

เศรษฐกิจการค้าในประเทศไทยมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม และพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง

สำนักส่งเสริมการค้าแข่งขันทางการค้า **DIT** กรมการค้าภายใน ฉบับที่ 23 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2557

กรณีศึกษาของประเทศญี่ปุ่น :

การซื้อหุ้นของบริษัทผู้จำหน่ายแผ่น MDF



มองโลกแข่งขัน เป็นจุดสารรายเดือน มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยน และเผยแพร่ข้อมูล ข้อความเห็น
ในประเด็นเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

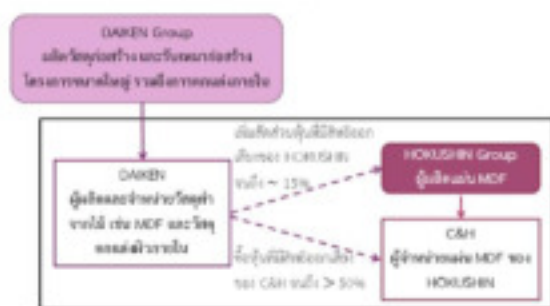
ความเป็นมา

DAIKEN Corporation (DAIKEN) เป็นบริษัทที่อยู่ในเครือ DAIKEN Group และเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุที่ทำจากไม้ เช่น แผ่น MDF (Medium density fiberboard) และวัสดุตกแต่งผิวภายในที่ทำจากไม้ มีแผนจะซื้อหุ้นของบริษัท C&H จำกัด (C&H) ซึ่งเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือ HOKUSHIN Group และเป็นผู้จำหน่ายแผ่น MDF ที่ผลิตโดย HOKUSHIN แต่เพียงผู้เดียว



แผนการซื้อหุ้น

1. ซื้อหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของ C&H มากกว่าร้อยละ 50 (เข้าข่ายต้องขออนุญาตต่อ Japan Fair Trade Commission (JFTC) ตามกฎหมาย Anti-monopoly Act* DAIKEN จึงยื่นขออนุญาตต่อ JFTC เมื่อเดือนเมษายน 2555)
2. ซื้อหุ้นของ HOKUSHIN และเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงจนถึงประมาณร้อยละ 15



* กฎหมาย Anti-monopoly Act (AMA) มีบทบัญญัติในมาตรา 10 (2) เกี่ยวกับการซื้อหุ้นที่ถือครองเกินกว่าร้อยละ 50 ของหุ้นสามัญที่มีสิทธิออกเสียงรวมกันภายหลังการซื้อหุ้น มากกว่าร้อยละ 20 หรือร้อยละ 50 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทที่เสนอขายหุ้น

ประเด็นพิจารณา

ผลกระทบจากการซื้อหุ้นต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง แม้ว่ากรณีที่ DAIKEN ซื้อหุ้นและเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของ HOKUSHIN จนถึงประมาณร้อยละ 15 เป็นเพียงการซื้อหุ้นส่วนน้อยและไม่ต้องขออนุญาตก่อนดำเนินการ แต่เมื่อพิจารณาประกอบกับการซื้อหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของ C&H จนกลายเป็นผู้ถือหุ้นเสียงข้างมากแล้ว JFTC สันนิษฐานว่าการซื้อหุ้นดังกล่าวข้างต้นอาจทำให้มีความเป็นเจ้าของ C&H ร่วมกัน และเกิดความสัมพันธ์ทางอ้อมระหว่าง DAIKEN Group และสัดส่วน HOKUSHIN Group ในขณะที่ผลของการซื้อหุ้นและเพิ่มหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของ HOKUSHIN จนถึงประมาณร้อยละ 15 ทำให้เกิดพันธมิตรในการผลิตแผ่น MDF และอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องโดยการกีดกันคู่แข่งรายอื่นไม่ให้ออกจากตลาด หรือไม่ให้เข้ามาแข่งขันในตลาด (Vertical Market Foreclosure)



