

บทที่ 4

วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายในการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542

ในบทที่ 2 และ 3 ได้ศึกษาหลักการพื้นฐานของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 รวมไปถึงมาตรการในการป้องกันการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันของกฎหมายต่างประเทศ สำหรับในบทนี้จะศึกษาวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายตามกฎหมายดังกล่าวเพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขกฎหมายต่อไปในบทที่ 5

1. ความไม่ชัดเจนของการกำหนดพฤติกรรมผู้มีอำนาจเหนือตลาดใช้อำนาจตลาดโดยมิชอบด้วยกฎหมาย

จากการศึกษากฎหมายจำกัดการแข่งขันทางการค้าของต่างประเทศในบทที่ 3 อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประชาคมยุโรปรวมทั้งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ของไทย จะเห็นได้ว่า ลักษณะของการควบคุมการใช้อำนาจตลาดโดยมิชอบของผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 การควบคุมการใช้อำนาจตลาดโดยมิชอบอย่างกว้าง

กล่าวคือ เป็นกรณีที่กฎหมายมิได้บัญญัติว่า การกระทำความใดเรื่องหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจงถึงพฤติกรรมที่ไม่สมควรกระทำที่เป็นการแสวงหาประโยชน์ในทางการค้าโดยมิชอบ และก่อให้เกิดอุปสรรคในการประกอบกิจการของผู้ประกอบการรายอื่น ทั้งนี้ ในการบัญญัติกฎหมายในลักษณะเช่นนี้ ย่อมส่งผลในการบังคับใช้กฎหมายกับพฤติกรรมของการใช้อำนาจตลาดของผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดได้อย่างกว้างขวาง และมีได้จำกัดเฉพาะพฤติกรรมที่กฎหมายบัญญัติห้ามไว้เท่านั้น นอกจากนี้ ยังส่งผลมีในการควบคุมพฤติกรรมอื่น ๆ โดยมิชอบด้วยกฎหมายอีกด้วย เนื่องจากพฤติกรรมอันเป็นการใช้อำนาจตลาดโดยมิชอบของผู้ประกอบการอาจมี

การพัฒนารูปแบบไปเป็นรูปแบบอื่น ๆ ที่หลีกเลี่ยงกฎหมาย ซึ่งหากกำหนดไว้เป็นการเฉพาะแล้ว ในอนาคตกฎหมายอาจอยู่ในสภาพที่ไม่อาจบังคับใช้ได้กับกรณีที่เกิดขึ้นได้ และจะต้องแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในที่สุด

ประเทศที่มีกฎหมายป้องกันการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้า ซึ่งมีลักษณะของ บทบัญญัติกฎหมายในลักษณะดังกล่าว ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น

1.2 การควบคุมการใช้อำนาจตลาดโดยมิชอบอย่างแคบ

กล่าวคือ เป็นกรณีที่กฎหมายได้บัญญัติว่ากรณีใดบ้าง ที่ห้ามมิให้ผู้ประกอบการที่มี อำนาจเหนือตลาด ใช้อำนาจตลาดโดยมิชอบ เป็นความผิดต่อกฎหมาย

ดังจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยและประชาคมยุโรป ต่างได้บัญญัติกฎหมายที่มีลักษณะ ดังกล่าว ซึ่งอาจจะขาดความยืดหยุ่นในการบังคับใช้กฎหมายดังที่กล่าวมาแล้ว แต่มีข้อดี ในแง่ที่ทำให้ ผู้ประกอบการได้ทราบอย่างชัดเจนว่า พฤติกรรมใดที่กฎหมายห้ามมิให้กระทำ

ทั้งนี้ สามารถสรุปเปรียบเทียบบทบัญญัติของกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการใช้ อำนาจเหนือตลาดดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตาราง ที่ 1 เปรียบเทียบบทบัญญัติของกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการใช้ อำนาจเหนือตลาด

ประเทศสหรัฐอเมริกา	ประชาคมยุโรป	ไทย
<p>บัญญัติไว้กว้าง ๆ ว่า มาตรา 1 “สัญญาหรือการรวมตัวใด ๆ ที่กระทำในรูปของ ทรัสต์หรือรูปแบบอื่น หรือการสมรู้ร่วมคิดกันในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าหรือการพาณิชย์ในระหว่างมลรัฐหรือต่างประเทศ ถือว่าขัดต่อกฎหมาย”</p> <p>มาตรา 2 “บุคคลใดที่จะทำการผูกขาดหรือพยายามที่จะทำการ</p>	<p>มาตรา 82 ได้บัญญัติถึงการกระทำของผู้มีอำนาจเหนือตลาดที่กฎหมายถือว่ามิชอบ ด้วยกฎหมายเป็นการกำหนดนโยบายโดยเฉพาะเจาะจงคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การตั้งราคาโดยตรงและอ้อมเพื่อการซื้อและขายที่ไม่เป็นธรรม 2. การจำกัดการผลิตตลาด หรือการพัฒนาเทคนิคการผลิต 	<p>ตามมาตรา 25 มีการกำหนดพฤติกรรมที่มิชอบของผู้มีอำนาจเหนือตลาด คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กำหนดหรือรักษาระดับราคาซื้อหรือขายสินค้าหรือค่าบริการอย่างไม่เป็นธรรม 2. กำหนดเงื่อนไขในลักษณะเป็นการบังคับทางตรงหรือโดยทางอ้อมอย่างไม่เป็นธรรมให้ผู้ประกอบธุรกิจอื่น ซึ่งเป็น

