

Predatory Pricing & Below-Cost Pricing

แตกต่างกันอย่างไร?

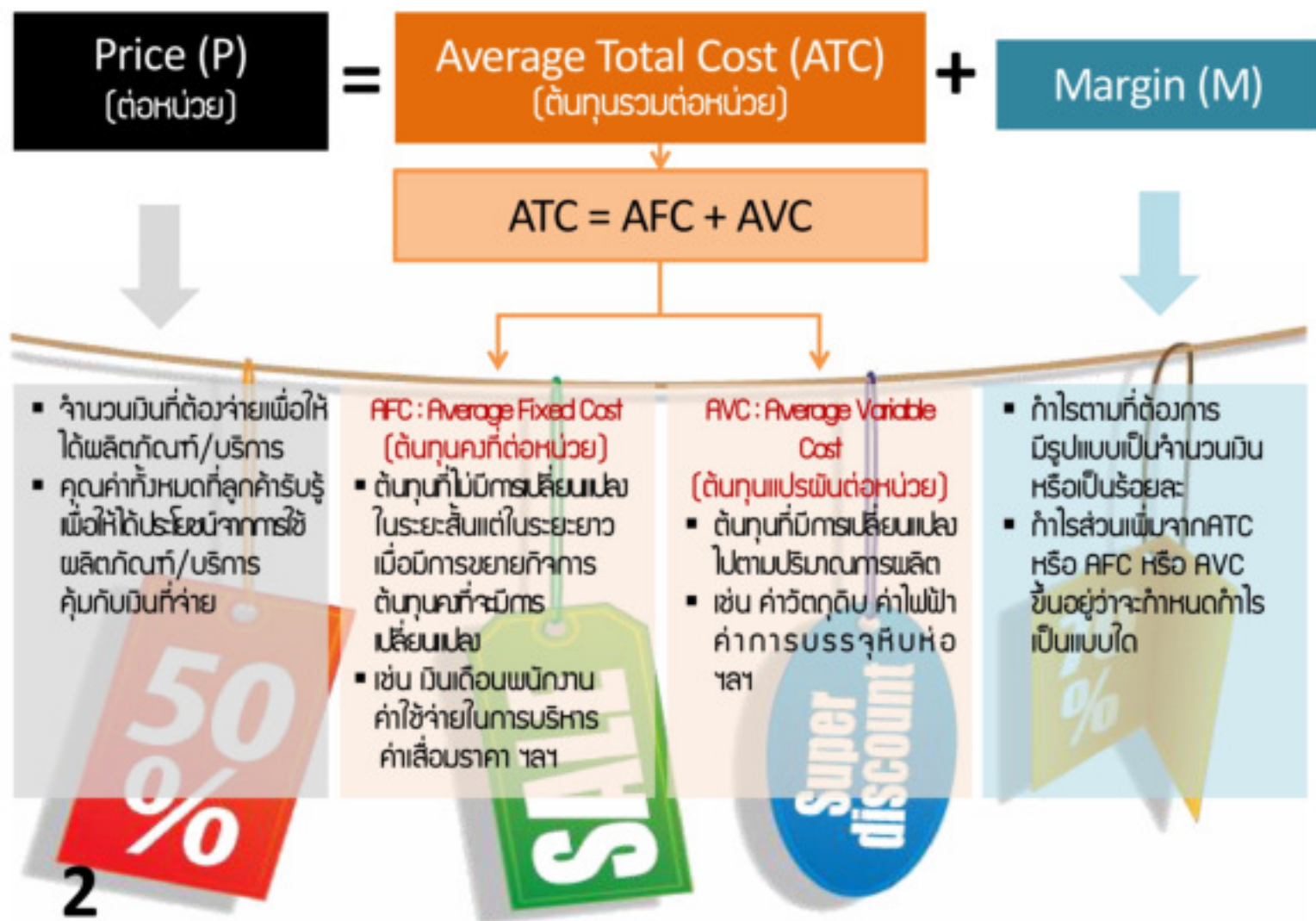


Predatory Pricing & Below-Cost Pricing แตกต่างกันอย่างไร?

