

## บทที่ 2

### แนวความคิดเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า

#### 1. แนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับกลไกราคา

ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีมีความเชื่อว่า กลไกราคา ภายใต้ตลาดที่มีการแข่งขันกัน จะเป็นเครื่องมือในการตอบปัญหาว่า จะผลิตสินค้าอะไร จะผลิตอย่างไร และจัดสรรสินค้านั้นให้กับใคร จึงจะก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด เพราะในสภาพของตลาดที่มีการแข่งขันกันนั้น การที่ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าอะไร และในจำนวนเท่าใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับอุปสงค์ของผู้บริโภคในตลาด หากอุปสงค์ต่อสินค้าชนิดใดมีมาก ผู้บริโภคย่อมมีความต้องการที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้านั้นมากกว่าสินค้านั้น ส่วนผู้ผลิตเมื่อเห็นว่าตนยังสามารถเพิ่มกำไรได้อีกก็จะเพิ่มปริมาณการผลิต จนทำให้ตนได้รับกำไรสูงสุด

ในขณะที่พยายามผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด ผู้ผลิตก็ต้องพยายามผลิตโดยให้มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด และโดยที่ต้นทุนของสินค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยในการผลิต ดังนั้น ราคาของปัจจัยการผลิตจึงเป็นสิ่งที่กำหนดว่าผู้ผลิตควรผลิตสินค้านั้นอย่างไร

เมื่อผลิตสินค้าได้แล้วราคาของสินค้าจะเป็นเครื่องกำหนดว่า ผู้บริโภครายใดจะเป็นผู้ได้รับสินค้านั้น กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องแข่งขันกันซื้อสินค้านั้นกับผู้บริโภคอื่น ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้านั้นมากกว่าอุปทานของสินค้านั้น ราคาของสินค้าก็จะขยับสูงขึ้น ขณะเดียวกันก็จะลดระดับอุปสงค์ของสินค้านั้นลง ในทางกลับกันหากอุปทานของสินค้านั้นมีมากกว่าอุปสงค์ราคาสินค้าจะลดลง เท่ากับเพิ่มระดับอุปสงค์ของสินค้านั้น

เงื่อนไขสำคัญในการทำงานของกลไกราคาก็คือ “การแข่งขัน” เพราะจะผลักดันให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคแสดงความพึงพอใจที่แท้จริงของตนออกมา ทำให้ผู้ผลิตทราบว่า จะผลิตสินค้าใด อย่างไร และในปริมาณเท่าใด โดยในส่วนของผู้บริโภคเองก็จะเป็นการจัดสรรว่าใครควรเป็นผู้ได้รับสินค้านั้น ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ

หากกระบวนการเช่นนี้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ไม่มีสิ่งใดมาแทรกแซงการทำงานของกลไกราคาและการแข่งขันแล้ว ย่อมจะก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของ

ประเทศ กล่าวคือ การแข่งขันทำให้มีการโยกย้ายทรัพยากรไปใช้ผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการเท่านั้น จึงเป็นการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด และในตลาดที่มีการแข่งขันซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิตจำนวนมาก รายผู้ผลิตจะไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าให้สูงกว่าราคาตลาดได้ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงได้รับการคุ้มครองจากการเอาเปรียบของผู้ผลิต เมื่อผู้ผลิตไม่อาจขายสินค้าสูงกว่าราคาตลาดได้ วิธีที่จะทำให้ผู้ผลิตได้กำไรมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นก็คือ ต้องพยายามลดต้นทุนการผลิตลง ซึ่งสามารถทำได้ โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น ผลที่ตามมาคือ ประสิทธิภาพการผลิตของอุตสาหกรรมนั้นจะเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สินค้าที่แตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตอื่น จะทำให้ราคาสินค้าแตกต่างกันได้ โอกาสที่จะได้กำไรมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นก็มากขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตจึงต้องพยายามประดิษฐ์คิดค้นสินค้าใหม่ ๆ รวมทั้งพัฒนาคุณภาพรูปแบบของสินค้าให้แตกต่างจากผู้ผลิตอื่น รวมทั้งมีการนำวัตถุดิบใหม่ ๆ มาผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น

เมื่อการแข่งขันทำให้ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรและการผลิตเพิ่มขึ้นก็ย่อม มีสินค้าใหม่ ๆ สนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ราคาของสินค้าก็จะถูกลง ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้ามากขึ้น ซึ่งก็จะย้อนกลับมาผลักดันให้ผู้ผลิตหาทางลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตขึ้นอีก

## 2. โครงสร้างของตลาด

โดยที่โครงสร้างของตลาดสินค้า มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้ผลิตไม่ว่าจะเป็นทางด้านการตัดสินใจในการผลิต การกำหนดราคาสินค้า การตลาดหรืออื่น ๆ ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงโครงสร้างของตลาด ซึ่งสามารถแบ่งโครงสร้างของตลาดตามจำนวนผู้ขายได้ดังนี้

### 2.1 ตลาดแข่งขันสมบูรณ์

โดยตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จะมีลักษณะที่สำคัญดังต่อไปนี้

#### 1. มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก

ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะมีผู้ซื้อและผู้ขายเป็นจำนวนมากผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายจะเป็นเพียงหน่วยย่อย ๆ ของตลาด ดังนั้น ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายจึงไม่มีอิทธิพลในตลาดไม่ว่าทางด้าน การกำหนดราคาสินค้าหรือปริมาณการผลิต

#### 2. ไม่มีการรวมตัวกันในตลาด

ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ผู้ซื้อและผู้ขายจะมีพฤติกรรมในตลาดที่เป็นอิสระต่อกัน กล่าวคือ จะไม่มีการรวมหัวกันในระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างอิทธิพลในตลาดในการกำหนดราคาสินค้า ดังนั้น จึงไม่มีผู้ซื้อหรือผู้ขายรายใด ที่สามารถกำหนดราคาสินค้าให้ต่างไปจากราคาตลาดได้

### 3. สินค้ามีลักษณะเหมือนกันทุกประการ

ในตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ ไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ หรือบริการที่ให้กับลูกค้า กล่าวคือ ในทัศนะของผู้ซื้อแล้ว ไม่ว่าจะซื้อสินค้าจากผู้ขายรายใด ย่อมไม่รู้สึกรู้ว่าสินค้านั้นต่างจากผู้ขายรายอื่น ๆ ดังนั้น จึงไม่มีผู้ขายรายใดที่จะมีอิทธิพลในการกำหนดราคาสินค้าเหนือผู้ขายรายอื่น

### 4. ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรอบรู้ในข่าวสารของตลาดอย่างสมบูรณ์

กล่าวคือ ถ้ามีการเคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงในตลาดไม่ว่าจะเป็นทางด้านราคาหรือปริมาณการผลิตหรือสภาพการณ์ใด ๆ ก็ตาม ผู้ซื้อและผู้ขายจะรู้ทันที และต่างก็จะปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพการณ์นั้นๆ ดังนั้น ในตลาดชนิดนี้ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละรายจึงไม่มีโอกาสที่จะกำหนดราคาสินค้า ให้ต่างจากราคาตลาดได้

### 5. ไม่มีข้อจำกัดในการเข้าหรือออกจากการแข่งขัน

กล่าวคือ ในตลาดชนิดนี้ ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันกับผู้ผลิตได้ โดยไม่มีข้อกีดขวางใด ๆ ทั้งสิ้น ดังนั้น ในตลาดชนิดนี้ ถ้าผู้ผลิตได้รับกำไรเกินปกติก็จะดึงดูดให้มีผู้ผลิตรายใหม่ ๆ เข้ามาทำการผลิตแข่งขัน กำไรของผู้ผลิตจึงลดลง ๆ จนในที่สุดแล้วผู้ผลิตทุกคนจะได้รับกำไรปกติเท่านั้น ในระยะยาว

## 2.2 ตลาดผูกขาด

ตลาดผูกขาดมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. มีหน่วยธุรกิจเพียงรายเดียวซึ่งทำการผลิตสินค้า
2. สินค้าที่ผลิตในตลาดผูกขาด จะมีลักษณะต่างจากสินค้าชนิดอื่น ๆ มากจนไม่มีสินค้าใดมาใช้แทนได้ ดังนั้นผู้ผูกขาด จึงมีอิทธิพลอย่างมาก ในการกำหนดราคาสินค้าหรือปริมาณการผลิต

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ผูกขาดก็ไม่อาจกำหนดราคาสินค้าให้สูงเกินไป เพราะการกำหนดราคาสูงมากจะทำให้อุปสงค์ในสินค้าลดลง และในกรณีที่ราคาสินค้าสูงมาก จนทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน รัฐก็อาจเข้ามาควบคุมราคาและปริมาณการผลิตโดยใช้นโยบายต่าง ๆ เพื่อลดกำไรของผู้ผูกขาดลง

3. มีข้อกีดกันที่ทำให้หน่วยธุรกิจใหม่ ๆ ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ เป็นที่น่าสังเกตว่า การที่ผู้ผลิตในตลาดผูกขาดสามารถผูกขาดในการสินค้าชิ้น ๆ ก็เพราะในตลาดประเภทนี้ จะมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้หน่วยธุรกิจใหม่ ๆ ไม่สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้ กล่าวคือ

### 3.1 ข้อจำกัดทางการซื้อขายปัจจัยการผลิต

ในการผลิตสินค้าชนิดใด ถ้าผู้ผลิตสามารถควบคุมหรือผูกขาดการซื้อปัจจัยการผลิตได้ ก็จะทำให้ผู้ผลิตสามารถผูกขาดการผลิตสินค้าชนิดนั้นได้เพียงผู้เดียว

### 3.2 ข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย

ในบางประเทศจะมีการประกาศใช้กฎหมายเพื่อสงวนสิทธิการผลิตสินค้าบางชนิดให้กับผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งในรูปของการให้สัมปทานหรือสิทธิบัตรในการผลิต ทั้งนี้ ผู้ผลิตที่ได้รับสัมปทานหรือสิทธิบัตรในการผลิตมักจะเป็นผู้ประดิษฐ์คิดค้นสินค้าชนิดใหม่ ๆ ขึ้นเป็นรายแรก เพื่อกระตุ้นให้หน่วยธุรกิจต่าง ๆ มีความกระตือรือร้น ที่จะคิดประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้น เช่น การให้สัมปทานป่าไม้กับเอกชนภายในเขตต่าง ๆ เอกชนรายนั้นก็จะมีอำนาจผูกขาดแต่เพียงผู้เดียวในการที่ป่าไม้ในเขตนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ในการให้สัมปทานหรือสิทธิบัตรการผลิตสินค้าชนิดใดนั้น รัฐมักจะกำหนดระยะเวลาของการให้เพียงระยะหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเมื่อหมดระยะเวลาดังกล่าวแล้วหน่วยธุรกิจอื่น ๆ ก็สามารถเข้ามาทำการผลิตแข่งขันได้ ถึงแม้ว่าสงวนสิทธิการผลิตจะกำหนดไว้เพียงระยะหนึ่งก็ตาม แต่หน่วยธุรกิจนั้น ๆ ส่วนใหญ่แล้วยังคงได้เปรียบธุรกิจอื่น ๆ ในระยะเวลาต่อมาด้วย ทั้งนี้ เพราะการสงวนสิทธิการผลิตให้กับหน่วยธุรกิจใดจะเป็นโอกาสให้หน่วยธุรกิจนั้นสามารถสร้างค่านิยมให้กับสินค้าของตนไปแล้ว ดังนั้น ถึงแม้ว่าระยะเวลาการสงวนสิทธิในการผลิตจะลดลง ผู้บริโภคก็ยังคงมีความเชื่อถือในสินค้าที่ผลิตโดยหน่วยธุรกิจเดิมเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นการยากที่หน่วยธุรกิจใหม่ ๆ จะเข้าไปแข่งขันได้

นอกจากการให้สัมปทานและสิทธิบัตรแก่หน่วยธุรกิจดังกล่าวข้างต้นแล้วในทางกรณีรัฐอาจให้สัมปทานหรือสิทธิบัตรในการผลิตสินค้าบางประเภทที่เห็นว่า การผลิตภายใต้การผูกขาดจะก่อให้เกิดผลดีแก่เศรษฐกิจมากกว่าการปล่อยให้มีการแข่งขัน สินค้าดังกล่าวได้แก่ สินค้าสาธารณูปโภคบางประเภท ซึ่งคงอาศัยเงินลงทุนจำนวนมากและต้องทำการผลิตขนาดใหญ่ เพื่อก่อให้เกิดการประหยัด ต่อขนาดการลดลงของต้นทุนเฉลี่ย แต่เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมสาธารณูปโภค ซึ่งถ้ารัฐไม่เข้าไปควบคุมราคาและปริมาณการผลิตแล้ว อาจทำให้ผู้ผูกขาดเพิ่มราคาสูงเกินไปทำให้ประชาชนเดือดร้อนได้ ดังนั้น รัฐจึงมักจะเข้าไปทำการควบคุมการผูกขาดในสินค้าเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม เราเรียกการผูกขาดในลักษณะนี้ว่า “การผูกขาดภายใต้การควบคุม”

### 3.3. ข้อจำกัดทางด้านเงินทุน

ในการผลิตสินค้าบางชนิดต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากทำให้บุคคลทั่วไปไม่สามารถหาเงินลงทุนทำการผลิตแข่งขันกับหน่วยธุรกิจเดิมได้ จึงเกิดการผูกขาดขึ้น

## 2.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. มีหน่วยธุรกิจเป็นจำนวนมาก โดยหน่วยธุรกิจแต่ละรายจะทำการผลิตสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกันแต่ใช้แทนกันได้ดี ความแตกต่างของสินค้าในตลาดชนิดนี้ อาจเนื่องจากคุณภาพลักษณะการหีบห่อ เครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้ออื่น ๆ ก็ได้ ซึ่งโดยแท้ที่จริงแล้ว อาจเป็นสินค้าประเภทเดียวกันแต่ถูกทำให้แตกต่างกันในสายตาของผู้ซื้อ โดยวิธีการทางการตลาด เป็นต้นว่า การโฆษณา การปรับปรุงการให้บริการและปรับปรุงคุณภาพของสินค้า

ในตลาดประเภทนี้ ถึงแม้ว่าจะมีหน่วยธุรกิจเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกับตลาดซึ่งมีการแข่งขันสมบูรณ์ แต่ก็ยังมีข้อแตกต่างในแง่ที่ว่า หน่วยธุรกิจในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ทำการผลิตสินค้าที่เหมือนกันทุกประการ ดังนั้น หน่วยธุรกิจแต่ละรายในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จึงไม่มีอิทธิพลในการกำหนดราคาสินค้าที่ตนผลิตขึ้น แต่ต้องยอมรับว่าราคาสินค้าถูกกำหนดขึ้น โดยอุปสงค์และอุปทานของตลาด แต่ในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด หน่วยธุรกิจแต่ละรายทำการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้น หน่วยธุรกิจแต่ละรายจึงมีอิทธิพลในการควบคุมราคาสินค้า ที่ตนเองผลิตได้บ้าง แต่จะตั้งราคาให้ต่างจากราคาของหน่วยธุรกิจอื่น ๆ มากไม่ได้ เพราะถ้าราคาสูงกว่าราคาของหน่วยธุรกิจอื่นมาก ผู้บริโภคจะหันไปซื้อสินค้าของหน่วยธุรกิจอื่นหมด อย่างไรก็ตาม ถ้าหน่วยธุรกิจใดตั้งราคาสูงกว่าหน่วยธุรกิจอื่น ย่อมทำให้ปริมาณขายสินค้าของเขาตกลงบ้างแต่ไม่ทั้งหมด

2. หน่วยธุรกิจสามารถเข้าและออกจากอุตสาหกรรม ได้โดยไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ทั้งสิ้น แต่การที่หน่วยธุรกิจใหม่เข้ามาแข่งขันจะต้องทำลายสินค้าที่มีลักษณะต่างจากสินค้าของหน่วยธุรกิจอื่น ๆ อย่างน้อยก็ในรูปของการหีบห่อหรือเครื่องหมายการค้า

## 2.4 ตลาดผู้ขายน้อยราย

หมายถึง ตลาดที่มีผู้ขายเป็นจำนวนน้อย จนทำให้การดำเนินนโยบายต่าง ๆ ของหน่วยธุรกิจแต่ละราย มีผลกระทบต่อกระเทือนซึ่งกันและกัน สินค้าที่ซื้อขายกันในตลาดอาจมีลักษณะที่เหมือนกันทุกประการ หรือต่างกันก็ได้ แต่ต้องสามารถใช้แทนกันได้ดี ในเรื่องกรณีที่สินค้ามีลักษณะเหมือนกัน การดำเนินนโยบายของหน่วยธุรกิจแต่ละรายจะมีผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น ๆ

มาก ดังนั้นผู้ผลิตแต่ละรายจึงต้องคาดคะเนปฏิกริยาระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม ในตลาดชนิดนี้ หน่วยธุรกิจมักจะไม่ทำการแข่งขันทางด้านราคา เพราะจะไม่เป็นผลดีต่อหน่วยธุรกิจเอง แต่หน่วยธุรกิจมักจะพยายามดำเนินนโยบายให้สอดคล้องกัน เพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนเอง และในบางกรณีก็จะมีการตกลงร่วมมือกันในการกำหนดราคาและปริมาณการผลิตเพื่อลดความแอ่งกัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าหน่วยธุรกิจจะไม่ทำการแข่งขันกันทางด้านราคา แต่ก็ยังต้องทำการแข่งขันกันทางด้านโฆษณา การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มอุปสงค์ในสินค้าของตน ในตลาดประเภทนี้ การเข้าออกจากอุตสาหกรรมจะเป็นไปได้ยากกว่าในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ทั้งนี้ เนื่องจากมีข้อจำกัดบางประการ เป็นต้นว่าข้อจำกัดทางด้านเงินลงทุน ข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย และข้อจำกัดอันเนื่องมาจากการใช้ นโยบายรวมตัวกันในการดำเนินนโยบายการผลิตของหน่วยธุรกิจเดิม ทำให้หน่วยธุรกิจใหม่ ๆ เข้ามาทำการแข่งขันได้ยาก

### 3. ความเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดในทางเศรษฐศาสตร์

ในทางเศรษฐศาสตร์นั้น ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาด หมายความว่าถึงผู้ประกอบการ ในตลาดสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดเพียงพอต่อการกำหนดปริมาณสินค้าหรือผลผลิต และกำหนดราคาสินค้าหรือค่าบริการได้โดยอิสระ ปราศจากแรงกดดันจากการแข่งขันในตลาด (สุธีร์ สุภณิตย์, 2539, หน้า 107) ทำให้ผู้ประกอบการรายนั้นสามารถควบคุมปริมาณของสินค้าหรือค่าบริการโดยไม่ต้องคำนึงถึงคู่แข่งชั้นลูกค้า และผู้จำหน่ายในตลาดแต่อย่างใด

ในการที่ผู้ประกอบการจะมีอำนาจตลาดมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับสภาพแข่งขันในตลาด กล่าวคือถ้าสภาวะการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการมีน้อยราย อาจเป็นเพราะขนาดของผู้ประกอบการไม่เท่าเทียมกัน เช่น ในตลาดที่มีหน่วยการผลิตขนาดใหญ่อยู่เพียงรายเดียวหรือน้อยราย ในตลาดลักษณะเช่นนี้จะมีการกระจุกตัวสูง ผู้ผลิตขนาดใหญ่ มีแนวโน้มจะเป็นผู้นำตลาดทั้งการกำหนดราคา หรือเป็นผู้นำในการจำกัดปริมาณการผลิต เพื่อให้ราคาสินค้าและบริการสูงกว่าระดับราคาแข่งขัน โดยมีผู้ผลิตขนาดเล็กที่เหลืออยู่ ในตลาดเป็นผู้ตามราคาในตลาดดังกล่าวนี้ ผู้ผลิตขนาดใหญ่อาจเป็นผู้มีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าคนอื่นหรือเป็นผู้ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด เมื่อเทียบกับส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตขนาดเล็กที่เหลือรวมกัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม สถานะของการเป็นผู้อำนาจเหนือตลาด ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกอบการรายใด รายหนึ่งในตลาด แต่สภาพการเป็นผู้อำนาจเหนือตลาด เกิดจากกลุ่มของผู้ประกอบการที่

อยู่ในตลาดก็ได้ เช่น ในสภาพของตลาดที่ประกอบไปด้วยผู้ผลิตที่มีขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก ๆ จำนวนหนึ่ง แต่ปรากฏว่ามีผู้ผลิตขนาดใหญ่กว่าหนึ่งราย ในสภาพของตลาดเช่นนี้ ผู้ผลิตขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะยุติการแข่งขันระหว่างกัน โดยจะขอความร่วมมือกันซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่ มีอำนาจตลาดสูงมากขึ้น และจะอยู่ในฐานะผู้นำตลาดในการกำหนดราคาหรือปริมาณสินค้าหรือบริการในตลาดได้ กลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่จึงถือได้ว่าเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด

ในทางเศรษฐศาสตร์ นั้นการที่จะพิจารณาว่าผู้ประกอบการรายใดหรือกลุ่มใด มีอำนาจเหนือตลาดหรือไม่ นั้น จะพิจารณาจากเครื่องบ่งชี้ ดังต่อไปนี้

### 3.1 ส่วนแบ่งตลาด

เป็นการพิจารณา ผู้ประกอบการรายใด มีส่วนแบ่งตลาดมากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับจำนวนสินค้าและบริการทั้งหมดในตลาด หากพบว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ มากย่อมถือว่าผู้ประกอบการรายดังกล่าวเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดได้

### 3.2 สภาพของตลาดสินค้าและบริการ

เป็นการพิจารณาของผู้ประกอบการว่ามีจำนวนมากเพียงใดเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่อยู่ในตลาด การพิจารณาจากความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยีทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1) พิจารณาจากรายได้อันเกิดจากการประกอบธุรกิจ โดยพิจารณาจากรายงานประจำปี หรืออัตราการเสียหายของผู้ประกอบการ

2) พิจารณาจากจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาด กล่าวคือ ถ้ามีผู้ประกอบการในตลาดสินค้าและบริการอยู่เป็นจำนวนมาก อำนาจทางการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละรายก็จะน้อย แต่ถ้าผู้ประกอบการในตลาดมีน้อยรายหรือรายเดียว ผู้ประกอบการดังกล่าวย่อมมีอำนาจตลาดสูง แต่อย่างไรก็ตาม การพิจารณาแต่จำนวนผู้ประกอบการในตลาดแต่เพียงอย่างเดียวเพื่อพิจารณาว่า ผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดหรือไม่ย่อมเป็นการไม่เพียงพอ เนื่องจากขนาดของผู้ประกอบการในแต่ละหน่วยผลิตในตลาดอาจมีขนาดไม่เท่ากัน

3) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย มีการลงทุนที่สูงหรือไม่ การผลิตสินค้าและบริการบางอย่างต้องใช้สินทรัพย์ถาวร และทุนมากตั้งแต่เริ่มดำเนินการจึงทำให้ผู้ประกอบการอยู่ในฐานะที่มีอำนาจเหนือตลาด

4) พิจารณาจากความสามารถของผู้ประกอบการในการควบคุมปัจจัยการผลิต และ

การจำหน่ายสินค้าและบริการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ครอบครองวัตถุดิบที่สำคัญ ในการผลิตสินค้าแต่ผู้เดียว เว้นแต่มีการค้นพบแหล่งวัตถุดิบใหม่ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้

5) พิจารณาจากความยากง่ายของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดสินค้าและบริการ

### 3.3 ตลาดที่เกี่ยวข้อง

ในการที่จะพิจารณาว่าผู้ประกอบการรายใดมีอำนาจเหนือตลาดหรือไม่นั้น ต้องอาศัยหลักการทางเศรษฐศาสตร์ในการกำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องสำหรับกิจการที่ผู้ประกอบการนั้น ดำเนินการเสียก่อน แล้วจึงพิจารณาต่อไปว่า ผู้ประกอบการรายนั้นเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดหรือไม่ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ “ตลาดที่เกี่ยวข้อง” เป็นตลาดที่ต้องพิจารณาถึงตลาดของตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และสภาพภูมิศาสตร์และเวลาของตลาดเป็นสำคัญ โดยต้องคำนึงถึงการที่ต้องรวมเอาผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้ ทั้งทางด้านอุปสงค์และทางด้านอุปทาน รวมเข้าไว้ในตลาดเดียวกันได้ (นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2544, หน้า 262-263)

ดังจะได้พิจารณาโดยลำดับดังนี้

#### 1) ตลาดของตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

การกำหนดสินค้าในตลาดเป็นการพิจารณาถึงชนิดของสินค้าเป็นหลัก โดยการพิจารณาจากประโยชน์การใช้สอยและการทดแทนกันได้ในตลาดสินค้า กล่าวคือ การที่จะพิจารณาลองสินค้าอื่นว่าสามารถใช้ทดแทนกันได้หรือไม่ ถ้าสามารถใช้ทดแทนกันได้ก็ต้องรวมเอาสินค้านั้นเข้าไว้ในตลาดเดียวกัน การทดแทนกันได้ของสินค้านั้นมาจากหลักทางเศรษฐศาสตร์ คือหลักความยืดหยุ่นไขว้ผลิตภัณฑ์ด้านอุปสงค์ กล่าวคือ หลักความยืดหยุ่นไขว้ผลิตภัณฑ์ด้านอุปสงค์จะสูงหากการที่มีสินค้าหรือบริการหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้สินค้าหรือบริการอีกอย่างแทน เช่น การที่บริษัทเบียร์ยี่ห้อหนึ่งขึ้นราคาสินค้าเพิ่มขึ้นห้าเปอร์เซ็นต์ จะเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคหันไปดื่มเบียร์ยี่ห้ออื่นแทน สถานะการณ์เช่นนี้เป็นเครื่องชี้ว่าการแข่งขันในตลาดเบียร์รุนแรงในระหว่างผู้ผลิตเบียร์ต่างยี่ห้อกัน ในกรณีเช่นนี้ถือว่าอยู่ในตลาดเดียวกัน (สุรภักษ์ บุนนาค และวันรักษ์ มิ่งมณีนาดิน, 2542, หน้า 45-49)

นอกจากนี้ ยังต้องพิจารณาถึงความสามารถและความพร้อมของหน่วยผลิตอื่นที่อยู่นอกตลาดในการที่จะเข้ามาผลิตสินค้าโดยการพิจารณาความสามารถในการใช้ทดแทนกันทางด้านอุปทานหรือความยืดหยุ่นไขว้ผลิตภัณฑ์ด้านอุปทาน ซึ่งเป็นการพิจารณาว่าในด้านอุปทานหน่วยผลิตที่ไม่ได้ผลิตสินค้าที่ถือว่าทดแทนกันได้ มีความสามารถและความยากลำบากในการปรับเปลี่ยน กระบวนการผลิตสินค้าของตน มาผลิตสินค้าที่ผู้ซื้อถือว่าใช้ทดแทนกันได้มากเพียงใด

## 2) ตลาดทางภูมิศาสตร์

การที่กำหนดขอบเขตของตลาดว่ามีความกว้างเพียงใด โดยเหตุผลที่ว่าผู้ผลิตสินค้าอย่างเดียวกัน แต่อยู่ต่างถิ่นกันอาจไม่สามารถแข่งขันได้อย่างแท้จริง ดังนั้นการกำหนดขอบเขตตลาดที่เกี่ยวข้องจะต้องกำหนดให้พอเหมาะ และอยู่ในขอบเขตที่อุปสงค์และอุปทานสามารถสนองซึ่งกันและกันได้เต็มที่ทั้งนี้ ขอบเขตของตลาดดังกล่าวอาจหมายถึงพื้นที่ทั้งประเทศหรือเฉพาะภาคใดภาคหนึ่งของประเทศ หรือจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเท่านั้น โดยปกติแล้วจะถือเอาขอบเขตของประเทศเป็นเกณฑ์

## 3) ตลาดพิจารณาจากเวลา

เป็นตลาดที่เกี่ยวข้องอาจต้องพิจารณาถึงเวลาด้วยเพราะตลาดอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา หากความต้องการในผลิตภัณฑ์ใดเปลี่ยนแปลงได้ง่ายตามเวลา อาจหมายถึงผลิตภัณฑ์นั้นไม่มีตลาดของตนเอง เป็นแต่เพียงส่วนหนึ่งของตลาดที่กว้างเท่านั้น

### 3.4 พฤติกรรมการใช้อำนาจของผู้มีอำนาจเหนือตลาด

การที่ตลาดมีผู้มีอำนาจเหนือตลาดเกิดขึ้นย่อมถือว่าเป็นผู้ผูกขาดในตลาดนั้น ซึ่งสามารถใช้อำนาจที่ตนมีอยู่ไปในทางมิชอบได้ ทั้งนี้อาจแบ่งการใช้อำนาจโดยมิชอบออกเป็น 2 ลักษณะ กล่าวคือ การใช้อำนาจแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบและการใช้อำนาจการขจัดคู่แข่งกัน ดังจะได้พิจารณาโดยลำดับ ดังนี้

1) การใช้อำนาจในการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ เป็นพฤติกรรมของผู้มีอำนาจเหนือตลาดซึ่งอาจใช้ลักษณะดังนี้

1.1) การกำหนดราคาสินค้าที่สูงเกินควร คือ การที่ผู้มีอำนาจเหนือตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดที่สูงและมีอำนาจในการกำหนดปริมาณสินค้าในตลาดได้กำหนดราคาสินค้าของตนให้มีราคาขายที่สูงขึ้นเกินสมควรได้ โดยการจำกัดปริมาณสินค้าให้น้อยลงอันจะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าดังกล่าวมาก และจำเป็นต้องซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น

1.2) การกำหนดราคาโดยเลือกปฏิบัติ คือ การกำหนดราคาสินค้าต่างกัน สำหรับผู้ซื้อสินค้าที่เป็นชนิด ประเภทคุณภาพเดียวกันและค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าเท่ากัน ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าในราคาที่แตกต่างกัน

1.3) การทำสัญญาผูกมัด คือการที่ผู้มีอำนาจเหนือตลาดบังคับให้ ลูกค้านของตนต้องยอมรับเงื่อนไขอื่น ซึ่งโดยลักษณะทางการค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับตัวสัญญาหลักระหว่างคู่สัญญา เช่น กำหนดว่า นอกเหนือจากการซื้อสินค้าแล้ว คู่สัญญาต้องซื้อสินค้าหรือบริการอื่น ๆ

นอกเหนือจากสินค้าที่ซื้อตามปกติอีกด้วย โดยสินค้าหรือบริการทั้งสองประเภทไม่มีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน

1.4) การค้าขายเฉพาะราย คือ การที่ผู้ผลิตตกลงที่จะส่งสินค้าให้แก่ผู้จัดจำหน่ายเฉพาะรายในดินแดนใดดินแดนหนึ่งเท่านั้น เพื่อมิให้มีการแบ่งปันกันระหว่างผู้ประกอบการ

2) การใช้อำนาจจัดคู่แข่งในตลาด

ผู้มีอำนาจเหนือตลาด ย่อมสามารถจัดผู้ประกอบการรายอื่นที่อยู่ในตลาดเดียวกัน ออกไปจากตลาด หรือขัดขวางมิให้ผู้ประกอบการรายอื่นที่อยู่นอกตลาดเข้ามาแข่งขันในตลาดเดียวกับตน ซึ่งอาจทำได้โดย

2.1) การปฏิเสธที่จะติดต่อทำธุรกิจกับคู่แข่ง

เป็นกรณีที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดใช้อำนาจตลาดที่ตนมีอยู่มากทำการปฏิเสธที่จะทำการจำหน่ายสินค้ากับผู้ประกอบการรายอื่นที่เป็นคู่แข่งกับตนหรือปฏิเสธที่จะไม่ติดต่อทำธุรกรรมทางการค้ากับผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดสินค้าและบริการ โดยตรงอย่างไม่เห็นเหตุอันควร

2.2) พฤติกรรมการตั้งราคาขายสินค้าของตนให้ต่ำที่สุดเพื่อที่จะผลักดันให้คู่แข่งของตนออกไปจากตลาดหรือป้องกันมิให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ และเมื่อผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งออกไปจากตลาด ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดดังกล่าวก็จะขึ้นราคาสินค้าและบริการ

โดยทั่วไปพฤติกรรมขายตัดราคามักจะมีลักษณะดังนี้

- (1) มีการเลือกตัดราคาสินค้าหรือบริการ
- (2) ระดับราคาที่กำหนดไม่ก่อให้เกิดกำไรหรือแทบไม่ก่อให้เกิดกำไร และ
- (3) การตัดราคานี้มักมีวัตถุประสงค์ให้กระทบกิจการของคู่แข่งรายอื่น

#### 4. ผลกระทบอันเกิดจากการใช้อำนาจตลาดของผู้มีอำนาจเหนือตลาด

ในกรณีที่ผู้มีอำนาจเหนือตลาดใช้อำนาจตลาดของตนโดยมิชอบด้วยกฎหมายย่อมก่อให้เกิดความเสียหายหลายประการกล่าวคือ (นราทิพย์ ชูดวงศ์, 2544, หน้า 27-28)

##### 4.1 สภาพตลาดของสินค้าและบริการที่มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าระบบเศรษฐกิจเสรีย่อมจะก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันในตลาดสินค้า

และบริการ อันจะนำไปสู่การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ แต่เมื่อใดก็ตามที่ผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด ใช้อำนาจดังกล่าวกำหนดราคาสินค้าและบริการ อันเป็นการทำลายการทำงานเองของกลไกราคาในที่สุดย่อมทำให้เกิดตลาดของสินค้าและบริการที่มีการผูกขาด

#### 4.2 ราคาสินค้าและบริการในตลาด

ในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างเสรี ราคาสินค้าและบริการย่อมเป็นไปตามกลไกราคากล่าวคือ หากความต้องการสินค้าของผู้บริโภค มีมากแต่สินค้าและบริการที่ผู้ผลิตทำการผลิตมีน้อยกว่าความต้องการย่อมทำให้ราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น และทำให้ผู้ผลิตผลิตสินค้าออกมาสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

แต่ถ้าความต้องการของผู้บริโภคมีน้อยกว่าปริมาณสินค้าในตลาด ย่อมทำให้ราคาสินค้าในตลาดถูกลง แต่ในตลาดสินค้าและบริการที่มีผู้มีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในปริมาณมากตลอดจนมีอำนาจตลาดที่จะกำหนดราคาสินค้าและบริการได้ตามความต้องการแล้ว ย่อมทำให้ราคาสินค้าและบริการไม่เป็นไปตามกลไกราคา และทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อน ในการที่ต้องซื้อสินค้าและบริการในราคาแพงขึ้น

#### 4.3 ผู้ประกอบการในตลาด

การที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาด ใช้อำนาจโดยมิชอบยอมทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งกัน ตลอดจนผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดสินค้าและบริการต้องหมดโอกาสที่จะประกอบกิจการในตลาด ส่งผลให้ธุรกิจการค้า อยู่ในอำนาจจัดการของผู้ประกอบการไม่กี่รายรวมทั้งก่อให้เกิดตลาดที่มีการผูกขาดในที่สุด

#### 4.4 ผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการ

ผู้มีอำนาจเหนือตลาดอาจใช้อำนาจที่ตนมีอยู่ต่อระบบการจำหน่ายสินค้าและบริการของผู้จัดจำหน่ายสินค้า โดยการกำหนดเงื่อนไขในการซื้อขายให้ผู้จัดจำหน่ายต้องปฏิบัติตาม เช่น การกำหนดให้ผู้จัดจำหน่ายจะต้องขายแต่สินค้าของผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดและไม่ให้รับเอาสินค้าของกลุ่มคู่แข่งทางเศรษฐกิจมาจำหน่ายเป็นต้น

#### 4.5 ผู้บริโภค

ในตลาดสินค้าและบริการที่มีผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด อาจใช้อำนาจดังกล่าว

โดยผิดกฎหมาย และส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ในราคาที่แพงขึ้น รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพด้วย

ดังจะเห็นได้จากกรณีดังต่อไปนี้

### 1. กรณีธุรกิจปูนซีเมนต์

อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ของประเทศไทยในระยะแรกเริ่มนั้น ผู้ผลิตต้องเผชิญกับหลักเกณฑ์ข้อจำกัดของรัฐในหลายประการ เช่น ต้องไม่ขอรับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้ ต้องดำเนินการในรูปแบบบริษัทจำกัด ต้องดำเนินการขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไปไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด และผู้ถือหุ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดต้องเป็นสัญชาติไทย เป็นต้น ทำให้การเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้ผลิตรายใหม่นั้นเป็นไปได้ยาก จึงมีผู้ผลิตทั้งหมดเพียง 3 ราย คือ บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวงไทย และบมจ. ชลประทานซีเมนต์ โดยที่ผู้ผลิตทั้ง 3 ราย มีการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ ทำให้มีอำนาจในการกำหนดราคาและอำนาจในการต่อรองกับรัฐบาล ช่วงต้นทศวรรษ 2530 ประเทศไทยได้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก รัฐจึงได้ปรับเปลี่ยนนโยบายเพื่อให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมได้และสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้อย่างเสรี เป็นผลทำให้มีผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดรวมทั้งสิ้น 5 ราย คือ บมจ. ทีพีไอ โพลีน บมจ. ปูนเอเชีย บจก. สระบุรีซีเมนต์ บจก. ไทยสถาปนา และบจก. สามัคคีซีเมนต์ การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์สูงขึ้น มีความพยายามระหว่างผู้ผลิตที่จะรวมตัวกันเพื่อขจัดผลกระทบระหว่างกันออกไปอย่างไรก็ตาม การละเมิดข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตก็เกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากแรงจูงใจในด้านกำไร

ในปัจจุบัน โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์มีแนวโน้มของการรวมตัวกันระหว่างผู้ผลิตในระดับที่พัฒนาขึ้นจากแต่เดิมที่เป็นเพียงแค่การตกลงร่วมกันระหว่างผู้ผลิตแต่ละรายเท่านั้น ในขณะที่กลุ่มโฮลซิม (Holcim) ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทในสวิสเซอร์แลนด์ และเป็นกลุ่มธุรกิจปูนซีเมนต์ที่มีการดำเนินกิจการอยู่กว่า 70 ประเทศทั่วโลกทั้งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ใน บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง นั้น ได้แสดงความประสงค์ที่จะเข้าซื้อหุ้นร้อยละ 77 ใน บมจ. ทีพีไอ โพลีน ซึ่งถ้าหากการซื้อหุ้นในครั้งนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ จะทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมลดลงเหลือเพียง 2 ราย คือ บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย ซึ่งครอบครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 40 และกลุ่มของ ปมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง และ บมจ. ทีพีไอ โพลีน ซึ่งครอบครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันที่ประมาณร้อยละ 40 เช่นเดียวกัน

ผลจากแนวโน้มการรวมตัวกันระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ทำให้การแข่งขัน

ทางด้านราคาซึ่งเคยรุนแรงมากในช่วงปลายปี 2544 นั้น ได้ยุติลง และราคาปูนซีเมนต์ที่อาจเป็นผลมาจากแนวโน้มการรวมกิจการของผู้ประกอบการ และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ก็ได้ประกาศราคาควบคุมจำหน่ายขายปลีก การประกาศควบคุมราคาดังนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นการสวนทางกับการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขัน ทั้ง ๆ ที่รัฐมีอำนาจบังคับใช้ พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 อยู่ในมือ ในระยะยาวแล้วรัฐบาลควรใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการแข่งขันในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากที่สุดเพื่อวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค

## 2. กรณีธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่

ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประเทศนั้น อยู่ภายใต้การควบคุมขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) หรือในปัจจุบันคือ บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ในลักษณะการให้สัมปทานประกอบกิจการแก่บริษัทเอกชน ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการภาคเอกชน 6 ราย คือ บมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส ให้บริการในระบบ NMT 900 และ GSM 900 บมจ. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น ให้บริการในระบบ AMPS 800 - Band B และ PCN 1800 บจก. ดิจิตอล โฟน ให้บริการในระบบ PCN 1800 บจก. ทีเออาร์เอ็นจี ให้บริการในระบบ PCN 1800 บจก. อีทีเอส ซีเอที ไร้เลส มัลติมีเดีย ให้บริการในระบบ CDMA และ บจก. ไทยโมบาย ให้บริการในระบบ GSM 1900

ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันได้มีการขยายตัวในระดับสูงเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 มาตั้งแต่ปี 2542 และมีการขยายตัวถึงร้อยละ 118 ในปี 2544 ณ ธันวาคม 2544 มีจำนวนผู้ใช้บริการทั้งสิ้น 7,985,859 ราย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ใช้บริการของ บมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิสและบมจ. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น เป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับหนึ่งที่ร้อยละ 60.3 และบมจ. โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น เป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่สองที่ร้อยละ 34.2

ในระยะแรกของอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีผู้ให้บริการน้อย ทำให้ผู้ใช้บริการต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในระดับสูงทั้งราคาของตัวเครื่อง และราคาของบริการ จนกระทั่งผู้ประกอบการเอกชนได้เข้าสู่อุตสาหกรรมนี้มากขึ้น นำมาซึ่งการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งได้แก่ การยกเลิกค่าจดทะเบียนแรกเข้าและค่าประกันเลขหมาย การยกเว้นค่าบริการรายเดือน การส่งเสริมการขายในเรื่องอัตราค่าบริการ การลดราคาเครื่องลูกข่าย และการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา ได้แก่ การให้บริการเสริมโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่าง ๆ การขยายสถานีสถานให้ครอบคลุมมากขึ้น การขยายฐานการให้บริการร่วมกันระหว่างบมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส และบจก. ดิจิตอล โฟนการโฆษณา และการพัฒนาทางเทคโนโลยี เป็นต้น แรงกดดัน

จากการแข่งขันทำให้ผู้ให้บริการปรับปรุงการให้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ลดลงอย่างมาก

การครอบครองส่วนแบ่งตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งมากของผู้ประกอบการบางอย่างนั้น นอกเหนือจากที่เป็นผลมาจากการดำเนินการทางด้านการตลาดแล้ว ยังมีเครือข่ายครอบคลุมและมีคุณภาพสัญญาณที่เหนือกว่าคู่แข่ง ความได้เปรียบจากการเป็นผู้ครอบครองเครือข่ายและส่วนแบ่งตลาดที่สูงนี้นำมาซึ่งมาตรการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การล็อกอีมี (IMEI) เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้บริการสามารถนำเครื่องลูกข่ายที่จัดหาเองมาใช้บริการในเครือข่ายได้ ทำให้ผู้ให้บริการสามารถจำหน่ายเครื่องลูกข่ายเองมาใช้บริการในเครือข่ายได้ ทำให้ผู้ให้บริการสามารถจำหน่ายเครื่องลูกข่ายเองได้ในราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง (พฤติกรรมในลักษณะนี้ได้ยกเลิกไปในช่วงกลางปี 2545 เมื่อการแข่งขันรุนแรงขึ้น) การล็อกซิมการ์ด (SIM Card) เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคนำเครื่องลูกข่ายของผู้ให้บริการที่จำหน่ายเครื่องไปใช้กับเครื่องลูกข่ายของผู้ประกอบการรายอื่น การกีดกันไม่ให้ผู้ใช้บริการรายอื่นใช้เครือข่ายของตนในการเชื่อมโยง ทำให้ผู้ให้บริการรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยากขึ้น การกีดกันไม่ให้ผู้ให้บริการรายใหม่สามารถส่งข้อความสั้นมายังผู้ใช้บริการในเครือข่ายของตน หรือการคิดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกันระหว่างการโทรในเครือข่ายเช่นเดียวกัน และโทรไปยังผู้ใช้บริการต่างเครือข่าย

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าการแข่งขันในธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่จะรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน แต่ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดที่สูงที่สุดนั้นก็ยังคงเก็บค่าบริการที่สูงกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ได้ และยังสามารถเพิ่มผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นถึงความมีอำนาจเหนือตลาด และเป็นสิ่งที่ควรมีการเฝ้าระวังมิให้ผู้ประกอบการรายนี้ใช้อำนาจเหนือตลาดไปในทิศทางที่เป็นอุปสรรคของการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้

ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดอยู่หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเครือข่ายที่ต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล และการขอรับจัดสรรคลื่นความถี่จากหน่วยงานกำกับดูแล (คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ - กทช.) ซึ่งอาจต้องใช้งบลงทุนสูงเช่นกันถ้ามีการประมูล ทั้งนี้โดยอาศัย พระราชบัญญัติประกอบธุรกิจโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 ซึ่งกำหนดให้ธุรกิจโทรคมนาคม อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ด้วยเช่นกัน

ภาวะตลาดในธุรกิจต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงในข้างต้น ล้วนแล้วแต่เป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ โดยมีระดับความเข้มข้นของการแข่งขันแตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม

ตาม จะเห็นได้ว่าในทุกอุตสาหกรรมมีลักษณะการดำเนินการของธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน โดยในอุตสาหกรรมที่นำมาเป็นตัวอย่างนั้น ผู้ประกอบการแรกเริ่มจะได้รับสัมปทานจากภาครัฐ และใช้ความได้เปรียบจากการปกป้องของรัฐในการสร้างตลาด หรือไม่ก็เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีสูงเกินกว่าที่จะมีผู้เข้าสู่อุตสาหกรรมนั้นได้โดยง่าย ผู้ประกอบการในลักษณะนี้ได้ดำเนินกิจการจนกระทั่งกลายเป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ

เมื่อทิศทางการดำเนินนโยบายของรัฐเปลี่ยนไปในทางส่งเสริม ให้เกิดการแข่งขันทางการค้าเพื่อรองรับกระแสการค้าเสรี ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจมากขึ้น นำไปสู่การแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมเกิดการแข่งขันทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา ทำให้สินค้ามีราคาถูกลง และมีคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้น และผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากขึ้นจากการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ผลจากการเป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการบางราย หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดนั้น มักจะใช้อำนาจเหนือตลาดที่มีอยู่ไปในทางกีดกันคู่แข่ง หรือดำเนินการค้าในลักษณะที่ไม่เป็นธรรม จนส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมแทบทั้งหมดตั้งแต่ ผู้ประกอบการคู่แข่ง ผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ ผู้ค้าส่ง ตัวแทนจำหน่าย หรือแม้กระทั่งผู้บริโภค (ในกรณีที่ต้องบริโภคสินค้าราคาแพง ซึ่งเป็นผลจากอำนาจผูกขาดหรือการรวมตัวระหว่างผู้ประกอบการเพื่อขึ้นราคาสินค้า)

## 5. แนวความคิดของการป้องกันการผูกขาด

บรรดาประเทศที่ยึดถือระบบการค้าแบบเสรีนั้น ผู้ประกอบการย่อมมีความเป็นอิสระในการประกอบการค้า ทั้งที่เป็นไปตามแนวความคิดปรัชญาเสรีนิยมที่เชื่อว่า กฎธรรมชาติจะเป็นตัวกำหนดให้เศรษฐกิจดำเนินไปเองโดยอัตโนมัติ การแทรกแซงของรัฐจะไม่มีผลไปเปลี่ยนแปลงกฎธรรมชาตินี้ กฎธรรมชาติต้องการให้บุคคลมีเสรีภาพสมบูรณ์ในการซื้อขาย และแลกเปลี่ยน ไม่ต้องการให้รัฐแทรกแซง

อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงผู้ประกอบการมักจะดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบตลาดสินค้าซึ่งมีผู้ผลิตหรือผู้ขายน้อยราย หรือ เป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ซึ่งผู้ประกอบการมักจะใช้อำนาจตลาดในทางที่มิชอบ กล่าวคือ ผู้ประกอบการเดิมมักจะใช้วิธีการเพื่อกีดกันการเข้ามาสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ หรืออาจเป็นกรณีที่ผู้ประกอบการนั้นร่วมมือกับผู้ประกอบการรายอื่นซึ่งอยู่คนละระดับของขั้นตอนการผลิต เพื่อปรับราคาหรือ

อปริมาณการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์ที่รักษาระดับกำไร ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวถือว่าเป็นอันตรายต่อการแข่งขันทางการค้าโดยเสรี

ดังนั้น เมื่อปรากฏว่าตลาดอยู่ในสภาพไม่ปกติหรือมีการจำกัดการแข่งขันทางการค้าเกิดขึ้น รัฐในฐานะผู้พิทักษ์ประโยชน์สาธารณะจึงต้องเข้ามาับภาระหน้าที่ในการสร้างความปกติของตลาดโดยการต่อสู้กับการผูกขาดหรือการจำกัดการแข่งขันทางการค้า รัฐจะใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยเฉพาะกฎหมายป้องกันการผูกขาด กฎหมายป้องกันการค้ากำไรเกินควร หรือกฎหมายป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมทางเศรษฐกิจ หรือกฎหมายป้องกันการทุ่มตลาด กฎหมายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาสถาบันการแข่งขันให้ดำรงอยู่และรักษาความเป็นปกติตลาด นอกจากนี้ ยังเป็นกฎหมายที่มีบทบาทสำคัญต่อการรักษาความเป็นทุนนิยมไว้โดยตรง โดยพยายามให้บุคคลต่าง ๆ ที่เข้าร่วมในตลาดได้มีการแข่งขันกันอย่างเสรี ไม่มีการเอาัดเอาเปรียบ แม้ว่าการแข่งขันกันในตลาดจะมีความเข้มข้นรุนแรงเพียงใด รัฐจะไม่ปล่อยให้มีการเอาชนะกันโดยเด็ดขาด รัฐต้องรักษาสถาบันการแข่งขันหรือตลาดให้ดำรงคงอยู่ไว้

## 6. โครงสร้างพื้นฐานของกฎหมายป้องกันการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า

### 6.1 การป้องกันการผูกขาด

กฎหมายป้องกันการผูกขาด เป็นส่วนผสมของหลักกฎหมายกับหลักเหตุผลในทางเศรษฐศาสตร์และสังคมวิทยาการเมืองของรัฐบาล โดยมีเป้าหมายเบื้องต้นในการแทรกแซงธุรกิจ ทั้งนี้ โดยใช้กฎหมายป้องกันการผูกขาดเป็นเครื่องมือในการขัดขวางการรวมตัวทางธุรกิจ ที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้ามิให้เป็นมลภาวะต่อสภาพแวดล้อมของตลาดเสรี

ในการจำกัดการแข่งขันทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาในศตวรรษที่ 19 มีลักษณะเป็นการรวมธุรกิจใหญ่ ๆ เข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดบริษัทผูกขาดขึ้น เช่นเดียวกับที่เกิดในประเทศยุโรป จะมีการรวมกลุ่มผู้ค้าเพื่อจำกัดการแข่งขันทางการค้าในรูปของคาร์เทล (Cartel) แต่อย่างไรก็ตาม การผูกขาดไม่ว่าในรูปใดก็ตาม โดยพื้นฐานแล้วมีลักษณะเหมือนกัน กล่าวคือ เป็นองค์กรทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการที่บริษัทธุรกิจที่ทำการค้าแข่งขันกัน ทำความตกลง เพื่อปกป้องสถานะทางเศรษฐกิจของตน โดยร่วมกันรักษาราคาสินค้าและรักษาปัจจัยแวดล้อมในการแข่งขันอื่น ๆ แม้ว่าจะมีการปฏิบัติอันเป็นการจำกัดทางการค้าในรูปแบบที่หลากหลายก็ตาม แต่ก็สามารถจำแนกรูปแบบทั่วไปของการจำกัดการแข่งขันทางการค้าออกเป็น 3 ประเภท กล่าวคือ (สรวิศ ลิมปรั้งยี, 2543, หน้า 5-6)

### 1. การตกลงในแนวราบ

เป็นการตกลงร่วมกันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในระดับเศรษฐกิจเดียวกัน เพื่อควบคุมลักษณะประการใดประการหนึ่งของกิจการของพวกเขา เช่น กำหนดราคา กำหนดแบ่งท้องที่หรือบอยคอตต์คู่แข่งรายอื่น ๆ ข้อตกลงเหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะพบในหมู่ผู้จำหน่ายสินค้าที่อยู่ในสถานะเดียวกัน

### 2. การตกลงในแนวดิ่ง

เป็นการจำกัดโดยผู้ขายหรือผู้ผลิตที่กำหนดข้อจำกัดต่าง ๆ ต่อตัวผู้ซื้อ ทั้งนี้ การตกลงในแนวดิ่ง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรกเป็นข้อตกลงที่จำกัดในด้านการจำหน่ายสินค้า เช่น การกำหนดราคาขายปลีก โดยวิธีนี้ผู้ผลิตสินค้าจะกำหนดราคาขายขั้นต่ำให้แก่ผู้รับสินค้าไปขายต่อ ประเภทที่สองคือ ข้อตกลงที่กีดกันบริษัทคู่แข่งให้ออกจากตลาด เช่น กำหนดข้อผูกพันที่บริษัทผู้ผลิตสินค้ากำหนดเงื่อนไขแก่ผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าชนิดหนึ่งของบริษัท จะต้องซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งด้วย

### 3. การควบบริษัท

เป็นการรวมหน่วยธุรกิจตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไปเข้าด้วยกันเป็นหน่วยเดียว ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายตัวของอำนาจในตลาดที่ไม่พึงประสงค์มากขึ้น การควบบริษัทอาจกระทำในแนวราบเป็นการรวมบริษัทคู่แข่ง หรือกระทำในแนวดิ่ง เช่น การรวมบริษัทที่เป็นลูกค้าหรือเป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้

## 6.2 สาละสำคัญของกฎหมายป้องกันการผูกขาด

เนื่องจากระบบการค้าเสรี ยึดถือหลักการทำงานของกลไกราคา โดยอาศัยการปฏิสัมพันธ์อย่างเสรีระหว่างอุปทาน กับ อุปสงค์ ของผู้ซื้อกับผู้ขาย แต่ระบบการค้าเสรีก็มีอันต้องเสื่อมถอยลง เนื่องจากการที่บริษัทธุรกิจต่าง ๆ ได้ทำความตกลงร่วมกันในการจำกัดการแข่งขัน ทำให้รัฐต้องบัญญัติกฎหมายเพื่อห้ามพฤติกรรมดังกล่าว และแม้ว่ารูปแบบของกฎหมายป้องกันการผูกขาดจะแตกต่างกันในแต่ละประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม หลักการพื้นฐานในการบัญญัติกฎหมายป้องกันการผูกขาดมีรูปแบบเหมือนกัน กล่าวคือ

1. รูปแบบของบทบัญญัติกฎหมายมีลักษณะเป็นการห้ามหรือควบคุม
2. มีการลงโทษผู้ฝ่าฝืน

โดยจะได้กล่าวโดยลำดับดังนี้ (Areeda, 1981, p.112)

- 1) รูปแบบของกฎหมายป้องกันการผูกขาด

จากการศึกษากฎหมายป้องกันการผูกขาดของสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่น พบว่าแต่ละประเทศได้กำหนดหลักการในการควบคุมพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขัน แยกออกเป็น 2 ประการด้วยกัน กล่าวคือ

#### 1.1) หลักข้อห้ามหรือหลักควบคุมโครงสร้าง

ตามหลักการนี้ การปฏิบัติอันเป็นการจำกัดทางการค้าและการได้มาซึ่งอำนาจผูกขาด หรือการมีฐานะเหนือผู้อื่นจะถูกห้ามโดยเด็ดขาดซึ่งหลักการนี้จะพบได้ใน เทอ เซอแมน แอคท์ ค.ศ. 1890 ซึ่งเป็นกฎหมายป้องกันการผูกขาดของสหรัฐอเมริกา

#### 1.2) หลักการควบคุมพฤติกรรมที่มีขอบ

เป็นหลักการซึ่งมีใช้ในประเทศแถบยุโรปนี้ เช่น อังกฤษ ตามหลักการนี้อาจอนุญาตให้มีการปฏิบัติอันเป็นการจำกัดทางการค้า หรือการมีฐานะเหนือผู้อื่นได้ในระดับหนึ่ง แต่จะต้องมีการออกระเบียบควบคุมอย่างเพียงพอ เพื่อป้องกันการใช้อำนาจจากการปฏิบัติอันเป็นการจำกัดทางการค้า หรือการมีฐานะเหนือผู้อื่น โดยมีขอบ (Fugate, 1990, p. 775)

### 2) บทลงโทษ

ลักษณะสำคัญประการที่สองของการออกกฎหมายป้องกันการผูกขาด คือรูปแบบการบังคับใช้ และประเภทของการลงโทษ ผู้กระทำผิด บทบัญญัติการป้องกันการผูกขาดบางประเภทมีโทษทางแพ่งเท่านั้น ขณะที่บทบัญญัติบางประเภทมีทั้งโทษทางแพ่งและอาญา นอกจากนี้ บทลงโทษบางชนิดจะนำมาใช้เฉพาะกับหน่วยธุรกิจเท่านั้น ขณะที่บางชนิดจะใช้ลงโทษพนักงานของบริษัทธุรกิจนั้น ๆ ด้วย ยกตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกาและเยอรมัน มีบทลงโทษทางแพ่งและอาญาสำหรับบริษัท และ / หรือ พนักงานที่กระทำผิดกฎหมายป้องกันการผูกขาด ขณะที่ประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรปมีเพียงโทษทางแพ่งสำหรับลงโทษบริษัทเท่านั้น

กฎหมายป้องกันการผูกขาดของประเทศต่าง ๆ ส่วนมากจะกำหนดการบังคับใช้กฎหมายโดยหน่วยงานบริหาร และพิจารณาโดยศาล ยกตัวอย่างเช่น คณะกรรมการการค้าสหพันธ์จะมีอำนาจบังคับใช้กฎหมายป้องกันการผูกขาดในเบื้องต้น และอุทธรณ์ต่อศาลอุทธรณ์ ส่วนวิธีการบังคับใช้กฎหมายของประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ประกอบด้วยอำนาจเบื้องต้นอยู่ที่องค์กรบริหาร และพิจารณาพิพากษาโดยศาลอุทธรณ์

