

แนวทางการจัดให้มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ
ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

ขวัญชนก สายชมภู

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ปริธีดี พนมยงค์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2562

**Guideline Evolvement on Law for Consumer Protection Suitable
in Book Industry of Thailand**

Kwanchanok Saichompoo

A Thesis in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Laws

Department of Law

Pridi Bhanomyong Faculty of Law, Dhurakij Pundit University

2019



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แนวทางการจัดให้มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่
เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

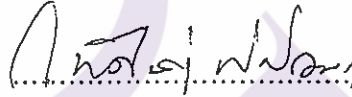
เสนอโดย นางสาวขวัญชนก สายชมภู

สาขาวิชา นิติศาสตร์

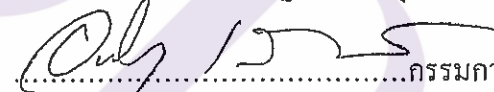
หมวดวิชา กฎหมายเอกชนและกฎหมายธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา เลื่อนฉวี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.ไพศิษฐ์ พิพัฒน์กุล)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา เลื่อนฉวี)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ โชคเหมาะ)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์กานินี กิจพ้อคำ)

คณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์ รับรองแล้ว

..... คณบดีคณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตน์ชื้อสกุล)

วันที่ ...31... เดือน ...กรกฎาคม... พ.ศ. ...2562...

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แนวทางการจัดให้มีกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ขวัญชนก สายชมภู
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา เลื่อนจวี
สาขาวิชา	กฎหมายธุรกิจและกฎหมายเอกชน
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคาหนังสือ โดยศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย และการควบคุมราคาสินค้าประเภทหนังสือ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย และการควบคุมราคาสินค้าประเภทหนังสือ เพื่อเสนอแนวทางในการสร้างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ประกอบการขนาดเล็กในธุรกิจหนังสือ

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาทางกฎหมายของประเทศไทยไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจหนังสือมีการปิดตัวลงจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อรายสุดท้ายหรือผู้อ่านอย่างไม่เป็นธรรม เนื่องจากผลกระทบที่สำคัญในระบบธุรกิจหนังสือ คือ “ราคา” หากสินทรัพย์หรือหนังสือมีราคาที่สูงมาก ความต้องการของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือก็ลดลงไป หลังจากนั้นก็ส่งผลกระทบกันอย่างต่อเนื่องเป็นลูกโซ่มากขึ้น เริ่มจาก จำนวนที่ลดลงของผู้บริโภคหนังสือหรือผู้อ่านหรือผู้ซื้อรายสุดท้ายที่มีต่อร้านค้าหนังสือ ทั้งระบบธุรกิจหนังสือยังคงเป็นระบบของสายต่อในการจัดจำหน่ายสินค้า ที่มีความสัมพันธ์ในการจัดจำหน่ายเป็นคู่สัญญาทางธุรกิจสามฝ่าย คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำหรือขบวนการพิมพ์และตลาด ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือ เป็นการเริ่มต้นของรูปแบบผลกระทบการตั้งราคาหนังสือที่มาอุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงตลาด โดยอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมักจะใช้ คือ กลไกการตั้งราคาของเศรษฐกิจโลก และด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในช่วงตลาด คือ ผู้แบกรับความสัมพันธ์มากที่สุด โดยในส่วนนี้ เป็นปัญหาทางกฎหมายที่เกิดจากการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ส่งผลไปยังปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มี

การกำหนดราคาที่สามารถสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค ร้านค้าหนังสือขนาดใหญ่จะมีความสามารถในการจัดจำหน่ายสินทรัพย์ประเภทหนังสือได้มากกว่าร้านค้าหนังสือขนาดเล็ก ดังนั้น การแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็ก โดยต้องดำเนินมาจกสายเริ่มต้นของการจัดจำหน่ายหนังสือ คือ การตั้งราคาและความสามารถที่จะทำให้อร้านค้าหนังสือทุกขนาดมีความสามารถในการจำหน่ายหนังสือได้อย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรมมากที่สุด

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยที่มีปัญหาทางกฎหมายของการไม่มีบทบัญญัติที่เป็นการเฉพาะในระบบธุรกิจหนังสือ จึงควรจะต้องศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งมาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศที่มีการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ อันนำไปสู่การคงอยู่ของระบบธุรกิจไม่ให้เกิดการผูกขาดของระบบธุรกิจและมีการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือ ซึ่งประเทศไทยต้องมีการสร้างมาตรการทางกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาทางกฎหมายโดยมีการร่างบทบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เป็นสร้างประโยชน์ให้กับร้านค้าปลีก(Bookseller) เพื่อที่จะสามารถดำรงร้านของตนให้อยู่ได้มากขึ้น และมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมในการค้าหนังสือที่จะไม่ถูกผูกขาดการค้าโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (Publishers) ที่มีกำลังการลงทุนและการขายมากกว่าร้านค้ารายย่อย โดยเมื่อมีการคงอยู่ของร้านค้ามากขึ้น ความหลากหลายทางหนังสือก็มากขึ้นตามไปด้วย เพราะการรักษาสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบหนังสือให้สามารถดำรงอยู่ได้ถือเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะหนังสือนั่นถือเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่ามากกว่าสินทรัพย์อื่นเพราะเป็นสิ่งที่สามารถรักษาไว้ ซึ่งวัฒนธรรมทุกอย่างของชาติและของโลก

Thesis Title	Guideline Evolvement on Law for Consumer Protection Suitable in Book Industry of Thailand.
Author	Kwanchanok Saichompoo
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Apinya Luernchavhee
Department	Law
Academic Year	2018

ABSTRACT

The objective of the thesis was to investigate the concepts and the theories of the law concerning trade competition and determining the book price through studying the legal measures for consumer protection in book business system, the relationship between large and small entrepreneurs, and price controlling for books. Besides, the purpose of the study was to analyze the problems and measures of the laws concerning consumer protection in book business system, the relationship between large and small entrepreneurs, and price controlling for books. In addition, it was done for the purpose of giving some recommendations which help develop any legal measures concerning the protection for consumers and small entrepreneur in book business.

From the findings, the problem was that there was no law to protect consumer rights specifically in book business system. At present a lot of book businesses have been closed, unfairly affecting the consumers or the end buyers or the readers because the primary effect in book business system is the price. If the property or the book has got high price, the demand will decrease as well. Then the effect will be linked in a chain more and more. Furthermore, the book business system is to resell in distribution; the relation is about three parties of contract: upstream, midstream (publication and marketing) and downstream industries. The relationship among the book entrepreneurs in book business initiates the pattern of the effect of price fixing

from the upstream to the market. Upstream and midstream industries often use mechanics of world economy. As a result, the small entrepreneur will be the bearer of relation most. It is caused by lack of any law controlling relationship between the large and small entrepreneurs, which leads to the forensic problems – no measures for fixing the price justly. Larger book shops will have more ability to distribute books than the smaller ones. Therefore the competition between the large and small entrepreneurs, which should begin from the start of book distribution, is the price fixing and the ability which helps every book shop to distribute books equally and fairly most.

As a result, the lack of any laws towards the book business system in Thailand should be solved by studying the concepts and the theories including legal measures of foreign countries which possess consumer protection in book business system. This will lead to the existence of the business; no monopoly in business, and the existence of book business system. In Thailand legal measures should be developed to solve it, which consists of the bill about consumer protection specifically in book business. The main purposes of this are to be beneficial for the retail booksellers, to have book shops last longer, to create fairness in book business which would not be monopolized by any companies or big publishers with more big funds and sale powers than the small business. In addition, to keep the cultural property in form of book is an important thing because a book is worth more than other one to record some cultures of the nations and the world.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา เลื่อนฉวี และ อาจารย์พัศธร พันธุ์สุวรรณ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณและจารึกพระคุณนี้ไว้ในความทรงจำอย่างมีรู้ลืมเถิดว่าความสำเร็จในครั้งนี้เกิดขึ้นได้ด้วยความกรุณาจากท่านอาจารย์ นอกจากนี้ขอขอบพระคุณคณะกรรมการอื่นๆ อันประกอบด้วย ศาสตราจารย์ ดร.ไพศิษฐ์ พิพัฒนกุล ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ โชคเหมาะ และรองศาสตราจารย์ภานิณี กิจพอคำ กรรมการ ซึ่งได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในการแก้ไข และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ที่มีส่วนทำให้วิทยานิพนธ์ครั้งนี้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณพชร จงกมานนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย ซึ่งได้ให้ความกรุณาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับธุรกิจหนังสือในประเทศไทย ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความช่วยเหลือ และขอขอบพระคุณอย่างสูงยิ่งจากใจจริง

ขอกราบขอบพระคุณ มารดา บิดา เพื่อนและน้องผู้ปรารถนาดีกับผู้ศึกษาในการสนับสนุนและช่วยเหลือการศึกษาและงานวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่อาจมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณของมารดาบิดาซึ่งให้กำเนิดและเลี้ยงดูให้การศึกษา ตลอดจนครูบาอาจารย์และผู้ที่มีพระคุณทุกท่านซึ่งมีส่วนในการวางรากฐานการศึกษาให้แก่ผู้ศึกษา

ขวัญชนก สายชมภู

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	9
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	9
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2. ข้อมูลพื้นฐาน แนวคิด หลักการและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ.....	11
2.1 ข้อมูลพื้นฐาน ในระบบธุรกิจหนังสือ.....	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ.....	24
2.3 ทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภค.....	40
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม.....	45
3. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ.....	49
3.1 มาตรการทางกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ.....	49
3.2 มาตรการทางกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ.....	62

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4. วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือ.....	81
4.1 ปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ.....	81
4.2 ปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย.....	96
4.3 ปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่ตั้งสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค.....	106
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	116
5.1 บทสรุป.....	116
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	120
บรรณานุกรม.....	124
ภาคผนวก.....	128
ภาคผนวก ก ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ พ.ศ... โดย นางสาวขวัญชนก สายชมภู	129
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ : นายเพชร จงกमानนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการสมาคมการพิมพ์ไทย	133
ภาคผนวก ค กฎหมาย Buchpreisbindungsgesetz หรือ Law on fixed prices for books (book price law) ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี	145
ภาคผนวก ง กฎหมาย Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส	151
ภาคผนวก จ กฎหมาย 출판문화산업 진흥법 หรือ PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT ของสาธารณรัฐเกาหลี	156
ประวัติผู้เขียน.....	175

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตจนถึงปัจจุบันหนังสือมีขึ้นเพื่อเป็นสิ่งที่มีความรู้หรือเหตุการณ์ออกมาเป็นรูปเล่ม¹ โดยหนังสือยุคปัจจุบันได้แบ่งแยกออกเป็นแต่ละประเภท อาทิ หนังสือการเรียนการศึกษา หนังสือเกี่ยวกับการออกแบบหรือที่เรียกกันว่านิตยสารหรือหนังสือนวนิยายต่างๆ ซึ่งกล่าวในด้านกฎหมายลิขสิทธิ์นั้น หนังสือถือว่าเป็นงานวรรณกรรมที่จะต้องได้รับความคุ้มครอง เพราะเป็นงานที่เกิดจากการสร้างสรรค์² ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหนังสือ คือ สิ่งที่มีทรงคุณค่า เพราะหนังสือทุกเล่มนั้นได้รวบรวมเอาความคิด วิธีการ สิ่งสร้างสรรค์ งานแบบต่างๆ ออกมาเผยแพร่ ซึ่งเป็นหนึ่งในบ่อเกิดการศึกษาความรู้มากมายที่จะนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งให้เกิดขึ้น หนังสือจึงเป็น สิ่งที่สำคัญในการคงอยู่เพื่อที่จะเผยแพร่สิ่งต่างๆ ออกแก่สังคม และในปัจจุบันได้มีการพัฒนาทางเทคโนโลยีมากขึ้นการพัฒนาในรูปแบบของหนังสือจากดั้งเดิมที่หนังสือออกมาในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่ใช้วัสดุสำคัญ คือ กระดาษและหมึก จากการศึกษาข้อมูลผู้เขียนพบว่า ในอดีตหนังสือถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่หายากและมีมูลค่าสูง เนื่องจากในการจัดทำหนังสือแต่ละเล่มต้องใช้เวลาและยุ่งยาก กระทั่งเกิดการพัฒนาของเทคโนโลยีเพื่อให้ทันต่อผู้บริโภคที่มีความต้องการในการเลือกสรรหนังสือหลากหลายประเภทที่เกิดจากนักเขียนมากมายสูง หนังสือจึงได้รับการพัฒนารูปแบบการจัดทำโดยใช้เทคโนโลยีทางการพิมพ์เป็นผลให้หนังสือมีราคาที่ถูกลงและสามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก³

แม้หนังสือจะมีราคาถูกลงจากในอดีต แต่หนังสือก็ยังคงความทรงคุณค่าที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ รวมถึงปัจจุบันได้เริ่มมีการเข้ามาแทนของเทคโนโลยีด้านหนังสือ โดยการสร้างรูปแบบของหนังสือออกมาเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หรือที่รู้จักกันในชื่อ E-Book โดยไม่มีการทำออกมาเป็นรูปเล่ม โดยที่เป็นการใช้วัสดุกระดาษและหมึก E-Book นั้นสามารถอ่านได้จากเครื่องมือ

¹ Dr. Verena Sich, German Publishers and Booksellers Association – BvB rsenvereindes Deutschen Buchhandels Legal Department. Frankfurt / Seoul, November 2004

² พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

³ เพิ่งอ้าง, น. 1.

เทคโนโลยีที่รองรับ E-Book เท่านั้น แล้วสร้างสรรค์ออกมาเป็นหนังสือตามความหมายที่กล่าวไว้ จึงมีลักษณะเป็นสิ่งที่รวบรวมความคิดต่างๆเป็นรูปเล่ม ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า คำว่าหนังสือย่อมครอบคลุมไปจนถึงคำว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ด้วย

เมื่อหนังสือรวบรวมเป็นรูปเล่มและนักคิด นักเขียนเหล่านั้นต้องการที่จะมีการเผยแพร่ ออกสู่สาธารณชนมากขึ้น อุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าหนังสือจึงเกิดขึ้น โดยการตีพิมพ์หนังสือ ออกมาปริมาณมากต้องอาศัยการเกิดขึ้นจากบุคคลหนึ่งจนถึงการรวมกันของกลุ่มบุคคล จัดตั้งกัน เป็นนิติบุคคลหรือสำนักพิมพ์ ดังนั้นสำนักพิมพ์เหล่านี้จึงเป็นกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่มีกำลังด้าน เงินทุน ในการจัดทำหนังสือออกมาเป็นปริมาณมากแล้วนำขายแก่สาธารณชน โดยวิธีการผ่าน ร้านค้าหนังสือรายย่อยที่เป็น ผู้ที่รับหนังสือที่ผลิตจากสำนักพิมพ์ แล้วนำหนังสือเหล่านั้นออกขาย แก่ประชาชนอีกทอดหนึ่ง

ในประเทศไทยมีการเผยแพร่หรือขายหนังสือของบริษัทหรือสำนักพิมพ์มากมาย เพื่อ ต้องการสร้างสรรค์หนังสือแต่ละประเภทให้ออกมาทันแก่ความต้องการของผู้บริโภค จึงมีการ กำหนดราคาของหนังสือที่หลากหลายราคา เพื่อที่เป็นแรงดึงดูดเหล่านั้นักอ่านในการซื้อหนังสือ และรูปแบบธุรกิจหนังสือในประเทศไทยจะเป็นลักษณะสองทาง กล่าวคือ ทางที่หนึ่ง สำนักพิมพ์ ซึ่งเป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือ เป็นผู้ส่งหนังสือของสำนักพิมพ์ให้แก่ร้านค้าหนังสือรายย่อยเพื่อออกขาย แก่ลูกค้า โดยทำสัญญาหรือข้อตกลงในการลดราคาเป็นร้อยละให้แก่ร้านค้ารายย่อย ในขณะที่ ทางที่สอง ก็จัดทำเป็นร้านค้าหนังสือให้แก่ลูกค้าที่เป็นนักอ่านโดยตรง กล่าวคือ จัดทำเป็นร้านค้าปลีก ของสำนักพิมพ์เอง

ปัจจุบันการแข่งขันธุรกิจหนังสือมีเพียงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ดำเนินธุรกิจจำหน่าย หนังสือในระบบธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมากกว่าผู้ประกอบการรายย่อย เนื่องจากมีข้อมูลการปิด ตัวลงของธุรกิจหนังสือขนาดเล็กมากขึ้น ทำให้ยังคงเหลือเพียงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่ยังคง ดำรงธุรกิจหนังสือได้ในปัจจุบัน ข้อมูลการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสือในประเทศไทยโดยข้อมูล จากสมาคม ผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยระบุว่า พ.ศ. 2550 จำนวน สำนักพิมพ์ขนาดเล็กมีทั้งสิ้น 381 ราย ในพ.ศ. 2554 สำนักพิมพ์ขนาดเล็กเหลือเพียงแค่ 320 ราย และ ข้อมูล พ.ศ. 2553 ระบุว่า ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจหนังสือที่นั้นกระจุกอยู่กับผู้เล่นเพียงไม่กี่ รายเท่านั้น กลุ่มผู้นำตลาดที่มีเพียง 8 ราย มีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 32 กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ 45 ราย มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันร้อยละ 33 ของตลาด ในขณะที่สำนักพิมพ์ขนาดเล็กกว่า 320 รายมีส่วนแบ่งตลาดเพียงแค่อ้อยละ 16 เท่านั้น เมื่อคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อสำนักพิมพ์แล้วพบว่า กลุ่มผู้นำ

ตลาดและกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก 88.8 เท่า และ 26.4 เท่า⁴

ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2555 จนถึง พ.ศ. 2560 มีการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการปิดตัวของนิตยสารชื่อดังหลายฉบับ โดยข้อมูลจากสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)กล่าวว่ามูลค่าโฆษณาในนิตยสาร หนังสือพิมพ์และเคเบิลทีวี มีมูลค่าลดลง โดยคาดว่าปี 2560 โฆษณาในนิตยสารจะติดลบร้อยละ 20 หนังสือพิมพ์ติดลบร้อยละ 22 เคเบิลทีวี ติดลบร้อยละ 13 ส่วนตัวเลขโฆษณา 2 เดือนแรก มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2560 ของบริษัทเอซีเนลเส็น(ประเทศไทย) จำกัด ระบุรายได้โฆษณาในหนังสือพิมพ์ อยู่ที่ 1,273 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16.52 นิตยสารอยู่ที่ 300 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 36.44 โดยจากการศึกษามีข้อมูลแสดงให้เห็นถึงร้านค้าหนังสือขนาดใหญ่ที่ยังคงอยู่ในระหว่างปี พ.ศ. 2560-2561 ร้านซีเอ็ด 396 ร้าน บีทูเอส 81 ร้าน นายอินทร์ 89 ร้าน รวม 3 ร้านหลักได้ 566 ร้านทั่วประเทศ และจำนวนของร้านค้าหนังสือขนาดเล็กทั่วประเทศที่มี ไม่ถึง 300 ราย ซึ่งจะเห็นว่าเป็นจำนวนที่น้อยมากหากเทียบกับสัดส่วนของประชากรของประเทศไทย ที่ต้องได้รับการเข้าถึงและการเผยแพร่หนังสือที่มากขึ้น⁵

จากการศึกษางานวิจัย เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย⁶พบว่าคนไทยที่อ่านหนังสือจะซื้อหนังสือเฉลี่ยปีละ 4 เล่ม โดยคนกลุ่มที่ซื้อหนังสือมากที่สุดคือคนที่อายุน้อยกว่า 20 ปีซื้อเฉลี่ยปีละ 9 เล่ม รองลงมาคือคนที่อายุ 21-30 ปี ซื้อเฉลี่ยปีละ 6 เล่ม และค่อยๆลดจำนวนลงในคนที่มีอายุมากขึ้น จนกระทั่งคนที่มีอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไปจะกลับมาซื้อเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ย 4 เล่มต่อปี หากหนังสือที่เกิดการซื้อได้รับการอ่านครบทุกเล่มก็ยังถือได้ว่าการอ่านของคนไทยเมื่อนับเป็นจำนวนเล่มอยู่ในระดับที่ต่ำมาก และเป็นที่น่าสนใจว่าที่เด็กไทยอ่านหนังสือปีละ 9 เล่มนั้นจำนวน 4 เล่มเป็นการ์ตูน นิยายภาพ และอีก 3 เล่มเป็นคู่มือเตรียมสอบซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้มีการซื้อหนังสือที่มากขึ้น คือ รายได้และสถานภาพการสมรส โดย รายได้ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ค่าความเต็มใจจ่ายในการซื้อหนังสือสูงขึ้นด้วย

⁴ สมคิด พุทธศรี, เมื่อความรักและอุดมคติไม่เพียงพอ: บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ, (13 มิถุนายน 2555).

⁵ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA) ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB), การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย, 2558.

⁶ เพ็งอ้อ, น. 3.

ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายป้องกันการแข่งขันทางการค้าและการผูกขาดทางการค้า แต่จากปัญหาการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสือ พบว่ากฎหมายของไทยไม่สามารถที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนในระบบของธุรกิจหนังสือที่จะทำให้ธุรกิจหนังสือดำเนินไปอย่างราบรื่นและไม่สามารถทำให้เกิดการคงอยู่ของธุรกิจหนังสือเพิ่มมากขึ้น ดังนี้

1. ปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

ด้วยระบบธุรกิจหนังสือเป็นระบบของสายต่อในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือที่เรียกว่า “สายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Supply Chain)”⁷ กล่าวคือ เริ่มต้นจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมปลูกป่า ผู้ผลิตกระดาษหรือเครื่องผลิต อุตสาหกรรมหมึก ธุรกิจการออกแบบ เป็นต้น มาถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ คือ สำนักพิมพ์ (Publishers) ขบวนการพิมพ์หนังสือ บรรณารักษ์ จนถึงตลาด คือ ร้านค้าส่ง (Wholesaler) ถึงร้านค้าหนังสือปลีก (Seller) โดยในท้ายที่สุดของธุรกิจหนังสือ คือ ลูกค้าคนสุดท้าย ซึ่งก็คือผู้บริโภค

จากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มีบทบัญญัติบุคคลที่ถูกคุ้มครอง⁸ โดยพระราชบัญญัตินี้ บุคคลหรือนิติบุคคลที่เป็นผู้ซื้อ หรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือ ผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ผู้ใช้สินค้า หรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทน และสิทธิความคุ้มครองในมาตรา 4⁹ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ที่ได้จำแนกสิทธิทั้งหมด 5 สิทธิ ก็ยังคงไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะได้

จากพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์คือ รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีและเป็นธรรม โดยอาศัยกลไกตลาด และสนับสนุนให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและต้องกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภค โดยกฎหมายฉบับนี้ได้เน้นในเรื่องของการป้องกันการควมรวมกิจการเป็นมากขึ้นและกำหนดให้การป้องกันอำนาจเหนือตลาดในแต่ละธุรกิจและต้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า

⁷ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย, กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ: สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า, 2557.

⁸ มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

⁹ มาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พ.ศ.2560 ได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการอีกครั้งเป็นระบบผสมคือ “ระบบแจ้ง และระบบขออนุญาต” กล่าวคือ หากว่าผลกระทบของการรวมธุรกิจเป็นเพียงแค่การ “ลดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ” ก็ให้แจ้งผลการรวมธุรกิจต่อคณะกรรมการนับแต่วันรวมธุรกิจ แต่หากผลกระทบของการรวมธุรกิจ คือ “อาจก่อให้เกิดการผูกขาดหรือการเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด” กรณีนี้ต้องขออนุญาตจากคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ทั้งนี้พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้กล่าวถึงว่า “ผู้ประกอบการธุรกิจรายหนึ่งหรือหลายรายในตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายเกินกว่าเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดโดยให้ นำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง แล้วแต่กรณี”¹⁰ ซึ่งเป็นการกล่าวถึงพฤติกรรมอำนาจเหนือตลาดของผู้ประกอบการบางราย โดยอาศัยอำนาจของคณะกรรมการในการพิจารณาลักษณะของอำนาจเหนือตลาด อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้มีการกำหนดถึงบทลงโทษของพฤติกรรมของอำนาจเหนือตลาดไว้อย่างชัดเจน ดังความในบทบัญญัติมาตรา 5 “..การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบการรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดใดตลาดหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” จากปัญหาข้อเท็จจริงในปัจจุบันที่ส่วนแบ่งตลาดในระบบธุรกิจหนังสือยังคงมีอยู่ในผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยที่มีจำนวนลดลงมากขึ้น และจากการที่ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองมากในตลาดเพียงไม่กี่รายอยู่ในระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทย และหากยังคงมีกรณีส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจหนังสือนั้นยังกระจุกอยู่กับผู้ประกอบการเพียงไม่กี่ราย จะเป็นการนำไปสู่การเกิดกรณีอำนาจเหนือตลาดขึ้นได้¹¹

แม้จะมีการออกกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่รัดกุมมากขึ้น แต่กรณีของการจำหน่ายหนังสือ ที่ยังไม่สามารถใช้มาตรการทางกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้แต่กลับได้เพียงแต่มีมาตรการการร้อง ขอของหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น เช่น ข้อเท็จจริงกรณีสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน หรือ สพฐ. ที่ไม่สามารถไปควบคุมราคาหนังสือเรียนได้¹² ทำได้เพียงขอความร่วมมือไปที่สำนักพิมพ์เอกชน ไม่ให้ ขึ้นราคาหนังสือเรียน กลับมีเพียงหนังสือขอความร่วมมือไป

¹⁰ มาตรา 5 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

¹¹ หมายเหตุท้าย พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

¹² วิทยุศึกษา, สพฐ, ซึ่งไม่สามารถไปควบคุมราคาหนังสือเรียนได้หลังพบสำนักพิมพ์เอกชนบางแห่งปรับราคาเพิ่ม, (5 มีนาคม 2558).

ยังสำนักพิมพ์ที่พิมพ์หนังสือเรียนต่างๆ ให้ ตรีงราคาจำหน่ายหนังสือเรียนในปีการศึกษา 2558 ไว้ก่อน เป็นต้น

ดังนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับกับธุรกิจหนังสือ ได้อย่างไม่เคร่งครัดนัก และธุรกิจหนังสือเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยการควบคุมของพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องเฉพาะเรื่อง เพราะจะมีความพิเศษในเรื่องของระบบธุรกิจ ต้องอาศัยการริเริ่มจากแนวความคิด การลงมือทำของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจึงสามารถออกมาเป็นหนังสือในแต่ละเล่มได้ การที่จะนำพระราชบัญญัติข้างต้นมาใช้กับระบบธุรกิจหนังสือจึงไม่เพียงพอต่อการรักษาระบบของธุรกิจหนังสือมากนัก

2. ปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย จากที่กล่าวมาแล้วว่าระบบธุรกิจหนังสือคือระบบธุรกิจสายส่งหรืออุตสาหกรรมลูกโซ่จึงมีผู้ประกอบการอยู่ในระบบธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีบทบัญญัติในการคุ้มครองควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยเป็นการเฉพาะ

จากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นการคุ้มครองในกรณีที่เกิดความเสียหายเกิดขึ้นมาแล้วในระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้ประกอบการฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจเป็นได้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคในคราวเดียวกัน เมื่อเกิดความเสียหายจากสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการการเรียกร้องความเสียหายจึงสามารถกระทำได้ เห็นได้จาก สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่ผู้บริโภคต้องได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยมีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้¹³ แม้จะบัญญัติไว้เพื่อคุ้มครองไว้ก่อนแล้ว แต่ยังไม่สามารถป้องกันไว้ได้แต่ต้นและไม่อาจรวมไปถึงกรณีระหว่างผู้ประกอบการในการผูกนิติสัมพันธ์ได้

ประเทศไทยตราพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ขึ้นโดยมีสาระสำคัญ คือ การป้องกันและให้ความเป็นธรรมจากข้อสัญญาที่เอารัดเอาเปรียบจากผู้ที่มีอำนาจต่อรอง โดยเฉพาะในกรณีสัญญาสำเร็จรูป¹⁴ แต่จากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือนี้ เป็นการเริ่มต้นของรูปแบบผลกระทบการตั้งราคาหนังสือที่มาอุตสาหกรรมต้นน้ำจนมาถึงตลาด ที่เป็นทางอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมักจะใช้ คือ กลไกการตั้งราคาของเศรษฐกิจโลก และด้วยเหตุดังนั้นจึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในช่วงตลาด คือ ผู้แบก

¹³ มาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

¹⁴ หมายเหตุท้าย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

รับความสัมพันธ์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ด้านการโฆษณาสินค้า การหาตลาด การหาผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

เมื่อเกิดการแบกรับที่มากเกินไปของผู้ประกอบการรายย่อย และความสนใจของผู้บริโภคสินทรัพย์ประเภทหนังสือลดลง ด้วยระบบธุรกิจหนังสือที่เป็นแบบอุตสาหกรรมสายส่งหรือลูกโซ่ จึงสร้างผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือทุกลำดับขั้น อันนำไปสู่ผลกระทบที่สำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภครายสุดท้ายของระบบธุรกิจหนังสือคือ ผู้อ่าน และปลายทางของเหตุความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมก็กระทบกลับเข้าสู่ระบบลูกโซ่ กลไกการเดินทางของระบบธุรกิจหนังสือก็เกิดการชะงัก ดังนั้นพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยไม่ได้ทั้งระบบธุรกิจหนังสือ

3. ปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค ปัญหาที่นำไปสู่ระบบธุรกิจหนังสือที่ล้มเหลวเกิดขึ้นมาจากการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการที่อยู่ในระบบธุรกิจหนังสือที่มีการตั้งราคาอย่างอิสระไม่มีการถูกควบคุมและไม่มีส่งเสริมการค้าในธุรกิจหนังสือได้อย่างเพียงพอ ทั้งที่หนังสือนั้นได้ถือว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ หากว่ามีการเผยแพร่สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงพอและถูกผูกขาดโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ด้านอำนาจเหนือตลาด ระบบธุรกิจนั้นก็จะไม่สามารถกลับคืนและสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนในชาติได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 มีวัตถุประสงค์ในการกำกวดูแลเรื่องราคาสินค้าและบริการอย่างทั่วถึงและมีความเป็นธรรม มีคณะกรรมการในการกำหนดราคาสินค้าและบริการที่เป็นไปตามสภาวะของเศรษฐกิจ ในปัจจุบันมีจำนวน 42 สินค้า 5 บริการ แต่ยังคงไม่มีสินค้าหรือสินทรัพย์ที่แสดงออกเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหนังสือเลย อีกทั้งการกำหนดราคาหนังสือให้ตายตัวและผันผวนไปตามภาวะเศรษฐกิจก็อาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากว่าในระบบธุรกิจหนังสือ คือ การสร้างสรรค์ความคิดต่างๆออกมาเผยแพร่ผ่านแบบรูปเล่มหรือแบบอิเล็กทรอนิกส์สู่สาธารณชน ที่ทำให้มีราคาหนังสือสูงขึ้นตามคุณค่าของหนังสือมาก แต่พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 จึงอาจไม่เพียงพอต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือและระบบธุรกิจหนังสือทั้งระบบ

ปัจจุบันได้มีพัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการจัดทำหนังสือมากขึ้น โดยสามารถจัดทำหนังสือโดยไม่จำเป็นต้องใช้การพิมพ์ด้วยหมึกและกระดาษ แต่สามารถอ่านหนังสือบนเครื่องมือ

เทคโนโลยีต่างๆได้ เช่น สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ,แท็บเล็ต(Tablet) ,คอมพิวเตอร์(Computer) หรือแล็ปท็อป (Laptop or Notebook) เป็นต้น ซึ่งเรียกพัฒนาการอ่านหนังสือรูปแบบนี้ว่า E-Book (Electronic Book) ซึ่ง E-Book (Electronic Book) ได้มีบทบาทในทางธุรกิจหนังสือ ราคาที่สูง เทียบเท่ากับราคาหนังสือที่เป็นรูปเล่ม แต่ E-Book (Electronic Book)สามารถลดราคาลงได้ ตั้งแต่ร้อยละ 5-30 ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้อ่านเป็นอย่างมาก จึงก่อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้น ภายใบบระบบธุรกิจหนังสือ นอกเหนือจากการแข่งขันของสำนักพิมพ์เอง หรือร้านค้าหนังสือ ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก แนวทางแก้ไขการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือโดยเฉพาะเรื่อง การกำหนดราคาหนังสือจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งและจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบ ธุรกิจหนังสือและระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมแก่ประเทศไทยอย่างเป็นธรรมชาติต่อไป

ดังนั้นการวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายและหาแนวทางแก้ไขการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ โดยมองว่าหนังสือ คือ สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่จะสร้างประโยชน์และการ เผยแพร่วัฒนธรรมแนวความคิดต่างๆออกไปแก่สาธารณชน หากมีการล่มสลายของระบบธุรกิจ หนังสือ วัฒนธรรมก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เลวร้ายลงและอาจเกิดการสูญหายไปในที่สุด อีกทั้ง เพื่อการรักษาในระบบธุรกิจหนังสือในคงอยู่จึงต้องสร้างความมั่นใจว่าสินทรัพย์ ที่ออกจำหน่ายนั้น ต้องเป็นการเสนอให้แก่สาธารณชนและเพื่อส่งเสริมการค้ารุ่งเรืองของร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินทรัพย์ นั้น โดยขอบเขตของการการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ จะต้องเป็นสินทรัพย์ที่เป็น ระบบธุรกิจหนังสือสร้างสรรค์หนังสือจากการถกเถียงแนวความคิดต่างออกมารวมกันเป็นรูปเล่มไม่ ว่าจะผลิตด้วยกระดาษ หมีก หรือรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ใดก็ตาม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าและกฎหมาย เกี่ยวกับการกำหนดราคาหนังสือ
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย และการควบคุมราคาสินค้าประเภท หนังสือ
3. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจ หนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย และการควบคุมราคาสินค้า ประเภทหนังสือ
4. เพื่อเสนอแนวทางในการสร้างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและ ผู้ประกอบการขนาดเล็กในธุรกิจหนังสือ

1.3 สมมติฐาน

เนื่องจากประเทศไทยไม่มีกฎหมายที่ครอบคลุมถึงสินทรัพย์ประเภทหนังสือและระบบธุรกิจหนังสือและไม่มีบทบัญญัติที่คุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะอันจะนำไปสู่การคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือไม่ให้มีการปิดตัวลง จึงควรเสนอมาตรการทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคระบบธุรกิจหนังสือที่สร้างความเป็นธรรมและเหมาะสมสำหรับประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

วิทยานิพนธ์นี้ มุ่งศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดราคาหนังสือและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาหนังสือของไทย ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 เพื่อให้คุ้มครองผู้ผลิตหนังสือ ผู้จำหน่ายทั้งรายใหญ่และรายย่อย ผู้บริโภคหรือ ผู้ซื้อหนังสือ อีกทั้งเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอ่านหนังสือโดยกำหนดราคาที่เหมาะสมทางการค้าให้ได้มากที่สุดโดยศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการกำหนดราคาหนังสือและการแข่งขันทางการค้า ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส และสาธารณรัฐเกาหลี

1.5 วิธีการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาแบบการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) นอกจากนั้นผู้ศึกษาได้วิจัยภาคสนามหรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (Index Interview) กับผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย และการรวบรวมค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความต่างๆ ตัวอย่างข้อมูลข่าวสารทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ความเห็นนักกฎหมาย นักวิชาการ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ หาข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแนวคิดและทฤษฎีของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดราคาหนังสือ
2. ทำให้ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย และการควบคุมราคาสินค้าประเภทหนังสือ

3. ทำให้ทราบถึงปัญหาและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย และการควบคุมราคาสินค้าประเภทหนังสือ
4. ทำให้ทราบถึงการเสนอแนวทางในการสร้างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ประกอบการขนาดเล็กในธุรกิจหนังสือ



บทที่ 2

ข้อมูลพื้นฐาน แนวคิด หลักการและทฤษฎีเกี่ยวข้อง กับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

การวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือนั้น ต้องเริ่มจากการศึกษาความหมายและความเป็นมาของหนังสือ ระบบธุรกิจการจำหน่ายหนังสือ ความเป็นมา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ เนื่องจาก ความหมายและความเป็นมาของหนังสือ รวมไปถึงระบบธุรกิจหนังสือ หรือธุรกิจการจำหน่ายหนังสือนั้นมีมาอย่างยาวนาน อันทำให้กล่าวได้ว่า หนังสือ เป็นสินทรัพย์มิใช่สินค้าธรรมดา แต่ถือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ควรมีการดำรงอยู่ โดยอาศัยระบบธุรกิจหนังสือเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำรงอยู่ของสินทรัพย์นั้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีผลกระทบต่อระบบธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เป็นบุคคลรายสุดท้ายที่ได้รับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงนั้น จึงควรมีการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเพื่อใช้ในการหาแนวทางแก้ไขและพัฒนาปัญหาทางกฎหมาย ดังที่ผู้ศึกษาได้ศึกษาต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลพื้นฐานหนังสือและระบบธุรกิจหนังสือ

นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สิ่งที่ใช้บรรจุความรู้ความสามารถและการเผยแพร่การแสวงหาความรู้ได้ถูกถ่ายทอดลงบนฝาผนังถ้ำหรือสถานที่ต่าง ๆ จนพัฒนาลงบนแผ่นพิมพ์หรือสิ่งของใดที่สามารถขีดเขียนได้ และก้าวหน้าในท้ายที่สุด คือ การผลิตสิ่งทีเรียกว่า กระดาษ เมื่อแผ่นกระดาษนั้นได้รวบรวมมากกว่าสองแผ่นและมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ จึงได้ถูกเรียกว่า “หนังสือ”

การเริ่มต้นของหนังสือนั้นได้เริ่มต้นมาจากการแสวงหาความรู้ และในการบรรจุความรู้ นั้นต้องริเริ่มสิ่งที่จะสามารถบรรจุได้โดยสิ่งนั้น ตั้งแต่ยุคอดีตกาล คือ หนังสือ จนเกิดพัฒนามาจนปัจจุบัน คือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ได้ศึกษาคำกล่าวจาก สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (The Publishers and Booksellers Association of Thailand; PUBAT) ที่ได้ให้คำกล่าวไว้ว่า

“ความรู้เป็นสิ่งสำคัญในการที่จะต้องคัดสรรอย่างดี เพราะเด็กทุกคน เยาวชนและผู้ใหญ่ ต้องอาศัยทักษะชีวิตที่สำคัญที่จะช่วยให้สามารถรับมือกับความท้าทายในชีวิตที่พวกเขาต้องเผชิญหน้ากับมัน”

โดยข้อมติสมัชชา สหประชาชาติที่ 217 เอ (III) วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2491

ข้อ 26 ของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนต้องการให้ทุกคนมีสิทธิในการศึกษา ซึ่งข้อที่ 26 (2) กล่าวว่า “การศึกษาจะต้องมุ่งไปสู่การพัฒนาบุคลิกภาพของมนุษย์อย่างเต็มที่และการเสริมสร้างความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนและอิสรภาพขั้นพื้นฐาน การศึกษาจะต้องส่งเสริมความเข้าใจ ขันติธรรม และมิตรภาพระหว่างประชาชาติกลุ่มเชื้อชาติหรือศาสนาทั้งหมด และจะต้องส่งเสริมกิจกรรมของสหประชาชาติเพื่อการธำรงไว้ซึ่งสันติภาพ”

Article 26 of the Universal Declaration on Human Rights gives everyone the right to education. Article 26.2 reads: “Education shall be directed to the full development of the human personality and to the strengthening of respect for human rights and fundamental freedoms. It shall promote understanding, tolerance and friendship among all nations, racial or religious groups, and shall further the activities of the United Nations for the maintenance of peace”

จากคำกล่าวของมติข้างต้นนั้น เห็นได้ว่า การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างปัญญา นำไปสู่การพัฒนาในทุกๆด้านของมนุษย์ ซึ่งการที่จะเผยแพร่ความรู้ในเรื่องเหล่านี้ก็ย่อมที่จะต้องมียุทธวิธีที่เป็นรูปธรรมเพื่อเป็นแนวทางสร้างความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเรียกว่า หนังสือ โดยได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าหนังสือ ดังนี้

2.1.1 ความเป็นมาของหนังสือและธุรกิจหนังสือ¹⁴

หนังสือได้เริ่มจากที่ชาวอียิปต์รู้จักวิธีการเขียนหนังสือลงบนกระดาษที่เรียกว่า “Papyrus” และทำเป็นเล่มโดยการม้วนในลักษณะที่เรียกว่า “Volumen” เล่มที่เก่าแก่ที่สุดคือ “The Great Harris Papyrus” (ปัจจุบันอยู่ในพิพิธภัณฑที่ประเทศอังกฤษ) เป็นหนังสือที่ระบุเวลาไว้ว่าเป็น ปีที่ 32 ของกษัตริย์รามเสส ที่ 3 และเมื่อชาวจีนรู้จักการนำผ้าไหมมาใช้งาน ได้มีการเขียนหนังสือลงบนผ้าไหมเมื่อราว 400 ปี ก่อนคริสตกาล ทำเป็นเล่มในลักษณะม้วนเหมือนกับอียิปต์ และหลังจากที่จินคิกระดาษขึ้นใช้ใน ค.ศ. 105 การทำหนังสือก็ยังคงใช้ลักษณะเป็นม้วนเช่นเดิม หนังสือของจีนที่พิมพ์ด้วยบล็อกไม้ และมีหลักฐานคงเหลืออยู่คือ ซิ่นพิมพ์วัชรสูตร มีวันที่พิมพ์และชื่อผู้พิมพ์ปรากฏในหนังสือว่า พิมพ์เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 868 โดย วางซี สำหรับแจกทั่วไป เพื่อเป็นที่ระลึกถึงบิดามารดา นับว่าเป็นหนังสือที่จัดพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุด ซึ่งก็มีลักษณะเป็นม้วน

¹⁴ วิรุพหกกถับ, “วิวัฒนาการการพิมพ์และหนังสือเล่มแรกของไทย,” บทความสังคม-กฎหมาย, สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2551, จาก <http://www.vcharkarn.com/varticle/38234>.

ต่อมาพบจีนพิมพ์ที่ญี่ปุ่น เป็นการพิมพ์ยันต์และคำคา จัดพิมพ์ขึ้นโดยโองการของจักรพรรดิ โชโตกุ เพื่อแจกในปี ค.ศ. 770 ก่อนที่จีนจะรู้จักการใช้ผ้าไหมและกระดาษ การเขียนหนังสือจะเขียนลงบนไม้ไผ่ ทำเป็นเล่มหนังสือโดยเจาะรูร้อยเชือกไว้เป็นมัดๆ การทำเล่มหนังสือในลักษณะนี้ทำขึ้นในราวประมาณ 500 ปี ก่อนคริสตกาล อินเดียก็มีการทำเล่มหนังสือโดยใช้วิธีการลงบนใบลาน แล้วจึงเจาะรูร้อยเชือกเป็นเล่มในลักษณะคัมภีร์พระเทศน์ ที่ยังคงมีใช้กันในปัจจุบันนี้ หนังสือใบลานลักษณะนี้ใกล้เคียงกับสมัยพุทธกาล ในราว 500 ปี ก่อนคริสตกาล ชาวกรีกเขียนหนังสือแล้วใช้แผ่นไม้ 2 แผ่น มีห่วงโลหะยึดให้ติดกันไว้ตรงกลาง มีลักษณะคล้ายกับเล่มหนังสือ

ต่อมาในปี ค.ศ. 950 ชาวจีนเป็นผู้ริเริ่มดัดแปลงรูปเล่มหนังสือก่อนชาติอื่น คิดค้นทำหนังสือให้เป็นลักษณะหนังสือพับ (Folder book) คือพับไปพับมามีลักษณะคล้ายสมุดข่อยของไทย ทำให้เกิดความสะดวกในการค้นคว้า ปี ค.ศ. 1116 จีนเริ่มรู้จักเย็บเล่มหนังสือพับด้วยเชือก โดยเย็บทางด้านข้างให้ติดกับด้านหนึ่งและเปิดอ่านอีกด้านหนึ่ง นับว่า จีนเป็นผู้คิดหนังสือเย็บเล่ม (Stitch book) เป็นชาติแรก และชาติอื่นๆ จึงได้นำมาเลียนแบบ ในยุโรปมีการคิดทำ Parchment (หนังสือที่ลอกแล้ว) มาใช้สำหรับเขียน และมีการทำหนังสือโดยการเขียนด้วยมือ พระและบาทหลวงตามวัดต่างๆ ได้ผลิตหนังสือออกมาเป็นจำนวนมาก โดยใช้วิธีการเขียนหนังสือคัดตัวบรรจงอย่างสวยงาม มีการใส่กนกคลอเคลาย ภาพประติมากรรมต่างๆ ในหน้าหนังสือ และระบายสีอย่างงดงาม เรียกหนังสือนี้ว่า "Illuminated book" มีการทำปกแข็งด้วยหนังและโลหะ แล้วเย็บเป็นเล่มให้เปิดได้ด้านหนึ่ง มีลักษณะคล้ายหนังสือในปัจจุบันนี้ แต่มีขนาดตัวเล่มใหญ่มาก ส่วนใหญ่ต้องตั้งอ่านบนโต๊ะ

จนถึงปี ค.ศ. 1499 Aldus Manutius ซึ่งเป็นช่างพิมพ์ชาวเวนิซ ในอิตาลี ได้จัดทำตัวพิมพ์ให้มีขนาดเล็กลง และผลิตหนังสือให้มีลักษณะรูปเล่มและขนาดหนังสือเท่ากับหนังสือที่ใช้กันในปัจจุบัน สำนักพิมพ์ของเขาชื่อ Aldine Press ซึ่งมีชื่อเสียงมากในยุคนั้น ทำให้มีผู้นิยมอ่านหนังสือกันอย่างแพร่หลาย จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1888 William Morris ได้ตั้ง Kelmscott Press ขึ้นที่ประเทศอังกฤษ และได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการผลิตหนังสือ โดยให้มีการออกแบบและวางรูปเล่มอย่างเป็นศิลปะที่จะต้องทำด้วยความประณีตและ รอบคอบ ดังนั้นความคิดต่าง ๆ ในการออกแบบ การจัดวางรูปเล่ม และการจัดพิมพ์หนังสือ จึงเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ทำให้มีผู้สนใจศึกษากันมากยิ่งขึ้นจนถึงปัจจุบันนี้

2.1.2 ประวัติการพิมพ์และวางจำหน่ายหนังสือของประเทศไทย¹⁵

ในอดีตประเทศไทยใช้การเขียนบันทึกความรู้ต่าง ๆ ลงในใบลาน เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน เทคโนโลยีเกี่ยวกับการพิมพ์ ปรากฏขึ้นครั้งแรกในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 หนังสือในรูปแบบของการพิมพ์ตัวอักษรมาพร้อมกับหมอสอนศาสนาชาวต่างชาติที่มี

¹⁵ เที่ยงอึ้ง, น. 11.

เป้าประสงค์หลักคือการเข้ามาเผยแพร่ศาสนาในภูมิภาคนี้ บาทหลวงที่มีชื่อเสียงและมีบทบาทในเรื่องการพิมพ์มากที่สุด คือ บาทหลวงชาวฝรั่งเศสนาม ลาโน (Mgr. Laneau) ที่ได้จัดพิมพ์คำสอนทางคริสต์ศาสนาขึ้นมาเผยแพร่ จนเป็นที่พอพระทัยในองค์พระบาทสมเด็จพระนารายณ์มหาราช จนกระทั่งต่อมาพระนารายณ์มหาราชทรงมีรับสั่งให้ตั้งโรงพิมพ์ขึ้น ที่เมืองลพบุรีอันเป็นสถานที่พระองค์ใช้พำนักอยู่ในช่วงปลายรัชกาล

บุคคลสำคัญในประวัติการพิมพ์ของไทยอีกคนหนึ่ง คือ นางจัดสัน (Nancy Judson) ซึ่งเป็นมิชชันนารีชาวอเมริกันที่เข้ามาเผยแพร่ศาสนาในเมืองย่างกุ้งของประเทศพม่า มีความสนอกสนใจในภาษาไทยจึงได้ทำการหล่อตัวพิมพ์เป็นภาษาไทยขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2356 หลังจากกรุงศรีอยุธยาแตกครั้งที่สองหล่อพิมพ์นี้ถูกซื้อไปเก็บไว้ที่ประเทศสิงคโปร์โดย โดยมิชชันนารีคณะ American Board of Commissioners for Foreign Missions อันเป็นคณะมิชชันนารี ที่ หมอบลัดเลย์ ได้เข้ามาสังกัดอยู่ และภายหลังได้ใช้ชุดหล่อตัวพิมพ์ขึ้นนี้ พิมพ์หนังสือภาษาไทยขึ้นเป็นครั้งแรก จนได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการพิมพ์ของไทย

ต่อมา พ.ศ. 2385 หมอบลัดเลย์ได้หล่อชุดพิมพ์ขึ้นมาใหม่ และจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์รายเดือนภาษาไทยฉบับแรกขึ้นมาโดยใช้ชื่อว่าชื่อว่า บางกอกเรคคอร์ด (Bangkok Recorder) ออกวางจำหน่าย ซึ่งถือเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับแรกที่มีขึ้นในประเทศไทย หมอบลัดเลย์พิมพ์หนังสือขายโดยหนังสือที่พิมพ์มีหลายหลายประเภททั้ง ตำราเรียนภาษาไทย เช่น ประถม ก กา จินตคณิต หนังสือกฎหมาย ทั้งยังพิมพ์เรื่องในวรรณคดีต่าง ๆ เช่น ราชธิดา สามก๊ก เลียดศึก ไชยฮัน เป็นต้นและมีการซื้อลิขสิทธิ์หนังสือเพื่อมาจัดพิมพ์วางจำหน่ายเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อหมอบลัดเลย์ได้ซื้อลิขสิทธิ์ของหนังสือ นิราศลอนดอนที่เขียนโดย หม่อมราโชทัย (หม่อมราชวงศ์กระต่าย อิศรางกูร) เป็นเงิน 400 บาท ในวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2404 ทำให้หนังสือเล่มดังกล่าวเป็นหนังสือเล่มแรกของไทยที่มีการซื้อขายลิขสิทธิ์ตามแบบอย่างตะวันตก และสำนักพิมพ์ต่าง ๆ ก็ยังคงยึดถือหลักการจนกระทั่งถึงปัจจุบัน

2.1.3 ตลาดหนังสือในปัจจุบัน ระบบการจำหน่ายหนังสือ

สำนักพิมพ์จำนวนมากได้เปิดรับต้นฉบับ ในรูปแบบของการซื้อลิขสิทธิ์จากผู้เขียนเพื่อนำมาจัดจำหน่าย ซึ่งการพิมพ์เริ่มแพร่หลายในเมืองไทยและมีวิวัฒนาการเรื่อยมาจนกระทั่งกลายเป็นสากล ในยุคปัจจุบัน จากข้อมูลของสมาคมผู้จัดพิมพ์ที่ทำขึ้น ต้นปี พ.ศ.2551 ระบุว่าใน ปี พ.ศ. 2550 มีสำนักพิมพ์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้จัดพิมพ์อยู่ถึง 491 สำนักพิมพ์ มีการผลิตหนังสือใหม่ออกสู่ท้องตลาดเดือนละ 955 เล่ม ต่อเดือน หรืออีกนัยหนึ่งคือจะมีหนังสือใหม่ออกสู่ท้องตลาดราว 32 เล่มต่อวัน แต่ทั้งนี้อัตราการผลิตหนังสือดังกล่าวยังเทียบว่าน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วถึง 5- 10 เท่า ต่อมาการพิมพ์ของไทยมีวิวัฒนาการมาเป็นลำดับ ปัจจุบันได้กลายเป็น

อุตสาหกรรมการพิมพ์เต็มรูปแบบและมีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ ของคนได้ในทุกกลุ่ม¹⁶

ประเทศไทยมีวิธีการขั้นพื้นฐานในการตั้งราคา (Basic Methods of Setting Price) นิยมกันอยู่ทั่วไป 3 วิธีคือ วิธีการตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ วิธีการตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์ และ วิธีการตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นเกณฑ์¹⁷

1. วิธีการตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์

จากการศึกษา พบว่ามีวิธีการในการตั้งราคาหนังสือโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ

1.1) ตั้งราคาโดยยึดต้นทุนบวกกำไร

โดยวิธีการคิด คือ ราคาขายต่อหน่วย เท่ากับ ต้นทุนทั้งหมด บวก กำไรที่ต้องการ

1.2) จำนวนการผลิต วิธีนี้จะใช้ได้ต้องแน่ใจว่าจำนวนผลิตต้องเท่ากับจำนวนจำหน่าย ผู้ขายจึงจะมีกำไรตามที่ต้องการ

สำหรับพ่อค้าคนกลาง คิดกำไรกับต้นทุนได้หลายลักษณะ เช่น

(กำไร) ลบ ราคาขายต่อหน่วย เท่ากับ ต้นทุนต่อหน่วย บวก ร้อยละ 10 ของราคาขาย

(กำไร) ลบ ราคาขายต่อหน่วย เท่ากับ ต้นทุนต่อหน่วย บวก ร้อยละ 10 ของราคาทุน

วิธีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) เป็นจุดที่แสดงว่าปริมาณ ณ จุดของการผลิต หรือการจำหน่าย รายได้รวมจะเท่ากับต้นทุนรวมพอดี

สูตร จุดคุ้มทุน เท่ากับ ต้นทุนคงที่ทั้งหมด

ราคาขายต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

2. วิธีการตั้งราคาโดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์

การพิจารณาตั้งราคา โดยยึดความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์นั้น สามารถจำแนกได้เป็นลักษณะย่อย ๆ ดังนี้ การตั้งราคาในตลาดผูกขาด การตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ การตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันน้อยรายระดับราคาที่เหมาะสมของสินค้า

¹⁶ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) .บทวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ ปี 2555 คاعدการณ์ปี 2556.

¹⁷ หงษ์หล่อ, “เปิดกลยุทธ์การตั้งราคาหนังสือ,” สืบค้นวันที่ 1 สิงหาคม 2555, จาก Available : <https://www.dek-d.com/board/view/1826290/> .2555

ในตลาดทั้ง 3 ประเภทอาศัยแนวความคิดเดียวกัน คือ ผู้ผลิตต้องพยายามผลิตและขายในปริมาณที่ทำให้เกิดกำไรสูงสุด ดังนั้น ราคาส่งที่เหมาะสม อยู่ที่ปริมาณการผลิตที่ทำให้ต้นทุนเพิ่มเท่ากับรายได้ส่วนเพิ่ม แต่ราคาจะต่างกัน ตามลักษณะเส้นอุปสงค์ของแต่ละประเภท

3. วิธีการตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นเกณฑ์¹⁸

การตั้งราคาโดยมุ่งพิจารณาที่การแข่งขัน เป็นวิธีการที่นักการตลาดเห็น ความสำคัญของคู่แข่งมากกว่าความสำคัญของความต้องการของตลาดและต้นทุน

ลักษณะ ราคาเช่นนี้อาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อเอาชนะคู่แข่ง ราคาส่งไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกับคู่แข่ง อาจสูงกว่าหรือต่ำกว่าก็ได้ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนถึงการตั้งราคาในลักษณะนี้ได้แก่ การกำหนดราคาตามคู่แข่ง การกำหนดราคาโดยยื่นซองประมูล โดยจากกลยุทธ์ การตั้งราคานั้น สามารถจำแนกการตั้งราคาหนังสือในประเทศไทยไว้ดังนี้

3.1 ต้นทุนการผลิต คือ ต้นทุนแปรผันต่อเล่มที่ใช้ในการพิมพ์ ซึ่งก็คือ ค่าพิมพ์จากโรงพิมพ์ โดย สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่มี โรงพิมพ์เป็นของตัวเอง ต้นทุนส่วนนี้มาจากค่ากระดาษพิมพ์ หมึกพิมพ์ เพลต ขึ้นอยู่กับคุณภาพการพิมพ์และยอดพิมพ์ ต้นทุนการผลิตนี้เองเป็นตัวแปรหลักของการตั้งราคาปกหนังสือ

3.2 ค่าดำเนินการของสำนักพิมพ์ เป็นต้นทุนคงที่ต่อเดือนที่สำนักพิมพ์ต้องจ่าย ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าสำนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน ค่าไฟ ค่าน้ำ ฯลฯ อาจจะรวมต้นทุนแปรผัน เช่น ค่าจ้างพนักงานอิสระ ฝ่ายพิสูจน์อักษรหรือบรรณาธิการ และรวมไปถึงกำไรที่ตั้งไว้ของสำนักพิมพ์

3.3 ส่วนลดร้านหนังสือ การขายหนังสือตามร้านค้าปลีก สำนักพิมพ์ต้องเผื่อส่วนลดสำหรับร้านค้าปลีก ร้านหนังสือขายส่งใหญ่ๆ หรือร้านหนังสือปลีกในต่างจังหวัดสามารถลดราคาหนังสือได้มาก เพราะเป็นต้นทุนของการส่งหนังสือ

3.4 ต้นทุนสายส่ง ในปัจจุบันเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ราคาหนังสือแพงขึ้นมาก เพราะหนังสือทุกเล่มที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์ออกไปสู่สายตาประชาชนและผู้ซื้อเลือกซื้อได้ตามแผงต้องผ่านการขนส่งโดยสายส่งกระจายไปตามร้านค้าและแผงหนังสือต่าง ๆ

3.5 ค่าลิขสิทธิ์ของนักเขียน/นักแปล เป็นต้นทุนเริ่มต้นก่อนหนังสือออกเผยแพร่ มักคิดเป็นร้อยละของราคาปกคูณด้วยยอดพิมพ์หรือยอดจำหน่าย แล้วแต่สัญญาจะตกลงไว้ นอกจากค่าลิขสิทธิ์ของราคาปกคูณยอดพิมพ์แล้ว ยังรวมถึงค่ารูปประกอบในกรณีที่ทำพิเศษนอกกองบรรณาธิการ ค่าจ้างแปลในกรณีหนังสือแปล เป็นต้น

¹⁸ เติ้งอ่าง, น. 13.

