

ข้อสัญญาจำกัดการแข่งขันในแวดวงในธุรกิจสถาบันบริการน้ำมัน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

VERTICAL RESTRAINT COMPETITIVE CONTRACT IN GAS STATION BUSINESS



Miss Thanyaret Lekrujee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Laws in Laws
Common Course
FACULTY OF LAW
Chulalongkorn University
Academic Year 2020
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ข้อสัญญาจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน
โดย	น.ส.ธัญญาเรศ เล็กกูจี
สาขาวิชา	นิติศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร.ศักดา ธนิตกุล

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะนิติศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริณา ศรีวินิชย์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.ศักดา ธนิตกุล)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กัญจน์ศักดิ์ เพชรานนท์)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(นายสันติชัย สารถวัลย์แพศย์)	

สัญญาเลข เล็กจุจี : ข้อสัญญาจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน. (VERTICAL RESTRAINT COMPETITIVE CONTRACT IN GAS STATION BUSINESS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ศ. ดร.ศักดา ธนิตกุล

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 56 (3) ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561 มาตรา 57 และ ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ ของประเทศไทยยังไม่มีคำตอบชัดเจนว่าอะไรคือ ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น ตามที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 56 วรรคสอง และจากการศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ามีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาว่า ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็น และประโยชน์ข้างต้น ที่หมายถึงนั้นมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาในเรื่องใดบ้าง และนำมาพิจารณาในกรณีของข้อตกลงที่ให้สิทธิในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบธุรกิจจะมีข้อตกลงบางประการที่อาจเข้าข่ายเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวตั้ง ได้แก่ การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน การขายพ่วง การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น การกำหนดห้องที่ขาย และการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมัน ว่าหากพิจารณาจากข้อเท็จจริงประกอบกับหลักเหตุผลและหลักความจำเป็นทางธุรกิจ ข้อตกลงเหล่านี้เป็นข้อตกลงที่เกินกว่าความจำเป็นหรือไม่

จากการศึกษากฎหมายสหภาพยุโรปได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาข้อยกเว้นของการตกลงร่วมกันในแนวตั้งที่ไม่ถือว่าเป็นความผิดตามกฎหมายแข่งขันทางการค้าไว้ ซึ่งเงื่อนไขแรกในการพิจารณาได้แก่ การปฏิบัติร่วมกันหรือประเภทของการปฏิบัติร่วมกันต้องมีส่วนช่วยในการพัฒนาหรือการกระจายสินค้า หรือส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ แม้ข้อตกลงบางข้อตกลงอาจเข้าข่ายว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้า แต่หากข้อตกลงนั้นมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าหรือส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือเศรษฐกิจ ข้อตกลงนั้นก็อาจได้รับการยกเว้นที่จะไม่ถือว่าเป็นข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้า ซึ่งสามารถพิจารณาได้ด้วยวิธีการประเมินประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นของการทำข้อตกลงนั้น โดยพิจารณาประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นจากการทำข้อตกลง ความเป็นไปของประสิทธิภาพ ขนาดของประสิทธิภาพ วันที่จะเกิดประสิทธิภาพ มูลค่าของประสิทธิภาพ โดยสิ่งที่ต้องพิสูจน์ได้แก่ ลักษณะของประสิทธิภาพ ความเชื่อมโยงระหว่างข้อตกลงกับประสิทธิภาพที่เกิดขึ้น ความเป็นไปได้และความสำคัญของแต่ละประสิทธิภาพที่อ้างถึงและประสิทธิภาพที่ถูกละทิ้งจะสามารถทำได้อย่างไร เมื่อใด โดยสหภาพยุโรปได้มีการกำหนดประเภทของประสิทธิภาพไว้ซึ่งแบ่งเป็นหมวดหมู่ต่างๆ ได้แก่ ประสิทธิภาพในด้านต้นทุน และประสิทธิภาพในเชิงคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาร่วมกับประโยชน์ในทางเศรษฐกิจซึ่งพิจารณาได้จากข้อดีหรือผลกระทบในด้านบวกของการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง หากซึ่งนำหน้าระหว่างผลกระทบในด้านลบและผลกระทบในด้านบวกหากมีผลกระทบในด้านบวกที่มากกว่าข้อตกลงนั้นก็อาจไม่ถือว่าเป็นความผิด อีกทั้งในการพิจารณาประโยชน์ของข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวตั้งของประเทศสหรัฐอเมริกาสามารถพิจารณาได้จาก หลักแห่งเหตุผล ซึ่งวิเคราะห์ถึงผลกระทบของพฤติกรรมดังกล่าว โดยศาลจะพิจารณาตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น สภาพของธุรกิจ โครงสร้างในทางการตลาด ตลอดจนสภาพของตลาดทั้งก่อนและหลัง รวมทั้งการพิจารณาถึงระยะเวลาของการทำข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง ว่ามีความสมเหตุสมผลหรือไม่ หากพิจารณาแล้วข้อตกลงดังกล่าวมีผลกระทบต่อด้านบวกในเศรษฐกิจมากกว่าด้านลบ ข้อตกลงดังกล่าวก็จะไม่ถือว่าเป็นข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันที่เกินกว่าความจำเป็น

จากการศึกษาหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยจึงควรมีการออกประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง ข้อสัญญาในธุรกิจแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมัน โดยออกตามความในมาตรา 56 และนำเรื่องของการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในมาตรา 57 มาพิจารณาประกอบกัน เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการใช้ในการพิจารณาว่าข้อสัญญาใดที่ทำการระหว่างกันอาจเข้าข่ายข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรืออาจเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง ซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถประเมินตนเองได้ก่อนที่จะมีการตกลงทำสัญญาร่วมกัน

สาขาวิชา นิติศาสตร์
ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6185999834 : MAJOR LAWS

KEYWORD: Gas station, Gas companies, Gas station dealer, Resale price maintenance, Tying arrangement, Exclusive dealing, Territorial division, Minimum sale amount maintenance

Thanyaret Lekrujee : VERTICAL RESTRAINT COMPETITIVE CONTRACT IN GAS STATION BUSINESS. Advisor: Prof. SAKDA THANITCUL, Ph.D.

Studies on the law comparison between Thailand laws, European Union Laws and United States Laws on trade competition had revealed that Section 56 (3) and Section 57 of Trade Competition Act B.E. 2560 (A.D. 2017), Announcement of Trade Competition Commission Subject: Guideline for Considering Joint Actions of Business Operators Which is a Monopoly or Reduce Competition or Restrict Competition in the Market B.E. 2561 (A.D. 2018) and Announcement of Trade Competition Commission Subject: Guideline for Consideration of Unfair Trade Practice in the Franchise Business make impreciseness on "...the unnecessary restrictions for achievement of the aforesaid benefits..." pursuant to Section 56 Paragraph 2. While, European Union Laws and United States Laws clearly stipulate the criteria regarding consideration on the unnecessary restrictions and the benefits. The criteria together with business reason and necessity principal are able to apply to the gas station business to consider whether agreements on gas station operations between gas station company and business proprietor are a restrict competition in vertical restraints: resale price maintenance, tying arrangement, exclusive dealing, territorial division and minimum sale amount maintenance.

European Union Laws prescribe the criteria regarding the exception of vertical restraints under the trade competition laws. The joint operation or type of joint operation which support the development or distribution of products or support the development of technology or economic are considered as an exception of vertical restraints. In other words, event the agreements may be considered as a restrict competition, the agreements may be exempted from the vertical restraints if such agreements can support the development or distribution of products or technology or economic. The exception can be considered based on the assessment on increase of efficiency of the agreements which consider regarding agreements: possibility of efficiency, scale of efficiency, efficiency date and value of efficiency which can be proved from the manner of efficiency, connection between the efficiency and the agreements and the possibility, importance and time of each referred efficiency and efficiency. Additionally, European Union determines the wide category of efficiency i.e. cost efficiencies and qualitative efficiencies. European Union also considers the economic benefits based on advantage and positive efficiency of the *vertical* restraints. If the advantage is greater than the efficiency, the agreement is not be considered as the vertical restraints. Studies on the United States laws on the agreements in aspect of vertical restraints had revealed that the vertical restraints can be considered based on the rule of reason which analyze on the efficiency. Courts consider on facts, business environment, marketing structure and before and after marketing condition, together with the period term of the agreement whether is reasonable. If the economic efficiency is more positive, such agreement will not be considered as the unnecessary restrictions.

According to the European Union laws and United States laws, Thailand regime should enforce OTCC decree on franchise contract inside gas station in accordance with section 56 and adopt section 57 as an interpretation on unfair trade practice. Thus, gas station company and business proprietor should be provided with guideline about anticompetitive practice and vertical restraints on franchising contract because a clear guideline could help both parties to be able to evaluate the agreement before it is concluding and safeguard from such harm practices.

CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Laws
Academic Year: 2020

Student's Signature
Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะสำเร็จไม่ได้หากปราศจากบุคคลที่สำคัญในชีวิตของข้าพเจ้า ซึ่งได้แก่ บิดา มารดา และพี่ชายของข้าพเจ้า ที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน และอบรมสั่งสอนข้าพเจ้าตลอดมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาของการทำวิทยานิพนธ์จนทำให้ข้าพเจ้าสามารถข้ามผ่านความยากลำบากจนสามารถทำวิทยานิพนธ์ออกมาได้สำเร็จและผลออกมาเป็นที่พอใจอย่างยิ่ง

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ดร.ศักดา ธนิตกุล เป็นอย่างสูงที่กรุณารับเป็นที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้ไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ อาจารย์เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้ ให้คำปรึกษาและคอยช่วยเหลือทุกอย่างในการจัดทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าเป็นอย่างดีเสมอมา ซึ่งความรู้ที่ได้จากอาจารย์ดังกล่าวนี้นอกจากจะเป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์แล้ว ยังเป็นประโยชน์ในการทำงานของข้าพเจ้าในตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันขณะที่ได้ทำวิทยานิพนธ์ จนข้าพเจ้าตกผลึกสามารถทำวิทยานิพนธ์ออกมาได้จนสำเร็จ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.วิโรจน์ วาทีนพงศ์พันธ์ ที่กรุณารับเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ และให้ความรู้ในการทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าตั้งแต่การเรียน วิชาวิธีวิจัยและวิชากฎหมายเกี่ยวกับการตลาด ขอกราบขอบพระคุณดร.กัญจน์ศักดิ์ เพชรานนท์ ที่กรุณารับเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงการให้คำปรึกษาในส่วนกฎหมายของสหภาพยุโรป และให้คำแนะนำในการหาข้อมูล การเขียนวิทยานิพนธ์ให้ออกมามีคุณภาพ และขอกราบขอบพระคุณท่านสันติชัย สารถวัลย์แพศย์ ที่กรุณารับเป็นกรรมการภายนอกมหาวิทยาลัยและให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงเรื่องโครงสร้างของส่วนราชการ และข้อเสนอแนะต่างๆ จนทำให้การทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าออกมาสำเร็จ และรวมถึงกราบขอบพระคุณคณาจารย์แห่งคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้กฎหมายตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาในระดับปริญญาโท หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ข้าพเจ้าขอขอบคุณหัวหน้างานที่ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ในทุกๆ ด้าน ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ที่บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่คอยให้กำลังใจ รวมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจกันเสมอมา นอกจากนี้ขอขอบคุณบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวในที่นี้ แต่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในครั้งนี้ ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งและขอขอบคุณ อัฟแอ เมสซี่ และกิมจิ ที่เป็นเพื่อนรักและคอยเติมพลังให้กันเสมอมา

ธัญญาเรศ เล็กรุจี

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	7
1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	8
1.5 วิธีการศึกษาวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2	10
แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย 10	
2.1 ประวัติศาสตร์กฎหมายไทยเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า.....	10
2.2 หลักการทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า	12
2.2.1 แนวความคิดพื้นฐาน.....	12
2.2.2 โครงสร้างตลาดในระบบเศรษฐกิจ	14
2.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.3.1 กระทรวงพลังงาน	19

2.3.2	กระทรวงพาณิชย์	25
2.4	หลักกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง.....	39
2.4.1	พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560	39
2.4.2	ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการ กระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัด การแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561.....	40
2.4.3	ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าเรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทาง การค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์.....	41
2.4.4	พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540	44
2.4.5	พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542	50
2.5	ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย	50
2.5.1	น้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทย	50
2.5.2	ธุรกิจน้ำมันเชื้อเพลิงในระดับค้าปลีก	53
2.5.3	ประเภทของสถานีบริการน้ำมัน	56
2.5.4	ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย.....	57
2.5.5	การประกอบกิจการ.....	58
2.5.6	ชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิง.....	59
2.5.7	ภาชนะที่ใช้บรรจุน้ำมันเชื้อเพลิง.....	59
2.5.8	สถานที่ประกอบกิจการควบคุม.....	59
2.5.9	ผู้ประกอบการน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยที่มีสถานีบริการน้ำมัน	60
2.5.10	ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ของธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน.....	60
2.6	พฤติกรรมที่เป็นการต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน	62
2.6.1	การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน.....	65
2.6.2	การขายพ่วง.....	75
2.6.3	การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น.....	78

2.6.4 การกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่การขาย.....	79
2.6.5 การกำหนดปริมาณขั้นต่ำของการจำหน่ายน้ำมัน	80
บทที่ 3	82
แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในต่างประเทศ	82
3.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา	82
3.1.1 ประวัติกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย.....	82
3.1.1.1 พระราชบัญญัติ Sherman.....	83
3.1.1.2 พระราชบัญญัติ Clayton.....	85
3.1.1.3 พระราชบัญญัติ Federal Trade Commission	85
3.1.1.4 พระราชบัญญัติ Petroleum Marketing Practices.....	86
3.1.2 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน.....	95
3.1.2.1 Richard S. SIMPSON, Petitioner v. UNION OIL COMPANY OF CALIFORNIA.....	96
3.1.2.2 STATE OIL COMPANY, Petitioner v. Barkat U. KHAN and Khan & Associates, Inc.	98
3.1.3 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการขายพ่วงสินค้า.....	116
3.1.3.1 Eastman Kodak v. Image Technical Services	116
3.1.3.2 RICK MIK ENTERPRISES INC v. EQUILON ENTERPRISES LLC US	117
3.1.3.3 Osborn v. Sinclair Refining Co.,	129
3.1.3.4 Blackwell v. Power Test Corp.,	148
3.1.4 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น.....	168
3.1.4.1 Magnus Petroleum Company, Inc. and Marpat Corporation v. Skelly Oil Company	168
3.1.4.2 T.A.M., INC. and E.L.G., Inc. v. GULF OIL CORPORATION	179
3.1.5 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดท้องที่ในการขาย	194

3.1.5.1 Quigley v. Exxon Co. U.S.A.,.....	194
3.1.5.2 Partner & Partner, Inc. v. Exxonmobil Oil Corp	212
3.1.6 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง.....	223
3.1.6.1 Hamade v. Sunoco, Inc.,	223
3.1.6.2 Four Corners Serv. Station v. Mobil Oil Corp.....	241
3.2 สหภาพยุโรป.....	254
3.2.1 ประวัติศาสตร์กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป.....	256
3.2.2 ความเป็นมาของกฎหมายที่เกี่ยวกับจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง	264
3.2.3 หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง.....	283
3.2.3.1 สนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป.....	298
3.2.3.2 Commission Regulation (EU) No 330/2010.....	308
3.2.3.3 Block Exemption หรือ การอนุญาตแบบกลุ่ม	312
3.2.3.4 Guidelines on Vertical Restraints.....	314
3.2.4 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน.....	317
3.2.4.1 Gasorba SL, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González v Repsol Comercial de Productos Petrolíferos SA,	317
3.2.4.2 Lubricantes y Carburantes Galaicos SL v GALP Energía España SAU	330
3.2.5 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการขายพ่วง.....	351
3.2.5.1 PETROFINA (GREAT BRITAIN), LTD. v. MARTIN	351
3.2.6 คำพิพากษาเกี่ยวกับการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น	365
3.2.6.1 CEPSA Estaciones de Servicio SA v LV Tobar e Hijos SL	365
3.2.6.2 Pedro IV Servicios SL v Total España SA,.....	373
3.2.7 คำพิพากษาเกี่ยวกับการกำหนดท้องที่ขาย.....	381

บทที่ 4	382
บทวิเคราะห์	382
4.1 การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน	383
4.2 การขายพ่วง	391
4.3 การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเอง	400
4.4 การกำหนดท้องที่ขาย	404
4.5 การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	409
บทที่ 5	415
บทสรุปและข้อเสนอแนะ	415
5.1 บทสรุป	415
5.2 ข้อเสนอแนะ	421
บรรณานุกรม	425
ประวัติผู้เขียน	432

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นพลังงานที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนทุกคนในประเทศทั้งในภาคยานยนต์ ภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการนำพลังงานทดแทนของมาใช้แทนน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งอยู่ในรูปแบบของก๊าซธรรมชาติและก๊าซปิโตรเลียมเหลว แต่ความต้องการในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงยังมีอยู่มาก ภาคประชาชนและภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังคงมีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นหลัก น้ำมันเชื้อเพลิงจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในต้นทุนสินค้าและเป็นต้นทุนหลักในการขนส่งและการคมนาคม

ในการส่งต่อน้ำมันเชื้อเพลิงจากผู้ค้าน้ำมันไปยังภาคประชาชนหรือหน่วยธุรกิจต่างๆ ที่มีความต้องการในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงก็ต้องมีสถานที่ที่ใช้ในการส่งต่อน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งสถานที่ดังกล่าวนี้ ได้แก่ สถานีบริการน้ำมัน โดยที่ลักษณะการลงทุนและการบริหารงานสถานีบริการน้ำมันสามารถจำแนกได้หลายรูปแบบ แต่หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งหลักๆ คือการลงทุนและการบริหารงานโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันเอง และ การลงทุนและการบริหารงานโดยเอกชนหรือผู้ประกอบการ (dealer) และการลงทุนและการบริหารงานโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันร่วมกับเอกชนหรือผู้ประกอบการ โดยที่อาจเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ลงทุนและให้เอกชนเข้าไปบริหารงาน เป็นต้น

ในกรณีที่มีเอกชนหรือบุคคลทั่วไปมีความประสงค์ที่จะประกอบกิจการในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันจะมีแนวทางหลัก 2 แนวทางได้แก่ แนวทางแรกสร้างแบรนด์สถานีบริการน้ำมันขึ้นมาเป็นของตนเองทำทุกอย่างด้วยตนเองตั้งแต่ขออนุญาต จัดหาน้ำมันเข้ามาจำหน่าย วางแผนการตลาด ออกแบบแบรนด์ รวมถึงเรื่องต่างๆ อีกมากมายซึ่งมีความยุ่งยาก และซับซ้อน อีกทั้งยังมีความเสี่ยงในเรื่องของการขาดทุนที่ค่อนข้างสูงเพราะเนื่องจากหากเป็นกรณีที่เอกชนมีความต้องการเปิดสถานีบริการน้ำมันเอง ด้วยแบรนด์ที่ตนเองสร้างขึ้น เอกชนที่ไม่มีประสบการณ์มาก่อนในการบริหารธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน และผู้ใช้บริการซึ่งเป็นผู้บริโภคก็ไม่รู้จักแบรนด์อิสระของเอกชนนี้มาก่อนก็อาจส่งผลให้ผู้บริโภคไม่กล้าเข้ามาใช้บริการเพราะกังวลในเรื่องของความเสถียรในคุณภาพน้ำมันว่าจริงหรือไม่ รวมถึงในเรื่องของธุรกิจข้างเคียงต่างๆ กล่าวคือธุรกิจ Non-oil ว่าเอกชนจะสามารถบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ ได้ดีเพียงใด จึงเป็นสาเหตุว่าหากเป็นกรณีที่เอกชนสร้างแบรนด์สถานีบริการน้ำมันขึ้นมาเองจะมีความเสี่ยงสูงในเรื่องของการขาดทุน

แนวทางที่สอง เป็นกรณีที่เอกชนซึ่งเป็นบุคคลภายนอกเข้ามาลงทุนเพื่อทำสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้วในกลุ่มของผู้บริโภค เช่น ปตท. บางจาก เซลล์ พีที เอสไอ เป็นต้น ซึ่งจะมีความเสี่ยงในเรื่องของการขาดทุนที่น้อยกว่าการที่สร้างแบรนด์อิสระขึ้นมาเป็นของตนเอง เพราะเนื่องจากหากเอกชนลงทุนในแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคอยู่แล้ว และเป็นแบรนด์สถานีบริการน้ำมันที่เปิดมานานก็ย่อมที่จะมีการบริหารจัดการที่สมบูรณ์แบบและครบวงจรและเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ในเรื่องของการบริหารจัดการ ถึงแม้ว่าเอกชนที่เข้ามาลงทุนเพื่อทำสถานีบริการน้ำมันนั้นจะมีหน้าที่ในการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันเอง แต่ก็จะมีบริษัทผู้ค้าน้ำมันชื่อเป็นเจ้าของแบรนด์และเป็นผู้ผลิตน้ำมันก็จะเป็นผู้ให้คำแนะนำและคอยควบคุมในการบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ ตั้งแต่เรื่องของการขอใบอนุญาต การติดต่อหน่วยราชการ การทำการตลาด การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น อีกทั้งในเรื่องของการโฆษณา โปรโมทสินค้า การจัดทำโปรโมชั่น การจัดหาธุรกิจต่างๆ อันได้แก่ธุรกิจ Non-oil เข้ามาให้บริการแก่ผู้บริโภคในสถานีบริการน้ำมันที่เข้ามาเติมน้ำมัน เช่น ร้านกาแฟ คาร์แคร์ มินิมาร์ท ซุ้มขายสินค้า เป็นต้น บริษัทผู้ค้าน้ำมันก็จะเป็นผู้ดำเนินการในส่วนนี้เอง ซึ่งจะเห็นได้ว่าหากเอกชนลงทุนในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคอยู่แล้ว ก็จะทำให้มีความเสี่ยงที่จะขาดทุนน้อยลงมาก เพราะทันทีที่เมื่อเอกชนต้องการลงทุนเปิดสถานีบริการน้ำมัน ในอันดับแรกบริษัทผู้ค้าน้ำมันก็จะมีประเมินความเสี่ยงต่างๆ อย่างรอบด้าน เช่นการประเมินความเสี่ยงว่าในพื้นที่ที่ต้องการเปิดสถานีบริการน้ำมันนั้นเป็นพื้นที่ที่อยู่ติดถนนสายหลักหรือสายรอง มีรถขับผ่านมากน้อยเพียงใด มีสถานีบริการน้ำมันซึ่งเป็นแบรนด์อื่นตั้งอยู่ในบริเวณนั้นหรือไม่ เป็นต้น และถ้าประเมินออกมาแล้วผลของการประเมินมีแนวโน้มในทางที่ดีสามารถเปิดสถานีบริการน้ำมันได้ก็สามารถเปิดสถานีบริการน้ำมันในบริเวณนั้นได้ตามความต้องการ ซึ่งก็ถือว่าเป็นการประเมินเพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนเปิดสถานีบริการน้ำมันตั้งแต่ต้น ทำให้มีโอกาสน้อยกว่าที่จะขาดทุนเหมือนในกรณีที่เอกชนเปิดแบรนด์สถานีบริการน้ำมันเป็นของตนเอง

เมื่อบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เจ้าของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันนั้นให้สิทธิแก่เอกชนในการใช้แบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการดำเนินกิจการสถานีบริการน้ำมันแล้วบริษัทผู้ค้าน้ำมันก็ต้องมีการควบคุมเรื่องต่างๆ ในการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันของเอกชนซึ่งต่อไปในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอเรียกว่า ผู้ประกอบการ อันได้แก่เรื่องของการควบคุมในการตั้งราคาน้ำมันเพื่อขายให้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานในเรื่องของราคาน้ำมันในผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันแก่สถานีบริการน้ำมันของผู้ประกอบการทั่วประเทศ การเข้ามาควบคุมการบริหารจัดการ

การดูแลความสะอาด เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานในเรื่องของความสะอาดและภาพลักษณ์ของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันนั้นแก่สายตาของผู้บริโภค เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริษัทสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์นั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพราะหากบริษัทผู้ค้าน้ำมันไม่เข้ามาควบคุมในเรื่องดังกล่าวนี้ ผู้ประกอบการอาจบริการจัดการไม่ได้ดีเท่ามาตรฐานที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันเคยทำเอาไว้ ซึ่งอาจส่งผลแก่ภาพลักษณ์ที่ไม่ได้ของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันนั้นในสายตาของผู้บริโภค

โดยในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะศึกษาในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการในประเด็นของพฤติกรรมการต่อต้านการแข่งขันทางการค้าในแนวตั้ง (Vertical Restraints) ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันภายใต้พระราชบัญญัติแข่งทางการค้า พ.ศ.2560 อันได้แก่ประเด็นดังต่อไปนี้

การกำหนดราคาขายปลีก (Resale Price Maintenance) เป็นการศึกษาในกรณีศึกษาในทางปฏิบัติที่การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันนั้น บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะเป็นผู้กำหนดราคาในผลิตภัณฑ์น้ำมันทุกชนิดที่ผู้ประกอบการจะขายในสถานีบริการน้ำมัน ผู้ประกอบการจะขายในราคาที่ต่ำหรือสูงกว่าที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดไม่ได้ ซึ่งสภาพการณ์เช่นนี้ย่อมทำให้ผู้ประกอบการไม่มีอำนาจกำหนดราคาขายน้ำมันได้เอง อาจส่งผลให้การแข่งขันด้านราคาขายน้ำมันไม่เกิดขึ้น ผู้บริโภคอาจไม่ได้รับประโยชน์จากการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ประกอบการอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งข้าพเจ้าจะทำการศึกษาว่าในความเป็นจริงแล้วบริษัทผู้ค้าน้ำมันมีเหตุผลอะไรที่ต้องกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันและกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องกำหนดราคาตามอย่างเคร่งครัด และศึกษาว่ากฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ของประเทศไทย ให้อำนาจแก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันไว้ว่ามีขอบเขตน้อยแค่ไหนในการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบว่าในต่างประเทศมีกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ที่ให้อำนาจบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันได้มากน้อยแค่ไหนเพียงใด และศึกษาว่ากฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของต่างประเทศนั้นเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

การพ่วงขายสินค้าอื่น (Tying Arrangement) ซึ่งโดยปกติแล้วการพ่วงขายสินค้าอื่นนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ขายสินค้าตกลงที่จะขายสินค้าอย่างหนึ่งให้กับผู้ซื้อที่ต่อเมื่อต้องซื้อสินค้าอื่นของผู้ขายด้วย จึงเป็นการศึกษาในกรณีที่เมื่อบริษัทน้ำมันตกลงให้สิทธิแก่ ผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันแล้ว บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะมีการกำหนดว่าหากผู้ประกอบการประสงค์ที่จะลงทุนและซื้อสินค้าใดจากแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันแล้ว ผู้ประกอบการ

ต้องซื้อสินค้าอย่างอื่นของบริษัทผู้ค้าน้ำมันด้วย เช่น หากผู้ประกอบการต้องการจะเปิดสถานีบริการน้ำมัน ผู้ประกอบการต้องเปิดร้านกาแฟซึ่งเป็นแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันด้วยเท่านั้น เป็นต้น ซึ่งผลของการฟุ้งขายนั้นก็ไม่ได้ต่างไปจากกรณีของการกำหนดให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น และอาจเป็นกรณีของการใช้อำนาจโดยมิชอบของผู้มีอำนาจเหนือตลาด รวมถึงอาจตีความได้ว่าเป็นการกระทำที่ขัดกับหลักการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมอีกด้วย ซึ่งข้าพเจ้าจึงจะทำการศึกษาว่ากรณีการฟุ้งขายสินค้าต่างๆ ในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันแก่ผู้ประกอบการสามารถทำได้มากน้อยแค่ไหน และมีกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของประเทศไทยหรือไม่ที่ให้อำนาจแก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันที่จะกระทำได้ รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบว่าในต่างประเทศมีกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ที่ให้อำนาจบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการฟุ้งขายสินค้าได้มากน้อยแค่ไหนอย่างไร และศึกษาว่ากฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของต่างประเทศนั้นเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น (Exclusive Dealing) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการทำสัญญาตกลงกันระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบจะทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันหรือทำธุรกิจบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับสถานีบริการน้ำมัน เช่น ธุรกิจ Non-oil กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้น จะไม่ไปทำธุรกิจกับบริษัทคู่แข่งซึ่งทำธุรกิจประเภทเดียวกันกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันโดยเด็ดขาด เช่น การกำหนดว่าผู้ประกอบการจะเปิดสถานีบริการน้ำมันเฉพาะกับแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้นจะไม่ไปเปิดสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์อื่นซึ่งเป็นคู่แข่งของบริษัทผู้ค้าน้ำมันโดยเด็ดขาด หรือ บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าหากผู้ประกอบการต้องการเปิดร้านกาแฟในสถานีบริการน้ำมันจะต้องเปิดร้านกาแฟในแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือในแบรนด์ของบริษัทในเครือของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดเงื่อนไขแบบนี้ส่งผลให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันรายอื่นๆ หรือกาแฟในแบรนด์อื่นๆ ตกอยู่ในสถานะที่ถูกปิดกั้น (Foreclose) ไม่สามารถที่จะกระจายสินค้าของเขาได้ และผลกระทบที่ตามมาคืออุปสรรคต่อการเข้ามาเพื่อทำธุรกิจในตลาดสถานีบริการน้ำมันเพื่อการแข่งขันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหม่เป็นอย่างมากซึ่งในกรณีนี้ข้าพเจ้าจะทำการศึกษาว่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันสามารถกำหนดให้ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันรวมถึงธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องได้เฉพาะแต่แบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือแบรนด์ที่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้นได้มากน้อยเพียงใด และในการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองนั้นก็มีกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของประเทศไทยหรือไม่ที่ให้อำนาจแก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันที่

จะกระทำได้ รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบว่าในต่างประเทศมีกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ที่ให้อำนาจบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้นได้มากน้อยแค่ไหนอย่างไร

การกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่การขาย (Customer and Territorial Division) ซึ่งการกำหนดตัวลูกค้าหรือพื้นที่การค้านั้น เป็นพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก ซึ่งผู้ผลิตในกรณีนี้ได้แก่ บริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ค้าปลีกได้แก่ ผู้ประกอบการ กล่าวคือบริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจกำหนดให้ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งแต่เพียงผู้เดียวจำหน่ายสินค้าได้แก่การเปิดสถานีบริการน้ำมันในท้องที่ใดท้องที่หนึ่ง ซึ่งข้อตกลงในลักษณะเช่นนี้จะส่งผลให้ผู้ประกอบการรายนั้นได้รับความคุ้มครองไม่ต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นที่จะขายสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าเดียวกัน และขณะเดียวกันก็จะทำให้ผู้ประกอบการรายนั้นกลายเป็นผู้ผูกขาดการขายสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าดังกล่าวในท้องที่นั้นๆ เช่น บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบ A เท่านั้นที่สามารถเปิดสถานีบริการน้ำมันได้เพียงผู้เดียวในเขตพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง โดยผู้ประกอบการรายอื่นแม้จะเป็นผู้ลงทุนในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเดียวกันก็ตาม ก็ไม่สามารถเข้าไปเปิดสถานีบริการน้ำมันในเขตพื้นที่นั้นได้ ซึ่งการกระทำดังกล่าวอาจเป็นการขัดกับกฎหมายแข่งขันทางการค้าซึ่งในกรณีนี้ข้าพเจ้าจะทำการศึกษาว่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันสามารถกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่ในการขายให้เฉพาะผู้ประกอบการรายเดียวในท้องที่ใดท้องที่หนึ่งได้มากน้อยเพียงใด และในการกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่เฉพาะมีกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของประเทศไทยหรือไม่ที่ให้อำนาจแก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันที่จะกระทำได้ รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบว่าในต่างประเทศมีกฎหมายให้อำนาจบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่ได้มากน้อยแค่ไหนอย่างไร และศึกษาว่ากฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของต่างประเทศนั้นเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

การกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำของการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง กล่าวคือเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันบางรายอาจมีการกำหนดว่าผู้ประกอบการต้องขายน้ำมันในแต่ละเดือนให้ได้ปริมาณขั้นต่ำเท่าไร และหากไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดเอาไว้ บริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจมีสิทธิเลิกสัญญา หรือไม่ต่อสัญญาที่ให้สิทธิผู้ประกอบการในการดำเนินการสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ตนเอง เช่น บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าผู้ประกอบการทุกรายที่ได้รับสิทธิดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของตนต้องมียอดขายน้ำมันไม่น้อยกว่าเดือนละ 200,000 ลิตร เป็นต้น ซึ่งกรณีดังกล่าวนี้อาจไม่ใช่กรณีที่เป็นการกีดกันการแข่งขันทางการค้าแต่อาจเป็นกรณีที่เข้าข่ายว่ามีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เพราะการกำหนดเงื่อนไขในลักษณะนี้เป็นกรณีที่นำสงสัยว่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดข้อสัญญาดังกล่าวในลักษณะที่ไม่เป็นธรรม เอาเปรียบ

ผู้ประกอบการมากเกินความจำเป็นหรือไม่ ดังนั้นข้าพเจ้าจะทำการศึกษาว่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันสามารถกำหนดเงื่อนไขในลักษณะดังกล่าวนี้ในสัญญาที่ทำกับผู้ประกอบการในการให้สิทธิดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันว่าสามารถกำหนดเอาไว้ในสัญญาโดยมีขอบเขตให้ทำได้มากน้อยแค่ไหนเพียงไร โดยทำการศึกษาจากกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ในต่างประเทศ และศึกษาว่ากฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ของต่างประเทศนั้นเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

ดังนั้นในวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะทำการศึกษาว่าคำว่า การไม่สร้างข้อจำกัดเกินกว่าความเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น ตามที่บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 56 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้านั้นมีขอบเขตกว้าง แคบ มากน้อยแค่ไหนอย่างไร และจะใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณาคำว่า ประโยชน์ข้างต้น เพราะเนื่องจากมาตรา หากพิจารณาในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะธุรกิจแฟรนไชส์การพิจารณาข้อยกเว้นจึงต้องพิจารณาเริ่มจากมาตรา 56 (3) ซึ่งไม่ได้มีการกำหนดเอาไว้ว่าประโยชน์ข้างต้นที่หมายถึงนั้น หมายถึงประโยชน์ในเรื่องใด และในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ไม่ได้มีการบัญญัติเอาไว้อย่างชัดเจนในเรื่องของขอบเขตเรื่องการไม่สร้างข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็น เพราะหากได้ทำการศึกษาค้นคว้าได้ทราบขอบเขตที่แน่ชัดโดยเปรียบเทียบกับแนวทางคำตัดสินและกฎหมายของต่างประเทศแล้วก็จะทำให้ทราบได้ว่าข้อสัญญาที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ทำกับผู้ประกอบการนั้นสามารถกำหนดขอบเขตและเงื่อนไขในเรื่องต่างๆ ได้มากน้อยเพียงใดจึงจะไม่ถือว่าเป็นการสร้างข้อจำกัดในสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันของผู้ประกอบการที่เกินกว่าความจำเป็นโดยพิจารณาร่วมกับประโยชน์ที่ได้จากข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวคิด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาว่าการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันสามารถกำหนดได้มากน้อยเพียงใดจึงจะไม่ขัดกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 และมีหลักเกณฑ์และขอบเขตในการกำหนดอย่างไร

2. เพื่อศึกษาว่าการพ่วงขายสินค้าอื่นของบริษัทผู้ค้าน้ำมันให้แก่ผู้ประกอบการสามารถพ่วงขายสินค้าอื่นนอกเหนือจากสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องการซื้อจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเพื่อมาจำหน่ายได้หรือไม่ และหากทำได้จะสามารถพ่วงขายสินค้าอื่นได้มากน้อยเพียงใดจึงจะไม่ขัดกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 โดยมีหลักเกณฑ์และขอบเขตในการพ่วงขายอย่างไร

3. เพื่อศึกษาว่าการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเฉพาะกับตนเองเท่านั้นสามารถทำได้หรือไม่ และหากทำได้จะสามารถกำหนดให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันได้เฉพาะกับตนเองเท่านั้นได้มากน้อยเพียงใดจึงจะไม่ขัดกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 โดยมีหลักเกณฑ์และขอบเขตอย่างไร

4. เพื่อศึกษาว่าการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งสามารถดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของตนได้แต่เพียงผู้เดียวในท้องที่ใดท้องที่หนึ่งโดยเฉพาะสามารถทำได้หรือไม่ และหากทำได้จะสามารถกำหนดให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันได้ในท้องที่ใดท้องที่หนึ่งโดยเฉพาะได้มากน้อยเพียงใดจึงจะไม่ขัดกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 โดยมีหลักเกณฑ์และขอบเขตอย่างไร

5. เพื่อศึกษาว่าการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดปริมาณขั้นต่ำในแต่ละเดือนที่ผู้ประกอบการต้องจำหน่ายได้ สามารถทำได้หรือไม่ ในกรณีที่มีข้อกำหนดดังกล่าวอยู่ในสัญญาจะเป็นการขัดกับพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 หรือไม่ และหากกำหนดข้อกำหนดดังกล่าวนี้ได้จะกำหนดได้ในขอบเขตมากน้อยเพียงใด โดยมีหลักเกณฑ์ใดในการควบคุมการกำหนดข้อสัญญาในลักษณะดังกล่าว

6. เพื่อหาขอบเขตของคำว่า การไม่สร้างข้อจำกัดเกินกว่าความเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น ตามที่บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 56 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้านั้นมีขอบเขตและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอย่างไร

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

บทบัญญัติ มาตรา 56 (3) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าเรื่องแนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจอันเป็นการผูกขาดหรือ ลดการแข่งขันหรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ.2561 บทบัญญัติ มาตรา 57 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 และประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่องแนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแพรนไฮส์ ยังไม่มีความชัดเจนว่าอะไรคือ ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็น เพราะฉะนั้นจากการศึกษากฎหมายและแนวคำพิพากษาของต่างประเทศจะทำให้ข้อสัญญาอันมีลักษณะที่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันที่เกินกว่าความจำเป็นมีความชัดเจนขึ้นมา

1.4 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1. วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จำกัดขอบเขตของการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันทางการค้าของบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560 อันได้แก่ การกำหนดราคาขายปลีก การพ่วงขายสินค้าอื่น การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น การกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่การขาย เนื่องจากพฤติกรรมที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้กระทำต่อผู้ประกอบการดังที่กล่าวนั้นอาจเข้าข่ายเป็นการกระทำที่ขัดกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560 โดยการศึกษาเปรียบเทียบในทางกฎหมายและในทางปฏิบัติกับต่างประเทศว่ามีแนวทางอย่างไร

2. ศึกษาการกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำของการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามนั้นสามารถทำได้หรือไม่ และการกำหนดในลักษณะดังกล่าวถือว่าเป็นพฤติกรรมในทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและขัดกับพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 หรือไม่อย่างไร โดยการศึกษาเปรียบเทียบในทางกฎหมายและในทางปฏิบัติกับต่างประเทศว่ามีแนวทางอย่างไร

1.5 วิธีการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาวิจัยจะใช้วิธีค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลแบบวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยทำการศึกษาจากเอกสาร บทความ และหนังสือต่างๆ เช่น หนังสือกฎหมายและเศรษฐศาสตร์ บทความในวารสารต่างๆ ทั้งทางนิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์และเศรษฐกิจ ตลอดจนตัวบทกฎหมาย แนวคำวินิจฉัยของหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายและคำพิพากษาของศาลที่เกี่ยวข้องทั้งของต่างประเทศและของประเทศไทย โดยนำข้อมูลที่ได้รวมทั้งหลักการพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการวิเคราะห์ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันและมาตรการทางกฎหมายที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมพฤติกรรมที่เป็นการต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันที่ส่งผลกระทบในแง่ลบต่อการแข่งขัน เพื่อให้เห็นปัญหาที่เกิดจากมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ขอบเขตและเป้าหมายของการยกเว้นให้สามารถตกลงร่วมกันที่มีลักษณะเป็นการต่อต้านการแข่งขันระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันได้

2. เพื่อเข้าใจหลักการและแนวทางปฏิบัติในเรื่องการตกลงร่วมกันที่มีลักษณะเป็นการต่อต้านการแข่งขันในต่างประเทศว่ามีแนวทางปฏิบัติอย่างไร และถ้าแนวทางปฏิบัตินั้นเป็น

ประโยชน์และเหมาะสมกับสภาพธุรกิจสถานีสบริการน้ำมันในประเทศไทย ก็จะเสนอแนะแนวทางในการนำแนวปฏิบัตินั้นมาใช้ในประเทศไทย

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาและปรับใช้กฎหมาย ในเรื่องของพฤติกรรม การต่อต้านการแข่งขันระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการ ในธุรกิจสถานีสบริการน้ำมัน ตามมาตรา 56 (3) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560



บทที่ 2

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย

2.1 ประวัติศาสตร์กฎหมายไทยเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า

ในยุคสุโขทัยซึ่งเป็นยุคของกฎหมายไทยเดิมแท้ๆ มีกฎหมายยอมรับในหลักเสรีภาพแห่งการค้า แต่ไม่มีหลักฐานว่ามีหลักกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำอันเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าหรือผูกขาด แม้ในสมัยอาณาจักรอยุธยาที่กฎหมายไทยเริ่มรับอิทธิพลจากกฎหมายอินเดีย จนถึงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ก็ได้มีการกล่าวถึงหลักกฎหมายที่ห้ามการจำกัดการแข่งขันทางการค้าหรือการผูกขาดไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยเป็นรูปแบบของระบบเศรษฐกิจแบบเกษตรกรรมเพื่อยังชีพมิใช่รูปแบบการผลิตเพื่อการค้า ระบบทุนนิยมและรูปแบบการผลิตเพื่อการค้าเพิ่งเข้ามาสู่ประเทศไทยใน พ.ศ. 2398 (ค.ศ.1955) ซึ่งเป็นปีที่ทำสนธิสัญญาเบาริ่งกับประเทศอังกฤษหรือสมัยรัชกาลที่ 4¹

ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ยุคกฎหมายสมัยใหม่ (modern law) ในสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ.2437 ประเทศไทยได้รับอิทธิพลทั้งจากกฎหมายอังกฤษ ที่ใช้กฎหมายระบบคอมมอนลอว์ (Common law) และกฎหมายภาคพื้นยุโรป ที่ใช้กฎหมายระบบซีวิลลอว์ (Civil law) โดยประเทศไทยได้ประกาศใช้ประมวลกฎหมายลักษณะอาญา ในปี พ.ศ.2451 ซึ่งนับว่าเป็นประมวลกฎหมายฉบับแรกของไทย และประเทศไทยมีประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์บังคับใช้ครบ 6 บรรพ ในปีพ.ศ.2478 จากการปฏิรูปกฎหมายไทยเข้าสู่กฎหมายสมัยใหม่ในแบบประมวลกฎหมาย กว่าประเทศไทยจะมีประมวลกฎหมายอาญาและประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์บังคับใช้ ที่ถือเป็นประมวลกฎหมายสำคัญก็ล่วงเวลาไปถึงยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ดังนั้นประมวลกฎหมายที่สำคัญรองลงมาอย่างกฎหมายแข่งขันทางการค้าจึงยังไม่ปรากฏ²

จนกระทั่งช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ สินค้าอุปโภคบริโภคขาดแคลน ผู้ผลิตและผู้ขายจำนวนมากฉวยโอกาสกักตุนสินค้า และเพิ่มราคาสินค้าอย่างไม่เป็นธรรม มีการรวมกลุ่มตั้งสมาคมการค้าเพื่อสร้างอำนาจเหนือตลาด ทำให้ประชาชนชาวไทยเดือดร้อนเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควรพ.ศ.2480 เพื่อควบคุม

¹ แสง บุญเฉลิมวิภาส, ประวัติศาสตร์กฎหมายไทย (กรุงเทพฯ: วิญญูชน 2545) หน้า 67

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 245-246.

ราคาสินค้าและป้องกันการรวมตัวกันกำหนดราคาสินค้าตามใจชอบในสถานการณ์ฉุกเฉิน เกิดสงครามหรือมีการประกาศใช้กฎอัยการศึก แต่กฎหมายจะไม่ครอบคลุมถึงสภาวะการณ์ปกติ ทำให้พระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควรได้มีการแก้ไข 2 ครั้งในปีพ.ศ.2483 และ พ.ศ.2484 จนกระทั่งถูกยกเลิกไปเมื่อรัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควรฉบับใหม่ ในปีพ.ศ. 2490 ขึ้นใช้แทน ซึ่งกฎหมายฉบับใหม่ได้เปลี่ยนวิธีป้องกันการค้ากำไรเกินควรใหม่ โดยกำหนดให้การค้ากำไรเกินควรเป็นสิ่งผิดกฎหมายไม่ว่าการเมือง เศรษฐกิจอยู่ในสภาวะการณ์ใดก็ตาม และได้มีการแก้ไขกฎหมายอีกครั้ง ในปี พ.ศ.2517 จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติการค้ากำไรเกินควรมีตั้งแต่ พ.ศ.2490-2517 คู่แข่งของผู้บริโภคได้เฉพาะกรณีที่มีการตั้งราคาสินค้าไว้สูงเกินไป แต่ไม่ได้มุ่งคุ้มครองการแข่งขัน และไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้ในกรณีที่ผู้ผลิตรายเดียวในตลาดผูกขาดใช้อำนาจบิดเบือนกลไกตลาดได้³

ต่อมาพระราชบัญญัติการค้ากำไรเกินควรได้ถูกยกเลิก ทั้งนี้เหตุผลในการประกาศยกเลิกพระราชบัญญัติการป้องกันการค้ากำไรเกินควรพ.ศ.2517 และให้ใช้พระราชบัญญัติกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด ปีพ.ศ.2522 มีอยู่ว่า “โดยที่กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการค้ากำไรเกินค่าที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันมีบทบัญญัติที่ไม่รัดกุมเหมาะสมและเพียงพอที่จะรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคและป้องกันมิให้ราคาสินค้าและค่าบริการต่างๆ สูงขึ้นโตนรวดเร็วเกินสมควร ประกอบกับไม่มีบทบัญญัติควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการรวมตัวกันกำหนดราคาสินค้าและบริการและไม่มีบทบัญญัติป้องกันการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ สมควรยกเลิกกฎหมายดังกล่าวและมีกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดขึ้น เพื่อควบคุมการกำหนดราคาสินค้าให้เป็นธรรมและป้องกันการผูกขาดและการจำกัดการแข่งขันในการประกอบธุรกิจจึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้”⁴

จุดเริ่มต้นของกฎหมายป้องกันการผูกขาดและการแข่งขันทางการค้าของไทย

ประเทศไทยเริ่มต้นพัฒนาเกี่ยวกับกฎหมายป้องกันการผูกขาด อันจะใช้เป็นหลักเพื่อส่งเสริมและธำรงไว้ซึ่งการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ ด้วยการมีกฎหมายควบคุมราคาสินค้ามาก่อน อันได้แก่พระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควร พ.ศ.2480 ต่อมาได้ถูกยกเลิกด้วยพระราชบัญญัติป้องกันการค้ากำไรเกินควร พ.ศ.2490 ซึ่งต่อมามีการแก้ไขในปี พ.ศ.2517 ด้วยพระราชบัญญัติกำหนดราคา

³ แสวง บุญเฉลิมวิภาส, ประวัติศาสตร์กฎหมายไทย, หน้า 38

⁴ ศักดา ธนิตกุล, คำอธิบายและกรณีศึกษา พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2553). หน้า 20-22

สินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ.2522 กฎหมายฉบับนี้ยังคงหลักการเดิมที่รัฐสามารถเข้าแทรกแซงในการควบคุมสินค้าในตลาดเป็นเหมือนอย่างที่แล้วมาเมื่อ 50 ปีก่อน ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ไม่เพียงแต่พัฒนาวิธีการให้มีความเหมาะสมรัดกุมมากยิ่งขึ้นเท่านั้น แต่ยังมีมาตรการใหม่ คือมาตรการป้องกันการผูกขาด มาตรการนี้นับว่าเป็นมาตรการที่สำคัญที่มีขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่มุ่งจัดโครงสร้างของตลาดให้มีการแข่งขัน อันจะทำให้ปัญหาการรวมตัวกันของผู้ประกอบการในการประกอบกิจการน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรวมตัวกันเพื่อกำหนดราคาสินค้าที่ทำให้ประชาชนชาวไทยได้รับความเดือดร้อนเป็นอย่างมาก แม้รัฐจะใช้มาตรการอันเข้มงวดต่อการควบคุมด้านราคาแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าใดนัก ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า เพราะเป็นการแก้ไขที่ปลายเหตุ ไม่สามารถต่อสู้กับอำนาจทางเศรษฐกิจที่บรรดาผู้ประกอบการมีอยู่ในตลาดที่สามารถควบคุมราคาสินค้าและปริมาณสินค้าได้ บรรดาผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดไม่ดำเนินกิจการในลักษณะของการแข่งขันอย่างแท้จริง มีการใช้อำนาจอย่างไม่เป็นธรรม มาตรการต่างๆในส่วนที่เกี่ยวกับการป้องกันการผูกขาดที่ปรากฏในพระราชบัญญัติกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดพ.ศ. 2522 ไม่ต่างจากกฎหมายของนานาประเทศที่เข้าควบคุมพฤติกรรมของบรรดาผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาด ไม่ให้กระทำการอันเป็นการจำกัดการแข่งขันระหว่างกัน หรือแสวงหากำไรได้มาซึ่งอำนาจตลาดโดยมิชอบโดยการควบกิจการ หรือการกระทำอันเป็นการทำลาย ทำให้เสียหาย ชัดขวาง หรือจำกัดการแข่งขันของผู้ประกอบการอื่น เป็นต้น มาตรการเหล่านี้เป็นมาตรการที่ต้องการให้กระบวนการแข่งขันสามารถดำเนินต่อไปได้ ไม่ถูกจำกัดโดยผู้ที่มีอำนาจในตลาด อันจะมีผลทำให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของประเทศในการผลิตและการจำหน่ายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างแท้จริงเป็นการคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภคที่สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น

2.2 หลักการทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า

2.2.1 แนวความคิดพื้นฐาน

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเนื่องจากพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 มีเนื้อหาและการบังคับใช้ที่อาจส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการและพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ (Economic Behaviors) ขององค์กรธุรกิจต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการกระทำต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันอย่างเสรีในตลาด และการกระทำต่างๆ เหล่านี้ย่อมจะต้องตกอยู่ภายใต้บังคับของหลักเกณฑ์ที่พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 กำหนดไว้ ดังนั้นหากจะพิจารณาว่าการกระทำใดของผู้ประกอบการเป็นการกระทำที่เป็นปฏิปักษ์ต่อพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 หรือไม่ ย่อมต้องมีความ

เข้าใจในเรื่องของหลักเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้าเสียก่อน จึงจะสามารถตอบคำถามต่างๆ ที่ได้ตั้งขึ้นในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้

ในการทำความเข้าใจในเรื่องของหลักเศรษฐศาสตร์นั้น ต้องทำความเข้าใจในคำว่า ตลาดเสียก่อน เพราะเนื่องจากหลักการต่างๆ ในเศรษฐศาสตร์นั้นเป็นการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ขายและผู้ซื้อในตลาดสินค้าใดๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเหตุผลต่างๆ ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในตลาดสินค้านั้นๆ

คำว่า ตลาด (Market) ในวิชาเศรษฐศาสตร์และในความหมายของคนทั่วไปมีความแตกต่างกัน เพราะคำว่าตลาดในความหมายของคนทั่วไปนั้น หมายความว่า สถานที่ ซึ่งจัดเอาไว้เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันโดยอาจมีสินค้าหรือตัวอย่างสินค้าต่างๆ มาแสดงให้ผู้ซื้อได้ดูเพื่อการตัดสินใจในการซื้อ ยกตัวอย่างเช่น ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดสัมมากร เป็นต้น แต่คำว่า ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะหมายถึง การกระทำในบริบทที่มีการตกลงซื้อขายสินค้า บริการกันระหว่าง ผู้ซื้อ และผู้ขาย แต่ตลาดตามความหมายในทางเศรษฐศาสตร์นี้ผู้ซื้อและผู้ขายอาจไม่จำเป็นต้องมาพบปะกันโดยตรงไม่จำเป็นต้องมีสถานที่ตั้งในการขายหรืออาณาเขตในการขายที่แน่นอน เพราะเพียงหากมีการตกลงซื้อขายกันสินค้าหรือบริการชนิดใดเกิดขึ้นแล้วก็ถือว่าเกิดตลาดเกิดขึ้นแล้วเช่นเดียวกัน

องค์ประกอบที่สำคัญของตลาดจะต้องมี ผู้ซื้อ ผู้ขาย และสินค้าหรือบริการที่จะตกลงซื้อขายกันผู้ซื้อกับผู้ขายอาจจะมาพบปะกัน ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่งหรืออาจจะอยู่ไกลกันคนละมุมโลกก็ได้ สินค้าหรือบริการที่ตกลงซื้อขายกันอาจไม่จำเป็นต้องส่งมอบและชำระเงินกันในทันทีก็ได้ หากมีการตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการชนิดใดก็มักจะเรียกชื่อตลาดตามชื่อสินค้านั้น⁵ เช่น ตกลงซื้อขายรถจักรยานยนต์ ก็เรียก "ตลาดรถจักรยานยนต์" เป็นต้น หรืออาจเรียกตามประเภทของสินค้าหรือทรัพย์ที่ซื้อขายกันโดยรวม ไม่เจาะจงว่าเป็นสินค้าชนิดใด เช่น ตลาดการเงิน ตลาดแรงงาน เป็นต้น นอกจากนั้นสินค้าแต่ละชนิดอาจแยกพิจารณาตามขอบเขตหรือบริเวณที่มีการตกลงซื้อขายกันหรือเฉพาะส่วนที่ต้องการพิจารณาได้อีก เช่น ตลาดโลก ตลาดต่างประเทศ เป็นต้น

ดังนั้น "ตลาด" เป็นขอบเขตในการซื้อและขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคและผู้ขายสามารถติดต่อและทำความตกลงในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันได้⁶

⁵ ภราดร ปริดาศักดิ์, หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550). หน้า 207

⁶ จรินทร์ เทศวานิช, หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2537). หน้า 35

ระบบเศรษฐกิจแบบตลาดจะมีแนวความคิดพื้นฐานคือ ตลาดทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ได้แก่ ที่ดิน ทุน แรงงาน ผู้ประกอบการ และเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอย่างไม่มีจำกัดของมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นรัฐไม่ควรเข้าไปแทรกแซงในกลไกของตลาดควรปล่อยให้กลไกตลาดทำงานเอง โดยมีมือที่มองไม่เห็น (Invisible Hand) ที่จะทำให้มีการนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งในทางทฤษฎีนั้นกลไกตลาดจะปรับปรุงกลไกตลาดด้วยตัวเอง เช่น มีผู้ประกอบการผูกขาดสินค้าโดยการตั้งราคาที่สูงกว่าปกติ ซึ่งจะทำให้ได้กำไรเยอะ ถือว่าเป็นการค้ำกำไรเกินควรนั้น จะส่งผลให้ผู้ประกอบการรายอื่นตั้งราคาที่ต่ำกว่า ผู้บริโภคก็จะมีซื้อสินค้าของผู้ประกอบการรายหลังนี้มากกว่าเพราะได้ราคาที่ถูกกว่า ผู้ประกอบการรายแรกจึงจำเป็นต้องลดราคาสินค้าลงมาก เพราะกลัวว่าหากไม่ลดราคาลงมา จะส่งผลให้ตนเองเสียส่วนแบ่งตลาดในการจำหน่ายสินค้าประเภทนั้นไป

แต่ในความเป็นจริงตั้งแต่ทศวรรษที่ 1850 เป็นต้นไปมาในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการผูกขาดในสินค้าหลายประเภท เช่น น้ำมัน น้ำตาล เหล็ก บุหรี่ เป็นต้น ซึ่งผู้ผูกขาดได้แก่บริษัทขนาดใหญ่ ส่งผลให้ประชาชนเดือดร้อนเป็นอย่างมาก อีกทั้งบริษัทขนาดใหญ่ยังได้ขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจไปครอบงำวงการเมืองในระดับสูง ซึ่งนำไปสู่การเสนอร่างกฎหมายป้องกันการผูกขาดโดยวุฒิสมาชิก Sherman จากมลรัฐโอไฮโอ และบังคับใช้เป็นกฎหมายป้องกันการผูกขาดในปี ค.ศ. 1890

ดังที่ได้กล่าวไปนั้น เหตุผลตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่ทำให้รัฐต้องเข้ามาแทรกแซงตลาดคือ ในเวลาที่ตลาดเกิดการผูกขาดแสดงให้เห็นว่า กลไกตลาดไม่ทำงานหรือตลาดล้มเหลว (Market Failure) รัฐจึงต้องมีการออกกฎหมายเพื่อเข้าไปควบคุมพฤติกรรมดังกล่าว ซึ่งได้แก่ กฎหมายป้องกันการผูกขาด และการที่รัฐจะทำให้ตลาดกลับมาเป็นตลาดที่มีการแข่งขันได้รัฐสามารถทำได้โดยสั่งให้ผู้ประกอบการที่ผูกขาดขายสินทรัพย์ของตนไปให้ผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น คำพิพากษาของศาลฎีกาประเทศสหรัฐอเมริกาที่ให้สั่งบริษัท Standard Oil ขายสินทรัพย์ออกไปทำให้เกิดบริษัทน้ำมันใหม่ 33 บริษัท แทนตลาดของบริษัทที่มีการผูกขาด เป็นต้น⁷

2.2.2 โครงสร้างตลาดในระบบเศรษฐกิจ

โครงสร้างตลาด (Market Structure) การพิจารณาถึงโครงสร้างตลาดสินค้าและบริการใดจะมีเรื่องที่ต้องพิจารณาประกอบกันดังต่อไปนี้จำนวนและขนาดของผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดลักษณะ

⁷ ศักดา ธนิตกุล, คำอธิบายและกรณีศึกษา พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 หน้า 37-38

ของสินค้าและความแตกต่างกันแห่งสินค้าอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดลักษณะความสัมพันธ์ในระดับ
แนวตั้ง คือ การติดต่อกับลูกค้า อันได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไปและกับผู้ส่งสินค้า
(Supplier) ได้มีการจัดแบ่งโครงสร้างตลาดออกเป็นหลายประเภท ดังต่อไปนี้⁸

ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market)⁹ คือ ตลาดในอุดมคติของระบบ
เศรษฐกิจแบบตลาด โดยเป็นตลาดที่มีลักษณะสำคัญดังนี้มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากจนทำให้
ผู้ประกอบการแต่ละรายไม่มีอิทธิพลต่อกัน ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละคนไม่สามารถกำหนดราคา
สินค้าได้เองต้องถือเอาตามราคาตลาดเป็นของตนเอง (Price Taker)¹⁰ และไม่สามารถตั้งราคาให้สูง
กว่าราคาตลาดอันจะทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคนำไปซื้อสินค้าจากผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าจาก
ผู้ประกอบการอื่นสินค้าในตลาดมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous) ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคน
ไม่เห็นข้อแตกต่างในสินค้าทำให้สามารถเลือกซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการรายใดก็ได้ การที่ผู้ประกอบการ
ไม่สามารถสร้างความแตกต่างในสินค้าได้ ย่อมทำให้ไม่มีอำนาจกำหนดราคาต่างไปจากราคาตลาดได้
(Market Price)¹¹ หมายความว่า ในสายตาของผู้ซื้อเห็นว่าสินค้าดังกล่าวของผู้ขายแต่ละรายไม่
แตกต่างกัน จะซื้อจากผู้ขายรายใดก็ได้ที่ตรงกับราคาที่ขายตามราคาตลาด¹² ไม่มีอุปสรรคต่อการเข้าสู่
ตลาดของผู้ประกอบการ ปัจจัยการผลิตทุกชนิดมีการเคลื่อนย้ายได้อย่างสมบูรณ์ทุกฝ่ายที่อยู่ในตลาด
ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีความรู้ข้อมูลข่าวสารในตลาดเป็น
อย่างดี¹³ ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละคนดำเนินนโยบายโดยอิสระปราศจากการตกลงร่วมกันหรือมีการสร้าง
ข้อจำกัดการแข่งขันขึ้นมา (Absence of Collusion or Artificial Restraint) โดยผู้ผลิตแต่ละรายจะ
เป็นผู้ตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าระดับไหนโดยไม่คำนึงถึงปฏิกิริยาของผู้ผลิตรายอื่นๆ ในตลาด ไม่มีการตกลง
ร่วมกันเกิดขึ้นในระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย¹⁴ และต้องไม่มีข้อจำกัดจากรัฐบาล ในเรื่องปริมาณการ

⁸ สุธีร์ ศุภนิตย์ แก้ไขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวิศิษฐ์, หลักการและกฎเกณฑ์แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555). หน้า 20

⁹ ศักดา ธนิตกุล, คำอธิบายและกรณีศึกษา พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. หน้า 39

¹⁰ ถือได้ว่าเป็นราคาตลาด เกิดจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด

¹¹ สุธีร์ ศุภนิตย์ แก้ไขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวิศิษฐ์, หลักการและกฎเกณฑ์แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า หน้า 20-21

¹² ศักดา ธนิตกุล, คำอธิบายและกรณีศึกษา พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. หน้า 40

¹³ สุธีร์ ศุภนิตย์ แก้ไขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวิศิษฐ์, หลักการและกฎเกณฑ์แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า หน้า 21

¹⁴ ศักดา ธนิตกุล, คำอธิบายและกรณีศึกษา พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. หน้า 40

ผลิต การรักษาระดับราคา ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดโดยง่าย และผู้ผลิตรายเดิมก็ออกจากตลาดได้โดยง่ายเช่นเดียวกัน

อาจกล่าวได้ว่าตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างสมบูรณ์ไม่มีอยู่ในโลกของความเป็นจริง ซึ่งเป็นรูปแบบของตลาดที่แสดงให้เห็นว่าไม่มีผู้ใดที่สามารถสร้างอำนาจเหนือตลาดได้ และราคาสินค้าจะเป็นราคาตลาดอย่างแท้จริงที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้

ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfectly Competitive Market)¹⁵

ตลาดประเภทนี้ในทางเศรษฐศาสตร์สามารถแบ่งออกเป็นประเภทย่อยได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

ตลาดผูกขาดหรือตลาดผู้ขายรายเดียว (Pure Monopoly)

ตลาดประเภทนี้จะมีลักษณะที่ตรงข้ามกับตลาดแข่งขันอย่างสมบูรณ์โดยสิ้นเชิง กล่าวคือ มีผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ผลิตสินค้าในตลาดสินค้านั้น โดยที่ไม่มีสินค้าของผู้ประกอบการรายอื่นมาทดแทน (Substitute)¹⁶ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเดียวนี้มีอำนาจผูกขาดทำให้สามารถกำหนดราคาและปริมาณของสินค้าได้โดยสมบูรณ์ เช่น การจำหน่ายไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาดหรือตลาดผู้ขายมากมาย (Monopolistic Competition)

เป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการมากมายแต่ไม่มากเท่าที่มีการแข่งขันสมบูรณ์และสินค้าทดแทนกันได้ ไม่ใช่เหมือนกันทุกประการหรือไม่สามารถทดแทนกันไม่ได้เสียเลย¹⁷ ซึ่งสินค้าที่นำออกจำหน่ายจะเป็นสินค้าในประเภทเดียวกันแต่มีลักษณะที่แตกต่างกันอยู่ เช่น โปมล้างหน้าในแต่ละแบรนด์อาจมีสรรพคุณในการดูแลรักษาผิวหน้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาของโพลล้างหน้าที่แตกต่างกันได้ เป็นต้น

ทั้งนี้เนื่องจากว่าสินค้าในตลาดประเภทนี้มีความแตกต่างกันไม่มากนักส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละรายไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าในประเภทเดียวกันนี้ให้มีราคาสูงเกินไปกว่าผู้ประกอบการรายอื่นได้ เพราะจะส่งผลให้ผู้บริโภคไปเลือกใช้สินค้าแบรนด์อื่นที่ประเภทเดียวกันและราคาที่ต่ำกว่าได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสภาพการณ์เช่นนี้จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการขึ้น

¹⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 42

¹⁶ สุธีร์ ศุภนิธย์ แก้วไขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวินิชฎ์, หลักการและกฎเกณฑ์แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า หน้า 21

¹⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 21

ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เป็นตลาดแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ที่อยู่ระหว่างตลาดผูกขาดและตลาดผู้ขายมากมาย การแข่งขันในตลาดผู้ขายมากมายเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ขายจำนวนมากราย¹⁸ ซึ่งจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

มีผู้ผลิตหรือผู้ขายจำนวนน้อยราย แต่ไม่อาจจะระบุจำนวนให้ชัดเจนได้ซึ่งเป็นผลให้ผู้ผลิตแต่ละรายมีส่วนค่อนข้างสูง สาเหตุที่ทำให้เกิดตลาดผู้ขายน้อยราย เช่น ผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาดำเนินการแข่งขันไม่ได้เพราะถูกกีดกันจากผู้ผลิตเดิมที่อยู่ในตลาดและการควบคุมกิจการ เป็นต้น¹⁹

สินค้าที่ผู้ผลิตในตลาดผู้ขายน้อยรายอาจเป็นสินค้าที่มีลักษณะที่แทบจะเหมือนกันทุกประการจนจัดเป็นมาตรฐานเดียวกันหรืออาจเป็นสินค้าที่แตกต่างกันแต่ใช้ทดแทน กันได้ เช่นเดียวกันกับสินค้าในตลาดผู้ขายมากมายก็ได้²⁰ ยกตัวอย่างของสินค้าในตลาดประเภทนี้ได้แก่ น้ำมัน เหล็ก ซีเมนต์ หรือสินค้าที่มีลักษณะที่แตกต่างกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น รถยนต์ สบู่ โทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดได้ยาก ถึงแม้ว่าโดยทฤษฎีจะบอกว่าการแข่งขันเป็นไปโดยเสรี แต่ในทางปฏิบัติจริง ๆ นั้นเป็นไปได้ยากซึ่งมีสาเหตุต่างๆ เช่น เทคนิคการผลิตอาจยุ่งยากซับซ้อน การผลิตอาจต้องใช้ต้นทุนสูงมาก หรือไม่มีโอกาสสร้างชื่อเสียงของสินค้าให้ทัดเทียมพอที่จะแข่งขันกับผู้ขายเดิมอุตสาหกรรมที่มีน้อยรายแต่มีศักยภาพมากกว่าได้ เป็นต้น²¹

ในตลาดผู้ขายน้อยรายนั้นจะมีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการทุกรายอาจมีส่วนแบ่งไม่มากนัก แต่จะมีส่วนแบ่งที่ใกล้เคียงกัน ไม่มีผู้มีอำนาจเหนือตลาดเพราะต่างฝ่ายต่างก็ต้องการอำนาจซึ่งกันและกัน เมื่อเป็นเช่นนั้นผู้ประกอบการจึงมักที่จะเลี่ยงการแข่งขันในตลาดโดยการตกลงร่วมกันตั้งแต่สองรายขึ้นไป แต่ทั้งนี้ หากมีผู้ประกอบการรายใดมีส่วนแบ่งตลาดหากจากผู้ประกอบการรายอื่นอย่างมาก ก็อาจทำให้ผู้ประกอบการรายนั้นมีอำนาจเหนือตลาดและสามารถกระทำการใดๆ โดยไม่ต้องคำนึงถึงผู้ประกอบการรายอื่นก็ได้

¹⁸ คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า, เอกสารการสนทนาศุติวิชา การคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า (ปากเกร็ด นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2560). หน้า 13-14.

¹⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 13-14

²⁰ คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า, เอกสารการสนทนาศุติวิชา การคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า. หน้า 13-15

²¹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 13-15

อนึ่ง ลักษณะผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตในประเภทนี้อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ ถ้าเหมือนกัน เรียกว่า “ตลาดผู้ขายน้อยรายแบบแท้จริง” (Pure Oligopoly) เช่น เหล็ก น้ำมันเชื้อเพลิง ในกรณีนี้โอกาสที่ผู้ผลิตจะแข่งขันกันในรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ใช่ราคา (Non-price Competition) จะเกิดขึ้นค่อนข้างน้อย แต่ถ้าผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันซึ่งเรียกว่า “ตลาดผู้ขายน้อยรายที่ต่างกัน” (Differentiated Oligopoly) จะมีความเป็นไปได้ที่ผู้ผลิตจะแข่งขันกันโดยใช้กลยุทธ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ราคามาเป็นอาวุธ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของสินค้าหรือ การบริการ การโฆษณา เป็นต้น²²

อาจสรุปได้ว่าตลาดที่มีโครงสร้างที่ต่างกันอย่างนี้ ย่อมมีผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด ซึ่งถ้ามีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการมาก ผู้ประกอบการย่อมมีอำนาจในทางตลาดมากจะมีการแข่งขันที่น้อยหรือแม้กระทั่งยุติการแข่งขันในตลาดสินค้าหรือบริการประเภทนั้นๆ แต่ในทางกลับกัน หากมีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการน้อยก็จะมีการแข่งขันที่มาก หรืออาจพิจารณาได้จากประเด็นอุปสรรคในการที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่ตลาด หากมีอุปสรรคขัดขวางการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ ย่อมเข้าใจได้ว่าอาจมีการผูกขาดในธุรกิจนั้น ทั้งนี้อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดจะสามารถลดลงได้ ถ้าหากขจัดอุปสรรคของการเข้ามาในตลาดได้

ตลาดซื้อขายน้ำมันสำเร็จรูปนั้นเป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfectly Competitive Market) ซึ่งอยู่ในประเภทของตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย (oligopoly) ซึ่งตลาดประเภทนี้จะมีผู้ขายเพียงไม่กี่ราย และผู้ขายแต่ละรายจะขายสินค้าเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับปริมาณสินค้าทั้งหมดในตลาด ถ้าหากว่าผู้ขายรายใดเปลี่ยนราคาหรือนโยบายการผลิตและการขายแล้วก็จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายอื่น ๆ เช่น บริษัทผู้ขายน้ำมันในประเทศไทยซึ่งมีเพียงไม่กี่ราย ผู้ขายแต่ละบริษัทจะต้องวางนโยบายของตนให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทอื่น ๆ เพื่อที่จะดำเนินการค้าร่วมกันอย่างราบรื่น และผู้ขายทุกคนก็ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาและปริมาณสินค้าในตลาด เพราะหากบริษัทใดเปลี่ยนนโยบายการขายย่อมมีผลกระทบต่อสินค้าชนิดนั้นๆ ทั้งหมด เช่น ถ้าบริษัทใดบริษัทหนึ่งลดราคา สินค้าของคู่แข่งอื่น ก็จะต้องลดราคาลงด้วยเพื่อรักษาระดับของการขายไว้

2.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมี 2 หน่วยงานได้แก่ กระทรวงพลังงาน โดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) และ กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน

²² พลกฤษณ์ ไพรสานนท์วัฒน์กุล, "การกำหนดปริมาณผลผลิตและการตั้งราคาในโครงสร้างตลาดเพื่อการแข่งขัน," วารสารวิชาการตรีปทุม ชลบุรี ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (ธันวาคม 2549-พฤษภาคม 2550). หน้า 32

ในเรื่องของการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน หน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน คือ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน ซึ่งผู้ที่มีอำนาจในการดำเนินการควบคุมทั้งหมด ได้แก่ คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) โดยคณะกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งหมายถึงรวมถึงการกำหนดราคาน้ำมันด้วย

โดยอำนาจหน้าที่แล้วหน่วยงานที่มีหน้าที่หลักซึ่งรวมอำนาจทั้งหมดเอาไว้ในหน่วยงานเดียวเป็นหลักในพิจารณาหลักเกณฑ์ในการกำหนดโครงสร้างราคาน้ำมัน ในเรื่องของการเก็บเงินเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ในเรื่องของหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าการตลาดที่ต้องเก็บอย่างไร ซึ่งอำนาจเบ็ดเสร็จเหล่านี้จะไปรวมอยู่ที่คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) เป็นหลัก

ในส่วนของการการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการพ.ศ.2542 ซึ่งมีหน้าที่ในการรับช่วงต่อนโยบายจากกระทรวงพลังงานที่ได้มีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาน้ำมัน และส่งต่อนโยบายดังกล่าวนี้ให้กรมการค้าภายใน โดยกรมการค้าภายในจะมีหน้าที่ในการออกประกาศในการกำหนดราคาน้ำมัน ซึ่งเป็นนโยบายที่สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงานได้กำหนดออกมา อีกทั้ง กรมการค้าภายในยังมีการกำหนดมาตรการให้ผู้ค้าน้ำมันต้องมีการปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ณ สถานที่จำหน่ายและกำหนดมาตรการไม่ให้ผู้ค้าน้ำมันขายน้ำมันเกินราคาที่กำหนดอีกด้วย

ดังนั้น ในการกำหนดราคาน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันในประเทศไทยจะมีการกำหนดราคาโดยพิจารณาจากจำนวนเงินที่มีการจ่ายเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและตามโครงสร้างราคาน้ำมันที่มีการกำหนดโดยกระทรวงพลังงาน และในส่วนของการขายปลีกก็เป็นหน้าที่ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่จะกำหนดโดยคำนึงถึงโครงสร้างราคาน้ำมันประกอบกับการพิจารณาปัจจัยต่างๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายอื่นในตลาดได้

2.3.1 กระทรวงพลังงาน

กระทรวงพลังงานถือเป็นหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในการจัดสรรในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันเชื้อเพลิงโดยตรงเพราะเนื่องจาก²³ปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาด้านพลังงานเนื่องจากมีแหล่งพลังงานธรรมชาติไม่เพียงพอต่อการผลิต และการบริการของภาคเอกชนและประชาชน โดยต้องพึ่งพาพลังงานประเภทต่างๆ จากต่างประเทศโดยเฉพาะปิโตรเลียมวันละประมาณ 7 แสนบาร์เรล หรือร้อยละ 63 ของการจัดหาทรัพยากรปิโตรเลียมของประเทศ ทำให้วิกฤติการณ์

²³ กระทรวงพลังงาน

ทางด้านพลังงานของโลกมีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบการเงิน การคลัง รวมทั้งภาคการผลิตและบริการของเอกชนและภาคประชาชนของประเทศไทยปัญหาด้านพลังงานจึงเป็นประเด็นสำคัญที่มีผลต่อการแข่งขันของประเทศในเวที โลก จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมพร้อมทางด้านพลังงาน จัดหาแหล่งพลังงานธรรมชาติเพิ่มขึ้นโดยการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากพลังงานภายในประเทศ รวมทั้งพลังงานทดแทนอย่างจริงจังควบคู่ไปกับการสนับสนุนการแข่งขันของภาคเอกชนในการดำเนินงานธุรกิจพลังงาน ภายในประเทศโดยควบคุมด้านคุณภาพและความปลอดภัยให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด

สำหรับหน่วยงานที่อยู่ในสังกัดของกระทรวงพลังงานที่มีบทบาทในการเข้ามาเกี่ยวข้องและเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการควบคุมนโยบาย ทั้งในเรื่องการตั้งราคาและปริมาณในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งหน่วยงานนั้นได้แก่ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน (สนพ.)