สินค้าที่ผู้ประกอบการทั้ง 2 รายแข่งขันกัน

คือ แผ่น MDF ซึ่งเป็นวัสดุที่ทำจากไม้ ผลิตโดยการนำชิ้นไม้สับมาผ่าน กระบวนการเป็นไม้อัด ด้วยการเติมกาวลงไปเป็นเยื่อไม้และอัดเป็น แผ่นเพื่อนำไปใช้เป็นวัสดุสำหรับตกแต่งผิวภายในอาคาร เช่น ปูพื้น โดยผู้ให้หลัก คือ ผู้ผลิตวัสดุตกแต่งผิวภายใน แผ่น MDF มีลักษณะ แตกต่างกันตามชนิดและประเภทของไม้ที่นำมาทำชิ้นไม้สับ ความ หนาของผลิตภัณฑ์ และชนิดของกาวที่ใช้

การกำหนดขอบเขตตลาดที่เกี่ยวข้อง

JFTC กำหนดให้ขอบเขตตลาดจำกัดเฉพาะในประเทศญี่ปุ่นเนื่องจากผู้ใช้ในประเทศส่วนใหญ่ จะเลือกใช้เฉพาะแผ่น MDF ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานอุตสาหกรรม JIS (Japanese Industrial Standard) และแบ่งตลาด สินค้าออกเป็น 4 ตลาด คือ 1) ตลาดแผ่น MDF ชนิดบางที่ผลิตโดยใช้การยูเรีย (U-type) 2) ตลาดแผ่น MDF ชนิดหนาที่ผลิตโดยใช้การยูเรีย (U-type) 3) ตลาดแผ่น MDF ชนิดบาง ที่ผลิตโดยใช้การเมลามีน (M-type) 4) ตลาดแผ่น MDF ชนิดหนา ที่ผลิตโดยใช้ การเมลามีน (M-type) โดยพิจารณาความสามารถ ในการทดแทนทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ดังนี้

1. การทดแทนระหว่างแผ่น MDF แต่ละชนิด ซึ่งปัจจัยที่พิจารณา คือ
 - (1) วัสดุที่นำมาผลิตแผ่น MDF ได้แก่ ไม้เนื้ออ่อน ไม้เนื้อแข็ง
 - (2) ความหนาของแผ่น MDF ได้แก่ ชนิดบางชนิดหนา
 - (3) กาวที่ใช้ในการผลิตแผ่น MDF ได้แก่ กาวยูเรีย กาวเมลามีน
2. การทดแทนกันระหว่างแผ่น MDF และวัสดุทำจากไม้ชนิดอื่น ได้แก่ ไม้อัด พาร์ติเคิลบอร์ด



การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง

ตลาดที่อาจได้รับผลกระทบจากการซื้อหุ้น คือ ตลาดแผ่น MDF ชนิดบาง M-type ซึ่งใช้เป็นวัสดุแต่งผิว โดยการยึดติดกับด้านหน้าและด้านหลังของไม้อัดและใช้เป็นวัสดุรองพื้นสำหรับการปูพื้น ทำประตู และตลาดแผ่น MDF ชนิดหนา M-type ซึ่งใช้เป็นวัสดุรองพื้นสำหรับกรอบหน้าต่าง ชั้นบันได เนื่องจาก

1. DAIKEN และ HOKUSHIN เป็นผู้นำการผลิตแผ่น MDF ชนิดบางและชนิดหนา M-type โดยภายหลังการซื้อหุ้นมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 65 ทำให้เป็นรายใหญ่ที่สุดในตลาด และทำให้ค่าดัชนีการกระจุกตัวในตลาดสูงมาก กล่าวคือการรวมธุรกิจ อาจส่งผลให้ลดการแข่งขันในตลาดอย่างมีนัยสำคัญ
2. ไม่มีผู้ผลิตแผ่น MDF รายใดมีกำลังการผลิตส่วนเกิน ทุกรายผลิตเกือบร้อยละ 100 แม้ว่าจะสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้โดยการปรับเปลี่ยนชั่วโมงการทำงานหรือปรับปรุงเครื่องจักรในการผลิตที่มีอยู่ได้

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

3. ไม่มีการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตในต่างประเทศ เนื่องจากผู้ใช้ไม่มั่นใจในคุณสมบัติของแผ่น MDF ชนิดบาง และชนิดหนา M-type ซึ่งผลิตจากต่างประเทศ

4. ไม่มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด เนื่องจากอุปสรรคด้านการเกิดลดลง ทำให้จำนวนประชากรลดลงจำนวนบ้านที่สร้างขึ้นใหม่จึงไม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคตอันใกล้ และการผลิตแผ่น MDF จำเป็นต้องลงทุนในเครื่องจักรการผลิตเป็นเงินจำนวนหลายพันล้านเยน ประกอบกับผู้จำหน่ายชิ้นไม้ดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบมีจำนวนไม่มากนัก

อย่างไรก็ตาม การซื้อหุ้นจะไม่จำกัดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากพบว่ามีการทดแทนกันระหว่างแผ่น MDF ชนิดบางและชนิดหนา M-type กับสินค้าอื่นที่มีลักษณะ/วัตถุประสงค์การใช้งานเหมือนกัน เช่น ไม้จริง และเมื่อพิจารณาความสามารถของบริษัททั้งสองในการกีดกันผู้ประกอบการรายอื่นออกจากตลาดหรือไม่ให้เข้ามาแข่งขันในตลาด พบว่าการซื้อหุ้นอาจทำให้เกิดการรวมกันในแนวดิ่ง (Vertical Integration) ระหว่าง HOKUSHIN Group ผู้ผลิตแผ่น MDF และ DAIKEN Group ผู้ผลิตวัสดุตกแต่งผิวภายใน โดย HOKUSHIN Group อาจจำหน่ายแผ่น MDF ให้แก่ DAIKEN Group ภายใต้เงื่อนไขพิเศษมากกว่าผู้ผลิตวัสดุปูพื้นรายอื่นซึ่งมีได้ผลิตแผ่น MDF เอง เนื่องจาก DAIKEN Group เป็นผู้นำตลาดวัสดุปูพื้น และมีกำลังการผลิตส่วนเกินมาก



ผลการพิจารณา

JFTC อนุญาตให้ดำเนินการซื้อหุ้นตามแผนได้เมื่อเดือนมกราคม 2556 ภายใต้มาตรการที่ C&H เสนอ ดังนี้

1. DAIKEN Group จะให้ C&H จำหน่ายแผ่น MDF ชนิดบางและชนิดหนา M-type ให้แก่ลูกค้าอื่นภายใต้เงื่อนไขที่เท่าเทียมกับที่เสนอให้ DAIKEN Group เป็นระยะเวลา 5 ปี
2. DAIKEN Group จะรายงานการจำหน่ายแผ่น MDF ชนิดบางและชนิดหนา M-type ให้แก่ลูกค้าแต่ละราย ต่อ JFTC ทุกๆ 6 เดือนเป็นระยะเวลา 5 ปี

JFTC มีความเห็นว่า หาก DAIKEN ดำเนินมาตรการตามเงื่อนไขที่กำหนด การซื้อหุ้นดังกล่าวข้างต้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องโดยการกีดกันคู่แข่งรายอื่นให้ออกจากตลาดหรือไม่ให้เข้ามาแข่งขันในตลาด และจะไม่กระทบความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตรายอื่นประกอบกับระยะเวลา 5 ปี นานพอสำหรับผู้ผลิตเหล่านั้นที่จะเตรียมการผลิตวัสดุปูพื้นและกรอบหน้าต่างที่ทำจากวัสดุอื่นเพื่อทดแทนแผ่น MDF และทำให้ผู้ผลิตเหล่านั้นสามารถแข่งขันต่อไปได้

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

บรรณาธิการ : นางอ้อมศรี ฐพันธ์
ผู้อำนวยการกลุ่มเชี่ยวชาญและตรวจสอบ 4 วิชาการการแทน
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า
เรียบเรียงโดย : นางสาวจันทร์ธิดา กลัมพากร
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