



มองโลก แข่งขัน

COMPETITION FOCUS

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า



การสร้างวัฒนธรรม

การแข่งขันทางการค้า

ที่เสรีและเป็นธรรม



TCCT เสรีและเป็นธรรม

ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า (Competition Advocacy)
ด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
สู่วัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม



Vol. **73**
September 2022



ความร่วมมือทางวิชาการ

ด้านการแข่งขันทางการค้ากับ ศาลทรัพย์สินทางปัญญา กลาง

เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2565

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ร่วมกับ ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง จัดพิธีลงนามในบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือทางวิชาการด้านการแข่งขันทางการค้า เพื่อประสานความร่วมมือภายใต้กรอบอำนาจหน้าที่ระหว่างหน่วยงานให้สอดคล้องเชื่อมโยงกัน โดยนายวรฤทธิ กวากสิน อธิบดีผู้พิพากษาศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง ร่วมกับนายมนยศ วรรณะภูติ รองเลขาธิการ รักษาการแทนเลขาธิการคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ลงนามในบันทึกความเข้าใจ ซึ่งได้รับเกียรติจาก นายพงษ์เดช วานิชกิตติกุล ผู้พิพากษาหัวหน้าคณะในศาลอุทธรณ์ภาค 1 นายเทอดชัย ระบุพงศ์พร รองอธิบดีผู้พิพากษาศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง นายสมชาติ สร้อยทอง และนายรัชชกษะ แฉ่วฉาย กรรมการการแข่งขันทางการค้า ร่วมลงนามเป็นสักขีพยาน พร้อมด้วยศาสตราจารย์ สกนธ์ รัชนีคุณวัฒนา ประธานกรรมการการแข่งขันทางการค้า นายสมเกียรติ ตันกิตติวัฒน์ และนายสมศักดิ์ เกียรติชัยลักษณ์ กรรมการการแข่งขันทางการค้า เข้าร่วมพิธีลงนามในครั้งนี้ ซึ่งจัดขึ้น ณ โรงแรมเดอะ สุโกศล กรุงเทพฯ



การจัดสัมมนาสร้างการรับรู้

แนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับการให้สินเชื่อการค้าในพื้นที่ภาคใต้



เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2565

นายสันติชัย สารภักดิ์ อดีตรองเลขาธิการคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า จัดสัมมนา “สร้างการรับรู้แนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) ในพื้นที่ภาคใต้” ซึ่งเป็นการเผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และรับฟังปัญหาการค้าดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 7 จังหวัดในภาคใต้ ได้แก่ สงขลา ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส โดยมีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวนมากกว่า 80 คน ซึ่งนายสันติชัย สารภักดิ์ อดีตรองเลขาธิการคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ได้อภิปรายเรื่อง “การแข่งขันทางการค้ากับปัญหาการค้าดำเนินธุรกิจในภาคใต้” ร่วมกับนางสาววัชรสุดา ชุมแสง พาณิชยจังหวัดสงขลา ผศ. สุรินทร์นต์ แก้วทอง หัวหน้าสาขานิติศาสตร์และประธานหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และเรื่อง “ลระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) สำหรับ SMEs เป็นธรรมจริงหรือไม่?” ร่วมกับนายวีโรจน์ จงวัฒนาเกษม รองประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา นางสาวตฤพร ชาญภูมิ กรรมการสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย จังหวัดสงขลา โดยมีว่าที่ร้อยเอกกัญพล พิ้วประเสริฐ ผู้อำนวยการฝ่ายเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วม เป็นผู้ดำเนินการอภิปราย ซึ่งจัดขึ้น ณ โรงแรมคริสตัล หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การสร้างวัฒนธรรม

การแข่งขันทางการค้า

ที่เสรีและเป็นธรรม

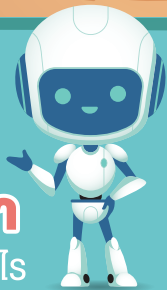


ในโลกของการแข่งขันทางการค้า ที่เข้มข้นขึ้นทุกวัน รูปแบบการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างรวดเร็วและมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยเร่งที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีดิจิทัล การขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายและตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งปัจจัยจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้ได้สร้างความท้าทายต่อการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า ทั้งในเชิงแนวคิด นโยบาย และการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้บรรลุผลตามเจตนารมณ์ของ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 โดย พ.ร.บ. ฉบับนี้เป็นกฎหมายเศรษฐกิจ ที่มีเจตนารมณ์มุ่งให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม และเน้นคุ้มครองกระบวนการแข่งขัน (Competition Process) ให้มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงป้องกันการผูกขาดทางการค้า อันนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และท้ายที่สุดจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค (Benefit of Consumers) ซึ่งมีสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า (สำนักงาน กกค.) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้

ทำความเข้าใจ

การส่งเสริม การแข่งขันทางการค้า

(Competition Advocacy) คืออะไร



กระบวนการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม ซึ่งสำนักงาน กกค. ได้ดำเนินกิจกรรม 2 ด้านควบคู่กันไป ด้านหนึ่ง ได้แก่ การบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า (Competition Law Enforcement) และอีกด้านหนึ่งคือการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า (Competition Advocacy) เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ปรึกษากฎหมาย นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรมตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และพัฒนาไปสู่การเป็นเครือข่ายที่สนับสนุนการกิจการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าต่อไป โดยเป้าหมายหนึ่งที่สำคัญ คือ การสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า (Competition Culture) ให้เกิดขึ้นนั่นเอง

คำว่า “การส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า (Competition Advocacy)” ตามรายงาน The Advocacy Working Group (2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “กิจกรรมต่าง ๆ

ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางการค้า โดยวิธีการที่ใช้กลไกการบังคับใช้กฎหมายโดยทั่วไป หากแต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐอื่น ๆ และการเพิ่มความตระหนักรู้แก่สาธารณชนถึงประโยชน์ของการแข่งขันทางการค้า” ผ่านกิจกรรมการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า เช่น การจัดสัมมนาสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การจัดงานแถลงข่าวเกี่ยวกับผลคำวินิจฉัยคดีในปัจจุบัน การจัดพิมพ์และเผยแพร่รายงานประจำปี และแนวปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม เพื่อลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม กิจกรรมดังกล่าว นอกจากจะช่วยให้เพิ่มความโปร่งใสของนโยบายการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายการแข่งขันทางการค้าแล้ว ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และการเป็นที่ยอมรับจากทุกภาคส่วนอีกด้วย



การสร้างวัฒนธรรม การแข่งขันทางการค้า

(Competition Culture)

วัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า หมายถึง พฤติกรรม บรรทัดฐาน ค่านิยม และทัศนคติของผู้มีส่วนได้เสียในด้านการแข่งขันทางการค้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม โดยสร้างขึ้นจากการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ร่วมใจอยู่ในกลุ่มของตน และสืบทอดกันมา

การสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า จึงมุ่งปลูกฝังและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ส่งเสริมให้มีการประกอบธุรกิจหรือการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม ระมัดระวังการดำเนินธุรกิจมิให้มีพฤติกรรมที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ตลอดจนลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม

แนวทางการสร้างวัฒนธรรม การแข่งขันทางการค้า



การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการและสาธารณชนในวงกว้าง ถือเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า ดังนั้น หน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าจึงควรให้ความสำคัญเนื่องจากการส่งเสริมวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า และลดพฤติกรรมที่เข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ความท้าทายในการสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า คือ การส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้เสียมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม และปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยพื้นฐานแล้วสิ่งนี้เกิดขึ้นจากสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้โดยใช้เครื่องมือในการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การจัดสัมมนาหรือการจัดฝึกอบรม ไปสเตอร์ หนังสือ โฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าจะต้องเลือกวิธีการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในแต่ละกลุ่มให้เหมาะสม ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้



ระดับปฐมภูมิ

ได้แก่ ภาคเอกชน (Private Sector) และภาครัฐ (Government Sector)

เช่น ผู้ประกอบการ สมาคมการค้าหรือสถาบันการค้า บริษัทที่ปรึกษากฎหมาย ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจเฉพาะรายสาขา รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรม

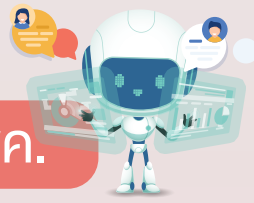


ระดับทุติยภูมิ

ได้แก่ ภาคประชาสังคม (Civil Society)

เช่น สื่อมวลชน สถาบันการศึกษา มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภค ประชาชนทั่วไป และหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา (Development Partners) เช่น องค์กรระหว่างประเทศ และองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าของต่างประเทศ





ภารกิจสำนักงาน กวค.

กับการสร้างวัฒนธรรม

การแข่งขันทางการค้า

การสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า เป็นหนึ่งในเป้าหมายที่สำคัญในการกิจด้านการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า ซึ่งที่ผ่านมาสำนักงาน กวค. ได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย สรุปดังนี้



1 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการแข่งขันทางการค้า

1) การประกวดบทความเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือและกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้เสียตระหนักถึงความสำคัญของการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม

2) การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการแข่งขันทางการค้ากับสถาบันการศึกษา 13 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยอีสต์สมิธัญ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3) การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการแข่งขันทางการค้ากับหน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจเฉพาะรายสาขา 2 แห่ง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (สำนักงาน กกพ.)

4) การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือด้านการแข่งขันทางการค้ากับหน่วยงานยุติธรรม 2 แห่ง ได้แก่ สถาบันอนุญาโตตุลาการ สำนักงานศาลยุติธรรม และศาลกรณียสิทธินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง



2 การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า

1) การบรรยายให้ความรู้เรื่อง พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 แก่สถาบันการศึกษาและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง

2) การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าผ่านการถ่ายทอดเสียงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Podcasts) และถ่ายทอดสด (Live Streaming)

3) การจัดสัมมนาเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 76 จังหวัด

4) การจัดสัมมนาสร้างการรับรู้แนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) ในพื้นที่ 4 ภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้



3 การพัฒนาองค์ความรู้ ด้านการแข่งขันทางการค้า

การจัดทำบทความหรือเอกสารเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

- 1) คู่มือ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560
- 2) จุลสารมองโลกแข่งขัน (Competition Focus)
- 3) เอกสารสรุปข้อมูลสำคัญ (Factsheet) เกี่ยวกับ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560



4 การจัดการข้อมูลสารสนเทศ ด้านการแข่งขันทางการค้า

จัดหาจัดซื้อหนังสือ และการบอกรับเป็นสมาชิกฐานข้อมูลออนไลน์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อวิจัยทางการตลาดและวิเคราะห์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและผู้บริโภค ได้แก่

- 1) หนังสือชื่อ “Fighting Cross - Border Cartels: The Perspective of the Young and Small Competition Authorities” จำนวน 5 เล่ม
- 2) ฐานข้อมูล Kluwer Competition Law
- 3) ฐานข้อมูล Global Competition Review (GCR)
- 4) ฐานข้อมูล Euromonitor International



5 การรับฟังความคิดเห็น ร่างกฎหมายลำดับรองที่ออกตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

ปี 2561

- 1) การพิจารณากำหนดขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด
- 2) การพิจารณาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบาย หรืออำนาจสั่งการ
- 3) การพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการอื่นเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด
- 4) การพิจารณาการกีดกันหรือสัญญากับผู้ประกอบการในต่างประเทศที่ผูกขาดหรือจำกัดการค้าอย่างไม่เป็นธรรม
- 5) การพิจารณาการกระทำต้องห้ามของผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
- 6) การพิจารณาการกระทำอันเป็นผลเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายอื่น
- 7) การพิจารณาการเข้าซื้อสินทรัพย์หรือหุ้น เพื่อควบคุมนโยบาย การบริหารธุรกิจ การอำนวยความสะดวก หรือการจัดการที่เป็นการรวมธุรกิจ
- 8) การแจ้งผลการรวมธุรกิจ
- 9) การขออนุญาตและการอนุญาตการรวมธุรกิจ





- 10) การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด
- 11) การเก็บหรือนำสินค้าไปเป็นตัวอย่าง
- 12) การพิจารณาจำนวนเงินค่าปรับเปรียบเทียบ

ปี 2562

การปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม

- 1) ผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย
- 2) ธุรกิจเฟรนไชส์

ปี 2563

การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม

- 1) ธุรกิจรับซื้อผลไม้
- 2) ธุรกิจเฟรนไชส์ (ฉบับที่ 2)
- 3) การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด (แก๊ว)
- 4) ผู้ประกอบการให้บริการรับและส่งอาหารผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ประกอบการร้านอาหาร

