



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีอิทธิพล และได้รับการยอมรับเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน ระบบเศรษฐกิจดังกล่าว กลไกราคาจะเป็นเครื่องมือในการจัดสรรทรัพยากร ถ้าสินค้ามีจำนวนไม่เพียงพอความต้องการของผู้บริโภค ราคาสินค้าก็จะสูงขึ้น ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ผลิตทำการผลิตมากขึ้น เพราะได้กำไรดี ซึ่งหากมองในแง่นี้เท่ากับว่าผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดว่าจะผลิตสินค้าอะไรดีและผู้ผลิตก็จะแข่งขันกันผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี การแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็นและหลีกเลี่ยงไม่ได้ การแข่งขันด้านราคาก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ จะต้องพยายามคิดค้นหาวิธีลดต้นทุน โดยการปรับปรุงวิธีการผลิตให้ดีขึ้นเพื่อจะได้เกิดความได้เปรียบทางด้านต้นทุนเหนือคู่แข่ง

จากความคิดข้างต้นที่ว่า การแข่งขันเป็นสิ่งจำเป็นและยอมรับในระบบเศรษฐกิจการแข่งขันเสรี ดังนั้นการตัดราคาถึงแม้จะทำให้คู่แข่งบางรายต้องออกไปจากตลาดก็เป็นที่ยอมรับว่าทำได้ เนื่องจากเป็นผลของ Competitive Pricing ซึ่งหน่วยผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพ จำต้องออกไปจากอุตสาหกรรมและหันไปทำการผลิตอย่างอื่นที่ตนเองมีประสิทธิภาพแทน

แต่ในบางครั้ง การแข่งขันด้านราคาก็อาจถูกบิดเบือน จากการแข่งขันบนพื้นฐานของคุณธรรม (merit) ไปเป็นกลยุทธ์ในการทำลายคู่แข่งอย่างหนึ่งเพื่อรักษาอำนาจผูกขาด คือ Predatory Pricing โดยอาศัยความได้เปรียบทางด้านเงินทุนที่เหนือกว่าคู่แข่งมาก ทำการตัดราคาในลักษณะที่อาจยอมขาดทุนช่วงเวลาหนึ่งและทำให้คู่แข่งต้องออกไปจากตลาดเนื่องจากทนต่อสภาวะการขาดทุนไม่ได้ หรือทำการตัดราคาเมื่อเห็นว่าจะมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาทำให้ผู้ประกอบการที่คิดจะเข้ามาในอุตสาหกรรมกลัวว่าตนเองจะต้องประสบกับสภาวะขาดทุนเมื่อเข้าไปในอุตสาหกรรมนั้นแล้ว และเมื่อคู่แข่งถูกกำจัดออกไปจากตลาดหรือผู้ประกอบการรายใหม่เปลี่ยนใจไม่เข้าไปในตลาด ผู้ประกอบการที่ทำการตัดราคาในตอนแรกก็จะทำการขึ้นราคากลับขึ้นไปเหมือนเดิม พฤติกรรมเช่นนี้ จึงเป็นพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ต่อสังคม เพราะหน่วยผลิตที่ถูกกำจัดออกไปจากตลาด หรือถูกกันไม่ให้เข้ามาอาจเป็นหน่วยผลิตที่มีประสิทธิภาพเท่ากับหน่วยผลิตที่ทำการตัดราคาก็ได้ เพียงแต่มีฐานะทางการเงินสู้ไม่ได้เท่านั้นเอง

พฤติกรรม Predatory Pricing นอกจากการใช้เพื่อทำลายคู่แข่งชั้นโดยตรง (Bankrupt Competitor) ยังถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นอีกด้วย เช่น เพื่อล้งสอนสมาชิกที่ทำการฝ่าฝืนข้อกำหนดของ Cartel ดังจะเห็นได้จากคดี Mogul Steamship* หรือบางครั้งอาจจะใช้เพื่อบีบบังคับให้คู่แข่งยอมขายกิจการให้หรือยอมรวมบริษัทเข้าด้วยกัน ดังจะเห็นได้จากคดี American Tobacco** ในช่วงระหว่างปี 1881-1906 Tobacco Trust สามารถควบบริษัทคู่แข่งได้มากกว่า 40 บริษัท โดยบังคับให้คู่แข่งชั้นเหล่านั้นขายกิจการให้ตนเองในราคาที่ต่ำกว่ามูลค่ากิจการเสียด้วย