กล่าวกันว่า กฎหมายการแข่งขันทางการค้า คือ เครื่องมือที่จำเป็นในการปกป้องการแข่งขันและกำกับดูแลการปฏิบัติทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจในแต่ละประเทศให้เกิดการแข่งขันที่เสรี เป็นธรรม และจัดอุปสรรคอันจะก่อให้เกิดผลกระทบในทางเสียหายต่อกระบวนการแข่งขัน หรือขัดขวางการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งถ้าหากพิจารณาพฤติกรรมทางการค้าที่มีการปฏิบัติกันในการธุรกิจ พบว่ามีหลากหลายพฤติกรรมทางการค้า บางพฤติกรรมชัดเจนในลักษณะการกระทำที่ไม่ควรปฏิบัติเพราะจะเกิดผลเสียหายต่อการแข่งขัน รวมถึงความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ แต่ในบางพฤติกรรมมีความซับซ้อนในลักษณะของการกระทำที่จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียมากกว่ากัน จุลสารฉบับนี้ ขอนำเสนอพฤติกรรมทางการค้าที่เรียกว่า **การขายต่ำกว่าทุน : Predatory Pricing และ Below-Cost Pricing** ทั้งสองพฤติกรรมนี้มีความแตกต่างกันอย่างไร? และการกำหนดราคาของผู้ประกอบธุรกิจลักษณะใดที่นำไปสู่พฤติกรรมทางการขายต่ำกว่าทุน



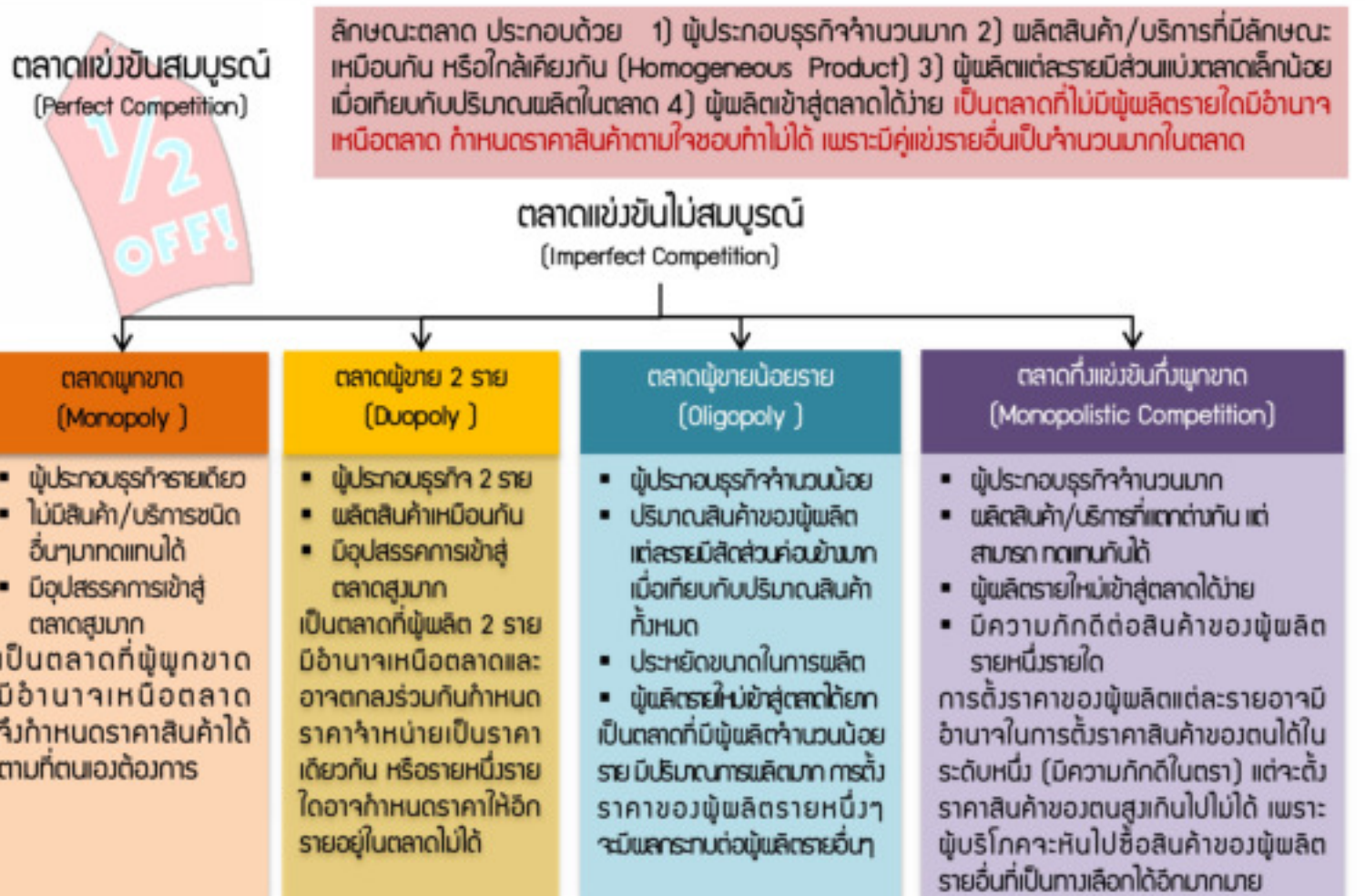
โครงสร้างการตั้งราคา



วัตถุประสงค์ของการตั้งราคา (Pricing Objective)

1 เพื่อกำไร : Profit กำหนดเป้าหมายกำไร (Target Profit Pricing)	- กำหนดราคาโดยใช้แนวคิดเรื่องจุดคุ้มทุน (Break Even Point) เป็นจุดที่ปริมาณสินค้ามีจำนวนที่ทำให้ต้นทุนสินค้ารวมทั้งหมดเท่ากับรายรับรวมทั้งหมด หรือมีกำไรเป็น 0 พอดี - หากต้องการกำไรจะตั้งราคาขายต่อหน่วยสูงกว่าต้นทุนสินค้ารวมทั้งหมดต่อหน่วย
2 เพื่อยอดขาย : Sales - Increase Sales - Maintain Market Share - Increase Market Share	- Increase Sales เพิ่มปริมาณขายโดยตั้งราคาให้ต่ำ แต่ต้องไม่ต่ำกว่าต้นทุน และควรเป็นราคาที่ทำให้ขายได้มากที่สุด - Maintain Market Share รักษาสัดส่วนการถือครองตลาดโดยตั้งราคาเพื่อให้กิจการดำเนินต่อไปเรื่อย ๆ เพื่อให้ได้กำไรพอสมควร แต่มีปริมาณการจำหน่ายในสัดส่วนคงที่ - Increase Market Share เพิ่มปริมาณการถือครองตลาด โดยตั้งราคาที่ให้ขายส่วนถือครองตลาดให้สูงขึ้น โดยตั้งเปอร์เซ็นต์การถือครองตลาดของคู่แข่งขึ้นมา เช่น การลดราคาสินค้าลง หรือที่เรียกว่าการตัดราคา
3 เพื่อการแข่งขัน	- กำหนดราคาตามกลไกตลาดโดยพิจารณาจากโครงสร้างตลาด - กำหนดราคาโดยพิจารณาจากศักยภาพการแข่งขันด้านราคาของ คู่แข่งขัน 1) กำหนดราคาเท่ากับคู่แข่ง 2) กำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่ง และ 3) กำหนดราคาสูงกว่าคู่แข่ง
4 เพื่อสังคม	กำหนดราคาเพื่อรักษาความสัมพันธ์หลายฝ่าย ได้แก่ ลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย Suppliers สาธารณะ เช่น ชุมชน สิ่งแวดล้อม และรัฐบาล

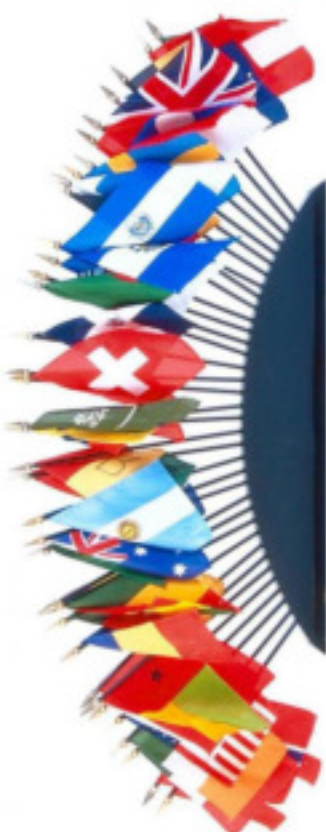
การกำหนดราคาตามโครงสร้างตลาด (Market Structure Pricing)



หากพิจารณาการกำหนดราคาตามโครงสร้างตลาดผู้ขาย 2 ราย และตลาดผู้ขายน้อยราย พบว่า การตั้งราคาของผู้ประกอบธุรกิจอาจมีพฤติกรรมที่มีลักษณะของการกระทำที่เป็นข้อห้ามของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า อย่างเช่น การกำหนดราคาขายต่ำกว่าทุน (Predatory Pricing & Below-Cost Pricing) การตกลงร่วมกันกำหนดราคาจำหน่ายสินค้า (Cartel) เป็นต้น

หลักกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับ Predatory Pricing & Below-Cost Pricing ของต่างประเทศ

ประเทศ	Predatory Pricing		Below-Cost Pricing	
	มี	รายละเอียด	มี	รายละเอียด
สหรัฐอเมริกา (USA)	✓	Sherman Antitrust Act section 2	-	-
ญี่ปุ่น (Japan)	✓	Act Concerning Prohibition of Private Monopolization and Maintenance of Fair Trade (Article 3), The Antimonopoly Act (AMA) (Article 2(5))	✓	Designation of Unfair Trade Practices (1982, Revised 2009)
เกาหลี (Korea)	✓	The Monopoly regulation and Fair Trade Act (MRFTA) - Article 3-2 (Prohibition of Abuse of Market-Dominant Position) - Article 23 of the MRFTA, Prohibition of Unfair Trade Practices	-	-
ไต้หวัน (Taiwan)	✓	Fair Trade Act of 2015 (Article 10)	-	-
สิงคโปร์ (Singapore)	✓	The Competition Act "section 47 prohibition"	-	-
ประเทศไทย (Thailand)	✓	พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาตรา 25 และมาตรา 29	✓	พระราชบัญญัติการ แข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาตรา 25 และ มาตรา 29



จะเห็นได้ว่าโดยหลักกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศดังกล่าวข้างต้น บัญญัติไว้ว่า พฤติกรรมการการค้าที่ขายต่ำกว่าทุนเพื่อกำจัดคู่แข่ง (Predatory Pricing) ถือว่าเป็นความผิดตามกฎหมายการแข่งขัน การการค้า และยังมีบางประเทศได้แก่ ญี่ปุ่น ไทย ที่กฎหมายบัญญัติว่า การขายต่ำกว่าทุนโดยไม่มีเหตุผล อันสมควร (below-Cost Pricing) อาจเข้าเป็นกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ขายต่ำกว่าทุนเพื่อกำจัดคู่แข่ง

- ตีราคาขายสินค้า/บริการของตนต่ำกว่าต้นทุนแปรผันเฉลี่ย
- มีเหตุผลทำให้คู่แข่งไม่สามารขายสินค้าและอยู่ในตลาดได้นั้น

Predatory Pricing

การขายต่ำกว่าทุน

- ตีราคาขายสินค้าบริการของตนต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ยโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
- ไม่มีเหตุผลทำให้คู่แข่ง

Below Cost Pricing

สำหรับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ยังถือว่าการขายต่ำกว่าทุนทั้ง Predatory Pricing & Below - Cost Pricing โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร อาจเข้าเป็นกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรระมัดระวังในการกำหนดราคาขายสินค้า/บริการของตนให้อยู่ภายใต้กรอบกติกาตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 เพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม จนท้ายที่สุดผลประโยชน์ก็จะตกกับผู้บริโภคในประเทศ

อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการมีเหตุผลความจำเป็นในการตีราคาขายสินค้าต่ำกว่าต้นทุนรวมเฉลี่ย (Below-Cost Pricing) เนื่องจากสินค้าใกล้หมดอายุ หรือเป็นสินค้าล้าสมัย ก็สามารถกำหนดราคาขายต่ำกว่าทุนในลักษณะนี้ได้

บรรณาธิการ : นายวันนศักดิ์ เสืออี่ยม
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า
เรียบเรียงโดย : นาวระพีพรรณ พรหมธรา
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