

ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและการกระทำอันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มหลายด้าน (Multi-sided Platform) ประเภทธุรกิจบริการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce)

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มหลายด้าน (Multi-sided Platform) ในตลาดดิจิทัล มีลักษณะเฉพาะอันซับซ้อนเชื่อมโยงนิติสัมพันธ์หลายด้านก่อให้เกิดผลกระทบเชิงเครือข่าย (Network Effect) ในวงกว้าง โดยอาศัยโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ เช่น การถือครองข้อมูลของผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม การควบคุมและจัดสรรผ่านระบบอัลกอริทึม ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดอำนาจในการควบคุมตลาด อันส่งผลต่อ พฤติกรรมทางการค้าในการแสวงหาประโยชน์เพื่อผูกขาด ลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด ดังนั้น เพื่อประโยชน์ในการกำกับดูแลให้การประกอบธุรกิจมีความชัดเจนและเป็นไปตามบทบัญญัติ ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ จึงสมควรกำหนดให้มีแนวทางพิจารณาพฤติกรรม ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมอันมีลักษณะเป็นการผูกขาด ลดการแข่งขันหรือจำกัดการแข่งขัน รวมไปถึง การตกลงร่วมกันหรือการทำนิติกรรมอื่นใดในการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มหลายด้าน (Multi-sided Platform) ระหว่างผู้ประกอบการให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) และหรือกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นใดที่มีการดำเนินธุรกิจเชื่อมโยงระหว่างกัน ตามมาตรา ๕๐ ๕๔ ๕๕ ๕๗ และ ๕๘ แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๓) แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับนับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๒ ในประกาศนี้

“แพลตฟอร์มหลายด้าน (Multi-sided Platform)” หมายความว่า พื้นที่ซึ่งทำหน้าที่ เป็นตัวกลางเชื่อมโยงผู้ใช้งานตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไปให้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง เพื่อแลกเปลี่ยน หรือพึ่งพาการให้บริการระหว่างกัน เช่น ดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ซึ่งมีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ขาย (Sellers) ผู้ให้บริการรับและขนส่ง (Carriers) ผู้ให้บริการโฆษณาดิจิทัล (Digital Media Advertisers) และผู้ให้บริการชำระเงิน (Payment Channels)

“ดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce)” หมายความว่า พื้นที่การให้บริการ ซึ่งเป็นตัวกลางเชื่อมโยงการจำหน่ายซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ รวมถึงการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้เกิดธุรกรรมหรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการผ่านระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะมีการคิดค่าบริการหรือไม่มีการคิดค่าบริการก็ตาม

“ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่า กระบวนการประมวลผลการกระทำใด ๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมในทางแพ่งและพาณิชย์ด้วยเครื่องมือหรือวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ไฟฟ้า คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า หรือวิธีอื่นใดในลักษณะคล้ายกัน โดยการสร้าง ส่ง รับ เก็บรักษา หรือประมวลผลข้อมูล

“ผู้ประกอบการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ” หมายความว่า ผู้ให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้เกิดธุรกรรมหรือปฏิสัมพันธ์ผ่านระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยรับคำสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่ทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในรูปแบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ (Social-Marketplace) หรือรูปแบบอื่นใดที่มีการเชื่อมโยงคำสั่งซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

“ผู้ขาย (Sellers)” หมายความว่า ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้จำหน่าย ผู้ผลิตเพื่อจำหน่าย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อผลิตหรือจำหน่ายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการในธุรกิจที่ใช้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) เพื่อจำหน่ายซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ รวมถึงการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้เกิดธุรกรรมหรือปฏิสัมพันธ์ผ่านระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

“ผู้ให้บริการรับและขนส่ง (Carriers)” หมายความว่า ผู้ประกอบการซึ่งให้บริการในธุรกิจรับขนส่งสินค้า ที่ให้บริการโดยรับคำสั่งและเชื่อมโยงธุรกรรมการให้บริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce)

“ผู้ให้บริการโฆษณาดิจิทัล (Digital Media Advertisers)” หมายความว่า ผู้ประกอบการซึ่งให้บริการในธุรกิจประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันมีวัตถุประสงค์เพื่อการตลาด โดยพึ่งพาพื้นที่การให้บริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce)

“ผู้ให้บริการชำระเงิน (Payment Channels)” หมายความว่า ผู้ประกอบการซึ่งให้บริการการชำระเงินทางออนไลน์ที่มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงผู้ซื้อ ผู้ขาย และธนาคารสถาบันการเงินหรือตัวกลางที่ไม่ใช่ธนาคาร บนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce)

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของหรือสิ่งอื่นใดที่ใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของนั้น

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำการทำงาน การให้สิทธิใด ๆ การให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงาน

“ระบบอัลกอริทึม (Algorithm)” หมายความว่า รวมถึง ชุดคำสั่ง กระบวนการประมวลผลข้อมูลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

ข้อ ๓ การปฏิบัติทางการค้าของผู้ประกอบการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการกับผู้ประกอบการใด ทั้งผู้ขาย (Sellers) ผู้ให้บริการรับและขนส่ง (Carriers) ผู้ให้บริการโฆษณาดิจิทัล

(Digital Media Advertisers) และผู้ให้บริการการชำระเงิน (Payment Channels) ให้ยึดหลักการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรม ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า

การปฏิบัติตามวรรคหนึ่งต้องคำนึงถึงพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่มีลักษณะเป็นการกีดกัน การบังคับ การกำหนดเงื่อนไขอันเป็นการจำกัดสิทธิ การเลือกปฏิบัติ การเอื้อประโยชน์ การร่วมกันกระทำการ หรือการกระทำใด ๆ อันก่อให้เกิดการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ

ข้อ ๔ ภายใต้บังคับข้อ ๓ การปฏิบัติทางการค้าของผู้ประกอบธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจเข้าข่ายเป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขัน มีแนวทางการพิจารณาพฤติกรรมทางการค้าอันเข้าข่ายเป็นพฤติกรรมต้องห้ามดังต่อไปนี้

(๑) พฤติกรรมด้านราคา (Price Behavior)

(ก) การกำหนดให้ตั้งราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ที่ต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ย (Price Below Cost)

(ข) การกำหนดให้ตั้งราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เท่ากันทุกช่องทางจำหน่าย หรือห้ามไม่ให้ตั้งราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) อื่นในอัตราที่ต่ำกว่าการวางจำหน่ายบนช่องทางค้าของตน (Rate Parity Clause) เว้นแต่เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาโดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสิทธิซึ่งมีหน้าที่ต้องชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียม หรือให้ผลตอบแทนอื่นใดตามที่ระบุในสัญญารวมถึงกรณีเป็นข้อตกลงหรือรูปแบบธุรกิจตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายอื่น

(ค) การกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) โดยให้ตั้งราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการตามที่กำหนด หากไม่ปฏิบัติตามจะปฏิเสธการให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการ (Refusal to deal) บนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ของตน

(ง) การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมส่วนแบ่งรายได้ (Commission Fee) ค่าใช้จ่ายเพื่อการโฆษณาด้วยวิธีการใด ๆ (Advertising/Affiliate Ads Fee) ค่าใช้จ่ายเพื่อการใช้บริการขนส่งหรือเข้ารับสินค้าบนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (Logistic/Pickup Fee) ค่าใช้จ่ายเพื่อส่งเสริมการขาย (Promotion Fee) หรือค่าธรรมเนียมการชำระเงิน (Payment Fee) รวมถึงผลประโยชน์อื่นใด โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น

๑) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดในอัตราที่สูงเกินสมควรเมื่อเทียบกับอัตราที่เคยเรียกเก็บ (Excessive Pricing)

๒) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดในอัตราตามคู่แข่ง (Parallel Pricing) ซึ่งสามารถพิจารณาหรือพิสูจน์ได้จากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการตระหนักรู้

ของผู้ประกอบธุรกิจว่าได้กระทำร่วมกันแม้ไม่ปรากฏข้อตกลงหรือหลักฐานที่แสดงถึงการกระทำร่วมกัน โดยชัดแจ้ง

๓) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดในอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ย (Price Below Cost) เว้นแต่การเรียกเก็บในอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ยในบางกรณี เช่น เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจในช่วงการทดลองตลาด หรือเป็นการส่งเสริมการขายในช่วงระยะเวลาอันสั้น หรือมีความจำเป็นที่ต้องเรียกเก็บในอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ยมิฉะนั้นจะเกิดความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจ โดยต้องเป็นการดำเนินการในช่วงระยะเวลาอันสั้น

๔) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดในอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย จากผู้ขาย (Sellers) ผู้ให้บริการรับและขนส่ง (Carriers) ผู้ให้บริการโฆษณาดิจิทัล (Digital Media Advertisers) และผู้ให้บริการการชำระเงิน (Payment Channels) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คู่แข่งต้องออกจากตลาด (Predatory Pricing) และเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดสูงขึ้นในภายหลังเพื่อชดเชยส่วนที่เคยขาดทุนไปและทำกำไรสูงสุดในระยะยาว (Recoupment) เว้นแต่มีความจำเป็นทางธุรกิจที่ต้องเรียกเก็บในอัตราที่ต่ำกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย มิฉะนั้นจะเกิดความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจ

๕) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใดในอัตราที่แตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการเดียวกัน โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร (Price Discrimination) ทั้งนี้ โดยพิจารณาจากขนาด ปริมาณการจำหน่าย หรือมูลค่าการจำหน่าย เป็นต้น

๖) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย รวมถึงผลประโยชน์อื่นใด ที่เป็นภาระอันเกินควรแก่ลูกค้าโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือไม่มีการแจ้งล่วงหน้าในระยะเวลาที่เหมาะสม

(จ) การกระทำทางการค้าใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมที่ส่งผลต่อราคาสินค้าหรือบริการในตลาดอย่างไม่เป็นธรรม เช่น การใช้ระบบอัลกอริทึมกำหนดอัตราหรือจัดระดับราคาสินค้าหรือบริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร (Price Ranking System) เป็นต้น

(๒) พฤติกรรมทางการค้าอื่น (Non-price Behavior)

(ก) การกีดกันการมองเห็นสินค้าหรือบริการของผู้ขาย (Seller) ซึ่งใช้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) โดยใช้ระบบอัลกอริทึมปิดกั้นหรือจำกัดการมองเห็น (Visibility Reduction) และให้สิทธิพิเศษเอื้อประโยชน์เฉพาะตน (Self-preferencing) หรือของผู้ขายรายอื่นที่ตนได้รับผลประโยชน์มากกว่า โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น จัดวางสินค้าของตนหรือของผู้ขายรายอื่นในตำแหน่งที่เป็นจุดเด่นบนพื้นที่หน้าแรกโดยไม่แสดงให้เห็นโดยชัดเจนว่าเป็นการดำเนินการภายใต้การโฆษณา (Ad)

(ข) การบังคับให้เลือกหรือยอมรับเงื่อนไขใด ๆ โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น

๑) บังคับเลือกบริการรับและขนส่งสินค้า (Carriers) โดยต้องใช้บริการรับและขนส่งสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) หรือที่กำหนดไว้เท่านั้น

ไม่สามารถเลือกใช้บริการขนส่งหรือบริการเข้ารับสินค้าอื่นใดตามความประสงค์ของผู้ขายได้ ทั้งนี้ให้รวมถึงกรณีที่ผู้ขายถูกกำหนดให้ต้องใช้ผู้ให้บริการรับและขนส่งสินค้า (Carriers) ที่ถูกตั้งเป็นค่าเริ่มต้น (Default Setting) โดยเป็นผู้ให้บริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มมีผลประโยชน์ทางธุรกิจเกี่ยวข้องและผู้ขายไม่สามารถเลือกยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงการตั้งค่าดังกล่าวได้โดยสะดวก

๒) บังคับให้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทำเป็นช่วงระยะเวลาต่อเนื่องยาวนาน เช่น กิจกรรมส่งเสริมการขายตามช่วงเวลาเป็นประจำทุกเดือน (Double-date Sale)

๓) บังคับเลือกบริการช่องทางการชำระเงิน (Payment Channels) โดยต้องใช้บริการชำระเงินของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) หรือที่กำหนดไว้เท่านั้น โดยไม่สามารถเลือกใช้บริการชำระเงินอื่นใดตามความประสงค์ของผู้ขายได้

๔) บังคับหรือจูงใจให้ซื้อหรือให้ใช้บริการ (Coercion to Purchase) โดยต้องซื้อหรือใช้บริการใด ๆ โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น ผู้บริการโฆษณา (Media Advertiser) ตามที่กำหนดเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce)

(ค) การกำหนดเงื่อนไขอันเป็นการจำกัดสิทธิ (Exclusive Dealing) โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น

๑) กำหนดเงื่อนไขที่มีลักษณะเป็นการห้ามจำหน่ายสินค้าหรือบริการบนช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ของรายอื่น โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามจะต้องถูกจำกัดด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การยกเลิกบัญชีผู้ขาย (Banned Account) การถอดสินค้าบริการออกจากช่องทางจำหน่าย (Delisting) หรือการปฏิเสธการให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการ (Refusal to deal) บนดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ของตน เป็นต้น

๒) การกำหนดเงื่อนไขที่มีลักษณะอันทำให้เสียเปรียบถูกจำกัดโอกาสโดยไม่มีทางเลือกทางการค้าอื่นใด เช่น กำหนดให้ต้องจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่นพ่วงด้วยจึงจะสามารถวางสินค้าหรือบริการจำหน่ายบนช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ของตนได้ (Tying and Bundling) กำหนดให้ส่งข้อมูลทางการค้าทุกประเภทโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสร้างข้อจำกัดและกีดกันการแข่งขัน (Anti-competitive Use of Third-party Data) การจำกัดตัวเลือก (Limiting Choices) ด้านบริการรับและขนส่งสินค้า (Carriers) โดยถอดรายชื่อผู้ให้บริการรับและขนส่งสินค้านอกจากตัวเลือกหลักและให้ใช้บริการรับและขนส่งสินค้าที่ตั้งค่าไว้เท่านั้น เป็นต้น

(ง) การเลือกปฏิบัติ (Discrimination) โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น

๑) การเลือกจัดอันดับนำเสนอสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน ระหว่างผู้ขายที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการเดียวกัน (Ranking Discrimination)

๒) การเลือกแบ่งสัดส่วนคำสั่งซื้อหรือปริมาณพัสดุที่จะต้องขนส่ง (Quantity Discrimination) ระหว่างบริการรับและขนส่ง (Carrier) ของตนหรือเครือข่ายของตนกับผู้ให้บริการรับและขนส่ง (Carrier) รายอื่นที่ให้บริการประเภทเดียวกัน

(จ) การเอื้อประโยชน์ โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น

๑) การเอื้อประโยชน์ด้านข้อมูล โดยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนได้รับไปสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับเครือข่ายการดำเนินธุรกิจของตน (Data Leveraging) เป็นต้น

๒) การเอื้อประโยชน์ให้กับบริการของตน (Self-preferencing) โดยให้ประโยชน์ใด ๆ แก่บริการของตนเองเป็นการเฉพาะเหนือกว่าประโยชน์ของคู่ค้ารายอื่น

(ฉ) การร่วมกันกระทำการระหว่างผู้ประกอบการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ที่แข่งขันในตลาดเดียวกัน หรือระหว่างผู้ประกอบการดิจิทัลแพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-Commerce) ซึ่งเป็นคู่ค้ากัน ที่มีลักษณะเป็นการตกลงอันมีผลบังคับและไม่มีผลบังคับทั้งในรูปแบบเป็นลายลักษณ์อักษรหรือรูปแบบอื่นใดซึ่งบ่งชี้ได้ว่าการตระหนักรู้ว่ามีการกระทำร่วมกัน เช่น การสมรู้ร่วมคิดในการประมูลคำสำคัญ (Keyword-bidding collusion)

(ช) การกระทำใด ๆ อันก่อให้เกิดการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขัน เช่น การประวิงเวลาจ่ายค่าสินค้าหรือบริการ การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขทางการค้าหรือปรับเปลี่ยนการดำเนินการใด ๆ โดยไม่มีการแจ้งล่วงหน้าในระยะเวลาที่เหมาะสม เป็นต้น

ข้อ ๕ การกระทำของผู้ประกอบธุรกิจในลักษณะใดลักษณะหนึ่งตามข้อ ๔ ไม่ให้ถือว่าเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรมหรือปราศจากเหตุผลอันสมควร หากเข้าลักษณะข้อยกเว้นอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

(๑) การกระทำนั้น มีเหตุผลอันสมควรในทางเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ และเทคโนโลยี

(๒) การกระทำนั้น เป็นไปตามแนวปฏิบัติหรือจารีตทางการค้าที่ใช้กันในตลาดที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นการดำเนินการที่ผู้ประกอบการธุรกิจในลักษณะเดียวกันอาจกระทำเพื่อประโยชน์ในการเสริมสร้างหรือคงไว้ซึ่งสภาพการแข่งขันในตลาด

(๓) การกระทำนั้น ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการแข่งขันโดยรวมของตลาด และไม่เป็นการจำกัด บิดเบือน หรือกีดกันการแข่งขันเกินสมควร รวมทั้งไม่ก่อให้เกิดภาวะที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการรายอื่น

อนึ่ง การพิจารณาการกระทำอาจพิจารณาจากปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะความสัมพันธ์ทางสัญญา หรือข้อจำกัดตามกฎหมายอื่น

ข้อ ๖ บรรดา ประกาศ หลักเกณฑ์ หรือระเบียบที่ออกตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ ที่ใช้บังคับอยู่ในวันก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ ให้ยังคงใช้บังคับได้ต่อไป เพียงเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับประกาศนี้ จนกว่าคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าจะมีประกาศเป็นอย่างอื่น

ประกาศ ณ วันที่ ๑๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๙

ไมตรี สุเทพากุล

ประธานกรรมการการแข่งขันทางการค้า