบ เช่น การต้องเปิดเผยข้อมูลเมื่อจะเริ่มต้นทำสัญญา หรือข้อกำหนดเงื่อนไขการเลิกสัญญา ในทางปฏิบัติบางครั้งเมื่อเกิดปัญหา คู่กรณีมักอ้างสัญญาธุรกิจที่ทำกันนั้นว่าเป็นหรือไม่เป็นแฟรนไชส์ เพื่ออาศัยกฎหมายแฟรนไชส์หรือกฎหมายอื่นมาปรับใช้ให้สมประโยชน์ตามสถานการณืข้ออ้างของตน ทั้งในแง่ของความรับผิดชอบเพื่อการกระทำของผู้อื่น<sup>18</sup> ทำให้ต้องหันมาพิจารณาว่าความสัมพันธ์แบบแฟรนไชส์นั้นมีลักษณะของสัญญาตัวแทน การจ้างแรงงานหรือหุ้นส่วนอยู่ในนั้นหรือไม่ ลักษณะเช่นนี้แสดงความไม่กลมกลืนและภาพที่อาจจะไม่ชัดเจนของแฟรนไชส์ เมื่อเทียบกับสัญญาธุรกิจอื่นชวนให้เกิดความสับสนได้ง่าย ไม่อาจยืนยันว่าเป็นหรือไม่เป็นสัญญาแฟรนไชส์ ผู้วิจัยจะนำหลักของสัญญาเหล่านี้มาเทียบเคียง เพื่อยืนยันถึงลักษณะแฟรนไชส์โดยเฉพาะให้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

#### ก. แฟรนไชส์กับสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ

สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์แห่งสัญญาคือสิทธิ โดยที่ สิทธิ หมายถึงอำนาจอันชอบธรรม สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิจึงหมายถึงการอนุญาตให้ใช้อำนาจอันชอบธรรมที่บุคคลมีเหนือทรัพย์สินหรือปัญญาความคิดสร้างสรรค์<sup>19</sup> สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิจึงมีหลายประเภทตามแต่วัตถุประสงค์แห่งสิทธิ เช่น สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า การถ่ายทอดเทคนิค หรือ know how รายละเอียดของสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเหล่านี้จะแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของสิทธินั้นๆ

<sup>18</sup> เช่น นายจ้างต้องร่วมรับผิดชอบในผลละเมิดที่ลูกจ้างได้กระทำไปในทางการที่จ้าง หรือตัวการต้องร่วมรับผิดชอบในผลละเมิดของตัวแทน

<sup>19</sup> สุชาติ ชรรมาพิทักษ์กุล, "สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ," เอกสารสำนักงานอนุญาโตตุลาการ กระทรวงยุติธรรม 2534. (อัดสำเนา)

สัญญาแพรนไฮส์จัดว่าเป็นสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิประเภทหนึ่ง โดยที่ในการดำเนินการแพรนไฮส์ จะมีลักษณะของการออกแบบให้เหมือนกันทุกอย่าง (uniformity) ลักษณะของแพรนไฮส์นั้นมีความแตกต่างไปจากสิทธิอื่นๆ กล่าวคือ เป็นการรวมสิทธิในการดำเนินธุรกิจที่เข้ามาเป็นชุด (Series of rights, Bundle of rights, Bundle of Intellectual Properties หรือ Package) คือนอกจากจะเป็นการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ชื่อทางการค้าแล้ว ยังให้ทั้งรูปแบบการดำเนินงาน ความลับการค้า รวมทั้งทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆมาด้วยพร้อมกัน แล้วแต่เรื่องราวของธุรกิจแต่ละประเภทที่นำมาจัดเป็นระบบของแพรนไฮส์ซึ่งผู้รับแพรนไฮส์ได้รับมา แต่สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิธรรมดาทั่วไปถ้าอนุญาตให้ใช้สิทธิอะไรก็เรียกชื่อสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธินั้นตรงๆ ซึ่งเป็นราวของสิทธิอื่นๆโดยเฉพาะ

ดังนั้น สัญญาแพรนไฮส์จึงมีลักษณะของการอนุญาตให้ใช้สิทธิ แต่สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่จำเป็นต้องเป็นสัญญาแพรนไฮส์เสมอไป

