

แนวทางการจัดให้มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

ขวัญชนก สายชมภู¹

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา เลื่อนฉวี²

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการแข่งขันธุรกิจหนังสือมีเพียงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายหนังสือในระบบธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมากกว่าผู้ประกอบการรายย่อย เนื่องจากมีข้อมูลการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสือขนาดเล็กมากขึ้น ปัจจุบันจึงยังคงเหลือเพียงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่ยังคงดำรงธุรกิจหนังสือได้ ข้อมูลการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสือในประเทศไทยโดยข้อมูลจากสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทยระบุว่า พ.ศ. 2550 จำนวนสำนักพิมพ์ขนาดเล็กมีทั้งสิ้น 381 ราย ในพ.ศ. 2554 สำนักพิมพ์ขนาดเล็กเหลือเพียงแค่ 320 ราย และ ข้อมูล พ.ศ. 2553 ระบุว่า ส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจหนังสือนั้นกระจุกอยู่กับผู้เล่นเพียงไม่กี่รายเท่านั้น กลุ่มผู้นำตลาดที่มีเพียง 8 ราย มีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 32 กลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ 45 ราย มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันร้อยละ 33 ของตลาด ในขณะที่สำนักพิมพ์ขนาดเล็กกว่า 320 รายมีส่วนแบ่งตลาดเพียงแค่ร้อยละ 16 เท่านั้น เมื่อคิดเป็นค่าเฉลี่ยต่อสำนักพิมพ์แล้วพบว่า กลุ่มผู้นำตลาดและกลุ่มสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก 88.8 เท่า และ 26.4 เท่า³

ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2555 จนถึง พ.ศ. 2560 มีการปิดตัวลงของธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงการปิดตัวของนิตยสารชื่อดังหลายฉบับ โดยข้อมูลจากสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT)กล่าวว่ามูลค่าโฆษณาในสื่อ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และเคเบิลทีวี มีมูลค่าลดลง โดยคาดว่าปี 2560 โฆษณาในนิตยสารจะติดลบร้อยละ 20 หนังสือพิมพ์ ติดลบร้อยละ 22 เคเบิลทีวี ติดลบร้อยละ 13 ส่วนตัวเลขโฆษณา 2 เดือนแรก มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2560 ของบริษัทเอซีเนลเส็น (ประเทศไทย) จำกัด ระบุว่าได้โฆษณาในหนังสือพิมพ์ อยู่ที่ 1,273 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16.52 นิตยสารอยู่ที่ 300 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 36.44 โดยจากการศึกษามีข้อมูลแสดงให้เห็นถึงร้านจำหน่ายหนังสือขนาดใหญ่ที่ยังคงอยู่ในระหว่างปี พ.ศ. 2560-2561 ร้านซีเอ็ด 396 ร้าน บีทูเอส 81 ร้าน นายอินทร์ 89 ร้าน รวม 3 ร้านหลักได้ 566 ร้านทั่วประเทศ และจำนวนของ

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ ปรีดีพนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

³ สมคิด พุทธิศรี[online].เมื่อความรักและอุดมคติไม่เพียงพอ: บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ(13 มิถุนายน 2555),2555

ร้านค้าหนังสือขนาดเล็กทั่วประเทศที่มี ไม่ถึง 300 ราย ซึ่งจะเห็นว่าเป็นจำนวนที่น้อยมากหากเทียบกับสัดส่วนของประชากรของประเทศไทย ที่ต้องได้รับการเข้าถึงและการเผยแพร่หนังสือที่มากขึ้น⁴

ดังนั้น การวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายและหาแนวทางแก้ไขการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ โดยมองว่าหนังสือ คือ สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่จะสร้างประโยชน์และการเผยแพร่วัฒนธรรมแนวความคิดต่าง ๆออกไปแก่สาธารณชน หากมีการล่มสลายของระบบธุรกิจหนังสือ วัฒนธรรมก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เลวร้ายลงและอาจเกิดการสูญหายไปในที่สุด อีกทั้ง เพื่อการรักษาระบบธุรกิจหนังสือในคงอยู่จึงต้องสร้างความมั่นใจว่าสินทรัพย์ ที่ออกจำหน่ายนั้นต้องเป็นการเสนอให้แก่สาธารณชนและเพื่อส่งเสริมการดำรงอยู่ของร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินทรัพย์นั้น โดยขอบเขตของการการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ จะต้องเป็นสินทรัพย์ที่เป็นระบบธุรกิจหนังสือ สร้างสรรค์หนังสือจากการกลั่นแนวความคิดต่างออกมารวมกันเป็นรูปเล่มไม่ว่าจะผลิตด้วยกระดาษ หมึก หรือรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ก็ตาม

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,

⁴ สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT) คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA) ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB). การศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย. 2558

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.

1. บทนำ

ในปัจจุบันมีการเปิดตัวของธุรกิจจำนวนมาก ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการเอาर्डเอาเปรียบผู้บริโภค ในธุรกิจหนังสือ ดังนั้นไม่ว่าการผลิตหนังสือออกสู่สาธารณชนจะเป็นไปโดยวิธีการตีพิมพ์ลงในกระดาษหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อนับว่าหนังสือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ควรต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือให้ได้รับความเป็นธรรมมากที่สุด อีกทั้งการยุติการตีพิมพ์หนังสือหรือยุติกิจการของสำนักพิมพ์ต่าง ๆ อันเป็นอุตสาหกรรมต้นทางของหนังสือ หลายสำนักพิมพ์ หากมีการยุติการดำเนินกิจการของร้านหนังสือหรือสำนักพิมพ์ขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น จนในที่สุดอาจเหลือเพียงร้านขายหนังสือที่มีเงินทุนมากรวมถึงสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ที่สามารถอยู่ในระบบการค้าหนังสือ อาจทำให้เกิดการผูกขาดในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ รวมทั้งเกิดการแข่งขันทางการค้าที่ลดลงและเกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าว ไม่เป็นผลดีต่อการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมของระบบธุรกิจหนังสือ

2. วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

เมื่อหนังสือถือเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ควรต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือให้ได้รับความเป็นธรรมมากที่สุด และระบบธุรกิจหนังสือสามารถดำเนินธุรกิจไปอย่างราบรื่นและลดอัตราการ

ปิดตัวของธุรกิจหนังสือให้น้อยลง ผู้ศึกษาจึงขอวิเคราะห์ปัญหาและเสนอมาตรการทางกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย ดังนี้

2.1 ปัญหาทางกฎหมายในการไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

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

ในปัจจุบันพบว่า การอ่านหนังสือเกิดจากการอ่านจากวัสดุ 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทรูปเล่ม และประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการอ่านของประชาชนไม่ได้มีน้อยลงจากในอดีตเลยจากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติไทย⁵ ยังคงมีการอ่านหนังสือเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพียงแต่อัตราการใช้จ่ายเพื่อซื้อหนังสือประเภทรูปเล่มมีจำนวนน้อยลง จากศึกษาข้อมูลระหว่าง พ.ศ.2555 ถึง พ.ศ.2560 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหนังสือเลือกที่จะยุติกิจการบางอย่างหรือนิตยสารบางเล่มของตนเป็นจำนวนมาก เช่น การยกเลิกตีพิมพ์นิตยสารพลอยแอมเพอร์ 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 หนังสือพิมพ์บ้านเมือง⁶ เป็นต้น ทั้งนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือเกี่ยวกับงบประมาณโฆษณาที่เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนทางธุรกิจมีแนวโน้มไปทางที่ลดลงเรื่อย ซึ่งข้อมูลจากสมาคมมิเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย⁷ กล่าวจากการสำรวจของบริษัท เดอะนิลเส็นคอมปะนี

⁵ สำนักงานสถิติแห่งชาติไทย.สถิติการอ่านของคนไทย พ.ศ 2558.PDF.2558

⁶ ซึ่งนิตยสารที่มีการปิดตัวลงหรือเลิกตีพิมพ์ในช่วงระหว่าง พ.ศ.2558 ถึง พ.ศ.2560 โดยมีการประกาศผ่านทางตัวเล่มของนิตยสารหรือฉบับหนังสือพิมพ์เอง และมีการประกาศผ่านสื่อสาธารณะต่างๆของประเทศไทย

⁷ สมาคมมิเดียเอเจนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย.Industry Spending Half Year 2018. 1 ตุลาคม 2561

<http://www.mediaagencythai.com/index.php/adex/in/270-industry-spending-half-year-2018>

(ประเทศไทย) จำกัด⁸ 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 โปสต์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เจ้าของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post โปสต์ทูเดย์ 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) เจ้าของหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน สตาร์ชોકเกอร์ สปอร์ตพูล และนิตยสาร เช่น FHM สยามดารา เป็นต้น พ.ศ. 2558 มีผลประกอบการ 9 เดือนแรก ขาดทุนจำนวน 12.27 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม สาเหตุหลักมาจากราคาดัชนีทุนการผลิตหนังสือต่อเล่มที่มีอัตราสูงและมีแนวโน้มต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากว่าสินทรัพย์ประเภทหนังสือถือว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมประเภทหนึ่ง ซึ่งสินทรัพย์ดังกล่าว เริ่มต้นจากการสะสมความรู้ ความเข้าใจ และความสร้างสรรค์ เกิดเป็นภูมิปัญญาแล้วมีการตัดสินใจที่จะถ่ายทอดออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ ตัวอักษร ลายเส้น ลงบนกระดาษเยื่อไม้ กระดาษอิเล็กทรอนิกส์ หรือวัสดุอย่างใดอย่างหนึ่ง การที่จะผลิตหนังสือขึ้นมาหนึ่งเล่มจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น ผู้เขียน หมึก กระดาษ เครื่องพิมพ์ กราฟฟิคดีไซน์เนอร์ นักพิสูจน์อักษร นักแปล คนงาน เจ้าของเรื่องราวอันเป็นที่มาของหนังสือ บริษัทขนส่ง เป็นต้น ดังนั้น ระบบธุรกิจหนังสือจึงมีบุคลากรอยู่ภายในระบบเป็นจำนวนมาก แนวทางในการควบคุมหรือคุ้มครองระบบธุรกิจหนังสือ จึงกลายเป็นเรื่องที่ต้องมีกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องหลายฉบับซึ่งมักจะเป็นเรื่องของการคุ้มครองในตัวบุคลากร ในสายการผลิตหนังสือ แต่หากจะคุ้มครองในส่วน of ระบบธุรกิจหนังสือที่มีวัตถุประสงค์ของกฎหมายเพื่อการคงไว้ซึ่งระบบธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะนั้น ยังคงไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย แม้ว่าประเทศไทยจะมีการปรับปรุงกฎหมายที่กำกับดูแล ป้องกัน

