

คอลัมน์ : ข้างสนามแข่งขัน (ทางการค้า)



E-Service platform สมรภูมิต่อ กับการกำกับดูแลการแข่งขัน (3)

ตอน : พฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาดในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์
และปัญหาอุปสรรคในการกำกับการแข่งขัน

บทความโดย

- ดร. อัครพล ฮวบเจริญ ผู้อำนวยการฝ่ายกิจการต่างประเทศ
สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า



ขอบคุณภาพจาก : หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ



สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
OFFICE OF TRADE COMPETITION COMMISSION

ฉบับที่ 4
กรกฎาคม 2564

E-Service platform สมรรถนะดี กับการกำกับดูแลการแข่งขัน (3)



บทความโดย

• ดร. อัครพล ชวบเจริญ ผู้อำนวยการฝ่ายกิจการต่างประเทศ
สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

ตอน : การใช้อำนาจเหนือตลาดในธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขาย
สินค้าออนไลน์ และการควบรวมธุรกิจ

ที่ผ่านมาได้อภิปรายถึงสาเหตุของ
การกระจุกตัวธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์
และยังได้อธิบายลักษณะการใช้อำนาจเหนือตลาด
ของธุรกิจโฆษณาออนไลน์ สำหรับในตอนนี้
จะเน้นการอธิบายลักษณะการใช้อำนาจเหนือตลาด
ในธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์
รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับการกำกับดูแลการควบรวม
ธุรกิจ (Merger) ในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

ขอบคุณภาพจาก : หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

ธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ใช้อำนาจเหนือตลาดหลายหลายรูปแบบ

มูลค่าค้าปลีกและค้าส่งออนไลน์รวมทั้งประเทศที่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (EDTA) ได้ประมาณการไว้มีมูลค่าสูงถึง 1.29 ล้านล้านบาท และขยายตัวในช่วงปี 2561-2562 สูงถึงร้อยละ 6 ของมูลค่า ในปีก่อนหน้านี้ ในบทความนี้จะพิจารณาเฉพาะการให้บริการของธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E - Commerce) ที่เป็นสื่อกลางสำหรับการค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) เท่านั้น เพื่อให้มีความชัดเจนในลักษณะการใช้อำนาจเหนือตลาดที่มีโอกาสเกิดขึ้น

การใช้อำนาจเหนือตลาดของธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์อาจเกิดขึ้นในลักษณะการใช้อำนาจของผู้ซื้อรายใหญ่ (Buyer Power) ในการบีบบังคับหรือกดราคารายอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อธุรกิจแพลตฟอร์มนั้นอยู่ในสถานะ “Gatekeeper” ที่สามารถควบคุมทิศทางการแข่งขันในตลาดและการเข้าสู่ตลาดนี้ได้เกือบทั้งหมด หรือ เป็นผู้ซื้อรายใหญ่รายเดียวในตลาด โดยลักษณะเช่นนี้มีความคล้ายคลึงกับการค้าในอดีต ทั้งนี้โดยปกติกฎหมายแข่งขันทางการค้าสามารถจัดการกับการใช้อำนาจเหนือตลาดในลักษณะนี้ได้อยู่แล้วและไม่จำเป็นต้องปรับหรือแก้ไขกฎหมายเป็นการเฉพาะ

การผูกคืบในแนวดิ่ง (Vertical Integration) เป็นสิ่งที่ต้องการความสนใจอย่างยิ่ง เนื่องด้วยความสามารถในเรื่องข้อมูลการค้าที่ธุรกิจแพลตฟอร์มเป็นเจ้าของและมีความได้เปรียบ จึงทำให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์จึงผันตัวเองมาเป็นผู้เล่นในตลาดซื้อขายออนไลน์ด้วยเพื่อหวังที่จะรวบกำไรที่เกิดขึ้นจากการขายสินค้าบนแพลตฟอร์มมาเป็นของตัวเองให้ได้มากที่สุด ในลักษณะนี้ จะเห็นได้ชัดเจนว่า ธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์อาจกระทำการไม่เป็นธรรมในลักษณะใช้สื่อโฆษณาบนแพลตฟอร์มของตัวเองเพื่อดึงยอดขายจากร้านค้าอื่นๆ มาสู่ร้านค้าของตนเอง และการกีดกันผู้บริโภคในการเข้าถึงร้านค้าอื่นๆ เพื่อเพิ่มยอดขายของร้านค้าตนเอง หรือ เรียกว่า “Consumer Foreclosure” เช่น การใช้อัลกอริทึมในการค้นหาสินค้าที่เอนเอียงมายังร้านค้าของตนเองในลักษณะ Top Search เป็นต้น ทั้งนี้การกระทำลักษณะนี้ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ธุรกิจแพลตฟอร์มเป็นผู้บริหารจัดการอยู่อย่างไม่เป็นธรรม และสุดท้ายแล้วธุรกิจร้านค้าจะถูกผูกคืบจากแนวดิ่งและถูกกีดกันออกจากตลาดไปในที่สุด

การเสนอบริการแบบขายพ่วง (Bundling) ก็นิยมนำมาใช้เพื่อเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจแพลตฟอร์ม ตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์เช่นกัน ลักษณะที่มักใช้คือการรวมระบบการชำระเงิน (Payment System) และบริการขนส่งสินค้า (Delivery Service) ซึ่งหากเป็นการบังคับให้ร้านค้าบนแพลตฟอร์มจำเป็นต้องใช้ระบบการชำระเงินและบริการขนส่งสินค้าจากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแต่เพียงผู้เดียวอาจจะถือเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของตลาดที่เกี่ยวข้องกับตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์

ลักษณะสุดท้าย คือ การกีดกันผู้เล่นรายอื่นๆ จะเข้าสู่ตลาดแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ ผ่านการกำหนด Price Parity Clause ซึ่งบังคับให้ผู้ค้าไม่สามารถกำหนดราคาต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในแพลตฟอร์มในช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ซึ่งจะมีผลต่อการแข่งขันในค่าคอมมิชชั่น (Gross Profit: GP) เมื่อผู้แข่งขันในแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์จะเข้าสู่ตลาดโดยเสนอค่าคอมมิชชั่นให้แก่อร้านค้าในระดับต่ำกว่าแพลตฟอร์มรายใหญ่รายเดิมในตลาด จึงทำให้ร้านค้าไม่สามารถกำหนดราคาขายสินค้าที่ต่างกันในแต่ละแพลตฟอร์มแม้ว่าจะได้รับข้อเสนอค่าคอมมิชชั่นที่ต่ำกว่าจากแพลตฟอร์มรายใหม่ จึงทำให้ ผู้ซื้อสินค้าไม่มีแรงจูงใจกระโดดข้ามหรือเปลี่ยนแพลตฟอร์มในการซื้อสินค้าตามที่ต้องการได้



ดังนั้นจะเห็นว่า การใช้อำนาจเหนือตลาดของธุรกิจแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์มีความหลากหลาย เริ่มตั้งแต่การบีบบังคับด้านราคาโดยอาศัยอำนาจของผู้ซื้อรายใหญ่ซึ่งธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มสูงที่เป็นผู้เล่นรายใหญ่อันเกิดจากลักษณะโดยธรรมชาติของธุรกิจประเภทนี้อยู่แล้ว การผูกคิบบนแพลตฟอร์มและการควบคุมตลาดเพื่อกีดกันผู้เล่นในตลาดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ออกจากห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสุดท้ายธุรกิจแพลตฟอร์มจะสามารถกินรวบตลาดได้ทั้งหมด และสุดท้ายเป็นพฤติกรรมที่ใช้สำหรับกีดกันไม่ให้เกิดผู้เล่นรายใหม่เข้าสู่ตลาดแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ค้าบนแพลตฟอร์มต้องปฏิบัติตาม เช่น การกำหนด Price Parity Clause เป็นต้น



ข้อเสนอแนะสำหรับการกำกับการควบรวมธุรกิจ (Merger)

นอกจากการใช้อำนาจเหนือตลาดในการรักษาสถานการณ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้เล่นในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์แล้ว การควบรวมธุรกิจ (Merger) ก็ยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ถูกหยิบยกมาหารือกันในวงกว้างสำหรับแนวทางในการกำกับการแข่งขันให้เสรีและเป็นธรรม เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ต้องอาศัยผลกระทบจากเครือข่าย (Network Effect) เพื่อให้การประกอบธุรกิจที่ต้องลงทุนจำนวนมากเกิดความคุ้มค่าและได้การประหยัดจากขนาดและขอบเขต (Economies of Scale and Scope) แนวทางที่ธุรกิจนิยมเลือกมาใช้เพื่อเป็นทางลัดคือ การควบรวมธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์กระจุกตัวเร็วยิ่งขึ้นเข้าไปอีก และย่อมนำมาซึ่งความกังวลต่อใช้อำนาจเหนือตลาดและการกำกับการแข่งขันเสรีและเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะสำหรับการกำกับการควบรวมธุรกิจ (Merger)

นอกจากการใช้อำนาจเหนือตลาดในการรักษาสถานการณ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้เล่นในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์แล้ว การควบรวมธุรกิจ (Merger) ก็ยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ถูกหยิบยกมาหารือกันในวงกว้างสำหรับแนวทางในการกำกับการแข่งขันให้เสรีและเป็นธรรม เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ต้องอาศัยผลกระทบจากเครือข่าย (Network Effect) เพื่อให้การประกอบธุรกิจที่ต้องลงทุนจำนวนมากเกิดความคุ้มค่าและได้การประหยัดจากขนาดและขอบเขต (Economies of Scale and Scope) แนวทางที่ธุรกิจนิยมเลือกมาใช้เพื่อเป็นทางลัดคือ การควบรวมธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์กระจุกตัวเร็วยิ่งขึ้นเข้าไปอีก และย่อมนำมาซึ่งความกังวลต่อใช้อำนาจเหนือตลาดและการกำกับการแข่งขันเสรีและเป็นธรรม ผู้เชี่ยวชาญด้านการแข่งขันทางการค้าจาก United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) ได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือการกำกับการแข่งขันทางการค้าในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญในการกำกับดูแลการควบรวมธุรกิจมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการกำกับเชิงพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจนี้ ซึ่งคำแนะนำหนึ่งที่ผู้เชี่ยวชาญเน้นย้ำคือการปรับเกณฑ์เชิงมูลค่าธุรกิจที่จะเข้าข่ายการยื่นขออนุญาตการควบรวมธุรกิจ โดยเฉพาะหน่วยงานกำกับการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีกรณีศึกษาจากกรณีการควบรวมธุรกิจของ Uber และ Grab ซึ่งให้บริการในภูมิภาค

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่อยากเน้นย้ำคือการกำกับการแข่งขันในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพจำเป็นที่จะต้องเน้นทั้งการกำกับการแข่งขันทางการค้าในมิติเชิงพฤติกรรมและเชิงโครงสร้างควบคู่ไปพร้อมๆ กัน เนื่องจากด้วยลักษณะโดยธรรมชาติของธุรกิจนี้มักจะมีโครงสร้างตลาดที่กระจุกตัวอยู่แล้ว การกำกับจึงต้องสามารถป้องกันการกระจุกตัวที่เพิ่มขึ้นจากการควบรวมธุรกิจ และป้องกันพฤติกรรมใช้อำนาจเหนือตลาดที่อาจจะขยายอำนาจเหนือตลาดไปยังตลาดที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพไปพร้อมๆ กัน

สำหรับบทความตอนสุดท้ายจะเน้นการนำเอาประสบการณ์ในการกำกับการแข่งขันจากต่างประเทศมาอธิบายและถอดบทเรียนสำหรับการกำกับการแข่งขันในธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

