



Laws Supporting Franchise Business Operations

Chongnang Wiputhanupong¹ and Siwaporn Saowakon²

Lecturer, School of Law, Sripatum University, Bangkok Thailand

¹E-mail: chongnang.wi@spu.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5207-0551>

²E-mail: siwaporn.so@spu.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-8596-2203>

Received 29/05/2024

Revised 14/06/2024

Accepted 10/07/2024

Abstract

Background and Aims: Nowadays, franchises are a very popular business model for entrepreneurs who want quick growth and effective management. Franchising is the practice of operating a business in which a written contract between a party known as the "Franchisor" and another party known as the "Franchisee" is entered into use own forms, systems, procedures, and intellectual property rights, or those you have permission to grant others, to conduct business within a designated timeframe or region. Thus, the study of laws supporting franchise business operation aims to (1) investigate the concepts related to franchise business operation, and (2) explore laws related to franchise business operation.

Methodology: This study was documentary research and explored related research, analyzed and presented the results according to the research objectives.

Results: At present, a franchise business is considered a fast-expanding business because the objectives of this kind of business are not only to expand the business and increase income, but also to reduce risks, strengthen the brand, develop skills, and create investment opportunities for people interested to be business owners. Although Thailand issues several laws to control franchise business operations including making a contract, unfair contract terms, intellectual property, consumer protection, trade competition, and laws specific to the business, Thailand does not prescribe specific laws to support franchise business operations.

Conclusion: Thailand does not provide a specific law to support franchise business operations. Therefore, for franchise businesses to operate with accuracy and fairness, as well as to act as an efficient tool in expanding business and creating success in the market, the researcher would like to propose a law specific to franchise business operations.

Keyword: Laws Supporting; Franchise Business Operation



กฎหมายรองรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

ชื่องาน วิภูธานุพงษ์ และ ศิวพร เสาวคนธ์

อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: แฟรนไชส์ (Franchise) เป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน หากผู้ประกอบการต้องการการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ แฟรนไชส์คือการประกอบธุรกิจที่บุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “แฟรนไชส์ซอร์” ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรตกลงให้บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “แฟรนไชส์ซี” ประกอบธุรกิจโดยใช้รูปแบบ ระบบ ขั้นตอนและสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตน หรือที่ตนมีสิทธิที่จะให้ผู้อื่นใช้ เพื่อประกอบธุรกิจภายในระยะเวลาหรือเขตพื้นที่ที่กำหนด การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ (2) กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

ระเบียบวิธีการศึกษา: การศึกษานี้เป็นการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์และนำเสนอตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา

ผลการศึกษา: เนื่องจากในปัจจุบันเนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจแฟรนไชส์ถือเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว วัตถุประสงค์ของธุรกิจแฟรนไชส์นอกเหนือจากการขยายธุรกิจและเพิ่มรายได้ ยังรวมถึงการลดความเสี่ยง การสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง การพัฒนาทักษะ และการสร้างโอกาสในการลงทุนให้กับผู้ที่สนใจเป็นเจ้าของธุรกิจอีกด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์หลายฉบับ ทั้งในส่วนของการทำสัญญา ข้อสัญญาไม่เป็นธรรม ทรัพย์สินทางปัญญา การคุ้มครองผู้บริโภค การแข่งขันทางการค้า และกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น แต่ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะรองรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

สรุปผล: ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะรองรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนั้น เพื่อให้การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ดำเนินการได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม และเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการขยายธุรกิจและสร้างความสำเร็จในตลาด จึงเห็นควรมีกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