ปี 2564

การปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม

- 1) เกี่ยวกับระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 2) ธุรกิจเฟรนไชส์ (ฉบับที่ 3)
- 3) การกระทำอันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายอื่น

ปี 2565

การปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรมเกี่ยวกับระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit Term) กรณีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นผู้ขายสินค้าหรือบริการ (ฉบับที่ 2)



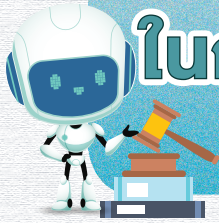
6 อื่น ๆ

- 1) การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสาธารณชนทั่วไป
- 2) สนับสนุนการปฏิบัติงานการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างและทั่วถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ สื่อวีดิทัศน์ และข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)
- 3) เผยแพร่บทความของผู้บริหารให้แก่นักข่าว สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ออฟฟิเชียล ยูทูบ หรือสื่อประเภทอื่น ๆ

ก้าวต่อไป

ในการสร้างวัฒนธรรม

การแข่งขันทางการค้า



ในระยะถัดไป สำนักงาน กทค. ได้กำหนดแผนการดำเนินงานในการส่งเสริมความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้าไว้ ดังนี้

1

ส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยการบูรณาการความร่วมมือ และสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนภารกิจด้านการแข่งขันทางการค้า



สร้างความตระหนักรู้ เกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าและกฎหมาย การแข่งขันทางการค้าในเชิงรุก โดยการจัดทำโครงการหรือกิจกรรม เผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียให้มากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับความรู้ และความเข้าใจในประโยชน์ของการแข่งขันทางการค้า และการปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า อันเป็นการเสริมสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า ในวงกว้างมากขึ้น รวมทั้งการรวบรวมข้อมูล ศึกษา และจัดทำแนวปฏิบัติตามกฎหมาย การแข่งขันทางการค้าสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ (Competition Law Compliance)

2

3

พัฒนาองค์ความรู้ด้านการแข่งขันทางการค้า

โดยการส่งเสริมและพัฒนาให้บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ ในกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และเป็นตัวแทนของสำนักงาน (Brand Ambassador) ในการเผยแพร่ความรู้ด้านการแข่งขัน ทางการค้า ทั้งนี้ การเน้นย้ำถึงการทำงานเชิงรุกสะท้อนให้เห็นถึงแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด ในระดับสากล และความจำเป็นเร่งด่วนในการส่งเสริมวัฒนธรรมการแข่งขัน ในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีการสร้างความร่วมมือกับภาคีที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาอบรม และพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า โดยการสร้างเป็น **“คลังปัญญาด้านการแข่งขันทางการค้า”**





