

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการศึกษาตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study)

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าบริโภค (บภ.)

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค (อภ.)

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจบริการ (ธบ.)



คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สำนักงาน กขค.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งกำหนดให้สำนักงาน กขค. มีอำนาจหน้าที่ศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัยเกี่ยวกับสินค้า การบริการ และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งเสนอแนะแนวทางและให้ความเห็นในการส่งเสริม พัฒนา และกำกับดูแลการประกอบธุรกิจ (มาตรา ๒๙ (๓)) และจัดทำฐานข้อมูลขนาดตลาดสินค้าหรือบริการที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดตลาดตามที่คณะกรรมการกำหนดและเผยแพร่ต่อสาธารณชน (มาตรา ๒๙ (๔))

ในการนี้ ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าบริโภค (บก.) ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค (อก.) และฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจบริการ (ชบ.) ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัย โครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าหรือบริการ รวมถึงพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจสินค้าหรือบริการ และจัดทำฐานข้อมูลขนาดตลาดสินค้าหรือบริการที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดตลาดได้ร่วมกันจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual) ของกระบวนการศึกษาตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study) สำหรับใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับการดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study) ให้แก่บุคลากรของสำนักงาน กขค. ในการดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ขอบเขตตลาด โครงสร้างตลาด ส่วนแบ่งตลาด และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ และผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับสนับสนุนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กขค. อาทิ เรื่องร้องเรียน ติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า หรือใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำฐานข้อมูลขนาดตลาดสินค้าหรือบริการที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดตลาด เป็นต้น

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าบริโภค (บก.)

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค (อก.)

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจบริการ (ชบ.)

เดือนเมษายน ๒๕๖๖

สารบัญ

	หน้า
หมวด ๑ บททั่วไป	๑
๑.๑ วัตถุประสงค์	๑
๑.๒ ขอบเขต	๑
๑.๓ คำจำกัดความ	๑
หมวด ๒ กระบวนการปฏิบัติงาน	๓
๒.๑ แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)	๔
๒.๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Procedure)	๑๐
หมวด ๓ แบบฟอร์มที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	๑๑
เอกสารอ้างอิง พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	๒๔

หมวด ๑ บททั่วไป

๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อจัดทำเป็นคู่มือการปฏิบัติงานหรือแนวทางการดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study) โดยการศึกษวิเคราะห์ขอบเขตตลาด โครงสร้างตลาด ส่วนแบ่งตลาด และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ และผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด

๑.๒ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับสนับสนุนการปฏิบัติงานของสำนักงาน กชค. อาทิ เรื่องร้องเรียน ติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า หรือใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำฐานข้อมูลขนาดตลาดสินค้าหรือบริการที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดการผูกขาดตลาด เป็นต้น

๒. ขอบเขต

ดำเนินการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ขอบเขตตลาด โครงสร้างตลาด ส่วนแบ่งตลาด และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจที่อาจฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด (Theory of Harm) ทั้งนี้ ในการพิจารณาขอบเขตตลาด จะพิจารณาตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องและตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาการทดแทนกันด้านอุปสงค์ การทดแทนกันด้านอุปทาน และการแข่งขันที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต เมื่อทราบขอบเขตตลาดแล้วจึงดำเนินการศึกษวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างตลาด เช่น ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทาน ผู้ประกอบธุรกิจในตลาด ปัจจัยสภาพการแข่งขัน ราคาจำหน่ายสินค้าหรือค่าบริการ เป็นต้น สำหรับส่วนแบ่งตลาดและการกระจุกตัวของตลาดจะพิจารณาจากปริมาณจำหน่าย ยอดเงินขาย ปริมาณการผลิต หรือกำลังการผลิต ต่อจากนั้นจึงพิจารณาว่าผู้ประกอบธุรกิจในตลาดมีรายใดเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดหรือไม่ โดยพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายประกอบกับปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาด (อุปสรรคการเข้าสู่ตลาดและการขยายธุรกิจ) แล้วพิจารณาพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจที่อาจฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดต่อไป

๓. คำจำกัดความ

“ธุรกิจ” หมายความว่า กิจการอันดำเนินการเพื่อประโยชน์ทางการค้าในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การเงิน การประกันภัย และการบริการ และให้หมายความรวมถึงกิจการอื่นตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง

“ผู้ประกอบธุรกิจ” หมายความว่า ผู้จำหน่าย ผู้ผลิตเพื่อจำหน่าย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อผลิตหรือจำหน่ายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการในธุรกิจ

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ใช้ในการอุปโภคหรือบริโภค รวมทั้งเอกสารแสดงสิทธิในสิ่งของนั้น

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใด ๆ การให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงาน

“ราคา” หมายความว่า ราคาสินค้า และให้หมายความรวมถึงค่าตอบแทนสำหรับการให้บริการด้วย

“ตลาด” หมายความว่า ตลาดที่เกี่ยวข้องในสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกันหรือที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ โดยให้พิจารณาด้านคุณลักษณะ ราคา หรือวัตถุประสงค์การใช้งานของสินค้าหรือบริการ และด้านพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ

“ตลาดที่เกี่ยวข้อง” หมายความว่า ตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องและตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

“ตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง” หมายความว่า ตลาดที่ประกอบด้วยสินค้าหรือบริการที่สามารถใช้ทดแทนกันได้โดยผู้บริโภค เมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะ ราคา หรือวัตถุประสงค์การใช้งานของสินค้าหรือบริการนั้น

“ตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง” หมายความว่า ตลาดที่ประกอบด้วยพื้นที่ที่กำหนดสินค้าหรือบริการซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้โดยผู้บริโภคและมีเงื่อนไขการแข่งขันในลักษณะเดียวกัน

“การกำหนดขอบเขตตลาด” หมายความว่า การวิเคราะห์ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนกันได้ โดยพิจารณาตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องและตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปของขอบเขตตลาดในการบังคับใช้ภายใต้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐

“ผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” หมายความว่า ผู้ประกอบการรายหนึ่งหรือหลายรายในตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายเกินกว่าเกณฑ์ที่คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าประกาศกำหนด โดยให้นำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง แล้วแต่กรณีมาประกอบการพิจารณา

การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบการรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดใดตลาดหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าประกาศกำหนดด้วย และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบการซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

“ปัจจัยสภาพการแข่งขัน” หมายความว่า จำนวนผู้ประกอบการในตลาด จำนวนเงินลงทุน การเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ช่องทางการจัดจำหน่าย เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ กฎระเบียบของภาครัฐ และปัจจัยอื่นตามที่คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าประกาศกำหนด

“การผูกขาด” หมายความว่า การที่ผู้ประกอบการไม่มีการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งของสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีส่วนแบ่งในการกำหนดราคาและปริมาณสินค้าหรือบริการของตนได้อย่างเป็นอิสระ

“การลดการแข่งขัน” หมายความว่า การแข่งขันที่ลดลงในตลาดใดตลาดหนึ่ง เช่น จำนวนคู่แข่งในตลาดลดลง จำนวนสินค้าหรือบริการในตลาดที่แข่งขันกันลดลง ทั้งนี้ ให้พิจารณาเฉพาะกรณีผู้ประกอบการซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันตั้งแต่ร้อยละสิบขึ้นไป

“การจำกัดการแข่งขัน” หมายความว่า การแข่งขันที่ถูกจำกัดในตลาดใดตลาดหนึ่ง เช่น คู่แข่งขันในตลาดรายหนึ่งถูกจำกัดสิทธิหรือโอกาสในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการในตลาด หรือถูกจำกัดสิทธิหรือโอกาสในการดำเนินการเพื่อแข่งขันในตลาด ทั้งนี้ ให้พิจารณาเฉพาะกรณีผู้ประกอบการซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันตั้งแต่ร้อยละ ๑๐ ขึ้นไป

“อำนาจตลาด” หมายความว่า การที่ผู้ประกอบการมีอำนาจและความสามารถในการกำหนดทิศทางหรือเงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจในตลาดได้

“อำนาจต่อรองที่เหนือกว่า” หมายความว่า การที่ผู้ประกอบการมีอำนาจและความสามารถในการควบคุม สั่งการ กำหนดทิศทาง หรือกำหนดเงื่อนไขของการดำเนินธุรกิจกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยผู้ประกอบการรายดังกล่าวต้องยินยอมโดยปริยาย

หมวด ๒
กระบวนการปฏิบัติงาน



เปรียบเทียบกระบวนการศึกษาตลาด (Market Study Process)
ของ TCCT ASEAN OECD และ ICN

TCCT คู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการศึกษาตลาด (๒๐๒๓)	ASEAN Trainers' Guide to Market Studies (๒๐๒๐)	OECD Market Studies Guide for Competition Authorities (๒๐๑๘)	ICN Guiding Principles for Market Studies (๒๐๑๖)
ขั้นตอนที่ ๑ คัดเลือก/รับมอบหมาย ตลาดสินค้าหรือบริการ	Step ๑ Selecting a Sector/ Market to Study	Step ๑ Selecting and prioritising sectors	Step ๑ Identifying and selecting a market to study
ขั้นตอนที่ ๒ กำหนดขอบเขตและ แผนการดำเนินการ	Step ๒ Study Team Set-up and Planning Step ๓ Scoping and Other Preparations	Step ๒ Scoping and project planning Step ๕ Methodology selection	Step ๒ Scoping and planning a market study Step ๓ Planning stakeholder engagement
ขั้นตอนที่ ๓ รวบรวมข้อมูล	Step ๕ Collecting and Analyzing Information	Step ๓ Preliminary information collection Step ๖ Additional information collection	Step ๕ Collecting and analysing information
ขั้นตอนที่ ๔ วิเคราะห์ข้อมูล	Step ๕ Collecting and Analyzing Information	Step ๗ Analysis	Step ๕ Collecting and analysing information
ขั้นตอนที่ ๕ ตรวจสอบความถูกต้อง และให้ข้อคิดเห็น	Step ๖ Validating Findings and Recommendations	Step ๗ Analysis	Step ๕ Collecting and analysing information
ขั้นตอนที่ ๖ จัดทำรายงาน ผลการศึกษา	Step ๗ Publicizing and Communicating Results	Step ๘ Selection of intended outcomes, reporting and outreach	Step ๖ Developing and securing outcomes
-	Step ๘ Launching the Market Study	Step ๘ Launching the market study	Step ๘ Launching a market study
-	Step ๘ Follow-up and Evaluation	Step ๙ Potential ex-post evaluation	Step ๗ Evaluation of Market Studies

หมายเหตุ : การปฏิบัติงานในเบื้องต้นขอกำหนดให้กระบวนการศึกษาตลาดสิ้นสุดเมื่อได้จัดทำรายงานผลการศึกษาเสนอให้เลขาธิการ กชค.
พิจารณาให้ความเห็นชอบเรียบร้อยแล้ว

หมวด ๒ กระบวนการปฏิบัติงาน

แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)


ชื่อกระบวนการ การศึกษาตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study)

กระบวนการและระยะเวลาในคู่มือฉบับนี้เป็นแนวทางเบื้องต้นสำหรับการดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษาตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study) ให้แก่บุคลากรของสำนักงาน กชค. ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของโครงการหรืองานที่ต้องดำเนินการศึกษา โดยขึ้นอยู่กับความซับซ้อนหรือความยุ่งยากของเนื้อหาในแต่ละตลาดที่ศึกษา

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๑ 	๒ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๒ 	๓ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๑
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ) / เจ้าหน้าที่บริหารองค์กร	๓ 	๓๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๒ - ๒๒
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ) / หัวหน้ากลุ่ม	๔ 	๑๐ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๕ 	๒ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๖ 	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๒๓ - ๒๔
หัวหน้ากลุ่ม	๗ 	๓ วันทำการ	
ผู้อำนวยการฝ่าย	๘ 	๓ วันทำการ	
เลขาธิการ กชค.	๙ 	๓ วันทำการ	
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๖๐ วันทำการ	

๑. แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๑ คัดเลือก/รับมอบหมายตลาดสินค้าหรือบริการ

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
			
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๑.๑ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> รับมอบหมาย ตลาดสินค้าหรือบริการ (กรณีเรื่องร้องเรียน/ ดำเนินการเอง) </div>	๑ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๑.๒ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ศึกษารายละเอียดของ งานที่ได้รับมอบหมาย </div>	๑ วันทำการ	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> รายการตลาดสินค้า หรือบริการที่จะศึกษา </div>		
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ๒ </div>		
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๒ วันทำการ	

๒. แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

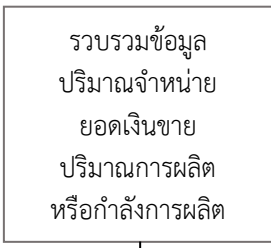
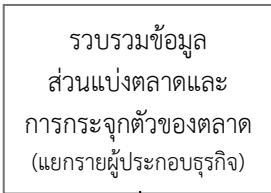
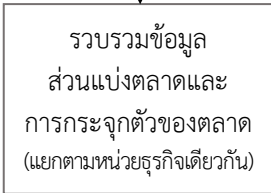
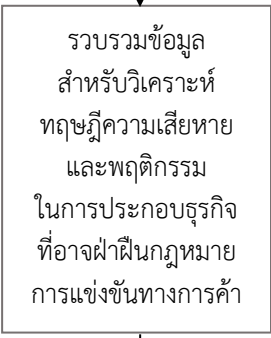


กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๒ กำหนดขอบเขตและแผนการดำเนินการ

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> รายการตลาดสินค้า หรือบริการที่จะศึกษา </div>		
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๒.๑ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> กำหนด ขอบเขตการศึกษา </div>	๒ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๒.๑ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> กำหนด แผนการดำเนินการ </div>	๑ วันทำการ	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ขอบเขตและ แผนการดำเนินการ </div>		
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> ๓ </div>		
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๓ วันทำการ	


๓. แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)
กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๓ รวบรวมข้อมูล

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> ขอบเขตและ แผนการดำเนินการ </div>		
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล ตลาดสินค้าหรือบริการ ที่เกี่ยวข้อง </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๑
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล ตลาดภูมิศาสตร์ ที่เกี่ยวข้อง </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๑
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล พื้นฐานธุรกิจ </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๒ - ๓
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล ห่วงโซ่อุปทาน </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๔
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล ผู้ประกอบการ ในตลาด </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๕ - ๖
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล ปัจจัยสภาพ การแข่งขันของตลาด (อุปสรรคการเข้าสู่ตลาด) </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๗
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> รวบรวมข้อมูล ราคาสินค้าหรือ ค่าบริการ </div>	๒ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๘ - ๙
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> ๓.๘ </div>		

แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)
กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๓ รวบรวมข้อมูล (ต่อ)

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๓.๘ 	๗ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๑๐
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๓.๙ 	๑ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๑๑ - ๑๔
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๓.๑๐ 	๑ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๑๕ - ๒๐
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)	๓.๑๑ 	๙ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๒๑
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)			
			
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๓๒ วันทำการ	

๔. แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)
กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๔ วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
			
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ) / หัวหน้ากลุ่ม	๔.๑ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">วิเคราะห์ขอบเขตตลาด</div>	๒ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ) / หัวหน้ากลุ่ม	๔.๒ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">วิเคราะห์โครงสร้างตลาด และห่วงโซ่อุปทาน</div>	๒ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ) / หัวหน้ากลุ่ม	๔.๓ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">วิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด และการกระจุกตัว ของตลาด</div>	๒ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ) / หัวหน้ากลุ่ม	๔.๔ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">วิเคราะห์ทฤษฎี ความเสียหาย (Theory of Harm) และพฤติกรรม ในการประกอบธุรกิจ ที่อาจฝ่าฝืนกฎหมาย การแข่งขันทางการค้า</div>	๔ วันทำการ	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">ผลการวิเคราะห์</div>		
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">๕</div>		
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๑๐ วันทำการ	

๕. แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๕ ตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อคิดเห็น

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)		๑ วันทำการ	
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)		๑ วันทำการ	
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๒ วันทำการ	

๖. แผนผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

กระบวนการย่อยของกระบวนการที่ ๖ จัดทำรายงานผลการศึกษา

ผู้รับผิดชอบ	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	แบบฟอร์ม
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)		๑ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๒๒
นักวิชาการแข่งขันทางการค้า (นักวิเคราะห์ธุรกิจ)		๑ วันทำการ	แบบฟอร์มที่ ๒๓
รวมระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน		๒ วันทำการ	

หมวด ๓
แบบฟอร์มที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ตัวอย่างแบบฟอร์มและรายละเอียดสามารถปรับได้ตามความเหมาะสม

แบบฟอร์มที่ ๑

ตารางที่ ... แผนการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕....

ลำดับ	กระบวนการ	กิจกรรม	ระยะเวลา (วัน)	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑	คัดเลือก/รับมอบหมาย ตลาดสินค้าหรือบริการ	ระบุ.....													
		ระบุ.....													
		ระบุ.....													
๒	กำหนดขอบเขตและ แผนการดำเนินการ	ระบุ.....													
		ระบุ.....													
		ระบุ.....													
๓	รวบรวมข้อมูล	ระบุ.....													
		ระบุ.....													
		ระบุ.....													
๔	วิเคราะห์ข้อมูล	ระบุ.....													
		ระบุ.....													
		ระบุ.....													
๕	ตรวจสอบความถูกต้อง และให้ข้อคิดเห็น	ระบุ.....													
		ระบุ.....													
		ระบุ.....													
๖	จัดทำรายงาน ผลการศึกษา	ระบุ.....													
		ระบุ.....													
		ระบุ.....													

หมายเหตุ : สามารถปรับแผนการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสม

แบบฟอร์มที่ ๒

ตารางที่ ... ข้อมูลวิเคราะห์ขอบเขตตลาดสินค้า...หรือบริการ....

ลำดับ	ปัจจัย	ตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง	ตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
๑	การทดแทนกันด้านอุปสงค์		
	๑) คุณลักษณะ		
	๒) ราคา		
	๓) วัตถุประสงค์การใช้งาน		
๒	การทดแทนกันด้านอุปทาน		
	๑) อุปสรรคในการเปลี่ยนไปผลิตและ ทำการตลาดสินค้าที่เกี่ยวข้องได้		
	๒) ปัจจัยการทดแทนด้านอุปสงค์ ที่เกี่ยวข้อง		
๓	การแข่งขันที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต		

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๓

ตารางที่ ... ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจของตลาดสินค้า...หรือบริการ...

ลำดับ	หัวข้ออุปทาน	รายละเอียดข้อเท็จจริง
๑	ลักษณะของธุรกิจ	
๒	นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ	
๓	กระบวนการผลิต	
๔	ช่องทางการจัดจำหน่าย	

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๔

ตารางที่ ... ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าและการส่งออกสินค้า...หรือบริการ... ปี พ.ศ. ๒๕.... ถึง ปี พ.ศ. ๒๕....

ปี พ.ศ.	การนำเข้า		การส่งออก	
	ปริมาณ (หน่วยนับ)	มูลค่า (บาท)	ปริมาณ (หน่วยนับ)	มูลค่า (บาท)
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				
๒๕....				

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๕

ตารางที่ ... หัวข้ออุปทานของตลาดสินค้า...หรือบริการ...

ลำดับ	หัวข้ออุปทาน	รายละเอียดข้อเท็จจริง
๑	ธุรกิจต้นน้ำ	
๒	ธุรกิจกลางน้ำ	
๓	ธุรกิจปลายน้ำ	
๔	ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน	

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๖

ตารางที่ ... รายชื่อผู้ประกอบการในตลาดสินค้า...หรือบริการ...

ลำดับ	ผู้ประกอบการ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล
๑	บริษัท.....		
๒	บริษัท.....		
๓	บริษัท.....		
๔	บริษัท.....		
๕	บริษัท.....		
๖	บริษัท.....		
๗	บริษัท.....		
๘	บริษัท.....		
๙	บริษัท.....		
๑๐	บริษัท.....		
....	บริษัท.....		

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๗

ตารางที่ ... รายชื่อผู้ประกอบการในตลาดสินค้า...หรือบริการ... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

ลำดับ	ผู้ประกอบการ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล
๑	กลุ่มบริษัท.....		
๒	กลุ่มบริษัท.....		
๓	บริษัท.....		
๔	บริษัท.....		
๕	บริษัท.....		
๖	บริษัท.....		
๗	บริษัท.....		
๘	บริษัท.....		
๙	บริษัท.....		
๑๐	บริษัท.....		
....	บริษัท.....		

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๘

ตารางที่ ... ปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้า...หรือบริการ...

ลำดับ	ปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาด	รายละเอียดข้อเท็จจริง
๑	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจในตลาด	
๒	จำนวนเงินลงทุน	
๓	การเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ	
๔	ช่องทางการจัดจำหน่าย	
๕	เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ	
๖	โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ	
๗	กฎระเบียบของภาครัฐ	

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๙

ตารางที่ ... โครงสร้างราคาจำหน่ายสินค้า...หรือบริการ...

ลำดับ	โครงสร้างราคา	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายละเอียด
๑			
๒			
๓			
๔			
....			
รวมทั้งสิ้น		๑๐๐	

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๑๐

ตารางที่ ... ราคาจำหน่ายสินค้า...หรือบริการ... ปี พ.ศ. ๒๕.... ถึง ปี พ.ศ. ๒๕....

ลำดับ	ชนิดของสินค้า	ตราสินค้า	เดือน	ปี พ.ศ.		
				๒๕....	๒๕....	๒๕....
			มกราคม			
			กุมภาพันธ์			
			มีนาคม			
			เมษายน			
			พฤษภาคม			
			มิถุนายน			
			กรกฎาคม			
			สิงหาคม			
			กันยายน			
			ตุลาคม			
			พฤศจิกายน			
			ธันวาคม			
			รวมทั้งสิ้น			

ที่มา :

แบบฟอร์มที่ ๑๑

ตารางที่ ... ปริมาณจำหน่าย ยอดเงินขาย ปริมาณการผลิต และกำลังการผลิตของสินค้า...หรือบริการ... ปี พ.ศ. ๒๕....

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ปริมาณจำหน่าย (หน่วยนับ)	ยอดเงินขาย (บาท)	ปริมาณการผลิต (หน่วยนับ)	กำลังการผลิต (หน่วยนับ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					

แบบฟอร์มที่ ๑๒

ตารางที่ ... ปริมาณจำหน่ายสินค้า...หรือบริการ... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕....

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ปริมาณจำหน่าย (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR _๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๑๓

ตารางที่ ... ยอดเงินขายสินค้า...หรือบริการ... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕...

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ยอดเงินขาย (บาท)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๑๔

ตารางที่ ... ปริมาณการผลิตสินค้า...หรือบริการ... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕...

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ปริมาณการผลิต (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๑๕

ตารางที่ ... กำลังการผลิตสินค้า...หรือบริการ.... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕....

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	กำลังการผลิต (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๑๖

ตารางที่ ... ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดในตลาดสินค้า...หรือบริการ.... ปี พ.ศ. ๒๕....

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	ยอดเงินขาย (บาท)	การเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
๑	บริษัท.....			เป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
๒	บริษัท.....			เป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
๓	บริษัท.....			ไม่เป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
		CR๓ =		

แบบฟอร์มที่ ๑๗

ตารางที่ ... ปริมาณจำหน่ายสินค้า...หรือบริการ... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ปริมาณจำหน่าย (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๑๘

ตารางที่ ... ยอดเงินขายสินค้า...หรือบริการ... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ปริมาณจำหน่าย (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๑๙

ตารางที่ ... ปริมาณการผลิตสินค้า...หรือบริการ.... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕.... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ปริมาณจำหน่าย (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๒๐

ตารางที่ ... กำลังการผลิตสินค้า...หรือบริการ.... และส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕.... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

ลำดับ	ผู้ประกอบการธุรกิจ	ตราสินค้า (ถ้ามี)	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ปริมาณจำหน่าย (หน่วยนับ)	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)
๑	บริษัท.....				
๒	บริษัท.....				
๓	บริษัท.....				
๔	บริษัท.....				
๕	บริษัท.....				
๖	บริษัท.....				
๗	บริษัท.....				
๘	บริษัท.....				
๙	บริษัท.....				
๑๐	บริษัท.....				
๑๑	อื่น ๆ (จำนวน ราย)				
รวมทั้งสิ้น					
ที่มา :					CR๓ =
					HHI =

แบบฟอร์มที่ ๒๑

ตารางที่ ... ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดในตลาดสินค้า...หรือบริการ... ปี พ.ศ. ๒๕.... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

ลำดับ	ผู้ประกอบธุรกิจ	ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ)	ยอดเงินขาย (บาท)	การเป็นผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
๑	กลุ่มบริษัท.....			เป็นประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
๒	บริษัท.....			เป็นประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
๓	บริษัท.....			ไม่เป็นประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
		CR๓ =		

แบบฟอร์มที่ ๒๒

ตารางที่ ... พฤติกรรมในการประกอบธุรกิจที่อาจฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ลำดับ	พฤติกรรมต้องห้าม	มาตรา	พฤติกรรมอาจฝ่าฝืนกฎหมาย		
			มี	ไม่มี	อธิบาย
๑	การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ	มาตรา ๕๐ (๑)			
		มาตรา ๕๐ (๒)			
		มาตรา ๕๐ (๓)			
		มาตรา ๕๐ (๔)			
๒	การร่วมกันกระทำการอันเป็น การผูกขาด ลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด	มาตรา ๕๔ (๑)			
		มาตรา ๕๔ (๒)			
		มาตรา ๕๔ (๓)			
		มาตรา ๕๔ (๔)			
		มาตรา ๕๕ (๑)			
		มาตรา ๕๕ (๒)			
		มาตรา ๕๕ (๓)			
		มาตรา ๕๕ (๔)			
๓	การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม อันเป็นผลให้เกิดความเสียหาย แก่ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น	มาตรา ๕๗ (๑)			
		มาตรา ๕๗ (๒)			
		มาตรา ๕๗ (๓)			
		มาตรา ๕๗ (๔)			
๔	การทำนิติกรรมหรือสัญญากับ ผู้ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ อย่างไม่มีเหตุผลอันสมควร	มาตรา ๕๘			
๕	แนวทางการพิจารณาการปฏิบัติ ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม	- ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก	มาตรา ๕๗		
		- ธุรกิจแฟรนไชส์	มาตรา ๕๗		
		- ธุรกิจรับซื้อผลไม้	มาตรา ๕๔, ๕๗		
		- ธุรกิจให้บริการดิจิทัล แพลตฟอร์มรับและส่งอาหาร	มาตรา ๕๗		
		- ระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า	มาตรา ๕๗		

ที่มา :

หมายเหตุ ผู้ปฏิบัติงานต้องติดตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องที่มีการปรับปรุงแก้ไข

แบบฟอร์มที่ ๒๓

ตัวอย่างโครงร่างรายงานผลการศึกษาด้านตลาดสินค้าหรือบริการ (Market Study)

โครงร่างรายงานผลการศึกษา	
๑. ขอบเขตตลาด	
๑.๑ ตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง	
(๑) การทดแทนกันด้านอุปสงค์	
(๑.๑) คุณลักษณะ	
(๑.๒) ราคา	
(๑.๓) วัตถุประสงค์การใช้งาน	
(๑.๔) อุปสรรคในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าที่ทดแทนกันได้	
(๒) การทดแทนกันด้านอุปทาน	
(๒.๑) อุปสรรคในการเปลี่ยนไปผลิตและทำการตลาดสินค้าที่เกี่ยวข้องได้	
(๒.๒) ปัจจัยการทดแทนด้านอุปสงค์ที่เกี่ยวข้อง	
(๓) การแข่งขันที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต	
๑.๒ ตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (ให้นำปัจจัยในการพิจารณาการทดแทนทางด้านอุปสงค์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบการพิจารณา)	
๒. โครงสร้างตลาดและห่วงโซ่อุปทาน	
๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจ	
(๑) ลักษณะของธุรกิจ	
(๒) นโยบายและกฎระเบียบภาครัฐ	
(๓) กระบวนการผลิต	
(๔) ช่องทางการจัดจำหน่าย	
(๕) ปริมาณและมูลค่าการนำเข้า	
(๖) ปริมาณและมูลค่าการส่งออก	
๒.๒ ห่วงโซ่อุปทาน	
(๑) ธุรกิจต้นน้ำ	
(๒) ธุรกิจกลางน้ำ	
(๓) ธุรกิจปลายน้ำ	
(๔) ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน	
๒.๓ ผู้ประกอบธุรกิจในตลาด	
๒.๔ ปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาด	
(๑) จำนวนผู้ประกอบธุรกิจในตลาด	
(๒) จำนวนเงินลงทุน	
(๓) การเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ	
(๔) ช่องทางการจัดจำหน่าย	
(๕) เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ	
(๖) โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ	
(๗) กฎระเบียบของภาครัฐ	
๒.๕ ราคาจำหน่ายสินค้าหรือค่าบริการ	

โครงร่างรายงานผลการศึกษา

๓. ส่วนแบ่งตลาดและการกระจุกตัวของตลาด

๓.๑ ส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕....

(๑) ปริมาณจำหน่ายและส่วนแบ่งตลาด

(๒) ยอดเงินขายและส่วนแบ่งตลาด

(๓) ปริมาณการผลิตและส่วนแบ่งตลาด

(๔) กำลังการผลิตและส่วนแบ่งตลาด

(๕) การกระจุกตัวของตลาด (CR/HHI)

(๖) ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

๓.๒ ส่วนแบ่งตลาด ปี พ.ศ. ๒๕.... โดยพิจารณาการเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

(๑) ผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการ (หน่วยธุรกิจเดียวกัน)

(๒) ปริมาณจำหน่ายและส่วนแบ่งตลาด

(๓) ยอดเงินขายและส่วนแบ่งตลาด

(๔) ปริมาณการผลิตและส่วนแบ่งตลาด

(๕) กำลังการผลิตและส่วนแบ่งตลาด

(๖) การกระจุกตัวของตลาด (CR/HHI)

(๗) ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

๔. วิเคราะห์ทฤษฎีความเสียหาย (Theory of Harm) และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจที่อาจฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

๔.๑ การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ (มาตรา ๕๐)

๔.๒ การร่วมกันกระทำการอันเป็นการผูกขาด ลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด (มาตรา ๕๔ และมาตรา ๕๕)

๔.๓ การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมอันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น (มาตรา ๕๗)

๔.๔ การทำนิติกรรมหรือสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจในต่างประเทศอย่างไม่มีเหตุผลอันสมควร (มาตรา ๕๘)

๕. ข้อคิดเห็น/ความเห็น

หมายเหตุ หัวข้อการศึกษาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

แบบฟอร์มที่ ๒๔

ตัวอย่างบันทึกข้อความรายงานผลการศึกษาวิเคราะห์ฯ

ตัวอย่างบันทึกข้อความ

ลับ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า โทร. ๕๔๑๓

ที่ สขค ๐๔๐๓/ วันที่ ธันวาคม ๒๕๖๕

เรื่อง รายงานผลการศึกษาวิเคราะห์ขอบเขตตลาด โครงสร้างตลาด และส่วนแบ่งตลาด และพฤติกรรม
ในการประกอบธุรกิจของตลาดสินค้า... เพื่อประกอบการพิจารณาเรื่องร้องเรียนฯ

เรียน เลขาธิการคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

๑. เรื่องเดิม

ใบนำส่ง ลับ ส่วนที่สุด ที่ สขค (ค) ๐๕๐๑/.... ลงวันที่ ตุลาคม ๒๕.... ฝ่ายแสวงหา
ข้อเท็จจริงทั่วไป ได้แจ้งให้ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค ทราบว่าเลขาธิการได้เห็นชอบและ
มอบหมายให้ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค จัดทำข้อมูลโครงสร้างตลาดและส่วนแบ่งตลาด
ปี ๒๕.... ของผู้ประกอบการสินค้า..... เพื่อประกอบการพิจารณาเรื่องร้องเรียนกรณี..... ทั้งนี้ เรื่องร้องเรียน
ดังกล่าว นาย..... (ผู้ร้อง) ได้ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์@gmail.com เมื่อวันที่ กันยายน ๒๕....
แจ้งร้องทุกข์กล่าวโทษว่า บริษัท..... กระทำการ..... โดยมีประเด็นร้องเรียน คือ อันอาจเข้าลักษณะ
ความผิดตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ รายละเอียดปรากฏตามบันทึกข้อความ
ลับ ส่วนที่สุด ที่ สขค ๐๕๐๑/.... ลงวันที่ ตุลาคม ๒๕.... ประกอบบันทึกข้อความ ลับ ส่วนที่สุด ที่ สขค
๐๕๐๑/.... ลงวันที่ กันยายน ๒๕.... นั้น

๒. ข้อเท็จจริง

ฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค ได้จัดทำรายงานผลการศึกษาวิเคราะห์
ขอบเขตตลาด โครงสร้างตลาด ส่วนแบ่งตลาด และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ และผลกระทบต่อการแข่งขัน
ในตลาดสินค้า.... เพื่อส่งให้ฝ่ายแสวงหาข้อเท็จจริงทั่วไปใช้ประกอบการพิจารณาเรื่องร้องเรียนดังกล่าวต่อไป
ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

๒.๑ ขอบเขตตลาด

๒.๑.๑ ตลาดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง

(๑) การทดแทนกันด้านอุปสงค์

(๒) การทดแทนกันด้านอุปทาน

(๓) การแข่งขันที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

๒.๒ ตลาดภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ โครงสร้างตลาดและห่วงโซ่อุปทาน

๒.๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานธุรกิจ

๒.๒.๒ ห่วงโซ่อุปทาน

ลับ

ตัวอย่างบันทึกข้อความ

ลับ

- ๒ -

๒.๒.๓ ผู้ประกอบธุรกิจในตลาด

๒.๒.๔ ปัจจัยสภาพการแข่งขันในตลาด

๒.๒.๕ ราคาจำหน่ายสินค้าหรือค่าบริการ

๒.๓ ส่วนแบ่งตลาดและการกระจุกตัวของตลาด

๒.๓.๑ ส่วนแบ่งตลาดและการกระจุกตัวของตลาด ปี พ.ศ. ๒๕....

๒.๓.๒ ส่วนแบ่งตลาดและการกระจุกตัวของตลาด ปี พ.ศ. ๒๕.... โดยพิจารณา
การเป็นหน่วยธุรกิจเดียวกัน

๒.๔ วิเคราะห์ทฤษฎีความเสียหาย (Theory of Harm) และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ
ที่อาจฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

๓. ความเห็น

๓.๑

๓.๒

๓.๓

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบ ขอให้โปรดส่งให้ฝ่ายแสวงหาข้อเท็จจริงทั่วไป
ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

เรืออากาศเอก

(อินวัฒน์ ทรายางกูร)

ผู้อำนวยการฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าบริโภค รักษาการในตำแหน่ง

ผู้อำนวยการฝ่ายโครงสร้างและระบบธุรกิจสินค้าอุปโภค

ลับ

ร่าง

พิมพ์

ตรวจ

เอกสารอ้างอิง

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

๑. พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐

๒. ประกาศคณะกรรมการการการแข่งขันทางการค้า

ประเภท	เรื่อง	ลงวันที่	มาตรา
ขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางปฏิบัติในการพิจารณากำหนดขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ 	๔ ตุลาคม ๒๕๖๑	มาตรา ๕
หน่วยธุรกิจเดียวกัน	<ul style="list-style-type: none"> หลักเกณฑ์การพิจารณาผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการ พ.ศ. ๒๕๖๑ 	๔ ตุลาคม ๒๕๖๑	มาตรา ๕
ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด	<ul style="list-style-type: none"> หลักเกณฑ์การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด 	๑ กันยายน ๒๕๖๓	มาตรา ๕
แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำ	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำต้องห้ามของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจอันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขันหรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมเกี่ยวกับการกระทำอันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายอื่น 	๔ ตุลาคม ๒๕๖๑ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๑ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๖๔	มาตรา ๕๐ มาตรา ๕๔ มาตรา ๕๕ มาตรา ๕๗
ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย พ.ศ. ๒๕๖๒ 	๑๘ มิถุนายน ๒๕๖๒	มาตรา ๕๗
ธุรกิจแฟรนไชส์	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ (ฉบับที่ ๒) แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ (ฉบับที่ ๓) 	๓๐ ตุลาคม ๒๕๖๒ ๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๓ ๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๔	มาตรา ๕๗ มาตรา ๕๗ มาตรา ๕๗
ธุรกิจรับซื้อผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือลดการแข่งขันหรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบธุรกิจรับซื้อผลไม้ 	๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๓	มาตรา ๕๔ มาตรา ๕๗
ธุรกิจให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มรับและส่งอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มรับและส่งอาหารกับผู้ประกอบการร้านอาหาร 	๒๒ ตุลาคม ๒๕๖๓	มาตรา ๕๗
ระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term)	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) กรณีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นผู้ขายสินค้าหรือบริการ แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) กรณีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นผู้ขายสินค้าหรือบริการ (ฉบับที่ ๒) 	๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๔ ๖ กรกฎาคม ๒๕๖๕	มาตรา ๕๗ มาตรา ๕๗