#### ข. แพรนไฮส์กับสัญญาจ้างแรงงาน

สัญญาจ้างแรงงานคือสัญญาซึ่งบุคคลคนหนึ่งเรียกว่าลูกจ้างตกลงทำงานให้แก่อีกบุคคลหนึ่งเรียกว่านายจ้าง และนายจ้างตกลงจะให้สินจ้างตลอดเวลาที่ทำงานให้<sup>20</sup> ไม่ว่าจะเรียกสัญญานั้นว่าอะไร ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญาเป็นประเภทใดต้องพิจารณาจากเนื้อหาสัญญา และทางปฏิบัติมีลักษณะของความเป็นนายจ้างลูกจ้างหรือไม่ ในระบบแพรนไฮส์มีลักษณะสำคัญประการหนึ่งคือ การบังคับให้มีระดับคุณภาพได้มาตรฐาน (Enforcement of Quality Standards) ผู้ให้แพรนไฮส์จึงมีอำนาจการควบคุมเหนือผู้รับแพรนไฮส์<sup>21</sup>

<sup>20</sup> ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 575

<sup>21</sup> ดูเรื่องอำนาจการควบคุมในหัวข้อ 3.3.1

ลักษณะเช่นนี้จึงคล้ายคลึงกับความสัมพันธ์แบบนายจ้างลูกจ้าง การควบคุมในแฟรนไชส์นั้น เป็นเพียงเพื่อให้ได้ระดับมาตรฐานแต่การควบคุมที่ใกล้ชิดมากเกินไป (exclusive control) จะทำให้ดูมีลักษณะของนายจ้างลูกจ้าง หากสามารถพิสูจน์แสดงได้ว่าความสัมพันธ์ของคู่สัญญาเป็นการจ้างแรงงานแล้ว ผู้ให้แฟรนไชส์จะต้องมีภาระหน้าที่ภายใต้กฎหมายแรงงาน และที่สำคัญคือ การต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก ผู้ให้แฟรนไชส์จึงไม่ปรารถนาให้ผลของความสัมพันธ์เช่นนั้นเกิดขึ้น

ปัญหาว่าผู้รับแฟรนไชส์เป็นลูกจ้างหรือไม่จะเกิดขึ้น ในกรณีที่ผู้รับแฟรนไชส์เป็นบริษัท แต่ถ้าหากว่าเป็นตัวบุคคลก็ต้องพิสูจน์ว่าเป็นการจ้างแรงงานหรือไม่

ตัวอย่างคดีที่มีประเด็นปัญหาว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญาเป็นแบบแฟรนไชส์หรือจ้างแรงงาน ซึ่งหากเป็นแฟรนไชส์จะทำให้ผู้รับแฟรนไชส์ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย กล่าวคือการบอกเลิกสัญญาต้องได้รับการบอกกล่าวล่วงหน้า 90 วัน<sup>22</sup> คดีนี้ศาลวินิจฉัยว่าเป็นการจ้างแรงงานไม่เป็นแฟรนไชส์ จึงไม่ได้รับความคุ้มครองดังกล่าว

คดี Quirk v. Atlanta Stove Works, Inc. 537 F. Supp. 907 (E.D. Wis. 1982) คดีนี้ Quirk ทำสัญญากับ Atlanta ตกลงเป็นผู้จำหน่ายโดยมีสิทธิผูกขาดตามพื้นที่ที่กำหนด ภายใต้สัญญานี้ Quirk จะได้รับเงิน (commission) จากการมีคำสั่งซื้อเข้ามา Atlanta มีหน้าที่คอยจัดส่งสินค้าให้ Quirk Quirk ทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้า การขาย และการตั้งแสดง (Show room) ในท้องถิ่น ตามข้อกำหนดและราคาของ Atlanta เมื่อ Atlanta บอกเลิก

<sup>22</sup> Wisconsin Fair Dealership Law.



สัญญา กับ Quirk โดยบอกกล่าวล่วงหน้า 30 วัน Quirk ตัดค้านว่าเขาควรได้รับ การบอกกล่าวล่วงหน้า 90 วันตามกฎหมายในฐานะที่เขาเป็นผู้รับแฟรนไชส์ มีปัญหาว่าความสัมพันธ์ระหว่าง Quirk กับ Atlanta เป็นแบบแฟรนไชส์หรือไม่ ศาลวินิจฉัยว่า ความสัมพันธ์เช่นนี้เป็นแบบนายจ้างลูกจ้างไม่ใช่แฟรนไชส์ ด้วยเหตุผลที่ว่า ในการทำงานนี้ Quirk ไม่ต้องลงทุนด้านการเงิน การก่อสร้าง การสร้างค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายแต่อย่างใด และไม่ต้องรับผิดชอบกับการที่ลูกค้าไม่ยอมชำระหนี้ ในขณะที่ Atlanta กำหนดราคา ลดราคา รวมทั้งเรื่องอื่น ๆ ของการขายเอง ยิ่งไปกว่านั้น Atlanta ต้องจ่ายเงินให้ Quirk 1,500 ดอลลาร์ ต่อเดือนเมื่อรายได้จากการขายไม่ถึงตามที่กำหนด เหล่านี้ศาลถือว่า Quirk เป็นลูกจ้างของ Atlanta ไม่ใช่ Dealer หรือผู้รับแฟรนไชส์ การบอกเลิกสัญญาจึงไม่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายเช่นว่านั้น