⁸ ประกอบกิจการประเภทการวิจัยตลาดและการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน (ประชามติ) สถานะปัจจุบันยังดำเนินกิจการอยู่(พ.ศ.2561)

เกี่ยวกับเรื่องธุรกิจภายในประเทศอยู่แล้ว แต่ก็เป็นการบัญญัติไว้ในกรณีที่จะต้องเกิดสิ่งที่บัญญัติไว้ในกฎหมายนั้นขึ้นมาก่อน ซึ่งไม่ใช่วัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองทั้งระบบธุรกิจหนังสือโดยเฉพาะ

จากการศึกษา พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายที่มีเพื่อการป้องกันความเสียหายจากการซื้อสินค้าหรือบริการ กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้รัฐมีอำนาจควบคุมกำกับให้เกิดความปลอดภัยหรือเกิดความเป็นธรรมและเพื่อการเยียวยาผู้ใช้หากเกิดความเสียหาย โดยจัดตั้งองค์กรรัฐหรือเอกชนให้ดำเนินการฟ้องร้องเพื่อผู้บริโภค ซึ่งการคุ้มครอง ควบคุม ดูแลของกฎหมายนั้นเป็นไปในกรณีที่เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ดังเห็นได้จาก หลักเกณฑ์ในการคุ้มครอง ตามความในบทบัญญัติ มาตรา 3⁹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 บุคคลที่กฎหมายให้ความคุ้มครอง หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่เป็นผู้ซื้อ หรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือ ผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้คุ้มครองเฉพาะผู้ใช้สินค้าหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ¹⁰ เท่านั้น หากเป็นผู้ใช้สินค้าหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยมิชอบ เช่น ได้มาจากการซื้อขายเสพติด การลักทรัพย์ การรับของโจร เป็นต้น ก็จะไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายนี้

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

กรณีการซื้อ ในความหมายตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวว่าการซื้อ รวมไปถึงการเช่าซื้อ การซื้อบริการ เช่าบริการ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่นเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้ามาซึ่งสินค้านั้น โดย ต้องศึกษา รวมถึงคำว่าขายด้วย ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

ดังนั้นตามความพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค จึงเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีนิติสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ โดยการซื้อและการขาย ซึ่งก็เป็นไปในลักษณะเดียวกับธุรกิจหนังสือที่มีทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค ตามความในบทบัญญัติ มาตรา มาตรา 4¹¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 บัญญัติสิทธิการถูกคุ้มครองถึง 5 ประการ เริ่มต้น จาก หนึ่ง ผู้บริโภคต้องได้รับข่าวสารหรือการพรรณาคูณภาพสินค้าที่

⁹ มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

¹⁰ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 150 “การใดมีวัตถุประสงค์เป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดย กฎหมายเป็นการพันวิสัยหรือเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน การนั้นเป็น โฆษณา”

¹¹ มาตรา 4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

เพียงพอ โดยในขณะที่สินทรัพย์ประเภทหนังสือ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการพรรณนาคุณภาพหนังสือที่มากนัก เนื่องจากว่า หนังสือนั้นจะเป็นสินทรัพย์ที่ผู้บริโภคมักจะซื้อตามความสนใจของตนเองเท่านั้น แม้ในบางครั้งจะเป็นการซื้อตามคำแนะนำหรือความนิยมที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาหนึ่ง หากจะได้รับความคุ้มครองในระบบธุรกิจหนังสือ ก็ไม่ได้ถึงขนาดที่เป็นความเสียหายแก่ร่างกายหรือทรัพย์สิน ตามใจความสำคัญของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย สอง สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคต้องมีอิสระในการที่ต้องเลือกหาสินค้าตามความต้องการของตน ต้องไม่มีการบังคับหรือการใดๆที่เจตนาหลอกลวงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของตน ทั้งนี้รวมไปถึงการรับบริการจากผู้ประกอบการใดๆด้วย ที่จะต้องไม่บังคับหรือไม่ให้อิสระแก่ผู้บริโภคในการเลือกสรรหาบริการตามความต้องการของตน เป็นที่แน่นอนอยู่แล้วว่าธุรกิจหนังสือย่อมอยู่ภายใต้บทบัญญัติสิทธิประการนี้ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องอยู่ภายใต้สิทธิประการนี้ ทั้งการให้อิสระในการที่เลือกหาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคและการสนองความต้องการ โดยชอบด้วยกฎหมายนั้นของผู้ประกอบการ สาม สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่ผู้บริโภคต้องได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยมีสภาพและคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตร่างกายหรือทรัพย์สิน เช่น การซื้อยามารักษาจะต้องไม่เป็นยาที่อันตราย เป็นต้น ซึ่งสิทธิประการนี้ที่ส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจหนังสือไม่มากนัก ประการที่สี่ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ เช่น ระหว่างการใช้บริการของผู้บริโภคและผู้ประกอบการต้องไม่เป็นสัญญาที่เอารัดเอาเปรียบจนทำให้ผู้บริโภคเสียหาย เป็นต้นและประการสุดท้าย คือ สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่เกิดจากสิทธิทั้ง 4 ข้างต้น