ดังนั้นจากการศึกษาความเป็นมาของหนังสือและระบบธุรกิจหนังสือโดยเฉพาะในประเทศไทยพบว่า หนังสือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนานและเป็นสินทรัพย์ที่มีการสร้างสรรค์ในทางความคิดอย่างมาก และในระบบธุรกิจหนังสือเป็นระบบขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยบุคคลากรในการสร้างสรรค์สินทรัพย์ชนิดนี้ขึ้นมา จึงจำเป็นอย่างมากที่ต้องมีความคุ้มครองเป็นการเฉพาะเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเป็นธรรมให้แก่ระบบธุรกิจหนังสืออันนำไปสู่ความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคในท้ายที่สุด

4. ระบบธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic-Book System)

อีบุ๊ก (e-book e-Book eBook EBook) เป็นคำภาษาต่างประเทศ ย่อมาจากคำว่า Electronic Book หมายถึง หนังสือที่สร้างขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์มีลักษณะเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยปกติมักจะเป็นแฟ้มข้อมูลที่สามารถอ่านเอกสารผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ทั้งในระบบออฟไลน์และออนไลน์

คุณลักษณะของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถเชื่อมโยงจุดไปยังส่วนต่างๆ ของหนังสือ เว็บไซต์ต่างๆ ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบกับผู้เรียนได้ นอกจากนี้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถแทรกภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว แบบทดสอบ และสามารถสั่งพิมพ์เอกสารที่ต้องการออกทางเครื่องพิมพ์ได้ อีกประการหนึ่งที่สำคัญก็คือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะไม่มีในหนังสือธรรมดาทั่วไป

หนังสือที่มีอยู่โดยทั่วไป จะมีลักษณะเป็นเอกสารที่จัดพิมพ์ด้วยกระดาษ แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย และความเปลี่ยนแปลงด้านอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการพัฒนาต่อเนื่องอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มีการคิดค้นวิธีการใหม่โดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย จึงได้นำหนังสือดังกล่าวเหล่านั้นมาทำคัดลอก (scan) โดยที่หนังสือก็ยังคงสภาพเดิมแต่จะได้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นแฟ้มภาพขึ้นมาใหม่ วิธีการต่อจากนั้นก็ก็จะนำแฟ้มภาพตัวหนังสือมาผ่านกระบวนการแปลงภาพเป็นตัวหนังสือ (text) ด้วยการทำ OCR (Optical Character Recognition) คือการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อแปลงภาพตัวหนังสือให้เป็นตัวหนังสือที่สามารถแก้ไขเพิ่มเติมได้

การถ่ายทอดข้อมูลในระยะต่อมา จะถ่ายทอดผ่านทางเป็นพิมพ์ และประมวลผลออกมาเป็นตัวหนังสือและข้อความด้วยคอมพิวเตอร์ ดังนั้นหน้ากระดาษก็เปลี่ยนรูปแบบไปเป็นแฟ้มข้อมูล (files) แทน ทั้งยังมีความสะดวกต่อการเผยแพร่และจัดพิมพ์เป็นเอกสาร (documents printing) รูปแบบของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ยุคแรกๆ มีลักษณะเป็นเอกสารประเภท .doc, .txt, .rtf, และ .pdf ไฟล์ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาภาษา HTML (Hypertext Markup Language) ข้อมูลต่างๆ ก็จะถูกออกแบบและตกแต่งในรูปของเว็บไซต์ โดยในแต่ละหน้าของเว็บไซต์เราเรียกว่า "web page"

โดยสามารถเปิดดูเอกสารเหล่านั้นได้ด้วยเว็บเบราว์เซอร์ (web browser) ซึ่งเป็น โปรแกรมประยุกต์ที่สามารถแสดงผลข้อความ ภาพ และการปฏิสัมพันธ์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เมื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมมากขึ้น บริษัทไมโครซอฟต์ (Microsoft) ได้ผลิตเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาเพื่อคอยแนะนำในรูปแบบ HTML Help ขึ้นมา มีรูปแบบของไฟล์เป็น .CHM โดยมีตัวอ่านคือ Microsoft Reader (.LIT) หลังจากนั้นต่อมามีบริษัทผู้ผลิตโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวนมาก ได้พัฒนาโปรแกรมจนกระทั่งสามารถผลิตเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ออกมาเป็นลักษณะเหมือนกับหนังสือทั่วไปได้ เช่น สามารถแทรกข้อความ แทรกภาพ จัดหน้าหนังสือได้ตามความต้องการของผู้ผลิต และที่พิเศษกว่านั้นคือ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ สามารถสร้างจุดเชื่อมโยงเอกสาร (Hypertext) ไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกได้ อีกทั้งยังสามารถแทรกเสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ ลงไปในหนังสือได้ โดยคุณสมบัติเหล่านี้ไม่สามารถทำได้ในหนังสือทั่วไป

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งออกเป็น 10 ประเภท¹⁹ ดังนี้

1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือตำรา (Textbooks) เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแปลงข้อมูลจากตัวเล่มหนังสือเป็นสัญญาณดิจิทัล และเพิ่มศักยภาพการนำเสนอและการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยการใช้ศักยภาพของคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน เช่น การเปิดหน้าหนังสือการสืบค้น การคัดเลือกข้อความที่ต้องการ

2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือเสียง (Talking Books) เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีเสียงอ่านเมื่อเปิดหนังสือ เหมาะสำหรับหนังสือเด็กเริ่มเรียนหรือหนังสือฝึกออกเสียง หรือฝึกพูด เน้นคุณลักษณะด้านการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นตัวอักษรและเสียง นิยมใช้กับกลุ่มผู้อ่านที่มีระดับด้านการฟังหรือการอ่านค่อนข้างต่ำ เหมาะสำหรับการเริ่มต้นเรียนภาษาของเด็ก ๆ หรือผู้ที่กำลังฝึกภาษาที่สอง หรือฝึกภาษาใหม่ เป็นต้น

3. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือภาพนิ่งหรืออัลบั้มภาพ (Static Picture Books) เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เน้นการจัดเก็บ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของภาพนิ่งหรืออัลบั้มภาพเป็นหลัก เสริมด้วยการนำศักยภาพของคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอ เช่น การเลือกภาพที่ต้องการ การขยายหรือย่อขนาดของภาพหรือตัวอักษร การสำเนาหรือการถ่ายโอนภาพ การแต่งเติมภาพการเลือกเฉพาะส่วนของภาพ (Cropping) หรือเพิ่มข้อมูลเชื่อมโยงภายใน (Linking Information) เช่น เชื่อมข้อมูลอธิบายเพิ่มเติม เชื่อมข้อมูลเสียงประกอบ

¹⁹ อลิษา มิตรานนท์, “ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,” (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556).

4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือภาพเคลื่อนไหว (Moving Picture Books) เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เน้นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบภาพวิดีโอ (Video Clips) หรือภาพยนตร์สั้น ๆ (Films Clips) ผสมกับข้อมูลสนเทศที่อยู่ในรูปตัวหนังสือ (Text Information) ผู้อ่านสามารถเลือกชมศึกษาข้อมูลได้ ส่วนใหญ่นิยมนำเสนอข้อมูลที่เป็นเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ หรือเหตุการณ์สำคัญ เช่น ภาพเหตุการณ์สงครามโลก ภาพการกล่าวสุนทรพจน์ของบุคคลสำคัญของโลกในโอกาสต่าง ๆ ภาพเหตุการณ์ความสำเร็จหรือสูญเสียของโลก

5. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบสื่อประสม (Multimedia) เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอข้อมูลเนื้อหาสาระในลักษณะแบบสื่อผสมระหว่างสื่อภาพ (Visual Media) ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวกับสื่อประเภทเสียง (Audio Media) ในลักษณะต่าง ๆ ผสมกับศักยภาพของคอมพิวเตอร์เช่นเดียวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว

6. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือสื่อหลากหลาย (Polymedia books) เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบสื่อประสม แต่มีความหลากหลายในด้านความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลภายในเล่มที่บันทึกในลักษณะต่าง ๆ เช่น ตัวหนังสือภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงดนตรี และอื่น ๆ

7. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือเชื่อมโยง (Hypermedia Books) เป็นหนังสือที่มีคุณลักษณะสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาสาระภายในเล่ม (Internal Information Linking) ซึ่งผู้อ่านสามารถคลิกเพื่อเชื่อมไปสู่เนื้อหาสาระที่ออกแบบเชื่อมโยงกันภายใน การเชื่อมโยงเช่นนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับบทเรียน โปรแกรมแบบแตกกิ่ง (Branching Programmed Instruction) นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งเอกสารภายนอก (External or Information Sources) เมื่อเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต

8. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสืออัจฉริยะ (Intelligent Electronic Books) เป็นหนังสือประสม แต่มีการใช้โปรแกรมขั้นสูงที่สามารถมีปฏิกริยา หรือปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านเสมือนหนังสือมีสติปัญญา (อัจฉริยะ) ในการไตร่ตรอง หรือคาดคะเนในการโต้ตอบ หรือมีปฏิกริยากับผู้อ่าน

9. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะแบบหนังสือทางไกล (Telemedia Electronic Books) มีคุณลักษณะหลักต่าง ๆ คล้ายกับ Hypermedia Electronic Books แต่เน้นการเชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลภายนอกผ่านระบบเครือข่าย (Online Information Sources) ทั้งที่เป็นเครือข่ายเปิดและเครือข่ายเฉพาะสมาชิกของเครือข่าย

10. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบหนังสือไซเบอร์สเปซ (Cyberspace Books) มีลักษณะเหมือนกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หลาย ๆ แบบที่กล่าวมาแล้วผสมกัน สามารถเชื่อมโยงแหล่งข้อมูล

ทั้งจากแหล่งภายในและภายนอก สามารถนำเสนอข้อมูลในระบบสื่อที่หลากหลาย และสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านได้หลากหลายด้วย

ปัจจุบันประเทศไทยมีการแพร่หลายของระบบธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มากขึ้น โดยได้มีสำนักพิมพ์ที่เป็นตัวแทนในการจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยได้ทำขึ้นมาในรูปแบบของเว็บไซต์ (Website) เพื่อรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้นมาวางจำหน่ายที่หน้าเว็บไซต์นั้น โดยการจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นมาจากบริษัทต่างประเทศที่เป็นที่รู้จักในชื่อว่า อเมซอน (Amazon) เป็นบริษัทที่ทำการจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไปทั่วโลก

ประเทศไทยได้มีบริษัทและสำนักพิมพ์จำนวนหนึ่งได้จัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ Amazon kindle Google Play store ookbee(ไอเคบี) mebmarket(เมบมาเก็ต) ีบุ๊กส์ โดยบริษัทเหล่านี้ทำหน้าที่กึ่งสำนักพิมพ์ ที่รับจัดจำหน่ายหนังสืออีบุ๊กผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งปัจจุบันบริษัทเหล่านี้ได้มีส่วนแบ่งตลาดระบบธุรกิจหนังสือเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากรายงานพิเศษของประชาชาติ กล่าวว่า ระบบธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นจำนวน 600-700 ล้านบาทต่อปี²⁰ ซึ่งไม่เพียงแต่จะเป็นบริษัทที่กล่าวมาเท่านั้น แต่สำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ของประเทศไทย อาทิ อมรินทร์ ซีเอ็ด นายอินทร์ ก็ยังได้จัดทำแอปพลิเคชันในการดาวน์โหลดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ออกจำหน่าย นอกเหนือจากการมีหน้าร้านของตนเอง ผู้บริโภคในปัจจุบันก็หันมาใช้ความสะดวกในการซื้อหนังสือจากแอปพลิเคชันเหล่านี้มากขึ้น เห็นได้จาก รายงานคาดการณ์ว่า อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของตลาดอีบุ๊กประเทศไทย จะอยู่ที่ 14% จากมูลค่าตลาด 2,960 ล้านบาท ในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 5,705 ล้านบาทในปี 2565 เช่นเดียวกับส่วนแบ่งการตลาดของอีบุ๊กที่จะเพิ่มจาก 7.4% ในปี 2560 เป็น 14.1% ในปี 2565²¹ โดยรูปแบบการจัดจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์หรือ e-book นั้น เจน สงสมพันธุ์ นายกสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย กล่าวว่า หนังสือเล่มหนึ่งมีส่วนแบ่งหลักๆ คือ ผู้จัดจำหน่าย สำนักพิมพ์ และค่าลิขสิทธิ์นักเขียน ภาพรวมแล้ว “นักเขียนไม่ได้ค่าลิขสิทธิ์มากกว่าเดิมนัก แต่มีช่องทางมากขึ้น”²² ซึ่งผู้เขียนจะเขียนหนังสือและทำเป็นไฟล์ PDF แล้วส่งให้สำนักพิมพ์หรือบริษัทที่รับจำหน่ายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์วางจำหน่าย ซึ่งเป็นไปในแบบ

²⁰ ประชาชาติธุรกิจ, “ผู้บริโภครุ่นใหม่ดันอีบุ๊กโตเจียบ เปิดทางนักเขียนนักแปลนิเวจนปั้นรายได้,” สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2561, จาก Available : <https://www.prachachat.net/ict/news-204960>

²¹ กุลธิดา เคนวิทยานันท์, “อีบุ๊ก” โอกาสที่มากับความท้าทายของธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย,” สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2561.

²² ไทยรัฐ, “เปลี่ยธุรกิจอีบุ๊กส์ เปิดลิขสิทธิ์นักเขียน,” สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2561, จาก Available : <https://www.thairath.co.th/content/251556>.

ของการฝากหนังสือวางขายในรูปแบบของไฟล์เอกสารและแบ่งร้อยละของรายได้ตามที่บริษัทหรือผู้เขียนตกลงกัน

2.1.4 ความเป็นมาของกฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐาน

ภายใต้ระบบราคาหนังสือมาตรฐาน (Fixed Book Price) โดยทั่วไป บรรดาหนังสือถูกวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้ายได้จะเฉพาะจากการพิจารณาราคา (ตั้งราคา) ตามที่ผู้จัดพิมพ์กำหนดโดยความร่วมมือกับผู้จำหน่ายหนังสือ ซึ่งระบอบราคาหนังสือมาตรฐานมีมานานกว่า 150 ปี โดยมักจะใช้ในประเทศที่ส่วนใหญ่มีอุตสาหกรรมหนังสือเป็นอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ มีการเสนอกฎหมายหรือข้อตกลงเพื่อกำหนดราคาขายหนังสือให้แก่ประชาชน โดยในหลายประเทศระบบราคาหนังสือแบบตายตัวได้รับการจัดตั้งและควบคุมโดยกฎหมาย (เช่น สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส เป็นต้น) ในประเทศอื่น ๆ ผู้จำหน่ายหนังสือและผู้จัดพิมพ์สามารถตกลงตามเงื่อนไขเกี่ยวกับหนังสือที่จะขายในรูปแบบของข้อตกลงการค้า²³

กฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐานนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะปกป้องร้านค้าหนังสือขนาดเล็กให้สามารถแข่งขันได้กับร้านค้าหนังสือขนาดใหญ่หรือสำนักพิมพ์ในการที่จะควบคุมราคาหนังสือและเป็นการสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันด้านความหลากหลายของหนังสือและบริการมากกว่าที่จะมีการแข่งขันทางด้านราคา เนื่องจากหนังสือถือได้ว่าเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมและเป็นสินค้าที่แตกต่างจากโภคภัณฑ์อื่น สมควรมีการควบคุมและคุ้มครองอย่างเป็นพิเศษ จากการศึกษากฎหมายราคาหนังสือมาตรฐานนี้เกิดขึ้นจากทวีปยุโรป ที่เห็นเด่นชัด คือ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีและสาธารณรัฐฝรั่งเศส ซึ่งในปัจจุบันหลายประเทศในทวีปยุโรปนั้น ได้นำกฎหมายราคาหนังสือมาตรฐานมาใช้ในประเทศ มีทั้งรูปแบบที่ออกมาเป็นบทบัญญัติกฎหมาย และรูปแบบของข้อตกลงราคาหนังสือมาตรฐาน²⁴ โดยในเวลาต่อมาก็ได้มีการแพร่หลายในการใช้กฎหมายราคาหนังสือมาตรฐานมากขึ้น คือ ประเทศทางทวีปเอเชีย ที่ในปัจจุบันนั้น ได้ออกมาใช้เป็นกฎหมายและข้อตกลง คือ สาธารณรัฐเกาหลีและประเทศญี่ปุ่น และมีการใช้กฎหมายนี้ทางทวีปอเมริกา เช่น สหรัฐเม็กซิโก สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิลและสาธารณรัฐตุรกี เป็นต้น

²³ “แปลความจากบทความ FIXED BOOK PRICE สมาคมผู้จัดพิมพ์ระดับนานาชาติ (IPA : International Publishers Association),” สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.internationalpublishers.org/policy-issues/fixed-book-price>

²⁴ ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศสและสาธารณรัฐเกาหลี มีลักษณะกฎหมายเป็น ACT โดยอาจเปรียบเทียบในลำดับศักดิ์ของกฎหมายไทยจัดอยู่ในระดับพระราชบัญญัติ

ความเป็นมาดั้งเดิมของกฎหมายฉบับนี้ เนื่องมาจากในอดีตนั้นหนังสือจัดเป็นสินค้าที่หายากและมีราคาแพงมาก²⁵ ต่อมาในศตวรรษที่ 19 ได้เกิดวิวัฒนาการของเทคโนโลยีที่สามารถทำให้หนังสือสามารถแพร่หลายมากขึ้น โดยการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการพิมพ์และกระดาษขึ้นเป็นผลให้เกิดเหล่าสำนักพิมพ์และร้านค้าผู้จำหน่ายหนังสือขึ้นและทำให้หนังสือมีราคาที่ถูกลง การแข่งขันทางธุรกิจหนังสือจึงเริ่มมีการแข่งขันกัน สำนักพิมพ์และร้านค้าหนังสือจึงเริ่มที่จะตั้งข้อตกลงราคาหนังสือมาตรฐานในหนังสือที่จะถูกขายให้กับประชาชนหรือผู้ซื้อคนสุดท้ายหรือผู้อ่าน

ค.ศ. 1829 สำนักพิมพ์ในสหราชอาณาจักรนำรูปแบบการตรึงราคามาใช้ต่อร้านค้าปลีกที่มีการใช้ส่วนลดที่มากเกินไป โดยสำนักพิมพ์ของประเทศและผู้จัดจำหน่ายหนังสือได้นำข้อตกลงที่เป็นของแต่ละฝ่ายมาใช้ร่วมกันในปี ค.ศ. 1837

ค.ศ. 1888 สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีซึ่งมีสมาชิกเป็นตัวแทนผู้เผยแพร่ค้าส่งและค้าปลีก และร้านขายหนังสือได้จัดทำกฎเกณฑ์และบทลงโทษในการละเมิดกฎการตั้งราคาหนังสือ ค.ศ. 1889 ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส เซอร์เคิล เดอลา (Librairie) ตัวแทนผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือเสนอสร้างมาตรฐานความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างทั้งสองฝ่ายและแนะนำกลไกการตั้งราคาหนังสือ

ค.ศ. 1900 สหราชอาณาจักรจัดทำข้อตกลงตามบัญชีสุทธิตระหว่งผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือ ในขณะที่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีสร้างมาตรการป้องกันไม่ให้ร้านค้าปลีกได้รับผลกระทบจากการใช้ส่วนลดจากสำนักพิมพ์

ค.ศ. 1924 รัฐบาลสาธารณรัฐฝรั่งเศส จัดทำมาตรการการควบคุมราคาหนังสือโดยกำหนดพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งระบบราคาสำหรับผู้จำหน่ายหนังสือและถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง

ค.ศ. 1950 ได้มีการจัดทำแผนและการพัฒนากฎหมายกำหนดราคาหนังสือในสาธารณรัฐอังกาเร สาธารณรัฐอิตาลี ราชอาณาจักรสวีเดน ญี่ปุ่น ราชอาณาจักรเนเธอร์แลนด์ เกาหลี ออสเตรเลีย สาธารณรัฐฟินแลนด์ สาธารณรัฐไอร์แลนด์ และสาธารณรัฐออสเตรเลีย

ค.ศ. 1970 ภายใต้อิทธิพลจากความกดดันจากผู้มีอำนาจระดับชาติ ราชอาณาจักรสวีเดน ยกเลิกกฎหมายกำหนดราคาหนังสือซึ่งสาธารณรัฐฟินแลนด์ และเกาหลีออสเตรเลียยังได้ยกเลิกด้วยเหตุผลเดียวกัน

ค.ศ. 1981 สาธารณรัฐฝรั่งเศสได้กำหนดกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานซึ่งถือเป็นแบบอย่างสำหรับประเทศอื่น ๆ หลายประเทศ กฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของส

²⁵ แปลความ International Publishers Association. Global Fixed Book Price 23 May 2014.Report: International Publishers Association. 2014.

พระราชอำนาจที่เป็นข้อตกลงหนังสือยังคงอยู่จนถึงปี คริสต์ศักราช 1995 แต่ได้ถูกยกเลิกโดยสำนักงานการค้ายุติธรรมและการถอนการสนับสนุนจากสำนักพิมพ์ชั้นนำและร้านค้าปลีกในประเทศ อีกทั้งสาธารณรัฐไอร์แลนด์และสมาพันธ์รัฐสวิสยังยกเลิกสัญญากำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของพวกเขาในช่วงเวลานี้

ค.ศ. 2002 ข้อตกลงราคาหนังสือคงที่ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีถูกแทนที่ด้วยกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน

ตั้งแต่ปีค.ศ. 1970 ราชอาณาจักรสเปน สาธารณรัฐโปรตุเกส สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐอาร์เจนตินา สหรัฐเม็กซิโก สาธารณรัฐเฮลเลนิก(กรีซ) สาธารณรัฐเลบานอน รัฐอิสราเอล สาธารณรัฐสังคมนิยมประชาธิปไตยศรีลังกา และสาธารณรัฐสโลวีเนียที่จัดทำกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน ในค.ศ. 2014²⁶

ผู้สนับสนุนระบบราคาหนังสือมาตรฐาน เชื่อว่าหนังสือซึ่งเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมควรได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างจากสินค้าที่ซื้อขายได้อื่น ๆ พวกเขาเชื่อว่าระบบราคาหนังสือมาตรฐานสามารถสร้างพื้นที่ให้กับผู้ค้าปลีก ทำให้ผู้ค้าปลีกรายเล็กสามารถอยู่รอดได้ แม้จะมีร้านค้าขนาดใหญ่อยู่ก็ตามและกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน ก้อนุญาตให้ผู้อ่านเข้าถึงหนังสือที่หลากหลายได้มากขึ้น พวกเขายังพูดถึงว่าราคาหนังสือคงที่อนุญาตให้มีการอุดหนุนข้ามซึ่งสำนักพิมพ์ใช้กำไรที่สร้างขึ้นโดยผู้ขายที่ดีที่สุดเพื่อชดเชยการลงทุนที่มีความเสี่ยงมากขึ้น ฝ่ายตรงข้ามของกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน กล่าวว่าอุตสาหกรรมทำงานได้ดีที่สุดเมื่อดำเนินการภายใต้สภาวะตลาดเสรี และกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานนั้นเพิ่มราคาให้กับผู้คนจ่ายหนังสือ พวกเขาเชื่อว่าผู้ค้าปลีกควรสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ได้อย่างอิสระตามความต้องการที่แท้จริง พวกเขาไม่เห็นด้วยที่ผู้อ่านที่มีความสนใจเป็นพิเศษจะสามารถค้นหาหนังสือในประเทศที่ไม่มีกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน ได้น้อยกว่าหรือผู้เผยแพร่ในประเทศที่มีกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน และมีความเสี่ยงทางธุรกิจมากขึ้น ฝ่ายตรงข้ามกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน เชื่อว่ารัฐบาลสามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมหนังสือได้ดีขึ้นด้วยนโยบายที่สนับสนุนการรู้หนังสือและการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์²⁷

²⁶ แปลความจาก International Publishers Association. Global Fixed Book Price 23 May 2014.Report: International Publishers Association. 2014.

²⁷ “แปลความจากบทความ FIXED BOOK PRICE สมาคมผู้จัดพิมพ์ระดับนานาชาติ (IPA : International Publishers Association),” สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.internationalpublishers.org/policy-issues/fixed-book-price>

ดังนั้นจากการศึกษา กฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐานเป็นกฎหมายที่เริ่มมาจากประเทศในแถบทวีปยุโรปเป็นส่วนใหญ่โดยประเทศเหล่านั้น ถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีธุรกิจหนังสือเป็นอันดับต้นในโลก และเพื่อการศึกษาที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไข ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือในประเทศไทย จึงต้องอาศัยการศึกษา แนวความคิดของประเทศที่ถือเอากฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐานเป็นสำคัญ ในที่นี้ผู้ศึกษา ได้ศึกษากฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศสและสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมแก่ประเทศไทยต่อไป

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือนี้ เป็นการ ทบทวนเพื่อนำไปสู่เจตนารมณ์ของการบัญญัติกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจ หนังสือ เพราะในการร่างกฎหมายหนึ่งๆ ขึ้นมานั้นจะต้องศึกษาแนวคิดและทฤษฎีให้ชัดเจนและ เป็นไปเพื่อเจตนารมณ์อันดีและสามารถแก้ไข้ปัญหาของการไม่มีกฎหมายนั้นได้ ดังจากการศึกษา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ดังต่อไปนี้

2.2.1 ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม การแทรกแซงของรัฐได้ถูกจำกัดไว้เพียง สามประการ²⁸ โดยประการแรก รัฐมีหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากรของสังคมเพื่อผลิตสินค้าหรือ บริการสาธารณะ ประการที่สอง รัฐมีหน้าที่ในการกระจายรายได้และความมั่งคั่งของสังคม เพื่อให้ สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นได้จำแนกแจกจ่ายให้ประชาชนทุกคนได้ใช้กันอย่างทั่วถึง และ ประการที่สาม หน้าที่ในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้การจัดสรรการใช้ทรัพยากรของ สังคมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการกระจายรายได้ของสังคมเป็นไปอย่างยุติธรรม แต่ก็ได้มีการ พัฒนาแนวคิดและทฤษฎีที่เข้ามาสนับสนุนการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สามารถสรุป ได้ดังนี้

1. ทฤษฎีประโยชน์สาธารณะ (Public Interest Theory)

ในความหมายของประโยชน์สาธารณะ นั้นได้มีคำนิยามของคำนี้ไว้ กล่าวโดยสรุปพอ สั้นๆ จากนิยามของนักวิชาการดังนี้

²⁸ เฉลิมชัย กักเกียรติกุล, [On-line]. หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล(Corporate Governance). สังกัดฝ่ายกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ, (10 มิถุนายน 2555). จาก Available : http://www.mtc.or.th/uploadfiles/1129087929_2_Standard.doc. เฉลิมชัย กักเกียรติกุล, Study Room, สำนักงาน กสทช.2556

จากปทานุกรมศัพท์รัฐสภาและการเมืองไทยของคณิน บุญสุวรรณ²⁹ ให้นิยามเรื่อง ประโยชน์สาธารณะ ว่า "ประโยชน์ต่อสาธารณะ หมายถึง ประโยชน์อันเกิดแก่ประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น..." และรศ.ดร.นันทวัฒน์ บรมานันท์³⁰ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้นิยามว่า "กิจกรรมของฝ่ายปกครอง" คือ หน้าที่หลักของฝ่ายปกครองเป็นการจัดทำกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ "ประโยชน์สาธารณะ" มิใช่เพื่อประโยชน์ของเอกชนรายหนึ่งรายใด กิจกรรมเหล่านี้เรียกว่า บริการสาธารณะ และต้องเป็นกิจกรรมที่มีรูปแบบของ "บริการสาธารณะ" (Service Public) หาก มิได้จัดทำขึ้นเพื่อสาธารณชนทั่วไป ทั้งนี้กิจกรรมใดที่เป็นเรื่อง ประโยชน์สาธารณะก็จะอยู่ภายใต้การบังคับใช้กฎหมายที่มีลักษณะพิเศษที่เป็นสิ่งที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของฝ่ายปกครอง เป็นอำนาจฝ่ายเดียวของฝ่ายปกครองในการใช้นิติกรรมฝ่ายเดียวที่มีผลบังคับกับบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือบุคคลทั่วไป

ส่วนคำนิยามของคำว่า ประโยชน์สาธารณะหรือประโยชน์ส่วนรวม ตามพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542 ที่บัญญัติไว้ใน มาตรา 3³¹ "ประโยชน์แก่ส่วนรวม" หมายความว่า ประโยชน์ต่อสาธารณะหรือประโยชน์อันเกิดแก่การจัดทำ บริการสาธารณะหรือการจัดให้มีสิ่งสาธารณูปโภค หรือประโยชน์อื่นใดที่เกิดจากการดำเนินการ หรือการกระทำที่มีลักษณะเป็นการส่งเสริม หรือสนับสนุนแก่ประชาชนเป็นส่วนรวม หรือประชาชนส่วนรวมจะได้รับประโยชน์จากการดำเนินการหรือการกระทำนั้น"

ดังนั้น ประโยชน์สาธารณะหรือประโยชน์ส่วนรวม จึงเป็นการว่าด้วยการจัดทำบริการ สาธารณะประโยชน์อื่นใดที่มีลักษณะเป็นการส่งเสริม หรือสนับสนุนแก่ประชาชนเป็นส่วนรวม และประชาชนส่วนรวมจะได้รับประโยชน์จากการดำเนินการหรือการกระทำนั้น

2. ทฤษฎีทางเลือกของสาธารณะ (Public Choice Theory)

หลักทางเลือกสาธารณะมีรากฐานมาจากรัฐศาสตร์ อธิบายว่ารัฐบาลมีเจตนารมณ์ที่ดี และนำหลักการทางเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์หรือช่วยในการตัดสินใจของ รัฐบาล³² รวมทั้งการกระทำหรือดำเนินงานของรัฐบาลด้วย ทฤษฎีนี้มองว่ากลุ่มผลประโยชน์มี

²⁹ คณิน บุญสุวรรณ, กระบวนการทำงานของระบบรัฐสภาตามรัฐธรรมนูญฉบับใหม่, (กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2541).

³⁰ นันทวัฒน์ บรมานันท์ และแก้วคำ ไกรลพพงษ์, การปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์วิญญูชน, 2543).

³¹ พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. 2542.

³² ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และสุธี ประศาสน์เศรษฐ์, ระบบเศรษฐกิจไทย ค.ศ.1910 . ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (บรรณาธิการ), วิวัฒนาการทุนนิยมไทย, (กรุงเทพมหานคร: สารศึกษาการพิมพ์, 2523).

อิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจกรรมทางเศรษฐกิจของรัฐ ทุกคนต้องการที่จะหารายได้หรือทำกำไรให้กับตนเองได้มากที่สุด และพยายามผลักดันทางเลือกหรือหนทางที่ทำให้ตนเองได้รับประโยชน์มากขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ในทางการเมือง คนที่มีผลประโยชน์เหมือนหรือคล้ายกันจึงพยายามรวมกลุ่มกันเพื่อจะได้มีอิทธิพลมากขึ้นในการต่อรองทางการเมือง โดยการรวมกลุ่มนี้เรียกว่า กลุ่มผลประโยชน์ ทฤษฎีทางเลือกของสาธารณะ กลุ่มผลประโยชน์พยายามผลักดันให้เกิดหรือมีการกำกับดูแลในรูปแบบที่ตนเองต้องการ การผลักดันของกลุ่มผลประโยชน์อาจผลักดันฝ่ายนิติบัญญัติโดยตรงให้บัญญัติหรือแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตน³³ หรือผลักดันผ่านหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลให้เสนอขอแก้ไขกฎหมายต่อฝ่ายนิติบัญญัติหรือออกระเบียบกฎเกณฑ์การกำกับดูแลให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผลประโยชน์ ระเบียบกฎเกณฑ์และวิธีการการกำกับดูแลส่วนใหญ่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือกลุ่มผลประโยชน์

3. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การกำกับดูแล (Economic Theory of Regulation)

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การกำกับดูแล ได้วิเคราะห์ว่านโยบายของรัฐบาลในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่ใช้แก้ไขปัญหอันเกิดจากกลไกตลาด ถูกผลักดันโดยกลุ่มผลประโยชน์บางกลุ่มในสังคมที่มีอิทธิพล ซึ่งกลุ่มผลประโยชน์จะต้องแข่งขันกันเอง เพื่อจูงใจให้เกิดการกำกับดูแลที่ตนต้องการ³⁴ ดังนั้นกลุ่มผลประโยชน์ที่มักจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวทางการกำกับดูแลมักจะเป็นกลุ่มผลประโยชน์ของกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการและมักมีการแบ่งสรรผลประโยชน์ในระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากกลับมีอิทธิพลต่อการกำหนดแนวทางการกำกับดูแลน้อยมาก ดังนั้น ผลของการกำกับดูแลจึงมักเป็นการคุ้มครองผู้ประกอบการรายเดิมในตลาดเป็นส่วนใหญ่ การแทรกแซงของรัฐหรือการกำกับดูแลจึงต้องมีการวิเคราะห์ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ ภายใต้ตลาดที่ผูกขาดหรือในกรณีที่เกิดความล้มเหลวในการแข่งขันจะเกิดสิ่งๆใดจากการผูกขาด ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรกำกับดูแลมีหน้าที่ต้องจัดให้หมดไป ในทางตรงกันข้ามผู้ประกอบการภายใต้การกำกับดูแลดังกล่าวย่อมมีแรงจูงใจที่จะสร้างอิทธิพลเหนือองค์กรกำกับดูแลเพื่อให้ตนเองได้รับประโยชน์จากกำไรหรือค่าเช่าจากการกำกับดูแล ผลที่ตามมาคือองค์กรกำกับดูแลมักจะถูกยึดหรือครอบงำจากกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นผู้ประกอบการภายใต้การกำกับดูแลนั่นเอง แต่ผลเสียขององค์กรกำกับดูแลเป็นการพิทักษ์ประโยชน์สาธารณะเท่านั้น องค์กรกำกับดูแลจึงมักจะตัดสินใจหรือวางนโยบายในเชิง

³³ เพิ่งอ้าง.

³⁴ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และสุธี ประศาสน์เศรษฐ์, ระบบเศรษฐกิจไทย ค.ศ.1910, ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (บรรณาธิการ), วิวัฒนาการทุนนิยมไทย, (กรุงเทพมหานคร: สารศึกษาการพิมพ์, 2523).

พิทักษ์ผลประโยชน์ของกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดมากกว่าการส่งเสริมประสิทธิภาพของตลาดหรือพิทักษ์ประโยชน์สาธารณะ³⁵

4. ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ (Public Administration Theory)³⁶

การที่รัฐเข้าไปแทรกแซงการดำเนินการของภาคเอกชนเพราะ รัฐต้องเข้าไปกำกับดูแลเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ การกำกับดูแลทำให้การบริหารงานและการปฏิบัติงานของรัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น รัฐจะเข้าไปแทรกแซงการดำเนินการของเอกชนเพื่อทำให้การบริหารจัดการของรัฐดีขึ้น หรือทำให้การกำกับดูแลของรัฐมีความยืดหยุ่นมากขึ้น รัฐเป็นผู้ที่มีหน้าที่วางนโยบาย (Policy-Making) ออกกฎเกณฑ์ (Rule-Making) ดำเนินการตามกฎเกณฑ์ (Implementing) และบังคับใช้กฎเกณฑ์ (Enforcing) คำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างกฎเกณฑ์ สังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและการเมืองที่เกิดจากตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รัฐต้องมีความเข้าใจลักษณะของกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการกำกับดูแล เนื้อหาและความจำเป็นของการกำกับดูแล และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการควบคุมกำกับดูแลต่าง ๆ รวมทั้งลักษณะและสภาพของเครื่องมือในเชิงนโยบายหลาย ๆ ประเภทที่แตกต่างกันเพื่อที่จะได้สามารถจัดหาเครื่องมือที่ถูกต้องและเหมาะสมมาใช้ในการบรรลุเป้าหมายของการควบคุมกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ดังนั้นทฤษฎีการแทรกแซงทางกิจกรรมเศรษฐกิจของรัฐนั้นมีความสำคัญก็เพื่อที่จะสร้างประโยชน์สูงสุดที่เป็นสาธารณประโยชน์ หากว่าการแทรกแซงนั้นเพื่อกลุ่มผลประโยชน์ใด ก็ต้องเป็นการสร้างทางเลือกให้แก่สาธารณะแต่ต้องมีปลายทางอยู่เพื่อการแห่งรัฐและต้องมีการกำกับดูแลอย่างรัดกุม โดยในบางครั้งรัฐอย่างจะเป็นผู้บริหารกิจกรรมทางเศรษฐกิจนั่นเอง

2.2.2 ทฤษฎี หลักเสรีภาพและการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจ

ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี เป็นระบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจได้แข่งขันกันอย่างเต็มที่³⁷ โดยที่รัฐจะไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเพราะถือว่าเป็นเรื่องของปัจเจกชน เป็นเรื่องของเอกชนต่อเอกชน รัฐไม่ควรเข้ามาแทรกแซง เว้นแต่การวางกฎหรือระเบียบเพื่อประโยชน์ในการดำรงไว้ซึ่งความปลอดภัยแห่งรัฐ ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีได้รับอิทธิพลมาจากแนวความคิดของลัทธิปัจเจกนิยม (Individualism) กล่าวคือ ประชาชนทุกคนมีสิทธิเสรีภาพในการปกครอง อัน

³⁵ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, วิวัฒนาการการผูกขาดในประเทศไทย, ใน เศรษฐกิจไทย: โครงสร้างกับการเปลี่ยนแปลง, (กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525).

³⁶ อ่างแล้ว

³⁷ วันทนีย์ ภูมิภัทราคม, ทับทิม วงศ์ประยูร, สมยศ อวเกียรติและวัชระ ไทยโพธิ์ศรี, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ(Introduction to Business Operation).(2537).

เป็นแนวความคิดที่มุ่งเน้นความเท่าเทียมกันแห่งสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ทั้งนี้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีจะก่อให้เกิดความเป็นธรรมในสังคมได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการค้าและผู้บริโภคต่างมีฐานะ อำนาจ และความเข้มแข็งเท่ากัน จากแนวความคิดดังกล่าวจึงก่อให้เกิดทฤษฎีกฎหมายที่สำคัญซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่า รัฐจะไม่เข้าไปแทรกแซงเสรีภาพในการตกลงกันของเอกชน

1. ทฤษฎีในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี มีดังนี้

ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น รัฐจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของเอกชน เว้นแต่ธุรกิจนั้นจะมีผลกระทบต่อสาธารณชน ในหัวข้อนี้หลักกฎหมายต่าง ๆ ที่ประเทศในระบบเศรษฐกิจนี้ยึดถือปฏิบัติ

1) หลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) ทฤษฎีเสรีภาพในการทำสัญญานี้วางหลักไว้ว่า เสรีภาพของเอกชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ความเป็นอิสระของเอกชนจะถูกจำกัดได้ก็โดยความสมัครใจของตนเองเท่านั้น เสรีภาพของเอกชนในการทำสัญญาจึงเป็นบ่อเกิดความยุติธรรม โดยแนวความคิดทฤษฎีดังกล่าวนี้ปรากฏอยู่ในมาตรา 1134 แห่งประมวลกฎหมายฝรั่งเศส หรือที่นิยมเรียกกันว่า “ประมวลกฎหมายนโปเลียนของฝรั่งเศส (Code Napoleon)” โดยมีหลักว่า ความตกลงที่สร้างขึ้นโดยชอบด้วยกฎหมายย่อมมีผลใช้บังคับแก่ผู้ที่ทำความตกลงกันนั้น สำหรับหลักเสรีภาพในการทำสัญญานั้น Wilson ได้ให้ความหมายของเสรีภาพในการทำสัญญาไว้ 2 ความหมาย คือ

ก. เสรีภาพในการทำสัญญา หมายถึง เสรีภาพในการก่อให้เกิดสัญญา (Formation of Contract) นอกจากนั้นศาสตราจารย์ Tamburrino ได้ให้ความหมายที่เพิ่มเติมว่า เสรีภาพในการทำสัญญา หมายถึง เสรีภาพในการก่อให้เกิดขึ้น ดำเนินต่อไป หรือระงับกระบวนการในการก่อให้เกิดสัญญา กล่าวคือ ความเป็นไปได้ที่จะบอกถอนคำเสนอหรือคำสนอง ในกรณีที่สัญญายังไม่เกิดเป็นเสรีภาพที่ปราศจากบทลงโทษโดยตรง เพราะความไม่สุจริตในการเจรจาหรือการคุ้มครองความไว้นื้อเชื่อใจของอีกฝ่ายหนึ่ง

ข. เสรีภาพในการทำสัญญา หมายถึง เสรีภาพที่จะไม่ถูกแทรกแซงภายหลังจากที่สัญญาเกิดแล้ว สำหรับเสรีภาพในความหมายนี้ หมายถึง เสรีภาพที่จะไม่ถูกแทรกแซงจากรัฐตามทฤษฎีปัจเจกชนนิยม ทั้งนี้เป็นเพราะรัฐได้รับรองเสรีภาพที่ปัจเจกชนหรือเอกชนตั้งแต่ขั้นตอนก่อนเกิดสัญญาแล้ว ดังนั้นเมื่อสัญญาเกิดขึ้นรัฐจะเข้าไปแทรกแซงเพื่อให้สิ่งที่คู่สัญญาได้กำหนดตกลงกันไว้โดยเสรีภาพให้เปลี่ยนไปเป็นประการอื่นไม่ได้ เพราะหากปล่อยให้ทำเช่นนั้นได้ก็เท่ากับเสรีภาพในการทำสัญญาของปัจเจกชนถูกทำลาย ซึ่งหลักเสรีภาพในการทำสัญญานั้นถือเป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญของกฎหมายลักษณะสัญญาโดยเฉพาะในประเทศที่ใช้ระบบ Civil Law

2) ทฤษฎีความรับผิดในทางละเมิด (Liability of Fault) ทฤษฎีนี้มีหลักอยู่ว่า บุคคลจะต้องรับผิดชอบเมื่อเขากระทำความผิดทางศีลธรรมหรือทำชั่ว ถ้ามิได้ทำชั่วก็ไม่ต้องรับผิด ทฤษฎีความรับผิดในทางละเมิดนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อที่จะเยียวยาเอกชนที่ได้รับความเสียหายให้กลับคืนสู่ฐานะเดิมหรือกลับคืนใกล้เคียงกับฐานะเดิมให้มากที่สุด และเพื่อให้ทราบว่าเป็นผู้กระทำความผิดและต้องรับผิด ซึ่งความรับผิดในความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นยังแบ่งออกเป็น ความรับผิดในทางละเมิดและความรับผิดในทางสัญญา โดยความรับผิดในทางละเมิดจะมุ่งเน้นให้รับผิดในความเสียหายต่อสิทธิตามกฎหมายซึ่งได้แก่ สิทธิในชีวิต ร่างกาย เสรีภาพ อนามัย ทรัพย์สิน หรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่งถือเป็นสิทธิเด็ดขาด (Absolute Right) ส่วนความรับผิดในทางสัญญานั้นเป็นบุคคลสิทธิ กล่าวคือ เป็นสิทธิที่จำกัดได้เพียงระหว่างคู่สัญญาเท่านั้น ทฤษฎีความรับผิดในทางละเมิดนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักทฤษฎีดังต่อไปนี้

ก) ทฤษฎีความผิด (Fault) ทฤษฎีนี้มีหลักว่า บุคคลจะต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทนต่อเมื่อได้กระทำความผิด (Fault) ถ้ามิได้กระทำความผิดก็ไม่ต้องรับผิด และความรับผิดชอบนั้นต้องรับผิดเพื่อตนเอง

ข) ทฤษฎีรับภัย หรือทฤษฎีเสี่ยงภัย (Risk) ทฤษฎีนี้มีหลักว่า ผู้ที่กระทำให้เกิดความเสียหายจะต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทน โดยสันนิษฐานว่าต้องรับผิดชอบต่อความเสี่ยงภัยที่ตนเองเป็นผู้ก่อขึ้น

3) ทฤษฎีความศักดิ์สิทธิ์ของทรัพย์สินส่วนบุคคลทฤษฎีนี้มาจากแนวความคิดของจอห์น ลอค นักคิดชาวอังกฤษที่ว่า ทรัพย์สินส่วนบุคคลช่วยให้บุคคลนั้นมีศักดิ์ศรีและมีเสรีภาพมากขึ้น ความคิดนี้ได้มีการรับรองและประกาศเป็นปฏิญญาว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและพลเมือง ค.ศ. 1789 ของฝรั่งเศส โดยกล่าวว่า “สิทธิในทางทรัพย์สินนั้นเป็นสิทธิที่จะพำนักไปจากบุคคลไม่ได้” และ “กรรมสิทธิ์เป็นสิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์และไม่อาจจำกัดโดยอายุความ” นอกจากนี้ในมาตรา 17 ของปฏิญญาฉบับนี้ยังได้บัญญัติต่อไปอีกว่า “กรรมสิทธิ์เป็นสิทธิที่ละเมิดไม่ได้และศักดิ์สิทธิ์”

4) การไม่ให้ความสำคัญกับหลักความศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนา เนื่องจากหลัก “ผู้ซื้อต้องระวัง” นั้นเหมาะสมกับสภาพสังคมที่ฐานะของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายมีอำนาจในการเจรจาต่อรองที่เท่าเทียมกัน ต่อมาเมื่อกระบวนการผลิตสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น จนบางครั้งการผลิตสินค้าอาจใช้วัตถุดิบในการผลิตที่ทันสมัยเกินกว่าความรู้ธรรมดาของผู้ใช้หรือผู้บริโภคจะตามได้ทัน อีกทั้ง ผู้ผลิตต่างก็หาวิถีทางที่จะลดค่าใช้จ่ายในการผลิตและเพิ่มผลกำไรให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จนทำให้บางครั้งการขายกำลังการผลิตอย่างรวดเร็วทำให้คุณภาพของวัตถุดิบหย่อนลง ประกอบกับการขยายตัวทางการค้าพาณิชย์ขยายออกไปจากระดับหมู่บ้าน

เมือง ไปสู่ระดับระหว่างประเทศทำให้สินค้าในตลาดมีการแพร่กระจายและเพิ่มประเภทหรือชนิด มากยิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อน จากหลักที่เคยถือว่า “ผู้ซื้อต้องระวัง” จึงขาดความยุติธรรมในแง่ที่ว่า ผู้ซื้อในฐานะผู้บริโภคไม่อาจปรับตัวให้ทันกับความเจริญทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ อีกทั้ง ความระมัดระวังในระดับธรรมดาไม่อาจช่วยให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ชำรายัง อาจทำให้เกิดอันตรายจากการบริโภคสินค้าที่ซื้อมาโดยคาดไม่ถึงด้วย รัฐจึงจำเป็นต้องเข้ามาแทรกแซงเพื่อกำกับดูแลในเรื่องของการทำสัญญาหรือการแสดงเจตนาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการธุรกิจไม่ให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบเนื่องจากผลของการทำสัญญานั้นเป็นเรื่องที่กระทบต่อผู้บริโภคส่วนรวม หากรัฐยอมรับหลักในเรื่องของเสรีภาพในการทำสัญญา ระหว่างคู่สัญญา (Freedom of Contract) หรือความรับผิดชอบคู่กรณีในสัญญา (Privity of Contract) ที่เป็นผลสืบเนื่องจากการมีเสรีภาพในการทำสัญญานั้น หลักดังกล่าวย่อมเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในกรณีที่คู่สัญญามีความสามารถในการต่อรองเท่าเทียมกัน มากกว่าสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันที่ผู้บริโภคอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่า ฉะนั้น หลักเกณฑ์หรือทฤษฎีความรับผิดชอบในความเสี่ยง ที่ว่าต้องอาศัยความผูกพันทางสัญญาที่กฎหมายรับรองจึงเป็นอุปสรรคใหญ่หลวงในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีใช้คู่กรณีในสัญญา ทฤษฎีกฎหมายที่ก่อตั้งสิทธิในการได้รับการเยียวยาฯ ใช้เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นจากการบริโภคจึงไม่คำนึงถึงหลักความสัมพันธ์ทางสัญญา (Privity Rule) แต่อย่างใด

2. ทฤษฎีเสรีภาพในการประกอบธุรกิจ

เสรีภาพ หมายถึง สภาพการหรือสถานะของบุคคลที่มีอิสระในการกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือไม่กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยความประสงค์ของตนเองและไม่อยู่ภายใต้ความครอบงำหรือแทรกแซงของบุคคลอื่น เพื่อส่งเสริมหรือเอื้ออำนวยให้การใช้เสรีภาพของตนบรรลุผล หรือสะดวกขึ้น รัฐหรือบุคคลอื่นมีหน้าที่เพียงว่าต้องไม่เข้าไปรบกวนการใช้เสรีภาพของบุคคลเท่านั้น ตัวอย่างเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ เช่น เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เสรีภาพในทางวิชาการ เสรีภาพในการประกอบอาชีพ และเสรีภาพในการชุมนุม เป็นต้น ดังนั้น เสรีภาพจึงไม่ก่อให้เกิดสิทธิเรียกร้องขึ้นมา ตัวอย่างเช่น เสรีภาพในการชุมนุม ก่อให้เกิดหน้าที่แก่รัฐหรือบุคคลอื่นที่จะต้องไม่เข้าไปรบกวนการใช้เสรีภาพของบุคคล แต่บุคคลไม่อาจเรียกร้องรัฐหรือบุคคลอื่นให้ดำเนินการส่งเสริมหรือเอื้ออำนวยให้การใช้เสรีภาพในการชุมนุมของตนบรรลุผลสิทธิและเสรีภาพนั้นมักไปในทางเดียวกันเสมอ และบางทีอาจแตกต่างกัน สิทธิเสรีภาพนั้นถือว่าจัดอยู่ในขอบข่ายของคำว่า สิทธิมนุษยชน (Human Right) ซึ่งถือเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ที่บุคคลอื่น ๆ นั้นต้องคุ้มครองและไม่ละเมิดในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ทุกคนเพราะ

มนุษย์ทุกคนมีอิสระในการกระทำการ การแสดงความคิดเห็น การชุมนุมโดยสงบปราศจากอาวุธ トラบเท่าที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย

ดังนั้นจากทฤษฎีหลักเสรีภาพและการแข่งขันอย่างเป็นทางการประกอบธุรกิจนั้น เป็นการเปิดโอกาสที่ผู้ประกอบการใดจะต้องไม่ถูกเข้ามาแทรกแซงโดยรัฐและต้องมีเสรีภาพการแข่งขันของการประกอบธุรกิจ แต่ต้องอย่างอยู่บนพื้นฐานของการไม่ละเมิดในการประกอบธุรกิจของแต่ละฝ่าย ทั้งนี้หากมีการละเมิดในการประกอบธุรกิจหรือเกิดกรณีในการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมนั้น รัฐก็มีอำนาจในการเข้ามาแทรกแซงเสรีภาพในส่วนนั้นได้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจและสามารถดำเนินการแข่งขันในระบบธุรกิจไปได้อย่างราบรื่นและเพื่อมิให้เกิดการครอบงำของระบบธุรกิจโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งผู้ศึกษาจะนำมาวิเคราะห์ในเรื่องของการควบคุมความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจหนึ่งสื่อต่อไป

2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีการแข่งขันทางการค้าและป้องกันการผูกขาด

ระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมเป็นเศรษฐกิจที่เน้นความเป็นอิสระด้านการผลิตและการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งจะดำเนินไปโดยได้ผลดีที่สุดโดยการกระทำของมนุษย์ที่มีเสรีภาพทางเศรษฐกิจระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมให้ความสำคัญกับกรรมสิทธิ์ในปัจจัยการผลิตไม่ว่าจะเป็นที่ดิน แรงงานเทคโนโลยี³⁸ เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการแข่งขันกันอย่างเสรีโดยใช้กลไกราคาในตลาดเป็นตัวกำหนดว่าจะใครจะเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการอะไรในจำนวนเท่าใด ขายในราคาเท่าใด อย่างไรก็ตามการแข่งขันที่เสรีมากเกินไปกลับไม่เป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากผู้ที่มีปัจจัยการผลิตมากกว่าสามารถกำหนดจำนวนสินค้าและบริการตลอดจนราคาขายได้มากน้อยตามความต้องการของตนเองเป็นการสร้างการค้าที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค ขณะเดียวกันก็กีดกันผู้ผลิตรายอื่น ๆ ที่มีปัจจัยการผลิตน้อยกว่าให้ออกจากตลาดด้วยการขายตัดราคา สิ่งเหล่านี้เป็นพฤติกรรมทางการค้าผูกขาดเป็นการค้าที่ไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจเสรีนิยม

1. ลักษณะของระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม

ระบบเศรษฐกิจสำคัญ ๆ ของโลก ได้แก่ ระบบเศรษฐกิจสังคมนิยม และระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม ระบบเศรษฐกิจทั้งสองแบบมีความแตกต่างกันขึ้นเชิงกล่าวคือระบบเศรษฐกิจสังคมนิยมเน้นการรวมศูนย์การผลิตไว้ส่วนกลาง รัฐเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ขณะที่ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม เน้นการให้เสรีและอิสระกับเอกชนในการผลิตสินค้าและเป็นเจ้าของ

³⁸ สุภัทร แสงประดับ. ปัญหากฎหมายในการพิจารณาคดีคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย : THE LEGAL PROBLEMS IN CONSUMER PROTECTION TRIAL IN THAILAND. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท : หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม. 2556

ปัจจัยการผลิต การที่จะผลิตสินค้าใด ๆ ก็ตามรัฐจะไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวโดยปล่อยให้กลไกราคาและการแข่งขันในตลาดเป็นเครื่องตัดสิน

2. แนวคิดทางกลไกแห่งราคาและตลาดกับการแข่งขัน

อาศัยหลักการและกฎเกณฑ์อธิบายกิจกรรมทางเศรษฐกิจเรื่องกลไกแห่งราคาและตลาดกับการแข่งขันจากหลักพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์³⁹ คือ

1) หาข้อสรุปด้านปัญหา โดยมองภาพองค์รวมและเชื่อมโยงสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทั้งปัญหาและข้อสรุป

2) อธิบายธรรมชาติของปัญหาทางเศรษฐกิจ เช่น บั๊จเจกชนครัวเรือนหน่วยผลิต ผู้บริโภค แรงงานและอื่น ๆ ซึ่งต้องแยกแยะจัดกลุ่มและหาข้อสรุปที่แท้จริงและเป็นไปได้⁴⁰

3) เน้นสร้างประสิทธิภาพของ ระบบเศรษฐกิจในด้านการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจกสินค้าและบริการ ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมให้เสรีภาพแก่ภาคเอกชนในการเลือกดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เอกชนมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่ตนหามาได้เช่น ที่ดิน แรงงาน เงินทุน เทคโนโลยีและทรัพยากร วัตถุประสงค์ เอกชนมีเสรีภาพในการประกอบธุรกิจรวมทั้งการเลือกอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ แต่เสรีภาพดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย การแข่งขันจะผลักดันให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคแสดงความพึงพอใจที่แท้จริงของตนออกมา ทำให้ผู้ผลิตทราบว่าผลผลิตสินค้าใด อย่างไร และในปริมาณเท่าใด และในส่วนของผู้บริโภคเอง ก็จะเป็นการจัดสรรว่าใครควรเป็นผู้ได้รับสินค้านั้น จึงจะก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรมในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมทำให้มีการโยกย้ายทรัพยากรไปใช้ผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเท่านั้นเป็นการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด และในตลาดที่มีการแข่งขันซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิตจำนวนมากราย ผู้ผลิตจะไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าให้สูงกว่าราคาตลาดได้ ผู้บริโภคจึงได้รับการคุ้มครองจากการเอาเปรียบจากผู้ผลิต กลไกราคาภายใต้การแข่งขันจะเป็นเครื่องมือในการจัดสรรว่า จะผลิตสินค้าอะไร จะผลิตสินค้าอย่างไร และจะผลิตสินค้านั้นเพื่อใคร จึงก่อให้เกิดการจัดสรรที่ได้ประโยชน์สูงสุด เพราะในสภาพที่มีการแข่งขันกันอย่างเสรีนั้น ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าอะไรและปริมาณเท่าไรขึ้นอยู่กับอุปสงค์ (Demand) ของผู้บริโภคในตลาด หากอุปสงค์ต่อสินค้าชนิดใดมีมาก ผู้บริโภคย่อมมีความต้องการที่

³⁹ วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์. การพัฒนาการกำกับดูแลด้านราคาภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. นิตยสารเศรษฐศาสตร์ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2557

⁴⁰ จีรัตติกา สิริยะ, “ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า, Legal problematic on the enforcement of competition law,” วารสารนิติศาสตร์ปริทัศน์ พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ปีที่ 2, ฉบับที่ 3 (กุมภาพันธ์-เมษายน 2557).

จะจ่ายซื้อสินค้าชนิดนั้นมากกว่าจำนวนของสินค้าที่มีอยู่จริงในตลาด ส่วนผู้ผลิตเมื่อเห็นว่าตนสามารถเพิ่มกำไรได้อีกก็จะเพิ่มปริมาณการผลิตจนทำให้ตนได้รับกำไรสูงสุดและในขณะที่พยายามผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดราคาของสินค้าจะเป็นเครื่องกำหนดว่าผู้บริโภค รายใดจะเป็นผู้ได้รับสินค้านั้น

3. การผูกขาดทางการค้าที่ขัดแย้ง หลักเสรีภาพทางเศรษฐกิจ

การผูกขาดทางการค้าเกิดจากผู้ผลิตมีปัจจัยการผลิตที่มากกว่าผู้ผลิตรายอื่น ๆ ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด อาทิ มีผลกำไรจากการค้ามากทำให้สะสมทุนและปัจจัยการผลิตมาก หรือเกิดจากการร่วมทุนกันระหว่างผู้ผลิตด้วยกันจนทำให้มีปัจจัยการผลิตมากขึ้น ในระบบเศรษฐกิจเสรีทุนนิยมให้เสรีภาพทางเศรษฐกิจในการผลิตโดยให้อุปสงค์และอุปทานในท้องตลาดเป็นตัวกำหนดทิศทางการผลิต แต่การที่ผู้ผลิตที่มีปัจจัยการผลิตมากจนเกินไปทำให้สามารถเข้าแทรกแซงตลาดจนกลายเป็นการผูกขาดทางการค้า และกลายเป็นการค้าที่ขัดแย้งกับหลักเสรีภาพทางเศรษฐกิจไปโดยปริยาย⁴¹

การผูกขาดทางการค้าคือกรณีที่ผู้ผลิตสามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาแข่งขันกับตนได้นั่นก็คือ ทำให้เป็นตลาดการผูกขาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการเพียงรายเดียว ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจะเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด (Dominant Market) สามารถกำหนดราคาสินค้าให้มีราคาสูงขึ้นหรือลดลงได้ แม้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ จะมีคุณภาพต่ำก็ตามส่วนใหญ่จะเกิดในประเทศด้อยพัฒนาหรือพิจารณาในอดีตธุรกิจบริการที่บริหารจัดการโดยภาครัฐบางประเภทในเกือบทุกประเทศทั่วโลก อาทิเช่น โทรศัพท์ระหว่างประเทศ บริการโทรศัพท์ในประเทศ บริการรถโดยสารเป็นต้น เป็นธุรกิจที่มีการผูกขาดทั้งสิ้น ในกรณีของธุรกิจปลึกขนาดใหญ่ก็สามารถทำการผูกขาดได้ในกรณีที่เป็นผู้ผูกขาดด้วยการเป็นผู้ซื้อรายใหญ่แต่เพียงผู้เดียว โดยทำการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากทำให้มีอำนาจเหนือตลาดโดยสามารถกำหนดราคาสินค้าและกำหนดปริมาณการผลิตในระยะสั้น (Determination of Price and Output in the Short-Run) ได้ ยิ่งกว่านั้นยังผูกขาดด้วยการผลิตสินค้าที่ใช้ตราหือของห้างค้าปลีกเองเพื่อมาแข่งขันกับสินค้าของผู้ผลิตที่ได้จัดส่งให้กับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในตลาดผูกขาดสามารถพิจารณาย่อยลงไปโดยการแบ่งตลาดผูกขาดออกได้เป็น 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

1) ตลาดผูกขาดที่ไม่มีการควบคุม ผู้ผูกขาดมีอำนาจเต็มที่ในการกำหนดราคาหรือปริมาณอย่างใดอย่างหนึ่ง กล่าวคือ ถ้าเลือกผูกขาดในการกำหนดราคา ตลาดจะเป็นตัวกำหนดปริมาณการผลิตและปริมาณขาย

⁴¹ จิตรติกาล สุริยะ, “ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า, Legal problematic on the enforcement of competition law,” วารสารนิติศาสตร์ปริทัศน์ พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, ปีที่ 2, ฉบับที่ 3 (กุมภาพันธ์-เมษายน 2557).

