

ความรับผิดตามสัญญาแฟรนไชส์ช่วง

จากรวรรณ วรรณโสภ *

บทคัดย่อ

ขณะนี้ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่ใช้บังคับกับสัญญาแฟรนไชส์โดยเฉพาะ การจะนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามาปรับใช้กับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ ก็มีปัญหาเพราะไม่มีบทบัญญัติในเรื่องความรับผิดทางแพ่งของผู้ให้แฟรนไชส์ที่เพียงพอ อีกทั้งไม่มีบทบัญญัติในเรื่องการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าช่วงภายใต้การให้แฟรนไชส์ช่วง จึงส่งผลกระทบต่อคู่สัญญาแฟรนไชส์และผู้บริโภคในการเรียกร้องเมื่อมีความเสียหายที่เกิดขึ้น

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเอกสาร และพบว่าแม้ประเทศไทยจะนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามาปรับใช้กับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในรูปแบบของสัญญาแฟรนไชส์ได้ แต่บทบัญญัติดังกล่าวไม่อาจครอบคลุมในเรื่องความรับผิดตามสัญญาแฟรนไชส์ช่วง ประกอบกับประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายแฟรนไชส์เฉพาะเหมือนประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ไม่มีความแน่ชัดในการกำหนดความรับผิด ซึ่งถ้าหากมีการให้แฟรนไชส์ช่วงเกิดขึ้น จะนำหลักกฎหมายใดมาปรับใช้ และหากผู้รับแฟรนไชส์ช่วงทำให้อضرارทางการค้าของผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงเสื่อมเสียหรือผู้บริโภคฟ้องร้อง จะมีมาตรการทางกฎหมายใดเข้ามาแก้ไขปัญหา กำกับดูแลสัญญาแฟรนไชส์ช่วงเพื่อให้สามารถนำมาใช้ได้เหมาะสม และสามารถให้ความคุ้มครองและให้การเยียวยาแก่ผู้เสียหายได้อย่างครบถ้วน

เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาความรับผิดตามสัญญาแฟรนไชส์ช่วง ด้วยการตราพระราชบัญญัติว่าด้วยการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์เป็นการเฉพาะ โดยมีเนื้อหาของข้อตกลงในสัญญาแฟรนไชส์ ความสัมพันธ์ของคู่สัญญาแฟรนไชส์ และความรับผิดของคู่สัญญาแฟรนไชส์ และครอบคลุมไปถึงการให้แฟรนไชส์ช่วงด้วย และควรนำหลักผู้ผลิตตามที่ปรากฏ (Apparent Manufacturer) มาใช้ในการตีความตามบทบัญญัติมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๑ มาใช้กับกรณีผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ช่วง

* บทความนี้เรียบเรียงมาจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง, “ความรับผิดตามสัญญาแฟรนไชส์ช่วง,” ปรินูญานิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2558.

ABSTRACT

Thailand has no law applicable to the particular franchise agreement. Despite bringing the Civil and Commercial Code and the Trademark Act apply to apply to the trademark license agreement under the franchise agreement. However, since those laws have insufficient provisions in the civil liability of the franchisor and there is no provision on trademark under the sub-franchise agreement. Thus, this affecting the parties and consumers in claiming the damages caused by the sub-franchise agreement.

This study has been carried out through documentary research. It has found that in bringing Civil and Commercial Code and the Trademark Act apply to the trademark license agreement under the franchise agreement is insufficient. As those laws do not cover the liability under the sub-franchise agreement and unlike the United States. Thailand has no specific law on franchising. So, there is uncertainty in determining liability. The pending question is what law should be applied to the matters. If the sub-franchisee causes harm to trade reputation or legal action are brought by consumer of the franchisor or sub-franchisor; what would be the legal measure to bail them out. There should be a supervision of the sub- franchise agreement to guarantee the proper use of it and to extenol sufficient protection and remedy to the affected persons.

In order to solve the problem of lack of legislation, the author have proposed measures to solve the problem under sub-franchise agreement by enacting an act on franchise to govern content of the agreement franchising, obligations of the parties including the provision on sub-franchise agreement. Moreover, the Apparent Manufacturer principle should be brought to apply to the franchisor and the sub-franchisor under the sub-franchise agreement.