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

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

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 50¹² การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (Abuse of a Dominant Position) เป็นการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่เข้าข่ายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 51¹³ 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 57¹⁴ การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Trade Practices) โดยในมาตรา 57 นี้ จะมีบัญญัติลักษณะการกระทำที่แสดงถึงการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ได้แก่ การกีดกันการประกอบธุรกิจของผู้อื่น การใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่า กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจ เป็นต้น

ตามความของบทบัญญัติมาตรา 58¹⁵ การตกลงร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจต่างประเทศที่ไม่มีเหตุผลและส่งผลกระทบร้ายแรงต่อเศรษฐกิจและผู้บริโภค (Unreasonable Agreement with Foreign Firms)

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

2.2 ปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย

ในอดีตจนถึงปัจจุบันระบบธุรกิจหนังสือยังคงเป็นระบบของสายต่อในการจัดจำหน่ายสินค้า ที่มีความสัมพันธ์ในการจัดจำหน่ายเป็นคู่สัญญาทางธุรกิจสามฝ่าย คือ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ หรือขบวนการพิมพ์และตลาด โดยปัจจุบันอาจมีครบทั้งสามฝ่ายหรือมีเพียงสองฝ่ายเท่านั้น จากการกล่าวมาแล้ว

¹² มาตรา 50 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

¹³ มาตรา 51 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

¹⁴ มาตรา 57 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

¹⁵ มาตรา 58 พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

ว่าอุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมปลูกป่า ผู้ผลิตกระดาษหรือเครื่องผลิต อุตสาหกรรมหมึก ธุรกิจการ ออกแบบ เป็นต้น มาถึงอุตสาหกรรมการพิมพ์ คือ สำนักพิมพ์(Publishers) ขบวนการพิมพ์หนังสือบรรจุกัณฑ์ จนถึงตลาด คือ ร้านค้าส่ง(Wholesaler) ถึงร้านค้าหนังสือปลีก(Seller)¹⁶ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการ ในระบบธุรกิจหนังสือนี้ เป็นการเริ่มต้นของรูปแบบผลกระทบการตั้งราคาหนังสือที่มาอุตสาหกรรมต้นน้ำจน มาถึงตลาด ที่เป็นทางอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมักจะใช้ คือ กลไกการตั้งราคาของเศรษฐกิจโลก และด้วย เหตุนี้จึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในช่วงตลาด คือ ผู้แบกรับความสัมพันธ์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ด้านการโฆษณาสินค้า การหาตลาด การหาผู้ซื้อหรือผู้บริโภค เป็นต้น ดังนั้นความสัมพันธ์ในที่นี้จึงหมายความว่า การแข่งขันทางด้านราคาที่นอกเหนือจากด้านราคา หรือการแข่งขันด้านวิธีการขาย เมื่อเกิดการแบกรับที่ มากเกินไปของผู้ประกอบการรายย่อย และความสนใจของผู้บริโภคสินทรัพย์ประเภทหนังสือลดลง ด้วยระบบ ธุรกิจหนังสือที่เป็นแบบอุตสาหกรรมสายส่งหรือลูกโซ่ จึงสร้างผลกระทบให้กับผู้ประกอบการในระบบธุรกิจ หนังสือทุกลำดับขั้น อันนำไปสู่ผลกระทบที่สำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้บริโภครายสุดท้ายของ ระบบธุรกิจหนังสือ คือ ผู้อ่าน และปลายทางของเหตุความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมก็กระทบอย่างเป็นลูกโซ่กลับ ไปสู่อุตสาหกรรมกลางน้ำ คือสำนักพิมพ์ และอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น แหล่งผลิตกระดาษ เป็นต้น

จากการศึกษากฎหมายของประเทศไทย พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ตามหลักของความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา รัฐจะไม่เข้าแทรกแซงแม้ว่าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญา อีกฝ่ายหนึ่ง เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของ ประชาชน ได้มีข้อกำหนดของการทำสัญญาไว้อย่างชัดแจ้งคือ ต้องไม่เข้าลักษณะของสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และ ลักษณะทั้ง 9 ในพระราชบัญญัติฉบับนี้¹⁷ ซึ่งมีลักษณะเป็น “ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม” ทั้งนี้ พระราชบัญญัติว่า ด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 เป็นกฎหมายที่เน้นไปในการทำสัญญาระหว่างคู่สัญญา โดยจาก ข้อเท็จจริงนั้น พระราชบัญญัติฉบับนี้ยังไม่สามารถเข้าไปครอบคลุมและคุ้มครองได้ เพราะมีการกำหนดลักษณะ ของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและต้องเป็นไปในลักษณะของลายลักษณ์อักษร ทั้งยังคงไม่สามารถเข้าไปกำกับ ดูแลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยในระบบธุรกิจได้อย่างเป็นการเฉพาะ เพราะ ปลายทางสุดท้ายของการคุ้มครองความสัมพันธ์ของระบบธุรกิจหนังสือ คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยให้สามารถแข่งขันทางด้านความหลากหลายของประเภทหนังสือที่สามารถ ดึงดูดใจลูกค้ามากที่สุดและความเท่าเทียมกันในด้านความสามารถในการลดราคาหนังสือของอุตสาหกรรม กลางน้ำและช่วงตลาด ที่เมื่อระยะเวลาหนึ่งจะเกิดการแข่งขันทางด้านราคากันเป็นจำนวน ผู้ประกอบการ รายย่อยย่อมไม่สามารถเข้าไปแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ในเรื่อง “การลดราคา” นี้ได้

¹⁶ อ้างแล้ว หน้า 72.