2) ตลาดผูกขาดที่มีรัฐบาลควบคุม (Regulated Monopoly) การผูกขาดประเภทนี้ยังคงมีรัฐบาลเป็นผู้ควบคุมดูแลมิให้ตั้งราคาสูงเกินไปจนสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้บริโภค ทฤษฎีการผูกขาดทางการค้ามีลักษณะการดำเนินธุรกิจในตลาดผูกขาด (Characteristic of Monopoly Market) คือ (1) มีผู้ผลิตเพียงรายเดียว เรียกว่า ผู้ผูกขาด (Monopolist) (2) สินค้ามีคุณสมบัติหรือลักษณะพิเศษไม่เหมือนใครและไม่สามารถหาสินค้าอื่น ๆ มาทดแทนได้ (3) ผู้ผลิตสามารถกีดกันไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาแข่งขันได้ ซึ่งการผูกขาดทางการค้ามีความหมายดังนี้

2.1) การผูกขาด (Monopoly) ในความหมายแคบ หมายถึง สถานการณ์ที่ตลาดสินค้าหรือบริการหรือปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงรายเดียวเท่านั้น ในขณะที่ผู้ซื้อไม่สามารถหาสินค้าหรือบริการอื่นมาทดแทนสินค้าหรือบริการของผู้ผูกขาดได้ ในขณะเดียวกันผู้ผลิตรายอื่นก็ไม่สามารถเข้ามาผลิตเพื่อแข่งขันได้เลย เพราะจะถูกกีดกันหรือมีอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดมักเรียกการผูกขาดในความหมายนี้ว่า การผูกขาดอย่างแท้จริง (Pure Monopoly) หรือ การผูกขาดอย่างสมบูรณ์ (Absolute Monopoly) ในตลาดที่มีลักษณะตามความหมายนี้ อุปสงค์ที่ผู้ผลิตในตลาดประเภทนี้ต้องเผชิญก็คืออุปสงค์ของตลาดนั้นนั่นเอง ผู้ผูกขาดอย่างแท้จริงจะมีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าหรือปริมาณสินค้าในตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งได้อย่างเต็มที่ แต่จะกำหนดทั้งสองอย่างพร้อม ๆ กันไม่ได้ ตัวอย่างของตลาดที่มีลักษณะเช่นนี้ ได้แก่ การประปา การไฟฟ้า กิจการรถไฟ เป็นต้น ในระยะยาวผู้ผูกขาดอาจจะมีกำไรเกินปกติได้ เพราะผู้ผลิตรายใหม่ ๆ ไม่สามารถเข้ามาผลิตเพื่อแข่งขันได้

2.2) การผูกขาด (Monopoly) ในความหมายกว้าง หมายถึง การที่ผู้ผลิตหรือกลุ่มผู้ผลิตในตลาดหรืออุตสาหกรรมหนึ่งๆ มีอำนาจในการกำหนดราคาหรือปริมาณของสินค้าอยู่บ้างไม่มากนักน้อย ดังนั้น ตามความหมายนี้จึงครอบคลุมทั้งตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) และตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) ด้วย การผูกขาดในความหมายกว้างนี้ ผู้ผลิตที่มีอำนาจในการผูกขาดจะเผชิญกับเส้นอุปสงค์ที่มีลักษณะทอดลงจากซ้ายไปขวา ต่างจากตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งเส้นอุปสงค์ที่ผู้ผลิตแต่ละรายเผชิญจะเป็นเส้นที่ขนานกับแกนปริมาณตรงระดับราคาตลาด

2.3) สินค้าหรือบริการที่มีลักษณะผูกขาดโดยธรรมชาติ (Natural Monopoly) การผูกขาด (Monopoly) เป็นสิ่งที่รัฐบาลเห็นว่าจะเป็นผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจในหลายๆ ประเด็น รัฐบาลจึงมักเข้ามาแทรกแซงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น มีกฎหมายห้ามการผูกขาด การควบคุมราคา แต่มีสินค้าและบริการบางประเภทที่ หากให้มีการผูกขาด (Monopoly) จะช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าให้มีการแข่งขันสมบูรณ์ กิจกรรมประเภทนั้นเรียกว่า การผูกขาดโดยธรรมชาติ (Natural Monopolies) เนื่องจากลักษณะการผลิตเป็นแบบการประหยัด

จากขนาด(Economy of Scale) คือต้นทุนเฉลี่ยของการผลิตสินค้าหรือบริการลดลง เมื่อขนาดของการผลิตเพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมประเภทนี้มีชื่อเรียกอีกชื่อว่า Decreasing - Cost Industries ดังนั้นในการผลิตสินค้าหรือบริการประเภทนี้ ตลาดจึงต้องการเพียงผู้ผลิตรายเดียว การส่งเสริมให้มีผู้ผลิตมากรายนอกจากจะมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยสูงแล้วยังทำให้การใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง การผูกขาดทางการค้าไม่ได้มีแต่ด้านลบเสมอไป เช่น กิจการไฟฟ้า โทรศัพท์ น้ำประปา สินค้าและบริการเหล่านี้มีลักษณะพิเศษคือจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล และยิ่งผลิตจำนวนมากต้นทุนต่อหน่วยจะยิ่งต่ำลง (Economy of Scale) บริษัทผูกขาดในลักษณะนี้เรียกว่าเป็น Natural Monopoly ในกรณีเช่นนี้ ถ้าให้มีบริษัทหลายๆ บริษัทเข้ามาแข่งขันกัน จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้เราจึงอาจอนุโลมให้ Natural Monopoly คงอำนาจการผูกขาดอยู่ได้บ้างเพื่อให้ผู้บริโภคได้สินค้าราคาต่ำ

4. แนวคิดผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interests)

แนวคิดในเรื่องของผลประโยชน์ทับซ้อน หรือการขัดกันของผลประโยชน์ (Conflict of Interest) คือ สถานการณ์ที่บุคคลผู้ดำรงตำแหน่งอันเป็นที่ไว้วางใจ ต้องเลือกระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนกับผลประโยชน์ในวิชาชีพ ซึ่งทำให้ตัดสินใจยากในอันที่จะปฏิบัติหน้าที่โดยปราศจากอคติได้ การขัดกันของผลประโยชน์นี้สามารถเกิดขึ้นได้ แม้ไม่ส่งผลทางจริยธรรมหรือความไม่เหมาะสมต่าง ๆ และสามารถทำให้ทุเลาเบาบางลงได้ด้วยการตรวจสอบโดยบุคคลภายนอก การขัดกันของผลประโยชน์มิได้ปรากฏแต่ในทางวิชาชีพเท่านั้น แต่ยังอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่บุคคลมีบทบาทหลากหลายและบทบาทเหล่านั้นก็เกิดขัดกันเอง เช่น ผู้จัดการฝ่ายขายอาจมีหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและก็อาจมีหน้าที่ในทางกตัญญูต่อญาติพี่น้องที่มาเสนอขายสินค้าใด ๆ เป็นต้น ผาสุก พงศ์ไพจิตร⁴² ได้อธิบายความหมายของผลประโยชน์ทับซ้อนว่าเป็นการทับซ้อนของผลประโยชน์ของบุคคลซึ่งมี 2 สถานะหรือมากกว่าในเวลาเดียวกัน คือ ตำแหน่งสาธารณะ (นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี อธิบดี ฯลฯ) และตำแหน่งในบริษัทเอกชน ซึ่งบุคคลดังกล่าวอาจมีความโน้มเอียงใช้อำนาจและตำแหน่งสาธารณะหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือแสวงหาประโยชน์ให้แก่กลุ่มพวกพ้องของตนเอง ทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อย่างง่ายดาย เช่น กรณีของนายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีมีหุ้นหรือครอบครัวยึดถือเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งได้รับสัมปทานหรืออยู่ในฐานะจะได้รับสัมปทานธุรกิจจากรัฐ ขณะเดียวกันก็อยู่ในตำแหน่งสาธารณะที่เป็นผู้มีอำนาจอนุมัติการให้สัมปทานธุรกิจดังกล่าวด้วยตัวอย่างที่พบ คือ การได้ชนะประมูลโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่จากรัฐ เพราะผู้ชนะประมูลมีพรรคพวกเป็นนักการเมือง หรือบริษัทที่ชนะประมูลมีนักการเมือง

⁴² ผาสุก พงศ์ไพจิตร และคณะ, ธุรกิจ รัฐ และคอร์รัปชัน : รายงานผลการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.), 2546).

ร่วมหุ้นอยู่เป็นหุ้นลม การชนะประมูลดังกล่าวด้วยอิทธิพลทางการเมืองจะส่งผลให้บริษัทผู้ชนะประมูลสามารถทำกำไรเกินควรได้ การคอร์รัปชันในโครงการขนาดใหญ่ภาครัฐ ได้กลายเป็นแหล่งหารายได้จากคอร์รัปชันที่สำคัญของนักการเมือง และข้าราชการที่เกี่ยวข้อง⁴³

5. ด้านการมีอำนาจเหนือตลาด

อำนาจเหนือตลาดจะต้องเป็นการที่ผู้ใดสามารถเข้ามามีอิทธิพลเหนือตลาดหรือระบบธุรกิจการค้าใด ซึ่งอาจนำไปสู่การที่ส่วนแบ่งในตลาดจะเป็นเพียงของบุคคลนั้นเพียงฝ่ายเดียว โดยพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 มาตรา 5 ให้ความหมายของ ผู้มีอำนาจเหนือตลาดว่า “ผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจรายหนึ่งหรือหลายรายในตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งหรือบริการใดบริการหนึ่ง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายเกินกว่าที่คณะกรรมการประกาศกำหนดโดยนำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง แล้วแต่กรณี มาประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการพิจารณาทบทวนเกณฑ์ส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายอย่างน้อยหนึ่งครั้งภายในระยะเวลาสามปีนับแต่วันที่ออกประกาศ

การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบธุรกิจรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดใดตลาดหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายดังกล่าวเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด ...”⁴⁴

ดังนั้น สรุปได้ว่าผู้มีอำนาจเหนือตลาด หมายถึง ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งที่อยู่ในตลาดสินค้าหรือบริการอยู่ในสถานะเป็นผู้ครอบครองตลาดสินค้าหรือบริการนั้น สามารถที่จะกำหนดราคาหรือปริมาณสินค้าหรือบริการโดยอิสระ ตลาดสินค้าและบริการของผู้มีอำนาจเหนือตลาดจะมีขอบเขตจำกัดอยู่แต่สินค้าและบริการประเภทเดียวไม่ได้ ต้องรวมถึงสินค้าหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆ ซึ่งอาจมีผลกระทบหรือสร้างแรงกดดันจากการแข่งขันต่อการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจที่จะต้องถูกตรวจสอบโดยกฎหมายการแข่งขันทางการค้า หากมีข้อเท็จจริงที่ปรากฏชัดว่าผู้บริโภคได้ถือว่ามีสินค้าประเภทอื่นที่สามารถทดแทนกันได้ (Substitute or Interchangeable) ทั้งนี้สินค้าที่มีคุณสมบัติไม่แตกต่างกันมากนักราคาก็ไม่แตกต่างกัน ประโยชน์การใช้สอยก็ไม่แตกต่างกัน ในสภาพเช่นนี้จะเห็นได้ว่าสินค้าทั้งสองประเภทมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันในลักษณะที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ โดยเหตุนี้จึงต้องเอาสินค้าทดแทนกันได้มาจัดรวมเป็นตลาด

⁴³ เสวภา พรพิรุณโรจน์, “การเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549).

⁴⁴ เพิ่งอ้าง, น. 29.

เดียวกัน (Relevant Market) ด้วยอำนาจเหนือตลาดมีความสอดคล้องตามแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์ อันเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด เลือกหรือวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่ไม่จำกัด เช่น การเลือกวิธีการกำหนดราคากำไรได้สภาพ การแข่งขันต่าง ๆ ว่าควรจะกำหนดราคาสินค้าและยึดครองค่าสินค้าจากผู้บริโภคอย่างไรควรวาง ตำแหน่งสินค้าอย่างไร ควรผลิตสินค้าคุณภาพสูงหรือคุณภาพต่ำควรมีกลยุทธ์อย่างไรในการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันเน้นที่ต้นทุนการผลิตหรือสร้างคุณค่าของสินค้า การผลิตสินค้าและบริการจะมีความแตกต่างกันในแต่ละผู้ผลิต อย่างไรก็ดี การผลิตสินค้าและบริการมีความแตกต่างกันตามความสามารถของผู้ผลิตซึ่งเป็นการได้เปรียบอย่างหนึ่งตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ คือ

1) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ เป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดในเรื่องการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ตามความถนัด ทำให้เกิดความชำนาญ (Specialization) ในการผลิตสินค้าทำให้การค้าระหว่างประเทศเกิดประโยชน์สูงสุด ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ คือความได้เปรียบในการผลิตที่ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าได้เท่ากับที่ประเทศอื่นผลิตได้โดยใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่า หรือในกรณีที่ใช้ปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากัน แต่ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง ทฤษฎีนี้เชื่อว่าประเทศหนึ่งจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้มีประสิทธิภาพมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง เพราะมีความเชี่ยวชาญมากกว่าแล้วส่งสินค้านั้นไปแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนต้องการ เน้นให้ใช้นโยบายการค้าเสรี (Free Trade Policy) โดยไม่มีการควบคุมแทรกแซงใด ๆ จากรัฐ เพื่อส่งเสริมให้มีการแบ่งแยกแรงงานอย่างเต็มที่ให้ทุกประเทศได้เลือกผลิตสินค้าแต่เฉพาะที่สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำเพื่อแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน หากการค้าของโลกไม่มีข้อจำกัดแต่ละประเทศจะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน โดยแต่ละประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

2) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเชิงเปรียบเทียบ ประเทศต่างๆ ควรมุ่งผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้โดยเสียต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบ การกระทำเช่นนี้ ทำให้ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) หรือก็คือการที่ปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากันประเทศที่ผลิตสินค้าโดยเสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดจะผลิตสินค้านั้นเพื่อการส่งออก

6. ด้านการควบรวมกิจการ (Merger)

การควบรวมกิจการในการประกอบธุรกิจเป็นกรณีที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นคู่แข่งกันทางการค้ากันตกลงร่วมมือกันในการประกอบธุรกิจ โดยการตกลงกันเช่นนี้มีวัตถุประสงค์ในการลดการแข่งขันทางการค้าระหว่างกันและเพื่อแสวงหากำไรสูงสุดร่วมกัน นักวิชาการบางท่านได้ให้ความเห็นว่า การตกลงร่วมกันเช่นนี้มีสภาพเหมือนกับการควบรวมกิจการชั่วคราวของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งเข้าร่วมตกลงกัน ข้อตกลงในการควบรวมกิจการมีได้ในหลายเรื่องเช่น ในเรื่องกำหนด

ราคา (Price Fixing) เรื่องผลผลิต (Supply or Output Restriction) เรื่องการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจ (Dissemination and Information Exchange) เรื่องการแบ่งตลาด (Market Division or Allocation) เรื่องการประมูล (Bid Rigging) เรื่องการแบ่งผลกำไร (Division of Profit) การควมรวมกิจการในการประกอบธุรกิจนั้นเป็นที่ยอมรับกันว่าส่งผลเสียต่อระบบการค้าเสรีซึ่งมุ่งประสงค์ให้มีการแข่งขันกันในตลาดอย่างเสรีและเป็นธรรม ดังนั้นการควมรวมกิจการในการประกอบธุรกิจจึงต้องห้ามตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในหลายประเทศแม้ว่าการควมรวมกิจการในการประกอบธุรกิจจะต้องห้ามชัดเจนในกฎหมายการแข่งขันทางการค้าแต่ก็ปรากฏข้อยกเว้นอยู่ในหลายกรณีที่กฎหมายการแข่งขันทางการค้าอนุญาตให้มีการควมรวมกิจการในการประกอบธุรกิจได้ ทั้งนี้เนื่องจากการควมรวมกิจการในการประกอบธุรกิจมี ข้อดีทางเศรษฐศาสตร์อยู่หลายประการ อาทิ เช่น สามารถทำให้ผู้ประกอบการลดต้นทุนการผลิตลง หรือส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพให้การผลิตได้ ดังนั้นจึงปรากฏความแตกต่างของข้อยกหมายและ ข้อยกเว้นที่เกี่ยวกับการควมรวมกิจการในการประกอบธุรกิจในกฎหมายของแต่ละประเทศ และแม้ว่าการควมรวมกิจการที่ตกลงกันในเรื่องการกำหนดราคา (Price Fixing) เรื่องผลผลิต (Supply or Output Restriction) และในเรื่องการแบ่งตลาด (Market division or Allocation) ซึ่งรู้จักในชื่อ “Hardcore Cartel” จะเป็นที่ยอมรับกันในระดับสากลว่าเป็นการควมรวมกิจการที่ต้องห้ามอย่างยิ่ง เนื่องจากการควมรวมกิจการประเภทนี้ไม่ก่อให้เกิดผลดีในทางเศรษฐศาสตร์ ก็ยังพบว่ากฎหมายหลายประเทศได้กำหนดข้อยกเว้นไว้ในบางกรณี การควมรวมธุรกิจนั้นเป็นเรื่องของการเข้าครอบงำในกิจการของผู้อื่น (Take Over) ไม่ว่าผู้หนึ่งจะเป็นคู่แข่งทางการค้า (Competitors) ผู้ส่งสินค้าให้ (Suppliers) หรือลูกค้า (Customers) ของผู้ควมกิจการ หรืออาจจะเป็นบุคคลอื่นซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงในการประกอบกิจการของผู้ควมกิจการก็ได้ในตลาดสินค้านั้น เพื่อทำให้สามารถเข้าควบคุมการบริหารการดำเนินงานของผู้อื่น หรือเอากิจการนั้นเป็นของตนเอง การควมรวมกิจการอาจเกิดจากการที่หน่วยงานธุรกิจสองหน่วยงานขึ้นไปรวมเข้ากันเป็นกิจการเดียวกัน เช่น การควมบริษัท คือการเข้าซื้อหุ้น หรือทรัพย์สินของหน่วยธุรกิจอื่น จนเป็นผลให้สามารถเข้าบริหารในกิจการนั้นได้

2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีการควบคุมราคาสินค้าและการบริการ

การกำหนดราคาในเชิงกลยุทธ์ที่มีในสังคมไทยที่เป็นระบบเศรษฐกิจแบบผสมการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ จะอาศัยระบบกลไกราคาเป็นหลัก⁴⁵ และเพื่อให้สินค้าและบริการของตนมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นได้กำไรมากขึ้นสินค้าและบริการของตนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น ผู้ขายจะมีกลยุทธ์ในการขายในหลายรูปแบบ

⁴⁵ ชีววรรณ เจริญสุข, กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม (โชวห่วย), บัณฑิตวิทยาลัย, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีปทุม, บริหารธุรกิจ การตลาด, 2547).

1) ปัจจัยที่กำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ ที่ผู้ขายนำมาใช้ในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการ จะพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่นหากมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ผู้ขายมักจำเป็นต้องกำหนดราคาให้สูงขึ้นแต่หากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นไม่มากนักผู้ขายจะยังระดับราคาเดิมไว้เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม นอกจากนั้นปัจจัยที่กำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ของผู้ขายยังขึ้นอยู่กับราคาสินค้าโดยเฉลี่ยในตลาด

2) กลยุทธ์ราคา เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ผลิตและผู้ขายในประเทศไทยนิยมนำมาใช้ในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการมากที่สุดคือ วิธีการลดราคาสินค้าและบริการลงซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มมากขึ้นทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นแต่อาจทำให้ผู้ผลิตและผู้ขายมีกำไรที่ลดลงซึ่งในระยะยาวอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการได้ ดังนั้นในการขายสินค้าและบริการผู้ขายอาจใช้กลยุทธ์อื่น ๆ ด้วย ซึ่งมีกลยุทธ์ที่สำคัญเช่น กลยุทธ์การกำหนดราคาเลขคู่ เช่น กำหนดราคาสินค้าและบริการเป็นเลขคู่เพื่อให้ดูเหมือนว่าราคาสินค้าและบริการเหล่านั้นลดลงกว่าเดิม 60 บาทก็กำหนดราคาขายที่ราคา 59 บาท

3) ผลกระทบจากการกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทย มีดังนี้

ก. การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทยจะส่งผลดีต่อผู้ผลิต โดยจะเป็นการช่วยการช่วยกระตุ้นยอดขายของสินค้าและบริการของตนให้เพิ่มมากขึ้นนอกจากนั้นยังช่วยให้สินค้าและบริการของตนได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในวงกว้าง ส่วนผลดีจากการกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทยที่มีต่อผู้บริโภคคือการมีสินค้าและบริการให้เลือกซื้ออย่างหลากหลายทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ข. การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทยจะส่งผลเสียต่อผู้ผลิต โดยจากผลประกอบการของผู้ผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ลดลงเนื่องจากไม่ได้เป็นการสะท้อนต้นทุนการผลิตที่แท้จริงและในระยะยาวอาจจะต้องมีการลดคุณภาพของสินค้าและบริการของตนลงเนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นซึ่งอาจทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้นอกจากนี้การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ในสังคมไทยยังส่งผลเสียต่อผู้บริโภคคือทำให้มีการบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและมีราคาแพงทำให้เกิดการสิ้นเปลืองอย่างไม่จำเป็นนอกจากนั้นยังทำให้การออมของประชาชนลดลงเป็นต้น

1. การแทรกแซงราคาและการควบคุมราคา

จากการที่ประเทศไทยใช้ระบบเศรษฐกิจแบบผสมที่ค่อนข้างไปทางทุนนิยม ทำให้เอกชนสามารถมีบทบาทในการกำหนดราคาในตลาดได้มาก แต่หากระดับราคาตลาดหรือราคาดุลยภาพนั้น ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนบางกลุ่มรัฐจะเข้ามาแทรกแซงกลไกราคา เพื่อช่วยเหลือและสร้างความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจได้

1) การแทรกแซงราคาของรัฐบาล

รัฐบาลจะเข้าไปแทรกแซงกลไกราคาในกรณีที่ กลไกราคาไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้
ทันทีที่ รัฐบาลมักจะเข้าไปแทรกแซงราคาโดยใช้มาตรการควบคุมราคา

2) ความจำเป็นในการแทรกแซงราคา

กลไกราคาจะทำงานอย่างเสรีเฉพาะในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เท่านั้น ตลาดแข่งขัน
สมบูรณ์หมายถึง ราคาหรือบริการใด ๆ ที่ปราศจากการแทรกแซง ในโลกแห่งความเป็นจริง ตลาดที่
พบในปัจจุบันเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้ขายอาจมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาหรือในบาง
กรณีเป็นตลาดของผู้ซื้อซึ่งอาจจะเกิดกับผู้ผลิตที่อาจไม่มีการต่อรองกลไกราคาไม่สามารถแก้ไขปัญหา
ได้ทันทีที่ซึ่งนำความเดือดร้อนมาสู่สังคมโดยรวม รัฐบาลจึงจำเป็นต้องแทรกแซงราคา

2. บทบาทของรัฐบาลในการแทรกแซงตลาด

1) การกำหนดราคาขึ้นสูงหรือการควบคุมราคา มักจะใช้ในภาวะสินค้าขาดแคลนมาก เช่น
ภาวะสงคราม ภาวะเงินเฟ้ออย่างรุนแรง คือแทรกแซงไม่ให้ราคาสูงเกินไป รัฐบาลจะเข้ามากำหนด
ราคาขึ้นสูงเมื่อเห็นว่าราคาตลาดสูงเกินไปทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน จึงกำหนดราคาขึ้นสูง ณ ระดับ
ที่ต่ำกว่าราคาดุลยภาพของตลาด ซึ่งหมายความว่า ผู้ขายหรือผู้ผลิตจะคิดราคามากกว่าผู้บริโภคได้ไม่
เกินกว่าระดับราคาที่รัฐบาลกำหนดนี้

2) การกำหนดราคาขึ้นต่ำหรือการประกันราคา นิยมใช้กับ ผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งมี
ความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อย แต่อุปทานควบคุมได้ยาก เพราะขึ้นกับ ดิน ฟ้า อากาศ ถ้าผลผลิตมี
มาก ราคาจะตก กระทบกระเทือนต่อรายได้เกษตรกร ถ้าราคาสินค้าที่กำหนดจากตลาดต่ำเกินไปจน
ทำให้ผู้ผลิตเดือดร้อน รัฐบาลจะเข้ามาแทรกแซงราคาโดยการกำหนดราคาขึ้นต่ำ ณ ระดับราคาที่สูง
กว่าราคาดุลยภาพของตลาด

2.3 ทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภค⁴⁶

เมื่อสมัยอดีตการค้าขายมีลักษณะเป็นเพียงการแลกเปลี่ยนสิ่งของซึ่งกันและกัน (Barter)
ลักษณะการเป็นอยู่เกิดขึ้นอย่างเรียบง่าย ดำรงวัฒนธรรมโดยสิ่งที่เรียกว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เมื่อถึง
ยุคปัจจุบัน การค้าขายได้เปลี่ยนรูปแบบไปแลกเปลี่ยนสินค้า เป็นการซื้อขายสินค้าแลกเปลี่ยน
เงินตราและเกิดการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น จนเมื่อมีคู่แข่งทางการค้ากันขึ้น ผู้ค้าหรือ
ผู้ประกอบการ ย่อมที่จะหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะสร้างสรรค์สินค้าของตนให้เป็นที่ชื่นชมของ
ผู้บริโภค มีการผลิต คิดค้นวิจัยเทคโนโลยีที่สลับซับซ้อนมากขึ้น จนทำให้ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ

⁴⁶ สุขุม สุภนิษฐ์, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2548).

ไม่สามารถตามเท่าทันกระบวนการหรือเทคโนโลยีของคนได้ทันและผู้ซื้อสินค้าหรือผู้บริโภคก็ไม่สามารถที่จะรู้เท่าทันกลยุทธ์การค้าต่าง ๆ ได้มากและไม่เท่าทัน เป็นเหตุให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ซึ่งด้วยเหตุดังกล่าวนี้ ภาครัฐจึงต้องเข้ามาแทรกแซงธุรกิจเหล่านั้นเพื่อป้องกันการที่ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนากฎหมายคุ้มครอง ผู้บริโภคขึ้น

ดังนั้นเมื่อมีการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นจึงต้องอาศัยทฤษฎีในการบัญญัติศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตจำนง (Autonomy of will)

ทฤษฎีความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตจำนง (Autonomy of will) เป็นหลักกฎหมาย ที่อาศัยความเป็นเหตุเป็นผลทางนิติปรัชญา⁴⁷ อยู่บนรากฐานของเจตนาของบุคคล ที่มีเจตนาเป็นแหล่งกำเนิดและเป็นมาตรการของเจตนาของบุคคล ให้ความสำคัญแก่เจตนาถึงขนาด คือ “ที่ไหนไม่มีเจตนา ที่นั่นก็ไม่มีสิทธิด้วย” ซึ่งทฤษฎีนี้เกิดจากหลักปรัชญากฎหมายเรื่อง ปัจเจกชนนิยม (Individualism) และหลักเศรษฐศาสตร์เสรีนิยม เรื่อง เสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract)

ในหลักปรัชญากฎหมายเรื่อง ปัจเจกชนนิยม (Individualism) ได้ถือว่า รัฐต้องรับรู้สิทธิส่วนบุคคลและรัฐต้องรับรองเสรีภาพส่วนบุคคลที่มนุษย์ทุกคนมีตามธรรมชาติ รัฐจะต้องไม่ทำลายสิทธิพื้นฐานของบุคคลบุคคลทุกคนมีเสรีภาพ เว้นแต่ในบางเรื่องที่เป็นกรณีอันสมควรจึงจะมีข้อจำกัดเสรีภาพได้ นอกจากนั้นแล้ว เสรีภาพของบุคคลจะถูกจำกัดลงได้ก็ด้วยความสมัครใจของบุคคลเองเท่านั้น ดังนั้น เจตนาของบุคคลจึงมีความศักดิ์สิทธิ์และเป็นอิสระ

ส่วนหลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) นั้น ปรากฏอยู่ในมาตรา 1134 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งฝรั่งเศส หรือที่นิยมเรียกกันว่า ประมวล กฎหมายนโปเลียนของฝรั่งเศส(Code Napoleon) ที่ว่า “ความตกลงที่สร้างขึ้นโดยชอบด้วยกฎหมายย่อมมีผลใช้บังคับแก่ผู้ที่ทำ ความตกลงนั้น”

หลักทฤษฎีทั้ง 2 เรื่องดังกล่าว เห็นว่า เหมาะสำหรับการทำนิติกรรมทางแพ่งของเอกชน โดยทั่วไป ที่มีสังคมที่ไม่สลับซับซ้อนมากนัก แต่ถ้าหากเปรียบเทียบกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในปัจจุบันแล้ว โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจแล้ว หากจะนำหลักทฤษฎีข้างต้นมาปรับใช้คงจะไม่เหมาะสมอีกต่อไป เนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับนิติกรรมหรือสัญญาที่ใช้บังคับอยู่มีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคล ตามหลักของความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา รัฐจะไม่เข้าแทรกแซงแม้ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่ใน

⁴⁷ อุทกฤษ มงคลนาวิน, “กรรมสิทธิ์ตามกฎหมายฝรั่งเศส,” บทบัญญัติ, น. 579 (2515).

ปัจจุบัน สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าถือโอกาสอาศัยหลักดังกล่าวเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจด้อยกว่าอย่างมาก ซึ่งทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบสุขในสังคม สมควรที่รัฐจะกำหนดกรอบของการใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและเสรีภาพของบุคคล เพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขในสังคม

2. ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบในทางละเมิด

ทฤษฎีความรับผิดชอบที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป 2 หลัก⁴⁸ คือ

1) หลักมีความรับผิดชอบเมื่อมีความผิด กล่าวคือ ผู้กระทำละเมิดจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ก่อให้เกิดความเสียหาย และ

2) หลักความรับผิดชอบโดยกฎหมายสันนิษฐานว่ามีความผิดแม้มิได้มีการจงใจหรือประมาทเลินเล่อ แยกออกเป็น

ก. กรณีเป็นการสันนิษฐานเด็ดขาดไม่มีข้อยกเว้นในการนำสืบหักล้าง เรียกว่า “Absolute Liability” หรือ “No Fault Liability”

ข. กรณีมีข้อยกเว้นให้มีการนำสืบหักล้างบทสันนิษฐานที่กฎหมายบัญญัติไว้ได้ เรียกว่า “Strict Liability” หลักนี้ได้รับความยอมรับมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ความเสียหายเกิดจากผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความสลับซับซ้อนในการผลิต ผู้ใช้ได้รับความเสียหายไม่อาจพิสูจน์ถึงเหตุแห่งความเสียหายได้ว่าเป็นความผิดพลาดของผู้ใดทั้งนี้ หลักความรับผิดชอบโดยกฎหมายสันนิษฐานว่ามีความผิดแม้มิได้มีการจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ผู้ผลิตหรือผู้ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องรับผิดชอบนี้อาจพิสูจน์เพื่อพ้นความรับผิดได้เช่น ก. พิสูจน์ว่า ผู้บริโภคใช้สินค้านั้นโดยไม่ถูกวิธีในกรณีที่มีคำอธิบายวิธีใช้ หรือคำเตือนไว้แล้ว ข. พิสูจน์ว่า ความเสียหายเกิดจากความประมาทเลินเล่อของผู้บริโภคเอง ค. ความชำรุดบกพร่องมิได้มีอยู่ในขณะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น หากแต่เกิดความชำรุดบกพร่องขึ้นเพราะการกระทำของบุคคลอื่นซึ่งผู้ผลิตหาจต้องรับผิดชอบด้วยไม่ ปัจจุบัน กฎหมายของไทยที่เป็นไปตามหลักความรับผิดชอบเด็ดขาด (Strict Liability) ที่มีข้อยกเว้นให้มีการนำสืบหักล้างบทสันนิษฐานที่กฎหมายบัญญัติไว้ เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 437 41 พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 มาตรา 6342 ,มาตรา 6443 เป็นต้น

⁴⁸ สุภาพร คลังชัญญา. ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2554

3. ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค⁴⁹

ตามหลักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์แล้ว ภาครัฐไม่ควรแทรกแซงตลาด ยกเว้นกรณีที่มีความล้มเหลวทางตลาด (Market Failure) บางประการ ซึ่งทำให้การแข่งขันทางตลาดไม่เป็นผลดีต่อผู้บริโภคหรือสังคมโดยรวม ความล้มเหลวทางตลาดที่ทำให้รัฐมีความจำเป็นต้องคุ้มครองผู้บริโภคมี 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การผูกขาดในตลาด

ถ้าตลาดมีการผูกขาดโดยผู้ประกอบการรายหนึ่งรายใด ผู้ประกอบการดังกล่าวอาจก้าวกำไรเกินควร ซึ่งจะเป็นการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค รัฐจึงต้องเข้ามาควบคุมราคาหรือกำหนดอัตรากำไรสูงสุดของผู้ขาย เพื่อที่จะให้ราคาของสินค้าหรือบริการเป็นธรรมต่อผู้ซื้อ

2. ความเหลื่อมล้ำทางด้านข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Asymmetric Information)

ในการซื้อสินค้าหลายประเภทผู้บริโภคไม่สามารถหยั่งรู้ถึงคุณภาพหรือปริมาณของสินค้านั้นๆ เพียงจากการสังเกตลักษณะทางกายภาพ การที่ผู้บริโภคไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เพียงพอ ทำให้ผู้ขายอาจเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคได้ โดยการขายสินค้าที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานหรือสินค้าที่มีปริมาณบรรจุน้อยกว่าที่ระบุไว้ รัฐจึงมีหน้าที่ในการควบคุมให้ผู้ขายกำหนดรายละเอียดข้อมูลที่ต้องระบุไว้บนฉลาก และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ในการโฆษณาสินค้า

3. การควบคุมดูแลด้านความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภค

คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าบางประเภท โดยเฉพาะสินค้าอาหารและยามีนัยสำคัญต่อความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ว่าการบริโภคสินค้าเหล่านี้มีความปลอดภัยหรือไม่ รัฐจึงต้องกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานขั้นต่ำของสินค้า และควบคุมดูแลให้สินค้าที่ผลิตและวางขายมีคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้

จากหลักทฤษฎี ดังกล่าว ประเทศไทยจึงได้บัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไข

⁴⁹ เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล, [On-line]. หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล (Corporate Governance), สังกัดฝ่ายกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, (10 มิถุนายน 2555), จาก Available : http://www.mtc.or.th/uploadfiles/1129087929_2_Standard.doc.
เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล, Study Room, สำนักงาน กสทช, 2556.

เพิ่มเติมโดย (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ประการ⁵⁰ ดังนี้

1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร (Right to be Informed) รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพิกัดแก่ผู้บริโภค⁵¹ รวมถึงตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิด ในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม

2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ (Right to Choose) ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการ โดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (Right to Safety) ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้วปัจจุบันอาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าสิทธิในสินค้าหรือบริการที่ได้มาตรฐาน (Right to Standard Goods or Services)

4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมด้านสัญญาและโดยประการอื่น ซึ่งกำหนดคณะกรรมการเฉพาะด้านดังกล่าวมาควบคุมดูแลผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบการธุรกิจเอาเปรียบและกำหนดเพิกเฉยต่อบทลงโทษหรือบทแซงชั่น (Sanction) แก่ผู้ประกอบการทำนั้น ไม่ปรากฏหลักเกณฑ์การเยียวยาค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคไว้แต่ประการใด เพียงแต่กำหนดให้สิทธิไว้ข้างต้นทั้งที่เรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง และผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากกรณีดังกล่าวต้องได้รับการชดเชยเยียวยาโดยเร็ว โดยเฉพาะกรณีความเสียหายที่เป็นคนหนุ่มมากหรือจำนวนมากในกรณีเดียวกัน หลักการในเรื่องนี้ เมื่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่ได้กำหนดไว้ ก็ต้องเป็นไปตามหลักความรับผิดชอบตามละเมิดทั่วไป ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่มีกระบวนการชดเชยเยียวยาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความที่ล่าช้าอยู่เช่นเดิม เนื่องจากจำนวนคดีที่มีอยู่ในศาลยุติธรรมจำนวนมากทั้งคดีที่มีการฟ้องร้องขึ้นใหม่และคดีค้างในแต่ละปี

⁵⁰ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ. กบการคุ้มครองผู้บริโภค, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2552).

⁵¹ เสาวภา พรพิรุณโรจน์, “การเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค ของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549).

ดังนั้นทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเข้ามาช่วยป้องกันและคุ้มครองสิทธิของผู้ที่
ทำสัญญาซึ่งกันและกัน เพื่อป้องกันมิให้ฝ่ายที่มีอำนาจต่อรองมากกว่าเอาเปรียบผู้ที่มีอำนาจ
น้อยกว่าได้ โดยในที่นี้ ภาครัฐต้องเป็นหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือในการควบคุมและป้องกันการ
เอาเปรียบของผู้บริโภคมากขึ้น

2.4 แนวคิดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

การดำเนินธุรกิจมักมีการจัดทำสัญญาร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ โดยคู่สัญญาทั้งสอง
ฝ่ายต้องตกลงร่วมกัน โดยอาศัยหลักความสมัครใจหรือหลักเจตจำนงเข้าทำสัญญากันแต่เมื่อ
การทำสัญญากันขึ้นในบางครั้งฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าก็มักจะมีการทำสัญญาที่เอาเปรียบ
คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันสัญญาที่เกิดขึ้นมาในรูปแบบของสัญญาสำเร็จรูป ซึ่งการจะควบคุม
กรณีการเอาเปรียบจากสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นอาจเป็นไปได้ด้วยความยุ่งยาก

สัญญาที่ไม่เป็นธรรมเกิดจากแนวคิดทางปรัชญากฎหมายที่ได้ให้เสรีภาพในการทำ
สัญญา(Principle of Freedom of Contract) รัฐจะต้องไม่เข้าไปแทรกแซงในการทำสัญญาของ
คู่สัญญา โดยถือว่าการทำสัญญานั้นเกิดจากสมัครใจและยินยอมของคู่สัญญา จนได้เกิดการกระทำ
ของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งที่มีอำนาจต่อรองที่มากกว่าอีกฝ่ายได้กำหนดข้อสัญญาที่ทำให้ได้เปรียบ
เสียเปรียบกันมาก ถือว่าเป็นข้อบกพร่องของสัญญาอันไม่เป็นธรรมนี้ จึงอาศัยหลักแนวคิดด้าน
ปรัชญาเรื่องสังคมพิทักษ์ขึ้น โดยรัฐควรเข้ามาแทรกแซงหรือควบคุมเสรีภาพและอิสระในการ
แสดงเจตนาการทำสัญญา โดยห้ามมาตรการป้องกันที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและ
ความมั่นคงของเอกชน

ดังนั้นการบัญญัติกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต้องมีขึ้นเพื่อคุ้มครอง
คู่สัญญาฝ่ายที่จะเป็นฝ่ายเสียเปรียบในสัญญาระหว่างคู่สัญญาหรือในสัญญาสำเร็จรูป⁵² หรือใน
สัญญาขายฝากที่สร้างขึ้น โดยให้ผู้ประกอบการหรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปหรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบ
คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควรใน สัญญาบางประเภทโดยศาลต้องเป็นผู้เข้ามาตรวจสอบข้อสัญญา
ที่ไม่เป็นธรรมนั้น และกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นจะต้องเป็นกฎหมายประเภท
บังคับ โดยต้องไม่ยอมให้มีการยกเว้นหรือจำกัดสภาพบังคับของกฎหมายได้ อีกทั้งต้องเป็นกฎหมาย
ที่มีลักษณะเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดในทางเศรษฐศาสตร์และแนวคิดทางสังคมวิทยา
เพื่อให้เป็นไปตามบริบทของสังคมโดยอาศัยหลักของกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

⁵² ไซยศ เหมะรัชตะ, กฎหมายว่าด้วยสัญญา, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535).

1. แนวคิดสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในกฎหมายทั่วไป

สัญญาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนี้เป็นสัญญาที่อยู่ในรูปแบบสัญญาสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่ โดยมักจะมีการร่างสัญญาไว้ก่อนแล้ว ซึ่งมักก่อให้เกิดการเอาเปรียบภายในสัญญาเป็นอย่างมาก ในการควบคุม ป้องกันข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้น ต้องอาศัยหลักประการแรก คือ หลักสุจริต โดยหลักสุจริตนั้นมี 2 กรณี คือ การใช้สิทธิโดยสุจริตทั่วไป กล่าวคือ ผู้ทำสัญญาระหว่างกันนั้นต้องมี “ความซื่อสัตย์และความไว้วางใจ” แก่กันซึ่งมีความหมายอย่างกว้างมาก และอีกประการหนึ่งคือ การใช้สิทธิโดยสุจริตเป็นการเฉพาะเรื่อง กล่าวคือ แม้ว่าความไม่รู้ข้อเท็จจริงในการทำสัญญาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยอีกฝ่ายหนึ่งมีเจตนาในการฉ้อฉล คบคิดหรือหลอกลวงก็ให้ถือเอาการกระทำนั้นทำโดยสุจริต ประการที่สอง หลักความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยจะต้องเป็นการทำสัญญาที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชนหรือของรัฐ เช่น การทำสัญญาซื้อขายสิ่งผิดกฎหมาย เป็นต้น โดยหลักนี้ได้ถือเอาหลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา และหลักเสรีภาพในการแสดงเจตนาเข้ามาช่วยในการทำสัญญา ประการที่สาม หลักการตีความ และการแสดงเจตนาและการตีความสัญญา ให้เป็นคุณแก่ผู้ต้องเสียเปรียบในมูลหนี้ โดยต้องเป็นการแสดงถึงว่าคู่สัญญามีเจตนาในการตกลงทำสัญญาและเป็นไปตามหลักความเป็นธรรมแห่งสัญญานั้น และประการสุดท้าย คือ หลักเกี่ยวกับการตกลงยกเว้นความรับผิด ซึ่งหลักนี้หากมีการทำข้อตกลงในการยกเว้นความรับผิดให้แก่ลูกหนี้ ต้องถือเป็นโมฆะ เพราะถือได้ว่าลูกหนี้มีความตั้งใจทุจริตตั้งแต่แรก เข้ากับเรื่องข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมแล้ว

2. แนวคิดการคุ้มครองในเรื่องข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

ประเทศไทยได้ตราพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ขึ้นซึ่งจากพระราชบัญญัติฉบับนี้นั้นเป็นการคุ้มครองภายหลังที่ได้มีการทำสัญญากันแล้วซึ่งต่างจากหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องคุ้มครองก่อนทำสัญญา และการคุ้มครองตามเรื่องข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้น ต้องอาศัยดุลพินิจของศาลในการวินิจฉัยเรื่องลักษณะของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม⁵³ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง คือ ข้อตกลงในสัญญาต้องไม่ทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร ซึ่งศาลจะวินิจฉัยให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น ประการที่สอง คู่สัญญาต้องเป็นบุคคลตามกฎหมายกำหนดเท่านั้น ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่สามารถทำสัญญาได้ ประการที่สาม คือ ข้อสัญญาที่แสดงถึงการเอาเปรียบอย่างชัดเจน เช่น สัญญาที่มีการยกเว้นความรับผิด หรือจำกัดความรับผิด เป็นต้น

⁵³ คาราทพร ธีระวัฒน์, กฎหมายสัญญาลักษณะใหม่ของสัญญาและปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ม.ป.ป.).

3. หลักการตีความสัญญาสัญญาไม่เป็นธรรม⁵⁴

หลักการตีความสัญญาที่มีพื้นฐานมาจาก หลักเสรีภาพ ในการทำสัญญา คู่สัญญาจึงสามารถตกลงกำหนดเงื่อนไขของสัญญาได้ตามความประสงค์ของตนเอง โดยกฎหมายมิได้เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับ เมื่อ อำนาจในการต่อรองของคู่สัญญาแตกต่างกันมาก ศาลจึงจำต้องเข้าไปแทรกแซงเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โดยได้พัฒนาหลักการตีความสัญญา⁵⁵ ดังนี้

1. หลักการตีความข้อสัญญาจำกัดความรับผิดชอบ หรือ The Contra Proferentem Rule กล่าวคือ ศาลจะตีความข้อจำกัดหรือข้อยกเว้นความรับผิดชอบไปในทางที่เป็นปฏิปักษ์กับคู่สัญญาฝ่ายที่จะได้ประโยชน์จากข้อยกเว้นมากที่สุด⁵⁶

2. หลักการจำกัดขอบเขตของข้อสัญญาหรือ Fundamental Breach ซึ่งมี 2 ความหมาย กล่าวคือ ในกรณีที่มีการทำผิดข้อกำหนดหรือเงื่อนไขที่สำคัญของสัญญา คู่สัญญาฝ่ายที่เสียหายมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญา ได้และคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งไม่อาจอ้างข้อยกเว้นความรับผิดชอบในสัญญาให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ได้เช่น กรณีผู้รับฝากของส่งมอบของที่ฝากให้กับบุคคลอื่นหรือกรณีที่ผู้ซื้อซื้อรถเมื่อส่งมอบแล้วรถไม่สามารถวิ่งได้ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้รถวิ่งได้ปกติ และในกรณีที่ผลที่เกิดขึ้นจากการผิดสัญญานั้นรุนแรงผิดความคาดหมายมากจนทำให้ไม่มีประโยชน์ที่จะปฏิบัติตามสัญญาต่อไป ซึ่งกรณีนี้คู่สัญญาผู้เสียหายมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาได้และคู่สัญญาที่ผิดสัญญาจะอ้างข้อจำกัดความรับผิดชอบ ในสัญญามายกเว้นความรับผิดชอบของตนจากการปฏิบัติผิดสัญญาไม่ได้

3. หลักการพิจารณาว่ามีการรวมเอาข้อยกเว้นหรือข้อจำกัดความรับผิดชอบเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาหรือไม่ โดยหลักแล้วหากคู่สัญญาลงนามในสัญญาที่มีข้อกำหนดหรือ เงื่อนไขเป็นการจำกัดความรับผิดชอบจะมีข้อสันนิษฐานว่า คู่สัญญาดังกล่าวต้องผูกพันตามนั้น จะปฏิเสธว่าไม่รู้หรือไม่ได้อ่านไม่ได้ แต่ในกรณีที่ข้อยกเว้นความรับผิดชอบดังกล่าวทำในรูปของคำเตือนหรือคำประกาศคิดไว้ให้อ่านและรับทราบเอง อาจมีปัญหาว่าผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากคำเตือนหรือคำประกาศนั้นได้ทราบถึงการมีอยู่ของข้อยกเว้นหรือข้อจำกัดความรับผิดชอบนั้นหรือไม่ เพียงใด อย่างไรก็ตามหากคู่สัญญานั้นได้เคยติดต่อทำธุรกิจด้วยกันมาเป็นเวลานาน โดยใช้สัญญามาตรฐาน โอกาสที่ศาลจะตีความว่าคู่สัญญาได้ทราบถึงการมีอยู่ของข้อกำหนดหรือเงื่อนไขในการยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบเป็นไปได้ค่อนข้างสูง

⁵⁴ เสนีย์ปราโมช, ม.ร.ว., กฎหมายอังกฤษว่าด้วยสัญญาและละเมิด, (กรุงเทพมหานคร: พระนคร, 2479).

⁵⁵ เกริก กวีชาพล, “กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรมกับสัญญาธนาคารพาณิชย์ศึกษาเฉพาะกรณีสัญญากู้เงินเพื่อการอยู่อาศัย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545).

⁵⁶ อินทรา ดาราพาณิชย์, “ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมตามสัญญาสำเร็จรูป,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2555)

4. ในกรณีที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้ให้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งขัดต่อสาระสำคัญของสัญญาก่อนหรือขณะทำสัญญาและข้อมูลดังกล่าวเป็นสาระสำคัญที่ทำให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเข้าทำสัญญา รัฐต้องเข้าแทรกแซงการทำสัญญานั้น หากคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีเจตนาให้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งขัดต่อสาระสำคัญของสัญญาก่อนหรือขณะทำสัญญาและข้อมูลดังกล่าวเป็นสาระสำคัญที่ทำให้ คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเข้าทำสัญญา ข้อสัญญาบางข้อนั้นต้องตกเป็นโมฆะไม่สามารถนำมาใช้บังคับได้

ดังนั้น ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญาในการประกอบธุรกิจหนึ่งสื่อนั้น จำเป็นอย่างมากในการต้องดำเนินไปตามแนวคิดของเรื่องข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม หากมีลักษณะสัญญาหรือการกระทำที่แสดงออกถึงการเอาเปรียบอีกฝ่ายก็สร้างความไม่เป็นธรรมให้ผู้ประกอบธุรกิจ อันท้ายที่สุดก็จะนำไปสู่การเอาเปรียบผู้บริโภคขั้นสุดท้ายในระบบธุรกิจหนึ่งสื่อ โดยผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ปัญหาในลำดับต่อไป



บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

มาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองธุรกิจจำหน่ายหนังสือ ผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงกฎหมายของต่างประเทศที่จะนำมาเป็นพื้นฐานสำคัญของการวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายของระบบธุรกิจจำหน่ายหนังสือในประเทศไทยกับมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย อันจะนำไปสู่การสร้างมาตรการทางกฎหมายของไทยในการคุ้มครองธุรกิจจำหน่ายหนังสือ โดยการศึกษามาตรการทางกฎหมายว่าด้วยแข่งทางการค้าและกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของต่างประเทศ ได้แก่ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส สาธารณรัฐเกาหลี และกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ดังนี้

3.1 มาตรการทางกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

จากการศึกษาการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานปรากฏว่าในต่างประเทศได้ดำเนินการนำวัตถุประสงค์หลักของการกำหนดราคาหนังสือ คือ การคุ้มครองผู้บริโภคหรือผู้ซื้อให้ได้รับความคุ้มค่าจากการซื้อหนังสือให้มากที่สุด โดยการสร้างกลไกทางกฎหมายเข้ามาควบคุมระบบการจัดจำหน่ายหนังสือ ซึ่งกฎหมายของต่างประเทศที่ผู้เขียนได้นำมาศึกษา มีดังต่อไปนี้

3.1.1 สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

เนื่องจากสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีเป็นประเทศลำดับต้นที่ได้ให้กำเนิดกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานซึ่งเป็นรูปแบบของกฎหมายในระดับ Act โดยมีชื่อของกฎหมายว่า Gesetz über die Preisbindung für Bücher หรือเรียกโดยย่อว่า Buchpreisbindungsgesetz หรือ Law on fixed prices for books (book price law) หรือ กฎหมายกำหนดราคาหนังสือคงที่หรือกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน

ดังนั้นมาตรการคุ้มครองของกฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐาน ในระบบของกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของเยอรมนี ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากการนำเสนอของ

ดร. Verena Sich และ Joachim Kaufmann⁵⁷ แห่งสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือเยอรมัน (German Publishers and Booksellers Association-Börsenverein des Deutschen Buchhandels) ปรากฏว่าในตลาดการค้าหนังสือของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีมีขนาดเงินหมุนเวียนประมาณ 10 พันล้าน ยูโรหรือราว 300 ล้านบาท โดยถือว่าเป็นตลาดหนังสืออันดับสามที่ใหญ่ที่สุดของโลกและมีชื่อเรื่องหรือชื่อหนังสือถึง 1.3 ล้านเรื่อง ทั้งยังสามารถตีพิมพ์หนังสือใหม่ๆถึง 100,000 เรื่องต่อปี และยังมีร้านค้าที่เป็นตัวแทน (Bookseller) ในการจำหน่ายหนังสือถึง 5,000 ร้าน และรวมถึงสำนักพิมพ์หรือผู้ผลิตเองอีกถึง 20,000 สำนักพิมพ์ โดยในจำนวน 20,000 นี้ มีสำนักพิมพ์ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในวรรณกรรม อีกจำนวน 8,000 สำนักพิมพ์

จากการศึกษาประวัติศาสตร์ของการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีนั้น⁵⁸ ปรากฏว่า

ในปี ค.ศ. 1888 การกำหนดราคาขายปลีกของหนังสือถูกตั้งขึ้น โดยสมาคมผู้จัดจำหน่ายหนังสือเยอรมัน (Börsenverein) ต่อมาหลังจากสงครามโลกครั้งที่สอง สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีแบ่งออกเป็นสี่โซนครอบครองทำให้ไม่สามารถที่จะรักษาระบบการกำหนดราคาหนังสือของสมาคมผู้จัดจำหน่ายหนังสือเยอรมันได้ ในปี ค.ศ.1958 รัฐบาลได้มีการอนุมัติไว้ว่างใจให้กับสภาผู้จัดพิมพ์หนังสือเป็นผู้กำหนดราคาหนังสือได้

ในปี ค.ศ.1965 สมาคมผู้จัดจำหน่ายหนังสือเยอรมัน (Börsenverein) ได้เสนอแนะระบบการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานตามสัญญาหรือที่เรียกว่า "สิทธิการใช้น้ำ (Water Right)" หมายถึง ผู้ผลิตหรือสำนักพิมพ์ต้องทำสัญญากับผู้ขายแต่ละคนแต่ละร้านที่จะขายในราคาที่สำนักพิมพ์ได้มีการกำหนด ต่อมาสมาคมผู้จัดจำหน่ายหนังสือเยอรมัน (Börsenverein) ได้เสนอแนะข้อตกลงเรียกว่า Sammelrevers ซึ่งคือ ข้อตกลงที่ครอบคลุมจำนวนสัญญาในราคากำหนดของแต่ละบุคคล

ในปี ค.ศ.1993 ได้มีการก่อตั้งสหภาพยุโรป ที่นำไปสู่การอภิปรายส่วนใหญ่เกี่ยวกับการรักษาของยอดขายหนังสือข้ามพรมแดนภายในพื้นที่ความตกลงร่วมของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐออสเตรียและสมาพันธ์รัฐสวิส และสุดท้ายในปี ค.ศ. 2002 กฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานได้มีผลบังคับใช้ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ผู้ศึกษาได้ศึกษาโดยสรุปเนื้อหาของกฎหมาย ซึ่งได้แบ่งลักษณะของหมวดกฎหมาย ได้ดังนี้

⁵⁷ Dr. Verena Sich. German Publishers and Booksellers Association-Börsenverein des Deutschen Buchhandels Legal Department. Frankfurt / Seoul, November 2004.2004

⁵⁸ International Publishers Association. Global Fixed Book Price.23 May 2014.2014

ก. วัตถุประสงค์กฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐาน

กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้กำหนดวัตถุประสงค์ชัดเจนในการบัญญัติกฎหมายนี้ขึ้นมา โดยบัญญัติลงไว้ในมาตรา 1 ของกฎหมายนี้ ซึ่งบัญญัติว่า

“มาตรา 1 วัตถุประสงค์ของกฎหมาย”⁵⁹

กฎหมายฉบับนี้บัญญัติขึ้นเพื่อปกป้องสิทธิทางวัฒนธรรม เมื่อมีการนำหนังสือที่รวมอัตราภาษีแล้วออกจำหน่ายแก่ลูกค้าเป็นการทั่วไป และเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสิทธิที่ออกจำหน่ายนั้นต้องเป็นการเสนอให้แก่สาธารณชนเพื่อส่งเสริมการค้ารองอยู่ของร้านค้าที่จัดจำหน่าย”

สรุปบทบัญญัติ คือ เป็นการนำประวัติศาสตร์ของบ่อเกิดกฎหมายกำหนดราคาหนังสือรวมทั้งบ่อเกิดของกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของประเทศเยอรมนีใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้จึงถูกออกแบบมาเพื่อปกป้องสิทธิทางวัฒนธรรมเมื่อมีรวมอัตราภาษีในสิทธินี้ การตั้งอัตรานั้นก็จะถูกบังคับใช้เมื่อได้นำออกขายให้กับลูกค้า และกฎหมายนี้เป็นการกำหนดหลักเกณฑ์ในการนำสินค้าออกขายให้กับสาธารณชนจะได้รับประโยชน์และเป็นการขยายแนวทางให้ร้านค้าหนังสือปลีกสามารถดำรงอยู่ได้มากขึ้น

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ เป็นสร้างประโยชน์ให้กับร้านค้าปลีก (Bookseller) เพื่อที่จะสามารถดำรงร้านของตนให้อยู่ได้มากขึ้น และมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมในการค้าหนังสือที่จะไม่ถูกผูกขาดการค้าโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (Publishers) ที่มีกำลังการลงทุนและการขายมากกว่าร้านค้ารายย่อย โดยเมื่อมีการคงอยู่ของร้านค้ามากขึ้น ความหลากหลายทางหนังสือก็มากขึ้นตามไปด้วย เพราะการรักษาสิทธิทางวัฒนธรรมในรูปแบบหนังสือให้สามารถดำรงอยู่ได้ถือเป็นอีกเรื่องที่สำคัญ เพราะหนังสือนั้นก็ถือเป็นสิทธิที่มีคุณค่ามากกว่าสิทธิอื่นเพราะเป็นสิ่งที่สามารถรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมทุกอย่างของชาติและของโลกได้

จากวัตถุประสงค์ของกฎหมายข้างต้นนั้น ได้พูดถึงสิทธิทางวัฒนธรรมจึงต้องนิยามความหมายของสิทธิทางวัฒนธรรมให้ชัดเจน จึงได้บัญญัติไว้ในส่วนของบทบัญญัติมาตรา 2 ของกฎหมายกำหนดราคาหนังสือของเยอรมันซึ่งนั่นเป็น การกำหนดขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายว่าสามารถคุ้มครองได้ถึงสิทธิประเภทใดที่กล่าวถึงจากบทบัญญัติมาตรา 1 โดยมีบัญญัติ ดังนี้

⁵⁹ มาตรา 1 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

ข. ขอบเขตการคุ้มครองของกฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐาน

กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้กำหนดขอบเขตที่ชัดเจนในการบัญญัติกฎหมายนี้ขึ้นมา โดยบัญญัติลงไว้ในมาตรา 2 ของกฎหมายนี้ ซึ่งบัญญัติว่า

“ มาตรา 2 ขอบเขต⁶⁰

(1) หนังสือในแง่ของกฎหมายนี้ หมายรวมถึง

1. บันทึกเพลง

2. ผลิตภัณฑ์แผ่นที่

3. ผลิตภัณฑ์หนังสือเพลงหรือการทำแผนที่ ผลิตภัณฑ์แบบทดแทน เช่น การเข้าถึงแบบถาวรในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการเผยแพร่ซึ่งเมื่อพิจารณาจากสถานการณ์โดยรวมหรือตามร้านค้าหนังสือทั่วไปพิจารณาเป็นอย่างเดียวกัน

4. อุปกรณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์โดยถือเป็นสาระสำคัญ

(2) หนังสือที่ได้คุ้มครองเป็นการเฉพาะตามกฎหมายนี้ ก็ต่อเมื่อมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจำหน่ายในประเทศเยอรมนี

(3) เป็นผู้ซื้อรายสุดท้ายในความหมายของพระราชบัญญัตินี้ โดยใช้หนังสือเพื่อวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการขาย”

ค. มาตรการควบคุมการกำหนดราคาหนังสือ

1. การกำหนดราคาหนังสือสำหรับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย

“มาตรา 3 การกำหนดสินค้า⁶¹

ผู้ใดจำหน่ายหนังสือในเชิงพาณิชย์หรือเชิงธุรกิจเสมือนให้กับผู้ซื้อในเยอรมนี ต้องอยู่ภายใต้บังคับมาตรา 5 ตามมาตรานี้หาได้ใช้กับหนังสือที่ใช้แล้วไม่”

มาตรา 5 ราคา⁶²

⁶⁰ มาตรา 2 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁶¹ มาตรา 3 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁶² มาตรา 5 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

(1) ผู้ใดตีพิมพ์หนังสือเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศหรือนำเข้ารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วในการแก้ไขราคาเพื่อขายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ ต้องกำหนดราคาและจัดจำหน่ายในลักษณะที่เหมาะสม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงราคาขั้นสุดท้ายด้วย

(2) ผู้ใดนำเข้าหนังสืออาจไม่ลดราคาต่ำกว่าการเสนอราคาของสำนักพิมพ์ภายในประเทศ ที่จัดจำหน่ายแก่ผู้ซื้อในราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกกำหนดให้เป็นราคาสุดท้าย หากสำนักพิมพ์ไม่ได้กำหนดอัตราราคาภายในประเทศไว้ สำนักพิมพ์สามารถเสนอแนะผู้นำเข้าให้กำหนดราคาสุดท้ายที่อาจไม่ต่ำกว่าราคารมาตรฐานหรือเสนอแนะโดย สำนักพิมพ์ต้องการระบุงราคาของสำนักพิมพ์เอง ที่จัดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย และต้องบวกภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมายเยอรมนี

(3) ทุกคนที่ซื้อหนังสือผู้นำเข้าในกลุ่มข้อตกลงเกี่ยวกับเขตเศรษฐกิจยุโรป อาจลดราคาตามวรรค 2 ที่กำหนดราคาสุดท้ายในอัตราส่วนของกำไรในซื้อขายที่กำหนดไว้ ราคาซื้อที่เป็นจரிตประเพณีของการซื้อต้องสอดคล้องกับรัฐในขณะที่มีการส่งมอบส่วนลดตามปริมาณการผลิตโดยทั่วไป และต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขการขาย โดยมีการพิจารณาจากองค์ประกอบของราคาซื้อปกติ

(4) สำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้าอาจตั้งราคา ดังนี้

1. ราคาแบบชุด
2. ราคาแบบปริมาณ
3. ราคาการสมัครสมาชิก
4. ราคาพิเศษสำหรับสถาบันการศึกษาทำสัญญาในการเผยแพร่ผลงานบุคคลในสถาบัน
5. ราคาพิเศษสำหรับสมาชิกนิตยสารที่ได้สร้างสรรค์จากกองบรรณาธิการของวารสาร

นั้น

นั้น

6. ค่าธรรมเนียมการชำระเงินส่วนหนึ่ง

(5) การตั้งราคาสุดท้ายที่แตกต่างกันในการขายหลักทรัพย์โดยสำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้า หรือ ผู้ได้รับใบอนุญาต

มาตรา 6 ขย⁶³

(1) สำนักพิมพ์ต้องพิจารณาราคาในการขายและเงื่อนไขการขายอื่นๆแก่ตัวแทนการบริการของร้านค้าขนาดเล็ก โดยเป็นหลักประกันแก่หนังสือนั้น

⁶³ มาตรา 6 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

(2) ผู้เผยแพร่จัดจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่ใช่อุตสาหกรรม โดยสามารถจัดหาในราคาที่ต่ำกว่าหรือเงื่อนไขที่ดีกว่าการค้าหนังสือ

(3) ผู้เผยแพร่ต้องตั้งราคาไม่สูงหรือเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ขายโดยตรงคนสุดท้ายที่เป็นผู้จัดหาร้านขายหนังสือ

ทั้งนี้ในการตั้งราคาจากมาตราข้างต้นนั้น กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานนั้นได้บัญญัติข้อยกเว้นการกำหนดราคาที่จะไม่นำไปใช้บังคับกับประเภทหนังสือและวิธีการจำหน่ายในหน่วยงานรูปแบบใดบ้าง โดยสรุปได้ดังนี้

มาตรา 7 ข้อยกเว้น⁶⁴

(1) มาตรา 3 ไม่นำมาบังคับกับการขายหนังสือ

1. ให้กับผู้เผยแพร่หรือผู้นำเข้าหนังสือหนังสือหรือพนักงานของพวกเขาและลูกจ้างประจำสำหรับการใช้งานของตัวเอง

2. ผู้เขียนของสิ่งพิมพ์อิสระสำนักพิมพ์สำหรับการใช้งานของตัวเอง

3. มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ในห้องเรียน

4. ซึ่งมีความชัดเจนว่าอยู่บนพื้นฐานของความเสียหายหรือข้อบกพร่องอื่น ๆ ที่เป็นข้อบกพร่องของสำเนาหนังสือ

5. เป็นส่วนหนึ่งของการถูกจำกัดระยะเวลาภายในเวลา 30 วัน ถ้าหนังสือออกมาจากหุ้นสามัญของบริษัท โดยได้ยื่นปิดชีพหลายเออร์ที่ถูกนำเสนอก่อนหน้านี้ในเวลาที่เหมาะสมสำหรับการถอนหนังสือนั้น

เห็นได้ว่า ข้อยกเว้นของการบังคับกฎหมายฉบับนี้จะยกเว้นให้กับหนังสือที่เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ และเพื่อป้องกันในกรณีมีหนังสือนั้นเกิดความเสียหายเกิดขึ้น เช่น กรณีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

2. ข้อตกลงในการกำหนดราคาหนังสือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าหนังสือ

สำหรับ มาตรา 7 ที่เป็นข้อยกเว้นก็ได้กำหนดข้อตกลงราคาหนังสือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าหนังสือ จากสินค้าที่ได้รับการยกเว้นนั้น ดังนี้

มาตรา 7 (3) สำหรับการสั่งซื้อหนังสือจำนวนมากเพื่อการใช้งานในโรงเรียนซึ่งเป็นทรัพย์สินของประชาชนเป็น Beliehenen หรือการศึกษาทั่วไปในโรงเรียนเอกชนที่มีสถานะของโรงเรียนทางเลือกที่รัฐดำเนินการซื้อ โดยอนุญาตให้ผู้ขายดำเนินการส่วนลดต่อไปนี้ :

1. ในสัญญามูลค่าถึง 25,000 ยูโรสำหรับแต่ละซื้อเรื่อง

⁶⁴ มาตรา 7 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

มากกว่า 10 รายการ ส่วนลดร้อยละ 8

มากกว่า 25 ชิ้น ส่วนลดร้อยละ 10

มากกว่า 100 ชิ้น ส่วนลดร้อยละ 12

มากกว่า 500 ชิ้น ส่วนลดร้อยละ 13

2. สำหรับการทำสัญญามูลค่ารวมมากกว่า

25,000 ยูโร ส่วนลดร้อยละ 13

38,000 ยูโร ส่วนลดร้อยละ 14

50,000 ยูโร ส่วนลดร้อยละ 15

โดยซื้อหนังสือเรียนตาม โรงเรียนต่างๆภายใต้งบประมาณ ลดราคาได้ร้อยละ 12 หากเป็นการสั่งซื้อจำนวนมาก

(4) ผู้ขายขั้นสุดท้ายห้ามละเมิดการปฏิบัติหน้าที่ของตนภายใต้มาตรา 3 ถ้าหากมาจากการขายหนังสือ

1. สินค้าที่มีมูลค่าต่ำหรือสินค้าที่มีนัยสำคัญในแง่ของมูลค่าของหนังสือที่ซื้อหรือเขียน

2. มีต้นทุนต่ำของลูกค้าคนสุดท้ายในการเยี่ยมชมร้านค้าที่ลงทะเบียน

3. มีการจัดส่งสินค้าหรือค่าใช้จ่ายการจัดซื้อพิเศษหรือ

4. ดำเนินการให้บริการด้านเชิงพาณิชย์อื่น ๆ

3. มาตรการการกำหนดระยะเวลาควบคุมการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน
มาตรา 8 ระยะเวลาของการกำหนดราคาสินค้า⁶⁵

(1) ผู้จัดพิมพ์และผู้นำเข้าจะได้รับสิทธิในการยกเลิกโดยการพิมพ์ราคามาตรฐานสำหรับการตีพิมพ์หนังสือที่มีลักษณะตามบทบัญญัติ ภายหลังจาก 18 เดือนแรก

(2) สำหรับหนังสือที่ปรากฏซ้ำ ในระยเวลาน้อยกว่า 18 เดือนหรือมีเนื้อหาวันที่เฉพาะเจาะจงหรือเหตุการณ์ที่สำคัญให้ยุติการกำหนดราคาโดยสำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้าโดยไม่ต้องปฏิบัติตามในระยะเวลาที่ระบุไว้ในวรรค 1 ได้หลังจากระยะเวลาที่เหมาะสมหลังจากการปรากฏหนังสือ

4. มาตรการกำหนดโทษและมาตรการกำหนดอายุความ

มาตรา 9 ความเสียหายและการเรียกร้องค่าเสียหาย⁶⁶

⁶⁵ มาตรา 8 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁶⁶ มาตรา 9 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

(1) ผู้ใดฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งกฎหมายฉบับนี้อาจจะทำให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง ผู้ใดกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อมีภาระผูกพันในการชดเชยความเสียหายที่เกิดจากความเสียหายที่เกิดการละเมิด

(2) คำสั่งศาลเท่านั้นสามารถชี้ชัดซึ่งผู้ชี้ คือ

1. ผู้ค้าที่ขายหนังสือ

2. สมาคมหน่วยงานเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ของผู้ค้าจำนวนข้างมาก ที่ขายสินค้าหรือบริการในเชิงพาณิชย์ประเภทเดียวกันหรือคล้ายกันในตลาดเดียวกัน โดยคำนวณจากส่วนบุคคล วัสดุและทรัพยากรทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการรับผิดชอบ ตามกฎหมายที่เป็นผลประโยชน์เชิงพาณิชย์การกระทำที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง

3. โดยทนายความที่ได้รับการอำนาจโดยสำนักพิมพ์ผู้นำเข้าหรือ บริษัท ที่ทำยอดขายให้กับลูกค้าสุดท้ายร่วมกันเป็นผู้ดูแลเพื่อให้การตรึงราคาการให้บริการของพวกเขาหรือการบำรุงรักษาราคา

4. โดยหน่วยงานที่มีคุณสมบัติที่แสดงหลักฐานว่ามีอยู่ในรายชื่อของหน่วยงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรา 4 ของคณะกรรมการยุโรปภายใต้มาตรา 4 ของ Directive 98/27 / EC ของรัฐสภายุโรปและของสภา 19 พฤษภาคม 1998 ที่จดทะเบียนในปัจจุบัน

(3) นำไปใช้กับขั้นตอนในการเรียกร้องสิทธิตามวรรค 2 no.1 วรรค 3 ในบทบัญญัติของ กฎหมายการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมกับและที่ระบุไว้ในวรรค 2 no. 4 บทบัญญัติของ the Injunctions Act ได้

มาตรา 10 การตรวจสอบ⁶⁷

(1) ในกรณีที่เหตุอันควรสงสัยอยู่ว่า บริษัท มีการละเมิดมาตรา 3 ผู้ประกอบการค้าที่ยังขายหนังสือ ให้ร้องว่า บริษัท นี้เป็นหนึ่งในการทำงานรักษาความลับทางเศรษฐกิจหรือที่ปรึกษาข้อมูลภายในเชิงลึกในธุรกิจหนังสือและเอกสารทางธุรกิจที่ได้รับอนุญาต แต่เพียงผู้เดียวที่จะร้องได้ว่าละเมิดบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้

(2) หากมีการละเมิดสิทธิผู้ประกอบการ บริษัทที่กระทำผิดต้องชำระเงินคืนในค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการตรวจสอบ

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ปรากฏว่ากฎหมายฉบับนี้ ครอบคลุมทรัพย์สินที่เป็นหนังสือ ครอบคลุมถึงรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

⁶⁷ มาตรา 10 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

ทั้งนี้ยังรวมถึงอุปกรณ์หรือวัตถุที่เป็นส่วนหนึ่งของหนังสือ แต่อุปกรณ์นั้น ต้องเป็นสาระสำคัญของหนังสือด้วย กฎหมายของสหพันธ์รัฐเยอรมันยังกำหนดวิธีการตั้งราคา ลดราคาของผู้ค้า กำหนดระยะเวลาในการควบคุมราคาไว้อย่างชัดเจน และได้บัญญัติกฎหมายนี้ให้มีบทลงโทษสำหรับผู้ละเมิดบทบัญญัติอีกด้วย

3.1.2 สาธารณรัฐฝรั่งเศส

เนื่องจากสาธารณรัฐฝรั่งเศสเป็นประเทศที่ควบคุมกับสหพันธ์รัฐเยอรมนีในการริเริ่มกฎหมายราคาหนังสือมาตรฐาน อีกทั้งยังเป็นประเทศที่มีการอ่านหนังสือที่ติดอันดับโลก โดยจากการศึกษาพบว่า สาธารณรัฐฝรั่งเศสได้มีร้านค้าหนังสือ และร้านค้าหนังสือออนไลน์จำนวนมาก ซึ่งทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจที่สูงมาก โดยเฉพาะระหว่างการขายหนังสือแบบเป็นร้านค้าและร้านค้าหนังสือออนไลน์ จึงจำเป็นต้องบัญญัติกฎหมายราคาหนังสือมาตรฐานนี้ขึ้นโดยสาธารณรัฐฝรั่งเศสนั้น ใช้ชื่อกฎหมายฉบับนี้ว่า แลงลอร์ หรือ Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French โดยผู้ศึกษา ได้สรุปกฎหมายดังกล่าว ได้ดังต่อไปนี้

ก. วัตถุประสงค์กฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐาน

จาก Act 1 ของกฎหมายแลงลอร์ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส⁶⁸ นั้น พบว่า เป็นการบัญญัติถึงวัตถุประสงค์และความเป็นมาของกฎหมายฉบับนี้ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหนังสือ โดยผู้ศึกษาสรุปได้ดังนี้

ได้บัญญัติถึงว่า บุคคลธรรมดาหรือบุคคลตามกฎหมายที่หมายถึงนิติบุคคลซึ่งเป็นผู้ที่นำเข้าหนังสือ หรือเป็นบุคคลที่เผยแพร่หนังสือนั้น ต้องปฏิบัติตามหรืออยู่ภายใต้เงื่อนไขของกฎหมายนี้ โดยเฉพาะหนังสือที่ได้รับการตีพิมพ์หรือที่นำเข้ามาภายในประเทศ ซึ่งหนังสือนั้นได้รับการตั้งราคากลาง ออกเผยแพร่แก่สาธารณชน ซึ่งผู้ที่เผยแพร่ จัดจำหน่ายหรือนำเข้าหนังสือนั้น ต้องได้รับการจดทะเบียนว่าด้วยประเภทหนังสือ กำหนดหน้าที่ของสำนักพิมพ์หรือผู้ที่เผยแพร่หนังสือนั้น ทั้งนี้ บุคคลนั้นๆต้องอยู่ภายใต้การจำกัดเวลาราคาหนังสือมาตรฐานตามกฎหมายนี้ ในพระราชบัญญัตินี้ทุกร้านค้าปลีกต้องมีหน่วยควบคุมค่าธรรมเนียมบริการ อย่างไรก็ตามเฉพาะกรณีผู้ค้าปลีกอาจเพิ่มราคาขายที่เกิดขึ้นจริงให้กับบุคคล จะเรียกเก็บเงินค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนสำหรับการให้บริการเพิ่มเติมพิเศษใดๆ ต้องร้องขออย่างชัดแจ้งจากผู้ซื้อรวมทั้งค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นเรื่องข้อตกลงล่วงหน้าด้วย

ร้านค้าปลีกจะต้องเรียกเก็บค่าบริการในราคาที่มีพอสมควรในการขายให้กับบุคคลทั่วไประหว่างร้อยละ 95 และร้อยละ 100 ของราคามาตรฐานที่ตั้งโดยสำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้า ใน

⁶⁸ มาตรา 1 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

กรณีที่น่าเข้าเกี่ยวข้องกับหนังสือที่ตีพิมพ์ในประเทศฝรั่งเศส ราคาขายปลีกที่ถูกแก้ไขโดยผู้นำเข้า อย่างน้อยต้องเท่ากับราคาที่ถูกกำหนดโดยสำนักพิมพ์ บทบัญญัติของวรรคแรกนั้น ไม่นำไปใช้กับหนังสือที่นำเข้ามาจากประเทศสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปหรือของรัฐภาคี ตามข้อตกลงเกี่ยวกับเขตเศรษฐกิจยุโรป รวมถึงกรณีที่ไม่มีการกำหนดในรัฐนั้นๆ ว่าการดำเนินธุรกิจนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อขายให้กับบุคคลทั่วไปตามบทบัญญัตินี้

ทั้งนี้ กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานนั้น ได้บัญญัติข้อยกเว้นการกำหนดราคามาตรฐาน โดยสรุปได้ดังนี้

มาตรา 3⁶⁹ ภายใต้มาตรา 1

1. เพื่อตอบสนองความต้องการของรัฐ แต่ไม่รวมถึงการขายโดยรัฐ รัฐบาลท้องถิ่น สถาบันการศึกษาการฝึกอบรมวิชาชีพหรือการวิจัยสหภาพการค้าหรือทำงานเทศบาล

2. เพื่อเสริมสร้างการซื้อหนังสือของห้องสมุดประชาชนโดยหน่วยงานตามกฎหมาย การจัดการห้องสมุด การคิดราคาจริงรวมถึงจำนวนเงินค่าทดแทนภายใต้ส่วนของห้องสมุดต้องอยู่บนราคาขายของหนังสือที่บัญญัติไว้ใน ACT 133-3 ของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

ราคาขายที่แท้จริงของตำราอาจได้รับการแก้ไขโดยเร็วเท่าที่การซื้อ จัดทำโดยสมาคมอำนวยความสะดวกในการเข้าซื้อกิจการของหนังสือที่โรงเรียนโดยสมาชิกหรือความต้องการของตัวเองโดยไม่รวมการขายโดยรัฐ หรือ มีอำนาจในท้องถิ่นหรือสถาบันการศึกษา

ข. มาตรการควบคุมการกำหนดราคาหนังสือและการกำหนดระยะเวลาควบคุมการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน

(1) การกำหนดราคาหนังสือสำหรับผู้ผลิต ผู้ค้าหนังสือ

มาตรา 4⁷⁰

ผู้ใดตีพิมพ์หนังสือเพื่อเผยแพร่ผ่านสมาชิกโบรกเกอร์หรือทางจดหมายอื่นใด น้อยกว่าเก้าเดือนหลังการขายของฉบับพิมพ์ครั้งแรก หนังสือเล่มนี้มีราคาขายให้กับประชาชนอย่างน้อยต้องเท่ากับฉบับพิมพ์ครั้งแรก

(2) ข้อตกลงในการกำหนดราคาหนังสือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าหนังสือ

มาตรา 5⁷¹

⁶⁹ มาตรา 3 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷⁰ มาตรา 4 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

ร้านค้าปลีกสามารถคิดค่าบริการในราคาต่ำกว่าราคาขายปลีกที่ระบุไว้ในมาตรา 1 ของหนังสือที่ตีพิมพ์หรือนำเข้ามานานกว่าสองปีที่ผ่านมาและมีการจัดหาที่ผ่านมากินกว่าหกเดือน
มาตรา 6⁷²

หนังสือขายแบบปริ๊มที่ได้รับความนิยมที่ได้รับอนุญาตภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายฉบับที่ 51-356 ของ 20 มีนาคม 1951 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมและพระราชบัญญัติฉบับที่ 73-1193 ของ 27 ธันวาคม 1973

ถ้านำเสนอโดยสำนักพิมพ์ หรือผู้นำเข้าพร้อมกันและภายใต้เงื่อนไขเดียวกันกับร้านค้าปลีกทั้งหมดหรือถ้าเกี่ยวข้องกับหนังสือฉบับพิเศษสำหรับขายผ่าน โบรกเกอร์ที่โดยการสมัครสมาชิกหรือโดยการติดต่ออื่น

มาตรา 7⁷³ โฆษณาใด ๆ การประกาศราคาต่ำกว่าราคาขายปลีกที่ระบุไว้ในข้อ 1 (1 วรรค) เป็นสิ่งต้องห้ามขายออกภายนอก

มาตรา 10⁷⁴

กำหนดกฎหมายอื่นในการกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับการประยุกต์ใช้กฎหมายนี้ไปยังหน่วยงานในต่างประเทศที่ได้รับข้อจำกัด เนื่องจากความห่างไกลของหน่วยงานในราคาของหนังสือที่เหมือนกันในประเทศฝรั่งเศสและในดินแดนโพ้นทะเล

(3) มาตรการการกำหนดระยะเวลาควบคุมการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน

มาตรา 4

ผู้ใดตีพิมพ์หนังสือเพื่อเผยแพร่ผ่าน โบรกเกอร์สมาชิกหรือจดหมายน้อยกว่าเก้าเดือนหลังการขายของฉบับพิมพ์ครั้งแรกที่หนังสือเล่มนี้เป็นราคาขายให้กับประชาชนอย่างน้อยเท่ากับนี้ ฉบับพิมพ์ครั้งแรก

มาตรา 5

ร้านค้าปลีกสามารถคิดค่าบริการในราคาต่ำกว่าราคาขายปลีกที่ระบุไว้ในมาตรา 1 ของหนังสือที่ตีพิมพ์หรือนำเข้ามานานกว่าสองปีที่ผ่านมาและมีการจัดหาที่ผ่านมากินกว่าหกเดือน
(4) มาตรการกำหนดโทษและมาตรการกำหนดอายุความ

⁷¹ มาตรา 5 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷² มาตรา 6 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷³ มาตรา 7 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷⁴ มาตรา 10 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

มาตรา 8⁷⁵ ในกรณีของการละเมิดบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้สามารถดำเนินการ รวมถึงคู่แข่งทางการค้า ที่ได้รับการอนุมัติจากสมาคมผู้บริโภครหัสหรือสหภาพแรงงานด้านการเผยแพร่ หรือแจกจ่ายหนังสือและ โดยผู้เขียนหรือผู้เขียนขององค์กรนั้น

3.1.3 สาธารณรัฐเกาหลี

เนื่องจากสาธารณรัฐเกาหลีได้ เป็นประเทศในทวีปเอเชียที่ได้กำหนดกฎหมายว่าด้วย ราคาหนังสือมาตรฐานขึ้น โดยใช้ชื่อกฎหมายว่า โทซอซงกาเจ หรือ 출판문화산업 진흥법 หรือ PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT สาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งจากชื่อภาษาอังกฤษของ กฎหมายฉบับนี้ เห็นได้ว่าเป็นการกำหนดกฎหมายเพื่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นการเฉพาะ โดยผู้ ศึกษา ได้ศึกษากฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐานของสาธารณรัฐเกาหลีได้โดยสรุป ดังนี้

ก.วัตถุประสงค์⁷⁶ ของกฎหมาย

เหตุผลในการควบคุมราคามาตรฐานดำเนินการดังต่อไปนี้ การควบคุมราคาหรือ ปรับปรุงแก้ไข คือ การป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันด้านราคามากเกินไป โดยจำกัดให้น้อยกว่า อัตราการลดราคาที ร้อยละ 15 ของหนังสือทุกเล่ม (ส่วนลดเงินสด ร้อยละ 10 และส่วนลดอ้อมร้อยละ 5) ทำให้เกิดการกระตุ้นการทำงานของผู้เผยแพร่ขนาดเล็กและร้านหนังสือ เพื่อป้องกัน การแข่งขัน ด้านราคาตามอำเภอใจ มีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการรวมหนังสือที่ใช้บริจาคนหนังสือและตีพิมพ์และ มีข้อจำกัด เกี่ยวกับส่วนลดในราคาคงที่และราคาควบคุมตลาดเปิด

จากการศึกษา บทบัญญัติที่เกี่ยวข้อง

การเผยแพร่วัฒนธรรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยการบังคับใช้กฎหมายนี้ เป็นไปเพื่อ การจัดจำหน่ายของสิ่งพิมพ์ ในข้อ 9

1. กฎหมายมาตรา 23 ข้อ 1, ฉบับที่ 3 จากกฎหมายเพื่อผู้บริโภค ผู้ขาย เกี่ยวกับ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว กฎหมาย เป็นสิ่งพิมพ์ตามมาตรา 22 วรรค 2 และขายจริงโดยการพิมพ์ ตามวรรค 3 ราคา หมายถึง การกระทำของการให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากกว่าร้อยละ 10 ของต้นทุน

2. ในการเรียกร้องที่ 1 เพื่อ "ผลประโยชน์ของเศรษฐกิจ" ให้กับผู้บริโภคหมายถึง สิ่งพิมพ์การจัดการที่ตกอยู่ภายใต้การใด ๆ ของ

⁷⁵ มาตรา 8 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷⁶ แปลความจาก บทนำวัตถุประสงค์ ของโทซอซงกาเจ หรือ 출판문화산업 진흥법 หรือ PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT สาธารณรัฐเกาหลี

1. สินค้า
2. การสะสมไมล์ (หมายถึงคะแนนและสอดคล้องกับอัตราร้อยละของราคาขาย)
3. บัตรกำนัล
4. บัตรของขวัญ
5. นอกจากนี้ให้กับผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้ในกรเรียกหรือถึงฉบับที่ 4 จากครั้งที่ 1 หรือไม่ต้องจ่ายราคาปกติจะได้รับการยอมรับว่าไม่สามารถซื้อได้

ข. การตีพิมพ์และการแสดงราคาขาย

มาตรา 22

1. เมื่อสำนักพิมพ์ที่จะออกสิ่งพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์ในการขาย ราคาที่จะขายให้กับผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้โดยประธานาธิบดี เป็นจะต้องระบุไว้ในสิ่งพิมพ์

2. ในช่วง 18 เดือนนับจากวันที่ประกาศสิ่งพิมพ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงราคา ตามที่กำหนด โดยพระราชกฤษฎีกาประธานาธิบดี หากราคาที่แสดงคือส่วนแรก ใช้บังคับโดยอนุโลม

3. วรรค 1 และ 2 แม้จะมีกรณีของสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เผยแพร่ได้ระบุไว้ในรายการราคาอ้างอิงและผู้เผยแพร่โฆษณาที่ขายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่แสดงบนเว็บไซต์ขายให้ผู้ซื้อสามารถระบุราคาที่ระบุไว้ในการอ้างอิง

4. บุคคลที่ขายสิ่งพิมพ์โดยแสดงเป็นราคา

5. บุคคลที่แม้จะมีการขายสิ่งพิมพ์ และตั้งส่วนลดในราคาและเศรษฐกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของราคาตามรายการส่งเสริมการอ่านและการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถขายผลกำไรรวมกันได้โดยอิสระ หากส่วนลดควรจะน้อยกว่าร้อยละ 10

6. ไม่นำไปใช้กับการเรียกครั้งที่ 4 และ 5 ชื่อเรียกหรือในประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ที่ตกอยู่ภายใต้การใด ๆ ของ

1. ลบ (ยกเลิก)

2. พิมพ์ขายในสิ่งอำนวยความสะดวกสวัสดิการสังคม

3. สิ่งพิมพ์ที่จะขายลิขสิทธิ์

4. ลบ (ยกเลิก)

5. อื่น ๆ ที่กำหนดโดยประธานาธิบดี, สิ่งพิมพ์

7. ส่วน "ผลประโยชน์ของเศรษฐกิจ" ในมาตรา 5 หมายถึง จำนวนของสำเนาการทำธุรกรรมที่ตกอยู่ใต้อุวรรคใด ๆ ของสิ่งพิมพ์ต่อไปนี้สามารถใช้ได้กับผู้บริโภค

1. สินค้า

2. การสะสมไมล์ (หมายถึงคะแนนและสอดคล้องกับอัตราร้อยละของราคาขาย)

3. บัตรกำนัล

4. บัตรของขวัญ

5. นอกจากนี้ให้กับผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้ในการเรียกร้องถึงฉบับที่ 4 จากครั้งที่ 1 หรือไม่ต้องจ่ายราคาปกติจนกว่าจะได้รับการยอมรับว่าไม่สามารถซื้อได้

ค.บทลงโทษ

กฎหมายราคาค่าหนังสือมาตรฐานของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ไม่มีบทการลงโทษการละเมิดดังต่อไปนี้

มาตรา 22

บุคคลใดละเมิดบทบัญญัตินี้ ปรับ 3,000,000 วอนหรือน้อยกว่าตามพระราชบัญญัติส่งเสริมอุตสาหกรรม

บทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดกฎหมายกำหนดราคาค่าหนังสือและการเผยแพร่วัฒนธรรมอุตสาหกรรมตามพระราชบัญญัตินี้ ในมาตรา 28

มาตรา 28 (การลงโทษ)

1. ค่าปรับดังต่อไปนี้เรียกเก็บสำหรับการรวมกลุ่มมากกว่า 3 ล้านคนที่ได้ละเมิดในแต่ละครั้ง

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ พบว่ากฎหมายของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ได้บัญญัติชัดเจนว่าเกิดขึ้นเพื่อป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ จะมีการกำหนดคร้อยละการห้ามลดราคาค่าหนังสือไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ก็ได้กำหนดระยะเวลาที่กฎหมายฉบับนี้ใช้บังคับเช่นเดียวกับสหพันธรัฐเยอรมนีและสาธารณรัฐฝรั่งเศสด้วย

3.2 กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

กฎหมายที่มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาค่าหนังสือมาตรฐานหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์หรือธุรกิจหนังสืออื่น ไม่มีบัญญัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษร จะมีเพียงแต่กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการกำหนดราคาค่าหนังสือที่เป็นรูปแบบของการคุ้มครองผู้บริโภค และรูปแบบของการคุ้มครองธุรกิจหรือการแข่งขันทางการค้าในกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่บัญญัติมาเป็นพระราชบัญญัติหรือกฎหมายอื่น โดยผู้ศึกษาได้ศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

3.2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มีวัตถุประสงค์ อันเนื่องมาจากว่า ในปัจจุบันการเสนอขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ต่อประชาชนนับวันแต่จะเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณา ได้นำวิชาการในทางตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้งที่ นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้าหรือบริการอยู่แล้วก็ตาม แต่การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการธุรกิจการค้าหรือผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาเป็นการไม่คุ้มค่าและผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะสะดวก และเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ และในบางกรณีก็ไม่อาจจะจับหรือยับยั้งการกระทำที่จะเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันทั่วทั้งที่ สมควรจะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นการทั่วไป โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการธุรกิจการค้า และผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภค เพื่อให้ความเป็นธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภค ตลอดจนจัดให้มีองค์กรของรับที่เหมาะสมเพื่อตรวจตรา ดูแล ประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้⁷⁷

โดย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภคที่ตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อาจทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและมารู้เท่าทันผู้ประกอบการต่าง ๆ อีกทั้งพระราชบัญญัติฉบับนี้กล่าวถึงการคุ้มครองในกรณีผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่จะสะดวก และเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ และในบางกรณีก็ไม่อาจจะจับหรือยับยั้งการกระทำที่จะเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันทั่วทั้งที่ เนื่องจากได้มีการแก้ไขปรับปรุงการให้อำนาจแก่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค นั้น เป็นมาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันและเยียวยาความเสียหายของผู้บริโภคซึ่งมีหน่วยงานรัฐเป็นผู้รับผิดชอบ⁷⁸ โดยมีแบบการคุ้มครองอยู่ 2 ประเภท คือ

⁷⁷ หมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

⁷⁸ สุขุม ศุภนิธย์, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548).

1. การป้องกันความเสียหาย ที่กฎหมายกำหนดให้รัฐมีอำนาจควบคุมกำกับให้เกิดความปลอดภัยหรือเกิดความเป็นธรรม

2. การเยียวยาผู้ใช้หากเกิดความเสียหาย โดยจัดตั้งองค์กรรัฐหรือเอกชน ให้ดำเนินการฟ้องร้องเพื่อผู้บริโภค

ในการศึกษาพระราชบัญญัติฉบับนี้

1.1) บุคคลที่กฎหมายได้ให้ความคุ้มครอง

จากมาตรา 3⁷⁹ ได้ให้คำนิยามของบุคคลที่กฎหมายได้ให้ความคุ้มครอง คือ

ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

กล่าวคือ ผู้บริโภค คือ ผู้ซื้อ หรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม (ฉบับแก้ไข พ.ศ.2541) ทั้งนี้ กฎหมายคุ้มครองเฉพาะผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบเท่านั้น

หากเป็นผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยมิชอบ (ได้มาจากการลักทรัพย์/ รับของโจร เป็นต้น) ก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายนี้

ผู้ประกอบธุรกิจ หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย

โดยเบื้องต้น มาตรา 3 ได้ให้นิยาม การกระทำที่เข้าข่ายความคุ้มครองตามกฎหมายนี้ คือ

การซื้อ ที่กฎหมายฉบับนี้ได้รวมไปถึงเรื่องของการเช่า การเช่าซื้อ หรือการได้มาของสินค้าไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยต้องให้ค่าตอบแทนที่เป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น ทั้งนี้ ยังให้คำนิยามของความหมายคำว่าขาย ซึ่งในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้ใช้คำว่าจำหน่าย ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ รวมคำว่าขายไปถึงลักษณะการให้เช่า การให้เช่าซื้อ หรือการจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวน เพื่อการกระทำที่เป็นไปในลักษณะเดียวกับการขายด้วย

ต่อมาใน ตามบทบัญญัติมาตรา 3 ของกฎหมายฉบับนี้ที่ให้คำนิยามของคำว่า สินค้า หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย โดยจากการศึกษาความหมายของคำสินค้า เกิดจาก

⁷⁹ มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541

การผลิตของผู้ประกอบการที่ทำเพื่อมีไว้ขาย ดังนั้นลักษณะของหนังสือที่เกิดจากการผลิตที่อาจเป็นไปตามคำนิยามของกฎหมายฉบับนี้

ในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาคำนิยามของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คำว่าผลิต ที่กฎหมายฉบับนี้ได้ให้ความหมายว่า ทำ ผสม ปُرุง ประกอบ ประดิษฐ์ หรือ แปรสภาพและหมายความรวมถึงการเปลี่ยนรูป การตัดแปลง การคัดเลือก หรือการแบ่งบรรจุ เนื่องจากเห็นว่า หนังสือเกิดขึ้นมาจากการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือด้วย

ต่อมาในมาตรา 3 พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ศึกษาถึงคำว่าสัญญาด้วย โดยในกฎหมายฉบับนี้ สัญญา หมายความว่า ความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อและขายสินค้าหรือให้และรับบริการ เมื่อสัญญาคือความตกลงตั้งแต่สองฝ่ายขึ้น ความเกี่ยวข้องในเรื่องระบบธุรกิจหนังสือจึงนำมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายในบทต่อไป

1.2) สิทธิของผู้บริโภค

บทบัญญัติไว้ในมาตรา 4⁸⁰ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ผู้บริโภค จะได้รับความคุ้มครองทางด้านสิทธิ ทั้งหมด 5 สิทธิ คือ

1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เป็นสิทธิที่ผู้บริโภค ต้องได้รับสิ่งที่เป็นข่าวสาร โดยลักษณะของข่าวสาร คือ การแสดงให้เห็นหรือประกาศให้สาธารณชนได้รับทราบว่าสินค้าของตนเป็นอย่างไร รวมทั้งการพรรณนา คือ การบรรยายถึงคุณภาพและลักษณะของสินค้า โดยจะต้องเพียงพอและเป็นที่น่าสนใจได้ของสาธารณชน

2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคต้องมีอิสระในการที่ต้องเลือกหาสินค้าตามความต้องการของตน ต้องไม่มีการบังคับหรือการใดๆที่เจตนาหลอกลวงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของตน ทั้งนี้รวมถึงการรับบริการ

⁸⁰ มาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541

ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- (3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

จากผู้ประกอบการใดๆด้วย ที่จะต้องไม่บังคับหรือไม่ให้อิสระแก่ผู้บริโภคในการเลือกสรรหาบริการตามความต้องการของตน

3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่ผู้บริโภคต้องได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยมีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตร่างกายหรือทรัพย์สิน เช่น การซื้อยามารักษาจะต้องไม่เป็นยาที่อันตราย เป็นต้น

4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ เช่น ระหว่างการใช้บริการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ต้องไม่เป็นสัญญาที่เอารัดเอาเปรียบจนทำให้ผู้บริโภคเสียหาย เป็นต้น

5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่เกิดจากสิทธิทั้ง 4 ข้างต้น

จากการศึกษาพบว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ได้กำหนดมาตรการการคุ้มครองไว้ดังนี้

ตามมาตรา 9⁸¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541 เป็นมาตราที่ให้มีคณะกรรมการขึ้นมาชุดหนึ่ง เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะเมื่อเกิดกรณีละเมิดสิทธิขึ้น โดยในแต่ละกรณีของการละเมิดนั้นจะประกอบไปด้วยหน่วยงานที่คุ้มครองแตกต่างกัน เช่น

1. ประชาชนได้รับความเสียหายจาก อาหาร ยา หรือเครื่องสำอาง เป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สังกัดของกระทรวงสาธารณสุข ที่จะต้องเข้ามาดูแลประชาชนผู้ได้รับความเสียหาย

2. ประชาชนมีความเดือดร้อนเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จะเป็นหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ในสังกัดของกระทรวงอุตสาหกรรม เข้ามาดูแล

3. ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเกี่ยวกับเจ้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น จัดสรรที่ดิน อาคารชุด เป็น หน้าที่ของกรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย ที่จะเข้ามาให้ความดูแล

⁸¹ มาตรา 9 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค" ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ เลขานุการนายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงคมนาคม เลขานุการ คณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินแปดคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง เป็นกรรมการ และเลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นกรรมการและเลขานุการ"

4. ประชาชนมีความเดือดร้อนเกี่ยวกับด้านคุณภาพ หรือ ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่เป็นธรรม เป็นหน้าที่ของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เข้ามาดูแลกำกับ

5. ประชาชนได้มีความเดือดร้อนเกี่ยวกับ ประกันชีวิต หรือ ด้านประกันภัย เป็นหน้าที่ของกรมการประกันภัย กระทรวงพาณิชย์ ที่ดูแลประชาชน⁸² เป็นต้น

ตามมาตรา 21⁸³ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541 เป็นกรณีที่ทำกรมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุ้มครองและเกิดการปฏิบัติล่าช้าของเจ้าหน้าที่ดำเนินการ สามารถนำเรื่องขึ้นสู่การพิจารณาชั้นสูงขึ้นไปได้

ดังนั้นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ของไทยจึงเป็นกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค ที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือในบทต่อไป

3.2.2 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้มีกรบัญญัติขึ้นมานานแล้วกว่า 300 ปี โดยประเทศแคนาดาเป็นประเทศแรกที่ตราขึ้นและต่อมาได้มีอีกหลายประเทศได้มีกรบัญญัติกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าขึ้นมาบังคับใช้ สำหรับประเทศไทยถือเป็นประเทศแรกในภูมิภาคอาเซียน⁸⁴ ที่มีการตรากฎหมายการแข่งขันทางการค้าขึ้นมาบังคับใช้ใน พ.ศ.2542

⁸² ไพโรจน์ อาจารย์ษา, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับชาวบ้าน, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2543).

⁸³ มาตรา 21 ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยกรนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว เว้นแต่

(1) ในกรณีที่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม หากปรากฏว่าเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายดังกล่าวยังมีได้มีการดำเนินการหรือดำเนินการยังไม่ครบขั้นตอนตามกฎหมายว่าด้วยกรนั้น และมีได้ออกคำสั่งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายดังกล่าวภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งจากคณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือคณะกรรมการ ให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือคณะกรรมการเสนอเรื่องให้นายกรัฐมนตรีพิจารณาออกคำสั่งตามความในหมวดนี้ได้

(2) ในกรณีตาม (1) ถ้ามีความจำเป็นเร่งด่วนอันมิอาจปล่อยให้เนิ่นช้าต่อไปได้ให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือคณะกรรมการเสนอเรื่องให้นายกรัฐมนตรีพิจารณาออกคำสั่ง

⁸⁴ ภูมิภาคอาเซียน คือ เกิดจากการรวมตัวกันของ 10 ประเทศ อันได้แก่ มาเลเซีย พม่า กัมพูชา ลาว ไทย สิงคโปร์ เวียดนาม บรูไนดารุส-ซาลาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งรายนามประเทศเหล่านี้เป็นประเทศที่ตั้งอยู่ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยอาเซียน มีชื่อเรียกเต็มๆ ว่า "Association of Southeast Asian Nations" หรือ "สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้"

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า ได้มีการตราพระราชบัญญัติขึ้นครั้งแรกใน พ.ศ.2542 และได้มีการยกเลิกและประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 โดยมีวัตถุประสงค์ที่เกิดจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 84 กำหนดให้รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีและเป็นธรรมโดยอาศัยกลไกตลาด และสนับสนุนให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยต้องยกเลิกและละเว้นการตรากฎหมายและกฎเกณฑ์ที่ควบคุมธุรกิจซึ่งมีบทบัญญัติที่ไม่สอดคล้องกับความจำเป็นทางเศรษฐกิจ และต้องไม่ประกอบกิจการที่มีลักษณะเป็นการแข่งขันกับเอกชน

เว้นแต่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ รักษาผลประโยชน์ส่วนรวม หรือการจัดให้มีสาธารณูปโภค และต้องกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภค

ในปัจจุบันพบว่ารัฐวิสาหกิจบางแห่งประกอบธุรกิจบางประเภทเป็นทางการค้าปกติแข่งขันกับเอกชน การกำหนดข้อยกเว้นการใช้บังคับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 แก่การกระทำของรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณทั้งหมดอาจทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้ากับเอกชน การบิดเบือนกลไกตลาด และลดทอนการพัฒนาเศรษฐกิจที่เข้มแข็งยั่งยืน ดังนั้น เพื่อให้การกระทำของรัฐวิสาหกิจซึ่งประกอบธุรกิจบางประเภทเป็นทางการค้าปกติแข่งขันกับเอกชนอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม สมควรกำหนดให้การกระทำของรัฐวิสาหกิจดังกล่าวอยู่ภายใต้การบังคับแห่งกฎหมาย

อีกทั้งพบว่า การดำเนินการตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 เป็นไปอย่างล่าช้า ไม่ทันต่อการพัฒนาทางอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ของประเทศ ทำให้การกำกับให้การประกอบกิจการต่าง ๆ มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทั้งสภาพการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามโลกาภิวัตน์ และการที่ประเทศคู่ค้าคู่แข่งต่าง ๆ มีคณะกรรมการการค้าที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับชาติ จึงต้องปรับปรุงองค์ประกอบ อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปรับปรุงกลไกของการบังคับใช้กฎหมายนี้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560⁸⁵ โดยได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2560 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2560

⁸⁵ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, บันทึกวิเคราะห์สรุปสาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ... 2559

จากการศึกษาข้างต้น หลังจากการประกาศพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 นั้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาพระราชบัญญัติดังกล่าว โดยสรุป ได้ดังนี้

การรวมธุรกิจตามกฎหมายเดิมฉบับปี พ.ศ. 2542 จะต้องมีการขออนุญาตจากคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าก่อน ฉบับล่าสุดนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการอีกครั้ง เป็นระบบผสมคือ “ระบบแข็ง และระบบขออนุญาต” กล่าวคือ หากว่าผลกระทบของการรวมธุรกิจ เป็นเพียงแต่การ “ลดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ” ก็ให้แจ้งผลการรวมธุรกิจต่อคณะกรรมการนับแต่วันรวมธุรกิจ แต่หากผลกระทบของการรวมธุรกิจ คือ “อาจก่อให้เกิดการผูกขาดหรือการเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด” กรณีนี้ต้องขออนุญาตจากคณะกรรมการ⁸⁶ โดยแยกเป็นกรณี ดังนี้

1) การบังคับใช้และบทนิยาม มีการแก้ไขเพิ่มเติมที่ชัดเจนมากขึ้น ตาม มาตรา 4⁸⁷ พระราชบัญญัตินี้มิให้ใช้บังคับแก่การกระทำของราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค หรือ ราชการส่วนท้องถิ่นหรือการกระทำของรัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ทั้งนี้ เฉพาะในส่วนที่ดำเนินการตามกฎหมายหรือมติของคณะรัฐมนตรีที่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐประโยชน์สาธารณะ ผลประโยชน์ส่วนรวม หรือจัดให้มีสาธารณูปโภคหรือที่เป็นการกระทำของ กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หรือชุมนุมสหกรณ์ซึ่งมีกฎหมายรับรอง และมีวัตถุประสงค์ดำเนินการทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพของเกษตรกรอื่น ทั้งต้องเป็นธุรกิจที่มีกฎหมายเฉพาะกำกับดูแลในเรื่องการแข่งขันทางการค้า

คำนิยามที่เพิ่มเติม และได้นำมาพิเคราะห์กับวิธานิพนธ์ฉบับนี้ คือ ตามมาตรา 5⁸⁸ ในพระราชบัญญัตินี้ พบว่า

ธุรกิจ ที่พระราชบัญญัติได้ให้หมายความว่า กิจการอันดำเนินการเพื่อประโยชน์ทางการค้าในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรมพาณิชยกรรม การเงิน การประกันภัย และการบริการ และให้หมายความรวมถึงกิจการอื่นตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง

ดังนั้นการประกอบธุรกิจหนังสือจึงได้เป็นไปตามพระราชบัญญัติฉบับนี้

⁸⁶ วิภาณันท์ ประสมปลื้ม, “พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า 2560 ก้าวใหม่ของการแข่งขัน?,”

3 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641119>.

⁸⁷ มาตรา 4 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการ พ.ศ.2560

มิให้ใช้บังคับแก่การกระทำ (2) รัฐวิสาหกิจองค์การมหาชน หรือ หน่วยงานอื่นของรัฐ ทั้งนี้ เฉพาะส่วนที่ดำเนินการตามกฎหมายหรือมติคณะรัฐมนตรี. ... (4) ธุรกิจที่มีกฎหมายเฉพาะกำกับดูแลเฉพาะในเรื่องการแข่งขันทางการค้า

⁸⁸ มาตรา 5 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการ พ.ศ.2560

ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่พระราชบัญญัติได้ให้หมายความ ว่า ผู้จำหน่าย ผู้ผลิตเพื่อจำหน่าย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อผลิตหรือจำหน่ายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการในธุรกิจ

สินค้า หมายความว่า สิ่งของที่ใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของนั้น เป็นการให้นิยามที่ไปในแนวเดียวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

ตลาด หมายความว่า ตลาดที่เกี่ยวข้องในสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันหรือที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ โดยให้พิจารณาด้านคุณลักษณะ ราคา หรือวัตถุประสงค์การใช้งานของสินค้าหรือบริการ และด้านพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ

ผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด หมายความว่า ผู้ประกอบการรายหนึ่งหรือหลายรายในตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายเกินกว่าเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยให้นำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างแล้วแต่กรณี มาประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการพิจารณาทบทวนเกณฑ์ส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายอย่างน้อยหนึ่งครั้งภายในระยะเวลาสามปีนับแต่วันออกประกาศ

การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบการรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดใดตลาดหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

ปัจจัยสภาพการแข่งขัน หมายความว่า จำนวนผู้ประกอบการในตลาด จำนวนเงินลงทุนการเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ช่องทางการจัดจำหน่าย เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ กฎระเบียบของภาครัฐ และปัจจัยอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

2) พระราชบัญญัติฉบับนี้มีการเพิ่มอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า โดยจัดทำฐานข้อมูลขนาดตลาดสินค้าหรือบริการที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดและเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งฐานข้อมูลดังกล่าวกฎหมายฉบับเดิมไม่มีการจัดทำมาก่อน และทำให้เกิดปัญหาในการวิเคราะห์ว่าผู้ใดเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดหรือไม่อย่างไร

3) พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดศาลที่มีเขตอำนาจในการพิจารณาคดีอาญา และคดีฟ้องเรียกค่าเสียหายตามกฎหมายฉบับนี้ ให้เป็นศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ

ซึ่งเป็นศาลที่มีความทันสมัย และน่าจะมีความเชี่ยวชาญในกฎหมายเฉพาะทาง อย่างเช่นกฎหมายแข่งขันทางการค้ามากกว่าศาลอื่น

4) พระราชบัญญัติฉบับนี้มีการปรับปรุงบทลงโทษให้เหมาะสมกับความร้ายแรงของการกระทำผิด โดยแบ่งออกเป็นโทษอาญาและโทษทางปกครอง (ค่าปรับทางปกครอง) ซึ่งแม้ว่ากฎหมายจะยังคงกำหนดให้มีโทษอาญาอยู่ในบางเรื่อง แต่ก็กำหนดให้บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการมีอำนาจเปรียบเทียบปรับได้

พฤติกรรมภายใต้การกำกับดูแลที่เป็นสากล (International Standard) ของพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มีลักษณะเป็นการคุ้มครองการแข่งขัน แต่มิได้ลักษณะการคุ้มครองคู่แข่ง แต่ก็ยังคงคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค ได้แก่

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 50⁸⁹ การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (Abuse of a Dominant Position) เป็นการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าข่ายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งนิยามผู้ประกอบธุรกิจจะพิจารณาครอบคลุม ถึงความสัมพันธ์ของธุรกิจในเครือ หากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าต้องรับโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 51⁹⁰ ได้แบ่งออกเป็นสองกรณี ได้แก่ หนึ่ง การขออนุญาตรวมธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการผูกขาดหรือเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด สอง การแจ้งภายหลังรวมธุรกิจ ที่เป็นการรวมธุรกิจที่ส่งผลให้เป็นการลดการแข่งขันทางการค้า (Mergers and Acquisitions) เน้นการติดตามการรวมธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อดูแลโครงสร้างตลาดในแต่ละธุรกิจให้มีการแข่งขันกัน ซึ่งถ้ารวมกันแล้วเกิดการผูกขาดหรือเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดจะต้องขออนุญาตก่อนรวมธุรกิจ หากฝ่าฝืนต้องรับโทษปรับไม่เกินร้อยละ 0.5 ของมูลค่าธุรกรรมรวมธุรกิจ แต่ถ้ารวมกันแล้วอาจทำให้การแข่งขันลดลงอย่างมาก ต้องแจ้งธุรกรรมรวมธุรกิจต่อคณะกรรมการภายใน 7 วัน นับแต่วันที่รวมธุรกิจ หากไม่แจ้งต้องรับโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท และปรับอีกไม่เกินวันละ 10,000 บาทต่อวัน

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 54⁹¹ การร่วมกันผูกขาด ลดหรือจำกัดการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างร้ายแรง (Restrictive Agreements or Arrangements) และตามตามความ

⁸⁹ มาตรา 50 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

⁹⁰ มาตรา 51 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

⁹¹ มาตรา 54 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

ของบทบัญญัติมาตรา 55⁹² เป็นพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อการผูกขาด ลด จำกัด หรือทำลายการแข่งขัน โดยในพระราชบัญญัติฉบับนี้ จำแนกการตกลงร่วมกันเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1. การตกลงร่วมกันที่ส่งผลกระทบต่อร้ายแรง (Hardcore Cartels) ซึ่งเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างคู่แข่งเพื่อที่จะไม่แข่งขันกัน ในการกำหนดราคาซื้อขาย จำกัดปริมาณการผลิต ซื้อ ขาย แบ่งท้องที่ซื้อขาย หรืออื้อวประมูล หากฝ่าฝืนต้องรับโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

2. การตกลงร่วมกันที่ไม่ส่งผลกระทบต่อร้ายแรง (Other Cartels) ซึ่งเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งหรือเป็นคู่ค้า ซึ่งการตกลงร่วมกันตามมาตรา 55 จะไม่ผิดกฎหมายก็ต่อเมื่อไม่สร้างข้อจำกัดเกินความจำเป็น ไม่ก่อให้เกิดอำนาจผูกขาด หรือจำกัดการแข่งขันอย่างมาก รวมทั้งให้คำนึงถึงผู้บริโภคด้วย แต่ถ้าหากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนต้องได้รับโทษปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 57⁹³ การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Trade Practices) โดยในมาตรา 57 นี้ จะมีบัญญัติลักษณะการกระทำที่แสดงถึงการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ได้แก่

1. การกีดกันการประกอบธุรกิจของผู้อื่นของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นไม่เป็นธรรม
2. การใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม
3. กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจของผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม
4. การกระทำในลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด”

การกำกับดูแลการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจทั่วไป ที่ประกอบธุรกิจอย่างไม่เป็นธรรม ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ หากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าต้องรับโทษปรับไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำความผิด

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 58⁹⁴ การตกลงร่วมกับผู้ประกอบการต่างประเทศที่ไม่มีเหตุผลและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและผู้บริโภค (Unreasonable Agreement with Foreign Firms) พฤติกรรมนี้บัญญัติขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการในประเทศที่จะทำการตกลงทางการค้าใดๆ กับผู้ประกอบการในต่างประเทศ ต้องคำนึงถึงประโยชน์ของชาติและประชาชนของ

⁹² มาตรา 55 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

⁹³ มาตรา 57 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

⁹⁴ มาตรา 58 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

ประเทศด้วย หากมีพฤติกรรมฝ่าฝืนจะต้องได้รับโทษปรับทางปกครองในอัตราไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้ในปีที่กระทำผิด

ดังนั้น พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าจึงเป็นกฎหมายสำคัญในการนำมาวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจ เนื่องจากเป็นกฎหมายที่ใช้ควบคุมการแข่งขันทางการค้าของธุรกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทยโดยเฉพาะ

3.2.3 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542

พระราชบัญญัติฉบับนี้เดิมใช้ชื่อการค้าปลีกในการกำกับดูแลร่วมกับพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าแต่ปัจจุบันได้แยกออกมาเป็นสองส่วนจากพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า โดยอยู่ในกรมที่แตกต่างกัน แต่ยังคงอยู่ภายในกระทรวงพาณิชย์เช่นเดียวกัน เพื่อให้เกิดการกำกับดูแลได้อย่างทั่วถึงและมีความเป็นธรรมในแต่ละกรณีที่เกี่ยวข้องมากที่สุด

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไข และวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม โดยมีคณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศ กำหนดให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมได้⁹⁵

ผู้ศึกษาได้ศึกษา มาตรา 4 ⁹⁶ให้ความหมายของคำว่าธุรกิจ หมายถึง กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และนิยามความหมายของคำว่าสินค้า หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภครวมทั้งเอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้ง เอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ

ประเภทของสินค้าในพระราชบัญญัติฉบับนี้จากมติที่ประชุมคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่จันทร์ที่ 8 มกราคม 2561⁹⁷ ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการ

⁹⁵ มาตรา 16 ให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและ บริการเรียกโดยย่อว่า "สำนักงาน กร." ขึ้นในกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ มีอธิบดีกรม การค้าภายในเป็นเลขาธิการเป็นผู้บังคับบัญชาและรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการของสำนักงาน...

⁹⁶ มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "ธุรกิจ" หมายความว่า กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน "สินค้า" หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภครวมทั้งเอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ...