กฎงอบอก



วัฒนธรรม

การแข่งขันทางการค้า ที่เสรีและเป็นธรรม

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 เพิ่งจะประกาศบังคับใช้เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา จึงเป็นเรื่องจำเป็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งนั่นก็คือ กวค. และสำนักงาน กวค. จะต้องรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสาระสำคัญของกฎหมายฉบับดังกล่าวรวมทั้งระเบียบ และประกาศต่าง ๆ ในเรื่องการแข่งขันทางการค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามกฎ กติกา มารยาท ในเรื่องดังกล่าวได้อย่างถูกต้องครบถ้วน โดยตระหนักถึงการประกอบธุรกิจที่มีความเสรีและเป็นธรรม การที่จะยกประโยคเด็ดที่ว่า **“บุคคลใดจะอ้างว่าไม่รู้จักกฎหมายไม่ได้”** มาเป็นข้อกล่าวอ้าง เพื่อบังคับใช้กฎหมายกับบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ย่อมทำได้ แต่ก็อาจจะเป็นการใจร้ายเกินไปในมุมมองอีกหลายคน เพราะเราต้องยอมรับกันว่ายังมีคนอีกจำนวนมากที่พร้อมจะปฏิบัติตามกฎหมายและไม่ได้คิดจะบิดพลิ้วเลย แต่เป็นเพราะไม่เพียงที่ตนจะไม่รู้สาระสำคัญในข้อกฎหมายเท่านั้น หากแต่ไม่เคยรู้ด้วยซ้ำไปว่ามีกฎหมายฉบับนั้น ๆ ปรากฏอยู่ และมีผลบังคับใช้กับตน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องทำทุกวิถีทางที่เป็นไปได้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางการค้า เสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์ความรู้ที่เป็นบริบทสำคัญ นำไปสู่การแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจะเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็น แต่อาจจะไม่ใช่เงื่อนไขที่เพียงพอที่จะทำให้การประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างเสรีและเป็นธรรม หากคนที่มีความรู้ความเข้าใจในข้อกฎหมายดังกล่าวไม่อนุวัตรปฏิบัติตาม แต่กลับใช้ความรู้ความเข้าใจนั้นหาช่องว่างช่องโหว่ที่มักปรากฏอยู่ในกฎหมายเป็นช่องลอดออกไปสร้างความเดือดร้อนเสียหายอย่างไม่เป็นธรรมให้กับคู่ค้าของตน **ดังนั้น ความสำเร็จของการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม จึงไม่ใช่เรื่องของการมีความรู้ความเข้าใจในตัวกฎหมายเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการปฏิบัติตามกฎ กติกา มารยาทอย่างเคร่งครัด และไม่แสวงหาโอกาสในการเอาเปรียบคู่ค้าของตนในทุกกรณีแม้จะมีโอกาสทำอย่างนั้นก็ตาม** ซึ่งเรื่องนี้ถือเป็นวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้าที่เราจะต้องรณรงค์และส่งเสริมไม่ให้เกิดการเอาเปรียบเอาเปรียบ ไม่ว่าจะในรูปแบบช่องว่างทางกฎหมาย Tactic (แทค’ติก) หรือตุกติกก็ตามที่



ดร.รัชชกษา แจ่มฉาย

กรรมการการแข่งขันทางการค้า

การสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้า จึงเป็นเรื่องการสร้างทัศนคติและจิตวิญญาณของการไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน **ไม่ว่าคู่ค้ารายใหญ่ต้องเป็นฝ่ายผิดอยู่เสมอ หรือคู่ค้ารายเล็กจะต้องได้แต้มต่อในทุกเรื่องเสมอไปโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือไม่มีการพัฒนาตนเอง หรืออยู่ในฐานะที่ต้องแบมือขอ แต่ต้องมีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกันในฐานะคู่ค้า** เพราะการประกอบธุรกิจนั้นเป็นเรื่องการค้าเพื่อแสวงหากำไรไม่ใช่เรื่องการกุศล ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องมีกำไรเพื่อให้ตนเองอยู่ได้ แต่การที่จะทำทุกวิถีทางเพื่อให้ตนเองได้เปรียบและแสวงหากำไรเกินควร จนกระทั่งคนอื่นลำบากและอยู่ไม่ได้ นั่น เป็นเรื่องที่ไม่ใช่แค่ว่าไม่ควรกระทำเท่านั้นแต่เป็นเรื่องที่ต้องไม่กระทำไม่ว่าจะในรูปแบบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมใช้อำนาจต่อรองที่เหนือกว่า หรือการซื้อกันก็ตาม เพราะสิ่งเหล่านั้นไม่เพียงแต่จะเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดบาปในใจทางการค้าด้วย ที่เราไปรังแกผู้อื่น และถ้าผู้ที่ถูกรังแกไม่ล้มหายตายจากหรือล้มละลายไปเสียก่อน ผู้นั้นก็คงไม่เก็บความเดือดร้อนนั้นไว้ที่ตนคนเดียว แต่ก็อาจจะฟ้องถ่ายหรือถูกส่งต่อเป็นทอด ๆ ไปยังผู้บริโภครายสุดท้าย

วัฒนธรรมทางการค้าที่เอื้อเพื่อมีมิตรต่อกันเป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้ หากคู่ค้ามีทัศนคติทางการค้าที่ดีต่อกัน ส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างจริงใจ **“ปลาใหญ่ไม่รังแกปลาเล็ก ช่วยส่งเสริมปลาเล็กให้เติบโต ปลาเร็วหรือปลาช้าไม่เป็นไร ขอให้ปลาที่แข่งปั่นค้ำขายด้วยไมตรี”** และเมื่อคู่ค้ามีหลักการ ABC คือ ทัศนคติ (Attitude: A) ทางการค้าที่ดีต่อกัน พฤติกรรม (Behavior: B) การค้าที่ดีจะออกมาดี ซึ่งผลที่ตามมา (Consequence: C) ก็จะดีต่อทุกฝ่าย เมื่อถึงเวลานั้นเราก็จะสามารถพูดได้ว่า **“การแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรมไม่ใช่ทางกรรม แต่เป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนช่วยกันทำให้จับต้องได้”**



การจัดทำแนวปฏิบัติตาม **กฎหมายการแข่งขันทางการค้า** (Competition Law Compliance) **สำหรับผู้ประกอบธุรกิจ**

การบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าในประเทศต่าง ๆ กว่า 140 ประเทศทั่วโลก หน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า จะมียานาจากการบังคับใช้ที่เข้มงวด ดังนั้น สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความสำคัญและจะละเลยไม่ได้คือ การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในเบื้องต้น รวมถึงควรมีการจัดทำแนวปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า (Competition Law Compliance) ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินการที่นำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันทางการค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงผลดีในการปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ที่ต้องการสร้างสนามการแข่งขันในตลาดให้มีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การจัดทำแนวปฏิบัติดังกล่าวเพื่อให้ทุกคนปฏิบัติตามนั้น จึงเป็นการทำ **“สิ่งที่ถูกต้อง”** ให้แก่คู่แข่งและคู่แข่งของตนเอง



ทำไม...

ธุรกิจต้องจัดทำแนวปฏิบัติตาม

กฎหมายการแข่งขันทางการค้า



ธุรกิจที่ **ปฏิบัติตามกฎหมาย** มีความได้เปรียบและสามารถต่อสู้กับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายได้



ธุรกิจมี **วัฒนธรรมองค์กร** ที่แข็งแกร่งขึ้น พนักงานมีความมุ่งมั่น



ธุรกิจมี **ภาพลักษณ์** องค์กรที่ดี



เจรจาการค้าได้ง่าย **คู่ค้าเกิดความเชื่อมั่น** และต้องการที่จะทำธุรกิจด้วย



ธุรกิจสามารถ**แข่งขันในเชิงรุก** ได้มากขึ้น



เป็นการ **ช่วยสรรหาบุคลากร** ที่มีความสามารถระดับสูง



ธุรกิจตระหนักรู้เกี่ยวกับ **ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น** นำไปสู่การป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ทันที

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจในทุกระดับ ทุกสาขา ซึ่งมีทั้งบริษัทขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่ตระหนักถึงความสำคัญต่อการปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมทางธุรกิจ ประโยชน์ของลูกค้าและคู่ค้า รวมถึงความเป็นธรรมในการแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น จึงได้จัดทำแนวปฏิบัติตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าขึ้น เพื่อให้เป็นแนวปฏิบัติแก่บุคลากรในบริษัท อาทิ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท ศิครินทร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เซ็น คอร์ปอเรชั่น กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเวียนท์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอ็กซ์พีโอ โลจิสติกส์ เวลด์ไวด์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท สลิ้ม คอนเซ็ปต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ฯลฯ และคาดว่าบริษัทต่าง ๆ จะมีการจัดทำแนวปฏิบัติดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นต่อไป



ที่ปรึกษา : นายมนยศ วรรณะภูติ
บรรณาธิการ : ว่าที่ร้อยเอกณัฐพล พิวประเสริฐ
กองบรรณาธิการ : นายธีรวัฒน์ ทิพย์รัตน์ ประธานคณะทำงาน
นางสาวเกชดา สุกธีรัตน์ คณะทำงาน
นางสาวพรรัตน์ มุยะละมัย คณะทำงาน
นางสาวน้ำหวาน ศรีบุญเรือง เลขาธิการคณะทำงาน
นายปกรณันันท์ งามสันติวงศ์ ผู้ช่วยเลขาธิการคณะทำงาน
จัดทำโดย : ฝ่ายเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วม
โทร 0 2199 5411 อีเมล advocacy@tcct.or.th

 0 2199 5400

สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า (สำนักงาน กทค.)
TRADE COMPETITION COMMISSION OF THAILAND (TCCT)
www.tcct.or.th | info@tcct.or.th



Website



Fanpage



Line Official



YouTube