หากจะกล่าวถึงอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมการกำหนดราคาน้ำมันของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ของกระทรวงพลังงานนั้นต้องมีการอธิบายและทำความเข้าใจถึงข้อมูล ประวัติความเป็นมา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม หน้าที่ และข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไปของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานเสียก่อน กล่าวคือ

2.3.1.1 เกี่ยวกับองค์กรสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน²⁴

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์ และจัดการด้านนโยบาย และแผนพลังงานเพื่อความยั่งยืนของประเทศ โดยมีภารกิจหลักเป็นไปตาม พระราชบัญญัติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ พระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานพระราชกำหนดแก้ไขและป้องกันภาวะการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดจนเสนอแนะมาตรการการบริหารจัดการด้านราคาพลังงาน ให้มีราคาที่เป็นธรรมและสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรในประเทศเพื่อความมั่นคงด้านพลังงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไป สร้างสรรค์พลังงานไทยก้าวไกลสู่สังคม

2.3.1.2 ประวัติความเป็นมาของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

²⁴ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

จากวิกฤตพลังงานโลกในช่วงปี พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ.2518 และในช่วงปี พ.ศ. 2522 ถึงพ.ศ. 2523 ทำให้เศรษฐกิจโลกประสบภาวะเงินเฟ้อสูง อัตราการว่างงานสูง และทำให้เศรษฐกิจโลกเกิดการชะลอตัวต่อเนื่องหลายปี เป็นผลให้ประเทศไทยในขณะนั้นได้รับผลกระทบไปด้วย อีกทั้งหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านพลังงานยังไม่เป็นเอกภาพ ทำให้ยากต่อการควบคุมกำกับดูแล ส่งผลให้การกำหนดนโยบายด้านพลังงานขาดความต่อเนื่องและไม่มีประสิทธิภาพ

สืบเนื่องจากวิกฤตดังกล่าวทำให้รัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้นำเรื่องการปรับปรุงระบบการบริหารนโยบายพลังงานให้มีเอกภาพ ขึ้นมาพิจารณาเป็นเรื่องเร่งด่วน และได้นำเสนอแนวทางต่อคณะกรรมการรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจเมื่อวันที่ 8 กันยายน พ.ศ.2529 ให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ หรือ สพช. ที่จะจัดตั้งขึ้นภายใต้สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ ทางด้านพลังงาน และพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้ลงนามในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยนโยบายการบริหารงานพลังงานแห่งชาติ พ.ศ.2529 และมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2529

ต่อมาคณะรัฐมนตรีในสมัยพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ได้มีมติเห็นชอบ เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ.2532 ให้ดำเนินการตามมติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ โดยให้ยกฐานะของ สพช. เป็นหน่วยงานถาวร ระดับกรม สังกัดสำนักเลขาธิการของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ เมื่อได้มีการแต่งตั้งรัฐบาลชุดใหม่ ซึ่งมีนายอนันต์ ปันยารชุน เป็นนายกรัฐมนตรี จึงได้มีการออกพระราชบัญญัติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติโอนอำนาจหน้าที่ และกิจการบริหารบางส่วนของสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี และของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2536 พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 9) พ.ศ.2536 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกฐานะ สพช. เป็นหน่วยงานถาวรระดับกรม สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และปฏิบัติราชการขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี

หลังจากนั้นในสมัยรัฐบาล พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้มีแนวนโยบายในการปฏิรูประบบราชการของประเทศไทย เพื่อพัฒนาการทำงานของหน่วยงานราชการ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการยุบเลิกหน่วยงานที่ไม่จำเป็น เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน และจัดตั้งหน่วยงานใหม่ อีกหลายหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบงานใหม่ และภารกิจที่ชัดเจนขึ้น จึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม

พ.ศ. 2545 ขึ้น และได้จัดตั้งกระทรวงพลังงาน เพื่อกำกับดูแลบริหารกิจการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การพลังงานของชาติ จึงได้โอนย้าย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (สพช.) จาก สำนักงานรัฐมนตรี มาสังกัดกระทรวงพลังงาน และได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานนโยบายและแผน พลังงาน หรือ สนพ. นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

2.3.1.3 วิสัยทัศน์ของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน เป็นองค์กรหลักในการสร้างสรรค์นโยบายและสนับสนุน การพัฒนานวัตกรรมพลังงาน เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของประเทศ ภายในปี 2579

2.3.1.4 พันธกิจของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานประกอบด้วย 6 พันธกิจ คือ

1. เสนอแนะนโยบายและบูรณาการแผนบริหารพลังงานของประเทศ
2. เสนอแนะยุทธศาสตร์การส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนของประเทศ
3. เสนอแนะมาตรการแก้ไขป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
4. กำกับ ติดตาม และประเมินนโยบายและแผนบริหารพลังงานของประเทศ
5. บริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารด้านพลังงานของประเทศ
6. พัฒนาสู่การเป็นองค์กรเชิงยุทธศาสตร์

2.3.1.4 พันธกิจและภารกิจตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงานของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) มีภารกิจหลักตามพระราช บัญญัติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชกำหนดแก้ไขและป้องกันภาวะ การขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2516 พระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์ พลังงาน พ.ศ. 2535 และกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวง พลังงาน พ.ศ. 2551 พอสรรูปอำนาจหน้าที่ของ สนพ. ตามกฎหมายดังกล่าวได้ดังนี้

1. ตามพระราชบัญญัติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ฉบับที่ 2 พ.ศ.2550 และ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2551

ศึกษาและวิเคราะห์นโยบายและแผนการบริหารและพัฒนาพลังงานของประเทศเพื่อเสนอต่อ คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ติดตาม ประเมินผล และเป็นศูนย์ประสานและสนับสนุนการ ปฏิบัติงานตามนโยบายและแผน การบริหารและพัฒนาพลังงานของประเทศ เก็บรวบรวมข้อมูล ติดตามความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ด้านพลังงาน วิเคราะห์แนวโน้ม และประเมินผลกระทบที่จะ เกิดขึ้น เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายและแผน การบริหารและพัฒนาพลังงานของประเทศ และเผยแพร่

สถิติที่เกี่ยวข้องกับพลังงาน ปฏิบัติงานอื่นใดตามที่นายกรัฐมนตรี หรือคณะกรรมการนโยบายพลังงาน แห่งชาติมอบหมาย

นอกจากปฏิบัติภารกิจตามพระราชบัญญัติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ในหน้าที่สำนักเลขานุการ ของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติแล้ว สนพ. ยังเป็นฝ่าย เลขานุการของคณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) ที่แต่งตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติ คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงานเป็นประธาน และ หัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ มีหน้าที่ช่วยกลั่นกรองเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร และ พัฒนาพลังงานต่างๆ ก่อนนำเสนอคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ

2. ตามพระราชกำหนดแก้ไขและป้องกันภาวะการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2516

พระราชกำหนดแก้ไขและป้องกันภาวะการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2516 ได้ให้อำนาจ นายกรัฐมนตรีอย่างกว้างขวางในการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการแก้ไขและป้องกันภาวะการขาด แคลนน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา คือ กฎหมายที่ใช้ในการกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และใน การจัดตั้งกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา คือ กฎหมายที่ใช้ในการกำหนดราคาน้ำมัน เชื้อเพลิง และในการจัดตั้งกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง ดังนั้น สนพ. ในฐานะฝ่ายเลขานุการของคณะ กรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) จึงมีหน้าที่โดยตรงในการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และ ในการกำหนดนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับราคาน้ำมัน และกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง

3. ตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2535 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2550

ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ เพื่อประโยชน์ ในการอนุรักษ์พลังงานไว้ในกฎหมายดังกล่าว สนพ. ในฐานะสำนักเลขานุการของ คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ จึงมีหน้าที่ในการเสนอแนะ และประสานงานเกี่ยวกับการ ดำเนินการตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน โดยเฉพาะการเสนอแนะนโยบาย แผนงานและมาตรการด้านการอนุรักษ์พลังงาน รวมทั้งการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการ อนุรักษ์พลังงานซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการให้สิ่งจูงใจ เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้ พลังงานอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพหรือเพื่อให้มีการผลิตเครื่องมือ เครื่องจักร และ อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูง หรือเพื่อส่งเสริมด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนา ด้านการอนุรักษ์พลังงานและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาและการใช้พลังงาน รวมตลอดถึงการส่งเสริมการผลิตและการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานใหม่

4. ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน พ.ศ. 2551

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน มีภารกิจเกี่ยวกับการเสนอแนะการกำหนดนโยบายและแผน รวมทั้งมาตรการด้านพลังงานเพื่อให้ประเทศมีพลังงานใช้อย่างเหมาะสม พอเพียง มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ของประเทศ โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

เสนอแนะนโยบายและแผนการบริหารและพัฒนาการพลังงานของประเทศ กำหนดมาตรการด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน และกำหนดกรอบการจัดสรรงบประมาณ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน กำหนดมาตรการแก้ไขป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง ประสาน ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแผนการบริหารและพัฒนาการพลังงานของประเทศรวมทั้งบริหารจัดการกองทุนพลังงาน บริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศพลังงานและการพยากรณ์แนวโน้มด้านพลังงานของประเทศ ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน หรือตามที่กระทรวงพลังงานหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

5. ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน พ.ศ. 2562

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน มีภารกิจในการเสนอแนะการกำหนดนโยบายและแผนเกี่ยวกับพลังงานของประเทศ รวมทั้งมาตรการทางด้านพลังงาน เพื่อให้ประเทศมีพลังงานใช้ อย่างมั่นคง ยั่งยืน เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ของประเทศ โดยให้มี อำนาจ และอำนาจดังนี้ เสนอแนะนโยบายและแผนการบริหารและพัฒนาการพลังงานของประเทศ เสนอแนะนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนเพื่อจัดทำกรอบการจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทน กำหนดมาตรการแก้ไขป้องกันการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง ประสาน ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแผนการบริหารและ พัฒนาการพลังงานของประเทศ รวมทั้งบริหารจัดการกองทุนพลังงาน บริหารจัดการข้อมูล พยากรณ์แนวโน้มด้านพลังงาน และเป็นศูนย์กลางข้อมูลทางด้านพลังงานของประเทศและปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่และอำนาจของสำนักงานหรือคณะรัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

2.3.2 กระทรวงพาณิชย์

หน่วยงานต่อมาคือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องในการกำหนดราคาขายน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ประกอบการ ซึ่งหน่วยงานนั้นได้แก่ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในจะมีการส่งตัวแทนเข้าไปในคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) ในการร่วมกันกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการกำหนดราคาขายน้ำมันเชื้อเพลิง และกรมการค้าภายในก็มีหน้าที่ในการรับนโยบายต่อจากสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานในการออกประกาศกำหนดที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาน้ำมัน และในการอธิบายบทบาทและหน้าที่ของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ว่าเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างไรในการกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นก็ต้องมีการอธิบายก่อนว่าภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์นั้นมีอย่างไรบ้าง กล่าวคือ

ภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์²⁵

กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2563 กำหนดให้กรมการค้าภายในมีภารกิจเกี่ยวกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการค้าภายในประเทศ โดยกำกับดูแล ส่งเสริม และพัฒนาการค้าภายในประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความเป็นธรรม และผู้บริโภคได้รับการพิทักษ์ประโยชน์ โดยให้มีหน้าที่และอำนาจดังต่อไปนี้

(1) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กฎหมายว่าด้วยการควบคุม โภคภัณฑ์ กฎหมายว่าด้วยการค้าข้าว กฎหมายว่าด้วยมาตรการชั่งตวงวัด กฎหมายว่าด้วยคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(2) จัดทำและประสานแผนปฏิบัติการของกรมให้เป็นไปตามนโยบายและแผนปฏิบัติการราชการของกระทรวง รวมทั้งเร่งรัด ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการของกรม และดำเนินการเกี่ยวกับงานสถิติและประมวลผล พัฒนาระบบ และให้บริการข้อมูลสารสนเทศการค้า ภายในประเทศ

(3) จัดระบบ ส่งเสริม และพัฒนาการค้า การตลาด และตลาดภายในประเทศให้มีประสิทธิภาพและเกิดความเป็นธรรม

(4) จัดระเบียบและส่งเสริมระบบการค้าสินค้าเพื่อรักษาระดับราคาสินค้าเกษตร

(5) จัดระบบราคาและปริมาณสินค้าให้เกิดความเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง

(6) จัดระบบและพัฒนาการชั่งตวงวัดในเชิงพาณิชย์

²⁵ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

(7) จัดระเบียบเกี่ยวกับการค้าและการตลาด รวมทั้งกำกับ ตรวจสอบ และควบคุม การประกอบธุรกิจ

(8) พัฒนากฎหมาย กฎ และระเบียบ รวมทั้งดำเนินการเพื่อส่งเสริมการค้าให้เป็นธรรม

(9) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่และอำนาจของกรมหรือตามที่ รัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

การที่กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ต้องเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการควบคุมการ กำหนดราคาซื้อขายน้ำมันเชื้อเพลิงเนื่องจาก น้ำมันเชื้อเพลิง ถือเป็นสินค้าควบคุมตามที่กฎหมาย กำหนดเอาไว้

สินค้าควบคุมนั้นคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ใน การพิจารณาว่าสินค้าใดจัดว่าเป็นสินค้าควบคุม โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ
2. เป็นสินค้าที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิตต่อเนื่อง
3. โครงสร้างตลาดมีผู้ผลิตหรือผู้ขายน้อยราย สภาพตลาดไม่มีการแข่งขันกันเท่าที่ควร
4. เป็นสินค้าที่มีเทคนิคการผลิตและการลงทุนสูง ส่งผลให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ค่อนข้างยาก
5. เป็นสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวด้านราคาบ่อยครั้งหรือขึ้นผิดปกติ และปริมาณขาดแคลนในบางครั้ง
6. เป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยงและได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดโลกมาก

จากหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการได้กำหนดเอาไว้ว่าสินค้า ใดมีลักษณะที่ตรงกับหลักเกณฑ์ที่จะต้องเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมนั้นจะเห็นได้ว่า น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นแก่การครองชีพ และในอุตสาหกรรมหรือในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ก็ต้องมีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นปัจจัยการผลิตที่ต่อเนื่องตลอดเวลา อีกทั้งน้ำมันเชื้อเพลิงยังเป็น สินค้าที่อยู่ในตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยรายและในการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นต้องใช้ต้นทุนในการผลิตสูง และในการผลิตนั้นยังต้องใช้เทคนิคพิเศษซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าน้ำมัน เชื้อเพลิงนั้นมีราคาที่สูงและลงมีความผันผวนไม่แน่นอนในทุกๆ วัน อีกทั้งหากมีเหตุการณ์หรือเหตุ สุทธิวิสัยต่างๆ เกิดขึ้นก็อาจส่งผลให้น้ำมันเชื้อเพลิงขาดแคลนและทำให้น้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาที่สูง สูงขึ้นมากกว่าปกติ ยกตัวอย่างเช่น เกิดสงครามราคาน้ำมัน เป็นต้น และในประการสุดท้าย น้ำมัน เชื้อเพลิงนั้นยังมีความเชื่อมโยงและได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดโลกโดยตรง ซึ่งจากองค์ประกอบและปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นเหตุผลที่แสดงให้เห็นว่าทำไม น้ำมันเชื้อเพลิง

จึงถูกจัดให้เป็นสินค้าควบคุม และกฎหมายที่เข้ามามีบทบาทในการควบคุมการกำหนดราคาซื้อ และราคาขายน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542

ได้มีการบัญญัติขึ้นโดยมีเจตนารมณ์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องของการกำหนดราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการกำหนดราคาสินค้าและค่าบริการที่สูงขึ้นโดยรวดเร็วและเกินสมควร อีกทั้งเพื่อให้มีปริมาณสินค้าที่เพียงพอในการบริโภคภายในประเทศ แต่การควบคุมสินค้าและบริการทุกประเภทจะไม่ให้ใช้บังคับกับราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่นหรือกิจการที่กำหนดโดยกฎกระทรวง

โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 มีการกำหนดให้มี “คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ” หรือเรียกโดยย่อว่า “กกร.” โดย กกร. นั้นจะมีอำนาจหน้าที่ที่พระราชอำนาจ และกกร. จะมีหน้าที่ตามที่กฎหมายฉบับนี้กำหนดเอาไว้หลายประการ ซึ่งในวิธานิพนธ์ฉบับนี้จะขอยกตัวอย่างอำนาจของกกร. ในเรื่องต่างๆ ในบางประเด็นที่สำคัญดังต่อไปนี้

- (1) กกร.มีอำนาจในการประกาศกำหนดให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุม ตามมาตรา 24²⁶
- (2) กกร.มีอำนาจในการกำหนดมาตรการ และหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่จะนำมาใช้บังคับกับสินค้าและบริการควบคุม ตามมาตรา 25²⁷

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

²⁶ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542,

มาตรา 24 เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม กกร. ด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี มีอำนาจประกาศรณสุกกำหนดให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมได้

²⁷ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 25 เมื่อได้มีการประกาศกำหนดสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา ๒๔ แล้วให้คณะกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

- (1) กำหนดราคาซื้อหรือราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม ให้ผู้ซื้อซื้อในราคาไม่ต่ำกว่าราคาที่กำหนด หรือให้ผู้จำหน่ายจำหน่ายในราคาไม่สูงกว่าราคาที่กำหนด หรือตรึงราคาไว้ในราคาใดราคาหนึ่ง

(3) กกร.มีอำนาจในการสั่งให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม แจ้างซื้อเท็จจริงต่างๆ ตามที่กกร.ต้องการรับทราบ ตามมาตรา 26²⁸

-
- (2) กำหนดอัตรากำไรสูงสุดต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการควบคุมที่ผู้จำหน่ายจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ควบคุม หรือกำหนดอัตราส่วนแตกต่างระหว่างราคาซื้อกับราคาขายสินค้าหรือบริการควบคุมในแต่ละช่วงการค้า
 - (3) กำหนดหลักเกณฑ์ มาตรการ และเงื่อนไขให้ต้องปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิต การนำเข้ามาในราชอาณาจักร การส่งออกไปนอกราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือการเก็บรักษาสินค้าหรือบริการควบคุม
 - (4) กำหนดท้องที่หรือระยะเวลาในการใช้บังคับประกาศของคณะกรรมการ
 - (5) กำหนดให้แจ้างปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย แผนการผลิต แผนการนำเข้าในราชอาณาจักร แผนการส่งออกไปนอกราชอาณาจักร แผนการซื้อ แผนการจำหน่าย แผนการเปลี่ยนแปลงราคาหรือรายการอื่นใดหรือส่วนลดในการจำหน่ายกระบวนการผลิต และวิธีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมต่อพนักงานเจ้าหน้าที่
 - (6) กำหนดให้มีการเก็บหรือเพิ่มปริมาณการเก็บสำรองสินค้าควบคุมและกำหนดท้องที่และสถานที่ให้เก็บสำรองสินค้าควบคุม
 - (7) ห้ามหรืออนุญาตให้มีการส่งออกไปนอกหรือนำเข้ามาในท้องที่ใดท้องที่หนึ่งซึ่งสินค้าควบคุม
 - (8) สั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต การนำเข้ามาในราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือการเก็บรักษาสินค้าหรือบริการควบคุม รวมทั้งให้ระงับหรือลดค่าใช้จ่ายที่กำหนดไว้เกินสมควร
 - (9) จัดให้มีการปันส่วนในการซื้อและการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการปันส่วนดังกล่าว หรือกำหนดเงื่อนไขในการซื้อ และการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม
 - (10) สั่งให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมตามปริมาณและราคาที่กำหนด ตลอดจนสั่งให้จำหน่ายแก่ส่วนราชการหรือบุคคลใดตามที่คณะกรรมการกำหนด
 - (11) ห้ามจำหน่าย ให้ ใช้อย่าง ยักยัก หรือเปลี่ยนสภาพซึ่งสินค้าหรือบริการควบคุมเกินปริมาณที่กำหนด
 - (12) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการกักตุนสินค้าควบคุมหรือการครอบครองสินค้าควบคุมเกินปริมาณที่กำหนด

²⁸ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 26 ให้ กกร. มีอำนาจประกาศให้ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อจำหน่ายหรือผู้นำเข้า เพื่อจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม แจ้างซื้อ ราคาซื้อ ราคาจำหน่าย มาตรฐาน คุณภาพ ขนาด ปริมาณ น้ำหนักต่อหน่วย รวมทั้งซื้อและปริมาณวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการนั้น และลักษณะอย่างอื่นของสินค้าหรือบริการควบคุมตามที่เป็นอยู่ในวันที่ กกร.กำหนดต่อเลขาธิการ

(4) กกร. มีอำนาจในการให้ความเห็นชอบประกาศที่ออกในกรณีที่มีความจำเป็นและรีบด่วน และไม่สามารถเรียกประชุมได้ทันที่วงที่ ให้ประธานกรรมการมีอำนาจให้ความเห็นชอบประกาศไปพลางก่อน ตามมาตรา 27²⁹

(5) กกร. มีอำนาจในการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า เพื่อจำหน่ายแสดงราคาสินค้าหรือบริการตามมาตรา 28³⁰

(6) กกร. มีอำนาจในการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือราคาสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการตามมาตรา 29 วรรค 2³¹

(7) กระทำการอื่นใดตามที่กฎหมายได้ให้อำนาจกกร. เอาไว้ว่าให้สามารถทำได้ เป็นต้นเจตนารมณ์ของการตรากฎหมาย

คณะกรรมการกฤษฎีกาได้ตอบข้อสังเกตคณะรัฐมนตรีถึงความเกี่ยวข้องระหว่างกฎหมายฉบับนี้กับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอา รัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ และเพื่อให้สินค้าหรือบริการมีเพียงพอต่อการบริโภคจึงได้กำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมและป้องกันไม่ให้อำนาจกกร. สูงขึ้นโดยรวดเร็วเกิน

²⁹ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 27 ในกรณีที่มีความจำเป็นรีบด่วนและลับที่จำเป็นต้องใช้อำนาจตามมาตรา 25 หรือมาตรา 26 และจะเรียกประชุม คณะกรรมการให้ทันที่วงที่มีได้ ให้ประธานกรรมการมีอำนาจ ใช้อำนาจของคณะกรรมการตามมาตรา 25 หรือมาตรา 26 ไปพลางก่อนได้ และในการใช้อำนาจดังกล่าว ให้นำความในมาตรา 25 วรรคสอง มาใช้บังคับโดยอนุโลม

³⁰ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 28 ให้คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดให้ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อจำหน่ายหรือ ผู้นำเข้าเพื่อจำหน่าย สินค้าหรือบริการแสดงราคาสินค้าหรือบริการ ในการนี้คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการแสดงราคาสินค้าหรือบริการไว้ด้วยก็ได้

³¹ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใดๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาต่ำเกิน สมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใด

วรรค 2 คณะกรรมการอาจกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าเป็นการทำให้ราคาต่ำเกินสมควร หรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือ บริการใดก็ได้ หลักเกณฑ์และวิธีการ ดังกล่าวให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

สมควรซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเจตนาของพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542³² ซึ่งนอกจากนี้เดิมกฎหมายฉบับนี้มีชื่อว่า ร่างพระราชบัญญัติรักษาระดับราคา สินค้าหรือบริการ พ.ศ. แต่ได้เปลี่ยนมาเป็นชื่อที่ใช้ในปัจจุบัน ด้วยเหตุผลของคณะกรรมการกฤษฎีกา เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาสาระของร่างกฎหมายที่ได้กำหนดครอบคลุมทั้งในเรื่องการรักษาระดับราคาสินค้าและบริการ และมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวกับราคาสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมการกำหนดราคาสินค้าเป็นหลัก โดยมีเครื่องมือในการควบคุมคือนโยบายของรัฐบาล ขอบเขตของการควบคุมสินค้าและบริการ

ประเภทของสินค้าหรือบริการ

คำว่าสินค้าในมาตรา 29 หมายถึงสินค้าหรือบริการทุกประเภทไม่จำกัดเพียงสินค้าหรือบริการควบคุมเท่านั้น สินค้าหรือบริการที่บังคับใช้ตามพระราชบัญญัตินี้ไม่มีกรอบจำกัดแต่อย่างใด และแม้มาตรา 24 จะมีกรอบเวลากำหนดให้ต้องทบทวนความจำเป็นของสินค้าหรือบริการที่ควบคุมทุก 1 ปี แต่ในมาตรา 29 กำหนดไว้ว่าที่ไม่จำกัดเพียงสินค้าหรือบริการควบคุมแล้วนั้นซึ่งหมายถึงสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัตินี้ไม่มีการจำกัดเวลาด้วย แต่อย่างไรก็ตามแม้พระราชบัญญัติจะหมายถึงสินค้าหรือบริการควบคุมทุกชนิดจะถูกควบคุมภายใต้มาตรา 29 ก็ตามแต่รัฐได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำหนดรายการสินค้าหรือบริการควบคุมแต่ไม่ได้มีการกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ แต่เป็นเพียงการสร้างหลักเกณฑ์ขึ้นโดยรัฐซึ่งกำหนดเอาไว้ดังนี้

1. เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ
2. เป็นสินค้าที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิตต่อเนื่อง
3. โครงสร้างตลาดมีผู้ประกอบการจนวนน้อยรายและสภาพตลาดไม่มีการแข่งขันกันเท่าที่ควร
4. เป็นสินค้าที่มีเทคนิคการผลิตและการลงทุนสูง หรือระบบครบวงจรส่งผล ให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ค่อนข้างยาก
5. เป็นสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวด้านราคาบ่อยครั้งหรือขึ้นผิดปกติและมีปริมาณขาดแคลนในบางครั้ง
6. เป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยง และได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาดโลก

(2) ระยะเวลาในการบังคับใช้กฎหมาย

แบ่งออกเป็น 2 กรณีดังต่อไปนี้

³² หนังสือที่ นร 0801/557 เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติรักษาระดับราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. และร่างพระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. จากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาถึงอธิบดีกรมการค้าภายใน

ระยะเวลาของสถานะการเป็นสินค้าหรือบริการควบคุม กล่าวคือ เมื่อมีการประกาศสินค้าหรือบริการแล้วสินค้าหรือบริการดังกล่าวจะ ยังคงเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมนานเท่าใดนั้นตาม มาตรา 24 วรรค 3 ได้กำหนดให้เมื่อมีการประกาศสินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุม แล้ว ประกาศดังกล่าวจะมีอายุตามที่ประกาศกำหนดแต่ ไม่เกิน 1 ปี ทั้งนี้ กคร. อาจมีการประกาศ เพิ่มเติมได้ เพื่อป้องกันมิให้สินค้าหรือบริการ ที่ถูกประกาศไปแล้วนั้น เป็นสินค้าหรือบริการควบคุม ตลอดไปและเมื่อครบ 1 ปี แล้วประกาศนั้นจะหมดอายุลงทันที โดยไม่ต้องมีการยกเลิกและแม้จะไม่มี การประกาศฉบับใหม่ก็ไม่สามารถใช้ประกาศเดิมได้ แต่หากในระหว่างปี มีเหตุแห่งการกำหนดให้ สินค้าหรือบริการดังกล่าวเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมเปลี่ยนแปลงไปหรือสิ้นสุดลง กคร. ย่อมต้อง ประกาศเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกการใช้อำนาจนั้นโดยไม่ชักช้า

ระยะเวลาการบังคับใช้มาตรการควบคุมราคา ตามข้อ 1. เป็นระยะเวลาของการเป็นสินค้า หรือบริการควบคุมและแม้จะมีการประกาศสินค้าหรือบริการควบคุมแล้วก็ตาม แต่อาจยังไม่มี มาตรการควบคุมราคาบังคับใช้ทันที เว้นแต่เป็นมาตรการตามมาตรา 29 การจะมีมาตรการควบคุม ราคาต้องมีการประกาศอีกครั้ง ระยะเวลาตามข้อนี้เป็นขอบเขตควบคุมการใช้มาตรการควบคุม มาตรา 25(4)

มาตรการควบคุมตลาดด้วยการควบคุมราคา

มาตรการควบคุมตลาดด้วยการควบคุมราคาสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัตินี้ถูก กำหนด ไว้ในหมวด 3 การกำหนดราคาสินค้าและบริการ และตามพระราชบัญญัตินี้มีเพียงหมวดที่ 3 เท่านั้นที่มีการกำหนดมาตรการควบคุมราคา โดยได้มีการกำหนดมาตรการในควบคุมราคาในมาตรา ต่างๆ ในหมวด 3 ซึ่งมีทั้งมาตรการการควบคุมราคาในทางตรงและมาตรการควบคุมราคาในทางอ้อม ดังนี้

มาตรการการควบคุมราคาในทางตรง หมายถึง มาตรการที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า หรือบริการโดยตรง ซึ่งผลของการใช้มาตรการนี้จะทำให้อิสระในการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการ ของผู้ประกอบการหมดไป เพราะผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาสินค้าหรือบริการได้ไม่เกิน กว่า ราคาที่รัฐเห็นสมควร ซึ่งการกำหนดราคามักนิยมในกรณีที่ปรากฏว่าสินค้าหรือบริการใด มีการ แข่งขันด้านการผลิตหรือการให้บริการกันอย่างรุนแรงจนสามารถทำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งกำหนดราคาซื้อ ได้ฝ่ายเดียวและราคาที่กำหนดนั้นต่ำเกินควรและไม่เป็นธรรมจนอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ ผู้ประกอบการรายอื่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรรัฐจึงสามารถคุ้มครองบุคคลเหล่านี้ได้โดยการ กำหนดราคาซื้อหรือการตรึงราคาสินค้าไว้ซึ่งการกำหนดราคาตามมาตรการควบคุมราคามักบังคับใช้

กับ สินค้าที่ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย หรือผู้ให้บริการกำหนดราคาจำหน่าย หรือ ราคาให้บริการสูง ทำให้ได้รับผลตอบแทนในอัตราที่สูงเกินควรซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือสินค้านั้นเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนสินค้าอื่น เช่น น้ำตาลทราย ที่มีผลต่อราคาน้ำอัดลม อาหาร เป็นต้น โดยมาตรการควบคุมราคาสินค้าในทางตรง มีดังต่อไปนี้

กำหนดราคาซื้อหรือราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมให้ผู้ซื้อซื้อในราคาไม่ต่ำกว่าราคาที่กำหนด หรือให้ผู้จำหน่ายจำหน่ายในราคาไม่สูงกว่าราคาที่กำหนด หรือตรึงราคาไว้ในราคาใดราคาหนึ่ง (การกำหนดราคาซื้อหรือราคาจำหน่ายสูงสุด) ตามมาตรา 25(1)

มาตรการดังกล่าวจะเป็นกำหนดเพดานของราคาของสินค้าหรือบริการซึ่งหมายความว่าผู้ประกอบการอาจกำหนด ราคาที่ต่ำกว่าราคาที่รัฐกำหนดก็ได้แต่ต้องไม่เกินราคาดังกล่าว ซึ่งนับตั้งแต่พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 บังคับใช้ มีการกำหนดราคาจำหน่ายสูงสุดกับสินค้าประเภทน้ำตาลเพียงประเภทเดียวเท่านั้น เพื่อเป็นการรักษาเสถียรภาพของราคาน้ำตาลทรายภายในประเทศและเป็นการคุ้มครองเกษตรกร

การสั่งให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมตามปริมาณและราคาที่กำหนดตลอดจนสั่งให้จำหน่ายแก่ส่วนราชการหรือบุคคลใดตามที่คณะกรรมการกำหนด ตามมาตรา 25 (10)

มาตรการนี้มีผลบังคับกับผู้ประกอบการและผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะที่เข้มงวดมากกว่า โดยรัฐสามารถออกคำสั่งให้ผู้ประกอบการหรือผู้จำหน่ายต้องจำหน่ายสินค้าหรือบริการนั้น และสั่งให้จำหน่ายแก่ใครก็ได้ เช่น หน่วยงานราชการ หรือบุคคลใดๆ แต่การที่รัฐจะใช้มาตรการดังกล่าวนี้ต้องเป็นกรณีที่เกิดสถานการณ์เกี่ยวกับปริมาณและราคาสินค้าควบคุมขึ้นวิกฤตจึงจะใช้มาตรการเข้มข้นเช่นนี้

กำหนดอัตรากำไรสูงสุดต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการควบคุมที่ผู้จำหน่ายจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ หรือกำหนดอัตราส่วนต่างระหว่างราคาซื้อกับราคาขายสินค้าหรือบริการในแต่ละช่วงการค้า ตามมาตรา 25(2)

มาตรการนี้เป็นการกำหนดอัตรากำไรสูงสุดต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการจะมีโอกาสได้รับซึ่งเป็นวิธีการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการแบบหนึ่ง และในการกำหนดอัตรากำไรสูงสุดนั้นจะต้องมีการวิเคราะห์ต้นทุนของสินค้าแต่ละชนิดและขนาดก่อน แล้วจึงค่อยกำหนดอัตรากำไร ซึ่งการกำหนดอัตราส่วนต่างระหว่างราคาซื้อกับราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมก็มีลักษณะการบังคับคล้ายกับการกำหนดอัตรากำไร คือการกำหนดให้ซื้อมาในราคาใดและขายต่อในราคาใด

กำหนดให้แจ้งรายการและราคาสินค้าหรือบริการควบคุมและห้ามไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงตาม มาตรา 26

มาตรการดังกล่าวนี้เป็นการให้อำนาจ กกร. ในการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ ผู้จำหน่าย ผู้ซื้อเพื่อจำหน่าย (ไม่รวมถึงกรณีและผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคซื้อสินค้ามาเพื่อจำหน่ายเป็นครั้งคราว) ผู้นำเข้า เพื่อจำหน่าย สินค้าหรือบริการที่รัฐกำหนดจะต้องแจ้งชื่อ ราคาซื้อ ราคาจำหน่าย มาตรฐาน คุณภาพ ขนาด ปริมาณ น้ำหนักต่อหน่วย และรายละเอียดอื่นๆ อันเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของสินค้า หรือ บริการควบคุมนั้นเพราะจะทำให้รัฐสามารถทราบข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ต้องการ และนำไปสู่ การใช้มาตรการในเรื่องอื่นๆ และนอกจากนี้ กกร. ยังมีอำนาจที่จะกำหนดให้ห้ามเปลี่ยนแปลงราคาให้ สูงขึ้นหรือต่ำลงจากที่แจ้งเอาไว้ในตอนแรกอีกด้วย โดยสินค้าควบคุมที่เคยประกาศใช้มาตรการ ดังกล่าวทั้งการแจ้งข้อมูลและการห้ามปรับเปลี่ยนรายการ ได้แก่ คริมเทียมชั้นหวาน นมข้น นมคั้นรูป และนมแปลงไขมัน เป็นต้น ส่วนสินค้าที่มีการกำหนดเพียงให้แจ้งข้อมูลแต่ไม่ได้ห้ามการปรับเปลี่ยน รายการ ได้แก่ ผงซักฟอก สบู่ ปู่เคมี เป็นต้น

กำหนดห้ามไม่ให้ค้ากำไรเกินควร จึงใจทำให้ราคาต่ำหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความ ปั่นป่วนซึ่งราคา ตามมาตรา 29

มาตรการตามมาตรานี้มีความแตกต่างไปจากมาตรการในข้อ (ก) และ ข้อ (ข) เนื่องจาก มาตรการในข้อ (ก) และ (ข) เป็นการกำหนดราคาอย่างชัดเจน แต่มาตรานี้ไม่ได้เป็นการกำหนดราคา แต่เป็นการกำหนดห้ามไม่ให้ค้ากำไรเกินควร ซึ่งเป็นการสอดส่องว่ามีการกระทำใดๆ อันเป็นการค้า กำไรเกินควรหรือไม่ อีกทั้งมาตรานี้ไม่ได้หมายถึงการตั้งราคาที่สูงเกินไปเท่านั้น แต่หมายรวมถึงทั้ง การตั้งราคาต่ำเกินสมควร หรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือ บริการใด โดยสินค้าที่อยู่ภายใต้มาตรา 29 นั้นไม่จำกัดเพียงสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 24 เท่านั้น แต่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่ไม่ใช่สินค้าหรือบริการควบคุมด้วย ซึ่งการใช้มาตรานี้จะ เกิดขึ้นเมื่อมีการกำหนดราคาที่ไม่สอดคล้องกับราคาที่รัฐเห็นว่าเหมาะสม ซึ่งราคาที่รัฐใช้เป็นเกณฑ์ใน การใช้อำนาจตามมาตรานี้ มี 2 รูปแบบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ราคาที่ถูกระบุในรูปแบบของราคาแนะนำ ซึ่งไม่ได้มีการออกประกาศอย่างเป็นทางการ เป็นการกำหนดราคาที่ไม่ระบุแบบ ราคาดังกล่าวเป็นราคาในลักษณะที่ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบ ธุรกิจไม่ให้กำหนดราคาจำหน่ายสินค้าเกินกว่าราคาดังกล่าว สินค้าในรูปแบบนี้ เช่น น้ำมันปาล์ม บรรจุขวด หรือ น้ำมันถั่วเหลือง เป็นต้น

ราคาแนะนำซึ่งออกโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ซึ่งสำนักงานดังกล่าวนี้กฎหมายกำหนดให้มีหน้าที่ดำเนินงานด้านธุรการของ กกร. และ คณะอนุกรรมการ และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับ ซึ่งเห็นได้ว่าหน่วยงานดังกล่าว ไม่ได้มีหน้าที่ในการกำหนดราคาแนะนำแต่อย่างใด แต่ในทางปฏิบัติมีการออกประกาศสำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กำหนดราคารับซื้อและราคาจำหน่ายแนะนำใน บ่อยครั้ง เช่น ราคารับซื้อและจำหน่ายสุกร เนื้อสุกร ราคารับซื้อผลปาล์มทะเลและผลปาล์ม ราคาขายปลีกแนะนำก๊าซปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง หรือ ราคาไข่ไก่แนะนำ เป็นต้น

นอกจากการกำหนดราคาทั้ง 2 รูปแบบแล้ว ราคาที่รัฐอาจใช้อำนาจในการพิจารณาซึ่งอาจเป็นราคาที่มาจกดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นดุลยพินิจที่แต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ซึ่งรูปแบบราคาทั้ง 2 ข้างต้นที่อาจไม่มีฐานทางกฎหมายเรื่องราคาสินค้าหรือบริการรองรับมากนักแต่อาจเป็นมาตรฐานที่ดีในการใช้ดุลยพินิจซึ่งสามารถใช้ได้อย่างเสรีและใช้อย่างเป็นปัจเจก โดยความไม่ชัดเจนดังกล่าวมีผลอย่างมากเนื่องจากความผิดตามมาตรานี้มีโทษทางอาญา ดังนั้น การใช้และการตีความของ กกร. ในการกำหนดว่าราคาต่ำเกินไป สูงเกินไป หรือ การปั่นตลาด จึงจำเป็นต้องใช้อย่างเคร่งครัด ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดการปั่นตลาดได้แก่ การทำให้คู่แข่งชั้นลุ่มเล็กธุรกิจ หรือกีดกันไม่ให้ผู้ประกอบการอื่นเข้ามาประกอบธุรกิจ เช่น ในกรณีที่มีผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อขาย ผู้ที่ประกอบการอยู่แล้วอาจจะปั่นให้ราคาสินค้าให้ต่ำลงเพื่อยับยั้งการผลิตหรือการนำเข้า เป็นต้น³³ ทั้งนี้การเกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาราคานั้นคือการทำให้ราคาเคลื่อนไหวขึ้นหรือลงอย่างรวดเร็วผิดปกติและเกิดผลกระทบต่อราคาสินค้าชนิดเดียวกันในตลาด

มาตรการควบคุมตลาดด้วยการควบคุมราคาสินค้าหรือบริการในทางอ้อม หมายถึง มาตรการที่ไม่ได้ถูกกำหนดเพื่อเป็นการกำหนดราคาสินค้าหรือบริการโดยตรง แต่เป็นมาตรการที่ใช้เพื่อประกอบการควบคุมราคาสินค้าหรือบริการในทางตรง ซึ่งจะช่วยให้รัฐทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอันนำไปสู่การกำหนดราคาสินค้าหรือบริการในภายหลัง ซึ่งจะถูกนำมาใช้ในสถานการณ์ที่เกิดการขาดแคลนสินค้าหรือบริการมีแนวโน้มที่จะเกิดการกักตุนสินค้าเพื่อเก็งกำไร หรือจะก่อให้เกิดความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

³³ ไซยศ เหมรัชตะ, คำอธิบายกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดทางการค้า (กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม, 2537). หน้า 144

กำหนดหลักเกณฑ์ มาตรการ และเงื่อนไขให้ต้องปฏิบัติเกี่ยวกับการผลิต การนำเข้ามาในราชอาณาจักร การส่งออกป็นอกราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือ การเก็บรักษาสินค้าหรือบริการควบคุม ตามมาตรา 25(3)

กำหนดให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย แผนการผลิต การนำเข้ามาในราชอาณาจักร แผนการส่งออกป็นอกราชอาณาจักร แผนการซื้อ แผนการจำหน่าย แผนการเปลี่ยนแปลงราคาหรือรายการอื่นใดหรือส่วนใดในการจำหน่าย กระบวนการผลิต และวิธีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามมาตรา 25(5) เป็นมาตรการที่นิยมบังคับใช้มากที่สุดคือการแจ้งต้นทุนค่าใช้จ่าย แผนการนำเข้ามาในราชอาณาจักร แผนการซื้อ การจำหน่าย แผนการเปลี่ยนแปลงราคาหรือรายการอื่นใด อันเป็นการให้แจ้งล่วงหน้า เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบสามารถทราบล่วงหน้าว่าการนำเข้ามาสินค้าเข้ามาในประเทศจะส่งผล กระทบต่อราคาสินค้าในประเทศอย่างไร ซึ่งสินค้าที่กำหนดมาตรานี้มักเป็นสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพและอ่อนไหวด้านราคาและปริมาณเป็นอย่างสูง การใช้มาตรานี้มักใช้ประกอบกับการห้ามกักตุนสินค้า เนื่องจากการมาตรานี้จะทำให้รัฐทราบสถานที่เก็บสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจ หากผู้ประกอบการนำสินค้าไปเก็บที่อื่นนอกจากที่ได้แจ้งไว้ จึงอาจเป็นการแสดงเจตนาที่จะกักตุนสินค้า ซึ่งเคยมีการใช้มาตรานี้กับปูนซีเมนต์ เหล็กเส้น น้ำมันเชื้อเพลิง และน้ำตาลทราย เป็นต้น

กำหนดให้มีการเก็บหรือเพิ่มปริมาณการเก็บสำรองสินค้า ควบคุมและกำหนดท้องที่และสถานที่ให้เก็บสำรองสินค้าควบคุม ตามมาตรา 25(6) เพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนของสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ จึงอาจมีการกำหนดให้มีการเก็บหรือเพิ่มปริมาณการเก็บสำรองสินค้า

ห้ามหรืออนุญาตให้มีการส่งออกป็นอก หรือนำเข้ามาในท้องที่ใดท้องที่หนึ่งซึ่งสินค้าควบคุม ตามมาตรา 25(7)

การสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต การนำเข้ามาในราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือการเก็บรักษาสินค้าหรือบริการควบคุม รวมทั้งให้ระงับหรือลดค่าใช้จ่ายที่กำหนดไว้เกินสมควรตาม มาตรา 25(8)

จัดให้มีการปันส่วน ในการซื้อและการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการปันส่วนดังกล่าว หรือ กำหนดเงื่อนไขในการซื้อและการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 25(9)

การห้ามจำหน่าย ให้ใช้เอง ยักย้าย หรือเปลี่ยนสภาพซึ่งสินค้าหรือ บริการควบคุมเกินปริมาณที่กำหนดตาม มาตรา 25(11)

การกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการกักตุนสินค้าควบคุมหรือการครอบครองสินค้าควบคุมเกินปริมาณที่กำหนดตาม มาตรา 25(12)

การกำหนดให้แสดงราคาสินค้าหรือบริการตาม มาตรา 28

การห้ามไม่ให้กักตุน ปฏิเสธ ประวิง การจำหน่ายสินค้าควบคุมตามปกติตาม มาตรา 30 และห้ามมิให้หยุดให้บริการควบคุมตาม มาตรา 31

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาสินค้าควบคุม

คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณา กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุม ดังนี้ เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ เป็นสินค้าที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิตต่อเนื่อง โครงสร้างตลาดมีผู้ผลิตหรือผู้ขายน้อยราย สภาพตลาดไม่มีการแข่งขันกันเท่าที่ควร เป็นสินค้าที่มีเทคนิคการผลิตและการลงทุนสูง ส่งผลให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ค่อนข้างยาก เป็นสินค้าที่มีความเคลื่อนไหวด้านราคาบ่อยครั้งหรือขึ้นผิดปกติ และปริมาณขาดแคลนในบางครั้ง เป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยงและได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดโลกมาก

เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิตหลักที่สำคัญในการคมนาคมของประชากรในประเทศ น้ำมันเชื้อเพลิงนั้นเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นแก่การครองชีพ เป็นสินค้าที่ใช้เป็นปัจจัยการผลิตต่อเนื่อง เพราะน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นแทรกซึมอยู่ในทุกส่วนของการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น ใช้เป็นเชื้อเพลิงที่การเดินทาง ใช้เป็นแหล่งพลังงานให้เครื่องจักรในโรงงาน ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นต้น อีกทั้งน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยนั้นเป็นสินค้าที่มีโครงสร้างตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยรายกล่าวคือปัจจุบันในประเทศไทยนั้น มีผู้ผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศเพียงไม่กี่ราย หากพิจารณาจากผู้ประกอบการที่สามารถผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงได้ นั้นหมายถึงในปัจจุบันประเทศไทยมีโรงกลั่นน้ำมัน จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ 1. บริษัท ไทยออยล์จำกัด (มหาชน) (TOP) 2. บริษัท พีทีทีโกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTTGC) 3. บริษัท สตาร์ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (SPRC) 4. บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (BCP) 5. บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (IRPC) และ 6. บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ESSO) และน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นเป็นสินค้าที่มีเทคนิคในการผลิตและการลงทุนที่สูงเพราะกว่าจะได้น้ำมันเชื้อเพลิงมาให้ประชาชนใช้นั้นต้องผ่านกระบวนการกลั่นน้ำมันหลายขั้นตอนและแต่ละขั้นตอนนั้นเป็นกระบวนการที่ใช้เทคนิคและการลงทุนที่สูงมาก และท้ายที่สุดน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นเป็นสินค้าที่มีการเชื่อมโยงและได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดโลกอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการกำหนดราคาน้ำมันนั้นจะมีโครงสร้างราคาน้ำมันซึ่งเป็นปัจจัยหลายๆ ประการที่น้ำมันคิดรวมกันเพื่อกำหนดราคาขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคและ

หนึ่งในโครงสร้างของราคาน้ำมันที่สำคัญคือ ความเชื่อมโยงและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาดโลก เพราะเนื่องจากในปัจจุบันดังกล่าวนี้ผู้ประกอบการในประเทศไทยอ้างอิงจากราคาน้ำมันในตลาดของสิงคโปร์ เพราะถือว่าเป็นตลาดซื้อขายน้ำมันขนาดใหญ่ที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกับประเทศไทย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าน้ำมันเชื้อเพลิง มีลักษณะที่เข้าองค์ประกอบของการเป็นสินค้าที่ต้องถูกควบคุมโดยรัฐซึ่งได้แก่ คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงถือได้ว่า

น้ำมันเชื้อเพลิงนั้นถือว่าเป็น สินค้าควบคุม ซึ่งอยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ในลำดับที่ (12) ซึ่งได้มีการกำหนดเอาไว้ใน ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 53 พ.ศ. 2562 เรื่อง การกำหนดสินค้าและบริการควบคุม³⁴ ซึ่งประกาศฉบับดังกล่าวนี้จะมีผลใช้บังคับเพียงหนึ่งปี และในทุกๆ ปีจะมีการประกาศเรื่อง สินค้าและบริการควบคุมหนึ่งครั้ง เพราะเนื่องจากเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปภาวะเศรษฐกิจ สภาพสังคม พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ปริมาณความต้องการสินค้า และรวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าและบริการก็ย่อมเปลี่ยนแปลงตาม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาทบทวนการกำหนดสินค้าหรือบริการควบคุมให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อดูแลป้องกันการกำหนดราคาซื้อขายจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไข และวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรมที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการควบคุมในทุกกรณี

ในด้านของการประกอบธุรกิจนั้นพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ได้มีการกำหนดห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใดๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใด³⁵ ดังนั้นหากผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการจะกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่นำมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคก็ต้องปฏิบัติตามที่กฎหมายดังกล่าวกำหนดเอาไว้กล่าวคือห้ามกำหนดราคาขายน้ำมันเชื้อเพลิงในราคาที่ต่ำหรือสูงเกินสมควร รวมทั้งกระทำการที่ก่อให้เกิดความปั่นป่วนต่อราคาของน้ำมันเชื้อเพลิง ทั้งนี้ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ยังกำหนดห้ามมิให้ผู้ประกอบการในธุรกิจน้ำมันเชื้อเพลิง และธุรกิจอื่นๆ ที่ได้กฎหมายกำหนดเอาไว้ครอบครองหรือควบคุมสินค้าเกินกว่าปริมาณตามที่

³⁴ ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 53 พ.ศ. 2562 เรื่อง การกำหนดสินค้าและบริการควบคุม

³⁵ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542

มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใด ๆ โดยจงใจที่จะทำให้ราคาต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการใด

กฎหมายกำหนด³⁶ อีกทั้งยังรวมถึงในเรื่องของการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ในสถานที่อื่นนอกจากสถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้แจ้งต่อเจ้าพนักงานเอาไว้ในตอนแรก³⁷ หรือในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่นำสินค้าควบคุมซึ่งในกรณีนี้หมายถึง น้ำมันเชื้อเพลิง ที่มีไว้เพื่อขายออกไปขาย หรือเสนอขายตามปกติ หรือปฏิเสธ หรือประวิงการขายหรือการส่งมอบสินค้าควบคุมโดยไม่มีเหตุสมที่สมควร³⁸ อีกทั้งพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ยังมีการกำหนดห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการควบคุมหยุดการให้บริการตามปกติหรือการปฏิเสธในการให้บริการ และรวมถึงการประวิงการให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรซึ่งกำหนดตามกฎหมายดังกล่าวในกรณีนี้จะนำมาปรับใช้กับการเปิดให้บริการของสถานบริการน้ำมันว่าห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมัน ซึ่งธุรกิจที่อยู่ในประเภทธุรกิจที่มีการควบคุม หยุดการให้บริการ ปฏิเสธหรือประวิงการให้บริการโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรต่อผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน³⁹

³⁶ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 25 เมื่อได้มีการประกาศกำหนดสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 24 แล้วให้คณะกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

- (12) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการกักตุนสินค้าควบคุมหรือการครอบครองสินค้าควบคุมเกินปริมาณที่กำหนด

³⁷ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 25 เมื่อได้มีการประกาศกำหนดสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 24 แล้วให้คณะกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

- (5) กำหนดให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย แผนการผลิต แผนการนำเข้า ในราชอาณาจักร แผนการส่งออกไปนอกราชอาณาจักร แผนการซื้อ แผนการจำหน่าย แผนการเปลี่ยนแปลงราคาหรือรายการอื่นใดหรือส่วนลดในการจำหน่าย กระบวนการผลิต และวิธีการ จำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

³⁸ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 30 ห้ามมิให้บุคคลใดกักตุนสินค้าควบคุม โดยมีสินค้าควบคุมไว้ในครอบครองเกินปริมาณที่กำหนดไว้ในประกาศของคณะกรรมการตามมาตรา 25 (12) หรือเก็บสินค้าควบคุม ไว้ ณ สถานที่อื่นนอกจากสถานที่เก็บตามที่ได้แจ้งต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 25 (5) หรือไม่นำสินค้าควบคุมที่มีไว้เพื่อจำหน่ายออกจำหน่าย หรือเสนอขายตามปกติ หรือปฏิเสธการจำหน่ายหรือประวิงการจำหน่ายหรือการส่งมอบสินค้าควบคุม โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

³⁹ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจบริการควบคุมหยุดการให้บริการตามปกติ หรือ ปฏิเสธการให้บริการหรือประวิง การให้บริการ โดยไม่มีเหตุอันสมควร

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์เข้ามามีบทบาทโดยตรงในการควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง โดยมีการให้อำนาจแก่กรมผ่านพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ในการกำหนดห้ามมิให้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงเกินกว่าราคาที่กำหนดหรือขายต่ำกว่าราคาที่กำหนด ซึ่งหากขายน้ำมันเชื้อเพลิงเกินหรือต่ำกว่าราคาที่กำหนดเอาไว้แล้วผู้ประกอบการก็จะมีผลผิดตามกฎหมาย

2.4 หลักกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560

มาตรา 55 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจใดร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นกระทำการใดๆ อันเป็นการผูกขาด หรือ ลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

- (1) กำหนดเงื่อนไขตามที่ระบุไว้ในมาตรา 54 (1) (2) หรือ (4) ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่มีคู่แข่งกันในตลาดเดียวกัน
- (2) ลดคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ต่ำกว่าที่เคยผลิตจำหน่ายหรือให้บริการ
- (3) แต่งตั้งหรือมอบหมายให้บุคคลใดแต่ผู้เดียวเป็นผู้จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการอย่างเดียวกันหรือประเภทเดียวกัน
- (4) กำหนดเงื่อนไขหรือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการซื้อหรือการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการเพื่อให้ปฏิบัติตามที่ตกลงกัน
- (5) ความตกลงร่วมกันในลักษณะอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 56 บทบัญญัติมาตรา 55 มิให้ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

- (1) การกระทำระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด
- (2) การตกลงร่วมกันในธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าและการส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือเศรษฐกิจ
- (3) การตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจในระดับกันโดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ หรือการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสิทธิซึ่งมีหน้าที่ชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียมหรือให้ผลตอบแทนอื่นใดตามที่ระบุในสัญญา
- (4) ลักษณะข้อตกลงหรือรูปแบบธุรกิจตามที่กำหนดในกฎกระทรวงตามคำแนะนำของคณะกรรมการ

การตกลงร่วมกันตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องไม่สร้างข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น และไม่ก่อให้เกิดอำนาจผูกขาด หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดนั้นอย่างมีนัยสำคัญโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคด้วย

2.4.2 ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561

ส่วนที่ 2 ข้อยกเว้นการกระทำความผิดตามมาตรา 56

ข้อ 11 การกระทำร่วมกันในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ ไม่เป็นการกระทำความผิดตามมาตรา 55

(1) การกระทำระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการ ตาม ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาผู้ประกอบธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการ พ.ศ. 2561

(2) การตกลงร่วมกันในธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือเศรษฐกิจ

(3) การตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่ต่างระดับกันโดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้ใช้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ หรือสนับสนุนการประกอบธุรกิจ และอีกฝ่ายเป็นผู้รับสิทธิซึ่งมีหน้าที่ชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียม หรือผลตอบแทนอื่นใดตามระบุในสัญญา เช่น สัญญาในการทำธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ (Franchise Agreement) หรือรูปแบบตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต (Authorized Dealer) เป็นต้น

ข้อ 12 การตกลงร่วมกันตามข้อ 11 (2) และ (3) ต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) ไม่สร้างข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ที่กำหนดไว้ตามข้อ 11 (2) และ (3) โดยจะต้องพิจารณาว่าประโยชน์ที่เกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของข้อยกเว้นจะต้องสมเหตุสมผลต่อการกระทำที่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบที่เป็นข้อจำกัดของการแข่งขันในตลาด

(2) ไม่ก่อให้เกิดอำนาจผูกขาด หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดนั้นอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ การกระทำร่วมกันที่เข้าข่ายข้อยกเว้นจะต้องไม่ก่อให้เกิดการผูกขาดในตลาด หรือผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการร่วมกันจะต้องมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันน้อยกว่าร้อยละ 10

(3) คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคในด้านราคา คุณภาพ ปริมาณ หรือทางเลือกของการใช้สินค้าหรือบริการ

มาตรา 57 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใด ๆ อันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

- (1) กีดกันการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นอย่างไม่เป็นธรรม
- (2) ใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม
- (3) กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจของผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม
- (4) กระทำการในลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

2.4.3 ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าเรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์

โดยประกาศฉบับนี้ได้มีการประกาศแนวทางพิจารณาว่าพฤติกรรมใดบ้างที่แฟรนไชส์ซอร์ทำและอาจทำให้เกิดผลเสียแก่แฟรนไชส์ซี

ข้อ 5 การปฏิบัติทางการค้าของแฟรนไชส์ซอร์ที่อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายแก่แฟรนไชส์ซีตามมาตรา 57 แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 มีแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

5.1 การกำหนดเงื่อนไขที่เป็นการจำกัดสิทธิของแฟรนไชส์ซี โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เช่น

5.1.1 การกำหนดให้แฟรนไชส์ซีต้องซื้อสินค้าหรือบริการอื่นที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการแฟรนไชส์หรือสินค้าหรือบริการประกอบแฟรนไชส์จากแฟรนไชส์ซอร์หรือจากผู้ผลิตผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดเท่านั้น

5.1.2 การกำหนดโควตาให้แฟรนไชส์ซีต้องซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบในปริมาณที่สูงกว่าความต้องการใช้จริงและห้ามคืนสินค้าหรือวัตถุดิบส่วนเกิน

5.2 การกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมให้แฟรนไชส์ซีต้องปฏิบัติภายหลังการลงนามในสัญญาร่วมกันแล้ว เช่น กำหนดให้แฟรนไชส์ซีซื้อสินค้าหรือบริการอื่น หรือกระทำการอื่นนอกเหนือจากที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาแฟรนไชส์ เป็นต้น เว้นแต่ มีเหตุผลอันสมควรทางธุรกิจ หรือมีความจำเป็นในการรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียง คุณภาพ และมาตรฐานของธุรกิจ แฟรนไชส์ ทั้งนี้ การกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมดังกล่าวจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร

5.3 การห้ามแฟรนไชส์ซีซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการรายอื่นที่ขายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันและราคาถูกกว่า โดยให้ซื้อจากแฟรนไชส์ซอร์หรือจากผู้ผลิตผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดเท่านั้น ทั้งนี้ โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

5.4 การห้ามแพรนไฮส์ซีขายลดราคาสำหรับสินค้าที่เน่าเสียง่าย (Perishable Goods) หรือใกล้หมดอายุโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

5.5 การกำหนดเงื่อนไขที่แตกต่างกันระหว่างแพรนไฮส์ซีโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรและนำไปสู่การเลือกปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Discrimination)

5.6 การกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เหมาะสมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียง คุณภาพ และมาตรฐานของแพรนไฮส์ซีตามสัญญา

ตามมาตรา 57 ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 เป็นการกำหนดหลักเกณฑ์ที่มีการบัญญัติขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งในที่นี้ย่อมหมายถึงบริษัทผู้ค้าน้ำมัน กระทำการใดๆ ที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม โดยแบ่งได้เป็น (1) กีดกันการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นอย่างไม่เป็นธรรม (2) ใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม (3) กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจของผู้อื่น อย่างไม่เป็นธรรม และ (4) กระทำการในลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งในความสัมพันธ์ตามสัญญา ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการนั้น ในการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันซึ่งอาจทำให้เข้าข่ายที่เป็นการกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม ในมาตรา 57 (1)

ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันถือได้ว่าเป็นธุรกิจแพรนไฮส์ประเภทหนึ่ง ดังนั้น การจะพิจารณาความสัมพันธ์และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ให้สิทธิ (Franchisor) และผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันหรือผู้รับสิทธิ (Franchisee) ก็ย่อมต้องพิจารณาประกาศของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแพรนไฮส์ด้วย เพราะประกาศฉบับนี้มีเป็นประกาศที่มีเนื้อหาเป็นแนวทางในการประกอบการธุรกิจแพรนไฮส์ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจแพรนไฮส์ทราบว่าการกระทำในลักษณะใดของผู้ประกอบการธุรกิจแพรนไฮส์ที่มีเงื่อนไขพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมตามมาตรา 57 บ้าง โดยประกาศฉบับดังกล่าวนี้ ได้มีการกำหนดนิยามของคำต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจแพรนไฮส์ เช่น นิยามคำว่า แพรนไฮส์ (Franchise) แพรนไฮส์ซี (Franchisee) แพรนไฮส์ซอร์ (Franchisor) เป็นต้น

อีกทั้งยังมีการกำหนดหน้าที่แก่แพรนไฮส์ซอร์ (Franchisor) หรือผู้ให้สิทธิในธุรกิจแพรนไฮส์ กับ แพรนไฮส์ซี (Franchisee) หรือผู้รับสิทธิ ในการที่ต้องเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับธุรกิจแพรนไฮส์นั้นๆ ที่แพรนไฮส์ซีกำลังจะเข้าทำสัญญาเพื่อรับสิทธิ ซึ่งต้องเปิดการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต้องเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญและเป็นข้อมูลที่ แพรนไฮส์ซีควรรู้ เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจว่าจะ

ตกลงทำสัญญาเพื่อเข้ารับสิทธิในธุรกิจแฟรนไชส์ดังกล่าวหรือไม่ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับค่าตอบแทน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ แผนการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ สาธารณะเกี่ยวกับสิทธิในเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ที่เกี่ยวข้อง ช่วงเวลาที่มีผลบังคับใช้ ขอบเขตการอนุญาตและเงื่อนไขข้อจำกัด และการต่อสัญญาแฟรนไชส์ การแก้ไข การยกเลิก การเพิกถอนสัญญาแฟรนไชส์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อมูลดังกล่าวเหล่านี้ที่แฟรนไชส์ซอร์มีหน้าที่ต้องเปิดเผยให้ผู้มีสนใจเข้าทำธุรกิจแฟรนไชส์ของตนได้ทราบก่อนตกลงเข้าทำสัญญาแฟรนไชส์ เพราะจะเห็นได้ว่าข้อมูลดังกล่าวเหล่านี้เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการที่ผู้ที่จะสนใจจะประกอบธุรกิจแฟรนไชส์นั้นๆ จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจว่าจะตกลงทำธุรกิจแฟรนไชส์ดังกล่าวนี้หรือไม่ อย่างไร

นอกจากนี้ยังมีการกำหนดเอาไว้ในเรื่องของการขยายสาขาของธุรกิจแฟรนไชส์ที่แฟรนไชส์ซอร์จะเป็นผู้บริหารและดำเนินการด้วยตนเองนั้นจะต้องแจ้ง ให้แฟรนไชส์ซีรายที่มีสาขาอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่สุดได้ทราบและต้องให้สิทธิในการเปิดสาขาใหม่แก่ แฟรนไชส์ซีรายนั้นก่อน ทั้งนี้ แฟรนไชส์ซอร์จะต้องให้ระยะเวลาแก่แฟรนไชส์ซีอย่างเหมาะสมในการแจ้งกลับ ในการพิจารณาพื้นที่ตามวรรคหนึ่งให้พิจารณาจากปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการพื้นที่ ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยสภาพการแข่งขันในตลาดประกอบกัน ซึ่งเหตุผลในการกำหนดเงื่อนไขในข้อนี้ก็เพื่อให้เป็นธรรมกับแฟรนไชส์ซีรายที่มีสาขาที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงที่สุดได้ทราบและให้สิทธิกับแฟรนไชส์ซีในการประกอบธุรกิจในพื้นที่ใกล้เคียงกับสาขาของตนก่อน เพราะต้องการให้ความคุ้มครองแฟรนไชส์ซี เนื่องจากหากแฟรนไชส์ซอร์มีการเปิดสาขาที่ใกล้เคียงกับสาขาของแฟรนไชส์ซี โดยไม่แจ้งให้ทราบก่อนแล้วปรากฏว่าสาขาใหม่ที่เปิดนั้นไปลูกค้าไปใช้บริการมากกว่าและส่งผลให้ยอดขายของแฟรนไชส์ซีลดลงเนื่องจากการเปิดสาขาใหม่ที่ใกล้เคียงนี้ ดังนั้นจึงให้สิทธิแฟรนไชส์ซีดังกล่าวนี้ได้ตัดสินใจก่อนว่ามีความประสงค์ที่จะเปิดสาขาใหม่หรือไม่ แต่ในการพิจารณาพื้นที่ใกล้เคียงนั้นก็ให้พิจารณาจากปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และปัจจัยสภาพการแข่งขันในตลาดประกอบกันด้วย

และสุดท้ายคือการกำหนดแนวทางในการพิจารณาในการปฏิบัติทางการค้าของแฟรนไชส์ซอร์ที่อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายแก่แฟรนไชส์ซีเอาไว้เพื่อเป็นแนวทางประกอบให้ผู้ที่เป็นแฟรนไชส์ซอร์ทราบรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องว่าการกระดังต่อไปนี้ไม่สามารถกระทำต่อแฟรนไชส์ซีได้กล่าวคือ

1. การกำหนดเงื่อนไขที่เป็นการจำกัดสิทธิของแฟรนไชส์ซีโดยไม่มีเหตุผล ยกตัวอย่างเช่น การกำหนดให้แฟรนไชส์ซีต้องซื้อสินค้าหรือบริการอื่นที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการแฟรนไชส์หรือสินค้าหรือบริการประกอบแฟรนไชส์จากแฟรนไชส์ซอร์หรือจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้

ให้บริการที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดเท่านั้น การกำหนดโควตาให้แฟรนไชส์ซีต้องซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบในปริมาณที่สูงกว่าความต้องการใช้จริงและห้ามคืนสินค้าหรือวัตถุดิบส่วนเกิน

2. การกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมให้แฟรนไชส์ซีต้องปฏิบัติภายหลังจากการลงนามในสัญญาเรียบร้อยแล้ว เช่น กำหนดให้แฟรนไชส์ซีซื้อสินค้าหรือบริการอื่น หรือกระทำการอย่างอื่น นอกเหนือจากที่ได้กำหนดไว้ในสัญญาแฟรนไชส์ เป็นต้น เว้นแต่มีเหตุผลอันสมควรทางธุรกิจ หรือ มีความจำเป็นในการรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียง คุณภาพ และมาตรฐานของธุรกิจแฟรนไชส์ ทั้งนี้ การกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมดังกล่าวจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร

3. การห้ามแฟรนไชส์ซีซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการ รายอื่นที่ขายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันและราคาถูกลงกว่า โดยให้ซื้อจากแฟรนไชส์ซอร์หรือจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการที่แฟรนไชส์ซอร์กำหนดเท่านั้น ทั้งนี้ โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

4. การห้ามแฟรนไชส์ซีขายลดราคาสำหรับสินค้าที่เน่าเสียง่าย (Perishable Goods) หรือใกล้หมดอายุโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

5. การกำหนดเงื่อนไขที่แตกต่างกันระหว่างแฟรนไชส์ซีโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร และนำไปสู่การเลือกปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Discrimination) และ

6. การกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เหมาะสมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียง คุณภาพ และมาตรฐานของแฟรนไชส์ซอร์ตามสัญญา

ดังนั้น หากจะพิจารณาเงื่อนไขในเรื่องของพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมตามที่บัญญัติไว้ใน มาตรา 57 ในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 และหากพฤติกรรมที่ต้องการพิจารณาเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ในธุรกิจแฟรนไชส์ก็ต้องการพิจารณาประกาศของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าฉบับนี้ประกอบด้วยเพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาให้มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.4.4 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540

1.ความเป็นมา

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนี้ได้เกิดขึ้นจากความคิดริเริ่มของกระทรวงยุติธรรมในระหว่างปี พ.ศ. 2533 โดยที่กระทรวงยุติธรรมได้พิจารณาแล้วเห็นว่าสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไทยพัฒนาอย่างรวดเร็วและก้าวหน้าอย่างมาก ในการทำสัญญาทางธุรกิจต่างๆ สภาพของการทำสัญญาไม่ว่าจะเป็นสัญญาซื้อขาย สัญญาเช่าซื้อ สัญญาจ้าง สัญญาขนส่ง หรือสัญญาธุรกิจประเภทอื่นๆ เป็นต้น อำนาจในการเจรจาต่อรองในการทำสัญญาที่ไม่เท่าเทียมกัน ระหว่างคู่สัญญาไม่

ว่าจะเป็นการรู้ความเข้าใจในการทำสัญญาของคู่สัญญาที่อ่อนแอกว่าจะมีอำนาจในการต่อรองน้อยกว่า ต้องยอมรับในข้อสัญญาที่กำหนดไว้แล้ว จึงก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้นในสังคม กระทรวงยุติธรรมจึงได้ตั้งคณะกรรมการเพื่อยกร่างกฎหมายเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมขึ้น ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่หน่วยงานต่าง ๆ เมื่อยกร่างเสร็จแล้วก็ได้นำเสนอเข้ากระบวนการพิจารณาของคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติซึ่งได้มีการแก้ไขต่างๆ เป็นไปตามกระบวนการโดยเน้นร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวนี้จะสามารถแก้ไขปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในเชิงแก้ไขได้ ในที่สุดก็ได้มีการตราพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ขึ้นมา

2. หลักการและเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

เนื่องจากในปัจจุบันสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าถือโอกาสเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจด้อยกว่าอย่างมาก ซึ่งทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบในสังคม ดังนั้นรัฐจึงกำหนดกรอบของการใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและเสรีภาพของบุคคล เพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขในสังคมดังกล่าวโดยกำหนดแนวทางให้แก่ศาลเพื่อใช้ในการพิจารณาว่าข้อสัญญาหรือข้อตกลงใดที่ไม่เป็นธรรม และให้อำนาจแก่ศาลที่จะสั่งให้ข้อสัญญาหรือข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมนั้นมีผลใช้บังคับเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีจึงได้มีการบัญญัติพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ขึ้นมา

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมมีลักษณะเป็นกฎหมายมหาชน (Public Law) ซึ่งรัฐเข้าไปแทรกแซง (Intervention) ในการทำสัญญาของเอกชนตามกฎหมายเอกชน (Private Law) เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม เพราะตามหลักกฎหมายเอกชนถือว่านิติสัมพันธ์ระหว่างเอกชนต่อเอกชนมีฐานะเท่าเทียมกันในการทำสัญญา แต่ในโลกแห่งความเป็นจริง เอกชนแต่ละคนไม่เท่าเทียมกันในด้านความรู้ การรับข้อมูลข่าวสาร รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ และสถานะทางสังคม คนที่ได้เปรียบในสังคม เศรษฐกิจ ทำสัญญาเอาเปรียบคนที่ด้อยกว่าในด้านต่างๆ ดังกล่าว ซึ่งมีอำนาจต่อรอง (Bargaining power) ที่น้อยกว่าจำต้องทำสัญญาในลักษณะจำยอม ที่เรียกว่าสัญญาสำเร็จรูป (Adhesive contract) เช่น สัญญากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินหรือบุคคลทั่วไป สัญญาประกันภัย สัญญาประกันชีวิต สัญญาเช่าซื้อ สัญญาค้าประกัน สัญญาขายสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะผูกขาด เป็นต้น

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมมีแนวคิดมาจาก Unfair Contract Term Act AD 1977 ของประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นกฎหมายที่จำกัดเสรีภาพในการทำสัญญาของเอกชน แต่มีเพื่อคุ้มครองเอกชนที่เสียเปรียบในการทำสัญญาให้ได้รับความเป็นธรรม

3. คำนิยาม

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มาตรา 3 ได้ให้คำนิยามของคำต่างๆ ไว้ดังนี้

“ข้อสัญญา” หมายความว่า ข้อตกลง ความตกลง และความยินยอม รวมทั้งประกาศและคำแจ้งความเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดด้วย เช่น ลักษณะสัญญา มาตรา 737 ลักษณะรับขน มาตรา 625 และ 639 ลักษณะฝากทรัพย์ มาตรา 677 เป็นต้น

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และให้หมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้เข้าทำประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้า

“ผู้ประกอบการการค้าหรือวิชาชีพ” หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ขาย ผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ ผู้ให้กู้ ผู้รับประกันภัย หรือ ผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อจัดให้ซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใด ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปเพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้นเป็นทางค้าปกติของตน

“สัญญาสำเร็จรูป” หมายความว่า สัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้าไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน

4. ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมคืออะไร

ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม คือ ข้อสัญญาหรือข้อตกลงซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร ไม่ว่าจะฝ่ายที่เสียเปรียบนั้นได้รู้ หรือไม่รู้ถึงการเสียเปรียบนั้นก็ตาม (มาตรา 4 วรรค 1) คือ ข้อตกลงในสัญญาใดที่ทำให้ผู้ซื้อได้เปรียบผู้ขายแล้ว ถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เมื่อถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมแล้วให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น มีประเด็นที่ต่อพิจารณาต่อไปอีกว่าอย่างไรจึงจะถือว่า เกินสมควร ซึ่งลักษณะของคำว่า เกินสมควร นั้น ตามมาตรา 4 วรรค 3 ได้บัญญัติเอาไว้ว่า เกินสมควร หมายถึง ข้อตกลงที่มีลักษณะให้ผู้บริโภค

ต้องปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าวิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ว่าตนต้องรับภาระหรือปฏิบัติตามข้อตกลงได้ตามปกติ

ยกตัวอย่างเช่น ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดที่เกิดจากการผิดสัญญา ข้อตกลงให้ต้องรับผิดหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด ข้อตกลงให้สิ้นสุดสัญญาโดยไม่มีเหตุอันสมควร ข้อตกลงในสิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใดหรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา หรือข้อตกลงในสัญญาเข้าซื้อที่กำหนดราคาค่าเช่าซื้อหรือกำหนดให้ผู้เช่าซื้อต้องรับภาระสูงเกินสมควร เป็นต้น