⁹⁷ มติที่ประชุมคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา (นายกรัฐมนตรี) วันที่ 16 มกราคม 2561 <https://www.ryt9.com/s/cabt/2768365>

กระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกรรมการ ได้มีการทบทวนรายการสินค้าและบริการควบคุม พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ สินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมที่สำคัญ สินค้าที่มีการแข่งขันน้อย สินค้าที่มีความผันผวนด้านราคาหรืออาจมีการขาดแคลนและสินค้าที่อาจได้รับผลกระทบจากตลาดโลก โดยพิจารณาตามนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำ โดยการเพิ่มราคาสินค้าเกษตรให้มีเสถียรภาพ และช่วยลดภาระค่าครองชีพประชาชนจากการบริโภคสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพจำแนกเป็น 42 สินค้า 5 บริการ โดยมีการปรับเปลี่ยนรายละเอียดสินค้า จำนวน 1 รายการ

พระราชบัญญัติฉบับนี้เพิ่มรายการสินค้าควบคุม จำนวน 6 รายการ ได้แก่ หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน จำนวน 5 รายการ คือ 1) สบู่ก้อน สบู่เหลว 2) แชมพู 3) น้ำยาปรับผ้านุ่ม 4) ผลิตภัณฑ์ล้างจาน เนื่องจากการร้องเรียนว่ามีการปรับลดขนาดบรรจุ แต่ยังจำหน่ายในราคาเดิมหรือราคาไม่ลดลงตามสัดส่วนปริมาณที่ลดลง ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค 5) ผ้าอ้อมสำเร็จรูปเด็กและผู้ใหญ่ เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันมีความนิยมใช้มากขึ้น

พระราชบัญญัติฉบับนี้เพิ่มในหมวดสินค้าเกษตรที่สำคัญ จำนวน 1 รายการ คือ ยางพารา ได้แก่ น้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง ยางเครพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา เนื่องจากเกิดปัญหาหาราคายางพาราตกต่ำ ซึ่งมีข้อร้องเรียนว่าเกิดจากระบบการซื้อขายของผู้ประกอบการที่รับซื้อยางในปัจจุบันที่ไม่เป็นธรรม และมีการเอาเปรียบเกษตรกรผู้ปลูกยาง

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีสินค้าและบริการในการควบคุม ในพ.ศ. 2561 มีจำนวน 53 รายการ จำแนกเป็น 48 สินค้า 5 บริการ โดยแบ่งเป็น 10 หมวดสินค้า และ 1 หมวดบริการ ดังนี้

หมวดสินค้า 10 หมวด

1. หมวดอาหาร จำนวน 13 รายการ คือ กระทียม ไข่ไก่ ครีมหีมชั้นหวาน นมข้น นมคินรูป นมแปลงไขมัน ทูเรียน นมผง ผลิตภัณฑ์นมพร้อมบริโภคชนิดเหลวไม่รวมถึงนมเปรี้ยว น้ำตาลทราย น้ำมัน และไขมันที่ได้จากพืชหรือสัตว์ทั้งที่บริโภคได้หรือไม่ได้ แป้งสาลี มังคุด ลำไย สุกกร เนื้อสุกกร อาหารกึ่งสำเร็จรูปบรรจุภาชนะฉนิค อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

2. หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน จำนวน 8 รายการ คือ กระดาษชำระ กระดาษเช็ดหน้า ผ้าอนามัย ผงซักฟอก น้ำยาซักฟอก แชมพู น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์ล้างจาน ผ้าอ้อมสำเร็จรูปเด็กและผู้ใหญ่สบู่ก้อน สบู่เหลว

3. หมวดสินค้าเกษตรที่สำคัญ จำนวน 6 รายการ คือ ข้าวเปลือก ข้าวสาร ข้าวสาลี ข้าวโพด ผลปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ ยางพารา ได้แก่ น้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง ยางเครพ

4. หมวดปัจจัยทางการเกษตร จำนวน 6 รายการ คือ เครื่องสูบน้ำ ปุ๋ย ยาป้องกันหรือกำจัดศัตรูพืชหรือโรคพืช รถเกี่ยวข้าว รถไถนา หัวอาหารสัตว์ อาหารสัตว์

5. หมวดวัสดุก่อสร้าง จำนวน 4 รายการ คือ ท่อพีวีซี ปูนซีเมนต์ สายไฟฟ้า เหล็ก โครงสร้าง รูปพรรณ เหล็กแผ่น เหล็กเส้น

6. หมวดกระดาษและผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 รายการ) กระดาษทำลูกฟูก กระดาษเหนียว กระดาษพิมพ์และเขียน เชื้อกระดาษ

7. หมวดบริษัทขนส่ง จำนวน 3 รายการ คือ แบตเตอรี่รถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถยนต์นั่ง รถยนต์บรรทุก

8. หมวดผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม จำนวน 3 รายการ คือ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว น้ำมันเชื้อเพลิง เม็ดพลาสติก

9. หมวดยารักษาโรค จำนวน 1 รายการ คือ ยารักษาโรค

10. หมวดอื่น ๆ จำนวน 1 รายการ คือ เครื่องแบบนักเรียน

หมวดบริการ 1 หมวด จำนวน 5 รายการ คือ การให้สิทธิในการเผยแพร่งานลิขสิทธิ์ เพลงเพื่อการค้า บริการขนส่งสินค้าสำหรับธุรกิจออนไลน์ บริการทางการเกษตร บริการรับชำระเงิน ณ จุดบริการ และบริการให้เช่าสถานที่เก็บสินค้า

ตามความในมาตรา 4⁹⁸ คำว่า จำหน่าย เป็นการขาย แลกเปลี่ยน ให้ แจกแจก โอนสิทธิ การครอบครองสินค้าให้แก่บุคคลอื่น หรือให้บริการ

ตามความในมาตรา 4 ผลิต คือ การทำ การผสม ปรง ประกอบ ประดิษฐ์ แปรสภาพ เปลี่ยนรูป ดัดแปลง คัดเลือก แบ่งบรรจุรวมบรรจุหรือการกระทำใด ๆ ให้มีขึ้นซึ่งสินค้า รวมทั้ง การทำให้มีขึ้นซึ่งชื่อทางการค้าหรือเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้านั้นไม่ว่าจะทำเอง หรือให้ผู้อื่น ทำให้ก็ตาม และคำว่า ราคา ได้หมายความรวมถึง ค่าตอบแทนสำหรับการจำหน่ายด้วย

ตามความในมาตรา 24⁹⁹ ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ในการป้องกันกำหนดราคาซื้อ ราคา จำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม โดยคณะกรรมการต้องทบทวนปีละครั้งและคำนึงถึงภาวะทางเศรษฐกิจ เป็นสำคัญ และต้องไม่พิจารณาต่ำซ้ำ

⁹⁸ มาตรา 4 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

⁹⁹ มาตรา 24 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

เมื่อได้ดำเนินการตามกรณีมาตรา 24 ตามความในมาตรา 25¹⁰⁰ เมื่อได้มีการประกาศ กำหนดสินค้าหรือบริการควบคุมแล้ว ให้คณะกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

1. กำหนดราคาซื้อหรือราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม ให้ผู้ซื้อต้องซื้อในราคา ไม่ต่ำกว่าราคาที่กำหนด หรือให้ผู้จำหน่าย จำหน่ายในราคาไม่สูงกว่าราคาที่กำหนด หรือตรึงราคา ไว้ในราคาใดราคาหนึ่ง

2. กำหนดอัตรากำไรสูงสุดต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการควบคุมที่ผู้จำหน่ายจะได้รับ จากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม หรือกำหนดอัตราส่วนแตกต่างระหว่างราคาซื้อกับราคา ขายสินค้า หรือบริการควบคุมในแต่ละช่วงการค้า

3. กำหนดหลักเกณฑ์ มาตรการ และเงื่อนไขให้ต้องปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิต การนำเข้า มาในราชอาณาจักร การส่งออกไปนอกราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือการเก็บรักษาสินค้า หรือบริการควบคุม

ตามความในบทบัญญัติมาตรา 29¹⁰¹ ที่ได้มีบทบัญญัติห้ามการกระทำของ ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือ ทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใด โดยมีคณะกรรมการตามพระราชบัญญัติ ฉบับนี้เป็นผู้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือสูง เกินสมควร หรือทำให้ปั่นป่วนในราคาของสินค้าหรือบริการใดได้ โดยประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา

พระราชบัญญัตินี้ได้มีบทบัญญัติการกระทำของผู้ประกอบการธุรกิจที่ห้ามกระทำการ ที่จะส่งผลกระทบต่อเอเปียบคู่แข่งไว้ คือ

ตามความในบทบัญญัติมาตรา 30¹⁰² ห้ามมิให้บุคคลใดกักตุนสินค้าควบคุม โดยมีสินค้า ควบคุมไว้ในครอบครอง เกินปริมาณที่กำหนดไว้ในประกาศของคณะกรรมการ หรือเก็บสินค้า ควบคุมไว้ ณ สถานที่อื่นนอกจากสถานที่เก็บตามที่ได้แจ้งต่อพนักงานเจ้าหน้าที่หรือไม่นำสินค้า ควบคุมที่มีไว้เพื่อจำหน่ายออกจำหน่าย หรือเสนอขายตามปกติ หรือปฏิเสธการจำหน่ายหรือประวิง การจำหน่ายหรือการส่งมอบสินค้าควบคุม โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

ตามความในบทบัญญัติมาตรา 31¹⁰³ ห้ามมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควบคุมหยุดการ ให้บริการตามปกติ หรือปฏิเสธการให้บริการ หรือประวิงการให้บริการ โดยไม่มีเหตุอันสมควร

¹⁰⁰ มาตรา 25 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

¹⁰¹ มาตรา 29 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

¹⁰² มาตรา 30 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

¹⁰³ มาตรา 31 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

ตามบทลงโทษในหมวด 5¹⁰⁴ ของพระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้แก่ ไม่ปฏิบัติตามหนังสือเรียกของพนักงานเจ้าหน้าที่ขัดขวางการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ ไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามประกาศของคณะกรรมการ จำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะที่แตกต่าง ไปจากรายการตามที่ได้แจ้งไว้ ไม่แสดงราคาหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนด ดำเนินการใดๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาต่ำเกินสมควร หรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการ กักตุนสินค้าควบคุม โดยมีสินค้าควบคุมเกินปริมาณที่กฎหมายกำหนด หยุดการให้บริการตามปกติ หรือปฏิเสธการให้บริการ หรือประวิงการให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เป็นต้น

จากการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ที่เป็นเรื่องการกำหนดราคาของสินค้าและบริการ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำไปวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายในบทต่อไป

3.2.4 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับนิติกรรมหรือสัญญาที่ใช้บังคับอยู่มีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคล ตามหลักของความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา รัฐจะไม่เข้าแทรกแซงแม้ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามชัดแจ้ง โดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยจึงมักเกิดข้อสัญญาที่เอารัดเอาเปรียบจากผู้ที่มีอำนาจต่อรองเป็นอย่างมาก รัฐจึงเข้ามาแทรกแซงและกำหนดกรอบของการใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและเสรีภาพของบุคคล เพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขในสังคมดังกล่าว โดยกำหนดแนวทางให้แก่ศาลเพื่อใช้ในการพิจารณาว่าข้อสัญญา หรือข้อตกลงใดที่ไม่เป็นธรรม และให้อำนาจแก่ศาลที่จะสั่งให้ข้อสัญญาหรือข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมนั้นมีผลใช้บังคับเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี¹⁰⁵

มาตรา 3¹⁰⁶ ของพระราชบัญญัตินี้ ให้นำคำนิยาม เกี่ยวกับสัญญาและข้อสัญญาเริ่มตั้งบุคคลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

¹⁰⁴ หมวด 5 บทลงโทษ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

¹⁰⁵ หมายเหตุ :- เหตุผลท้ายพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2560

¹⁰⁶ มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

"ข้อสัญญา" หมายความว่า ข้อตกลง ความตกลง และความยินยอมรวมทั้งประกาศ และคำแจ้งความเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบ

"ผู้บริโภค" หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้น

ข้อสัญญา ต้องมีลักษณะที่เป็นข้อตกลง ความตกลง และความยินยอมรวมทั้งประกาศ และคำแจ้งความเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบ

คู่สัญญาบุคคลที่หนึ่ง คือ ผู้บริโภคที่ถือเป็นผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใด โดยมีค่าตอบแทน

บทบัญญัติได้ให้ความหมายรวมไปถึงการกระทำ คือ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไป โดยมีใช้เพื่อการค้าทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และให้หมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้าประกันของบุคคลดังกล่าว ซึ่งมีได้กระทำเพื่อการค้าด้วย

สำหรับบุคคลที่สองของคู่สัญญา คือ ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ ได้แบ่งออกได้แก่ ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ขาย ผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ ผู้ให้กู้ ผู้รับประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อจัดให้ซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใด ซึ่งได้ให้ความหมายรวมไปถึงการกระทำการเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปเพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้นเป็นทางค้าปกติของตน

รูปแบบของสัญญาที่สำคัญในพระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ สัญญาสำเร็จรูป ที่ต้องเป็นสัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน

โดยจะมีการดุลพินิจของศาลในการพิจารณาว่าข้อสัญญาหรือสัญญาสำเร็จรูปนั้นมีข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่ และศาลมีอำนาจในการกำหนดให้มีผลบังคับใช้ทำที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี

ต้องเป็นไป โดยมีใช้เพื่อการค้าทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และให้หมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้าประกันของบุคคลดังกล่าว ซึ่งมีได้กระทำเพื่อการค้าด้วย

"ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ" หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ขาย ผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ ผู้ให้กู้ ผู้รับประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อจัดให้ซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใด ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปเพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้นเป็นทางค้าปกติของตน

"สัญญาสำเร็จรูป" หมายความว่า สัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน

ตามมาตรา 4¹⁰⁷ ได้บัญญัติว่า ข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการค้า ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร ถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น

แต่ในกรณีที่มีข้อสงสัย ให้ตีความสำเร็จรูปไปในทางที่เป็นคุณแก่ฝ่ายซึ่งมิได้เป็นผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติ เป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งมีทั้งหมด 9 ลักษณะ คือ

1. ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบที่เกิดจากการผิดสัญญา
2. ข้อตกลงให้ต้องรับผิดชอบหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด
3. ข้อตกลงให้สัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือให้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยอีกฝ่ายหนึ่งมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ
4. ข้อตกลงให้สิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
5. ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าภาระที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา
6. ข้อตกลงในสัญญาขายฝากที่ผู้ซื้อฝากกำหนดราคาสินไถ่สูงกว่าราคาขายบวกอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละสิบห้าต่อปี
7. ข้อตกลงในสัญญาเช่าซื้อที่กำหนดราคาค่าเช่าซื้อ หรือกำหนดให้ผู้เช่าซื้อต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร
8. ข้อตกลงในสัญญาบัตรเครดิตที่กำหนดให้ผู้บริโภคต้องชำระดอกเบี้ย เบี้ยปรับ ค่าใช้จ่ายหรือประโยชน์อื่นใดสูงเกินกว่าที่ควรในกรณีที่เกิดผิดนัดหรือที่เกี่ยวข้องกับการผิดนัดชำระหนี้
9. ข้อตกลงที่กำหนดวิธีคิดดอกเบี้ยทบต้นที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร

ถือว่า ลักษณะทั้ง 9 นั้น เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและศาลมีอำนาจในการกำหนดให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีได้

¹⁰⁷ มาตรา 4 ข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูป หรือในสัญญาขายฝากที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น...

ดังนั้นในพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 จึงเป็นการกำกับดูแลข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมที่เป็นสิทธิของคู่สัญญาและผู้ศึกษานำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายในบทต่อไป



บทที่ 4

วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในระบบธุรกิจหนังสือ

ในปัจจุบันธุรกิจหนังสือยังคงเป็นอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ยังคงได้รับความนิยมและมีการพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะรูปแบบของการพัฒนาหนังสือซึ่งพัฒนาหนังสือจากอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่ใช้กระดาษเป็นปัจจัยหลักในการผลิต มาเป็นอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือปัจจุบันรู้จักกันในชื่อของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Book (Electronic Book) แต่ทั้งนี้ แม้มีการพัฒนาของรูปแบบหนังสืออย่างก้าวหน้า แต่ธุรกิจหนังสือในด้านของร้านค้าหนังสือได้สวนทางกับการพัฒนานั้น กล่าวคือ ธุรกิจหนังสือในปัจจุบันได้มีการปิดตัวของธุรกิจจำนวนมาก ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการเอารอดเอาเปรียบผู้บริโภคในธุรกิจหนังสือ ดังนั้นไม่ว่าการผลิตหนังสือออกสู่สาธารณชนนั้น จะเป็นไปได้โดยวิธีการตีพิมพ์ลงในกระดาษหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ก็ตาม เมื่อนับว่าหนังสือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ควรต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือให้ได้รับความเป็นธรรมมากที่สุด ระบบธุรกิจสามารถดำเนินไปอย่างราบรื่นและลดอัตราการปิดตัวของธุรกิจหนังสือให้น้อยลง ผู้ศึกษาจึงขอเสนอมาตรการทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมกับประเทศไทยและวิเคราะห์ปัญหาดังกล่าว ดังนี้

4.1 ปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือและแนวทางการแก้ไขปัญหา

ในอดีตจนถึงปัจจุบันหนังสือได้มีการพัฒนาก้าวหน้ามากขึ้น จากแบบรูปเล่มที่เป็นกระดาษมาถึงการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ แต่กิจกรรมการค้าขายของร้านขายหนังสือกลับสวนทางอย่างสิ้นเชิง โดยหนังสือมีความหลากหลายขึ้น แต่ร้านขายหนังสือนั้นกลับกลายมีน้อยรายเท่านั้น อันเนื่องมาจาก ร้านขายหนังสือทั้งขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็กทยอยปิดตัวลงและมีอัตราการเปิดร้านใหม่เพื่อขายหนังสือมีจำนวนน้อยลง อีกทั้งมีการยุติการตีพิมพ์หนังสือหรือยุติกิจการของสำนักพิมพ์ต่าง ๆ อันเป็นอุตสาหกรรมต้นทางของหนังสือ หลายสำนักพิมพ์ หากมีการยุติการดำเนินกิจการของร้านหนังสือหรือสำนักพิมพ์ขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น จนในที่สุดอาจเหลือเพียงร้าน

ขายหนังสือที่มีเงินทุนมากรวมถึงสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่สามารถอยู่ในระบบการค้าหนังสือ อาจทำให้เกิดการผูกขาดในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ รวมทั้งเกิดการแข่งขันทางการค้าที่ลดลงและเกิดการแข่งขันทงการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าว ไม่เป็นผลดีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมของระบบธุรกิจหนังสือ

4.1.1 ปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบาทยุติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

การที่ธุรกิจหนังสือมีการปิดตัวลงจำนวนมากได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อรายสุดท้ายหรือผู้อ่านอย่างไม่เป็นธรรม เนื่องจากผลกระทบที่สำคัญในระบบธุรกิจหนังสือ คือ “ราคา” โดยราคานี้ คือ ตัวแปรสำคัญในการเดินทางของระบบธุรกิจ หากสินทรัพย์หรือหนังสือมีราคาที่สูงมากความต้องการของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือก็ลดลงไป หลังจากนั้นก็ส่งผลกระทบกันอย่างต่อเนื่องเป็นลูกโซ่มากขึ้น เริ่มจาก จำนวนที่ลดลงของผู้บริโภคหนังสือหรือผู้อ่านหรือผู้ซื้อรายสุดท้ายที่มีต่อร้านค้าหนังสือ โดยเฉพาะร้านค้าปลีกที่เป็นร้านค้าหนังสือขนาดย่อมที่ไม่ได้เป็นร้านค้าที่อยู่ภายใต้บริษัทใหญ่ หรือสำนักพิมพ์ หลังจากนั้นก็ย่อมส่งผลกระทบต่อสำนักพิมพ์และบุคลากรที่อยู่ภายในสายการผลิตของระบบธุรกิจหนังสือ โดยในท้ายที่สุดระบบธุรกิจก็ย่อมเกิดการปิดตัวลง ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ด้วยการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสืออาจส่งผลถึงการล่มสลายของระบบธุรกิจหนังสือเพราะจะมีการผูกขาดธุรกิจหนังสืออยู่เพียงไม่กี่รายเท่านั้น

ในปัจจุบันพบว่า การอ่านหนังสือเกิดจากการอ่านจากวัสดุ 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทรูปเล่ม และประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการอ่านของประชาชนไม่ได้มีน้อยลงจากในอดีตเลยจากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติไทย⁵² ยังคงมีการอ่านหนังสือเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อัตราการใช้จ่ายเพื่อซื้อหนังสือประเภทรูปเล่มมีจำนวนน้อยลง จากศึกษาข้อมูลระหว่าง พ.ศ.2555 ถึง พ.ศ.2560 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวกับหนังสือเลือกที่จะยุติกิจการบางอย่างหรือนิตยสารบางเล่มของตนเป็นจำนวนมาก เช่น การยกเลิกตีพิมพ์นิตยสารพลอยแอมเพชร นิตยสารสกุลไทย นิตยสาร Image นิตยสารการ์ตูน C-Kids นิตยสาร Oops! นิตยสาร VIVA Friday นิตยสาร KC Weekly นิตยสาร Candy นิตยสาร Volume นิตยสาร Cosmopolitan นิตยสาร Seventeen นิตยสาร Who นิตยสารเปรี้ยว นิตยสาร Writer นิตยสารบางกอกรายสัปดาห์ นิตยสาร ILike หนังสือพิมพ์บ้านเมือง⁵³ เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือเกี่ยวกับงบประมาณ โฆษณาที่เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนทางธุรกิจมี

⁵² สำนักงานสถิติแห่งชาติไทย.สถิติการอ่านของคนไทย พ.ศ 2558.PDF.2558

⁵³ นิตยสารที่มีการปิดตัวลงหรือเลิกตีพิมพ์ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2558 ถึง พ.ศ.2560 โดยมีการประกาศผ่านทางตัวเล่มของนิตยสารหรือฉบับหนังสือพิมพ์เอง และมีการประกาศผ่านสื่อสาธารณะต่างๆของประเทศไทย

แนวโน้มไปทางที่ลดลงเรื่อย ซึ่งข้อมูลจากสมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย⁵⁴ กล่าวจากการสำรวจของบริษัท เดอะนิลเส็นคอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด⁵⁵ ที่ได้เปิดเผยจำนวนประมาณงบประมาณโฆษณาในสื่อประเภทต่างๆ ในพ.ศ. 2558 พบว่า งบประมาณการโฆษณาในธุรกิจสิ่งพิมพ์มีจำนวนลดลง โดยหนังสือพิมพ์ลดลงถึงร้อยละ 6.45 หรือจำนวน 12,332 ล้านบาท ลดลงจาก พ.ศ. 2557 ที่มีจำนวน 13,166 ล้านบาท ในส่วนนิตยสารลดลงถึงร้อยละ 14.28 หรือจำนวน 4,227 ล้านบาท ลดลงจาก พ.ศ. 2557 ที่มีจำนวน 4,721 ล้านบาท โดยจากภาพรวมดังกล่าวกลับไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณา ที่โตขึ้นร้อยละ 3.34 หรือจำนวน 122,319 ล้านบาท เพิ่มขึ้นพ.ศ. 2557 ที่มีจำนวน 102,348 ล้านบาท เมื่อสำรวจรายได้ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ซึ่งอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ ก็พบว่าหลายบริษัทประสบภาวะ “ขาดทุน” เช่น บริษัท โปสท์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post โปสท์ทูเดย์ และ M2F และนิตยสาร เช่น Cleo Elle Forbes Thailand เป็นต้น มีผลประกอบการ 9 เดือนแรกในพ.ศ. 2558 ขาดทุนจำนวน 204.64 ล้านบาท บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์มติชน ข่าวสด และประชาชาติธุรกิจ และนิตยสาร เช่น มติชนสุดสัปดาห์ ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น พ.ศ. 2558 มีผลประกอบการ 9 เดือนแรก ขาดทุน จำนวน 51.53 ล้านบาท บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Nation คมชัดลึก และกรุงเทพธุรกิจ และนิตยสาร เช่น เนชั่นสุดสัปดาห์ เป็นต้น พ.ศ. 2558 มีผลประกอบการ 9 เดือนแรก จำนวน 81.38 ล้านบาท หรือ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์ สยามกีฬารายวัน สตาร์ชોકเกอร์ สปอร์ตพูล และนิตยสาร เช่น FHM สยามดารา เป็นต้น พ.ศ. 2558 มีผลประกอบการ 9 เดือนแรก ขาดทุนจำนวน 12.27 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม สาเหตุหลักมาจากราคาดัชนีทุนการผลิตหนังสือต่อเล่มที่มีอัตราสูงและมีแนวโน้มต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากว่าสินทรัพย์ประเภทหนังสือถือว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมประเภทหนึ่ง ซึ่งสินทรัพย์ดังกล่าว เริ่มต้นจากการสะสมความรู้ ความเข้าใจ และความสร้างสรรค์ เกิดเป็นภูมิปัญญาแล้วมีการตัดสินใจที่จะถ่ายทอดออกมาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ ตัวอักษร ลายเส้น ลงบนกระดาษเยื่อ ไม้ กระดาษอิเล็กทรอนิกส์ หรือวัสดุอย่างใดอย่างหนึ่ง การที่จะผลิตหนังสือขึ้นมาหนึ่งเล่มจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่าง เช่น ผู้เขียน หมึก กระดาษ

⁵⁴ สมาคมมีเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย. Industry Spending Half Year 2018. 1 ตุลาคม 2561 <http://www.mediaagencythai.com/index.php/adex/in/270-industry-spending-half-year-2018>

⁵⁵ ประกอบกิจการประเภทการวิจัยตลาดและการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน (ประชามติ) สถานะปัจจุบันยังดำเนินกิจการอยู่(พ.ศ.2561)

เครื่องพิมพ์ กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ นักพิสูจน์อักษร นักแปล คนงาน เจ้าของเรื่องราวอันเป็นที่มาของหนังสือ บริษัทขนส่ง เป็นต้น

ในระบบธุรกิจหนังสือเป็นระบบของสายต่อการจัดจำหน่ายสินค้าหรือที่เรียกว่า “สายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Supply Chain)”⁵⁶ กล่าวคือ เริ่มต้นจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมปลูกป่า ผู้ผลิตกระดาษหรือเครื่องผลิต อุตสาหกรรมหมึก ธุรกิจการออกแบบ เป็นต้น มาถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ คือ สำนักพิมพ์(Publishers) ขบวนการพิมพ์หนังสือ บรรจุภัณฑ์ จนถึงตลาด คือ ร้านค้าส่ง(Wholesaler) ถึงร้านค้าหนังสือปลีก(Seller) โดยในท้ายที่สุดของธุรกิจ หนังสือคือลูกค้าคนสุดท้าย ซึ่งก็คือผู้บริโภค โดยในระหว่างนี้ความสัมพันธ์ในการจัดจำหน่ายบางครั้งจะเป็นคู่สัญญาทางธุรกิจเวียนอยู่ภายในระบบธุรกิจหนังสือ ซึ่งอาจมีครบทั้งสามฝ่ายหรือมีเพียงสอง ฝ่ายเท่านั้น แต่จากการศึกษาระบบธุรกิจจำหน่ายหนังสือในบทที่สองพบว่า ระบบธุรกิจการตั้งราคาหนังสือเพื่อออกจัดจำหน่ายนั้นมีผู้ร่วมอยู่ในระบบธุรกิจที่มากกว่าสามฝ่าย และการตั้งราคาของหนังสือ ที่นำมาจำหน่ายนั้นมักจะเกิดขึ้นจากหลักเกณฑ์ของกรณีนี้เป็นหลัก คือ ต้นทุนการผลิต ค่าดำเนินการของสำนักพิมพ์ ส่วนลดร้านหนังสือ การขายหนังสือตามร้านค้าปลีก ต้นทุนสายส่ง ค่าลิขสิทธิ์ของ นักเขียน/นักแปล อธิบายได้ว่า ระบบธุรกิจหนังสือมีอุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก มีฝ่าย ของการดำเนินการหลายขั้นตอนก่อนจะถึงช่วงการจำหน่ายหนังสือของร้านค้าปลีกผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

ดังนั้น ระบบธุรกิจหนังสือจึงมีบุคลากรอยู่ภายในระบบเป็นจำนวนมาก แนวทางในการควบคุมหรือคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือ จึงกลายเป็นเรื่องที่ต้องมีกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องกับหลายฉบับซึ่งมักจะเป็นเรื่องของการคุ้มครองในตัวบุคลากร⁵⁷ ในสายการผลิตหนังสือ แต่หากจะคุ้มครองในส่วน of ระบบธุรกิจหนังสือที่มีวัตถุประสงค์ของกฎหมายเพื่อการคงไว้ซึ่งระบบธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะนั้น ยังคงไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย แม้ว่าประเทศไทยจะมีการปรับปรุงกฎหมายที่กำกับดูแล ป้องกันเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจภายในประเทศอยู่แล้ว แต่ก็เป็นการบัญญัติไว้ในกรณีที่จะต้องเกิดขึ้นที่บัญญัติไว้ในกฎหมายนั้นขึ้นมาก่อน ซึ่งไม่ใช่วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองทั้งระบบธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะ

จากการศึกษา พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายที่มีเพื่อการป้องกันความเสียหายจากการซื้อสินค้าหรือบริการ กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้รัฐมีอำนาจควบคุม กำกับให้เกิดความปลอดภัยหรือเกิดความเป็นธรรมและเพื่อการเยียวยาชดใช้หากเกิดความเสียหาย

⁵⁶ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.ธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย.กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ:สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการและ โลจิสติกส์การค้า.2557

⁵⁷ เช่นกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมาย.....

โดยจัดตั้งองค์กรรัฐหรือเอกชนให้ดำเนินการฟ้องร้องเพื่อผู้บริโภค ซึ่งการคุ้มครอง ควบคุม ดูแล ของกฎหมายนั้นเป็นไปในกรณีที่เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ดังเห็นได้จาก หลักเกณฑ์ในการ คุ้มครอง

ตามความในบทบัญญัติ มาตรา 3⁵⁸ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 บุคคลที่ กฎหมายให้ความคุ้มครอง หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่เป็นผู้ซื้อ หรือผู้ได้รับบริการจากผู้ ประกอบธุรกิจ หรือ ผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือ รับบริการ และเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม โดย พระราชบัญญัติฉบับนี้คุ้มครองเฉพาะผู้ใช้สินค้าหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ⁵⁹ เท่านั้น หากเป็นผู้ใช้สินค้าหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยมิชอบ เช่น ได้มาจากการซื้อขาย เสพติด การลักทรัพย์ การรับของโจร เป็นต้น ก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายนี้

กรณีตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ที่ถือว่าเป็นผู้บริโภค เช่น ผู้ซื้อ สินค้าในร้านค้า ผู้ซื้อบ้านจากผู้ประกอบธุรกิจบ้านจัดสรร ผู้ซื้อรถยนต์จากผู้ประกอบธุรกิจรถยนต์ ผู้ซื้อสินค้าเกี่ยวกับธนาคารหรือสถาบันการเงิน ผู้ใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

กรณีการซื้อ ในความหมายตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวว่าการ ซื้อ รวมไปถึงการเช่าซื้อ การซื้อบริการ เช่าบริการ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์ อย่างอื่นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้ามาซึ่งสินค้านั้น โดย ต้องศึกษารวมถึงคำว่าขายด้วย ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

ดังนั้นตามความพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคจึงเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีนิติ สัมพันธ์กับผู้ประกอบการ โดยการซื้อและการขาย ซึ่งก็เป็นไปในลักษณะเดียวกับธุรกิจหนังสือที่มี ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค

ตามความในบทบัญญัติ มาตรา มาตรา 4⁶⁰ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 บัญญัติสิทธิการถูกคุ้มครองถึง 5 ประการ เริ่มต้น จาก หนึ่ง ผู้บริโภคต้องได้รับข่าวสารหรือการ พรรณนาคุณภาพสินค้าที่เพียงพอ โดยในขณะที่สินทรัพย์ประเภทหนังสือ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการ

⁵⁸ มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

⁵⁹ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 150 “การใดมีวัตถุประสงค์เป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดย กฎหมายเป็นการพนันวิสัยหรือเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน การนั้นเป็น โฆษณา”

⁶⁰ มาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

พรรณานาคคุณภาพหนังสือที่มากนัก เนื่องจากว่า หนังสือนั้นจะเป็นสินทรัพย์ที่ผู้บริโภคจะซื้อตามความสนใจของตนเท่านั้น แม้ในบางครั้งจะเป็นการซื้อตามคำแนะนำหรือความนิยมที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาหนึ่ง หากจะได้รับความคุ้มครองในระบบธุรกิจหนังสือ ก็ไม่ได้ถึงขนาดที่เป็นความเสียหายแก่ร่างกายหรือทรัพย์สิน ตามใจความสำคัญของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย สองสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคต้องมีอิสระในการที่ต้องเลือกหาสินค้าตามความต้องการของตน ต้องไม่มีการบังคับหรือการใดๆที่เจตนาหลอกลวงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของตน ทั้งนี้รวมไปถึงการรับบริการจากผู้ประกอบการใดๆด้วย ที่จะต้องไม่บังคับหรือไม่ให้อิสระแก่ผู้บริโภคในการเลือกสรรหาบริการตามความต้องการของตน เป็นที่แน่นอนอยู่แล้วว่าธุรกิจหนังสือย่อมอยู่ภายใต้บทบัญญัติสิทธิประการนี้ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องอยู่ภายใต้สิทธิประการนี้ ทั้งการให้อิสระในการที่เลือกหาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคและการสนองความต้องการโดยชอบด้วยกฎหมายนั้นของผู้ประกอบการ สาม สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่ผู้บริโภคต้องได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยมีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตร่างกายหรือทรัพย์สิน เช่น การซื้อยามารักษาจะต้องไม่เป็นยาที่อันตราย เป็นต้น ซึ่งสิทธิประการนี้ที่ส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจหนังสือไม่มากนัก ประการที่สี่ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการธุรกิจ เช่น ระหว่างการใช้บริการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการต้องไม่เป็นสัญญาที่เอาเปรียบจนทำให้ผู้บริโภคเสียหาย เป็นต้นและประการสุดท้าย คือ สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่เกิดจากสิทธิทั้ง 4 ข้างต้น

จากการศึกษา ประเทศไทยตรากฎหมายอีกฉบับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือ คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ คือ รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีและเป็นธรรมโดยอาศัยกลไกตลาด และสนับสนุนให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและต้องกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภค โดยกฎหมายฉบับนี้ได้เน้นในเรื่องของการป้องกันการควบรวมกิจการเป็นอย่างมากและเป็นการป้องกันอำนาจเหนือตลาดในแต่ละธุรกิจและต้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มีมีพหุติกรรมภายใต้การกำกับดูแลที่เป็นสากล (International Standard) ได้แก่

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 50⁶¹ การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (Abuse of a Dominant Position) เป็นการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าข่ายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 51⁶² ได้แบ่งออกเป็นสองกรณี ได้แก่ หนึ่ง การขออนุญาตรวมธุรกิจที่ส่งผลให้เกิดการผูกขาดหรือเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด สอง การแจ้งภายหลังรวมธุรกิจ ที่เป็น การรวมธุรกิจที่ส่งผลให้เป็นการลดการแข่งขันทางการค้า (Mergers and Acquisitions) เน้นการติดตามการรวมธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อดูแลโครงสร้างตลาดในแต่ละธุรกิจให้มีการแข่งขันกัน ซึ่งถ้ารวมกันแล้วเกิดการผูกขาดหรือเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดจะต้องขออนุญาตก่อนรวมธุรกิจ

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 54 การร่วมกันผูกขาด ลดหรือจำกัดการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างร้ายแรง (Restrictive Agreements or Arrangements) และตามความของบทบัญญัติมาตรา 55 เป็นพฤติกรรมที่สุ่มเสี่ยงต่อการผูกขาด ลด จำกัด หรือทำลายการแข่งขันอย่างไม่ร้ายแรง

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 57⁶³ การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Trade Practices) โดยในมาตรา 57 นี้ จะมีบัญญัติลักษณะการกระทำที่แสดงถึงการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ได้แก่ การกีดกันการประกอบธุรกิจของผู้อื่น การใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่า กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 58⁶⁴ การตกลงร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจต่างประเทศที่ไม่มีเหตุผลและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและผู้บริโภค (Unreasonable Agreement with Foreign Firms)

เห็นได้ว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มีลักษณะเป็นการคุ้มครองการแข่งขันทางการค้า แต่ไม่ได้มีลักษณะการคุ้มครองคู่แข่ง แต่ก็ยังคงคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภคอย่างกว้างของการผูกพันสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้ประกอบการที่วัตถุประสงค์หลักในการคุ้มครอง คือ ประโยชน์ของผู้บริโภค

นอกจากนี้ จากการศึกษาทฤษฎีทางกฎหมายเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นทฤษฎีที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม

⁶¹ มาตรา 50 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

⁶² มาตรา 51 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

⁶³ มาตรา 57 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

⁶⁴ มาตรา 58 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

ที่มีทฤษฎีว่า รัฐมีหน้าที่ในการจัดสรรทรัพยากรของสังคมเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการสาธารณะ และกระจายรายได้และความมั่งคั่งของสังคม เพื่อให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นได้จำหน่าย แจกจ่ายให้ประชาชนทุกคนได้ใช้กันอย่างทั่วถึง ทั้งยังต้องมีหน้าที่ในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อให้การจัดสรรการใช้ทรัพยากรของสังคมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการกระจายรายได้ของสังคมเป็นไปอย่างยุติธรรม แต่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะและเพื่อการบริหารงานของรัฐให้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีที่สอง คือ ทฤษฎีเสรีภาพและการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการประกอบธุรกิจ ที่มองว่า ผู้ประกอบธุรกิจได้แข่งขันกันอย่างเต็มที่⁶⁵ และรัฐต้องไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเพราะถือว่าเป็นเรื่องของปัจเจกชน เป็นเรื่องของเอกชนต่อเอกชน รัฐไม่ควรเข้ามาแทรกแซง เว้นแต่การวางกฎหรือระเบียบเพื่อประโยชน์ในการดำรงไว้ซึ่งความปลอดภัยแห่งรัฐ แต่ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีจะก่อให้เกิดความเป็นธรรมในสังคมได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการค้าและผู้บริโภคต่างมีฐานะ อำนาจ และความเข้มแข็งเท่ากัน ทฤษฎีที่สาม คือ ทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นทฤษฎีที่สำคัญในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่า จำต้องนำทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้ในการนำไปสู่การหาแนวทางในการสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคในระบบธุรกิจ โดยเฉพาะในการของ “ราคา” และการดำรงอยู่ของระบบธุรกิจที่จะต้องไม่มีการผูกขาดของระบบธุรกิจหนังสือเลย ทฤษฎีต่อมา คือ ทฤษฎีการแข่งขันทางการค้าและป้องกันการผูกขาดใช้กลไกราคาในตลาด เป็นตัวกำหนดว่าจะใครจะเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการอะไรในจำนวนเท่าใด ขายในราคาเท่าใด อย่างไรก็ดี การแข่งขันที่เสรีมากเกินไปกลับไม่เป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากผู้ที่มีปัจจัยการผลิตมากกว่าสามารถกำหนดจำนวนสินค้าและบริการตลอดจนราคาขายได้มากน้อยตามความต้องการของตนเองเป็นการสร้างการค้าที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค ขณะเดียวกันก็กีดกันผู้ผลิตรายอื่น ๆ ที่มีปัจจัยการผลิตน้อยกว่าให้ออกจากตลาดด้วยการขายตัดราคา ทฤษฎีสุดท้าย คือ การควบคุมราคาสินค้าและบริการ โดยในระบบเศรษฐกิจแบบผสมการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ จะอาศัยระบบกลไกราคาเป็นหลัก และเพื่อให้สินค้าและบริการของตนมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นได้กำไรมากขึ้นสินค้าและบริการของตนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทั้ง 5 ทฤษฎีนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ในการนำไปสู่แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหนังสือแต่กฎหมายที่มีอยู่นั้นไม่สามารถที่เข้าไปคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือได้เป็น

⁶⁵ วันทนีย์ ภูมิภักทราคม, ทักษิณ วงศ์ประยูร, สมยศ อวเกียรติและวัชรระ ไทยโพธิ์ศรี. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ(Introduction to Business Operation).2537.

การเฉพาะ เนื่องจาก พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บุคคลและสิทธิของการคุ้มครองตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องมีความเสียหายเกิดขึ้น ซึ่งจากปัจจุบันความเสียหายของระบบธุรกิจหนังสือเป็นการปิดตัวลงของผู้ประกอบการ ขนาดตลาดธุรกิจหนังสือมีขนาดเล็กลงไปเรื่อยๆ การขยายตัวการเปิดร้านค้าหนังสืออิสระมีต่ำลงไปมาก หากเกิดขึ้นมาบ้างแต่ก็ยังคงมีการปิดตัวลงของธุรกิจอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบอย่างเป็นลูกโซ่ไปทั้งระบบ แม้ระบบธุรกิจหนังสือหรืออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ก็อยู่ในข่ายความคุ้มครองของกฎหมายนี้ เพราะมีลักษณะบุคคลและการกระทำในเครือข่ายธุรกิจตามนิยามของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อีกทั้งเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างครอบคลุมเพราะมิได้คุ้มครองเพียงแต่ผู้ซื้อเท่านั้น แต่รวมไปถึงผู้รับบริการ โดยเสียค่าตอบแทนในเรื่องอื่น ๆ ด้วย⁶⁶ แต่ก็ยังคงไม่สามารถเป็นไปเพื่อการคุ้มครองระบบธุรกิจจำหน่ายหนังสือในด้านของระบบเศรษฐกิจของระบบธุรกิจ เพราะพระราชบัญญัติฉบับนี้คุ้มครองกรณีของตัวบุคคลและทรัพย์สินเท่านั้น

พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 จากการศึกษากฎหมายฉบับนี้ การรวมธุรกิจตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ต้องมีการขออนุญาตจากคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าก่อนซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้มีการเปลี่ยนแปลงหลักการอีกครั้งเป็นระบบผสมคือ “ระบบแจ้ง และระบบขออนุญาต” กล่าวคือ หากว่าผลกระทบของการรวมธุรกิจเป็นเพียงแค่การ “ลดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ” ก็ให้แจ้งผลการรวมธุรกิจต่อคณะกรรมการนับแต่วันรวมธุรกิจ แต่หากผลกระทบของการรวมธุรกิจ คือ “อาจก่อให้เกิดการผูกขาดหรือการเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด” กรณีนี้ต้องขออนุญาตจากคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ทั้งนี้พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้กล่าวถึงว่า “ผู้ประกอบการธุรกิจรายหนึ่งหรือหลายรายในตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายเกินกว่าเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดโดยให้ นำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง แล้วแต่กรณี”และ “การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบการธุรกิจรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดใดตลาดหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” เป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งผู้ศึกษามองว่า หากยังคงกรณีส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจหนังสือนั้นกระจุกอยู่กับผู้ค้าเพียงไม่กี่ราย จะเป็นการนำไปสู่การเกิดกรณีอำนาจเหนือตลาดขึ้นได้

⁶⁶ สุขุม สุภณิตย์. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2548

จากพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 สิ้นค้า⁶⁷ ที่หมายความว่า สิ่งของที่ใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของนั้น เป็นการให้นิยามที่ไปในแนวเดียวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แต่สินทรัพย์ประเภทหนังสือนั้นจะเป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องพิจารณาเห็นว่าหนังสือเป็นสินทรัพย์ประเภทพิเศษ โดยมีคุณค่าทางวัฒนธรรม จึงมีความพิเศษกว่าสินค้าตามค่านิยมของพระราชบัญญัติฉบับนี้

แม้จะมีการออกกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่รัดกุมมากขึ้น แต่กรณีของการจำหน่ายหนังสือที่ยังไม่สามารถใช้มาตรการทางกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้แต่กลับได้เพียงแต่มีมาตรการการร้องขอของหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น เช่น กรณีสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน หรือ สพฐ.ที่ไม่สามารถไปควบคุมราคาหนังสือเรียนได้ ทำได้เพียงขอความร่วมมือไปที่สำนักพิมพ์เอกชน ไม่ให้ขึ้นราคาหนังสือเรียน กลับมีเพียงหนังสือขอความร่วมมือไปยังสำนักพิมพ์ที่พิมพ์หนังสือเรียน ต่าง ๆ ให้ตรึงราคาจำหน่ายหนังสือเรียนในปีการศึกษา 2558 ไว้ก่อน เป็นต้น

ดังนั้น พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับกับธุรกิจ หนังสือ ได้อย่างไม่เคร่งครัดนัก และธุรกิจหนังสือเป็นเรื่องที่นอกเหนือจากการควบคุมของพระราชบัญญัติฉบับนี้ เพราะจะมีความพิเศษในเรื่องของระบบธุรกิจที่ผ่านมาจากแนวความคิดการลงมือ ทำของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจึงสามารถออกมาเป็นหนังสือในแต่ละเล่มได้ การที่จะนำพระราชบัญญัติฉบับนี้มาใช้กับธุรกิจหนังสือนี้จึงไม่เพียงพอต่อการรักษาระบบของธุรกิจหนังสือมากนักและการให้ สินทรัพย์ประเภทหนังสือนี้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องพิจารณาเห็นว่าหนังสือเป็นสินทรัพย์ ประเภทพิเศษ โดยมีคุณค่าทางวัฒนธรรม จึงมีความพิเศษกว่าสินค้าตามค่านิยมของพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการ พ.ศ.2560

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือนั้นต้องอาศัยทฤษฎีทั้งห้าทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากว่า ตามทฤษฎีนี้ แม้ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนี้ไม่ต้องการการแทรกแซงของรัฐ แต่เมื่อระบบธุรกิจหนึ่งที่มีจะมีกฎหมายที่บัญญัติไว้อย่างครอบคลุมแต่หากด้วยข้อเท็จจริงที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนได้มากนัก จำต้องอาศัยหลักทฤษฎีการแทรกแซงของรัฐเข้ามาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนระบบ การที่ทฤษฎีการแทรกแซงของรัฐด้านระบบเศรษฐกิจเข้ามาจะช่วยให้ระบบเศรษฐกิจสามารถถูกแบกรับโดยรัฐได้ เนื่องจากว่า การแทรกแซงของรัฐนั้นเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยระบบธุรกิจหนังสือนั้น จากการกล่าวมาแล้วว่ามีความจำเป็นต่อวัฒนธรรมการเผยแพร่ขนบธรรมเนียมประเพณี และคงไว้ซึ่งแหล่งความรู้มากมาย ดังนั้นปัจจุบันการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือยังคงไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภค จำต้องนำการทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้ในการนำไปสู่

⁶⁷ มาตรา 5 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการ พ.ศ.2560

การหาแนวทางในการสร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคในระบบธุรกิจ โดยเฉพาะในการของ “ราคา” และการดำรงอยู่ของระบบธุรกิจที่จะต้องไม่มีการผูกขาดของระบบธุรกิจหนังสือเลย และ ทฤษฎีการแข่งขันทางการค้าและป้องกันการผูกขาด ด้วยการแข่งขันที่เสรีมากเกินไป มีประโยชน์ ต่อระบบเศรษฐกิจน้อยเนื่องจากผู้ที่มีปัจจัยการผลิตมากกว่าสามารถกำหนดจำนวนสินค้าและบริการตลอดจนราคาขายได้มากน้อยตามความต้องการของตนเองเป็นการสร้างการค้าที่ไม่เป็น ธรรมกับผู้บริโภค

จากการศึกษาข้างต้นพบว่า ประเทศไทยเกิดปัญหาข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภค ระบบธุรกิจหนังสือ ดังนี้ หนึ่ง แ่งระบบธุรกิจยังคงไม่สามารถให้ความคุ้มครองได้ กล่าวคือ ระบบธุรกิจ ที่เป็นระบบที่มีบุคลากรเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก กฎหมายในประเทศไทยได้ ให้ความคุ้มครองเพียงแก่ ตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่ยังไม่สามารถคุ้มครองและมีวัตถุประสงค์ที่ ชัดเจนเช่นเดียวกับกฎหมาย ต่างประเทศ สอง แ่งสิทธิผู้บริโภค กล่าวคือ สิทธิของผู้บริโภคใน ระบบธุรกิจหนังสือ คือ เป็นลูกค้านาย สูดท้ายที่ต้องแบกรับด้าน “ราคา” โดยที่กฎหมายในประเทศ ยังคงไม่สามารถรองรับหรือแก้ไขและมี วัตถุประสงค์เช่นเดียวกับกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งจาก ทฤษฎีที่ศึกษานั้น แม้ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี จะไม่มีความจำเป็นในการแทรกแซงของรัฐแต่เมื่อ เกิดการแบกรับที่มากเกินไปของระบบและสิทธิของ ผู้บริโภคดังนั้นจำเป็นต้องนำไปสู่การมี กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ เพื่อให้เกิด การคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือและ การคุ้มครองผู้บริโภคให้มากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคใน ระบบ ธุรกิจหนังสือ ส่งผลให้เกิดปัญหาทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและการแข่งขันทางการค้า กล่าวคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ของประเทศไทย ในด้านบุคคลที่ให้ความ คุ้มครองนั้นครอบคลุมเนื่องจากมีบทบัญญัตินิยามถึงตัวบุคคลที่ถูกคุ้มครอง คือ บุคคลและ ทรัพย์สิน แต่ใน ด้านสิทธิที่มีสิทธิ 5 ประการ และต้องเกิดความเสียหายก่อนและมีลักษณะการ คุ้มครองที่ไม่เป็นการเฉพาะ อีกทั้งพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มีลักษณะ การคุ้มครองที่กว้างและต้องอาศัยการตีความในบางประการของพฤติกรรมที่เป็นการข้างขันทาง การค้าอย่างไม่เป็นธรรม มีจะมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน แล้วก็ตาม

ดังนั้น การไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือจึงเป็นเหตุ ให้การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือยังไม่เป็นการเฉพาะและระบบธุรกิจหนังสือทั้ง ระบบยังไม่สามารถถูกคุ้มครองได้อย่างแท้จริงและยังคงเกิดปัญหาข้อเท็จจริงในการปิดตัวลงของ กิจการร้านค้าหนังสืออีกมา จึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ปัญหามาตรการทางกฎหมายเข้ามาแก้ไขและ

หาแนวทางในการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือและการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือต่อไป

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ นายพชร จงกมานนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย ได้มีมุมมองว่า ปัจจุบันราคาหนังสือยังคงไม่สูงมากนัก เนื่องจากราคาต้องสัมพันธ์กับคุณภาพหนังสือและเป็นไปตามระบบเศรษฐกิจของสังคม คือ เมื่อความต้องการของผู้บริโภคลดลงจึงทำให้เกิดการปรับราคาของหนังสือให้สำนักพิมพ์หรือร้านค้าหนังสือสามารถอยู่ได้ อีกทั้งพฤติกรรมการอ่านของคนในสังคมปัจจุบันก็ได้เปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น และมีเรื่องของเทคโนโลยีหรือดิจิทัลต่างๆเกิดขึ้นในระบบธุรกิจหนังสือ ดังนั้น หนังสือแบบรูปเล่มจึงต้องกำหนดราคาให้เป็นไปตามสภาพปัจจุบันด้วย

จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน ได้มีขึ้นเพื่อสร้างความสมดุลในการแข่งขันทางการค้าระหว่างสำนักพิมพ์ ร้านค้าขนาดใหญ่ ไล่ลำดับจนถึงขนาดเล็ก ทั้งนี้วัตถุประสงค์หรือเจตนารมณ์ในการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานขึ้นเพื่อต้องการให้เกิดประโยชน์และการดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้นซึ่งประโยชน์คือ ผู้บริโภคจะสามารถซื้อหนังสือในราคาที่ต่ำสุดตั้งแต่ต้นของการซื้อหนังสือไม่จำเป็นต้องรอการลดราคาจากสำนักพิมพ์หรือร้านค้าหรือผู้แทนจำหน่ายอื่นใดอีก เพราะ หากมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมแล้ว ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่เพียงพอ ทั้งนี้ด้านการดึงดูดคือ หากมีการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน การแข่งขันทางด้านราคาเพื่อดึงดูดลูกค้าก็ได้มีการปรับเปลี่ยนไปในรูปแบบการแข่งขันทางการบริการมากขึ้น เพื่อที่จะสร้างความประทับใจและน่าสนใจในการที่ผู้บริโภคหรือลูกค้าจะเข้ามาสนใจหนังสือในสำนักพิมพ์หรือร้านค้าของผู้จำหน่าย

ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างแนวทางในการคงอยู่และการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ จึงเห็นควรให้มีการร่างบทบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ โดยจะต้องมีมาตรการลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติ โดยเริ่มจากมาตรการลงโทษทางแพ่งในเรื่องของการชดเชยค่าเสียหายในกรณีที่ทำให้ผู้ประกอบการรายอื่นได้รับความเสียหายไม่ว่าจะเป็นทางด้านการแข่งขันทางการค้า หรือความเสียหายแก่ผู้บริโภคด้านราคาที่ฝ่าฝืนข้อกำหนด เป็นต้น

4.1.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

จากปัญหาการไม่มีบทบัญญัติที่คุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ แม้ว่าจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องอยู่ภายในระบบธุรกิจหนังสือก็เป็นเพียงแค่การดูแลระบบธุรกิจแบบทั่วไป แต่มิใช่การเจาะเข้าไปถึงการดูแลทั้งระบบของธุรกิจหนังสือ ที่มีระบบที่ซับซ้อนและมีบุคลากรและสายต่อของธุรกิจมากมาย อีกทั้งต้องใช้แต่ละปัจจัยเพื่อให้เกิดห่วงโซ่ธุรกิจขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้มี

ความเห็นในการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือ อันจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เป็นปลายทางสุดท้ายของสายโซ่ธุรกิจนี้

ผู้ศึกษาได้ศึกษากฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ คือ

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้มีการปกป้องควบคุมระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ คือ กฎหมาย Gesetz über die Preisbindung für Bücher หรือเรียกโดยย่อว่า Buchpreisbindungsgesetz หรือ Law on fixed prices for books (book price law) หรือ กฎหมายกำหนดราคาหนังสือคงที่หรือกฎหมายกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เป็นสร้างประโยชน์ให้กับร้านค้าปลีก(Bookseller) เพื่อที่จะสามารถดำรงร้านของตนให้อยู่ได้มากขึ้น และมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมในการค้าหนังสือที่จะไม่ถูกผูกขาดการค้าโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (Publishers) ที่มีกำลังการลงทุนและการขายมากกว่าร้านค้ารายย่อย โดยเมื่อมีการคงอยู่ของร้านค้ามากขึ้น ความหลากหลายทางหนังสือก็มากขึ้นตามไปด้วย เพราะการรักษาสิทธิทรัพย์สินทางวัฒนธรรมในรูปแบบหนังสือให้สามารถดำรงอยู่ได้ถือเป็นอีกเรื่องที่สำคัญ เพราะหนังสือนั่นถือเป็นสิทธิที่มีคุณค่ามากกว่าสิทธิอื่นเพราะเป็นสิ่งที่สามารถรักษาไว้ ซึ่งวัฒนธรรมทุกอย่างของชาติและของโลกได้ ถือเป็นกฎหมายลูกหรือกฎหมายลำดับรองแยกมาจาก Act Against Unfair Competition (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, UWG) ที่ต้องการปกป้องควบคุมระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ

สาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้มีกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการแข่งขันทางการค้า ชื่อว่า Federal Law on Unfair Competition โดยมีวัตถุประสงค์ คือ การสร้างความเป็นธรรมและการไม่บิดเบือนทางการแข่งขันทางการค้าเพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้องแต่ทั้งนี้ก็เช่นเดียวกัน สาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้มีกฎหมายของธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะเช่นเดียวกัน โดยใช้ชื่อว่า แลงลอร์ หรือ Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French Act 1 ของกฎหมายแลงลอร์ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้บุคคลที่เผยแพร่หนังสือนั้น ต้องปฏิบัติตามหรืออยู่ภายใต้เงื่อนไขของกฎหมายเพื่อป้องกันมิให้เกิดการหลอกลวงของการค้าของธุรกิจหนังสือเกิดขึ้น

อีกทั้ง ศึกษาในสาธารณรัฐเกาหลี พบว่า มีกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการแข่งขันทางการค้า ชื่อว่า Unfair Competition Prevention And Trade Secret Protection Act หรือ 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률 กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและการปกป้องความลับทางการค้า โดยมีวัตถุประสงค์ของกฎหมาย คือ การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยการค้าโดยการป้องกันการกระทำของการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมเช่นการใช้ที่ไม่เหมาะสมของ

เครื่องหมายการค้าในประเทศที่รู้จักกันดีและชื่อทางการค้าและโดยการป้องกันการละเมิดความลับทางการค้า แต่ทั้งนี้ก็เช่นเดียวกัน สาธารณรัฐเกาหลี ได้กำหนดกฎหมายว่าด้วยราคานั่งสือมาตรฐานขึ้น โดยใช้ชื่อกฎหมายว่า โทซอซอกกาเจ หรือ 출판문화산업 진흥법 หรือ PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT โดยมีวัตถุประสงค์ในธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ คือ เพื่อการควบคุมราคาหรือปรับปรุง แก้ไข คือ การป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันด้านราคามากเกินไป โดยจำกัดให้น้อยกว่าอัตรา การลดราคาที่ ร้อยละ 15 ของหนังสือทุกเล่ม (ส่วนลดเงินสด ร้อยละ 10 และส่วนลดอ้อมร้อยละ 5) ทำให้ เกิดการกระตุ้นการทำงานของผู้เผยแพร่ขนาดเล็กและร้านหนังสือเพื่อป้องกัน การแข่งขันด้านราคาตาม อำเภอมุ่งใจมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการรวมหนังสือที่ใช้บริการหนังสือและตีพิมพ์และมีข้อจำกัด เกี่ยวกับส่วนลดในราคาคงที่และราคาควบคุมตลาดเปิด

จากการศึกษา ทั้ง 3 ประเทศได้มีกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายว่าด้วยการ กำหนดราคานั่งสือมาตรฐานนั้น พบว่า จำนวนร้านค้าในธุรกิจหนังสือ มีจำนวนมาก โดยใน สาธารณรัฐเกาหลี มีร้านหนังสือในกรุงโซลเมืองหลวงของประเทศมากกว่า 300 แห่ง โดยยังไม่ นับรวม ในต่างเมืองของประเทศด้วยและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี จากการศึกษ พบว่า สำนักพิมพ์อิสระ 6,500 แห่งทั่วทั้งประเทศเยอรมนีและสุดท้ายสาธารณรัฐฝรั่งเศสจากรายงานของ Frankfurter Buchmesse กล่าวว่า มีสำนักพิมพ์ในสาธารณรัฐฝรั่งเศส โดยประมาณ 10,000 แห่ง

การที่ลักษณะของระบบธุรกิจมีความซับซ้อนมาก ในกฎหมายต่างประเทศจะมีการ กำหนดลักษณะของการทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือโดยเฉพาะ ในสหพันธ์ สาธารณรัฐเยอรมนี ได้กำหนดเรื่องของการขายไว้ในมาตรา 6 ระหว่างสำนักพิมพ์และร้านค้า ซึ่ง สามารถแก้ไขปัญหาได้ ในการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย รวมไปถึงเรื่องการควบคุมราคาสินทรัพย์ประเภทหนังสือเมื่อออกจำหน่าย คือ

- (1) สำนักพิมพ์ต้องพิจารณาราคาในการขายและเงื่อนไขการขายอื่นๆแก่ตัวแทนการ บริการของร้านค้าขนาดเล็ก โดยเป็นหลักประกันแก่หนังสือนั้น
- (2) ผู้เผยแพร่จัดจำหน่ายสินทรัพย์ที่ไม่ใช่อุตสาหกรรม โดยสามารถจัดหาในราคาที่ต่ำกว่าหรือเงื่อนไขที่ดีกว่าการค้าหนังสือ
- (3) ผู้เผยแพร่ต้องตั้งราคาไม่สูงหรือเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ขายโดยตรงคนสุดท้ายที่ เป็นผู้จัดหาร้านขายหนังสือ⁶⁸

⁶⁸ มาตรา 6 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบิณฑันเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์รัฐเยอรมนี

การที่ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยนั้น หากมีการกำหนดวิธีการขายในลักษณะเดียวกับกฎหมายของต่างประเทศ สามารถลดการเอาเปรียบของผู้ที่มีอำนาจต่อรองมากกว่า ตามหลักทฤษฎีบทบาทของรัฐที่เข้ามาแทรกแซงตลาดเพื่อไม่ให้เกิดการเอาเปรียบกันมากเกินไป และจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภครายสุดท้ายของระบบธุรกิจหนังสือ

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ของกฎหมายต่างประเทศทั้ง 3 ประเทศ ได้แก่ สหพันธรัฐเยอรมนี สาธารณรัฐฝรั่งเศส และสาธารณรัฐเกาหลี จึงได้มองว่า หนังสือคือ สิทธิทรัพย์สินทางวัฒนธรรม ที่จะสร้างประโยชน์และการเผยแพร่วัฒนธรรมแนวความคิดต่างๆออกไปแก่สาธารณชน หากมีการล่มสลายของระบบธุรกิจหนังสือ วัฒนธรรมก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เลวร้ายลงและอาจเกิดการสูญหายไปมากที่สุด อีกทั้ง เพื่อการรักษาระบบธุรกิจหนังสือในคงอยู่จึงต้องสร้างความมั่นใจว่าสิทธิที่ออกจำหน่ายนั้นต้องเป็นการเสนอให้แก่สาธารณชนและเพื่อส่งเสริมการค้าของร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินค้านั้น

ขอบเขตของการคุ้มครองการประกอบธุรกิจหนังสือ จะต้องเป็นสิทธิที่เป็นหนังสือที่คลื่นแนวความคิดต่างออกมารวมกันเป็นรูปเล่มไม่ว่าจะผลิตด้วยกระดาษ หมึก หรือรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ใดก็ตาม

ดังนั้นเห็นได้ชัดเจนจากกฎหมายของสหพันธรัฐเยอรมนี

“มาตรา 2 ขอบเขต

(1) หนังสือในแง่ของกฎหมายนี้ หมายรวมถึง

1. บันทึกเพลง
2. ผลิตภัณฑ์แผนที่
3. ผลิตภัณฑ์หนังสือเพลงหรือการทำแผนที่ ผลิตภัณฑ์แบบทดแทน เช่น

การเข้าถึงแบบถาวรในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการเผยแพร่ซึ่งเมื่อพิจารณาจากสถานการณ์โดยรวมหรือตามร้านค้าหนังสือทั่วไปพิจารณาเป็นอย่างเดียวกัน

4. อุปกรณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์โดยถือเป็นสาระสำคัญ

(2) หนังสือที่ได้คุ้มครองเป็นการเฉพาะตามกฎหมายนี้ ก็ต่อเมื่อมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจำหน่ายในประเทศเยอรมนี

(3) เป็นผู้ซื้อรายสุดท้ายในความหมายของพระราชบัญญัตินี้ โดยใช้หนังสือเพื่อวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการขาย” เป็นต้น

การคุ้มครองธุรกิจหนังสือ เพื่อต้องการให้ระบบธุรกิจหนังสือขับเคลื่อนและเติบโตของไม่เพียงแต่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อีกทั้งต้องคุ้มครองการแข่งขันทางการค้าในระบบธุรกิจหนังสือให้เป็นไปอย่างเป็นธรรมให้มากที่สุด จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศพบว่า

มาตรการการคุ้มครองการประกอบธุรกิจหนังสือเกิดจากการควบคุมราคาหนังสือภายในระยะเวลาหนึ่ง เพื่อสร้างความเท่าเทียมกันในการค้าหนังสือให้มากที่สุด ดังเห็นได้จากทั้ง 3 ประเทศ คือ การกำหนดระยะเวลาที่ร้านค้าหนังสือต่างๆ จะไม่สามารถลดราคาหนังสือในระยะเวลาหนึ่ง โดยในระหว่างนั้นร้านค้าหนังสือต่างๆ จะต้องแข่งขันกัน โดยการสร้างแรงจูงใจในด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้าร้านค้าของตนเองให้มากที่สุดแทนการลดราคาเพื่อสร้างแรงดึงดูด ที่อาจเป็นสาเหตุให้ร้านค้าหนังสือขนาดเล็กจะไม่สามารถลดราคาสู้ร้านค้าขนาดใหญ่ที่มีทุนมากกว่าได้ ถือว่าเป็นการป้องกันการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมได้

แนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายของประเทศไทย จึงควรที่จะ บทบัญญัติกฎหมายว่าด้วยราคาหนังสือมาตรฐานเป็นการเฉพาะ โดยอยู่ในลำดับศักดิ์ของกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติ เพื่อที่นำไปสู่การมีกฎหมายวิธีการที่เหมาะสมกับระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทย ซึ่งจะต้องบัญญัติความหมายของหนังสือให้แตกต่างไปจากสินค้าประเภทอื่น และมุ่งเน้นกฎหมายให้สามารถคุ้มครองและวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมในการค้าหนังสือที่จะไม่ถูกผูกขาดการค้าโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (Publishers) ที่มีกำลังการลงทุนและการขายมากกว่าร้านค้ารายย่อย

4.2 ปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยและแนวทางการแก้ไขปัญหา

ในอดีตจนถึงปัจจุบันระบบธุรกิจหนังสือยังคงเป็นระบบของสายต่อในการจัดจำหน่ายสินค้า ที่มีความสัมพันธ์ในการจัดจำหน่ายเป็นคู่สัญญาทางธุรกิจสามฝ่าย คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำหรือขบวนการพิมพ์และตลาด โดยปัจจุบันอาจมีครบทั้งสามฝ่ายหรือมีเพียงสองฝ่ายเท่านั้น จากการกล่าวมาแล้วว่าอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมปลูกป่า ผู้ผลิตกระดาษหรือเครื่องผลิต อุตสาหกรรมหมึก ธุรกิจการออกแบบ เป็นต้น มาถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ คือ สำนักพิมพ์(Publishers) ขบวนการพิมพ์หนังสือบรรจุภัณฑ์จนถึงตลาด คือ ร้านค้าส่ง (Wholesaler) ถึงร้านค้าหนังสือปลีก(Seller)⁶⁹ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือนี้ เป็นการเริ่มต้นของรูปแบบผลกระทบการตั้งราคาหนังสือที่มาอุตสาหกรรมต้นน้ำ จนมาถึงตลาด ที่เป็นทางอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมักจะใช้ คือ กลไกการตั้งราคาของเศรษฐกิจโลก และด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในช่วงตลาด คือ ผู้แบกรับความสัมพันธ์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นด้านการโฆษณาสินค้า การหาตลาด การหาผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

⁶⁹ เพิ่งอ้าง, น. 72.

