

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการจัดทำพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

บทสรุป

ในปัจจุบัน การขยายธุรกิจด้วยระบบแฟรนไชส์ถือเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย เนื่องจากทำให้ธุรกิจของผู้ให้แฟรนไชส์สามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วและทำให้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมเป็นผู้รับแฟรนไชส์สามารถประสบความสำเร็จได้โดยไม่ต้องสร้างธุรกิจด้วยตนเอง ธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ได้รับการพัฒนาและเจริญเติบโตในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในช่วงแรกจะเริ่มต้นจากการให้แฟรนไชส์สินค้าหรือชื่อทางการค้า (Product or Tradename Franchising) ซึ่งใช้มากให้กิจการจำหน่ายรถยนต์และน้ำมันเชื้อเพลิง ต่อมาจึงพัฒนาสู่การให้แฟรนไชส์ที่ให้สิทธิการดำเนินธุรกิจทั้งระบบ (Business Format Franchising) ซึ่งเป็นที่นิยมมากให้ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด และได้ขยายไปสู่ธุรกิจอื่นๆ หลากหลายชนิด เช่น โรงแรม ร้านอาหารเครื่องดื่ม หรือร้านซักรีด เป็นต้น ในปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับความนิยมอย่างสูงทั่วโลกในฐานะที่เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้ในการขยายธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดทั้งการให้แฟรนไชส์ในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งการให้แฟรนไชส์ระหว่างประเทศนั้นถือว่ามีส่วนสำคัญในการแพร่ขยายวัฒนธรรมของประเทศผู้ให้แฟรนไชส์ไปยังประเทศผู้รับแฟรนไชส์ได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยการให้แฟรนไชส์ระหว่างประเทศนั้นก็อาจจะทำได้ในหลายลักษณะ เช่น การทำสัญญาในลักษณะเป็นการให้แฟรนไชส์โดยตรง (Direct Franchising) การตั้งสาขาในต่างประเทศ (Oversea Subsidiary) หรือการตั้งบริษัทร่วมทุน (Joint Venture) แต่วิธีการขยายแฟรนไชส์ไปยังต่างประเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุดก็คือ การทำสัญญาแฟรนไชส์หลักหรือ Master Franchise Agreement เนื่องจากจะเป็นการให้สิทธิแก่ผู้รับแฟรนไชส์กระทำการเป็นผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงในประเทศใดประเทศหนึ่ง จึงสะดวกแก่การบริหารงานให้เหมาะสมกับภูมิภาคต่างๆ

ธุรกิจแฟรนไชส์ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีลักษณะแตกต่างจากการประกอบธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญาที่มีความใกล้ชิดกันมาก เนื่องจากการให้แฟรนไชส์ผู้ให้แฟรนไชส์จะต้องทำการถ่ายทอดความรู้ความชำนาญ เทคโนโลยี ระบบการดำเนินธุรกิจ และสิทธิในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ที่เป็นของตนให้แก่ผู้รับแฟรนไชส์ ทำให้