ตารางที่ 1 (ต่อ)

<p>ผูกขาดหรือรวมตัวกันหรือ สมรู้ร่วมคิดกันกับบุคคลอื่น ๆ ไม่ว่าจะคนเดียวหรือหลายคน ในการกระทำผูกขาดไม่ว่าส่วน ใด ๆ ของการค้าหรือการ พาณิชย์ระหว่างมลรัฐต่าง ๆ หรือกับต่างประเทศถือว่า มีความผิด...”</p>	<p>ที่ก่อความเสียหายแก่ผู้บริโภค 3. การใช้เงื่อนไขที่ไม่ เหมือนกันเพื่อทำการค้าขายกับ ฝ่ายอื่นที่อยู่ในฐานะเหมือนกัน และทำให้ฝ่ายอื่นเสียเปรียบใน การแข่งขัน 4. จัดทำข้อผูกมัดหรือพันธะ เพิ่มเติมที่ไม่เกี่ยวข้องกับ เนื้อหาของสัญญา ตามปกติ</p>	<p>ลูกค้าของตนต้องจำกัดการ บริการการผลิต การซื้อ หรือ การจำหน่ายสินค้าหรือต้อง จำกัดโอกาสในการเลือกซื้อ หรือขายสินค้า การได้รับหรือ ให้บริการหรือในการจัดหา สินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจอื่น 3. ระบุ ลด หรือจำกัดการ บริการการผลิต การซื้อ การ จำหน่าย การส่งมอบ การนำเข้า มาในราชอาณาจักรโดยไม่มี เหตุอันสมควรทำลายหรือทำ ให้เสียหายซึ่งสินค้าเพื่อลด ปริมาณให้ต่ำกว่าความต้องการ ของตลาด 4. แทรกแซงการประกอบ ธุรกิจของผู้อื่นโดยไม่มีเหตุอัน สมควร</p>
---	--	--

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากการกำหนดพฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาด
ผู้ประกอบการแล้ว จะเห็นได้ว่าตามพระราชบัญญัติการแข่งขันการค้า พ.ศ. 2542 ยังได้กำหนด
หลักเกณฑ์ว่าบุคคลใด จะเป็นผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีอำนาจตลาดอีกด้วย ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวของ
คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า จะต้องกำหนดโดยจะต้องมีมติกำหนดหลักเกณฑ์ผู้มีอำนาจ
เหนือตลาด ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี และประกาศในราชกิจจานุเบกษา

เนื่องจากที่ผ่านมากฎหมายแข่งขันทางการค้ายังไม่สามารถบังคับใช้ได้ทางปฏิบัติ เนื่องจากยังมีได้มีการอนุมัติคำนิยามของคำว่า “ผู้มีอำนาจเหนือตลาด” ตามมาตรา 25 ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 จึงไม่มีการพิจารณาของคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าว่าธุรกิจใดบ้างที่ถูกร้องเรียนเป็นธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดตามเกณฑ์และที่มีพฤติกรรมที่เป็นการผูกขาด หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยในอดีตที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการแข่งขันในธุรกิจของผู้ประกอบการในบางสาขาอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ พบว่ามีธุรกิจที่เข้าข่ายการมีอำนาจเหนือตลาดที่มีพฤติกรรมที่อาจเป็นการจำกัดหรือกีดกันการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการบังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของกลุ่มแข่งการบังคับขายสินค้าฟุ้ง การกำหนดราคาร่วมกัน หรือการทุ่มตลาดเพื่อทำลายคู่แข่งตามที่ปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมทางการแข่งขันของบริษัทเอกชนที่เข้าข่ายมีอำนาจเหนือตลาด