เป็นต้น ดังนั้นความสัมพันธ์ในที่นี้จึงหมายความว่า การแข่งขันทางการค้าที่นอกเหนือจากด้านราคา หรือการแข่งขันด้านวิธีการขาย

4.2.1 ปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย

เมื่อเกิดการแบกรับที่มากเกินไปของผู้ประกอบการรายย่อย และความสนใจของผู้บริโภคสินทรัพย์ประเภทหนังสือลดลง ด้วยระบบธุรกิจหนังสือที่เป็นแบบอุตสาหกรรมสายส่งหรือลูกโซ่ จึงสร้างผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือทุกลำดับขั้น อันนำไปสู่ผลกระทบที่สำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภครายสุดท้ายของระบบธุรกิจหนังสือคือ ผู้อ่าน และปลายทางของเหตุความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมก็กระทบอย่างเป็นลูกโซ่กลับไปสู่อุตสาหกรรมกลางน้ำ คือสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น แหล่งผลิตกระดาษ เป็นต้น

จากการศึกษากฎหมายของประเทศไทย พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ตามหลักของความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา รัฐจะไม่เข้าแทรกแซงแม้ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามชัดเจนโดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ได้มีข้อกำหนดของการทำสัญญาไว้อย่างชัดเจนคือ ต้องไม่เข้าลักษณะของสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และลักษณะทั้ง 9 ในพระราชบัญญัติฉบับนี้⁷⁰ ซึ่งมีลักษณะเป็น “ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม” ได้แก่

-
- ⁷⁰ ... (1) ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบที่เกิดจากการผิดสัญญา
- (2) ข้อตกลงให้ต้องรับผิดชอบหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด
- (3) ข้อตกลงให้สัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือให้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยอีกฝ่ายหนึ่งมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ
- (4) ข้อตกลงให้สิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
- (5) ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าภาระที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา
- (6) ข้อตกลงในสัญญาขายฝากที่ผู้ซื้อฝากกำหนดราคาสินได้สูงกว่าราคาขายบวกอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละสิบห้าต่อปี
- (7) ข้อตกลงในสัญญาเช่าซื้อที่กำหนดราคาค่าเช่าซื้อ หรือกำหนดให้ผู้เช่าซื้อต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร
- (8) ข้อตกลงในสัญญาบัตรเครดิตที่กำหนดให้ผู้บริโภคต้องชำระดอกเบี้ย เบี้ยปรับ ค่าใช้จ่ายหรือประโยชน์อื่นใดสูงเกินกว่าที่ควร ในกรณีที่ผิดนัดหรือที่เกี่ยวข้องกับการผิดนัดชำระหนี้
- (9) ข้อตกลงที่กำหนดวิธีคิดดอกเบี้ยทบต้นที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร...

1. ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดที่เกิดจากการผิดสัญญา
2. ข้อตกลงให้ต้องรับผิดหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด
3. ข้อตกลงให้สัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือให้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยอีกฝ่ายหนึ่งมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ
4. ข้อตกลงให้สิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
5. ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าภาระที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา
6. ข้อตกลงในสัญญาขายฝากที่ผู้ซื้อฝากกำหนดราคาสินได้สูงกว่าราคาขายบวกอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละสิบห้าต่อปี
7. ข้อตกลงในสัญญาเช่าซื้อที่กำหนดราคาค่าเช่าซื้อ หรือกำหนดให้ผู้เช่าซื้อต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร
8. ข้อตกลงในสัญญาบัตรเครดิตที่กำหนดให้ผู้บริโภคต้องชำระดอกเบี้ย เบี้ยปรับ ค่าใช้จ่ายหรือประโยชน์อื่นใดสูงเกินกว่าที่ควรในกรณีที่ผิดนัดหรือที่เกี่ยวข้องกับการผิดนัดชำระหนี้
9. ข้อตกลงที่กำหนดวิธีคิดดอกเบี้ยทบต้นที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร

ถือว่า ลักษณะทั้ง 9 นั้น เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและศาลมีอำนาจในการกำหนดให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีได้ และสัญญาสำเร็จรูป ที่ต้องเป็นสัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน

โดยจะมีการดุลพินิจของศาลในการพิจารณาว่าข้อสัญญาหรือสัญญาสำเร็จรูปนั้นมีข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่ และศาลมีอำนาจในการกำหนดให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี

นอกจากนี้ จากการศึกษาแนวคิดทางกฎหมายเอกชนที่เกี่ยวข้อง คือ แนวคิดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เมื่อการทำสัญญากันขึ้นในบางครั้งฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าก็มักจะมีการทำสัญญาที่เอารัดเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันสัญญาที่เกิดขึ้นมาในรูปแบบของสัญญาสำเร็จรูป ซึ่งการจะควบคุมกรณีการเอารัดเอาเปรียบจากสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นอาจเป็นไปได้ด้วยความยุ่งยากโดยปกติการทำสัญญา(Principle of Freedom of Contract) รัฐจะต้องไม่เข้าไปแทรกแซงในการทำสัญญาของคู่สัญญา โดยถือว่าการทำสัญญานั้นเกิดจากสมัครใจและยินยอมของคู่สัญญา จนได้เกิด

การกระทำของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งที่มีอำนาจต่อรองที่มากกว่าอีกฝ่ายได้กำหนดข้อสัญญาที่ทำให้ได้เปรียบเสียเปรียบกันมาก ถือว่าเป็นข้อบกพร่องของสัญญาอันไม่เป็นธรรมนี้ จึงอาศัยหลักแนวคิดด้านปรัชญาเรื่องสังคมพิทักษ์ขึ้น โดยรัฐควรเข้ามาแทรกแซงหรือควบคุมเสรีภาพและอิสระในการแสดงเจตนาการทำสัญญา โดยห้ามมาตรการป้องกันที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและความมั่นคงของเอกชน โดยต้องพิจารณาหลักในการควบคุมจากหลักการแรก คือ หลักสุจริต โดยหลักสุจริตนั้นมี 2 กรณี คือ การใช้สิทธิโดยสุจริตทั่วไป กล่าวคือ ผู้ทำสัญญาระหว่างกันนั้นต้องมี “ความซื่อสัตย์และความไว้วางใจ” แก่กันซึ่งมีความหมายอย่างกว้างมาก และอีกประการหนึ่งคือ การใช้สิทธิโดยสุจริตเป็นการเฉพาะเรื่อง กล่าวคือ แม้ว่าความไม่รู้ข้อเท็จจริงในการทำสัญญาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยอีกฝ่ายหนึ่งมีเจตนาในการฉ้อฉล คบคิดหรือหลอกลวงก็ให้ถือเอาการกระทำนั้นทำโดยสุจริต ประการที่สอง หลักความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยจะต้องเป็นการทำสัญญาที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชนหรือของรัฐ เช่น การทำสัญญาซื้อขายสิ่งผิดกฎหมาย เป็นต้น โดยหลักนี้ได้ถือเอาหลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและหลักเสรีภาพในการแสดงเจตนาเข้ามาช่วยในการทำสัญญา ประการที่สาม หลักการดีความและการแสดงเจตนาและการดีความสัญญา ให้เป็นคุณแก่ผู้ต้องเสียเปรียบในมูลหนี้ โดยต้องเป็นการแสดงถึงว่าคู่สัญญามีเจตนาในการตกลงทำสัญญาและเป็นไปตามหลักความเป็นธรรมแห่งสัญญานั้น และประการสุดท้าย คือ หลักเกี่ยวกับการตกลงยกเว้นความรับผิดชอบ ซึ่งหลักนี้หากมีการทำข้อตกลงในการยกเว้นความรับผิดชอบให้แก่ลูกหนี้ ต้องถือเป็นโมฆะ เพราะถือได้ว่าลูกหนี้มีความตั้งใจทุจริตตั้งแต่แรก เข้ากับเรื่องข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมแล้ว

จากที่การศึกษาข้างต้น ประเทศไทยเกิดปัญหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ดังนี้

ระบบธุรกิจหนังสือเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการจำนวนมาก และผู้ประกอบการรายใหญ่มักจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการสร้างสัมพันธ์ คือ การทำนิติสัมพันธ์ โดยในบางครั้งนั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึก นายพชร จงกमानนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต้นน้ำแทบไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องการส่งสินค้ามาที่ตลาดเลย ผู้ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และตลาดก่อนที่จะมาถึงร้านค้าหนังสือรายย่อย คือ ร้านค้าส่ง ซึ่งเป็นร้านค้าในการรับสินทรัพย์ประเภทหนังสือ มาจากอุตสาหกรรมกลางน้ำคือ สำนักพิมพ์ โดยร้านค้าส่งจะรับหนังสือ มาในราคาที่ถูกลงกว่าราคาบนปก และมีส่วนลดจำนวนมากว่า เมื่อนำมาส่งหรือขายต่อให้กลับร้านค้าหนังสืออิสระก็จะมีราคาที่ถูกลงกว่าราคาปกแต่ราคาส่วนลดนั้นจะมีจำนวนน้อยกว่าจากการไปรับที่สำนักพิมพ์ด้วยตนเอง ซึ่งสัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างร้านค้ารายย่อยหรือค้าปลีก ร้านค้า

ส่งและสำนักพิมพ์เป็นการตกลงกันด้วยวาจาและการซื้อขายโดยไม่มีสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร เว้นแต่ระหว่างร้านค้าส่งกับสำนักพิมพ์บางฉบับที่มีลายลักษณ์อักษร และการเข้าพื้นที่การเปิดร้านของร้านค้าปลีกที่เป็นพื้นที่ของสำนักพิมพ์ก็จะมีสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การลดราคาหนังสือและความสัมพันธ์ในแง่ของระบบธุรกิจมากนัก ทั้งนี้จากการศึกษาระบบตลาด ธุรกิจหนังสือ ก็ได้สอดคล้องกับการศึกษาในบทที่สอง คือ วิธีการตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นเกณฑ์ ที่มีลักษณะ ราคาอาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อเอาชนะคู่แข่งชั้น ระดับราคาไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกับคู่แข่งชั้น อาจสูงกว่าหรือต่ำกว่าก็ได้ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนถึงการตั้งราคาในลักษณะนี้ได้แก่ การกำหนดราคาตามคู่แข่งชั้น การกำหนดราคาโดยยื่นซองประมูล ดังนี้

1) ต้นทุนการผลิต คือ ต้นทุนแปรผันต่อเล่มที่ใช้ในการพิมพ์ ซึ่งก็คือ ค่าพิมพ์จากโรงพิมพ์ โดย สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่มี โรงพิมพ์เป็นของตัวเอง ต้นทุนส่วนนี้มาจากค่ากระดาษพิมพ์ หมึกพิมพ์ เพลต ขึ้นอยู่กับคุณภาพการพิมพ์และยอดพิมพ์ ต้นทุนการผลิตนี้เองเป็นตัวแปรหลักของการตั้งราคาปกหนังสือ

2) ค่าดำเนินการของสำนักพิมพ์ เป็นต้นทุนคงที่ต่อเดือนที่สำนักพิมพ์ต้องจ่าย ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าสำนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน ค่าไฟ ค่าน้ำ ฯลฯ อาจจะรวมต้นทุนแปรผัน เช่น ค่าจ้างพนักงานอิสระ ฝ่ายพิสูจน์อักษรหรือบรรณาธิการ และรวมไปถึงกำไรที่ตั้งไว้ของสำนักพิมพ์

3) ส่วนลดร้านหนังสือ การขายหนังสือตามร้านค้าปลีก สำนักพิมพ์ต้องเพื่อส่วนลดสำหรับร้านค้าปลีก ร้านหนังสือขายส่งใหญ่ๆ หรือร้านหนังสือปลีกในต่างจังหวัดสามารถลดราคาหนังสือได้มาก เพราะเป็นต้นทุนของการส่งหนังสือ

4) ต้นทุนสายส่ง ในปัจจุบันเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ราคาหนังสือแพงขึ้นมาก เพราะหนังสือทุกเล่มที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์ออกไปสู่สายตาประชาชนและผู้ซื้อเลือกซื้อได้ตามแผงต้องผ่านการขนส่งโดยสายส่งกระจายไปตามร้านค้าและแผงหนังสือต่าง ๆ

5) ค่าลิขสิทธิ์ของนักเขียน/นักแปล เป็นต้นทุนเริ่มต้นก่อนหนังสือออกเผยแพร่ มักคิดเป็นร้อยละของราคาปกคูณด้วยยอดพิมพ์หรือยอดจำหน่าย แล้วแต่สัญญาจะตกลงไว้ นอกจากค่าลิขสิทธิ์ของราคาปกคูณยอดพิมพ์แล้ว ยังรวมถึงค่ารูปประกอบในกรณีที่จ้างทำพิเศษนอกกองบรรณาธิการ ค่าจ้างแปลในกรณีหนังสือแปล เป็นต้น

จากการกล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยนั้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ การแข่งขันทางการค้าและข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากว่า พระราชบัญญัติ

คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ควบคุมและคุ้มครองผู้ประกอบการในฐานะผู้บริโภค ก็ต่อเมื่อได้รับผลกระทบจากความเสียหายทางด้านร่างกายและทรัพย์สิน

ในขณะที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้กำหนดพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมไว้อย่างกว้างมากซึ่งเป็นไปในเชิงกฎหมายแม่บท จำต้องอาศัยการมีกฎหมายย่อยออกมาจากพระราชบัญญัติฉบับนี้

ทั้งนี้ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 เป็นกฎหมายที่เน้นไปในการทำสัญญาระหว่างคู่สัญญา โดยจากข้อเท็จจริงนั้น พระราชบัญญัติฉบับนี้ยังไม่สามารถเข้าไปครอบคลุมและคุ้มครองได้ เพราะมีการกำหนดลักษณะของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและต้องเป็นไปในลักษณะของลายลักษณ์อักษร ทั้งยังคงไม่สามารถเข้าไปกำกับดูแลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยในระบบธุรกิจได้อย่างเป็นการเฉพาะ เพราะปลายทางสุดท้ายของการคุ้มครองความสัมพันธ์ของระบบธุรกิจหนังสือ คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยให้สามารถแข่งขันทางด้านความหลากหลายของประเภทหนังสือที่สามารถดึงดูดใจลูกค้ามากที่สุดและความเท่าเทียมกันในด้านความสามารถในการลดราคาหนังสือของอุตสาหกรรมกลางน้ำและช่วงตลาด ที่เมื่อระยะเวลาหนึ่งจะเกิดการแข่งขันทางการลดราคากันเป็นจำนวน ผู้ประกอบการรายย่อยย่อมไม่สามารถเข้าไปแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ในเรื่อง “การลดราคา” นี้ได้

ดังนั้นการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยเป็นการเฉพาะ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในด้านการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะความเหลื่อมล้ำทางด้านการลดราคาหนังสือที่ความสามารถในการลดราคาของผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยนั้นมีความไม่เท่าเทียมกันอย่างมาก ส่งผลให้การดึงดูดผู้บริโภคเหลื่อมล้ำกันและกระทบสู่ระบบธุรกิจหนังสือที่มีการปิดตัวของร้านค้าในระบบธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมาก

4.2.2 แนวทางการแก้ไข

จากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยในระบบธุรกิจหนังสือที่มีความเหลื่อมล้ำระหว่างกันและกันอยู่ โดยเฉพาะด้านการดึงดูดผู้บริโภคทางด้านราคาและการขายสินค้าในรูปแบบการดูแลพื้นที่ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความเห็นว่าควรมีการจัดรูปแบบระบบความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย โดยได้ศึกษาจากกฎหมายต่างประเทศ ดังนี้

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้กำหนด วิธีการขาย ไว้ใน กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน คือ

มาตรา 6 ขาย⁷¹

(1) สำนักพิมพ์ต้องพิจารณาราคาในการขายและเงื่อนไขการขายอื่นๆแก่ตัวแทนการบริการของร้านค้าขนาดเล็ก โดยเป็นหลักประกันแก่นังหนังสือ

(2) ผู้เผยแพร่จัดจำหน่ายสิทธิที่ไม่ใช่อุตสาหกรรม โดยสามารถจัดหาในราคาที่ต่ำกว่าหรือเงื่อนไขที่ดีกว่าการค้าหนังสือ

(3) ผู้เผยแพร่ต้องตั้งราคาไม่สูงหรือเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ขายโดยตรงคนสุดท้ายที่เป็นผู้จัดหาร้านขายหนังสือ

มาตรา 8 ระยะเวลาของการกำหนดราคาสินค้า⁷²

(1) ผู้จัดพิมพ์และผู้นำเข้าจะได้รับสิทธิในการยกเลิกโดยการพิมพ์ราคามาตรฐานสำหรับการตีพิมพ์หนังสือที่มีลักษณะตามบทบัญญัติ ภายหลังจาก 18 เดือนแรก

(2) สำหรับหนังสือที่ปรากฏซ้ำ ในระยเวลาน้อยกว่า 18 เดือนหรือมีเนื้อหาวันที่เฉพาะเจาะจงหรือเหตุการณ์ที่สำคัญให้ยุติการกำหนดราคาโดยสำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้าโดยไม่ต้องปฏิบัติตามในระยะเวลาที่ระบุไว้ในวรรค 1 ได้หลังจากระยะเวลาที่เหมาะสมหลังจากการปรากฏหนังสือ

มาตรการกำหนดโทษและมาตรการกำหนดอายุความ

มาตรา 9 ความเสียหายและการเรียกร้องค่าเสียหาย⁷³

(1) ผู้ใดฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งกฎหมายฉบับนี้อาจจะทำให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง ผู้ใดกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อมีภาระผูกพันในการชดเชยความเสียหายที่เกิดจากความเสียหายที่เกิดการละเมิด

(2) ค่าเสียหายเท่านั้นสามารถชดเชยซึ่งผู้ใช้ คือ

1. ผู้ค้าที่ขายหนังสือ

2. สมาคมหน่วยงานเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ของผู้ค้าจำนวนมากที่ขายสินค้าหรือบริการในเชิงพาณิชย์ประเภทเดียวกันหรือคล้ายกันในตลาดเดียวกัน โดยคำนวณจากส่วนบุคคล วัสดุและทรัพยากรทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการรับผิดชอบตาม

⁷¹ มาตรา 6 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁷² มาตรา 8 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁷³ มาตรา 9 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

กฎหมายที่เป็นผลประโยชน์เชิงพาณิชย์การกระทำที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง

3. โดยนายความที่ได้รับการอำนาจโดยสำนักพิมพ์ผู้นำเข้าหรือ บริษัท ที่ทำยอดขายให้กับลูกค้าสุดท้ายร่วมกันเป็นผู้ดูแลเพื่อให้การตรึงราคาการให้บริการของพวกเขาหรือการบำรุงรักษาราคา

4. โดยหน่วยงานที่มีคุณสมบัติที่แสดงหลักฐานว่ามีอยู่ในรายชื่อของหน่วยงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรา 4 ของคณะกรรมการยุโรปภายใต้มาตรา 4 ของ Directive 98/27 / EC ของรัฐสภายุโรปและของสภา 19 พฤษภาคม 1998 ที่จดทะเบียนในปัจจุบัน

(3) นำไปใช้กับขั้นตอนในการเรียกร้องสิทธิตามมาตรา 2 no.1 บรรค 3 ในบทบัญญัติของกฎหมายการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมกับและที่ระบุไว้ในวรรค 2 no. 4 บทบัญญัติของ the Injunctions Act ได้.

ข้อ 10 การตรวจสอบ⁷⁴

(1) ในกรณีที่เหตุอันควรสงสัยอยู่ว่า บริษัท มีการละเมิดมาตรา 3 ผู้ประกอบการค้าที่ยังขายหนังสือ ให้ร้องว่า บริษัท นี้เป็นหนึ่งในการทำงานรักษาความลับทางเศรษฐกิจหรือที่ปรึกษาข้อมูลภาษีเชิงลึกในธุรกิจหนังสือและเอกสารทางธุรกิจที่ได้รับอนุญาต แต่เพียงผู้เดียวที่จะร้องได้ว่าละเมิดบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้

(2) หากมีการละเมิดสิทธิผู้ประกอบการ บริษัทที่กระทำผิดต้องชำระเงินคืนในค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการตรวจสอบ

สาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้มีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ดังนี้

Act 1 ของกฎหมายแอลอว์ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส⁷⁵ "...ในพระราชบัญญัตินี้ทุกร้านค้าปลีกต้องมีหน่วยควบคุมค่าธรรมเนียมบริการ อย่างไรก็ตามเฉพาะกรณีผู้ค้าปลีกอาจเพิ่มราคาขายที่เกิดขึ้นจริงให้กับบุคคล จะเรียกเก็บเงินค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนสำหรับการให้บริการเพิ่มเติมพิเศษใดๆ ต้องร้องขออย่างชัดเจนจากผู้ซื้อรวมทั้งค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นเรื่องข้อตกลงล่วงหน้าด้วย

ร้านค้าปลีกจะต้องเรียกเก็บค่าบริการในราคาที่มีพอสมควรในการขายให้กับบุคคลทั่วไประหว่างร้อยละ 95 และร้อยละ 100 ของราคารมาตรฐานที่ตั้งโดยสำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้า ใน

⁷⁴ มาตรา 10 ของกฎหมายบุคไพร์ชบิณฑ์ดุงเกรเซซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁷⁵ มาตรา 1 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

กรณีที่น่าเข้าเกี่ยวข้องกับหนังสือที่ตีพิมพ์ในประเทศฝรั่งเศส ราคาขายปลีกที่ถูกแก้ไขโดยผู้นำเข้า อย่างน้อยต้องเท่ากับราคาที่ถูกกำหนดโดยสำนักพิมพ์ บทบัญญัติของวรรคแรกนั้น ไม่นำไปใช้กับ หนังสือที่นำเข้ามาจากประเทศสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปหรือของรัฐภาคี ตามข้อตกลง เกี่ยวกับเขตเศรษฐกิจยุโรป รวมถึงกรณีที่ไม่มีการกำหนดในรัฐนั้นๆ ว่าการดำเนินธุรกิจนั้นมี วัตถุประสงค์เพื่อขายให้กับบุคคลทั่วไปตามบทบัญญัตินี้”

มาตรา 4⁷⁶

ผู้ใดตีพิมพ์หนังสือเพื่อเผยแพร่ผ่านสมาชิกโบรกเกอร์หรือทางจดหมายอื่นใด น้อยกว่า เก้าเดือนหลังการขายของฉบับพิมพ์ครั้งแรก หนังสือเล่มนี้มีราคาขายให้กับประชาชนอย่างน้อยต้อง เท่ากับฉบับพิมพ์ครั้งแรก

(2) ข้อตกลงในการกำหนดราคาหนังสือระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าหนังสือ

มาตรา 5⁷⁷

ร้านค้าปลีกสามารถคิดค่าบริการในราคาต่ำกว่าราคาขายปลีกที่ระบุไว้ในมาตรา 1 ของหนังสือที่ตีพิมพ์หรือนำเข้ามานานกว่าสองปีที่ผ่านมาและมีการจัดหาที่ผ่านมากินกว่าหกเดือน

มาตรา 6⁷⁸

หนังสือขายแบบปริเมียมที่ได้รับอนุญาตภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายฉบับที่ 51-356 ของ 20 มีนาคม 1951 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมและพระราชบัญญัติฉบับที่ 73-1193 ของ 27 ธันวาคม 1973

ถ้านำเสนอโดยสำนักพิมพ์ หรือผู้นำเข้าพร้อมกันและภายใต้เงื่อนไขเดียวกันกับร้านค้าปลีกทั้งหมดหรือถ้าเกี่ยวข้องกับหนังสือฉบับพิเศษสำหรับขายผ่านโบรกเกอร์ที่โดยการสมัคร สมาชิกหรือโดยการติดต่ออื่น

สาธารณรัฐเกาหลี ได้บัญญัติความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ดังนี้

มาตรา 22

1. เมื่อสำนักพิมพ์ที่จะออกสิ่งพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์ในการขาย ราคาที่จะขายให้กับ ผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้โดยประธานาธิบดี เป็นจะต้องระบุไว้ในสิ่งพิมพ์

⁷⁶ มาตรา 4 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷⁷ มาตรา 5 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

⁷⁸ มาตรา 6 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

2. ในช่วง 18 เดือนนับจากวันที่ประกาศสิ่งพิมพ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงราคา ตามที่กำหนด โดยพระราชกฤษฎีกาประธานาธิบดี หากราคาที่แสดงคือส่วนแรก ใช้บังคับโดยอนุโลม

3.วรรค 1 และ 2 แม้จะมีกรณีของสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เผยแพร่ได้ระบุไว้ในรายการราคาอ้างอิงและผู้เผยแพร่โฆษณาที่ขายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่แสดงบนเว็บไซต์ขายให้ผู้ซื้อสามารถระบุราคาที่ระบุไว้ในการอ้างอิง

4. บุคคลที่ขายสิ่งพิมพ์โดยแสดงเป็นราคา

5. บุคคลที่แม้จะมีการขายสิ่งพิมพ์ และตั้งส่วนลดในราคาและเศรษฐกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของราคาตามรายการส่งเสริมการอ่านและการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถขายผลกำไรรวมกันได้โดยอิสระ หากส่วนลดควรจะน้อยกว่าร้อยละ 10

6. ไม่นำไปใช้กับการเรียกร้องที่ 4 และ 5 ชื่อเรียกร้องในประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ที่ตกอยู่ภายใต้การใด ๆ ของ

1. ลบ (ยกเลิก)

2. พิมพ์ขายในสิ่งอำนวยความสะดวกสวัสดิการสังคม

3. สิ่งพิมพ์ที่จะขายลิขสิทธิ์

4. ลบ (ยกเลิก)

5. อื่น ๆ ที่กำหนดโดยประธานาธิบดี, สิ่งพิมพ์

จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการกำหนดราคาระหว่างสื่อมาตรฐานนั้นพบว่า ได้มีการกำหนดวิธีการขายและความสัมพันธ์ในด้านวิธีการของผู้ประกอบการทุกฝ่าย โดยเฉพาะตัวสำนักพิมพ์ ผู้เผยแพร่และร้านค้าหนังสือปลีก โดยกำหนดระยะเวลาหนึ่งในการไม่ลดราคาระหว่างสื่อ เพื่อในช่วงระยะเวลานั้นให้ผู้ประกอบการข้างต้น ต้องแข่งขันด้านความหลากหลาย อาทิ หัวหนังสือ การดึงดูดผู้บริโภคจากสภาพแวดล้อมของร้านค้าผู้ประกอบการ เป็นต้น

ดังนั้นความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย จึงอยู่ภายใต้การบังคับของกฎหมายว่าด้วยราคาระหว่างสื่อมาตรฐาน กรณีจึงสอดคล้องกับทฤษฎีการแทรกแซงของรัฐในด้านเศรษฐกิจและรัฐจำเป็นต้องเข้ามาปกป้องธุรกิจเพื่อให้เกิดการแข่งขันกันอย่างเป็นธรรมและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นปลายทางสุดท้ายของระบบธุรกิจได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้ ด้วยการกำหนดกฎหมายว่าด้วยราคาระหว่างสื่อมาตรฐานเป็นพิเศษแล้ว และระบบธุรกิจหนังสือ คือ ระบบธุรกิจที่มีความพิเศษแตกต่างจากระบบธุรกิจอื่น จึงต้องมีสภาพการบังคับไว้ในกรณีที่มีการละเมิดบทบัญญัติ โดยเฉพาะบทบัญญัติวิธีการขายของผู้ประกอบการทุกราย และละเมิดระยะเวลาของการขาย โดยผู้ที่สามารถเรียกร้องได้นั้น จึงเป็นผู้ประกอบการทุกรายที่ได้รับความเสียหายจากการละเมิดบทบัญญัตินั้น โดยกฎหมายว่าด้วยราคาระหว่างสื่อมาตรฐานของต่างประเทศทั้ง 3 ประเทศได้

บัญญัติไว้แล้ว ซึ่งบทลงโทษนั้นเป็นบทลงโทษโดยการชดใช้เป็นตัวเงินหรือการลงโทษทางแพ่งให้แก่ผู้ที่เรียกร้องที่ได้รับความเสียหายและเป็นผู้พิสูจน์ในการได้รับความเสียหายนั้น

4.3 ปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคและแนวทางการแก้ไข้ปัญหา

ในประเทศไทยการประกอบธุรกิจหนังสือนั้น พบว่า มีการปิดตัวลงของร้านค้านั่งสือขนาดเล็ก หากศึกษาจากการตั้งราคาหนังสือและนำไปสู่เรื่องของคุณภาพหนังสือ ร้านค้านั่งสือขนาดใหญ่จะมีความสามารถในการจัดจำหน่ายสินทรัพย์ประเภทหนังสือได้มากกว่าร้านค้านั่งสือขนาดเล็ก ดังนั้น การแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ต้องดำเนินมาจากสายเริ่มต้นของการจัดจำหน่ายหนังสือ คือ การตั้งราคาและความสามารถที่จะทำร้านค้านั่งสือทุกขนาดมีความสามารถในการจำหน่ายหนังสือได้อย่างเท่าเทียมกันและมีความเป็นธรรมมากที่สุด

4.3.1 ปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค

การแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมของผู้ค้าที่อยู่ในระบบธุรกิจหนังสือที่มีการตั้งราคาอย่างอิสระไม่มีการถูกควบคุมและไม่มีการส่งเสริมการค้าในธุรกิจหนังสือได้อย่างเพียงพอ ทั้งที่หนังสือนั้นได้ถือว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ หากว่ามีการเผยแพร่สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงพอและถูกผูกขาดโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จากหลักการทางเศรษฐศาสตร์ด้านอำนาจเหนือตลาด ระบบธุรกิจนั้นก็เลยไม่สามารถกลับคืนและสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนในชาติได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเสนอแนวทางที่เป็นมาตรการการคุ้มครองโดยการสร้างความเป็นธรรมของการประกอบธุรกิจหนังสือ

ปัจจุบันได้มีพัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการจัดทำหนังสือมากขึ้น โดยสามารถจัดทำหนังสือโดยไม่จำเป็นต้องใช้การพิมพ์ด้วยหมึกและกระดาษ แต่สามารถอ่านหนังสือบนเครื่องมือเทคโนโลยีต่างๆได้ เช่น สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ,แท็บเล็ต(Tablet) ,คอมพิวเตอร์ (Computer)หรือแล็ปท็อป (Laptop or Notebook) เป็นต้น ซึ่งเรียกพัฒนาการอ่านหนังสือรูปแบบนี้ว่า E-Book (Electronic Book) ซึ่ง E-Book (Electronic Book) ได้มีบทบาทในทางธุรกิจหนังสือ จากการศึกษาดังนี้

จากสภาพปัญหาของการขาย E-Book (Electronic Book) พบว่า มีราคาที่สูงเทียบเท่ากับราคาหนังสือที่เป็นรูปเล่ม แต่ E-Book (Electronic Book)สามารถลดราคาได้ ตั้งแต่ร้อยละ 5-30 ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้อ่าน และการผลิต E-Book (Electronic Book) นั้น จะเป็นของสำนักพิมพ์โดยตรงและสร้างพื้นที่การขายของตัวเอง ยังเป็นการเปิดโอกาสแก่สำนักพิมพ์ในการที่

จะขายรูปเล่มหนังสือในแต่ละหัวเรื่องของตัวเองก่อนที่จะถึงมือร้านค้าหนังสืออื่น เมื่อเกิดความล่าช้าในการจำหน่าย แรงจูงใจที่จะผู้อ่านหรือลูกค้าคนสุดท้ายจะเข้าไปถึงร้านค้ารายย่อยก็ย่อมจะลดลง เป็นเหตุให้นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำทางการค้า และการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เกิดการค้าขายออนไลน์ที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจที่มากกว่าร้านค้ารายย่อยที่ไม่สามารถผลิตการผลิต E-Book (Electronic Book) ได้

จากการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ที่มีพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไข และวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม และให้มาตรา 4⁷⁹ให้ความหมายของคำว่าธุรกิจ หมายถึง กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และนิยามความหมายของคำว่าสินค้าหมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภครวมทั้งเอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้ง เอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ โดยได้มีประกาศประเภทของสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพ สินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมที่สำคัญ สินค้าที่มีการแข่งขันน้อย สินค้าที่มีความผันผวนด้านราคาหรืออาจมีการขาดแคลนและสินค้าที่อาจได้รับผลกระทบจากตลาดโลก จำแนกเป็น 42 สินค้า 5 บริการ โดยมีการปรับเพิ่มรายละเอียดสินค้า จำนวน 1 รายการ

พระราชบัญญัติฉบับนี้เพิ่มรายการสินค้าควบคุม จำนวน 6 รายการ ได้แก่ หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน จำนวน 5 รายการ คือ 1) สมูทก้อน สมูทเหลว 2) แยมพู 3) น้้ายาปรับผ้านุ่ม

4) ผลิตภัณฑ์ล้างจาน เนื่องจากได้รับการร้องเรียนว่ามีการปรับลดขนาดบรรจุ แต่ยังจำหน่ายในราคาเดิมหรือราคาไม่ลดลงตามสัดส่วนปริมาณที่ลดลง ซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค 5) ผ้าอ้อมสำเร็จรูปเด็กและผู้ใหญ่ เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันมีความนิยมใช้มากขึ้น

พระราชบัญญัติฉบับนี้เพิ่มในหมวดสินค้าเกษตรที่สำคัญ จำนวน 1 รายการ คือ ยางพารา ได้แก่ น้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง ยางเครพ เพื่อสร้างความเป็นธรรมให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา เนื่องจากเกิดปัญหาราคายางพาราคต่ำ ซึ่งมีข้อร้องเรียนว่าเกิดจากระบบการซื้อขายของผู้ประกอบการที่รับซื้อยางในปัจจุบันที่ไม่เป็นธรรม และมีการเอาเปรียบเกษตรกรผู้ปลูกยาง

⁷⁹ มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "ธุรกิจ" หมายความว่า กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน "สินค้า" หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภครวมทั้งเอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ...

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีสินค้าและบริการในการควบคุม ในพ.ศ. 2561 มีจำนวน 53 รายการ จำแนกเป็น 48 สินค้า 5 บริการ โดยแบ่งเป็น 10 หมวดสินค้า และ 1 หมวดบริการ ดังนี้

หมวดสินค้า 10 หมวด

1. หมวดอาหาร จำนวน 13 รายการ คือ กระเทียม ไข่ไก่ ครีมหอมชั้นหวาน นมชั้นนมกินรูป นมแปลงไขมัน ทูเรียน นมผง ผลิตภัณฑ์นมพร้อมบริโภคชนิดเหลวไม่รวมถึงนมเปรี้ยว น้ำตาลทราย น้ำมัน และไขมันที่ได้จากพืชหรือสัตว์ทั้งที่บริโภคได้หรือไม่ได้ แป้งสาลี มังคุด ลำไย สุกกร เนื้อสุกร อาหารกึ่งสำเร็จรูปบรรจุภาชนะผนึก อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

2. หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน จำนวน 8 รายการ คือ กระดาษชำระ กระดาษเช็ดหน้า ผ่าอนามัย ผงซักฟอก น้ำยาซักฟอก แชมพู น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์ล้างจาน ผ่าอ้อมสำเร็จรูปเด็กและผู้ใหญ่สบู่ก้อน สบู่เหลว

3. หมวดสินค้าเกษตรที่สำคัญ จำนวน 6 รายการ คือ ข้าวเปลือก ข้าวสาร ข้าวสาลี ข้าวโพด ผลปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ ยางพารา ได้แก่ น้ำยางสด ยางก้อน เศษยาง น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง ยางเครพ

4. หมวดปัจจัยทางการเกษตร จำนวน 6 รายการ คือ เครื่องสูบน้ำ ปุ๋ย ยาป้องกันหรือกำจัดศัตรูพืชหรือโรคพืช รถเกี่ยวข้าว รถไถนา หัวอาหารสัตว์ อาหารสัตว์

5. หมวดวัสดุก่อสร้าง จำนวน 4 รายการ คือ ท่อพีวีซี ปูนซีเมนต์ สายไฟฟ้า เหล็กโครงสร้าง รูปพรรณ เหล็กแผ่น เหล็กเส้น

6. หมวดกระดาษและผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 รายการ) กระดาษทำลูกฟูก กระดาษเหนียว กระดาษพิมพ์และเขียน เยื่อกระดาษ

7. หมวดผลิตภัณฑ์ขนส่ง จำนวน 3 รายการ คือ แบตเตอรี่รถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์ ยางรถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถยนต์นั่ง รถยนต์บรรทุก

8. หมวดผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม จำนวน 3 รายการ คือ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว น้ำมันเชื้อเพลิง

เม็ดพลาสติก

9. หมวดยารักษาโรค จำนวน 1 รายการ คือ ยารักษาโรค

10. หมวดอื่น ๆ จำนวน 1 รายการ คือ เครื่องแบบนักเรียน

หมวดบริการ 1 หมวด จำนวน 5 รายการ คือ การให้สิทธิในการเผยแพร่งานลิขสิทธิ์ เพลงเพื่อการค้า บริการขนส่งสินค้าสำหรับธุรกิจออนไลน์ บริการทางการเกษตร บริการรับชำระเงิน ณ จุดบริการ และบริการให้เช่าสถานที่เก็บสินค้า

จากการศึกษาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาตรา 3 คำนิยาม และมาตรา 4 สิทธิในการคุ้มครอง ไม่ได้มีการกล่าวถึงการคุ้มครองในเรื่องของราคาสินค้าไว้เลย

จากการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 โดยศึกษาถึงนิยามศัพท์ของพระราชบัญญัติ ในความหมายของคำว่าธุรกิจ “ธุรกิจ หมายความว่า กิจการอันดำเนินการเพื่อประโยชน์ทางการค้าในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรมพาณิชยกรรม การเงิน การประกันภัย และการบริการ และให้หมายความรวมถึงกิจการอื่นตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง” หากตีความถึงธุรกิจการค้า E-Book (Electronic Book) ที่ กิจการหนึ่งดำเนินการเพื่อประโยชน์ของ 2 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขายก็ย่อมจะเข้าข่ายธุรกิจ ตามพระราชบัญญัตินี้ แต่ทั้งนี้พระราชบัญญัตินี้ก็มิได้กล่าวถึงการลดราคาของ E-Book (Electronic Book) ที่อาจสร้างความเหลื่อมล้ำในการแข่งขันทางการค้าได้เป็นการเฉพาะ และต้องมีการตีความจากคณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ก่อน ตามความในบทบัญญัติ ดังนี้ “...ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการพิจารณาทบทวนเกณฑ์ส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายอย่างน้อยหนึ่งครั้งภายในระยะเวลาสามปีนับแต่วันออกประกาศ”⁸⁰

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเอกชนที่เกี่ยวข้อง คือ แนวคิดและทฤษฎีการควบคุมราคาสินค้าและการบริการ ระบบเศรษฐกิจแบบผสมการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ จะอาศัยระบบกลไกราคาเป็นหลัก และเพื่อให้สินค้าและบริการของตนมียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นได้ กำไรมากขึ้นสินค้าและบริการของตนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น ผู้ขายจะมีกลยุทธ์ในการขายในหลายรูปแบบ และการกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ส่งผลดีต่อผู้ผลิต โดยจะเป็นการช่วยการช่วยกระตุ้นยอดขายของสินค้าและบริการของตนให้เพิ่มมากขึ้นนอกจากนั้นยังช่วยให้สินค้าและบริการของตนได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในวงกว้าง

ประเทศไทยใช้ระบบเศรษฐกิจแบบผสมที่ค่อนข้างไปทางทุนนิยม ทำให้เอกชนสามารถมีบทบาทในการกำหนดราคาในตลาดได้มาก แต่หากระดับราคาตลาดหรือราคาคุณภาพนั้น ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนบางกลุ่มรัฐจะเข้ามาแทรกแซงกลไกราคา เพื่อช่วยเหลือและสร้างความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจได้

1) การแทรกแซงราคาของรัฐบาล

รัฐบาลจะเข้าไปแทรกแซงกลไกราคาในกรณีที่ กลไกราคาไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ รัฐบาลมักจะเข้าแทรกแซงราคาโดยใช้มาตรการควบคุมราคา

2) ความจำเป็นในการแทรกแซงราคา

กลไกราคาจะทำงานอย่างเสรีเฉพาะในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เท่านั้น ตลาดแข่งขันสมบูรณ์หมายถึง ราคาหรือบริการใด ๆ ที่ปราศจากการแทรกแซง ในโลกแห่งความเป็นจริง ตลาดที่

⁸⁰ มาตรา 4 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

พบในปัจจุบันเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้ขายอาจมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาหรือในบางกรณีเป็นตลาดของผู้ซื้อซึ่งอาจจะเกิดกับผู้ผลิตที่อาจไม่มีการต่อรองกลไกราคาไม่สามารถแก้ปัญหาได้ทันทีที่ซึ่งนำความเดือนร้อนมาสู่สังคมโดยรวม รัฐบาลจึงจำเป็นต้องแทรกแซงราคา

จากที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่า การกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคในระบบในระบบธุรกิจหนังสือยังคงไม่เกิดขึ้นจากปัจจัยในการตั้งราคาของหนังสือ นั้น เกิดมาจาก

- 1) ต้นทุนการผลิต
- 2) ค่าดำเนินการของสำนักพิมพ์ เป็นต้นทุนคงที่ต่อเดือนที่สำนักพิมพ์ต้องจ่าย
- 3) ส่วนลดร้านหนังสือ การขายหนังสือตามร้านค้าปลีก สำนักพิมพ์ต้องเผื่อส่วนลดสำหรับร้านค้าปลีก ร้านหนังสือขายส่งใหญ่ๆ หรือร้านหนังสือปลีกในต่างจังหวัดสามารถลดราคาหนังสือได้มาก เพราะเป็นต้นทุนของการส่งหนังสือ
- 4) ต้นทุนสายส่ง ในปัจจุบันเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ราคาหนังสือแพงขึ้นมาก
- 5) ค่าลิขสิทธิ์ของนักเขียน/นักแปล เป็นต้นทุนเริ่มต้นก่อนหนังสือออกเผยแพร่ มักคิดเป็นร้อยละของราคาปกคูณด้วยยอดพิมพ์หรือยอดจำหน่าย แล้วแต่สัญญาจะตกลงไว้

จึงเป็นเหตุให้การตั้งราคาหนังสือในประเทศไทยมีราคาที่สูงมาก ซึ่งผลกระทบจากงานวิจัยพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของคนไทย พบว่าเกิดมาจาก ราคาหนังสือและความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อซื้อหนังสือของไทยลด

จากปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค พบว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 นั้น ไม่ได้มีการควบคุมราคาสินทรัพย์ประเภทหนังสือไว้เลย ที่อาจเกี่ยวข้องในระบบธุรกิจหนังสือ คือ หมวดบริการ 1 หมวด จำนวน 5 รายการ คือ การให้สิทธิในการเผยแพร่งานลิขสิทธิ์เพลงเพื่อการค้า บริการขนส่งสินค้า สำหรับธุรกิจออนไลน์ บริการทางการเกษตร บริการรับชำระเงิน ณ จุดบริการ และบริการให้เช่าสถานที่เก็บสินค้า ที่ก็ยังคงเป็นการกำหนดไปในสินค้าประเภทบริการอื่นๆที่มีลิขสิทธิ์ประเภทหนังสือ อีกทั้งสินทรัพย์ประเภทหนังสือนั้นเป็นสินทรัพย์ที่ไม่ได้ผันผวนไปตามภาวะทางเศรษฐกิจด้วยตัวของเล่มหนังสือเอง แต่เป็นเรื่องของต้นทุนการผลิตที่ส่งผลให้ตัวของหนังสือนั้นมีราคาสูงขึ้น ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ยังคงไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคในระบบหนังสือและควบคุมการตั้งราคาหนังสือที่ให้ความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคได้

อย่างไรก็ตาม จากปัญหาทางข้อเท็จจริงและปัญหาทางกฎหมายข้างต้น การทำสัญญา (Principle of Freedom of Contract) รัฐจะต้องไม่เข้าไปแทรกแซงในการทำสัญญาของคู่สัญญา โดยถือว่าการทำสัญญานั้นเกิดจากสมัครใจและยินยอมของคู่สัญญา จนได้เกิดการกระทำของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งที่มีอำนาจต่อรองที่มากกว่าอีกฝ่ายได้กำหนดข้อสัญญาที่ทำให้ได้เปรียบเสียเปรียบ

กันมาก ยังต้องอาศัยหลักสุจริต ที่ผู้ทำสัญญาระหว่างกันนั้นต้องมี “ความซื่อสัตย์และความไว้วางใจ” แก่กันซึ่งมีความหมายอย่างกว้างมาก ไม่สอดคล้องหลักทฤษฎีการแทรกแซงของรัฐทางเศรษฐกิจและทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สาธารณชน

ดังนั้นการที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค จึงส่งผลให้เกิดการตั้งราคาอย่างไม่เป็นธรรมที่ส่งผลให้แก่ผู้บริโภครายสุดท้ายในระบบธุรกิจหนังสือที่ส่งผลไปเป็นลูกโซ่ทั้งระบบ การตั้งราคาตามอำเภอใจของอุตสาหกรรมกลางน้ำที่ในบางสภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมต้นน้ำอาจมีต้นทุนที่ไม่ได้สูงมากนัก การที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมราคาหนังสือที่สร้างความเป็นธรรมจึงจำเป็นต่อการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือ และเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสืออย่างเป็นธรรม

4.3.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศในเรื่องของการแข่งขัน ระหว่างธุรกิจหนังสือที่เป็นรูปเล่มและE-Book (Electronic Book) พบว่า มีการกำหนดและควบคุม คุ้มครองธุรกิจหนังสือเรื่องราคาครอบคลุมไปถึงหนังสือประเภท E-Book (Electronic Book) ด้วย ดังนี้

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ในกฎหมาย Buchpreisbindungsgesetz “ มาตรา 2 ขอบเขต (1) หนังสือในแง่ของกฎหมายนี้ หมายรวมถึง

...3. ผลิตภัณฑ์หนังสือเพลงหรือการทำแผนที่ ผลิตภัณฑ์แบบทดแทน เช่น การเข้าถึงแบบถาวรในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการเผยแพร่ซึ่งเมื่อพิจารณาจากสถานการณ์โดยรวมหรือตามร้านค้าหนังสือทั่วไปพิจารณาเป็นอย่างเดียวกัน...”

ดังนั้น E-Book (Electronic Book) จึงถูกควบคุมเรื่องราคาตามกฎหมายฉบับนี้ ตามมาตรา 3 การกำหนดสินค้า

ผู้ใดจำหน่ายหนังสือในเชิงพาณิชย์หรือเชิงธุรกิจเสมือนให้กับผู้ซื้อในเยอรมนี ต้องอยู่ภายใต้บังคับมาตรา 5 ตามมาตรานี้หาได้ใช้กับหนังสือที่ใช้แล้วไม่

มาตรา 5 ราคา

(1) ผู้ใดตีพิมพ์หนังสือเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศหรือนำเข้ารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วในการแก้ไขราคาเพื่อขายให้กับผู้บริโภคปลายทางในประเทศ ต้องกำหนดราคาและจัดจำหน่ายในลักษณะที่เหมาะสม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงราคาขั้นสุดท้ายด้วย

(2) ผู้ใดนำเข้าหนังสืออาจไม่ลดราคาต่ำกว่าการเสนอราคาของสำนักพิมพ์ภายในประเทศ ที่จัดจำหน่ายแก่ผู้ซื้อในราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกกำหนดให้เป็นราคาสุดท้าย หากสำนักพิมพ์ไม่ได้กำหนดอัตราราคาภายในประเทศไว้ สำนักพิมพ์สามารถเสนอแนะผู้นำเข้าให้กำหนดราคาสุดท้ายที่อาจไม่ต่ำกว่าราคารมาตรฐานหรือเสนอแนะโดย สำนักพิมพ์ต้องการระบุราคา

ของสำนักพิมพ์เอง ที่จัดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย และต้องบวกภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมายเยอรมนี

(3) ทุกคนที่ซื้อหนังสือผู้นำเข้าในกลุ่มข้อตกลงเกี่ยวกับเขตเศรษฐกิจยุโรป อาจลดราคาตามวรรค 2 ที่กำหนดราคาสุดท้ายในอัตราส่วนของกำไรในซื้อขายที่กำหนดไว้ ราคาซื้อที่เป็นจารีตประเพณีของการซื้อต้องสอดคล้องกับรัฐในขณะที่มีการส่งมอบส่วนลดตามปริมาณการผลิตโดยทั่วไป และต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขการขาย โดยมีการพิจารณาจากองค์ประกอบของราคาซื้อปกติ

หรือจากกรณีศึกษาของสาธารณรัฐฝรั่งเศส “รัฐบาลของประเทศฝรั่งเศส ที่นำโดยพรรคสังคมนิยม ได้ออกมาประกาศว่าเพื่อเป็นการปกป้องร้านค้าที่มีที่ตั้งขายของอยู่ตามท้องถนน ซึ่งได้รับผลกระทบจากร้านค้าออนไลน์ รัฐบาลจะห้ามไม่ให้บริการออนไลน์อย่าง Amazon สามารถขายหนังสือลดราคาโดยไม่คิดค่าขนส่ง ล่าสุดกฎหมายดังกล่าวเริ่มมีผลบังคับใช้แล้ววันนี้

อย่างไรก็ตาม Amazon ได้ออกมาประกาศอย่างรวดเร็วว่าเพื่อเป็นการปฏิบัติตามข้อบังคับทางกฎหมาย ทาง Amazon จะเริ่มคิดค่าขนส่งหนังสือเป็นเงิน 0.01 ยูโรสำหรับคนที่ไม่ได้เป็นสมาชิก Amazon Prime ส่วนผู้ที่เป็สมาชิก จะยังคงไม่ต้องเสียค่าส่งสินค้าเช่นเดิม

เช่นกัน กฎหมายนี้ยังบังคับไม่ให้ Amazon และร้านค้าหนังสือออนไลน์อื่น ๆ ตัดราคาหนังสือร้านหนังสือทั่วไป ทำให้ Amazon ต้องยกเลิกโปรโมชั่นลดราคาหนังสือให้กับลูกค้า 5% อย่างไรก็ตาม ร้านค้าหนังสือทั่วไปตามท้องถนนยังสามารถลดราคาหนังสือเพื่อแข่งกับ Amazon ได้

ในขณะที่ดูเหมือนว่าร้านค้าหนังสือทั่วไปตามท้องถนนในฝรั่งเศสอาจจะได้เปรียบ แต่ Amazon เองยังสามารถยื่นอุทธรณ์ต่อศาล EU ด้วยข้อกล่าวหาว่ารัฐบาลฝรั่งเศสมีพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันของตลาด”

จากกรณีข้างต้นจะเห็นได้ว่า กฎหมายแกลงลว้ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้ออกประกาศเพิ่มเติมครอบคลุมไปถึงการค้าหนังสือออนไลน์ และรวมถึง E-Book (Electronic Book) ด้วยและสาธารณรัฐเกาหลีใต้ ก็ได้กล่าวครอบคลุมถึง E-Book (Electronic Book) ด้วยโดยเรียกว่าสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องมีการแสดงราคาและกำหนดระยะเวลาในการควบคุมราคาของหนังสือไว้ด้วย

กรณีของการกำหนดราคาหนังสือจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศทั้ง 3 ประเทศพบว่า

สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้มีบทกฎหมายกำหนดไว้ว่า จะต้อง “สร้างความเป็นธรรม” ให้แก่ผู้บริโภค ตามบทบัญญัติ “มาตรา 6 ขาย⁸¹

(3) ผู้เผยแพร่ต้องตั้งราคาไม่สูงหรือเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ขายโดยตรงคนสุดท้ายที่เป็นผู้จัดการร้านขายหนังสือ.....” ทั้งนี้ในบทบัญญัติการตั้งราคาจากมาตราดังกล่าว กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐานนั้น ได้บัญญัติข้อยกเว้นการกำหนดราคาที่จะไม่นำไปใช้บังคับกับประเภทหนังสือและวิธีการจำหน่ายในหน่วยงานรูปแบบใดบ้าง ตามบทบัญญัติ มาตรา 7 ข้อยกเว้น⁸²

(1) มาตรา 3 ไม่นำมาบังคับกับการขายหนังสือ

1. ให้กับผู้เผยแพร่หรือผู้นำเข้าหนังสือหนังสือหรือพนักงานของพวกเขาและลูกจ้างประจำสำหรับการใช้งานของตัวเอง

2. ผู้เขียนของสิ่งพิมพ์อิสระสำนักพิมพ์สำหรับการใช้งานของตัวเอง

3. มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ในห้องเรียน

4. ซึ่งมีความชัดเจนว่าอยู่บนพื้นฐานของความเสียหายหรือข้อบกพร่องอื่น ๆ ที่เป็นข้อบกพร่องของสำเนาหนังสือ

5. เป็นส่วนหนึ่งของการถูกจำกัดระยะเวลาในเวลา 30 วัน ถ้าหนังสือออกมาจากหุ้นสามัญของบริษัท โดยได้ยื่นปิดชีพหลายเออร์ที่ถูกนำเสนอก่อนหน้านี้ในเวลาที่เหมาะสมสำหรับการถอนหนังสือนั้น

เห็นได้ว่า ข้อยกเว้นของการบังคับกฎหมายฉบับนี้จะยกเว้นให้กับหนังสือที่เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ และเพื่อป้องกันในกรณีมีหนังสือนั้นเกิดความเสียหายเกิดขึ้น เช่น กรณีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

สาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้กำหนดวิธีการตั้งราคาให้เป็นราคากลาง โดยศึกษาจาก Act 1 ของกฎหมายแลงลอร์วของสาธารณรัฐฝรั่งเศส⁸³ “.....หนังสือที่ได้รับการตีพิมพ์หรือที่นำเข้ามาภายในประเทศ ซึ่งหนังสือนั้น ได้รับการตั้งราคากลาง ออกเผยแพร่แก่สาธารณชน ซึ่งผู้ที่เผยแพร่จัดจำหน่ายหรือนำเข้าหนังสือนั้น ต้องได้รับการจดทะเบียนว่าด้วยประเภทหนังสือ....”

⁸¹ มาตรา 6 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบีนท์คันเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์รัฐเยอรมนี

⁸² มาตรา 7 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบีนท์คันเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์รัฐเยอรมนี

⁸³ มาตรา 1 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

หรือ Act 1 ของกฎหมายแถลงต่อของสาธารณรัฐฝรั่งเศส⁸⁴ “...ร้านค้าปลีกจะต้องเรียกเก็บค่าบริการในราคาที่มีพอสมควรในการขายให้กับบุคคลทั่วไประหว่างร้อยละ 95 และร้อยละ 100 ของราคามาตรฐานที่ตั้งโดยสำนักพิมพ์หรือผู้นำเข้า ในกรณีที่นำเข้าเกี่ยวข้องกับหนังสือที่ดีพิมพ์ในประเทศฝรั่งเศส ราคาขายปลีกที่ถูกแก้ไขโดยผู้นำเข้าอย่างน้อยต้องเท่ากับราคาที่ถูกลงกำหนดโดยสำนักพิมพ์...”

เห็นได้ว่าสาธารณรัฐฝรั่งเศสหนังสือหัวเรื่องหนึ่งต้องมีการกำหนดราคากลางไว้และผู้ที่จะจำหน่ายหนังสือได้ต้องรับการจดทะเบียนด้วย อีกทั้งกำหนดการตั้งราคาของร้านค้าหนังสือปลีกในการบวกค่าบริการอื่นๆเข้าไปด้วย

สาธารณรัฐเกาหลีได้กำหนดบทบัญญัติในการการตีพิมพ์และการแสดงราคาขาย ไว้ในมาตรา 22 ของโทษของกวางเจ หรือ 출판문화산업 진흥법 หรือ PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT คือ

“...1. เมื่อสำนักพิมพ์ที่จะออกสิ่งพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์ในการขาย ราคาที่จะขายให้กับผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้โดยประธานาธิบดี เป็นจะต้องระบุไว้ในสิ่งพิมพ์

2. ในช่วง 18 เดือนนับจากวันที่ประกาศสิ่งพิมพ์อาจมีการเปลี่ยนแปลงราคา ตามที่กำหนด โดยพระราชกฤษฎีกาประธานาธิบดี หากราคาที่แสดงคือส่วนแรก ใช้บังคับโดยอนุโลม

3.วรรค 1 และ 2 แม้จะมีกรณีของสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์เผยแพร่ได้ระบุไว้ในรายการราคาอ้างอิงและผู้เผยแพร่โฆษณาที่ขายสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่แสดงบนเว็บไซต์ขายให้ผู้ซื้อสามารถระบุราคาที่ระบุไว้ในการอ้างอิง

4. บุคคลที่ขายสิ่งพิมพ์โดยแสดงเป็นราคา

5. บุคคลที่แม้จะมีการขายสิ่งพิมพ์ และตั้งส่วนลดในราคาและเศรษฐกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของราคาตามรายการส่งเสริมการอ่านและการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถขายผลกำไรรวมกันได้โดยอิสระ หากส่วนลดควรจะน้อยกว่าร้อยละ 10

6. ไม่นำไปใช้กับการเรียกร้องที่ 4 และ 5 ข้อเรียกร้องในประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ที่ตกอยู่ภายใต้การใด ๆ ของ

...1. พิมพ์ขายในสิ่งอำนวยความสะดวกสวัสดิการสังคม

2. สิ่งพิมพ์ที่จะขายลิขสิทธิ์

3. อื่น ๆ ที่กำหนดโดยประธานาธิบดี, สิ่งพิมพ์...