คำสำคัญ: กฎหมายรองรับ; การประกอบธุรกิจ; แฟรนไชส์

บทนำ

แฟรนไชส์ (Franchise) เป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน หากผู้ประกอบการต้องการการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ แฟรนไชส์คือการประกอบธุรกิจที่บุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “แฟรนไชส์ซอร์” ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรตกลงให้บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า “แฟรนไชส์ซี” ประกอบธุรกิจโดยใช้รูปแบบ ระบบ ขั้นตอนและสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตน หรือที่ตนมีสิทธิที่จะให้ผู้อื่นใช้ เพื่อประกอบธุรกิจภายในระยะเวลาหรือเขตพื้นที่ที่กำหนด และการประกอบธุรกิจนั้นอยู่ภายใต้การส่งเสริมและควบคุมตามแผนการดำเนินธุรกิจของแฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซีมีหน้าที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แฟรนไชส์ซอร์ (ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์, ออนไลน์ : ข้อ 2)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับควบคุมการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ประกอบด้วย ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 กฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สิน

ทางปัญญา พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 และกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวกับธุรกิจนั้นโดยตรง เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2535 เป็นต้น แม้ว่ากฎหมายเหล่านั้นจะควบคุมการทำสัญญา ข้อสัญญาไม่เป็นธรรม ทรัพย์สินทางปัญญา การคุ้มครองผู้บริโภค การแข่งขันทางการค้า แต่พบว่ามีประเด็นปัญหาหลายประการ ได้แก่ ปัญหาการบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี พบว่าในบางกรณียังขาดข้อตกลงในสัญญาแฟรนไชส์อาจไม่ชัดเจนหรือไม่ครอบคลุมทุกประเด็น ทำให้เกิดข้อขัดแย้งระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี หรือปัญหาการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน เนื่องจากแฟรนไชส์ซีบางรายอาจไม่สามารถรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการตามที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดไว้ได้ หรือปัญหาการขาดกฎหมายเฉพาะทำให้การคุ้มครองสิทธิของแฟรนไชส์ซีอาจไม่เพียงพอ แฟรนไชส์ซีซึ่งเป็นผู้ลงทุนและดำเนินธุรกิจตามรูปแบบของแฟรนไชส์ซอร์ อาจตกอยู่ในสถานการณ์ที่เสียเปรียบหากเกิดความขัดแย้งหรือข้อพิพาท เหล่านี้ ล้วนมาจากสภาพบังคับของกฎหมายที่ยังขาดประสิทธิภาพ (ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์, 2564 : 283)

ดังนั้น หากประเทศไทยมีกฎหมายเฉพาะรองรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ย่อมเป็นการส่งเสริมการพัฒนาและการเติบโตของธุรกิจแฟรนไชส์อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม นอกจากนี้การมีกฎหมายที่ชัดเจนจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ ทั้งในด้านการลงทุนและการดำเนินธุรกิจ รวมถึงช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์
2. เพื่อศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

1. ความหมายของแฟรนไชส์

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ให้นิยามแฟรนไชส์ไว้ว่า แฟรนไชส์ (Franchise) คือ กระบวนการทางธุรกิจที่องค์กรธุรกิจหนึ่ง ๆ ได้พัฒนาวิธีการ และรูปแบบจนได้รับการพิสูจน์ด้วยระยะเวลาแล้วว่า ประสบความสำเร็จในการ ประกอบการและการจัดการธุรกิจในระดับหนึ่ง และได้ถ่ายทอดสิทธิในการประกอบธุรกิจตามวิธีการและรูปแบบดังกล่าวพร้อมกับตัวสินค้าหรือบริการให้กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นภายใต้ตราหรือเครื่องหมายการค้าและบริการอันหนึ่งอันใด โดยกระบวนการนี้ เกี่ยวข้องกับการทำนิติกรรมระหว่างบุคคล 2 กลุ่ม ในบางกรณีอาจรวมถึงบุคคลอื่นด้วย หรือคือข้อตกลงกันระหว่างเจ้าของธุรกิจอนุญาตให้ผู้ขอรับสิทธิดำเนินการธุรกิจและบริการ ภายใต้ชื่อการค้าของตน และปฏิบัติตามรูปแบบการทำธุรกิจของเจ้าของสิทธิตามสัญญาที่ตกลงกันได้ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2561 : 4)

ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ ได้ให้นิยามแฟรนไชส์ไว้ว่า

“แฟรนไชส์ (Franchise)” หมายความว่า การประกอบธุรกิจที่บุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า “แฟรนไชส์ซอร์” ทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรตกลงให้บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า “แฟรนไชส์ซี” ประกอบธุรกิจโดยใช้รูปแบบ ระบบ ขั้นตอนและสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตน หรือที่ตนมีสิทธิที่จะให้ผู้อื่นใช้ เพื่อประกอบธุรกิจภายในระยะเวลา หรือเขตพื้นที่ที่กำหนด และการประกอบธุรกิจนั้นอยู่ภายใต้การส่งเสริมและควบคุมตามแผนการดำเนินธุรกิจของแฟรนไชส์ซอร์ และแฟรนไชส์ซีมีหน้าที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่แฟรนไชส์ซอร์

แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) หมายความว่า บุคคลผู้ให้สิทธิในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

แฟรนไชส์ซี (Franchisee) หมายความว่า บุคคลผู้รับสิทธิในการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ (ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ , ออนไลน์ : ข้อ 2)

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า แฟรนไชส์เป็นรูปแบบหนึ่งของการขยายธุรกิจที่เจ้าของ แบบ รนด์ เรียกว่า “แฟรนไชส์ซอร์” ให้สิทธิแก่ผู้รับสิทธิ เรียกว่า “แฟรนไชส์ซี” ในการดำเนินธุรกิจภายใต้แบรนด์และระบบที่ได้พัฒนาไว้แล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์

ธุรกิจแฟรนไชส์ถือเป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง ซึ่งผู้ประกอบการทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงรูปแบบของธุรกิจประเภทดังกล่าวได้ ซึ่งนอกจากเป็นธุรกิจที่ถือว่าการลงทุนมีความเสี่ยงน้อยกว่าการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เนื่องจากมีระบบและกระบวนการที่ได้รับการทดสอบแล้วารสนับสนุนและการฝึกอบรม นอกจากนี้บางแฟรนไชส์ยังมีการให้บริการการสนับสนุนและการฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ เช่น การฝึกทักษะการดำเนินธุรกิจ การจัดการสินค้า หรือการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจแฟรนไชส์ ประกอบด้วย แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) หรือผู้ขายสิทธิแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นผู้อนุญาตให้ใช้ผลิตภัณฑ์ ชื่อทางการค้า ทรัพย์สินทางปัญญา วิธีการ กำหนดหลักเกณฑ์ให้ปฏิบัติตามสัญญา ให้การสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ สนับสนุนให้ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องด้วยการจัดหาวัตถุดิบ สินค้า ให้การฝึกอบรม ส่งเสริมการตลาดและให้คำปรึกษาแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นคู่สัญญาที่จำกัดอำนาจการให้สิทธิแฟรนไชส์ตามกำหนดระยะเวลาคือแฟรนไชส์ซี (Franchisee) หรือผู้ซื้อสิทธิแฟรนไชส์ ซึ่งต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นการตอบแทน ได้แก่ เงินค่าตอบแทนในการอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Franchise Fee) เงินค่าธรรมเนียมการทำธุรกิจต่อเนื่อง (Royalty Fee) โดยเก็บเป็นร้อยละของผลกำไร และค่าธรรมเนียมอื่นๆ แล้วแต่แฟรนไชส์ซอร์จะเรียกเก็บ (ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์, 2564 : 283) ดังนั้น ธุรกิจแฟรนไชส์จึงถือว่าเป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นให้โอกาสแก่ผู้ประกอบการที่สนใจเริ่มต้นธุรกิจด้วยความเสี่ยงที่น้อยกว่า และการให้ระบบที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จในระยะยาว

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ของแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งในบทความนี้ได้ศึกษากลุ่มสหภาพยุโรป สาธารณรัฐเกาหลี เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับกฎหมายของประเทศไทย เนื่องจากสหภาพยุโรปและสาธารณรัฐเกาหลีถือเป็นกลุ่มประเทศที่มีการส่งเสริมธุรกิจแฟรนไชส์ ดังจะเห็นได้จากการนำเข้าและส่งออกสินค้า

