



มองโลกแง่บวก

Competition
Focus

Vol. 46

Oct. 2016

“ตกลงร่วมกัน”

Cartel

เหตุผลทางธุรกิจหรือการผูกขาดทางการค้า



สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

การตกลงร่วมกัน

พระราชบัญญัติการแข่งขันท่างการค้า พ.ศ.2542

การตกลงร่วมกันที่จะไม่แข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการในตลาดใดตลาดหนึ่งอันเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการผูกขาดหรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดอาจมีเหตุผลทางธุรกิจหรืออาจเป็นการวางแผนเพื่อผูกขาดตลาดก็ได้ เป็นความท้าทายของหน่วยงานกำกับดูแลที่จะวิเคราะห์เพื่อขังน้ำหนักระหว่างผลกระทบต่อในเชิงลบด้านการแข่งขันในตลาดกับผลกระทบต่อในเชิงบวกต่อผู้บริโภคและระบบเศรษฐกิจ

Hard Core Cartel

- กำหนดราคาขายและปริมาณขาย
- กำหนดราคาซื้อและปริมาณซื้อ
- ซื้อประมูล
- ครอบครองตลาดหรือควบคุมตลาด

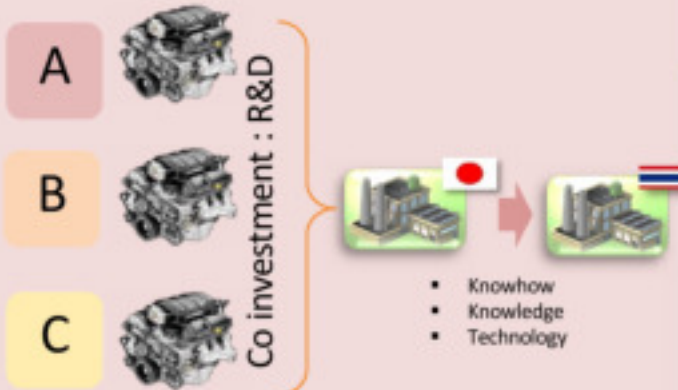
Non Hard Core Cartel

- | | |
|--|---|
| แบ่งเขต/กลุ่มลูกค้าที่ขาย | แบ่งเขต/กลุ่มลูกค้าที่ซื้อ |
| จำกัดปริมาณต่ำกว่าความต้องการตลาด | ลดคุณภาพ + จำหน่ายราคาเดิมหรือสูงขึ้น |
| แต่งตั้งหรือมอบหมายให้บุคคลใดแต่ผู้เดียวเป็นผู้จำหน่าย | กำหนดเงื่อนไขการซื้อขายแบบเดียวกันหรือตามที่ตกลงกัน |

หลักการและสาระสำคัญเกี่ยวกับการตกลงร่วมกันในแต่ละประเทศจะคล้ายกัน คือห้ามการตกลงร่วมกันที่ก่อให้เกิดการผูกขาด ลด หรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า เพราะพฤติกรรมดังกล่าวถูกมองว่าเป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ แต่ยังมีข้อตกลงร่วมกันรูปแบบอื่นๆ อาทิ การร่วมกันวิจัยและพัฒนา และการสร้างเครือข่ายการให้บริการร่วมกัน หรือที่เรียกว่า Joint Venture ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค และการแข่งขันในตลาดโดยรวมไม่ถือว่าเป็นความผิดในทางกฎหมายการแข่งขันท่างการค้า

ตัวอย่าง

การร่วมกันผลิตเกียร์ CVT ของรถยนต์



เกียร์ CVT : เกียร์อัตโนมัติแบบอัตราทดแปรผัน

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ 3 ยี่ห้อในญี่ปุ่นร่วมกันจัดตั้งบริษัทวิจัยและพัฒนาระบบเกียร์ CVT เพื่อผลิตเกียร์ CVT ให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ 3 ราย ในขณะทำการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ของทั้ง 3 บริษัท ยังคงมีการประกอบธุรกิจแข่งขันกันอยู่

ถึงแม้ว่าต่อมาบริษัทในญี่ปุ่นได้เข้ามาจัดตั้งบริษัทในประเทศไทยเพื่อผลิตและจำหน่ายเกียร์ CVT ให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ 3 รายในไทยข้างต้นก็ตาม แต่ราคาสินค้าที่จำหน่ายให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์แต่ละยี่ห้อก็ยังแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ที่ใช้ผลิตเกียร์ อาทิ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มเติมของแต่ละยี่ห้อ/แต่ละรุ่น โดยอุปสงค์หลักจะคล้ายคลึงกัน



R&D

Research and Development
Investigative activities that are aimed at developing new products or procedures in order to improve existing products and procedures. Market research is one of the

การร่วมกันกำหนดราคา (Price Fixing)