⁸⁴ มาตรา 1 Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

7. "ผลประโยชน์ของเศรษฐกิจ" ในมาตรา 5 หมายถึง จำนวนของสำเนาการทำธุรกรรมที่ตกอยู่ภายใต้อนุวรรคใด ๆ ของสิ่งพิมพ์ต่อไปนี้สามารถใช้ได้กับผู้บริโภค

1. สินค้า
2. การสะสมไมล์ (หมายถึงคะแนนและสอดคล้องกับอัตราร้อยละของราคาขาย)
3. บัตรกำนัล
4. บัตรของขวัญ
5. นอกจากนี้ให้กับผู้บริโภคตามที่กำหนดไว้ในการเรียกร้องถึงฉบับที่ 4 จากครั้งที่ 1

หรือไม่ต้องจ่ายราคาปกติจนกว่าจะได้รับการยอมรับว่าไม่สามารถซื้อได้”

เห็นได้ว่า สาธารณรัฐเกาหลีกำหนดวิธีการตั้งราคาไว้ พร้อมทั้ง กำหนดรวมไปถึงผลประโยชน์ของเศรษฐกิจที่อยู่รวมในการซื้อขายหนังสือด้วย

ตั้งเห็นได้ว่า การกำหนดกฎหมายเป็นการเฉพาะจะสามารถลดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมออกไปจากธุรกิจหนังสือ ได้เป็นอย่างมาก และสามารถที่คงระบบธุรกิจหนังสือเป็นไปอย่างเท่าเทียมกัน



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

ในปัจจุบัน ได้มีการปิดตัวของธุรกิจจำนวนมาก ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการเออาร์ดเอาเปรียบผู้บริโภคในธุรกิจหนังสือ ดังนั้นไม่ว่าการผลิตหนังสือออกสู่สาธารณชนนั้น จะเป็นไปได้โดยวิธีการตีพิมพ์ลงในกระดาษหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ก็ตาม เมื่อนับว่าหนังสือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ควรต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือให้ได้รับความเป็นธรรมมากที่สุด อีกทั้งการยุติการตีพิมพ์หนังสือหรือยุติกิจการของสำนักพิมพ์ต่าง ๆ อันเป็นอุตสาหกรรมต้นทางของหนังสือ หลายสำนักพิมพ์ หากมีการยุติการดำเนินกิจการของร้านหนังสือหรือสำนักพิมพ์ขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น จนในที่สุดอาจเหลือเพียงร้านขายหนังสือที่มีเงินทุนมารวมถึงสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่สามารถอยู่ในระบบการค้าหนังสือ อาจทำให้เกิดการผูกขาดในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ รวมทั้งเกิดการแข่งขันทางการค้าที่ลดลงและเกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าว ไม่เป็นผลดีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมของระบบธุรกิจหนังสือ

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุให้เกิดปัญหาขึ้น เนื่องจากระบบธุรกิจหนังสือเป็นระบบของสายต่อในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือที่เรียกว่า “สายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการพิมพ์ (Supply Chain)”⁸⁵ กล่าวคือ เริ่มต้นจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมปลูกป่า ผู้ผลิตกระดาษหรือเครื่องผลิต อุตสาหกรรมหมึก ธุรกิจการออกแบบ เป็นต้น มาถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ คือ สำนักพิมพ์(Publishers) ขบวนการพิมพ์หนังสือบรรจุกัณฑ์ จนถึงตลาด คือ ร้านค้าส่ง(Wholesaler) ถึงร้านค้าหนังสือปลีก(Seller) โดยในท้ายที่สุดของธุรกิจ หนังสือคือลูกค้าคนสุดท้าย ซึ่งก็คือผู้บริโภค โดยในระหว่างนี้ความสัมพันธ์ในการจัดจำหน่ายบางครั้งจะเป็นคู่สัญญาทางธุรกิจเวียนอยู่ภายในระบบธุรกิจหนังสือ ซึ่งอาจมีครบทั้งสามฝ่ายหรือมีเพียงสองฝ่าย ซึ่งปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือธุรกิจหนังสือมีการปิดตัวลงจำนวนมากได้ส่งผล

⁸⁵ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย, (กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ: สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า, 2557).

กระทบต่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อรายสุดท้ายหรือผู้อ่านอย่างไม่เป็นธรรม เนื่องจากผลกระทบที่สำคัญในระบบธุรกิจหนังสือ คือ “ราคา” โดยราคานี้ คือ ตัวแปรสำคัญในการเดินทางของระบบธุรกิจ หากสินทรัพย์หรือหนังสือมีราคาที่สูงมาก ความต้องการของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือก็ลดลงไป หลังจากนั้นก็ส่งผลกระทบกันอย่างต่อเนื่องเป็นลูกโซ่มากขึ้น เริ่มจาก จำนวนที่ลดลงของผู้บริโภคหนังสือหรือผู้อ่านหรือผู้ซื้อรายสุดท้ายที่มีต่อร้านค้าหนังสือ โดยเฉพาะร้านค้าปลีกที่เป็นร้านค้าหนังสือขนาดย่อมที่ไม่ได้เป็นร้านค้าที่อยู่ภายใต้บริษัทใหญ่ หรือสำนักพิมพ์ หลังจากนั้นก็ย่อมส่งผลกระทบต่อสำนักพิมพ์และบุคลากรที่อยู่ภายในสายการผลิตของระบบธุรกิจหนังสือ โดยในท้ายที่สุดระบบธุรกิจก็ย่อมเกิดการปิดตัวลง ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ด้วยการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสืออาจส่งผลถึงการล่มสลายของระบบธุรกิจหนังสือเพราะจะมีการผูกขาดธุรกิจหนังสืออยู่เพียงไม่กี่รายเท่านั้น อันนำไปสู่ควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย เพราะเมื่อเกิดการแบกรับที่มากเกิดไปของผู้ประกอบการรายย่อย และความสนใจของผู้บริโภคสินทรัพย์ประเภทหนังสือลดลง ด้วยระบบธุรกิจหนังสือที่เป็นแบบอุตสาหกรรมสายส่งหรือลูกโซ่ จึงสร้างผลกระทบให้กับผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือทุกลำดับขั้น อันนำไปสู่ผลกระทบที่สำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภครายสุดท้ายของระบบธุรกิจหนังสือ คือ ผู้อ่าน และปลายทางของเหตุความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมก็กระทบอย่างเป็นลูกโซ่กลับไปสู่อุตสาหกรรมกลางน้ำ คือสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น แหล่งผลิตกระดาษ เป็นต้น โดยในท้ายที่สุดจึงเกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมของผู้ค้าที่อยู่ในระบบธุรกิจหนังสือที่มีการตั้งราคาอย่างอิสระไม่มีการถูกควบคุมและไม่มีการส่งเสริมการค้าในธุรกิจหนังสือได้อย่างเพียงพอ ทั้งที่หนังสือนั้นได้ถือว่่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ หากว่ามีการเผยแพร่สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงพอและถูกผูกขาดโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จากหลักการทางเศรษฐศาสตร์ด้านอำนาจเหนือตลาด ระบบธุรกิจนั้นก็ จะไม่สามารถกลับคืนและสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนในชาติได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ

ประเทศไทยไม่ได้มีกฎหมายเข้ามารองรับระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ จะมีเพียงแต่กฎหมายที่ดูแลและคุ้มครองธุรกิจและบุคคลบางส่วนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น และกฎหมายของไทยไม่สามารถที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนในระบบของธุรกิจหนังสือที่จะทำให้ธุรกิจหนังสือดำเนินไปอย่างราบรื่นและไม่สามารถทำให้เกิดการคงอยู่ของธุรกิจหนังสือเพิ่มมากขึ้น ปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ จากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ.2522 มีบทบัญญัติบุคคลที่ถูกคุ้มครอง⁸⁶โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ บุคคลหรือนิติบุคคลที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทน และสิทธิความคุ้มครองในมาตรา 4⁸⁷ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ที่ได้จำแนกสิทธิทั้งหมด 5 สิทธิ ก็ยังคงไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะได้

จากพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์คือ รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีและเป็นธรรมโดยอาศัยกลไกตลาด และสนับสนุนให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและต้องกำกับให้การประกอบกิจการมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม ป้องกันการผูกขาดตัดตอนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม และคุ้มครองผู้บริโภค โดยกฎหมายฉบับนี้ได้เน้นในเรื่องของการป้องกันการควมรวมกิจการเป็นมากขึ้นและกำหนดให้การป้องกันอำนาจเหนือตลาดในแต่ละธุรกิจและต้องเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แม้จะมีการออกกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่รัดกุมมากขึ้น แต่กรณีของการจำหน่ายหนังสือ ที่ยังไม่สามารถใช้มาตรการทางกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้แต่กลับได้เพียงแต่มีมาตรการการร้องขอของหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น

ดังนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นกฎหมายที่ใช้บังคับกับธุรกิจหนังสือ ได้อย่างไม่เคร่งครัดนัก และธุรกิจหนังสือเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยการควบคุมของพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องเฉพาะเรื่อง

ปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย จากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นการคุ้มครองในกรณีที่เกิดความเสียหายเกิดขึ้นมาแล้วในระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้ประกอบการฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจเป็นได้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคในคราวเดียวกัน เมื่อเกิดความเสียหายจากสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการการเรียกร้องความเสียหายจึงสามารถกระทำ แม้จะบัญญัติไว้เพื่อ

⁸⁶ มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

⁸⁷ มาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

คุ้มครองไว้ก่อนแล้ว แต่ยังไม่สามารถป้องกันไว้ได้แต่ต้นและไม่อาจรวมไปถึงกรณีระหว่างผู้ประกอบการในการผูกนิติสัมพันธ์ได้

ประเทศไทยตราพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ขึ้นโดยมีสาระสำคัญ คือ การป้องกันและให้ความเป็นธรรมจากข้อสัญญาที่เอารัดเอาเปรียบจากผู้ที่มิอำนาจต่อรอง โดยเฉพาะในกรณีสัญญาสำเร็จรูป⁸⁸ แต่จากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือนี้ เป็นการเริ่มต้นของรูปแบบผลกระทบการตั้งราคาหนังสือที่มาอุตสาหกรรมต้นน้ำจนมาถึงตลาด ที่เป็นทางอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมักจะใช้ คือ กลไกการตั้งราคาของเศรษฐกิจโลก และด้วยเหตุดังนั้นจึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในช่วงตลาด คือ ผู้แบกรับความสัมพันธ์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ด้านการโฆษณาสินค้า การหาตลาด การหาผู้ซื้อหรือผู้บริโภคนั้น จึงสร้างผลกระทบให้กับผู้ประกอบการในระบบธุรกิจหนังสือทุกลำดับขั้น อันนำไปสู่ผลกระทบที่สำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้บริโภครายสุดท้ายของระบบธุรกิจหนังสือ คือ ผู้อ่าน และปลายทางของเหตุความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมก็กระทบกลับเข้าสู่ระบบลูกโซ่ กลไกการเดินทางของระบบธุรกิจหนังสือก็เกิดการชะงัก ดังนั้นพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยไม่ได้ทั้งระบบธุรกิจหนังสือ

ปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่ตั้งราคาขึ้นแก่ผู้บริโภค ปัญหาที่นำไปสู่ระบบธุรกิจหนังสือที่ล้มเหลวเกิดขึ้นมาจากการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการที่อยู่ในระบบธุรกิจหนังสือที่มีการตั้งราคาอย่างอิสระไม่มีการถูกควบคุมและไม่มีการส่งเสริมการค้าในธุรกิจหนังสือได้อย่างเพียงพอ ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มีวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลเรื่องราคาสินค้าและบริการอย่างทั่วถึงและมีความเป็นธรรม มีคณะกรรมการในการกำหนดราคาสินค้าและบริการที่เป็นไปตามสถานะของเศรษฐกิจ ในปัจจุบันมีจำนวน 42 สินค้า 5 บริการ แต่ก็ยังคงไม่มีสินค้าหรือสินทรัพย์ที่แสดงออกเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหนังสือ และพัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการจัดทำหนังสือมากขึ้น โดยสามารถจัดทำหนังสือโดยไม่จำเป็นต้องใช้การพิมพ์ด้วยหมึกและกระดาษ แต่สามารถอ่านหนังสือบนเครื่องมือเทคโนโลยีต่างๆ ได้มีบทบาทในทางธุรกิจหนังสือ ราคาที่สูงเทียบเท่ากับราคาหนังสือที่เป็นรูปเล่ม แต่ E-Book (Electronic Book) สามารถลดราคาได้ ตั้งแต่ร้อยละ 5-30 ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้อ่านเป็นอย่างมาก

⁸⁸ หมายเหตุท้าย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

จึงก่อให้เกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นมาภายในระบบธุรกิจหนังสือ นอกเหนือจากการแข่งขันของสำนักพิมพ์เอง หรือร้านค้าหนังสือขนาดใหญ่และขนาดเล็ก แนวทางแก้ไขการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือโดยเฉพาะเรื่องข้อกำหนดราคาหนังสือจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งและจะนำไปสู่การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือและระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมแก่ประเทศไทยอย่างเป็นธรรม

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความสำคัญและความเป็นมาและบทวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมาย ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวตามแนวทางของกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งจะนำมาเป็นแนวทางในการเสนอแนะร่างกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

5.2.1 แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวไม่มีบทบัญญัติที่คุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

ผู้ศึกษาได้เสนอแนะให้บัญญัติกฎหมายที่มีเจตนารมณ์ที่มีการปกป้องระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ โดยเป็นไปตามเจตนารมณ์เช่นเดียวกับสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้มีการปกป้องควบคุมระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เป็นสร้างประโยชน์ให้กับร้านค้าปลีก (Bookseller) เพื่อที่จะสามารถดำรงร้านของตนให้อยู่ได้มากขึ้น และมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมในการค้าหนังสือที่จะไม่ถูกผูกขาดการค้าโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (Publishers) ที่มีกำลังการลงทุนและการขายมากกว่าร้านค้ารายย่อย โดยเมื่อมีการคงอยู่ของร้านค้ามากขึ้น ความหลากหลายทางหนังสือก็มากขึ้นตามไปด้วย เพราะการรักษาสิทธิทางวัฒนธรรมในรูปแบบหนังสือให้สามารถดำรงอยู่ได้ถือเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะหนังสือนั่นถือเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่ามากกว่าสินทรัพย์อื่นเพราะเป็นสิ่งที่สามารถรักษาไว้ ซึ่งวัฒนธรรมทุกอย่างของชาติและของโลก

สาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้กำหนดกฎหมายให้บุคคลที่เผยแพร่หนังสือนั้น ต้องปฏิบัติตามหรืออยู่ภายใต้เงื่อนไขของกฎหมายเพื่อป้องกันมิให้เกิดการหลอมน้ำของการค้าของธุรกิจหนังสือเกิดขึ้น ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายของสาธารณรัฐเกาหลีคือ เพื่อการควบคุมราคาหรือปรับปรุง แก้ไข คือ การป้องกันมิให้เกิดการแข่งขันด้านราคามากเกินไป โดยจำกัดให้น้อยกว่าอัตรา การลดราคาที ร้อยละ 15 ของหนังสือทุกเล่ม (ส่วนลดเงินสด ร้อยละ 10 และ ส่วนลดอ้อม ร้อยละ 5) ทำให้ เกิดการกระตุ้นการทำงานของผู้เผยแพร่ขนาดเล็กและร้านหนังสือเพื่อป้องกัน การแข่งขันด้านราคาตาม อำเภोजามีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการรวมหนังสือที่ใช้บริการหนังสือและตีพิมพ์และมีข้อจำกัด เกี่ยวกับส่วนลดในราคาคงที่และราคาควบคุมตลาดเปิด

โดยเจตนารมณ์ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้มีการแสดงออกถึงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากกว่าสาธารณรัฐฝรั่งเศสและสาธารณรัฐเกาหลี ที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองระบบเศรษฐกิจของธุรกิจหนังสือ แต่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้คุ้มครองธุรกิจหนังสือเพื่อเฉพาะเจาะจงให้เป็นการคุ้มครองหนังสือที่จะเกิดขึ้นไม่ให้เกิดการล่มสลายของวัฒนธรรม

5.2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย

ผู้ศึกษาได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย คือ ด้วยบริบทของประเทศไทยนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ของการกระจายหนังสือนั้นแตกต่างจากต่างประเทศที่นำมาศึกษาก็คือ ประเทศไทยมีรูปแบบเอเจนซีรายใหญ่ในการกระจายหนังสือที่รับมาจาก สำนักพิมพ์เพื่อส่งต่อไปแก่ร้านค้าหนังสือขนาดเล็ก ในขณะที่ต่างประเทศจะมีศูนย์กลางเดียวในการกระจายหนังสือสู่ร้านค้าหนังสือต่างๆ ดังนั้น จึงต้องศึกษากฎหมายต่างประเทศเพื่อใช้ในการควบคุมดูแลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ดังนี้

การลดเหลื่อมล้ำระหว่างการทำสัญญาและสร้างความสัมพันธ์กันของผู้ประกอบการกฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้กำหนด วิธีการขาย ไว้ใน กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาหนังสือมาตรฐาน ไว้เป็นมาตราชัดเจน ในมาตรา 6⁸⁹ มาตรา 8⁹⁰ ควบคุมโทษหากมีการละเมิดบทบัญญัติ ในมาตรา 9⁹¹ และมาตรา 10⁹² ดังนั้นจะเห็นได้ว่า มีการแสดงถึงการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยที่ชัดเจน จึงต้องอาศัยบทบัญญัตินี้ในการร่างกฎหมาย

⁸⁹ มาตรา 6 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบิณฑ์ดั้นเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁹⁰ มาตรา 8 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบิณฑ์ดั้นเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁹¹ มาตรา 9 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบิณฑ์ดั้นเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

⁹² มาตรา 10 ของกฎหมายฉบับไพร์ชบิณฑ์ดั้นเกรซ หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

5.2.3 แนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค

ปัญหาด้านราคาเป็นปัญหาสำคัญที่สร้างผลกระทบให้แก่ระบบธุรกิจหนังสือทั้งระบบ จึงมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยที่เข้ามามีปัจจัยในการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือ ผู้ศึกษาจึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ของกฎหมายต่างประเทศ คือ การตั้งราคาซึ่งไม่ได้มีการกำหนดบทบัญญัติที่ชัดเจนว่าในหนังสือประเภทหนึ่งนั้นจะต้องตั้งราคาเป็นไปในรูปแบบใด แต่จะเป็นไปในรูปแบบของการกำหนดมิให้ลดราคาหนังสืออยู่ภายในระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้เกิดการแข่งขันของผู้ค้าหนังสือในด้านอื่นมากกว่าด้านราคา แต่ก็ได้กำหนดบทบัญญัติว่าจะต้องกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้เกิดผู้บริโภค อีกทั้งยังคงมีการแข่งขันของรูปแบบหนังสือในปัจจุบัน คือ ระหว่างหนังสือแบบรูปเล่มและหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูงมาก โดยจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศในเรื่องของการแข่งขัน ระหว่างธุรกิจหนังสือที่เป็น รูปเล่มและE-Book (Electronic Book) พบว่า มีการกำหนดและควบคุม คุ่มครองธุรกิจหนังสือเรื่อง ราคาครอบคลุมไปถึงหนังสือประเภท E-Book (Electronic Book) ด้วย ดังนั้นการร่างกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยจึงต้องรวมไปถึงการกำหนดราคาของหนังสือแบบรูปเล่มและแบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

5.2.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ด้วยระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทยยังคงมีความแตกต่างไปจากต่างประเทศอยู่มาก จึงต้องมีการวิจัยหรือศึกษาเพิ่มเติมถึงข้อดีข้อเสียของระบบธุรกิจหนังสือที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบของการกระจายหนังสือออกจำหน่ายของไทยที่แตกต่างจากต่างประเทศ ที่มีเอเจนซีในการกระจายหนังสือหลายรายและมีการตกลงอย่างไม่เป็นทางการเพื่อสร้างพื้นที่ของการกระจายสินค้าของตน โดยในต่างประเทศ อาทิ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ญี่ปุ่น ที่มีศูนย์กลางในการกระจายหนังสือออกสู่ร้านค้าหนังสือต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการน้อยกว่า เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ นายเพชร จงกมานนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย ได้ให้แนวทางจากต่างประเทศ ว่า ในต่างประเทศจะมีการสร้างห้องสมุดที่เป็นศูนย์ในการแสดงหนังสือและความรู้เพื่อดึงดูดให้ประชาชนที่ความสนใจในการอ่าน เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้รับการสนับสนุนโดยรัฐบาลให้มีการสนับสนุนตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำให้มีการแข่งขันและความสามารถในการผลิตที่ดีขึ้น และจะต้องให้ทุกชุมชนในประเทศมีร้านค้าหนังสืออย่างน้อยหนึ่งแห่ง

อีกทั้งจากบทสัมภาษณ์ยังพบว่าปัจจัยภายนอก ที่มีผลในการขับเคลื่อนต่อระบบธุรกิจ หนังสืออย่างมาก คือ งบประมาณ ดังเห็นเพิ่มเติมจากงานวิจัยที่กล่าวมา โดยนายพชร จงกมานนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ ให้ข้อเสนอแนะ รัฐควรเข้ามาสนับสนุน 1)ด้านกำลังซื้อ 2) ด้านการลดต้นทุนการผลิต 3)การสร้างผลกำไรที่สมดุลกับความสามารถทางการซื้อของผู้บริโภค

ทั้งนี้ระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทยยังต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการอ่านของคนไทยอีกมาก จึงต้องอาศัยงานวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนไม่ให้วัฒนธรรมการอ่านหรือการเขียนไม่ว่าจะแบบรูปเล่มหรือแบบอิเล็กทรอนิกส์ถูกรองรับโดยบุคคลใด บุคคลหนึ่งซึ่งอาจนำไปสู่การล่มสลายของวัฒนธรรมได้ เพราะหนังสือคือสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ต้องรักษาไว้ให้คงอยู่เสมอไป

ดังนั้นการร่างกฎหมายที่ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ จึงอาจเป็นทางออกหนึ่งของการรักษาการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือที่อยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาแม้แต่การผลิตตัวหนังสือเองที่เพิ่มจากรูปแบบรูปเล่มที่เป็นกระดาษมาเข้าสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์นี้ โดยกฎหมายฉบับนี้จะต้องครอบคลุมตัวระบบธุรกิจหนังสือโดยให้เจตนารมณ์ที่แท้จริงของกฎหมายเป็นไปเพื่อผู้บริโภคหรือผู้อ่านที่อยู่ในระบบธุรกิจหนังสือให้มากที่สุด และต้องคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือให้เกิดการกระจายและสามารถสนับสนุนผู้ที่เข้ามาอยู่ในระบบธุรกิจหนังสือให้มีความหลากหลายของแนวคิดที่จะเข้ามารังสรรค์หนังสือทุกรูปแบบให้มีคุณภาพที่สุดเพื่อออกสู่สาธารณชนของประเทศ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- คณิน บุญสุวรรณ. กระบวนการทำงานของระบบรัฐสภาตามรัฐธรรมนูญฉบับใหม่.
กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน, 2541.
- จิรัตติกา สิริยะ. “ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า Legal problematic on the enforcement of competition law.” วารสารนิติศาสตร์ปริทัศน์ พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ปีที่ 2. ฉบับที่ 3. กุมภาพันธ์-เมษายน 2557.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และสุธี ประศาสน์เศรษฐ์. “ระบบเศรษฐกิจไทย ค.ศ. 1910.”
ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (บรรณาธิการ). วิวัฒนาการทุนนิยมไทย. กรุงเทพมหานคร: สารศึกษาการพิมพ์, 2523.
- เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล. “หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล(Corporate Gevermence).
สังกัดฝ่ายกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.”
Available: http://www.mtc.or.th/uploadfiles/1129087929_2_Standard.doc.
- เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล, Study Room. สำนักงาน กสทช, 10 มิถุนายน 2555.
- ชีวรรณ เจริญสุข. กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม (โชวห่วย).
บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีปทุม. บริหารธุรกิจ การตลาด, 2547.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. “วิวัฒนาการการผูกขาดในประเทศไทย.” ใน เศรษฐกิจไทย: โครงสร้างกับการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ทวีสันต์ วิรัชพงสานนท์. ปัญหาการเยียวยาความเสียหายของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม
ศึกษากรณีโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่陸ม. Remedial action problems of damage for
consumers in telecommunications businesses. ม.ป.ท: ม.ป.พ, 2552.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคณะ. ธุรกิจ รัฐ และคอร์รัปชัน : รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพมหานคร :
สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.), 2546.
- นันทวัฒน์ บรมานันท์และแก้วคำ ไกรลพพงษ์. การปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่ง
ราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์วิญญูชน. 2543.
- วันทนีย์ ภูมิภัทรากม. ทับทิม วงศ์ประยูร. สมยศ อวเกียรติและวัชรระ ไทยโพธิ์ศรี.
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ(Introduction to Business Operation).
ม.ป.ท: ม.ป.พ, 2537.

วิรุพหกกกลับ. “วิวัฒนาการการพิมพ์และหนังสือเล่มแรกของไทย.”

บทความสังคม-กฎหมาย. <http://www.vcharkarn.com/varticle/38234>, 22 ตุลาคม 2551.

วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์. การพัฒนาการกำกับดูแลด้านราคาภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. นิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

เขาวนารถ เพาะผล. “มาตรการทางกฎหมายในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, 2554

สมคิด พุทธศรี. “เมื่อความรักและอุดมคติไม่เพียงพอ: บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ.” 13 มิถุนายน 2555.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA) ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB). การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย. ม.ป.ท: ม.ป.พ, 2558.

สุภัทร แสงประดับ. “ปัญหากฎหมายในการพิจารณาคดีคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย:

THE LEGAL PROBLEMS IN CONSUMER PROTECTION TRIAL IN THAILAND.”

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2556.

สุภาพร คลังชำนาน. ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554.

สุขุม สุภณิตย์. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2552.

สำนักงานสถิติแห่งชาติไทย. สถิติการอ่านของคนไทย พ.ศ 2558.PDF. 2558.

เสาวภา พรพิรุณโรจน์. “การเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร.”

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.

หยงเล่อ. “เปิดกลยุทธ์การตั้งราคาหนังสือ.”

<https://www.dek-d.com/board/view/1826290/>, 1 สิงหาคม 2555.

อัญชติ มุ่งเจริญวัฒนกุล. การศึกษาปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อการรักษาสิทธิผู้บริโภคของ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. The study of some factors affecting consumer rights
protection of Pratom Suksa 6 students. ม.ป.ท: ม.ป.พ, 2552.

อุกฤษ มงคลนาวิน. “กรรมสิทธิ์ตามกฎหมายฝรั่งเศส.” บทบัญญัติ. น. 579 (2515).

กฎหมายต่างประเทศ

BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์รัฐเยอรมนี

Dr. Verena Sich, German Publishers and Booksellers Association-Börsenvereines Deutschen

Buchhandels Legal Department. Frankfurt / Seoul, November 2004.

International Publishers Association. Global Fixed Book Price 23 May 2014.

Report: International Publishers Association, 2014.

Lang Law of French สาธารณรัฐฝรั่งเศส

출판문화산업 진흥법 หรือ PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT

สาธารณรัฐเกาหลี.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ร่าง พระราชบัญญัติว่าด้วย
การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ พ.ศ...



ร่าง

พระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ พ.ศ.....*

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 41 และมาตรา 46 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ พ.ศ...”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 คำนิยาม

- (1) หนังสือ หมายความว่ารวมถึง หนังสืออิเล็กทรอนิกส์
- (2) สำนักพิมพ์ หมายความว่า บริษัท ห้างหุ้นส่วน หุ้นส่วนที่จัดทำ จัดจำหน่าย หนังสือ หรือผู้ประกอบการอื่นใดที่มีรูปแบบธุรกิจเป็นไปแนวเดียวกับระบบธุรกิจหนังสือ
- (3) ร้านค้าหนังสือ หมายความว่า ร้านค้าที่จัดจำหน่ายหนังสือหรือผู้ประกอบการอื่นใดที่มีรูปแบบธุรกิจเป็นไปแนวเดียวกับระบบธุรกิจหนังสือ
- (4) ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหนังสือปลายทางสุดท้ายของระบบธุรกิจหนังสือ หรือผู้อ่าน

มาตรา 4 ขอบเขต

* เสนอร่างพระราชบัญญัติโดย นางสาวขวัญชนก สายชมพู

ผู้ใดจำหน่ายหนังสือในเชิงพาณิชย์หรือเชิงธุรกิจเสมือนให้กับผู้ซื้อภายในราชอาณาจักรไทย รวมถึง ผู้ประกอบการที่เข้ามาทำธุรกิจหนังสือในประเทศไทย

มาตรา 5 การกำหนดสินค้า โดยใช้บังคับกับหนังสือหรือนำเข้ารวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่จัดจำหน่ายในครั้งแรก ไม่รวมถึงหนังสือที่ใช้แล้ว

มาตรา 6 การกำหนดข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย

(1) สำนักพิมพ์และผู้ประกอบการร้านหนังสือต้องตกลงการขายหนังสือภายใต้พระราชบัญญัตินี้

(2) การกระทำนอกเหนือให้พิจารณาข้อสัญญาโดยคณะกรรมการ

มาตรา 7 การกำหนดราคา

(1) ให้ตั้งราคาหนังสืออย่างเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

(2) ผู้ใดตีพิมพ์ จำหน่ายหรือนำเข้าหนังสือต้องไม่ลดราคาสูงกว่าร้อยละ 15 ที่จัดจำหน่ายแก่ผู้ซื้อในราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกกำหนดราคาหนังสือให้เป็นราคาสุดท้าย

มาตรา 8 การกำหนดวิธีการขาย

(1) การจำหน่ายหนังสือสามารถจำหน่ายได้ในรูปแบบ แบบชุด แบบรูปเล่ม แบบจำนวนมาก โดยอาจให้ราคาพิเศษแก่นักเรียนหรือสถาบันการศึกษาโดยการทำสัญญาในการเผยแพร่ผลงานบุคคลในสถาบันนั้น

มาตรา 9 ข้อยกเว้น

มาตรา 7 ไม่นำมาบังคับกับการขายหนังสือ

1. ให้กับผู้เผยแพร่หรือนำเข้าหนังสือหนังสือหรือพนักงานและลูกจ้างประจำสำหรับภายในองค์กร

2. หนังสือที่จัดพิมพ์และจำหน่ายเพื่อรัฐ แต่ไม่รวมถึงการขายโดยรัฐ รัฐบาลท้องถิ่น สถาบันการศึกษาการฝึกอบรมวิชาชีพหรือการวิจัยสหภาพการค้าหรือทำงานเทศบาล

มาตรา 10 ระยะเวลา

(1) ในช่วงระยะเวลา.....เดือน มิให้ลดราคาจำหน่ายหนังสือ นับตั้งแต่ออกวางขาย
ครั้งแรก

มาตรา 11 การตรวจสอบ

ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ดูแลและมีอำนาจแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุม
ราคาหนังสือมาตรฐานในการตรวจสอบการกระทำละเมิดพระราชบัญญัติฉบับนี้

มาตรา 12 การกำหนดโทษและอายุความ

บุคคลใด ละเมิด พระราชบัญญัติฉบับนี้ให้ระวางโทษ ปรับ.....บาท แก่รัฐ และชำระ
ค่าปรับกรณีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการสมควรแก่ความเสียหายที่ได้รับ

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ ด้วยระบบธุรกิจหนังสือในประเทศไทยได้การปิดตัวของธุรกิจจำนวนมากโดยเฉพาะในส่วนของธุรกิจหนังสือรายย่อย อาจเป็นเหตุที่จะนำไปสู่การครอบงำตลาดธุรกิจหนังสือของรายใหญ่ และหนังสือให้ถือว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากสินค้าประเภทอื่น เป็นสินทรัพย์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ความรู้ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีของสังคม หากมีการครอบงำในระบบธุรกิจ อันส่งผลไปถึงเนื้อหาที่สร้างสรรค์สังคมจะกลายเป็นความคิดของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และการตั้งราคาของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และเพื่อเป็นการป้องกันมิให้ระบบธุรกิจหนังสือล่มสลาย และเพื่อปลายทางอันสำคัญของระบบธุรกิจหนังสือ คือ ผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องพระราชบัญญัติฉบับนี้ขึ้น

ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์ : นายเพชร จงกมานนท์
อุปนายกฝ่ายสื่อสารบุคลากร สมาคมการพิมพ์ไทย



บทสัมภาษณ์ : นายพชร จงกमानนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย*

ด้วยการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย จึงต้องศึกษาหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทย ซึ่งผู้ศึกษา รู้สึกเป็นเกียรติเข้าสัมภาษณ์นายพชร จงกमानนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย โดยจากคำแนะนำของอาจารย์พัสธร พันธุ์สุวรรณ ผู้ศึกษา จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

: ขอให้ช่วยเล่าถึงระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทย โดยยกตัวอย่างจากระบบของสมาคมการพิมพ์ไทยนี้ได้ค่ะ

นายพชร จงกमानนท์ : จากการดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น ระบบของญี่ปุ่นเช่นการส่งหนังสือเข้าเซเว่นหรือมินิมาร์ททั้งหมด เจ้าจะใช้สายส่งเจ้าเดียว อย่างที่พี่ส่งเรื่องย่อละครส่งเข้าเซเว่นขายดีเป็นอันดับหนึ่ง แต่พี่ก็จะเจอปัญหาว่ามันเป็นเรื่องของการบริหาร โอเปอเรชั่น ว่าเค้าดูแลหน้าจะขายได้ห้าหมื่นเล่ม เค้าก็จะสั่งออกมาห้าหมื่นเล่ม พอขายไม่ถึงห้าหมื่นเล่มกลายเป็นว่าเราต้องผลิตเพื่อให้เค้าห้าหมื่นเล่ม แล้วก็ส่งกระจายไปในสาขาที่ขายได้บ้างไม่ได้บ้าง ยอดคืนกลับมาเรื่องที่ขายดีหน่อยน่าจะขายได้ 70-80% เรื่องที่ขายไม่ดีก็จะเหลือ 40% ขายได้ 40% พี่ก็ต้องไปปรับของมากขึ้น อันนี้มันเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในเมืองไทย ที่ว่าการจัดการระบบข้อมูลของต้นทางหรือผู้ผลิตสำนักพิมพ์ โรงพิมพ์ ผลิตมาจำนวนเท่าไรพอไปขายตามที่เอเย่นรับไปมีการเกร็งยอด พอถึงเวลาเอาหนังสือไปขาย ค้างบนแพงเยอะ ก็กลายเป็นยอดคืนกลับมามันเลยทำให้การบริหารสต็อกบริหารการผลิตได้ยาก อันนี้อาจเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้ระบบหนังสือมันมีปัญหาในตัวมันเอง แต่ว่าของญี่ปุ่นเค้ารวม Disputer หลายคน เค้ารวมยอดมาแล้วก็เอาข้อมูลตรงนี้มาแจ้งยอดว่าที่คุณผลิตมาเท่าไร มันก็จะทำให้เป็นการแชร์ข้อมูลใน supply chain มันก็เลยทำให้การบริหารคำนวณยอดผลิตกับยอดสต็อก ยอดส่งคืนทำได้ดีกว่า เพราะมันเป็นการรวมข้อมูลไว้ในศูนย์กลางเดียวกัน แต่เมืองไทยกระจายหมด มีเอเย่นหลายคน มันเลยทำให้คอนโทรลยอดได้ยาก อย่างระบบของเซเว่นเอง ที่เจอปัญหาคือว่า เค้าจะคุมยอดเองทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด ในกรุงเทพฯจะส่งไปที่ศูนย์กลางของเซเว่น แล้วเซเว่นกระจายเอง แต่ที่ต่างจังหวัดเค้าต้องประสานไปยังเอเย่นในแต่ละจังหวัด เพื่อให้เอเย่นสั่งยอดกลับเข้ามาที่สำนักพิมพ์ มันก็เลยทำให้การคอนโทรลทำได้ยาก เอเย่นในต่างจังหวัดมันก็จะมียอดที่ส่งเข้าเซเว่นและไม่ได้ส่งเข้าเซเว่น เค้าก็จะมีเหมือนคุ่มพื้นที่ของเอเย่นว่า ไม่ให้ข้ามเขตกัน พอเป็นพื้นที่ที่ชุมชนไม่หนาแน่นแล้วเซเว่นไปเปิด เราก็ต้องกะยอดไปให้ สมมุติว่าไปนอกเมืองหน่อย เขาขอยอดมาเราก็ต้อง

* นางสาววิญชนก สายชมภู ผู้สัมภาษณ์

ผลิตไปเพื่อเค้า นี่คือนี่ที่เจอคือสั้นค้าอยู่ได้ไม่นานก็เก็บกลับ การส่งไปส่งกลับในพื้นที่ที่ไม่มีกำลังซื้อของลูกค้า มันเป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรของสำนักพิมพ์

: วิธีการสำรวจสต็อกแต่ละพื้นที่ทำอย่างไร

นายพร จงกมานนท์ : วิธีการสำรวจถ้าในฝั่งของพี่เอง พี่จะมีเซลวิ่งไปที่เอเย่นของแต่ละจังหวัด จังหวัดใหญ่ก็จะมี 2-3 เอเย่น ถ้าจังหวัดเล็กก็จะมี 1-2 เอเย่น จะส่งเซลไปสำรวจที่หน้าแผงดูความคึกครื้นของในพื้นที่ แล้วประเมินว่ามีกลุ่มลูกค้าเยอะน้อยเท่าไร แล้วมียอดคืนสินค้ายังไง เพื่อเป็นการประเมินยอดในการจ่ายยอดกลับเข้าไปในพื้นที่อีกทีหนึ่ง ถ้าพื้นที่นี้มีการตั้งนิคมอุตสาหกรรมคนก็แห่เข้าไปทำงานพื้นที่นั้นก็มีโอกาสขายสินค้าได้มากขึ้น ก็จะมีการริเวศยอดกลับเข้ามา จากนั้นเราก็จะมาพิจารณาว่าเราจะเพิ่มยอดไหม แล้วเอเย่นก็จะริเวศกลับมาโทรมาสั่งว่าเรื่องนี้ขายดีขอเพิ่มหน่อย เท่าไรก็มีการคุมความหนาแน่นของชุมชน ของความเป็นไปได้ของตลาด ในการสั่งยอดในการจ่ายยอด

: ยอดในอดีตกับปัจจุบันแตกต่างกันอย่างไร

นายพร จงกมานนท์ : ลงไปเยอะเลยครับ อย่างเรื่องย่อละครที่เคยขายได้สองแสนเล่มต่อเรื่อง แต่ก่อนช่วงพีคๆ ซองเจ็ด จำชื่อเรื่องไม่ได้ อืม เล่น รีบรันกัน 5-6 รอบ ยอดแต่ละอยู่สองแสนเดือนนี้พิมพ์ทีหนึ่งนี้สามหมื่นเล่ม ก็ขึ้นอยู่กับเรื่องแล้วเราก็ประเมินข้อมูลตลาด อาจจะมีรีบรันสักเรื่องถ้าเรื่องไหนดังอย่างมากที่สุดก็หกหมื่น จุดพิศหายไปจาก 100% ก็จะเหลือ 40-50%

: คิดว่าทำไมยอดถึงเปลี่ยน

นายพร จงกมานนท์ : มันหลายอย่างครับ เทรนด์จิตตอลมันมา คนมีทางเรื่องในการเสพสื่อได้เยอะขึ้น เดิมมีวิทยุ โทรทัศน์ ความน่าสนใจของวิทยุ โทรทัศน์มันก็มีระดับหนึ่ง แต่หนังสือมันก็มีแคเรคเตอร์อีกแบบหนึ่ง ทีนี้ข้อมูลที่ผ่านทางออนไลน์มันเร็วมากและก็หลากหลาย คนก็เหมือนลงไปแม่น้ำที่ใหญ่กว่า หนังสือมันก็มีความน่าสนใจและความน่าเบื่อในตัวมัน คนต้องใช้เวลากับหนังสือ เดี่ยวนี้พี่ก็ยอมรับว่าที่อ่านหนังสือน้อยลง มีอะไรมาแข่งเวลาไปหมด ตามหลักการตลาดมันเป็นคู่แข่งทางอ้อมในการแข่งเวลา เหมือนเรากินอาหารน้องบอกว่าน้องชอบกินปลาแต่น้องกินน้ำไปแล้วครึ่งกระเพาะน้องจะกินปลาได้น้อยลง มันก็ไปแย่งส่วนแข่งเวลาของเรา ของผู้บริโภคที่อ่านหนังสือออกไป อันนี้พี่คิดว่าเป็นแฟคเตอร์หลักที่ทำให้กระทบต่ออุตสาหกรรมหนังสือเป็นอย่างมาก แล้วประกอบกับ culture ของคนไทยไม่ได้ปลูกฝังให้เป็นคนรักการอ่านโดยฝังลึกให้รักการอ่านเหมือนหลายๆประเทศ แล้วข้อมูลหนังสือในประเทศยุโรป หรือประเทศญี่ปุ่น หรืออเมริกา ที่เป็นกลุ่มที่เค้าเจริญแล้ว เค้ามี culture ในการอ่านเค้าถูกปลูกฝังมาว่า บ้านฝรั่งจะต้องมีห้องสมุดซึ่งเป็นเหมือนการโชว์ว่าบ้านนี้มีความรู้ ญี่ปุ่นเองก็เป็นประเทศที่รักการอ่านมาก consumption ในของ paper เค้ายังลง แต่อัตราการครอบครองนี้ไม่เท่ากับเมืองไทย เมืองไทยเป็นประเทศ

ที่สวิงไปทางดิจิทัลมาก กลับกันเองจริงๆแล้วประเทศจีนเพิ่งจะมีข้อมูลล่าสุดว่าประเทศจีนกลับมี ยอดซื้อขายหนังสือสูงขึ้น เป็นเพราะประเทศเข้ามาการแข่งขันของคนในการพัฒนาตนเองเยอะ เข้า ก็เลยอ่านหนังสือเยอะ เยอะมาก แล้วร้านหนังสือที่รู้มาคือรัฐบาลเค๊าซัพพอร์ต ซัพพอร์ตทั้งระบบ ของ supply chain หนังสือ อาจจะเป็นตั้งแต่ต้นน้ำมาเลยอย่างตอนนี้ที่พิมพ์หนังสือส่วนใหญ่ กระจายอิมพอร์ตจากจีนเยอะนะ อันนี้อาจจะเป็นเรื่องของการสนับสนุนอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ ในการที่ทำให้ต้นทุนเค๊าถูก อันนี้อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะไปตีความว่าไปหากฎหมายอะไรที่ทำให้ อุตสาหกรรมหนังสืออยู่ได้ คือ 1.ลดต้นทุนการผลิต มันก็มีกระจาย เครื่องจักร แรงงาน การซัพพอร์ต คนเขียนคอนเทนต์

: ซึ่งตัวนี้น่าจะโยงไปถึงราคาหนังสือที่ปัจจุบันมันสูง เกี่ยวข้องไหมคะ

นายพร จงกมานนท์: สำหรับส่วนตัว คิดว่าราคามันไม่ได้สูง แต่อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากการแข่งขันทางการตลาด เดิมผลิตหนังสือออกมาดีไม่ได้ก็ขายได้ เพราะว่ามีผู้อ่านเยอะ แต่พอ มีการแข่งขันของสื่อขึ้นมา สำนักพิมพ์ก็ต้องปรับตัว เพราะฉะนั้นต้องทำหนังสือให้มีคุณภาพที่ดี เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านมาซื้อ จากพิมพ์สี่เดียว มาเป็นพิมพ์สองสี หรือพิมพ์สี่สี ใสรูปใส่สีใส่ให้มันดูสวยงามขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านมันก็เลยทำให้ราคาหนังสือสูงขึ้น แต่ได้ของคุณภาพที่ดีกว่า พี่คิดว่ามันเป็นกลไกนี้ทำให้ราคาหน้าปกมันอาจจะสูงขึ้น และก็เรื่องของสเกลว่าเนื่องจากคนซื้อน้อยลง economy of scale มันก็สูงขึ้น เพราะฉะนั้นจึงขึ้นราคา ไม่อย่างนั้นอยู่ไม่ได้ มันเป็นการปรับบาลานซ์ทาง เศรษฐศาสตร์ ผู้อ่านก็จะคัดสรรมากขึ้น เดิมอาจจะซื้อเยอะและก็มีเวลา แต่เดี๋ยวนี้อาจจะไม่ได้ซื้อ เยอะขึ้น ซื้อน้อยลงแต่ซื้อเล่มที่อ่าน ตอนนี้อะไรที่อ่านคนก็ยังซื้อ อย่างบุพเพสันนาสที่ผ่านมา เจ้าของสำนักพิมพ์ก็เพื่อนกัน ก็เหมือนแจ๊คพอตเลยบอกว่าตอนที่ซื้อลิขสิทธิ์อันนี้มาก็ไม่คิดว่ามันจะ ขายดีขนาดนี้ มันเหมือนแจ๊คพอตเลยจริงๆ พี่ว่ามันเป็นกลไกตลาด demand supply คนมี behaviors เปลี่ยน

นายพร จงกมานนท์ : มันมีเรื่องของ demand supply ปรับ การเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยี ทำให้ demand เปลี่ยน เมื่อ demand เปลี่ยน supply ก็ต้องเปลี่ยน และก็พฤติกรรม ใช้คำว่าพฤติกรรมเปลี่ยนจากเทคโนโลยี พฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้อ่านเปลี่ยน ซึ่งเป็นผลกระทบจาก เทคโนโลยีสื่อดิจิทัล ตัวนี้เป็น factor หลักซึ่งมีผลกระทบต่อ demand ที่ลดลง ความต้องการอ่านที่ลดลง แล้วก็อีก factor หนึ่งคือ มันมากระทบต่อ supply chain ในระบบเอเย่นร้านหนังสือ ต้องบอกว่าร้านหนังสือทั่วประเทศ เดิมยอดขายส่วนหนึ่งมาจากการขายหนังสือพิมพ์ เพราะว่า หนังสือพิมพ์ขายทุกวัน หนังสือพิมพ์เป็นตัวทำเงินให้กับเอเย่นให้มีงานทำทุกวัน หนังสือพิมพ์ ได้รับผลกระทบจากสื่ออินเทอร์เน็ต ดิจิตอล โซเชียลทั้งหมด เพราะว่าหนังสือพิมพ์ช้า ช้ากว่าสื่อออนไลน์ การเสพสื่อปรีนมีเดีย หนังสือ หรือว่าโจนอลรีเปเปอร์ แบ่งหนังสือหลักๆ แบ่งหัวข้อ

หลักๆ อะไรที่เป็นการอัปเดต คำเรียก โจนอล อัปเดตทุกวัน อันนี้จะโดนเช่น นิวส์เปเปอร์ แมกกาซีน อันนี้โดนสื่อดิจิทัล นอกจากจะเป็นแมกกาซีนเฉพาะทางที่ยังอยู่ได้ อะไรที่จะต้องอัปเดตทุกวันๆ โดนดิจิทัลหมด อีกประเภทคือการอ่าน อ่านแบบเจาะลึก อ่านแบบค้นคว้า หนังสือพวกสาวทู ก็ยังโดน พวกเจาะลึกเป็นคอลเล็กชันอะไรที่น่าเก็บสะสม อันนี้ยังอยู่ได้ แล้วก็เทรนที่อเมริกามันเริ่มกลับมาและหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก จากการศึกษาวิจัยของสหรัฐอเมริกา คือ ตั้งแต่ที่เมซอลออก kindle ออกมามันก็เลยทำให้ยอดขาย E-book ผลกำไรเพิ่มขึ้น 10-20% ทุกปี จนมาประมาณ 2-3ปี ที่ผ่านมามีการเติบโต ตัวนั้นเริ่มซาลง แล้วยอดขาย pocket book เมื่อมี kindle ก็ลดลงเรื่อยๆ แต่ตอนนี้มันเริ่มกลับมา โดยยอดขายที่สหรัฐอเมริกาตัวที่เป็นกระดาษยังสูงกว่า E-book แต่ตอนนี้เทรนที่อเมริกาเค้าเริ่มกลับมา คนเค้าอยากอ่านอะไรที่มันเก็บได้ มันสัมผัสได้ เริ่มมีมากขึ้น ถ้าตามข่าวว่าทำไมเมซอลที่เป็นออนไลน์สตรี ออกมาขาย ออกมาทำร้านหนังสือเอง ร้านเมซอลเองเค้ามีข้อมูลออนไลน์สตรี มีข้อมูลว่าอันไหนขายดี อันไหนขายไม่ดี เค้าเอาข้อมูลตรงนั้นมาจัดใหม่ ถ้าศัพท์ทางมาเก็ตติ้งเค้าเรียก บริด แอน มอทา คือร้านที่มี ฟิซิคอล คือมีร้านจริงๆ มีร้านที่จับต้องได้ไม่ใช่ร้านออนไลน์ เค้าก็เป็นเหมือนไฮบริดเอาข้อมูลออนไลน์มาทำให้ร้านมีความน่าสนใจ ทำให้คนเข้าไปซื้อ เข้าไปอ่าน ซึ่งมองกลับมาในเมืองไทยหนังสือพิมพ์เป็น factor หลัก มันมีผลกระทบเพราะว่า เอเจนต์ยอดขายหายไปเยอะ และเป็น generation ที่รุ่นลูกไม่ยอมทำ อันนี้เห็นเยอะเลย ที่คุณพ่อได้อัปเดตกับเอเจนต์ต่างจังหวัดทั่วไปเทศที่สนิทกัน ก็คือมันเป็นธุรกิจที่เหนื่อย การที่จะต้องมา เมเนจ เรื่องของสต็อกส่งไปขายได้ ไม่ได้ เอาหนังสือกลับมา ต้องมานั่งนับเล่มทำบัญชี มันเป็นเรื่องที่จุกจิก ตัวเลขไม่ค่อยหน้าสนใจ ทำงานเหนื่อย แต่ก่อนตลาดหนังสือพิมพ์เป็นตลาดเช่า การกระจายหนังสือต้อง ติ4-ติ5 มอไซค์วิ่งมารับหนังสือไปกระจายต่อ มันเลยทำให้คนรุ่นใหม่ไม่เข้ามาทำ ขาดคนใน generation ใหม่ที่มาสืบทอด มันก็เลยทำให้ supply chain ในจุดกระจายสินค้าทั่วประเทศมันน้อยลง ถามว่าจริงๆ ตอนนี้มีลูกค้าอยากได้นะ มีคนบอกว่าทำไมหาหนังสือเล่มนี้ไม่ได้ หนังสือก็อยากจะขาดได้ แต่ว่าร้านค้านี้อยู่ไม่ได้ หนังสือดีแต่ไม่สามารถเอาไปวางขายได้ คนก็หาซื้อไม่ได้ ซึ่งถ้าบอกว่าจะให้กฎหมายหรือรัฐบาลมาช่วยชัพพอร์ต รัฐบาลควรจะเข้ามาดูแลร้านหนังสือ เคยได้ยิน เคยอ่านข่าวมาว่าที่เมืองจีน เค้ามองว่าร้านหนังสือ เป็นแหล่งความรู้ ที่ปักกิ่งเค้าชัพพอร์ตเหมือนกับว่าภายในระยะทางกี่กิโลเมตร เหมือนวัดเป็นรัศมีของพื้นที่ ต้องมีร้านหนังสืออยู่ แล้วเค้าให้งบลงทุนหรือชัพพอร์ตทางการเงิน ให้ร้านหนังสือยังอยู่ได้ บังคับเลยว่าพื้นที่เท่านี้ ควรมีร้านหนังสือหนึ่งร้าน พอถัดไปพื้นที่อีกเขตหนึ่งก็ต้องมีอีกหนึ่งร้าน ให้ผู้ประกอบการเค้าไปริจิสเตอร์ แล้วเค้าจะให้ชัพพอร์ต มันก็เลยทำให้ร้านหนังสือหรือร้านหนังสือยังอยู่ในชุมชนได้ ทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงหนังสือได้ ตรงนี้พี่ไม่รู้ว่ามันสามารถออกมาเป็นกฎหมายได้ไหม แต่มันเป็นโครงการของ กทม. ได้

: แล้วโรงพิมพ์ ร้านหนังสือเคยพูดกันไปในแนวนี้ไหมคะ

นายพร จงกมานนท์: ทางสมาคมการพิมพ์ ไม่ค่อยได้เข้าไปยุ่งเกี่ยวนัก แต่จะสมาคมอีกทีหนึ่ง คือสมาคมผู้จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย หรือ PUBAT ที่เป็นผู้จัดงานสัปดาห์หนังสือ โดยได้พูดคุยกับนายกสมาคมนั้นๆแต่ละที่ว่าควรจะหยิบมาเป็นประเด็นที่ทำให้ร้านหนังสือยังอยู่ในชุมชนได้ แล้วทำให้คนในชุมชนมาสามารถเข้าไปหาหนังสือดีๆ ได้ ตอนนี้อาจถามว่าถ้าเราอยากได้หนังสือ เราไปเข้าห้างทีหนึ่ง ห้างใหม่ๆ ก็ไม่มีร้านหนังสือ ร้านหนังสือใช้พื้นที่เยอะ แต่มันเป็นอะไรที่คนกลุ่มหนึ่งเค้าจะหาอยู่ อย่างเวลาไปห้างที่ยังชอบเดินไปที่ร้านคิโนะกุนิยะ หรือว่าเอเชียบุ๊ก เพื่อหาหนังสือที่น่าสนใจมาดู ถ้ามีกฎหมายมาซัพพอร์ตให้ช่องทางหรือว่าหน้าร้านก็ยังอยู่ในชุมชนได้ อุตสาหกรรมหนังสือก็ยังอยู่ได้ ที่ล่าสุดมีเรื่องของการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการยกเว้นภาษีให้ คนที่ซื้อหนังสือ ชื่อว่า O-Top โดยมีประกาศว่าซื้อได้ไม่เกินหมื่นห้าพันบาทได้ลดหย่อนภาษี อันนี้ก็อาจจะเป็นมาตรการที่จะช่วยได้แต่เป็นระยะสั้นแค่นั้นเอง ถ้าจะให้ภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง ทางหน่วยงานของมิงบประมาณอยู่แล้ว ซึ่งหน่วยงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการศึกษาอะไรพวกนี้ แคะใช้งบตัวนี้ทำห้องสมุดกระจายอยู่ในชุมชน งบเค้าคงมีอยู่แล้ว แต่อาจจะไม่มากพอ เค้าก็เคยทำ 3-5 ปีที่แล้ว รักการอ่านอะไรนี่แหละ เหมือนเค้าทำเพื่อละลายใช้งบแค่นั้น ไม่เห็นมีผลอะไรออกมาเค้าไม่ได้จริงจัง เค้าทำแค้ใช้งบ โครเสนอ โปรเจ็คดีก็ให้ใช้งบ เคยรู้มว่ามันมีของกศทช. ที่เค้าประมูลทีวีดิจิตอล เค้าจะเอาเงินไปเข้ากองทุนไปสร้างสื่อสร้างสรรค์มั้ง กองทุนสื่อสร้างสรรค์ ไม่น่าเใจว่า AU Under กระทรวงวัฒนธรรมหรือว่า ICT จำไม่ได้และก็คือเหมือนกับว่าใครที่เป็นรัฐหรือเอกชน จะทำสื่อดีๆ หนังสือดีๆ ให้ไปขอเงินจากกองทุนมาซัพพอร์ตได้ แต่ได้ข่าวว่าเป็นโปรเจ็คสวยหรูแต่ไปขอจริงๆ ไม่ค่อยได้ที่พี่ได้ยินมานะ ตั้งนะโยบายไว้ดี แต่อีกวิปเมนต์ไปแล้ว ปล่อยเงินไม่ออก ก็เลยไม่เกิดผล เค้าก็นะโยบายดิเนอะพอมีสื่อดิจิตอลมา ก็ต้องมีคอนเท้นครีเตอร์ที่ดี แต่คอนเท้นครีเตอร์ที่ดีก็อยู่ได้ด้วยเงินซัพพอร์ตถึงจะอยู่ได้ เพราะฉะนั้นสื่อก็กลายเป็นการตลาดหมดเลย สังเกตไหมว่าแต่ก่อนหนังสือมีความน่าอ่านมากกว่านี้พูดถึงแมกกาซีนนะ ถ้ามองย้อนไปเมื่อยี่สิบกว่าปีที่แล้ว เค้ามีคอนเท้นท์ที่หลากหลายกว่าเค้าอยากเขียนอะไรก็ได้ เค้าอยากเขียนอะไร เค้าจะวิจารณ์อะไรก็วิจารณ์จริงๆ แต่ตั้งแต่ปีสองพันมามันก็โดนเรื่องของการตลาดเข้ามาแทรกแซง ว่าการเขียนเชียร์สินค้าประเภทมิริวิไม่ได้สอดคล้องกับความเป็นจริงเลยแต่ได้เงินมาต้องเขียนให้อยู่ได้อันนี้ก็เป็นเรื่องของการอยู่รอดทางธุรกิจ ถ้าคนที่ทำในวงการหนังสือดั้งเดิมคาแร็กเตอร์จริงๆ บก. แต่ละคนก็จะมีสไตล์ของเค้า เลยทำให้มีคาแร็กเตอร์มีกลิ่นไอ มีอะไรที่น่าอ่าน แต่พอหลังๆ สื่อ โคนเรื่องของธุรกิจเรื่องของเงินเข้ามาแทรกแซงเยอะ มันก็จะเป็นแค่ทุสโตนส่วนหนึ่งของการตลาด

: เมื่อก่อนก็จะชอบบอกว่าถ้าเปลี่ยน บก. เมื่อไรหนังสือก็จะเปลี่ยนไปด้วย เดี่ยวนี้ก็จะ
เป็นไปในแนวธุรกิจมากขึ้น อันนี้ก็เป็ผลผลหนึ่งของปัญหาระบบธุรกิจทั้งระบบเลยใช่ไหมคะ

นายพร จงกมานนท์: มันเป็นมานานมากแล้วครับสิบกว่าปีหรือยี่สิบปีแล้ว

: แล้วปัญหาเหล่านี้มันมีผลกระทบต่อ นอกจากเป็นผลกระทบต่อธุรกิจ อย่างร้านค้า โรง
พิมพ์ หรืออื่นๆ มันไปกระทบถึงผู้อ่านยังงัยบ้างคะ

นายพร จงกมานนท์: มันก็กระทบต่อผู้อ่านและสังคมนะ ว่าพอสำนักพิมพ์อยู่ไม่ได้
สำนักพิมพ์ก็ต้องไปออกหรือไปเขียนอะไรที่ตลาดต้องการซื้อ เหมือนเพื่อทำเงินสร้างผลกำไร เพื่อ
ความอยู่รอดมันก็ต้องหาเงิน การจะหาเงินเหมือนที่เมื่อก็บอกว่าก็เป็นเครื่องมือหนึ่งของการตลาด
มีคนมาจ้างให้เขียนแบบนี้ ฉันก็ต้องเขียนเพราะฉันได้เงิน ฉันจะเขียนในสิ่งที่ฉันคิดแต่ปรากฏว่า
คนซื้อที่มีจำนวนน้อยลงทำให้ฉันอยู่ไม่ได้ ใครมาจ้างก็เขียนให้บิดเบือนความจริง ใครมาจ้างเขียน
เพื่อโปรโมทสินค้าอะไรก็ ถ้าพูดเหมือนนักเขียนสมัยก่อนก็ว่า เหมือนยอมขายจิตวิญญาณตัวเอง
เพื่อให้ตัวเองอยู่รอด ตรงนี้ก็เลยทำให้คุณภาพของงานเขียนลดลงและพออะไรไปไวมาไว สังเกต
คนไทยสมัยนี้เป็นคนที่ลืมน่าจะ อะไรที่กระแสมาแปหนึ่งบูบหายไปแล้วคนไทยเป็นลักษณะนี้ คำ
เรียก เสรีท สเตอริโอไทป์ คำแหะอะไรฉันก็ไปตามคำ มาถึงจุดหนึ่งก็เบื่อเร็ว มันก็เหมือนกันว่า
ตลาดหนังสือกว่าที่มันจะกลั่นออกมาให้ได้ถึงจุดหนึ่งมันต้องใช้เวลา พออะไรไปไวมาไวคนไทยก็
เลยชอบไปอยู่ฝั่งดิจิทัลมากกว่า อย่างบุพเพสันนิวาส กระแสมาคนแต่งชุดไทยไปเที่ยว ตอนนี้อย
แล้ว ตอนนั้นก็เหมือนจุดประเด็นทางวัฒนธรรมเนาะ ว่ามันก็เป็นสิ่งที่ดีนะทำให้เกิดความรุทชาติ
รักวัฒนธรรมตัวเอง ไม่เกินสามสี่เดือนหายไปแล้ว ถ้าย้อนกลับมาที่คำถามถามว่ามีผลไหม มันก็มี
ผลต่อวัฒนธรรม ต่อการสืบสารวัฒนธรรมเองหรือว่าคุณภาพของข้อมูลหนังสือที่ลดลง

: แล้วพอมันกลายเป็นแบบอย่างผลพวกนี้ แล้วส่วนตัวหน่วยงานเคยพูดถึงการรักษา
ป้องกันรักษา quality ไว้ไหมคะ แบบรักษาคุณภาพของหนังสือไว้ไม่ให้ไปในเชิงธุรกิจมาก

นายพร จงกมานนท์: มันก็เคยมีการดีเบตกันนะ แต่สุดท้ายก็อยู่ไม่ได้ เห็นถามว่าแต่
ก่อนละครช่อง 3 ช่อง 7 มันก็มีความต่าง ช่อง 3 คำยังไม่เปิดทีวีดิจิทัล ช่อง3 คำก็มีกลุ่มโฆษณา
ลูกค้ากลุ่มหนึ่ง พอเปิดดิจิทัลมากขึ้น กลายเป็นว่าการที่มาซื้อเอไอทีวีพวกโฆษณาราคาสูงๆ ก็
หายไป คำก็ต้องปรับตัวคำก็ทำสื่อตลาดมากขึ้นคำก็ทำละครในแนวที่ช่อง7 ทำ เพื่อไปจับกลุ่ม
ฐานกว้างให้ตัวเองเรตติ้งดี เพราะฉะนั้นไปขายโฆษณา ให้โฆษณายังอยู่กับคำอันนี้มันเห็นชัดเจน
เลย

: นี่ก็แสดงว่าขึ้นอยู่กับโฆษณาพอสมควรสำหรับธุรกิจหนังสือใช่ไหมคะ

นายพร จงกมานนท์ : ใช่ ผมมองว่าสุดท้ายมันอยู่ได้ด้วยเงิน ด้วยธุรกิจ ถ้าบอกว่า
รัฐบาลจะมาช่วยจะมาช่วยด้านไหน ก็จะบอกว่าเพื่อให้สื่อธุรกิจที่ดียังอยู่รอดรัฐบาลจะทำยังไง 1)

กระตุ้นให้มีกำลังซื้อ สิ่งที่เราทำอยู่คือลดภาษี 2) ทำอย่างไรให้ต้นทุนต่ำลง เพื่อให้อยู่รอด เราต้องไปดูว่าต้นทุนของอุตสาหกรรมหนังสือคืออะไร กระดาษ แม่พิมพ์ เครื่องพิมพ์ หมึก ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการ distribute การขนส่งมีสายส่ง รวมห่อได้ใหม่ รวมทุกสำนักพิมพ์ส่งไปที่เดียว แล้วมี distributor กลาง manage ให้การส่งทั่วประเทศ ทำให้ราคาการส่งถูกลง จะประหยัดน้ำมันได้ใหม่ ส่งผ่านทางรถไฟได้ใหม่ แล้วรวมกันไป ไม่ใช่ว่าต่างคนต่างกระจายก็จ้างคนเยอะแยะต้นทุนก็สูง แล้วทำอย่างไรให้ร้านหนังสือยังอยู่ในจุดที่มีทราฟฟิกในตลาดในหัวเมือง หรือในเทศบาล โลตัส ต้องยอมรับว่าในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมาหนังสือขายได้เยอะ ก็ขายในซีเอ็ด เทสโก้ โลตัสตามหัวเมือง คนที่อยู่ต่างจังหวัดก็อยู่ตามตลาด ในตัวเมืองน้อยลง แต่ในห้างแพง แต่เทสโก้ โลตัสก็โดนถ้อหุ้นอยู่ โดยต่างชาติ หรือบริษัทมหาชนที่ต้องการสร้างผลกำไร เพราะฉะนั้นต้นทุนของพื้นที่ขายหนังสือก็แพงขึ้น ต้องย้อนกลับไปว่าร้านหนังสืออยู่ไม่ได้เพราะต้นทุนเช่าร้านมันสูง เราก็ต้องไปขอเพิ่ม GP* จากสำนักพิมพ์เพื่อส่วนแบ่งกำไร สำนักพิมพ์ก็บอกแล้วอย่างนี้ต้นทุนมันก็อยู่ไม่ได้ ฉันเพิ่มราคาหน้าปกได้ใหม่ เพิ่มมาปุ๊บก็กระทบอีก มันก็เป็นห่วงโซ่ไปเรื่อยๆ อย่างอามารินเองที่เค้าทำร้านนายอินทร์ก่อนหน้าทีออกข่าวว่าเค้าก็ต้องขอขึ้นราคาเพราะเค้าก็อยู่ไม่ได้ เค้าขาดทุนเพราะคนมาซื้อน้อยลง ห้างขึ้นราคา ก็มีการต่อร้องกันว่าจะขึ้นก็เปอร์เซ็นต์ไม่ขึ้นมันจะอยู่ไม่ได้ มันก็ไล่ไปที่ละสเต็ป

: เมื่อกว่าถึงตรงนี้ เรากำลังจะพูดถึงตัวร้านหนังสือ ร้านขนาดเล็ก และที่ตัวซีเอ็ด นายอินทร์ ร้านขายส่ง อิทธิพลของแต่ละร้านมันต่างกันยังไง

นายเพชร จงกมานนท์ : ถ้าเป็นร้านใหญ่เค้าได้ GP. จากสำนักพิมพ์เยอะกว่า อย่างแมกกาซีนเคยเช็คตัวเลขกลางคือ 30% ว่าจากโรงพิมพ์ขายให้เอเย่น เอเย่นจะรับไปในราคาหักไป 30% ขายได้เป็นกำไรของเอเย่น และเอเย่นก็ไปปล่อยต่อให้แผง 20% เอเย่นเก็บไว้เอง 10% ถามว่าถ้าร้านเล็กก็ไปรับต่อเอเย่นอีกทีหนึ่ง พี่ไม่รู้ว่าของน้องขวัญชนกรับตรงจากสำนักพิมพ์ หรือว่าต้องผ่านเอเย่น

: ส่วนใหญ่จะผ่านเอเย่นค่ะ

นายเพชร จงกมานนท์ : เมื่อผ่านเอเย่นก็โดนหัก(พอดีเคยไปดูโรงพิมพ์ที่เยอรมัน เค้าใช้เครื่องพิมพ์แบบใหม่ที่พิมพ์สีอตรัน คือไม่ต้องมีมินิมัม อย่าง pocket book บ้านเราต้องทำไร 2500-3000 ถึงจะพิมพ์ ของที่โน่นเนื่องจากราคาหนังสือเค้าสูง เครื่องพิมพ์แบบใหม่ก็ 50-60 ล้าน พี่ดูแล้วยังไม่กล้าลงทุนเลย เพราะว่าเราลงปรากฏพิมพ์ทีละ 20 เล่ม 30 เล่ม แต่พิมพ์ทุกวันแล้วรวมยอดมา

* กำไรขั้นต้น หรือ Gross Profit (GP) คือ ยอดขาย (Sales) ลบด้วยต้นทุนขาย (Cost of Goods Sold) เช่น กิจการค้าปลีกหนึ่งมีซื้อสินค้ามา 600,000 บาท ขายสินค้าออกไปทั้งหมดได้ยอดขาย 1,000,000 บาท แบบนี้แปลว่ากิจการมีกำไรขั้นต้น 400,000 บาทนั่นเอง

คือต้องใช้ตัวนี้ไปเสิร์ชระบบอีเมลเหมือนกับระบบออนไลน์สำนักพิมพ์กับร้านหนังสือ คือร้านหนังสือจะมีออเดอร์มาทุกวัน มันจะสั่งปกนี้ 10 เล่ม เพื่อเติมสต็อก อีกร้านหนึ่งอยู่จังหวัดอื่นเค้าก็จะรวมรับออเดอร์เล็กๆ แล้วก็สั่งพิมพ์ พิมพ์เสร็จเค้าก็จะแพ็คใส่กล่องส่ง DHL ไปร้านหนังสือ ตรงนี้ก็เป็นการพัฒนาการพิมพ์เพื่อให้ซัพพอร์ตกับตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างอีเมลเองถ้าไม่ใช่หนังสือที่อยู่ในทรนเค้าจะไม่สต็อก เค้าก็จะให้คอนเท้นี้ฝากไว้ที่สำนักพิมพ์ที่มีเครื่องนี้ อีเมลก็ส่งข้อมูลว่าวันนี้มีคนสั่งออเดอร์นี้มานะ โรงพิมพ์ก็รับออเดอร์สั่งไปบิซไปให้ลูกค้าอีเมลเลย แล้วก็มีการแบ่งส่วนแบ่งรายได้กัน

: อย่างไทยเรา เอเย่น กับร้านหนังสือและสำนักพิมพ์ เราไม่ได้มีการพูดถึงว่าคุณไปรับที่สำนักพิมพ์ได้เลย หรือว่าต้องผ่านเอเย่นเท่านั้น ไม่มีข้อบังคับอะไรใช่ไหมคะ

นายพร จงกมานนท์ : อันนี้มันเหมือนเป็นข้อตกลงระหว่างสำนักพิมพ์ เอเย่นกับร้านหนังสือนะครับ เอเย่นก็จะไปขอว่าพื้นที่นี้ฉันมีขอดีถึง สำนักพิมพ์ต้องปล่อยให้ฉันคอนโทรลในพื้นที่นี้ ถ้าใครจะมาแย่งพื้นที่นี้ไม่ได้ มันเป็นข้อตกลงทางการค้าในการคอนโทรลระหว่างสำนักพิมพ์กับเอเย่นจริงๆ แล้วพี่ก็ไม่ว่าหรอกนะถ้ามีร้านหนังสือมาขอซื้อโดยตรงมันก็จะทำให้สำนักพิมพ์เกรงใจเอเย่นที่คุมพื้นที่นั้นอยู่ ก็ไม่กล้าปล่อยขอดีไปให้ แต่ถ้าบอกว่าร้านฉันมีหลายสาขารวมๆ แล้วขอดีฉันเทียบกับเอเย่นหนึ่งเจ้าเลยนะ แต่ฉันต้องซื้อผ่านเอเย่นอยู่ ขอเปิดให้ฉันเอเย่นเอเย่นอีกเจ้าหนึ่งได้ไหม อันนี้ก็ทำได้มันไม่มีกฎหมายมาบังคับมันเป็นข้อตกลงทางการค้าระหว่างคนซื้อกับคนขาย

: พอคืนที่ทางตุ๊กตาก็พูดถึงเรื่องนี้ว่าเราจะผ่านทางร้านส่ง ผ่านไปทางสำนักพิมพ์เลยได้ไหม ถ้าว่ามันเป็นข้อตกลงมันมองไปถึงเป็นการกีดกันเลยหรือป่าว

นายพร จงกมานนท์ : คือสำนักพิมพ์หรือธุรกิจทั่วไป เรื่องของเอเย่นมันของกำลังซื้อเจ้าของเองก็ไม่ได้อยากมีเอเย่นเยอะ ไม่อยากเปิดหน้ากันทุกคน เพราะทุกคนเดี่ยวนำต่อรองโน่นนี่นั่น ถ้าดิฉันกับคนไม่ถนัดแล้วช่วยขายมันได้เยอะเค้าก็แฮปปี้ แต่ถ้าบอกว่าร้านเล็กมีจำนวนออเดอร์ที่เยอะก็อยากจะได้ตรงกับเจ้าของสินค้า ฉันไม่อยากจะไปแบ่งกำไรให้คนอื่นและฉันมีรวมออเดอร์มาฉันก็ต่อตรงกับเจ้าของสินค้าว่านี่ ฉันเปิดสาขาเพิ่มอยู่ในคอนโทรลฉัน 20 สาขา มีออเดอร์เท่านี้ขอเปิดตรงนี้ได้ไหมมันเป็นเรื่องข้อตกลงทางการค้ามากกว่า

: แบบนี้เราก็ค่อยผลักดันไปในทางของโมเดลญี่ปุ่นหรือไม่ก็เยอรมันใช่ไหมคะ

นายพร จงกมานนท์ : ถ้าผลักดันแบบของญี่ปุ่นคืนรวมห่อไปเลย เอเย่นทุกคนมารวมหุ้นกันตั้ง joint venture หรือบริษัทกลางเข้ามาจัดการมันก็จะดีกว่า ไม่งั้นต่างคนต่างก็พื้นที่กันอะไรเงี้ย เจ้าของสินค้าเค้าก็ขายไม่ได้ มันเป็นเรื่องของการทำธุรกิจ

: มีประเทศไหนที่มีรูปแบบเหมือนของไทยบ้าง

นายพร จงกมานนท์ : ไม่รู้ครับ (หัวเราะ)

คู่ : ขอบคุณค่ะ

นายพร จงกมานนท์ : มันก็มีนักเขียนแนวใหม่เค้าเรียก self-publish คือเปิดระบบฟรีออดอร์ ให้ชิมรอ่านล่วงหน้าก่อนเพราะเค้าทำตลาดเอง มีสาวก มีกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแฟนตัวยงอยู่แล้ว แค่ PR ตัวเองเข้าไปใน Facebook ของเพจตัวเองว่าจะมีเล่มใหม่แบบนี้ๆ ใครสนใจฟรีออดอร์มาก่อน

: อย่างเป็นทางการFan-Fictions

นายพร จงกมานนท์ : มันก็เป็นแบบโมเดลใหม่ที่เกิดขึ้น ได้จากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปแล้วก็เอาระบบโซเชียลมีเดียเข้ามาช่วย ระบบอีคอมเมิร์ซเข้ามาช่วย มันกลายเป็นว่า ฉันขายตรงเองเลย ฉันไปจ้างโรงพิมพ์พิมพ์ ฉันไม่ต้องผ่านสำนักพิมพ์ ฉันเป็นนักเขียนที่มีแฟนตามอยู่แล้วฉันก็ออกจากสำนักพิมพ์มาเลย ฉันก็ประกาศใครที่สนใจก็ฟรีออดอร์มา ร้านหนังสือก็หมดโอกาสในการขาย ก็รู้ว่ามีกลุ่มนี้ที่ทำการออกมา มันก็เป็นผลจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป โซเชียลมีเดียในการทำมาเก็ตติ้งของนักเขียนเองก็เปลี่ยนไป หรือว่าสำนักพิมพ์ขายตรงเองก็มี สำนักพิมพ์ลบอกว่าจะออกเล่มนี้ใครสนใจฟรีออดอร์หรือว่าซื้อผ่านออนไลน์สโตร์ของสำนักพิมพ์เอง ร้านหนังสือจะโดนแย่งลูกค้าไปอีกที

: อันนี้คู่สอบถามนอกรอบว่า อย่างงานหนังสือมันมีผลกระทบไปจนถึงราคาหนังสือหรือโรงพิมพ์มากแค่ไหนคะ

นายพร จงกมานนท์ : จริงๆ มันก็มีผลกระทบทั้งด้านดีไม่ดีกับโรงพิมพ์ คือโรงพิมพ์ก็จะรู้ว่าใกล้หน้าเทศกาลหนังสือก็จะมีการรวมยอดมาเพื่อมาสั่งทำ สังเกตดูว่าบู๊คแฟร์ต่างประเทศก็เหมือนกันไม่ใช่เป็นการลดราคาหนังสือแต่เป็นการเหมือนกับปีนี้มีหนังสืออะไรใหม่ออกมาวางให้ดู ให้ลูกค้า หรือสำนักพิมพ์ประเทศอื่นคนที่ซื้อลิขสิทธิ์มาคูอันนี้คือลักษณะบู๊คแฟร์เมืองนอก แต่เมืองไทยกลายเป็นว่าล้างสต็อกหรือว่าเป็นการบ่มยอดของเล่มใหม่ เปิดตัวเล่มใหม่ขายราคาพิเศษคนมาแห่ซื้อมันก็เป็นคนละแบบกัน แล้วก็กระทบกับร้านหนังสือใหม่ ก็มีแต่ก็อย่างที่บอกมันก็มีทั้งข้อดีข้อเสียพอมันอิมปีกอีเว้นท์ที่ทำให้เปิดตัวหนังสือก็ไปซื้อตรงสำนักพิมพ์ พอมันฮิตขึ้นมาร้านหนังสือได้ข้อมูลจากสำนักพิมพ์ว่าเล่มนี้ขายดีนะ ในงานขายได้เท่านี้ ร้านหนังสืออาจจะริเคลวสยอดได้ใหม่ว่าฉันดูแลกลุ่มลูกค้าในโซนฟิวเจอร์พาร์ครังสิตเป็นกลุ่มนักศึกษา คอนเท้นอะไรที่จะขายนักศึกษาได้ก็เอาข้อมูลจากงานหนังสือมาประกอบกันริเคลวสยอดไป สต็อกให้เยอะเพื่อขายได้ ข้อเสียคือโดนแย่งลูกค้าไป ข้อดีคือเรารู้แนวโน้มเทรนด์ตลาดในงานหนังสือมีอะไรบ้างที่ขายดี เราก็ใช้ข้อมูลนั้นให้เป็นประโยชน์

: ถ้าพูดถึงเรื่องเกาะราคาพีเป็งก็พูดไปส่วนหนึ่งแล้ว ในส่วนของ demand supply

นายพร จงกมานนท์ : ที่คิดว่าเป็นเรื่องนั้นนะ ธุรกิจมันอยู่ไม่ได้ ทำคุณภาพระดับหนึ่ง ก็มีคนอ่านและคนมีทางเลือกให้เสฟสื่อได้เยอะ คนมีกำลังซื้อที่จะจ่ายอยากได้ของดี การที่จะได้ของดีก็ต้องมีต้นทุนที่สูงขึ้น ก็ต้องจ่ายแพงขึ้น แล้วก็ถามว่าหนังสือเล่มหนึ่งตอนนี้มันราคาเท่าไร เฉลี่ยหน้าปกที่น้องขวัญชนกมีข้อมูล

: ก็ถ้านับตัวการ์ตูนก็อยู่ที่ 60 ขึ้นเลยคะ

นายพร จงกมานนท์ : เดียวนี้การ์ตูน 60 แล้วหรือ

: บางเล่มนี่ 100 กว่าแล้วคะ

นายพร จงกมานนท์ : จริงหรือ

: ใช่ค่ะ

พี่เป็ง : แต่ก่อนนี่ 25-30 บาท

นายพร จงกมานนท์ : อันนี้เคยมีโรงพิมพ์ที่เค้าพิมพ์การ์ตูนเค้าก็มาปรึกษาว่า สำนักพิมพ์ทำอย่างไรให้ต้นทุน คือพอคนอ่านน้อยยอดผลิตมันก็น้อยลง เสป็คเท่าเดิมต้นทุนก็สูงขึ้น ก็เลยต้องขึ้นราคา เดิมผลิตที่ 50,000 เล่ม สบายๆ ขาย 30 บาท ต้นทุนดูแล้วยังกำไรตอนนี้คนซื้อเหลืออยู่ไม่ถึงหมื่นจะให้ฉันทำไง ฉันก็ต้องขึ้นราคาไหนจะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ ค่าผลิต ค่าคนแปล การตลาดอะไรต่างๆ ไม่งั้นฉันก็อยู่ไม่ได้

: สุดท้ายนี้ ขอให้ทิ้งท้ายความคิดเห็น เพื่อให้เรารักษาธุรกิจหนังสือไม่ให้มันหายไป หรือปิดตัวลง

นายพร จงกมานนท์ : ด้วยธุรกิจมันก็คือเรื่องของความอยู่รอดของเจ้าของธุรกิจ เนื่องจากผู้ซื้อน้อยลง รายได้น้อยลงการที่จะอยู่ได้คือทำอย่างไรให้ต้นทุนเค้าลดลง แล้วยังมีกำไรอยู่ อันนั้นคือเรื่องหนึ่ง ซึ่งสะท้อนอีกว่าทำอย่างไรให้ demand volume การขายยังอยู่ก็คือการช่วยซัพพอร์ตร้านหนังสือ การช่วยเปิดแผงหนังสือให้ธุรกิจตรงนี้มันยังอยู่ การที่จะกระจายหนังสือไปยังห้องสมุดชุมชนให้อยู่ให้ได้ เพื่อรักษาระดับปริมาณของยอดหนังสือให้กลับมาดีขึ้น อันนี้ก็เป็นเรื่องของภาครัฐมาช่วยซัพพอร์ต ในเรื่องของ supply chain ชาเนลในการขาย ส่วนหนึ่งก็ต้นทุนผลิต ภาษีนิติบุคคลของสำนักพิมพ์ลดลงได้ไหม หรือว่าคนที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับนักเขียนหรือพนักงานตรวจบัญชี พนักงานกราฟิกดีไซน์ พวกนี้ทำอย่างไรให้มีกฎหมายเข้ามา ช่วยให้เค้าลดค่าใช้จ่ายของตัวเองหรือว่ามีเงินมาซัพพอร์ตเป็นรัฐสวัสดิการได้ไหม เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องการผลิตคอนเท้นต์ๆ มีชีวิตที่อยู่รอดได้ นี่สำคัญเพราะว่าถ้าเค้าอยู่รอดไม่ได้ ผลงานก็ไม่ดี งานไม่ดีคนก็ไม่อยากซื้อ แล้วก็ธุรกิจโรงพิมพ์ทำอย่างไรให้ต้นทุนมันถูกลง

สุดท้ายนี้ผู้สัมภาษณ์จะนำบทสัมภาษณ์นี้ไปประกอบในวิทยานิพนธ์และเป็นการเผยแพร่
ความรู้และแนวคิดสู่ผู้ที่ได้ศึกษาวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นอย่าง
สูงยิ่ง

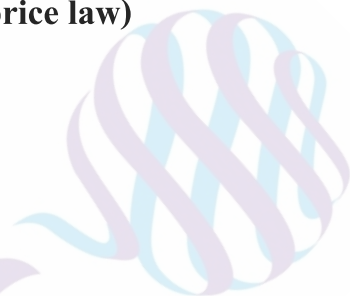


ภาคผนวก ก

กฎหมาย Buchpreisbindungsgesetz

หรือ Law on fixed prices for books (book price law)

ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี



Law on fixed prices for books (book price law)

Not Registration Contents

BuchPrG

Execution date: 02.09.2002

Full Quote:

"Book price law of 2 September 2002 (I, p. 3448), last amended by Article 1 of the Law of July 31, 2016 (I, p. 1937) has been changed"

Was standing: Last amended by Art. 1 G v. 7.31.2016 I 1937

For details on the state of information you can find in the menu under Notes

footnote

(+++ Text detection from: 1.10.2002 +++)

The G was adopted as Article 1 d. G v. 2.9.2002 I 3448 by the Bundestag. It is gem. Art. 3 of this G MWV 1.10.2002 entered into force.

Not Registration Contents

Act 1 Purpose of the Act

The law is designed to protect the cultural asset. The setting of mandatory tariffs when selling to final customers ensures the preservation of a wide book offer. The law while ensuring that this property is open to the general public by promoting the existence of a large number of outlets.

Act 2 Scope

(1) Books in the sense of this law are also

1. Music notes,
2. cartographic products,
3. Products that reproduce books, music or cartographic products or substitutes, such as the permanent access offered electronic books, and publishing when considering the overall circumstances as predominantly or bookselling typical to see are well
4. combined objects, in which one of said products is the main thing.

(2) Books are only covered by this law, when they are primarily intended for the sales in Germany.

(3) is final purchaser within the meaning of this Act, who acquires books for purposes other than resale.

Act 3 price fixing

Who sells commercial or business-like books to final purchasers in Germany, must comply with the limits established under § 5 Price. This does not apply to the sale of used books.

Act 4 (repealed)

Act 5 Pricing

(1) Any person who publishes books for sale to final consumers in Germany or imported, is bound to a price including value added tax (VAT) for the edition of a book for sale to final consumers in Germany to fix and publish in an appropriate manner. The same applies to changes in the final price.

(2) Any person who imported books, may not fall below those recommended by the publisher of the publishing state for Germany last customer price including VAT applicable in Germany fixing of the final price. If the publisher does not rate for Germany suggested the importer fixing the final price may not fall below the fixed or recommended by the publisher State Price of the publisher for final consumer plus the applicable VAT in Germany.

(3) Anyone who buys an importer books in a party to the Agreement on the European Economic Area to a normal of the purchase price in purchasing state deviating lower purchase price, may reduce in accordance with paragraph 2 to be determined final price in the ratio as the the ratio of trading profit realized customary purchase price in purchasing state corresponds; while delivering industry-typical quantity discounts and corresponding sales conditions are considered components of the usual purchase prices.

(4) publishers or importers may set the following final:

1. Serie prices,
2. Volume prices,
3. subscription prices,
4. Special rates for institutions that have been involved in a contract that gave rise to the emergence of the work way in the publication of certain individual publishing works,
5. Special rates for subscribers of a magazine when purchasing a book that has written or edited the editors of this journal, and
6. Part payment surcharges.

(5) The establishment of different final prices for a particular stock by a publisher or importer or their licensees is permissible if it is objectively justified.

Not Registration Contents

Act 6 Sales

(1) publishers have to consider their selling prices and other sales conditions to dealers the services of smaller bookstores contribution to universal coverage with books and its bookselling service account in the fixing. You may not align solely on the turnover with a dealer their discounts.

(2) publishers may non-industry distributors not to supply at lower prices or more favorable terms than the book trade.

(3) publishers no higher prices or worse conditions as set for final seller who directly supply for intermediate bookseller.

Not Registration Contents

Act 7 Exceptions

(1) § 3 shall not apply to the sale of books

1. to publishers or importers of books, bookseller or their employees and permanent employees for their own use,

2. Authors of independent publications a publishing house for their own use,

3. to teachers for the purpose of examination of classroom use,

4. which are characterized on the basis of damage or other defects as defects copies,

5. as part of a limited to a period of 30 days clearance sale at the permanent closure of a bookstore, if the books out of the ordinary stocks of closing company submitted and the suppliers were previously offered with a reasonable time for redemption.

(2) the sale of books to academic libraries that are available to everyone in their field doing academic research, up to 5 percent, accessible to everyone municipal libraries, state libraries and student libraries and religious libraries and troops libraries of the Bundeswehr and the Federal Police granted up to 10 percent discount will.

(3) For bulk orders of books for use in schools, which become the property of the public, a Beliehenen or general education private schools which have the status of state-run alternative schools, purchased, granting the sellers following discounts:

1. in a contract worth up to 25,000 euros for Title

more than 10 items	8 percent discount,
more than 25 pieces	10 percent discount,
more than 100 pieces	12 percent discount,
more than 500 pieces	13 percent discount,
2. for a contract worth a total of more than

25,000 Euro	13 percent discount,
38,000 Euro	14 percent discount,
50,000 Euro	15 percent discount.

As far as textbooks are purchased by the schools under its own budget, a general discount of 12 percent is instead to provide for bulk orders.

(4) The final seller breached its duty under § 3 does not, if he, on the sale of a book

1. Goods of low value or goods that are economically not significant in terms of the value of the purchased book, write,
2. low-cost of the final customers to visit the shop accepts,
3. Shipping or special procurement costs accepts or
4. other commercial side performs services.

Act 8 Duration of price fixing

(1) publishers and importers are entitled to cancel by publication suitably fixed prices for books published, whose first appearance back more than 18 months.

(2) For books that appear repeatedly at a distance of less than 18 months or whose content loses with reaching a specific date or event significant value, is an end to the price fixing by the publisher or importer without respecting the period specified in paragraph 1 possible after a reasonable period after the appearance.

Act 9 damages and injunctive relief claims

(1) Any person who contravenes the provisions of this Act, may be made to failure to complete. Whoever acts intentionally or negligently, is obliged to compensate the damage caused by the infringement damages.

(2) The claim for an injunction can only be asserted

1. of traders who sell books,
2. of unincorporated associations for the promotion of commercial interests, insofar as they listened to a significant number of traders selling goods or commercial services same or similar type on the same market where it according to personal, material and financial resources are particularly capable of their statutory responsibilities of persecution is commercial interests actually perceive and act capable of affecting competition in the relevant market considerably,
3. by a lawyer who has been charged by publishers, importers or companies making sales to final customers, together as a trustee so that their price-fixing to service (price maintenance trustees)
4. by qualified entities who provide proof that they have in the list of qualified entities according to § 4 of the Injunctions Act or the location of the Commission of the European Communities under Article 4 of Directive 98/27 / EC of the European Parliament and of the Council of 19 May 1998 injunctions for the protection of consumers' interests (OJ. EC no. L 166 p 51) are registered in the current version.

The devices according to sentence 1 no. 4 can make the claim for injunctive relief only claim if the claim concerns an action are affected by the essential interests of final customers.

2 Nos. 1 to 3, the provisions of the Law Against Unfair Competition and facilities, the provisions of the Injunctions Act (3) apply to the procedures for the persons entitled under paragraph after paragraph 2 no. 4.

Act 10 point inspection

(1) Where a reasonable suspicion exists that a company has violated § 3, a trader who also sells books, demand that this company one committed by profession to secrecy members of the economic or tax advisor insight into his books and business documents granted. The report of the auditor shall relate solely to the known to him breaching the provisions of this Act.

(2) If there is an infringement, the trader may require the offending companies the reimbursement of the necessary costs of the audit.

ภาคผนวก ง

กฎหมาย Loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre หรือ Lang
Law ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส



Law n ° 81-766 of 10 August 1981 on the price of the book**Consolidated version of the June 2, 2009****Article 1 [Learn more about this article ...](#)**

- Amended by Law No. 93-1420 of 31 December 1993 - s. 1 Official Journal of 1 January 1994

Any natural or legal person who publishes or imports books is required to fix for books published or imported by a public selling price.

This award is made known to the public. A decree will specify, in particular, the conditions under which it will be indicated on the book and also determine the obligations of the publisher or importer regarding particulars enabling the identification of the book and the calculation of time limits in the this Act.

Every retailer must offer free service control unit. However, and only in this case, the retailer may add to the actual selling price to the public which he charges expenses or remuneration for exceptional additional services expressly requested by the buyer and the cost of which was the subject of prior agreement.

Retailers must charge an effective price for sales to the public between 95% and 100% of the price fixed by the publisher or importer.

In case the import involves books published in France the retail price fixed by the importer is at least equal to that which was set by the publisher.

The provisions of the preceding paragraph shall not apply to books imported from a Member State of the European Economic Community or of another State party to the Agreement on the European Economic Area, unless objective factors, including the absence of effective marketing in that State establish that the operation was intended to remove the sale to the public with the fourth paragraph of this article.

Article 2 Learn more about this article ...

Notwithstanding the provisions of Article 37 (1) (1) of Law No. 73-1193 of 27 December 1973 amended the terms and conditions set by the publisher or importer, using a scale of gap on the selling price to the public duty, take into account the quality of services provided by retailers for the distribution of the book. The corresponding discounts must be greater than those resulting from the large quantities purchased by retailers.

NOTE:

(1) Article repealed by Act No. 85-1408 of 30 December 1985 art. 5.

Article 3 More about this article ...

- Amended by Act No. 2003-517 of 18 June 2003 - Art. 4 JORF 19 June 2003

Notwithstanding the fourth paragraph of Article 1 and subject to the last paragraph, the actual price of books for sale can be between 91% and 100% of the retail price when the purchase is made:

1. For their own needs, excluding resale, by the State, local governments, educational institutions, vocational training or research, representative trade unions or works councils;
2. To enrich the welcoming library collections to the public by legal entities managing these libraries. The actual price includes the amount of compensation under the loan library sitting on the selling price of the books provided for in Article L. 133-3 of the Code of intellectual property.

The actual selling price of textbooks may be fixed as soon as the purchase is made by an association facilitating the acquisition of school books by its members or for their own requirements, excluding resale, by the State, a local authority or an educational institution.

Article 4 More about this article ...

Any person who publishes a book for distribution through brokers, subscription or correspondence less than nine months after the sale of the fixed first edition, this book, a sale price to the public at least equal to this first edition.

Article 5 More about this article ...

Retailers can charge lower prices at the retail price mentioned in Article 1 of the books published or imported more than two years, and whose last supply was more than six months.

Article 6 More about this article ...

The premium sales are allowed, subject to the provisions of Law No. 51-356 of March 20, 1951 amended and the Act No. 73-1193 of 27 December 1973 modified, if offered by the publisher or importer, simultaneously and under the same conditions to all retailers, or if they relate to books subject to an edition exclusively for sale through brokers, by subscription or by correspondence.

Article 7

Any advertisement announcing prices below the retail price mentioned in Article 1 (1 paragraph) is prohibited outside the sale.

Article 8

In case of violation of the provisions of this Act, injunctions or repair can be undertaken, including any competitor approved association of consumer or union of publishing professionals or distribution of books and by the author or authors of any organization of defense.

Article 9 More about this article ...

The provisions of this Act shall not preclude the application, if any, of Ordinance No. 45-1483 of 30 June 1945 amended on prices, with the exception of the first and second paragraphs of 4 ° Article 37 of the said order.

Article 10 More about this article ...

- Amended by Act - art. 116 JORF December 31, 2002

A decree determines the rules for the application of this Act to the departments overseas, given the constraints due to the remoteness of these departments.

The price of textbooks is the same in France and in the overseas territories.

Article 10a More about this article ...

- Created by Act 85-500 1985-05-13 art. 2 JORF May 14, 1985

An Order in Council of State determines the misdemeanor fines penalties for violation of the provisions of this Act.

Article 11

This Act shall come into force as of 1 January 1982, including all previously published or imported books at that date.

The Government will submit to Parliament by 1 June 1983, a report on the implementation of the law as well as on measures taken to promote books and public reading.

Article 11-1 More about this article ...

- Created by Order No. 2007-1801 of 21 December 2007 - s. 13

This Act is applicable to Mayotte from 1 January 2009.

ภาคผนวก จ

กฎหมาย **출판문화산업 진흥법** หรือ

PUBLISHING INDUSTRY

PROMOTION ACT ของสาธารณรัฐเกาหลี



PUBLISHING INDUSTRY PROMOTION ACT

Act No. 8533, Jul. 19, 2007

Amended by Act No. 9530, Mar. 25, 2009

Act No. 9932, Jan. 18, 2010

Act No. 10108, Mar. 17, 2010

Act No. 11048, Sep. 15, 2011

Act No. 11229, Jan. 26, 2012

Act No. 12355, Jan. 28, 2014

Act No. 12603, May 20, 2014

Act No. 13308, May 18, 2015

Article 1 (Purpose)

The purpose of this Act is to prescribe matters regarding publishing and matters necessary for supporting and fostering the publishing industry, reviewing publications and establishing a sound distribution order.

Article 2 (Definitions)

The definitions of terms used in this Act shall be as follows: <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

1. The term "publishing" means issuing publications by editing and copying literary works, etc. on paper or electronic media (where they are issued by electronic media, it shall be limited to electronic publications);
2. The term "publishing company" means personal or physical facility which engages in publishing business;
3. The term "publications" means products indicating the author, publisher, publishing date, and other matters recorded as prescribed by Presidential Decree so as to be read, seen, or heard by placing them on paper or in electronic media;
4. The term "electronic publications" means publications such as electronic books, etc. issued by a publishing company as reported under this Act by placing contents of literary works, etc. in the electronic media so that users can read, see, and hear them through information processing apparatuses,

such as computers;

5. The term "foreign publications" means publications published in foreign countries (including North Korea; hereinafter the same shall apply);

6. The term "distribution" means transferring, lending or displaying publications to the general public, with or without receiving any consideration;

7. The term "publishing industry" means the publishing or distribution industry for publications and industries closely related thereto;

8. The term "harmful publications" means harmful publications with anti-national, anti-social or unethical contents, such as distinctly harming the national safety, public order or human dignity, etc.,

which are deliberated upon and determined under Article 19 (1) by the Publication Ethics Commission referred to in Article 17.

Article 3 (Scope of Application)

This Act shall apply to all publishing and publications, but it shall not apply to any of the following subparagraphs: <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

1. Sound record albums under subparagraph 4 of Article 2 of the Music Industry Promotion Act;

2. Video products under subparagraph 12 of Article 2 of the Promotion of the Motion Pictures and Video Products Act;

3. Game products under subparagraph 1 of Article 2 of the Game Industry Promotion Act;

4. Periodicals under subparagraph 1 of Article 2 of the Act on Promotion of Periodicals, Including

Magazines, and newspapers and Internet newspapers under subparagraphs 1 and 2 of Article 2 of the

Act on the Promotion of Newspapers, etc.: Provided, That where special provisions governing periodicals, newspapers and internet newspapers exist in this Act, this Act shall apply.

Article 4 (Formulation and Implementation of Plans to Promote Publishing Industry)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall formulate and implement basic plans (hereinafter referred to as "promotion plans") every five years, which are required for promoting the publishing industry.

(2) Promotion plans shall contain all of the following:

1. Support for fostering specialized personnel;
2. Encouragement and support for publishing good books;
3. Support for translations of excellent domestic or foreign literary works;
4. Support for modernization of publishing facilities and distribution of publications;
5. Fostering of and support for electronic publications;
6. Support for international exchanges and cooperation and expansion of export markets;
7. Fostering of and support for the comics industry;
8. Support for book stores and book-binding business, etc.;
9. Other matters necessary to support the publishing industry.

(3) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall, when he/she intends to formulate promotion plans, consult in advance with the heads of related central administrative agencies, and hear from the organizations related to the publishing industry.

(4) Where deemed necessary to formulate and implement promotion plans, the Minister of Culture, Sports and Tourism may request cooperation from the Special Metropolitan City Mayor, a Metropolitan City Mayor, Special Self-Governing City Mayor, Do Governor or the Governor of a Special Self-Governing Province (hereinafter referred to as "Mayor/Do Governor") or render support to Mayors/Do Governors. <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

Article 5 (Support for Fostering Specialized Personnel)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall support the fostering of specialized personnel in the relevant fields in order to promote the publishing industry.

(2) Article 16 of the Framework Act on the Promotion of Cultural Industries shall apply *mutatis mutandis* to the fostering of specialized personnel under paragraph (1). In such cases, the term "culture industry" shall be deemed the "publishing industry".

Article 6 (Support for International Exchanges)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall provide support to facilitate international exchanges in order to promote the publishing industry.

(2) Matters regarding those entitled to receive support for activation of international exchanges and the methods and procedures, etc. therefor under paragraph (1) shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 7 (Support for Modernization of Facilities and Distribution)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall endeavor to provide support to modernize facilities and distribution of publishing companies.

(2) Anyone who publishes publications shall be issued an ISBN/ISSN (International Standard Book Number/International Standard Serial Number) under Article 21 of the Libraries Act and indicate it in the relevant publications.

(3) Matters regarding those entitled to receive support for modernization of facilities and distribution and the methods and procedures, etc. therefor under paragraph (1) shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 8 (Expansion of Infrastructure for Publishing Industry)

(1) The State and local governments shall make efforts to secure infrastructure for the publishing industry, such as expansion of the infrastructure for the said industry or creating a complex, etc.

(2) The provisions of Articles 21 through 28, 28-2, 28-3, 29 and 30 of the Framework Act on the Promotion of Cultural Industries shall apply mutatis mutandis to the efforts to secure infrastructure for the publishing industry under paragraph (1).

Article 9 (Report)

(1) Any person who intends to operate a publishing company shall report, in advance, the following matters to the Governor of the Special Self-Governing Province or the head of the Si/Gun/Gu (referring to the head of an autonomous Gu; hereinafter the same shall apply) having jurisdiction over the location of the publishing company. Any person who intends to make changes to reported matters shall make a report in advance:

1. Title and location of the publishing company;

2. Address and name of the CEO. (in the case of a juristic person or organization, its representative)

(2) The Governor of a Special Self-Governing Province and the head of a Si/Gun/Gu shall provide the person who has filed a report under paragraph (1) (hereinafter referred to as "report") with a certificate of report completion.

(3) The Governor of a Special Self-Governing Province and the head of a Si/Gun/Gu shall, upon receipt of a report, file a report on the reported matters with the Minister of Culture, Sports and Tourism via the Mayor/Do Governor (excluding a Special Self-Governing Province).

Article 10 Deleted. <by Act No. 9530, Mar. 25, 2009>

Article 11 (Return, etc. of Certificate of Report Completion)

(1) When any person who operates a publishing company has closed down his/her business reported, he/she shall promptly return the certificate of report completion to the Governor of a Special Self-Governing Province and the head of the Si/Gun/Gu having jurisdiction over the location of such company.

(2) Upon receipt of a certificate of report completion returned under paragraph (1), the Governor of a Special Self-Governing Province and the head of the Si/Gun/Gu shall file a report thereon with the Minister of Culture, Sports and Tourism via the Mayor/Do Governor (excluding a Special Self-Governing Province).

(3) Where any person who operates a publishing company has reported the closure of his/her business to the head of the competent tax office or the head of the competent tax office has revoked his/her business registration under Article 8 of the Value-Added Tax Act, a Special Self-Governing Province Governor or the head of a Si/Gun/Gu may cancel the reported matters ex officio. <Newly Inserted by Act No. 13308, May 18, 2015>

(4) If necessary to confirm whether a person who operates a publishing company has closed his/her business reported, a Special Self-Governing Province Governor or the head of a Si/Gun/Gu may request the head of the competent tax office to provide necessary materials. In

such cases, upon receipt of such request, the head of the competent tax office shall not reject without any good cause. <Newly Inserted by Act No. 13308, May 18, 2015>

Articles 12 through 15 Deleted. <by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

Article 16 (Establishment, etc. of Publication Industry Promotion Agency of Korea)

(1) Publication Industry Promotion Agency of Korea (hereinafter referred to as "Promotion Agency") shall be established in order to efficiently support the promotion and development of the publishing industry.

(2) The Promotion Agency shall be a juristic person.

(3) The Promotion Agency shall be formed by registering its establishment at the location of its principal office with the authorization of the Minister of Culture, Sports and Tourism.

(4) The provisions of the Civil Act governing incorporated foundations shall apply mutatis mutandis to the Promotion Agency, except for those prescribed by this Act and the Act on the Management of Public Institutions.

Article 16-2 (Articles of Incorporation of Promotion Agency)

The articles of incorporation of the Promotion Agency shall include the following:

1. Purpose;
2. Name;
3. Matters concerning the principal office;
4. Matters concerning the executives and employees;
5. Matters concerning the operation of the board of directors;
6. Matters concerning the Publication Ethics Commission under Article 17;
7. Matters concerning duties;
8. Matters concerning property and accounting;
9. Matters concerning the modification of articles of incorporation;
10. Matters concerning the formulation, modification and repeal of internal regulations.

Article 16-3 (Executives of Promotion Agency)

(1) The Promotion Agency shall have nine directors, including a president, and an auditor; directors other than the president and the auditor shall be non-standing; and the president shall chair the board of directors.

(2) The president shall be appointed and dismissed by the Minister of Culture, Sports and Tourism.

(3) The term of office of the president shall be three years.

(4) The president shall represent the Promotion Agency and exercise overall control over the duties of the Promotion Agency.

(5) If the president is unable to perform his/her duties due to unavoidable reasons, a director according to the order of precedence stipulated in the articles of incorporation shall perform such duties on his/her behalf.

(6) No person who falls under any subparagraph of Article 33 of the State Public Officials Act shall become an executive of the Promotion Agency under paragraph (1).

Article 16-4 (Duties of Promotion Agency)

The Promotion Agency shall perform the following duties:

1. Research, development and planning of policies and systems for the promotion of the publishing industry;
2. Research on the current status of the publishing industry and compilation of statistics;
3. Support for education concerning the publishing industry and for fostering specialized personnel;
4. Support for the facilitation of production and the advancement of distribution for the development of the publishing industry;
5. Projects to boost demand for publication, such as recommendation of good books, promotion of reading, etc.;
6. Fostering and supporting electronic publication;
7. Establishment of a foundation, such as installation of support facilities for the revitalization of the publishing industry;
8. Support for the publishing industry in its entry into foreign markets;
9. Deliberation on whether a publication is harmful (referring to the function of the Commission under Article 18);

10. Other projects necessary to accomplish the purpose of the Promotion Agency.

Article 17 (Establishment, etc. of Publication Ethics Commission)

(1) Publication Ethics Commission (hereinafter referred to as the "Commission") shall be established under the Promotion Agency in order to fulfill ethical and social responsibilities of publications and to deliberate on whether publications are harmful. <Newly Inserted by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

(2) The Commission shall be comprised of not less than 10 but not more than 20 members, including one chairperson and one vice chairperson. <Amended Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

(3) The chairperson and the vice chairperson of the Commission shall be elected from among its members. <Amended Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

(4) The members of the Commission shall be appointed by the Minister of Culture, Sports and Tourism from among persons having extensive knowledge and experience in arts, the media, education, culture, law, juveniles, publishing and printing, etc. upon recommendation from the related juristic persons or organizations as prescribed by Presidential Decree. <Amended Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

(5) The term of office of Commission members shall be three years, and consecutive appointment may be permitted. <Amended Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

(6) Other matters necessary for the composition and operation of the Commission shall be prescribed by Presidential Decree. <Newly Inserted by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

Article 18 (Functions of Commission)

The Commission shall perform functions listed in the following subparagraphs: <Amended by Act No. 11048, Sep. 15, 2011; Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

1. Deliberation on the harmfulness of novels, comics, photo albums, pictorial series, and other

publications as prescribed by Presidential Decree;

2. Deliberation on publications under Article 19-3;

3. Deliberation on the harmfulness of periodicals under subparagraph 2 (g), (h) and (i) of Article 2 of the Juvenile Protection Act;

4. Deleted; <by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

5. Matters stipulated in other Acts and subordinate statutes.

Article 19 (Deliberation on Harmfulness of Publications)

(1) In a case where a publication falls under any of the following, upon deliberation on its harmfulness, the Commission shall determine it to be a harmful publication:

1. Publication clearly harming the security of the State or the public order by completely denying a liberal democratic system or encouraging or instigating the activities to overturn such system;

2. Publication clearly harming the sound sexual ethics of society with graphic descriptions of lewd content;

3. Publication clearly harming the human dignity and the sound social order by excessively depicting or encouraging the antisocial or unethical activities, such as murder, violence, war, narcotics, etc.

(2) In a case where a publication falls under any subparagraph of Article 9 (1) of the Juvenile Protection Act upon deliberation under paragraph (1), the Commission shall determine it to be a publication harmful to juveniles, and promptly notify the Ministry of Gender Equality and Family thereof. <Amended by Act No. 9932, Jan. 18, 2010; Act No. 11048, Sep. 15, 2011>

(3) The chairperson of the Commission shall, when a publication has been determined to be harmful upon deliberation by the Commission, promptly notify such decision to the publisher or importer of such publication or the head of the relevant customhouse, and file a report thereon with the Minister of Culture, Sports and Tourism: Provided, That where notification to the importer is impossible because his/her address is unknown, etc., the chairperson of the Commission shall post the fact that the relevant publication has been determined to be harmful on the website of the Commission. <Amended by Act No.

11229, Jan. 26, 2012>

(4) Matters regarding the detailed deliberation standards pursuant to the criteria for deliberation on the harmfulness of publications shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 19-2 (Public Announcements and Notices)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall, without delay, publicly announce the publications concerned as harmful publications in accordance with the decision reported by the chairperson of the Commission under Article 19 (3).

(2) The Minister of Culture, Sports and Tourism shall clearly state the reason and effective date at the time of public announcement of harmful publications under paragraph (1).

(3) When making a public announcement of harmful publications under paragraph (1), the Minister of Culture, Sports and Tourism shall notify each Mayor/Do Governor and the head of each Si/Gun/Gu of such fact.

(4) The Minister of Culture, Sports and Tourism may, if necessary, notify an individual, corporation or organization who or which engages in the business of publications distribution of the public announcement made under paragraph (1).

(5) Matters regarding public announcement pursuant to paragraph (1) shall be prescribed by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Article 19-3 (Seeking Opinions)

(1) If the publisher of a publication falling under subparagraph 1 and the importer of a foreign publication falling under subparagraph 1 or 2 is unsure about whether such publication falls into the category of harmful publications or publications harmful to juveniles as prescribed in the Juvenile Protection Act, he/she may, beforehand, seek the opinion of the Commission for confirmation:

1. Novels, cartoons, photography books, picture reports and magazines, and other publications prescribed by Presidential Decree;

2. Publications published by North Korea or anti-national organizations (excluding publications brought from North Korea under the Inter-Korean Exchange and Cooperation Act).

(2) If the head of a customhouse has questions about whether a publication falling under paragraph (1) 1 or 2, among imported foreign publications, falls into the category of harmful publications, he/she may seek the opinion of the Commission before allowing such publication to pass a customs inspection.

(3) If the chairperson of the Commission receives an inquiry pursuant to paragraph (1) or (2), he/she shall notify his/her opinion to the inquirer: Provided, That where the publication in question falls under any of the following subparagraphs, he/she shall bring it to the Commission for deliberation and notify the result thereof:

1. Publications likely to be categorized as publications harmful to juveniles as prescribed by the Juvenile Protection Act;

2. Publications likely to be categorized as harmful publications.

(4) Matters regarding the procedures of seeking opinions and deliberation, etc. under paragraphs (1) through (3) shall be prescribed by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Article 20 (Subcommittees)

(1) Where necessary to ensure efficient and professional deliberation, the Commission may establish subcommittees by field.

(2) Matters necessary for the composition and operation of subcommittees by field under paragraph (1) shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 20-2 (Literature Translation Institute of Korea)

(1) Literature Translation Institute of Korea shall be established to conduct activities for translation, publication, and international information and exchange of Korean literary works and publications in a systematic manner.

(2) Literature Translation Institute of Korea shall be a corporation.

(3) Literature Translation Institute of Korea shall conduct the following activities:

1. Translation and publication of Korean literary works and publications;
2. Fostering of translators of Korean literary works and publications;
3. Planning, survey and research to introduce Korean literary works and publications to the world;
4. International exchange and information, and support for exportation of Korean literary works and publications;
5. Translation and publication of foreign literary works and publications in Korean to facilitate exchange of literary works and publications;

6. Others incidental to achieve the objectives of its establishment.

(4) Criteria and procedures, etc. for selecting the recipients of support, which are necessary to carry out the

activities in paragraph (3) 1 shall be determined by Presidential Decree.

(5) Literature Translation Institute of Korea shall have executives and necessary employees, as prescribed by the articles of association.

(6) Where necessary for the smooth operation of Literature Translation Institute of Korea, the State may concede its property as prescribed by Presidential Decree to Literature Translation Institute of Korea without compensation, despite the provisions of the State Property Act.

(7) Except as otherwise provided for in this Act, the provisions of the Civil Act on incorporated foundations shall apply mutatis mutandis to Literature Translation Institute of Korea.

Article 21 (Subsidy for Expenses)

The Government may grant subsidies to help cover the expenses incurred in the operation or activities of the Promotion Agency and Literature Translation Institute of Korea, within budgetary limits. <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>Article 21-2 (Supervision)

The Minister of Culture, Sports and Tourism may, where necessary for the promotion of the publishing industry, require that matters concerning the business, accounting and property of the Promotion Agency and Literature Translation Institute of Korea be reported or public officials under his/her supervision inspect them. <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

Article 22 (Indication of Fixed Price of Publications, and Sale)

(1) Where a publishing company issues a publication for the purpose of sale, it shall fix the price for sale to consumers (hereinafter referred to as "fixed price"), and indicate it on the publication, as prescribed by Presidential Decree. <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012; Act No. 12603, May 20, 2014>

(2) A publishing company may alter the fixed price of a publication issued 18 months ago, as prescribed by Presidential Decree. In such cases, paragraph (1) shall apply mutatis mutandis to the indication of the fixed price. <Newly Inserted by Act No. 12603, May 20, 2014>

(3) Notwithstanding paragraphs (1) and (2), in the case of an electronic publication, the publishing company shall specify the fixed price in the bibliographic information and any person who sells an electronic publication shall indicate the price specified by the publishing company on its sales website in a manner recognizable by purchasers. <Newly Inserted by Act No. 11229, Jan. 26, 2012; Act No. 12603, May 20, 2014>

(4) Any person who sells a publication shall sell it at the fixed price. <Amended by Act No. 12603, May 20, 2014>

(5) Notwithstanding paragraph (4), any person who sells a publication may sell it through free combination of price reduction and economic benefit, the combined value of which shall not exceed 15 percent of the fixed price to promote reading and protect consumers. In such cases, such price reduction shall not exceed ten percent. <Newly Inserted by Act No. 12603, May 20, 2014>

(6) Paragraphs (4) and (5) shall not apply to any of the following publications: <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012; Act No. 12603, May 20, 2014>

1. Deleted; <by Act No. 12603, May 20, 2014>
2. Publications sold to social welfare facilities;
3. Publications sold to the copyright holder;
4. Deleted; <by Act No. 12603, May 20, 2014>
5. Other publications prescribed by Presidential Decree.

(7) The term "economic benefit" under paragraph (5) means any of the following, offered to consumers accompanying the trade of publications: <Newly Inserted by Act No. 12603, May 20, 2014>

1. Goods;
2. Loyalty points (referring to points, etc. equivalent to a certain percentage of the selling price);
3. Discount coupons;
4. Gift cards;
5. In addition to those provided for in subparagraphs 1 through 4, those deemed unobtainable by consumers without paying the normal prices.

Article 23 (Orderly Distribution of Publications)

(1) In order to maintain orderly distribution of publications, none of the following authors of a publication or a person involved in the publishing and distribution of publications shall do any of the following acts: <Amended by Act No. 12355, Jan. 28, 2014>

1. The act of the author of a publication, or the representative, an agent, employee, or other servant of a publishing company, unfairly buying such publication, or a publishing company unlawfully compelling the author of such publication or persons related to such publishing company to buy such publication for the purpose of increasing sales of the publication;
2. The act of retailers, such as bookstores, openly announcing the sales of a publication, knowing full well that the author of such publication or the representative, etc. of a publishing company has committed an act referred to in subparagraph 1;
3. Other acts violating matters prescribed by Ordinance of the Ministry of Culture, Sports and Tourism in order to maintain orderly distribution of publications.

(2) Where the Minister of Culture, Sports and Tourism or a Mayor/Do Governor deems it necessary to ensure sound, orderly distribution of publications, he/she may take the following measures against publishing companies, printing companies, business entities related to the distribution of publications, and other persons prescribed by Presidential Decree: <Amended by Act No. 12355, Jan. 28, 2014>

1. An order to report business affairs;
2. An order to submit related data;
3. An order to exclude publications from the computation of total book sales;
4. Requiring public officials of the relevant authorities to access relevant sites or to examine documents;
5. Other measures prescribed by Presidential Decree, required to ensure the sound, orderly distribution

of publications.

(3) The Minister of Culture, Sports and Tourism may entrust affairs under paragraph (2) to a corporation or organization prescribed by Presidential Decree. In such cases, a person who conducts such entrusted affairs shall be deemed a public official. <Newly Inserted by Act No. 12355, Jan. 28, 2014>

(4) Any person who accesses the relevant sites or examines documents pursuant to paragraph (2) 4 shall carry an identification indicating his/her authority and present it to interested persons. <Newly Inserted by Act No. 12355, Jan. 28, 2014> Article 24 Deleted. <by Act No. 9530, Mar. 25, 2009>

Article 25 (Collection and Abolition, etc. of Illegally Reproduced Publications)

(1) Where the Minister of Culture, Sports and Tourism, a Mayor/Do governor, or the head of a Si/Gun/Gu have found any of the following publications (hereinafter referred to as "illegally reproduced

publications"), he/she may have relevant public officials under his/her control (hereinafter referred to as

"relevant public officials") order the persons who have distributed illegally reproduced publications, etc. to collect or discard the relevant publications forthwith. In such cases, where persons ordered to collect or

discard such publications have failed to comply therewith, he/she may have relevant public officials

collect or discard them directly:

1. Publications which have been illegally reproduced without any consent of the copyright holder or

publishing right holder or other justifiable rights in accordance with the Copyright Act;

2. Harmful publications.

(2) Relevant public officials may, where deemed necessary for performing the duties under paragraph (1), gain access to the business place of persons who have distributed illegally reproduced publications, etc. or make inspections and ask questions.

(3) When relevant public officials have collected or discarded illegally reproduced publications, etc. pursuant to the latter part of the main body other than each subparagraph of paragraph (1), they shall immediately issue a written certificate to that effect to the distributors of illegally reproduced publications, etc.

(4) Relevant public officials who issue an order to collect or discard illegally reproduced publications, etc. or who take measures to collect or discard under paragraph (1) shall carry an identification indicating their authority, and show it to interested parties.

(5) Where deemed necessary for relevant public officials to collect or discard such publications pursuant to the latter part of the main body other than each subparagraph of paragraph (1), the Minister of Culture, Sports and Tourism, a Mayor/Do Governor, or the head of a Si/Gun/Gu may request juristic persons or organizations as prescribed by Presidential Decree to render their cooperation.

Article 25-2 (Monetary Rewards)

(1) The Minister of Culture, Sports and Tourism may pay a monetary reward, within budgetary limits, to any person who has reported a person who did an act referred to in Article 23 (1) 1 to a relevant administrative agency or who has informed an investigative agency of such person.

(2) Matters concerning standards, methods, procedures, etc. for paying monetary rewards under paragraph (1) shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 26 (Delegation or Entrustment of Authority)

@Part of the authority of the Minister of Culture, Sports and Tourism vested under this Act may be delegated to the Mayors/Do Governors or be entrusted to the Promotion Agency or related juristic persons or organizations, as prescribed by Presidential Decree. <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

Article 27 (Legal Fiction as Public Officials in Applying Penalty Provisions)

Any of the following persons shall be deemed public officials in applying Articles 129 through 132 of the

Criminal Act and Article 2 of the Act on the Aggravated Punishment, etc. of Specific Crimes:
<Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

1. Members of the Commission and its employees who are engaged in deliberation;
2. Members of the subcommittees established under Article 20;
3. Officers and employees of corporations or organizations, who are engaged in services entrusted under

Article 26.

Article 27-2 (Review of Restrictions)

The Minister of Culture, Sports and Tourism shall review the relevance of the system for indicating fixed prices and selling publications at such prices (including the discount rate) under Article 22 and take necessary measures, such as the abolishment, deregulation, or maintenance of such system.

Article 27-3 (Penalty Provisions)

Any person who commits an act prohibited under Article 23 (1) 1 shall be punished by imprisonment for up to two years or by a fine of up to 20 million won.

Article 27-4 (Joint Penalty Provisions)

Where the representative of a corporation, or an agent, employee, or other servant of a corporation or

individual commits an offense referred to in Article 27-3 relating to affairs of such corporation or individual, not only shall such offender be punished, but the corporation or individual shall also be

punished by a fine referred to in the relevant provisions: Provided, That the foregoing shall not apply

where the corporation or individual has not neglected to pay due attention to and exercise reasonable

supervision over the relevant affairs to prevent such offense. <Amended by Act No. 12603, May 20, 2014>

Article 28 (Administrative Fines)

(1) Any of the following persons shall be punished by an administrative fine of up to three million won: <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012; Act No. 12355, Jan. 28, 2014; Act No. 12603, May 20, 2014>

1. A person who performs any of the business activities of a publishing company without filing a report,

in violation of Article 9 (1);

2. through 4. Deleted; <by Act No. 11229, Jan. 26, 2012>

5. A person who fails to indicate a fixed price on a publication, in violation of Article 22 (1) or (2), or

fails to indicate a fixed price in the bibliographic information or on a sales website, in violation of paragraph (3) of the same Article;

5-2. A person who sells a publication in violation of Article 22 (4) or (5);

6. A person who commits a prohibited act in violation of Article 23 (1), or who has failed to comply

with an order related to distribution under paragraph (2);

7. A person who fails to comply with an order to collect or discard any illegally reproduced publication,

etc. in violation of the former part of Article 25 (1).

(2) Administrative fines under paragraph (1) shall be imposed and collected by the Minister of Culture, Sports and Tourism, as prescribed by Presidential Decree: Provided, That administrative fines under paragraph (1) 1, 5 and 5-2 shall be imposed and collected by the Mayor of the Special Self-Governing City, the Governor of the Special Self-Governing Province and the head of a Si/Gun/Gu having jurisdiction thereover, and administrative fines under paragraph (1) 7 shall be imposed and collected by the Minister of Culture, Sports and Tourism, Mayors/Do Governors or the heads of Sis/Guns/Gus. <Amended by Act No. 11229, Jan. 26, 2012; Act No. 12355, Jan. 28, 2014>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ขวัญชนก สายชมภู

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2555 นิติศาสตรบัณฑิต

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

พนักงานคุมพฤติ

สำนักงานคุมประพฤติกรุงเทพมหานคร 5