บทนำ

สัญญาแฟรนไชส์เป็นสัญญาทางธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีลักษณะของตนเองโดยเฉพาะ เป็นสัญญาที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากเครื่องหมายการค้า กล่าวคือ การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าในรูปแบบของสัญญาแฟรนไชส์ (Franchising) โดยฝ่ายผู้ให้แฟรนไชส์ต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีและให้สิทธิในการประกอบการภายใต้ชื่อเสียงทางการค้า เครื่องหมาย

การค้า และฝ่ายผู้รับแฟรนไชส์นั้นจะต้องปฏิบัติตามได้เงื่อนไข รูปแบบ ข้อจำกัดและการควบคุม การดำเนินธุรกิจภายใต้ข้อตกลงของผู้ให้แฟรนไชส์ตามที่ได้ตกลงกันตลอดระยะเวลาของสัญญา

ในปัจจุบัน การประกอบธุรกิจในรูปแบบการให้แฟรนไชส์เป็นที่นิยมมากขึ้น ในบางกรณีที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่มีการทำสัญญาการให้แฟรนไชส์กันแล้ว ผู้รับแฟรนไชส์ได้มีการทำสัญญาอีกฉบับหนึ่งกับบุคคลภายนอกอีกเพื่อให้บุคคลภายนอกนั้นได้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่ผู้รับแฟรนไชส์ได้รับสิทธิแฟรนไชส์มาจากผู้ให้แฟรนไชส์ต่ออีกทอดหนึ่ง คือ สัญญาแฟรนไชส์หลัก (Master Franchise Agreement) ที่สามารถให้สิทธิรับช่วงแก่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล ซึ่งเรียกว่า ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง (Sub-franchisor) ในพื้นที่ที่กำหนดให้ เพื่อให้บุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลดังกล่าว ทำการขยายการให้สิทธิหน่วยย่อยเฉพาะบุคคล (Individual) หรือหลายหน่วย (Multi-unit Franchise) บุคคลอื่นในพื้นที่ต่อไป การให้แฟรนไชส์รูปแบบนี้ทำให้เกิดสัญญาที่สำคัญ 2 สัญญา คือ สัญญาแฟรนไชส์ระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง (สัญญาแฟรนไชส์หลัก) กับสัญญาแฟรนไชส์ระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงและผู้รับแฟรนไชส์ช่วง (สัญญาแฟรนไชส์ช่วง) โดยผู้ให้แฟรนไชส์จะเป็นผู้รับผิดชอบในภาระหน้าที่ตามสัญญาต่อผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง หลังจากนั้น ความรับผิดชอบต่างๆ ในการพัฒนาตลาด การดำเนินนโยบายให้สัมฤทธิ์ผล การควบคุมดูแลผู้รับแฟรนไชส์ช่วงให้มีมาตรฐานและการปฏิบัติงานในรูปแบบเดียวกันหมด ก็จะส่งผ่านไปยังผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ซึ่งผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงก็จะมีสิทธิในรายได้จากค่าสิทธิหรือค่าสินค้าจากผู้รับแฟรนไชส์ช่วงด้วย ทั้งนี้ สิทธิ หน้าที่ ข้อผูกพันตามสัญญา ความรับผิดชอบทั้งหมด ที่มีต่อผู้รับแฟรนไชส์ช่วง เป็นของผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง

อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่บังคับใช้เฉพาะกับสัญญาแฟรนไชส์ จึงไม่มีบทบัญญัติถึงเรื่องความหมาย ลักษณะ และความสัมพันธ์ในระหว่างคู่สัญญาของสัญญาแฟรนไชส์ จึงต้องนำพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามาปรับใช้ ซึ่งตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 มิได้มีบทบัญญัติเรื่องการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า (Trademark Licensing) การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นบทบัญญัติใหม่ที่พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 มาตรา 68 วรรคหนึ่งและวรรคสอง ซึ่งกำหนดให้ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและจะทำสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าได้ โดยการอนุญาตดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อนายทะเบียน ทั้งนี้ การอนุญาตดังกล่าวต้องมีเงื่อนไขหรือข้อกำหนดที่สำคัญก็คือ เงื่อนไขหรือข้อกำหนดระหว่างเจ้าของเครื่องหมายการค้าและผู้จดทะเบียนเป็นผู้ได้รับอนุญาตที่จะทำให้อำนาจของเครื่องหมายการค้าสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าของผู้จดทะเบียนเป็นผู้รับอนุญาตได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว มิได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “คุณภาพ” และ “การควบคุม” ไว้ว่า หมายความว่าอย่างไร รวมทั้งมิได้ระบุถึง “วิธีการ”