รายละเอียดของสัญญาแฟรนไชส์จะมีลักษณะเฉพาะและมีความซับซ้อนมาก เพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า รวมทั้งรักษามลประโยชน์ของผู้ให้แฟรนไชส์ซึ่งเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่ให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้ ข้อตกลงในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าของผู้รับแฟรนไชส์จึงจัดว่าเป็นข้อตกลงที่จำเป็นต้องมีในสัญญาแฟรนไชส์เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของสัญญาดังกล่าว เช่น ข้อตกลงขายพ่วง ข้อตกลงจำกัดสิทธิในการทำธุรกิจแข่งขันหรือการกำหนดพื้นที่หรือกลุ่มลูกค้า แต่การที่ผู้ให้แฟรนไชส์มักจะคิดถึงแต่ผลประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก รวมถึงในบางครั้งผู้ให้แฟรนไชส์บางรายก็อาจมีเจตนาฉ้อฉลต่อผู้รับแฟรนไชส์ สัญญาแฟรนไชส์จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือให้ผู้ให้แฟรนไชส์ดักดวงผลประโยชน์ต่างๆ จากผู้รับแฟรนไชส์อย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ผู้ให้แฟรนไชส์มักจะเป็นองค์กรทางธุรกิจที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักทำให้ผู้ให้แฟรนไชส์มีอำนาจทางเศรษฐกิจสูงมาก แม้ว่าผู้รับแฟรนไชส์ในสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศก็อาจจะเป็นองค์กรธุรกิจที่มีเงินลงทุนเป็นจำนวนมากก็ตาม จึงส่งผลต่อการทำสัญญาแฟรนไชส์ที่ทำให้ผู้ให้แฟรนไชส์มีอำนาจต่อรองเหนือกว่าผู้รับแฟรนไชส์มาก รวมทั้งผู้รับแฟรนไชส์ก็อาจขาดความรู้ความชำนาญในการทำธุรกิจแฟรนไชส์ ทำให้ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนดข้อสัญญาในสัญญาแฟรนไชส์ซึ่งมักเป็นสัญญามาตรฐานหรือสัญญาสำเร็จรูปอยู่แล้วในลักษณะที่เป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้รับแฟรนไชส์และเงื่อนไขต่อผู้ให้แฟรนไชส์เกินสมควร เช่น การทำข้อตกลงขายพ่วงในตัวสินค้าที่ไม่ได้เป็นสาระสำคัญของแฟรนไชส์และผู้รับแฟรนไชส์สามารถหาซื้อได้จากแหล่งอื่นที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันแต่มีราคาต่ำกว่า ข้อตกลงในลักษณะนี้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์ได้เป็นจำนวนมาก ในขณะที่ผู้รับแฟรนไชส์อาจจะต้องขาดทุนจนถึงขั้นต้องเลิกประกอบธุรกิจก็เป็นได้ ปัญหาข้อสัญญาไม่เป็นธรรมในสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศจึงนับว่าเป็นปัญหาใหญ่และมีความสำคัญมาก เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อคู่สัญญาในหลายด้านและเป็นระยะเวลานาน

ในประเทศสหรัฐอเมริกาจึงได้มีการออกกฎหมายเพื่อกำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรง ได้แก่ กฎหมายเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลของผู้ให้แฟรนไชส์ที่มีชื่อว่า “Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising” หรือ “FTC Franchise Rule” เพื่อเป็นการบังคับให้ผู้ให้แฟรนไชส์เปิดเผยข้อมูลของตนให้บุคคลทั่วไปรับรู้ในหนังสือชี้ชวนให้เข้าซื้อแฟรนไชส์ (An offering circular) เพื่อให้เป็นข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจเข้าร่วมดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งจะเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้รับแฟรนไชส์ถูกหลอกลวงจากการเข้ารับแฟรนไชส์และเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับขั้นตอนและรายละเอียดในการทำธุรกิจแฟรนไชส์เพื่อประกอบการตัดสินใจ

ของผู้ลงทุน นอกจากนี้ ในบางประเทศก็จะมีกฎหมายควบคุมการจดทะเบียนแฟรนไชส์และกำกับดูแลความสัมพันธ์ของคู่สัญญาในสัญญาแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะด้วย

แม้ว่าการทำสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศ คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายมักจะเป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจและความเชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย จึงทำให้สัญญาที่จัดทำขึ้นมีการเจรจาต่อรองจากคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายอย่างรอบคอบแล้วก็ตาม แต่ผู้ให้แฟรนไชส์ก็ยังคงมีอำนาจต่อรองในการทำสัญญาที่เหนือกว่าอยู่เสมอ เนื่องจากผู้ให้แฟรนไชส์จะเป็นองค์กรทางธุรกิจที่ประกอบกิจการที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงแพร่หลายไปทั่วโลก เช่น McDonald's, Kentucky Fried Chicken ผู้รับแฟรนไชส์ย่อมต้องการเข้าร่วมดำเนินธุรกิจกับผู้ให้แฟรนไชส์ เพราะเล็งเห็นถึงผลกำไรอันมหาศาล ผู้รับแฟรนไชส์จึงจำเป็นต้องยอมรับข้อกำหนดในสัญญาแฟรนไชส์ที่ผู้ให้แฟรนไชส์กำหนดขึ้น แม้การประกอบธุรกิจของตนจะต้องถูกจำกัดหรือควบคุมอย่างเข้มงวดก็ตาม

ผู้เขียนมีความเห็นว่าในความสัมพันธ์ในระบบแฟรนไชส์ส่วนใหญ่ ผู้ให้แฟรนไชส์มักจะใช้อำนาจทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าในการดำเนินธุรกิจการค้ากับผู้รับแฟรนไชส์เพื่อเพิ่มพูนผลกำไรแก่ตน ผู้ให้แฟรนไชส์จึงมีส่วนในการควบคุมการตัดสินใจทางการค้าของผู้รับแฟรนไชส์ เพื่อบังคับให้ผู้รับแฟรนไชส์ดำเนินธุรกิจในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าและอาจไม่มีความจำเป็นเพื่อรักษาลิทธิในรูปแบบธุรกิจและทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ให้แฟรนไชส์อยู่เสมอ กฎหมายที่จะเข้ามากำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์จึงมีหน้าที่ที่จะต้องรักษาผลประโยชน์และสร้างความสมดุลระหว่างการให้สิทธิในการควบคุมที่เพียงพอแก่ผู้ให้แฟรนไชส์เพื่อที่จะรักษาระบบและมาตรฐานในธุรกิจของตน และในขณะเดียวกันกฎหมายก็ต้องยินยอมให้ผู้รับแฟรนไชส์สามารถที่จะประกอบธุรกิจของตนโดยได้รับผลประโยชน์ที่เหมาะสมและมีความเป็นธรรม

โดยในส่วนของประเทศไทยนั้น แม้ว่าการให้แฟรนไชส์จะเป็นวิธีการขยายธุรกิจที่ได้รับคามนิยมมากทั้งการให้แฟรนไชส์ในประเทศและต่างประเทศ โดยจะเห็นได้จากธุรกิจหลากหลายประเภทล้วนดำเนินการด้วยระบบการให้แฟรนไชส์ เช่น อาหารฟาสต์ฟู้ด โรงแรม ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น แต่ประเทศไทยก็ยังคงไม่มีกฎหมายที่ใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์เป็นเฉพาะ การดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในปัจจุบันจึงต้องตกอยู่ภายใต้บังคับกฎหมายที่เกี่ยวข้องในแต่ละเรื่อง เช่น กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นต้น โดยในส่วนของปัญหาข้อสัญญาไม่เป็นธรรมในสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศนั้นก็จะถูกควบคุมโดยกฎหมายข้อสัญญาไม่เป็นธรรมและกฎหมายแข่งขันทางการค้าเป็นหลัก ซึ่งเมื่อได้ศึกษาแล้วก็จะพบว่ากฎหมายทั้งสองยังคงมีข้อบกพร่องและช่องว่างในการนำมาบังคับใช้กับการทำสัญญาแฟรนไชส์

ซึ่งเป็นสัญญาที่มีความซับซ้อนมาก ผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากปัญหาการขาดกฎหมายที่จะนำมาปรับใช้กับกรณีก็คือผู้รับแฟรนไชส์ ซึ่งมักตกเป็นผู้เสียเปรียบในการทำสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศอยู่เสมอ โดยธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ก็จะเป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ ซึ่งจะต้องใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจจำนวนมาก ดังนั้น การที่ประเทศไทยขาดกฎหมายที่จะนำมาปรับใช้กับธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรง จะทำให้ผู้ให้แฟรนไชส์ซึ่งเป็นคู่สัญญาฝ่ายที่มีอำนาจต่อรองสูงกว่าใช้ช่องว่างของกฎหมายทำสัญญาที่มีลักษณะแสวงหาประโยชน์ให้แก่ตนจนเกินสมควร ซึ่งจะส่งผลกระทบทำให้การดำเนินธุรกิจการค้าไม่ไปด้วยความโปร่งใส รวมถึงจะมีผลทำให้มีการถ่ายเทความมั่งคั่งจากบุคคลกลุ่มหนึ่งไปยังบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งอย่างไม่เป็นธรรม โดยผู้ประกอบการชาวไทยมักจะเป็นผู้เสียประโยชน์ในสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างประเทศอยู่เสมอ เนื่องจากอยู่ในฐานะผู้รับแฟรนไชส์ ประเทศไทยจึงควรตรากฎหมายที่จะนำมาใช้บังคับกับธุรกิจแฟรนไชส์โดยตรงและครอบคลุมทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นผลดีกว่าการใช้กฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันเนื่องจากยังมีข้อบกพร่องหลายประการ

ข้อเสนอแนะในการจัดทำพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

ตามที่ได้กล่าวแล้วว่าธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยนั้นเป็นธุรกิจหนึ่งที่ต้องมีการออกกฎหมายเพื่อเข้ามาควบคุมและกำกับดูแลเป็นการเฉพาะ เพื่อเป็นการคุ้มครองบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้มีการดำเนินกิจการค้าต่อกันด้วยความเป็นธรรมและเป็นการส่งเสริมให้นักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศหันมาดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย หากกฎหมายแฟรนไชส์มีความเข้มงวดต่อผู้ให้แฟรนไชส์อย่างมากก็อาจจะส่งผลเป็นการปิดกั้นการลงทุนที่จะเกิดขึ้น กฎหมายแฟรนไชส์ที่จะนำมาใช้บังคับในประเทศไทยนั้นจึงควรมีเนื้อหาที่เหมาะสมและครอบคลุมขอบเขตของการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในทุกด้าน เพื่อให้กฎหมายที่บัญญัติออกมาสามารถใช้ได้จริงในทางปฏิบัติ รวมถึงควรมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับกฎหมายแฟรนไชส์ในต่างประเทศเพื่อให้กฎหมายมีความน่าเชื่อถือในสายตาของต่างประเทศและเหมาะสมกับยุคสมัย เนื่องจากธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลกและมีบทบาทสำคัญในการขยายตัวขององค์กรธุรกิจทั่วโลก ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่ากฎหมายที่จะเข้ามาควบคุมและกำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์นั้นควรมีสาระสำคัญในเรื่องต่อไปนี้

1. กฎหมายจะต้องมีขอบเขตการบังคับใช้ในธุรกิจแฟรนไชส์ทุกประเภท กล่าวคือ ใช้บังคับกับการให้แฟรนไชส์ในประเทศและการให้แฟรนไชส์ระหว่างประเทศ ไม่ว่าผู้ให้แฟรนไชส์หรือผู้รับแฟรนไชส์จะอยู่ในประเทศหรือต่างประเทศก็ตาม

2. กฎหมายจะต้องกำหนดนิยามของคำว่า “แฟรนไชส์” ไว้อย่างชัดเจน โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดการดำเนินการใดๆ เข้าข่ายเป็นการให้แฟรนไชส์หรือไม่ เพื่อให้เกิดความชัดเจนแน่นอนว่าการกระทำใดจะอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายนี้และป้องกันปัญหาการกระทำที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันแต่อยู่ภายใต้การบังคับของกฎหมายที่แตกต่างกัน อันจะก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งยังเป็นการรองรับธุรกิจแฟรนไชส์รูปแบบใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

3. กฎหมายจะต้องมีเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมถึงทุกขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ทั้งในช่วงก่อนการเข้าร่วมดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ในระหว่างระยะเวลาของสัญญาแฟรนไชส์ และหลังจากสัญญาแฟรนไชส์สิ้นสุดลง กล่าวคือ ต้องมีเนื้อหาที่ครอบคลุมถึงการเปิดเผยข้อมูลก่อนการให้แฟรนไชส์ การจดทะเบียนแฟรนไชส์ การทำสัญญาแฟรนไชส์ เนื้อหาของข้อตกลงในสัญญาแฟรนไชส์ ความสัมพันธ์ของคู่สัญญาแฟรนไชส์ และความรับผิดชอบของคู่สัญญาแฟรนไชส์

4. ผู้ประกอบธุรกิจใดที่ประสงค์จะขายธุรกิจของตนโดยวิธีการให้แฟรนไชส์จะต้องมีการจดทะเบียนเป็นผู้ให้แฟรนไชส์ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อเป็นการควบคุมมิให้ธุรกิจที่ไม่มีมาตรฐานหรืออาจเป็นการหลอกลวงทำการให้แฟรนไชส์แก่บุคคลอื่น

5. กฎหมายจะต้องกำหนดให้ผู้ให้แฟรนไชส์มีหน้าที่ในการเปิดเผยข้อมูลของตนแก่ผู้ที่เข้าร่วมเป็นผู้รับแฟรนไชส์ รวมทั้งขั้นตอนรายละเอียดและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจทั้งหมด ก่อนที่จะมีการทำสัญญาแฟรนไชส์ เพื่อให้ผู้รับแฟรนไชส์สามารถตรวจสอบรายละเอียดและวางแผนในการดำเนินธุรกิจก่อนที่จะตัดสินใจเข้าร่วมกับแฟรนไชส์นั้น

6. การเปิดเผยข้อมูลของผู้ให้แฟรนไชส์แก่ผู้ที่เข้าร่วมเป็นผู้รับแฟรนไชส์นั้นจะต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนแน่นอน เพื่อให้ผู้รับแฟรนไชส์ได้รับข้อมูลที่เชื่อถือได้ ทั้งข้อมูลในส่วนประวัติในเรื่องต่างๆ ของผู้ให้แฟรนไชส์ เช่น ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ สถานะทางการเงิน การล้มละลาย ประวัติทางคดี และในส่วนของเงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจของผู้รับแฟรนไชส์ เช่น แหล่งที่มาของสินค้า ข้อตกลงทางการเงิน จำนวนเงินทั้งหมดที่ผู้รับแฟรนไชส์จะต้องจ่าย เงื่อนไขในการต่อสัญญา เป็นต้น โดยจะต้องเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย รวมทั้งจะต้องไม่เป็นการล้นเปลืองค่าใช้จ่ายจนเกินสมควร

7. กฎหมายจะต้องมีการกำหนดให้ชัดเจนว่าข้อสัญญาชนิดใดไม่สามารถทำได้หรือทำได้โดยมีขอบเขตเพียงใดในสัญญาแพรนไฮส์เพื่อเป็นการขจัดปัญหาข้อสัญญาไม่เป็นธรรมที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยอาจมีการกำหนดเป็นตัวอย่างของข้อสัญญาที่อาจจะถูกถือว่าไม่เป็นธรรม เมื่อคำนึงถึงพฤติการณ์แวดล้อมและเงื่อนไขของข้อสัญญาในแต่ละกรณี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาของศาลและเพื่อให้คู่สัญญาได้รับทราบถึงขอบเขตของข้อสัญญาที่ไม่สามารถกระทำได้ตามกฎหมายก่อนที่จะมีการตกลงทำสัญญากันขึ้น เช่น

(1) ข้อสัญญาห้ามประกอบธุรกิจแข่งขันที่ผู้ให้แพรนไฮส์กำหนดขึ้นเพื่อจำกัดสิทธิในการประกอบธุรกิจของผู้รับแพรนไฮส์หลังจากสัญญาแพรนไฮส์สิ้นสุดลง โดยไม่ได้มีการกำหนดระยะเวลาหรือพื้นที่ที่ถูกจำกัดหรือกำหนดไว้แต่เป็นการสร้างภาระให้ผู้รับแพรนไฮส์เกินสมควรเมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของธุรกิจแต่ละประเภทและทางทำมาหาได้ของผู้รับแพรนไฮส์

(2) ข้อสัญญาที่กำหนดให้ผู้รับแพรนไฮส์จะต้องซื้อสินค้าอื่นพ่วงไปกับสินค้าที่ผู้รับแพรนไฮส์ต้องการซื้อจากผู้ให้แพรนไฮส์ด้วย โดยสินค้าที่ถูกนำมาพ่วงไม่ได้มีส่วนสำคัญในการรักษาคุณภาพหรือมาตรฐานของแพรนไฮส์

(3) ข้อสัญญาที่กำหนดเงื่อนไขในการซื้อสินค้าของผู้รับแพรนไฮส์โดยไม่เกี่ยวข้องกับการรักษาคุณภาพหรือมาตรฐานของแพรนไฮส์

(4) ข้อสัญญาที่มีผลเป็นการขัดต่อเงื่อนไขในการคุ้มครองพื้นที่ในการประกอบธุรกิจของผู้รับแพรนไฮส์

(5) ข้อสัญญาที่ให้สิทธิผู้ให้แพรนไฮส์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในสัญญาฝ่ายเดียวโดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลอันสมควร

(6) ข้อสัญญาที่ให้สิทธิผู้ให้แพรนไฮส์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาในการต่ออายุสัญญาให้แตกต่างจากสัญญาเดิมอย่างมาก เมื่อคำนึงถึงความคาดหมายและความสมเหตุสมผลในการประกอบธุรกิจของผู้รับแพรนไฮส์

(7) ข้อสัญญาที่ให้สิทธิผู้ให้แพรนไฮส์ในการบอกเลิกสัญญาในเวลาใดก็ได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลอันสมควร

(8) ข้อสัญญาที่จำกัดสิทธิในการบอกเลิกสัญญาของผู้รับแพรนไฮส์ แม้ว่าผู้ให้แพรนไฮส์จะเป็นฝ่ายกระทำผิดสัญญาก็ตาม

8. กฎหมายจะต้องกำหนดโทษในกรณีที่มีผู้กระทำการฝ่าฝืนกฎหมายแพรนไฮส์ทั้งในทางแพ่งและทางอาญาเพื่อเป็นการบังคับให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดและมีผลทำให้กฎหมายสามารถใช้ได้จริงในทางปฏิบัติ

9. กฎหมายในส่วนที่ยินยอมให้องค์กรตุลาการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องใช้ดุลพินิจในเรื่องใดๆ ก็ตาม จะต้องกำหนดขอบเขตไว้อย่างแน่นอนและเหมาะสม เพื่อป้องกันปัญหากฎหมายขาดความชัดเจนแน่นอนและการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกัน