

บทคัดย่อ

แฟรนไชส์เป็นรูปแบบการดำเนินการธุรกิจที่นำแนวคิดทางการตลาดมาใช้สนับสนุนการขายสินค้าแก่ผู้บริโภค นั่นคือ ผู้ให้แฟรนไชส์จะอาศัยรูปแบบการดำเนินการธุรกิจที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จของคน นำมาถ่ายทอดให้แก่ผู้รับแฟรนไชส์ไปดำเนินการให้สอดคล้องและเป็นแบบอย่างเดียวกันภายใต้ชื่อและเครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยผู้ให้แฟรนไชส์จะอำนวยความสะดวกและควบคุมการดำเนินงานของผู้รับแฟรนไชส์ ในปัจจุบัน ระบบแฟรนไชส์ได้ถูกนำมาใช้ในธุรกิจเกือบจะทุกประเภท

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทำการศึกษาปัญหาเรื่องความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ในกรณีของผู้ให้แฟรนไชส์ที่ไม่ได้ผลิตหรือขายหรือนำเข้าสินค้า ปัญหาดังกล่าวเป็นประเด็นที่น่าสนใจก็เพราะว่า โดยทั่วไปแล้ว กฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัยเป็นกฎหมายที่มุ่งกำหนดความรับผิดชอบแก่บุคคลที่อยู่ในสายของการจำหน่ายสินค้า (chain of distribution) ในทุกๆ ทอด แต่ในกรณีที่ผู้ให้แฟรนไชส์ไม่ได้ผลิต ขายหรือนำเข้าสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ย่อมไม่ใช่บุคคลที่อยู่ในสายของการจำหน่ายสินค้า การกำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ที่ไม่ได้ผลิตหรือขายหรือนำเข้าสินค้าจึงถือเป็นกรณีข้อยกเว้น ด้วยเหตุนี้ หลักเกณฑ์บางประการที่นำมาใช้กำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ดังกล่าว จึงมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากหลักเกณฑ์ทั่วไปของ Product Liability ที่ใช้กำหนดความรับผิดชอบแก่บุคคลที่อยู่ในสายของการจำหน่ายสินค้า

ขณะเดียวกัน ในประเทศไทย ธุรกิจค้าปลีกเกือบจะทุกประเภทได้นำระบบแฟรนไชส์มาใช้ในการดำเนินงาน มีสินค้าของกิจการเครือข่ายแฟรนไชส์เป็นจำนวนมากวางจำหน่ายในท้องตลาด จึงมีโอกาที่ผู้บริโภคจะได้รับผลกระทบหรือได้รับความเสียหาย หากสินค้าที่จำหน่ายโดยแฟรนไชส์ไม่ปลอดภัย แต่กฎหมายในเรื่องนี้ก็ยังไม่มีความชัดเจน เพราะยังไม่มีกฎหมายที่เป็นกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัยโดยเฉพาะ และไม่มีกฎหมายที่ใช้ควบคุมกำกับแฟรนไชส์ ทั้งไม่เคยปรากฏว่ามีคดีพิพาทขึ้นสู่ศาลฎีกา จึงไม่มีแนวคำพิพากษาศาลฎีกาว่าบรรทัดฐานไว้ การกำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ที่ไม่ได้ผลิตหรือขายหรือนำเข้าสินค้าสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความไม่ปลอดภัยของสินค้าในกิจการแฟรนไชส์ จึงจำเป็นต้องศึกษาเปรียบเทียบจากกฎหมายของต่างประเทศเป็นแนวทาง ในต่างประเทศ จะอาศัยหลักความรับผิดชอบสามประการ ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบทางสัญญา คือ ความรับผิดชอบตามคำรับประกันของสินค้า (breach of warranty) 2) ความรับผิดชอบทางละเมิด คือ ความรับผิดชอบโดยประมาทเลินเล่อ (Negligence Liability) และตัวแทนตามพฤติการณ์ที่ปรากฏ (Apparent Authority) ซึ่งเป็นความรับผิดชอบสำหรับการกระทำของบุคคลอื่นอย่างหนึ่ง และ 3) หลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัด ได้แก่ หลัก Stream of Commerce และ หลัก Apparent Manufacturer ทั้งนี้ ความรับผิดชอบของผู้ให้แฟรนไชส์ที่