ระดับการควบคุมในระบบแฟรนไชส์ จะต้องมีย่างพอเหมาะเพียงเพื่อรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดเท่านั้น และสิ่งสำคัญที่บ่งชี้ว่าเป็น การจ้างแรงงานหรือไม่ จะอาศัยข้อเท็จจริงจากลักษณะอำนาจควบคุมการทำงาน นอกจากนี้ถ้าเป็นลูกจ้างจะไม่ต้องเผชิญกับปัญหาในเรื่องของการลงทุนและความเสี่ยงภัยของรายได้ ซึ่งกรณีจะตรงข้ามถ้าเป็นแฟรนไชส์

ดังนั้น สัญญาแฟรนไชส์จึงแตกต่างจากสัญญาจ้างแรงงานคือ ความเสี่ยงภัยของการลงทุนและรายได้ซึ่งเป็นเรื่องของผู้รับแฟรนไชส์เองทั้งสิ้น ลักษณะเช่นนี้จะไม่มีความสัมพันธ์ของการจ้างแรงงาน แต่แฟรนไชส์อาจมีลักษณะของความสัมพันธ์แบบจ้างแรงงานได้ หากมีการใช้อำนาจควบคุมที่มากเกินไปจนสมควร

#### ค. แฟรนไชส์กับสัญญาตัวแทน

ตัวแทนคือสัญญาซึ่งให้บุคคลหนึ่งเรียกว่าตัวแทน มีอำนาจทำการแทนบุคคลอีกคนหนึ่ง เรียกว่าตัวการและตกลงจะทำการนั้น และการเป็นตัวแทนนั้น

อาจจะทำได้ทั้งการตั้งแต่ง แสดงออกชัด หรือโดยปริยาย<sup>23</sup> จากความต้องการมีอำนาจควบคุมเพื่อความมีระดับคุณภาพมาตรฐานในระบบแฟรนไชส์ทำให้มีหลักของความสัมพันธ์แบบตัวแทนเกิดขึ้น และลักษณะการแสดงออก ความเป็นเอกลักษณ์ของระบบ และการรวมโฆษณาในระดับชาติ คนทั่วไปจึงเชื่ออย่างมีเหตุผลว่าเป็นความสัมพันธ์แบบตัวแทน อีกทั้งเมื่อบุคคลที่สามได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจากแฟรนไชส์ มักมีการชักนำให้เห็นว่าเป็นความสัมพันธ์แบบตัวแทนเพื่อก่อให้เกิดความรับผิดโดยผลของกฎหมาย ซึ่งผู้ให้แฟรนไชส์ย่อมไม่ปรารถนาให้เป็นเช่นนั้น ทั้งคู่สัญญาต่างก็ปรารถนาความเป็นอิสระจากกัน ปัญหาว่าความสัมพันธ์แบบแฟรนไชส์จะมีลักษณะของตัวแทนอยู่ในนั้นหรือไม่ จากลักษณะพื้นฐานทางธรรมชาติของแฟรนไชส์นั้น ผู้รับแฟรนไชส์รับผิดชอบลงทุนด้วยเงินของตนเอง เข้าเสี่ยงภัยค่าเนื้องานรับเอาความเสียหาย หรือเก็บเกี่ยวผลประโยชน์กำไรเป็นของตนเองทั้งสิ้น ในขณะที่ตัวแทนทำงานบนพื้นฐานของหลักความซื่อสัตย์ต่อตัวการ มิใช่เพื่อตนหรือประโยชน์กำไรเป็นของตน พื้นฐานของหลักการระหว่างแฟรนไชส์กับตัวแทนแตกต่างกันอย่างชัดเจน สัญญาแฟรนไชส์จึงไม่มีลักษณะของสัญญาตัวแทน การควบคุมเพียงเพื่อให้ได้ระดับมาตรฐานไม่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบตัวแทน<sup>24</sup> แต่การที่ผู้ให้แฟรนไชส์เข้าใช้อำนาจควบคุมดูแลเกินจำเป็น เพื่อรักษาผลประโยชน์ ศาลถือว่ามีความเป็นตัวการตัวแทนเกิดขึ้น<sup>25</sup>

ดังนั้น โดยหลักการเบื้องต้นแฟรนไชส์จะแตกต่างไปจากสัญญาตัวแทน แต่หากในทางปฏิบัติมีการควบคุมที่มากเกินไป (exclusive control) อาจถือ

<sup>23</sup> ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 798.

<sup>24</sup> Salisbury V. Champman CCH BUS. Franchise Guide, (Ill.Ct. App.-1967)

<sup>25</sup> Nichols V. Arthur Inc. 56Cal. Rptr. 728 (Cal.Ct.App.-1967)

ว่ามีความเป็นตัวการตัวแทนเกิดขึ้นได้

#### ง. แฟรนไชส์กับสัญญาหุ้นส่วน

หุ้นส่วนคือ สัญญาซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงเข้ากัน เพื่อกระทำการกิจการร่วมกัน ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะแบ่งปันกำไรอันจะพึงได้จากกิจการนั้น<sup>๕๐</sup> หุ้นส่วนเป็นวิธธุรกิจซึ่งพัฒนาและมีที่มาต่างไปจากแฟรนไชส์ การมีหุ้นส่วนก็เพื่อแสดงว่าเป็นการทำธุรกิจหรือขายจากเจ้าของเพียงหน่วยเดียว แต่แฟรนไชส์เป็นเรื่องของการได้รับสิทธิเป็นพิเศษของผู้อื่นมาดำเนินการ ลักษณะดำเนินการของหุ้นส่วนเป็นการเข้าร่วมกันดำเนินการธุรกิจ ส่วนแฟรนไชส์ก็มีลักษณะของการเข้าร่วมดำเนินการ แต่เป็นการเข้ากันร่วมกระทำการระดับหนึ่ง โดยผู้ให้แฟรนไชส์จัดดำเนินการฝึกคน กำกับดูแลวิธีดำเนินการ สิ่งที่เป็นของระบบแฟรนไชส์อย่างหนึ่งคือ การที่ผู้รับแฟรนไชส์เป็นเจ้าของกิจการเอง แม้จะมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับธุรกิจของผู้ให้แฟรนไชส์ แต่ ก็ไม่ปรารถนาและพยายามหลีกเลี่ยงลักษณะความเป็นหุ้นส่วน เช่นการแบ่งผลกำไร การเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ร่วมกันการรับผิดชอบร่วมกัน หรืออื่นๆที่แสดงว่าเป็นหุ้นส่วนตามกฎหมาย

สำหรับเรื่องการแบ่งผลประโยชน์ แม้การแบ่งผลประโยชน์ให้แก่กันจะเป็นหลักฐานเบื้องต้นที่แสดงความเป็นหุ้นส่วน แต่ลักษณะในตัวของผู้รับแฟรนไชส์เองไม่ทำให้กลายเป็นหุ้นส่วนไปได้ ในทางปฏิบัติผู้รับแฟรนไชส์รับรายได้ทั้งหมดจากการดำเนินการธุรกิจ จากนั้นจึงจ่ายค่าธรรมเนียม (Franchise fee) ให้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์โดยวิธีถ้าไม่คำนวณจากยอดขายก็จากผลกำไร ลักษณะเช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นหุ้นส่วน เพราะไม่ใช่เป็นเรื่องของการมีรายรับร่วมกัน

ดังนั้น แม้แฟรนไชส์จะมีลักษณะของความร่วมมือกันดำเนินการธุรกิจ แต่ก็

<sup>๕๐</sup> ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 1012

เป็นการเข้ากันอันมีลักษณะของหลักการหรือการกำกับดูแล และการคอยช่วย  
เหลือสนับสนุน อีกทั้งรายได้ที่ผู้ให้เฟรนไชส์ได้รับคือค่าธรรมเนียมเฟรนไชส์ มิ  
ใช่จากการแบ่งผลประโยชน์กำไรดังเช่นหุ้นส่วน จึงไม่ถือว่าสัญญาเฟรนไชส์มี  
ลักษณะเป็นหุ้นส่วน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย