

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม และพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง

สำนักส่งเสริมการค้าแข่งขันทางการค้า  กรมการค้าภายใน ฉบับที่ 16 เดือน เมษายน พ.ศ.2557

แบบไหน?

"พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม"

ตาม พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542

UNFAIR TRADE

มองโลกแข่งขัน เป็นจุลสารรายเดือน มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยน และเผยแพร่ข้อมูล ข้อความเห็น
ในประเด็นเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

แบบไหน? พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม

พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Trade Practices) หมายถึง พฤติกรรมทางการค้าของผู้ประกอบธุรกิจที่ใช้อำนาจตลาดที่เหนือกว่าของตนกระทำการใดๆ เกินขอบเขตการค้าเป็นธุรกิจอย่างปกติ และพฤติกรรมนั้นส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้รับความเสียหาย ชัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ

พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม...ของต่างประเทศ

ซื้อ/ขายสินค้าที่มีลักษณะกีดกันการแข่งขันเพื่อแย่งชิงตลาด

- กำหนดราคาที่ไม่เป็นธรรม เช่น
 - เลือกปฏิบัติด้านราคากับผู้ซื้อ/ผู้ขายสินค้าหรือผู้บริการ (price discrimination)
 - กำหนดราคาสินค้าหรือบริการสูงเกินควร (excessive pricing)
 - กำหนดราคาสินค้าต่ำเกินควร เพื่อเป็นการทำลายคู่แข่ง (predatory pricing)
- กีดกันผู้ประกอบการรายอื่นมิให้ลดราคาสินค้า
- กำหนดเงื่อนไขทางการค้าที่มีลักษณะเอื้อผลประโยชน์โดยไม่มีเหตุผลอันควร
- เลือกปฏิบัติต่อผู้ซื้อ/ผู้ขายในการให้บริการ หรือขายสินค้าในรูปแบบของคุณภาพ หรือเงื่อนไขในการให้บริการ โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร (discriminatory behavior)
- ปฏิเสธในการซื้อ/ขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่มีเหตุผลอันควร (refusal to deal)
- ให้ส่วนลดลูกค้าโดยกำหนดเงื่อนไขที่มีลักษณะจำกัดการแข่งขัน (fidelity rebates)
- ยึดครองปัจจัยการผลิต หรือจำกัดปัจจัยการผลิต หรือให้บริการเพื่อกีดกัน หรือทำลายคู่แข่ง

ใช้วิธีการที่ไม่เป็นธรรมเพื่อแย่งชิงลูกค้า

- ได้มาซึ่งข้อมูลความลับทางการผลิต โดยวิธีการข่มขู่หรือวิธีอื่น ๆ ที่ไม่เป็นธรรม
- ได้มาซึ่งเทคโนโลยีโดยการข่มขู่ ให้สินบน หรือวิธีการอื่นๆ ที่ไม่เป็นธรรม

กำหนดเงื่อนไขทางการค้าที่มีลักษณะจำกัดโอกาสหรือทางเลือกในการประกอบธุรกิจของคู่แข่ง

- กำหนดราคาขายปลีก (resale price maintenance)
- บังคับมิให้ผู้ขายปลีกขายสินค้าของคู่แข่ง (exclusive dealing)
- จำกัดจำนวนผู้แทนจำหน่าย (exclusive or selective distribution)
- ปฏิเสธการซื้อ/ขายสินค้าหรือบริการโดยไม่มีเหตุผลอันควร (refusal to deal)
- ใช้อำนาจต่อรองในลักษณะเอาเปรียบ หรือจำกัดหรือก่อความเสียหายให้แก่คู่ค้า
- กำหนดเงื่อนไขทางการค้า หรือสัญญาการค้าที่เป็นการจำกัดหรือก่อความเสียหายให้แก่คู่ค้า คู่สัญญาหรือธุรกิจอื่น
- ตั้งเงื่อนไขแบบต่างตอบแทน (reciprocal dealing)
- กำหนดเงื่อนไขในการทำสัญญา franchise ที่ไม่เป็นธรรม
- บังคับซื้อกลุ่มสินค้าในราคาเดียว (package transaction)
- บังคับซื้อพ่วงสินค้า (tie-in sale)

ใช้กลยุทธ์ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม เพื่อแย่งชิงลูกค้าของคู่แข่ง

- กีดกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นประกอบธุรกิจกับคู่แข่งของตน
- แทรกแซงธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นๆ ในลักษณะที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ธุรกิจ
- ข่มขู่หรือทำสัญญาต่างตอบแทนในการที่จะให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นหรือลูกค้าของคู่แข่งประกอบธุรกิจกับตน

(อ้างอิงจากรายงานโครงการศึกษาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมของประเทศต่างๆ เพื่อการพัฒนาแนวปฏิบัติตามมาตรา 29 ตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย)

unfair !

พฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม...ตามแนวบัญญัติมาตรา 29

แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542

พฤติกรรมทางการค้าเหล่านี้อาจเข้าข่าย
ความผิดตามกฎหมาย โดยขึ้นอยู่กับ
ข้อเท็จจริง และข้อกฎหมายในแต่ละกรณี

กำหนดหรือรักษาระดับราคาซื้อ/ขายสินค้าหรือบริการ อย่างไม่เป็นธรรม

1. กำหนดหรือรักษาระดับราคาสูงอย่างไม่เป็นธรรม หรือ
สูงเกินสมควร (Unreasonably High Price) เช่น
 - กำหนดราคาจำหน่ายสินค้า/บริการหรือปรับราคา
จำหน่ายสูงขึ้นมากอย่างไม่เป็นธรรมหรือสูงเกินสมควร
เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิตและการจำหน่าย
โดยไม่มีสาเหตุจากต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น
 - กำหนดราคาซื้อสินค้าหรือบริการหรือสินค้าสำเร็จรูป
หรือวัตถุดิบสูงอย่างไม่เป็นธรรมหรือสูงเกินสมควร
โดยราคาซื้อหรือราคาที่คู่แข่งรับซื้อสูงกว่า
ราคาตลาดที่มีการแข่งขันในภาวะการค้าปกติ
2. กำหนดหรือรักษาระดับราคาต่ำอย่างไม่เป็นธรรม หรือ
กำหนดราคาต่ำกว่าทุน เช่น
 - กำหนดราคาจำหน่ายต่ำกว่าทุน มี 2 ลักษณะ คือ
 - 1) กำหนดราคาจำหน่ายต่ำกว่าต้นทุนรวม (Sale Below Cost) เป็นการกำหนดหรือปรับลดราคาจำหน่ายต่ำกว่า
ต้นทุนรวมเฉลี่ย (Average Total Cost)
 - 2) กำหนดราคาเพื่อกำจัดคู่แข่ง (Predatory Pricing)
เป็นการกำหนดหรือปรับลดราคาจำหน่ายต่ำกว่า
ต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (Average Variable Cost)
 - กำหนดราคาซื้อสินค้าหรือบริการหรือสินค้าสำเร็จรูป
หรือวัตถุดิบอย่างไม่เป็นธรรม โดยราคาซื้อหรือราคาที่
คู่แข่งรับซื้อต่ำกว่าราคาตลาดที่มีการแข่งขันในภาวะ
การค้าปกติ
3. กำหนดราคาที่แตกต่างกันกับลูกค้า (Price discrimination)
เป็นการกำหนดเงื่อนไขทางการค้าอย่างเลือกปฏิบัติ

ใช้อำนาจต่อรองที่เหนือกว่าเอาเปรียบผู้อื่น
บังคับหรือชักจูงลูกค้าให้ประกอบธุรกิจกับตน
หรือกำหนดข้อเรียกร้องใดๆโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
ทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้ประกอบการรายอื่น

กำหนดเงื่อนไขลักษณะจำกัดทางเลือกในการ ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น

1. การทำข้อตกลงจำกัดสิทธิเฉพาะ (Exclusivity) (ยกเว้น
ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง (Authorized Deal และแฟรนไชส์) เช่น
 - จำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลงทางการค้า (Exclusivity
Dealing) เช่น ห้ามขายสินค้าของคู่แข่งการให้ซื้อสินค้า/
วัตถุดิบตามที่กำหนด เป็นต้น และหากลูกค้าไม่ยอมปฏิบัติ
ตามจะถูกลงโทษ
 - จำกัดสิทธิเฉพาะด้านอาณาเขตหรือพื้นที่การจำหน่าย
(Exclusivity Territories) เช่น กำหนดแบ่งพื้นที่ให้
ผู้แทนจำหน่ายแต่ละรายจำหน่ายให้ลูกค้าเฉพาะใน
พื้นที่ของตนเท่านั้น โดยลูกค้าในพื้นที่อื่นๆไม่สามารถซื้อ
สินค้าได้ หากลูกค้าของตนไม่ปฏิบัติตามจะถูกลงโทษ
2. บังคับขายพ่วง (Tie - in Sales) เป็นการบังคับทั้งทางตรง
หรือทางอ้อมให้ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต้องซื้อสินค้า
อีกชนิดหนึ่งไปด้วยโดยไม่มีทางเลือก (ยกเว้นสินค้าที่มีการบังคับ
ขายพ่วงเพื่อส่งเสริม ให้เกิดประสิทธิภาพ)
3. กำหนดราคาขายต่อ (resale Price Maintenance) เป็นการ
กำหนดให้ลูกค้าของตนจำหน่ายสินค้า/บริการในราคาจำหน่าย
ตามที่ตนกำหนด หากลูกค้าไม่ปฏิบัติตามจะถูกลงโทษ

ปฏิเสธหรือเลือกปฏิบัติที่จะประกอบธุรกิจโดยไม่มีเหตุผล อันควร

1. ปฏิเสธที่จะทำธุรกิจด้วย (Refusal to deal) เพื่อกีดกัน
การเข้าสู่ตลาด หรือบังคับให้ต้องออกจากตลาด
2. เลือกปฏิบัติในการประกอบธุรกิจด้วยการกำหนดเงื่อนไข
หรือข้อเรียกร้องอย่างไม่มีเหตุผลอันควร

กระทำด้วยประการใดๆเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความลับ
ทางการค้า หรือเทคโนโลยีของผู้ประกอบธุรกิจอื่น เช่น
แทรกแซงการประกอบธุรกิจของผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม
เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความลับทางการค้า

พฤติกรรมอื่นที่มีข้อขัดข้องทางการค้าปกติ และมีเจตนา
ทำลาย ทำให้เสียหาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการ
ประกอบธุรกิจ หรือมิให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้อง
ล้มเลิกธุรกิจไป

คำศัพท์เศรษฐศาสตร์และกฎหมายการแข่งขัน ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมทางการค้า



การจำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลงทางการค้า (Exclusive Dealing)

หมายถึง การกำหนดให้ลูกค้าของตนทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น โดยเป็นการบังคับทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ลูกค้าของตนต้องยอมรับเงื่อนไขและปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวอย่างไม่เป็นธรรม โดยไม่มีผลต่อประสิทธิภาพหรือ คุณภาพของสินค้า หรือการให้บริการ หรือการให้บริการหลังการขาย ตัวอย่างเช่น การห้ามจำหน่ายสินค้าของคู่แข่งโดยวางเงื่อนไขการขายสินค้าไว้ว่า ผู้ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อจะต้องไม่ไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งของตน การวางเงื่อนไขผูกมัดในการซื้อสินค้าเช่นนี้ ย่อมทำให้ลูกค้าของตนไม่อาจซื้อสินค้าอย่างเดียวกันจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ ได้ ผู้ผลิตรายอื่น ๆ จะไม่สามารถจำหน่ายและกระจายสินค้าของเขาได้ ผลกระทบที่ตามมาก็คือ จะเกิดอุปสรรคต่อการเข้ามาในตลาดของผู้ประกอบการเพื่อการผลิตและจำหน่ายสินค้าแข่งขันกัน และหากลูกค้าของตนไม่ยอมปฏิบัติตามจะถูกลงโทษ เช่น ไม่จำหน่ายสินค้า ลดปริมาณการส่งสินค้าให้ต่ำกว่าที่เคยได้รับปกติ จัดส่งสินค้าให้ล่าช้ากว่าปกติ เป็นต้น

กรณีที่ลูกค้าของตนเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง (Authorized Dealer) และที่เป็นแฟรนไชส์ ซึ่งผู้ผลิตสินค้าหรือบริการได้มีการลงทุนให้แก่ลูกค้าของตนที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพหรือคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการและการส่งเสริมการขาย สามารถจำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลงทางการค้าได้ เพื่อป้องกันมิให้คู่แข่งได้รับประโยชน์จากการลงทุนนั้นโดยไม่ต้องลงทุน (Free-riding) โดยการกำหนดให้ขายเฉพาะสินค้าของตนเท่านั้นเพื่อป้องกันมิตัวแทนจำหน่ายขายสินค้าของคู่แข่ง



การใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมการขายของผู้อื่น (Free Riding)

Free Riding เกิดขึ้นเมื่อบริษัทหนึ่งได้รับผลประโยชน์จากการกระทำและความพยายามของอีกบริษัทโดยไม่ต้องมีการจ่ายหรือแบ่งปันค่าใช้จ่าย ตัวอย่างเช่น บริษัท A ขายสินค้าเครื่องครัวเสียดำค่าใช้จ่ายในการฝึกหัดร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ร้าน ก. เกี่ยวกับการสาธิตวิธีใช้เครื่องครัวต่าง ๆ ต่อมาบริษัท B ซึ่งเป็นบริษัทขายเครื่องครัวเช่นเดียวกับบริษัท A ได้จำหน่ายสินค้าของตนให้กับร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ร้าน ก. ในราคาที่ต่ำกว่าบริษัท A เนื่องจากบริษัท B ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกหัดร้านค้า ก. เกี่ยวกับการสาธิตวิธีใช้เครื่องครัว กรณีเช่นนี้ถือว่า บริษัท B เป็น Free Riding ของร้าน A กรณีเช่นนี้ทำให้เกิดผลกระทบกับบริษัท A ในการสูญเสียรายได้ หรือส่วนแบ่งตลาดไป



บรรณาธิการ : นางวันจิรี รังสิพัชรายุทธ

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า

เรียบเรียงโดย : นางระพีพรรณ พรหมธยา

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า