รวมถึงการขยายธุรกิจแฟรนไชส์ไปยังหลากหลายประเทศทั่วโลก สำหรับกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์มีรายละเอียดดังนี้

1. สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรป (European Union) มีแนวทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจแฟรนไชส์การค้าระหว่างประเทศ การคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) Directive 2005/29/EC of the European Parliament and the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and the Council (“Unfair Commercial Practices Directive”) เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการกระทำทางค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยในหมวด 2 การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Commercial Practices) ได้กำหนดข้อห้ามในการดำเนินการทางธุรกิจที่เป็นไปได้และไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ดังนั้น จึงเกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์ ในกรณีการกระทำของผู้ค้าหรือผู้ประกอบการแฟรนไชส์ที่ไม่เป็นธรรม (Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council, 2024: Online)

(2) EU Competition Law หรือ Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) ซึ่งกำหนดเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและเสรีในตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการมีสินค้าที่มีคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม และเพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งข้อกำหนดที่สำคัญมีดังนี้ มาตรา 101 ได้กำหนดการห้ามการตกลงและการปฏิบัติที่จำกัดการแข่งขัน กล่าวคือการข้อตกลงระหว่างบริษัทที่มีเป้าหมายหรือผลกระทบที่จำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันภายในตลาด หรือการสมรู้ร่วมคิดและการคบคิดทางการค้า เช่น การกำหนดราคา การแบ่งตลาด หรือการจำกัดการผลิต เป็นต้น หรือในมาตรา 102 ได้กำหนดห้ามใช้อำนาจเหนือตลาดเพื่อขัดขวางหรือจำกัดการแข่งขัน การกำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม การจำกัดการผลิต หรือการสร้างเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมต่อคู่แข่ง ดังนั้น จึงเกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์ในเรื่องของการกำหนดราคา การจำกัดการค้า และการควบคุมการรวมกิจการ เนื่องจากการกระทำใดที่เข้าข่ายการละเมิดกฎหมายการแข่งขัน อาจส่งผลให้ธุรกิจแฟรนไชส์ต้องเผชิญกับค่าเสียหายทางกฎหมายและความเสี่ยงในการดำเนินการธุรกิจในยุโรป (EU Competition Law, 2024 : Online)

(3) Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council ซึ่งกำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีหลักการสำคัญคือ (1) สิทธิในการยกเลิกการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคสามารถยกเลิกการซื้อสินค้าและบริการภายใน 14 วันโดยไม่ต้องให้เหตุผล (2) การให้ข้อมูลล่วงหน้า ซึ่งผู้ขายต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนแก่ผู้บริโภคก่อนทำการสัญญา (3) ความโปร่งใสในการกำหนดราคา ซึ่งราคาที่แสดงต้องรวมภาษีและค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมทั้งหมด (4) การคืนเงิน ซึ่งผู้ขายต้องคืนเงินให้ผู้บริโภคภายใน 14 วันหลังจากได้รับการแจ้งยกเลิก (5) การจัดส่งสินค้า ซึ่งสินค้าต้องถูกจัดส่งภายใน 30 วัน เว้นแต่จะมีการตกลงกันเป็นอย่างอื่น ดังนั้น เมื่อแฟรนไชส์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการหรือ

การขายสินค้า จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค (Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council, 2024 : Online)

(4) Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) ซึ่งกำหนดเกี่ยวกับควบคุมการเก็บรักษาและใช้ข้อมูลส่วนบุคคล หลักการสำคัญเกี่ยวกับสิทธิของเจ้าของข้อมูล (Data Subject Rights) คือ (1) สิทธิในการเข้าถึง (Right of Access): เจ้าของข้อมูลสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของตนที่ถูกเก็บรวบรวมและประมวลผลได้ (2) สิทธิในการแก้ไข (Right to Rectification): เจ้าของข้อมูลมีสิทธิในการแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง (3) สิทธิในการลบข้อมูล (Right to Erasure) เจ้าของข้อมูลสามารถขอให้ลบข้อมูลของตนได้ในบางกรณี (4) สิทธิในการโอนย้ายข้อมูล (Right to Data Portability) เจ้าของข้อมูลมีสิทธิในการรับข้อมูลของตนในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานและสามารถโอนย้ายไปยังผู้ควบคุมข้อมูลรายอื่นได้ ดังนั้น เมื่อข้อมูลของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเก็บรักษาและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด (Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council, 2024 : Online)