ของการควบคุมว่า จะต้องทำอะไรเจ้าของเครื่องหมายการค้าจึงสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าของผู้จดทะเบียนเป็นผู้ได้รับอนุญาตได้อย่างแท้จริง อีกทั้ง ไม่มีบทบัญญัติในเรื่องความรับผิดชอบแห่งเจ้าของเครื่องหมายการค้าต่อผู้บริโภคภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า อันเนื่องมาจากการดำเนินงานของผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า และที่สำคัญคือไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าช่วง(แฟรนไชส์ช่วง) ด้วยเหตุที่ว่าผู้ให้แฟรนไชส์ที่เพียงแต่อนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้เครื่องหมายการค้าเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปแบบของแฟรนไชส์รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Business Format) ผู้ให้แฟรนไชส์จะสร้างรูปแบบการดำเนินธุรกิจของตนเองขึ้นและถ่ายทอดต่อไปยังเครือข่ายแฟรนไชส์ทั้งหมด ซึ่งมีผู้รับแฟรนไชส์เป็นเจ้าของกิจการอิสระจากกัน แต่ดำเนินกิจการเป็นแบบอย่างเดียวกันด้วยมาตรฐานเดียวกัน และมีบทบาทสำคัญในการควบคุมคุณภาพของการดำเนินงานในเครือข่ายแฟรนไชส์ ปัญหาคือ ด้วยบทบาทดังกล่าวของผู้ให้แฟรนไชส์จะต้องมีความผิดในการดำเนินงานในเครือข่ายแฟรนไชส์หรือไม่

ปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญที่ควรศึกษาวิเคราะห์ เพราะในบริบทของแฟรนไชส์การดำเนินการควบคุมคุณภาพหรือแม้แต่สิทธิในการควบคุมคุณภาพเป็นลักษณะพื้นฐานของกิจการแฟรนไชส์ ที่ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการกำหนดความรับผิดชอบแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมายการค้า ผู้ให้แฟรนไชส์ซึ่งอยู่ในฐานะเจ้าของเครื่องหมายการค้าจึงตกอยู่ในสถานการณ์ที่ยุ่ยาก เพราะตามกฎหมายเครื่องหมายการค้าเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าต้องควบคุมคุณภาพการดำเนินงานที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า มิฉะนั้น การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าอาจถือว่าเป็นโมฆะ และส่งผลให้มีการเพิกถอนเครื่องหมายการค้าด้วยเหตุที่ไม่มีการใช้เครื่องหมายการค้าได้ ขณะเดียวกันเมื่อควบคุมคุณภาพแล้วก็ต้องรับผิดชอบในการกระทำของผู้อื่นตามหลักกฎหมายตัวแทน หรือมีความเสี่ยงที่ยากจะหลีกเลี่ยงได้ และเมื่อมีการให้แฟรนไชส์ช่วงก็จะเป็นปัญหาอาจจะก่อให้เกิดความไม่แน่นอนในสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบระหว่างคู่สัญญาได้

ดังนั้น ผู้เขียนจึงนำกฎหมายของไทยที่สามารถนำมาบังคับใช้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงเพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคหรือเยียวยาความเสียหายแก่ผู้เสียหายมาวิเคราะห์ ซึ่งได้แก่ กฎหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย และกฎหมายเครื่องหมายการค้า ซึ่งอาจสรุปได้ดังนี้

1. วิเคราะห์ความรับผิดชอบของผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงต่อผู้บริโภคตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

1) ประเด็นความรับผิดของผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงต่อผู้บริโภคตามสัญญา

การนำหลักความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้าตามสัญญาซื้อขายสามารถนำหลักความรับผิดดังกล่าวมาปรับใช้ เพื่อให้ผู้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงต้องรับผิดชอบเพื่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าชำรุดบกพร่องได้ ในกรณีที่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ช่วง ซึ่งหลักความรับผิดดังกล่าวมีข้อจำกัดคือ

(1) หลักกฎหมายเรื่องความรับผิดเพื่อความชำรุดบกพร่องในสัญญาซื้อขายจะเห็นได้ว่าการฟ้องคดีเกี่ยวกับความรับผิด กฎหมายได้จำกัดเฉพาะคู่สัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเท่านั้น ประกอบกับความรับผิดก็จำกัดเฉพาะความชำรุดบกพร่องที่ถึงขนาดทำให้สินค้าเสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้ปกติหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญาและต้องเป็นความชำรุดบกพร่องที่มีอยู่ก่อนหรือในขณะที่ทำสัญญาเท่านั้น แต่ในข้อเท็จจริงผู้บริโภคอาจมีผู้ที่ซื้อสินค้าโดยตรงและในขณะที่เดียวกันผู้ขายก็อาจมีผู้ผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงที่ทำสัญญาอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายการค้าของตนเป็นผู้ผลิตสินค้า ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไม่สามารถฟ้องผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงที่ทำสัญญาอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายการค้าในฐานะผู้ผลิตสินค้า โดยอาศัยหลักความรับผิดในทางสัญญาซื้อขายได้

ความเสียหายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 472-474 เรื่องความรับผิดเพื่อชำรุดบกพร่องนี้ บทบัญญัติกฎหมายดังกล่าวประสงค์ให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบเฉพาะกรณีทรัพย์สินที่ขายนั้นชำรุดบกพร่องเป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติหรือประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญาเท่านั้น ในกรณีทรัพย์สินที่ซื้อเกิดชำรุดเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย จิตใจ สุขภาพ อนามัยหรือทรัพย์สินของผู้บริโภค กฎหมายในเรื่องนี้มีได้บัญญัติไว้จึงควรที่จะต้องไปว่ากล่าวตามกฎหมายลักษณะละเมิด

2) ประเด็นความรับผิดของผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงตามกฎหมายลักษณะละเมิด

ความรับผิดผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงตามกฎหมายลักษณะละเมิด มาตรา 420 สามารถนำหลักความรับผิดดังกล่าวมาปรับใช้เพื่อเรียกร้องให้ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงที่อนุญาตให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายการค้าต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทนได้ ในกรณีที่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงไม่ควบคุมคุณภาพของสินค้าตามที่ พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ได้กำหนดให้ผู้ให้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ต้องมีเงื่อนไขหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพ การควบคุมคุณภาพของสินค้า ภายใต้สัญญาอนุญาตให้

ใช้เครื่องหมายการค้าถือเป็นหน้าที่ตามกฎหมายที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าต้องปฏิบัติ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกหลอกลวงหลงผิดในแหล่งกำเนิดหรือคุณภาพของสินค้า ดังนั้น การที่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง งดเว้นไม่ควบคุมคุณภาพของสินค้าเป็นเหตุให้สินค้าไม่ได้มาตรฐานหรือเกิดความบกพร่องก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจหรือทรัพย์สินของผู้บริโภคแล้ว ถือว่าการงดเว้นของผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงนั้นเป็นละเมิด ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงจึงต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผู้บริโภค แต่ในการเรียกร้องให้ผู้ให้แฟรนไชส์ ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงและผู้รับแฟรนไชส์ช่วงต้องรับผิดชอบโดยอาศัยบทบัญญัติดังกล่าวได้ก็ตาม ผู้บริโภคจะประสบกับปัญหาในการเยียวยาความเสียหายก็คือ ผู้บริโภคมีภาระการพิสูจน์ในเรื่อง (1) มีความเสียหายเกิดขึ้น (2) ความเสียหายนั้นเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ให้แฟรนไชส์ ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงและผู้รับแฟรนไชส์ช่วงอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคโดยผิดกฎหมายและ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุแห่งการกระทำและผลแห่งการความเสียหาย

ภาระการพิสูจน์ในเรื่องดังกล่าวเป็นภาระหนักที่ตกแก่ผู้บริโภคแม้ผู้บริโภคจะพิสูจน์ได้ว่าความเสียหายเกิดจากความชำรุดบกพร่องก็ตาม แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ถึงขนาดว่า ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงฝ่าฝืนหน้าที่ที่ต้องใช้ความระมัดระวังในการควบคุมคุณภาพสินค้า หรือผู้รับแฟรนไชส์ช่วงจงใจหรือประมาทเลินเล่อมิได้ใช้ความระมัดระวังตามสมควรในการผลิตอย่างไร ประกอบกับปัจจุบันเทคโนโลยีในการผลิตสินค้านั้นมีความก้าวหน้ามาก กระบวนการผลิตมีความยุ่งยากซับซ้อน ผู้บริโภคย่อมไม่มีความรู้เพียงพอที่จะพิสูจน์เกี่ยวกับกระบวนการผลิตต่างๆ ได้ การเรียกร้องค่าเสียหายตามกฎหมายลักษณะละเมิดจึงอาจไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายและเวลาที่ต้องเสียไป

3) ประเด็นความรับผิดชอบผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ตามกฎหมายลักษณะตัวการตัวแทน