ชื่อบริษัท	สินค้า	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2544 (%)	พฤติกรรมที่อาจแสดงถึงการค้าที่ไม่เป็นธรรมในอดีต/ปัจจุบัน
1. บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	ปูนซีเมนต์ตราเสือ ตราช้าง ตราเอราวัณ และตราช้างฟ้า	41.0	- บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของกลุ่มแข่ง - ผู้นำในการขึ้นราคา โดยผู้ผลิตรายอื่นจะขึ้นราคาตามภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์
2. บริษัท กระเบื้องหลังคาซีแพค จำกัด (บริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทย)	กระเบื้องคอนกรีตมุงหลังคาซีแพค	50	- บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของกลุ่มแข่ง
3. บริษัท กรุงเทพผลึกเหล็ก (มหาชน) จำกัด	แผ่นเหล็กเคลือบสังกะสี	33	- จำกัดจำนวนตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่ง และ/หรือผู้ค้าปลีก
4. บริษัท กระจกไทย อาซาฮี จำกัด	กระจกอาซาฮี		- บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของกลุ่มแข่ง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ชื่อบริษัท	สินค้า	ส่วนแบ่ง ตลาด ปี 2544 (%)	พฤติกรรมที่อาจแสดงถึงการค้าที่ไม่ เป็นธรรมในอดีต/ปัจจุบัน
5. บริษัท บางกอก โฟล ทกลาส			- จำกัดจำนวนตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้า ส่ง และ/หรือผู้ค้าปลีก
6. บริษัท กระจกสยาม การ์เดียน จำกัด	กระจก	42.42	- บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของ คู่แข่ง
7. บริษัท ไทยซอนต้า แมนูแฟกเจอร์ จำกัด	รถจักรยานยนต์ ซอนต้า	75	- บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของ คู่แข่ง - การจำกัดการเข้าถึงปัจจัยในการ ผลิต (ชิ้นส่วนจักรยานยนต์)
8. บริษัท ไทย บริดจสโตน จำกัด	ยางบริดจ สโตน และไฟร์ สโตน	45	- บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของ คู่แข่ง
9. บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด	เบียร์ช้าง	63.98	- มีการบังคับตัวแทนจำหน่าย สินค้าฟาง (กรณีเหล่า ฟางเบียร์) - กำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำ - บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของ คู่แข่ง
10. บริษัท สุรามหา ราษฎร์ จำกัด (กลุ่มแสง โสม)	สุราพิเศษ 40 ดีกรี เช่น แม่ โจง แสงทิพย์ หงส์ทอง	30.07	- มีการบังคับตัวแทนจำหน่าย สินค้าฟาง
11. บริษัท สุราทิพย์ จำกัด (กลุ่มแสงโสม)	สุราขาว 28 30 35 และ 40 ดีกรี สุราผสมพิเศษ	46.95	- กำหนดราคาสุราสูงเกินควรเพื่อ ชดเชยการขาดทุนในกิจการเบียร์ - บังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของ

	ทุกชนิด เช่น		คู่แข่ง
--	--------------	--	---------

ตาราง 2 (ต่อ)

ชื่อบริษัท	สินค้า	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2544 (%)	พฤติกรรมที่อาจแสดงถึงการค้าที่ไม่เป็นธรรมในอดีต/ปัจจุบัน
	หงส์ทิพย์ หงส์ชัย		-กำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำ
12. บริษัท ควอลิตี้ คอฟฟี่โปรดักส์ จำกัด	กาแฟสำเร็จรูป	88	- จำกัดจำนวนตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่ง และ/ หรือผู้ค้าปลีก
13. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)	โทรศัพท์มือถือ บ. เอ ไอเอส	52.54	-ในอดีต ได้ร่วมกับบริษัทอื่น กำหนดราคาบริการรายเดือน 500 บาท เท่ากับทุกบริษัท -มีพฤติกรรมเสมือนการขายสินค้า ฟังคือ บริษัทเป็นผู้ได้รับสัมปทาน การให้บริการ พยายามจำกัดช่องทางการซื้อเครื่องลูกข่ายของผู้บริโภคโดยกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้ผู้บริโภคซื้อเครื่องลูกข่ายของตน
14. บริษัท โทเทิล แอ็คเซส คอมมูนิเคชั่น จำกัด	โทรศัพท์มือถือ บ. ทีเอซี	40.66	- ในอดีต ได้ร่วมกับบริษัทอื่น กำหนดราคาบริการรายเดือน 500 บาทเท่ากันทุกบริษัท
15. บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	พันธุ์ไก่ไข่ อาหารสัตว์	40.59 (ข้อมูลปี 2548)	- มีพฤติกรรมเสมือนการขายฟาง คือ บริษัทเป็นผู้ผลิตและผู้นำเข้าพันธุ์ไก่ไข่รายใหญ่ในตลาดที่สามารถกำหนดเงื่อนไขการขายพันธุ์ไก่ไข่ฟาง

			อาหารสัตว์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่
--	--	--	-------------------------------------

ตาราง 2 (ต่อ)

ชื่อบริษัท	สินค้า	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2544 (%)	พฤติกรรมที่อาจแสดงถึงการค้าที่ไม่เป็นธรรมในอดีต/ปัจจุบัน
			อาหารสัตว์ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไข่แบบอิสระ
16. บริษัท ยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	เคเบิลทีวี ยูบีซี	100.0 (ข้อมูล ปี 2543)	- ลดทางเลือกของผู้บริโภค (สมาชิก) โดยมีจำนวนแพ็คเกจลดลงและคิดค่าบริการในราคาที่สูงขึ้น

ในอดีตกรรมการค้าภายในเคยมีข้อมูลกรณีการร้องเรียนพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรมและบันทึกการประชุมของคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าทุกครั้ง ซึ่งมีข้อมูลผลการวินิจฉัยกรณีการแข่งขันทางการค้าไว้ในเว็บไซต์ของกรมฯ แต่ต่อมาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 กลับมีการถอดข้อมูลดังกล่าวออกไปทำให้ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่ามีกรณีร้องเรียนสินค้าใดบ้างและผลการวินิจฉัยเป็นอย่างไร

อย่างไรก็ดี จากข้อมูลกรณีร้องเรียน เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547 และจากการรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพฤติกรรมผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันในตลาดที่ปรากฏอยู่ในข่าวหนังสือพิมพ์ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา สามารถสรุปรายชื่อบริษัทที่อาจมีพฤติกรรมที่ผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้าได้ตามที่ปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กรณีร้องเรียนพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรม (ข้อมูล ณ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547)

บริษัทที่ถูกร้องเรียน	สินค้า / บริการ	พฤติกรรมที่ถูกร้องเรียน	คำตัดสิน
1. บริษัท เมเจอร์ ซีเนี	โรง	กำหนดราคา	การเพิ่มราคาบัตรเข้าชมภาพยนตร์

เพลกซ์ จำกัด(มหาชน)	ภาพยนตร์	ขายสูงเกิน ควร	เกิดขึ้นเฉพาะภาพยนตร์เรื่องยาวเกินกว่า เวลาปกติ เช่น ประมาณ 3 ชั่วโมง เพราะ
---------------------	----------	-------------------	--

ตารางที่ 3 (ต่อ)

บริษัทที่ถูกร้องเรียน	สินค้า / บริการ	พฤติกรรมที่ ถูกร้องเรียน	คำตัดสิน
2. บริษัท เอ็นเตอร์เทน โกลเด้น วิลเลจ จำกัด (EGV) 3. บริษัท เอสเอฟ เนมา ซิติ จำกัด			ทำให้โรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์ได้ จำนวนรอบน้อยลงต่อหนึ่งวัน จึงมี เหตุผลสมควรที่สามารถเพิ่มค่าบริการ ได้
4. บริษัท ดีไลท์ จำกัด (ล้มละลาย) 5.บริษัท ศรีตรังแอโกร อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) 6. บริษัท เซาท์แลนด์รับ เบอร์ จำกัด	ยางพารา	กำหนดราคา ซื้อร่วมกัน ของผู้รับซื้อ ยางพารา	ไม่พบพฤติกรรมเข้าข่ายความผิด
7.บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ไทย) จำกัด	หลอดดูด พลาสติก	กำหนดราคา ขายต่ำเกิน ควร	ไม่มีข้อมูล
8.บริษัท ซีทาว์ (ประเทศไทย) จำกัด	วิดีโอเทป ภาพยนตร์	ปฏิเสธที่จะ ขายสินค้า ให้	สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า ขอให้ยื่นรายละเอียดและหลักฐาน เพิ่มเติม แต่ผู้ร้องเรียนมิได้ดำเนินการ ใดๆ เรื่องร้องเรียนจึงยุติไป
9.บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)	ไข่	ขายสินค้า ราคาหุ้ม ตลาด	ไม่พบพฤติกรรมเข้าข่ายความผิด เพราะ ช่วงเวลาที่มีการร้องเรียนนั้นมีปริมาณ ไข่ไก่ล้นตลาด จึงทำให้ราคาไข่ไก่ต่ำ

			กว่าราคาที่ผู้ประกอบการเคยขายได้ในอดีต
--	--	--	--

ตารางที่ 3 (ต่อ)

บริษัทที่ถูกร้องเรียน	สินค้า / บริการ	พฤติกรรมที่ถูกร้องเรียน	คำตัดสิน
10.บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) (ผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดตราช้าง)	เหล้าก๊อบน้ำดื่มบรรจุขวด	ขายพ่วง	ผลการสืบสวนพบว่ามิมีพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันจริงแต่ยังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายเนื่องจากขาดเกณฑ์อำนาจเหนือตลาด
11.บริษัท โรงงานอุตสาหกรรมกระดาษบางปะอิน จำกัด	กระดาษพิมพ์และเขียน	การจำกัดการแข่งขันโดยกติกากิจการของภาครัฐ	มติ ครม. พ.ศ. 2530 กำหนดให้หน่วยราชการทุกแห่งต้องจัดซื้อกระดาษจากบริษัทเดียวเท่านั้น โดยปัจจุบันยังคงปฏิบัติตามมติ ค.ร.ม. เดิม แต่ให้กระทรวงการคลังปรับราคากลางของกระดาษให้เหมาะสมกับภาวะตลาดปัจจุบัน
12.บริษัท ปู๋ยแห่งชาติ เปลี่ยนชื่อ บริษัท ปู๋ย เอ็นเอฟซี จำกัด (มหาชน)	ปู๋ย	ขายราคาทุ่ในตลาด	บริษัท ปู๋ยแห่งชาติขายราคาต่ำกว่าราคาในตลาดเนื่องจากเป็นโครงการร่วมมือระหว่างบริษัทกับ รทส. ที่จัดขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้ได้ปู๋ยเคมีในราคาพิเศษ
13. บริษัท เจริญโภคภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ จำกัด 14. บริษัท มอนซานโต้ เมล็ดพันธุ์ (ไทยแลนด์) จำกัด	เมล็ดข้าวโพด (สำหรับผสมอาหารสัตว์)	การกำหนดราคาสูงเกินควร	จากการสืบสวนไม่พบพฤติกรรมที่กำหนดราคาสูงเกินควร เนื่องจากผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดรายใหญ่ กำหนดราคาไม่แตกต่างจากผู้ผลิตรายย่อยเท่าใดนัก อีกทั้งผู้ซื้อยังมีทางเลือกในการซื้อเมล็ด

			พันธุ์จากผู้ผลิตรายย่อยได้อีก
--	--	--	-------------------------------

ตารางที่ 3 (ต่อ)

บริษัทที่ถูกร้องเรียน	สินค้า / บริการ	พฤติกรรมที่ถูกร้องเรียน	คำตัดสิน
15.บริษัท เขียวกระดาษสยาม จำกัด	กระดาษ	การรวมธุรกิจ	กฎหมายยังไม่สามารถบังคับใช้ได้ เพราะยังไม่มีเกณฑ์ส่วนแบ่งตลาดที่ต้องขออนุญาตการรวมธุรกิจ
16.บริษัทเอกชัยดีสทรีบิวชันซิสเทมจำกัด เทสโก้โลตัส 17.บริษัทบีทีซีซูเปอร์เซ็นเตอร์จำกัดมหาชน 18.บริษัทเซ็นคาร์ จำกัดคาร์ฟูร์ 19.บริษัทสยามแม็คโครจำกัดมหาชน	ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	การค้าที่ไม่เป็นธรรม กำหนดส่วนลดและค่าธรรมเนียมที่ไม่เป็นธรรม	เรื่องร้องเรียนที่รอเสนอคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า เรื่องร้องเรียนที่รอเสนอคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า
20.บริษัท สหวิริยา สตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)	เหล็กกรีดร้อน	กำหนดราคาสูงเกินควร	เรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างดำเนินการ
21. บริษัท สยาม อุตสาหกรรมยิปซัม (สระบุรี) จำกัด 22. บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน)	แผ่นกระดาษยิปซัม	กำหนดราคา ร่วมกัน	เรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างดำเนินการ
23.บริษัท อายโนะโมะ	ไลซีน	กักตุนสินค้า	เรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างดำเนินการ

โต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด	(ส่วนผสม อาหารสัตว์)		
---------------------------	-------------------------	--	--

ตารางที่ 3 (ต่อ)

บริษัทที่ถูกร้องเรียน	สินค้า / บริการ	พฤติกรรมที่ถูกร้องเรียน	คำตัดสิน
24. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) 25. บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)	น้ำมัน	สมคบกันในการ ประมูล	เรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างดำเนินการ
26. บริษัท ซีวีดี อินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด	วิดีโอเทป	กำหนด เงื่อนไขแก่ ผู้แทนจำหน่าย (โดยจะให้ ส่วนลด 10- 30% หาก ผู้แทนจำหน่าย ไม่ขายสินค้า ของคู่แข่ง)	ผลการสืบสวนพบว่ามีพฤติกรรมกา แข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจริง ซึ่งต้องมี การพิสูจน์ว่าผู้ร้องเรียนได้รับ ผลกระทบจากการกระทำของผู้ถูกร ้องเรียนจริง สำนักส่งเสริมการ แข่งขันทางการค้าขอให้ผู้ร้องเรียนส่ง รายละเอียดผลกระทบที่เกิดขึ้น แต่ผู้ ร้องเรียนมิได้ดำเนินการใดๆ กอปร กับภาวะตลาดวิดีโอเทปเปลี่ยนไป เป็นรูปแบบแผ่นซีดี เรื่องร้องเรียนจึง ยุติไป
27. บริษัท คูโบต้า แทรกเตอร์ ประเทศไทย จำกัด	เครื่องจักรกล การเกษตร	บังคับมิให้ ตัวแทน จำหน่ายขาย สินค้าของ คู่แข่ง	ไม่มีข้อมูล

อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า ยังได้กำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของการเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดในธุรกิจค้าส่งปลีก กล่าวคือ (1) ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20 ขึ้นไป และมียอดขาย 27,000 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมาหรือ (2) ผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันตั้งแต่ร้อยละ 33.33 ขึ้นไปและยอดขายรวมกันตั้งแต่ 45,000 ล้านบาทขึ้นไป ในปีที่ผ่านมา กรณีผู้ประกอบธุรกิจรายใดใน 3 ราย มีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าร้อยละ 10 ผู้ประกอบธุรกิจรายนั้นจะได้รับการยกเว้นไม่ถือว่าเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดและหลักเกณฑ์สำหรับผู้มีอำนาจเหนือตลาดในธุรกิจรถจักรยานยนต์ ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบรายเดียวมีส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ร้อยละ 33.33 ขึ้นไป และยอดเงินขายตั้งแต่ 5,000 พันล้านบาทขึ้นไปในปีที่ผ่านมา หรือ (2) 3 รายขึ้นไป และมีส่วนแบ่งตลาดรวมกัน ร้อยละ 66.6 และมียอดขายรวมกัน เกิน 10,000 ล้านบาท กรณีมีส่วนแบ่งการตลาดไม่ถึง ร้อยละ 10 ไม่ถือว่าเป็นอำนาจเหนือตลาด

แม้คณะกรรมการแข่งขันทางการค้าจะมีมติกำหนดหลักเกณฑ์ผู้มีอำนาจเหนือตลาดข้างต้นก็ตาม แต่คณะรัฐมนตรียังมิได้มีมติเห็นชอบแก่หลักเกณฑ์ดังกล่าวแต่อย่างใด ยังผลให้กรณีที่มีการร้องเรียนธุรกิจสุราซึ่งเกิดการขายสุราฟ่วงเบียร์และธุรกิจค้าปลีกซึ่งปรากฏว่าผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดในทางที่มิชอบ แต่ก็มิได้รับการลงโทษแต่อย่างใด ดังจะพิจารณาได้ดังนี้

1. กรณีการขายสุราฟ่วงเบียร์

เป็นกรณีที่เป็นกรณีเคลื่อนไหวของบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดยผ่านทางชมรมพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคเรียนว่า บริษัทสุรามหาราชฎร จำกัด ได้ใช้กลยุทธ์การค้าที่ไม่เป็นธรรม กล่าวคือ ขายสุราฟ่วงเบียร์ ทำให้สามารถตั้งราคาขายเบียร์ข้างใต้ต่ำกว่าทุน จากราคาหน้าโรงงาน ในราคา 37-38 บาท ต่อขวด เหลือเพียง 20-25 บาท ต่อขวด ในการขายปลีก นอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมบังคับให้ตัวแทนจำหน่ายหรือเอเจนต์ขายสุรา แม่โจงในต่างจังหวัดรับเบียร์ข้างไปจำหน่ายด้วย

โดยกลยุทธ์การตลาดที่กลุ่มบริษัทสุรามหาราชฎร จำกัด ใช้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเบียร์คือ การขายสินค้าที่ต่ำกว่าทุนหรือการขายสุราฟ่วงเบียร์ที่ขายเบียร์ในราคาที่ต่ำมาก ทำให้ราคาขายปลีกของเบียร์ข้างส่งผลกระทบต่อบริษัทบุญรอดฯ เนื่องจากกลยุทธ์ที่กลุ่มสุรามหาราชฎรใช้ทำให้ราคาเบียร์ต่ำ ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทบุญรอดฯ ลดลงและในขณะเดียวกันกลุ่มเบียร์ข้างก็ยังสามารถสร้างตลาดใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

หากพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตในตลาดเบียร์ กลยุทธ์การขายสุราฟ่วงเบียร์ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงในตลาดเบียร์ เนื่องจากสุราเป็นสินค้าที่มีการผูกขาดจากผู้ประกอบการนำสินค้าที่มีการผูกขาด (สุรา) ขายฟ่วงกับสินค้าที่มีอยู่ในตลาดแข่งขัน (เบียร์) อำนาจของผู้ผูกขาด จะทำให้การแข่งขันในตลาดเสียไป และสามารถพิสูจน์ได้ว่ากลยุทธ์ดังกล่าว

ทำให้เกิดการตั้งราคา ที่ขจัดคู่แข่ง เช่น การตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าทุน กลยุทธ์นี้จะกลายเป็นกลยุทธ์ที่ต่อต้านการแข่งขันอย่างชัดเจน

ในการตั้งราคาที่ขจัดคู่แข่งนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นในระดับผู้ผลิตแต่เกิดขึ้นในระดับการจำหน่ายจากเอเจนต์ไปสู่ซับเอเจนต์ (Subagent) ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก การตั้งราคาดังกล่าว เกิดขึ้นเนื่องจากการบังคับขายพ่วงในระดับผู้ผลิต นั่นคือ การบังคับขายสุราพ่วงเบียร์

พฤติกรรมเช่นนี้ นอกจากจะทำให้มีการส่งผ่านพฤติกรรมการบังคับขายพ่วงเป็นทอด ๆ ตามระบบการจำหน่ายแล้ว ยังสร้างแรงจูงใจให้ตัวแทนจำหน่ายผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกตั้งราคาขายสินค้าที่ถูกพ่วงมาในระดับที่ต่ำมาก เพราะต้องพยายามระบายสินค้าที่ถูกบังคับซื้อออกไปให้มากที่สุด เพราะถ้าระบายสินค้าดังกล่าวไม่ได้สินค้านั้น ๆ จะกลายเป็นต้นทุนในที่สุด และสิ่งที่คุณค้าจะกระทำต่อไปเพื่อความอยู่รอดก็คือ การขึ้นราคาสุราเพื่อชดเชยกับสินค้าที่ขายยากหรือความเสียหายที่จะเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในกรณีสุราพ่วงเบียร์ คณะกรรมการแข่งขันทางการค้ามีมติว่า บริษัทผู้ผลิตเบียร์ข้างไม่มีความผิดตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า เนื่องจากในขณะนั้นยังไม่มีหลักเกณฑ์ของการมีอำนาจเหนือตลาดจึงยังไม่สามารถชี้ความผิดได้ แต่ที่ประชุมเห็นว่า พฤติกรรมการขายพ่วงเป็นการกระทำที่ไม่เหมาะสม จะต้องติดตามดูแลอย่างใกล้ชิด และคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า มีมติให้เตือนบริษัททั้งสองขอให้เลิกการกระทำดังกล่าว

แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า การกระทำดังกล่าวน่าจะเข้าข่ายความผิดตามมาตรา 27 ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 แต่คณะกรรมการฯ ส่วนหนึ่งเห็นว่าการขายพ่วงเป็นการกระทำในระดับของตัวแทนจำหน่าย ซึ่งเป็นนิติบุคคล 2 นิติบุคคล แม้ว่าจะอยู่ในบริเวณเดียวกันกับบริษัทที่ทำการผลิต จึงไม่อาจระบุนความผิดตามมาตรา 27 ได้อย่างชัดเจน เพราะมีความเห็นที่แตกต่างกันอยู่

2. กรณีธุรกิจค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีกเป็นอีกสาขาการผลิตหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 955,803 ล้านบาทในปี 2544 และได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งได้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก ร้อยละ 26 ในปี 2540 เป็นร้อยละ 40 ของตลาดค้าปลีกทั้งหมดในปี 2544 โดยมีซูเปอร์มาร์เก็ตและดิสเคาน์ส โตร์รายใหญ่ทั้ง 4 ราย ซึ่งได้แก่ เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ และแมคโคร ครอบครองส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 32 ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทคอนวีเนียนสโตร์นั้นครอบครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8

การขยายกิจการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งดิสเคาน์ส โตร์ได้ส่งผล

กระทบต่อโครงสร้างธุรกิจค้าปลีกเป็นอย่างมาก เนื่องจากดิสเคาน์สโตร์ได้ใช้ความได้เปรียบทางด้านช่องทางจำหน่ายที่มีมูลค่ามหาศาลเป็นอำนาจต่อรองในการบีบบังคับแย่งชิงส่วนต่างจากซัพพลายเออร์และผู้ผลิต ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการค้าปลีกรายอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น การขยายสาขาอย่างรวดเร็วไปทั่วประเทศก็ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ค้าปลีกดั้งเดิมหรือร้านโชวห่วยทั่วประเทศ โดยในปี 2544 ร้านค้าปลีกดั้งเดิมมีจำนวน 289,958 ราย และการปิดกิจการไปทั้งสิ้น 8,082 ราย เนื่องจากเสียเปรียบในการแข่งขันกับดิสเคาน์สโตร์ ทั้งทางด้านเงินทุน การจัดการ และอำนาจในการต่อรองราคาสินค้ากับซัพพลายเออร์

ด้วยเหตุนี้ การขยายสาขาของดิสเคาน์สโตร์จึงได้สร้างความไม่พอใจให้กับผู้ค้าปลีกดั้งเดิมทั่วประเทศ และได้มีการเคลื่อนไหวเรียกร้องกดดันให้ทางรัฐบาลมีการจำกัดการค้าดำเนินงานของดิสเคาน์สโตร์ ทั้งทางการขยายสาขาและกำหนดเวลาเปิด-ปิด รวมถึงการเรียกร้องให้มีการส่งเสริมการขายสาขาและกำหนดเวลาเปิด-ปิด รวมถึงเรียกร้องให้มีการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกรายย่อยเนื่องจากเป็นหน่วยธุรกิจที่ทำให้เกิดการจ้างแรงงานและผู้ประกอบการรายย่อยมากมาย ทางรัฐบาลจึงได้มีการจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกรายย่อยขึ้นเป็นระยะ ๆ รวมไปถึงการร่างพระราชบัญญัติประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง เพื่อควบคุมดูแลจัดระเบียบร้านค้าปลีกทุกขนาดและทุกประเภทให้สามารถอยู่ร่วมกันได้ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกรายย่อยมากเกินไป

ในขณะที่กฎหมายควบคุมการค้าปลีกหรือร่างพระราชบัญญัติประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบรรเทาปัญหาความเดือดร้อนที่เกี่ยวข้องในธุรกิจค้าปลีกได้รับจากการขยายตัวของดิสเคาน์สโตร์รายใหญ่ทั้ง 4 ราย แต่เนื่องจากหลักเกณฑ์ผู้มีอำนาจเหนือตลาดยังไม่ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี จึงไม่สามารถนำบทบัญญัติตามมาตรา 25 มาใช้บังคับ อย่างไรก็ตาม ภายใต้อาณัติคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการพิจารณาพฤติกรรมกรรมการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมขึ้นเพื่อพิจารณาปัญหาดังกล่าว

คณะอนุกรรมการการแข่งขันทางการค้า ได้ทำการศึกษาพิจารณาและพบว่า ผู้ประกอบการดิสเคาน์สโตร์ทั้ง 4 รายมีพฤติกรรมที่เข้าข่ายความผิดตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 คือ มีพฤติกรรมอันไม่เป็นธรรมทางการค้า อันได้แก่ มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสินค้าแรกเข้า การเรียกเก็บส่วนลดเพื่อส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ การขอส่วนลดเพื่อขจัดกิจกรรมในวาระพิเศษ การเรียกเก็บค่าโฆษณาสินค้า การใช้เงื่อนไขนำสินค้าออกจากชั้นวาง การเรียกเก็บค่าจัดระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และการนำสินค้าเข้าสู่แบรนด์ (House Brand) มาวางขายคู่กับสินค้าของซัพพลายเออร์ ซึ่งการกระทำทั้ง 7 ประการนี้ เป็นการ

กระทำระหว่างผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์กับดิสเคาน์สโตร์ ส่วนพฤติกรรมอันไม่เป็นธรรมทางการค้าระหว่างดิสเคาน์สโตร์กับร้านค้าปลีกรายย่อย ได้แก่ การกำหนดราคาขายสินค้าที่ต่ำกว่าทุน ซึ่งมีผลทำให้ร้านค้ารายย่อยปิดกิจการไปเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ความคืบหน้าของการตัดสินยังอยู่ในระหว่างรอคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าพิจารณาตัดสินเป็นขั้นสุดท้าย

2. องค์กรที่บังคับใช้กฎหมายจำกัดการแข่งขันทางการค้า

จากการศึกษาองค์กรใช้บังคับกฎหมายป้องกันการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้าทั้งของไทยและต่างประเทศ ในบทที่ 3 จะเห็นได้ว่าประกอบด้วยองค์กรในสองประเภท กล่าวคือ

2.1 องค์กรของรัฐบาลเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย

ได้แก่ กระทรวงทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงในหลาย ๆ ประเทศก็ยังคงใช้แนวทางนี้รวมทั้งประเทศไทยด้วย กล่าวคือ การให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้รักษาการพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 และสำหรับในส่วนที่เป็นกิจการในทางการเงิน ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังรักษาการร่วมกัน และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่กับออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติและออกประกาศตามบทบัญญัติ (พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาตรา 5) มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า ทำหน้าที่สำคัญในการติดตามความเคลื่อนไหวและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ศึกษา วิเคราะห์วิจัยเกี่ยวกับสินค้า การบริการและพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ (พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาตรา 18) สำหรับองค์กรที่จะทำหน้าที่ในการบริหารและบังคับใช้โดยตรงได้แก่ "คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า"

คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า ประกอบไปด้วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงพาณิชย์เป็นรองประธานกรรมการ ปลัดกระทรวงการคลังและผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางนิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ การบริหารธุรกิจหรือการบริการราชการแผ่นดิน มีจำนวนไม่น้อยกว่าแปดคน แต่ไม่เกินสิบสองคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง โดยต้องแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิภาคเอกชนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งเป็นกรรมการ และให้เลขาธิการเป็นกรรมการและเลขานุการ (พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542

มาตรา 6) จะเห็นได้ว่าคณะกรรมการชุดนี้ประกอบไปด้วย นักการเมืองข้าราชการประจำและผู้ทรงคุณวุฒิ โดยหลักการก็คงต้องการให้คณะกรรมการชุดนี้เป็นองค์กรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง แต่อย่างไรก็ตาม การที่กฎหมายได้กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน ย่อมทำให้คณะกรรมการฯ ดังกล่าวไม่ปลอดจากการแทรกแซงทางการเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่รัฐมนตรีได้มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ ซึ่งทำให้คณะกรรมการแข่งขันทางการค้าซึ่งเป็นองค์กรหลักในการบังคับใช้กฎหมายไม่อาจทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 องค์กรอิสระเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย

กล่าวคือ เป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นการเฉพาะและปลอดจากการแทรกแซงทางการเมือง ได้มีการจัดตั้งองค์กรลักษณะนี้ในหลายประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาที่ชื่อว่า คณะกรรมการการค้าสหพันธ์ ประเทศญี่ปุ่นมีชื่อว่า คณะกรรมการการค้าสหพันธ์ ของญี่ปุ่น โครงสร้างขององค์กรประเภทนี้คือ การที่จะมีประธานกรรมการและกรรมการจำนวนหนึ่ง การทำงานของคณะกรรมการจะมีสำนักงานและพนักงานเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้ จะมีประธานกรรมการทำหน้าที่บริหารและดูแลการทำงานของเจ้าหน้าที่ ประการสำคัญก็คือการดำเนินงานขององค์กรนี้ จะรายงานโดยตรงต่อรัฐสภา ดังนั้น องค์กรในลักษณะนี้จึงมีความเป็นอิสระจากฝ่ายการเมือง (สุธีร์ สุภณิตย์, 2544, หน้า 728)

ในกรณีขององค์กรที่ใช้บังคับกฎหมายของไทยจะเห็นว่ามีปัญหาที่เกี่ยวข้อง 2 ประการ คือ

1) ที่มาของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

คณะกรรมการแข่งขันทางการค้าตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาจากการแต่งตั้งของคณะรัฐมนตรี ดังนั้น คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า จึงอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของฝ่ายบริหาร โดยมีได้เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ สภาพการณ์ดังกล่าวย่อมสะท้อนถึงความไม่เป็นอิสระของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ซึ่งจะต้องแก้ไขกฎหมายในอนาคต

2) องค์ประกอบของคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า

คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า นอกจากจะมีกรรมการ ซึ่งมีตำแหน่งประจำแล้ว ยังมีผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ทางนิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ การบริหารธุรกิจ หรือการบริหารราชการแผ่นดิน ไม่น้อยกว่า 8 คน แต่ไม่เกิน 12 คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิภาคเอกชน ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง ทั้งนี้ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ากรรมการดังกล่าวมิได้มีการกำหนดคุณสมบัติไว้ว่าจะมีผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือส่วนได้เสียทางธุรกิจแต่อย่างใด ทั้งนี้คณะรัฐมนตรีอาจแต่งตั้งผู้ประกอบธุรกิจให้เข้ามาเป็นกรรมการในที่สุด จึงเป็นเรื่องที่น่าจะ

พิจารณาแก้ไขกฎหมายต่อไป