ไม่ได้ผลิตหรือขายหรือนำเข้าสินค้าจะเป็นการอาศัยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการควบคุม (control test) หรือ การแสดงออก (holding out) ของผู้ให้แฟรนไชส์เป็นพื้นฐานความรับผิดชอบ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาปรากฏว่า กฎหมายของไทยในปัจจุบันไม่มีหลักเกณฑ์ตาม กฎหมายฉบับใดที่สามารถให้ความคุ้มครองและให้การเยียวยาแก่ผู้เสียหายได้อย่างครบถ้วนเพียงพออย่าง หลักการของกฎหมายต่างประเทศ เพราะกฎหมายลักษณะละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มี พื้นฐานของหลักความผิด (fault) โจทก์มีภาระการพิสูจน์ความจงใจหรือประมาทเลินเล่อของจำเลย และความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำของจำเลยกับความเสียหายที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะ กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายในปัจจุบันสลับซับซ้อน มีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในสายแห่งการผลิตและ จำหน่ายสินค้ามากมาย ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าและกระบวนการผลิตอยู่ในความรู้เห็นของผู้ผลิตผู้เดียว โดยเฉพาะกรณีนี้ ผู้ให้แฟรนไชส์ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้านั้น การพิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ ของจำเลย (ผู้ให้แฟรนไชส์) กับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ผู้อื่น (ผู้รับแฟรนไชส์) เป็นผู้ผลิต ย่อม ยากขึ้นไปอีก แม้หลักกฎหมายไทยจะมีทั้งข้อสันนิษฐานทางกฎหมายและข้อสันนิษฐานทางข้อเท็จจริง แต่บทสันนิษฐานความผิดตามมาตรา 422 ก็ให้ความคุ้มครองเฉพาะสินค้าที่มีกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์ เป็นพิเศษที่ถือว่า เป็นกฎหมายที่มีที่ประสงค์จะปกป้องบุคคลอื่น ขณะที่ข้อสันนิษฐานทางข้อเท็จจริงก็ เป็นเรื่องดุลพินิจของศาล ซึ่งไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอนว่าศาลจะใช้ในกรณีใดบ้าง อย่างไร

ส่วนหลักความรับผิดชอบทางสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะซื้อขาย ซึ่ง ได้แก่ ความรับผิดชอบความชำรุดบกพร่องตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะซื้อขาย มุ่ง คุ้มครองเฉพาะความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ตัวทรัพย์สินที่ซื้อขายหรือประโยชน์ใช้สอยของตัวทรัพย์สิน เท่านั้น ไม่ได้คุ้มครองไปถึงความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สินอื่นนอกจากตัวทรัพย์สินที่ชำรุดบกพร่อง นั้นเอง ซึ่งมีผลใช้บังคับระหว่างคู่สัญญาตามสัญญาซื้อขาย คือผู้ซื้อและผู้ขายเท่านั้น ตามหลัก Privity of Contract ขณะที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่ได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค และไม่ใช้กฎหมายว่าด้วยความรับผิดที่เกิดขึ้นจาก สินค้าอย่างกฎหมายของบางประเทศ ทั้งความรับผิดที่กำหนดแก่ผู้ประกอบการธุรกิจตามกฎหมายฉบับนี้ ก็ เป็นความรับผิดทางอาญา ไม่ได้กำหนดความรับผิดโดยเคร่งครัดในทางแพ่งแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ รวมทั้ง ผู้ให้แฟรนไชส์ด้วย แม้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีอำนาจดำเนินคดีแทนผู้บริโภคในทางแพ่งได้ แต่การฟ้องคดีเรียกค่าเสียหายแทนผู้บริโภคก็ใช้หลักการของการดำเนินคดีละเมิดทั่วไป ทั้งในส่วนของ การพิสูจน์ความจงใจหรือประมาทเลินเล่อ และการพิสูจน์ความเสียหาย ไม่ได้กำหนดกระบวนการพิจารณา ความเป็นพิเศษ นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายฉบับนี้ ก็ไม่หมายรวมถึงผู้เสียหาย ที่ไม่ได้บริโภคสินค้า (Bystander) จึงไม่อาจให้การเยียวยาแก่ผู้เสียหายได้อย่างหลักการของกฎหมายว่า ด้วยความรับผิดที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย

ส่วนกฎหมายควบคุมสินค้าบางชนิดที่มีลักษณะเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 และพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ก็ไม่อาจนำมาใช้เยียวยาผู้เสียหายได้อย่างครบถ้วนบริบูรณ์ เพราะพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2510 ซึ่งกำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ฝ่าฝืนกฎหมายด้วยการนำหลักความรับผิดโดยเคร่งครัดมาใช้ ก็เป็นกฎหมายควบคุมเฉพาะสินค้าที่เป็นวัตถุอันตรายเท่านั้น ส่วนกฎหมายอีกสี่ฉบับ ก็เป็นเพียงบทบัญญัติที่กำหนดการขอใบอนุญาตสำหรับการผลิตและจำหน่าย และบทลงโทษทางอาญา ไม่ได้กำหนดความรับผิดชอบทางแพ่ง จึงไม่อาจให้การเยียวยาแก่ผู้เสียหายในการได้รับค่าใช้จ่ายเสียหายได้

แม้ว่าผู้ให้แฟรนไชส์ ซึ่งอนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้เครื่องหมายการค้าแก่กิจการแฟรนไชส์ มีหน้าที่ควบคุมคุณภาพสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้า ตามมาตรา 68 ของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แต่กฎหมายเครื่องหมายการค้ามีนโยบายแตกต่างจากกฎหมายว่าด้วยความรับผิดที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย เพราะมุ่งให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคในเรื่องการลงสาธารณะเกี่ยวกับแหล่งที่มาและคุณภาพของสินค้า ความปลอดภัยของสินค้าจึงไม่ใช่ในนโยบายโดยตรง การฝ่าฝืนกฎหมายเครื่องหมายการค้าส่งผลให้ผู้ให้แฟรนไชส์อาจถูกเพิกถอนการจดทะเบียนสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า และเครื่องหมายการค้าเท่านั้น ไม่ได้ให้สิทธิเรียกร้องค่าเสียหายแก่ผู้บริโภคแต่อย่างใด

ผู้เขียนเสนอให้ตีความร่างพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. โดยอาศัยหลัก Apparent Manufacturer ของต่างประเทศมาเป็นแนวทาง เพื่ออุดช่องว่างหรือเป็นมาตรการเสริมกฎหมายที่มีอยู่เดิมเพื่อให้การเยียวยาความเสียหายแก่ผู้ได้รับความเสียหายจากสินค้าของแฟรนไชส์ได้อย่างครบถ้วน โดยถือว่าผู้ให้แฟรนไชส์ที่ไม่ได้ผลิตหรือขายหรือนำเข้าสินค้า มีฐานะเป็นผู้ประกอบการ ตามบทบัญญัติของมาตรา 4 หากได้ใช้เครื่องหมายการค้า ฯลฯ แก่สินค้าที่ไม่ปลอดภัย อันมีลักษณะที่จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าผู้ให้แฟรนไชส์เป็นผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าสินค้า และต้องรับผิดชอบโดยเคร่งครัดสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้านั้น ซึ่งจะช่วยบรรเทาภาระการพิสูจน์ของผู้เสียหายไม่ต้องพิสูจน์ถึงความผิดของจำเลย และความไม่ปลอดภัยของสินค้าของจำเลย เพราะการกำหนดความรับผิดโดยเคร่งครัดแก่ผู้ให้แฟรนไชส์จะสามารถกระตุ้นให้มีการดำเนินการด้านความปลอดภัยเกี่ยวกับสินค้าของแฟรนไชส์อย่างเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากผู้ให้แฟรนไชส์เคยเป็นผู้ผลิตหรือมอบหมายให้ผู้อื่นผลิตสินค้าสำหรับกิจการของตนเองมาก่อนแล้ว จึงมีความรู้และประสบการณ์ที่จะสามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้รับแฟรนไชส์ในการสร้างหลักประกันสำหรับความปลอดภัยของสินค้าได้ ทั้งผู้ให้แฟรนไชส์ย่อมเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าทั้งผู้บริโภคและผู้รับแฟรนไชส์ในการดำเนินการด้านความปลอดภัยเกี่ยวกับสินค้าของแฟรนไชส์ และสอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงในการดำเนินกิจการแฟรนไชส์ของประเทศไทย ซึ่งผู้ให้แฟรนไชส์อยู่ในฐานะที่สามารถชำระหนี้ได้ดีกว่าผู้รับแฟรนไชส์ (deep pocket) และเป็นเป้าหมายอันดับแรกสำหรับผู้เสียหาย หากมีความเสียหายเกิดจากสินค้าของแฟรนไชส์