บทความที่ 3

ผู้มีอำนาจเหนือตลาด และปัจจัยสภาพการแข่งขัน

สารบัญ

ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม : จากยุคปลาใหญ่กินปลาเล็ก-ปลาเร็วกินปลาช้า-ปลาที่ใช่ 1

ผิดไหมที่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด 2

ใครบ้างที่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด 4

อะไรบ้างคือปัจจัยสภาพการแข่งขัน 7

ตัวอย่างการใช้อำนาจเหนือตลาดในรูปแบบต่าง ๆ 8

บทสรุป 9

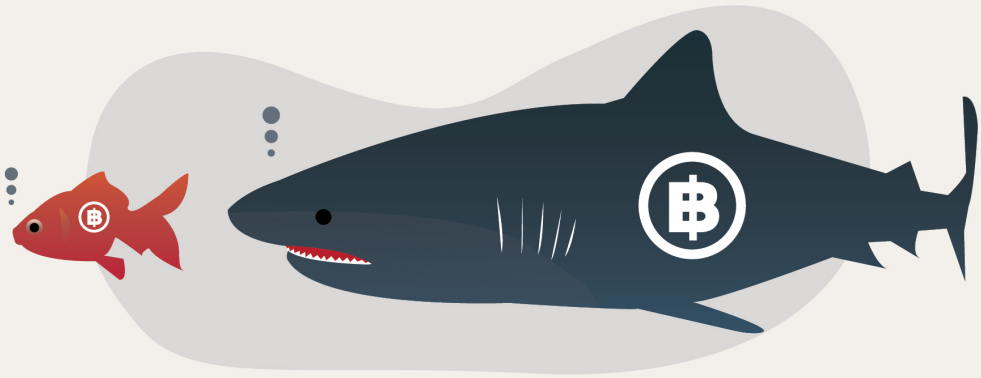
ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม จากยุคปลาใหญ่กินปลาเล็ก - ปลาเร็วกินปลาช้า - ปลาที่ใช่

ประเทศไทยให้เสรีภาพแก่ภาคเอกชนในการเลือกประกอบธุรกิจและกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นได้โดยเสรี ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรี (laissez-faire or capitalism) แต่ทว่าเสรีภาพดังกล่าวต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อไม่ให้เกิดการกีดกันหรือการเอารัดเอาเปรียบในการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม ทำให้เกิดการผูกขาดหรือลดการแข่งขันหรือจำกัดการแข่งขันในตลาดจนทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศได้รับความเสียหาย

ในอดีตสภาพการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยยังไม่ได้เป็นไปโดยเสรีอย่างเต็มที่ทำให้เกิดวงจรธุรกิจในยุคปลาใหญ่กินปลาเล็ก โดยผู้ประกอบธุรกิจรายใหญ่ใช้อำนาจเหนือตลาดกีดกันคู่แข่งขันในตลาด หรือใช้อำนาจเหนือตลาดเอารัดเอาเปรียบคู่ค้า ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีศักยภาพรายใหม่ ๆ ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดหรือประกอบธุรกิจแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายใหญ่ได้อย่างเสรีและเป็นธรรม ด้วยเหตุนี้คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าจึงมีหน้าที่แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นอีก

ในขณะเดียวกัน ภารกิจที่สำคัญประการหนึ่งของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าคือการส่งเสริมการประกอบธุรกิจแข่งขันบนพื้นฐานกติกาเดียวกันอย่างเสรีและเป็นธรรมภายใต้การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล (digital transformation) เปรียบเหมือนปลาเร็วกินปลาช้า ซึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจทำให้ทุกองค์ธุรกิจต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเป็น “องค์กรที่คล่องตัวรวดเร็ว (agile organization)” เพื่อทำให้บริษัทเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็วจากการปรับตัวที่รวดเร็วโดยไม่มีถูกเข้าไปแทรกแซงจากผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดซึ่งจะนำไปสู่การแข่งขันอย่างแท้จริง

โดยเฉพาะในปัจจุบันผู้ที่จะชนะในน่านน้ำของการแข่งขันทางการค้ายุคใหม่นี้ไม่ได้วัดกันที่การเป็นปลาใหญ่หรือปลาไว แต่ยังต้องเป็น “ปลาที่ใช่ หรือ the right fish” ซึ่งมีหัวใจแห่งความสำเร็จในการแข่งขันประกอบด้วย 5 ใช่ คือ 1) คนที่ใช่ (right people) 2) สินค้าที่ใช่ (right product) 3) วัตถุประสงค์ที่ใช่ (right purpose) 4) วิธีที่ใช่ (right approach) และ 5) เวลาที่ใช่ (right time) เพราะในโลกแห่งการแข่งขันในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตลาดไม่ได้กว้างใหญ่แต่แคบลงเรื่อย ๆ โดยไม่มีเส้นกั้นระหว่างออนไลน์ (online) และออฟไลน์ (offline) อีกต่อไป ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าจึงมุ่งส่งเสริมให้มีการปรับตัวในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อการแข่งขันที่เท่าเทียมและเป็นธรรมทั้งธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดใหญ่



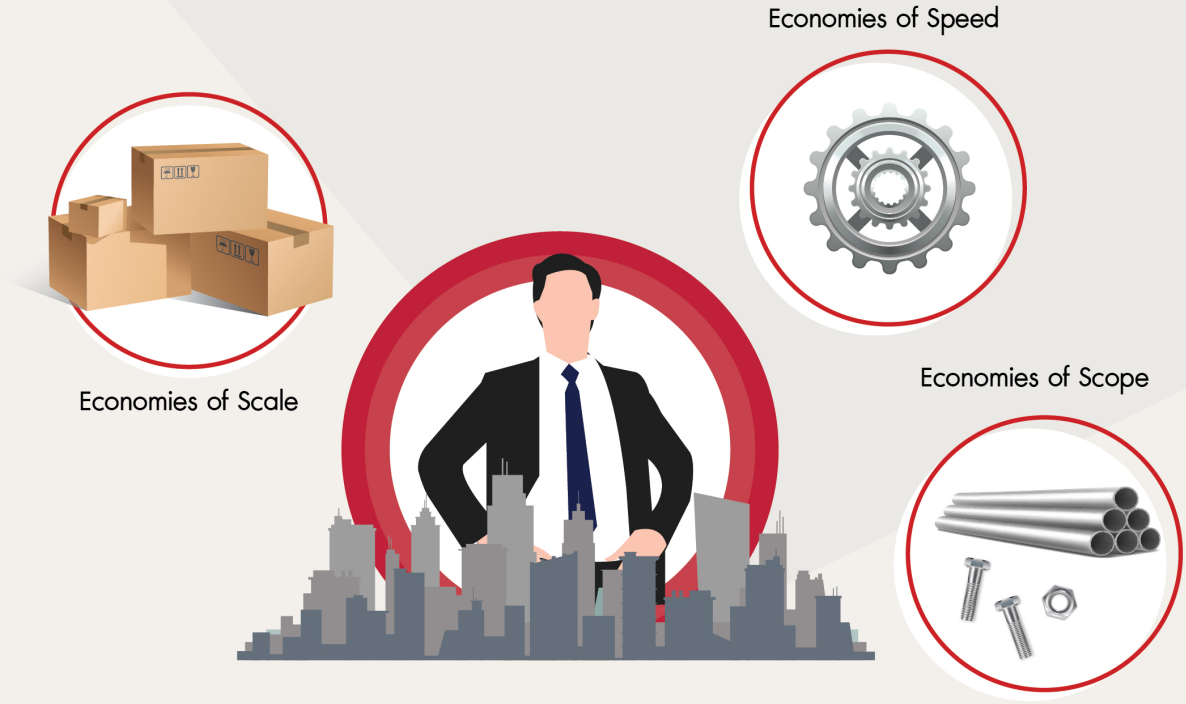
ผิดไหมที่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด

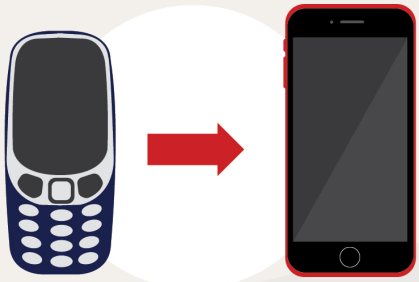
ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ขึ้นตลอดเวลา อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปทำให้ธุรกิจการค้าและการให้บริการมีการแข่งขันสูงขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการคิดค้นนวัตกรรม พัฒนาเทคโนโลยี เพิ่มศักยภาพด้านการผลิต และนำกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ๆ จนสามารถประสบผลสำเร็จทั้งมูลค่าผลประกอบการทางธุรกิจที่สูงขึ้นและสามารถครอบครองส่วนแบ่งตลาดได้เพิ่มมากขึ้นได้หลายวิธี เช่น

การประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เป็นการขยายกำลังการผลิตในปริมาณมากขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อหน่วยสินค้าให้ต่ำลง

การประหยัดจากความเร็ว (Economies of Speed) เป็นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ เช่น ลดเวลาและต้นทุนในการผลิต การพัฒนาสินค้าได้รวดเร็ว

การประหยัดจากขอบเขต (Economies of Scope) เป็นการประหยัดจากการประกอบธุรกิจหลายอย่างพร้อมกันโดยใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ





การคิดค้นนวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยี ที่แตกต่างจากเดิมอย่างก้าวกระโดด ตัวอย่างเช่น กรณีที่เกิดขึ้นในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีการรวบรวมฟังก์ชันการทำงานของหลายลักษณะมาอยู่ในอุปกรณ์ชิ้นเดียว อันเป็นการสร้างความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค เช่น ในอดีตธุรกิจโทรศัพท์มือถือ iPhone ทำให้ Nokia ที่เคยเป็นอันดับหนึ่งของโลกต้องพ่ายแพ้ด้วยการพัฒนาระบบทัชสกรีนต์แทนระบบการกดปุ่ม อีกทั้งยังนำแอปพลิเคชั่นต่าง ๆ เข้ามาอยู่ในโทรศัพท์ ต่อมาตลาดโทรศัพท์มือถือมีการแข่งขันกันสูง โดย Samsung มีการนำระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) มาใช้พัฒนาและเปิดโอกาสให้นักพัฒนาซอฟต์แวร์สามารถนำระบบปฏิบัติการดังกล่าวมาใช้พัฒนาสินค้าของตน ทำให้ Samsung เป็นที่นิยมและสามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายราคา ตอบสนองลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้ ในเวลาต่อมาเมื่อความนิยมของผู้บริโภคโทรศัพท์มือถือต้องการเน้นการถ่ายภาพ Huawei จึงมุ่งพัฒนานวัตกรรมทางการถ่ายภาพมาเป็นจุดขายของสินค้าของตน ทำให้มียอดการขายสูง จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดการแข่งขันและก้าวไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่อาจกลายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดจากการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

“เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดนั้นไม่มีความผิดตามกฎหมาย เว้นแต่จะใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม”

เพราะเหตุนี้ ผู้ประกอบธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จทั้งมูลค่าผลประกอบการทางธุรกิจที่สูงขึ้นและส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มมากจนเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดนั้นไม่มีความผิดตามกฎหมาย เว้นแต่จะใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม เอารัดเอาเปรียบหรือแทรกแซงการประกอบธุรกิจของคู่ค้าอย่างไม่เป็นธรรมก็อาจเข้าข่ายผิดกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เช่น กลั่นแกล้งคู่แข่งขันหรือคู่ค้าโดยกำหนดราคาขายสินค้าต่ำกว่าทุน (below-cost price) ฯลฯ จึงเห็นได้ว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้ามุ่งส่งเสริมให้มีการประกอบธุรกิจอย่างเสรีและเป็นธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมไทยคาดหวังและเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ประกอบธุรกิจทุกภาคส่วนต้องคำนึงถึง

ใครบ้างที่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด

เกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

ผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว
- ส่วนแบ่งตลาด ≥ 50%
- ยอดเงินขาย ≥ 1,000 ล้านบาท

ผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรก
- สามรายแรกมีส่วนแบ่งตลาดรวม ≥ 75%
- ยอดเงินขายของแต่ละราย ≥ 1,000 ล้านบาท

ยกเว้นผู้ประกอบธุรกิจรายใดรายหนึ่งที่มีส่วนแบ่งตลาด
ในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 10 % หรือมียอดเงินขายต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) กรณีผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว และ 2) กรณีผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรก ที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในปีที่ผ่านมาตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้

กรณีที่ 1 กรณีผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว เป็นกรณีผู้ประกอบธุรกิจรายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียวในตลาดสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันที่มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 50% ขึ้นไป และมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป ตัวอย่างเช่น

ธุรกิจจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศในประเทศ บริษัท A มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมาเกินกว่า 75% ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมา 990 ล้านบาท บริษัท A จึงไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เพราะมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท

ธุรกิจจำหน่ายโน๊ตบุ๊กในประเทศ บริษัท B มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมา 49% ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมา 1,000 ล้านบาท บริษัท B จึงไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เพราะมีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50%

ธุรกิจเครื่องดื่มชาเขียวในประเทศ บริษัท C มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมา 51% ของส่วนแบ่งตลาดทั้งหมด และมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมา 1,200 ล้านบาท บริษัท C จึงเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด

ตลาด	บริษัท	ส่วนแบ่งตลาด (%)	ยอดเงินขาย (ลบ.)	ผู้มีอำนาจเหนือตลาด		เหตุผล
				เป็น	ไม่เป็น	
จำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศในประเทศ	A	เกินกว่า 75%	990		✓	ยอดเงินขายต่ำกว่าเกณฑ์ (1,000 ลบ.)
จำหน่ายโน๊ตบุ๊คในประเทศ	B	49	1,000		✓	ส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าเกณฑ์ (50%)
จำหน่ายเครื่องดื่มชาเขียวในประเทศ	C	51	1,200	✓		ส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายถึงเกณฑ์

กรณีที่ 2 ผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรก เป็นกรณีผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกในตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งหรือบริการใดบริการหนึ่งที่มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมารวมกันตั้งแต่ 75% ขึ้นไป และผู้ประกอบธุรกิจแต่ละรายมียอดเงินขายในปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป ทั้งนี้ ยกเว้นกรณีผู้ประกอบธุรกิจรายใดรายหนึ่งที่มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 10% หรือมียอดเงินขายต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท ตัวอย่างเช่น

ธุรกิจจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ มีผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกในตลาด ได้แก่ บริษัท A บริษัท B และบริษัท C โดยมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในปีที่ผ่านมา ดังนี้ บริษัท A มีส่วนแบ่งตลาด 40% และมียอดเงินขาย 4,000 ล้านบาท บริษัท B มีส่วนแบ่งตลาด 30% และมียอดเงินขาย 3,000 ล้านบาท และบริษัท C มีส่วนแบ่งตลาด 10% และมียอดเงินขาย 1,000 ล้านบาท ในกรณีนี้ถือว่า A บริษัท B และบริษัท C เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เนื่องจากบริษัททั้ง 3 รายมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายตามเกณฑ์ที่กำหนด

ธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลมในประเทศ มีผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกในตลาด ได้แก่ บริษัท D บริษัท E และบริษัท F โดยมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในปีที่ผ่านมา ดังนี้ บริษัท D มีส่วนแบ่งตลาด 40% และมียอดเงินขาย 4,900 ล้านบาท บริษัท E มีส่วนแบ่งตลาด 30% และมียอดเงินขาย 3,600 ล้านบาท และบริษัท F มีส่วนแบ่งตลาด 9% และมียอดเงินขาย 1,100 ล้านบาท ในกรณีนี้ถือว่า บริษัท D และบริษัท E เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด แต่บริษัท F ไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เนื่องจากมีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่า 10%

ธุรกิจจำหน่ายกระจกในประเทศ มีผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกในตลาด ได้แก่ บริษัท G บริษัท H และบริษัท J โดยมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในปีที่ผ่านมา ดังนี้ บริษัท G มีส่วนแบ่งตลาด 40% และมียอดเงินขาย 3,600 ล้านบาท บริษัท H มีส่วนแบ่งตลาด 30% และมียอดเงินขาย 2,700 ล้านบาท และบริษัท J มีส่วนแบ่งตลาด 10% และมียอดเงินขาย 900 ล้านบาท ในกรณีนี้ถือว่า บริษัท G และบริษัท H เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด แต่บริษัท J ไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เนื่องจากมียอดเงินขายต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท

ตลาด	บริษัท	ส่วนแบ่งตลาด (%)	ยอดเงินขาย (ลบ.)	ผู้มีอำนาจเหนือตลาด		เหตุผล
				เป็น	ไม่เป็น	
จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ	A	40	4,000	✓		A, B, C มีส่วนแบ่งตลาดรวม > 75% และแต่ละรายมียอดเงินขาย > 1,000 ลบ.
	B	30	3,000	✓		
	C	10	1,000	✓		
จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำอัดลมในประเทศ	D	40	4,900	✓		D, E, F มีส่วนแบ่งตลาดรวม > 75% และแต่ละรายมียอดเงินขาย > 1,000 ลบ. แต่ F ไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เพราะส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่า 10%
	E	30	3,600	✓		
	F	9	1,100		✓	
จำหน่ายกระจกในประเทศ	G	40	3,600	✓		G, H, J มีส่วนแบ่งตลาดรวม > 75% และ G, H มีรายได้ยอดเงินขาย > 1,000 ลบ. แต่ J ไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด เพราะมียอดเงินขายต่ำกว่า 1,000 ลบ.
	H	30	2,700	✓		
	J	10	900		✓	

นอกจากนี้ การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบธุรกิจรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดนั้น กฎหมายได้กำหนด “ให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งหรือบริการใดบริการหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบาย หรืออำนาจสั่งการด้วย (อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการ พ.ศ. 2561 ที่เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (www.otcc.or.th)) และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายรวมกันดังกล่าว เป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการจะถือว่าบรรดาผู้ประกอบธุรกิจนั้นมีสถานะเสมือนเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน (Single Economic Entity) เช่น การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายที่ครอบคลุมบริษัทแม่และบริษัทลูก และ บริษัทแต่ละบริษัทนั้นต้องเป็นผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ในตลาดเดียวกันเท่านั้น

ตัวอย่างเช่น ธุรกิจจำหน่ายปุ๋ยเคมีในประเทศ บริษัท 5 ลำดับแรก มียอดเงินขายของแต่ละรายเป็นจำนวนเงินเกินกว่า 1,000 ล้านบาท และมีส่วนแบ่งตลาด ดังนี้ บริษัท A มีส่วนแบ่งตลาด 40% บริษัท B มีส่วนแบ่งตลาด 5% บริษัท C มีส่วนแบ่งตลาด 5% บริษัท D มีส่วนแบ่งตลาด 5% และบริษัท E มีส่วนแบ่งตลาด 3% จะเห็นได้ว่าในธุรกิจจำหน่ายปุ๋ยเคมี หากพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดในเบื้องต้น โดยยังไม่ได้หาข้อมูลตามหลักการพิจารณาความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจการสั่งการเพิ่มเติม จะกล่าวว่า ไม่มีบริษัทใดเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด แต่เมื่อคณะกรรมการได้ตรวจสอบเพิ่มเติมแล้วพบว่า

บริษัท A ถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียง 60% ของจำนวนสิทธิออกเสียงทั้งหมดในบริษัท B
บริษัท A มีอำนาจทางตรงควบคุมคะแนนเสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท C
บริษัท A มีอำนาจควบคุมทางอ้อมของการแต่งตั้งเกินกึ่งหนึ่งของกรรมการทั้งหมดในบริษัท D