¹⁷ มาตรา พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

ระบบธุรกิจหนังสือเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการจำนวนมาก และผู้ประกอบการรายใหญ่มักจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำแทบไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องการส่งสินค้ามาที่ตลาดเลย ผู้ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยมากที่สุด คือ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และตลาดก่อนที่จะมาถึงร้านค้าหนังสือรายย่อย คือ ร้านค้าส่ง ซึ่งเป็นร้านค้าในการรับสินทรัพย์ประเภทหนังสือ มาจากอุตสาหกรรมกลางน้ำคือ สำนักพิมพ์ โดยร้านค้าส่งจะรับหนังสือ มาในราคาที่ถูกลงกว่าราคาบนปก และมีส่วนลดจำนวนมากกว่า เมื่อนำมาส่งหรือขายต่อ ให้กลับร้านค้าหนังสืออิสระก็จะมีราคาที่ถูกลงกว่าราคาปกแต่ราคาส่วนลดนั้นจะมีจำนวนน้อยกว่าจากการไปรับที่สำนักพิมพ์ด้วยตนเอง ซึ่งสัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างร้านค้ารายย่อยหรือค้าปลีก ร้านค้าส่งและสำนักพิมพ์เป็นการตกลงกันด้วยวาจาและการซื้อขายโดยไม่มีสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร เว้นแต่ระหว่างร้านค้าส่งกับสำนักพิมพ์ บางฉบับที่มีลายลักษณ์อักษร และการเข้าพื้นที่การเปิดร้านของร้านค้าปลีกที่เป็นพื้นที่ของสำนักพิมพ์ก็จะมีสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร แต่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการลดราคาหนังสือและความสัมพันธ์ในแง่ของระบบธุรกิจมากนัก ทั้งนี้จากการศึกษาระบบตลาดธุรกิจหนังสือ ก็ได้สอดคล้องกับการศึกษาในบทที่สอง คือ วิธีการตั้งราคา โดยยึดการแข่งขันเป็นเกณฑ์ ที่มีลักษณะ ราคาอาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อเอาชนะคู่แข่ง ระดับราคาไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกับคู่แข่ง อาจสูงกว่าหรือต่ำกว่าก็ได้

จากการกล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยนั้น ส่งผลให้เกิดปัญหาทางกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ การแข่งขันทางการค้าและข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ควบคุมและคุ้มครองผู้ประกอบการในฐานะผู้บริโภค ก็ต่อเมื่อได้รับผลกระทบจากความเสียหายทางด้านร่างกายและทรัพย์สิน

ในขณะที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้กำหนดพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมไว้อย่างกว้างมากซึ่งเป็นไปในเชิงกฎหมายแม่บท จำต้องอาศัยการมีกฎหมายย่อยออกมาจากพระราชบัญญัติฉบับนี้

ทั้งนี้ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 เป็นกฎหมายที่เน้นไปในการทำสัญญาระหว่างคู่สัญญา โดยจากข้อเท็จจริงนั้น พระราชบัญญัติฉบับนี้ยังไม่สามารถเข้าไปครอบคลุมและคุ้มครองได้ เพราะมีการกำหนดลักษณะของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและต้องเป็นไปในลักษณะของลายลักษณ์อักษร ทั้งยังคงไม่สามารถเข้าไปกำกับดูแลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยในระบบธุรกิจได้อย่างเป็นการเฉพาะ เพราะปลายทางสุดท้ายของการคุ้มครองความสัมพันธ์ของระบบธุรกิจหนังสือ คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยให้สามารถแข่งขันทางด้านความหลากหลายของประเภทหนังสือที่สามารถดึงดูดใจลูกค้ามากที่สุดและความเท่าเทียมกันในด้านความสามารถในการลดราคา

หนังสือของอุตสาหกรรมกลางน้ำและช่วงตลาด ที่เมื่อระยะเวลาหนึ่งจะเกิดการแข่งขันทางการลดราคากันเป็นจำนวน ผู้ประกอบการรายย่อยย่อมไม่สามารถเข้าไปแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ในเรื่อง “การลดราคา” นี้ได้

อย่างไรก็ตาม จากปัญหาทางข้อเท็จจริงและปัญหาทางกฎหมายข้างต้น การทำสัญญา (Principle of Freedom of Contract) รัฐจะต้องไม่เข้าไปแทรกแซงในการทำสัญญาของกลุ่มสัญญา โดยถือว่าการทำสัญญานั้นเกิดจากสมัครใจและยินยอมของกลุ่มสัญญา จนได้เกิดการกระทำของกลุ่มสัญญาฝ่ายหนึ่งที่มีอำนาจต่อรองที่มากกว่าอีกฝ่ายได้กำหนดข้อสัญญาที่ทำให้ได้เปรียบเสียเปรียบกันมาก ยังต้องอาศัยหลักสุจริต ที่ผู้ทำสัญญาระหว่างกันนั้นต้องมี “ความซื่อสัตย์และความไว้วางใจ” แก่กันซึ่งมีความหมายอย่างกว้างมาก ไม่สอดคล้องหลักทฤษฎีการแทรกแซงของรัฐทางเศรษฐกิจและทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สาธารณชน