สัญญาแฟรนไชส์ช่วง เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้แฟรนไชส์ ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงและผู้รับแฟรนไชส์ช่วงนั้นจะเป็นอิสระต่อกัน ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงมิได้เป็นตัวแทนของผู้ให้แฟรนไชส์ในการเปิดดำเนินการแฟรนไชส์และขายแฟรนไชส์และควบคุมการดำเนินงานของผู้รับแฟรนไชส์ช่วงให้เป็นไปตามมาตรฐาน และผู้รับแฟรนไชส์ช่วงก็เป็นเพียงผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าจากผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ซึ่งสัญญาแฟรนไชส์ช่วงเป็นการทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิช่วงโดยอาศัยชื่อเสียงและความแพร่หลายของเครื่องหมายการค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญ ดังนั้น สินค้าที่จะใช้เครื่องหมายการค้าที่อนุญาตให้ใช้จึงต้องมีคุณภาพ ปริมาณ และคุณลักษณะอื่นๆ ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดและเงื่อนไขของผู้ให้แฟรนไชส์ ไม่เช่นนั้นแล้วจะเกิดความเสียหายหลายประการแก่คู่สัญญาและผู้บริโภค ผู้รับแฟรนไชส์ช่วงแม้จะประกอบกิจการ

ในนามของตนเองแต่โดยสภาพของการทำงานแล้วทำเพื่อตนเองโดยหวังกำไรจากผลผลิตและจำหน่ายสินค้ามากกว่าการทำแทนตัวการ ผู้รับแฟรนไชส์ช่วงจะต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ในการที่ตนได้ใช้ประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า เช่นเดียวกันกับผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์ ในการที่ตนได้ใช้ประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า และการที่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าของตนก็เป็นการตอบแทนต่อค่าตอบแทนที่ผู้รับแฟรนไชส์ช่วงจ่ายให้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ไม่ใช่เป็นการมอบหมายให้กระทำ ดังนั้น หลักเกณฑ์ของกฎหมายในเรื่องตัวการ ตัวแทน เช่น ความรับผิดชอบบุคคลภายนอกจึงไม่สามารถนำมาใช้ในสัญญาแฟรนไชส์ช่วงได้ ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบหรือมีความผูกพันใดๆ ซึ่งผู้รับแฟรนไชส์ช่วงมีต่อบุคคลภายนอก ภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ช่วง ผู้บริโภคและหรือบุคคลที่สามที่ได้รับความเสียหายจึงไม่สามารถเรียกร้องให้ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงรับผิดชอบร่วมกับผู้รับแฟรนไชส์ช่วง โดยอาศัยบทบัญญัติในเรื่องละเมิด ตามมาตรา 427 ที่กำหนดให้นำกรณีการร่วมรับผิดชอบมาใช้แก่ตัวการได้ อย่างไรก็ตาม ตามกฎหมายไทย มีหลักตัวแทนเชิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 821 ซึ่งเทียบเคียงได้กับหลัก Apparent Authority ซึ่งศาลสหรัฐอเมริกานำมาใช้กำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ จึงมีความเป็นไปได้ว่า หากมีข้อพิพาทขึ้นสู่ศาล ศาลฎีกาอาจนำหลักตัวแทนเชิดมาปรับใช้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงต้องรับผิดชอบทางละเมิดสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าของผู้รับแฟรนไชส์ช่วง แต่ก็มีความเห็นทางวิชาการโต้แย้งว่า ตัวการต้องรับผิดชอบทางละเมิดสำหรับการกระทำของตัวแทน ตามมาตรา 427 นั้น ไม่ควรตีความรวมไปถึงกรณีของตัวแทนเชิดตามมาตรา 821 ด้วย เพราะบทบัญญัติมาตรา 427 มีพื้นฐานความสัมพันธ์ทางสัญญาระหว่างตัวการกับตัวแทน ขณะที่ตัวแทนเชิดเป็นหลักกฎหมายปิดปาก ไม่ได้มีความสัมพันธ์ทางสัญญาระหว่างตัวการกับตัวแทนเชิด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับหลัก Apparent Authority แล้ว ก็ยังแตกต่างกันอยู่เพราะตัวแทนเชิดของไทยไม่ได้ถือว่าตัวแทนมีอำนาจกระทำการแทนตัวการอย่างหลัก Apparent Authority เพียงแต่ถือว่าตัวการต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกผู้สุจริตเท่านั้น ดังนั้น จึงยังไม่มีความแน่นอนว่า เมื่อคดีขึ้นสู่ศาลแล้ว ศาลจะตัดสินให้ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงรับผิดชอบสำหรับสินค้าของผู้รับแฟรนไชส์ช่วงตามมาตรา 821 หรือไม่ ดังนั้นหลักความรับผิดชอบทางละเมิดสำหรับการกระทำของผู้อื่นจึงไม่สมควรนำมาใช้แก่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง

2. ปัญหาและแนวทางการนำพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 มาใช้บังคับกับกรณีปัญหาความรับผิดชอบตามสัญญาแฟรนไชส์ช่วงของประเทศไทย

กฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัยเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ที่มีความมุ่งหมายในการกำหนดความรับผิดชอบแก่บุคคลที่อยู่ในสายการจำหน่ายสินค้าในทุกๆทอด บุคคลเหล่านี้จึงมีบทบาทต่อกระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้า จึงควรมีมาตรการต่างๆเพื่อสร้างความปลอดภัยให้แก่สินค้าที่ตนจำหน่ายและป้องกันความเสี่ยงต่อความเสียหายที่อาจเกิดจากความไม่ปลอดภัยของสินค้าเหล่านั้น หากบุคคลเหล่านี้ไม่ปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวและปล่อยให้สินค้าออกวางจำหน่ายในท้องตลาด บุคคลเหล่านี้จึงสมควรต้องรับผิดชอบ รวมถึงบุคคลที่ไม่ได้อยู่ในสายของการจำหน่ายสินค้าโดยตรง แต่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ก็ต้องรับผิดชอบเพื่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากความไม่ปลอดภัยของสินค้าเหล่านั้นด้วย ในกรณีดังกล่าวคือการกำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงที่อนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ช่วงใช้เครื่องหมายการค้าในสินค้าของผู้รับแฟรนไชส์ช่วง

ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงอาจต้องรับผิดชอบโดยเคร่งครัดสำหรับสินค้าที่ไม่ปลอดภัยในกิจการแฟรนไชส์ช่วง ตามหลัก Apparent Manufacturer ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งประเทศไทยได้นำหลัก Apparent Manufacturer มาบัญญัติในคำนิยาม “ผู้ประกอบการ” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. ๒๕๕๑ หลักนี้กำหนดความรับผิดชอบแก่ผู้ที่แสดงออกว่าเป็นผู้ผลิตให้ต้องรับผิดชอบเช่นเดียวกับผู้ผลิต ตามหลักกฎหมายปิดปาก หากการแสดงออกนั้นสร้างความเชื่อให้แก่ผู้บริโภคที่มีเหตุสมควรว่าผู้แสดงออกนั้นเป็นผู้ผลิต และด้วยความเชื่อดังกล่าวเป็นเหตุให้ซื้อสินค้าและได้รับความเสียหายจากความไม่ปลอดภัยของสินค้านั้น

การนำหลัก Apparent Manufacturer มาใช้ตีความบทบัญญัติมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติฯ ของประเทศไทยนั้น โดยเปรียบเทียบกับการใช้หลัก Apparent Manufacturer ตาม Restatement (Third) of Torts: Products Liability ของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้บัญญัติอย่างชัดเจนว่าหลัก Apparent Manufacturer ไม่นำมาใช้แก่ผู้อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ซึ่งหมายรวมถึงผู้ให้แฟรนไชส์ที่อนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้เครื่องหมายการค้าของตน อย่างไรก็ตามการตีความดังกล่าวยังคงมีความเห็นที่แตกต่างกันอยู่ ซึ่งแบ่งเป็นสองแนวทาง ดังนี้

แนวทางแรก เห็นว่า หลัก Apparent Manufacturer ไม่อาจใช้บังคับแก่ผู้ให้แฟรนไชส์ที่อนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้เครื่องหมายการค้าของตน เพราะหลัก Apparent Manufacturer มุ่งหมายจะใช้บังคับแก่ผู้ขายสินค้า โดยเฉพาะผู้ขายปลีกที่เป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็น chain store และบริษัทรับสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ (mail order firms) แต่ผู้ให้แฟรนไชส์ที่อนุญาตให้ผู้รับแฟรนไชส์ใช้เครื่องหมายการค้าของตน ไม่ได้มีฐานะเป็นผู้ขายหรือจำหน่ายสินค้า ทั้งการใช้เครื่องหมายการค้าภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นการสนับสนุนการขายเท่านั้น ผู้ให้แฟรนไชส์จึงไม่ได้มีเจตนาแสดงออกว่าเป็นผู้ผลิต จึงไม่อาจถือเป็น Apparent

Manufacturer หรือผู้มีสถานะเสมือนผู้ผลิตได้และไม่ต้องรับผิดชอบโดยเคร่งครัดภายใต้หลัก Apparent Manufacturer

แนวทางสอง เห็นว่า หลัก Apparent Manufacturer สามารถใช้บังคับแก่ผู้ให้แพรนไซส์ ที่อนุญาตให้ผู้รับแพรนไซส์ใช้เครื่องหมายการค้าของตน เพราะหลัก Apparent Manufacturer มีพื้นฐานความรับผิดชอบบนความคาดหวังของผู้บริโภค หรือความเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เครื่องหมายการค้า เมื่อตามทฤษฎีเครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน ถือว่าเครื่องหมายการค้าไม่ได้ทำหน้าที่แต่เพียงบ่งชี้แหล่งที่มาของสินค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถแสดงถึงคุณภาพของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่สอดคล้องกันด้วย ดังนั้น การใช้เครื่องหมายการค้าแก่สินค้า ไม่ว่าจะเป็นการใช้โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าด้วยตัวเองหรือการใช้เครื่องหมายการค้าโดยอนุญาตให้ผู้อื่นใช้ภายใต้สัญญาแพรนไซส์ ผู้บริโภคจึงเชื่อถือเครื่องหมายการค้าของผู้ให้แพรนไซส์ในฐานะเป็นสิ่งประกันโดยปริยายถึงคุณภาพสินค้า และผู้ให้แพรนไซส์ในฐานะเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจะรับผิดชอบสำหรับความไม่ปลอดภัยของสินค้าที่ปรากฏเครื่องหมายการค้า

3. ปัญหาและแนวทางการนำพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 มาใช้บังคับกับกรณีปัญหาความรับผิดชอบตามสัญญาแพรนไซส์ช่วงของประเทศไทย

1) กรณีที่ผู้ให้แพรนไซส์และผู้ให้แพรนไซส์ช่วงละเลยไม่ควบคุมคุณภาพของสินค้าภายใต้สัญญาแพรนไซส์ช่วง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้ากำหนดให้ผู้มีส่วนได้เสียหรือนายทะเบียนอาจร้องขอต่อคณะกรรมการให้สั่งเพิกถอนการจดทะเบียนสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าได้ ซึ่งการไม่ควบคุมคุณภาพของสินค้านั้นอาจถือได้ว่า เจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่ได้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นระยะเวลาหนึ่งอันเป็นเหตุให้คณะกรรมการฯ เพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (มาตรา63) และในกรณีที่มีการเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าใด การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้านั้นย่อมสิ้นผลไปด้วย (มาตรา76) ซึ่งมีผลใช้บังคับระหว่างคู่สัญญาเท่านั้น

2) กรณีที่ผู้ให้แพรนไซส์และผู้ให้แพรนไซส์ช่วงได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของสินค้าจนถึงขนาดเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตเกือบทุกขั้นตอน หากสินค้าที่ผลิตโดยผู้รับแพรนไซส์ช่วงเกิดความชำรุดบกพร่องก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค ผู้ให้แพรนไซส์ผู้ให้แพรนไซส์ช่วง และผู้รับแพรนไซส์ช่วงจะต้องรับผิดชอบร่วมกันในความเสียหายที่เกิดขึ้นประหนึ่งว่าเป็นผู้ผลิตสินค้าเองตามหลักกฎหมายละเมิด

3) กรณีที่ผู้ให้แพรนไซส์และผู้ให้แพรนไซส์ช่วงได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของสินค้าตามธรรมดา (มิได้เป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าจนถึงขนาดเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต) หากสินค้าที่ผลิตโดยผู้รับแพรนไซส์ช่วง

เกิดความชำรุดบกพร่องก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้บริโภคแล้ว ไม่ถือว่าผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตอย่างเพียงพอที่จะเป็นเหตุให้ต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้าดังกล่าวมิได้มีบทบัญญัติที่กำหนดความรับผิดชอบทางแพ่งในกรณีที่ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงละเลยไม่ควบคุมคุณภาพของสินค้า หากสินค้าที่ผลิตขึ้นภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ช่วงนั้นเกิดความชำรุดบกพร่องก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคไม่สามารถเรียกร้องให้ผู้ให้แฟรนไชส์ ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงและผู้รับแฟรนไชส์ช่วงรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้น โดยอาศัยบทบัญญัติใน พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้าได้ ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายดังกล่าวต้องเรียกร้องให้ผู้ให้แฟรนไชส์ ผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงและผู้รับแฟรนไชส์ช่วงรับผิดชอบโดยอาศัยกฎหมายละเมิด

แม้ว่าศาลอเมริกาได้ใช้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของผู้ให้แฟรนไชส์มาเป็นข้อพิจารณา โดยเฉพาะสิทธิในการควบคุมคุณภาพ ซึ่งเป็นข้อสัญญาพื้นฐานของสัญญาแฟรนไชส์เพราะเป็นการแสดงออกถึงการปฏิบัติตามความต้องการของกฎหมายเครื่องหมายการค้าในการควบคุมคุณภาพขั้นต่ำที่สุดที่จะทำได้เพื่อป้องกันการสูญเสียสิทธิในเครื่องหมายการค้า แต่ศาลกลับไม่เคยอธิบายว่าเหตุใดจึงนำองค์ประกอบทางข้อเท็จจริงเหล่านี้มาพิจารณาในการกำหนดความรับผิดชอบ ด้วยความไม่ชัดเจนของหลักเกณฑ์ในการกำหนดความรับผิดชอบ ทำให้ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงตกอยู่ในสถานการณ์ที่ยุ่งยาก เพราะผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงในฐานะที่เป็นผู้อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้ามีหน้าที่ต้องดำเนินการควบคุมคุณภาพตามกฎหมายเครื่องหมายการค้าเพื่อรักษาสิทธิในเครื่องหมายการค้าไว้ ดังนั้น ถ้าผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วงไม่ควบคุมคุณภาพก็อาจถูกเพิกถอนสิทธิในเครื่องหมายการค้า ในทางตรงกันข้าม เมื่อดำเนินการควบคุมคุณภาพกลับอาจทำให้ต้องรับผิดชอบ การนำองค์ประกอบในเรื่องการควบคุมคุณภาพมาใช้ อาจส่งผลให้ผู้ให้แฟรนไชส์และผู้ให้แฟรนไชส์ช่วง ต้องรับผิดชอบสำหรับสินค้าที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคของผู้รับแฟรนไชส์ช่วงในทุกกรณีโดยปริยาย เพราะหัวใจของแฟรนไชส์ คือการดำเนินการควบคุมคุณภาพเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของกิจการให้เป็นแบบอย่างเดียวกัน และมีมาตรฐานเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

เมื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาในเรื่องหลักเกณฑ์การกำหนดความรับผิดของผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วง อันเกิดจากการดำเนินงานของผู้รับแพรนไฮส์ช่วง ภายใต้สัญญาแพรนไฮส์ช่วง ผู้เขียนเห็นว่า กฎหมายที่กำหนดความรับผิดทางแพ่งของผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วงในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าและการเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากสัญญาแพรนไฮส์ช่วง คือกฎหมายในเรื่องสัญญาและละเมิด แม้ว่าผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วงจะเป็นเป้าหมายอันดับแรกสำหรับผู้เสียหายที่จะถูกฟ้องดำเนินคดี เพราะอยู่ในฐานะที่สามารถชำระหนี้ได้ดีกว่าผู้รับแพรนไฮส์ช่วง แต่มีเหตุขัดข้องคือผู้บริโภคมิได้มีนิติสัมพันธ์กับผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วงตามหลักคู่สัญญา อีกทั้งการกำหนดความรับผิดของผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วงยังไม่มีความแน่ชัดว่าเมื่อคดีขึ้นสู่ศาลแล้ว ศาลจะตัดสินให้ผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วงรับผิดสำหรับสินค้าที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคของผู้รับแพรนไฮส์ช่วงอย่างไร และพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2543 ก็มีได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับความรับผิดของผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วงไว้โดยเฉพาะ ดังนี้ ผู้เขียนจึงขอเสนอว่า

1. ควรให้มีการตราพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจแพรนไฮส์เป็นการเฉพาะ โดยมีเนื้อหาของข้อตกลงในสัญญาแพรนไฮส์ ความสัมพันธ์ของคู่สัญญาแพรนไฮส์ และความรับผิดของคู่สัญญาแพรนไฮส์ และครอบคลุมไปถึงการให้แพรนไฮส์ช่วงด้วย

2. ควรนำหลัก Apparent Manufacturer ตามบทบัญญัติมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ที่กำหนดให้ “ผู้ที่ใช้ชื่อ ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมาย ข้อความ หรือแสดงด้วยวิธีใดๆอันมีลักษณะที่จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างผลิต หรือผู้นำเข้าสินค้า” มีฐานะเป็นผู้ประกอบการต้องรับผิดโดยเคร่งครัดสำหรับความเสียหายที่เกิดจากความไม่ปลอดภัยของสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้า ฯลฯ มาใช้บังคับแก่ผู้ให้แพรนไฮส์และผู้ให้แพรนไฮส์ช่วง ภายใต้สัญญาแพรนไฮส์ช่วง