

บทคัดย่อ

งานวิจัยเฉพาะเรื่อง "สภาพตลาดในประเทศไทยกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า" นี้ เป็นศึกษาถึงสภาพตลาดสินค้าและบริการในประเทศไทย และการครอบครองส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ในบางอุตสาหกรรมที่สำคัญ กับระบบกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการใช้มาตรการควบคุมโครงสร้าง (structural control) และความเหมาะสมเป็นไปได้ในการใช้มาตรการควบคุมพฤติกรรม (conduct control) เพื่อให้ตลาดในประเทศไทยมีการแข่งขัน โดยใช้วิธีค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิในรูปแบบวิจัยเอกสาร (documentary research) และอาศัยหลักเกณฑ์จากทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์และหลักกฎหมาย ผลการศึกษาพบว่า สภาพตลาดสินค้าและบริการในประเทศไทยส่วนใหญ่มีโครงสร้างตลาดแบบตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (monopolistic competition) และตลาดผู้ขายน้อยราย (oligopoly) สภาพตลาดไม่มีการแข่งขันกันอย่างแท้จริง บางตลาดการผลิตยังต้องคำนึงถึงการประหยัดต่อขนาด (economies of scale) เนื่องจากมีข้อจำกัดตลาดมีขนาดเล็ก ทำให้ตลาดในประเทศไทยยังคงมีผู้มีอำนาจเหนือตลาด และการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่อาจจะไม่เสรี (barrier to entry) เนื่องจากการประหยัดต่อขนาดและความได้เปรียบทางต้นทุน ทำให้เกิดสภาวะการกระจุกตัวทางเศรษฐกิจ (economic concentration) ที่ผ่านมากการบังคับใช้พระราชบัญญัติกำหนดราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2522 นั้น รัฐใช้แต่มาตรการกำหนดราคาสินค้าโดยมุ่งควบคุมราคาและปริมาณของสินค้าและบริการในตลาด มิได้มุ่งแก้ไขปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้มีการแข่งขัน และมาตรการป้องกันการผูกขาดเป็นระบบการควบคุมโครงสร้าง (structural control) ซึ่งห้ามการกระทำอันมีลักษณะเป็นการผูกขาดและให้ทำลายระบบการผูกขาดที่เกิดขึ้นเพื่อทำให้ตลาดปราศจากการผูกขาดโดยสิ้นเชิง ทำให้กฎหมายมีลักษณะกระด้าง ขาดความยืดหยุ่น ไม่เหมาะสมกับสภาพโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศที่ยังจำเป็นต้องอาศัยประโยชน์จากการผูกขาดทำให้กฎหมายในส่วนนี้เสียไป เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวและเป็นไปตามพันธกรณีต่อองค์การการค้าโลก (WTO) รัฐจึงได้ตราพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ขึ้นโดยนำระบบควบคุมพฤติกรรม (conduct control) มาใช้ควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจและรักษาระบบตลาดให้มีการแข่งขันและเปิดกว้างอยู่ตลอดเวลา จากการวิเคราะห์เนื้อหาของกฎหมายโดยภาพรวมแล้วมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการปกป้องให้ตลาดมีการแข่งขันอันจะนำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (economic

growth) ที่ยั่งยืน เปิดโอกาสให้คนในสังคมสามารถเข้าสู่ตลาดได้โดยอิสระปราศจากการกีดกัน (barrier to entry) และควบคุมมิให้อิทธิพลทางการเมืองเข้าแทรกแซงการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เนื่องจากกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นกฎหมายใหม่อาจมีความยุ่งยากในการบังคับใช้เพราะขาดประสบการณ์ จึงจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการปรับตัวของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้เสนอแนะว่า รัฐควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจตระหนักถึงผลของกฎหมาย ควรมีการจัดทำคู่มือและแนวทางการปฏิบัติโดยระบุความหมายของตลาด ขอบเขตของตลาด และพฤติกรรมต้องห้ามไว้อย่างเป็นทางการ การควบคุมพฤติกรรมผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาดเกี่ยวกับการใช้อำนาจตลาด จำกัดเฉพาะตลาดที่เกี่ยวข้อง (relevant market) เท่านั้น การควบคุมกิจการโดยการซื้อหุ้นจะต้องนับรวมหุ้นของบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วย การลงโทษผู้ประกอบการควรจะทำให้ต้นทุนเอกชน (private cost) หรือค่าปรับสูงกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับ (benefit) และผู้บริโภคจะต้องให้ความสนใจปกป้องสิทธิผลประโยชน์ของตนเอง นอกจากนี้ รัฐควรจะใช้มาตรการอื่นเพื่อส่งเสริมการแข่งขันด้วย