(5) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่

(5.1) Regulation (EU) 2017/1001 of the European Parliament and of the Council of 14 June 2017 on the European Union trademark (codification) ซึ่งกำหนดข้อบังคับและขั้นตอนเกี่ยวกับการจดทะเบียนและการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในระดับสหภาพยุโรป

(5.2) Directive (EU) 2016/943 of the European Parliament and of the Council of 8 June 2016 on the protection of undisclosed know-how and business information (trade secrets) against their unlawful acquisition, use, and disclosure ให้การคุ้มครองข้อมูลทางธุรกิจที่เป็นความลับ เช่น ความลับสูตรอาหาร สูตรเครื่องดื่ม เป็นต้น

(5.3) Directive 2001/29/EC of the European Parliament and the Council of 22 May 2001 on the harmonization of certain aspects of copyright and related rights in the information society มุ่งเน้นการคุ้มครองลิขสิทธิ์ ซึ่งสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการอนุญาตหรือห้ามการทำให้ซ้ำ การเผยแพร่ต่อสาธารณชน และเผยแพร่ผลงานของตน

(5.4) Regulation (EU) No 1257/2012 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2012 implementing enhanced cooperation in the area of the creation of unitary patent protection ให้ความคุ้มครองเกี่ยวกับสิทธิบัตร รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมและการวิจัย

2. สาธารณรัฐเกาหลี

Fair Transactions in Franchise Business Act คือกฎหมายของประเทศเกาหลีใต้ที่ออกแบบมาเพื่อควบคุมและกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ กฎหมายนี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมและความโปร่งใสในธุรกิจแฟรนไชส์ โดยคุ้มครองสิทธิของทั้งแฟรนไชส์ซอร์ (ผู้ให้สิทธิ์แฟรนไชส์) และแฟรนไชส์ซี (ผู้รับสิทธิ์แฟรนไชส์) (Fair Transactions in Franchise Business Act, 2024 : Online)

สาระสำคัญของ Fair Transactions in Franchise Business Act

1. การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Requirements) แฟรนไชส์ซอร์ต้องเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับธุรกิจของตนต่อแฟรนไชส์ซี เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ โมเดลธุรกิจ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การสนับสนุนที่ได้รับ และข้อมูลทางการเงิน ซึ่งเอกสารการเปิดเผยข้อมูลต้องถูกจัดทำและส่งมอบให้แฟรนไชส์ซีอย่างน้อย 14 วันก่อนการลงนามในสัญญา

2. การทำสัญญาแฟรนไชส์ (Franchise Agreement Requirements) สัญญาแฟรนไชส์ต้องมีความชัดเจนและเป็นธรรม รวมถึงระบุสิทธิและหน้าที่ของทั้งสองฝ่ายอย่างชัดเจน รวมถึงกำหนดเงื่อนไขในการยกเลิกสัญญา การต่ออายุ และการโอนสิทธิ

3. การป้องกันการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม (Prohibitions on Unfair Practices) ห้ามแฟรนไชส์ซอร์ปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อแฟรนไชส์ซี เช่น การบังคับให้ซื้อสินค้าในราคาที่สูงเกินไป การควบคุมการขายเกินไป หรือการไม่ให้การสนับสนุนตามที่สัญญาไว้ รวมถึงการตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันการหลอกลวงและการให้ข้อมูลที่ผิดพลาด

4. การระงับข้อพิพาท (Dispute Resolution) กำหนดกระบวนการระงับข้อพิพาทระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี เพื่อให้การแก้ไขข้อพิพาทเป็นไปอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม (Fair Transactions in Franchise Business Act, 2024 : Online)

