

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565

ในวันพฤหัสบดี ที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565
เวลา 10.30 – 12.00 น.

ณ ห้องอินฟินิตี้ บอลรูม 1 - 2
โรงแรมพูลแมน คิงพาวเวอร์ กรุงเทพฯ

การรับเรื่องร้องเรียน : ปี 2564 จำนวนเรื่องร้องเรียนการแข่งขัน **เพิ่มสูง** ขึ้นอย่างมาก

- **มากกว่าครึ่งหนึ่ง**ของเรื่องร้องเรียนทั้งหมด อยู่ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Platform)
- การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ (มาตรา 50) เป็นลักษณะพฤติกรรมที่มีเรื่องร้องเรียน **มากที่สุด**

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565

สถิติการรับเรื่องร้องเรียน



จำแนกประเภทตามลักษณะธุรกิจและพฤติกรรม

(ปี 2564 มีเรื่องร้องเรียนทั้งหมด 71 เรื่อง)

จำแนกตามธุรกิจ

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Platform)

40 เรื่อง

ธุรกิจบริการอื่นๆ และแอปพลิเคชัน

16 เรื่อง

ธุรกิจการผลิต

และการค้าส่ง

ค้าปลีก

15 เรื่อง

จำแนกตามพฤติกรรม

การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ
ตามมาตรา 50

40 เรื่อง

การปฏิบัติ
ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม
ตามมาตรา 57

28 เรื่อง

การตกลงร่วมกันตามมาตรา 54 **3 เรื่อง**

■ จำแนกตามธุรกิจ

■ จำแนกตามพฤติกรรม

การพิจารณาคดีการแข่งขัน : ระหว่างปี 2561 - 2564 ได้พิจารณาคดีแข่งขันไปแล้ว **14** คดี

- จำแนกเป็น **คดีอาญา** จำนวน **3** คดี และ**คดีปกครอง** จำนวน **11** คดี
- **ค่าปรับ**จากคดีการแข่งขันทางการค้าทั้งหมด**มูลค่าประมาณ 34 ล้านบาท**

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



คดีอาญา

จำนวน 3 เรื่อง



ผู้ต้องหา จำนวน **28** ราย

อยู่ระหว่างส่งฟ้องอัยการ
จำนวน **2** ราย

ผู้ต้องหาขอเปรียบเทียบปรับ
ตามกฎหมายจำนวน **26** ราย

คดีปกครอง

จำนวน 11 เรื่อง



ผู้ต้องหา จำนวน **16** ราย
ให้ชำระค่าปรับทางครอง

ค่าปรับ



รวมทั้งสิ้นประมาณ
34 ล้านบาท

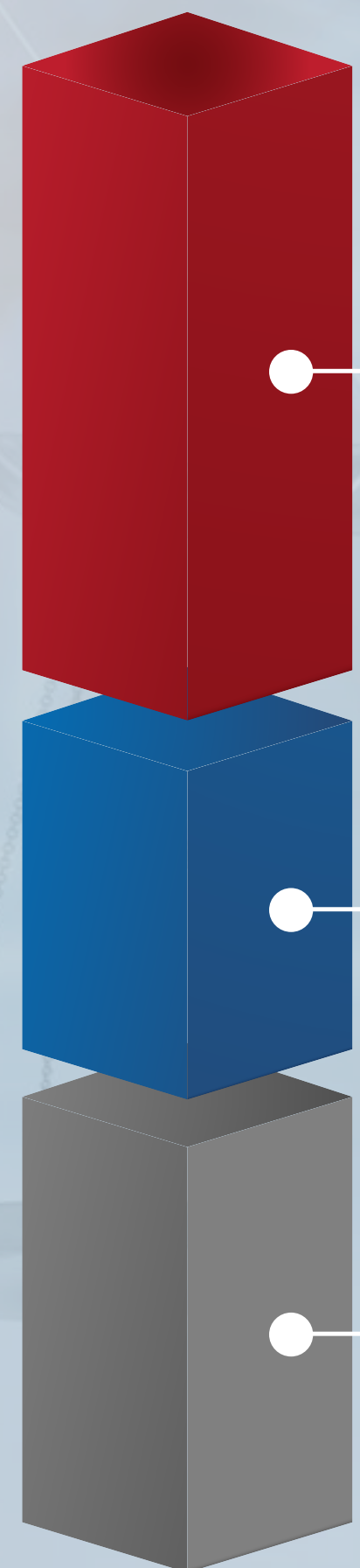
การดำเนินการรวมธุรกิจ : ปี 2564 สถิติการควบรวมเพิ่มสูงขึ้นกว่าเท่าตัว

- ในปี 2564 มูลค่าของการควบรวมธุรกิจ **พุ่งสูงถึง 2.1 ล้านล้านบาท** (เพิ่มขึ้น 3.4 เท่าจากปีก่อน)
- กลุ่มธุรกิจบริการ**มีส่วนการควบรวมธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ **กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค**

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



การขออนุญาตรวมธุรกิจ จำนวน **8** เรื่อง
แจ้งหลังรวมธุรกิจ จำนวน **64** เรื่อง



ปี **2564**
มีจำนวน **30** เรื่อง

ปี **2563**
มีจำนวน **16** เรื่อง

ปี 2561 - 2562
มีจำนวน **24** เรื่อง

มูลค่าการรวมธุรกิจ
3.2 ล้านล้านบาท

0.66
ล้านล้านบาท

ปี **2561 - 2562**

0.48
ล้านล้านบาท

ปี **2563**

2.1
ล้านล้านบาท

ปี **2564** มูลค่าเพิ่มขึ้น
จากปี **2563**
ประมาณ **3.4** เท่า

- ปี 2561 - 2562 ↑
- ปี 2563 ↓
- ปี 2564 ↑



สัดส่วนมูลค่าธุรกรรมรวมธุรกิจ
รายอุตสาหกรรม (ปี 2562 - 2564)



บริการ
32%



สินค้า
อุปโภคบริโภค
24%



สินค้า
อุตสาหกรรม
23%



การเงิน
15%



ทรัพยากร
3.3%



เกษตร&อาหาร
2%



เทคโนโลยี
0.3%



อสังหาริมทรัพย์
&ก่อสร้าง
0.3%



จำนวนตลาดที่ต้องเฝ้าระวังเป็นพิเศษ 46/65 ตลาด

สถานการณ์การแข่งขันทางการค้า : โครงสร้างเศรษฐกิจในปี 2564 มีแนวโน้มการกระจุกตัวอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากวิกฤติ COVID - 19 โดยส่งผลให้จำนวนเรื่องร้องเรียนด้านการแข่งขันเพิ่มขึ้นและสถิติการรวมธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า และส่วนใหญ่เป็น Cross - border cases

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



สถานการณ์การควบรวมธุรกิจ

สถานการณ์การควบรวมธุรกิจในปี **2564** ก็มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเป็นเท่าตัว โดยสถิติการรับแจ้งและการขออนุญาตควบรวมธุรกิจเพิ่มขึ้นจาก **16** เรื่องในปี **2563** เป็น **30** เรื่องในปี **2564** ทั้งนี้ มีแนวโน้มเป็นการควบรวมธุรกิจแบบ Cross-border มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ผลที่เกิดขึ้นจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจยังคงกระจุกตัวอยู่ในธุรกิจขนาดใหญ่เป็นหลัก โดยในปี **2562** ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ซึ่งมีจำนวนรวม **9,043** ราย มีมูลค่ารวมคิดเป็นสัดส่วนถึง ร้อยละ **42.9** ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีจำนวนถึง **3,110,694** ราย กลับมีสัดส่วนเพียงร้อยละ **43.2** ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งต่ำกว่าสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มจาก SMEs ในกลุ่มประเทศในองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ที่มีค่าเฉลี่ยสัดส่วนดังกล่าวในช่วง ร้อยละ **50-60**

สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน : เศรษฐกิจไทยปี 2564 มีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้นเล็กน้อย เมื่อเทียบกับปี 2563 จากการลงทุน การบริโภคภาคเอกชน และการส่งออกขยายตัว แต่คงได้รับปัจจัยเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID - 19

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



ในปี **2563** เศรษฐกิจไทยหดตัวร้อยละ **-6.5**
เนื่องจาก CIVID - 19 ระลอกใหม่

ประมาณการเศรษฐกิจไทย
ในปี **2563**



สศช.

-7.5

(ณ ส.ค. 63)



สพท.

-7.8

(ณ ก.ย. 63)



World Bank

-7.7

(ณ ก.ย. 63)



กค.

-6.5

(ณ ม.ค. 64)



IMF

-7.1

(ณ ต.ค. 63)



ADB

-7.7

(ณ ก.ย. 63)

เศรษฐกิจในภูมิภาค
ในปี **2563**



ฟิลิปปินส์

-9.6



อินเดีย

-7.3



ไทย

-6.1



มาเลเซีย

-5.6



สิงคโปร์

-5.4



อินโดนีเซีย

-2.1

**ที่มา : World Economic Outlook ณ ตุลาคม 2564

ในปี **2564** เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากการลงทุน และการบริโภคภาคเอกชนจะขยายตัว อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลง ในห่วงโซ่อุปทานในเครือข่ายการผลิตของโลกและภูมิภาคอาเซียน (Supply Chain Disruption)



การลงทุน

2564f 2565f

4.0

5.0

การลงทุนภาคเอกชน

8.1

5.0

การลงทุนภาครัฐ



การบริโภค

2564f 2565f

0.8

4.2

การลงทุนภาคเอกชน

3.8

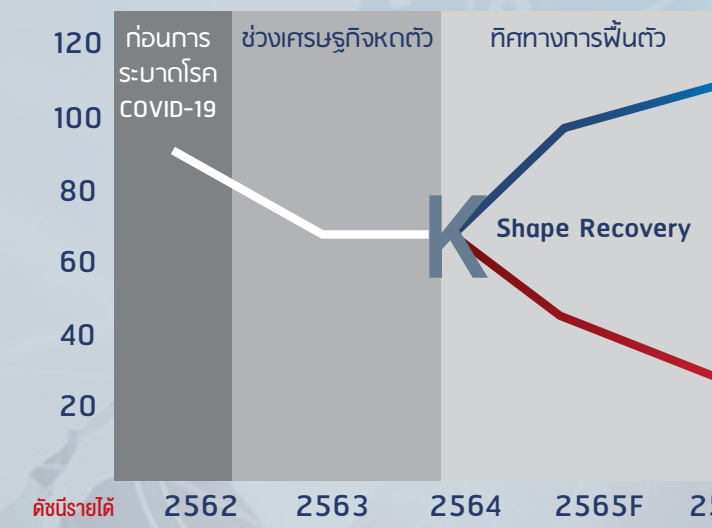
1.1

การลงทุนภาครัฐ

แนวโน้มในปี **2565** เศรษฐกิจไทยจะเกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำเพิ่มมากขึ้น จากผลกระทบของวิกฤติ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนที่มีรายได้น้อย และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยแนวโน้มการฟื้นตัว จาก COVID-19 เป็นแบบ K-Shape

COVID-19 ส่งผลกระทบที่แตกต่างในแต่ละสาขาเศรษฐกิจและอาจนำไปสู่ปัญหา ความเหลื่อมล้ำที่เพิ่มขึ้นในภายหลัง

ลักษณะการฟื้นตัวจาก COVID-19 แบบ K-shape



ธุรกิจฟื้นตัวแล้ว
ยางพารา พลังงาน อิเล็กทรอนิกส์
เคมีภัณฑ์ วัสดุก่อสร้าง ชิ้นส่วนยานยนต์
อาหาร/เครื่องดื่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า

ธุรกิจกำลังฟื้นตัว
ค้าปลีก รับเหมาก่อสร้าง เกษตรแปรรูป ไอที
ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การแพทย์
สินค้าอุปโภคบริโภค เฟอร์นิเจอร์

ธุรกิจยังไม่ฟื้น
อสังหาริมทรัพย์ให้เช่า ขนส่ง/โลจิสติกส์
(ขนส่งทางน้ำ/อากาศ) ท่องเที่ยว
(โรงแรม/ร้านอาหาร) บริการส่วนบุคคล

เศรษฐกิจไทยจะมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างรวดเร็วกระตุ้น ให้เกิดการลงทุนในธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหลักเพิ่มมากขึ้น อย่างก้าวกระโดด

สมาร์ทโฟน/อินเทอร์เน็ต/ทักษะดิจิทัล ส่งผลต่อการเข้าถึงความช่วยเหลือยวยา และการเป็นภาระที่ครัวเรือนรายได้น้อยต้องรับเพิ่มขึ้น



การขยายตัวของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

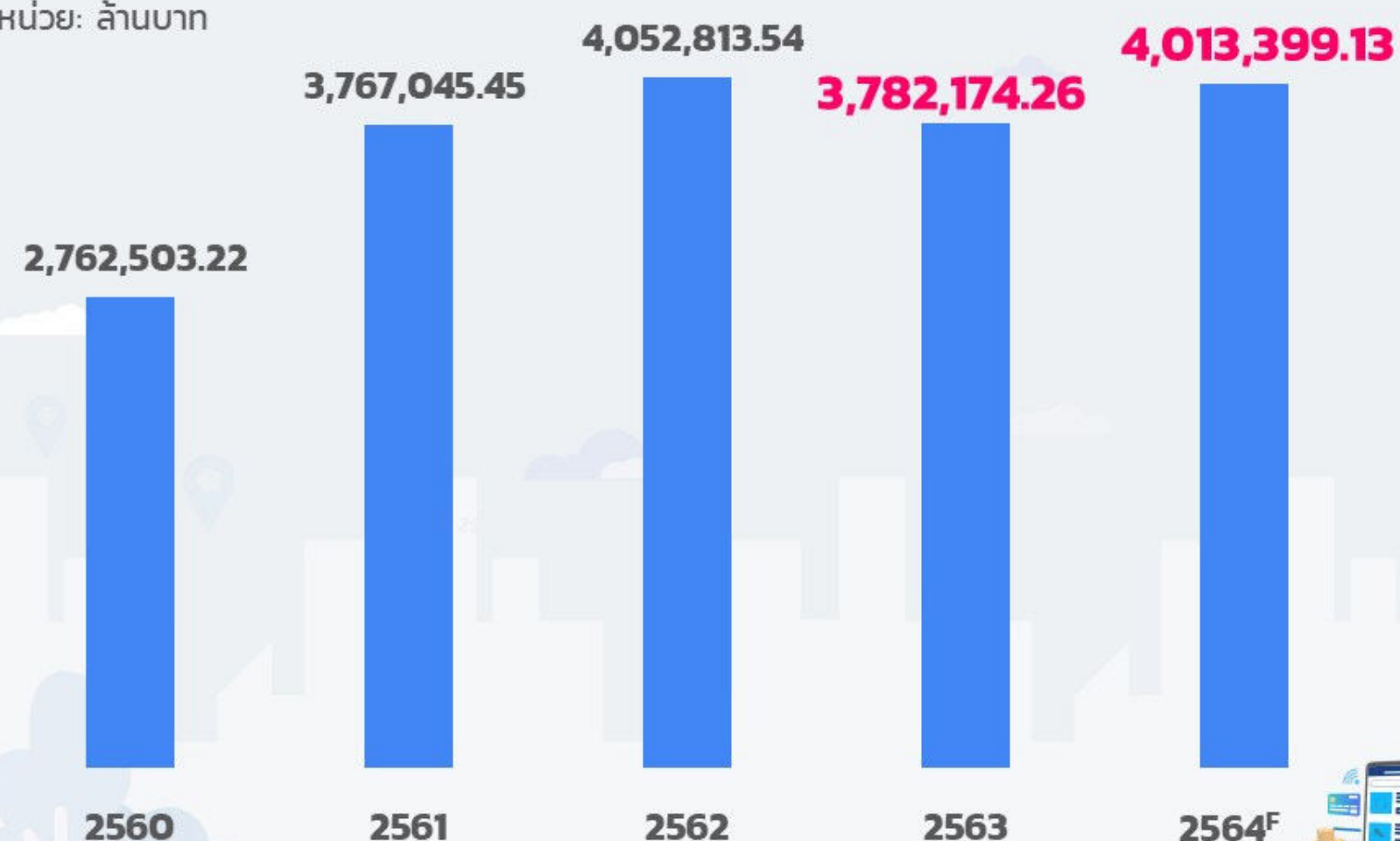
งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



สังคมดิจิทัลที่โตอย่างก้าวกระโดด

มูลค่า e-Commerce ปี 2560 – 2564^F

หน่วย: ล้านบาท



อัตราการเติบโตต่อปี

ปี 2561-2562 7.59%

ปี 2562-2563 6.68%

ปี 2563-2564 6.11%

เพิ่มขึ้น ลดลง

อัตราการเติบโตเฉลี่ย
สะสมต่อปี (CAGR)
ปี 2560-2564^F

9.79%

ขอบคุณแหล่งที่มาของข้อมูล

ETDA
สวท
www.etda.or.th



กระทรวงดิจิทัล
เพื่อเศรษฐกิจและสังคม

การรุกคืบในแนวดิ่ง (Vertical Intregation) ของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย



E-Market Place

MEDIA

LIVE

ADVETISING



Ads

ONLINE
Shopping



Click
& Collect

PAYMENT



LOGISTICS



แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ (Megatrends) : ได้แก่

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



Megatrend I

การเปลี่ยนแปลง
ที่มีผลกระทบในวงกว้าง
ของเทคโนโลยี

(Technological Disruption)



Megatrend II

การใช้ปัญญาประดิษฐ์
หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ
ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ



Megatrend III

โครงสร้างและรูปแบบทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป

โดยเฉพาะรูปแบบการค้าของเทคโนโลยี

Digital platform ทั้งจากในประเทศ

และต่างประเทศ เช่น E – Service, E – Logistic

และ E - Commerce ทำให้ธุรกิจแบบดั้งเดิม

ไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์

ต้องถูกแย่งพื้นที่ตลาด

โดยเฉพาะธุรกิจภาคบริการ

เช่น ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งออนไลน์

ธุรกิจขนส่งสินค้า และธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น



Megatrend IV

พฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการปรับตัวรองรับ

เช่น สังคมไร้เงินสด (Cashless Society)

ที่สภาพสังคมที่ให้ความสำคัญของเงินสดน้อยลง

ผู้บริโภคไม่นิยมใช้เงินสดหันมาชำระเงินผ่านบัตรต่างๆ

เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต รวมไปถึง e-Wallet

(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์), Prompt Pay

และการสแกน QR Code (QR Payment)

จึงนับว่าเป็นเศรษฐกิจที่ไม่มีเงินสด

เป็นตัวขับเคลื่อน เพราะใช้เทคโนโลยี

ทำธุรกรรมทางการเงินแทน



ความท้าทายและแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันฯ ปี 65

ประเด็นที่ 1

การกำกับดูแลพฤติกรรมทางการค้าและการรวบรวมธุรกิจ
ในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล



(Digital Anti-trust) การกระทำความผิดและเรื่องร้องเรียน
ที่เกี่ยวกับธุรกิจในตลาดดิจิทัล



(Merger Control) กระบวนการพิจารณาการรวบรวมธุรกิจ
จะมีความยุ่งยากมากยิ่งขึ้นและจำเป็นต้องพิจารณาแข่งกับเวลา
ที่จำกัดและจำนวนการขออนุญาตและแจ้งที่เพิ่มขึ้น



(Tech Merger) การรวบรวมธุรกิจในปี 2565 มีแนวโน้ม
จะเป็นการรวบรวมของธุรกิจด้านเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น
ต้องมีการจับตาการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจด้านเทคโนโลยี
และศึกษาตลาดอย่างละเอียด



(Sustainability VS Competition) ประเด็นบทบาท
ของการกำกับการแข่งขันต่อการกระตุ้นให้เกิด Green Innovation
เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยตามพันธกรณี
ด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ประเด็นที่ 2

การสร้างข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเครื่องมือในการศึกษา
วิเคราะห์ข้อมูลตลาดสินค้าและบริการของทุกธุรกิจ



การจัดให้มีระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)
เพื่อรวบรวมข้อมูลและสามารถวิเคราะห์ข้อมูล
ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วน



การมีหน่วยวิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึก
(Business Intelligence Unit)
ที่ใช้ข้อมูลจากระบบ Big Data เพื่อศึกษา
และเสนอแนะนโยบายการแข่งขันทางการค้า
และใช้ข้อมูลจากระบบ Big Data
ในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า
ให้เสรีและเป็นธรรม

นโยบายการกำกับดูแลธุรกิจบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Platform)

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



บริบทตลาด Digital Platform

ตลาดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (ดิจิทัล)

- เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินชีวิต และธุรกิจอย่างมาก และยังก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น
- ธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service Platforms) ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยปี 2564 มีมูลค่ามากถึง 4 ล้านล้านบาท ขยายตัวมากถึงร้อยละ 6

ธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์จึงกระจุกตัวสูง

- เกิดจากสองสาเหตุหลักๆ คือ สินค้าของธุรกิจประเภทนี้เป็นสินค้าเครือข่าย (Network goods) และ การประหยัดจากขนาด (Economy of Scale)
- โครงสร้างตลาดมักจะมีผูกขาด (Monopoly) หรือเป็นตลาดที่มีผู้แข่งขันน้อยราย (Oligopoly)

พฤติกรรมทางการค้าในแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (e-Marketplace) มีแนวโน้มการใช้อำนาจเหนือตลาด

- สถานะ “Gatekeeper” ที่สามารถควบคุมทิศทางการแข่งขันในตลาดและการเข้าสู่ตลาดนี้ได้เกือบทั้งหมด
- การผูกคืบในแนวดิ่ง (Vertical Integration) เนื่องจากมีความได้เปรียบเรื่องข้อมูลการค้าที่ธุรกิจแพลตฟอร์มเป็นเจ้าของและมีความได้เปรียบ
- การเสนอบริการแบบขายพ่วง (Bundling) การกีดกันผู้เล่นรายอื่น ๆ จะเข้าสู่ตลาดแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Exclusionary Conduct)

แนวทางการพัฒนาการกำกับการแข่งขันในตลาดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

แนวทางที่ 1

ปรับปรุงเครื่องมือในการกำกับการแข่งขัน (Ex-ante Approach) ให้สามารถใช้กำกับตลาดธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การปรับปรุงการพิจารณาขอบเขตตลาดที่ต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของธุรกิจนี้ที่เป็นธุรกิจแบบที่มีผู้ใช้สองกลุ่มหรือมากกว่าสองกลุ่ม (two-sided platform or multi-sided platform) และการพิจารณาอำนาจเหนือตลาดที่ต้องพิจารณาค่าการกระจุกตัวไปพร้อม ๆ กับการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแข่งขันในตลาดด้วย

แนวทางที่ 2

พัฒนาแนวทางกำกับการแข่งขันโดยใช้หลักการกำกับเชิงการป้องกัน (Ex-ante approach) โดยการกำหนดพฤติกรรมที่ควรทำและห้ามทำของธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่

แนวทางที่ 3

พัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (เช่น EDTA) ในด้านข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าของธุรกิจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีรายละเอียดเพียงพอต่อการใช้ในการแข่งขันทางการค้า

การปรับปรุงกฎหมายและแนวปฏิบัติทางการค้า (Law&Guidelines) เพื่อกำกับดูแลธุรกิจในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล

- 1** • การศึกษาและปรับปรุง
พระราชบัญญัติการแข่งขัน
ทางการค้าพ.ศ. 2560 เพื่อให้สามารถ
กำกับดูแลธุรกิจในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



- 2** • การศึกษาและปรับปรุง
เกณฑ์ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
ให้สามารถกำกับดูแล
มิให้มีการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ



- 3** • การกำหนด
แนวปฏิบัติทางการค้า
ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถ
กำกับดูแลธุรกิจดิจิทัลที่มีการพัฒนา
และเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่รวดเร็ว



- 4** • การพัฒนาระบบการสืบสวน
สอบสวนพฤติกรรมทางการค้า



สภาพปัญหาด้านการแข่งขันของธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs)

การแพร่ระบาดของ COVID-19
มีแนวโน้มจะสร้างผลกระทบ
ต่อ SMEs มากกว่าผู้ประกอบการขนาดใหญ่

การกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
และการสร้างสภาพการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ
เพื่อเพิ่มโอกาสและบทบาทของ SMEs ในระบบเศรษฐกิจ
นอกจากจะมีส่วนช่วยลดการกระจุกตัวของผลประโยชน์
ทางเศรษฐกิจ และช่วยให้ SMEs คงอยู่เป็นองค์ประกอบ
ที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจแล้ว

ส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรมและเสรีระหว่างธุรกิจรายใหญ่ และธุรกิจรายเล็ก (SMEs)

1. สร้างระบบนิเวศ (ecosystem) เอื้อต่อการพัฒนา
เพื่อการแข่งขันที่เปิดกว้างเป็นธรรม และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา
นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง, พัฒนาการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
และก่อให้เกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ, สร้างสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ
ให้มีการแข่งขันอย่างเสรีเป็นธรรม, การสร้างความเข้าถึงการเป็นเจ้าของร่วม
ของผู้มีส่วนได้เสีย, การยกระดับความเชื่อมั่นและเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน,
ส่งเสริมนโยบายทางการค้าภาครัฐที่มีความโปร่งใสและไม่เลือกปฏิบัติ

2. การปรับปรุงกฎระเบียบ
และแนวปฏิบัติต้องปรับเปลี่ยนให้ยืดหยุ่น
สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมและรูปแบบการทำธุรกิจ
ที่เปลี่ยนไป เพื่อไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขัน

3. กฎระเบียบภาครัฐ
ต้องปรับเปลี่ยนให้ยืดหยุ่นสอดคล้องกับ
สภาวะแวดล้อมและรูปแบบการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไป

4. กฎระเบียบ ต้องไม่สร้างภาระ
และต้นทุนกับธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ซึ่งมีต้นทุนต่อหน่วย
ของการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์หลายอย่าง
สูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

นโยบายเสริมสร้างความร่วมมือในการกำกับดูแลจากต่างประเทศ

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



การยกระดับความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์ ต่อการกำกับการแข่งขันในคดีแข่งขันข้ามพรมแดน (Cross-border Cases)

พัฒนาความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกของคดี
การแข่งขันทางการค้า เช่น ข้อมูลคดีที่เป็นความลับ
(Confidential Information) ได้แก่

1. ความร่วมมือของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการแข่งขันของ ASEAN
(ASEAN Expert Group on Competition หรือ AEGC)
ที่กำลังพัฒนากระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลคดี
ที่เป็นความลับระหว่างกัน
2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายและกฎหมายแข่งขันของ APEC
(APEC Competition Policy and Laws Group หรือ CPLG)
ที่กำลังพัฒนาเวทีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การ
กำกับการแข่งขันในตลาดแพลตฟอร์มดิจิทัล
3. คณะทำงานการกำกับการแข่งขันในกรณีการตกลงร่วมกัน
แบบข้ามพรมแดน (Cross-border Cartel) ภายใต้กลุ่ม
Intergovernmental Group of Experts (IGE) on Competition
Law and Policy ของ UN ที่กำลังพัฒนาเอกสารข้อเสนอแนะ
(Guideline) ต่อกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศสำหรับการ
กำกับการแข่งขันในกรณีการตกลงร่วมกันแบบข้ามพรมแดน

การยกระดับศักยภาพการกำกับการแข่งขัน และบังคับใช้กฎหมายผ่านการสนับสนุนทางเทคนิค จากหน่วยงานกำกับการแข่งขันต่างประเทศชั้นนำทั่วโลก

การพัฒนาเครื่องมือตรวจจับพฤติกรรมจำกัด
การแข่งขัน (Detective tools for Anti-competitive conducts)
และตัวชี้วัดการแข่งขันทางการค้า (Competition Index)
ที่จะใช้ในการติดตามแนวโน้มพฤติกรรมที่จำกัด
การแข่งขัน และติดตามพลวัตในโครงสร้างตลาด
โดยได้รับความร่วมมือจาก DFAT และ ACCC
ประเทศออสเตรเลีย

การผลักดันการจัดตั้งสถาบันนานาชาติ
ด้านการแข่งขันทางการค้า (Trade Competition
Academy: TCA) เพื่อให้เป็นศูนย์บริหารจัดการ
องค์ความรู้ (Knowledge Management Center)
ที่รวบรวมองค์ความรู้และประสบการณ์
ด้านการแข่งขันทางการค้าจากต่างประเทศ
และในประเทศ โดยได้รับความร่วมมือจาก JFTC

การสร้างบทบาทผู้นำในการกำกับ การแข่งขันทางการค้าในระดับนานาชาติ

การรับหน้าที่เป็นประธานของของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
ด้านนโยบายและกฎหมายแข่งขันของ APEC
(APEC Competition Policy and Laws Group
หรือ CPLG) เพื่อขับเคลื่อนประเด็นสำคัญ
ด้านการกำกับการแข่งขันในตลาดดิจิทัล
แพลตฟอร์มและส่งเสริมการแข่งขัน
เพื่อก่อให้เกิด Green Innovation มากยิ่งขึ้น

การเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม การประชุมผู้แทน
ระดับสูงด้านนโยบายการแข่งขันทางการค้า
แห่งเอเชียตะวันออก (East Asia Top Level
Officials' Meeting on Competition
Policy: EATOP) ในปี 2566 เพื่อสร้างบทบาท
และร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์
กับหน่วยงานกำกับการแข่งขันของเอเชีย

นโยบายการพัฒนาเครื่องมือและข้อมูล เพื่อสร้างการวิเคราะห์ธุรกิจและกำกับการแข่งขัน

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



หลักการและเหตุผล : ศูนย์วิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึก (BIU)

มาตรา 17 ของ พรบ. การแข่งขันทางการค้า (2560) ได้กำหนดให้ คณะกรรมการฯ (กชค.) มีภารกิจหลัก ดังนี้

1. Law Enforcement & Regulation

กำกับดูแลการประกอบธุรกิจและบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าเพื่อให้เกิดการแข่งขันในตลาดที่เสรีและเป็นธรรม

2. Competition Advocacy

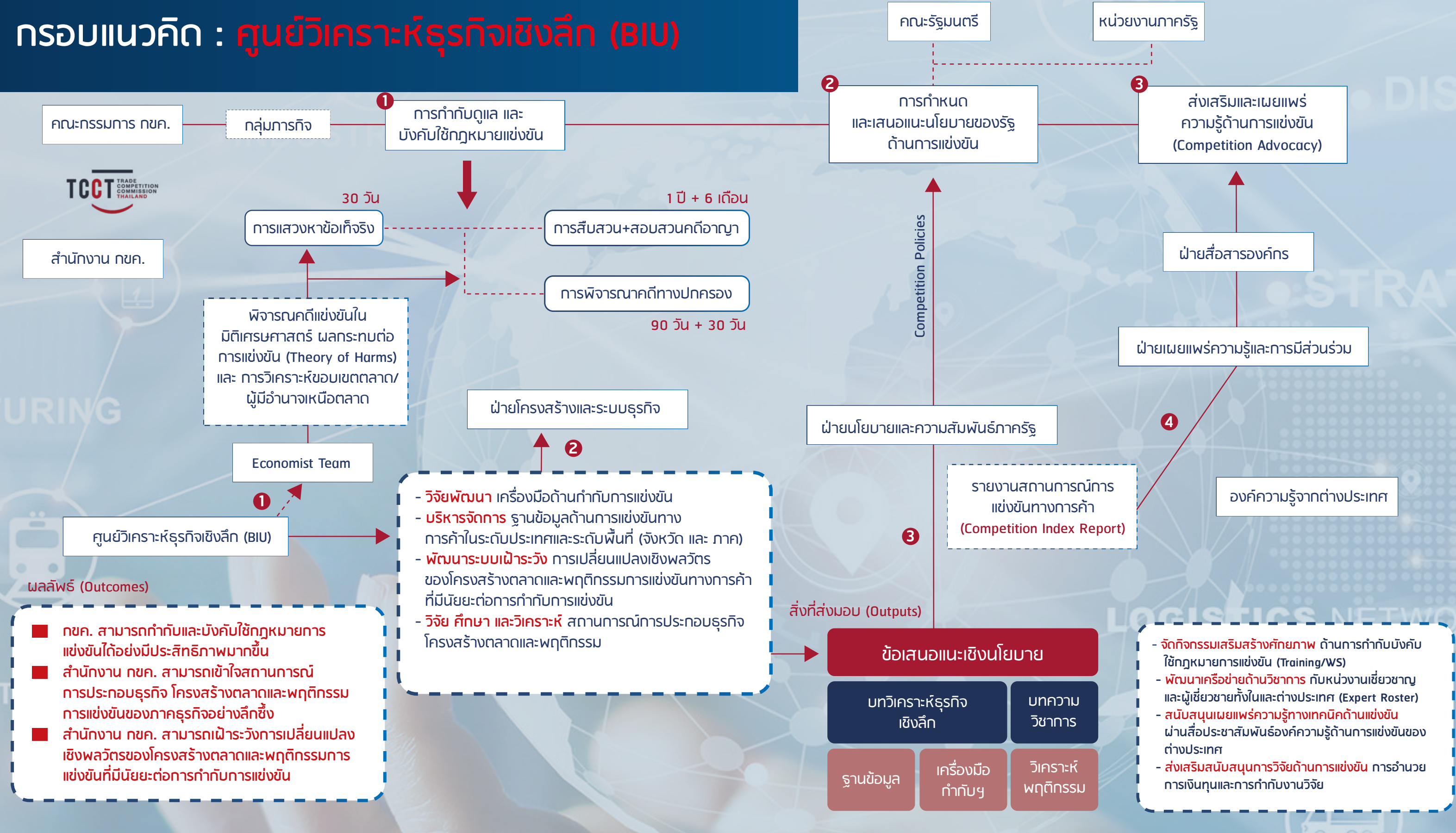
ส่งเสริมความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้า (Competition Advocacy) ให้แก่ ภาครัฐ ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนและสาธารณะโดยทั่วไปเกี่ยวกับความสำคัญของการมีตลาดที่มีการแข่งขันและกลไกการกำกับการแข่งขัน

3. Competition Policy & Advice

กำหนดนโยบายการแข่งขันและให้ข้อเสนอแนะ

ต่อรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี และหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานของรัฐที่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันทางการค้า ทำให้เกิดการกีดกัน จำกัดการแข่งขัน หรือ ลดการแข่งขันทางการค้า

กรอบแนวคิด : ศูนย์วิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึก (BIU)



จำเป็นต้องบูรณาการงาน
ทั้ง 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่



นโยบายการเสริมสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางการค้า (Competition Advocacy)

งานแถลงนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน
ของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ปี 2565



การเสริมสร้างความรู้ ด้านการแข่งขันทางการค้า



การเผยแพร่ความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้า
ในช่องทาง Social Media เช่น Facebook Live



การจัดสัมมนาและการบรรยายความรู้
ด้านการแข่งขันทางการค้าในส่วนกลาง
และส่วนภูมิภาค

การสื่อสารผลงาน การกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า



การเผยแพร่ข้อมูลการกำกับดูแล
การแข่งขันทางการค้า และแนวปฏิบัติ
ทางการค้าที่เป็นธรรม รวมทั้ง
การร้องเรียนและการพิจารณาข้อร้องเรียน
ตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า



การเผยแพร่และข้อร้องเรียน
และผลการตัดสินใจ
เพื่อสร้างความเข้าใจ
เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแข่งขัน
ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม



ประสานความร่วมมือด้านกฎหมาย
การแข่งขันทางการค้ากับองค์กร
ระหว่างประเทศและหน่วยงาน
ของประเทศต่างๆ เพื่อนำมาพัฒนา
การกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน



หน่วยงานภาครัฐที่มีกฎหมายเฉพาะกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า
ในธุรกิจรายสาขา เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย,
สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์,
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ



หน่วยงานและองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง
กับการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า



หน่วยงานทางการศึกษาเพื่อส่งเสริมความรู้
ด้านกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและ
การกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า

การเปลี่ยนแปลงชื่อย่อ ชื่อภาษาอังกฤษ และตราสัญลักษณ์
ของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

	เดิม	ปัจจุบัน
ชื่อภาษาอังกฤษ	OFFICE OF TRADE COMPETTION COMMISSION	TRADE COMPETTION COMMISSION OF THAILAND
ชื่อย่อภาษาอังกฤษ	OTCC	TCCT
ชื่อย่อภาษาไทย	สขค.	สำนักงาน กขค.
ตราสัญลักษณ์		

องค์ประกอบและความหมาย	
ความหมาย เส้นตรงแนวนอน หมายถึง ความเรียบง่ายและการทำงาน ที่ตรงไปตรงมาด้วยความรับผิดชอบตามหลักการความถูกต้อง ชอบธรรม (Integrity) เพื่อรักษาไว้ซึ่งการแข่งขันทางการค้า ที่เสรีและเป็นธรรม	ภาพสัญลักษณ์ 
เส้นโค้งที่มีความสมมาตร หมายถึง แม้จะยึดมั่นในความ ตรงไปตรงมาตามหลักการความถูกต้องชอบธรรมแต่กระบวนการ ทำงานมีความยืดหยุ่น(Adhere to principle, flexible in working process) อ่อนน้อม ให้ความเคารพผู้อื่นด้วยมิตรไมตรี และมีรอยยิ้มแห่งสำนึกของการบริการ (Service Mind)	
อักษรภาษาอังกฤษ “TCCT” ย่อมาจาก TRADE COMPETITION COMMISSION OF THAILAND	
องค์ประกอบสีของตราสัญลักษณ์	
สีน้ำเงิน หมายถึง ความน่าเชื่อถือศรัทธา ความมั่นคง สุขุมรอบคอบ	
สีแดง หมายถึง ความกล้าหาญ ความมุ่งมั่น ความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวา และภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนภารกิจ	