

สรุปประเด็นที่แสดงความคิดเห็น  
 ร่างประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า  
 เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ (ฉบับที่ ๓)  
 ทางเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (www.otcc.or.th) และทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ hearing@otcc.or.th  
 ระหว่างวันที่ ๘ เมษายน ๒๕๖๔ ถึงวันที่ ๑๔ พฤษภาคม ๒๕๖๔

ลำดับ	เรื่อง/ประเด็น	ความคิดเห็น/ข้อสังเกต	คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
๑.	<p>ข้อ ๔ วรรคแรก</p> <p>การดำเนินการเกี่ยวกับการขยายสาขา โดยแฟรนไชส์ซอร์เป็นผู้บริหารและดำเนินการด้วยตนเองหรือให้สิทธิแก่แฟรนไชส์ซีรายใดหรือบุคคลอื่นในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่แฟรนไชส์ซีตาม มาตรา ๕๗ แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ ให้แฟรนไชส์ซอร์แจ้งให้แฟรนไชส์ซีรายที่อยู่ในพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดได้ทราบและให้สิทธิในการเปิดสาขาใหม่แก่แฟรนไชส์ซีรายนั้นก่อน เว้นแต่แฟรนไชส์ซีรายเดิมมีผลประกอบการที่ไม่ผ่านเกณฑ์ที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดอย่างชัดเจนและแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแล้ว ทั้งนี้ แฟรนไชส์ซอร์ต้องให้ระยะเวลาในการพิจารณาแก่แฟรนไชส์ซีไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน ในการแจ้งกลับ</p>	<p><b>นางสาวนลนภัทร ไพบูลย์</b> บริษัท อัลเลน แอนด์ โอเวอร์รี (ประเทศไทย) จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ควรกำหนดเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรมมีความเป็นกลาง</li> </ul> <p><b>นายรัฐไกร ลิมศิริตระกูล</b> บริษัท กฎหมายเอสซีจี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เกณฑ์ผลประกอบการที่จะใช้เป็นข้อยกเว้นในการไม่ให้สิทธิหากเป็นไปได้ ควรทำให้เกิดความชัดเจนว่าจะต้องแจ้งล่วงหน้านานเพียงใด และหลักเกณฑ์ดังกล่าวควรยืดหยุ่นตามข้อเท็จจริงของสภาพการแข่งขัน</li> </ul> <p><b>Thitapa Haritaworn</b> บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเคินซี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ควรพิจารณาเพิ่มคำว่า “ไม่ผ่านเกณฑ์ที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดอย่างชัดเจนและเป็นธรรม และแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแล้ว” เพื่อป้องกันไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์ใช้ข้อยกเว้นกำหนดเกณฑ์ที่แฟรนไชส์ซีไม่อาจปฏิบัติตามได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากข้อเท็จจริงในแต่ละกรณีแตกต่างกัน จึงไม่สามารถกำหนดเกณฑ์ระยะทางที่เป็นตัวเลขหรือค่าเฉลี่ยที่เป็นเกณฑ์กลางที่เป็นรูปธรรมได้</li> <li>เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากจากการพิจารณาว่า จะต้องแจ้งล่วงหน้านานเพียงใดนั้น จะต้องพิจารณาลักษณะการประกอบธุรกิจแต่ละธุรกิจ</li> <li>เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากจากการพิจารณาว่าการกระทำของแฟรนไชส์ซอร์จะผิดตามร่างประกาศนี้หรือไม่ จะต้องพิจารณาประกอบพระราชบัญญัติ</li> </ul>

ลำดับ	เรื่อง/ประเด็น	ความคิดเห็น/ข้อสังเกต	คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
			การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๕๗ ซึ่งต้องพิจารณาความเป็นธรรมประกอบด้วย
๒.	<p><b>ข้อ ๔ วรรคสอง</b></p> <p>ในการพิจารณาพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดตามวรรคหนึ่งให้พิจารณาจากปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยสภาพการแข่งขันในตลาดประกอบกัน</p>	<p><b>นางสาวจัญญา นิติวัดนพงษ์</b> <b>นางสาวศศิพินท์ จันทรงค์ดี</b> บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เห็นว่า           <ol style="list-style-type: none"> <li>(๑) ควรระบุ พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาพื้นที่ใกล้เคียงที่สุดด้วย</li> <li>(๒) เพิ่มข้อความให้ชัดเจนว่าพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดไม่จำเป็นต้องเป็นพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดโดยระยะกระจัด (Displacement) หรือระยะทาง (Distance)</li> </ol> </li> </ul> <p><b>นายรัฐไกร ลิมศิริตระกูล</b> บริษัท กฎหมายเอสซีจี จำกัด</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(๑) การพิจารณาความใกล้เคียงจากปริมาณความต้องการของสินค้าและปัจจัยสภาพการแข่งขัน ไม่มีความชัดเจนและจะส่งผลให้แฟรนไชส์ซอร์ไม่สามารถดำเนินการได้จริง ดังนั้น หากปรับเรื่องพื้นที่ใกล้เคียง ควรระบุแนวทางพิจารณา เช่น รัศมีวงกลมหรือเส้นทางการเดินทางบนท้องถนน</li> <li>(๒) แฟรนไชส์ บางรายมีจำนวนแฟรนไชส์ซี น้อยมาก การกำหนดให้ต้องสอบถามแฟรนไชส์ซีรายเดิมในพื้นที่ใกล้เคียงที่สุด อาจไม่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติ เช่น แฟรนไชส์ซอร์มีแฟรนไชส์ซีเพียง ๓ ราย ในภาคเหนือ ๒ รายและภาคอีสาน ๑ ราย ดังนั้นหากแฟรน</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากข้อความเดิมครอบคลุมเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้ว</li> <li>● เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากในร่างประกาศฯ ได้กำหนดการพิจารณาพื้นที่ใกล้เคียงที่สุดให้พิจารณาจากปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยสภาพการแข่งขันในตลาดประกอบกัน โดยพิจารณาข้อเท็จจริงในแต่ละกรณี ทั้งนี้ไม่ได้พิจารณาจากระยะการกระจัดหรือระยะทาง</li> <li>● เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงกรณีดังกล่าวหากพิจารณาความสามารถในการทดแทนกันของสินค้าและบริการระหว่างแฟรนไชส์ซี</li> </ul>

ลำดับ	เรื่อง/ประเด็น	ความคิดเห็น/ข้อสังเกต	คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
		<p>ไซส์ชอร์จะเปิดสาขาในภาคใต้อาจไม่มีความจำเป็นต้องสอบถามแพรนาไซส์ซีทั้ง ๓ รายแต่อย่างใด</p> <p><b>นายศร อรัณารถ</b> บริษัท บางจากกรีเทล จำกัด กลุ่มบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ควรกำหนดนิยามและหลักเกณฑ์ที่นำมาพิจารณาถึงความต้องการสินค้าหรือบริการ และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องอีกชั้นหนึ่ง</li> </ul> <p><b>Thitapa Haritaworn</b> บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเคินซี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เห็นด้วยกับการกำหนดปัจจัยเพื่อใช้พิจารณาพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดที่กำหนดไว้โดยกว้าง แต่เพื่อให้เกิดความชัดเจนอาจจะระบุให้ชัดเจนว่า พื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุด ไม่ได้พิจารณาจากระยะทางระหว่างสถานที่ตั้งร้านค้าแฟรนไชส์แต่ละแห่งเพียงอย่างเดียว แต่ควรต้องพิจารณาข้อเท็จจริงอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น อธิบายเพิ่มว่า “พื้นที่ ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง” หมายความว่ารวมถึงสถานที่ตั้งร้านค้าแฟรนไชส์ “ปัจจัยสภาพการแข่งขันในตลาด” หมายความว่ารวมถึงการเดินทางไปยังที่ตั้งร้านค้าแฟรนไชส์</li> </ul>	<p>โดยกำหนดขอบเขตตลาดทางภูมิศาสตร์เป็นจังหวัดหรืออำเภอก็จะมีแฟรนไชส์ซีในพื้นที่ใกล้เคียงที่สุด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากมีการกำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณากำหนดขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ แล้ว</li> <li>เห็นควรคงร่างเดิม เนื่องจากมีการกำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณากำหนดขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ และมีนิยามในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ แล้ว</li> </ul>

ลำดับ	เรื่อง/ประเด็น	ความคิดเห็น/ข้อสังเกต	คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
๓.	<p><b>ข้อ ๔ วรรคสาม</b></p> <p>ในกรณีการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซึ่งมีลักษณะเป็นแฟรนไชส์เขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development) ซึ่งมีข้อตกลงเกี่ยวกับการขยายสาขา กำหนดเป็นเงื่อนไขไว้ในสัญญาแฟรนไชส์อันไม่อาจให้สิทธิในการเปิดสาขาใหม่แก่แฟรนไชส์ซีรายที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงที่สุดก่อนได้ ให้แฟรนไชส์ซอร์พิจารณาให้สิทธิในการขยายสาขาแก่แฟรนไชส์ซีรายที่เหมาะสมได้ โดยต้องมีเหตุผลที่สามารถรับฟังได้ในทางธุรกิจหรือทางเศรษฐศาสตร์</p>	<p><b>นางสาวจัญญา นิติวรรณพงษ์</b> <b>นางสาวศศิพันธ์ จันทศักดิ์</b> บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ในทางปฏิบัติการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะมีการทำสัญญาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาแฟรนไชส์หลายฉบับ ซึ่งรวมถึงสัญญาระบุเรื่องเขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development Agreement) ที่แยกฉบับกันกับสัญญาแฟรนไชส์ที่กำหนดไว้เพียงมาตรฐานการดำเนินร้านเท่านั้นและแต่ละสัญญามีการระบุสิทธิ หน้าที่และระยะเวลาสิ้นสุดของสัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรเพิ่มข้อความ “ในกรณีการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ซึ่งมีลักษณะเป็นแฟรนไชส์เขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development) ซึ่งมีข้อตกลงเกี่ยวกับการขยายสาขา กำหนดเป็นเงื่อนไขไว้ในสัญญาแฟรนไชส์หรือสัญญาที่เกี่ยวข้องกับเขตพัฒนาพื้นที่...”</li> </ul> <p><b>นายรัฐไกร ลัมศิริตระกูล</b> บริษัท กฎหมายเอสซีจี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ควรระบุความหมายของ “แฟรนไชส์ซีซึ่งมีลักษณะเป็นแฟรนไชส์เขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development)” ให้ชัดเจน เนื่องจากวรรคท้ายนี้มีความไม่ชัดเจนก่อให้เกิดการตีความที่แตกต่างกันได้</li> </ul> <p><b>Pattranith leochanthorn</b> ฝ่ายกฎหมายบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ควรกำหนดนิยาม เขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development) ให้ชัดเจนและตัวอย่างข้อตกลงเกี่ยวกับการขยายสาขาที่ได้รับการยกเว้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เห็นควรแก้ไขเป็น “กรณีการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในลักษณะเป็นแฟรนไชส์เขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development) ที่แฟรนไชส์ซอร์ให้สิทธิแก่แฟรนไชส์ซีในการดำเนินธุรกิจภายในพื้นที่ที่ตกลงกันและมีข้อตกลงเกี่ยวกับการขยายสาขา กำหนดเป็นเงื่อนไขไว้ในสัญญาแฟรนไชส์หรือมีข้อตกลงเกี่ยวกับการขยายสาขาประกอบกับสัญญาแฟรนไชส์ที่ทำให้ไม่อาจให้สิทธิในการเปิดสาขาใหม่แก่แฟรนไชส์ซีรายที่อยู่ในพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดก่อนได้ ให้แฟรนไชส์ซอร์พิจารณาให้สิทธิในการขยายสาขาแก่แฟรนไชส์ซีรายอื่นที่เหมาะสมได้ โดยต้องมีเหตุผลที่สามารถรับฟังได้ในทางธุรกิจทางการตลาด หรือทางเศรษฐศาสตร์” เพื่อให้เกิดความกระชับและชัดเจนมากยิ่งขึ้น</li> </ul>

ลำดับ	เรื่อง/ประเด็น	ความคิดเห็น/ข้อสังเกต	คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
		<p><b>นายกมลชัย เวทีบุรณะ</b> บริษัท กุฎหมายเอสซีจี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ควรขยายความว่าแฟรนไชส์ซีรายที่เหมาะสมหมายถึงผู้ใด</li> </ul> <p><b>นายยศธร อรัญนารถ</b> บริษัท บางจากกรีเทล จำกัด กลุ่มบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ควรกำหนดหลักเกณฑ์ที่นำมาพิจารณาเกี่ยวกับเหตุผลในทางธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ที่สามารถรับฟังได้เพื่อเป็นแนวทางให้แก่แฟรนไชส์ซีและแฟรนไชส์ซอร์</li> </ul> <p><b>Thitapa Haritaworn</b> บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเคินซี จำกัด</p> <p>(๑) เพิ่มนิยามคำว่า แฟรนไชส์เขตพัฒนาพื้นที่ (Area Development) เพื่อให้เกิดความชัดเจน โดยนิยามอาจจะรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี ความสามารถในการดำเนินงานของแฟรนไชส์ซี หรือตัวอย่างปัจจัยอื่นที่คณะกรรมการฯ จะนำมาพิจารณาว่าความสัมพันธ์ใดจะถือว่าเป็นแฟรนไชส์เขตพัฒนาพื้นที่</p> <p>(๒) ควรเพิ่ม “เหตุผลที่สามารถรับฟังได้ในทางการตลาด” ด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับถ้อยคำในประกาศฯ แนวพิจารณาการกระทำอันเป็นผลเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายอื่น พ.ศ.๒๕๖๑</p>	

ลำดับ	เรื่อง/ประเด็น	ความคิดเห็น/ข้อสังเกต	คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
๔.	ประเด็นอื่น ๆ	<p><b>นายรัฐไกร ลิ้มศิริตระกูล</b> บริษัท กฎหมายเอสซีจี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การรับฟังความเห็นควรมีการอธิบายเหตุผล ที่มาและสาเหตุ ในการแก้ไขหรือปรับปรุงสิ่งที่ต้องการรับฟังความเห็น นอกจากนี้ควรมีการอธิบายข้อความที่แก้ไขหรือปรับปรุงเพื่อให้เกิดความชัดเจน ตลอดจนอาจจัดให้มีการนำเสนอกรณีตัวอย่าง</li> </ul> <p><b>Thitapa Haritaworn</b> บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเคินซี จำกัด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● แก้ไขนิยามคำว่า “แฟรนไชส์” เช่นกำหนดให้ชัดเจนเกี่ยวกับ ลักษณะการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์แต่ละประเภท เพื่อให้สอดคล้อง ตามเจตนารมณ์ที่ต้องการให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างแฟรนไชส์ ซอร์รายใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองที่เหนือกว่าแฟรนไชส์รายเล็ก และ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนกับการประกอบธุรกิจประเภทอื่นๆ เช่น ธุรกิจโรงแรมที่เจ้าของแบรนด์โรงแรมอนุญาตให้ประกอบธุรกิจใน ระยะเวลาที่กำหนด จึงอาจถูกตีความตามนิยามแฟรนไชส์ว่าอยู่ ภายใต้อำนาจของประกาศด้วย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รับข้อเสนอเพื่อนำไปใช้ในการรับฟังความคิดเห็น ครั้งต่อไป</li> <li>● ไม่จำเป็นต้องกำหนดแยกประเภท และการประกอบธุรกิจบางกรณีเป็นแฟรนไชส์และอยู่ภายใต้ บังคับของประกาศด้วย</li> </ul>

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า  
กรกฎาคม ๒๕๖๔