เมื่อทั้ง 4 บริษัทอยู่ในตลาดเดียวกัน (ตลาดจำหน่ายปุ๋ยเคมี) และมีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจการสั่งการที่หน่วยธุรกิจเดียวกัน ดังนั้น การนับส่วนแบ่งตลาดของบริษัท A บริษัท B บริษัท C และบริษัท D จึงนำมารวมกัน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 55% และมียอดเงินขายรวมกันสูงกว่า 4,000 ล้านบาท จึงกล่าวได้ว่า บริษัท A บริษัท B บริษัท C และบริษัท D เป็นหน่วยธุรกิจเดียวกันและเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดในตลาดจำหน่ายปุ๋ยเคมี

อย่างไรก็ตาม ในกรณีตามตัวอย่างข้างต้นหากโจทย์เปลี่ยนเป็นว่า บริษัท B บริษัท C ไม่ได้ประกอบธุรกิจในตลาดเดียวกันกับบริษัท A แต่มีบริษัท D เท่านั้นที่อยู่ในตลาดเดียวกับบริษัท A ดังนั้น ถ้าต้องการคำนวณหาส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของบริษัท A จะไม่นับรวมบริษัท B บริษัท C เนื่องจากอยู่คนละตลาดกับบริษัท A แต่จะนำส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของบริษัท D มารวมกับบริษัท A เพราะอยู่ในตลาดเดียวกันและเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน สรุปได้ว่า หน่วยธุรกิจเดียวกันของบริษัท A มีส่วนแบ่งตลาดรวมเท่ากับ 45 % ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ประกาศกำหนด จึงไม่เข้าข่ายเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

อะไรบ้างคือปัจจัยสภาพการแข่งขัน

ปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาด มีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเริ่มต้นประกอบกิจการ และยังเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบธุรกิจเพิ่มปริมาณการผลิตหรือขยายกิจการ รวมทั้งเป็นแรงผลักดันให้มีผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่เข้ามาในตลาด ด้วยเหตุนี้ปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในตลาดสินค้าและบริการ นอกจากนี้ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้กำหนดว่า ในการพิจารณาผู้มีอำนาจเหนือตลาดนั้น ให้นำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดมาประกอบการพิจารณาด้วย เช่น

จำนวนผู้ประกอบธุรกิจในตลาด
ซึ่งเป็นตัวกำหนดการเข้ามาแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจ หากตลาดมีจำนวนผู้ประกอบธุรกิจมาก สภาพการแข่งขันจะสูงกว่าตลาดที่มีจำนวนผู้ประกอบธุรกิจน้อยราย

จำนวนเงินลงทุน
หากต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากก็จะมีผู้แข่งขันน้อย ตลาดอาจมีผู้มีอำนาจเหนือตลาดได้

การเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ
หากมีการเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญได้ง่าย จะทำให้สามารถเข้าสู่ตลาด และสามารถแข่งขันในตลาดได้ง่าย แต่ถ้าตลาดใดที่เข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญได้ยาก ตลาดนั้นอาจจะมีผู้มีอำนาจเหนือตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย
ตลาดใดที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายจำนวนมากหลายช่องทาง จะแสดงให้เห็นว่าตลาดนั้น ๆ มีการแข่งขันสูง ดังนั้นโอกาสที่จะมีผู้มีอำนาจเหนือตลาดจึงเป็นไปได้ยากกว่าตลาดที่มีช่องทางการกระจายที่น้อยกว่า

เครือข่ายในการประกอบธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ
เป็นปัจจัยช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ การมีเครือข่ายธุรกิจ และมีโครงสร้างพื้นฐานที่ต้องใช้เทคโนโลยีชั้นสูงและเงินลงทุนสูง จะสนับสนุนให้ผู้ครอบครองมีอำนาจเหนือตลาด

กฎระเบียบของภาครัฐ
เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้ได้รับใบอนุญาตมีอำนาจเหนือตลาด

ตัวอย่างการใช้อำนาจเหนือตลาดในรูปแบบต่าง ๆ

ในทางธุรกิจผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดอาจความได้เปรียบจากการแข่งขันไปในการกำหนดราคาและปริมาณสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะที่เป็นการบิดเบือนตลาด รวมถึงสามารถกำหนดเงื่อนไขทางการค้าที่เป็นการจำกัดเสรีทางการค้ากับคู่ค้าของตนและการเข้าไปแทรกแซงการประกอบธุรกิจของผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม หากผู้ประกอบธุรกิจใช้อำนาจเหนือตลาดนั้นอย่างไม่เป็นธรรมหรือไม่มีเหตุผลอันสมควร อาจมีความผิดตามกฎหมายแข่งขันทางการค้าได้ ตัวอย่างเช่น

ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์รายใหญ่ ที่มีอำนาจเหนือตลาดได้กำหนดราคาขายต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ย (average total cost) เพื่อกำจัดคู่แข่งขันที่อยู่ในตลาดเดียวกันให้ออกจากตลาด ย่อมมีความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าอันเนื่องจากการกำหนดราคาขายสินค้าหรือบริการอย่างไม่เป็นธรรม

ห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ ที่มีอำนาจเหนือตลาดได้กำหนดเงื่อนไขว่าผู้ประกอบธุรกิจที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าของตนจะต้องไม่นำสินค้าประเภทเดียวกันไปวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าอื่นที่เป็นคู่แข่งขัน ย่อมมีความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าโดยการกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมให้คู่ค้าต้องซื้อหรือขายสินค้าหรือบริการจากตนเท่านั้น (exclusive dealing)

บทสรุป

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล (digital transformation) ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เพิ่มมากขึ้นและรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจต่างต้องใช้กลยุทธ์การประกอบธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมกับการปรับตัวให้สอดคล้องกับการแข่งขันในยุคดิจิทัลเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งรายอื่น ๆ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าจึงทำหน้าที่เปรียบเสมือนธรรมนูญทางการค้า ซึ่งเป็นกติกาสากลที่มุ่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการประกอบธุรกิจแข่งขันกันอย่างเสรีและเป็นธรรม โดยผู้ประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ที่เข้าข่ายเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดไม่ว่าตามเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว หรือเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกในตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งหรือตลาดบริการใดบริการหนึ่ง ก็เป็นผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ภายใต้การบังคับใช้ของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเช่นกัน

แต่อย่างไรก็ตาม การมีสถานะเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดไม่ถือเป็นความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในตัวเอง แต่จะต้องมีพฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบประกอบด้วยจึงจะเป็นความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ได้แก่ การกำหนดราคาอย่างไม่เป็นธรรม การกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมให้กับคู่ค้าของตน การแทรกแซงการประกอบธุรกิจของผู้อื่นโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เป็นต้น โดยรายละเอียดว่าการกระทำลักษณะใดที่จะเข้าข่ายพฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบสามารถติดตามต่อได้ในเอกสารชุดถัดไป เรื่อง การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม

เอกสารเผยแพร่ข้อมูลความรู้
เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560
จำนวน 8 บทความ

1. องค์กรกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า
2. การวิเคราะห์ขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด
3. ผู้มีอำนาจเหนือตลาดและปัจจัยสภาพการแข่งขัน
4. การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม
5. การรวมธุรกิจ
6. การกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ
7. การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม
8. กรณีศึกษาคำวินิจฉัย “คดีฟักทอง”

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
OFFICE OF TRADE COMPETITION COMMISSION

ที่ปรึกษา : คณะอนุกรรมการด้านการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า
จัดทำโดย : ฝ่ายเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วม
โทร 0 2199 5411 อีเมล advocacy@otcc.or.th

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สขค.)
Office of Trade Competition Commission (OTCC)
0 2199 5400
www.otcc.or.th | info@otcc.or.th

Website Fanpage Line Official YouTube