3. ประเทศไทย

ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์

เหตุผลของการออกประกาศนี้ เนื่องจากการกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อให้การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม โดยแฟรนไชส์ซอร์ต้องไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่แฟรนไชส์ซี ตามมาตรา 57 แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 17(3) แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า จึงออกประกาศไว้ ซึ่งในข้อ 3 ของประกาศฉบับนี้ได้กำหนดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีการแข่งขันอย่างเสรีเป็นธรรม และโปร่งใส แฟรนไชส์ซอร์ต้องเปิดเผยรายละเอียดข้อมูลการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ของตนให้แก่แฟรนไชส์ซีก่อนการเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ ในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) ข้อมูลเกี่ยวกับค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ (Franchise Fee) ค่าสิทธิ (Royalty Fee) ค่าใช้จ่ายการตลาด ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม และค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ วิธีการคำนวณค่าใช้จ่ายรวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการจ่ายเงินและเงื่อนไขในการคืนเงิน เป็นต้น

(2) แผนการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ เช่น การให้ความช่วยเหลือในการบริหารจัดการ การฝึกอบรม การให้คำแนะนำ จำนวนและสถานที่ตั้งของแฟรนไชส์ซีในพื้นที่ใกล้เคียงในปัจจุบันและอนาคต และรายละเอียดการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

บทวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

1. วิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์

ในประเด็นนี้ แม้ว่าธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงรูปแบบของธุรกิจประเภทดังกล่าวได้ เพราะนอกจากเป็นธุรกิจที่ถือว่าการลงทุนมีความเสี่ยงน้อยกว่าการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ยังมีระบบและกระบวนการที่ได้รับการทดสอบแล้วรสนับสนุนและการฝึกอบรม นอกจากนี้บางแฟรนไชส์ยังมีการให้บริการการสนับสนุนและการฝึกอบรม อย่างไรก็ตาม ที่เป็นประเด็นปัญหาคือ การบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี พบว่าในเรื่องข้อตกลงในสัญญาแฟรนไชส์อาจไม่ชัดเจนหรือไม่ครอบคลุมทุกประเด็น ทำให้เกิดข้อขัดแย้งระหว่างแฟรนไชส์ซอร์และแฟรนไชส์ซี นอกจากนี้การสนับสนุนและการฝึกอบรมไม่เพียงพอ ทำให้การสนับสนุนหรือการฝึกอบรมไม่เพียงพอ ส่งผลให้แฟรนไชส์ซีไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน เนื่องจากแฟรนไชส์ซีบางรายอาจไม่สามารถรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการตามที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดไว้ได้ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ ในขณะเดียวกันแฟรนไชส์ซอร์อาจไม่สามารถตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของแฟรนไชส์ซีทุกสาขาได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ปัญหาเกี่ยวกับการตลาดและการแข่งขัน พบว่าแฟรนไชส์ซอร์อาจไม่สามารถทำการตลาดในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้แฟรนไชส์ซีมีความยากลำบากในการดึงดูดลูกค้า ในขณะเดียวกันแฟรนไชส์ซีต้องแข่งขันกับธุรกิจอื่นในพื้นที่ซึ่งอาจมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกัน

ดังนั้น จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์เกี่ยวกับสัญญาและการสนับสนุนจากแฟรนไชส์ซอร์ที่ไม่เพียงพอ การควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการไม่สม่ำเสมอและการควบคุมคุณภาพไม่ทั่วถึง รวมถึงปัญหาการตลาดและการแข่งขันในตลาดท้องถิ่น ในประเด็นนี้ ผู้เขียนเห็นว่าหากมีการควบคุมธุรกิจแฟรนไชส์ทั้งในรูปแบบข้อกำหนดที่มีมาตรฐานและเงื่อนไขในสัญญาที่เป็นธรรม ย่อมส่งผลให้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ดำเนินไปอย่างประสบผลสำเร็จ

2. วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์

ในประเด็นนี้ ในประเทศไทยยังไม่มีกรอบกฎหมายเฉพาะควบคุมการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ทำให้การกำกับดูแลขึ้นอยู่กับกฎหมายทั่วไป ที่เป็นประเด็นปัญหาคือ หากเป็นเรื่องของนิติกรรมและสัญญา ได้แก่ การเกิดสัญญา การแสดงเจตนาของคู่สัญญา การตีความสัญญา ผลของสัญญา การบอกเลิกสัญญาและการผิดสัญญา ย่อมเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หากเป็นเรื่องข้อสัญญาไม่เป็นธรรม ย่อมเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ทั้งนี้ หากเกิดกรณีคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายมีฐานะไม่เท่าเทียมกัน เนื่องจากแฟรนไชส์ซีอาจมีอำนาจในการเจรจาต่อรองน้อยกว่าแฟรนไชส์ซอร์ หากว่าข้อสัญญาดังกล่าวแฟรนไชส์ซอร์ได้เปรียบแฟรนไชส์ซีเกินสมควร ข้อสัญญาดังกล่าวถือเป็นสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ดังนั้น ปัญหาดังกล่าวย่อมเป็นไปตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ซึ่งกำหนดให้สัญญามีผลใช้บังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาประเด็นดังกล่าวยังพบว่าในกรณีการทำสัญญาแฟรนไชส์บางครั้งมีข้อกำหนดที่ไม่เป็นธรรมต่อแฟรนไชส์ซี เช่น การเรียกเก็บค่าสิทธิหรือค่าธรรมเนียมที่สูงเกินไป หรือการกำหนดเงื่อนไขที่ไม่สมเหตุสมผลในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ในบางกรณีแฟรนไชส์ซอร์บางรายอาจไม่เปิดเผยข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจ เช่น ข้อมูลทางการเงิน ประวัติการดำเนินธุรกิจ หรือความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา พบว่าหากเป็นเรื่องการใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือบริการ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ความลับทางการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากหากแฟรนไชส์ซอร์ประสงค์จะให้แฟรนไชส์ซีสามารถใช้เครื่องหมายการค้าหรือบริการ หรือสิทธิบัตรของตนก็จะต้องมีการจดทะเบียนสัญญา

อนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือบริการ หรือสิทธิบัตรกับทางราชการด้วย ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท เช่น พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 หรือพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาประเด็นดังกล่าวยังพบว่าในกรณีการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาแฟรนไชซอร์ต้องจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ ซึ่งอาจมีความยุ่งยากและใช้เวลา ทำให้แฟรนไชซอร์บางกลุ่มไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว ส่งผลให้เกิดปัญหาเรื่องการละเมิด ซึ่งส่งกระทบต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นในแบรนด์สินค้านั้น

การคุ้มครองผู้บริโภค พบว่าหากมีปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าที่อาจเกินจริง การปิดฉลากสินค้า หรือการกำหนดให้ธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา เป็นต้น ย่อมเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาประเด็นดังกล่าวยังพบว่าการคุ้มครองยังไม่เพียงพอ ซึ่งผู้บริโภคที่เป็นแฟรนไชซีอาจไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างเพียงพอในกรณีที่เกิดข้อพิพาทกับแฟรนไชซอร์

การแข่งขันทางการค้า พบว่าการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ต้องอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า จะถูกควบคุมมิให้มีการใช้วิธีการที่กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าถือว่าเป็นการผูกขาด หรือการกระทำที่เป็นการใช้อำนาจเหนือตลาด เว้นแต่มีความจำเป็นและมีเหตุผลสมควร โดยจะต้องขออนุญาตต่อคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าก่อน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาประเด็นดังกล่าวยังพบยังมีปัญหาเกี่ยวกับเงื่อนไขสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เช่น การตั้งราคาสินค้าสูงเกินไป หรือการบังคับซื้อสินค้าจากแฟรนไชซอร์ เป็นต้น การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและการแก้ไขข้อพิพาททางการค้าที่ซับซ้อน การสนับสนุนในการส่งเสริมการขายไม่เพียงพอและการรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ในทุกสาขา นอกจากนี้ยังรวมถึงปัญหาการปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและการควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ

นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น หากเป็นเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเฉพาะ ต้องเป็นไปตามกฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นโดยตรง เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2535 เป็นต้น

ดังนั้น จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นในประเด็นเกี่ยวกับการควบคุมการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ หากพิจารณาเปรียบเทียบกับสหภาพยุโรป (European Union) ซึ่งมีแนวทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจแฟรนไชส์ การค้าระหว่างประเทศ การคุ้มครองผู้บริโภค และ Fair Transactions in Franchise Business Act ของสาธารณรัฐเกาหลี พบว่าออกแบบมาเพื่อควบคุมและกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ กฎหมายนี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมและความโปร่งใสในธุรกิจแฟรนไชส์ โดยคุ้มครองสิทธิของทั้งแฟรนไชซอร์ (ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์) และแฟรนไชซี (ผู้รับสิทธิแฟรนไชส์) เช่นนี้ หากประเทศไทยมีกฎหมายเฉพาะรองรับการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ตามแนวทางของสาธารณรัฐเกาหลี ย่อมส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหม่และมีช่องทางในการหารายได้ เนื่องจากแฟรนไชซีสามารถเริ่มต้นธุรกิจที่มีความเสี่ยงต่ำกว่าจากใช้แบรนด์ที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จอยู่แล้ว รวมถึงธุรกิจแฟรนไชส์ได้รับการพัฒนาและเติบโตในโลกธุรกิจสืบไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

การประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ถือเป็นธุรกิจต้นแบบที่ตรวจสอบแล้ว ทำให้การเริ่มต้นธุรกิจอย่างรวดเร็วและสะดวก ได้รับการสนับสนุนและการฝึกอบรมจากบริษัทแม่ เชื่อมโยงกับชื่อแบรนด์ที่มีความนิยม และมีระบบที่มีความสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังทำให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตและขยายตัวมากขึ้น รวมถึงช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนและช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยยังไม่มีพระราชบัญญัติแฟรนไชส์เฉพาะ แต่การทำธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดหลายประการที่เกี่ยวข้อง เช่น การทำสัญญา การคุ้มครองผู้บริโภค การแข่งขันทางการค้า และการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านภาษี

และบัญชี เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด แก่แฟรนไชส์ซี แฟรนไชส์ซอร์ และผู้บริโภค แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดของกฎหมายแต่ละฉบับ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิด ปัญหาเรื่องความซ้ำซ้อน และเกิดความล่าช้าในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงไม่สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ธุรกิจและความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นควรเสนอให้มีกฎหมายเฉพาะเพื่อ ควบคุมการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งโครงสร้างกฎหมายต้นแบบการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ มีดังนี้

- (1) คำนิยาม
- (2) สิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาแฟรนไชส์
- (3) สัญญาแฟรนไชส์
- (4) การใกล้เคียงข้อพิพาท
- (5) คณะกรรมการการประกอบธุรกิจแฟรนไชส์
- (6) บทลงโทษ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). *คู่มือการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์ตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการธุรกิจในระบบแฟรนไชส์*. นนทบุรี : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.

ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมใน ธุรกิจแฟรนไชส์. ข้อ 2. Retrieved from: https://www.tcct.or.th/assets/portals/1/files/2-article_20191209102140.pdf.

ศิริพัฒน์ ศรีจันทร์. (2564). การพิจารณาก่อนเป็นแฟรนไชส์ซี. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ*. 11 (2), 281-293.

Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council. (2024). *Unfair Commercial Practices*. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council. (2024). *Directive 2011/83/EU on Consumer Rights*. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32011L0083>

EU Competition Law. (2024). *Article 101-102*. Retrieved from: <https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-03/merger2015.pdf>

Fair Transactions in Franchise Business Act. (2024). *Purpose*. Retrieved from: <https://wipo.lex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/kr/kr119en.pdf>

Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council. (2024). *General Data Protection Regulation: GDPR*. Retrieved from: <https://www.rapdp.org/index.php/en/node/56>