ดังนั้นการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยเป็นการเฉพาะ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะความเหลื่อมล้ำทางการลดราคาหนังสือที่ความสามารถในการลดราคาของผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยนั้นมีความไม่เท่าเทียมกันอย่างมาก ส่งผลให้การดึงดูดผู้บริโภคเหลื่อมล้ำกันและกระทบสู่ระบบธุรกิจหนังสือที่มีการปิดตัวลงของร้านค้าในระบบธุรกิจหนังสือเป็นจำนวนมาก

2.3 ปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค

การแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรมของผู้ค้าที่อยู่ในระบบธุรกิจหนังสือที่มีการตั้งราคาอย่างอิสระไม่มีการถูกควบคุมและไม่มีการส่งเสริมการค้าในธุรกิจหนังสือได้อย่างเพียงพอ ทั้งที่หนังสือนั้นได้ถือว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ หากว่ามีการเผยแพร่สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมนี้ไม่เพียงพอและถูกผูกขาดโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จากหลักการทางเศรษฐศาสตร์ด้านอำนาจเหนือตลาดระบบธุรกิจนั้นก็จะไม่สามารถกลับคืนและสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนในชาติได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเสนอแนวทางที่เป็นมาตรการการคุ้มครอง โดยการสร้างความเป็นธรรมของการประกอบธุรกิจหนังสือ

ปัจจุบันได้มีพัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการจัดทำหนังสือมากขึ้น โดยสามารถจัดทำ หนังสือโดยไม่จำเป็นต้องใช้การพิมพ์ด้วยหมึกและกระดาษ แต่สามารถอ่านหนังสือบนเครื่องมือเทคโนโลยีต่างๆได้ เช่น สมาร์ท โฟน (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)สามารถลดราคาลงได้ ตั้งแต่ร้อยละ 5-30 ซึ่งถือว่าการสร้าง

แรงจูงใจแก่ผู้อ่าน และการผลิต E-Book (Electronic Book) นั้น จะเป็นของสำนักพิมพ์โดยตรงและสร้างพื้นที่ การขายของตัวเอง ยังเป็นการเปิดโอกาสแก่สำนักพิมพ์ในการที่จะขายรูปเล่มหนังสือในแต่ละหัวเรื่องของตัวเอง ก่อนที่จะถึงมือร้านค้าหนังสืออื่น เมื่อเกิดความล่าช้าในการจำหน่าย แรงจูงใจที่จะผู้อ่านหรือลูกค้าคนสุดท้ายจะ เข้าไปถึงร้านค้ารายย่อยก็ย่อมจะลดลง เป็นเหตุให้นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำทางการค้า และการแข่งขันที่ไม่เป็น ธรรม เกิดการค้าขายออนไลน์ที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจที่มากกว่าร้านค้ารายย่อยที่ไม่สามารถผลิตการผลิต E- Book (Electronic Book) ได้

จากการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ที่มีพระราชบัญญัติว่าด้วยราคา สินค้าและบริการ พ.ศ.2542 มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนด เงื่อนไข และวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม และให้มาตรา 4¹⁸ให้ความหมายของคำว่าธุรกิจ หมายถึง กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และ นิยามความหมายของคำว่าสินค้า หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภครวมทั้งเอกสาร แสดง สิทธิในสิ่งของ

จากการศึกษาพระราชบัญญัติว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 โดยศึกษาถึงนิยามศัพท์ของ พระราชบัญญัติ ในความหมายของคำว่าธุรกิจ “ธุรกิจ หมายความว่า กิจการอันดำเนินการเพื่อประโยชน์ทาง การค้าในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรมพาณิชยกรรม การเงิน การประกันภัย และการบริการ และให้หมายความ รวมถึงกิจการอื่นตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง” หากตีความถึงธุรกิจการค้า E-Book (Electronic Book) ที่ กิจการหนึ่งดำเนินการเพื่อประโยชน์ของ 2 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขายก็ย่อมจะเข้าข่ายธุรกิจ ตามพระราชบัญญัตินี้ แต่ทั้งนี้พระราชบัญญัตินี้ก็ได้กล่าวถึงการลดราคาของ E-Book (Electronic Book) ที่อาจสร้างความเหลื่อมล้ำ ในการแข่งขันทางการค้าได้เป็นการเฉพาะ และต้องมีการตีความจากคณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ก่อน

ประเทศไทยใช้ระบบเศรษฐกิจแบบผสมที่ค่อนข้างไปทางทุนนิยม ทำให้เอกชนสามารถมีบทบาท ในการกำหนดราคาในตลาดได้มาก แต่หากระดับราคาตลาดหรือราคาคุณภาพนั้น ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ คนบางกลุ่มรัฐจะเข้ามาแทรกแซงกลไกราคา เพื่อช่วยเหลือและสร้างความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นในระบบ เศรษฐกิจได้

1) การแทรกแซงราคาของรัฐบาล

รัฐบาลจะเข้าไปแทรกแซงกลไกราคาในกรณีที่ กลไกราคาไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้ง รัฐบาลมักจะเข้าแทรกแซงราคาโดยใช้มาตรการควบคุมราคา

¹⁸ มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "ธุรกิจ" หมายความว่า กิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน "สินค้า" หมายความว่า สิ่งของที่อาจใช้ในการอุปโภคหรือบริโภครวมทั้ง เอกสาร แสดงสิทธิในสิ่งของ...

2) ความจำเป็นในการแทรกแซงราคา

กลไกราคาจะทำงานอย่างเสรีเฉพาะในตลาดแข่งขันสมบูรณ์เท่านั้น ตลาดแข่งขันสมบูรณ์หมายถึงราคาหรือบริการใด ๆ ที่ปราศจากการแทรกแซง ในโลกแห่งความเป็นจริง ตลาดที่พบในปัจจุบันเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งผู้ขายอาจมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาหรือในบางกรณีเป็นตลาดของผู้ซื้อซึ่งอาจเกิดกับผู้ผลิตที่อาจไม่มีการต่อรองกลไกราคาไม่สามารถแก้ปัญหาได้ทันทั่วถึงซึ่งนำความเดือนร้อนมาสู่สังคมโดยรวม รัฐบาลจึงจำเป็นต้องแทรกแซงราคา

จากที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่า การกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภคในระบบในระบบธุรกิจหนังสือยังคงไม่เกิดขึ้นจากปัจจัยในการตั้งราคาของหนังสือนั้น เกิดมาจาก

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

จึงเป็นเหตุให้การตั้งราคาหนังสือในประเทศไทยมีราคาที่สูงมาก ซึ่งผลกระทบจากงานวิจัยพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของคนไทย พบว่าเกิดมาจาก ราคาหนังสือและความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อซื้อหนังสือของไทยลด

ดังนั้นการที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค จึงส่งผลให้เกิดการตั้งราคาอย่างไม่เป็นธรรมที่ส่งผลให้แก่ผู้บริโภครายสุดท้ายในระบบธุรกิจหนังสือที่ส่งผลไปเป็นลูกโซ่ทั้งระบบ การตั้งราคาตามอำเภอใจของอุตสาหกรรมกลางน้ำที่ในบางสถานะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมต้นน้ำอาจมีต้นทุนที่ไม่ได้สูงมากนัก การที่มีบทบาทสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมราคาหนังสือที่สร้างความเป็นธรรมจึงจำเป็นต้องการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือ และเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสืออย่างเป็นธรรม

3. แนวทางการแก้ไขและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความสำคัญและความเป็นมาและบทวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมาย ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายตามแนวทางของกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งจะนำมาเป็น

แนวทางในการเสนอแนะร่างกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

3.1 แนวทางการแก้ไขปัญหาการไม่มีบทบัญญัติที่คุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือ

ผู้ศึกษาได้เสนอแนะให้บัญญัติกฎหมายที่มีเจตนารมณ์ที่มีการปกป้องระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะ โดยเป็นไปตามเจตนารมณ์เช่นเดียวกับสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้มีการปกป้องควบคุมระบบธุรกิจหนังสือเป็นการเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์เป็นสร้างประโยชน์ให้กับร้านค้าปลีก(Bookseller) เพื่อที่จะสามารถดำรงร้านของตนให้อยู่ได้มากขึ้น และมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเป็นธรรมในการค้าหนังสือที่จะไม่ถูกผูกขาดการค้าโดยบริษัทหรือสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ (Publishers) ที่มีกำลังการลงทุนและการขายมากกว่าร้านค้ารายย่อย โดยเมื่อมีการคงอยู่ของร้านค้ามากขึ้น ความหลากหลายทางหนังสือก็มากขึ้นตามไปด้วย เพราะการรักษาสิทธิทางวัฒนธรรมในรูปแบบหนังสือให้สามารถดำรงอยู่ได้ถือเป็นอีกเรื่องที่สำคัญ เพราะหนังสือนั้นถือเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่ามากกว่าสินทรัพย์อื่นเพราะเป็นสิ่งที่สามารถรักษาไว้ ซึ่งวัฒนธรรมทุกอย่างของชาติและของโลก

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

โดยเจตนารมณ์ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้มีการแสดงออกถึงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากกว่าสาธารณรัฐฝรั่งเศสและสาธารณรัฐเกาหลี ที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองระบบเศรษฐกิจของธุรกิจหนังสือ แต่สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้คุ้มครองธุรกิจหนังสือเพื่อเฉพาะเจาะจงให้เป็นการคุ้มครองตัวหนังสือที่จะเกิดขึ้นไม่ให้เกิดการล่มสลายของวัฒนธรรม

3.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายการไม่มีบทบัญญัติควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย

ผู้ศึกษาได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย คือ ด้วยบริบทของประเทศไทยนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ของการกระจายหนังสือนั้นแตกต่างจากต่างประเทศที่นำมาศึกษากล่าวคือ ประเทศไทยมีรูปแบบเอเจนซี่รายใหญ่ในการกระจายหนังสือที่รับมาจาก สำนักพิมพ์เพื่อส่งต่อให้แก่ร้านค้าหนังสือขนาดเล็ก ในขณะที่ต่างประเทศจะมีศูนย์กลางเดียวในการกระจายหนังสือสู่ร้านค้า

หนังสือต่างๆ ดังนั้น จึงต้องศึกษากฎหมายต่างประเทศเพื่อใช้ในการควบคุมดูแลความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย ดังนี้

การลดเหลื่อมล้ำระหว่างการทำสัญญาและสร้างความสัมพันธ์กันของผู้ประกอบการ กฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้กำหนด วิธีการขาย ไว้ใน กฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคา หนังสือมาตรฐานไว้เป็นมาตราชัดเจน ในมาตรา 6 มาตรา 8¹⁹ ตัวยกของโทษหากมีการละเมิดบทบัญญัติในมาตรา 9 และมาตรา 10 ดังนั้นจะเห็นได้ว่า มีการแสดงถึงการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อยที่ชัดเจน จึงต้องอาศัยบทบัญญัตินี้ในการร่างกฎหมาย

3.3 แนวทางการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายที่ไม่มีการกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้แก่ผู้บริโภค

ปัญหาด้านราคาเป็นปัญหาสำคัญที่สร้างผลกระทบต่อให้แก่ระบบธุรกิจหนังสือทั้งระบบ จึงมีความสำคัญมากโดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยที่เข้ามามีปัจจัยในการคงอยู่ของระบบธุรกิจหนังสือ ผู้ศึกษาจึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ของกฎหมายต่างประเทศ คือ การตั้งราคาซึ่งไม่ได้มีการกำหนดบทบัญญัติที่ชัดเจนว่าในหนังสือประเภทหนึ่งนั้นจะต้องตั้งราคาเป็นไปในรูปแบบใด แต่จะเป็นไปในรูปแบบของการกำหนดมิให้ลดราคาหนังสืออยู่ภายในระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้เกิดการแข่งขันของผู้ค้าหนังสือในด้านอื่นมากกว่าด้านราคา แต่ก็ได้กำหนดบทบัญญัติว่าจะต้องกำหนดราคาที่สร้างความเป็นธรรมให้เกิดผู้บริโภค อีกทั้งยังคงมีการแข่งขันของรูปแบบหนังสือในปัจจุบัน คือ ระหว่างหนังสือแบบรูปเล่มและหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูงมาก โดยจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศในเรื่องของการแข่งขัน ระหว่างธุรกิจหนังสือที่เป็น รูปเล่มและE-Book (Electronic Book) พบว่า มีการกำหนดและควบคุม คุ้มครองธุรกิจหนังสือเรื่อง ราคาครอบคลุมไปถึงหนังสือประเภท E-Book (Electronic Book) ด้วย ดังนั้นการร่างกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในระบบธุรกิจหนังสือที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยจึงต้องรวมไปถึงการกำหนดราคาของหนังสือแบบรูปเล่มและแบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

3.4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ด้วยระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทยยังคงมีความแตกต่างไปจากต่างประเทศอยู่มาก จึงต้องมีการวิจัยหรือศึกษาเพิ่มเติมถึงข้อดีข้อเสียของระบบธุรกิจหนังสือที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบของการกระจายหนังสือออกจำหน่ายของไทยที่แตกต่างจากต่างประเทศ ที่มีเอเจนซีในการกระจายหนังสือหลายรายและมีการตกลงอย่างไม่เป็นทางการเพื่อสร้างพื้นที่ของการกระจายสินค้าของตน โดยในต่างประเทศ อาทิ สหพันธ์

¹⁹ มาตรา 6 มาตรา 8 มาตรา 9 มาตรา 10 ของกฎหมายบุคไพร์ชบินท์ดุงเกรเซช หรือ BUCHPREISBINDUNGSGESETZ Law of Germany ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

สาธารณรัฐเยอรมนี ญี่ปุ่น ที่มีศูนย์กลางในการกระจายหนังสือออกสู่ร้านค้าหนังสือต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการน้อยกว่า เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ นายพชร จงกมานนท์ อุปนายกฝ่ายสื่อบูรณาการ สมาคมการพิมพ์ไทย ได้ให้แนวทางจากต่างประเทศว่า ในต่างประเทศจะมีการสร้างห้องสมุดที่เป็นศูนย์ในการแสดงหนังสือและความรู้ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนที่ความสนใจในการอ่าน เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้รับการสนับสนุนโดยรัฐบาลให้มีการสนับสนุนตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำให้มีการแข่งขันและความสามารถในการผลิตที่ดีขึ้น และจะต้องให้ทุกชุมชนในประเทศมีร้านค้าหนังสืออย่างน้อยหนึ่งแห่ง

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

ทั้งนี้ระบบธุรกิจหนังสือของประเทศไทยยังต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการอ่านของคนไทยอีกมาก จึงต้องอาศัยงานวิจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนไม่ให้อุตสาหกรรมอ่านหรือการเขียนไม่ว่าจะแบบรูปเล่มหรือแบบอิเล็กทรอนิกส์ถูกรองรับโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งอาจนำไปสู่การล่มสลายของวัฒนธรรมได้ เพราะหนังสือคือสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่จะต้องรักษาไว้ให้คงอยู่เสมอไป

บรรณานุกรม

สมคิด พุทธศรี[online].เมื่อความรักและอุดมคติไม่เพียงพอ: บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ผลิตหนังสือรายเล็กและผู้ผลิตหนังสืออิสระ(13 มิถุนายน 2555),2555

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

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

สำนักงานสถิติแห่งชาติไทย.สถิติการอ่านของคนไทย พ.ศ 2558.PDF.2558

Dr. Verena Sich. German Publishers and Booksellers Association-B6rsenvereindes Deutschen Buchhandels
Legal Department. Frankfurt / Seoul, November 2004.2004