Price Fixing

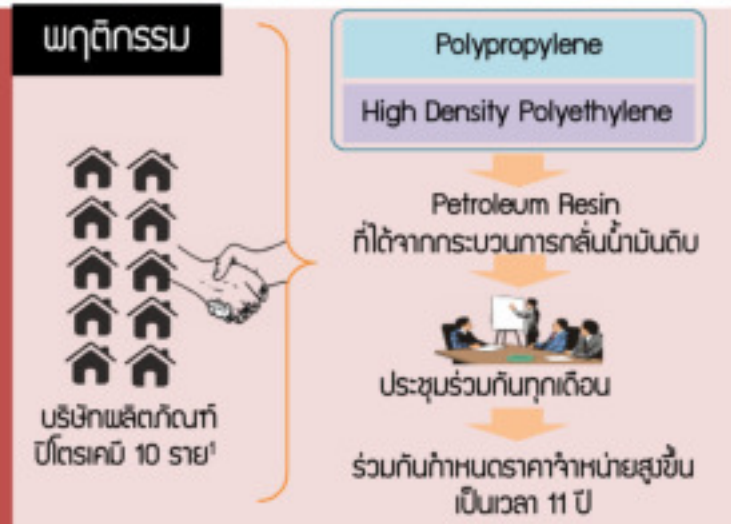
การร่วมกันกำหนดราคาเป็นรูปแบบหนึ่งของการตกลงร่วมกันซึ่งโดยทั่วไปแล้วหลายคนอาจคิดว่า Price Fixing คือการกำหนดราคาสินค้าเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงมีการตกลงร่วมกันอีกหลายรูปแบบที่มีผลกระทบต่อตรงกับราคา

การตกลงร่วมกันกำหนดราคา มีหลายรูปแบบ เช่น



การกำหนดรากร่วมกันในผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีในเกาหลีใต้

กรณีศึกษา Price Fixing



คำตัดสิน



ตัดสินว่า

- ทั้ง 10 ราย มีพฤติกรรมตกลงร่วมกัน กำหนดราคาจำหน่าย Petroleum Resin อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 19(1) แห่ง Monopoly Regulation and Fair Trade Act.
- ออกคำสั่งให้ทั้ง 10 ราย ยุติพฤติกรรม และเรียกเก็บเงินค่าปรับเป็นเงิน 104.5 พันล้านวอน และดำเนินคดีจนถึงที่สุดกับบริษัทผลิตปิโตรเคมี 5 ราย* (อีก 5 รายได้รับการลดหย่อนค่าปรับในอัตราที่แตกต่างกันตามลำดับการเข้าร่วม Leniency Program)

¹ (1) Honam Petrochemical Corp (2) SK Corp* (3) Hyosung* (4) Korea Petrochemical* (5) Samsung (6) Total Petrochemical Co.,Ltd (7) GS Caltex (8) LG CHEM* (9) Daellim Industry* (10) SEETEC Ltd.

การร่วมกันกำหนดราคาประมูล (Bid Rigging)

โดยทั่วไปการประมูลในแต่ละครั้งผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละรายจะต่างคนต่างตั้งราคาและหาข้อดีมีคุณภาพมาเสนอผู้ซื้อ ซึ่งรายใดมีราคาต่ำแต่คุณภาพดีก็จะเป็นผู้ชนะการประมูล แต่เมื่อใดที่มีการฉ้อประมูลก็มักทำลายสภาวะการแข่งขัน เพราะผู้ประกอบการจะแอบร่วมมือกันขึ้นราคาสินค้า ทำให้เจ้าของโครงการไม่ว่าจะเลือกรายใดก็ได้สินค้าที่มีราคาแพง หลังจากนั้นผู้ที่ทำการฉ้อประมูลก็จะนำเอาผลประโยชน์/กำไรส่วนเกินมาแบ่งกัน การกำหนดราคาประมูลร่วมกันมีหลายรูปแบบเช่นเดียวกับการกำหนดรากร่วมกัน ตัวอย่างเช่น



Bid Suppression

ผู้ประกอบการบางรายตกลงที่จะถอนตัวออกจากการประมูล เพื่อเปิดทางให้ผู้ประกอบการรายอื่นชนะประมูล หรืออาจกีดกันผู้ประกอบการรายอื่นที่ไม่ได้ตกลงร่วมกัน



Complimentary Rigging

ผู้ประกอบการบางรายจะเสนอราคาที่สูงกว่าความเป็นจริง เพื่อที่จะสร้างภาพเสมือนกับว่ามีการแข่งขันกันจริง หรือในบางกรณีจะเสนอราคาประมูลต่ำแต่จะตั้งเงื่อนไขบางประการที่ทำให้ไม่น่าสนใจ



Bid Rotation

ผู้ประกอบการมีการตกลงกันอยู่ก่อนแล้วว่าใครจะได้เป็นผู้ชนะในสัญญาไหน เป็นลำดับๆ ไปทีละรายเหมือนกับการเข้าคิว



การตกลงร่วมกันในการประมูลระบบระบายอากาศในอุโมงค์ทางพิเศษประเทศญี่ปุ่น

กรณีศึกษา Bid Rigging



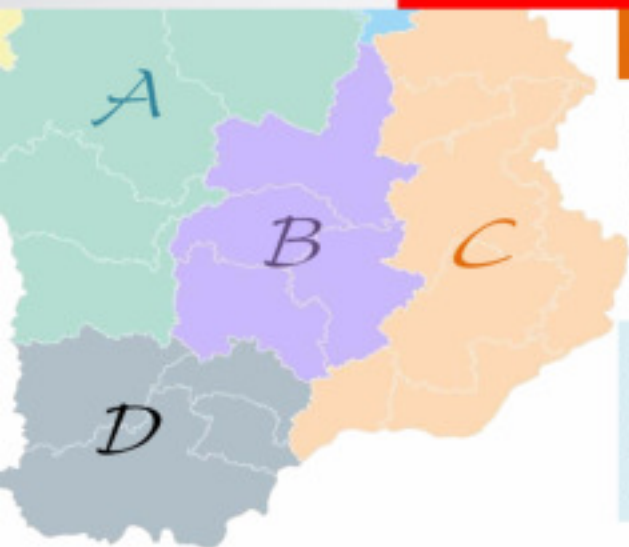
คำตัดสิน



ตัดสินว่า

- ทั้ง 7 บริษัท กระทำความผิดในข้อหาฉ้อประมูล
- มีคำสั่งปรับบริษัทที่ชนะการประมูลทั้ง 4 ครั้ง รวมประมาณ 1,009 ล้านเยน และลดหย่อนโทษปรับให้แก่ 3 บริษัทที่แจ้งข้อมูลการฉ้อภายใต้ Leniency Program โดยรายแรกได้รับการลดหย่อนโทษปรับ 100% และรายที่ 2 และ 3 ได้รับการลดหย่อนโทษปรับร้อยละ 30%





การตกลงร่วมกันเพื่อแบ่งลูกค้าและแบ่งพื้นที่การค้า (Divide Market)

การแบ่งตลาดไม่ว่าจะในรูปแบบของการแบ่งลูกค้า หรือแบ่งพื้นที่การค้าก็ดี เป็นการจำกัดการแข่งขันในตลาดที่อาจรุนแรงกว่าการกำหนดราคาร่วมกันเสียอีก เพราะถ้ามีการแบ่งตลาดกันโดยเด็ดขาดแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละกลุ่มลูกค้าจะมีอำนาจผูกขาดโดยเบ็ดเสร็จ ทำให้ในตลาดไม่มีการแข่งขันกันโดยสิ้นเชิง

อย่างไรก็ตาม การตกลงร่วมกันเพื่อแบ่งลูกค้าและแบ่งพื้นที่การค้า จะต่างกับกรณีการร่วมกันกำหนดราคาที่ยังคงมีการแข่งขันกันอยู่ในตลาดแต่เป็นการแข่งขันกันในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ด้านราคา เช่น การบริการหลังการขาย หรือรูปแบบและคุณภาพของสินค้า (Product differentiation)

การแบ่งตลาดในตลาดน้ำมันเชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องประเทศเกาหลีใต้

กรณีศึกษา Divide Markets

พฤติกรรม

โรงกลั่นน้ำมัน



ตลาดผู้ผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ตกลงร่วมกันในการแบ่งตลาดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง 11 ชนิด และจำกัดยอดขายและยอดการผลิตสินค้าในแต่ละพื้นที่

คำตัดสิน



KFTC

ตัดสินว่า

- เป็นการตกลงร่วมกันที่ฝ่าฝืนกฎหมาย
- มีคำสั่งให้หยุดพฤติกรรมดังกล่าว และลโทษปรับทั้ง 6 บริษัทเป็นเงินรวมกันประมาณ 2,097 ล้านบาท



จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมการตกลงร่วมกันที่เกิดขึ้นโดยส่วนใหญ่มาจากผู้ประกอบการทั้ง 2 ฝ่ายประสงค์ที่จะครอบครองตลาดร่วมกัน หรือต้องการผลประโยชน์ร่วมกันแบบ Win-Win ซึ่งการตกลงร่วมกันดังกล่าวเป็นพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันในตลาด และหากมีการกระทำพฤติกรรมดังกล่าวแบบต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานก็อาจก่อให้เกิดการผูกขาดตลาดในที่สุด จึงถือว่า พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 ซึ่งได้กำหนดโทษสำหรับผู้กระทำความผิดดังกล่าวจะต้องได้รับโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 6 ล้านบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และในกรณีที่กระทำความผิดซ้ำต้องระวางโทษเป็นทวีคูณ

บรรณาธิการ : นายวัฒนศศิย์ เสืออ่วม
 ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า
 เรียบเรียงโดย : นางสาวเกศดา สุทธิรัตน์
 นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
 ตรวจสอบปรับปรุงโดย : นางอร่ามศรี รุพินทร์
 ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านพัฒนาและส่งเสริม
 การแข่งขันทางการค้า