พฤติกรรม Predatory Pricing เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยเช่นกัน กล่าวคือ ในสมัยที่ไทยไม่มีโรงกลั่นน้ำมันเอง ต้องล้งน้ำมันสำเร็จรูปจากบริษัทที่เป็นเอเยนต์จำหน่ายน้ำมันในประเทศ คือ บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย และบริษัทสแตนดาร์ดแควคัมมออยล์ โดยหากปรากฏว่าเมื่อไรก็ตามมีผู้ล้งน้ำมันเข้ามาจำหน่าย ทั้งสองบริษัทจะลดราคาน้ำมันลง เพื่อให้ผู้ล้งน้ำมัน

*ข้อเท็จจริงในคดีโดยสังเขป กล่าวคือ มีการรวมตัวระหว่างผู้ขนส่งทางทะเลเป็นสมาคม เพื่อดูแลการขนส่งใบชาของสมาชิกในสมาคมจากแหล่งปลูกชาต่างๆ ในประเทศจีน ไปรวมกันที่เซี่ยงไฮ้ เพื่อส่งต่อไปยังลอนดอนประเทศอังกฤษ ต่อมาได้มีผู้ประกอบการขนส่งทางทะเลรายหนึ่งจากออสเตรเลีย คือ Mogul Steamship Company ได้ขอเข้าเป็นสมาชิกในสมาคม แต่ถูกสมาคมปฏิเสธ หลังจากนั้น Mogul จึงดำเนินการรับขนโดยไม่ใส่ใจต่อสมาคม สมาคมจึงตอบโต้โดยการส่งเรือรับขนของไปตัดหน้า Mogul และตัดราคาค่าระวางรับขนแบบไม่มีกำไรหรือขาดทุนก็ยอม เพื่อไม่ให้ Mogul ได้ลูกค้าแม้แต่รายเดียว

**ข้อเท็จจริงในคดีโดยสังเขป กล่าวคือ ในช่วงปี ค.ศ. 1881-1906 Tobacco Trust ได้ใช้พฤติกรรม Predatory Pricing ต่อกิจการของคู่แข่งที่ตนหมายตาเอาไว้ เพื่อบีบบังคับให้กิจการดังกล่าวยอมขายกิจการให้ ผลที่ตามมาคือการแข่งขันในตลาดลดลง, Tobacco Trust มีอำนาจมากขึ้นและสามารถซื้อกิจการเป้าหมายในราคาที่ต่ำกว่ามูลค่าจริงได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1901 Tobacco Trust ได้ใช้พฤติกรรม Predatory Pricing ต่อ Wells-Whitehead Tobacco Company of Winston ใน North Carolina และผลสุดท้ายในปี 1903 บริษัทดังกล่าวก็ทนต่อสภาวะการขาดทุนต่อเนื่องไม่ได้ จำยอมต้องขายกิจการให้แก่ Tobacco Trust ไป

เข้าดังกล่าวขาดทุนจะต้องเลิกใช้น้ำมันเข้ามาอีก หลังจากนั้นทั้งสองบริษัทก็จะขึ้นราคาน้ำมันเพื่อชดเชยผลเสียหายที่เกิดขึ้น¹

ดังนั้นพฤติกรรม Predatory Pricing จึงถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อการแข่งขัน (Anticompetition) อย่างหนึ่ง อันสมควรจะต้องหาทางป้องกันแก้ไขไม่ให้เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม การจะกำหนดแนวทางหรือมาตรการใดมาควบคุมพฤติกรรม Predatory Pricing จะต้องมีความยืดหยุ่นที่เพียงพอที่จะไม่ก่อให้เกิดผลข้างเคียงต่อการแข่งขันด้านราคา เพราะถ้ามาตรการในการควบคุมมีความเข้มงวดมากเกินไป (rigid) จะทำให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ไม่กล้าแข่งขันด้านราคาเพราะกลัวว่าจะผิดกฎหมาย เนื่องจากพฤติกรรม Predatory Pricing มีความใกล้เคียงกับพฤติกรรม Competitive Pricing เป็นอันมาก

¹ กระทรวงกลาโหม, องค์การเชื้อเพลิง, กองประชาสัมพันธ์, สมุดปกขาว อ้างถึงใน สมชาย รัตนเชื้อสกุล, "มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการรวมตัวกันกำหนดราคาสินค้า" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), หน้า 28.

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงให้เห็นถึงปัญหาและผลกระทบของพฤติกรรม Predatory Pricing ตลอดจนมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม Predatory Pricing ของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทย ว่ามีอยู่อย่างไร และทำวิเคราะห์ดูว่า มาตรการของประเทศไทยสามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมเพียงไร

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยพฤติกรรม Predatory Pricing ฉบับนี้ ในบทที่ 1 จะกล่าวถึง ปัญหาที่มาและเหตุผลในการทำวิจัย วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย สมมติฐานแนวความคิดทฤษฎี ขอบเขตการทำวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิจัยครั้งนี้ การทำวิจัยฉบับนี้ ได้ทำการศึกษาถึงกฎหมายป้องกันการผูกขาดและการจำกัดการแข่งขัน อันเป็นกฎหมาย ทางเศรษฐกิจซึ่งอาศัยหลักการทางเศรษฐศาสตร์มาประกอบการวินิจฉัย ดังนั้นในบทที่ 2 จะ กล่าวถึงหลักการและแนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม Predatory Pricing ตลอดจนทฤษฎีราคา ในบทที่ 3 จะได้กล่าวถึงมาตรการทางกฎหมายป้องกันการผูกขาดและกำจัดการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม Predatory Pricing ของประเทศต่าง ๆ คือ สหรัฐอเมริกา กลุ่มสหภาพยุโรป (EU) เมื่อได้ศึกษากฎหมายตลอดจนแนวทางการพิจารณาของต่างประเทศแล้ว ในบทที่ 4 ก็จะทำการศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม Predatory Pricing ของประเทศไทย โดยจะศึกษามาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ใน พ.ร.บ. กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 ว่ามีอยู่อย่างไร และนำมาใช้ควบคุมพฤติกรรม Predatory Pricing ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเหมาะสมหรือไม่ ส่วนในบทสุดท้ายของวิทยานิพนธ์ จะเป็นการสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

วิธีการศึกษาวิจัย

เป็นการวิจัยเอกสาร โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ คำบรรยายกฎหมาย บทความในวารสารต่าง ๆ ตลอดจนตัวบทกฎหมายและคำพิพากษาของศาลที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและของต่างประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

- ทำให้ทราบถึงแนวความคิดพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมและความล้มเหลวของการแข่งขัน
- ทำให้ทราบถึงลักษณะและผลของการกำจัดการแข่งขัน อันเนื่องมาจากพฤติกรรม Predatory Pricing
- ทำให้ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับพฤติกรรม Predatory Pricing ของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องนี้
- ทำให้เกิดแนวความคิดต่อการพัฒนา และปรับปรุงกฎหมายของ ไทยในเรื่อง Predatory Pricing

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้คืออะไร

1. พฤติกรรมการตั้งราคาเพื่อขจัดคู่แข่ง (Predatory Pricing) เป็นพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันและก่อให้เกิดการผูกขาดได้
2. มาตรการทางกฎหมายใน พ.ร.บ. กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ.2522 ไม่สามารถใช้ควบคุมพฤติกรรม Predatory Pricing อย่างได้ผล