5. ลักษณะของสัญญา

5.1 การเกิดสัญญา การเกิดสัญญาจะเกิดขึ้นในลักษณะเดียวกับการเกิดสัญญาทั่วไปคือมีคำเสนอ คำสนองต้องตรงกัน ถึงแม้จะเกิดขึ้นจากการกำหนดของคู่สัญญาฝ่ายผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าก็ตาม

5.2 ความสมบูรณ์ของสัญญา ลักษณะของสัญญาหรือข้อสัญญาที่คู่สัญญาได้ทำขึ้นและอยู่ในขอบเขตของการบังคับใช้ของพระราชบัญญัตินี้ย่อมเป็นสัญญาที่สมบูรณ์แม้จะไม่เป็นธรรมก็ตาม เว้นแต่เข้าข้อยกเว้นที่กำหนดไว้ตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 6 คือ ข้อตกลงยกเว้น หรือจำกัดความรับผิดผู้ประกอบการค้า หรือ วิชาชีพเพื่อความชำรุดบกพร่องหรือการรอนสิทธิในทรัพย์สินที่ส่งมอบให้แก่ผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมิได้รู้ถึงความชำรุดบกพร่องหรือเหตุแห่งการรอนสิทธินั้นในขณะที่ทำสัญญา

มาตรา 8 วรรค 1 คือ ข้อตกลงประกาศ หรือคำแจ้งความ ที่ทำให้ล่วงหน้าเพื่อยกเว้น หรือจำกัดความรับผิดชอบในความเสียหายต่อชีวิตและร่างกาย หรืออนามัยของผู้อื่น อันเกิดจากการกระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อของผู้ตกลง ผู้ประกาศ ผู้แจ้งความ

มาตรา 9 คือ ความตกลงหรือความยินยอมของผู้เสียหายในคดีละเมิดซึ่งมีลักษณะต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมาย หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนสามกรณีที่กล่าวมานี้สัญญาจะตกเป็นโมฆะ มาตั้งแต่ขณะทำสัญญา เพราะเป็นการตกลงที่แตกต่างจากกฎหมายเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อย มาตรา 151 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

5.3 ความเป็นผลของสัญญา สัญญาจะมีผลแค่ไหนขึ้นอยู่กับดุลพินิจของศาลเป็นกรณีๆ ไป โดยการใช้ดุลพินิจนี้จะต้องใช้เกณฑ์ ตามมาตรา 10 ของพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมซึ่ง

วางหลักไว้ว่า ในการวินิจฉัยข้อสัญญา จะมีผลบังคับใช้เพียงใด จึงจะเป็นธรรมและพอสมควรแก่ กรณี ให้ศาลพิเคราะห์ถึงพฤติการณ์ทั้งปวงรวมทั้ง

(1) ความสุจริต อำนาจต่อรองฐานะทางเศรษฐกิจความรู้ความเข้าใจ ความสันตติจิตเจตนา ความคาดหมาย แนวทางที่เคยปฏิบัติทางเลือกอย่างอื่นและทางได้เสียทุกอย่างของคู่สัญญาตามสภาพที่เป็นจริง

(2) ปกติประเพณีของสัญญาชนิดนั้น

(3) เวลาและสถานที่ในการทำสัญญาหรือในการปฏิบัติตามสัญญา

(4) การรับภาระที่หนักกว่ามากของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

ในกรณีที่สัญญาไม่สมบูรณ์ตั้งแต่ขณะทำสัญญานั้นถือว่าเป็นสัญญาหรือข้อสัญญาที่ไม่สมบูรณ์ ไม่มีผลทางกฎหมาย จึงไม่มีประเด็นที่ศาลจะพิจารณาตามมาตรา

5.4 การตีความสัญญา

ในเรื่องการตีความสัญญานี้มีบทบัญญัติ มาตรา 4 วรรค 2 บัญญัติเอาไว้ว่า ในกรณีที่มีข้อสงสัย ให้ตีความสัญญาสำเร็จรูปไปในทางที่เป็นคุณ แก่ฝ่ายซึ่งมิได้เป็นผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปนั้น

โดยกรณีที่มีการตีความตามบทบัญญัตินี้ คือ การตีความในกรณีที่มีข้อสงสัย ในสัญญาสำเร็จรูป เช่น มีความหมายกำกวม หรือมีความหมายหลายนัย จึงจำเป็นที่จะต้องตีความ โดยกฎหมายกำหนดหลักการตีความไว้เฉพาะว่า ให้ตีความเป็นคุณแก่ฝ่ายที่ไม่ได้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป ซึ่งเป็นการคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่อ่อนแอกว่า ให้ได้รับความยุติธรรม

6. ลักษณะของสัญญาที่ถูกต้องตรวจสอบความไม่เป็นธรรม

พระราชบัญญัตินี้ไม่ได้ให้อำนาจศาลที่จะตรวจสอบความไม่เป็นธรรมในนิติกรรมหรือสัญญาทุกประเภททุกลักษณะ แต่จำกัดนิติกรรมหรือสัญญาที่จะต้องถูกต้องตรวจสอบไว้เพียง 8 ประเภท ได้แก่ สัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ สัญญาสำเร็จรูป สัญญาขายฝาก ข้อตกลงจำกัดสิทธิในการประกอบสิทธิในการประกอบวิชาชีพการงานและข้อตกลงจำกัดเสรีภาพในการทำนิติกรรมที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพเพื่อความชำรุดบกพร่องหรือเพื่อการรอนสิทธิในทรัพย์สินที่ส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคตามสัญญาที่ทำระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ ข้อสัญญาที่ให้สิ่งใดไว้เป็นมัดจำ ข้อตกลง ประกาศหรือคำแจ้งความที่ได้ทำไว้ล่วงหน้าเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบเพื่อละเมิดหรือผิดสัญญา และความตกลงหรือความยินยอมของผู้เสียหายในคดีละเมิด

โดยนิติกรรมหรือสัญญาอื่นนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ทั้ง 8 ประเภท ศาลไม่มีอำนาจตรวจสอบตามพระราชบัญญัตินี้ แต่จะอยู่ในบังคับของหลักทั่วไปเกี่ยวกับนิติกรรมและสัญญา แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นสัญญาใน 8 ประเภทตามที่บัญญัติไว้ ก็มีใจว่าจะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมทั้งหมด แต่จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสัญญานั้นว่าเข้าเงื่อนไขในลักษณะของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่

เนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันนั้นมีลักษณะเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ กล่าวคือ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน (ผู้ให้แฟรนไชส์) ได้อนุญาตให้บุคคลอื่นอีกคนหนึ่งซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (ผู้รับแฟรนไชส์) ในการใช้ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า ตลอดจนสูตรลับ กรรมวิธีต่างๆ ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันข้อตกลงจะให้ความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันตลอดระยะเวลาที่ได้ตกลงกันตามสัญญาในด้านต่าง ๆ

แฟรนไชส์ คือ ระบบซึ่งบุคคลหนึ่ง กล่าวคือ ผู้ขายแฟรนไชส์หรือในทางสัญญาเรียกว่า ผู้ให้แฟรนไชส์ อนุญาตให้บุคคลอีกคนหนึ่ง คือ ผู้ซื้อแฟรนไชส์หรือในทางสัญญาเรียกว่า ผู้รับแฟรนไชส์ ได้ใช้เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า ตลอดจนสูตรลับ กรรมวิธีต่างๆ ของผู้ขาย แฟรนไชส์กับสินค้าหรือบริการของผู้ซื้อแฟรนไชส์โดยผู้ขายแฟรนไชส์มีข้อตกลงจะให้ความช่วยเหลือกับ ผู้ซื้อ แฟรนไชส์ในด้านต่างๆ เช่น ด้านระบบบัญชี การเงิน การวางแผนการตลาด กิจกรรมส่งเสริม การตลาด การฝึกอบรมพนักงาน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ขายแฟรนไชส์จะควบคุมคุณภาพของสินค้า หรือบริการ ของผู้ซื้อแฟรนไชส์และวิธีดำเนินกิจการของผู้ซื้อ แฟรนไชส์ในบางประการด้วย⁴⁰

แต่ในกรณีบางประการผู้ขายแฟรนไชส์อาจมีการเอาเปรียบผู้ซื้อแฟรนไชส์มากเกินไปจนสมควรจนเป็นเหตุให้อีกฝ่ายต้องรับภาระบางประการเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด จึงก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในข้อสัญญาขึ้นตามพระราชบัญญัติข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มาตรา 4 เพราะอย่างในกรณีของแฟรนไชส์ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันนั้น มีลักษณะที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันแก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันหรือผู้ซื้อแฟรนไชส์ในการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันภายใต้แบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ซึ่งการให้สิทธิดังกล่าวจะดำเนินการตกลงในข้อสัญญาที่ได้ทำขึ้นระหว่างบริษัทน้ำมันกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน เช่น สัญญาแต่งตั้งผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน สัญญาเช่าหรือเช่าช่วงที่ดิน สัญญาซื้อขายน้ำมัน เป็นต้น แต่สัญญา

⁴⁰ เทียงธรรม พลโลก, "ข้อตกลงสัญญาแฟรนไชส์ไม่เป็นธรรม เพิกถอนได้หรือไม่" [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.sme.go.th>

ทั้งหมดที่ได้ยกตัวอย่างขึ้นมา นั้น โดยส่วนมากจะเป็นสัญญาที่มีการกำหนดเงื่อนไขในสัญญาผ่านฟอร์มมาตรฐานของสัญญาที่จัดทำขึ้นโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมัน หรือก็คือสัญญาสำเร็จรูป โดยที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นคู่สัญญาที่ต้องมีการลงนามเพื่อผูกพันตามเงื่อนไขในสัญญาเหล่านั้นก็มักไม่มีโอกาสในการร่วมกำหนดเงื่อนไขในสัญญาร่วมกับบริษัทผู้ค้าน้ำมัน เพราะสัญญาดังกล่าวมีลักษณะที่กำหนดเอาไว้ล่วงหน้าและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันหรือผู้ซื้อแฟรนไชส์มีหน้าที่เพียงลงนามเพื่อผูกพันตามเงื่อนไขในสัญญาเท่านั้น เว้นแต่ในบางกรณีที่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันแสดงเจตจำนงในการขอแก้ไขสัญญาสำเร็จรูปที่จัดทำขึ้นโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นกรณีที่เกิดขึ้นไม่มากเป็นรายกรณีไป

เมื่อสัญญาที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้จัดทำขึ้นมีลักษณะที่เป็นสัญญาสำเร็จรูปก็อาจทำให้มีข้อสัญญาบางข้อเกิดคำถามว่าเงื่อนไขดังกล่าวมีลักษณะที่เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมกับผู้รับแฟรนไชส์หรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น เงื่อนไขในการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันในแต่ละเดือน กล่าวคือเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องจำหน่ายน้ำมันขั้นต่ำผ่านสถานีบริการน้ำมันให้ได้ในปริมาณที่กำหนดไว้ในแต่ละเดือน เช่น กำหนดปริมาณขั้นต่ำไว้ 200,000 ลิตรต่อเดือนซึ่งหากจำหน่ายไม่ได้ตามปริมาณกำหนด ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันก็ต้องจ่ายค่าปรับให้แก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันในเดือนถัดไป แต่เงื่อนไขในกรณีนี้จะมีการกำหนดเอาไว้ในบางประเภทของสถานีบริการน้ำมันเท่านั้น เช่น Type CODO เป็นต้น ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ที่ได้อ่านสัญญาหรือคู่สัญญารู้สึกว่าเงื่อนไขดังกล่าวเข้าข่ายข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมเพราะดูเหมือนว่าเป็นการเอาเปรียบผู้ประกอบการมากจนเกินไปเป็นข้อสัญญาที่มีลักษณะเป็นการให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าที่อยู่ในเวลาที่ทำสัญญาหรือไม่ ซึ่งจะได้มีการวิเคราะห์ในประเด็นดังกล่าวนี้ในบทวิเคราะห์ต่อไป

2.4.5 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542

สำหรับเนื้อหาและรายละเอียดของพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 ซึ่งได้มีการอธิบายไปแล้วในส่วนของหัวข้อที่ 2.3.2

2.5 ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย

2.5.1 น้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทย⁴¹

⁴¹ สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, ปิโตรเลียมเมืองสยาม : วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมปิโตรเลียมในประเทศไทย (กรุงเทพฯ: สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, 2536). หน้า 3

ประเทศไทยได้นำผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเข้ามาใช้ในประเทศไทยตั้งแต่สมัยต้นรัชกาล พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ซึ่งเป็นเวลาภายหลังจากที่ได้เจอะพบน้ำมันที่ ประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2402 ประมาณ 10 ปี การค้าในสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ.2411-2453) ได้มีการนำผลิตภัณฑ์พวกน้ำมันก๊าดที่ใช้จุดตะเกียงให้แสงสว่างและน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้กับเครื่องจักรไอน้ำเข้ามาปะปนกับสินค้าอื่นๆ ต่อมาเมื่อมีการใช้รถยนต์อย่างแพร่หลายและสร้างถนนเพิ่มขึ้น น้ำมันเบนซินจึงกลายเป็นเชื้อเพลิงที่ใช้กันมากขึ้น ขณะที่น้ำมันก๊าดมีความสำคัญน้อยลงเพราะมีการใช้ไฟฟ้าในเมืองและตามชนบท เมื่อมีผู้นิยมใช้น้ำมันเบนซินอย่างแพร่หลายจึงจัดตั้งเป็นบริษัทเพื่อค้าน้ำมันเพียงอย่างเดียวโดยมีบริษัทต่างประเทศเป็นผู้ดำเนินกิจการค้าน้ำมันในประเทศไทยมาโดยตลอด รัฐได้เข้าประกอบธุรกิจค้าน้ำมันในภายหลัง อย่างไรก็ตาม เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลงในปี พ.ศ. 2488 ด้วยความจำเป็นที่จะต้องบรรเทาความขาดแคลนน้ำมันขึ้นวิกฤตในประเทศไทย รัฐบาลในขณะนั้นจำต้องตกลงที่จะไม่แข่งขันกับบริษัทเอกชนในธุรกิจการค้าน้ำมันมาจำหน่าย จนถึงช่วงปี พ.ศ.2500 รัฐบาลจึงสามารถยกเลิกข้อตกลงนี้ได้

ก๊าซธรรมชาติได้เริ่มมีบทบาทในภาพพลังงานของไทยตั้งแต่พ.ศ.2524 และด้วยความจำเป็นทางด้านการเมืองทำให้น้ำมันดีเซลมรปริมาณการใช้สูงมาก ขณะเดียวกันน้ำมันอากาศยานเริ่มมีบทบาทในตลาดมากขึ้นจนใกล้เคียงกับน้ำมันเบนซิน ขณะที่น้ำมันเตาและก๊าซธรรมชาติมีการบริโภคที่สูงมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตกระแสไฟฟ้า เชื้อเพลิงที่มีปริมาณการใช้สูงมากอีกชนิดหนึ่งในประเทศคือก๊าซปิโตรเลียมเหลว ซึ่งใช้แทนถ่านหินและฟืนเพื่อการหุงต้มในครัวเรือน ในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้ ถือกันว่าเป็นสมัยกรุงเทพยุดพัฒนา เริ่มมีโทรศัพท์ โทรเลข รถราง รถไฟ เป็นต้น ปิโตรเลียมเป็นสินค้าเข้ามาจากต่างประเทศในสมัยนี้เอง โดยผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมชนิดแรกที่นำมาใช้ประโยชน์ได้แก่น้ำมันก๊าด โดยมีการเรียกทับศัพท์ว่าน้ำมันปิโตรเลียม

ในปีพ.ศ.2439 ได้มีการส่งรถยนต์เข้ามาคันแรก และอีก 6 ปีต่อมา พระยาภักตินรเศรษฐ์ได้ดัดแปลงรถม้าเป็นรถเมล์ขาวโดยใช้เครื่องยนต์ และมีการใช้น้ำมันเบนซินจึงนับเป็นยุคแรกที่มีการใช้น้ำมันเบนซินในประเทศ ต่อมา มีการปรับปรุงถนนเป็นถนนลาดยางมะตอย ทำให้ผู้คนนิยมใช้รถยนต์กันมากขึ้น และเริ่มมีปั้มน้ำมันข้างถนนในปีพ.ศ. 2473 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2468-2477) จึงมีการใช้น้ำมันเบนซินแพร่หลายมากขึ้น ประกอบกับในเวลานั้นได้มีการนำรถยนต์ดีเซลเข้ามา จึงมีน้ำมันดีเซลหรือน้ำมันโซล่าเข้ามาจำหน่ายอีกชนิดหนึ่ง

ธุรกิจปิโตรเลียมในประเทศไทยสมัยเริ่มแรกเป็นเพียงการซื้อน้ำมันสำเร็จรูปเข้ามาขายในประเทศ ไม่มีการผลิตหรือการกลั่นภายในประเทศในช่วงแรกจึงส่งเข้ามาขายปะปนกับสินค้าอื่นตามห้างร้านต่างๆ เมื่อมีการใช้ประโยชน์กันมากขึ้นจึงได้ตั้งบริษัทผู้แทนจำหน่ายปิโตรเลียมขึ้นในประเทศ ซึ่งได้แก่ บริษัท รอยัลดัทช์ปิโตรเลียม เป็นบริษัทแรกที่เข้ามาค้าน้ำมันโดยตั้งผู้แทนจำหน่ายที่กรุงเทพฯ ต่อมาได้รวมกับบริษัท เซลล์ทราฟสปอร์ตแอนด์เทรคดิง จำกัด และขยายกิจการในประเทศโดยก่อตั้งบริษัท เอเชียติกปิโตรเลียม (สยาม) และมีบริษัทยุโรปและสหรัฐอเมริกาเข้ามาเปิดที่ทำการสาขาและสร้างคลังน้ำมันขึ้นที่กรุงเทพฯ

สำหรับประเทศไทยปิโตรเลียมเริ่มมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศมากขึ้น รัฐบาลจึงมอบหมายให้กระทรวงกลาโหมดำเนินการจัดตั้งแผนกเชื้อเพลิงขึ้นในปีพ.ศ. 2476 ทำหน้าที่จัดหาน้ำมันเบนซิน น้ำมันก๊าด น้ำมันหล่อลื่น และได้สร้างคลังเก็บน้ำมันที่ช่องนนทรี สั่งต่อเรือบรรทุกน้ำมันจากประเทศญี่ปุ่นเพื่อใช้ในการขนถ่ายน้ำมันจากต่างประเทศ เปิดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงแก่ประชาชนทั่วไป ต่อมาในปีพ.ศ. 2483 โรงกลั่นน้ำมันได้ถูกระเบิดเสียหาย เรือบรรทุกน้ำมันจมลงโดยตอร์ปิโดขณะบรรทุกน้ำมันจากแหลมมาลาญสู่กรุงเทพมหานครอันเป็นผลจากสงครามโลกครั้งที่ 2

การดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมของภาครัฐสิ้นสุดลงเมื่อสงครามสงบ รัฐบาลจำเป็นต้องยุบกรมเชื้อเพลิง ขยายกิจการและทรัพย์สินทั้งหมดรวมทั้งคลังน้ำมันและโรงกลั่นน้ำมันที่ช่องนนทรีให้กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันต่างประเทศ ขณะนั้นเกิดการขาดแคลนน้ำมันเป็นอย่างมาก รัฐบาลต้องขอร้องให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันผลิตภัณฑ์น้ำมันชนิดต่างๆ เข้ามาจำหน่ายให้แก่ประชาชนโดยเร็วและต้องออกหนังสือรับรองว่ารัฐจะไม่ค้าน้ำมันให้หน่วยราชการและประชาชนทั่วไป ยกเว้นกิจการทหาร และให้ผู้ค้าน้ำมันได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาต

ปีพ.ศ. 2500 ประเทศไทยได้ขอยกเลิกข้อตกลงที่รัฐบาลสมัยหลังสงครามโลกทำไว้กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันต่างชาติได้สำเร็จ ทำให้หน่วยงานของรัฐสามารถดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมได้โดยเสรีและเนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำมันที่ใช้ในประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี พ.ศ.2503 รัฐบาลจึงได้ประกาศเชิญชวนให้ภาคเอกชนมาลงทุนก่อสร้างโรงกลั่นน้ำมันและเข้ามาดำเนินการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมในประเทศ ซึ่งเป็นการเริ่มต้นในการพัฒนาธุรกิจปิโตรเลียมของยุคปัจจุบัน⁴²

⁴² อุษา วิชัยไพโรจน์วงศ์, "มาตรการในการกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงระดับค้าปลีก" (นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554), หน้า.14

2.5.2 ธุรกิจน้ำมันเชื้อเพลิงในระดับค้าปลีก

การค้าปลีก (Retailing) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายหรือบริการ โดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัวไม่ใช่เพื่อธุรกิจ⁴³ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ส่งต่อสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้ค้าปลีกและไปสู่ผู้บริโภคซึ่งเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก ประหยัดเวลาและตรงต่อความต้องการ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานส่งผลให้รัฐเก็บภาษีได้มากขึ้นอีกด้วย

ธุรกิจค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง

เป็นธุรกิจที่มีการซื้อขายน้ำมันเชื้อเพลิง รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมันซึ่งได้แก่ ธุรกิจ Non-oil แก่ผู้บริโภค โดยรับน้ำมันเชื้อเพลิงจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค โดยธุรกิจค้าปลีกน้ำมันนั้นอาจเป็นลักษณะดังนี้ กล่าวคือ อาจเป็นลักษณะของการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมัน หรือ ผ่านตัวแทนจำหน่ายของผู้ค้ารายใหญ่ หรืออาจเป็นกรณีที่มีการเปลี่ยนมือผู้ประกอบการโดยผู้ประกอบการระดับค้าปลีกน้ำมันซึ่งมาจากผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่นำมาจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง

ธุรกิจ Non-oil

กิจการในสถานีบริการน้ำมันนอกจากจะมีรายได้หลักจากการขายน้ำมันแล้ว ยังมีรายได้ที่มาจากส่วน Non-oil หรือธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน เช่น ร้านกาแฟ คาร์แคร์ มินิมาร์ท ซุ้มขายสินค้า เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันนั้นบริษัทผู้ค้าน้ำมันในหลายๆแบรนด์มีความพยายามในการผลักดันพัฒนาธุรกิจ Non-oil เป็นอย่างมาก เนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น ราคาน้ำมันดิบมีความผันผวนสูง หรือ กรณีที่เทรนด์การใช้รถยนต์ที่ใช้พลังงานแทนน้ำมันเชื้อเพลิงมีมากขึ้น จึงทำให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะหันมาพยายามผลักดันธุรกิจ Non-oil ให้มีการเติบโต เพราะรายได้ในส่วนนี้ก็สามารถเข้ามาทดแทนรายได้ในส่วนของราคาน้ำมันดิบที่มีความผันผวนสูงได้ อีกทั้งในปัจจุบันนี้พฤติกรรมของคนไทยในเวลาที่เดินทางไกลมักไม่ได้มองว่าสถานีบริการน้ำมันเป็นเพียงสถานที่ที่ใช้ในการเติมน้ำมันเท่านั้น แต่ยังใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อจะได้เก็บแรงไว้ใช้ในการเดินทางต่อไปยังจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัยอีกด้วย

ธุรกิจค้าปลีกน้ำมันน้ำมันเชื้อเพลิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

⁴³ วรดี จงอัศญากุล, "ตลาดค้าปลีกและนโยบายการคืนสินค้าในประเทศไทย (Retail Market and Return Policy in Thailand)" (คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554), หน้า.20

สถานีบริการน้ำมัน

“น้ำมันเชื้อเพลิง” หมายความว่า น้ำมันปิโตรเลียมดิบ น้ำมันเบนซิน น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องบิน น้ำมันก๊าด น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา น้ำมันหล่อลื่น และให้หมายความรวมถึงผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นที่เป็นของเหลวและใช้เป็นเชื้อเพลิงหรือเป็นสิ่งหล่อลื่น ตามที่รัฐมนตรีกำหนดให้เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา⁴⁴

“สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง” หมายความว่า สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิงแก่ยานพาหนะ และให้หมายรวมถึงบริเวณที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตให้เป็นเขตสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ตลอดจนถึงก่อสร้าง ถัง ท่อ และอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ ในบริเวณนั้น⁴⁵

สถานีบริการน้ำมันสามารถจำแนกได้ 5 ประเภทหลักๆ ตามลักษณะของการลงทุนอันได้แก่

สถานีบริการน้ำมันประเภท Company Own Company Operate (COCO)

บริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ลงทุนและเป็นเจ้าของสถานีบริการที่ดำเนินกิจการและบริหารงานภายในสถานีบริการเองทั้งหมด ซึ่งอาจเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันมอบหมายให้บริษัทลูกหรือบริษัทไเย่เครือเป็นผู้มีหน้าที่บริการจัดการสถานีบริการน้ำมัน โดยการพิจารณาลงทุนเปิดสถานีบริการ COCO จะขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้ง และยอดขายเป็นหลัก

สถานีบริการน้ำมันประเภท Company Own Dealer Operate (CODO)

บริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ลงทุนและเป็นเจ้าของสถานีบริการที่เปิดให้ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และสนใจบริหารงานภายในสถานีบริการประเภทนี้เข้ามาเช่าดำเนินงานโดยจะมีสัญญาซื้อขายน้ำมันขึ้นต่ำตามที่กำหนดรวมถึงการคิดราคาน้ำมันในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยที่บวกเพิ่มราคาน้ำมันมากกว่าราคาที่ขายส่งผู้ประกอบการในสถานีบริการน้ำมันประเภทอื่นโดยปกติ เช่น ราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยจะซื้อน้ำมันจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันในราคา 10 บาท แต่ผู้ประกอบการ Type CODO นั้นจะซื้อน้ำมันในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยโดยมีการบวกเพิ่มราคาน้ำมันขึ้นอีกเช่นซื้อราคา

⁴⁴ พระราชบัญญัติควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542,

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“น้ำมันเชื้อเพลิง” หมายความว่า

- (1) ก๊าซธรรมชาติ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว น้ำมันดิบ น้ำมันเบนซิน น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องบิน น้ำมันก๊าด น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา และน้ำมันหล่อลื่น
- (2) สิ่งอื่นที่ใช้หรืออาจใช้เป็นวัตถุดิบในการกลั่นหรือผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรืออาจใช้เป็นเชื้อเพลิงหรือสิ่งหล่อลื่น ทั้งนี้ตามที่รัฐมนตรีกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

⁴⁵ เรื่องเดียวกัน, มาตรา 4

10 บาทและบวกเพิ่ม 10 สตางค์ โดยเหตุผลของการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและการบวกเพิ่มราคาขายน้ำมันเนื่องจากว่าธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์เป็นธุรกิจที่มีลักษณะที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า วิธีการประกอบธุรกิจต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการชำระค่าสิทธิหรือค่าธรรมเนียมในการใช้แฟรนไชส์เป็นการตอบแทน ซึ่งค่าธรรมเนียมหรือค่าสิทธิดังกล่าวนี้อาจปรากฏอยู่ในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่ได้เป็นตัวเงิน ซึ่งการกำหนดปริมาณการขายน้ำมันขั้นต่ำรวมถึงการบวกเพิ่มราคาขายปลีกลูกค้ารายย่อยถือได้ว่าเป็นค่าสิทธิแฟรนไชส์ที่อาจไม่ได้มีการกำหนดให้ชำระในคราวเดียวตั้งแต่ครั้งแรก

สถานีบริการน้ำมันประเภทร่วมลงทุน (Joint Venture)

สถานีบริการน้ำมันในรูปแบบนี้เป็นการร่วมลงทุนกันที่อยู่ในรูปแบบของสัญญาระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการภาคเอกชน โดยสัดส่วนในการร่วมลงทุนจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการเจรจาโดยผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการบริหารและจัดการทั้งหมด โดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจเป็นผู้ลงทุนในอุปกรณ์หรืออาคาร และผู้ประกอบการเป็นผู้ลงทุนในที่ดินซึ่งแล้วแต่การตกลงกันระหว่างคู่สัญญา

สถานีบริการน้ำมันประเภทสหกรณ์และสวัสดิการราชการและรัฐวิสาหกิจ (Co-operative)

โดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้สนับสนุนในส่วนสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ในส่วนที่สหกรณ์หรือส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจขอมา แต่จะมอบหมายให้หน่วยงานนั้นๆ เป็นผู้บริหารจัดการเอง โดยวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินการสถานีบริการน้ำมัน คือ เพื่อรองรับผู้บริโภคในส่วนของสหกรณ์และเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานของหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่างๆ และยังเป็นการสนับสนุนให้สหกรณ์การเกษตรต่างๆ ได้มีรายได้จากการขายน้ำมันอีกด้วย

สถานีบริการประเภท Dealer Own Dealer Operate (DODO)

เป็นสถานีบริการน้ำมันประเภทที่ผู้ประกอบการเอกชนเป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมัน โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนการบริหารสถานีบริการและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันภายใต้เครื่องหมายการค้าของ บริษัทผู้ค้าน้ำมันโดยมีข้อตกลงว่าจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงเช่น น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล เป็นต้น และจะต้องบริหารจัดการสถานีบริการตามมาตรฐานของ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน โดยที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันมีภาระที่จะให้การสนับสนุนการลงทุนและการบริหารงานสถานีบริการประเภทนี้น้อยมาก เพราะเนื่องจากสถานีบริการน้ำมันประเภทนี้ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ลงทุนที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ รวมถึงทุกอย่างที่ใช้ในการเปิดสถานีบริการน้ำมันด้วยตนเองทั้งหมด โดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันมีหน้าที่ใน

การให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้ารวมถึงการส่งเสริมทางการตลาด โฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต่อผู้บริโภคเท่านั้น

2.5.3 ประเภทของสถานีบริการน้ำมัน

สถานีบริการน้ำมันนั้นแบ่งได้เป็น 6 ประเภทตามที่ กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการแจ้ง การอนุญาต และอัตราค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ.2546 ตามที่กำหนดไว้ใน ข้อ 14 ข้อ 15 ข้อ 16 ข้อ 17 ข้อ 18 ข้อ 19 และข้อ 20

สถานีบริการน้ำมันประเภท ก ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก่ยานพาหนะทางบก ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ติดเขตทางหลวง ถนนสาธารณะ หรือถนนส่วนบุคคล ที่มีขนาดความกว้างตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด และเก็บน้ำมันไว้ในถังเก็บน้ำมันใต้พื้นดิน⁴⁶ (สถานีบริการน้ำมันติดถนนใหญ่)

สถานีบริการน้ำมันประเภท ข ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก่ยานพาหนะทางบกซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ติดเขตทางหลวง ถนนสาธารณะ หรือถนนส่วนบุคคล ที่มีขนาดความกว้างตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด และเก็บน้ำมันไว้ในถังเก็บน้ำมันใต้พื้นดิน⁴⁷ (สถานีบริการน้ำมันติดถนนในซอย)

สถานีบริการน้ำมันประเภท ค มี 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

ลักษณะที่หนึ่ง ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก่ยานพาหนะทางบก ที่เก็บน้ำมันที่มีปริมาณไม่เกิน 10,000 ลิตร ไว้ในถังเก็บน้ำมันเหนือพื้นดิน และจะเก็บน้ำมันไว้ในถังน้ำมันรวมกันไม่เกิน 2 ถัง อีกด้วยก็ได้ (ปั้มน้ำมันลอยติดถนนขนาดเล็ก)

ลักษณะที่สอง ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก่ยานพาหนะทางบก ที่เก็บน้ำมันที่มีปริมาณเกิน 10,000 ลิตรขึ้นไป ไว้ในถังเก็บน้ำมันเหนือพื้นดิน และจะเก็บน้ำมันที่มีปริมาณไม่เกิน 5,000 ลิตร ไว้ในถังเก็บน้ำมันใต้พื้นดินอีกด้วยก็ได้ (ปั้มน้ำมันลอยติดถนนขนาดใหญ่)⁴⁸

สถานีบริการน้ำมันประเภท ง ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่เก็บน้ำมันชนิดไวไฟมาก ชนิดไวไฟปานกลาง และชนิดไวไฟน้อย ไว้ในถังน้ำมัน⁴⁹ (ปั้มน้ำมันแก๊วมือหมุน)

⁴⁶ กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการแจ้ง การอนุญาต และอัตราค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการประกอบกิจการน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ.2546, ข้อ 15

⁴⁷ เรื่องเดียวกัน, ข้อ 16

⁴⁸ เรื่องเดียวกัน, ข้อ 17

⁴⁹ เรื่องเดียวกัน, ข้อ 18

สถานีบริการน้ำมันประเภท จ มี 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

ลักษณะที่หนึ่ง ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่เก็บน้ำมันชนิดไวไฟปานกลางหรือชนิดไวไฟน้อยที่มีปริมาณไม่เกิน 10,000 ลิตรไว้ในถังน้ำมันเหนือพื้นดินหรือถังเก็บน้ำมันที่ติดตั้งภายในโpacesเหล็กเพื่อให้บริการแก่เรือ (สถานีบริการน้ำมันทางน้ำขนาดเล็ก)

ลักษณะที่สอง ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่เก็บน้ำมันที่มีปริมาณเกิน 10,000 ลิตรขึ้นไปไว้ในถังเก็บน้ำมันเหนือพื้นดิน ถังเก็บน้ำมันใต้พื้นดิน หรือถังเก็บน้ำมันที่ติดตั้งภายในโpacesเหล็ก เพื่อให้บริการแก่เรือ (สถานีบริการน้ำมันทางน้ำขนาดเล็ก)⁵⁰

สถานีบริการน้ำมันประเภท ฉ ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก่อากาศยาน⁵¹

2.5.4 ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย

พระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 มีการแบ่งประเภทของผู้ค้าน้ำมันไว้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

ผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าแต่ละชนิด หรือรวมกันทุกชนิดปีละตั้งแต่หนึ่งแสนเมตริกตันขึ้นไป หรือเป็นผู้ค้าน้ำมันชนิดก๊าซปิโตรเลียมเหลวแต่เพียงชนิดเดียวที่มีปริมาณการค้าปีละตั้งแต่ห้าหมื่นเมตริกตันขึ้นไป ซึ่งจะเรียก ผู้ค้าน้ำมันในกลุ่มนี้ว่า ผู้ค้าหรือผู้ประกอบการน้ำมันตามมาตรา 7⁵²

ผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าปีละไม่ถึงปริมาณที่กำหนดตามมาตรา 7 แต่เป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าแต่ละชนิดหรือรวมกันทุกชนิดเกินปริมาณที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด หรือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

⁵⁰ เรื่องเดียวกัน, ข้อ 19

⁵¹ เรื่องเดียวกัน, ข้อ 20

⁵² พระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543,

มาตรา 7

ผู้ใดเป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าแต่ละชนิดหรือรวมกันทุกชนิดปีละตั้งแต่หนึ่งแสนเมตริกตันขึ้นไป หรือเป็นผู้ค้าน้ำมันชนิดก๊าซปิโตรเลียมเหลวแต่เพียงชนิดเดียวที่มีปริมาณการค้าปีละตั้งแต่ห้าหมื่นเมตริกตันขึ้นไป ต้องได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรี

การขออนุญาต การออกใบอนุญาต และคุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาตให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ผู้ขออนุญาตเป็นผู้ค้าน้ำมันตามความในมาตรานี้จะต้องมิใช่ผู้ค้าน้ำมันซึ่งเคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตตาม

เป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีขนาดของถังที่สามารถเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงได้เกินปริมาณที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ซึ่งจะเรียก ผู้ค้าน้ำมันในกลุ่มนี้ว่า ผู้ค้าหรือผู้ประกอบการน้ำมัน ตามมาตรา 10⁵³

ผู้ค้าน้ำมันซึ่งดำเนินกิจการค้าน้ำมันโดยจัดตั้งเป็นสถานีสบริการน้ำมัน โดยการกำหนดให้ผู้ค้าน้ำมันต้องยื่นขอจดทะเบียนต่ออธิบดี มิให้ใช้บังคับกับผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7 และมาตรา 10⁵⁴

2.5.5 การประกอบกิจการ

กฎหมายได้กำหนดให้การประกอบกิจการเกี่ยวกับน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งอยู่ในการกำกับดูแลของรัฐมี 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ประเภทที่ 1 ได้แก่ กิจการที่สามารถประกอบกิจการได้ทันที ตามความประสงค์ของผู้ประกอบกิจการ
 2. ประเภทที่ 2 ได้แก่ กิจการที่เพื่อจะประกอบกิจการ ต้องแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบก่อน
 3. ประเภทที่ 3 ได้แก่ กิจการที่ต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาตก่อนจึงจะประกอบกิจการได้
- สถานีสบริการน้ำมันเป็นกิจการประเภทที่ 3 ดังนั้นหากมีความประสงค์ที่จะทำธุรกิจสถานีสบริการน้ำมัน ต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาตก่อนจึงจะประกอบกิจการได้

⁵³ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 10

ผู้ใดเป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าปีละไม่ถึงปริมาณที่กำหนดตามมาตรา 7 แต่เป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าแต่ละชนิดหรือรวมกันทุกชนิดเกินปริมาณที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด หรือเป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีขนาดของถังที่สามารถเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงได้เกินปริมาณที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ต้องยื่นขอจดทะเบียนต่ออธิบดี การขอจดทะเบียนและการจดทะเบียนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง เมื่อรัฐมนตรีประกาศกำหนดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง หรือขนาดของถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงตามวรรคหนึ่ง หรือประกาศ เปลี่ยนแปลงปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงหรือขนาดของถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้กำหนดไว้แล้ว ให้ผู้ค้าน้ำมันที่ได้กระทำการค้าน้ำมันเชื้อเพลิงอยู่แล้วและอยู่ในข่ายที่จะต้องจดทะเบียน ยื่นคำขอจดทะเบียนตามวรรคหนึ่งภายในหกสิบวันนับแต่วันที่ประกาศดังกล่าวใช้บังคับ

⁵⁴ เรื่องเดียวกัน,

มาตรา 11

ผู้ใดเป็นผู้ค้าน้ำมันซึ่งดำเนินกิจการค้าน้ำมันโดยจัดตั้งเป็นสถานีสบริการต้องยื่นขอจดทะเบียนต่ออธิบดี การขอจดทะเบียนและการจดทะเบียนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7 และมาตรา 10

2.5.6 ชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิง

น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการประกอบกิจการ มี 3 ชนิด คือ

1. ชนิดไวไฟน้อย มีจุดวาบไฟตั้งแต่ 60 องศาเซลเซียส ขึ้นไป ได้แก่ น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา น้ำมันหล่อลื่น
2. ชนิดไวไฟปานกลาง มีจุดวาบไฟระหว่าง 37.8-60 องศาเซลเซียส ได้แก่ น้ำมันก๊าด น้ำมันเชื้อเพลิง สำหรับเครื่องบิน เป็นต้น
3. ชนิดไวไฟมาก มีจุดวาบไฟต่ำกว่า 37.8 องศาเซลเซียส ได้แก่ น้ำมันเบนซิน น้ำมันปิโตรเลียมดิบ เป็นต้น

2.5.7 ภาชนะที่บรรจุน้ำมันเชื้อเพลิง มี 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ขวดน้ำมันเชื้อเพลิงทำด้วยแก้ว ความจุ 0.5-1.0 ลิตร
2. กระป๋องน้ำมันเชื้อเพลิง ทำด้วยพลาสติกหรือเหล็กเคลือบดีบุก ความจุไม่เกิน 20 ลิตร
3. ถังน้ำมันเชื้อเพลิง ทำด้วยพลาสติกหรือเหล็ก ความจุไม่เกิน 227 ลิตร
4. ถังเก็บน้ำมันเชื้อเพลิง ทำด้วยเหล็ก ความจุเกินกว่า 227 ลิตร ขึ้นไป
5. ถังขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิง ทำด้วยเหล็ก อลูมิเนียมอัลลอยไม่จำกัดปริมาณ

2.5.8 สถานที่ประกอบกิจการควบคุม

คลังน้ำมันเชื้อเพลิง ได้แก่ ที่เก็บน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีปริมาณเกิน 500,000 ลิตรขึ้นไปสถานที่เก็บรักษา น้ำมันเชื้อเพลิง มี 3 ลักษณะ ดังนี้

ลักษณะที่ 1 ได้แก่ สถานที่เก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิด (ร้านจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรายย่อย) ประกอบด้วย น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟมาก มีปริมาณไม่เกิน 40 ลิตร หรือชนิดไวไฟปานกลาง มีปริมาณไม่เกิน 227 ลิตร หรือชนิดไวไฟน้อย มีปริมาณไม่เกิน 454 ลิตร

ลักษณะที่ 2 ได้แก่ สถานที่เก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิด (โรงงานขนาดเล็กหรือเพื่อการเกษตร) ประกอบด้วยน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟมาก มีปริมาณเกิน 40 ลิตร แต่ไม่เกิน 454 ลิตร หรือชนิดไวไฟปานกลาง มีปริมาณเกิน 227 ลิตร แต่ไม่เกิน 1,000 ลิตรหรือชนิดไวไฟน้อย มีปริมาณเกิน 454 ลิตร แต่ไม่เกิน 15,000 ลิตร

ลักษณะที่ 3 ได้แก่ สถานที่เก็บน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิด (โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่) ประกอบด้วย น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดไวไฟมาก มีปริมาณเกิน 454 ลิตรขึ้นไป หรือชนิดไวไฟ

ปานกลางมีปริมาณเกิน 1,000 ลิตรขึ้นไป หรือชนิดไวไฟน้อย มีปริมาณเกิน 15,000 ลิตรขึ้นไป แต่ปริมาณทั้งหมดต้องไม่เกิน 500,000 ลิตร⁵⁵

2.5.9 ผู้ประกอบการน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยที่มีสถานบริการน้ำมัน ดังต่อไปนี้

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท เซฟรอน (ไทย) จำกัด

บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

2.5.10 ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ของธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน

ส่วนแบ่งทางการตลาดต่อไปนี้จะเป็นการแสดงข้อมูลส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในส่วนของผู้ผลิตที่มีจำหน่ายผ่านสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ โดยเป็นผู้ค้าน้ำมันตามที่กำหนดเอาไว้ใน มาตรา 7⁵⁶ พระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ.2543 ซึ่งได้แก่ ผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าแต่ละชนิดหรือรวมกันทุกชนิดปีละตั้งแต่หนึ่งแสนเมตริกตันขึ้นไป หรือเป็นผู้ค้าน้ำมันชนิดก๊าซปิโตรเลียมเหลวแต่เพียงชนิดเดียวที่มีปริมาณการค้าปีละตั้งแต่ห้าหมื่นเมตริกตันขึ้นไป

ข้อมูลในเรื่องส่วนแบ่งทางการตลาดดังต่อไปนี้เป็นข้อมูล ตั้งแต่ปี 2559 ถึง 2563 และข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่อ้างอิงมาจาก เว็บไซต์ กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

⁵⁵ กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

⁵⁶ พระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543,

มาตรา 7

ผู้ใดเป็นผู้ค้าน้ำมันที่มีปริมาณการค้าแต่ละชนิดหรือรวมกันทุกชนิดปีละตั้งแต่หนึ่งแสนเมตริกตันขึ้นไป หรือเป็นผู้ค้าน้ำมันชนิดก๊าซปิโตรเลียมเหลวแต่เพียงชนิดเดียวที่มีปริมาณการค้าปีละตั้งแต่ห้าหมื่นเมตริกตันขึ้นไป ต้องได้รับใบอนุญาตจากรัฐมนตรี

PTT : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
(มหาชน)

BCP : บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด

SHELL : บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด
(มหาชน)

ESSO : บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด

TOP : บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน)
จำกัด

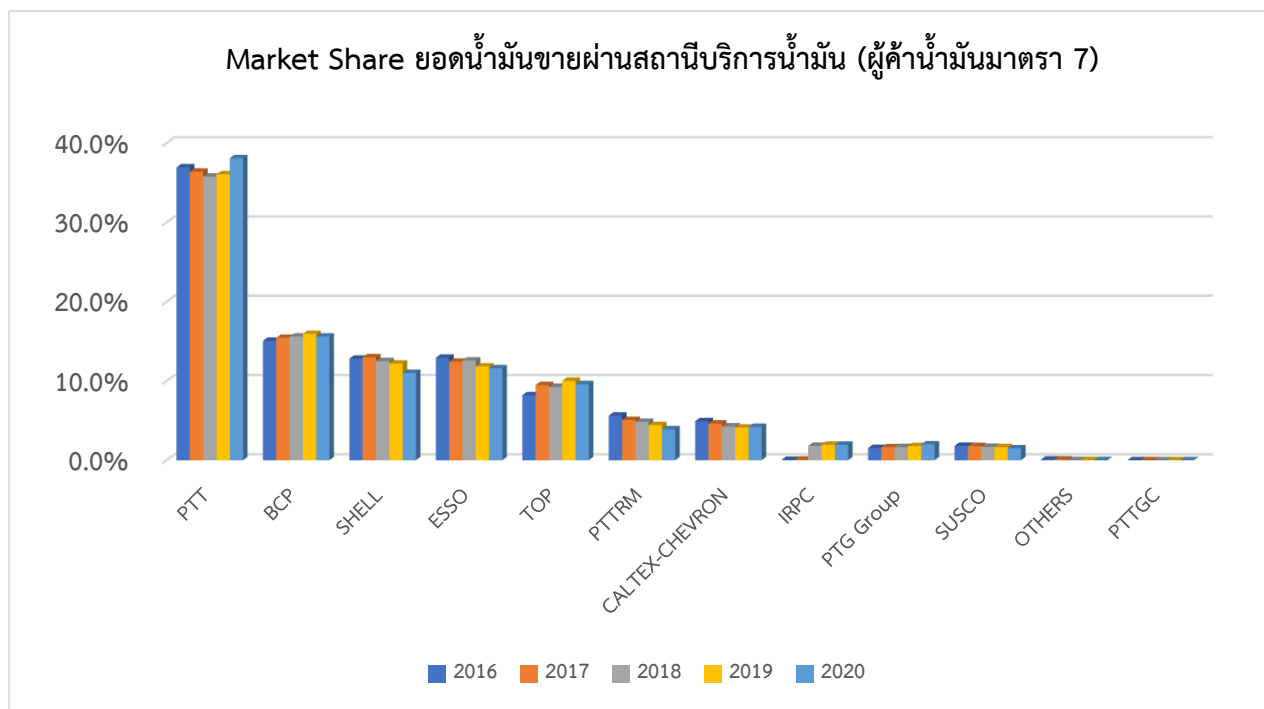
PTTRM : บริษัท ปตท.บริหารธุรกิจค้าปลีก

CALTEX-CHEVRON : บริษัท เชฟรอน (ไทย) จำกัด IRPC : บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

PTG Group : บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) SUSCO : บริษัท ซัสโก้ จำกัด (มหาชน)

PTTGC : บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) OTHERS : อื่นๆ

ผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7	2016	2017	2018	2019	2020
PTT	36.9%	36.4%	35.8%	36.1%	38.1%
BCP	15.1%	15.4%	15.6%	15.9%	15.6%
SHELL	12.8%	13.0%	12.5%	12.2%	11.0%
ESSO	12.9%	12.4%	12.6%	11.8%	11.6%
TOP	8.2%	9.5%	9.2%	10.0%	9.6%
PTTRM	5.6%	5.1%	4.8%	4.4%	3.9%
CALTEX-CHEVRON	4.9%	4.6%	4.3%	4.1%	4.2%
IRPC	0.0%	0.1%	1.8%	2.0%	2.0%
PTG Group	1.5%	1.6%	1.7%	1.8%	2.0%
SUSCO	1.8%	1.8%	1.7%	1.7%	1.5%
OTHERS	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
PTTGC	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%



ที่มา : เว็บไซต์กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

2.6 พฤติกรรมที่เป็นการต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน

การประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในปัจจุบันนั้นจะมีประเภทของการลงทุนในการทำสถานีบริการน้ำมันที่เป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันให้สิทธิผู้ประกอบการเข้ามาเป็นผู้ลงทุนและบริหารจัดการในการดำเนินการเปิดสถานีบริการน้ำมันนั้น โดยเป็นลักษณะของการให้สิทธิผู้ประกอบการในการใช้เครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน โดยส่วนมากจะเป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภคทั่วไปรู้จักกันดีอยู่แล้ว ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการในการจำหน่ายน้ำมัน เพราะเมื่อเป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภครู้จักดีก็ย่อมทำให้ผู้บริโภครู้จักเป็นจำนวนมากและส่งผลให้สามารถทำกำไรได้จากการขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงและยังรวมถึงมีรายได้จากธุรกิจ Non Oil อีกด้วย เพราะในเวลาที่ผู้บริโภคเข้ามาเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันส่วนมากก็มักไม่ได้เข้ามาเพื่อใช้บริการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ผู้บริโภคส่วนมากก็เข้ามาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รับประทานอาหาร ทานกาแฟรวมทั้งรับบริการในเรื่องของธุรกิจการบริหารรถยนต์ คาร์แคร์ต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเปิดสถานีบริการน้ำมันเพียง 1 แห่งก็ทำให้มีรายได้มาจากหลายทางนอกเหนือจากการขายน้ำมันเชื้อเพลิงอีกด้วย

แต่การที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันอนุญาตให้ผู้ประกอบการใช้เครื่องหมายการค้าแบรนด์ของตนเองในการเปิดสถานีบริการน้ำมันเพื่อให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปก็ย่อมมีความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการทำให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้าและผลกระทบที่เสียดังกล่าวก็จะตกมาอยู่กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์ได้เสมอ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบ A เป็นบริษัทผู้ที่ได้รับสิทธิให้จัดตั้งสถานีบริการน้ำมันใน

แบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน B ผู้ประกอบการ A จ้างลูกจ้างมาทำหน้าที่ในการเติมน้ำมัน แต่ปรากฏว่าลูกจ้างของผู้ประกอบการ A เติมน้ำมันผิดประเภทให้ลูกค้า ส่งผลให้รถยนต์ของลูกค้าได้รับความเสียหายไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ ลูกค้าจึงไปฟ้องร้องเป็นคดีต่อศาล โดยฟ้องบริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นจำเลยที่ 1 เพราะในมุมมองของลูกค้านั้นย่อมมองว่าลูกค้าเติมน้ำมันในสถานีสถานีบริการน้ำมันที่เป็นแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน B เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นโดยการจากการที่ไปเติมน้ำมันในสถานีสถานีบริการน้ำมัน B ก็ย่อมต้องฟ้องบริษัทผู้ค้าน้ำมัน B เป็นที่แน่นอนอยู่แล้วก็ย่อมต้องทำให้ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน B เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในกรณีนี้ด้วย อีกทั้งหากประเด็นการเติมน้ำมันผิดได้ถูกเผยแพร่ออกไปสู่ผู้บริโภครายอื่น ก็ย่อมทำให้ผู้บริโภคอื่น ๆ ไม่ไว้วางใจที่จะเติมในสถานีสถานีบริการน้ำมันแบรนด์ B อีกแล้วเพราะกลัวว่าความเสียหายจะเกิดขึ้นกับรถยนต์ของตนบ้าง ดังนั้นจะเห็นได้ว่า แม้ผู้ประกอบการผู้บริหารสถานีสถานีบริการน้ำมันจะเป็น ผู้ประกอบการ A แต่ท้ายที่สุดแล้ว ผู้ที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุดในทุกๆ ด้านก็คือ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน B นั่นเอง

ดังนั้นการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตน้ำมันให้สิทธิผู้ประกอบการหรือบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง กับบริษัทเข้ามาบริหารจัดการดูแลและดำเนินการในธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมันจึงไม่เพียงแต่เป็นการให้สิทธิเท่านั้น แต่มีความจำเป็นที่ต้องเข้ามาควบคุมและกำหนดกฎเกณฑ์ในบางเรื่อง เพื่อให้การประกอบกิจการสถานีสถานีบริการน้ำมันของผู้ประกอบการเป็นไปตามมาตรฐานตามที่บริษัทผู้ค้าน้ำมัน กำหนดไว้ เป็นการรักษาคุณภาพของการบริการ และเป็นการรักษาภาพลักษณ์ที่ดีในแบรนด์ของ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคไว้วางใจในการมาใช้บริการเติมน้ำมันและใช้บริการในธุรกิจ เสริมอื่นๆ อย่างมากมาย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แต่ในการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตน้ำมันจะเข้ามาควบคุม กำหนดมาตรฐานและจัดการใน เรื่องบางอย่างนั้นก็อาจเป็นกรณีที่พฤติกรรมของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเข้าข่ายที่จะเป็นพฤติกรรม การต่อต้านการแข่งขันทางการค้า ซึ่งในทางข้อเท็จจริงในการประกอบธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมัน อาจมี พฤติกรรมดังต่อไปนี้ที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการเกิดขึ้นและเป็นพฤติกรรมที่ เป็นที่น่าสงสัยว่าพฤติกรรมดังกล่าวขัดต่อพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560 หรือไม่ โดยพิจารณาจากเงื่อนไขในสัญญาแต่งตั้งผู้ประกอบการสถานีสถานีบริการน้ำมันและสัญญาที่เกี่ยวข้อง และรวมถึงข้อสัญญาที่เกิดขึ้นในทางข้อเท็จจริง ดังต่อไปนี้

การกำหนดราคาขายปลีกหรือการกำหนดราคาขายต่อน้ำมันเชื้อเพลิงของบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่ กำหนดให้ผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันประเภทไหน ในราคาเท่าไร และไม่สามารถจำหน่ายน้ำมัน เชื้อเพลิงสูงหรือต่ำกว่าราคาที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดได้ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวนี้ในแง่ของ

กฎหมายแข่งขันทางการค้าอาจเข้าข่ายถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560

การฟ่วงขายสินค้า หรือการขายควบ ในบางบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะมีการกำหนดว่าถ้าต้องซื้อสินค้าอย่างหนึ่ง บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะขายสินค้านั้นให้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการต้องซื้อสินค้าอีกอย่างหนึ่งฟ่วงไปด้วย ถ้าหากไม่ซื้อบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะไม่ขายสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องการนั้นให้ ยกตัวอย่างเช่น การหากต้องการซื้อน้ำมันจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันก็ต้องซื้อตู้จ่ายน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันด้วย ไม่สามารถซื้อตู้จ่ายน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันอื่นมาเองได้ หรือหากต้องการเปิดสถานีบริการน้ำมันก็ต้องซื้อน้ำมันที่จะนำมาจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันด้วย หรือกรณีที่เปิดสถานีบริการน้ำมันและต้องการเปิดร้านกาแฟก็ต้องเปิดร้านกาแฟของบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือบริษัทในเครือ และหากจะเปิดร้านกาแฟก็ต้องซื้อวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะเช่น เมล็ดกาแฟ ไซรัปของบริษัทผู้ค้าน้ำมันด้วย

การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น เป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าผู้ประกอบการต้องซื้อสินค้าประเภทใดกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้น ไม่สามารถซื้อสินค้าประเภทนั้นกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตรายอื่นได้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าน้ำมันที่จะขายที่สถานีบริการน้ำมันซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ต้องเป็นน้ำมันที่ผู้ประกอบการซื้อมาจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเจ้าของเครื่องหมายการค้าเท่านั้น ห้ามซื้อน้ำมันจากผู้ค้าน้ำมันรายอื่นมาจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันนี้โดยเด็ดขาด ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวของบริษัทผู้ค้าน้ำมันนั้นอาจเข้าข่ายที่จะผิดกฎหมายการแข่งขันทางการค้าในประเด็นของการจำกัดทางเลือกในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น

การกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่การขาย เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันให้สิทธิผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่สามารถเปิดสถานีบริการน้ำมันได้ในอาณาเขตใดโดยเฉพาะเพียงรายเดียวเท่านั้น ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ ในทางกฎหมายแข่งขันทางการค้าจะทำให้ผู้ผลิตซึ่งได้แก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันนั้นมีประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายและดำรงความต้องการของตลาดเอาไว้ได้ การที่ผู้ผลิตต้องส่งให้ผู้ประกอบการรายเดียวยอมเป็นการลดค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายอย่างอื่นอีกมากมาย แต่หากพิจารณาในแง่ของกฎหมายแข่งขันทางการค้า การกระทำดังกล่าวนี้อาจเป็นพฤติกรรมที่ขัดการกฎหมายแข่งขันทางการค้าได้

การกำหนดปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำ ในบางสัญญาแต่งตั้งผู้ประกอบการของบางบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่ให้สิทธิผู้ประกอบการในการทำสถานีบริการน้ำมันนั้นจะมีการกำหนดปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำที่ผู้ประกอบการต้องขายได้ในแต่ละเดือน ซึ่งถ้าหากยอดขายในเดือนใดไม่ตรงตามที่สัญญากำหนดเอาไว้ บริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจมีสิทธิบอกเลิกสัญญาหรือไม่ต่ออายุสัญญาให้สิทธิในกรณีเป็นเวลาตามสัญญาแต่งตั้งผู้ประกอบการสิ้นสุดลง กรณีดังกล่าวนี้หากพิจารณาบทบัญญัติในพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540 อาจเข้าข่ายว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมตามที่พระราชบัญญัติดังกล่าวนี้กำหนดเอาไว้หรือไม่

2.6.1 การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน Resale Price Maintenance หรือ Vertical Price Fixing⁵⁷

ความหมายของการกำหนดราคาขายปลีก

การกำหนดราคาขายปลีก ได้มีการให้ความหมายในทางเศรษฐศาสตร์ไว้หลายประการ ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 2 ประการ ดังนี้

ประการแรก หมายถึง กรณีที่ผู้ผลิตสินค้ากำหนดให้ผู้ค้าปลีกหรือผู้จำหน่ายที่ซื้อสินค้าของตนไปขายต่อต้องขายสินค้านั้นในราคาและผู้ผลิตกำหนด โดยอยู่ในรูปการบังคับจากผู้ผลิตแต่เพียงฝ่ายเดียว

ประการที่สอง หมายถึง ข้อตกลงร่วมกัน (Bilateral) ระหว่างผู้ผลิตและผู้จำหน่าย โดยผู้จำหน่ายสินค้าจะขาย สินค้าที่ซื้อมาจากผู้ผลิตแก่ลูกค้าของตนในราคาและผู้ผลิตกำหนดให้

รูปแบบของการกำหนดราคาขายปลีก

การกำหนดราคาขายปลีกนั้นสามารถแยกรูปแบบของการดำเนินการได้เป็น 2 รูปแบบ กล่าวคือ

การกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำ (Minimum Resale Price)

หมายถึง การกำหนดราคาขั้นต่ำให้ผู้ขายปลีก ในราคาที่ไม่ต่ำไปกว่าราคาที่กำหนดไว้ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Price Floor ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาระดับราคาสินค้ามิให้มีราคาต่ำไปกว่าราคาที่ได้กำหนดเอาไว้ การกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำนี้ ผู้ประกอบการกำหนดขึ้นก็เพื่อให้ผู้ขายปลีกแต่ละรายขายตัดราคาตัวเองจนต่ำไปกว่าราคาที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อรักษาระดับราคาสินค้าขั้นสุดท้ายอันเป็นราคาที่ถึงมือผู้บริโภค มิให้ต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตามการกำหนดราคาขายปลีกขั้น

⁵⁷ รัฐไกร ลิมศิริตระกูล, "มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการกำหนดราคาขายปลีก" (นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), หน้า.7-8

ดังนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการกำหนดที่ราคาสูงสุดที่จะขายได้ อันจะทำให้ผู้ประกอบการได้รับกำไรส่วนเกินมากขึ้น และทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น

การกำหนดราคาขายปลีกขั้นสูง (Maximum Resale Price)

หมายถึง การกำหนดราคาขายปลีกขั้นสูงให้ผู้ขายปลีกขาย หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Price Ceiling โดยห้ามมิให้ขายในราคาสูงเกินกว่าราคาที่กำหนดไว้ เพื่อเพิ่มปริมาณการจำหน่ายในตลาดเนื่องจากราคาขั้นสูงที่กำหนดให้จ่ายนั้น จะเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด ถึงแม้จะขายในราคาไม่เกินขั้นสูงที่กำหนดก็ยังได้กำไรอยู่แต่กำไรจะน้อยกว่าเดิม

จากการพิจารณารูปแบบของการกำหนดราคาขายปลีกโดยวิเคราะห์ควบคู่ไปกับหลักเศรษฐศาสตร์ จะเห็นได้ว่าการกำหนดราคาขายปลีกมีความเกี่ยวข้องกับอุปสงค์⁵⁸และอุปทาน⁵⁹ในตลาดของสินค้าประเภทนั้น โดยทั่วไปแล้วผู้ซื้อเวลาซื้อสินค้าย่อมมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ แต่ในขณะเดียวกันผู้ขายสินค้าก็มีความต้องการที่จะขายสินค้าได้ในราคาที่สูง ทำให้ต้องมีการเจรจาต่อรองกันเกิดขึ้นในเรื่องของราคาสินค้าประเภทนั้นๆ จนกว่าจะตกลงกันได้และราคาที่ตกลงกันนั้นเป็นที่พอใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า ซึ่งราคาที่สามารถตกลงกันได้นี้จะเรียกว่าราคาดุลยภาพ (Equilibrium Price)

การกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทย

โครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทย

น้ำมันและพลังงานถือเป็นต้นทุนสำคัญในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่ไม่ใช่ผู้ส่งออกน้ำมันอย่างประเทศไทย โครงสร้างราคาน้ำมันจึงเป็นประเด็นสำคัญที่รัฐบาลและส่วนที่เกี่ยวข้องต้องบริหารจัดการ เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับชาติ

เมื่อประเทศไทยเป็นประเทศผู้นำเข้าน้ำมันด้วยข้อจำกัดด้านทรัพยากรที่มีและเมื่อเศรษฐกิจขยายตัวมากขึ้นความต้องการบริโภคน้ำมันจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย จะเห็นได้ว่าอัตราการนำเข้าน้ำมันของไทยช่วงที่ผ่านมายังคงอยู่ในระดับที่สูงต่อเนื่อง ด้วยความจำเป็นที่ต้องใช้น้ำมันในทุกภาคส่วนของระบบเศรษฐกิจ ปัจจุบันประเทศไทยจึงนำเข้าน้ำมันดิบและน้ำมันสำเร็จรูป

⁵⁸ อุปสงค์ หรืออุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดหนึ่ง หมายถึง จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้น ในระยะเวลาที่กำหนด

⁵⁹ อุปทาน หรืออุปทานของสินค้าใด หมายถึง จำนวนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการนั้น ที่ผลิตมีความเต็มใจที่จะผลิตและนำออกขาย ณ ระดับราคาต่างๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

น้ำมันเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งมีกฎหมายสำคัญหลายฉบับในการกำกับดูแล อันได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542 หรือพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งไม่เพียงแต่กระทรวงพลังงานเท่านั้นที่มีบทบาทสำคัญแต่ยังเกี่ยวข้องกับอีกหลายส่วนงานของภาครัฐและองค์กรต่างๆ ด้วย

โครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิง⁶⁰

สำหรับต้นทุนของน้ำมันแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. ต้นทุนน้ำมันสำเร็จรูป
2. ค่าภาษีและกองทุน
3. ค่าการตลาด

1) ค่าต้นทุนในน้ำมันดิบและกระบวนการกลั่น หรือต้นทุนในการซื้อน้ำมันจากโรงกลั่นหรือการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยทั่วไปมีสัดส่วน 50-60 เปอร์เซ็นต์ของราคาน้ำมันขายปลีก ณ สถานีบริการ โครงสร้างราคาในส่วนนี้เรียกว่าราคา ณ โรงกลั่นหรือราคาหน้าโรงกลั่นซึ่งประเทศไทยอ้างอิงหรือใช้ราคา ณ โรงกลั่นประเทศสิงคโปร์ บวกด้วยค่าขนส่งน้ำมันสำเร็จรูป ค่าน้ำมันรั่วไหลระหว่างการขนส่ง ค่าปรับปรุงคุณภาพจากมาตรฐานสิงคโปร์มาเป็นมาตรฐานไทยและค่าประกันภัยจากสิงคโปร์มายังประเทศไทย

2) เงินภาษีอากร ได้แก่

ก. ภาษีสรรพสามิต (TAX) คือ ภาษีการขายเฉพาะที่เรียกเก็บจากสินค้าและบริการบางประเภท ซึ่งมีเหตุผลสมควรที่จะต้องรับภาระภาษีสูงกว่าปกติ เช่น สินค้าที่บริโภคแล้วอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพและศีลธรรมอันดี สินค้าและบริการที่มีลักษณะเป็นการฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่ได้รับผลประโยชน์เป็นพิเศษจากรัฐ หรือสินค้าที่ก่อให้เกิดภาระต่อรัฐบาลในการที่จะต้องสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภค หรือเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นรายได้ให้รัฐบาลนำไปบริหารประเทศ และทะนุบำรุงท้องถิ่นต่าง ๆ โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่ถูกจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามพระราชบัญญัติพิกัตอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2527 โดยจัดเก็บจากปริมาณน้ำมันเมื่อส่งออกจากโรงกลั่นหรือคลังน้ำมัน ซึ่งจัดเก็บในอัตราราคาที่ตามประเภทน้ำมันเชื้อเพลิง

ข. ภาษีเทศบาล (M.TAX) หรือ ภาษีจัดเก็บกระทรวงมหาดไทย (ราชการส่วนท้องถิ่น) เรียกเก็บเพื่อบำรุงท้องถิ่น โดยจัดเก็บในอัตราร้อย 10 ของภาษีสรรพสามิต

⁶⁰ กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

ค.ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax- VAT) เป็นภาษีทางอ้อมประเภทหนึ่งที่ยึดเก็บจากบุคคลที่ซื้อสินค้าหรือรับบริการ โดยจัดเก็บเฉพาะจากมูลค่าส่วนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการผลิต การจำหน่ายหรือการให้บริการ กรณีน้ำมันเชื้อเพลิงจะจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในสามส่วน คือ ราคาขายหน้าโรงกลั่น ค่าการตลาด และราคาจำหน่ายจริงให้แก่ผู้บริโภคในอัตราร้อยละ 7⁶¹

ทั้งนี้ยังรวมถึงภาษีนำเข้า กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และกองทุนส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 30-35 เปอร์เซ็นต์ของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

3) กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนส่งเสริมเพื่อการอนุรักษ์พลังงานกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกลไกชะลอผลกระทบความผันผวนของราคาน้ำมันจากภายนอกประเทศให้มีผลต่อเศรษฐกิจความเป็นอยู่ของประชาชนน้อยที่สุดอีกทั้งเพื่อการสนับสนุนนโยบายเกี่ยวกับน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานเป็นกองทุนที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนนโยบายอนุรักษ์พลังงาน รายรับที่เป็นรายได้หลักของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงมาจากภาษีสรรพสามิตที่กรมสรรพสามิตเรียกเก็บจากผู้ผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศ และมาจากภาษีศุลกากรที่กรมศุลกากรเรียกเก็บจากผู้ค้าน้ำมัน ขณะที่กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติมีหน้าที่เก็บเงินส่งเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับผู้ที่ได้รับสัมปทานก๊าซแต่เนื่องจากราคาที่แท้จริงของก๊าซสูงเกินกว่าที่รัฐกำหนดมาเป็นเวลานานทำให้ไม่มีการเก็บเงินส่วนนี้จากผู้รับสัมปทาน โดยสถาบันบริหารกองทุนพลังงานจะนำรายได้ของกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงมาจ่ายชำระดอกเบี้ยและไถ่ถอนพันธบัตร ซึ่งรายได้ของกองทุนจะขึ้นอยู่กับอัตราเงินส่งเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงที่กำหนดโดยคณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงานและปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง สำหรับอัตราเงินส่งเข้ากองทุน โดยกำหนดอัตราสูงสุดที่สามารถเรียกเก็บได้ไว้ที่ 1.50 บาทต่อลิตรซึ่งการปรับเพิ่มอัตราเงินส่งเข้ากองทุนจะขึ้นอยู่กับนโยบายของภาครัฐ และสถานการณ์ราคาน้ำมันในแต่ละช่วงเวลาเป็นหลัก

4) ค่าการตลาด (Marketing Margin) คือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เช่น ค่าจ้างแรงงาน รวมถึงค่าขนส่งจากโรงกลั่นน้ำมันผ่านคลังน้ำมันไปยังสถานีบริการน้ำมัน ค่าใช้จ่ายสำหรับสารปรับปรุงคุณภาพ (Additive) ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและค่าผลตอบแทนในการดำเนินธุรกิจ⁶²ค่าการตลาดนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์

⁶¹ พระราชบัญญัติจัดสรรเงินภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2527 มาตรา 4 และ มาตรา 5

⁶² สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, "[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ptit.org/event/detail?id=29>

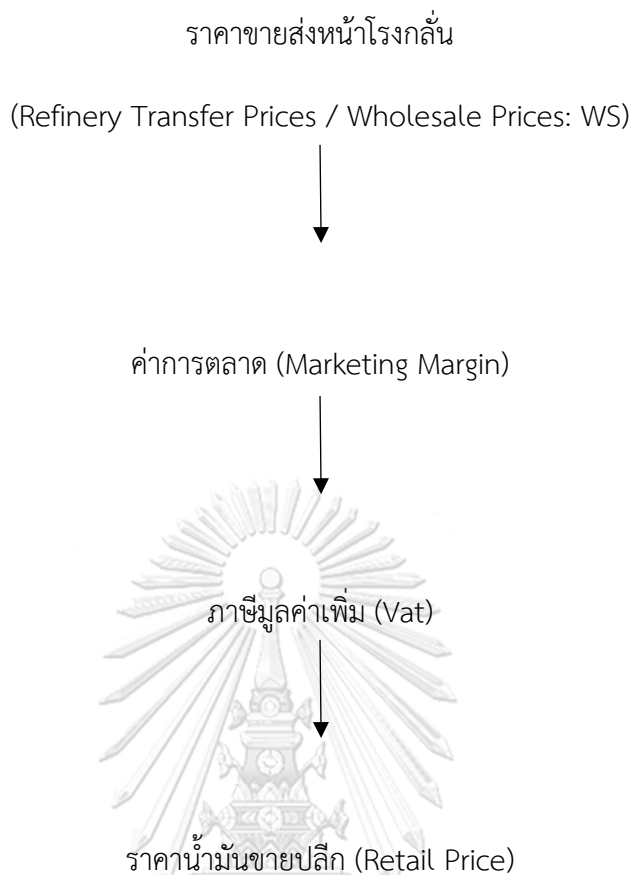
ดังนั้น โครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิง 1 ลิตรจะประกอบด้วยค่าต้นทุนน้ำมันสำเร็จรูป 65 เปอร์เซ็นต์ ค่าภาษีและกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง 30-35 เปอร์เซ็นต์ และค่าการตลาดประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์⁶³ โดยราคาต้นทุนน้ำมันสำเร็จรูปจะปรับเปลี่ยนไปตามราคาตลาดโลกและอัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงิน (Purchasing Power Parity)⁶⁴

ในแต่ละประเทศโครงสร้างราคาขายปลีกแตกต่างกัน สำหรับประเทศไทยมีภาพรวมโครงสร้างราคาน้ำมันของประเทศไทย



⁶³ ข้อมูลสำนักคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ

⁶⁴ นภาพร แดดภู, "การกำหนดราคาขายปลีก : ข้อจำกัดการแข่งขันตามกฎหมายป้องกันการผูกขาด" (นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2539), หน้า.



ที่มา : สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

การกำหนดราคาโดยตลาดและกลุ่มธุรกิจ

การกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงระดับค้าปลีกในประเทศไทย แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

การกำหนดราคาโดยตลาดโลก การกำหนดราคาโดยภาครัฐ และการกำหนดราคาโดยกลุ่มธุรกิจผู้ค้า

การกำหนดราคาน้ำมันโดยตลาดโลก

ตลาดซื้อขายน้ำมัน (spot market) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตลาดซื้อขายน้ำมันดิบ และตลาดซื้อขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่ได้จากการกลั่นแล้ว การขนส่งน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์ในระยะสั้น (ระยะเวลาอย่างน้อย 1 เดือน) จะเจรจาต่อรองกันในตลาด โดยราคาอ้างอิงสำหรับน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์ในตลาดนี้จะถูกกำหนดไว้ในทุกๆวัน ราคาอ้างอิงจึงเป็นราคาอ้างอิงรายวัน คำนวณจากราคาที่แตกต่างกันของน้ำมันดิบทั่วโลกทั้งหมด การซื้อโดยผู้ขนส่งเกิดขึ้นโดยการทำสัญญากับผู้ขาย หรือผู้ที่ทำการเจรจาต่อรองราคาซึ่งต่างกับราคาน้ำมันดิบอ้างอิง เช่น คุณภาพน้ำมันดิบที่ต่ำกว่า น้ำมันดิบเบรนท์จะได้รับส่วนลดจากราคาน้ำมันดิบเบรนท์ 10 เซน

ปัจจุบัน มีตลาดซื้อขายน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอยู่ทั่วโลก โดยการทำสัญญาซื้อขายระยะยาวไม่เป็นที่นิยมและหาได้ยาก ข้อดีคือผู้ซื้อทุกรายสามารถเข้าถึงภาคการผลิตน้ำมันส่วนใหญ่ทั่วโลกได้ การจัดการราคาปิโตรเลียมโดยกลุ่มบริษัทน้ำมันเล็กๆหรือกลุ่มที่สนใจเป็นพิเศษกลายเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ไม่ได้อย่างแท้จริง ข้อเสียคือมีตลาดซื้อขายน้ำมันหลายแห่งทั่วโลก แต่มีเพียงสถานที่เดียวที่สามารถหาซื้อน้ำมันได้ อีกทั้งมีความอ่อนไหวต่อข่าวลือในแง่บวกและลบ⁶⁵

กลไกราคาน้ำมัน

การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันมาจากราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นและราคาขายปลีกปกติแล้วการตั้งราคาซื้อขายสินค้าทั่วไปส่วนใหญ่มีวิธีการกำหนดราคาอยู่ 2 ประเภทคือ

1. การตั้งราคาสินค้าจากต้นทุนบวกกำไร (Cost Plus)
2. การตั้งราคาสินค้าโดยอ้างอิงตลาดใหญ่ (Reference Price) ที่มีปริมาณการซื้อขายสูง

เนื่องจากน้ำมันจัดเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ หรือ Commodities ซึ่งมีลักษณะของการแข่งขันสูง รวมถึงมีความต้องการสูง ถือเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้เพื่อการอุปโภคบริโภค มีการซื้อขายกันเป็นประจำเช่นเดียวกับทองคำ แร่ และสินค้าการเกษตร อย่างข้าว น้ำตาลผลไม้ จึงต้องมีตลาดกลางรองรับการซื้อขายอย่างเสรี โดยราคาที่มาจกตลาดกลางนี้จะเป็นราคาอ้างอิง หรือบรรทัดฐานในการซื้อขายสินค้าชนิดเดียวกันในภูมิภาคเดียวกันโดยปริยาย เมื่อน้ำมันเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการแข่งขันสูง การเปลี่ยนราคาหรือนโยบายการผลิตและการขายของผู้ค้าน้ำมันรายหนึ่งๆ จะส่งผลกระทบต่อตลาดน้ำมันโดยรวม จึงทำให้ผู้ค้าน้ำมันต้องมีการปรับราคาให้สามารถแข่งขันกันได้

ดังนั้น ราคาน้ำมันที่เหมาะสมเพื่อใช้อ้างอิงจึงควรถูกกำหนดมาจากความต้องการและความสามารถในการผลิต ภายใต้กลไกระบบการค้าเสรีของกลุ่มตลาดซื้อขายน้ำมันที่อยู่ใกล้เคียงกัน

ปัจจุบัน ศูนย์กลางการซื้อขายน้ำมันของโลกกระจายอยู่ใน 3 ภูมิภาค ประกอบด้วย

1. ทวีปอเมริกา โดยตลาด NYMEX (New York Mercantile Exchange) ตั้งอยู่ที่นครนิวยอร์ก ประเทศ สหรัฐอเมริกา
2. ทวีปยุโรป โดยตลาด IPE (nter Petroleum Exchange) ตั้งอยู่ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ
3. ทวีปเอเชีย โดยตลาดสิงคโปร์ หรือ SIMEX (Singapore International Monetary Exchange) ตั้งอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์

ประเทศไทยทำการซื้อขายน้ำมันผ่านทางตลาดสิงคโปร์ซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันคือแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น ราคากลางจึงเป็นราคาในตลาดสิงคโปร์ ทั้งนี้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

⁶⁵ Oil trading, "The Spot Market," [Online]. Available from: <http://www.planete-energies.com>

ภายในประเทศไทยอ้างอิงราคาตลาดสิงคโปร์ด้วย ซึ่งเหตุผลการอ้างอิงราคาตลาดสิงคโปร์นั้นอยู่บนพื้นฐานการตั้งราคาซื้อขายสินค้าทั่วไป และเหตุผลที่สำคัญในการอ้างอิงราคาน้ำมันเชื้อเพลิงของสิงคโปร์ในประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

ราคาสิงคโปร์ไม่ใช่เป็นราคาที่ประกาศโดยประเทศสิงคโปร์หรือโรงกลั่นสิงคโปร์ แต่เป็นราคาที่สะท้อนถึงการซื้อขายของทุกประเทศในภูมิภาคนี้

1. สะท้อนต้นทุนการนำเข้าของไทยในระดับต่ำสุด ตลาดสิงคโปร์เป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งใกล้ไทยมากที่สุด ดังนั้น ต้นทุนในการนำเข้า จึงเป็นต้นทุนที่ถูกที่สุดที่โรงกลั่นไทยต้องแข่งขันด้วย

2. ปริมาณการซื้อขายในระดับสูง สิงคโปร์จะเป็นตลาดที่ทำการซื้อขายน้ำมันเช่นเดียวกับนิวยอร์ก โดยน้ำมันที่ทำการซื้อขาย อาจไม่ได้เก็บไว้ในสิงคโปร์ แต่จะมีการตกลงซื้อขายในสิงคโปร์ เนื่องจากจะมีบริษัทที่ทำธุรกิจซื้อขายน้ำมัน มาเปิดดำเนินการในสิงคโปร์ ปริมาณการซื้อขายน้ำมันในสิงคโปร์ จะอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกับตลาดใหญ่ ในพื้นที่อื่น (ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง) ซึ่งทำให้ยากต่อการปั่นราคา โดยผู้ซื้อหรือผู้ขาย และราคาจะสะท้อน จากความสามารถในการจัดหา และความต้องการน้ำมันของภูมิภาคนี้

3. ราคาสะท้อนความสามารถในการจัดหา และความต้องการของเอเชีย แม้สิงคโปร์จะมีกำลังการกลั่นรวมอยู่ที่ 1.5 ล้านบาร์เรลต่อวัน ซึ่งยังเป็นระดับที่ต่ำกว่า จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แต่การกลั่นของสิงคโปร์ เป็นการกลั่นเพื่อส่งออก ในขณะที่ประเทศที่มีกำลังกลั่น มากกว่าสิงคโปร์ ดังกล่าว เป็นการกลั่นเพื่อใช้ในประเทศเป็นหลัก เมื่อเหลือแล้วจึงส่งออก จากการกลั่นเพื่อส่งออกเป็นหลัก ทำให้ราคาจำหน่ายของตลาดสิงคโปร์ จะสะท้อนราคาส่งออกที่แท้จริง ซึ่งจะสะท้อนความสามารถในการจัดหา และสภาพความต้องการน้ำมันสำเร็จรูป ของภูมิภาคเอเชีย

4. ราคาน้ำมันสำเร็จรูปในตลาดสิงคโปร์ เป็นฐานกำหนดราคาส่งออกของประเทศต่างๆ แม้ว่าการส่งออกของสิงคโปร์จะเริ่มลดลง เพราะมีกำลังกลั่นเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ แต่ราคาที่ส่งออกของประเทศต่างๆ ยังคงใช้ราคาน้ำมันของตลาดสิงคโปร์ เป็นฐานในการกำหนดราคาส่งออก และการซื้อขายเพื่อส่งออกจากประเทศต่างๆ ยังทำการซื้อขายที่สิงคโปร์เป็นหลัก

5. ราคาน้ำมันสำเร็จรูปตลาดสิงคโปร์ เปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับตลาดอื่นๆ ทั่วโลก สฟช. ได้ศึกษาการเคลื่อนไหวของราคาน้ำมันในตลาดต่างๆ ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดยุโรป ตลาดอเมริกา และตลาดสิงคโปร์พบว่า ราคาน้ำมันสำเร็จรูปทุกตลาดต่างปรับตัวเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน และในระดับที่ใกล้เคียงกัน อาจมีบางช่วงที่ราคา ของบางตลาดเปลี่ยนแปลงในทิศทาง หรือ

ระดับที่แตกต่างกับตลาดอื่นๆ ซึ่งเป็นเพราะภาวะที่ความต้องการ และปริมาณน้ำมันในตลาด ไม่มี ความสมดุลในช่วงเวลานั้นๆ แต่ต่อมาราคาที่แตกต่างจากตลาดอื่นมาก จะทำให้เกิดการไหลเข้าหรือ ออกของน้ำมันจากตลาดอื่น จนทำให้ระดับของราคาตลาดนั้น ปรับตัวสู่ภาวะสมดุลกับตลาดอื่น ทั้งนี้ เนื่องจากน้ำมันสำเร็จรูปที่จำหน่ายในทุกตลาด เป็นสินค้าภายใต้ระบบการค้าเสรี และเป็นสากล

6. ราคาน้ำมันสำเร็จรูปในตลาดสิงคโปร์ ผันผวนน้อยกว่าตลาดอื่นๆ จากการสังเกตความ เคลื่อนไหว ของราคาน้ำมันสำเร็จรูปในตลาดต่างๆ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่า ราคาน้ำมันสำเร็จรูปใน ตลาดจอร์จทาวน์ มีความผันผวนน้อยกว่าตลาดอื่นๆ และการปรับตัวของราคาน้ำมันสำเร็จรูปในตลาด จอร์จทาวน์ ในช่วงที่มีความแตกต่างจากตลาดอื่นมาก ตลาดสิงคโปร์จะใช้เวลาในการปรับตัวสู่สมดุล ในเวลาประมาณ 1-3 วัน ซึ่งจะเห็นว่า การแข็งตัวของราคาน้ำมันสำเร็จรูป ในเดือนมีนาคมในตลาดจอร์จทาวน์ ได้ปรับตัวสู่ระดับปกติในช่วงหลังของเดือน⁶⁶

(2) การกำหนดราคาโดยภาครัฐ

รัฐบาลมีหน้าที่ในการเป็นผู้จัดเก็บในส่วนกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นเงินได้ที่รัฐบาลเก็บ เพื่อที่จะนำมาใช้ในการรักษาระดับราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงไว้ที่ระดับหนึ่ง โดยการใช้เงินกองทุน น้ำมันเชื้อเพลิงจ่ายชดเชย และเมื่อราคาน้ำมันลดลงจึงเก็บส่วนที่ชดเชยไปคืนกลับมา ซึ่งสามารถลด ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับเศรษฐกิจ และช่วยให้ประชาชนไม่ต้องจ่ายราคาน้ำมันในราคาที่สูงเกินไป ซึ่งรายรับเงินกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงได้รับมาจากผู้มีหน้าที่ส่งเงินเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงตามคำสั่ง นายกรัฐมนตรีที่ 4/2547 เช่น ผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้นำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น การส่งเงินเข้ากองทุน น้ำมันเชื้อเพลิงมีหน่วยงานราชการอื่นร่วมตรวจสอบปริมาณ อัตรา และจำนวนเงินที่จะส่งเข้ากองทุน น้ำมัน เช่น กรมสรรพสามิต กรมศุลกากร กรมเชื้อเพลิงธรรมชาติ เป็นต้น⁶⁷

อีกทั้งรัฐบาลยังมีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีอากรซึ่งเป็นนโยบายพื้นฐานของรัฐในการทำ ประโยชน์สาธารณะและกระจายรายได้ของประชากรทั้งการจัดเก็บภาษีจากผู้มีรายได้ตามเกณฑ์และ การจัดเก็บภาษีจากสินค้าและบริการ เช่น การจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีท้องถิ่น ภาษีสรรพสามิต ซึ่งในอัตราการจัดเก็บเงินกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและภาษีเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนและราคา น้ำมันเชื้อเพลิง ผู้ผลิตจะคำนวณราคาต้นทุนเพื่อคำนวณราคาจำหน่าย และในกระบวนการสุดท้ายคือเมื่อ สินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ราคาจำหน่ายหรือค่าบริการจะมีราคาที่สูงกว่าราคาของผู้ผลิตกำหนดไว้

⁶⁶ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

⁶⁷ สถาบันบริหารกองทุนพลังงาน (องค์การมหาชน) กระทรวงพลังงาน

เนื่องจากผู้บริโภคมักจะเป็นผู้รับภาระทางภาษีสุดท้าย และเมื่อพิจารณาจากโครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิงแล้วแสดงให้เห็นว่าการจัดเก็บตามโครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิงทุกส่วนเป็นการจัดเก็บจากกระเป๋าของผู้บริโภค

การกำหนดราคาน้ำมันโดยกลุ่มผู้ค้า

เนื่องจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ณ โรงกลั่นเป็นราคาอ้างอิง ดังนั้น ในส่วนที่ผู้ประกอบการโรงกลั่นสามารถกำหนดได้ คือ ค่าการกลั่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

การกลั่นน้ำมันดิบของโรงกลั่นแต่ละครั้งจะได้ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมหลายชนิด ได้แก่ ก๊าซหุงต้ม น้ำมันเบนซิน น้ำมันอากาศยาน น้ำมันก๊าด น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา และยางมะตอย ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของน้ำมันดิบที่ใช้ในการกลั่นและกระบวนการกลั่น ดังนั้น ค่าการกลั่นจึงต้องมาจากรายได้รวมของน้ำมันสำเร็จรูปทุกชนิดที่กลั่นได้ตามสัดส่วน หักลบด้วยต้นทุนน้ำมันดิบ ค่าการกลั่นจึงไม่ได้มาจากผลต่างของราคาน้ำมันดิบกับราคาน้ำมันสำเร็จรูปเพียงชนิดเดียว เพราะไม่มีน้ำมันดิบชนิดใดที่จะให้ผลผลิตเป็นน้ำมันสำเร็จรูปเพียงชนิดเดียว

ในส่วนการค้าปลีกน้ำมันนั้นผู้ค้าสามารถกำหนดโครงสร้างราคาน้ำมันได้อีกส่วนหนึ่ง คือ ค่าการตลาด ซึ่งอาจส่งผลต่อราคาน้ำมันเชื้อเพลิงได้เช่นกัน แต่อย่างไรก็ดี แม้ว่ารัฐบาลและผู้ค้าจะเป็นผู้มีส่วนกำหนดอัตราในแต่ละโครงสร้างราคา ในภาพรวมของระบบราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลอยตัว แต่ผู้ค้าและกลไกตลาดจะเป็นผู้กำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคากำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ธุรกิจน้ำมันเป็นธุรกิจในระดับภูมิภาคที่เกิดจากหลายประเทศ โดยคนหลายกลุ่มที่มีสภาพแวดล้อมและมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันจึงมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาน้ำมันมากมาย กล่าวคือ

ปัจจัยพื้นฐาน (Fundamental Factor)

ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ อุปสงค์และอุปทาน (Demand/Supply) ซึ่งอุปสงค์และอุปทานของน้ำมันแต่ละชนิดจะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานะและเหตุการณ์ต่างๆ หากอุปสงค์อุปทานขาดความสมดุลจะมีผลกระทบต่อราคาปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานขาดสมดุล ได้แก่ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สภาพภูมิอากาศ และกำลังการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตน้ำมัน เป็นต้น

ปัจจัยทางเทคนิค (Technical Factor)

ในการซื้อขายน้ำมันนั้นจำเป็นต้องอาศัยข้อมูล สถิติ รายงานค่าเฉลี่ยย้อนหลังของราคาน้ำมัน มาประกอบการพิจารณาระดับราคาน้ำมันในปัจจุบัน เพราะข้อมูลสถิติจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำมันและจะมีผลทางอ้อมต่อระดับราคาด้วย

ปัจจัยอื่นๆ (Miscellaneous Factor)

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา น้ำมันที่มีการซื้อขายกันระหว่างประเทศ มักจะกำหนดราคา เป็นเงินเหรียญสหรัฐฯ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา เมื่อเทียบกับเงินเหรียญ สหรัฐฯย่อมมีผลกระทบต่อราคาน้ำมัน เพราะเมื่อใดที่เงินเหรียญสหรัฐฯอ่อนตัวลง และ ผลจากการที่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ย่อมทำให้การเปรียบเทียบราคาน้ำมันใน ตลาดต่างๆ เป็นไปด้วยความลำบาก

การเชื่อมโยงระหว่างราคาน้ำมันดิบและราคาน้ำมันสำเร็จรูป

ราคาน้ำมันดิบเป็นต้นทุนเริ่มต้นในการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูป เพราะน้ำมันดิบเป็น วัตถุดิบที่สำคัญที่นำมาผ่านการกลั่นและได้ออกมาเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูปซึ่งค่าใช้จ่ายใน กระบวนการผลิตและการปรับปรุงคุณภาพน้ำมันเพื่อให้ได้น้ำมันสำเร็จรูปจึงเป็นต้นทุนอีกส่วนที่นำมา คำนวณเป็นราคาน้ำมัน อีกทั้งยังรวมถึงอัตราภาษีที่ต้องชำระตามกฎหมาย ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงใน ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิตจนไปถึงขั้นตอนการจำหน่ายจึงมีผลกระทบต่อราคา จำหน่ายเป็นอย่างมาก

2.6.2 การขายพ่วง (Tying arrangement)

การขายพ่วงสินค้าอื่นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ขายจะขายสินค้าอย่างหนึ่งให้กับผู้ซื้อต่อเมื่อเป็นไปตาม เงื่อนไขที่ผู้ซื้อรายนั้นจะต้องซื้อสินค้าอย่างอื่นของผู้ขายด้วย เห็นได้ว่าการตกลงซื้อขายก็เกี่ยวข้อง กับ สินค้าสองอย่าง สินค้าที่ผู้ซื้อต้องการและสินค้าที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องซื้อทั้งที่อาจจะไม่ได้ต้องการ ซึ่งผู้ขาย กำหนดเงื่อนไขลักษณะผูกมัดให้ผู้ซื้อซื้อตั้งแต่แรกโดยไม่เปิดโอกาสให้เลือกซื้อ การขายพ่วงสินค้าอื่น อาจจะอยู่ในรูปแบบอื่นๆ ที่มีความสลับซับซ้อนต่างจากที่กล่าวไปแล้วก็ได้ เช่น การที่ผู้ขายจะยินยอม ให้ผู้จัดจำหน่ายขายสินค้าอย่างหนึ่งของตนได้ก็ต่อเมื่อผู้จัดจำหน่ายจะต้องเอาผลิตภัณฑ์อื่นที่ เกี่ยวเนื่องกับสินค้านั้นไปจำหน่ายด้วย เช่น ผู้แทนจำหน่ายยางรถยนต์ จะรับเอาแต่ยางรถยนต์แต่ เพียงอย่างเดียวไปจำหน่ายไม่ได้ต้องรับผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้องกับยางรถยนต์ไปจำหน่ายด้วย เช่น น้ำมันรักษายาง อุปกรณ์การถ่วงล้อ หัวเติมลมยาง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อหวังว่าจะควบคุมการจำหน่ายสิน ค้าตลอดสาย (full line force) อีกกรณีหนึ่งก็คือ การตกลงซื้อสินค้าในลักษณะที่บริษัทหนึ่งตกลงซื้อ

สินค้าจากอีกบริษัทก็ต่อเมื่อบริษัทที่สองได้ซื้อสินค้าจากบริษัทที่หนึ่งก่อน ลักษณะตกลงซื้อขายต่างตอบแทนซึ่งกันและกัน (reciprocal dealing)⁶⁸

การนำการขายพ่วงมาใช้ของผู้ประกอบธุรกิจ

(1) ประเภทของการขายพ่วง การขายพ่วงสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 การบังคับขายพ่วง (Tying, Tie-in Sale)

การบังคับขายพ่วงเป็นการขายพ่วงในลักษณะที่ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการในตลาดหนึ่ง (Tied Products) โดยนำไปพ่วงไว้กับสินค้าหรือบริการในอีกตลาดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการ (Tying Products) ทำให้ผู้บริโภคต้องถูกบังคับให้ซื้อสินค้าที่มีการพ่วงนั้นไปด้วย ซึ่งในลักษณะของการนำไปพ่วงของสินค้าตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปนั้น ยังสามารถแบ่งได้เป็นสองประเภท ดังนี้ การขายพ่วงตามข้อสัญญา (Contractual Tying) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบของการขายพ่วงที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปมากที่สุด การขายพ่วงรูปแบบนี้อาจจะปรากฏอยู่ในรูปของข้อตกลงโดยชัดแจ้งที่กำหนดหน้าที่โดยตรงให้ลูกค้าของผู้ประกอบธุรกิจต้องซื้อสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงเมื่อซื้อสินค้าที่มีการพ่วง⁶⁹ ซึ่งจะเป็นการผูกมัดให้ลูกค้าต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขการขายพ่วงโดยเคร่งครัด หรืออาจเป็นผลจากทางปฏิบัติของผู้ประกอบธุรกิจเองก็ได้ เช่น การที่ผู้ประกอบธุรกิจปฏิเสธที่จะขายสินค้าที่มีการพ่วงให้แก่ลูกค้าเว้นแต่ลูกค้าจะซื้อสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงไปด้วย⁷⁰ นอกจากนี้ การขายพ่วงตามข้อสัญญานี้ยังอาจเป็นผลมาจากข้อเสนอที่เป็นการจูงใจลูกค้าในลักษณะที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องผลประโยชน์ทางการเงินก็ได้ เช่น การที่ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่รับประกันสินค้าที่มีการพ่วงหากลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงไปด้วย หรือผู้ประกอบธุรกิจอาจเสนอว่าลูกค้ารายใดซื้อสินค้าที่มีการพ่วงและสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงไปจากตนจะได้รับการจัดส่งสินค้าให้ก่อนลูกค้ารายอื่น⁷¹

การขายพ่วงทางเทคนิค (Technical Tying) เป็นกรณีที่สินค้าที่มีการพ่วงถูกผู้ประกอบธุรกิจออกแบบให้สามารถนำมาใช้งานได้เฉพาะกับสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงของตนเท่านั้นไม่สามารถนำไปใช้งานกับสินค้าของคู่แข่งรายอื่นก็ได้ หรืออาจเป็นกรณีที่สินค้าที่มีการพ่วงและสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงถูกนำมารวมกันทางกายภาพ (Physically Integrated) เพื่อให้สามารถขายด้วยกันซึ่งมักจะอยู่ในรูปของ

⁶⁸ สุธีร์ ศุภนิธย์ แก้วไข่มุขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวินิชย์, หลักการและกฎหมายแห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า หน้า 45

⁶⁹ Jurian Langer, "Tying and Bundling as a Leveraging Concern under Ec Competition Law," [Online]. Available from: <http://www.kluwercompetitionlaw.com> p 6.

⁷⁰ Alison Jones, Brenda Sufrin, and Niamh Dunne, Eu Competition Law (2019).p 455.

⁷¹ Ibid. p 455.

การขายควบแบบ Pure Bundling และหากสินค้าทั้งสองชนิดมีความเกี่ยวข้องกันทางเทคนิคจนทำให้ลูกค้าไม่สามารถแยกสินค้าทั้งสองชนิดออกจากกันได้จะเรียกการขายควบในรูปแบบนี้ว่าการขายควบทางเทคนิค (technical bundling)⁷² ดังเช่นกรณีของ Microsoft ที่นำโปรแกรม Windows Media Player มารวมกับระบบปฏิบัติการ Windows เป็นต้น

ในทางปฏิบัติศาลและหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดของประเทศสหรัฐอเมริกาและกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปมักที่จะนำกฎหมายมาใช้บังคับกับการขายพ่วงตามข้อสัญญาในลักษณะที่เข้มงวดมากกว่าการขายพ่วงทางเทคนิคโดยเฉพาะในกรณีของการนำสินค้ามารวมกันทางเทคโนโลยี (Technological Integration) เนื่องจากมุมมองที่เชื่อว่าแม้การขายพ่วงทั้งสองประเภทอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบในแง่ลบต่อการแข่งขันได้เช่นเดียวกัน แต่ก็ถือว่าการขายพ่วงทางเทคนิคสามารถส่งผลในด้านของประสิทธิภาพอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้ โดยประโยชน์เช่นนี้ไม่สามารถที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยวิธีการอื่น⁷³ ซึ่งแตกต่างกับการขายพ่วงตามข้อสัญญาที่ศาลหรือหน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมายที่มักจะไม่นับฟังถึงข้ออ้างหรือความจำเป็นทางธุรกิจที่ถูกหยิบยกขึ้นกล่าวอ้างโดยผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องจากเชื่อว่าเหตุผลตามที่ผู้ประกอบการกล่าวอ้างสามารถบรรลุได้เช่นเดียวกันโดยวิธีการอื่น จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องนำการขายพ่วงมาใช้

ทั้งนี้ในรูปแบบของการ Tying นั้นยังสามารถแบ่งออกได้อีกเป็น 2 ประเภทตามแนวคิดของ Ballabh ดังนี้

1) การบังคับขายพ่วงในแนวนอน (Horizontal Tying) เป็นพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการบังคับให้ลูกค้าของตนต้องซื้อสินค้าหรือรับบริการที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ลูกค้าต้องการไปพร้อมกัน ยกตัวอย่างเช่น ในการซื้อแปรงสีฟันของบริษัท A นั้นผู้ซื้อต้องซื้อปากกาของบริษัท A พร้อมกับรองเท้าสเก็ตน้ำแข็งของบริษัท A ด้วย⁷⁴ (อย่างไรก็ตาม บริษัทก็อาจยื่นข้อเสนอในรูปแบบของโปรโมชั่นเป็นการแถมสินค้าฟรีที่มีจำนวนจำกัดโดยผู้ซื้อจะต้องซื้อสินค้าอื่นของบริษัทด้วย)

2) การบังคับขายพ่วงในแนวตั้ง (Vertical Tying) เป็นพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการบังคับให้ลูกค้าของตนต้องซื้อสินค้าหรือรับบริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ลูกค้าต้องการไปพร้อมกันจาก

⁷² Jurian Langer, "Tying and Bundling as a Leveraging Concern under Ec Competition Law." p 4.

⁷³ Robert O'Donoghue and Jorge Padilla, Law and Economics of Article 102 Tfeu (2020). p 478-480.

⁷⁴ Ballabh, "Antitrust Law: An Overview " [Online]. Available from:

<http://www.westlawinternational.com>

บริษัทเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น ผู้ใช้รถยนต์ของบริษัท A จะสามารถขับได้โดยไม่ต้องเติมน้ำมันที่บริษัท A เป็นเจ้าของแต่ผู้เดียวและต้องมารับบริการกับผู้จัดจำหน่ายของบริษัท A เท่านั้น⁷⁵

การขายพ่วงแบบบันเดิล (Bundling) สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

การขายพ่วงแบบบันเดิล (Pure Bundling) หมายถึง การขายพ่วงที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าในลักษณะเป็นแพคเกจอย่างเดียว ทำให้ผู้บริโภคจะต้องซื้อเป็นแพคเกจโดยไม่มีการขายแยกต่างหาก การขายพ่วงลักษณะนี้จะมีการกำหนดสัดส่วนหรือปริมาณของสินค้าที่มีการขายพ่วงอย่างชัดเจน เช่น การขายอาหารเป็นชุดๆโดยไม่มีการแยกขาย เป็นต้น

2) การขายพ่วงแบบให้ส่วนลดเป็นชุด (Mixed Bundling) หมายถึง การขายพ่วงที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าโดยผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าแบบเป็นชุดก็ได้ หรือจะซื้อแยกสินค้าแต่ละอย่างต่างหากก็ได้ โดยผู้ประกอบการจะให้อะไรในลักษณะเป็นส่วนลดทางการค้า หากว่าผู้บริโภคซื้อในลักษณะเป็นชุด⁷⁶ ยกตัวอย่างเช่น กรณีร้านแมคโดนัลด์ขายชุดอาหารเป็นชุดๆ เช่น ชุดแฮปปี้มีลล์ แต่ก็มีอาหารในชุดแฮปปี้มีลล์ต่างหาก โดยหากซื้ออาหารเป็นชุดจะราคาถูก เป็นต้น

2.6.3 การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น (Exclusive Dealing)

การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น พฤติกรรมนี้เกิดขึ้นจากการทำสัญญาตกลงกันโดยทั่วไปแล้วจะวางเงื่อนไขการขายสินค้าไว้ว่าผู้ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อจะไม่ไปซื้อสินค้าจากผู้แข่งขันของผู้ขาย เช่น การที่ผู้ผลิตวางเงื่อนไขการขายสินค้าของตนไว้ว่าผู้ค้าปลีกจะต้องซื้อแต่เฉพาะสินค้าของผู้ผลิตเท่านั้น การวางเงื่อนไขผูกมัดในการซื้อสินค้าเช่นนี้ย่อมทำให้ผู้ซื้อไม่อาจซื้อสินค้าอย่างเดียวกันจากผู้ผลิตรายอื่นๆ ผู้ผลิตรายอื่นๆ อยู่ในสภาวะที่ถูกปิดกั้น (foeclose) ไม่สามารถที่จะกระจายสินค้าของเขาได้ ผลกระทบที่ตามมาคือจะเกิดอุปสรรคต่อการเข้ามาในตลาดเพื่อการผลิตสินค้าแข่งขัน ซึ่งหากว่าจะมีผู้ผลิตสินค้ารายใหม่เข้ามาในตลาดเพื่อการแข่งขัน ผู้ผลิต สินค้ารายนั้นจะต้องสร้างระบบการจัดจำหน่ายเป็นของตนเองด้วย ซึ่งจะเป็นการลงทุนที่สูงยิ่งขึ้น⁷⁷

การจำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลง (exclusivity dealing) หมายถึง การจำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลงทางการค้า ทั้งที่เป็นการบังคับทางตรงและทางอ้อมให้ลูกค้าต้องยอมรับเงื่อนไข และปฏิบัติตามอย่างไม่เป็นธรรม โดยไม่มีผลต่อประสิทธิภาพหรือคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการ

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Robert O'Donoghue and Jorge Padilla, *Law and Economics of Article 102 Tfeu*. p.477-478.

⁷⁷ สุธีร์ ศุภินิตย์ แก้วไข่มุขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จีรวินิชย์, หลักการและกฎหมายแห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า หน้า 105-106.

หรือการให้บริการหลังการขาย ตัวอย่างเช่น ห้ามจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น การให้ซื้อสินค้าวัตถุดิบตามที่กำหนดหรือให้ซื้อเฉพาะผู้ประกอบการที่กำหนด โดยสินค้าวัตถุดิบเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติเฉพาะ การให้ทำสินเชื่อกับผู้ประกอบการที่กำหนดไว้ และการกำหนดเงื่อนไขอื่นๆ ในการประกอบธุรกิจของลูกค้าของตน เป็นต้น

หากลูกค้าของตนไม่ยอมปฏิบัติตามจะถูกลงโทษ เช่น ไม่จำหน่ายสินค้าให้ลดปริมาณการส่งสินค้าให้ต่ำกว่าที่เคยได้รับตามปกติ จัดส่งสินค้าให้ล่าช้ากว่าปกติ เป็นต้น

กรณีที่เป็นตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง (authorized dealer) และที่เป็นแฟรนไชส์ซึ่งผู้ผลิตสินค้าหรือบริการได้มีการลงทุนให้แก่ตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพหรือคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการ และการส่งเสริมการขาย สามารถจำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลงได้ เพื่อป้องกันมิให้คู่แข่งได้รับประโยชน์จากการลงทุนนั้นโดยไม่ต้องลงทุน (free-riding) โดยการกำหนดให้ขายเฉพาะสินค้าของตนเท่านั้น เพื่อป้องกันมิให้ตัวแทนจำหน่ายขายสินค้าของคู่แข่ง⁷⁸

2.6.4 การกำหนดตัวลูกค้าและท้องที่การขาย (Customer and Territorial Division)

กำหนดตัวลูกค้าหรือพื้นที่การขายนั้น เป็นพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก กล่าวคือผู้ผลิตอาจตกลงมอบหมายให้ผู้ค้าปลีกรายใดรายหนึ่งแต่เพียงผู้เดียวจำหน่ายสินค้าของผู้ผลิตในท้องที่ใดท้องที่หนึ่ง ข้อตกลงที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้จะทำให้ผู้ค้าปลีกรายนั้นได้รับการคุ้มครองไม่ต้องแข่งขันกับผู้ค้าปลีกรายอื่นที่จะขายสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้ผู้ค้าปลีกรายนั้น กลายเป็นผู้ผูกขาดในสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าในในตลาด

อาจกล่าวได้ว่าเรื่องนี้เป็นการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในท้องที่ใดท้องที่หนึ่ง ซึ่งอาจเป็นการขัดกับบทบัญญัติในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้ ซึ่งมีข้อที่น่าพิจารณาอันเกี่ยวกับการทำความเข้าใจให้ผู้แทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในท้องที่ใดท้องที่หนึ่งก็คือผู้ผลิตจะมีประสิทธิภาพในการจัดการจำหน่ายสินค้าและสามารถดำรงความต้องการของตลาดเอาไว้ได้ การที่ผู้ผลิตต้องส่งสินค้าให้ผู้จัดจำหน่ายเพียงรายเดียวย่อมเป็นการผ่อนคลายเป็นการไม่ต้องจัดส่งสินค้าให้กับรายอื่นๆ สามารถลดค่าขนส่งและค่าการบัญชีที่จะต้องแยกออกเป็นหลายฉบับ และต้องผูกพันกับผู้ค้าปลีกรายอื่นๆ ในขณะเดียวกันการที่เขาเป็นฝ่ายแต่เพียงผู้เดียว ย่อมจะทำให้สะดวกต่อการทำ

⁷⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 138-139

การส่งเสริมการขายรักษาสภาพลักษณะของเครื่องหมายการค้า และยังคงสะดวกต่อการให้บริการหลังการขาย⁷⁹

2.6.5 การกำหนดปริมาณขั้นต่ำของการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

ในกรณีที่มีการทำสัญญาแต่งตั้งผู้ประกอบการในการให้ผู้ประกอบการผู้ที่มีหน้าที่บริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันนั้นบริษัทผู้ค้าน้ำมันบางรายจะมีการกำหนดปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำที่ผู้ประกอบการต้องจำหน่ายได้ในแต่ละเดือน ซึ่งถ้าหาเดือนใดผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายน้ำมันได้ในปริมาณตามที่กำหนดบริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจบอกเลิกสัญญาหรือในการต่อสัญญาครั้งต่อไปบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะไม่ยอมต่อสัญญาให้แก่ผู้ประกอบการนั้น แต่เงื่อนไขในการกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงนี้อาจไม่มีการกำหนดเอาไว้ในสัญญาโดยชัดเจน แต่อาจเป็นกรณีที่มีการบอกกล่าวให้ทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ด้วยวาจา ดังนั้นในการพิจารณาว่าการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นเป็นการกระทำที่เข้าข่ายเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อตัวผู้ประกอบการหรือไม่ อย่างไร

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

มาตรา 4

ข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือ วิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูป หรือในสัญญาขายฝากที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น

ในกรณีที่มีข้อสงสัย ให้ตีความสัญญาสำเร็จรูปไปในทางที่เป็นคุณแก่ฝ่ายซึ่งมิได้เป็นผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปนั้น ข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติเป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

- (1) ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดที่เกิดจากการผิดสัญญา
- (2) ข้อตกลงให้ต้องรับผิดหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด
- (3) ข้อตกลงให้สัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือให้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยอีกฝ่ายหนึ่งมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ

⁷⁹ สุธีร์ ศุภินิตย์ แก๊ซเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวินิชย์, หลักการและกฎเกณฑ์แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า หน้า 105

- (4) ข้อตกลงให้สิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือปฏิบัติตามสัญญาใน ระยะเวลาที่ ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
- (5) ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้อง รับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่า ภาระที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา
- (6) ข้อตกลงในสัญญาขายฝากที่ผู้ซื้อฝากกำหนดราคาสินไถ่สูงกว่าราคาขายบวก อัตราดอกเบี้ยเกิน กว่าร้อยละสิบห้าต่อปี
- (7) ข้อตกลงในสัญญาเช่าซื้อที่กำหนดราคาเช่าซื้อ หรือกำหนดให้ผู้เช่าซื้อต้อง รับภาระสูงเกินกว่าที่ ควร
- (8) ข้อตกลงในสัญญาบัตรเครดิตที่กำหนดให้ผู้บริโภคต้องชำระดอกเบี้ย เบี้ยปรับ ค่าใช้จ่ายหรือ ประโยชน์อื่นใดสูงเกินกว่าที่ควรในกรณีที่ผิดนัดหรือที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผิดนัดชำระหนี้
- (9) ข้อตกลงที่กำหนดวิธีคิดดอกเบี้ยทบต้นที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร
- ดังนั้นในกรณีของการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงจึงต้องนำสัญญา ดังกล่าวนั้นไม่ว่าจะทำโดยลายลักษณ์อักษรหรือโดยวาจาก็ต้องมาพิจารณาจากบทบัญญัติของ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมว่าข้อสัญญาดังกล่าวนั้นเป็นข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมี ผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่ วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติเป็น ข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งหรือไม่อย่างไร

บทที่ 3

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการต่อต้านการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในต่างประเทศ

3.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

3.1.1 ประวัติกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา

ก่อนมีบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดบังคับใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกา ศาลในประเทศสหรัฐอเมริกาใช้หลัก Common Law วินิจฉัยไม่ให้อำนาจศาลสั่งการที่เห็นว่าได้ทำขึ้นโดยฝ่าฝืนข้อห้ามการผูกขาดหรือเกิดจากการรวมหัวกันเพื่อผลทางการค้าโดยไม่ชอบ

ภายหลังจากการเกิดสงครามกลางเมือง หรือ Civil War 1861-1865 ประเทศสหรัฐอเมริกา มีเศรษฐกิจที่พัฒนาขึ้นอย่างมากและสิ่งที่ชัดเจนที่สุดคือการเปลี่ยนแปลงจากประเทศที่ทำเกษตรกรรมมาเป็นประเทศที่ทำอุตสาหกรรมซึ่งประสบความสำเร็จมาก เพราะประเทศสหรัฐอเมริกานั้นมีทรัพยากรมากมาย เช่น น้ำมันปิโตรเลียม ถ่านหิน เป็นต้น โดยที่ทรัพยากรเหล่านี้เป็นทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมและเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างขวาง ส่งผลให้ตลาดสินค้าและบริการมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย ซึ่งในเรื่องของการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป็นตัวแรงสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรม ตลอดจนสร้างเครือข่ายคมนาคมทำให้ติดต่อกันได้ทั่วทั้งประเทศ โดยเฉพาะการสร้างเส้นทางเดินรถไฟทำให้เชื่อมโยงการขนส่งระหว่างเมืองและพื้นที่ห่างไกลได้อีกด้วย ซึ่งความสะดวกดังกล่าวทำให้นำสินค้าเข้าสู่ตลาดได้ทั่วถึง สะดวก การค้าขายสินค้าภายในประเทศไม่มีอุปสรรค เพราะไม่มีกำแพงภาษีหรือโควตาต่างๆ รวมทั้งพัฒนาการผลิตและรูปแบบการจำหน่าย การให้บริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด⁸⁰ ต่อมาในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 รูปแบบการผลิตในอุตสาหกรรมต่างๆของประเทศสหรัฐอเมริกาได้เปลี่ยนจากการผลิตโดยผู้ประกอบการขนาดย่อมเป็น ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เนื่องจากมีการรวมกลุ่มกันในการดำเนินธุรกิจ เช่น อุตสาหกรรมเหล็กกล้า ถ่านหิน เกลือ เหล้า และการให้บริการของรถไฟ เป็นต้น⁸¹

⁸⁰ Richard M.Calkins, Antitrust Guidelines for the Business Exclusive (Illinois: Dow Jones-Irwin, Inc, 1981).p.14-16.

⁸¹ สุธีร์ ศุภนิธย์ และคณะ, แนวทางพัฒนากฎหมายส่งเสริมการแข่งขันธุรกิจที่เป็นธรรม ในรายงานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศไทย, 2 เล่ม ed. (กรุงเทพมหานคร2536).หน้า 2.

ซึ่งสร้างความเสียหายอย่างมากแก่ระบบเศรษฐกิจ เช่น การให้บริการของรถไฟ หากผู้ใช้บริการไม่
 พวกเดียวกันแล้วจะมีการคิดค่าใช้บริการสูงมาก เป็นต้น⁸²

ต่อมาในปีค.ศ.1830 มีการนำทรัสต์ (Trust)⁸³ มาใช้ในธุรกิจน้ำมัน โดย Standard Oil Trust
 ซึ่งในปีค.ศ. 1882 มีโรงกลั่นน้ำมันในเครือจำนวน 39 แห่ง และสามารถควบคุมการผลิตได้ร้อยละ 90
 ของการกลั่นทั้งหมดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยภายหลังการก่อตั้งทรัสต์โรงกลั่นน้ำมันข้างต้น ก็มี
 การตั้งทรัสต์ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ตามมาอีกมากมาย เช่น American Cotton Trust, Whiskey
 Trust, National Lead Trust, Salt Trust เป็นต้น⁸⁴

ต่อมาบรรดามลรัฐต่างๆได้ตรากฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจโดยทรัสต์ แต่การ
 บังคับใช้กฎหมายก็ไม่ได้ผล เนื่องจากปัญหาที่กฎหมายของมลรัฐหนึ่งไม่สามารถบังคับใช้ในอีกมลรัฐ
 หนึ่งได้ จึงมีการเรียกร้องให้รัฐบาลกลางตรากฎหมายควบคุมการค้าระหว่างมลรัฐต่างๆ
 ส่งผลให้ประธานาธิบดีแอนดรูว์ แจ็กสัน ค.ศ. 1889 วุฒิสมาชิก John Sherman ได้เสนอร่างกฎหมายจำกัด
 การรวมกลุ่มทางการค้าและการผูกขาด ซึ่งกฎหมายดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากสภาในชื่อของ
 Sherman Act เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน ค.ศ. 1890⁸⁵ และหลังจากนั้นก็ได้มีการตรากฎหมายแข่งขัน
 ทางการค้าออกมามากมายเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับปัญหาการแข่งขันทางการค้าใน
 ประเทศสหรัฐอเมริกา

กฎหมายป้องกันการผูกขาดของประเทศสหรัฐอเมริกา

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการผูกขาดและการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่เกี่ยวข้อง
 ธุรกิจสถานีบริการน้ำมันของประเทศสหรัฐอเมริกาที่สำคัญๆ มี 4 ฉบับดังต่อไปนี้

The Sherman Act of 1890

The Clayton Act of 1914

The Federal Trade Commission Act of 1914

The Petroleum Marketing Practices Act (PMPA)

3.1.1.1 พระราชบัญญัติ Sherman (The Sherman Act of 1890)

⁸² เรื่องเดียวกัน, หน้า 2.

⁸³ “ทรัสต์” (Trust) เป็นองค์กรทางธุรกิจที่เกิดจากการที่ผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันตกลงร่วมกันให้มีศูนย์รวม
 อำนาจการบริหารและการจัดการธุรกิจเป็นอันเดียวกันระหว่างบรรดาสมาชิกที่ตกลงร่วมกัน

⁸⁴ สุธีร์ ศุภนิิตย์ และคณะ, แนวทางการพัฒนากฎหมายส่งเสริมการแข่งขันธุรกิจที่เป็นธรรม ในรายงานวิจัยเรื่องแนว
 ทางการพัฒนาการแข่งขันทางการค้าในประเทศไทย, หน้า 3.

⁸⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 5.

เป็นกฎหมายที่ห้ามการรวมตัวกันทางธุรกิจเพื่อผูกขาดหรือก่อให้เกิดอุปสรรคหรือเบียดเบียนการแข่งขันอย่างเสรี และเพื่อยับยั้งการรวมบริษัทในรูปแบบของ Trust ขนาดใหญ่ กฎหมายฉบับนี้ห้ามการรวมบริษัทเข้าด้วยกันหรือสมคบกันเพื่อจำกัดทางการค้าระหว่างรัฐต่างๆ⁸⁶

โดย The Sherman Act of 1890 ได้มีการกำหนดข้อห้ามเกี่ยวกับการกระทำที่ก่อให้เกิดการผูกขาดหรือการได้มาซึ่งอำนาจผูกขาด ดังนี้

มาตรา 1 เป็นเรื่องของการควบคุมการร่วมกันกำหนดราคาสินค้าและห้ามการรวมตัวบริษัทเข้าด้วยกันอันทำให้เป็นการจำกัดทางการค้าอย่างไม่เหมาะสม⁸⁷ ซึ่งในตัวเองกฎหมายมีหลักการที่กำหนดไว้ ดังนี้

“มาตรา 1 บรรดาสัญญา การรวมตัวกัน หรือการสมคบกัน ไม่ว่าจะในรูปแบบใด เพื่อจำกัดการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างรัฐ หรือกับต่างประเทศ ถือว่าเป็นการอันมิชอบด้วยกฎหมาย บรรดาบุคคลที่ทำสัญญารวมตัวกัน หรือสมคบกันในลักษณะอันมิชอบด้วยกฎหมายข้างต้นถือว่ามีความผิด”⁸⁸

มาตรา 2 เป็นเรื่องของการห้ามไม่ให้มีการรวมตัวบริษัทเข้าด้วยกันซึ่งเป็นการผูกขาดหรือพยายามผูกขาด การรวมตัวของผู้ประกอบการเพื่อลดการแข่งขันเป็นการรวมตัวในแนวราบ ซึ่งมีการกระทำหลายรูปแบบ เช่น การกำหนดราคา (Price fixing) การแบ่งตลาด การร่วมกันปฏิเสธไม่ทำธุรกิจกับบุคคลที่สาม⁸⁹ ซึ่งในตัวเองกฎหมายมีหลักการที่กำหนดไว้ ดังนี้

⁸⁶ สันติชัย วัฒนวิทย์กรรม และคณะ, กฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาดเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย ในรายงานเสนอสำนักงานยุติธรรม (กรุงเทพมหานคร, 2557:2557). หน้า 18-19

⁸⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 19

⁸⁸ Sherman Act 1980 Section 1.

Every contract, combination in the form of trust or otherwise, or conspiracy, in restraint of trade or commerce among the several states, or with foreign nations, is declared to be illegal. Every person who shall make any contract or engage in any combination or conspiracy hereby declared to be illegal shall be deemed guilty of felony, and, on conviction thereof, shall be punished by fine not exceeding \$100,000,000 if a Corporation, or, if any other person, \$1,000,000, or by imprisonment not exceeding three years, or both said punishments, in the punishment, in the discretion of the court.

⁸⁹ สันติชัย วัฒนวิทย์กรรม และคณะ, กฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาดเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย ในรายงานเสนอสำนักงานยุติธรรม. หน้า 19

“มาตรา 2 บุคคลใดก็ตามที่กระทำการผูกขาด หรือพยายามผูกขาด รวมตัวกันหรือสมคบกับบุคคลอื่นใดเพื่อผูกขาดทางการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างรัฐ ถือว่ามีความผิด”⁹⁰

3.1.1.2 พระราชบัญญัติ Clayton (The Clayton Act of 1914)

เป็นกฎหมายควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ให้แข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม และห้ามการเลือกปฏิบัติด้านราคาและการบังคับให้ติดต่อกับธุรกิจของตน ห้ามลดการแข่งขันโดยการที่กรรมบริษัทไปเป็นกรรมกรบริษัทอื่นซึ่งเป็นบริษัทที่เป็นคู่แข่งทางการค้า

ห้ามการรวมตัวกับแบบแนวนอนของผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งทางการค้าในตลาดสินค้าเดียวกันและตลาดในพื้นที่เดียวกัน อันทำให้เพิ่มการกระจุกตัวในตลาดโดยลดจำนวนผู้ประกอบการ เป็นเหตุให้การแข่งขันทางการค้าลดลง⁹¹

3.1.1.3 พระราชบัญญัติ Federal Trade Commission (The Federal Trade Commission Act of 1914)

Federal Trade Commission Act (FTC Act) ได้ตราขึ้นและมีผลบังคับใช้ด้วยหลักการ และเหตุผลเดียวกับกฎหมาย Clayton Act ที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว กฎหมายฉบับนี้นอกจากจะกำหนดแต่งตั้งคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission) ขึ้นมาแล้ว กฎหมายฉบับนี้ยังได้กำหนดให้อำนาจแก่คณะกรรมการในการป้องกันสิ่งที่เห็นว่ามีลักษณะของการผูกขาดทางการค้า โดย มาตรา 5 กำหนดให้ วิธีการหรือกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Method of Competition) ที่มีผลกระทบในเชิงพาณิชย์ และการกระทำหรือปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม⁹² หรือมีลักษณะเป็นการหลอกลวงผู้บริโภคซึ่งส่งผลกระทบในเชิงพาณิชย์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย โดยผลของกฎหมายฉบับนี้ คณะกรรมการมีอำนาจโดยตรงในการป้องกันไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคล หุ้นส่วน

⁹⁰ Sherman Act 1980 Section 2.

Every person who shall monopolize, or attempt to monopolize, or combine or conspire with any other person or persons, to monopolize any part of the trade or commerce among the several States, or with foreign nations, shall be deemed guilty of a felony, and, on conviction thereof, shall be punished by fine not exceeding \$100,000,000 if a corporation, or, if any other person, \$1,000,000, or by imprisonment not exceeding three years, or by both said punishments, in the discretion of the court.

⁹¹ สันติชัย วัฒนวิทย์กรรม และคณะ, กฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาดเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย ในรายงานเสนอสำนักงานยุติธรรม. หน้า 19

⁹² U.S. Code § 45. Unfair methods of competition unlawful; prevention by Commission

หรือบริษัทที่จะใช้วิธีหรือกระทำการที่ไม่เป็นธรรมในอันที่จะก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงพาณิชย์⁹³และเพื่อให้คณะกรรมการฯ สามารถดำเนินการที่จะช่วยป้องกันการกระทำดังกล่าวได้ FTC Act จึงกำหนดกระบวนการและวิธีการยับยั้งการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมต่างๆ ให้แก่คณะกรรมการฯไว้ เช่น หากเป็นกรณีที่คณะกรรมการฯ มีเหตุอันควรเชื่อว่ามีการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจริง คณะกรรมการฯ มีอำนาจในการยื่นหมายให้แก่บุคคล หุ้นส่วน หรือบริษัทเพื่อมาชี้แจงข้อเท็จจริงต่างๆ ภายในเวลา 30 วันนับจากได้แจ้งหมายออกไป⁹⁴ หรือการมีอำนาจในการขอให้ศาลมีคำสั่งคุ้มครองชั่วคราว (Injunctive relief) จากการกระทำที่เชื่อว่าเป็นความผิดได้ เป็นต้น

3.1.1.4 พระราชบัญญัติ Petroleum Marketing Practices (The Petroleum Marketing Practices Act (PMPA))

⁹⁵เกือบ 40 ปีที่ผ่านมาในปี 1978 สภาคองเกรสพยายามปกป้องแฟรนไชส์ซีของธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน หรือผู้ประกอบการของสถานีบริการน้ำมันจากการถูกยกเลิกสัญญาอย่างไม่เป็นธรรมหรือไม่ได้รับการต่ออายุโดยแฟรนไชส์ซอร์ หรือก็คือบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่ให้สิทธิแฟรนไชส์ซีในการเข้ามาบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันภายใต้เครื่องหมายการค้าสถานีบริการน้ำมันของแฟรนไชส์ซอร์ กฎพื้นฐานของ PMPA คือแฟรนไชส์ซอร์ ไม่สามารถยกเลิกหรือปฏิเสธที่จะต่ออายุตามสัญญาแฟรนไชส์ของแฟรนไชส์ซีเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาตามที่กำหนดเอาไว้ในสัญญาได้ เว้นแต่มีกฎหมายยกเว้นเอาไว้ให้สามารถยกเลิกได้เท่านั้น และสำหรับแฟรนไชส์ซอร์ที่จะสามารถยุติหรือไม่ต่ออายุตามกฎหมายได้นั้น จะต้องเป็นกรณีที่มีพฤติการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างแฟรนไชส์ซีและแฟรนไชส์ซอร์ ซึ่งเข้าช้อยกเว้นตามที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ แฟรนไชส์ซอร์จึงจะสามารถปฏิเสธที่จะไม่ต่ออายุสัญญา หรือ ยกเลิกสัญญาที่ให้สิทธิแฟรนไชส์ซีในการเข้ามาบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันที่เป็นแบรนด์ของแฟรนไชส์ซอร์ได้

หลักการทั่วไปของ PMPA คือ แฟรนไชส์ซอร์ซึ่งเป็นบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นเจ้าของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันซึ่งให้สิทธิแฟรนไชส์ซีในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันของแฟรนไชส์ซอร์นั้นไม่สามารถยกเลิกสัญญาแฟรนไชส์ หรือ ปฏิเสธไม่ต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ได้ แต่ช้อยกเว้นของ

⁹³ Ibid,

⁹⁴ Ibid,

⁹⁵ David Gurnick, "Gas Station Dealers: A Review of the Petroleum Marketing Practices Act," [Online]. Available from: <https://www.jdsupra.com/legalnews/gas-station-dealers-a-review-of-the-12748/> ; ibid.

PMPA คือ แพรนไฮส์ซอร์หรือบริษัทผู้ค้าน้ำมัน สามารถยกเลิกสัญญาแพรนไฮส์หรือไม่ต่ออายุสัญญาแพรนไฮส์ได้แต่ต้องเข้าข้อยกเว้นดังต่อไปนี้

แพรนไฮส์ซอร์อาจยกเลิกหรือไม่ต่ออายุสัญญาแพรนไฮส์ในกรณีดังต่อไปนี้

1. หากแพรนไฮส์ซอร์ไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงแพรนไฮส์หรือพยายามด้วยความสุจริตใจที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา
2. หากแพรนไฮส์ซอร์ถอนตัวออกจากพื้นที่ตลาดที่แพรนไฮส์ซอร์ตั้งอยู่
3. แพรนไฮส์ซอร์ล้มเหลวในการจ่ายเงินให้แพรนไฮส์ซอร์ตรงเวลา
4. แพรนไฮส์ซอร์ล้มเหลวในการเปิดให้บริการสถานีบริการน้ำมันเป็นเวลา 7 วัน
5. แพรนไฮส์ซอร์กระทำการฉ้อโกง ถูกดำเนินคดีอาญาหรือถูกฟ้องล้มละลาย
6. แพรนไฮส์ซอร์กลายเป็นคนพิการอย่างรุนแรงในด้านร่างกายหรือจิตใจ
7. แพรนไฮส์ซอร์สูญเสียสัญญาเช่าสำหรับสถานที่ที่เป็นสถานีบริการน้ำมัน

และแพรนไฮส์ซอร์จะไม่ต่ออายุสัญญาแพรนไฮส์ให้ถ้าหาก

1. แพรนไฮส์ซอร์ไม่ได้บริการจัดการสถานีบริการน้ำมันให้สะอาด ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ
2. แพรนไฮส์ซอร์ไม่ได้แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการร้องเรียนของลูกค้า
3. คู่กรณีไม่สามารถตกลงเงื่อนไขการต่ออายุสัญญาแพรนไฮส์ได้
4. แพรนไฮส์ซอร์ตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ใช้ในการขายหรือใช้ที่อื่นแทนเป็นสถานีบริการน้ำมัน
5. แพรนไฮส์ซอร์ตัดสินใจว่าสถานที่ในการเปิดสถานีบริการน้ำมันเป็นทำเลที่ไม่ใช่ทำเลเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ยังรวมถึงกรณีอื่นๆที่แพรนไฮส์ซอร์อาจยกเลิกหรือไม่ต่ออายุสัญญาแพรนไฮส์แต่ทั้งหมดนี้ต้องทำอยู่บนพื้นฐานของ “ความสุจริต”

ในกรณีข้างต้นจะใช้สำหรับการยุติหรือการไม่ต่ออายุสัญญาแพรนไฮส์สถานีบริการน้ำมันซึ่งเป็นบทสรุปในสาระสำคัญแต่เหตุผลทางกฎหมายที่แท้จริงนั้นอาจรวมถึงข้อจำกัดและเงื่อนไขเพิ่มเติมที่เกี่ยวกับแพรนไฮส์ซอร์ด้วย ยกตัวอย่างเช่น เหตุผลบางประการจะใช้ได้ก็ต่อเมื่อการตัดสินใจของแพรนไฮส์ซอร์เกิดขึ้นในเวลาระยะเวลาที่ใกล้เคียงกับที่สถานการณ์เกิดขึ้นจริง การตัดสินใจของแพรนไฮส์ซอร์ต้องทำด้วยความสุจริต ซึ่งในบางกรณีแพรนไฮส์ซอร์จำเป็นต้องเสนอขายสถานที่ที่ใช้เป็นสถานีบริการน้ำมันให้กับแพรนไฮส์ซอร์

โดยแฟรนไชส์ซอร์ที่ต้อการยุติหรือไม่ต่ออายุตัวแทนจำหน่ายต้องแจ้งให้แฟรนไชส์ซีทราบ เป็นลายลักษณ์อักษรตามที่พระราชบัญญัติ PMPA กำหนดไว้ ยกตัวอย่างเช่น หากการกระทำของแฟรนไชส์ซอร์ในการยุติหรือไม่ต่ออายุสัญญาเกิดจากการฝ่าฝืนหรือประพฤติมิชอบโดยแฟรนไชส์ซี แฟรนไชส์ซีต้องได้รับโอกาสในการแก้ไขก่อน และหาแฟรนไชส์ซอร์ต้องการยุติหรือเลิกสัญญาต้องมีการแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 90 วันก่อนสิ้นสุดสัญญาหรือวันที่ไม่ต่ออายุสัญญา ซึ่งคำบอกกล่าวต้องเป็นไปตามข้อกำหนดตามแบบฟอร์ม ต้องระบุวันที่สิ้นสุดหรือไม่ต่ออายุสัญญา และจัดทำคำชี้แจงตามลายระเอียดที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ PMPA

สำหรับตัวแทนจำหน่ายที่ถูกละเมิดสิทธิพระราชบัญญัติ PMPA จะอนุญาตให้ฟ้องร้องดำเนินคดีในศาลของรัฐบาลกลางได้ โดยพระราชบัญญัติ PMPA ได้กำหนดมาตรฐานที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษสำหรับการให้คำสั่งห้ามในการสัญญาโดยมิชอบหรือการไม่ต่ออายุ พระราชบัญญัติ PMPA สั่งให้ศาลอนุญาตให้มีคำสั่งห้ามเบื้องต้นหากผู้ได้รับสิทธิแฟรนไชส์กำลังถูกยุติหรือไม่ต่ออายุสัญญา มีประเด็นที่จริงจังที่ต้องดำเนินคดีและความยากของ แฟรนไชส์ซอร์จากคำสั่งห้ามนี้น้อยกว่าความยากของแฟรนไชส์ซอร์หากไม่มีคำสั่งห้าม

ในคดีๆ หนึ่งแฟรนไชส์ซีหรือตัวแทนจำหน่ายที่ชนะคดี PMPA สามารถเรียกค่าเสียหาย ค่าเสียหายเชิงลงโทษ ค่าธรรมเนียมผู้เชี่ยวชาญ และค่าทนายความได้จำนวน 2.5 ล้านดอลลาร์ ซึ่งได้รับจากแฟรนไชส์ซอร์ (ชัณออยล์) ในกรณีที่แฟรนไชส์ซอร์หยุดขายผลิตภัณฑ์ให้กับตัวแทนจำหน่ายด้วยเครดิตและบอกให้ตัวแทนจำหน่ายหยุดใช้เครื่องหมายการค้าของตน โดยคณะลูกขุนเห็นพ้องกันว่าแฟรนไชส์ซอร์ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติ PMPA ในการบอกกล่าวล่วงหน้าในการเลิกสัญญา มาตรการการควบคุมการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศสหรัฐอเมริกา

ในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นจะไม่มีกฎหมายกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเหมือนในบางประเทศแต่ประเทศสหรัฐอเมริกาก็มีความพยายามในการที่จะร่างกฎหมายว่าด้วยราคาน้ำมันเชื้อเพลิงหลายฉบับ ซึ่งได้แก่

Affordable Gas Price Act 2009⁹⁶

Gas Price Reduction Act 2008⁹⁷

Lopsided oil Price Act 2009⁹⁸

⁹⁶ H.R. 2631, "Affordable Gas Price Act," [Online]. Available from: <http://www.govtrack.us>

⁹⁷ S. 3202 : Gas Price Reduction Act of 2008

⁹⁸ H.R.3379: Lopsided Oil Price Act of 2009

แต่ร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวนี้ไม่ได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภาและไม่ได้มีการนำเสนอต่อรัฐสภาวาระใหม่อีกครั้ง ร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวจึงไม่มีผลใช้บังคับเป็นกฎหมายในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศสหรัฐอเมริกาถูกกำหนดโดยผู้ประกอบการเอกชน โดยในช่วงปี 2005 เกิดภาวะราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น และในบางพื้นที่มีราคาสูงกว่าพื้นที่อื่นๆ ส่งผลให้ประชาชนเดือนร้อน และเรียกร้องให้มีกฎหมายเข้ามาดูแลการค้ากำไรเกินควร (Price Gouging) และกำหนดให้มีวิธีการทางศาลที่สามารถเรียกร้องในกรณีราคาน้ำมันได้เป็นการเฉพาะ⁹⁹ จึงได้มีการร่าง Price Gouging Act 2007¹⁰⁰ และ Federal Price Gouging Prevention Act เพื่อควบคุมดูแลการค้ากำไรเกินควร และได้เสนอร่างกฎหมายทั้งสองฉบับเพื่อให้รัฐสภาเห็นชอบในปี 2007 แต่ร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ ไม่มีผลใช้บังคับเป็นกฎหมาย เนื่องจากสภาผู้ให้ความชอบได้หมดวาระลงก่อนที่จะมีความเห็นและไม่ได้ถูกเสนอขึ้นในวาระต่อมา

ต่อมามีความพยายามในเสนอร่าง Federal Price Gouging Prevention Act อีกครั้งในปี 2011 แม้จะมีกระแสต่อต้านกฎหมายว่าด้วยการค้ากำไรเกินควรหรือ Price Gouging Act เกี่ยวกับราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ในแง่ของการขัดขวางกลไกราคาในตลาด ทำให้ราคาน้ำมันไม่เป็นไปตามตลาดซื้อขายที่แท้จริงและอาจทำให้ผู้ค้าที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงตามราคาตลาดได้รับผลกระทบก็ตาม พระราชบัญญัติการป้องกันราคาที่ไม่เหมาะสม (Federal Price Gouging Prevention Act) มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องผู้บริโภคจากราคาน้ำมันเบนซินและน้ำมันเชื้อเพลิงอื่นๆ ที่ไม่เหมาะสม¹⁰¹ จะเห็นได้ว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีความพยายามในการร่างกฎหมายว่าด้วยราคาน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ไม่อาจประกาศใช้บังคับเป็นกฎหมายได้สำเร็จ เพราะเนื่องด้วยระบบธุรกิจน้ำมันแบบเสรี รวมถึงปัจจัยทางการเมืองและผลประโยชน์ต่างๆ ซึ่งส่งผลทำให้การกำหนดกฎเกณฑ์ในเรื่องของน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นไปได้ยาก

ทั้งนี้ ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีกฎหมายป้องกันการผูกขาด (Antitrust Law) ที่เก่าแก่มากที่สุดในโลก โดยบังคับใช้กฎหมายป้องกันการผูกขาดมายาวนานแล้วถึง 115 ปี ซึ่งถือเป็นต้นแบบของระบบกฎหมายลักษณะควบคุมโครงสร้าง (Structural Control) โดยมีการควบคุมที่

⁹⁹ Nancy Pelosi, "There Must Be a Federal Law to Prosecute Price Gouging at the Pump " [Online]. Available from: <http://pelosi.house.gov/news/press-releases/2005/09/releases-Sept05-gasprice.shtml>

¹⁰⁰ S. 1520 : Price Gouging Act of 2007

¹⁰¹ H.R. 964 : Federal Price Gouging Prevention Act.

เข้มงวด ไม่ให้มีการผูกขาดทาง เศรษฐกิจ ลดอำนาจและขนาดของผู้ประกอบธุรกิจที่มีการผูกขาด ไม่ให้สามารถใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบและไม่อาจทำการผูกขาดต่อไปได้ และยังเป็นกฎหมายที่มีอิทธิพลต่อการออกกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศอื่นๆ

ปี ค.ศ. 1870-1880 ตลาดการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการพัฒนาการผลิตการขนส่งสินค้าอย่างกว้างขวาง บริษัทขนาดใหญ่หลายแห่งพยายามขยายกิจการเพื่อเพิ่มพูนอำนาจการขายในตลาดการค้า จนในที่สุดก่อให้เกิดปัญหาการผูกขาด สาเหตุเพราะมีบริษัทใหญ่ ๆ เพียง 2-3 บริษัทเท่านั้น ในแต่ละประเภทของธุรกิจที่ครองไว้โดยกระทำในรูปของหกรควบบริษัทเช่น น้ำมัน สุรา เป็นต้น โดยบริษัทเหล่านี้ทำทุกวิถีทางเพื่อให้มีกำไรเพิ่มขึ้นซึ่งก่อให้เกิดผลร้ายแก่สังคมเพราะมีการลดจำนวนผลผลิตและกำหนดราคาขายตามชอบใจจนทำให้สินค้าต่าง ๆ มีราคาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากปัญหาดังกล่าว

ในปี ค.ศ. 1890 รัฐสภาจึงตรากฎหมายว่าด้วยการป้องกันการผูกขาดทางการค้าฉบับแรก ออกมาคือ The Sherman Act 1890 เพื่อกำจัดปัญหาที่ได้กล่าวไปในข้างต้นให้หมดไป กฎหมายฉบับนี้ห้ามมิให้มีการทำสัญญารวมบริษัท หรือควบบริษัทในลักษณะที่จะก่อให้เกิดการผูกขาดหรือจำกัดการแข่งขันทางการค้าและได้บัญญัติห้ามการผูกขาดตลอดจนความพยายามที่จะกระทำการดังกล่าว

The Sherman Act มีบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายปลีกอยู่ใน มาตรา 1 ซึ่งหลักการวินิจฉัยของศาลและการบังคับใช้กฎหมาย The Sherman Act ในการพิจารณาคดีเกี่ยวกับการป้องกันการผูกขาดตามกฎหมาย The Sherman Act นั้น ศาลจะพิจารณาคดีโดยยึดหลักการพิจารณาคดีอยู่ 2 หลักการ ใหญ่ ๆ กล่าวคือ

หลัก Per Se หรือความรับผิดเด็ดขาด

องค์ประกอบความผิดเด็ดขาด (Per Se) ในการกำหนดราคาขายปลีกในการกำหนดราคาขายปลีก ไม่ว่าจะในรูปแบบ Price Floor หรือ Price Ceiling ตามมาตรา 1 ของ The Sherman Act ดังกล่าวถือเป็นการกระทำที่เป็นความผิดเด็ดขาดในตัวเอง (Per Se) โดยมีองค์ประกอบของความผิดตามกฎหมายดังกล่าว แยกได้ 3 องค์ประกอบด้วยกัน กล่าวคือ

1. องค์ประกอบประกอบที่หนึ่ง การกำหนดราคาขายปลีกนั้น จะต้องเข้าลักษณะเป็นข้อตกลง การรวมตัว หรือการสมคบคิดกัน กระทำเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการกระทำที่ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกจะต้องร่วมกันกระทำไปด้วยกัน (Bilateral Action) ไม่ใช่การกระทำจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่เพียงลำพัง ในการพิจารณาทางปฏิบัติให้ทราบว่ามีการทำข้อตกลงและการรวมตัวหรือการสมคบ

คิด อาจพิจารณาจากข้อตกลงที่ขัดแย้งในการกระทำระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกดังกล่าวหรือไม่ กำหนดราคาขายปลีกหรือพิจารณาจากลักษณะการบังคับของข้อตกลงโดยนัยระหว่างผู้ค้าปลีกกับผู้ผลิตสินค้า นอกจากนี้ ยังอาจพิจารณาได้จากพฤติกรรมการเลิกหรือการยุติการให้สิทธิการเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้า โดยผู้ผลิต เพื่อคงไว้ซึ่งมาตรการกำหนดราคาขายปลีก หรืออาจพิจารณาจากข้อตกลงที่ผู้ผลิตสินค้านั้นมีกับบุคคลที่สาม¹⁰²

2. องค์ประกอบประการที่สอง ได้แก่ การขายสินค้าต่อ การกำหนดราคาขายปลีกจะสามารถเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการซื้อสินค้านั้นจากผู้ผลิตหรือผู้ขายส่งไปขายต่อ ซึ่งจะทำให้เกิดช่องทางที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายส่งจะกำหนดราคาขายปลีกให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้านั้นต่อไปได้ หากไม่มีการขายสินค้าต่อแล้ว การกำหนดราคาขายปลีกจะไม่เกิดขึ้นและไม่เข้าองค์ประกอบเป็นความผิดตามที่กฎหมายกำหนดเอาไว้

3. องค์ประกอบประการที่สาม ได้แก่ การกำหนดราคาขายให้ผู้ค้าปลีกนั้น จะต้องเป็นราคาหรือระดับราคาที่กำหนดไว้แน่นอน จะต้องเป็นราคาที่เฉพาะเจาะจง ข้อตกลงที่มีผลเพียงแต่กระทบต่อราคาสินค้า แต่ไม่ได้มีผลต่อราคาแบบตายตัว จะไม่ถือเป็นความผิดเด็ดขาดตามมาตรา 1 ใน The Sherman Act ดังกล่าว

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากในการพิจารณาว่ามีการกระทำที่เป็นการกำหนดราคาขายปลีกที่ผิดกฎหมายหรือไม่

หลักความสมเหตุสมผล (The rule of reason)

เป็นหลักการใช้ดุลยพินิจของศาลตามกฎหมายคอมมอนลอว์ โดยยึดถือมาตรฐานแห่งเหตุผล (Standard of Reason) ซึ่งถือว่า การจำกัดทางการค้าที่ไม่เหมาะสมเท่านั้นจึงจะเป็นความผิด ดังนั้น ศาลย่อมใช้ดุลยพินิจพิจารณาพยานหลักฐานในคดีได้ โดยศาลจะอนุญาตให้คู่กรณีนำพยานหลักฐานต่าง ๆ มาสืบประกอบการพิจารณาเพื่อชี้แจงน้ำหนักพยานหลักฐานของแต่ละคดีว่ามีพฤติกรรมเป็นการจำกัดทางการค้า¹⁰³ ที่สมเหตุสมผลหรือไม่ และมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดมากน้อยเพียงใด โดยศาลจะวิเคราะห์จากการครอบครอง ส่วนแบ่งการตลาด ความสามารถของบริษัทต่อการกำหนดราคา ความเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดและพิจารณาว่าเป็นสินค้าที่สามารถ ทดแทนกันได้หรือไม่ และพิจารณาสภาพตลาดสินค้านั้น ๆ ด้วยว่าเป็นสินค้าในตลาดประเภทใด ตลอดจนเหตุผลที่กระทำ

¹⁰² Michael L. Denger, Resale Pricing Issues in Distribution and Franchisor Operation Antitrust Law 60 (1992) (1992).p 419-420.

¹⁰³ Frank x. Taney, Restricting the Law of Resale Price Maintenance : The Kodak Decision and Transection (University of Pennsylvania Law Reviw 143, 1994).p 321.

การจำกัดการแข่งขันว่าสมเหตุสมผลหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องพิจารณาความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อสาธารณะ หรือก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจต่อประชาชนโดยรวมหรือไม่เพียงใด

กล่าวโดยสรุป หลักเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา มีดังต่อไปนี้

หลักเกณฑ์ที่ 1

พระราชบัญญัติ Sherman เป็นกฎหมายที่มีการบัญญัติเนื้อหาถ้อยคำในกฎหมายแบบกว้างๆ เป็นหลักเกณฑ์ทั่วไป ซึ่งเหตุผลที่บัญญัติแบบนี้ก็เพื่อให้สามารถใช้กฎหมายได้ครอบคลุมกับพฤติกรรมหรือการกระทำที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าหรือในทางพาณิชย์และรวมถึงพฤติกรรมที่เป็นการผูกขาดในรูปแบบใหม่ๆ ในอนาคต แต่ในขณะเดียวกันนั้นก็เป็นการเปิดโอกาสเพื่อให้อำนาจศาลสามารถรายละเอียดของกฎหมายเพื่อให้สามารถนำไปปรับจริงกับข้อเท็จจริงในแต่ละคดีได้อย่างกว้างขวาง เพื่อให้กฎเกณฑ์ของกฎหมายมีความยืดหยุ่นและทันสมัย เพื่อให้สามารถปรับใช้ข้อเท็จจริงในปัจจุบันได้ อีกทั้งศาลก็ยังมิบทบาทที่สำคัญในการตีความและการปรับใช้กฎหมายอีกด้วย

หลักเกณฑ์ที่ 2

พระราชบัญญัติ Clayton เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดยวัตถุประสงค์ในการยับยั้งการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยพระราชบัญญัติ Clayton นั้นมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการขยายรายละเอียดของการประกอบธุรกิจการค้าโดยไม่ชอบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจรู้และคาดหมายได้ว่าการกระโดดของตนเองอาจเข้าข่ายเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายซึ่งเป็นความผิด และวัตถุประสงค์เพื่ออุดช่องว่างของกฎหมายที่มีอยู่เดิมเพื่อให้ใช้ได้กับการตกลงหรือการรวมตัวกันในทุกรูปแบบที่มีการพัฒนาโดยมีจุดประสงค์เพื่อการจำกัดการแข่งขันในตลาดซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมซึ่งมีลักษณะพิเศษที่เป็นการผูกขาด โดยแบ่งเป็น 4 รูปแบบ¹⁰⁴ ได้แก่ การเลือกปฏิบัติทางด้านราคา (Price Discrimination) การควบรวมกิจการ (Acquisition of Competing Companies) การบังคับให้ติดต่อธุรกิจเฉพาะกับตน (Exclusive Dealing) และการรวมอำนาจบริหารจัดการ (Interlocking Directorates)

¹⁰⁴ ขจีรัตน์ คทวณิชกุล, "กรณีศึกษาและวิเคราะห์ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าว่าด้วยแนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย พ.ศ. 2549" (นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2550), หน้า.62

พระราชบัญญัติ Clayton เป็นกฎหมายที่มีการกำหนดรูปแบบของการประกอบธุรกิจที่มีพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าและพฤติกรรมดังกล่าวนั้นอาจส่งผลกระทบต่อตลาดทำให้ตลาดได้รับความเสียหายในแง่ใดแง่หนึ่ง ซึ่งแม้ว่าพฤติกรรมที่ได้กล่าวไปข้างต้นนั้นไม่ใช่พฤติกรรมที่เป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่ชอบซึ่งจะถือว่าเป็นความผิดในตัวเองตามกฎหมาย Per Se เพราะทำให้เกิดผลร้ายต่อกระบวนการแข่งขันทางการค้าในตลาดที่เกี่ยวข้อง แต่พฤติกรรมดังกล่าวนี้เป็นเพียงพฤติกรรมที่เป็นวิธีการหนึ่งที่กระทำโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มีซึ่งอำนาจบางประการที่จะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการโดยไม่ชอบ ดังนั้นในการพิจารณาว่าพฤติกรรมใดเป็นความผิดหรือไม่ตามพระราชบัญญัติ Clayton ต้องมีการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการกระทำเหล่านั้นว่าถือได้ว่าเป็นการลดการแข่งขันลงอย่างมากหรือมีแนวโน้มที่จะถือได้ว่าเป็นการสร้างการผูกขาดในระดับในทางการค้าใดหรือไม่ เนื่องจากพระราชบัญญัติ Clayton มีจุดมุ่งหมายในการควบคุมพฤติกรรมในทางการค้าของผู้ประกอบธุรกิจที่มีพฤติกรรมที่เป็นการต่อต้านการผูกขาดเอาเปรียบผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นได้รับความเสียหายในระดับที่พระราชบัญญัติ Clayton กำหนดควบคุมเอาไว้ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการแข่งขันในตลาดใดๆ ซึ่งหมายความรวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบด้วย ดังนั้น หากมีผู้ประกอบธุรกิจรายใดในตลาดมีพฤติกรรมใน 4 รูปแบบดังกล่าวข้างต้นอันทำให้เกิดผลเสียหายต่อกระบวนการแข่งขันและทำให้ผู้แข่งขันในตลาดเดียวกันได้รับผลกระทบ จึงพิเคราะห์ได้ว่าพระราชบัญญัติ Clayton มีบทบัญญัติที่ควบคุมพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม แต่ในทางกลับกันถ้าการกระทำดังกล่าวยังไม่เพียงพอที่จะสร้างความเสียหายให้กับกระบวนการแข่งขันในตลาดนั้นๆ แล้ว เพียงแต่มีการส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจในบางรายเท่านั้น พฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจในลักษณะนี้ยังไม่อาจถือได้ว่าเป็นความผิด เพราะเจตนารมณ์ของการบัญญัติกฎหมายป้องกันการผูกขาดของประเทศสหรัฐอเมริกาในตอนแรกนั้น จะมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กระบวนการแข่งขันตลาดมีประสิทธิภาพมากกว่าการที่จะเป็นการปกป้องผู้ประกอบธุรกิจในรายย่อย

หลักเกณฑ์ที่ 3

พระราชบัญญัติ Federal Trade Commission เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อจัดตั้งหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการป้องกันการผูกขาด เนื่องจากมีพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าใหม่ๆ เกิดขึ้นและมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นนี้มีชื่อว่า คณะกรรมาธิการการค้าของรัฐบาลกลาง หรือ FTC โดยมีการทำงานในรูปแบบของคณะกรรมาธิการเพื่อร่วมกับกระทรวงยุติธรรมในการบังคับใช้กฎหมายป้องกันการผูกขาดและ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าที่มีลักษณะเป็นกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ ซึ่งพระราชบัญญัติ Federal Trade Commission ได้มอบอำนาจให้ FTC อย่างกว้างขวางในการตีความและบังคับใช้ กฎหมายป้องกันการผูกขาดฉบับต่างๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกาและมีอำนาจในการห้ามไม่ให้บุคคลใดๆ ใช้วิธีการแข่งขันในลักษณะที่ไม่เป็นหรือวิธีปฏิบัติหรือการกระทำที่เป็นการหลอกลวงหรือไม่เป็น ธรรมที่จะส่งผลกระทบต่อในด้านการค้า

หลักเกณฑ์ที่ 4

สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกานั้นมีการกำหนดกฎเกณฑ์ขึ้นมาโดยเฉพาะในการคุ้มครองแฟรนไชส์ซอร์ของสถานีบริการน้ำมันผ่านการบัญญัติ พระราชบัญญัติ Petroleum Marketing Practices Act (PMPA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์หรือผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมัน (บริษัทผู้ค้าน้ำมัน) บอกละเมิดหรือยุติสัญญาให้สิทธิในการทำสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของแฟรนไชส์ซอร์หรือไม่ต่ออายุสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์ในกรณีที่สัญญาแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันหมดอายุ ยกเว้นแต่มีข้อเท็จจริงหรือเงื่อนไขตามที่พระราชบัญญัติ PMPA กำหนดว่าสามารถยุติหรือไม่ต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ได้ โดยพระราชบัญญัติ PMPA นี้กำหนดไว้ว่าเงื่อนไขและการกระทำทุกอย่างต้องขึ้นอยู่กับพื้นฐานของความสุจริต ซึ่งวัตถุประสงค์ในการบัญญัติขึ้นมาก็เพื่อคุ้มครองแฟรนไชส์ซีไม่ให้แฟรนไชส์ซอร์ยุติหรือไม่ต่ออายุสัญญาโดยไม่มีเหตุผล เพราะอาจทำให้แฟรนไชส์ซีเสียเปรียบในกรณีที่แฟรนไชส์ซีตั้งใจบริหารกิจการสถานีบริการน้ำมันอย่างเต็มที่และตั้งใจ ดังนั้น หากแฟรนไชส์ซอร์จะยุติหรือบอกละเมิดสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันนั้นต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่พระราชบัญญัติ PMPA กำหนดเอาไว้เท่านั้น

ในกรณียุติหรือบอกละเมิดสัญญาให้สิทธิในการประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันตามพระราชบัญญัติ PMPA กำหนดให้แฟรนไชส์ซอร์อาจบอกละเมิดหรือไม่ต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ในกรณีดังต่อไปนี้ ได้แก่ หากแฟรนไชส์ซีไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงแฟรนไชส์หรือพยายามด้วยความสุจริตใจที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา หากแฟรนไชส์ซอร์ถอนตัวออกจากพื้นที่ตลาดที่แฟรนไชส์ซีตั้งอยู่ หากแฟรนไชส์ซีล้มเหลวในการจ่ายเงินให้แฟรนไชส์ซอร์ตรงเวลา หากแฟรนไชส์ซีล้มเหลวในการเปิดให้บริการสถานีบริการน้ำมันเป็นเวลา 7 วัน หากแฟรนไชส์ซีกระทำการฉ้อโกง ถูกดำเนินคดีอาญาหรือถูกฟ้องล้มละลาย หากแฟรนไชส์ซีกลายเป็นคนพิการอย่างรุนแรงในด้านร่างกายหรือจิตใจ หากแฟรนไชส์ซอร์สูญเสียสัญญาเช่าสถานที่ที่เป็นสถานีบริการน้ำมัน และ

ในกรณีไม่ต่ออายุให้สิทธิในการประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันตามพระราชบัญญัติ PMPA กำหนดว่าแฟรนไชส์ซอร์อาจไม่ต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์แก่แฟรนไชส์ซีถ้า หากแฟรนไชส์ซี

ไม่ได้บริการจัดการสถานีบริการน้ำมันให้สะอาด ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ หากแฟรนไชส์ซีไม่ได้แก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในการร้องเรียนของลูกค้าหากคู่สัญญาไม่สามารถตกลงเงื่อนไขการต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ได้ หากแฟรนไชส์ซอร์ตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ใช้ในการขายหรือใช้ที่อื่นแทนเป็นสถานีบริการน้ำมัน หากแฟรนไชส์ซอร์ตัดสินใจว่าสถานที่ในการเปิดสถานีบริการน้ำมันเป็นทำเลที่ไม่ใช่ทำเลเศรษฐกิจที่สามารถเปิดสถานีบริการน้ำมันให้ประสบความสำเร็จต่อไปได้

ทั้งนี้ การที่แฟรนไชส์ซอร์จะยุติสัญญาหรือไม่ต่ออายุสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันได้นั้น แฟรนไชส์ซอร์ต้องแจ้งให้แฟรนไชส์ซีทราบเป็นลายลักษณ์อักษรถึงความผิดพลาดในการบริการจัดการแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันของแฟรนไชส์ซี และต้องให้อีกโอกาสอันสมควรแก่แฟรนไชส์ซีในการแก้ไขความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระยะเวลาอันสมควรเสียก่อนที่จะพยายามดำเนินการตามข้อกำหนดดังกล่าวโดยสุจริต และหากแฟรนไชส์ซีไม่สามารถแก้ไขความผิดพลาดที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้ แฟรนไชส์ซอร์ก็มีสิทธิในการบอกเลิกสัญญาแฟรนไชส์ได้แต่อยู่บนเงื่อนไขที่ว่าแฟรนไชส์ซอร์ต้องมีการบอกกล่าวล่วงหน้าตามระยะเวลาที่พระราชบัญญัติ PMPA กำหนด เช่น แฟรนไชส์ซอร์ต้องบอกกล่าวล่วงหน้าก่อนเลิกสัญญาเป็นเวลา 90 วันก่อนสัญญาดังกล่าวนั้นสิ้นผล เป็นต้น เพราะถ้าหากแฟรนไชส์ซอร์ไม่บอกกล่าวล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดแฟรนไชส์ซีก็อาจอ้างเหตุดังกล่าวขึ้นในการฟ้องร้องต่อศาลว่าแฟรนไชส์ซอร์บอกเลิกสัญญาแฟรนไชส์โดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย และนอกจากนี้ยังรวมถึงกรณีอื่นๆที่แฟรนไชส์ซอร์อาจยกเลิกหรือไม่ต่ออายุสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันได้แต่ทั้งหมดนี้ต้องทำอยู่บนพื้นฐานของความสุจริตและสมเหตุสมผล

3.1.2 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน

คดี Dr. Miles Medical Co. & John D. Park & Sons

เป็นคดีเกี่ยวกับความพยายามของ Dr. Miles ผู้ผลิตยาขึ้นทะเบียนที่ผลิตยาโดยมีสูตรลับพิเศษ

ในการควบคุมราคาการขายยาที่ผู้ขายส่งและผู้ขายปลีกจะขายยาของ Dr. Miles ต่อไป จากข้อเท็จจริงได้แก่ Dr. Miles ได้ทำสัญญาฝากขาย (Consignment) กับผู้ขายส่งและผู้ขายปลีก ซึ่งในสัญญานั้น Dr. Miles ได้กำหนดราคาในการขายส่งและราคาขายปลีกไว้และกำหนดว่าผู้ขายส่งจะต้องไม่ขายสินค้าให้ผู้ขายปลีกในราคาต่ำกว่าที่ Dr. Miles กำหนด และผู้ขายปลีกก็ต้องทำสัญญากับ Dr. Miles ผูกพันว่าผู้ขายปลีกจะไม่ขายสินค้าของ Dr. Miles ให้กับผู้ขายปลีกรายอื่น ๆ ที่จะขายสินค้าของ Dr. Miles ในราคาต่ำกว่าที่กำหนดไว้ และเมื่อมีผู้ค้าส่งที่ขายสินค้าต่ำกว่าราคาที่กำหนด Dr. Miles จึงฟ้องต่อศาล ซึ่งศาลพิจารณาว่าข้อสัญญาที่กำหนดราคาขายปลีกนั้นผิดกฎหมาย ขัดต่อมาตรา 1 ของ Sherman Act

Dr. Miles ได้แย้งว่าเมื่อ Dr. Miles มีสิทธิที่จะเลือกที่จะขายสินค้าให้กับใคร Dr. Miles ก็ควรจะมีสิทธิในการกำหนดเงื่อนไขของราคาขายปลีกตามที่ตนเองต้องการได้ด้วย

ศาลได้ปฏิเสธคำโต้แย้งของ Dr. Miles และสรุปว่าการกำหนดราคาขายปลีกรุนั้น ก่อให้เกิดการจำกัดทางการที่ไม่อาจอนุญาตให้กระทำได้ เนื่องจากขัดต่อหลักกรรมสิทธิ์ตามกฎหมายที่เมื่อสินค้าได้ถูกขายไปยัง ผู้ขายส่งหรือผู้ขายปลีกแล้ว Dr. Miles ก็ไม่มีสิทธิที่จะไปจำกัดราคาขายที่ผู้ขายส่งหรือผู้ขายปลีกจะขายของ Dr. Miles อีกต่อไป ศาลเห็นว่าการกำหนดราคาสินค้าในแนวตั้งนี้ ไม่แตกต่างและให้ผลเป็นอย่างเดียวกันกับกรณีการร่วมมือกันกำหนดราคาสินค้าระหว่างผู้ขายปลีกหรือผู้ขายส่งด้วยกันเอง¹⁰⁵ อีกทั้งยังเห็นว่าเมื่อ Dr. Miles ได้ขายสินค้าให้ผู้ค้าส่งในราคาที่ Dr. Miles พอใจแล้ว สาธารณะก็ควรมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นตามมา

จะเห็นได้ว่าศาลได้นำหลักกฎหมายทั่วไปในเรื่องกรรมสิทธิ์มาปรับใช้โดยไม่ได้พิจารณาผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการดังกล่าว คดีของ Dr. Miles นี้เป็นการวางหลักการพื้นฐานว่าผู้ผลิตไม่มีสิทธิกำหนดราคาขายปลีกแก่คู่ค้าของตน¹⁰⁶

3.1.2.1 Richard S. SIMPSON, Petitioner v. UNION OIL COMPANY OF CALIFORNIA.

ตัดสินโดย Supreme Court of the United States.

ตัดสินเมื่อวันที่ 20 เมษายน 1964

คดีต่อต้านการผูกขาดส่วนตัวศาลแขวงซึ่ง United States District Court for the Northern District of California, Southern Division ได้รับคำร้องของจำเลยสำหรับการพิจารณา คดีโดยสรุป ศาลอุทธรณ์ที่ 311 F.2d 764 ยืนยันคำพิพากษาของศาลแขวงและโจทก์ได้รับการรับรอง โดยศาลฎีกาซึ่ง Mr. Justice Douglas ผู้พิพากษากล่าวว่าการกำหนดราคาขายต่อน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสัญญาฝากขาย ประเภทบีบบังคับระหว่าง บริษัทน้ำมันได้แก่ Union Oil และผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ Simpson ของบริษัทน้ำมันนั้นผิดกฎหมายภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดและผู้ประกอบการได้รับความเสียหายที่สามารถดำเนินคดีได้ เมื่อบริษัทน้ำมัน Union Oil นั้น ล้มเหลวในการต่อสัญญาเช่าสำหรับผู้ประกอบการโดยอ้างว่าผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามสัญญา

¹⁰⁵ Thomas E. Sullivan and Jeffery L. Harrison, Understanding Antitrust and Its Economic Implications (New York: Matthew Bender & Co., 1995).p 152.

¹⁰⁶ Richard M. Culkins, Antitrust Guidelines for the Business Executive (Illinois Dow Jones-Irwin, 1981).p. 23.

ในปี 1964 ศาลกลับพิจารณาว่าการใช้ระบบการฝากขายเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการกำหนดราคาขายต่อได้ ข้อเท็จจริงในคดีดังกล่าว Simpson ประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันที่เป็นของ Union Oil โดยมีสัญญาเช่าสถานีบริการน้ำมันและสัญญาฝากขายสินค้าต่อกัน ภายใต้สัญญาฝากขายกรรมสิทธิ์ในน้ำมันเชื้อเพลิงจะยังคงอยู่กับ Union Oil จนกระทั่งเมื่อมีการขายให้แก่ผู้บริโภค ในขณะที่ Union Oil เป็นผู้ชำระภาษีทรัพย์สินทั้งหมดในน้ำมันเชื้อเพลิงที่อยู่ในความครอบครองของ Simpson โดย Simpson จะมีความรับผิดชอบต่อการประกันความเสียหายและต้องรับความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับน้ำมันเชื้อเพลิง ในขณะที่ได้ผลตอบแทนคือค่านายหน้าเพียงเล็กน้อย โดยราคาน้ำมันที่ Simpson จะขายจะถูกกำหนดโดย Union Oil และเมื่อ Simpson ขายน้ำมันในราคาต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ Union Oil ก็บอกเลิกสัญญาเช่าสถานีเมื่อครบอายุสัญญา และ Simpson ก็ต้องสูญเสียกิจการสถานีบริการน้ำมันไป

ในคดีนี้ศาลได้ตัดสินโดยไม่ได้ยึดหลักเช่นในคดีของ General Electric และพิจารณาว่าการดำเนินการของ Union Oil ดังกล่าว ขัดต่อมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman Act โดยได้สร้างหลักการพิจารณาที่เรียกว่า “Wooden Formula” ขึ้น เมื่อพิจารณาว่าการฝากขายอาจเป็นวิธีการใช้ในการควบคุมราคาขายปลีกโดย Mr. Justice Douglas ผู้พิพากษาที่พิพากษาคดีดังกล่าวเห็นว่า เมื่อการฝากขายเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมระบบการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง กล่าวคือมีการกำหนดราคาขายปลีกผ่านร้านขายปลีกเป็นจำนวนมาก การฝากขายนั้นจึงเป็นความพยายามหลีกเลี่ยงล้อย่ำงคับของกฎหมาย ไม่ได้มีความแตกต่างกันเลยในสาระสำคัญที่เกิดจากการฝากขายและการเป็นตัวแทนอิสระอย่างแท้จริงแต่อย่างใด และจากข้อเท็จจริงที่ว่าความเสี่ยงทางธุรกิจทั้งหมดตกอยู่กับผู้ขายปลีกการกระทำนั้นจึงเป็นการกระทำที่ขัดต่อกฎหมายพระราชบัญญัติ Sherman Act มาตรา 1 และอาจกล่าวได้ว่าหลักการที่ใช้ในการพิจารณาคดีดังกล่าวเกิดขึ้นมาจากผลกระทบของการฝากขายที่เป็นการหลีกเลี่ยงกฎหมายป้องกันการผูกขาด

โดยปัจจัยสำคัญที่จะพิจารณาว่าการฝากขายเป็นการดำเนินการในวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่จะเป็นความผิดตามหลักการของคดี Dr. Miles หรือไม่ ได้แก่ การพิจารณาการจัดสรรความเสี่ยงในทางธุรกิจ หากความเสี่ยงทางธุรกิจทั้งหมดยังคงอยู่ที่ผู้ผลิตสินค้า ผู้รับฝากขายก็จะเป็นเพียงตัวแทนจำหน่ายอย่างถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องไปกับหลักประสิทธิภาพและการลงทุนในทางธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรธุรกิจที่แบกรับความเสี่ยงในทางธุรกิจเอาไว้ ควรจะได้รับอนุญาตให้ทำการตัดสินใจทางด้านราคาของตนเองได้

จากหลักเกณฑ์ของการขายสินค้าต่อดังกล่าวข้างต้น รูปแบบการฝากขายและการเป็นตัวแทนที่กรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าจะมีการโอนโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ผลิตยังคงมีสิทธิที่จะควบคุมราคาสินค้าของตนในช่องทางการจัดจำหน่ายได้โดยไม่ผิดกฎหมาย นอกจากนี้ จากคำพิพากษาของศาลยังปรากฏวิธีการดำเนินการในรูปแบบอื่นๆ ในการควบคุมราคาขายปลีกได้อีก เช่น กรณีที่ผู้ผลิตได้ประกาศ ราคาแนะนำ ของสินค้าที่ผู้ขายต่อควรขายไว้ล่วงหน้าและประกาศไว้ล่วงหน้าว่าจะปฏิเสธไม่ทำการค้าขายกับผู้ค้าปลีกที่ไม่เข้าร่วมหรือปฏิบัติตามราคาที่กำหนดไว้ดังกล่าว

3.1.2.2 STATE OIL COMPANY, Petitioner v. Barkat U. KHAN and Khan & Associates, Inc.

ตัดสินโดย Supreme Court of the United States

ตัดสินเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 1997

ข้อเท็จจริงโดยย่อ

หลังจากที่ผู้ผลิตยกเลิกสัญญากับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ผู้ประกอบการได้ฟ้องผู้ผลิตในเรื่องการกำหนดราคา ในประเด็นของข้อตกลงในการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งของผู้ผลิต ศาลแขวง The United States District Court for the Northern District of Illinois Charles R. Norgle, Sr., J. ได้ตัดสินโดยสรุปของผู้ผลิตเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตและโจทก์ได้ยื่นอุทธรณ์ต่อ ศาลอุทธรณ์ The United States Court of Appeals for the Seventh Circuit เพื่อย้อนกลับคำพิพากษาและถูกส่งกลับและได้รับการรับรองจากศาลฎีกาโดยผู้พิพากษา O'Connor ระบุว่า การกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดในแนวตั้งไม่ได้เป็นการละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman

State Oil ซึ่งเป็นผู้ขายส่ง Gasoline ได้บังคับให้สถานีบริการจำหน่าย Gasoline จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนในราคาที่ไม่ต่ำกว่าราคาที่ State Oil กำหนดไว้ Khan ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันจึงนำเรื่องดังกล่าวฟ้องร้องต่อศาลตามกฎหมายป้องกันการผูกขาดทางการค้า โดยในคดีนี้ศาลได้ตัดสินว่า การที่ผู้ขายส่งขายสินค้าในราคาที่ตนกำหนดไว้ให้แก่ franchisee และผู้ขายปลีก โดยประกาศโฆษณาว่าจะจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ขายปลีกที่ปฏิบัติตามเท่านั้น การกระทำนี้ไม่สามารถกระทำได้อีกว่าเป็นความผิด

สาระสำคัญ

ข้อตกลงในสัญญาของจำเลย State Oil ในการเช่าและดำเนินการสถานีบริการน้ำมันทำให้ผู้ประกอบการต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจาก State Oil Company ในราคาที่เท่ากับราคาขายปลีกที่แนะนำ ซึ่งกำหนดโดย State Oil ซึ่งน้อยกว่าอัตรากำไรที่กำหนดไว้ โดย State Oil กำหนดว่าผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันต้องคืนเงินส่วนเกินให้กับ State Oil หากผู้ประกอบการมีการเรียกเก็บเงินจาก

ลูกค้ามากกว่าราคาที่ State Oil แนะนำให้เก็บ และหากผู้ประกอบการมียอดขายลดลงเนื่องจากการขายน้ำมันในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่แนะนำจะทำให้มีส่วนต่างของกำไรที่ลดลง หลังจากที่พวก Khan ล้มเหลวในการจ่ายค่าเช่าและ State Oil จึงดำเนินการขับไล่ จำเลยจึงได้นำคดีนี้ขึ้นฟ้องร้องสู่ศาลของรัฐบาลกลางโดยอ้างว่าข้อตกลงในสัญญาของ State Oil มีการกำหนดเงื่อนไขโดยการป้องกันไม่ให้พวกเขาขึ้นหรือลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขายปลีกด้วยตนเอง ดังนั้นจึงถือว่าได้ State Oil ได้มีการละเมิด มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman โดยศาลแขวงได้มีคำพิพากษาสรุปสำหรับ State Oil เกี่ยวกับข้อเรียกร้องนี้ แต่ศาลอุทธรณ์ Seventh Circuit กลับคำพิพากษาของศาลแขวงบนพื้นฐานของคดี Albrecht v. Herald Co., 390 U.S. 145, 152–154, 88 S.Ct. 869, 872–73, 19 L.Ed.2d 998 (1968) ซึ่งศาลในคดีนี้ตัดสินว่าการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งเป็นการละเมิดต่อกฎหมายการต่อต้านการผูกขาด และแม้ว่าศาลอุทธรณ์โดยในคดี Albrecht จะระบุว่าไม่เป็นธรรมเมื่อมีการตัดสินและไม่สอดคล้องกับการตัดสินในภายหลังแต่ก็มีข้อจำกัดที่จะต้องปฏิบัติตามคำตัดสินนั้น

แม้ว่าการเรียกร้องเรื่องการต่อต้านการผูกขาดส่วนใหญ่จะได้รับการวิเคราะห์ภายใต้ หลักแห่งเหตุผล (Rule of reason) ซึ่งศาลได้ทบทวนปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหลายประการเช่น ในคดี Arizona v. Maricopa County Medical Soc. ซึ่งระบุว่า ข้อจำกัดบางประเภทที่เกี่ยวกับการค้าที่มีผลต่อการต่อต้านการผูกขาดในการแข่งขันที่คาดเดาได้และเป็นอันตรายและมีศักยภาพที่จำกัด เช่นนี้สำหรับผลประโยชน์เชิงรุกจึงถือว่าผิดกฎหมาย ตามหลัก Per se ตัวอย่างเช่น คดี Northern Pacific R. Co. v. United States ระบุว่า การทบทวนคำตัดสินที่เกี่ยวข้องของศาลนี้มีความเกี่ยวข้องในการประเมินความถูกต้องอย่างต่อเนื่องของกฎ Per Se คดี Kiefer–Stewart Co. v. Joseph E. Seagram & Sons, Inc ระบุว่า การกำหนดราคาขายต่อสูงสุดกำหนดผิดกฎหมาย Per Se เป็นต้น

จากการตัดสินและการศึกษาข้างต้นและได้รับคำแนะนำจากมุมมองทั่วไปว่าจุดประสงค์หลักของกฎหมายต่อต้านการผูกขาดคือเพื่อปกป้องการแข่งขันระหว่างแบรนด์ เช่นในคดี Business Electronics Corp. v. Sharp Electronics Corp. และเพื่อเป็นการประณามการปฏิบัติที่ส่งผลให้ราคาผู้บริโภคลดลงนั้นไม่ได้รับความเห็นชอบและในคดี Matsushita Elec Industrial Co. กับ Zenith Radio Corp. ศาลนี้พบว่าเป็นการยากที่จะกำหนดไว้ว่าราคาสูงสุดที่กำหนดไว้ในแนวตั้งนั้นอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคหรือการแข่งขันในขอบเขตที่จำเป็นเพื่อให้เหตุผลว่าเป็นโมฆะตามกฎหมาย Per Se และเหตุผลเชิงทฤษฎีของกฎ Per se ที่ว่าการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งอาจเป็นการขัดขวางเสรีภาพของตัวแทนจำหน่าย เป็นการจำกัดความสามารถของตัวแทนจำหน่ายในการนำเสนอ

บริการที่จำเป็นหรือเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การกระจายช่องทางผ่านตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ หรือที่ได้เปรียบเป็นพิเศษหรือการปลอมแปลง ซึ่งแผนการกำหนดราคาขั้นต่ำได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากมาย และสามารถรับรู้และลงโทษได้อย่างเหมาะสมภายใต้หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ซึ่งตามหลัก Rule of Reason ดังกล่าวนั้นไม่เพียงแต่ร้ายแรงน้อยกว่าที่ในคดี Albrecht จินตนาการไว้ แต่ศาลอื่นๆ และนักวิชาการด้านการต่อต้านการผูกขาดได้ตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับความเป็นจริงแล้วกฎ Per Se อาจทำให้ปัญหารุนแรงขึ้นที่เกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจทางการตลาดอย่างไม่ถูกจำกัดโดยผู้ค้าผูกขาดด้วยเหตุผลเหล่านี้และเนื่องจากคดี Albrecht ไม่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้ Sherman Act ที่กำลังดำเนินอยู่ และดูเหมือนว่าจะไม่มีกรณีใดที่ความพยายามในการบังคับใช้ถูกนำไปใช้กับการกระทำที่ถูกประณามในคดี Albrecht แต่เพียงผู้เดียวซึ่งไม่มีเหตุผลทางเศรษฐกิจที่เพียงพอสำหรับกฎ Per Se ซึ่งข้อโต้แย้งของผู้ตอบสนองต่อกฎที่ว่า การกำจัดควรจะต้องมีพยานหลักฐานที่โน้มน้าวใจจากผู้เชี่ยวชาญที่ระบุว่ามีการบิดเบือนการแข่งขันในตลาด

ในคดี Albrecht ไม่สมควรได้รับความเคารพอย่างต่อเนื่องเพราะมีการตัดสินภายใต้หลักการในเรื่องการจ้องจับผิด การชี้ขาดการจ้องจับผิดไม่ใช่คำสั่งที่ไม่อาจยุติได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของกฎหมายต่อต้านการผูกขาดซึ่งมีความสนใจแข่งขันกันในการรับรู้และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปและบทเรียนจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา เช่นในคดี National Soc. of Professional Engineers v. United States ดังนั้นศาลนี้จึงได้พิจารณาคำตัดสินของศาลที่ตีความพระราชบัญญัติ Sherman อีกครั้งซึ่งในที่นี้การตัดสินทางทฤษฎีของการตัดสินใจเหล่านั้นจึงถูกเรียกให้เป็นคำถามที่ร้ายแรง เนื่องจากในคดี Albrecht ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางตั้งแต่เริ่มก่อตั้งและมุมมองที่อยู่เบื้องหลังได้ถูกทำลายโดยแบบอย่างของศาลนี้จึงไม่มีการตัดสินในการกอบกู้มากนัก โดยการแทนที่ในคดี Albrecht ศาลไม่ได้ถือว่าการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งทั้งหมดนั้นเป็นไปตามกฎหมายที่จะผิดตามกฎหมายต่อต้านการผูกขาดทั้งหมด แต่ควรประเมินภายใต้ หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ซึ่งจะช่วยให้สามารถตัดสินคดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการตัดสินเหล่านั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อต้านการผูกขาด และคำถามที่ว่าจำเลยมีสิทธิที่จะเรียกคืนความเสียหายจากการพิจารณาคดีของ Albrecht หรือไม่นั้น ควรได้รับการตรวจสอบโดยศาลอุทธรณ์ในกรณีแรก ผู้พิพากษา O'CONNOR, J., เสนอความเห็นต่อศาลเป็นเอกฉันท์

ความคิดเห็นโดยผู้พิพากษา O'CONNOR กล่าวว่า

ภายใต้ มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman Act วางหลักไว้ว่า การทำสัญญา การรวมกันหรือการสมคบคิดกันในการยับยั้งการค้าถือเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายในคดี Albrecht v. Herald

Co., 390 U.S. 145, 88 S.Ct. 869, 19 L.Ed.2d 998 (1968) ศาลถือว่าการกำหนดราคาสูงสุดใน แนวตั้งเป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดนั้น และในกรณีนี้ศาลขอให้พิจารณาคำตัดสินนั้น ใหม่โดยพิจารณาจากคำตัดสินของศาลนี้ในภายหลัง ศาลสรุปได้ว่าหลักเกณฑ์ในคดี Albrecht ควรถูกลบล้าง

จำเลยได้แก่ Barkat U. Khan และบริษัทของเขาได้เข้าทำข้อตกลงตามสัญญากับผู้ฟ้องร้อง ได้แก่ บริษัท State Oil Company โจทก์ เพื่อเช่าและดำเนินการสถานีบริการน้ำมันและร้านสะดวกซื้อที่เป็นของ State Oil โดยข้อตกลงดังกล่าวมีเงื่อนไขว่าจำเลยจะได้รับน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อขายใน สถานีบริการน้ำมันของตนจาก State Oil ในราคาที่เท่ากับราคาขายปลีกที่แนะนำซึ่งกำหนดโดย State Oil โดยมีส่วนต่างน้อยกว่า 3.25 เซนต์ต่อแกลลอน ซึ่งภายใต้ข้อตกลงนั้นจำเลยสามารถเรียกเก็บเงินจำนวนเท่าใดก็ได้สำหรับน้ำมันเบนซินที่ขายให้กับลูกค้าของสถานีบริการน้ำมัน แต่หากราคาที่เรียกเก็บนั้นสูงกว่าราคาขายปลีกที่แนะนำของ State Oil ส่วนที่เกินจะต้องคืนให้กับ State Oil ทั้งหมด โดยจำเลยสามารถขายน้ำมันเชื้อเพลิงได้ในราคาขายปลีกที่ต่ำกว่าราคาขายปลีกที่แนะนำของ State Oil แต่การลดลดดังกล่าวจะช่วยลดส่วนต่างเพียง 3.25 เซนต์ต่อแกลลอน

ประมาณ 1 ปีหลังจากจำเลยเริ่มดำเนินการสถานีบริการน้ำมันจำเลยก็จ่ายค่าเช่าให้ State Oil ไม่ทัน จากนั้น State Oil ได้แจ้งความประสงค์ที่จะยุติข้อตกลงดังกล่าวและเริ่มฟ้องร้องคดีต่อ ศาลของรัฐเพื่อดำเนินการขับไล่จำเลย ตามคำฟ้องร้องของ State Oil ศาลของรัฐได้แต่งตั้ง ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันขึ้นมาเป็นเวลาหลายเดือนโดยไม่ต้องอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านราคาใน ข้อตกลงของจำเลยกับ State Oil ตามที่จำเลยระบุว่าผู้รับได้รับอัตราค่าใดโดยรวมเกินกว่า 3.25 เซนต์ต่อแกลลอนโดยการลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเกรดธรรมดาและเพิ่มราคาเกรดพรีเมียม

จำเลยฟ้อง State Oil ในศาลแขวง United States District Court for the Northern District of Illinois โดยอ้างว่าข้อตกลงส่วนหนึ่งของ State Oil มีส่วนร่วมในการกำหนดราคาซึ่งเป็นการละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman โดยป้องกันไม่ให้จำเลยขึ้นหรือลดราคาขายปลีก น้ำมันตามข้อร้องเรียน แต่สำหรับข้อตกลงกับ State Oil จำเลยอาจเรียกเก็บเงินในราคาที่แตกต่างกันไปตามเกรดของน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ในลักษณะเดียวกันที่ State Oil ได้รับยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น State Oil ตอบว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่ได้ป้องกันไม่ให้จำเลยกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและ ในสาระสำคัญจำเลยไม่ได้กล่าวหาว่ามีการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดโดยอ้างว่าราคาขายปลีก ที่แนะนำของ State Oil ไม่เหมาะสม

ศาลแขวงพบว่าข้อกล่าวหาในการร้องเรียนไม่ได้ระบุถึงการละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman เนื่องจากไม่ได้กำหนดประเภทของนัยยะที่แสดงถึงการต่อต้านการผูกขาดอย่างชัดเจนหรือผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นเหตุผลต่อการห้ามพฤติกรรมของ State Oil และต่อจากนั้นในการพิจารณาคดีเกี่ยวกับการฟ้องร้องคดีใหม่เพื่อการตัดสินโดยสรุป ศาลแขวงได้สรุปว่าจำเลยไม่ได้แสดงให้เห็นถึงความเสียหายจากการต่อต้านการผูกขาดหรือเป็นอันตรายต่อการแข่งขัน และศาลแขวงก็ได้ตัดสินว่าจำเลยไม่ได้แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่จะทำให้ยอดขายของสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้น และพวกเขาไม่ได้แสดงให้เห็นว่า State Oil มีอำนาจในตลาดหรือบทบาทผู้ดีด้านราคาที่สูงผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นศาลแขวงได้เข้าสู่การตัดสินโดยสรุปสำหรับ State Oil เกี่ยวกับการเรียกร้องตามพระราชบัญญัติ Sherman ของจำเลย

ศาลอุทธรณ์ The Court of Appeals for the Seventh Circuit reversed ตั้งข้อสังเกตก่อนว่าข้อตกลงระหว่างจำเลยและ State Oil ได้กำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงสูงสุดโดยทำให้ไม่มีประโยชน์สำหรับจำเลยที่จะขายเกินราคาขายปลีกที่แนะนำ หลังจากตรวจสอบแง่มุมทางกฎหมายและเศรษฐกิจของการกำหนดราคาแล้วศาลสรุปว่าการกำหนดราคาของ State Oil เป็นการละเมิดกฎหมายการต่อต้านการผูกขาดภายใต้คดี Albrecht v. Herald Co., supra แม้ว่าศาลอุทธรณ์จะระบุว่า การตัดสินในคดี Albrecht ไม่เป็นธรรมเมื่อมีการตัดสินและไม่สอดคล้องกับคำตัดสินในภายหลังของศาลนี้ แต่ก็มีข้อจำกัดที่จะต้องปฏิบัติตามคำตัดสินนั้น ในแง่ของคดี Albrecht และคดี Atlantic Richfield Co. v. USA Petroleum Co. ศาลพบว่าจำเลยอาจได้รับความเสียหายจากการต่อต้านการผูกขาดจากการที่ไม่สามารถปรับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงได้ด้วยตนเอง

A แม้ว่าตามเงื่อนไขของพระราชบัญญัติ Sherman Act จะห้ามทุกข้อตกลงในการยับยั้งทางการค้าซึ่งศาลนี้ยอมรับมานานแล้วว่าสภาพของเกรสมิวต์คู่ประสงค์ที่จะจัดการกับการกระทำที่ผิดกฎหมายเท่านั้น ด้วยเหตุนี้การเรียกร้องในประเด็นการต่อต้านการผูกขาดส่วนใหญ่จึงได้รับการวิเคราะห์ภายใต้ หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ซึ่งผู้ค้นหาข้อเท็จจริงจะต้องตัดสินว่าการกระทำที่ถูกตั้งคำถามนั้นมีการยับยั้งการแข่งขันที่ไม่มีเหตุผลหรือไม่ โดยคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ รวมถึงข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เงื่อนไขก่อนและหลังการยับยั้งการแข่งขันทางการค้า และประวัติ ลักษณะและผลกระทบของการยับยั้งการแข่งขันทางการค้า

อย่างไรก็ตามมีข้อจำกัดบางประเภทที่มีผลในการต่อต้านการแข่งขันที่คาดเดาได้และเป็นอันตรายและมีศักยภาพที่จำกัดกรณีเช่นนี้ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายตาม กฎ Per Se ซึ่งในคดี Northern Pacific R. Co. v. United States ตามกฎ Per Se การเหยียวยาวเป็นวิธีการที่เหมาะสม

ประสบการณ์ที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าทำให้ศาลสามารถคาดเดาได้ด้วยความมั่นใจว่า หลักแห่งเหตุผลจะลงโทษสิ่งนั้น ด้วยเหตุนี้ศาลจึงแสดงการต่อต้านที่จะนำกฎ Per Se มาใช้กับข้อตกลง โดยศาลจะคำนึงถึงข้อจำกัดที่กำหนดเอาไว้ในบริบทของความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีผลกระทบทางเศรษฐกิจของการปฏิบัติบางอย่างที่ไม่ชัดเจนในทันที

การทบทวนคำตัดสินของศาลนี้ที่นำไปสู่และนอกเหนือจากคดี Albrecht นั้นที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความถูกต้องอย่างต่อเนื่องของกฎ Per Se ที่กำหนดขึ้นในคดี Albrecht โดยมีการเริ่มต้นกับคดี Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park & Sons Co., ซึ่งศาลยอมรับว่าเป็นข้อตกลงที่ผิดกฎหมายซึ่งผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์มีการกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำที่ผู้จัดจำหน่ายของตนจะเรียกเก็บ ภายในปี 1940 ศาลได้ประกาศอย่างกว้างขวางว่าการรวมธุรกิจทั้งหมดที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์และด้วยผลของการเพิ่ม การกด การกำหนดหรือการรักษาเสถียรภาพของราคาสินค้าในการค้าระหว่างรัฐหรือต่างประเทศเป็นการกระทำผิดกฎหมาย ในคดี Socony-Vacuum Oil Co., ดังนั้นศาลจึงประณามข้อตกลงระหว่างโรงกลั่นสุราในเครือ 2 แห่งเพื่อจำกัดราคาสูงสุดที่ผู้ค้าปลีกจะเรียกเก็บ ซึ่งในคดี Kiefer-Stewart Co. v. Joseph E. Seagram & Sons, Inc., โดยมีการตั้งข้อสังเกตว่าข้อตกลงเพื่อกำหนดราคาสูงสุดไม่น้อยกว่าข้อตกลงในการกำหนดราคาขั้นต่ำเป็นการทำลายเสถียรภาพของผู้ค้าและยับยั้งความสามารถในการขายตามวิจรรย์ญาณของตัวผู้ค้าเอง

ในกรณีต่อมาความสนใจของศาลได้หันไปหาข้อตกลงที่ผู้ผลิตกำหนดข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับตัวแทนจำหน่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอื่นที่ไม่ใช่ราคาขายต่อ ในคดี White Motor Co. v. United States, ศาลได้พิจารณาความมีเหตุผลของการกำหนดอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียวของผู้ผลิตให้กับผู้จัดจำหน่ายและตัวแทนจำหน่าย ศาลพิจารณาแล้วว่ามีเหตุที่น้อยเกินไปเกี่ยวกับผลกระทบในการแข่งขันของข้อจำกัดในแนวตั้งดังกล่าวที่จะรับประกันตามกฎหมาย Per Se ต่อพวกเขาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย และ 4 ปีต่อมาในคดี United States v. Arnold, Schwinn & Co., ศาลได้พิจารณาสถานะของอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียวของตัวแทนจำหน่ายอีกครั้งและถือได้ว่าการโอนซื้อสินค้าไปยังผู้จัดจำหน่าย การกำหนดข้อจำกัดด้าน อาณาเขตของผู้ผลิตต่อผู้จัดจำหน่ายนั้นเห็นได้ชัดว่าเป็นทำลายการแข่งขัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการละเมิดต่อพระราชบัญญัติ Sherman ในคดี Schwinn ศาลยอมรับว่าข้อจำกัดบางประการในแนวตั้งเช่นการให้สิทธิในอาณาเขตหรือแฟรนไชส์อาจมีผลประโยชน์เชิงรุกโดยการอนุญาตให้องค์กรขนาดเล็กสามารถแข่งขันได้และข้อจำกัดดังกล่าวอาจเป็นการขัดขวางการรวมกลุ่มกันในแนวตั้งในกระบวนการจัดจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามศาลได้ขีดเส้นไว้ในการอนุญาตให้ผู้ผลิตควบคุมการตลาดผลิตภัณฑ์เมื่อมีอำนาจเหนือสินค้าผ่านไปยังตัวแทนจำหน่าย

ในคดี Albrecht ศาลได้ตัดสินใจในระยะต่อไปนี้ซึ่งเกี่ยวข้องกับสำนักพิมพ์หนังสือพิมพ์ที่มอบอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียวให้กับผู้ให้บริการอิสระภายใต้การปฏิบัติตามราคาสูงสุดในการขายหนังสือพิมพ์ต่อสาธารณะซึ่งได้รับอิทธิพลจากการตัดสินในคดี Socony-Vacuum, Kiefer-Stewart, and Schwinn, ศาลสรุปว่าเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายตามกฎ Per Se ในการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดของหนังสือพิมพ์ ศาลยอมรับว่าการกำหนดราคาตามความเป็นจริงและราคาขั้นต่ำอาจส่งผลที่แตกต่างกันในหลายๆ สถานการณ์ แต่อย่างไรก็ตามได้มีการลงโทษการกำหนดราคาสูงสุดสำหรับการแทนที่ในการตัดสินที่ผิดพลาดของผู้ขายสำหรับการบังคับในตลาดที่มีการแข่งขัน

ในคดี Albrecht เป็นกระตุ่นส่วนหนึ่งด้วยความกลัวว่าการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งอาจทำให้ผู้ผลิตเลือกปฏิบัติกับตัวแทนจำหน่ายบางราย จำกัดบริการที่ตัวแทนจำหน่ายสามารถเสนอให้ลูกค้าได้หรือปลอมแปลงแผนการกำหนดราคาขั้นต่ำ ศาลได้ปฏิเสธแนวคิด (ทั้งในบันทึกของคดีนั้นและในบทคัดย่อ) ที่ว่าเนื่องจากผู้พิมพ์หนังสือพิมพ์ได้รับอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียวดังนั้นการกำหนดเพดานราคาจึงจำเป็นเพื่อปกป้องประชาชนจากการกำหนดราคาโดยตัวแทนจำหน่ายที่มีอำนาจผูกขาดในอาณาเขตของตนเอง

ในความขัดแย้งอย่างรุนแรงผู้พิพากษา Harlan ยืนยันว่าคนส่วนใหญ่ทำผิดในการเทียบเคียงผลกระทบของการกำหนดราคาสูงสุดและต่ำสุด ผู้พิพากษา Harlan ชี้ให้เห็นว่าเนื่องจากคนส่วนใหญ่กำหนดกฎ Per Se ในการไต่สวนที่เหมาะสมกล่าวคือ ไม่ใช่ว่าการกำหนดราคาสูงสุดจะผิดกฎหมายหรือไม่ แต่เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายเสมอไปหรือไม่ นอกจากนี้เขายังจับผิดคนส่วนใหญ่ในการลงรายการโดยสรุปซึ่งผลที่ตามมาที่ไม่ดีบางอย่างที่อาจมีการกำหนดราคาสูงสุดในกรณีอื่นๆ แม้ว่าจะมีการปฏิเสธหลักฐานที่แสดงว่าผู้จัดพิมพ์มีการกำหนดแนวปฏิบัติในการกำหนดราคาสูงสุดเพื่อต่อต้านการกระทำที่ต่อต้านการแข่งขันโดยผู้จัดจำหน่าย แต่ผู้พิพากษา Stewart ยังไม่เห็นด้วยโดยยืนยันว่าควรมองว่าการกำหนดราคาสูงสุดของผู้จัดพิมพ์เป็นการส่งเสริมการแข่งขันอย่างเหมาะสมเนื่องจากได้มีการคุ้มครองผู้บริโภคจากตัวแทนจำหน่าย เช่น Albrecht ซึ่งเป็นผู้เดียวที่สามารถขายสินค้าเพื่อจัดส่งถึงบ้านได้ในเช้าวันเดียวเท่านั้นเป็นซึ่งเป็นผู้ผูกขาดในดินแดนของเขาเอง

9 ปีต่อมาในคดี Continental T.V., Inc. v. GTE Sylvania Inc., ศาลได้ล้มล้างหลักการในคดี Schwinn ดังนั้นจึงมีการปฏิเสธที่จะใช้กฎ Per Se ในบริบทของข้อจำกัดการไม่แสวงหาผลกำไรในแนวตั้ง ศาลรับทราบหลักการของการตัดสินชี้ขาดแต่อธิบายว่าจำเป็นต้องมีการชี้แจงในกฎหมายที่สมเหตุสมผลในการพิจารณาใหม่ของคดี Schwinn

นับตั้งแต่มีการประกาศในคดี Schwinn กลายเป็นประเด็นของการโต้เถียงและความสับสนอย่างต่อเนื่องทั้งในวารสารวิชาการและในศาลของรัฐบาลกลาง ความคิดเห็นทางวิชาการที่มีน้ำหนักมากมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินและศาลของรัฐบาลกลางหลายแห่งที่เผชิญกับข้อจำกัดในแนวคิดที่คล้ายคลึงกันได้พยายามจำกัดการเข้าถึงในมุมมองของเราซึ่งประสบการณ์ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาควรนำมาใช้ในการพิจารณาในเรื่องนี้ซึ่งมีความสำคัญทางการค้าเป็นอย่างมาก

ศาลได้มีการพิจารณาบริบททางประวัติศาสตร์ของคดี Schwinn โดยตั้งข้อสังเกตว่าในของ Schwinn ตามกฎ Per Se ที่ต่อต้านการจำกัด การไม่แสวงหากำไรในแนวคิดมีมาเพียง 4 ปีหลังจากที่ศาลปฏิเสธที่จะรับรองกฎที่คล้ายกันใน คดี White Motor Co. และคำตัดสินดังกล่าวไม่ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหันในตำแหน่งหรืออ้างถึงข้อกำหนดที่เป็นที่ยอมรับสำหรับการละเมิดแต่ละครั้งที่กำหนดไว้ในคดี Northern Pacific R. Co., จากนั้นศาลได้ทบทวนผลงานทางวิชาการที่สนับสนุนประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการจำกัดการแข่งขันไม่แสวงหากำไรในแนวคิด ข้อตกลงในการจำกัดการขาย ต้องมีการวิเคราะห์เศรษฐกิจและมาตรฐานตามนโยบายสาธารณะ กฎหมาย 30 ข้อ และข้อขัดแย้ง ศาลสรุปว่าเนื่องจากการออกจาก หลักแห่งเหตุผลมาตรฐาน (Rule of Reason) จะต้องขึ้นอยู่กับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่พิสูจน์ได้มากกว่าเช่นเดียวกับในคดี Schwinn ในกำหนดแนวทางอย่างเป็นทางการ แนวทางที่เหมาะสมคือ กลับไปสู่การใช้หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ที่ควบคุมข้อจำกัดในแนวคิด ก่อนหน้านั้น ในคดี Schwinn. GTE Sylvania

ในคดี GTE Sylvania ศาลปฏิเสธที่จะให้ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อข้อจำกัดในการกำหนดราคาสูงสุดในแนวคิดของ Albrecht โดยตั้งข้อสังเกตว่าปัญหาเกี่ยวข้องกับคำถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์และนโยบายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามคำตัดสินของศาลในภายหลังได้ชี้ให้เห็นว่าการวิเคราะห์ของ Albrecht นั้นอ่อนแอลงอย่างมากโดย GTE Sylvania ศาลตั้งข้อสังเกตใน Maricopa County ว่าโดยทั่วไปแล้วการจำกัดการแข่งขันในแนวคิดสามารถป้องกันได้มากกว่าการจำกัดการแข่งขันมนแนวราบ และศาลได้อธิบายไว้ในคดี 324 Liquor Corp. v. Duffy, ว่าการตัดสินใจเช่น ในคดี GTE Sylvania ตระหนักถึงความเป็นไปได้ในการควบคุมในแนวคิดที่กำหนดโดยผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งรายเดียวอาจเป็นการทำให้เกิดการกระตุ้นการแข่งขันระหว่างแบรนด์แม้ว่าจะมีการลดการแข่งขันภายในแบรนด์ก็ตาม

ล่าสุดในคดี ARCO, 495 U.S. 328, 110 S.Ct. 1884, 109 L.Ed.2d 333 (1990) แม้ว่าการความถูกต้องอย่างต่อเนื่องของคดี Albrecht จะไม่ได้รับการพิจารณาอย่างเต็มที่ต่อหน้าศาล แต่ความไม่พอใจบางอย่างกับคำตัดสินนั้นได้รับการส่งสัญญาณโดยคำสั่งของศาลว่าศาลจะถือว่าได้โต้แย้งว่า

ข้อจำกัดในแนวดิ่งของ Albrecht นั้นถูกต้อง ซึ่งการกำหนดราคาสูงสุดนั้นจะเป็นไปตามกฎ Per Se และที่สำคัญกว่านั้นศาลยอมรับโดยเฉพาะว่าการกำหนดราคาสูงสุดในแนวดิ่ง อาจมีผลกระทบต่อระหว่างแบรนด์ในเชิงรุก และชี้ให้เห็นว่าหลังจากคดี GTE Sylvania ได้รับการยอมรับศักยภาพในเชิงรุกของการจำกัดราคาสูงสุดในแนวดิ่งนั้นมีมากกว่า จะเห็นได้ชัดว่ามากกว่าตอนที่คดี Albrecht ได้รับการตัดสิน เนื่องจากการกำหนดอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียวและข้อจำกัดด้านอื่นๆ นั้นไม่ชอบด้วยกฎหมายในปี 1968 (อ้างถึงผู้ให้ความเห็นหลายคนที่ระบุถึงผลกระทบต่อเชิงรุกของการกำหนดราคาสูงสุดในแนวดิ่งเช่นใน P. Areeda & H. Hovenkamp, *Antitrust Law* 340.30b, p. 378, n. 24 (1988 Supp.); Blair & Harrison, *Rethinking Antitrust Injury*, 42 *Vand. L.Rev.* 1539, 1553 (1989); Easterbrook, *Maximum Price Fixing*, 48 *U. Chi. L.Rev.* 886, 887–890 (1981)) (hereinafter Easterbrook).

B ดังนั้นการพิจารณาใหม่ของศาลที่เกี่ยวกับความถูกต้องอย่างต่อเนื่องของคดี Albrecht จึงได้รับแจ้งจากการตัดสินหลายๆ อย่างของศาลรวมถึงข้อหาหรือในเชิงวิชาการจำนวนมากที่พูดถึงผลกระทบต่อข้อจำกัดในแนวดิ่ง การวิเคราะห์ของศาลยังได้รับคำแนะนำจากมุมมองทั่วไปของศาลว่าจุดประสงค์หลักของกฎหมายต่อต้านการผูกขาดคือเพื่อปกป้องการแข่งขันระหว่างแบรนด์ ดูตัวอย่างเช่นใน *Business Electronics Corp. v. Sharp Electronics Corp.* ราคาขั้นต่ำ ศาลได้อธิบายเพื่อให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภคไม่ว่าจะกำหนดราคาอย่างไรและตราบิตที่พวกเขาอยู่เหนือระดับที่เหนือกว่าพวกเขาจะไม่คุกคามการแข่งขัน ในปี 1992 การตีความกฎหมาย Sherman Act ของศาลยังรวมเอาแนวคิดที่ว่า การลงโทษ การปฏิบัติที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีราคาสินค้าต่ำลง สำหรับผู้บริโภคนั้น เป็นสิ่งที่มีค่ามาก เนื่องจากการลดราคาเพื่อเพิ่มธุรกิจ มักเป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขัน

ดังนั้นศาลจึงพบว่าเป็นการยากที่จะรักษาไว้ว่าราคาสูงสุดที่กำหนดในแนวดิ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคหรือการแข่งขันในขอบเขตที่จำเป็นเพื่อให้เหตุผลว่าเป็นโมฆะของพวกเขาตามกฎหมาย Per Se ตามที่หัวหน้าผู้พิพากษา Posner เขียนไว้สำหรับศาลอุทธรณ์ในกรณีนี้

สำหรับการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดเว้นแต่ผู้ผลิตจะเป็นผู้ขายเพียงรายเดียวเขาไม่สามารถบีบอัดราคาไรของตัวแทนจำหน่ายให้ต่ำกว่าระดับที่แข่งขันได้ ความพยายามในการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการผลักดันให้ตัวแทนจำหน่ายเข้าสู่อ้อมแขนของผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตอาจกำหนดราคาขายต่อสูงสุดเพื่อป้องกันไม่ให้ตัวแทนจำหน่ายของเขาใช้ประโยชน์จากตำแหน่งที่ผูกขาด โดยกล่าวว่า State Oil อาจจะสนับสนุนบริการของตัวแทนจำหน่ายได้โดยการเว้นระยะห่างจากตัวแทนจำหน่ายให้เพียงพอ ห่างกันเพื่อจำกัดการแข่งขันระหว่างพวกเขา (หรือ

แม้กระทั่งกำหนดให้แต่ละแห่งมีอาณาเขตพิเศษ) และสมมติเพิ่มเติมว่า Union 76 เป็นแบรนด์ที่โดดเด่นและได้รับความนิยมเพียงพอที่จะทำให้ตัวแทนจำหน่ายมีอำนาจผูกขาดอย่างน้อยที่สุด จากนั้น State Oil อาจต้องการกำหนดเพดานราคาขายต่อของตัวแทนจำหน่ายเพื่อป้องกันไม่ให้พวกเขาใช้ประโยชน์จากอำนาจผูกขาดดังกล่าวอย่างเต็มที่ ซึ่งการกระทำเช่นนี้ไม่ได้กระทำเพราะความประสงค์ร้าย แต่ทำเพื่อผลประโยชน์ของตนเองในเชิงพาณิชย์ ยิ่งราคาที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้นปริมาณการขายก็จะยิ่งน้อยลงและผลกำไรของผู้ผลิตก็จะยิ่งลดลงหากผลกำไรต่อแกลลอนที่สูงขึ้นในราคาที่สูงขึ้นก็จะถูกดักจับโดยตัวแทนจำหน่าย

ใน R. Bork, *The Antitrust Paradox* 281–282 (1978) แน่นนอนว่าอาจไม่มีผลในการต่อต้านแก่ผู้บริโภคจากประเภทของการกำหนดราคาที่พิจารณาในคดี Albrecht และมีผู้ต้องสงสัยว่าเอกสารนี้มีผลประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายในการลดราคาสมาชิกเพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มรายได้จากการโฆษณา

ศาลตระหนักดีว่าการตัดสินของคดี Albrecht นำเสนอเหตุผลเชิงทฤษฎีหลายประการสำหรับกฎ Per Se เมื่อเทียบกับการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้ง แต่การวิพากษ์วิจารณ์กรณีเหล่านั้นมีมาก การตัดสินของคดี Albrecht มีพื้นฐานมาจากความกลัวว่าการกำหนดราคาสูงสุดโดยผู้ผลิตอาจรบกวนเสรีภาพของตัวแทนจำหน่ายในการกำหนดราคา ซึ่งในการตอบสนองดังที่ผู้วิจารณ์รายหนึ่งได้ชี้ให้เห็นว่า การห้ามข้อจำกัดในการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดที่ประกาศในคดี Albrecht ในนามของเสรีภาพของตัวแทนจำหน่าย ได้กระตุ้นให้ผู้ผลิตจำนวนมากรวมเข้ากับการจัดจำหน่าย ดังนั้นจึงเป็นการจำกัดผู้ค้าอิสระที่ Albrecht ยอมรับ ตัวอย่างเช่นการรวมตัวกันในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ตั้งแต่มี Albrecht ซึ่งก่อให้เกิดการฟ้องร้องระหว่างผู้จำหน่ายอิสระและผู้จัดพิมพ์

ศาลในคดี Albrecht ยังแสดงให้เห็นว่ามีความกังวลว่าราคาสูงสุดอาจถูกกำหนดไว้ต่ำเกินไปสำหรับตัวแทนจำหน่ายในการเสนอบริการที่จำเป็นหรือเป็นที่ต้องการแก่ผู้บริโภคตาม 390 U.S., at 152–153, 88 S.Ct., at 872–874 แต่การกระทำดังกล่าวโดยการขับไล่ลูกค้าออกไปดูเหมือนว่าจะเป็นอันตรายต่อผู้ผลิตรวมถึงตัวแทนจำหน่ายและผู้บริโภคทำให้ไม่น่าเป็นไปได้ที่ผู้ผลิตจะกำหนดราคาดังกล่าว ซึ่งเป็นเรื่องของการตัดสินทางธุรกิจ เช่น Lopatka, Stephen Breyer and *Modern Antitrust: A Snug Fit*, 40 *Antitrust Bull.* 1, 60 (1995); Blair & Lang, *Albrecht After ARCO: Maximum Resale Price Fixing Moves Toward the Rule of Reason*, 44 *Vand. L.Rev.* 1007, 1034 (1991) นอกจากนี้ Albrecht ยังตั้งข้อสังเกตว่าการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งสามารถช่วยกระจายช่องทางการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่หรือรายใหญ่ที่ได้เปรียบเป็น

พิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่มี ความชัดเจนว่าผู้ผลิตจะได้รับผลกำไรจากการ จำกัดตลาดโดยการยกเว้นตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพ ยิ่งไปกว่านั้นแม้ว่าการกำหนดราคาสูงสุดใน แนวตั้งอาจจำกัดความสามารถของตัวแทนจำหน่ายที่ไม่มีประสิทธิภาพ แต่ผลที่ตามมา นั้นไม่ จำเป็นต้องเป็นอันตรายต่อการแข่งขันและผู้บริโภคเสมอไป

ในที่สุด Albrecht ก็สะท้อนให้เห็นถึงความกลัวของศาลที่ว่า การกำหนดราคาสูงสุดสามารถใช้เพื่ออำพรางการเตรียมการเพื่อกำหนดราคาขั้นต่ำ ซึ่งยังคงเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แม้ว่าศาล จะได้รับทราบถึงความเป็นไปได้ที่การกำหนดราคาสูงสุดอาจปิดบังการกำหนดราคาขั้นต่ำ แต่ศาลเชื่อ ว่าการดำเนินการดังกล่าวเช่นเดียวกับข้อกั่วงวลอื่นๆ ที่ระบุไว้ใน Albrecht นั้นสามารถรับรู้ได้อย่าง เหมาะสม และสามารถลงโทษภายใต้ หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ได้

ไม่เพียงแต่ความเสียหายที่อาจอ้างถึงในคดี Albrecht นั้นร้ายแรงน้อยกว่าที่ศาลคิดไว้เท่านั้น แต่ใน ความเป็นจริงแล้วกฎ Per Se ที่กำหนดขึ้นในความเป็นจริงอาจทำให้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ อำนาจทางการตลาดที่ไม่ถูกจำกัดโดยผู้ค้าผูกขาด อันที่จริงทั้งศาลและนักวิชาการด้านการต่อต้านการ ผูกขาดต่างตั้งข้อสังเกตว่ากฎของ Albrecht อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและผู้ผลิต ซึ่งผู้แสดงความ คิดเห็นคนอื่นๆ ยังอธิบายด้วยว่ากฎ Per Se ของ Albrecht มีโอกาสที่จะส่งผลเสียต่อการแข่งขัน มากขึ้นหลังจากการตัดสินของศาลในคดี GTE Sylvania เนื่องจากตอนนี้ข้อจำกัดในการไม่แสวงหา กำไรในแนวตั้งนั้นไม่ผิดกฎหมายตามกฎ Per Se ความเป็นไปได้ที่อำนาจการผูกขาดของตัวแทน จำหน่ายจึงเพิ่มขึ้น ศาลไม่ได้ตั้งใจที่จะแนะนำให้ตัวแทนจำหน่ายโดยทั่วไปมีอำนาจทางการตลาด เพียงพอที่จะใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ในการผูกขาด อำนาจในตลาดค้าปลีกดังกล่าวอาจเป็นเรื่อง ผิดปกติ และศาลไม่ถือว่าการห้ามการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งนั้นมีผลกระทบเชิงต่อต้านการ แข่งขันในบริบทของตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

หลังจากพิจารณาเหตุผลของ Albrecht อีกครั้งและได้รับคำวิจารณ์มากมายเกี่ยวกับการ ตัดสินแล้วศาลสรุปได้ว่ามีเหตุผลทางเศรษฐกิจที่ไม่เพียงพอสำหรับการยกเลิกการกำหนดราคาสูงสุดใน แนวตั้ง นั้นไม่ใช่เพียงเพราะเป็นการยากที่จะยอมรับสมมติฐานที่อยู่ภายใต้ Albrecht แต่ยังเป็น เพราะ Albrecht มีความเกี่ยวข้องเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลยกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติ Sherman Act อย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้นทั้งคู่สัญญาหรือ amici curiae ไม่ได้เรียกร้องต่อศาลใน กรณีใดๆ ที่มีความพยายามในการบังคับใช้ถูกชี้แจงโดยต่อต้านการกระทำที่อยู่ภายใต้กฎ Per Se ของ Albrecht

จำเลยให้เหตุผลว่าการพิจารณาคดี Albrecht ใหม่ควรต้องมี พยานหลักฐานที่โน้มน้าวใจจากผู้เชี่ยวชาญที่ยืนยันว่ากฎ Per Se ได้บิดเบือนตลาด เหตุผลของพวกเขาเพิกเฉยต่อข้อเท็จจริงที่ว่า Albrecht อาศัยเพียงผลกระทบจากสมมติฐานของการกำหนดราคาสูงสุดในแนวดิ่ง นอกจากนี้การคาดการณ์ที่เลวร้ายของ Albrecht ยังไม่เกิดขึ้นแม้ว่าผู้ผลิตและซัพพลายเออร์ดูเหมือนจะมีแผนการที่ล้ำสมัยเพื่อหลีกเลี่ยงกฎ Per Se การกำหนดราคาสูงสุดในแนวดิ่ง ในสถานการณ์เหล่านี้ถือเป็นการรักษาของ Albrecht ไว้และไม่ใช้ตามที่จำเลยจะได้รับการจำกัดกฎนั้นขาดเหตุผลที่เพียงพอ ความเชื่อมั่นของจำเลยใน Toolson v. New York Yankees, Inc., 346 U.S. 356, 74 S.Ct. 78, 98 L.Ed. 64 (1953) (per curiam), และ Flood v. Kuhn, 407 U.S. 258, 92 S.Ct. 2099, 32 L.Ed.2d 728 (1972), ถูกใส่ผิดในทำนองเดียวกันเนื่องจากการตัดสินเหล่านั้นไม่เหมาะสมอย่างชัดเจนโดยเกี่ยวข้องกับการยกเว้นการต่อต้านการผูกขาดสำหรับนักเบสบอลอาชีพซึ่งศาลนี้ได้อธิบายไว้ว่า ความผิดปกติกี่ยวกับการรับรู้และการยอมรับลักษณะเฉพาะและความต้องการของกีฬาเบสบอล ในบริบทของกรณีนี้ศาลอนุมานความหมายเพียงเล็กน้อยจากข้อเท็จจริงที่ว่าสภาองค์กรไม่ได้ตอบสนองทางกฎหมาย ถึง Albrecht ไม่ว่าในกรณีใดประวัติของข้อเสนอทางกฎหมายต่างๆ เกี่ยวกับการกำหนดราคาดูเหมือนจะไม่ชัดเจนที่จะสนับสนุนหรือกล่าวโทษกฎ Per Se ของ Albrecht แน่แน่นอนว่าจำเลยมีอิสระที่จะขอความคุ้มครองทางกฎหมายจากผู้ผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงประเภทที่มีอยู่ในพระราชบัญญัติการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) แต่อย่างไรก็ตามด้วยเหตุผลที่ศาลได้ระบุไว้ว่าการแก้ไขข้อพิพาทของจำเลยกับ State Oil ไม่ควรอยู่ในรูปแบบของกฎ Per Se ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินการของตลาดทั้งหมด

C แม้จะมีสิ่งที่หัวหน้าผู้พิพากษา Posner อธิบายอย่างเหมาะสมว่าเป็น ความบกพร่องและไม่มีน้ำหนักที่มากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งยังคงมีคำถามว่าในคดี Albrecht สมควรได้รับความเชื่อถืออย่างต่อเนื่องภายใต้กฎเกณฑ์เรื่อง stare decisis หรือหลักคำพิพากษาที่เป็นบรรทัดฐาน ศาลอุทธรณ์มีความถูกต้องในการนำหลักการนั้นมาใช้แม้ว่าจะไม่เห็นด้วยกับ Albrecht ก็ตามเพราะเป็นสิทธิพิเศษของศาลนี้เพียงอย่างเดียวที่จะสล้างแบบอย่างของคำพิพากษา

ศาลดำเนินการพิจารณาใหม่ของคำตัดสินของศาลนี้ด้วยความระมัดระวังสูงสุดซึ่งหลัก Stare decisis สะท้อนให้เห็นถึง การตัดสินเชิงนโยบายที่ว่า ในเรื่องส่วนใหญ่การตัดสินตามหลักนิติธรรมที่ใช้บังคับนั้นสำคัญกว่าที่จะตัดสินอย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นหลักการที่ต้องการเพราะส่งเสริมการพัฒนาหลักกฎหมายที่สม่ำเสมอคาดการณ์ได้และส่งเสริมการพึ่งพาการตัดสินของศาลและก่อให้เกิดความสมบูรณ์ที่แท้จริงและเป็นที่ยอมรับของกระบวนการยุติธรรมแต่ Stare decisis ไม่ใช่คำสั่งที่ไม่สามารถ

ผ่อนผันได้ ในส่วนของกฎหมายต่อต้านการผูกขาดมีผลประโยชน์ที่แข่งขันกันซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในคำตัดสินของศาลนี้ในการตระหนักและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปและบทเรียนจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา ดังนั้นข้อสันนิษฐานทั่วไปที่ว่า การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายควรถูกปล่อยให้รัฐสภามีผลบังคับน้อยกว่าเมื่อเทียบกับพระราชบัญญัติ Sherman เนื่องจากมุมมองที่ยอมรับว่าสภาองเกรสคาดหวังว่าศาลจะกำหนดรูปแบบของข้อบังคับในวงกว้างโดยบัญญัติตามประเพณีของกฎหมาย ดังที่ศาลได้อธิบายไปแล้วคำว่า การยับยั้งการค้ำตามที่ใช้ในมาตรา 1 ยังมีการใช้กฎหมายทั่วไปด้วยและไม่ใช่เพียงเนื้อหาที่คงที่ซึ่งกฎหมายทั่วไปได้กำหนดไว้ในปี 1890 ดังนั้นศาลนี้จึงได้พิจารณาคำตัดสินของศาลที่ตีความพระราชบัญญัติ Sherman อีกครั้งเมื่อการตัดสินทางทฤษฎีเหล่านั้นถูกเรียกว่า เป็นคำถามที่มีความสำคัญ

แม้ว่าศาลจะไม่ได้สันนิษฐานอย่างง่าย ๆ ว่าความเป็นจริงทางเศรษฐกิจที่เป็นรากฐานของการตัดสินก่อนหน้านี้นี้มีการเปลี่ยนแปลงหรือการรับรู้ของฝ่ายตุลาการก่อนหน้านี้นี้เกี่ยวกับความเป็นจริงเหล่านั้นผิดพลาด ศาลได้ตั้งข้อสังเกตว่า ข้อตกลงประเภทต่างๆ อาจเป็นข้อจำกัดทางการค้าในช่วงเวลาและสถานการณ์ที่ต่างกันและไม่มีเหตุผลที่จะสร้างคำว่า การยับยั้งการค้ำ คำเดียวซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ของ Schizoid ตามลำดับเวลาซึ่งหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) จะวิวัฒนาการไปพร้อมกับสถานการณ์ใหม่และภูมิปัญญาใหม่ แต่เป็นบรรทัดฐานความผิดกฎหมายตามกฎ Per Se ยังคงอยู่ตลอดไปไม่ว่ามันอยู่ที่ไหน ใน Business Electronics, supra, at 731–732, 108 S.Ct., at 1524 เช่นเดียวกับคดี Schwinn ซึ่งเป็นประเด็นของการโต้เถียงและความสับสนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หน้าที่มากของการวิจารณ์ทางวิชาการของคดี GTE Sylvania, supra, at 47–48, 97 S.Ct., at 2556–2557 Albrecht ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางตั้งแต่เริ่มต้นด้วยมุมมองที่เป็นรากฐานของที่ถูกกลบฝังโดยแบบอย่างของศาลนี้จึงมีการตัดสินในการกอบกู้ไม่มากนัก

แม้ว่ากฎของ Albrecht จะมีผลบังคับใช้มาระยะหนึ่งแล้ว แต่การโต้สวนที่ศาลต้องดำเนินการนั้นจำเป็นต้องพิจารณาถึงผลของกฎหมายต่อต้านการผูกขาดต่อการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวตั้ง ในระบบเศรษฐกิจของอเมริกันในปัจจุบัน ในคดี GTE Sylvania, supra, at 53, n. 21, 97 S.Ct., at 2559, n. 21 และ Schwinn, 388 U.S., at 392, 87 S.Ct., at 1872 มีความเห็นด้วยบางส่วนและไม่เห็นด้วยในบางส่วนดังที่ศาลได้มีการระบุไว้ในคดี RCO, 495 U.S., at 336, n. 6, 110 S.Ct., at 1890, n. 6 ซึ่งไม่เคยมีกรณีอื่นมาก่อนตั้งแต่ Albrecht ที่ศาลนี้ที่เผชิญหน้ากับข้อตกลงที่ไม่มีการปรุงแต่งและการกำหนดราคาสูงสุด ตอนนี้ศาลเผชิญหน้ากับ Albrecht โดยตรงและศาลพบว่ารากฐานทางความคิดของมันอ่อนแอลงเป็นอย่างมาก

ในการลบล้างคำตัดสินในคดี Albrecht แน่นอนว่าศาลไม่ถือว่าการกำหนดราคาสูงสุดใน แนวตั้งทั้งหมดนั้นเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในกฎ Per Se แต่ในทางกลับกันการกำหนดราคา สูงสุดในแนวตั้งเป็นเช่นเดียวกับการเตรียมการทางการค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ภายใต้กฎหมายต่อต้านการ ผูกขาดซึ่งควรได้รับการประเมินภายใต้หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) และในมุมมองของศาล การวิเคราะห์ตามหลักแห่งเหตุผลจะระบุสถานการณ์เหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพในการกำหนด ราคาสูงสุดในแนวตั้งที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขัน

ยังคงมีคำถามว่าจำเลยมีสิทธิ์เรียกคืนค่าเสียหายที่เกิดความเสียหายตามพฤติกรรมของ State Oil หรือไม่ แม้ว่าศาลอุทธรณ์จะตั้งข้อสังเกตว่า ผู้พิพากษาเขตมีสิทธิที่จะสรุปว่าหากใช้หลัก แห่งเหตุผลบังคับ Khan หรือจำเลยก็จะแพ้คดี เมื่อปี 1362 การพิจารณาคดีนี้จำเป็นต้องยึดตามกฎ ของ Albrecht ซึ่งภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวควรได้รับการตรวจสอบโดยศาลอุทธรณ์ในกรณีแรก ดังนั้นศาลจึงงดการพิพากษาของศาลอุทธรณ์และสั่งให้ดำเนินคดีต่อไปตามความเห็นนี้

มาตรการในการควบคุมการฟ่งขายสินค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา

(ก) The Sherman Act

การฟ่งขาย (Tying Arrangement) ถือเป็นการจำกัดการแข่งขันประเภทหนึ่งซึ่งถือเป็น ความผิดตามบทบัญญัติสองมาตราใน The Sherman Act ได้แก่

มาตรา 1¹⁰⁷ ของ The Sherman Act เป็นบทบัญญัติที่มีลักษณะห้ามเป็นการเด็ดขาด (Per Se) แต่มีลักษณะเป็นการห้ามเป็นการทั่วไปไม่ได้ระบุหรือกำหนดถึงการกระทำไว้อย่างชัดเจนว่าการ กระทำใดบ้างที่จะเข้าข่ายถือเป็นการกระทำที่มีชอบด้วยกฎหมายกีดกันการแข่งขันทางการค้า ซึ่ง The Sherman Act นี้ มาตรา 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีการควบคุมไม่ให้บรรดาผู้ประกอบการของ ตลาดกระทำการใดๆ ตามที่ได้บัญญัติไว้ได้แก่ การทำความตกลงร่วมกันหรือกระทำการโดยร่วมกัน หรือรวมตัวกันเพื่อยุติการแข่งขันระหว่างกันอันเป็นการจำกัดทางการค้า หากมีการกระทำดังกล่าว เกิดขึ้นกฎหมายกำหนดให้ถือว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการกระทำที่ไม่ชอบโดยกฎหมายมีผลเป็น ความผิดอาญาในทุกกรณี

ลักษณะของการควบคุมนี้เป็นการควบคุมทางด้านโครงสร้าง คือการที่ไม่ต้องการให้มีการ ผูกขาดเกิดขึ้นในตลาด หากพบว่าการผูกขาดเกิดขึ้นแล้วจะมีการทำลายอำนาจผูกขาดนั้น เพื่อให้

¹⁰⁷ มาตรา 1 วางหลักว่า บรรดาสัญญา การรวมตัวกัน หรือการสมคบกัน ไม่ว่าจะในรูปแบบใด เพื่อจำกัดการค้าหรือ การพาณิชย์ระหว่างรัฐ หรือกับต่างประเทศ ถือว่าเป็นการอันมิชอบด้วยกฎหมาย บรรดาบุคคลที่ทำสัญญารวมตัว กัน หรือสมคบกันในลักษณะอันมิชอบด้วยกฎหมายข้างต้นถือว่ามีผลผิด

ตลาดมีการแข่งขันอยู่ตลอดไป โดยไม่มีผู้ใดมีอำนาจตลอดที่จะสามารถควบคุมตลาดได้ การใช้การควบคุมแนวทางนี้เป็นการสนองตอบต่อความต้องการของสังคมในขณะนั้นที่มีความเกลียดชังต่อธุรกิจขนาดใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเอาเปรียบ¹⁰⁸ บทบัญญัติของกฎหมายจึง ห้ามการกระทำใดๆ ตามที่กฎหมายกำหนดเป็นลักษณะเด็ดขาดไม่มีข้อยกเว้น หากโจทก์ในคดีสามารถพิสูจน์ให้ศาลเห็นว่าการกระทำของจำเลยเข้าตามองค์ประกอบของกฎหมายแล้ว่อมจะถือว่าจำเลยมีความผิดทันที โดยไม่อาจยกข้ออ้างอื่นใดมาแก้ต่างได้¹⁰⁹

มาตรา 2¹¹⁰ ของ The Sherman Act เป็นบทบัญญัติที่ห้ามไปถึงการพยายามที่จะกระทำการใด ๆ อันเป็นการผูกขาดด้วย แต่ศาลในประเทศสหรัฐอเมริกาก็ได้วางหลักการในการพิจารณาคดีโดยใช้มาตรา 2 เอาไว้แตกต่างกันหลายประการ แต่หลักการสำคัญได้มีการวางไว้ในคดีต่าง ๆ เช่น ในคดี Standard Oil Co. v. United States, 221 U.S. 1, 83 (1911) โดยได้กล่าวถึงเจตนารมณ์ของ The Sherman Act ว่า

ถ้าหากเป็นไปได้มาตรา 2 ของ The Sherman Act นี้แสวงหาที่จะทำให้ข้อห้ามทั้งหลายตามมาตรา 1 สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยรวมเอาความพยายามใดๆ ทั้งหลายที่จะบรรลุถึงการกระทำต้องห้ามตามมาตรา 1 ซึ่งมีความพยายามที่จะผูกขาดหรือกระทำการผูกขาด รวมถึงการกระทำการใด ๆ ก็ตามที่ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของมาตรา 1 อีกทั้งในคดีนี้ผู้พิพากษายังได้พิจารณาถึงเจตนาของจำเลย Standard Oil ว่าจำเลยมีเจตนาหรือมีเหตุจูงใจที่จะกระทำการผูกขาดหรือไม่ซึ่งพิจารณาจากอำนาจผูกขาดที่ตน โดยไม่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการอื่นเข้ามาแข่งขันกับตน โดยจำเลยพยายามขยายอำนาจการผลิตของตนให้มากกว่าความต้องการของสินค้าตลอดเวลา อีกทั้งศาลมองว่าถึงแม้จำเลยจะได้มาซึ่งอำนาจผูกขาดโดยไม่ได้ตั้งใจก็ตาม แต่หากความเป็นจริงแล้วจำเลยสามารถหลีกเลี่ยงได้แต่ไม่หลีกเลี่ยงก็ถือว่าจำเลยมีเจตนาจูงใจที่จะกระทำการผูกขาด (the positive drive to monopolize) โดยที่ไม่ต้องคำนึงถึงเลยว่าการใช้อำนาจผูกขาดเป็นการกระทำที่สมเหตุสมผลหรือไม่

¹⁰⁸ สุธีร์ ศุภนิตย , กมลชัย รัตนสากาววงศ์ , , วิชรียา โตสงวน และวิไลวรรณ วรรณนิธิกุล "รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องแนวทางการพัฒนากฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศไทย," (2536)หน้า 10.

¹⁰⁹ กุลวีร์ เสรีกุล, "ข้อตกลงพ่วง: พฤติกรรมต้องห้ามพฤติกรรมที่น่ารังเกียจ? (2)" [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ralclgal.com/bookralc/b2.php?id=23>

¹¹⁰ มาตรา 2 วางหลักว่า บุคคลใดก็ตามที่กระทำการผูกขาด หรือพยายามผูกขาด รวมตัวกันหรือสมคบกับบุคคลอื่นใดเพื่อผูกขาดทางการค้าหรือการพาณิชย์ ระหว่างรัฐ ถือว่ามีความผิด

อย่างไรก็ตาม การตีความของศาลสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับองค์ประกอบของมาตรา 2 ของ The Sherman Act นี้ยังไม่เป็นที่เด็ดขาดมากนักเพราะบทบัญญัติมีลักษณะกว้างเปิดโอกาสให้ศาลได้ใช้ดุลพินิจที่อยู่บนหลัก Rule of Reason จึงทำให้คำพากษามีความหลากหลายซึ่งในบางครั้งศาลอาจไม่ถือว่าพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในบางกรณีเข้าองค์ประกอบความผิดตามมาตรา 2 หากศาลเห็นว่าพฤติกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดประโยชน์หรือผลดีต่อผู้บริโภคมากกว่าผลเสีย เป็นต้น

ทฤษฎีที่มีอิทธิพลต่อการปรับใช้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดของศาลที่มีต่อพฤติกรรมการขายพ่วงจะที่มาจากทฤษฎีแผ่ขยายอำนาจ (leverage theory) ของสำนักคิด Harvard School ที่ทำให้ศาลถือว่าความชั่วร้ายของการขายพ่วงก็คือการขยายอำนาจของผู้ประกอบธุรกิจที่มีอยู่ในตลาดหนึ่งไปยังอีกตลาดหนึ่ง ส่งผลให้คู่แข่งอื่นถูกปิดกั้นออกจากการแข่งขันในตลาดสินค้านั้นๆ ซึ่งนำไปสู่การผูกขาดในตลาดของสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงซึ่งเคยเป็นตลาดที่มีการแข่งขัน ผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่หากต้องการจะแข่งขันจะต้องขายทั้งสินค้าที่มีการพ่วงและสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงขายด้วย นอกจากนี้แล้วศาลยังถือด้วยว่าโดยผลของการขายพ่วงที่ผู้ประกอบธุรกิจนำมาใช้ยังส่งผลเป็นการจำกัดอิสระในการตัดสินใจของผู้บริโภคอีกด้วย

ดังที่เห็นได้จากแนวคำวินิจฉัยเกี่ยวกับการขายพ่วงของศาลใน

คดี Times-Picayune Publishing Company v. United States¹¹¹ ที่ได้วินิจฉัยว่า การกำหนดเงื่อนไขการขายสินค้าหนึ่งต่อการซื้อสินค้าอื่น ผู้ขายบังคับให้ผู้ซื้อต้องสละการตัดสินใจอย่างอิสระเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงและแยกสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงจากแรงกดดันของการแข่งขันในตลาดเปิด

และในคดี Northern Pacific Railway Company v. United States¹¹² ที่วินิจฉัยไว้ว่าการขายพ่วงไม่ได้ถูกลำมาใช้เพื่อประโยชน์อื่นใดนอกจากการจำกัดการแข่งขัน เมื่อมีการนำการขายพ่วงมาใช้จะส่งผลทำให้คู่แข่งไม่สามารถเข้าถึงตลาดของสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงได้อย่างอิสระ แต่ไม่ใช่เพราะว่าผู้ประกอบธุรกิจที่นำการขายพ่วงมาใช้นั้นมีสินค้าที่เหนือกว่าหรือสินค้านั้นมีราคาที่ถูกลง แต่เกิดจากอำนาจหรืออิทธิพลของผู้ประกอบธุรกิจที่มีอยู่ในตลาดของสินค้าที่มีการพ่วง ในขณะเดียวกันการขายพ่วงนั้นยังส่งผลทำให้ผู้ซื้อต้องสละอิสระในการที่จะเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ ที่มีการเสนอขายแข่งกันในตลาดของสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงด้วย

¹¹¹ "Times-Picayune Publishing Company V. United States, 345 U.S. 594 ", (1953).

¹¹² "Northern Pacific-Railway Company V. United States, 356 U.S. 1 ", (1958).

ในระยะหลังๆ หลักที่ใช้ตัดสินคดีข้อตกลงฟุ้งขายในศาลของประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มเปลี่ยนไปศาลสหรัฐเริ่มมีการมองเห็นผลดีทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามมุมมองนี้ยังจำกัดอยู่เพียงคดีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญและเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้สหรัฐอเมริกาเสมอมาซึ่งธรรมชาติของของสินค้าเทคโนโลยีต้องมีการค้นคว้า พัฒนาต้องใช้เงินทุนจำนวนมากและภายหลังการคิดค้นอาจมีการจดสิทธิบัตรต่างๆ เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเป็นการตอบแทนให้กับผู้คิดค้น กฎหมายมีการให้สิทธิในการเลือกคู่สัญญาและกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ในสัญญาให้สิทธิได้ แต่ต้องอยู่บนฐานที่ไม่ก่อผลร้ายต่อการแข่งขันทางการค้า (Anti-Competitive Effect) มากเกินสมควร จึงเกิดการขัดแย้งระหว่างการผูกขาดโดยชอบธรรมกับการต่อต้านการผูกขาดตามกฎหมายแข่งขันทางการค้า

นับตั้งแต่ Sherman Act มีผลบังคับใช้นั้น มีอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวมาโดยตลอดด้วยปัจจัยหลายประการได้แก่

บทบัญญัติใน The Sherman Act มีลักษณะค่อนข้างกว้าง โดยไม่ได้ระบุเอาไว้ชัดเจนถึงการกระทำใดที่ถือเป็นความผิดตามบทบัญญัติจึงเป็นการเปิดช่องให้ศาลให้ดุลพินิจในการพิจารณาโดยอาศัยหลักสมเหตุสมผลเป็นสำคัญ

ลักษณะกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาคือเป็นกฎหมายจารีตประเพณี (Common Law) ใช้คำตัดสินของศาลเป็นบรรทัดฐานในการพิจารณาซึ่งในขณะที่ The Sherman Act บังคับใช้นั้นยังไม่มีแนวทางในการตัดสินคดีประเภทนี้มาก่อนจึงทำให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้และหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบังคับใช้กฎหมาย The Sherman Act ซึ่งในขณะนั้นได้แก่ กระทรวงยุติธรรม (Department of Justice) ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินและด้านกำลังคนอย่างเพียงพอจึงไม่สามารถติดตามพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจได้อย่างทั่วถึง

การเกิดช่องว่างทางกฎหมายไม่สามารถบังคับใช้กับรูปแบบของการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ ได้ เช่น Holding Company เป็นต้น¹¹³

(ข) The Clayton Act

หลักเกณฑ์สำคัญเกี่ยวกับการฟุ้งขายภายใต้ The Clayton Act มีดังต่อไปนี้

¹¹³ อรุมา เสือเอี่ยม, "[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.dit.go.th/uploads/CC3Z4_บทความนโยบายป้องกันการผูกขาดของสหรัฐฯ.pdf

มาตรา 3¹¹⁴ กำหนดไว้ว่า "บุคคลใดซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์กรรม โดยในการประกอบพาณิชย์กรรมนั้น ได้ให้เช่า ขาย หรือทำสัญญาขายสินค้า เครื่องใช้ เครื่องจักร ผลผลิต หรือพืชผลอื่นใด ไม่ว่าจะมิลิทธิบัตรหรือไม่มิลิทธิบัตร เพื่อการใช้ บริโภค หรือขายต่อภายในประเทศ หรือสถานที่อื่นซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายของสหรัฐอเมริกา หรือกำหนดราคาสินค้า หรือให้ส่วนลด หรือคืนส่วนลด โดยมีเงื่อนไขว่า ผู้ซื้อหรือผู้เช่าจะไม่ใช้หรือติดต่อเกี่ยวข้องกับสินค้าของคู่แข่งชั้นของผู้ขายหรือผู้ให้เช่าซื้อ ผลของการกระทำเช่นนั้นอาจเป็นการลดการแข่งขันอย่างมากหรือมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดการผูกขาดในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งถือว่าการกระทำที่ผิดกฎหมาย"

นอกจาก The Clayton Act จะออกมาบังคับใช้เพื่อทำให้ The Sherman Act มีผลบังคับใช้ที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นในการป้องกันการผูกขาดทางการค้าในสหรัฐอเมริกาแล้ว The Clayton Act ยังมีความต่างจาก The Sherman Act ในเรื่องของบทลงโทษ เพราะ The Clayton Act เป็นกฎหมายที่ไม่มีบทลงโทษทางอาญาจะต่างกับ The Sherman Act ที่มีบทลงโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญา ในส่วนของความรับผิดทางแพ่งบุคคลที่ได้รับความเสียหายทางธุรกิจหรือทรัพย์สินอันสืบเนื่องมาจากการฝ่าฝืนกฎหมายป้องกันการผูกขาดทางการค้าทำให้สามารถเรียกค่าเสียหายจากผู้กระทำผิดได้ถึงสามเท่าของความเสียหาย ค่าใช้จ่าย และค่าธรรมเนียมของทนายที่สมเหตุสมผล (reasonable attorney's fees) ซึ่งถือเป็นการลดความเข้มงวดของ The Sherman Act ลงโดยจะถือว่าการกระทำใดจะเป็นความผิดได้ก็ต่อเมื่อการกระทำนั้นเป็นการกระทำที่ไม่สมเหตุสมผล (unreasonable

¹¹⁴ มาตรา 3 It shall be unlawful for any person engaged in commerce, in the course of such commerce, to lease or make a sale or contract for sale of goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities, whether patented or unpatented, for use, consumption, or resale within the United States or any Territory thereof or the District of Columbia or any insular possession or other place under the jurisdiction of the United States, or fix a price charged therefor, or discount from, or rebate upon, such price, on the condition, agreement, or understanding that the lessee or purchaser thereof shall not use or deal in the goods, wares, merchandise, machinery, supplies, or other commodities of a competitor or competitors of the lessor or seller, where the effect of such lease, sale, or contract for sale or such condition, agreement, or understanding may be to substantially lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce.

restraint or trade) หรือในอีกแง่หนึ่ง The Clayton Act ถือว่าเป็นกฎหมายที่ออกมาเสริม The Sherman Act นั้นเอง¹¹⁵

3.1.3 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการขายพ่วงสินค้า

3.1.3.1 Eastman Kodak v. Image Technical Services¹¹⁶

ข้อเท็จจริง

บริษัท Eastman Kodak เป็นบริษัทผลิตเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ เครื่องไมโครฟิล์ม ตลอดจนการให้บริการบำรุงรักษาโดยการซ่อมแซมเปลี่ยนชิ้นส่วนด้วย บริษัท Image Technical Services (โจทก์) เป็นร้านซ่อมอิสระที่ประกอบธุรกิจรับซ่อมเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์และเครื่องถ่ายไมโครฟิล์ม โดยซื้อชิ้นส่วนจากจำเลยมาเปลี่ยนชิ้นส่วนที่ชำรุดของลูกค้า ต่อมาจำเลยเปลี่ยนนโยบายโดยการขายชิ้นส่วนให้กับผู้ซื้อสินค้า และใช้บริการซ่อมบำรุงกับจำเลยเท่านั้น พร้อมทั้งแจ้งให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับจำเลยทราบว่าห้ามขายชิ้นส่วนให้กับบุคคลอื่น ยกเว้นจำเลยเท่านั้น โดยลูกค้าของโจทก์ต้องเปลี่ยนไปใช้บริการซ่อมบำรุงกับจำเลยแทนเท่านั้น ส่งผลกระทบให้โจทก์ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ โจทก์จึงนำความดังกล่าวมาฟ้องจำเลยต่อศาลในข้อหาการขายพ่วงอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 1 พระราชบัญญัติ Sherman และข้อหาผูกขาดหรือพยายามผูกขาดอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 2 ของพระราชบัญญัติ Sherman โดยคดีดังกล่าวนี้มีการต่อสู้ไปถึงชั้นศาลฎีกา

ศาลฎีกาของประเทศสหรัฐอเมริกาตัดสินว่าพฤติกรรมของของจำเลยฝ่าฝืนมาตรา 1 และมาตรา 2 ของพระราชบัญญัติ Sherman โดยศาลได้มีการอธิบายเหตุผลซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

ประการที่ 1 การขายพ่วงจะถือว่าเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 1 ในพระราชบัญญัติ Sherman ก็ต่อเมื่อผู้ขายมีอำนาจทางเศรษฐกิจพอสมควร ประการที่ 2 โจทก์มีหน้าที่ต้องพิสูจน์ให้ศาลเห็นว่า มีตลาดรองตลาด ซึ่งหมายถึง ตลาดบริการซ่อมบำรุง และตลาดชิ้นส่วน โดยจำเลยจะขายชิ้นส่วนให้ผู้ซื้อหากผู้ซื้อตกลงว่าจะไม่ซื้อบริการจากโจทก์ ประการที่ 3 จำเลยต้องมีอำนาจทางเศรษฐกิจพอสมควร กล่าวคือ อำนาจที่จะบังคับให้ผู้ซื้อต้องกระทำการบางอย่างซึ่งผู้ซื้อไม่มีอำนาจเพียงพอที่จะกระทำในตลาดที่มีการแข่งขัน โดยในคดีดังกล่าวนี้โจทก์ควรต้องได้รับอนุญาตจากศาลให้พิสูจน์ว่าจำเลยมีอำนาจทางการตลาดเพียงพอในตลาดชิ้นส่วนที่จะบังคับให้ผู้ซื้อต้องซื้อบริการในการซ่อมบำรุงจากจำเลยด้วย และประการสุดท้ายคือ เนื่องจากจำเลยอ้างว่าจำเลยไม่มีอำนาจตลาดในตลาด

¹¹⁵ ศูนย์วิจัยกฎหมายและการพัฒนา คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, "รายงานการศึกษาวិเคราะห์ฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาวិเคราะห์ความสัมพันธ์ของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญากับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาด," (2551). หน้า 5-6

¹¹⁶ "Eastman Kodak V. Image Technical Services ", (1992).

หลัก ได้แก่ ตลาดเครื่องถ่ายเอกสารและตลาดเครื่องถ่ายไมโครฟิล์ม ดังนั้น จึงถือได้ว่าจำเลยไม่มีอำนาจทางการตลาดในตลาดรอง ได้แก่ ตลาดบริการซ่อมบำรุงและตลาดชิ้นส่วน โดยมีการอ้างทฤษฎีที่ว่าหากจำเลยขึ้นราคาสินค้าในตลาดรองสูงกว่าระดับราคาที่มีการแข่งขันแล้ว จะส่งผลให้ลูกค้าหยุดซื้อสินค้าในตลาดหลักของจำเลย

เมื่อศาลพิจารณาพยานหลักฐานพบว่าเมื่อจำเลยขึ้นราคาชิ้นส่วนและบริการซ่อมบำรุงเหนือระดับราคาที่มีการแข่งขันแล้ว แต่ปรากฏว่ายอดขายเครื่องถ่ายเอกสารและเครื่องถ่ายไมโครฟิล์มของจำเลยก็ไม่ได้ลดลงดังที่จำเลยมีการกล่าวอ้าง โดยโจทก์ก็ได้แสดงให้เห็นว่าการที่ยอดขายของจำเลยไม่ได้ลดลงเนื่องจากต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงจากการใช้เครื่องถ่ายเอกสารและเครื่องถ่ายไมโครฟิล์มยี่ห้อของจำเลยไปใช้สินค้าของผู้ผลิตรายอื่นจะสูงมาก และข้อมูลที่ผู้ซื้อจะสามารถทราบหากซื้อสินค้าของจำเลยแล้วภายหลังจะต้องซื้อชิ้นส่วนในราคาที่แพงมากและค่าบริการในการซ่อมบำรุงที่แพงมากเช่นกัน ซึ่งผู้ซื้อไม่อาจทราบได้ ดังนั้น เมื่อผู้ซื้อซื้อสินค้าของจำเลยในตลาดหลักแล้ว ผู้ซื้อก็ต้องจ่ายยอมโดยจำเป็นต้องซื้อชิ้นส่วนและบริการที่มีราคาแพงของจำเลยต่อไป

3.1.3.2 RICK MIK ENTERPRISES INC v. EQUILON ENTERPRISES LLC US¹¹⁷

ตัดสินโดย United States Court of Appeals, Ninth Circuit.

ตัดสินเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2008

Equilon Enterprises, LLC (“ Equilon”) ทำธุรกิจเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำมัน Shell ซึ่งซื้อตกลง แพรนไซส์มาตรฐานของ Equilon กำหนดให้แพรนไซส์น้ำมัน Shell และ Texaco ต้องใช้ Equilon ในการทำธุรกรรมด้วยบัตรเครดิตในการทำธุรกิจเพื่อขายผลิตภัณฑ์ในสถานีบริการน้ำมัน นอกเหนือจากการชำระเงินสำหรับการขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมแล้ว Equilon ยังถูกกล่าวหาว่าได้รับ (1) ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประมวลผลหรือ (2) เงินใต้โต๊ะ ที่ไม่ได้ระบุบางประเภทจากธนาคารที่ไม่ปรากฏชื่อที่ดำเนินธุรกรรม ส่วน Rick-Mik Enterprises, Inc., Mike M. Madani และ Alfred Buczkowski (เรียกรวมกันว่า “ Rick-Mik”) เป็นผู้ได้รับสิทธิแพรนไซส์น้ำมันเบนซินจาก Equilon ที่อยู่ในนามของตนเองและแพรนไซส์ Equilon รายอื่นๆ ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกันได้กล่าวหาว่า Equilon ละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด โดยการขายพ่วงผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันสอง

¹¹⁷ "Rick Mik Enterprises Inc V. Equilon Enterprises Llc, No.06-55937," (US United States Court of Appeals, Ninth Circuit, 2008).

รายการ (แฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันและบริการประมวลผลบัตรเครดิต) Rick-Mik เชื่อว่าแฟรนไชส์สามารถจ่ายค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมที่ต่ำกว่านี้จากผู้ผลิตรายอื่นสำหรับการประมวลผลบัตรเครดิต และ Rick-Mik ยังอ้างว่า Equilon ตกลงกับธนาคารอย่างผิดกฎหมายเพื่อกำหนดค่าธรรมเนียมในการดำเนินเพื่อแก้ไขราคา

ศาลแขวงได้ยกเลิกคำร้องเรื่องการต่อต้านการผูกขาดและกฎหมายของรัฐที่เกี่ยวข้องจากการร้องเรียนของ Rick-Mik และศาลอุทธรณ์ได้ยืนยันเนื่องจาก (1) การร้องเรียนของ Rick-Mik ล้มเหลวในการอ้างประเด็นอำนาจทางการตลาดของ Equilon ในตลาดที่เกี่ยวข้อง (2) ในบริบทแฟรนไชส์ที่ถูกกล่าวหาในประเด็นการบริการประมวลผลบัตรเครดิตไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากแฟรนไชส์ซี (3) ข้อกล่าวหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาน้ำมันคลุมเครือไม่ชัดเจน และ (4) Rick-Mik สละโอกาสที่จะพยายามแก้ไขข้อบกพร่องเหล่านี้

ข้อเท็จจริง

EQUILON เป็นผู้กลั่นและทำตลาดน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ ในปริมาณมากภายใต้ชื่อตราสินค้า Shell และ Texaco ในทั้งหมดหรือบางส่วนของ 31 รัฐโดยมีการขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมให้กับร้านค้าปลีกที่มีตราสินค้า Shell และ Texaco ประมาณ 9,000 แห่ง¹¹⁸ ซึ่งได้มีการรวมกับ บริษัทในเครือ Motiva Enterprises LLC (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “Motiva”), EQUILON และ Motiva (เรียกรวมกันว่า “Retail USA” โดย Shell Oil Company ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของทั้ง EQUILON และ Motiva) และครองอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าในอัตราร้อยละ 13 เปอร์เซ็นต์ และ EQUILON และ Motiva ยังครองอันดับหนึ่งในการจำหน่ายน้ำมันเบนซินแกลลอนทั้งหมดที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกา¹¹⁹ โดยรายได้รวมประจำปีของ EQUILON อยู่ที่ประมาณ 24 พันล้านเหรียญสหรัฐ¹²⁰

EQUILON เป็นผู้ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่งใน Oregon, Arizona, Nebraska, Oklahoma, Missouri, Arkansas และ Kentucky และผู้เป็นครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับสองใน Alaska, Hawaii, California, Nevada, Idaho, Wyoming, Colorado, New Mexico, Indiana และ Illinois¹²¹

¹¹⁸ Ibid., Paragraph 20.

¹¹⁹ Ibid., Paragraph 21.

¹²⁰ Ibid., Paragraph 22.

¹²¹ Ibid., Paragraph 23.

EQUILON มีโรงกลั่น 4 แห่งโดยมีการกลั่นผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมประมาณ 753,000 บาร์เรลต่อวันและเป็นเจ้าของโรงกลั่นน้ำมัน 3 แห่งของ Motiva ซึ่งมีส่วนได้เสียร้อยละ 50 โดยมีกลั่นผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมประมาณ 865,000 บาร์เรลต่อวัน¹²² EQUILON เป็นเจ้าของท่อขนส่งประมาณ 10,000 ไมล์ที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมไปทั่วสหรัฐอเมริกา¹²³

75 เปอร์เซ็นต์ของชาวอเมริกันทั้งหมดที่อาศัยอยู่ภายใน 5 ไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของ Shell EQUILON และ Motiva ให้บริการโดยเฉลี่ยมีลูกค้ามากกว่าหกล้านคนต่อวันและขายน้ำมันเบนซินประมาณ 19 พันล้านแกลลอนต่อปีซึ่งส่วนใหญ่เป็นการซื้อโดยบัตรเครดิตและ/หรือบัตรเดบิตของลูกค้าที่ออกโดยธนาคาร สมาคมธนาคารและสถาบันการเงินหลายพันแห่งทั่วสหรัฐอเมริกา¹²⁴

EQUILON กำหนดให้แต่ละแฟรนไชส์ของ Shell และ Texaco แต่ละรายต้องดำเนินการตาม “ข้อตกลงการขายปลีก” ที่เป็นมาตรฐานซึ่งรวมถึงโจทก์ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามข้อตกลงการขายปลีกจึงจะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมจาก EQUILON เพื่อขายต่อให้กับผู้บริโภคได้ สัญญาที่ถูกต้องและแท้จริงของข้อตกลงการค้าปลีกของโจทก์ RICK-MIK ENTERPRISES, INC. ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 กันยายน 2004¹²⁵

ข้อตกลงการค้าปลีกของโจทก์ RICK-MIK ENTERPRISES INC. นั้นแทบจะเหมือนกับข้อตกลงการขายปลีกอื่นๆ ทั้งหมดที่ EQUILON กำหนดให้แฟรนไชส์แต่ละรายต้องลงนามก่อนจึงจะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมจาก EQUILON ได้ เพื่อขายต่อให้กับผู้บริโภค¹²⁶ ข้อตกลงการขายปลีกของ EQUILON กำหนดให้โจทก์และกลุ่มที่เป็นตัวแทนของโจทก์ต้องยอมรับบัตรเครดิตและบัตรเดบิตทั้งหมดที่ได้รับอนุญาตจาก EQUILON โดยเฉพาะและกำหนดให้การทำธุรกรรมบัตรเครดิตและบัตรเดบิตทั้งหมดที่สถานีบริการน้ำมันของแฟรนไชส์แต่ละแห่งรวมถึงโจทก์ด้วยต้องดำเนินการผ่าน EQUILON แต่เพียงผู้เดียวซึ่งโจทก์ต้องยอมรับเงื่อนไขของ EQUILON ก่อนจึงจะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมจาก Shell และ/หรือ Texaco จาก EQUILON เพื่อขายต่อให้กับผู้บริโภคได้¹²⁷

ข้อตกลงการขายปลีกในย่อหน้าที่ 12 (a) ของระบุว่า “ตราบิตที่ผู้ขาย (EQUILON) เลือกที่จะยอมรับบัตรเครดิตที่มีการระบุเครดิตบัตรเดบิตบัตรแบบเติมเงินหรือบัตรอนุญาตการทำธุรกรรม

¹²² Ibid., Paragraph 24.

¹²³ Ibid., Paragraph 25.

¹²⁴ Ibid., Paragraph 26.

¹²⁵ Ibid., Paragraph 27.

¹²⁶ Ibid., Paragraph 28.

¹²⁷ Ibid., Paragraph 29.

อื่นๆ (รวมเรียกว่า “บัตรธุรกรรม”) ในสถานะที่สถานีบริการน้ำมันของผู้ค้าปลีกตั้งอยู่ผู้ค้าปลีก (โจทก์) จะยอมรับบัตรธุรกรรมทั้งหมดที่ระบุไว้ในคู่มือบัตรธุรกรรมของผู้ขาย (“คู่มือ”) สำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับอนุญาต ผู้ค้าปลีกจะต้องพิจารณาและประมวลผลธุรกรรมดังกล่าวทั้งหมดโดยปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ในคำแนะนำอย่างเคร่งครัดซึ่งอาจมีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยผู้ขายเป็นครั้งคราว”¹²⁸

ข้อตกลงการขายปลีกในย่อหน้าที่ 12 (b) ระบุว่า “ผู้ขาย (EQUILON) จะยอมรับธุรกรรมทั้งหมดที่เกิดจากการซื้อสินค้าด้วยบัตรธุรกรรมที่ได้รับอนุญาตและดำเนินการตามเงื่อนไขของคู่มือตามตัวเลือกของผู้ขาย ผู้ขายจะต้องชำระเงินตามจำนวนธุรกรรมให้กับผู้ค้าปลีกหลังจากหักค่าธรรมเนียมการดำเนินการใดๆ ที่มีผลบังคับใช้ภายใต้คำแนะนำปัจจุบันของผู้ขาย”¹²⁹

ข้อตกลงการขายปลีก EQUILON จะประมวลผลการขายบัตรเครดิตและบัตรเดบิตรายวันของแฟรนไชส์ซีทั้งหมดเป็นชุดๆ ผ่านระบบ Electronic Point of Sale (“EPOS”) แบบคอมพิวเตอร์ของตนเองและเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการดำเนินการกับแฟรนไชส์ซีแต่ละราย EQUILON จะเป็นผู้ถือบัตรเครดิตและบัตรเดบิตรายวันของผู้รับแฟรนไชส์ซีแต่ละรายและต่อมาจะนำไปใช้กับใบแจ้งหนี้น้ำมันเบนซินถัดไปของผู้รับแฟรนไชส์ซีเมื่อครบกำหนดหลังจากหักค่าธรรมเนียมการดำเนินการของ EQUILON ซึ่งส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการชำระเงินให้กับแฟรนไชส์ซี¹³⁰

ข้อตกลงการขายปลีกจะไม่มีข้อกำหนดของ EQUILON ที่ให้แฟรนไชส์ซีดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตและบัตรเดบิตทั้งหมดผ่าน EQUILON ในประเภทที่โจทก์และประเภทที่โจทก์เป็นตัวแทนจะสามารถซื้อบริการประมวลผลบัตรเครดิตและบัตรเดบิตผ่านผู้ให้บริการประมวลผลบัตรเครดิตและบัตรเดบิตอื่นๆ อีกมากมายซึ่งเป็นข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ดี¹³¹

โจทก์ฟ้องร้องคดีต่อศาลตามข้อกล่าวหาว่า EQUILON สมคบคิดกับธนาคารสมาคมธนาคารและสถาบันการเงินหลายแห่งทั่วสหรัฐอเมริกาเพื่อแก้ไขข้อเท็จจริงและรักษาเสถียรภาพของราคาค่าธรรมเนียมการดำเนินการบัตรเครดิตและบัตรเดบิตซึ่งโดยทั่วไปเรียกว่า “ค่าธรรมเนียมส่วนลดร้านค้า” ที่เรียกเก็บจากโจทก์และสมาชิกของโจทก์ที่เป็นตัวแทน¹³²

¹²⁸ Ibid., Paragraph 30.

¹²⁹ Ibid., Paragraph 31.

¹³⁰ Ibid., Paragraph 32.

¹³¹ Ibid., Paragraph 33.

¹³² Ibid., Paragraph 34.

โจทก์ได้ฟ้องร้องและกล่าวหาว่า EQUILON ได้รับค่าตอบแทนในรูปแบบของการถอนคืนจากธนาคารสมาคมธนาคารและสถาบันการเงินหลายแห่งทั่วสหรัฐอเมริกาจากค่าธรรมเนียมส่วนลดสำหรับผู้ค้าเพื่อพิจารณาข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ราคาค่าธรรมเนียมการดำเนินการบัตรเครดิตและบัตรเดบิตและการผูกหรือฟ่วงข้อตกลงซึ่งจะไม่คืนเงินให้กับแพรนไฮส์ซีของ EQUILON¹³³ การสำรวจ การผลิต การขนส่ง การจัดเก็บ การกลั่น การจัดจำหน่าย การตลาดและการขายน้ำมันดิบและน้ำมันเบนซินนั้นจะดำเนินการและส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างรัฐและต่างประเทศและการสมคบคิดระหว่าง EQUILON และธนาคาร สมาคมธนาคารและการเงินหลายแห่ง สถาบันการเงินต่างๆทั่วสหรัฐอเมริกาเพื่อแก้ไขราคาค่าธรรมเนียมการประมวลผลบัตรเครดิตและบัตรเดบิตที่เรียกเก็บจากตัวแทนจำหน่ายน้ำมันเบนซินรายย่อยส่งผลกระทบต่ออย่างมากเป็นการขัดขวางและยับยั้งทางการแข่งขันโดยผู้ให้บริการประมวลผลบัตรเครดิตและบัตรเดบิตภายในอุตสาหกรรมน้ำมันเบนซินรายย่อยและระหว่างรัฐต่างๆ ของสหรัฐอเมริกาและต่างประเทศและสหรัฐอเมริกา¹³⁴

โดยเหตุผลของการละเมิดที่กล่าวหาในที่นี้โจทก์และสมาชิกที่โจทก์เป็นตัวแทนในการได้รับชำระเงินและยังคงจ่ายค่าธรรมเนียมการดำเนินการบัตรเครดิตและบัตรเดบิตที่สูงกว่าที่พวกเขาจะได้รับในตลาดที่เสรีและมีการแข่งขันสูง¹³⁵

จากการละเมิดที่กล่าวหาในที่นี้โจทก์และบุคคลทั้งหมดที่อยู่ใกล้เคียงกันได้รับความเสียหายอย่างต่อเนื่องกับแพรนไฮส์ของตนในจำนวนเงินที่ยังไม่ได้รับการตรวจสอบ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการเรียกเก็บเงินที่มากเกินไปในค่าธรรมเนียมการดำเนินการบัตรเครดิตและบัตรเดบิต การสูญเสียการขายผลกำไร และค่าความนิยมทางธุรกิจราคาที่สูงขึ้นที่จ่ายให้แก่จำเลยสำหรับน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ ซึ่งมีมูลค่าของธุรกิจตามความกังวลและต้นทุนที่สูงขึ้นในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงหนี้ที่เกิดขึ้น¹³⁶

I. ข้อเรียกร้องเรื่องการขายฟ่วง (Tying Claim)

“ข้อตกลงการขายฟ่วงเป็นเครื่องมือที่ผู้ขายใช้ซึ่งมีอำนาจทางการตลาดใช้ในตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งเพื่อขยายอำนาจทางการตลาดไปยังตลาดผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน” และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ผู้ขายจะมีการกำหนดเงื่อนไขในการขายผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Tying Product) สำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ที่สองของผู้ซื้อ (Tied Product) การขายฟ่วงเป็นสิ่งต้องห้ามในทฤษฎีที่ว่าหากผู้ขายมี

¹³³ Ibid., Paragraph 35.

¹³⁴ Ibid., Paragraph 36.

¹³⁵ Ibid., Paragraph 37.

¹³⁶ Ibid., Paragraph 38.

อำนาจทางการตลาดเหนือผลิตภัณฑ์ผู้ขายจะสามารถใช้ประโยชน์จากอำนาจทางการตลาดนี้ได้โดยทำข้อตกลงการขายพ่วงเพื่อกันผู้ขายรายอื่นของผลิตภัณฑ์ที่ผูกไว้ออกไป

โจทก์ต้องพิสูจน์ว่า (1) จำเลยร่วมกันในการขายสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันสองอย่างเข้าด้วยกัน (2) จำเลยมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากเพียงพอในตลาดผลิตภัณฑ์ที่ขายพ่วงที่จะบีบบังคับลูกค้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และ (3) ข้อตกลงการขายพ่วงมีผลต่อปริมาณการค้าที่ไม่ใช่ปริมาณเล็กน้อยในตลาดผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง

ข้อเรียกร้องเรื่องการขายพ่วงทั้งหมดไม่ได้ผิดกฎหมาย แต่ห้ามมิให้มีการผูกสัมพันธ์ในกรณีที่ผู้ขายมีการหาประโยชน์ ควบคุม บังคับ หรือ บีบบังคับ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงเข้ากับการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง โดย “ลักษณะสำคัญของข้อตกลงการขายพ่วงที่ไม่ถูกต้องอยู่ที่การใช้ประโยชน์ของผู้ขายในการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงเพื่อบังคับให้ผู้ซื้อซื้อผลิตภัณฑ์ที่พ่วงติดกันซึ่งผู้ซื้ออาจไม่ได้ต้องการเลยหรืออาจต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นที่อื่นด้วยเงื่อนไขที่แตกต่างกัน” ดังนั้นเมื่อมีการบังคับเช่นนี้สำหรับการแข่งขันในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่พ่วงจะถูกยับยั้งและถือว่าการละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman ดังที่ศาลฎีกาได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลสำหรับคำร้องต่อผลิตภัณฑ์ที่นำไปพ่วงนั้นวางอยู่บนข้อสันนิษฐานหรือการแสดงให้เห็นว่าอำนาจของจำเลยในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ถูกนำมาใช้เพื่อยับยั้งการแข่งขันในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง ดังนั้นในทุกกรณีที่เกี่ยวข้องกับการขายพ่วงโจทก์ต้องพิสูจน์ให้ได้ว่าจำเลยมีอำนาจทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวและในการพิสูจน์ต้องมีกรกล่าวหาอย่างถูกต้องเสียก่อน

a. ข้อกล่าวหาเรื่องอำนาจตลาดมีข้อบกพร่อง

ผลิตภัณฑ์ที่พ่วงที่ถูกกล่าวหาคือแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันเบนซิน Rick-Mik ซึ่งได้ทำสัญญาแฟรนไชส์กับ Equilon เพื่อขายน้ำมันเบนซินและดีเซลในแบรนด์ Shell ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่ถูกกล่าวหาคือบริการประมวลผลบัตรเครดิต Rick-Mik โดย Equilon อ้างว่า Rick-Mik จะไม่สามารถรับแฟรนไชส์ได้หากไม่มีบริการประมวลผลบัตรเครดิตแบบพ่วง

ในการร้องเรียนของ Rick-Mik ไม่ได้กล่าวหาว่า Equilon ว่ามีอำนาจทางการตลาดในตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นตลาดสำหรับแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์น้ำมันเบนซิน นอกเหนือจากการระบุว่า “Equilon ครองอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้า” ซึ่งยังไม่มีข้อกล่าวหาที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับตลาดแฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์น้ำมันเบนซิน โดยการร้องเรียนไม่ได้อ้างถึงอะไรเลย ตัวอย่างเช่น แฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์น้ำมันเบนซินเป็นของ Equilon (Shell/Texaco) ก็เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับแฟรนไชส์อื่นๆ เช่น Chevron, Mobil, Marathon Oil หรือ Union 76 เป็นต้น ซึ่งไม่มีข้อ

กล่าวหาที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเปอร์เซ็นต์การขายปลีกน้ำมันเบนซิน การขายผ่านร้านค้าที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ ไม่มีข้อกล่าวหาที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับจำนวนอำนาจหรือการควบคุมที่ Equilon มีต่อแฟรนไชส์ซีที่คาดหวัง ไม่มีข้อกล่าวหาที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความยากลำบากในการเปลี่ยนแบรนด์แฟรนไชส์

หาก Equilon ขาดอำนาจทางการตลาดในตลาดแฟรนไชส์น้ำมันเบนซินจะไม่มี การเรียกร้องการขายพ่วงที่สามารถรับรู้ได้ ซึ่งสำหรับในกรณีนี้ Equilon ไม่มีอำนาจบังคับใช้ประโยชน์หรือบีบบังคับให้แฟรนไชส์ซี ซื้อผลิตภัณฑ์ที่พ่วงกัน เช่น การประมวลผลบัตรเครดิต (หากการประมวลผลเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันเพื่อวัตถุประสงค์ในการผูก) หรือเพื่อส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกันในตลาดซึ่งข้อตกลงดังกล่าวจะไม่ก่อให้เกิดความกังวลในเรื่องที่เกี่ยวกับการต่อต้านการผูกขาด โดยประเด็นของความล้มเหลวในการกล่าวหาอำนาจในตลาดที่เกี่ยวข้องเป็นเหตุผลเพียงพอที่จะอ้างเพื่อยกเลิกการร้องเรียนการต่อต้านการผูกขาด

Rick-Mik ให้เหตุผลว่ามีการกล่าวหาว่ามีข้อเท็จจริงเพียงพอที่จะสรุปได้ว่า Equilon มีอำนาจทางการตลาดเพียงพอในตลาดแฟรนไชส์น้ำมันเบนซินซึ่งส่งผลให้มีอุปสรรคสำคัญในการเข้ามาแข่งขัน ซึ่งให้เห็นถึงสถิติที่บ่งชี้ว่า Equilon เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมปิโตรเลียมในการร้องเรียน ดังต่อไปนี้ (1) Equilon ขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมให้กับร้านค้าปลีกที่มีตราสินค้า Shell และ Texaco ประมาณ 9,000 แห่ง (2) Equilon เป็นอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้า (3) Equilon มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13 ของตลาดโดยเป็นอันดับหนึ่งในการจำหน่ายน้ำมันเบนซินเป็นแกลลอนที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกา (4) Equilon มีรายได้รวมต่อปีประมาณ 24 พันล้านดอลลาร์ (5) Equilon เป็นอันดับหนึ่งหรือสองใน ส่วนแบ่งตลาดน้ำมันเบนซินใน 17 รัฐ (6) Equilon มีโรงกลั่น 4 แห่งกลั่นโดยผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่กลั่นได้ประมาณ 753,000 บาร์เรลต่อวันและมีรายได้เสียร้อยละ 50 ในโรงกลั่น 3 แห่งของ Motiva โดยกลั่นผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมประมาณ 865,000 บาร์เรลต่อวัน (7) Equilon เป็นเจ้าของผลประโยชน์ในท่อขนส่งประมาณ 10,000 ไมล์ที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมทั่วสหรัฐอเมริกา และ (8) Equilon โดยเฉลี่ยให้บริการลูกค้ามากกว่าหกล้านคนต่อวันและขายน้ำมันเบนซินประมาณ 19 พันล้านแกลลอนต่อปีซึ่งส่วนใหญ่มีการซื้อโดยบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตของลูกค้าที่ออกโดยธนาคารหลายพันแห่ง สมาคมธนาคารและสถาบันการเงินทั่วสหรัฐอเมริกา

อย่างไรก็ตามข้อกล่าวหาทั้งหมดนั้นเกี่ยวข้องกับตลาดค้าปลีกน้ำมันเบนซินซึ่งเป็นตลาดที่ Rick-Mik เป็นผู้ขายไม่ใช่ตลาดที่เกี่ยวข้องสำหรับแฟรนไชส์ซีที่เป็นผู้ซื้อ นอกจากนี้สถิติที่กล่าวหาในการ

ร้องเรียนไม่ได้แยกความแตกต่างระหว่างการขายตามแฟรนไชส์และการขายประเภทอื่นๆ ที่เป็นไปได้ (เช่น การขายโดยร้านค้าที่เป็นเจ้าของโดยตรงหรือการขายให้กับผู้จัดจำหน่ายรายอื่น) ดังนั้นการร้องเรียนจึงไม่สามารถอ้างถึงอำนาจของตลาดที่เกี่ยวข้องได้

คำร้องเรียนของ Rick-Mik ไม่ได้ได้รับการบันทึกโดยช็อกกล่าวหาที่ว่า “น้ำมันเบนซินที่มีตรา Shell และ Texaco ได้รับการคุ้มครองโดยเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรต่างๆ ซึ่งทำให้ EQUILON มีอำนาจทางการตลาดที่เพียงพอเหนือใจท์ในการเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พ่วงไว้เพื่อยับยั้งการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งแม้ว่าจะตีความว่าช็อกกล่าวหานี้เป็นหนึ่งในอำนาจทางการตลาดที่อ้างว่าเป็นอำนาจทางการตลาดในตลาดแฟรนไชส์น้ำมันเบนซินเมื่อเทียบกับตลาดค้าปลีกน้ำมันเบนซิน แต่ก็ยังขาดความเฉพาะเจาะจงตามความเป็นจริงซึ่งจำเป็นต้องมีเพื่อเพิ่มสิทธิในการผ่อนปรนให้สูงกว่าระดับการกึ่งกำไร ดังนั้น ช็อกกล่าวหาโดยสรุปของ Rick-Mik ที่ว่าสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของ Equilon นั้นทำให้มีอำนาจทางการตลาดแม้จะมีข้อเท็จจริงสนับสนุนแต่ก็ไม่เพียงพอ

ในที่สุดช็อกกล่าวหาในการร้องเรียนที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์แฟรนไชส์ตามสัญญาที่ไม่สามารถทำให้เกิดอำนาจทางการตลาดได้ การอ้างสิทธิ์โดยทั่วไปต้องการให้อำนาจทางการตลาดของจำเลยได้มาจากตลาดไม่ใช่จากความสัมพันธ์ทางสัญญาที่ใจท์ได้ทำโดยสมัครใจ ดังนั้น อำนาจทางการตลาดที่ได้มาจากข้อตกลงตามสัญญาเช่น สัญญาแฟรนไชส์ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องใดๆ กับอำนาจทางการตลาดของผู้บริโภคขั้นสูงสุดหรือการต่อต้านการผูกขาด กล่าวโดยสรุปแล้วช็อกกล่าวหาด้านอำนาจทางการตลาดของการร้องเรียนของ Rick-Mik นั้นไม่เพียงพอ

b. การประมวลผลบัตรเครดิตไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

มีข้อบกพร่องร้ายแรงอีกประการหนึ่งในการฟ้องร้องของ Rick-Mik คือแฟรนไชส์ของ Equilon ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่แยกจากกันและแตกต่างจากการให้บริการประมวลผลบัตรเครดิตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแฟรนไชส์

ตามคำจำกัดความของคำว่า แฟรนไชส์ จำเป็นต้องประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกันแบบรวมกลุ่มและไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่แยกจากกัน แก่นแท้ของแฟรนไชส์คือการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องหลายอย่างในแพ็คเกจเดียวที่ดึงดูดใจในการแข่งขันในตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง (Tied Product) เป็นเพียงชื่อและวิธีการดำเนินธุรกิจไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ และศาลบางแห่งได้พิจารณาว่าตามกฎหมายแล้วไม่สามารถพ่วงชื่อกับผลิตภัณฑ์วิธีการทำธุรกิจ (แฟรนไชส์) จะไม่ขายแยกต่างหากจากออกจากส่วนประกอบที่จะเข้าสู่วิธีการของการทำธุรกิจ

ในกรณีการให้บริการบัตรเครดิตของ Equilon เป็นส่วนสำคัญของแฟรนไชส์ ข้อตกลงดังกล่าวอนุญาตให้ Equilon ใช้เงินที่ได้จากบัตรเครดิตในการชำระบัญชีของผู้ซื้อแฟรนไชส์ (นั่นคือเงินที่เจ้าของแฟรนไชส์เป็นหนี้ Equilon สำหรับน้ำมันเบนซินที่ Equilon ส่งมอบให้กับแฟรนไชส์) ข้อตกลงดังกล่าวยังอนุญาตให้ Equilon เรียกเก็บเงินหรือคืนเงินจากธุรกรรมที่ไม่ได้รับอนุญาตไปยังแฟรนไชส์ซึ่งจะช่วยรักษาความสมบูรณ์ของธุรกรรม ณ จุดขาย ซึ่ง Equilon จะจ่ายจำนวนธุรกรรมเครดิต (ลบค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรม) ให้กับแฟรนไชส์ด้วยเช็คโดยการให้เครดิตบัญชีธนาคารหรือกำหนดจำนวนเงินนั้นออกจากจำนวนเงินในบัญชีของผู้รับแฟรนไชส์กับ Equilon ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวจะช่วยให้ Equilon มีความสามารถในการรับประกันคุณภาพและความน่าเชื่อถือของการประมวลผลบัตรเครดิตและช่วยป้องกันการฉ้อโกงบัตรเครดิตของแฟรนไชส์และการทำธุรกรรมที่ไม่ได้รับอนุญาต

Equilon ชี้ไปที่พื้นที่อื่นๆ อีกมากมายซึ่งเป็นส่วนหนึ่งและกลุ่มของแฟรนไชส์ ป้ายโฆษณาการตลาดรูปลักษณ์ ตลอดจนวิธีการจัดส่งและการชำระเงิน ในทำนองเดียวกัน วิธีการรับและประมวลผลธุรกรรมสินเชื่อ เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานของแฟรนไชส์ แฟรนไชส์และวิธีการประมวลผลธุรกรรมสินเชื่อไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่แยกจากกัน แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เดียว (แฟรนไชส์)¹³⁷

นอกจากนี้ยังไม่มีผลิตภัณฑ์แยกต่างหากภายใต้การตรวจสอบที่กำหนดไว้ใน Jefferson Parish ว่าการมีอยู่ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของความต้องการสินค้าทั้งสองชั้นซึ่งต้องมีความต้องการที่เพียงพอสำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วงแยกต่างหากจากผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง เพื่อระบุตลาดของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เพื่อตรวจสอบความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อตรวจสอบหลักฐานทางตรงและทางอ้อมของความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วงแยกต่างหากจากผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง ซึ่งหลักฐานทางตรงที่จะช่วยตอบคำถามว่าเมื่อได้ทางเลือกแล้วผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่พ่วงติดจากผู้ผลิตที่ดีหรือจากบริษัทอื่นๆ หลักฐานทางอ้อม

¹³⁷ Rick-Mik อาศัย Case Siegel v. Chicken Delight, Inc., 448 F.2d 43 (9th Cir 1971) และ Roberts v. Elaine Powers Figure Salons, 708 F.2d 1476 (9th Cir.1983) เพื่อโต้แย้งว่าการควบคุม แสดงให้เห็นถึงอำนาจทางเศรษฐกิจโดย Equilon เหนือแฟรนไชส์ กรณีเหล่านี้อาศัยทฤษฎีเก่าที่ว่าความสัมพันธ์นั้นสันนิษฐานว่าผิดกฎหมาย Elaine Powers, 708 F.2d at 1479 และเครื่องหมายการค้าไม่ได้ขยายไปถึงผลิตภัณฑ์ที่พ่วงไว้ Chicken Delight, 448 F.2d at 48 People don โดยทั่วไปจะนึกถึง Shell เมื่อพวกเขาคิดถึงการประมวลผลบัตรเครดิต พวกเขานึกถึงน้ำมันเบนซิน แต่การทดสอบเหล่านั้นไม่เกี่ยวข้องอีกต่อไปหลังจาก Jefferson Parish และ Illinois Tool Works Inc.

รวมถึงพฤติกรรมของบริษัทที่ไม่มีอำนาจทางการตลาดในการขายฟุ้งตลาดที่ดีโดยสันนิษฐานจากแนวคิดที่ว่าอุปทาน (การแข่งขัน) เป็นไปตามอุปสงค์ หากบริษัทคู่แข่งผูกสินค้าที่ขายฟุ้งและมีการผูกเข้าด้วยกันไว้เสมอเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าขึ้นเดียว

การใช้การทดสอบลักษณะของความต้องการ การร้องเรียนของ Rick-Mik ไม่สามารถให้ข้อเท็จจริงที่จำเป็นในการประเมินว่าการให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างจากข้อตกลงแฟรนไชส์หรือไม่ ผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องคือผู้ซื้อ แฟรนไชส์ (ไม่ใช่ผู้บริโภคทั่วไปของบริการประมวลผลบัตรเครดิต) แต่การร้องเรียนไม่ได้ระบุข้อกล่าวหาเกี่ยวกับความต้องการของการให้บริการบัตรเครดิตของตลาดแฟรนไชส์ซึ่งสามารถสันนิษฐานได้ว่ามีตลาดพันล้านดอลลาร์สำหรับการประมวลผลบัตรเครดิตในระบบเศรษฐกิจทั่วไป แต่ภายใต้ Jefferson Parish คำถามคือตลาดสำหรับบริการประมวลผลบัตรเครดิตแยกต่างหากระหว่างแฟรนไชส์ทั่วไปคืออะไร (หรือแฟรนไชส์น้ำมันเบนซินโดยเฉพาะ) ไม่มีข้อเท็จจริงที่ระบุว่าตลาดแยกต่างหากสำหรับบริการประมวลผลบัตรเครดิตและแฟรนไชส์

ดังนั้นด้วยเหตุผลหลายประการจึงสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่แยกจากกันไม่ได้เป็นปัญหา¹³⁸ สำหรับแฟรนไชส์แฟรนไชส์จะทราบข้อจำกัดและหน้าที่ตามสัญญาก่อนที่จะทำสัญญา การร้องเรียนเกี่ยวกับภาระผูกพันตามสัญญาดังกล่าวไม่ใช่เรื่องของการต่อต้านการผูกขาด

II. การกำหนดราคา

การอ้างสิทธิ์ในการกำหนดราคาล้มเหลวเนื่องจากความคลุมเครือ ศาลสรุปได้ทันทีว่าการร้องเรียนของ Rick-Mik ไม่มีรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับกำหนดราคาขายที่ผิดกฎหมาย ซึ่งข้อเรียกร้องของ Sherman Act มาตรา 1 ต้องเป็นการร้องเรียนที่มีข้อเท็จจริงเพียงพอ (ถือว่าเป็นความจริง) เพื่อเสนอว่ามีการทำข้อตกลงดังกล่าวที่จริง คำร้องเรียนดังกล่าวอ้างเพียงว่า Equilon สมคบคิดกับธนาคาร สมาคมธนาคารและสถาบันการเงินหลายแห่งทั่วสหรัฐอเมริกาเพื่อแก้ไขและรักษาเสถียรภาพของราคาค่าธรรมเนียมการดำเนินการบัตรเครดิตและบัตรเดบิตซึ่งโดยทั่วไปเรียกว่า ค่าธรรมเนียมส่วนลดสำหรับผู้ค้า ซึ่งเรียกเก็บจากโจทก์และสมาชิกของกลุ่มโจทก์เป็นตัวแทน EQUILON ได้รับค่าตอบแทนในรูปแบบของการรับเงินคืน จากธนาคาร สมาคมธนาคารและสถาบันการเงินหลายแห่งทั่วสหรัฐอเมริกาจากค่าธรรมเนียมส่วนลดสำหรับผู้ค้า เพื่อพิจารณาข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายในการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมการดำเนินการบัตรเครดิตและบัตรเดบิต และการผูกข้อตกลงซึ่งจะไม่ได้มีการคืนเงินให้กับแฟรนไชส์ของ EQUILON

¹³⁸ จากข้อสรุปนี้ศาลไม่จำเป็นต้องพิจารณาว่าข้อกล่าวหาการฟุ้งจะล้มเหลวภายใต้ “rule of reason”

ทั้งหมดที่ถูกกล่าวหาคือมีการตกลงเรื่องราคา แต่ไม่ได้มีการกล่าวถึงธนาคารผู้สมรู้ร่วมคิด หรือสถาบันการเงิน ลักษณะของการสมรู้ร่วมคิดหรือข้อตกลงไม่ได้ถูกกล่าวหา ประเภทของข้อตกลง ไม่ได้ถูกกล่าวหา และทฤษฎีที่มองเห็นได้ไม่เกี่ยวข้องกับกฎหมายต่อต้านการผูกขาด

หากข้อร้องเรียนคือ Equilon ตกลงกับธนาคารในเรื่องราคาเพื่อให้บริการประมวลผลบัตรเครดิตสำหรับแฟรนไชส์ซีจะต้องเป็นสัญญาขายธรรมดาไม่ใช่ข้อตกลงต่อต้านการผูกขาดที่ผิดกฎหมาย

หาก Equilon เป็นคู่แข่งกับธนาคารที่ไม่ปรากฏชื่อก็จะเป็นทฤษฎีการกำหนดราคาแนวนอน ซึ่งเป็นข้อตกลงระหว่างคู่แข่งในการกำหนดราคาในตลาด แต่ Equilon ไม่ได้แข่งขันกับธนาคารในตลาดบริการบัตรเครดิตและการร้องเรียนไม่ได้กล่าวหาการสมรู้ร่วมคิดในการกำหนดราคาดังกล่าว

หากข้อตกลงคือการกำหนดราคาขายปลีก การให้บริการบัตรเครดิตขั้นต่ำที่ซื้อจากธนาคาร โดย Equilon แล้วขายต่อให้กับแฟรนไชส์ซี ในเรื่องการกำหนดราคาขายต่อในแนวตั้งนั้นไม่ถูกต้องตามกฎการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด ซึ่งต้องใช้กฎแห่งเหตุผล (Rule of Reason) และยกเลิกรวิเคราะห์โดยใช้ หลักเกณฑ์ Per Se สำหรับข้อกล่าวหาเรื่องการกำหนดราคาในแนวตั้ง) สิ่งที่ถูกกล่าวหา ก็คือ Equilon ได้รับ เงินใต้โต๊ะ (หรืออาจเป็นค่าคอมมิชชั่น) จากธนาคารเพื่อบำเนินการธุรกรรมของแฟรนไชส์ซีของ Equilon ข้อตกลงดังกล่าวไม่ได้ละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด ซึ่งการปฏิเสธข้อเรียกร้องการกำหนดราคาของผู้จัดจำหน่ายส่งมอบและกำหนดราคาขายต่อผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตเพื่อให้ได้ค่าคอมมิชชั่น¹³⁹ ศาลแขวงในคดี Mesirow v. Pepperidge Farm, Inc., 703 F.2d 339, 343 (9th Cir.1983) ตัดสินอย่างถูกต้องว่า การร้องเรียนล้มเหลวในการระบุการเรียกร้องเรื่องการกำหนดราคาผิดกฎหมาย

III. การอนุญาตให้คัดค้าน

เมื่อ Rick-Mik คัดค้านการเคลื่อนไหวของ Equilon ที่จะยกฟ้องต่อหน้าศาลแขวง Rick-Mik กล่าวว่าควรได้รับการอนุญาตเพื่อให้แก้ไขคำฟ้อง หากศาลแขวงมีแนวโน้มที่จะพบความล้มเหลวในการระบุข้อเรียกร้องแต่อย่างไรก็ตามศาลแขวงเพียงแต่ให้การเคลื่อนไหวของ Equilon ในการยกฟ้องทั้งหมด (ถึงห้าข้อหา) หลังจากยกเลิกรับจำนวนดังกล่าว Rick-Mik ก็ไม่ได้พยายามแก้ไขใดๆ

¹³⁹ การเรียกร้องการต่อต้านการผูกขาดตามกฎหมายของรัฐเป็นสิ่งที่แตกออกมาจากการเรียกร้องทางกฎหมายของรัฐบาลกลาง เนื่องจากการเรียกร้องของรัฐบาลกลางล้มเหลวกฎหมายของรัฐจึงล้มเหลว County of Tuolumne v. Sonora Cmty. Hosp., 236 F.3d 1148, 1160 (9th Cir.2001).

Rick-Mik ไม่ได้กล่าวถึงการอนุญาตเพื่อแก้ไขในบทสรุปเปิดเรื่องเกี่ยวกับการอุทธรณ์ Equilon ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการละเลยนี้ Rick-Mik ตอบในคำตอบสั้นๆ ว่าอย่างน้อยก็ควรได้รับโอกาสในการแก้ไขข้อร้องเรียน ด้วยการรอนจนกว่าจะตอบกลับสั้นๆ Rick-Mik จึงสละข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการอนุญาตเพื่อแก้ไข แต่การสละสิทธิ์ดังกล่าวไม่ถือเป็นเด็ดขาดศาลสามารถตรวจสอบปัญหาที่ไม่ได้ยกขึ้นในบทสรุปของผู้ร้องหากการไม่ทำเช่นนั้นจะส่งผลให้เกิดความไม่ยุติธรรมอย่างชัดเจน

ประการแรก Rick-Mik ไม่จำเป็นต้องได้รับอนุญาตให้แก้ไขต่อหน้าศาลแขวงซึ่งหากต้องการแก้ไขข้อร้องเรียนอย่างแท้จริง ภายใต้กฎหมายของรัฐบาลกลางว่าด้วยวิธีพิจารณาความแพ่ง 15 (a) วางหลักไว้ว่า “คู่สัญญาอาจแก้ไขคำร้องของตนได้ครั้งเดียว ก่อนที่จะมีการตอบสนองคำร้องนั้น” และอาจมีการยื่นคำร้องที่มีการแก้ไขเพิ่มเติมแม้ว่าศาลแขวงจะอนุญาตให้มีการเคลื่อนไหวก็ตาม ดังนั้นภายใต้กฎหมายมาตรา 15 (a) Rick-Mik มีสิทธิโดยสมบูรณ์ในการแก้ไขซึ่งสิทธิดังกล่าวจะสิ้นสุดลงเมื่อมีการยื่นคำร้องที่ตอบสนอง (เช่นคำตอบ) หรือการตัดสินขั้นสุดท้ายหลังจากการเพิกถอนของการกระทำที่เกิดขึ้น

ประการที่สอง สมมติว่า Rick-Mik ยังคงมีสิทธิในการขอแก้ไขคำฟ้องหลังจากศาลแขวงยกฟ้องก็สามารถสละสิทธิ์อีกครั้งโดยอนุญาตให้มีการพิจารณาพิพากษาเพื่อให้สามารถอุทธรณ์การเลิกจ้างได้ ตาม *Jarvis v. Regan*, 833 F.2d 149, 155 (9th Cir.1987) “ในกรณีที่มีคำพิพากษาถึงที่สุดหลังจากมีการยกเลิกการดำเนินการโจทก์จะไม่มีสิทธิแก้ไขคำฟ้องอีกต่อไป” หลังจากศาลแขวงยกเลิกการนับการต่อต้านการผูกขาด Rick-Mik ได้กำหนดให้ Equilon ยกเลิกการนับที่เหลือและอนุญาตให้มีการตัดสินโดยเฉพาะเพื่อให้สามารถอุทธรณ์การอนุญาตให้มีการเคลื่อนไหวเพื่อยกเลิกการนับอื่นๆ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวถือเป็นการสละสิทธิ์ในการแก้ไข¹⁴⁰

ดังนั้นศาลจึงปฏิเสธที่จะควบคุมตัวเพื่อให้ Rick-Mik แก้ไขคำร้องเรียน

บทสรุป

การร้องเรียนของ Rick-Mik มีข้อบกพร่องโดยพื้นฐาน การร้องเรียนล้มเหลวในการกล่าวหาในเรื่องของอำนาจทางการตลาดในตลาดผลิตภัณฑ์ที่ขายพ่วงที่เกี่ยวข้อง (แฟรนไชส์น้ำมันเบนซินไม่ใช่ น้ำมันเบนซินขายปลีก) แฟรนไชส์ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่แยกจากกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพ่วงจากบริการประมวลผลบัตรเครดิต แต่การประมวลผลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของแฟรนไชส์ ข้อกล่าวหา

¹⁴⁰ Equilon ยื่นคำตอบไม่นานหลังจากคำสั่งของศาลแขวงที่อนุญาตให้ถอดถอน อย่างไรก็ตามคำตอบตอบสนองเฉพาะจำนวนที่เหลือ (นับห้า) ที่ไม่ได้ระบุไว้ในการเคลื่อนไหวเพื่อยกเลิก

เกี่ยวกับการกำหนดราคานั้นคลุมเครืออย่างไม่น่าเชื่อถือ และคำถามเกี่ยวกับการแก้ไขเพิ่มเติมของการร้องเรียนถูกเพิกถอน

3.1.3.3 Osborn v. Sinclair Refining Co., 171 F. Supp.37

ตัดสินโดย United States Court of Appeals for the Fourth Circuit

ตัดสินเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 1963

ผู้อุทธรณ์ขอให้มีการทบทวนคำพิพากษาจากศาลแขวงซึ่งระบุว่าการยุติการเป็นตัวแทนจำหน่ายของ ผู้อุทธรณ์ในการดำเนินการขายพวงนั้นไม่ถือเป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด และการยุติดังกล่าวไม่ได้ทำให้ผู้อุทธรณ์ได้รับความเสียหายภายใต้มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton, 15 U.S.C.S. § 15.

ภาพรวม

คำขออุทธรณ์ก่อนหน้านี้ที่ตัดสินให้บริษัทกลั่นน้ำมันมีความผิดฐานมีส่วนร่วมในการขายพวงที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ในการต่อต้านการแข่งขันในการค้าภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดและพบว่า การปฏิเสธที่จะติดต่อกับเจ้าของปั๊มน้ำมันผู้อุทธรณ์ต่อไปเป็นการดำเนินการที่ผิดกฎหมาย คดีดังกล่าวถูกส่งกลับเพื่อพิจารณาความเสียหายที่เรียกคืนได้ของผู้อุทธรณ์เท่านั้น ผู้อุทธรณ์ขอให้ตรวจสอบคำตัดสินของศาลแขวงที่ว่า การยุติการเป็นตัวแทนจำหน่ายว่าไม่ได้เป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดและไม่ได้รับอนุญาตให้ผู้อุทธรณ์ได้รับค่าเสียหายสามเท่า (Treble Damages) ภายใต้มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton (มาตรา) 15 U.S.C.S. § 15 เว้นแต่จะเป็นการยับยั้งทางการค้าที่ไม่มีเหตุผล ศาลอุทธรณ์กลับคำพิพากษาโดยถือได้ว่าขัดแย้งโดยตรงกับมาตราดังกล่าว ผู้อุทธรณ์มีสิทธิเรียกคืนความเสียหายที่เกิดจากการปฏิเสธที่จะค้าขายซึ่งเป็นส่วนหนึ่งและเป็นกลุ่มของการละเมิดการต่อต้านการผูกขาด ซึ่งเป็นนโยบายที่ผิดกฎหมายของผู้อุทธรณ์ในการจำกัดสิทธิในการเลือกลูกค้า

ผล

ศาลกลับคำตัดสินของศาลแขวงในการตัดสินว่าผู้อุทธรณ์ไม่มีสิทธิได้รับค่าเสียหายอันเป็นผลมาจากการที่ ผู้อุทธรณ์ปฏิเสธที่จะจัดการในการละเมิดการขายพวง การผูกขาด การต่อต้านการผูกขาด เนื่องจากการตัดสินขัดแย้งโดยตรงกับสิทธิตามกฎหมายในการเรียกค่าเสียหายและศาลสั่งให้กำหนดค่าธรรมเนียมทนายความ

นี่คือการฟ้องร้องการต่อต้านการผูกขาดส่วนตัวภายใต้มาตรา 15 U.S.C.A. § 15. โจทก์ (Osborn) อ้างว่าสัญญาเช่าสถานีบริการน้ำมันและสัญญาซื้อขายของตัวแทนจำหน่ายถูกยกเลิกโดยจำเลย

(Sinclair) ในการดำเนินการจากความพยายามของ Sinclair ที่จะผูกขาดการขายยางรถยนต์แบบเตอรี และอุปกรณ์เสริม (TBA) ให้กับตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันใน Maryland และ/หรือการรวมกันหรือการสมรู้ร่วมคิดระหว่าง Sinclair และ Goodyear Tire และ Rubber Company (Goodyear) เพื่อยับยั้งการค้าในผลิตภัณฑ์เหล่านั้น
ข้อเท็จจริง¹⁴¹

Sinclair เป็นบริษัทผู้กลั่นน้ำมันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมในการค้าระหว่างรัฐ และ Sherwood Bros., Inc. (Sherwood) ซึ่งเดิมเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอิสระในรัฐ Maryland และต่อมาได้กลายมาเป็นบริษัทในเครือของ Sinclair ในปี 1935 และหลังจากนั้นก็ขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของ Sinclair เป็นส่วนใหญ่ในรัฐ Maryland และในพื้นที่เล็กๆ ของรัฐที่อยู่ติดกัน จนถึงสิ้นปี 1955 เมื่อ Sherwood ถูกรวมเข้ากับ Sinclair ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 1956 Sinclair ได้ดำเนินการผ่านแผนธุรกิจของ Sherwood ซึ่งก่อนหน้านี้ได้ดำเนินการโดย Sherwood ซึ่งคำว่า Sherwood จะใช้ในที่นี้เพื่อให้ความหมายรวมถึงทั้ง Sherwood Bros., Inc. และ Sherwood Division of Sinclair เว้นแต่บริบทใดจะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

โดยก่อนที่จะกลายเป็นบริษัทในเครือของ Sinclair Sherwood ได้ดำเนินการสถานีบริการน้ำมันด้วยพนักงานของตนเอง และต่อมาประมาณปี 1936 อันเป็นผลมาจากการบังคับใช้กฎหมายค่าจ้างและชั่วโมงและการประกันสังคมโดยสภาองค์กรและกฎหมายที่เรียกเก็บภาษีของกลุ่มร้านขายปลีกที่มีเจ้าของเดียวกันในหลายรัฐ Sinclair และ Sherwood ได้มีการเปลี่ยนเป็นนโยบายการให้เช่าสถานีบริการน้ำมันแก่ตัวแทนจำหน่าย หลังจากนั้น Sinclair และ Sherwood พยายามที่จะหลีกเลี่ยงการควบคุมการดำเนินงานสถานีบริการน้ำมันของตนเนื่องจากจะทำให้พวกเขาต้องรับผิดชอบภายใต้กฎหมายเหล่านั้น

โจทก์ Sinclair ได้รับการว่าจ้างจาก Sherwood ในปี 1932 ในฐานะผู้ดูแลและต่อมาก็ได้เป็นผู้จัดการสถานีบริการน้ำมันใน Reisterstown, Baltimore County, Maryland ณ จุดที่ Westminster และ Hanover Roads รวมตัวกันเป็นถนน Reisterstown ในปี 1936 โจทก์เช่าสถานีบริการน้ำมันจาก Sherwood ซึ่งต่อมาสัญญาเช่านั้นถูกยกเลิกในปี 1948 และมีการดำเนินการทำ

¹⁴¹ "Osborn V. Sinclair Refining Co., ," (United States District Court for the District of Maryland, 1959).

สัญญาเช่าใหม่ซึ่งดำเนินต่อไปแบบปีต่อปีจนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 1956 ซึ่งมันถูกยกเลิกโดย Sherwood

Goodyear ซึ่งเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์และผลิตภัณฑ์อื่นๆ และเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ TBA ได้มีรูปแบบซึ่งรวมถึงยางรถยนต์และแบตเตอรี่ สินค้าในบ้านและรถยนต์ทุกประเภทตั้งแต่หัวเทียนไปจนถึงไฟส่องเฉพาะจุดและของเล่นเด็กไปจนถึงเรือยนต์และรวมทั้งเครื่องทำความเย็นในห้อง ซึ่ง Goodyear TBA ทั้งหมดที่ขายในรัฐ Maryland แต่จะมีการผลิตขึ้นนอกรัฐ

ยอดขายน้ำมันเบนซินทั้งหมดใน Maryland ในปี 1952 จะอยู่ที่ 638,000,000 แกลลอน ในปี 1956 จะอยู่ที่ 817,000,000 แกลลอน ซึ่งในช่วงเวลาเดียวกันภาษีของ Sherwood ที่ขายใน Maryland มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจาก 77,000,000 เป็น 87,000,000 โดยน้ำมันเบนซินยี่ห้อแข่งขัน 14 ยี่ห้อซึ่งถูกขายในรัฐ Maryland และรวมถึงยางและท่อ 16 ชิ้น แบตเตอรี่ 14 ชิ้นและไส้กรอง น้ำมันหลายยี่ห้อ สายพาน พัดลม หัวเทียน และสินค้า TBA อื่นๆ

ในปี 1954 ถึง 1956 มีตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันกว่า 2,300 แห่งในรัฐ Maryland รวมถึง 1,000 แห่งในเขตการตลาดของเมือง Baltimore ซึ่งทำงานหลักในการขายน้ำมันเบนซิน แต่ก็ขาย TBA ด้วยและมีตัวแทนจำหน่าย TBA อื่นๆ อีกประมาณ 200 แห่งในรัฐซึ่งครึ่งหนึ่งซึ่งอยู่ในเขต Baltimore มีตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมัน 300 แห่งใน Maryland ที่ขายผลิตภัณฑ์ของ Sinclair รวมถึงอีก 200 แห่งในเขตเมือง Baltimore มีร้านค้าอื่นๆ ประมาณ 300 แห่ง และร้านค้าอยู่ซ่อมรถ เป็นต้น ที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของ Sinclair

ในปี 1956 มีสถานประกอบการ 28 แห่งขายน้ำมันเบนซินใน Reisterstown และบริเวณโดยรอบซึ่ง 22 แห่งขายยี่ห้อต่างๆ ของ TBA และมีร้านจำหน่ายยานยนต์แห่งหนึ่งบนถนน Reisterstown ใน Reisterstown มีสถานีบริการน้ำมันของ Sinclair 2 แห่ง มีสถานีบริการน้ำมันของ Esso 2 แห่ง มีสถานีบริการน้ำมันของ Sunoco 1 แห่งและมีร้านค้าขนาดใหญ่ของ Sinclair 3 แห่ง

Goodyear ขาย TBA ให้กับตัวแทนจำหน่ายตามสัญญาจำนวนมาก เช่น ร้านขายยางและสถานีบริการน้ำมันซึ่งมีจำนวนธุรกิจเพียงพอที่จะมีสิทธิได้รับส่วนลดต่างๆ ที่ให้กับตัวแทนจำหน่าย ซึ่งตัวแทนจำหน่ายดังกล่าวทั้งหมดถูกเรียกเก็บเงินจาก Goodyear ในราคาขายปลีกและหักส่วนลดที่เกี่ยวข้องตามปริมาณการซื้อของตัวแทนจำหน่ายแต่ยกเว้นในบางกรณีที่มีส่วนลดมากขึ้นก็จะได้รับอนุญาตให้พบเจอกับการแข่งขันและนอกจากนี้ Goodyear ยังจ่ายโบนัส (ส่วนลดเพิ่มเติม) ตามยอดซื้อประจำปีทั้งหมด โดยตัวแทนจำหน่ายตามสัญญาขายจะทำการขายปลีกให้กับผู้บริโภคและขายส่ง

ให้กับตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันขนาดเล็ก ตัวแทนจำหน่ายยางรถบรรทุกและผู้บริโภคเชิงพาณิชย์ โดย Goodyear จะเป็นผู้ดำเนินการร้านค้าซึ่งมีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง

ในขณะที่ Sherwood ดำเนินการสถานีบริการน้ำมันด้วยพนักงานของตนเอง แต่ก็ขาย Firestone TBA ผ่านสถานีบริการน้ำมันเหล่านั้น ซึ่งหลังจากสถานีบริการน้ำมันได้ถูกเช่าโดยตัวแทนจำหน่าย Sherwood ได้มีการพูดคุยกับ Firestone โดยจะได้รับค่าคอมมิชชั่นจาก Firestone ซึ่งเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายและการขายผลิตภัณฑ์ Firestone ผ่านผู้เช่าและตัวแทนจำหน่าย Sinclair มีการจัดการตัววาจาที่คล้ายคลึงกันกับ Goodyear และหลังจากที่ Sherwood กลายเป็นบริษัทในเครือของ Sinclair Sherwood ก็ได้ยุติข้อตกลงกับ Firestone และมีจัดการปากเปล่าแบบเดียวกันกับ Goodyear

ในปี 1944 ข้อตกลงของ Sherwood และ Goodyear ลดลงเป็นการเขียนในรูปแบบของจดหมาย Goodyear ถึง Sherwood ซึ่งมีข้อความบางส่วนดังนี้

“ตอนนี้เรายืนยันการพูดคุยกับคุณเกี่ยวกับบริการที่คุณจะให้ในช่วงสมุดของปี 1944 และหลังจากนั้นจากนั้นเดือนต่อเดือน เว้นแต่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะยกเลิกโดยการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรสามสิบ (30) วันเพื่อส่งเสริมการขายยาง Goodyear (ปลอกและท่อ) แบตเตอรี่และสินค้าที่ระบุไว้ในส่วน I, II และ III ของแคตตาล็อก รถยนต์และอุปกรณ์ในบ้านของเราโดยเสริมเป็นครั้งคราว (เรียกในที่นี้ว่า สินค้ารถยนต์และบ้าน) ผ่านร้านจำหน่ายอิสระดังกล่าว ตามที่มีส่วนร่วมหรือเสนอให้มีส่วนร่วมในการขายผลิตภัณฑ์ของคุณและตามที่จะได้รับการตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรกับคุณเป็นครั้งคราว”

“ในช่วงเวลาที่กล่าวถึงเป็นที่เข้าใจกันว่า คุณจะช่วยเหลือเราในการขายและส่งเสริมการขายสินค้าข้างต้นให้กับลูกค้าดังกล่าวและตามคำขอของเราเป็นครั้งคราว คุณจะให้ตัวแทนภาคสนามของคุณ โทรหาลูกค้าเหล่านี้ใน บริษัทด้วย พนักงานขายของเราและคนอื่นๆ และจะร่วมมือและช่วยเหลือเราในความพยายามของเราในการส่งเสริมและสนับสนุนการขายสินค้าดังกล่าว โดยลูกค้าที่เราจะขายสินค้าดังกล่าวในการให้สิทธิในการยอมรับหรือปฏิเสธคำสั่งซื้อใดๆ ที่ได้รับจากลูกค้าจะอยู่กับเราตลอดเวลา” “คุณจะเห็นว่าสำนักงานภาคสนามของคุณทำงานร่วมกับเราอย่างกระตือรือร้นเพื่อช่วยเหลือเราอย่างเต็มที่ในขอบเขตที่เป็นไปได้ในการจัดการกับลูกค้าเหล่านี้ทั้งหมด คุณจะต้องรักษาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเพียงพอตลอดเวลาเพื่อให้บริการที่เรียกร้องในที่นี้อย่างสม่ำเสมอและมีประสิทธิภาพ”

ข้อตกลงดังกล่าวมีเงื่อนไขว่า Goodyear ควรจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้ Sherwood 10% สำหรับการขายยางและแบตเตอรี่ที่ขายให้กับร้านตัวแทนจำหน่ายของ Sherwood ค่าคอมมิชชั่น 7

1/2% สำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวที่ขายให้กับตัวแทนจำหน่าย Sherwood และค่าคอมมิชชั่น 5% ถึง 10% สำหรับสินค้ารถยนต์และบ้านโดย Sherwood ถูกห้ามมิให้จ่ายค่าคอมมิชชั่นส่วนใดส่วนหนึ่งให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ในปี 1944 มีการทำข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรครั้งแรกระหว่าง Sinclair และ Goodyear ได้แก่ “จดหมายยางและแบตเตอรี่” ที่ Goodyear จัดเตรียมไว้สำหรับการขายให้กับ Sinclair สำหรับยาง ท่อและแบตเตอรี่เพื่อขายต่อให้กับผู้ถือแฟรนไชส์ TBA ของ Sinclair¹⁴² ซึ่งเชื่อมโยงไปยังข้อความในบันทึกว่าผู้ดูแลสินค้าคงคลังของ Goodyear ซึ่ง Sinclair ไม่เคยมีไว้ในครอบครองหรือมีความเสี่ยงต่อการสูญหายของสินค้าดังกล่าวหรือมากกว่าชื่อในช่วงขณะ โดยคำสั่งซื้อจะถูกส่งไปยัง Goodyear โดยตรง โดยผู้ถือแฟรนไชส์และสินค้าจะถูกส่งโดย Goodyear ไปยังพวกเขา โดยตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันจะให้คำสั่งซื้อสินค้าของ Goodyear กับพนักงานขายของ Sinclair และพนักงานขายของ Goodyear ตลอดจนพนักงานขายสำหรับผู้ถือแฟรนไชส์ ซึ่งพนักงานขายเหล่านี้จะส่งคำสั่งซื้อทั้งหมดไปยังผู้ถือแฟรนไชส์ ภายใต้แผนการซื้อและขายตอนนี้ Sinclair จะมีการส่งเสริมการขายสินค้าของ Goodyear และในลักษณะเดียวกับที่ Sherwood ทำภายใต้แผนการขาย นอกจากนี้ Sinclair และ ผู้ถือแฟรนไชส์ยังจัดการการปรับเปลี่ยนทั้งหมดสำหรับสินค้าที่มีข้อบกพร่องและ Sinclair ก็จัดการการเรียกเก็บเงิน การให้เครดิตและการรวบรวมและการรับความเสี่ยงด้านเครดิต ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าการกำหนดให้แฝงอยู่ในการจำหน่ายยางและแบตเตอรี่ไม่สามารถทำได้สำเร็จและ Sinclair จะไม่ได้รับประโยชน์ใดๆ จากสิ่งนั้น หาก Goodyear ขายยาง ท่อและแบตเตอรี่จำนวนมากให้กับสถานีบริการน้ำมันของ Sinclair โดยตรง อย่างไรก็ตามมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่องระหว่างผู้ถือแฟรนไชส์ของ Sinclair และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Goodyear รายอื่นๆ

ไม่มีข้อผูกมัดตามสัญญาหรือข้อผูกมัดทางกฎหมายอื่นใดสำหรับตัวแทนจำหน่ายของผู้เช่า Sherwood หรือ Sinclair ในการซื้อ Goodyear TBA หรือการละเว้นจากการซื้อผลิตภัณฑ์ TBA อื่นๆ โดยตัวแทนจำหน่ายสามารถรับสิทธิประโยชน์จากการซื้อในปริมาณมากจากผู้ผลิตยางรายอื่นและนักการตลาด TBA ในทางปฏิบัติตัวแทนจำหน่าย Sherwood ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ TBA ประเภทต่างๆ และในปริมาณที่สามารถแข่งขันได้จากผู้ผลิตรายอื่น ซึ่ง Sinclair และ Goodyear เห็นด้วย

ภายใต้นโยบายของ Sinclair จะไม่ดำเนินการและจะไม่ดำเนินการหรือพยายามใช้การควบคุมหรือใช้อำนาจใดๆ ทั้งทางตรงทางอ้อมโดยการบีบบังคับหรืออื่นๆ ผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือ

¹⁴² จดหมายฉบับนี้ยังครอบคลุมถึงการขายต่อสินค้าดังกล่าวโดย Sinclair ผ่านร้านค้าที่ดำเนินการโดย บริษัทแต่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องใดๆ ในกรณีนี้

ขั้นตอนใดๆ ของการดำเนินธุรกิจของเขาไม่ว่า Sinclair จะเป็นเจ้าของโดยเสียค่าธรรมเนียมหรือถือครองภายใต้การเช่าพื้นที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานีสervisน้ำมันอื่นๆ ที่ตัวแทนจำหน่ายครอบครองและดำเนินการในฐานะผู้รับจ้างอิสระและผู้ค้าตามสิทธิของเขาเอง และ Sinclair ได้มีการขอเป็นพิเศษว่า Goodyear จะไม่ถามหรือคาดหวังว่าจะมีการใช้อำนาจควบคุมหรืออำนาจดังกล่าว และ Goodyear จะไม่อนุญาตให้พนักงานขายหรือตัวแทนภาคสนามหรือสำนักงานอื่นๆ ดำเนินการเพื่อใช้การควบคุมหรืออำนาจดังกล่าวที่เกี่ยวข้องกับช่วงใดๆ ของข้อตกลง นโยบายนี้รวมอยู่ในคู่มือปฏิบัติงานของ Sinclair ซึ่ง Sherwood ใช้

ทั้ง Sherwood และ Sinclair ไม่ได้ขายหรือส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของ Goodyear TBA ให้กับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ตัวแทนจำหน่ายของ Sherwood หรือ Sinclair ข้อตกลงต่างๆ กับ Goodyear จะมีการพิจารณาเฉพาะการส่งเสริมการขาย TBA ให้กับผู้จัดจำหน่ายค้าปลีกที่มีอยู่หรือในอนาคตของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของ Sinclair และการซื้อโดย Sinclair¹⁴³ สำหรับยางและแบตเตอรี่เพื่อขายต่อไปยังร้านค้าปลีกดังกล่าว วัตถุประสงค์หลักของผู้จัดจำหน่ายของ Sherwood และ Sinclair ในการบรรลุข้อตกลงเหล่านี้คือการจัดหาผลิตภัณฑ์ TBA เต็มรูปแบบให้กับสถานีสervisน้ำมันที่จัดการผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของ Sinclair ซึ่งคู่สัญญาตกลงกันว่าเป็นที่พึงปรารถนาสำหรับตัวแทนจำหน่ายที่จะสามารถให้บริการแบบครบวงจรแก่ประชาชนที่ใช้ยานยนต์ได้และความพร้อมของ TBA ที่สมบูรณ์ที่สถานีสervisน้ำมันจะดึงดูดลูกค้าสำหรับน้ำมันเบนซิน น้ำมันและบริการอื่นๆ ที่ตัวแทนจำหน่ายมีข้อเสนอภายใต้ข้อตกลงที่ Sherwood และ Sinclair มีกับ Goodyear ซึ่งตัวแทนจำหน่ายของพวกเขามีแหล่งจัดหาผลิตภัณฑ์ TBA ที่โฆษณาในระดับประเทศภายใต้ชื่อแบรนด์ที่มีชื่อเสียง โดยตัวแทนจำหน่ายสามารถคาดหวังเรื่องการจัดส่งที่รวดเร็ว ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องขนส่งสินค้าคงเหลือมากเกินไป เขาสามารถขายยาง ท่อ แบตเตอรี่และผลิตภัณฑ์ Goodyear TBA อื่นๆ ของ Goodyear ในบัตรเครดิตของ Sinclair ได้ โดยไม่ต้องเพิ่มเครดิตให้ตัวเอง ซึ่งตัวแทนจำหน่ายสถานีสervisน้ำมัน Sherwood-Sinclair จะได้รับประโยชน์บางประการจากข้อตกลงระหว่าง Sherwood-Sinclair และ Goodyear แม้ว่าพวกเขาจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการจัดการ แบรนด์ TBA ที่โฆษณาในระดับประเทศอื่นๆ ก็ตาม

ข้อตกลงระหว่าง Sherwood และ Goodyear ในปี 1944 มีผลบังคับใช้เมื่อ Sherwood กลายเป็นแผนกหนึ่งของ Sinclair ในวันที่ 1 มกราคม 1956 จากนั้นข้อตกลง ยางและแบตเตอรี่ระหว่าง Sinclair กับ Goodyear และข้อตกลงรถยนต์และบ้าน มีผลบังคับใช้กับ Sherwood ซึ่งการ

¹⁴³ และโดย Sherwood หลังจากวันที่ 1 มกราคม 1956

เปลี่ยนแปลงดังกล่าวสร้างความแตกต่างเล็กน้อยในรายได้สุทธิให้กับ Sherwood แต่ไม่มีผลกับราคา
ที่ตัวแทนจำหน่ายของ Sherwood จ่ายให้กับ Goodyear TBA

ก่อนวันที่ 1 มกราคม 1956 Goodyear ได้ชักชวนให้ซื้อยาง ท่อและแบตเตอรี่โดยตรงจาก
ตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันของ Sherwood และได้จ่ายค่าคอมมิชชั่นให้ Sherwood จาก
ยอดขายทั้งหมดดังกล่าว หลังจากวันที่ 1 มกราคม 1956 บริษัท Brooks-Huff Tire Company ซึ่ง
เป็น บริษัทขายของ Goodyear และเป็นตัวแทนจำหน่ายแบตเตอรี่ใน Baltimore ได้ยกเลิกแฟรน
ไชส์กับ Goodyear และกลายเป็นผู้ถือแฟรนไชส์ Sinclair หลังจากนั้น Goodyear ก็ไม่ได้ชักชวนให้
ซื้อยาง ท่อและแบตเตอรี่โดยตรงจากตัวแทนจำหน่ายของ Sherwood ในเขตเมือง Baltimore อีก
ซึ่งการขายดังกล่าวเกิดขึ้นโดย Brooks-Huff หรือโดยผู้ถือแฟรนไชส์ Sinclair รายอื่น ยกเว้นในกรณี
ที่แยกต่างหากที่ตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันต้องการซื้อโดยตรงจาก Goodyear หลังจากวันที่
1 มกราคม 1956 Sherwood ได้รับกำไรจากการขายทั้งหมดให้กับ Brooks-Huff แต่ไม่ได้รับกำไร
หรือค่าคอมมิชชั่นจากการขายยาง ท่อและแบตเตอรี่ใดๆ ที่ผลิตโดย Goodyear direct ก่อนปี 1956
โจทก์ได้ซื้อ Goodyear TBA โดยตรงจาก Goodyear และไม่นานหลังจากวันที่ 1 มกราคม 1956
ตัวแทนฝ่ายขายของ Sherwood บอกกับโจทก์ว่าเขาไม่ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายของ Goodyear อีก
ต่อไปและเขาควรซื้อยาง ท่อและแบตเตอรี่ของ Goodyear จาก Brooks-Huff และในช่วงเวลา
เดียวกันพนักงานขายของ Goodyear กล่าวว่าเขาจะไม่รับคำสั่งซื้อสินค้าดังกล่าวจากโจทก์อีกต่อไป
อย่างไรก็ตามโจทก์สามารถซื้อยาง ท่อและแบตเตอรี่ของ Goodyear จาก Brooks-Huff ได้ในเงื่อนไข
และส่วนลดเดียวกันกับที่ซื้อโดยตรงจาก Goodyear ก่อนวันที่ 1 มกราคม 1956 และโจทก์สามารถ
ซื้อรถยนต์และผลิตภัณฑ์สำหรับบ้านของ Goodyear ได้โดยตรงจาก Goodyear ทั้งก่อนและหลัง
วันที่ 1 มกราคม 1956

ผู้จัดจำหน่าย Goodyear รายอื่นใน Baltimore และที่อื่นๆ ยังคงแข่งขันกันเพื่อทำธุรกิจ
TBA ของตัวแทนจำหน่าย Sherwood และโจทก์ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์ TBA ทุกชนิดจากร้านค้าส่งใน
Baltimore, Reisterstown, Westminster หรือที่ใดก็ตามที่เขาเลือก
Sherwood ยกย่อง Goodyear TBA อย่างครบถ้วนเป็นหนึ่งในสายงานของ Sherwood และไม่
พอใจเมื่อตัวแทนจำหน่ายมีสินค้าจำนวนมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์ TBA อื่นๆ Sherwood และ Sinclair เชื่อ
ว่าทั้งพวกเขาและตัวแทนจำหน่ายจะได้รับประโยชน์หากตัวแทนจำหน่ายจัดการ TBA ในปริมาณที่
เหมาะสมและโดยปกติแล้วพวกเขาต้องการให้ตัวแทนจำหน่ายมีสายงานของ Goodyear

การซื้อ Goodyear TBA ได้รับการหารือโดย Sherwood กับผู้เช่าที่คาดหวังว่าพวกเขาได้รับแจ้งว่ามีการระบุตัวตนทั่วไประหว่างชื่อของ Sinclair และ Goodyear ทั่วประเทศและ Sherwood ชอบที่จะเห็นชื่อเหล่านั้นรวมตัวกันจนถึงขณะที่การให้บริการแก่ประชาชนที่ใช้ยานยนต์ ซึ่งขั้นตอนปกติคือการลงนามในสัญญาเช่าและข้อตกลงการขาย ตัวแทนจำหน่ายและเพื่อประกันคำสั่งซื้อ TBA เริ่มต้นพร้อมกัน Sherwood ได้สร้างความประทับใจให้กับพนักงานขายถึงความปรารถนาของตัวแทนจำหน่ายที่มีผลิตภัณฑ์ Goodyear TBA 100% ในทางกลับกันพวกเขาใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ในการชักชวนให้ตัวแทนจำหน่ายซื้อ Goodyear TBA ตามความต้องการของสายงานอื่นๆ

ไม่ใช่การปฏิบัติของ Sherwood หรือ Sinclair ในการห้ามไม่ให้ตัวแทนจำหน่ายของตนแสดงป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์ TBA ในสถานที่เช่านอกเหนือจาก Goodyear TBA ซึ่งพวกเขามักจะขอให้ตัวแทนจำหน่ายลบป้ายดังกล่าว แต่พวกเขาไม่ได้บังคับให้ตัวแทนจำหน่ายลบออกและสถานีบริการน้ำมัน Sherwood หลายแห่งก็ได้มีการแสดงป้ายโฆษณาอื่นๆ ของ TBA

Sherwood ได้มีการกำหนดโควต้า TBA เป็นประจำทุกปีสำหรับแต่ละพื้นที่ที่ตัวแทนขายครอบคลุม แต่โดยปกติแล้วไม่ได้มีการกำหนดโควต้าให้กับตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่ง โดยปกติตัวแทนขายจะพูดคุยกับตัวแทนจำหน่ายเกี่ยวกับระดับการขายของ Goodyear TBA ซึ่งพวกเขาคิดว่าตัวแทนจำหน่ายควรจะไปถึง Sherwood และแจกจ่ายผ่านแบบฟอร์มเปล่าของตัวแทนขายเพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายใช้ในการคำนวณศักยภาพและธุรกิจ TBA ที่แท้จริงของเขา แต่ไม่ต้องการให้ตัวแทนจำหน่ายทั้งหมดใช้พนักงานภาคสนามจัดทำรายงานที่แสดงให้เห็นว่า TBA ยี่ห้อใดบ้างที่ตัวแทนจำหน่ายหลายรายแสดงไว้ และเกือบทั้งหมดได้มีการจัดการ Goodyear TBA แต่ไม่มีตัวแทนจำหน่ายที่จัดการ Goodyear TBA โดยเฉพาะ Sherwood จะมีการจัดประชุมการขายในทุกฤดูใบไม้ผลิซึ่งตัวแทนจำหน่ายได้รับการกระตุ้นให้พยายามมากขึ้น โดย John R. Sherwood ประธานบริษัท โดยความสำคัญหลักๆ คือแกลลอนน้ำมันเบนซิน แต่เขาบอกชัดเจนปีแล้วปีเล่าว่าเขาไม่พอใจกับยอดขาย TBA ซึ่งมีความขัดแย้งในคำให้การเกี่ยวกับสิ่งที่พูดในการประชุมครั้งใดครั้งหนึ่งในหรือประมาณปี 1949 เป็นการยากที่ใครจะจำสิ่งที่ได้กล่าวไว้เมื่อ 10 ปีก่อน แต่ฉันพบว่าตัวแทนจำหน่ายเข้าใจและ Sherwood ตั้งใจให้พวกเขาเข้าใจว่า สัญญาเช่าบางส่วนจะถูกยกเลิก เว้นแต่พวกเขาจะซื้อ Goodyear TBA เพิ่มเติม ¹⁴⁴ ประมาณปี 1950 Sherwood ตั้งเป้าหมายยอดขาย TBA

¹⁴⁴ คำให้การที่เกี่ยวข้องกับการสนทนาในหมู่ผู้ค้าทันทีหลังจากคำพูดของนาย Sherwood เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ในการแสดงความเข้าใจในสิ่งที่เขาพูดและโดยการอนุมานจากสิ่งที่เขาตั้งใจให้พวกเขาเข้าใจ ดังนั้นคำให้การของโจทก์ว่า

หนึ่งล้านดอลลาร์ซึ่งยังไม่ถึงปี 1959 Sinclair คำนวณว่ายอดขาย TBA 35 เหยี่ยต่อยอดขายน้ำมันเบนซิน 1,000 แกลลอนซึ่งเป็นโควต้าที่สมเหตุสมผล และตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมัน Sherwood โดยรวมกำลังซื้อเพียงครั้งเดียวของจำนวนนั้น และแน่นอนว่าตัวแทนจำหน่ายบางรายซื้อสินค้าในระดับที่สูงกว่ารายอื่นๆ บริษัทฯ ได้กำหนดศักยภาพของสถานีบริการน้ำมันไว้ที่ 135 ดอลลาร์ของยอดค้าปลีก TBA ต่อน้ำมันเบนซิน 1,000 แกลลอน นั้นหมายถึงการขายส่ง 90 ดอลลาร์ต่อ 1,000 แกลลอน ดังนั้นโควต้าของ Sherwood ที่ 35 ดอลลาร์ต่อ 1,000 แกลลอนจึงไม่ดูไม่มีเหตุผล

Sherwood เก็บบันทึกการซื้อ Goodyear TBA โดยตัวแทนจำหน่ายและพิจารณารายการนี้ร่วมกับผู้อื่นในการพิจารณาว่าจะต่ออายุหรือยกเลิกสัญญาเช่าของตัวแทนจำหน่ายในช่วงสิ้นปี การตัดสินใจขั้นสุดท้ายจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานโดยรวมของตัวแทนจำหน่าย ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือจำนวนแกลลอนน้ำมันที่ตัวแทนจำหน่ายขายได้ นอกจาก TBA แล้วปัจจัยอื่นๆ ที่พิจารณา ได้แก่ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน ชั่วโมงการทำงาน คุณภาพของการให้บริการ สาธารณะ ประโยชน์ส่วนตัวและความเอาใจใส่ของตัวแทนจำหน่ายต่อการดำเนินงานของสถานีบริการน้ำมันและปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงจากปีที่ผ่านมา

นอกเหนือจากการเป็นผู้เช่าสถานีบริการน้ำมัน Sherwood ใน Reisterstown แล้วโจทก์ยังดำเนินธุรกิจ Firestone TBA ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้และเป็นผู้ถือหุ้นรายเดียวของบริษัทที่ดำเนินการร้าน Firestone ใน Westminster¹⁴⁵ ซึ่งในช่วงที่โจทก์เป็นตัวแทนจำหน่ายของ Sherwood เขาขาย Firestone ในปริมาณที่มากกว่า Goodyear TBA เขาบอก Sherwood ว่า Firestone จะยังคงเป็นสายงานหลักของเขา แต่เขาก็จะแบก Goodyear และปล่อยให้สาธารณชนเป็นผู้เลือก

การเข้าครั้งแรกของเขาถูกยกเลิกโดย Sherwood ในปี 1948 เนื่องจากการลดลงของแกลลอนน้ำมันและเนื่องจากโจทก์ไม่ได้ค้าขายผลิตภัณฑ์ Goodyear TBA ให้เพียงพอ หลังจากการประชุมซึ่งโจทก์ได้ตกลงที่จะสั่งซื้อ Goodyear TBA มูลค่ากว่า 1,000 ดอลลาร์ผู้จัดการฝ่ายขายของ Sherwood ซึ่งเป็นการตัดสินใจให้โอกาสเขาอีกครั้งและเซ็นสัญญาเช่าใหม่ และหลังจากนั้นโจทก์ก็ซื้อ Goodyear TBA แต่เขายังคงซื้อ Firestone TBA มากกว่าสิบเท่า

เขาเข้าใจว่าคำพูดของนาย Sherwood หมายถึงอะไร Linden v. United States, 4 Cir., 254 F.2d 560; Haid v. United States, 9 Cir., 157 F.2d 630; Wigmore on Evidence, § 1790.

¹⁴⁵ โจทก์ยังเป็นเจ้าของฟาร์ม 437 -acre ใน Carroll County

แม้ว่าตัวแทนขายของ Sherwood จะบอกกับโจทก์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาว่าเขาควรซื้อผลิตภัณฑ์ Goodyear TBA เพิ่มเติม แต่พวกเขาก็ไม่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนหรือโดยนัยอย่างชัดเจนว่าเขาต้องทำเช่นนั้นเพื่อรักษาสัญญาเช่า

สัญญาเช่าครั้งที่สองให้ค่าเช่าเท่ากับ 1 1/2 เซนต์ต่อแกลลอนน้ำมันเบนซินและเชื้อเพลิงรถยนต์ที่ส่งไปยังสถานีบริการน้ำมันโดยมีขั้นต่ำ 400 ดอลลาร์ต่อเดือน แต่อย่างไรก็ตามตามธรรมเนียมทั่วไป Sherwood ได้ยกเว้นค่าเช่าขั้นต่ำและยอมรับจำนวนต่อแกลลอนที่ต่ำกว่าในช่วงหลายปีก่อนและระหว่างการสร้างใหม่และขยายสถานีบริการน้ำมันในปี 1953-1954 สัญญาเช่าและข้อตกลงการขายตัวแทนจำหน่ายซึ่งเสริมให้มีบทบัญญัติสำหรับการยกเลิกโดยคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาเดิมหรือระยะเวลารายปีที่ต่อเนื่องกันในการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า 30 วัน

สถานีบริการน้ำมันที่เช่าให้โจทก์ครอบครองตำแหน่งที่ดีที่สุดในพื้นที่ Reisterstown ซึ่งนี่เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้ Sherwood สร้างและขยายสถานีบริการน้ำมันในปี 1953 และในปี 1954 หลังจากสร้างสถานีบริการน้ำมันขึ้นมาใหม่ตัวแทนของ Sherwood (DeHuff) ได้ถามโจทก์ว่าเขาตั้งใจจะทำอะไรเกี่ยวกับ Goodyear TBA โจทก์ตอบว่าเขาตั้งใจจะโอ้อุ้มและนำเสนอสินค้า Goodyear ร่วมกับ Firestone แต่เขาไม่สามารถกำจัด แพรนไฮส์ Firestone ในเชิงเศรษฐกิจได้ DeHuff กล่าวว่าวิธีหนึ่งที่ Sherwood คาดว่าจะกู้คืนค่าใช้จ่ายในการสร้างใหม่คือการที่โจทก์จัดการกับ Goodyear TBA ในการค้าขายให้มากขึ้น

ข้อเท็จจริงที่ว่าโจทก์มี Firestone TBA มากกว่า Goodyear TBA เป็นปัจจัยหนึ่งพร้อมกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานที่สมบูรณ์ของสถานีบริการน้ำมันซึ่งได้รับการพิจารณาโดยตัวแทนขายในแต่ละปีในการตัดสินใจว่าจะแนะนำให้ผู้บังคับบัญชาทราบว่าเป็นของโจทก์หรือไม่ การเช่าจะได้รับการต่ออายุหรือยกเลิกและโดยผู้จัดการฝ่ายขายซึ่งเป็นการตัดสินใจขั้นสุดท้าย

เมื่อผู้รับผิดชอบ Sherwood พิจารณาว่าจะต่ออายุหรือยกเลิกสัญญาเช่าของโจทก์ในฤดูใบไม้ผลิในปี 1956 พวกเขาคิดว่าปริมาณแกลลอนในการจำหน่ายน้ำมันของเขาไม่ได้เพิ่มขึ้นกว่าในปี 1955 เท่าที่ควรที่จะเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาจากค่าใช้จ่ายล่าสุด 31,000 ดอลลาร์สำหรับสถานีบริการน้ำมันที่ขยาย

โจทก์พบว่าปัจจัยทั้งสองนี้ ได้แก่ ปริมาณแกลลอนน้ำมันเบนซินและปัญหา TBA มีส่วนอย่างมากที่ทำให้ Sherwood ตัดสินใจยกเลิกสัญญาเช่าในปี 1956 ซึ่งโจทก์ไม่พบว่าจากสองปัจจัยนี้มีความสำคัญ¹⁴⁶

โจทก์ได้รับความเสียหายอันเป็นผลมาจากการยกเลิก แต่มีการตกลงกันในการประชุมก่อนการพิจารณาคดีว่าจะไม่มีการพิสูจน์จำนวนความเสียหายดังกล่าวจนกว่าจะได้รับการพิจารณาว่ามี การละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดหรือไม่ โจทก์ไม่ได้พิสูจน์ว่าเขาได้รับความเสียหายอื่นใดอันเป็นผลมาจากการละเมิดที่ถูกล่าวหา การอุทธรณ์¹⁴⁷

การตัดสินในวันที่ 4 พฤศจิกายน 1963 นี้เป็นครั้งที่สองในการอุทธรณ์ต่อจากครั้งก่อน¹⁴⁸ ศาลถือว่าเป็นผลมาจากแรงกดดันโดยผู้ถูกยื่นอุทธรณ์ Sinclair ซึ่งเป็นบริษัทกลั่นน้ำมัน ที่มีอยู่ระหว่างตัวแทนจำหน่ายน้ำมันเบนซินในรัฐ Maryland ซึ่งหนึ่งในนั้นคือผู้อุทธรณ์ Osborn การขาย ฟวงซึ่งเป็นการละเมิดต่อมาตรา 1 ของ พระราชบัญญัติ Sherman, 15 USCA § 1 โดยเฉพาะอย่างยิ่งศาลถือได้ว่า Sinclair กำหนดเงื่อนไขให้ตัวแทนจำหน่ายน้ำมันเป็นเงื่อนไขในการเช่าสถานีบริการ น้ำมันและการซื้อน้ำมันจาก Sinclair รวมถึงการซื้อยาง ล้อ แบตเตอรี่และอุปกรณ์เสริม (TBA) ของ Goodyear จำนวนมาก โดยมีการทำการตลาดให้กับผู้ผลิตของแบรนด์คู่แข่งของ TBA¹⁴⁹ ซึ่งได้รับการพิจารณาเพิ่มเติมภายใต้หลักการของคดี Northern Pac. Ry. Co. v. United States, 356 U.S. 1, 78 S.Ct. 514, 2 L.Ed.2d 545 (1958) Sinclair มีอำนาจทางเศรษฐกิจเพียงพอในรัฐ Maryland ในส่วนของสถานีบริการน้ำมันและน้ำมันอย่างเห็นได้ชัดในการยับยั้งการแข่งขันในผลิตภัณฑ์ TBA และส่งผลกระทบต่อให้มีปริมาณการค้าที่ไม่เพียงพอ

ศาลถือได้ว่ามีข้อตกลงในการควบคุมการค้าโดย Sinclair ซึ่งมีการเชื่อมโยงกับการขาย TBA กับการเช่าสถานีบริการน้ำมันและการขายน้ำมันเบนซินโดยอ้างอิงจากการค้นพบข้อเท็จจริงพื้นฐาน

¹⁴⁶ อย่างไรก็ตามสิ่งนี้จะไม่ร้ายแรงต่อการเรียกร้องค่าเสียหายของโจทก์อันเป็นผลมาจากการยกเลิก หากเขาแสดงว่า มีการรวมกันในการยับยั้งการค้าหรือความพยายามที่จะผูกขาดโดยละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman และแรงจูงใจที่ ผิดกฎหมายดังกล่าวมีส่วนอย่างมากในการตัดสินใจยกเลิก

¹⁴⁷ "Osborn V. Sinclair Refining Co., ," (United States Court of Appeals for the Fourth Circuit 1963).

¹⁴⁸ "Osborn V. Sinclair Refining Co., ."

¹⁴⁹ Sinclair ได้ทำข้อตกลงกับ บริษัท Goodyear Tire and Rubber Company โดย Sinclair ตกลงที่จะช่วยเหลือ อย่างแข็งขันในการขาย Goodyear ให้กับตัวแทนจำหน่ายของ Sinclair และในทางกลับกัน Sinclair จะได้รับค่า คอมมิชชั่นจาก TBA ทั้งหมดที่ขายให้กับตัวแทนจำหน่ายจาก Goodyear

ของศาลแขวงเกี่ยวกับพฤติกรรมของ Sinclair ที่มีต่อตัวแทนจำหน่ายโดยทั่วไปและต่อ Osborn โดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น พบว่า Sinclair คงนโยบายต่อต้านตัวแทนจำหน่ายที่ถือหุ้นขนาดใหญ่ของ TBA นอกเหนือจาก Goodyear ว่าเมื่อ Sinclair มีการรับตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ก็จะมีผลผูกมัดสั่งซื้อเริ่มต้นของ Goodyear TBA ไปพร้อมๆ กับการค้าขายตามสัญญาเช่าและข้อตกลงการขายของตัวแทนจำหน่าย Sinclair สร้างความประทับใจให้กับพนักงานขายถึงความปรารถนาของตัวแทนจำหน่ายที่รับ Goodyear TBA 100% โดยในการประชุมการขายประจำปีตัวแทนจำหน่ายได้รับคำเตือนจาก Sinclair ว่าไม่พอใจกับยอดขายที่เกิดขึ้นจาก Goodyear TBA ของตัวแทนจำหน่าย ในการประชุมการขายประจำปีครั้งหนึ่ง Sinclair ได้เตือนตัวแทนจำหน่ายใน Maryland อย่างชัดเจนว่าพวกเขาอาจคาดหวังว่าสัญญาเช่าจะถูกยกเลิกเว้นแต่พวกเขาจะซื้อ Goodyear TBA เพิ่มเติม และ Sinclair ได้เก็บบันทึกการซื้อ Goodyear TBA โดยตัวแทนจำหน่ายและพิจารณาการซื้อเหล่านี้ในการพิจารณาทุกสิ้นปีว่าจะต่ออายุหรือยุติการเป็นตัวแทนจำหน่าย

เมื่อไปดูประวัติการดำเนินงานของ Osborn โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 1936 ถึง 1948 เขามีสถานีสบริการน้ำมันในรัฐ Maryland ภายใต้สัญญาเช่าและสัญญาการขายตัวแทนจำหน่ายจาก Sinclair ศาลแขวงพบว่าในปี 1948 สัญญาเช่าของ Osborn ถูกยกเลิกส่วนหนึ่งเป็นเพราะเขาไม่สามารถจัดการค้าขาย Goodyear TBA ได้เพียงพอ และหลังจากการยกเลิก อย่างไรก็ตามเมื่อเขาตกลงในการประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่ของ Sinclair เพื่อสั่งซื้อสินค้าขนาดใหญ่สำหรับ Goodyear TBA Sinclair ได้ตัดสินใจให้โอกาสเขาอีกครั้งและเซ็นสัญญาเช่าใหม่และสัญญาขายตัวแทนจำหน่ายกับเขา ทั้งสัญญาเช่าและสัญญาขายตัวแทนจำหน่ายมีระยะเวลาหนึ่งปีจะสิ้นสุดวันที่ 31 พฤษภาคม 1949 และต่อจากนั้นเป็นระยะเวลาต่อเนื่องกันในแต่ละปีจนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกเลิกเป็นลายลักษณ์อักษร 30 วันก่อนสิ้นสุดระยะเวลาดังกล่าว ในวันที่ 31 พฤษภาคม 1956 หลังจากแจ้งให้ Osborn ทราบ Sinclair ได้ยกเลิกข้อตกลงยกเลิกทั้งสัญญาเช่าสถานีสบริการน้ำมันและสัญญาขายตัวแทนจำหน่ายซึ่ง Osborn ได้ซื้อน้ำมันเบนซิน โดยศาลแขวงพบว่าความล้มเหลวของ Osborn ในการซื้อ Goodyear TBA ในปริมาณที่เพียงพอมีส่วนทำให้ Sinclair ตัดสินใจยกเลิกข้อตกลง ซึ่งการยกเลิกนี้เป็นการจุดประกายให้เกิดการกระทำของ Osborn ในปัจจุบันคือ Osborn ฟ้องร้อง Sinclair สำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นภายใต้มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton 15 U.S.C.A. § 15.

คำให้การที่สำคัญของ Sinclair ในการอุทธรณ์ครั้งก่อนคือการกระทำที่อธิบายไว้ข้างต้นเป็นเพียงการปฏิเสธฝ่ายเดียวที่จะจัดการโดยชอบด้วยกฎหมายภายใต้หลักการที่ว่าผู้ขายอาจเลือกลูกค้าของตนตามที่เห็นสมควร แต่อย่างไรก็ตาม ตามที่ได้ระบุไว้ในความเห็นก่อนหน้านี้สิทธิของผู้ขายที่จะ

ไม่ค้าขายกับผู้ซื้อรายใดรายหนึ่งมีข้อจำกัด หากผู้ขายทำเพื่อรักษาความปลอดภัยในการปฏิบัติตามนโยบายในการกำหนดราคาขายต่อ การขายพ่วง หรือการปราบปรามการแข่งขันที่คล้ายกันโดยใช้วิธีการที่นอกเหนือไปจากการประกาศนโยบายง่ายๆ และการปฏิเสธที่จะขาย ซึ่งการกระทำของเขาตกอยู่ภายใต้ประกาศของกฎหมายต่อต้านการผูกขาด ศาลได้แจ้งไว้ในกรณีนี้ว่าความประพฤติดังกล่าวของ Sinclair เกินกว่าเพียงการประกาศนโยบายและการปฏิเสธที่จะค้าขายและการยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจในปี 1956

หลังจากที่ถือได้ว่ามีข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายระหว่าง Sinclair และตัวแทนจำหน่าย และการที่ Osborn ปฏิเสธที่จะปฏิบัติตามนั้น ซึ่งมีส่วนในการยกเลิกสัญญาเช่าและข้อตกลงการขายตัวแทนจำหน่ายของเขา ศาลจึงส่งกลับไปเพื่อการพิจารณาความเสียหายที่สามารถเรียกคืนได้ของ Osborn¹⁵⁰ โดยสังเกตว่ามีคำถามที่เกิดขึ้นในช่วงนี้ของคดี เช่นว่า Osborn ต้องจ่ายเงินให้กับ Goodyear TBA มากกว่าที่เขาจะจ่ายให้กับ แบรินด์อื่นๆ ที่เขาต้องการหรือไม่และ Sinclair มีสิทธิตามสัญญาในการบอกเลิกสัญญาเช่าและข้อตกลงการขายของตัวแทนจำหน่ายมีผลต่อการเรียกคืนความเสียหายที่เกิดจากการยกเลิกหรือไม่ ศาลลงความเห็นอย่างชัดเจนจากการประกาศทางความคิดเห็นใดๆ เกี่ยวกับมาตรการเรื่องความเสียหาย

เมื่อถูกควบคุมตัวศาลแขวงพบว่าก่อนการยกเลิก Osborn ได้รับความเดือดร้อนอันเป็นผลมาจากการจัดการความเสียหายบางอย่างเป็นจำนวนเงินเพียง 325 ดอลลาร์ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 975 ดอลลาร์¹⁵¹ นี้เป็นเพราะต้นทุนที่สูงขึ้นเล็กน้อยของ Goodyear TBA ซึ่ง Osborn ซื้อมากกว่าแบรินด์อื่นๆ ที่เขาต้องการ ในส่วนที่เกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการยกเลิกศาลแขวงพบว่า Sinclair จะยกเลิกสัญญาเหล่านี้ในอีกหนึ่งปีต่อมาด้วยเหตุผลที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับสัญญาการขายพ่วงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ดังนั้นการสูญเสียผลกำไรเพียงหนึ่งปีจึงเป็นผลมาจากการยุติ ศาลพบว่าความเสียหายเพิ่มเติมเหล่านี้หากสามารถทำได้จะเป็นจำนวนเงิน 12,000 ดอลลาร์ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 36,000 ดอลลาร์ อย่างไรก็ตามศาลมีความเห็นว่าตามกฎหมายแล้วความเสียหายที่เกิดจากการปฏิเสธที่จะทำธุรกิจต่อไปของ Sinclair นั้นไม่สามารถเรียกคืนได้ ดังนั้นจึงปฏิเสธที่จะให้คำตัดสินแก่ Osborn เป็นค่าเสียหาย 36,000 ดอลลาร์จากการปฏิเสธที่จะตกลงและให้การตัดสินสำหรับเงินจำนวนจำกัด ที่ 975 ดอลลาร์บวกค่าธรรมเนียมทนายความ 14,000 ดอลลาร์

¹⁵⁰ ศาลแขวงได้ตัดสินในตอนแรกว่า Osborn ล้มเหลวในการฟ้องเรื่องละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดดังนั้นศาลจึงไม่ได้ดำเนินการเกี่ยวกับความเสียหายในการพิจารณาคดีครั้งแรก

¹⁵¹ ความเห็นของศาลแขวงรายงานที่ 207 F.Supp. 856.

ในการอุทธรณ์ครั้งนี้ทั้ง Sinclair และ Osborn ไม่ได้โต้เถียงกันเรื่องค่าเสียหายจำนวน 975 ดอลลาร์สำหรับค่าเสียหายที่คงอยู่ก่อนวันที่ 31 พฤษภาคม 1956 เมื่อ Sinclair ยุติสัญญาเช่าและข้อตกลงการขายของตัวแทนจำหน่าย และไม่ใช่สิ่งตอบแทน 14,000 ดอลลาร์สำหรับค่าธรรมเนียมความในคำคัดค้าน อย่างไรก็ตาม Osborn ระบุว่า เป็นข้อผิดพลาดที่ศาลไม่สามารถตัดสินความเสียหายบางครั้งเขาปฏิเสธที่จะจัดการ นอกจากนี้เขายังบ่นว่าศาลทำผิดในการแก้ไขความเสียหายประเภทหลังในราคาเพียง 12,000 ดอลลาร์ในกรณีที่รายการนี้ถูกยึดไว้เพื่อให้สามารถเอากลับคืนมาได้

คำตัดสินของศาลแขวงที่ว่า Osborn อาจไม่ได้รับการเยียวยาจากความเสียหายที่เกิดจากการสิ้นสุดสัญญาเช่าและข้อตกลงการขายตัวแทนจำหน่ายของเขาและข้อโต้แย้งของ Sinclair ในการกล่าวอ้างคำตัดสินนั้นมีพื้นฐานมาจาก กฎผู้ค้ารายเดียว (Single Trader Rule) ในคดี United States v. Colgate & Co., 250 U.S. 300, 39 S.Ct. 465, 63 L.Ed. 992 (1919) กล่าวคือผู้ขายมีสิทธิที่จะจัดการกับใครก็ตามที่เขาต้องการและอาจประกาศนโยบายการกำหนดราคาขายต่อ การซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว เป็นต้น และอาจปฏิเสธที่จะขายให้กับลูกค้าที่ไม่ปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว แม้ว่าการตัดสินของศาลในการอุทธรณ์ครั้งแรกว่าการกระทำของ Sinclair เกินกว่าการประกาศนโยบายเพียงอย่างเดียวและการปฏิเสธที่ได้รับอนุญาต ดังนั้นจึงไม่อยู่ในขอบเขตเงื่อนไขในคดี Colgate และเมื่อศาลแขวงเข้ามาประเมินความเสียหายโดยประกาศว่าการปฏิเสธที่จะทำข้อตกลงไม่ใช่การยับยั้งการค้าที่ละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman เว้นแต่จะทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยเป็นส่วนหนึ่งของการสมรู้ร่วมคิด (เช่นเดียวกับคดี Klor's Inc. v. Broadway-Hale Stores, 359 US 207, 79 S.Ct 705, 3 L.Ed.2d 741 (1959) หรือเว้นแต่ว่าการไม่เต็มใจที่จะทำนั้นเป็นการเพิ่มการผูกขาด ซึ่งในกรณีที่ไม่มีสมรู้ร่วมคิดหรือการผูกขาดศาลถือได้ว่าไม่สามารถดำเนินการใดๆ ได้เว้นแต่ว่าการปฏิเสธนั้นเป็นการกระทำที่ไม่สมเหตุสมผลตาม หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือ เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่มีเหตุผลที่สมควรในทุกสถานการณ์ของคดี ศาลแขวงยอมรับตามสิ่งที่ยึดถือว่าข้อตกลงการขายพ่วงนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมาย และนอกจากนี้ยังรับทราบอีกว่าการยกเลิกสัญญาเช่าและสัญญาการขายของ Sinclair กับ Osborn เป็นการดำเนินการซึ่งตามกฎหมาย Per se จะถือว่าเป็นข้อตกลงที่ผิดกฎหมาย แต่อย่างไรก็ตามศาลมีความเห็นว่าเนื่องจากในกรณีนี้ไม่มีการดำเนินการร่วมกันหรือพยายามผูกขาดและเนื่องจากการยกเลิกนั้นไม่ใช่การยกเลิกที่ไม่มีเหตุผลจึงไม่อาจกู้คืนสำหรับการยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจได้ โดยคำอธิบายของศาลแขวงเกี่ยวกับทฤษฎีนี้มีดังนี้

แม้ว่าข้อตกลงการขายฟองอาจผิดกฎหมายและก่อให้เกิดการดำเนินการทางอาญาหรือทางแพ่งโดยรัฐบาลหรือการเรียกร้องค่าเสียหายจากเอกชน เช่นที่ได้รับภายใต้การกระทำข้างต้น (สำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีการปฏิเสธที่จะค้าขาย) การยุติของตัวแทนจำหน่ายที่ดำเนินการตามแผนหรือข้อตกลงดังกล่าวไม่ถือเป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด การยุติดังกล่าวจะไม่ก่อให้เกิดการเรียกร้องค่าเสียหายสามเท่าเว้นแต่จะเป็นการยับยั้งการค้าที่ไม่มีเหตุผลและศาลสรุปว่าในแง่ของสถานการณ์ทั้งหมดศาลพบว่าการยกเลิกสัญญาเช่าไม่ใช่การยับยั้งการค้าที่ไม่มีเหตุผลไม่ใช่การละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดและไม่ก่อให้เกิดการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นภายใต้กฎหมายเหล่านั้น เพราะไม่มีกรณีใดๆ ที่สนับสนุนแนวทางนี้ต่อความเสียหายภายใต้กฎหมายการต่อต้านการผูกขาด¹⁵²

ด้วยเหตุผลที่ระบุไว้ด้านล่างศาลอุทธรณ์คิดว่าไม่สามารถรักษาจุดยืนและพิพากษาตามศาลแขวงได้ เพราะประการแรกมันขัดแย้งโดยตรงกับสิทธิที่ได้รับการประกาศตามกฎหมายในการเรียกร้องค่าเสียหายจากความเสียหายต่อธุรกิจที่เกิดจากการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด ประการที่สองตรงกันข้ามกับหลายกรณีที่จำกัดสิทธิของผู้ขายในการเลือกลูกค้าเมื่อผู้ขายมีนโยบายที่มุ่งยับยั้งทางการค้า

ในเบื้องต้นไม่สามารถกล่าวได้ว่าการอุทธรณ์ก่อนหน้านี้ในกรณีนี้ตัดสินว่า Sinclair มีความผิดในการมีส่วนร่วมในข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ในการยับยั้งทางการค้าภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดและการปฏิเสธที่จะดำเนินการกับ Osborn ในการค้าขายต่อไปนั้นเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายนี้ การตัดสินสิ้นสุดลงเมื่อหนังสือรับรองถูกปฏิเสธโดยศาลฎีกาเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 1961 366 U.S. 963, 81 S.Ct. 1924, 6 L.Ed.2d 1255 สำหรับผลทางกฎหมายของการตัดสินดังกล่าวศาลอุทธรณ์หันไปใช้ มาตรา 4 ของ Clayton Act, 15 U.S.C.A. 15 ซึ่งระบุว่า “บุคคลใดๆ ที่ได้รับความเสียหายในธุรกิจหรือทรัพย์สินของตนด้วยเหตุผลของสิ่งที่ต้องห้ามในกฎหมายต่อต้านการผูกขาดอาจฟ้องร้องและเรียกคืนค่าเสียหายได้สามเท่า” ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าการยกเลิกสัญญาเช่าของ Osborn และข้อตกลงการขายตัวแทนจำหน่ายของเขาถือเป็นการความเสียหายต่อธุรกิจของ Osborn เนื่องจากเป็นสิ่งที่ต้องห้ามในกฎหมายต่อต้านการผูกขาด กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเห็นได้ชัดว่า Osborn

¹⁵² ในการโต้แย้งต่อหน้าศาลนี้ Sinclair ไปไกลกว่าศาลแขวงและยืนยันว่าการปฏิเสธที่จะจัดการแม้ว่าจะเป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด แต่ก็ไม่สามารถดำเนินการได้โดยขาดการผูกขาดหรือการสมรู้ร่วมคิดระหว่างผู้ขายและผู้อื่น

ควรได้รับการชดเชยค่าเสียหายได้สามเท่าจากการที่ Sinclair ปฏิเสธที่จะดำเนินการตามสัญญากับเขาต่อไป

มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton ไม่ได้กำหนดว่า เพื่อให้มีคุณสมบัติที่เป็นพื้นฐานในการฟื้นตัวจากความเสียหายต่อธุรกิจของตนจะต้องอยู่ในรูปแบบเฉพาะหรือเป็นความเสียหายที่ไม่มีเหตุผล จริงอยู่ว่าภายใต้ มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ซึ่งมีคำถามเกี่ยวกับความสมเหตุสมผลเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาว่าการกระทำบางอย่างผิดกฎหมายหรือไม่ เนื่องจากการจำกัดการแข่งขันค่าที่ไม่มีเหตุผลเท่านั้นที่ละเมิดกฎหมาย แต่เมื่อเป็นที่ยอมรับแล้วว่ามีกีดกันทางการค้าที่ไม่มีเหตุผลและข้อตกลงการขายพวงเป็นเรื่องที่ไม่สมเหตุสมผล ปัญหาในการฟ้องร้องการต่อต้านการผูกขาดส่วนตัวจะกลายเป็นสาเหตุหนึ่งไม่ใช่ความสมเหตุสมผล ตามที่กฎหมายระบุไว้อย่างชัดเจนว่าความเสียหายนั้นเกิดจากสิ่งที่ผิดกฎหมายโดยกฎหมายต่อต้านการผูกขาด

ค่าเสียหายสามเท่าภายใต้มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton Act มีการบังคับใช้ของรัฐบาล ซึ่งการบังคับใช้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดในคดี *United States v. Borden Co.*, 347 U.S. 514, 518, 74 S.Ct. 703, 706, 98 L.Ed. 903 (1954) หรือตามที่ศาลอื่นระบุว่า การยื่นคำร้องสำหรับความเสียหายสามเท่าแก่ผู้ที่ได้รับความเสียหายมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนหน่วยงานซึ่งจะช่วยบังคับใช้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดและทำให้มีผลบังคับใช้ ข้อจำกัดเกี่ยวกับความเสียหายที่สามารถเรียกคืนได้ในคำร้องเรื่องการต่อต้านการผูกขาดส่วนตัวเช่นที่ศาลกำหนดไว้ด้านล่างในระดับใหญ่ซึ่งจะทำให้จุดประสงค์ที่มีประโยชน์นี้ลดลงอย่างมาก

ในหลายๆ ส่วนหากไม่ใช่ส่วนใหญ่ในการดำเนินการต่อต้านการผูกขาดส่วนตัวองค์ประกอบหลักของความเสียหายคือสิ่งที่ศาลอุทธรณ์กำลังพิจารณาอย่างชัดเจนนั้นคือการสูญเสียผลกำไรที่เกิดจากการปฏิเสธที่จะค้าขาย¹⁵³ หากผู้ขายซึ่งไม่ได้เป็นผู้ผูกขาดและไม่ได้ดำเนินการร่วมกับผู้สมรู้ร่วมคิดอย่างไรก็ตามก็สามารถบังคับให้ผู้ซื้อรวมกันหรือการจัดเรียงโดยที่ราคาจะคงที่หรือการขายสินค้าหนึ่งเชื่อมโยงกับการขายสินค้าอีกรายการหนึ่งหรือการซื้อขายนั้นจำเป็นต้องเป็นการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวและหากผู้ขายรายนั้นสามารถปฏิเสธเพื่อจัดการกับผู้ซื้อที่ไม่เต็มใจที่จะปฏิบัติตามข้อตกลงที่ไม่

¹⁵³ การสูญเสียที่เกิดขึ้นในช่วงของข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายนั้นอยู่ในกรณีนี้ เนื่องจากอาจเกิดขึ้นกับผู้อื่นได้โดยบังเอิญเท่านั้น ความเสียหายหลักเกิดขึ้นจากการยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจโดย Sinclair นำมาซึ่งการเจรจาต่อรองที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย อันที่จริงในหลายๆ กรณีความเสียหายที่เป็นไปได้เพียงอย่างเดียวเกิดจากการปฏิเสธที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์ใดๆ มาก่อนเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางธุรกิจระหว่างทั้งสองฝ่าย

ชอบด้วยกฎหมายโดยไม่ตอบสนองต่อผลลัพธ์ในความเสียหาย ประสิทธิภาพของการเรียกค่าเสียหาย สามเท่าภายใต้มาตรา 4 มีความเหมาะสมในฐานะมาตรการบังคับใช้จะถูกลบล้างในระดับที่ดี ในกรณีนี้รัฐบาลจะดำเนินการแทนผู้ที่ได้รับความเสียหาย รัฐบาลอาจออกคำสั่งในการจำกัดสิทธิของผู้ขายในการปฏิเสธที่จะค้าขาย หากการกระทำที่สร้างความเสียหายเป็นการส่วนตัวเป็นเครื่องมือที่คล้ายกัน สำหรับการบังคับใช้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดอย่างมีประสิทธิภาพ หากเป็นการเสริมการบังคับใช้ของรัฐบาล นอกจากนี้จะต้องมีมาตรการการลงโทษในการดำเนินการดังกล่าวสำหรับการปฏิเสธด้วยเช่นกัน

ไม่ว่าในกรณีใดก็ตามภาษาของมาตรา 4 จะมอบคำตัดสินอย่างชัดเจนสำหรับความเสียหายทั้งหมดที่เกิดจากการละเมิดการต่อต้านการผูกขาดและเนื่องจาก Osborn ถูกยกเลิกการเป็นตัวแทนจำหน่ายเนื่องจากการละเมิด เขาจึงมีสิทธิได้รับค่าชดเชยด้วยเหตุนี้ ซึ่งไม่มีเหตุผลในกฎหมายต่อต้านการผูกขาดหรือกฎหมายทั่วไปเกี่ยวกับความเสียหายสำหรับการกู้คืนต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นก่อนที่ความสัมพันธ์ทางธุรกิจจะหยุดลงในกรณีที่ลูกค้าถูกตัดขาดจากความพยายาม การบีบบังคับให้ดำเนินการจัดเตรียมที่ต้องห้ามสำหรับตลาดที่ไม่ได้รับการป้องกันเขาจะมีสิทธิเรียกคืนความเสียหายทั้งหมดที่เกิดจากการลงโทษนั้น การปฏิเสธเขาจะเป็นการลบล้างตามมาตรา 4

การตัดสินระหว่างการตรวจสอบไม่เพียงแต่ไม่สอดคล้องกับภาษาและจุดประสงค์ของมาตรา 4 ของ Clayton Act เท่านั้น แต่เหตุผลของมันไม่ได้รับการสนับสนุนในกรณีที่รายงานหลักคำสอนของคดี *United States v. Colgate & Co.*, 250 U.S. 300, 39 S.Ct. 465, 63 L.Ed. 992 (1919) ผู้ค้ามีอิสระในการเลือกลูกค้าตามที่เห็นเหมาะสมซึ่งศาลล่างเรียกร้องไม่มีผลบังคับใช้กับคดีทันที ประการแรกขอบเขตของการปฏิเสธที่ได้รับอนุญาตในการค้าขายนั้นไม่กว้างเท่าที่ความเห็นของศาลแขวงจะมีได้ ยิ่งไปกว่านั้นและนอกเหนือจากขอบเขตของสิทธิของผู้ขายในการเลือกลูกค้าแล้ว การป้องกันนี้เกี่ยวข้องกับความต้องการตามกฎหมายของการกระทำของผู้ขายและไม่ใช่วัตถุประสงค์ของความเสียหายที่สามารถเรียกคืนได้สำหรับการกระทำที่ผิดกฎหมายซึ่งได้รับการตัดสิน

สิทธิของผู้ค้าในการเลือกลูกค้าตามทำนองคลองธรรมของคดี *Colgate* ได้รับการตรวจสอบล่าสุดโดยศาลฎีกาในคดี *United States v. Parke, Davis & Co.*, 362 U.S. 29, 44, 80 S.Ct. 503, 4 L.Ed.2d 505 (1960) ศาลระบุว่าหากผู้ขายไม่เกินกว่าที่จะประกาศนโยบายที่ออกแบบมาเพื่อยับยั้งการค้าและปฏิเสธที่จะขายให้กับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามนโยบายเขาไม่ได้รวบรวมหรือเป็นการจัดการที่ละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด อย่างไรก็ตามศาลได้เน้นย้ำว่าหากผู้ขายค้าขายต่อไปหากเขามีส่วนร่วมในการค้าขายที่นอกเหนือไปจากการประกาศนโยบายโดยเปล่าประโยชน์และการปฏิเสธที่จะ

ขายและเขาใช้วิธีการอื่นที่มีผลต่อการปฏิบัติตามนโยบายของเขา เขามีส่วนร่วมในการรวมกันหรือการจัดการที่ถูกลงโทษโดยกฎหมายต่อต้านการผูกขาด จากนั้นเขาจะไม่สามารถพึ่งพาสีทธิ ในการปฏิเสธลูกค้าได้อีกต่อไป¹⁵⁴ ไม่มีข้อบ่งชี้ใดๆ ใน Parke, Davis หรือในกรณีอื่นใดที่หลักการเหล่านี้เกี่ยวกับการปฏิเสธที่จะตกลงจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่ามีการผูกขาดหรือการกระทำร่วมกันกับผู้สมรู้ร่วมคิดหรือไม่ว่าในทางกลับกันมีรูปแบบอื่นๆ ของการจัดการเพื่อยับยั้งการค้าหรือไม่ ในทางตรงกันข้ามโดยไม่คำนึงถึงการผูกขาดหรือการสมรู้ร่วมคิด หากผู้ขายกดดันให้ลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายยึดมั่นในการกำหนดราคาขายต่อหรือการขายพ่วง หรือการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวเขาได้รวบรวมข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายและพาตัวเองออกจากการคุ้มครองที่คับแคบของคดี Colgate โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคิดเห็นแรกของศาลอุทธรณ์ โดยถือว่าจากข้อเท็จจริงที่ศาลแขวงพบว่า Sinclair ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าปฏิเสธที่จะจัดการกับ Osborn ตามหลักอิสระในการเลือกลูกค้า Osborn v. Sinclair Refining Co. , 286 F.2d 832 (1961)

ไม่เพียงแต่เป็นความผิดพลาดที่จะขยายขอบเขตของการป้องกันในคดี Colgate ให้เกินกว่าที่ได้รับการอนุมัติจากการตัดสินใจก่อนหน้านี้ แต่มันก็ไม่เหมาะสมที่จะพิจารณาการป้องกันที่เชี่ยวชาญเมื่อปัญหานั้นเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่สามารถเรียกคืนได้ สำหรับการดำเนินการที่ถูกตัดสินให้ดำเนินการต่อไปของข้อตกลงการขายพ่วงที่ผิดกฎหมาย การป้องกันตามที่ Colgate กำหนดไว้ว่าผู้ขายที่มีนโยบายในการกำหนดราคาขายต่อ การซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว การขายพ่วง เป็นต้น อย่างไรก็ตามมีสิทธิที่เหมาะสมในการจัดการกับใครก็ตามที่เขาต้องการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคำถามที่ว่าผู้ขายมีการจัดเตรียมข้อตกลงที่ละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด การป้องกันเสรีภาพในการเลือกลูกค้าของตนนี้ยังเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ว่าปฏิเสธที่จะจัดการโดยเฉพาะเป็นการเพิ่มการจัดการที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือเป็นการกระตุ้นจากการพิจารณาอื่นๆ แทนหรือไม่ อย่างไรก็ตามฝ่ายจำเลย

¹⁵⁴ สิทธิในการเลือกลูกค้าตามทำนองคลองธรรมโดย Colgate จะต้องไม่ถูกนำมาใช้ในลักษณะทั่วไปตามตัวอักษรตามที่ Parke, Davis แสดงให้เห็นความเอาใจช่วยให้มีความสำคัญกับ Colgate มากเกินไปโดยไม่คำนึงถึงคำวินิจฉัยที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในการตัดสินใจในภายหลังซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับน้อยกว่า

การแสดงให้เห็นว่าการปฏิเสธที่ได้รับอนุญาตนั้นมีข้อจำกัดเพียงใดในการจัดการที่นโยบายของผู้ขายได้รับการออกแบบมาเพื่อยับยั้งการค้า Second Circuit กล่าวเมื่อเร็วๆ นี้ในคดี George W. Warner & Co. v. Black & Decker Mfg. Co. , 277 F.2d 787, 790 (2d Cir. 1960) ศาลฎีกาได้ทั้งช่องทางแคบไว้ซึ่งผู้ผลิตอาจผ่านไปได้แม้ว่าข้อเท็จจริงจะต้องมีความเรียบง่ายแบบ Doric เช่นนี้ซึ่งค่อนข้างหายากในยุคขององค์กรธุรกิจที่ซับซ้อนแบบนี้

ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาความเสียหายที่เรียกคืนได้อันเนื่องมาจากการปฏิเสธที่จะจัดการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งและกลุ่มของการละเมิดการต่อต้านการผูกขาด

กรณีที่ Sinclair อยู่ในความพยายามที่จะหยาบยักคตี Colgate ขึ้นมานั้นเกี่ยวข้องกับคำถามว่ามีข้อตกลงที่ผิดกฎหมายหรือไม่หรือคำถามที่ว่า การปฏิเสธที่จะค้าขายโดยเฉพาะคือการเพิ่มข้อตกลงดังกล่าว อย่างไรก็ตามในกรณีนี้คำถามทั้งสองข้อนี้ได้รับคำตอบในการยืนยัน ในทางกลับกันไม่มีการอ้างถึงกรณีใดๆ กับศาลอุทธรณ์และการวินิจฉัยของศาลอุทธรณ์ไม่ได้เปิดเผยว่าไม่มีการพิจารณาว่าการปฏิเสธที่จะค้าขายอาจได้รับการยกเว้นแม้ว่าผู้ขายจะละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดและการปฏิเสธที่จะค้าขายอยู่ในการส่งเสริมของการละเมิดนั้น กรณีต่างๆมีมติเป็นเอกฉันท์ในทางตรงกันข้าม พวกเขาแสดงให้เห็นโดยไม่มีข้อยกเว้นว่าความเสียหายอาจได้รับการกู้คืนจากการปฏิเสธที่จะค้าขายตามข้อตกลงที่ถูกกลโฆษโดยกฎหมายต่อต้านการผูกขาดไม่ว่าข้อตกลงทางการค้าจะดำเนินการในรูปแบบใดก็ตาม แม้ว่าส่วนใหญ่ แต่ไม่ใช่ทั้งหมดในความเป็นจริงแล้วคดีเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการผูกขาดหรือการสมคบคิดซึ่งตรงข้ามกับการเตรียมการที่ไม่ผูกขาดหรือไม่สมรู้ร่วมคิดในการยับยั้งการค้าแต่ศาลก็ไม่ได้มีความแตกต่างอย่างแน่นอน

ศาลอุทธรณ์สรุปได้ว่า Osborn มีสิทธิที่จะกู้คืนความเสียหายที่เกิดจากการยกเลิกสัญญาเช่าของ Sinclair และข้อตกลงการขายตัวแทนจำหน่าย ซึ่งกำหนดโดยภาษาของมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของข้อกำหนดเกี่ยวกับค่าเสียหายเป็นสามเท่า (Treble Damages)¹⁵⁵ และกำหนดโดยหลายกรณีที่ให้ค่าเสียหายสำหรับการปฏิเสธที่จะค้าขายในกรณีที่ลูกค้าไม่ยอมดำเนินการตามข้อตกลงในการจำกัดการแข่งขันในทางการค้า

¹⁵⁵ ในกฎหมายของสหรัฐอเมริกา Treble Damages เป็นคำที่บ่งชี้ว่ากฎหมายอนุญาตให้ศาลจ่ายค่าเสียหายที่แท้จริง/ชดเชยให้กับโจทก์ที่มีอยู่เป็นสามเท่า Treble Damages เป็นความเสียหายหลายส่วนและไม่ใช่ความเสียหายเพิ่มเติมในบางกรณี อย่างไรก็ตามในบางครั้งเช่นเดียวกับใน CAL. CIV. CODE § 1719 เป็นส่วนเสริม เมื่อความเสียหายดังกล่าวทวีคูณและมีผู้ได้ค่าเสียหาย 100 ดอลลาร์สำหรับความเสียหาย ศาลที่ใช้ Treble Damages จะเพิ่มรางวัลให้เป็น 300 ดอลลาร์ ซึ่งกฎเกณฑ์บางอย่างกำหนดให้มีค่าเสียหายสำหรับความเสียหายจากการละเมิดทั้งหมด ตัวอย่างของกฎเกณฑ์ที่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับ Treble Damages ที่บังคับ ได้แก่ Clayton Antitrust Act และ RICO ซึ่งกฎเกณฑ์บางอย่างอนุญาตให้มีการตัดสิน Treble Damages ก็ต่อเมื่อมีการแสดงว่าการละเมิดนั้นจงใจ ตัวอย่างเช่น มากถึงสามเท่าของจำนวนเงินที่พบหรือประเมิน อาจได้รับค่าเสียหายจากศาลในสหรัฐอเมริกาสำหรับกรละเมิดสิทธิบัตรโดยเจตนา แนวคิดเบื้องหลังการสร้างค่าเสียหายดังกล่าวคือพวกเขาจะสนับสนุนให้ประชาชนฟ้องร้องการละเมิดที่เป็นอันตรายต่อสังคมโดยทั่วไปและยับยั้งไม่ให้ผู้ละเมิดกระทำการละเมิดในอนาคต Available from https://en.wikipedia.org/wiki/Treble_damages

3.1.3.4 Blackwell v. Power Test Corp., 540 F. Supp. 802¹⁵⁶

ตัดสินโดย United States District Court for the District of New Jersey และ United States Court of Appeals for the Third Circuit

ตัดสินเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 1981 และ 17 มิถุนายน 1982

ความคิดเห็น

การดำเนินคดีนี้เริ่มต้นโดย Robert C. Blackwell (Blackwell) d/b/ a Bob's Power Test of Elizabeth ในฐานะผู้รับแฟรนไชส์และผู้เช่าของจำเลย State Island Gasolines, Inc. (SI Gasolines) เพื่อตอบสนองต่อความพยายามที่จะยุติแฟรนไชส์ของโจทก์ ข้อตกลงและการเช่าโดยจำเลย Power Test Petroleum Distributors, Inc. เรื่องนี้อยู่ในขณะก่อนที่ศาลจะมีคำร้องของโจทก์สำหรับการรับรองการดำเนินคดีแบบกลุ่มและการเคลื่อนไหวของจำเลยในการยกเลิกตาม Fed R. 12 (b)(6) หรือในอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการตัดสินโดยสรุป¹⁵⁷ ด้วยเหตุผลที่ระบุไว้ด้านล่างนี้ศาลจะอนุญาตให้จำเลยเคลื่อนไหวเพื่อสรุปผลการตัดสิน

ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 1978 Blackwell ได้เช่าและดำเนินการร้านค้าปลีกน้ำมันเบนซิน d/b/a "Bob's Power Test" ซึ่งตั้งอยู่ใน Elizabeth รัฐ New Jersey ตามสัญญาเช่า Blackwell Afft., พร้อม SI Gasolines โจทก์และ SI Gasolines ยังเป็นคู่สัญญาของข้อตกลงแฟรนไชส์ตัวแทนจำหน่ายรายย่อย ซึ่งข้อตกลงทั้งสองมีผลบังคับใช้ ณ วันที่ 17 พฤศจิกายน 1978 และนอกจากนี้ โจทก์ยังได้ดำเนินการตามข้อตกลงค้าประกันในเวลาเดียวกันด้วยเช่นกันซึ่งเป็นแบบฟอร์มการเปิดเผยข้อมูลตัวแทนจำหน่าย โดยข้อกำหนดบางประการในข้อตกลงต่างๆ เหล่านี้เป็นหัวใจสำคัญของการโต้เถียงนี้ และจะมีรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

จนกระทั่งในช่วงหลังของเดือนพฤษภาคม 1980 โจทก์ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดของสัญญา แฟรนไชส์และสัญญาเช่า แต่อย่างไรก็ตามในเวลานั้นราคาน้ำมันเบนซินโจทก์จำเป็นต้องซื้อจากจำเลยหรือผู้ได้รับมอบหมายตามเงื่อนไขของแฟรนไชส์และสัญญาเช่าซึ่งเริ่มมีราคาสูงถึงสิบเซ็นต์ (10) ต่อแกลลอนซึ่งเป็นราคาที่เกินกว่าต้นทุนน้ำมันเบนซินคุณภาพใกล้เคียงจากตัวแทน

¹⁵⁶ "Blackwell V. Power Test Corp.,", (United States District Court for the District of New Jersey 1981).

¹⁵⁷ เนื่องจากทั้งสองฝ่ายได้ส่งเรื่องนอกคำคู่ความเพื่อให้ศาลพิจารณาเกี่ยวกับยุติคดีนี้จึงถือว่าเป็นการเคลื่อนไหวเพื่อสรุปผลการตัดสินตาม Fed.R.Civ.P. 12 (c).

จำหน่ายของผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ หลังจากซื้อจากจำเลย 2 ครั้งในราคานี้โจทก์เริ่มก็ซื้อน้ำมันเบนซินจากแหล่งอื่นในราคา ตั้งแต่ 1.07 ดอลลาร์ต่อแกลลอนจนถึง 1.09 ดอลลาร์ต่อแกลลอน หลังจากนั้นไม่นานในวันที่ 22 มิถุนายน 1980 จำเลย Power Test of New Jersey, Inc. (PTNJ) และ SI Gasolines ได้ส่งหนังสือแจ้งไปยังตัวแทนจำหน่ายของ Power Test ทั้งหมดโดยแนบเอกสารประกอบของสัญญาแฟรนไชส์ Power Test มาตรฐานและสัญญาเช่าที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการเน้นย้ำบางส่วนของข้อตกลงเหล่านี้ซึ่งกำหนดให้ตัวแทนจำหน่ายต้องซื้อน้ำมันเบนซินจากพวกเขาตามเงื่อนไขของสัญญาเช่าและแฟรนไชส์ของสัญญาเช่าที่จำเลยเน้นไว้ซึ่งระบุว่า “หากการผิณฑ์สัญญาเช่าเกิดขึ้นเมื่อใดและเมื่อใดที่ผู้เช่าผสมน้ำมันเบนซินยี่ห้อหรือเกรดอื่นใดกับน้ำมันเบนซินทดสอบน้ำมันในถังเก็บที่เชื่อมต่อไปยังปั๊มจ่ายในสถานที่หรือหากผู้เช่าขายหรือมีไว้เพื่อขายเป็นน้ำมันเบนซินยี่ห้อ Power Test ซึ่งไม่ใช่ น้ำมันเบนซินยี่ห้อ Power Test” ซึ่งส่วนที่เป็นไฮไลต์ของสัญญาแฟรนไชส์ยังเกี่ยวข้องกับภาระหน้าที่ของตัวแทนจำหน่ายในการซื้อน้ำมันเบนซินจากจำเลย ในวรรค 1 กำหนดไว้ว่า ตัวแทนจำหน่ายรับประกันว่าจะขายเฉพาะน้ำมันเบนซินของผู้ขาย (SI Gasolines) เท่านั้น” และที่สำคัญกว่านั้นคือย่อหน้าที่ 15 ของข้อตกลงแฟรนไชส์ตามที่ย่อในประกาศว่า

15. ข้อตกลงน้ำมันเบนซิน: ตัวแทนจำหน่ายต้องปฏิบัติตามพันธสัญญาในที่นี้และตกลงว่าสำหรับและตลอดระยะเวลาทั้งหมดตัวแทนจำหน่ายจะต้องไม่หรืออนุญาตให้ผู้อื่นจัดเก็บ จัดการขาย เสนอขาย โฆษณาเพื่อขาย ใช้หรืออนุญาตให้ใช้ในสถานที่หรือส่วนใดส่วนหนึ่งหรือบริเวณใกล้เคียงซึ่งน้ำมันเบนซิน น้ำมันหรือผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ นอกเหนือจากที่จัดหาโดยผู้ขายหรือบริษัทดังกล่าว ตามแต่ที่ผู้ขายจะกำหนด

เป็นที่เข้าใจเพิ่มเติมและตกลงกันว่าตัวแทนจำหน่ายจะซื้อหรือได้มาจากผู้ขายหรือจากบริษัทดังกล่าวตามที่ผู้ขายจะกำหนด ซึ่งข้อกำหนดทั้งหมดของเขาเกี่ยวกับน้ำมันเบนซิน น้ำมันหรือผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ ที่จะจัดเก็บ จัดการขาย เสนอขาย โฆษณาเพื่อขายหรือฟองร้องในสถานที่ใดหรือส่วนหนึ่งส่วนใดหรือที่อยู่ติดกันและเขาตกลงที่จะชำระเงินในเวลาที่จะส่งมอบให้กับผู้ขายหรือบริษัทดังกล่าวตามที่ผู้ขายจะกำหนดสำหรับ น้ำมันเบนซิน น้ำมันหรือผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ ดังกล่าวถูกกำหนดโดยผู้ขายที่โรงงานจำนวนมากซึ่งจะต้องส่งมอบไปยังสถานที่ปลายทาง

ข้อตกลงของตัวแทนจำหน่ายและตกลงว่าจะไม่ผสมน้ำมันเบนซินยี่ห้อหรือเกรดอื่นใดกับน้ำมันเบนซินของ Power Test ในถังเก็บที่เชื่อมต่อกับปั๊มจ่ายในสถานที่และจะไม่ขายหรือถือเอาไว้เพื่อขายเป็นน้ำมันเบนซินยี่ห้อ Power Test แต่ไม่ใช่ น้ำมันเบนซินยี่ห้อ Power Test

หากมีการละเมิดข้อกำหนดใดๆ ที่มีอยู่ในย่อหน้านี้ผู้ขายมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาโดยแจ้งให้ตัวแทนจำหน่ายทราบล่วงหน้าสอง 2 วัน และตัวแทนจำหน่ายจะออกจากสถานที่และผู้ขายอาจเรียกคืนการครอบครองสถานที่โดยดำเนินการต่อไปหรืออื่นๆ

อีกทั้ง ประกาศยังแจ้งให้ตัวแทนจำหน่ายทราบว่าเงื่อนไขของสัญญาแฟรนไชส์และสัญญาเช่าจะถูกบังคับใช้อย่างเคร่งครัด

เมื่อได้รับหนังสือแจ้งนี้ Blackwell ผ่านที่ปรึกษาของเขาได้แจ้งให้จำเลยทราบทางจดหมายลงวันที่ 25 มิถุนายน 1980 ว่าความพยายามในการบังคับใช้ข้อตกลงแฟรนไชส์ Gasoline Clause จะถือเป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดของรัฐบาลกลางเช่นเดียวกับพระราชบัญญัติ New Jersey Franchise Practices Act แม้ว่าโจทก์จะแสดงความปรารถนาที่จะเป็นแฟรนไชส์ Power Test ต่อไป แต่เขาก็ระบุว่าจะดำเนินการทางกฎหมายดังกล่าวตามความจำเป็นเพื่อรับรองการครอบครองสถานที่โดยไม่ถูกขัดขวาง

การตอบสนองของจำเลยต่อการสื่อสารนี้เป็นสองเท่า ในจดหมายลงวันที่ 1 กรกฎาคม 1980 ที่ปรึกษากฎหมายของ PTNJ ได้แย้งการโต้แย้งของโจทก์จำนวนมากว่าข้อกำหนดแฟรนไชส์และสัญญาเช่าละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดของรัฐบาลกลาง PTNJ ยังแนะนำที่ปรึกษาของโจทก์ด้วยว่า “การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการตลาดของเขาสำหรับการแนะนำและขายน้ำมันเบนซิน นอกเหนือจากที่ Power Test จัดทำให้เป็นการละเมิดกฎหมายอย่างชัดเจน” นอกจากนี้ PTNJ ยังแจ้งที่ปรึกษาของโจทก์ว่าการกระทำเหล่านี้โดยตัวแทนจำหน่ายจะส่งผลให้มีการยุติสัญญา จากนั้นในวันที่ 15 กรกฎาคม 1980 จำเลย Power Test Petroleum Distributors, Inc. (PT Distributors) ได้ยื่นหนังสือแจ้งการเลิกสัญญาแก่โจทก์ ซึ่งการเลิกจ้างเกิดขึ้นจากการยืนยันว่าโจทก์จัดเก็บ จัดการ ขาย เสนอขาย โฆษณาเพื่อขายและใช้หรือได้รับอนุญาตให้ใช้ในสถานที่ในการจำหน่ายน้ำมันเบนซินยี่ห้ออื่นนอกเหนือจากที่จัดหาโดย Power Test Petroleum Distributors, Inc. หรือผสมน้ำมันเบนซินยี่ห้ออื่นกับน้ำมันเบนซินที่จัดหาโดย Power Test Petroleum Distributors, Inc. โดยฝ่าฝืนข้อกำหนดของวรรค 11 ของสัญญาเช่าของโจทก์และวรรค 15 ของสัญญาตัวแทนจำหน่ายรายย่อยของโจทก์ Blackwell Afft. ผู้จัดจำหน่าย H. PT ยังเรียกร้องให้โจทก์ออกจากสถานที่ภายในวันที่ 18 กรกฎาคม 1980

เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 1980 โจทก์ได้ยื่นฟ้องคดีนี้เพื่อขอความคุ้มครองจากคำสั่งศาลและความเสียหายต่อจำเลยจากการละเมิดมาตรา 1 และ 2 ของพระราชบัญญัติต่อต้านการผูกขาดเซอร์แมน (Sherman Antitrust Act, 15 U.S.C.) §§ 1 และ 2 มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton

Act, 15 U.S.C. § 14 และมาตรา 102 ของพระราชบัญญัติการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) 15 U.S.C. § 2802. โดยเขตอำนาจศาลถูกกล่าวหาภายใต้มาตรา 4 และ 16 ของพระราชบัญญัติ Clayton, 15 U.S.C. §§ 15 และ 26 มาตรา 105 ของพระราชบัญญัติการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม 15 U.S.C. § 2805 และ 28 U.S.C. § 1337 สำหรับเหตุผลที่จะชัดเจนในไม่ช้าจำเป็นต้องหาหรือในรายละเอียดบางประการเกี่ยวกับข้อกล่าวหาที่สำคัญของการฟ้องร้อง

หลังจากคำอธิบายของหลายฝ่ายโจทก์อ้างว่า (จำเลย) Power Test เป็นบริษัทแม่ของบริษัทย่อย (PT) ผู้จัดจำหน่าย S. I. Gasolines และ PTNJ ในคำฟ้องโจทก์ยังได้รับการเสนอชื่อให้เป็นจำเลยบุคคลและนิติบุคคลบางรายโดยเฉพาะแต่โจทก์ปฏิเสธ

ขณะนี้ยังไม่ทราบตัวตนของจำเลย John Doe และ Richard Roe, Inc. และ/หรือโจทก์ไม่มีหลักฐานเพียงพอที่จะรับประกันชื่อจำเลยที่มีรายชื่อเพิ่มเติมดังกล่าวในขณะนี้ โจทก์ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขคำฟ้องนี้หากและเมื่อได้รับการรับรองจากการได้รับหลักฐานเพิ่มเติมซึ่งจะใช้เหตุผลในการตั้งชื่อจำเลยเพิ่มเติมหลังจากเริ่มกระบวนการค้นพบ

ความผิดหลายประการถูกกล่าวหาว่าเป็นความผิดของจำเลย มีข้อกล่าวหาว่าโจทก์และการฟ้องคดีในนามกลุ่มบุคคลได้รับความเสียหายอันเป็นผลมาจากการบังคับใช้บทบัญญัติในสัญญาแพรนไฮส์และสัญญาเช่าซึ่งกำหนดให้ต้องซื้อน้ำมันเบนซินใน ราคาคงที่จริง นอกจากนี้ยังกล่าวหาว่าจำเลยมีส่วนร่วมในการรวมกันและการสมรู้ร่วมคิดที่ผิดกฎหมายและเป็นคู่สัญญาข้อตกลงและความเข้าใจ การควบคุมการค้าระหว่างรัฐและการค้าในการขายน้ำมันเบนซิน โดยมีข้อกล่าวหา 5 ประการที่ถูกกล่าวหา ได้แก่

- (1) จำเลยกำหนดให้ Blackwell และตัวแทนจำหน่ายอื่นๆ ทั้งหมด ซื้อเฉพาะน้ำมันเบนซินจากจำเลย
- (2) จำเลยผูกติดสัญญาเช่าและข้อสัญญาที่กำหนดให้โจทก์ต้องซื้อน้ำมันเบนซินทั้งหมดจากจำเลย
- (3) จำเลยขอให้โจทก์ซื้อน้ำมันเบนซินในราคาที่พวกเขากำหนดไว้ซึ่งราคาสูงกว่าราคาในตลาดเปิด
- (4) จำเลยขายสินค้าให้โจทก์โดยมีเงื่อนไขว่าโจทก์จะไม่ซื้อสินค้าจากคู่แข่งของจำเลย และ
- (5) จำเลยใช้อำนาจควบคุมที่ดินในรูปแบบของร้านขายน้ำมันเบนซินเพื่อบีบบังคับโจทก์ให้ซื้อน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์น้ำมันเบนซินอื่นๆ จากจำเลยในราคาคงที่สูงกว่าราคาตลาด

จากนั้นโจทก์ยืนยันว่าการกระทำเหล่านี้ของจำเลยกระทำโดยเจตนาเพื่อจุดประสงค์ในการพยายามผูกขาดตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โจทก์ยืนยันว่าการผูกขาดแพรนไฮส์และสัญญาเช่าของเขาจะก่อให้เกิดอันตรายที่ไม่สามารถแก้ไขได้และด้วยเหตุนี้การขอคำสั่งบรรเทาทุกข์จึงเหมาะสมแล้ว

นอกจากคำสั่งห้ามแล้วโจทก์ยังแสวงหาค่าเสียหาย ดอกเบี้ยค่าเสียหาย และค่าธรรมเนียมทนายความอีกด้วย

การอ้างสิทธิในครั้งที่สองยืนยันว่าการละเมิดพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติด้านการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) 15 U.S.C. § 2801 et seq ภายใต้การอ้างสิทธินี้โจทก์ยังแสวงหาค่าสั่งห้ามและการฟ้องปรนทางการเงินอีกด้วย

เมื่อยื่นคำฟ้องโจทก์ได้รับจากสมาชิกคนอื่นของศาลนี้สำหรับคำสั่งระงับชั่วคราวห้ามไม่ให้จำเลยบอกเลิกสัญญาเช่าและสัญญาแฟรนไชส์ ซึ่งมีการพิจารณาคำสั่งห้ามเบื้องต้นในวันที่ 22 กรกฎาคม 1980 และ ในวันที่ 24 กรกฎาคม 1980 ศาลพิจารณาแล้วว่าคำสั่งห้ามเบื้องต้นในเรื่องนี้ไม่เหมาะสม¹⁵⁸ ด้วยเหตุนี้ข้อตกลงจึงถูกยกเลิกและสัญญาเช่าและสัญญาแฟรนไชส์สิ้นสุดลง และโจทก์ได้ออกจากสถานที่ในช่วงใกล้วันทำการนั้น

ในการพิจารณาคดีเกี่ยวกับคำสั่งห้ามเบื้องต้นศาลได้พิจารณาด้วยว่าพระราชบัญญัติแนวทางปฏิบัติด้านการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) ไม่สามารถใช้บังคับกับการกระทำนี้ได้ ซึ่งโจทก์ก็ยอมรับตามที่เขาต้องการ โดยในระหว่างการโต้แย้งด้วยวาจาสำหรับคำสั่งห้ามเบื้องต้นที่ไม่มีชื่อจำเลยที่มีส่วนร่วมในการกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม ซึ่งข้อเท็จจริงนี้ยังได้รับการพิสูจน์โดยคำให้การของประธานบริษัท Power Test ที่จำเลยส่งมา Liebowitz Afft. เพื่อประโยชน์ในการชี้แจงและขึ้นสุดท้ายศาลขออย่าว่าก่อนหน้านี้ยึดไว้ที่นี้

พระราชบัญญัติการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม 15 U.S.C. §§ 2801 ถึง 2841 (PMPA) เกี่ยวข้องกับปัญหาทางการตลาดที่แตกต่างกันสามประการ ได้แก่ การปกป้องแฟรนไชส์ ข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลน้ำมันจำพวกเบนซิน (Octane) และการอุดหนุนการตลาดน้ำมันเชื้อเพลิง เฉพาะแนวทางตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองแฟรนไชส์เท่านั้นที่ถูกกล่าวหาว่ามีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้ ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากการตรวจสอบ ส่วนคำจำกัดความของบทย่อยที่ว่าทั้งสองฝ่ายไม่ได้เป็นผู้ซื้อแฟรนไชส์ (Franchisee) หรือ แฟรนไชส์ซอร์ (Franchisor) ตามที่กำหนดไว้ใน PMPA และความสัมพันธ์ของพวกเขาไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบ แฟรนไชส์ ที่ จะได้รับการคุ้มครองซึ่ง PMPA ได้ให้คำจำกัดความ แฟรนไชส์ ไว้ว่าเป็นสัญญาใดๆ ระหว่างคู่สัญญาที่ระบุซึ่งเกี่ยวข้องกับ

¹⁵⁸ ในระหว่างการพิจารณาคำสั่งห้ามเบื้องต้นศาลได้ให้ความสนใจกับที่ปรึกษาของโจทก์เกี่ยวกับข้อกำหนดในการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า 60 วันสำหรับการยุติแฟรนไชส์ภายใต้ New Jersey Franchise Practices Act, N.J.S.A. 56:10-1 และ seq. ในแง่ของการบังคับใช้ที่ชัดเจนของการกระทำของรัฐ ศาลจึงขยายโอกาสให้โจทก์แก้ไขคำฟ้องของเขาเพื่อยืนยันการละเมิดการกระทำนี้ โจทก์ปฏิเสธโอกาสนั้นโดยเชื่อว่า กฎหมายต่อต้านการผูกขาดมีผลเหนือกฎข้อบังคับของรัฐ

การขาย การฝากขายหรือการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผู้ค้าปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าที่เป็นเจ้าของหรือควบคุมโดยโรงกลั่นดังกล่าวหรือโรงกลั่นซึ่งจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับผู้จัดจำหน่ายที่อนุญาตหรืออนุญาตให้ใช้ดังกล่าว 15 U.S.C. § 2801(1)(A) ซึ่งในทำนองเดียวกัน แพรนโซลชีซี และแพรนโซลชีเซอร์ ถูกกำหนดในแง่ของความสัมพันธ์ที่เกิดจาก แพรนโซลชี ที่กำหนดโดย PMPA, § 2801(2)-(4) และรวมทั้งองค์ประกอบของโรงกลั่นที่เป็นเจ้าของ หรือเครื่องหมายการค้าควบคุม และนอกจากนี้การใช้รายงานของวุฒิสภาที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการตีความนี้ ตามรายงานวุฒิสภาฉบับที่ 95-731 ระบุว่า

คำว่า แพรนโซลชี ถูกกำหนดไว้ในเงื่อนไขของใบอนุญาตเครื่องหมายการค้าเชื้อเพลิงรถยนต์ ควรสังเกตว่าคำนี้ใช้ได้เฉพาะกับการใช้เครื่องหมายการค้าที่เป็นเจ้าของหรือควบคุมโดยโรงกลั่นน้ำมัน

เนื่องจากไม่มีปัญหาว่าเครื่องหมายการค้า Power Test ไม่ได้เป็นเจ้าของหรือควบคุมโดยโรงกลั่นจึงเห็นได้ชัดว่าพระราชบัญญัติการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียมไม่สามารถใช้บังคับกับการกระทำนี้ได้ ดังนั้นศาลจะยกฟ้องทั้งสองคำฟ้อง

ข้อเรียกร้องของการระงับการใช้ผลิตภัณฑ์แบบโมโนโพลีเซชันในการละเมิด มาตรา 2 ของพระราชบัญญัติต่อต้านการผูกขาด Sherman, 15 U.S.C. § 2

ข้อโต้แย้งหลักที่จำเลยอาศัยอยู่ในการตัดสินโดยสรุปภายใต้ข้อเรียกร้องนี้คือ คำฟ้องไม่เพียงพอ โดยที่โจทก์ไม่มีความพยายามใดๆ ที่จะกล่าวหาว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของจำเลยคืออะไร และกำหนดตลาดนั้นตามภูมิศาสตร์ ซึ่งบทสรุปของจำเลยที่ 11 จำเลยยังยืนยันว่าตนไม่มีอำนาจผูกขาดเนื่องจากการควบคุมราคาและการแข่งขันในตลาดโดยถือว่าตลาดดังกล่าวได้รับการกำหนดกฎเกณฑ์ไว้อย่างชัดเจน

โจทก์ตอบโดยโต้แย้งว่า การอ่านข้อร้องเรียนอย่างคร่าวๆ ที่เปิดเผยว่าพื้นที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจและภูมิศาสตร์ จำกัดเฉพาะรัฐที่จำเลยดำเนินธุรกิจตามสัญญาเช่ามาตรฐานและสัญญาแพนโซลชี บทสรุปของโจทก์ที่ 18 นอกจากนี้โจทก์ยังยืนยันว่ามีความจำเป็น เพื่อแสดงถึงตลาดที่เกี่ยวข้องมากกว่าขอบเขตที่แน่นอนความสามารถของจำเลยในการควบคุมราคาและการแข่งขันถูกกล่าวหาว่าเกิดจาก การบังคับใช้ข้อกำหนดของข้อตกลงแพนโซลชีนี้ และสุดท้ายโจทก์ขอโอกาสที่จะมีส่วนร่วมในการค้นพบเพื่อตรวจสอบความเพียงพอของการละเมิดตามมาตรา 2 ที่ถูกกล่าวหา หากการค้นพบล้มเหลวในการพิสูจน์ข้อกล่าวหาจำเลยจะมีอิสระที่จะเคลื่อนไหวเพื่อการตัดสินโดยสรุป

ข้อโต้แย้งของโจทก์ไม่ได้เป็นการโน้มน้าวใจ การยืนยันของจำเลยเกี่ยวกับข้อบกพร่องในการสู้คดีของโจทก์กล่าวคือความล้มเหลวในการเรียกร้องในประเด็นของผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องนั้นถูกต้องซึ่งมาตรา 2 ของพระราชบัญญัติ Sherman ระบุว่า

ผู้ใดที่จะผูกขาดหรือพยายามผูกขาดหรือรวมหรือสมคบคิดกับบุคคลหรือบุคคลอื่นใดเพื่อผูกขาดส่วนใดส่วนหนึ่งของการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างหลายรัฐ จะถือว่ามีความผิดทางอาญา 15 U.S.C. § 2. In *Mullis v. Arco Petroleum Corp.*, 502 F.2d 290 (7th Cir. 1974) ในการวิเคราะห์อย่างรอบคอบได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่จำเป็นของการละเมิดมาตรา 2 ดังนี้

ไม่ว่าจะเป็นการฟ้องร้องที่อ้างว่ามีการผูกขาดหรือพยายามผูกขาดก็ตาม โจทก์มีหน้าที่กำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งการกระทำของจำเลยจะต้องได้รับการประเมิน เนื่องจากพระราชบัญญัติมี ทั้งความสำคัญทางภูมิศาสตร์และการจัดจำหน่ายในคดี *Indiana Farmer's Guide Publishing Co. v. Prairie Farmer Publishing Co.*, 293 U.S. 268, 279, 55 S. Ct. 182, 185, 79 L. Ed. 356, ได้ให้คำจำกัดความของตลาดว่าต้องมีคำอธิบายของทั้งดินแดนที่ล้อมรอบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ศาลอธิบายเพิ่มเติมว่า ความสำคัญของข้อกำหนดนี้ระบุโดยหัวหน้าผู้พิพากษา Swygert ในส่วนสรุปของความคิดเห็นของเขาใน *Bernard Food Industries, Inc. v. Dietene Co.*

มาตรา 2 ของพระราชบัญญัติ Sherman กำหนดให้ ความพยายามที่จะผูกขาดส่วนใดส่วนหนึ่งของการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างหลายรัฐ ผู้พิพากษาระบุไว้อย่างชัดเจนถึงองค์ประกอบของการละเมิดมาตรา 2 เพื่อที่จะอยู่ในมาตรา 2 ผู้ที่ผูกขาดจะต้องมีทั้งอำนาจในการผูกขาดและเจตนาที่จะผูกขาด ในคดี *United States v. Aluminium Co. of America*, 148 F.2d 416 (2d Cir. 1945) ไม่มีหลักฐานใดๆ ที่บ่งชี้ว่าพฤติกรรมของจำเลยในการเผยแพร่เอกสารเปรียบเทียบแสดงให้เห็นถึงเจตนาที่จะผูกขาด ซึ่งยังขาดพฤติกรรมพื้นฐานที่ชัดเจนในการถือได้ว่าจำเลยมีอำนาจในการผูกขาด นอกจากนี้ยังไม่มี การพิสูจน์ว่าตลาดที่เกี่ยวข้องคืออะไร หากไม่มีการกำหนดเช่นนั้นคำถามที่เกี่ยวกับการผูกขาดหรือความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจะไม่สามารถตอบได้อย่างมีความหมาย ซึ่งคำจำกัดความของตลาดที่เกี่ยวข้องเป็นองค์ประกอบสำคัญของการละเมิดภายใต้มาตรา 2 ของพระราชบัญญัติ Sherman

ผู้พิพากษา Clark ซึ่งพูดแทนศาลได้แสดงให้เห็นชัดเจนว่าความสำคัญพื้นฐานของการกำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องนั้นมีผลบังคับใช้กับกรณีที่มีความพยายามที่เกี่ยวข้องกับการเรียกร้องอื่นๆ ซึ่งว่าภาระการพิสูจน์เกี่ยวกับตลาดที่เกี่ยวข้องขึ้นอยู่กับผู้ที่อ้างสิทธิ

ความสำคัญของการกำหนด พื้นที่แห่งการแข่งขันที่มีประสิทธิผล ที่เกี่ยวข้องได้อธิบายไว้ที่หน้า 44-45 ของรายงานของคณะกรรมการแห่งชาติของอัยการสูงสุดเพื่อศึกษากฎหมายต่อต้านการผูกขาด (1955) ดังนี้

อำนาจการผูกขาดตามวัตถุประสงค์ของมาตรา 2 นั้นมีอยู่จริงหรือไม่นั้นต้องมีการกำหนด นิยามของตลาด ก่อน ซึ่งจะต้องมีการวัดผลสำหรับความแตกต่างระหว่างการแข่งขันและการผูกขาด เป็นการเปิดอำนาจในตลาดที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าคำว่า ตลาด จะไม่ปรากฏในกฎหมาย แต่ก็เป็ องค์กรประกอบที่จำเป็นของแนวคิดเรื่องการผูกขาดและข้อจำกัดทางการค้าบางประการที่กฎหมาย กำหนดไว้

ตลาดที่เหมาะสม คือ พื้นที่ของการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจำเลยหรือจำเลยดำเนินการ อยู่ในคดี *Standard Oil Co. of California v. United States*, 337 U.S. 293, 299-300 n.5 (69 S. Ct. 1051, 1055 n.5, 93 L. Ed.11371) กล่าวว่า ปัญหาในการกำหนดตลาดจะทำให้ค้นพบ รูปแบบการค้าซึ่งเป็นไปตามแนวทางปฏิบัติในคดี *United States v. United Shoe Machinery Corp.* , 110 F. Supp. 295, 303 (D.Mass 1953), *aff'd per curiam*, 347 US 521 (74 S. Ct.699, 98 L. Ed.910) กล่าวว่า การระบุตลาดจำเป็นสำหรับการแก้ปัญหาการต่อต้านการผูกขาดถือเป็นความจริงประการหนึ่ง จุดเริ่มต้น คือ การตรวจสอบการแข่งขันที่เกิดขึ้นจริงซึ่งจำเลยจะถูก เปิดเผยและผลกระทบต่อคู่แข่งของพฤติกรรมที่พวกเขาได้ดำเนินการไว้ เพื่อจุดประสงค์เหล่านี้โดย ปกติแล้วตลาดจะถูกระบุทั้งในแง่ของการค้า ผลิตภัณฑ์ สายงานหรือบริการที่ได้รับผลกระทบจาก พฤติกรรม และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่การค้าดังกล่าวอาจถูกจำกัดตามพระราชบัญญัติ Sherman ศาลฎีกากล่าวในคดี *Indiana Farmer's Guide Publishing Co. v. Prairie Farmer Publishing Co.* (293 US 268, 279 (55 S. Ct. 182, 185, 79 L. Ed. 356) ว่ามีทั้งความสำคัญทางภูมิศาสตร์และการ จำหน่าย ซึ่งใช้กับส่วนใดส่วนหนึ่งของสหรัฐอเมริกาที่แตกต่างจากทั้งหมดและส่วนใดส่วนหนึ่งของการแบ่งประเภทของสิ่งต่างๆ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการค้าระหว่างรัฐ

ประเภทของการวิเคราะห์ตลาดที่คณะกรรมการเข้าใจถึงกฎเกณฑ์ที่ต้องใช้นั้นได้รับการ ตัดสินโดยศาลฎีกาในคดี *United States v. E. I. duPont de Nemours & Co.*, 351 U.S. 377, 389-396, 76 S. Ct. 994, 1003-1008, 100 L. Ed. 1264

การฟ้องร้องในการกระทำนี้ปราศจากข้อกล่าวหาใดๆ ที่เกี่ยวกับตลาดผลิตภัณฑ์หรือตลาด ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ความพยายามของโจทก์ในการกำหนดตลาดเหล่านี้ในบทสรุปของเขานั้นไม่ เพียงพอที่ดีที่สุด ในช่วงสั้นๆ โจทก์พูดถึงตลาดทางภูมิศาสตร์เท่านั้น ไม่มีการกล่าวถึงใดๆ ที่เกิดขึ้น

จากตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นการฟ้องร้องจึงไม่สามารถระบุข้อเรียกร้องที่เกิดจากการกล่าวหาว่าละเมิดตามมาตรา 2 ของ พระราชบัญญัติต่อต้านการผูกขาด Sherman ดู *Essex Int'l, Inc. v. Industria Prods., Inc.*, 64 F.R.D. 361, 364 (N.D.Ind.1974) ถือได้ว่าโจทก์จำเป็นต้องกล่าวหาว่า ในแง่ที่เป็นจริงขั้นสุดท้ายคือการดำรงอยู่ของอำนาจการผูกขาด ผ่านส่วนแบ่งทางการตลาดหรืออื่นๆ หรือการดำรงอยู่ของความใกล้ชิดที่เป็นอันตรายต่อการผูกขาด ในคดี *Coleman Motor Co. v. Chrysler Corp.*, 525 F.2d 1338, 1348 (3d Cir. 1975) ระบุว่า คำจำกัดความของตลาดที่เกี่ยวข้องคือ วิกฤต ในคดี *Summey v. Ford Motor Credit Co.*, 449 F. Supp. 132, 141 (D.S.C.1976), *aff'd*, 573 F.2d 1306 (4th Cir. 1978) อย่างไรก็ตามในแง่ของความเสรีภายใต้กฎของรัฐบาลกลางที่ร้องขอให้แก้ไขคำคู่ความซึ่งการยกเลิกข้อกล่าวหาไม่ควรเป็นเพียงข้อบกพร่องในการฟ้องร้อง

สมมติว่าโจทก์กล่าวหาทั้งตลาดผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิศาสตร์ ข้อกล่าวหาจะไม่มีมูลเมื่อมีการพิจารณาเอกสารหลักฐานที่ส่งไปยังศาล ในคดี *Edward J. Sweeney & Sons, Inc. v. Texaco, Inc.*, 637 F.2d 105 (3d Cir.) ในกรณีนั้นศาลอธิบายว่า

ในการกำหนดให้ซื้อน้ำมันเบนซินของ Texaco เพียงอย่างเดียวประกอบด้วยตลาดหรือตลาดย่อยที่เกี่ยวข้องผู้อุทธรณ์ต้องพิสูจน์ว่าน้ำมันเบนซินของ Texaco ไม่ได้รับการพิจารณาว่าสามารถใช้แทนกันได้อย่างสมเหตุสมผลกับน้ำมันเบนซินยี่ห้ออื่นและน้ำมันเบนซินที่ไม่มียี่ห้อโดยผู้บริโภคนจำนวนมากอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งต้องมีหลักฐานตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมหรือการยอมรับที่เป็นสาธารณะของตลาดย่อยในฐานะหน่วยงานทางเศรษฐกิจที่แยกจากกัน ลักษณะเฉพาะและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิตที่ไม่เหมือนใคร ลูกค้านี้แตกต่างกัน ราคาที่แตกต่างกัน ความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงราคาและผู้จำหน่ายเฉพาะทาง

หลักฐานดังกล่าวระบุว่าข้อสรุปว่าสินค้าโภคภัณฑ์ประเภทต่างๆ สามารถใช้แทนกันได้โดยผู้บริโภคสำหรับ วัตถุประสงค์เดียวกันรวมถึงน้ำมันเบนซินทุกยี่ห้อและไม่มีตลาดย่อยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการยืนยันของ Sweeney น้ำมันเบนซินเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ Sweeney ซื้อน้ำมันเบนซินจากโรงกลั่นอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้นคำให้การที่ไม่มีใครโต้แย้งโดยระบุว่าปั้มน้ำมันของ Sweeney ไม่เพียงแข่งขันกับสถานีบริการน้ำมันของ Texaco เท่านั้น แต่ยังรวมถึงสถานีบริการน้ำมันแบรนด์อื่นๆ และสถานีบริการน้ำมันที่ไม่มีแบรนด์อีกด้วย การถอดความสรุปโดยผู้พิพากษาตอนนี้เป็นคดี *Mullis v. Arco Petroleum Corp.*, 502 F.2d 290, 296-97 (7th Cir. 1974) ภายใต้การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ของทั้งสองฝ่าย ส่วนใหญ่และผู้คัดค้านในคดี *United*

States v. E. I. duPont de Nemours & Co., 351 U.S. 377, 76 S. Ct. 994, 100 L. Ed. 1264 โจทก์ไม่สามารถพิสูจน์ได้อย่างชัดเจนว่าการขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม (Texaco) ใน (พื้นที่ที่เป็น ปัญหา) ถือเป็นตลาดที่เกี่ยวข้องกัน

ผู้อุทธรณ์ยืนยันว่ามูลค่าของเครื่องหมายการค้า Texaco กำหนดให้น้ำมันเบนซินของ Texaco เป็นตลาดย่อยที่เกี่ยวข้องแยกต่างหากออกจากกัน พวกเขาที่ยืนยันว่าเนื่องจากสถานีบริการ น้ำมัน Texaco สามารถขายเชื้อเพลิงของ Texaco ได้เท่านั้นซึ่งมีตลาดย่อยของผลิตภัณฑ์ การยอมรับข้อโต้แย้งเหล่านี้จะนำไปสู่ข้อสรุปว่าผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าทุกรายมีอำนาจผูกขาดเหนือผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งไม่มีกฎหมายทางกฎหมายสำหรับข้อเสนอนี้เนื่องจากศาลฎีกาได้ระบุไว้ อย่างชัดเจนว่า

ไม่สามารถตั้งทฤษฎีได้ว่าเรามีการแข่งขันแบบผูกขาดในสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานทุกรายการ โดยผู้ผลิตแต่ละรายมีอำนาจในการกำหนดราคาและการผลิตผลิตภัณฑ์ของตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม อำนาจที่กล่าวได้ว่าผู้ผลิตรถยนต์หรือน้ำมันอัดลมที่มีอยู่เหนือผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายการค้าของตน ไม่ใช่อำนาจที่ทำให้เกิดการผูกขาดอย่างผิดกฎหมาย อำนาจที่ผิดกฎหมายจะต้องได้รับการประเมินใน แ่งของตลาดการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ในทางกลับกันหากตลาดที่เกี่ยวข้องเป็นเชื้อเพลิงรถยนต์ทั้งหมดที่ขายในพื้นที่สถานีของ Sweeney Texaco จะไม่สามารถผูกขาดตลาดนั้นได้โดยการขู่ไล่ Sweeney ออกจากธุรกิจ ราคาขายปลีกของน้ำมันเบนซินของ Texaco ที่ขายโดยคู่แข่งของ Sweeney และราคาขายส่งของน้ำมัน เชื้อเพลิงของ Texaco ถูกกำหนดโดยสภาะตลาดของอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน เบนซินทุกยี่ห้อและที่ไม่มียี่ห้อ การแข่งขันจากผู้กลั่นรายอื่นและตัวแทนจำหน่ายอิสระจะจำกัด ความสามารถในการประสบความสำเร็จของ Texaco เป็นอย่างมาก

เช่นเดียวกับในหลักฐานของ Sweeney ในกรณีนี้ได้ให้ข้อสรุปว่าสินค้าโภคภัณฑ์ประเภท ต่างๆ สามารถเปลี่ยนกันได้อย่างสมเหตุสมผลโดยผู้บริโภคเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกัน รวมถึงน้ำมัน เบนซินทุกยี่ห้อและไม่มีตลาดย่อยของผลิตภัณฑ์ ในหนังสือรับรองของเขาเพื่อสนับสนุนการยื่นขอ คำสั่งระงับชั่วคราวของเขาโจทก์ปฏิเสธว่าน้ำมันเบนซินที่เขาซื้อในตลาดเปิดนั้นมีคุณภาพ เช่นเดียวกับที่จำเลยจัดหา ในคำให้การของเขาโจทก์ยังปฏิเสธด้วยว่าเขาอยู่ในการแข่งขันโดยตรงกับ สถานีบริการน้ำมันแบรนด์อื่นๆ อย่างน้อย 5 แห่งภายในรัศมี 10 บล็อกจากสถานีบริการน้ำมันของเขา นอกจากนี้ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินคดีนี้โจทก์ได้ส่งการวิเคราะห์น้ำมันเบนซินที่ซื้อในตลาดส ปอตหรือตลาดซื้อขายในทันที (Spot Market) ด้วยความคาดหมายว่า ข้อกังวลที่เหมาะสมที่ศาลอาจ

มีว่าโจทก์กำลังจัดซื้ออยู่หรือไม่ ซึ่งน้ำมันเบนซินที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับน้ำมันเบนซินที่จำเลยจัดหาให้กับตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นคำให้การของโจทก์การวิเคราะห์ทางเคมีของน้ำมันเบนซินและการซื้อที่ยอมรับจากแหล่งตลาด อื่นๆ จึงนำไปสู่ข้อสรุปว่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ การให้เหตุผลของศาลใน Sweeney เป็นอำนาจที่เพียงพอสำหรับการตัดสินโดยสรุปเกี่ยวกับข้อกล่าวหาในส่วนที่ 2 ของการพยายามผูกขาด

ในที่สุดก็เป็นที่ยืนยันว่าสมมติว่าตลาดที่เกี่ยวข้องได้รับการประกันและแสดงให้เห็นว่ามีอยู่จริงจำเลยขาดทั้งอำนาจตลาดที่จำเป็นและเจตนาที่จะผูกขาดที่จำเป็นเพื่อละเมิดมาตรา 2 ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการของความพยายามที่จะผูกขาดตามมาตรา 2 การละเมิดเป็นเจตนาเฉพาะที่จะผูกขาดตลาดที่เกี่ยวข้องและมีอำนาจทางการตลาดเพียงพอที่จะเข้าใกล้ความสำเร็จอย่างอันตรายในการบังคับใช้เงื่อนไขสำหรับน้ำมันเบนซินโดยจำเลยและราคาน้ำมันที่ค่อนข้างสูงเป็นผลมาจากการตัดสินใจทางธุรกิจที่ชอบด้วยกฎหมายซึ่ง Blackwell ยอมรับอย่างอิสระว่าเขาขายน้ำมันเบนซินจากปั๊มที่มีเครื่องหมายการค้าซึ่งไม่ได้ซื้อจากแหล่งที่ได้รับการอนุมัติจากผู้ถือเครื่องหมายการค้า นั้น จำเลยแสดงความกังวลอย่างมากเกี่ยวกับการปฏิบัตินี้ เช่นเดียวกับที่พวกเขาควรจะมี ในความเป็นจริงพวกเขาแจ้งให้โจทก์ทราบว่าการปฏิบัติดังกล่าวสร้างความเป็นไปได้ที่แท้จริงสำหรับความเสียหายเป็นอย่างมากต่อซื้อทางการค้าเครื่องหมายการค้า ความปรารถนาดี ภาพลักษณ์และความเป็นอยู่ที่ดีทางเศรษฐกิจของจำเลย นอกจากนี้ยังเป็นที่ยืนยันว่าจำเลยรับรู้และแจ้งเตือนโจทก์ถึงการกระทำดังกล่าวที่ไม่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติ Lanham Act, และพระราชบัญญัติแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเชื้อเพลิงที่ไม่เป็นธรรมของนิวเจอร์ซีย์ New Jersey Unfair Motor Fuels Practices Act

ราคาน้ำมันเบนซินของ Power Test ที่สูงเมื่อเทียบกับราคาใน Spot Market ไม่ได้เป็นผลมาจากความพยายามที่จะผูกขาดหรือกำหนดราคา ซึ่งในความเป็นจริงโจทก์ยอมรับอย่างชัดเจนถึงเหตุผลทางธุรกิจสำหรับราคาที่สูงขึ้นเมื่อเขาเริ่มฟ้องคดีนี้ ในหนังสือรับรองของเขาในการสนับสนุนการยื่นขอคำสั่งระงับชั่วคราวของเขา Blackwell ระบุว่าจำเลยได้อธิบายเหตุผลของราคาที่สูงขึ้นให้กับเขาแล้ว Blackwell เข้าใจว่า PTNJ มีปัญหาชั่วคราวในการกำจน้ำมันเบนซินคงคลังซึ่งซื้อมาในราคาสูง โดยรายละเอียดของภาวะที่กลืนไม่เข้าคายไม่ออกนี้ได้รับการอธิบายโดยรองประธานบริหารของ Power Test ในหนังสือรับรองของเขาเพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวของจำเลยเพื่อการตัดสินโดยสรุป เขาคาดไม่ถึงว่าผู้ผลิตรายใหญ่ของ Power Test ได้ปรับราคาเชื้อเพลิงเครื่องยนต์เป็น 11 ดอลลาร์ต่อแกลลอน ดังนั้นในที่สุด Power Test จึงถูกบังคับให้ส่งต่อส่วนที่เพิ่มขึ้นนี้ไปยังตัวแทน

จำหน่าย ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของราคาซื้อนี้ทำให้ราคาน้ำมันเบนซินของ Power Test สูงกว่าที่มีอยู่ใน Spot Market ในช่วงที่โจทก์ฟ้องร้องซึ่งไม่ใช่เจตนาของ Power Test ที่พยายามผูกขาด

หลักฐานที่แสดงว่า Power Test ไม่สามารถควบคุมราคาน้ำมันเบนซินได้ก็ช่วยต่อต้านการหาอำนาจทางการตลาดที่เพียงพอที่จำเป็นในการผูกขาด นอกจากนี้แม้ว่าจำเลยจะขายน้ำมันเบนซินที่ขายปลีกในเขตนครหลวงได้ 6 เปอร์เซ็นต์ แต่จำเลยก็ไม่สามารถจำกัดปริมาณการผลิตได้ ซึ่งอำนาจการตลาดมักจะระบุว่าเป็นความสามารถของผู้ขายรายเดียวในการขึ้นราคาและจำกัดผลผลิต เนื่องจากผลผลิตที่ลดลงเป็นผลมาจากราคาที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในคดี Fortner Enterprises, Inc. v. United States Steel Corp., (Fortner I) ไม่มีการปฏิเสธว่าการจัดสรรน้ำมันเบนซินทั้งหมดอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงพลังงานและอยู่บนพื้นฐานของอุปทานในปี 1972 จำเลยจะต้องจัดหาตัวแทนจำหน่ายตามข้อบังคับของกระทรวง ดังนั้นข้อกล่าวหาของโจทก์เกี่ยวกับความพยายามที่จะผูกขาดจะต้องถูกยกเลิก

การเรียกร้องของ TIE-IN (การขายพ่วง) ที่ผิดกฎหมายในการละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton, 15 U.S.C. § 14

เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวของพวกเขาสำหรับการตัดสินโดยสรุปเกี่ยวกับการอ้างว่าละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton Act, 15 U.S.C. § 14 จำเลยยืนยันว่าพระราชบัญญัติ Clayton ไม่สามารถใช้บังคับกับการกระทำนี้ได้ ซึ่ง มาตรา 3 ของ Clayton Act กำหนดไว้ว่า จะเป็นการผิดกฎหมายสำหรับบุคคลใดก็ตามที่มีส่วนร่วมในการค้า ในสายการค้า ในการเช่าหรือทำขายหรือทำสัญญาขายสินค้า เครื่องใช้ เครื่องจักร วัสดุสิ้นเปลืองหรือสินค้าอื่นๆ ไม่ว่าจะมีการจัดสิทธิบัตรหรือไม่ได้จัดสิทธิบัตรเพื่อการใช้ การบริโภคหรือการขายต่อ หรือกำหนดราคาที่เรียกเก็บหรือส่วนลดจากหรือคืนเงินตามเงื่อนไขข้อตกลงหรือความเข้าใจว่าผู้เช่าหรือผู้ซื้อจะต้องไม่ใช้หรือจัดการกับสินค้า เครื่องใช้ เครื่องจักร วัสดุสิ้นเปลืองหรือสินค้าอื่นๆ ของคู่แข่งหรือคู่แข่งของผู้ให้เช่าหรือผู้ขายซึ่งผลของการเช่าการขายหรือสัญญาการขายหรือเงื่อนไขข้อตกลงหรือความเข้าใจดังกล่าวอาจลดน้อยลงอย่างมากในการแข่งขันหรือมีแนวโน้มที่จะสร้างการผูกขาดในสายการค้าใดๆ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำเลยยืนยันว่า การที่โจทก์ซึ่งกล่าวหาว่ามีการขายพ่วงกันอย่างผิดกฎหมายระหว่างการให้เช่าสถานีบริการน้ำมันซึ่งเห็นได้ชัดว่าไม่ใช่สินค้าที่อยู่ภายใต้ขอบเขตของพระราชบัญญัติ Clayton Act และการซื้อน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ โดยย่อของจำเลยที่ 6 โจทก์ได้แย้งว่า

ในขณะที่การตรวจสอบคำฟ้องอาจทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิดว่ามีข้อเท็จจริงที่เพียงพอที่จะไม่สนับสนุนข้อเรียกร้องตามมาตรา 3 สัญญาเช่าของจำเลยซึ่งได้กำหนดเบื้องต้นเกี่ยวกับการขายฟ่งการขายน้ำมันเบนซินให้กับ อุปกรณ์ที่จำเลยยืมหรือเช่ามาให้กับตัวแทนจำหน่ายของ Power Test บทสรุปของโจทก์ที่ 21 จำเลยตอบโดยยืนยันว่าอุปกรณ์ดังกล่าวติดอยู่กับอสังหาริมทรัพย์ ดังนั้น จึงเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นจริงที่ยึดถือและมีส่วนในเหตุการณ์และทรัพย์สินทั้งหมด ดังนั้นจำเลยยืนยันว่าคำยืนยันของโจทก์เหล่านี้ไม่ได้เป็นการเปลี่ยนการเช่าสถานีบริการน้ำมันให้เป็นสัญญาเช่าอุปกรณ์ สรุปคำตอบของจำเลยที่ 4

เป็นที่ยอมรับกันดีว่าข้อตกลงการขายฟ่งอาจถือได้ว่าเป็นข้อตกลงที่ผิดกฎหมายภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton และมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ในคดี *International Salt Co. v. United States*, กล่าวไว้ว่าหากผลิตภัณฑ์ที่ฟ่งเป็นสินค้าเครื่องใช้ หรือสินค้าอื่นๆ กรณีนี้จะอยู่ในขอบเขตของพระราชบัญญัติ Clayton และโจทก์จำเป็นต้องแสดงให้เห็นว่ามีการค้าในปริมาณมากในผลิตภัณฑ์ที่ฟ่งติดกัน และสิ่งสำคัญคือต้องเน้นว่าพระราชบัญญัติ Clayton Act จะใช้เฉพาะกับการขายหรือให้เช่า สินค้า เครื่องใช้ เครื่องจักร วัสดุสิ้นเปลืองหรือสินค้าอื่นๆ หากการขายฟ่งไม่เกี่ยวข้องกับสินค้า แต่เกี่ยวข้องกับที่ดิน บริการหรือเครดิตซึ่งไม่ตรงกับภาษาของพระราชบัญญัติ Clayton Act แต่จะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman Act และโจทก์จำเป็นต้องรับภาระเพิ่มเติมในการพิสูจน์ว่าอำนาจทางเศรษฐกิจของจำเลยในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายฟ่งนั้นเพียงพอที่จะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่รู้สึกได้

ในการดำเนินการโดยเร่งด่วน ข้อกล่าวหาเฉพาะของโจทก์ คือ จำเลยมีการขายฟ่งติดอยู่กับสัญญาเช่าที่กำหนดให้โจทก์ต้องซื้อน้ำมันเบนซินทั้งหมดจากจำเลยและโจทก์ยังกล่าวหาว่า จำเลยใช้การควบคุมที่ดินในรูปแบบของสถานีบริการน้ำมันเพื่อบีบบังคับให้โจทก์ซื้อน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์น้ำมันเบนซินอื่นๆ จากจำเลยในราคาแพงที่สูงกว่าราคาตลาดเปิดเท่านั้น สัญญาเช่าที่เน้นข้างต้นเป็นสัญญาเช่าอสังหาริมทรัพย์ไม่ใช่สัญญาเช่าอุปกรณ์ แม้ว่าจะสมมติว่ามีการเช่าอุปกรณ์แต่อุปกรณ์ดังกล่าวก็ติดอยู่กับทรัพย์สินที่แท้จริงเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ดังนั้นจึงมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นสาเหตุของการดำเนินการตามข้อกล่าวหาว่าละเมิดพระราชบัญญัติ Clayton จะต้องถูกยกเลิก¹⁵⁹

¹⁵⁹ การสนับสนุนเพิ่มเติมสำหรับการถือครองนี้มีอยู่ใน *FTC v. Sinclair Refining Co.*, 261 U.S. 463, 43 S. Ct. 450, 67 L. Ed. 746 (1922) ในกรณีของ *Sinclair* ศาลถือได้ว่าการปฏิบัติในส่วนของจำเลยในการเช่าถึงใต้ดินพร้อมสถานีบริการน้ำมันไปยังตัวแทนจำหน่ายรายย่อยที่เช่าเล็กน้อยและตามเงื่อนไขที่ว่าอุปกรณ์จะต้องใช้เฉพาะ

การเรียกร้อยภายใต้มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ S 15 U.S.C. ,§ 1

เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวของพวกเขาสำหรับการตัดสินโดยสรุปเกี่ยวกับข้อเรียกร้องชั้นสุดท้ายนี้ จำเลยได้มีข้อโต้แย้งหลายประการ ประการแรกพวกเขายืนยันว่าไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎหมายในเรื่องของ การสมคบคิด ได้เนื่องจากจำเลยทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนิติบุคคลเดียวภายใต้การควบคุมด้านการจัดการเดียวกันไม่ใช่การแข่งขันซึ่งกันและกัน ซึ่งจำเลยได้ส่งหนังสือรับรองของประธาน บริษัท Power Test Corp. เพื่อระบุข้อเท็จจริงเหล่านี้ ประการที่สองจำเลยยืนยันว่าเนื่องจากการฟ้องร้องในการกระทำนี้ล้มเหลวในการกล่าวหาโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ของการรวมกันและ/หรือการสมรู้ร่วมคิดที่ถูกกล่าวหาว่าไม่ชอบด้วยกฎหมายจึงต้องถูกยกเลิก ประการที่สามจำเลยให้เหตุผลว่าการกระทำร่วมกันของพวกเขาหากมีเช่นนั้นไม่ผิดกฎหมายเนื่องจากพวกเขากระทำเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่ถูกต้องนั่นคือส่งเสริมการแข่งขันโดยรักษาความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า ประการที่สี่จำเลยยืนยันว่าพวกเขาไม่มีอำนาจทางการตลาดเพียงพอที่จะจำกัดการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญเพื่อยับยั้งทางการค้าหรือกำหนดราคา

มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman Act, 15 USC,§ 1 ระบุไว้ในส่วนที่เกี่ยวข้องว่า ทุกสัญญาการรวมกันในรูปแบบของความไว้วางใจหรืออื่นๆ หรือการสมคบคิดในการยับยั้งทางการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างหลายรัฐถูกประกาศว่าผิดกฎหมาย การวิเคราะห์มาตรา 1 มาตรฐานต้องมีการกำหนดองค์ประกอบหลายอย่างเพื่อรักษาการดำเนินการในมาตรา 1

เพื่อออกคำสั่งในสาเหตุของการกระทำภายใต้ มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman โจทก์ต้องพิสูจน์ ดังนี้ (1) ต้องพิสูจน์ว่าจำเลยทำสัญญารวมกันหรือสมคบกัน (2) การรวมกันหรือการสมคบคิดก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์และต่อต้านการแข่งขันภายในผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (3) วัตถุประสงค์และการดำเนินการตามสัญญาหรือการสมคบคตินั้นผิดกฎหมาย และ (4) โจทก์ได้รับความเสียหายเป็นผลจากการสมรู้ร่วมคตินั้น

ศาลฎีกาในคดี Northern Pacific Railway Co. v. United States, 356 U.S. 1, (78 S. Ct. 514, 2 L. Ed. 2d 545) (1958) ได้กำหนดองค์ประกอบของการขายพ่วงที่ไม่สมเหตุสมผล ซึ่ง

กับน้ำมันเบนซินที่จัดหาโดยผู้ให้เช่าเท่านั้นไม่เป็นการละเมิดพระราชบัญญัติ Clayton นอกจากนี้ศาลยังระบุว่า ผู้เช่ามีอิสระที่จะซื้อได้ทุกที่ที่เขาเลือก เขาสามารถยอมรับและใช้เครื่องสูบน้ำได้มากเท่าที่เขาต้องการโดยอิสระและอาจหยุดดำเนินการใดๆ หรือทั้งหมดเขาอาจดำเนินธุรกิจในฐานะของเขา การตัดสินเป็นตัวกำหนดและวิธีการของเขา แต่เขาไม่สามารถใช้อุปกรณ์ของผู้ให้เช่าในการจ่ายแบรนด์ของผู้อื่นได้

ละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman ประการแรกต้องมีสร้างการขายพ่วงขึ้นเองโดยอ้างอิงข้อตกลงที่มีเงื่อนไขในการขายผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง (Tied Product) ไว้เพื่อแยกการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง (Tying Product) ประการที่สองปริมาณการค้าที่ไม่เปิดเผยจะต้องได้รับผลกระทบ ประการที่สามผู้ขายต้องมีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เพียงพอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงเพื่อยับยั้งการแข่งขันอย่างเสรีในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งองค์ประกอบทั้งสามประการของการขายพ่วงผิดกฎหมายต่อบุคคลนั้นได้รับการยอมรับอย่างดีในการตัดสินของศาลฎีกาในครั้งต่อๆ ไปเช่นเดียวกับในครั้งนี้ แม้ว่าโจทก์จะไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานของความผิดตามกฎหมาย แต่โจทก์อาจมีชัยชนะโดยการพิสูจน์ว่าการขายพ่วงอย่างไม่มีเหตุผลดังกล่าวเป็นการยับยั้งการแข่งขันโดยละเมิดมาตรฐานที่พระราชบัญญัติ Sherman กำหนดไว้

ข้อโต้แย้งแรกของจำเลยที่สนับสนุนการเคลื่อนไหวของพวกเขาจะต้องถูกปฏิเสธ ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้จำเลยกล่าวว่าไม่มีการสมคบคิดที่จำเป็น โดยจำเลยทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรนิติบุคคลเดียวและไม่แข่งขันกันเองหรือถือตัวว่าเป็นคู่แข่งกัน ตำแหน่งนี้ถูกปฏิเสธโดยศาลฎีกาและศาลอุทธรณ์

นอกจากนี้ประเด็นที่สองที่จำเลยบังคับไว้ไม่ได้เป็นการโน้มน้าวใจ ซึ่งเป็นที่ยุติแล้วว่าการฟ้องร้องจำเลยต้องแจ้งให้ฝ่ายตรงข้ามทราบโดยค่าแกลงสั้นๆ อย่างชัดเจนเกี่ยวกับการเรียกร้องของเขาหรือเธอ โดยไม่จำเป็นที่จะต้องอ้างหลักฐาน ศาลยังทราบด้วยว่าขั้นตอนที่เหมาะสมในการว่าจ้างโดยจำเลยจะเป็นการเคลื่อนไหวเพื่อให้มีค่าแกลงที่ชัดเจนมากขึ้นตาม ดังนั้นข้อบกพร่องที่ถูกกล่าวหาในลักษณะนี้เช่นความคลุมเครือหรือความ น่าสงสัยจะได้รับการแก้ไขโดยการเคลื่อนไหวเพื่อให้ได้ข้อความที่ชัดเจนยิ่งขึ้นไม่ใช่การเคลื่อนไหวเพื่อการตัดสิน

แม้ว่าข้อโต้แย้งสองข้อแรกของจำเลยจะไม่มีเหตุผล แต่ศาลพบว่าการยืนยันที่เหลืออยู่ในแง่มุมของการเคลื่อนไหวนี้ เป็นที่ยอมรับกันว่าการจะพิสูจน์ว่ามีการขายพ่วงที่ผิดกฎหมายต่อโจทก์จะต้องมีการพิสูจน์ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรกเขาต้องสร้างความมั่นใจว่าพฤติกรรมที่เป็นปัญหาคือการขายพ่วง กล่าวคือมีข้อตกลงของคู่สัญญาในการขายผลิตภัณฑ์หนึ่งชิ้น แต่มีเงื่อนไขว่าผู้ซื้อจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์อื่นด้วย (หรือพ่วงติดกัน) เท่านั้น ประการที่สองเขาต้องกำหนดให้ผู้ขายมีอำนาจทางเศรษฐกิจเพียงพอในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง (Tying Product) เพื่อยับยั้งการแข่งขันอย่างเสรีในตลาดได้อย่างเห็นได้ชัดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง และประการที่สามเขาต้องกำหนดว่าการค้าระหว่างรัฐที่ไม่เล็กน้อยจะได้รับผลกระทบ

ในคดี *Ungar v. Dunkin' Donuts of America, Inc.*, 531 F.2d 1211, 1223-24 (3d Cir. 1976) กล่าวว่า องค์ประกอบแรกของการละเมิดที่ถูกกล่าวหาที่ต้องได้รับการยอมรับจากจำเลยนั้นคือ การมีอยู่ของการขายพ่วง เป็นองค์ประกอบที่สองคือการมุ่งเน้นไปที่ข้อพิพาท

ในคดี *Times-Picayune Publishing Co. v. United States*, 345 U.S. 594, 73 S. Ct. 872, 97 L. Ed. 1277 (1953) ศาลฎีกาได้กล่าวถึงองค์ประกอบนี้โดยละเอียด ศาลอธิบายว่า จากกรณีของ การขายพ่วง รูปแบบของความผิดกฎหมายที่มองเห็นได้จะเกิดขึ้น เมื่อผู้ขายมีสิทธิกับ ตำแหน่งที่ผูกขาดในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง (Tying Product) หรือหากมีการค้าใน ปริมาณมากในผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง (Tied Product) ถูกยับยั้งการขายพ่วงดังกล่าวจะถือว่าเป็น การละเมิด มาตรฐานที่แคบกว่าที่กำหนดไว้ในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton Act เนื่องจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งอาจทำให้ศักยภาพในการแข่งขันน้อยลง และเพราะแม้แต่ผู้ผูกขาดโดย ขอบด้วยกฎหมายก็ยังไม่เห็นเหตุผล เป็นพฤติกรรมทางการค้าที่เป็นพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายโดยไม่ต้อง พิสูจน์ (per se illegal) เพื่อขัดขวางการขายจากคู่แข่งจากตลาดที่สำคัญใดๆ ซึ่งขัดขวางการขายพ่วง ถูกห้ามโดย มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman Act หากเมื่อใดก็ตามที่เงื่อนไขทั้งสองเป็นไป ตามเงื่อนไข

ศาลได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการครอบงำตลาดเพิ่มเติมโดยระบุว่าสาระสำคัญของ ความผิดกฎหมายในข้อขัดขวางการขายพ่วงคือการใช้ประโยชน์จากการผูกขาด ผู้ขายใช้ประโยชน์จาก ตำแหน่งที่มีอำนาจเหนือในตลาดหนึ่งเพื่อขยายอาณาจักรของเขาไปสู่ตลาดถัดไป แต่เพียงผู้เดียว สำหรับการทดสอบความแข็งแกร่งของอำนาจนั้นจะต้องมีอำนาจทั้งหมดและไม่ใช่แค่ส่วนหนึ่งของ ตลาดที่เกี่ยวข้องที่มีอำนาจในการควบคุม

ความสำคัญของการครอบงำในตลาดที่ขายพ่วงได้ถูกพูดถึงในคดี *Northern Pacific Ry. v. United States*, 356 U.S. 1, 78 S. Ct. 514, 2 L. Ed. 2d 545 (1958) ซึ่งในกรณีนี้มีการกล่าวหา ว่า การควบคุมตลาดที่ดินของทางรถไฟจะหมดความขອງใจหากมีครบ 2 องค์ประกอบ ศาลเขียนว่า

ข้อขัดขวางการขายพ่วงเป็นสิ่งที่ไม่มีเหตุผลในตัวเองเมื่อใดก็ตามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีอำนาจทาง เศรษฐกิจเพียงพอในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงเพื่อยับยั้งการแข่งขันอย่างเสรีในตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกันและปริมาณการค้าระหว่างรัฐที่ไม่ใช่จำนวนเล็กน้อยจะได้รับ ผลกระทบ ซึ่งแน่นอนว่าในกรณีที่ผู้ขายไม่สามารถควบคุมหรือมีอำนาจเหนือผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง เพื่อที่จะไม่แสดงให้เห็นถึงอาวุธที่มีประสิทธิภาพในการกดดันให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าที่เชื่อมโยงกันในการยับยั้ง ทางการค้าใดๆ อันเนื่องมาจากการขายพ่วงดังกล่าวซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าไม่มีนัยสำคัญที่มากที่สุด

ในกรณีนั้นศาลพบว่าการรถไฟมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากมายโดยอาศัยที่ดินที่กว้างขวางนั้นคือที่ดินหลายล้านเอเคอร์ที่ได้รับจากสภาองเกรสเพื่อใช้สิทธิในระดับผู้เช่าและผู้ซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจเหนือคู่แข่ง

ประเด็นเรื่องอำนาจทางเศรษฐกิจได้รับการแก้ไขอีกครั้งในคดี United States Steel Corp. v. Fortner Enterprises, Inc., 429 U.S. 610, 97 S. Ct. 861, 51 L. Ed. 2d 80 (1977) (Fortner II) ศาลได้ตรวจสอบความแข็งแกร่งของตลาดในแง่ของความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง (Tying Product)

ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงได้ให้การสนับสนุนที่สำคัญสำหรับการค้นหาสิ่งผิดกฎหมายในกรณีก่อนหน้านี้ ดังนั้นการอนุญาตตามกฎหมายของการผูกขาดสิทธิบัตร การผูกขาดลิขสิทธิ์และการถือครองที่ดินอย่างกว้างขวางเป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงที่ศาลจะพิจารณาว่ามีลักษณะเฉพาะเพียงพอสำหรับการทำให้เกิดการสันนิษฐานถึงอำนาจทางเศรษฐกิจหรือไม่ ตามที่ศาลได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในความเห็นก่อนหน้านี้ในกรณีนี้การตัดสินใจเหล่านี้ไม่ได้กำหนดให้จำเลยมีการผูกขาดหรือมีตำแหน่งที่มีอำนาจเหนือตลาดทั่วทั้งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง อย่างไรก็ตามพวกเขามุ่งความสนใจไปที่คำถามว่าผู้ขายมีอำนาจในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงหรือไม่ ซึ่งในการขึ้นราคาหรือต้องการให้ผู้ซื้อยอมรับเงื่อนไขที่เป็นภาระซึ่งไม่สามารถกำหนดได้ในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ และในระยะสั้นคำถามคือว่าผู้ขายมีข้อได้เปรียบบางอย่างที่คู่แข่งของเขาไม่ได้รับการแบ่งปันในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง หากไม่มีข้อได้เปรียบใดๆ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของเขาแตกต่างจากคู่แข่งผลิตภัณฑ์ของผู้ขายจึงไม่มีลักษณะเฉพาะที่ถือว่าเกี่ยวข้องในกรณีของการขายพ่วงในเงื่อนไขของคดีก่อนหน้านี้

ศาลอุทธรณ์ในคดี Bogosian v. Gulf Oil Corp. ได้กำหนดแนวทางบางประการสำหรับการกำหนดความแข็งแกร่งของตลาด ใน Bogosian ศาลได้พิจารณาองค์ประกอบที่สองนี้โดยเฉพาะในแง่ของข้อตกลงการขายพ่วงในการกล่าวหาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเช่าสถานีบริการน้ำมันน้ำมันและการขายส่งน้ำมันเบนซิน ศาลอุทธรณ์ระบุว่า

ศาลเห็นด้วยกับโจทก์ว่าอำนาจทางการตลาดสามารถแสดงให้เห็นได้โดยไม่ต้องตรวจสอบว่าสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งตั้งอยู่ในเชิงกลยุทธ์หรือไม่ ยกตัวอย่างเช่นโจทก์อาจแสดงให้เห็นว่าจำเลยควบคุมสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่ที่มีอยู่และเนื่องจากข้อจำกัด ในการแบ่งเขตและต้นทุนเงินลงทุนที่สูงทำให้การพัฒนาสถานีบริการน้ำมันใหม่นั้นทำได้ยาก จำเลยจึงมีอำนาจเหนือกว่าสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่เพียงพอที่จะกำหนดให้มีการขายพ่วงได้

อย่างไรก็ตามศาลสั่งเกตว่าผู้พิพากษา Aldisert ในความขัดแย้งอย่างรุนแรงส่วนใหญ่เน้นถึงปัญหาร้ายแรงด้วยแนวเหตุผลนี้เหมาะสมเจาะซึ่งปัญหาหนึ่งที่ผู้พิพากษา Aldisert เน้นย้ำคือ โจทก์สามารถแสดงให้เห็นว่าจำเลยควบคุมสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่เป็นส่วนใหญ่ สิ่งนี้ตามมาจากข้อเท็จจริงที่ว่าโจทก์ได้รับการเสนอชื่อให้เป็นจำเลยซึ่งส่วนใหญ่บริษัทยักษ์ใหญ่จะอยู่ในอุตสาหกรรมที่กระจุกตัว โดยองค์ประกอบของการพิสูจน์นี้สามารถเป็นที่พอใจในอุตสาหกรรมใดๆ ที่มีการแข่งขันที่เข้มข้นพอสมควรเพียงแค่ตั้งชื่อจำเลยให้เพียงพอ Aldisert, J. ไม่เห็นด้วย

การใช้มาตรฐานทางกฎหมายที่กำหนดไว้ข้างต้นกับเรื่องปัจจุบันระบุอย่างชัดเจนว่าข้อกล่าวหาเรื่องการละเมิดมาตรา 1 จะต้องถูกยกเลิก จำเลยไม่มีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เพียงพอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงที่จะยับยั้งการแข่งขันอย่างเสรีในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกันได้ โดยโจทก์ยืนยันว่า

การตรวจสอบแบบฟอร์ม 10-K รายงานประจำปีที่ยื่นโดยจำเลย Power Test Corporation สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 มกราคม 1980 พบว่า บริษัทเป็นบริษัทอิสระที่ใหญ่ที่สุด (ดำเนินการร้านจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 455 แห่ง) และเป็นบริษัทการตลาดน้ำมันเบนซินที่ใหญ่เป็นอันดับ 6 ในแง่ของส่วนแบ่งทางการตลาดในพื้นที่มหานครนิวยอร์ก (New York)

บทสรุปของโจทก์ที่ 15 อย่างไรก็ตามข้อโต้แย้งนี้ถูกวางไว้ในที่ที่ผิด เพราะการมุ่งเน้นจะต้องอยู่ที่ความพอดีของอำนาจทางเศรษฐกิจในตลาดผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง ได้แก่ การเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้เป็นร้านจำหน่ายน้ำมันเบนซินรายย่อยไม่ใช่ส่วนแบ่งของตลาดค้าปลีกของจำเลย ซึ่งแบบฟอร์ม 10-K ของจำเลยเปิดเผยว่า เมื่อวันที่ 31 มกราคม 1980 บริษัท เป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันเบนซิน 173 แห่งและเช่าสถานีบริการน้ำมันเพิ่มเติมอีก 184 แห่ง โดยสัญญาเช่าดังกล่าวประมาณ 90% จะหมดอายุในปี 1980 บริษัทได้เช่าหรือให้ผู้อื่นเช่าช่วงสถานีน้ำมันบริการน้ำมันดังกล่าว 351 แห่ง จำนวนร้านค้าที่ค่อนข้างเล็กมีเพียง 6% ของตลาดค้าปลีกใน Greater New York Metropolitan Area ที่ถูกควบคุมโดยจำเลย คำตอบสำหรับการซักถาม 30 นอกจากการขาดความโดดเด่นในตลาดหรือตำแหน่งของการผูกขาดที่ชัดเจนแล้วผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงยังขาดเอกลักษณ์ที่ศาลฎีกาในคดี Fortner II ยอมรับว่า สำคัญ และนอกจากนี้จำเลยยังไม่มี ข้อโต้แย้งบางประการที่ไม่ได้ถูกแบ่งโดย คู่แข่งในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง Fortner II, 429 U.S. at 621, 97 S. Ct. at 868 ซึ่งความถูกต้องของข้อความเหล่านี้ได้รับการยอมรับจากโจทก์แม้ว่า โดยไม่เจตนาเมื่ออยู่ในหนังสือรับรองของเขาเพื่อสนับสนุนคำสั่งยับยั้งชั่วคราว ที่เขาปฏิเสธ

อาคารที่ 201 Elmora Avenue ตั้งอยู่ติดกับร้านขายน้ำมันเบนซินอีกสองแห่ง One คือแฟรนไชส์ของ Exxon ที่ตั้งอยู่บน Elmora Avenue และร้าน Chevron ที่ตั้งอยู่บน Elmora Avenue ภายในรัศมี 10 ช่วงตึกของ 201 Elmora Avenue มีร้านจำหน่ายก๊าซอื่นๆ อีกอย่างน้อย 5 แห่งภายใต้ชื่อแบรนด์ของบริษัทน้ำมันรายใหญ่เช่น Getty, Shell และ Mobil

ดังนั้นจึงเป็นที่ชัดเจนว่าจำเลยขาดสภาพทางการตลาดที่จำเป็นสำหรับการละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman เนื่องจากการขายพ่วงที่ผิดกฎหมาย

สิ่งที่ระบุไว้ในการวิเคราะห์ตามหลักพฤติกรรมทางการค้าบางประเภทอาจเป็นพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายโดยไม่ต้องพิสูจน์ (per se illegal) ข้างต้นไปไกลในการกำจัดข้อโต้แย้งที่ว่า การขายพ่วงอย่างไรเหตุผลเป็นยับยั้งการแข่งขันซึ่งมาตรฐานในการละเมิดที่ใจกว้างมากขึ้นของพระราชบัญญัติ Sherman ใน ค. ตี Bogus v. American Speech & Hearing Ass'n, 582 F.2d at 287 นอกเหนือจากการขาดความแข็งแกร่งในตลาดอย่างเห็นได้ชัดแล้วข้อจำกัดที่จำเลยกำหนดให้โจทก์เป็นสิ่งที่ชอบธรรมโดยการพิจารณาทางธุรกิจที่ขอบด้วยกฎหมาย ในคดี Times-Picayune Publishing Co. v. United States, 345 U.S. at 622, 73 S. Ct. at 887 หลักฐานต่อหน้าศาลเผยให้เห็นว่าแรงผลักดันในการบังคับใช้ข้อกำหนดการยกเลิกในสัญญาเช่าและแฟรนไชส์คือการปกป้องความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า ซึ่งเหตุผลนี้น่าสนใจในแง่ของการละเมิดที่เป็นไปได้โดยโจทก์ ตามพระราชบัญญัติ Lanham Act, 15 U.S.C. § 1125 และพระราชบัญญัติแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเชื้อเพลิงที่ไม่เป็นธรรมของนิวเจอร์ซีย์ (New Jersey Unfair Motor Fuels Practices Act) ดังนั้นจึงไม่สามารถกล่าวได้ว่าการบังคับใช้สัญญาเช่าและสัญญาแฟรนไชส์มีการจำกัดทางการค้าอย่างไม่มีเหตุผลบนพื้นฐานของ ความเห็นข้างต้นศาลจะอนุญาตให้จำเลยเคลื่อนไหวเพื่อสรุปคำพิพากษายกฟ้อง คำฟ้อง ซึ่งการพิจารณานี้ทำให้ไม่เห็นความจำเป็นในการดำเนินการกับการเคลื่อนไหวของโจทก์ในการขอการรับรอง จำเลยจะส่งรูปแบบคำสั่งที่เหมาะสมโดยได้รับความยินยอมหากเป็นไปได้ภายใน 10 วัน

คำตัดสินของศาลอุทธรณ์ United States Court of Appeals for the Third Circuit วันที่ 17 มิถุนายน 1982 NO. 81-2752¹⁶⁰

ศาลอุทธรณ์ United States Court of Appeals for the Third Circuit เห็นด้วยกับคำตัดสินของศาลแขวง United States District Court for the District of New Jersey
มาตรการในการควบคุมการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้นในประเทศสหรัฐอเมริกา

¹⁶⁰ "Blackwell V. Power Test Corp.," (United States Court of Appeals for the Third Circuit, 1982).

การจำกัดการแข่งขันทางการค้ากรณีที่มีการกำหนดให้ทำธุรกิจกับตนเองนั้นตามกฎหมายแข่งขันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ด้วยกัน 3 ฉบับ คือ Sherman Act Clayton Act และ Federal Trade Commission Act

พระราชบัญญัติ Sherman Act

สาระสำคัญของกฎหมาย Sherman Act ต่อการจำกัดการแข่งขันมี 2 มาตราที่สำคัญ ดังนี้

มาตรา 1 จะกล่าวถึงการกระทำอันมีลักษณะของการตกลงหรือร่วมมือกัน (collective action) ที่ก่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันในตลาด

มาตรา 2 จะเป็นมาตรการควบคุมการกระทำฝ่ายเดียวของบุคคลใดทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่อาจจะสร้างอำนาจผูกขาดหรือใช้อำนาจการผูกขาดโดยมิชอบ เมื่อพิจารณาจากถ้อยคำของมาตรา 2 แล้วจะเห็นได้ว่ากฎหมายไม่ได้บัญญัติห้ามพฤติกรรมการผูกขาดไว้โดยตรงแต่ห้ามกระบวนกรหรือความพยายามที่จะผูกขาด (monopolization and attempts to monopolize)

พระราชบัญญัติ Clayton Act

มาตรา 3 มุ่งควบคุมเรื่องการบังคับให้ติดต่อเฉพาะกับธุรกิจของตน เช่น การตกลงห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่ง (Exclusive dealing) การขายสินค้าโดยมีเงื่อนไขว่าผู้ซื้อจะต้องไม่ไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งของผู้ขาย เป็นต้น

บทบัญญัติของ Clayton Act นั้นได้บัญญัติขึ้นมาเพื่อมีวัตถุประสงค์ในการควบคุมพฤติกรรมกระทำที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่มีลักษณะเฉพาะมากกว่า Sherman Act ที่มีการบัญญัติกฎหมายที่มีเนื้อหากว้างและยังขาดความชัดเจนในการบังคับใช้ ดังนั้น Clayton Act จึงมีการบัญญัติขึ้นมาเพื่อเป็นการเสริม Sherman Act โดย Clayton Act นั้นจะมีการกำหนดพฤติกรรม เช่น การขาย สัญญาจะขาย หรือเงื่อนไขสัญญา เป็นต้น ซึ่งกฎหมายฉบับนี้จะบัญญัติในเรื่องของการกำหนดราคาขาย (Price fixing) การขายพ่วงสินค้า (Tying arrangement) และการตกลงการห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่ง (Exclusive Dealing)

พระราชบัญญัติ Federal Trade Commission Act

กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำขึ้นมาเพื่อจัดตั้งองค์กรบริหารเพื่อทำหน้าที่ควบคุมดูแลพฤติกรรมกระทำที่เป็นการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ โดยกฎหมายฉบับนี้มีหลักการใหญ่คือเพื่อคุ้มครองเกี่ยวกับวิธีการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่เป็นธรรมต่อธุรกิจการค้าและรวมถึงการกระทำที่ไม่ยุติธรรมหรือหลอกลวงที่มีผลต่อการแข่งขันในตลาด ซึ่งปรากฏอยู่ในมาตรา 5 ของ Federal Trade Commission Act

โดยในการพิจารณากรณีที่เป็นการตกลงห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งนั้นต้องมีการพิจารณา กฎหมาย Clayton Act เป็นอันดับแรกซึ่งหากมีการกระทำที่เป็นการห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งนั้น จะตกอยู่ภายใต้บังคับของมาตรา 3 โดยที่กฎหมายนี้จะจำกัดลักษณะอยู่เพียงการเข้าและการขาย สินค้าเท่านั้น หากเป็นกรณีอื่นๆ นอกเหนือจากนี้ไม่ถือว่าเป็นความผิดได้ตามกฎหมายและบทลงโทษ ของกฎหมายฉบับนี้มีเพียงโทษในทางแพ่งเท่านั้น แต่หากข้อเท็จจริงในเรื่องของการตกลงการห้าม ไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งนั้นเกิดขึ้นแต่ไม่ใช่กรณีของการเข้าหรือการซื้อขายตาม Clayton Act แล้วการ ตกลงห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งดังกล่าวอาจเป็นความผิดตามมาตรา 1 Sherman Act ได้ ซึ่งมาตรา นั้นเป็นการกำหนดห้ามการทำสัญญา การรวมตัวกัน หรือสมคบกันเพื่อจำกัดการแข่งขันทางการค้า และลักษณะของความผิดตามมาตรา 1 Sherman Act ต้องเป็นการตกลงหรือการกระทำของบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปและอาจเป็นกรณีที่เกิดการแข่งขันโดยไม่ชอบ แล้วบทลงโทษของ Sherman Act นี้เป็นบทลงโทษในทางแพ่งและทางอาญาซึ่งรุนแรงกว่าบทลงโทษตาม Clayton Act เป็นอย่างมาก

Federal Trade Commission Act เป็นบทบัญญัติของกฎหมายแข่งขันทางการค้าที่เป็น เอกเทศจาก Sherman Act และ Clayton Act โดยที่ในการพิจารณาการทำความผิดตาม กฎหมายนี้นั้นเป็นการใช้อำนาจของคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐตามมาตรา 5 Federal Trade Commission Act โดยหากเกิดกรณีที่เป็นการห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งขึ้นคณะกรรมการ การค้าแห่งสหพันธรัฐก็มีอำนาจในการนำกฎหมาย Federal Trade Commission Act มาบังคับใช้ โดยอาจถือว่าเป็นวิธีการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้ โดยคณะกรรมการการค้าแห่ง สหพันธรัฐจะพิจารณาจากพยานหลักฐานที่ทำให้เชื่อว่าการตกลงดังกล่าวนี้เป็นวิธีการในการจำกัด การแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม

3.1.4 คำพิพากษาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น

3.1.4.1 Magnus Petroleum Company, Inc. and Marpat Corporation v. Skelly Oil Company¹⁶¹

ตัดสินโดย US Court of Appeals for the Seventh Circuit.

ตัดสินเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 1979

ข้อเท็จจริง

¹⁶¹ "Magnus Petroleum Company, Inc. And Marpat Corporation V. Skelly Oil Company," (US Court of Appeals for the Seventh Circuit, 1979).

การดำเนินการต่อต้านการผูกขาดส่วนตัวนี้เกิดขึ้นในเดือนกรกฎาคม 1973 โดย Sheboygan, Wisconsin ผู้จัดจำหน่ายน้ำมันเบนซินและน้ำมันเตา (Magnus) และ บริษัท (Marpat) ซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินและอาคารที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย¹⁶² และจำเลย ได้แก่ Skelly Oil Company (Skelly) แรกเริ่มเดิมทีนั้น Magnus เป็น ผู้จัดจำหน่ายน้ำมันเบนซิน น้ำมันจากเตาและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง¹⁶³ ในความพยายามในการแสวงหาค่าเสียหายที่เกิดกว่า 700,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ก่อนที่พิจารณา 3 ประเด็นภายใต้มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton ,15 USC § 15) โดยโจทก์อ้างว่าจำเลยละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman (15 USC § 1) และมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton (15 USC § 14)

ตามคำฟ้องโจทก์ได้ทำการตลาดผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมกับ Skelly ใน Sheboygan Country รัฐ Wisconsin และพื้นที่ใกล้เคียงตั้งแต่ปี 1964 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 1973 เมื่อ Skelly ยุติความสัมพันธ์กับโจทก์ ซึ่งคู่สัญญาได้มีการระบุว่าโจทก์เป็นทั้งผู้ค้าส่งและค้าปลีกน้ำมันเบนซิน ซึ่งหน้าที่เดิมของพวกเขาเป็น Jobbers ซึ่งดำเนินกิจการโรงงานขนาดใหญ่จำนวน 2 แห่ง (สถานที่เก็บสินค้า) โดยหนึ่งในนั้นในคือ Haven ในรัฐ Wisconsin (ห่างจาก Sheboygan 7 ไมล์) ซึ่งเป็นของ Magnus และโรงงานอื่นที่ตั้งอยู่ใน Sheboygan ถูกเช่าโดย Magnus โดย Skelly ในฐานะ Jobbers เมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 1964 Magnus ได้ทำสัญญาขาย แพรนไซส์สถานีบริการน้ำมันให้กับ Skelly ซึ่งภายใต้ข้อตกลงนี้ Magnus ตกลงที่จะซื้อและ Skelly ตกลงที่จะขายและส่งมอบน้ำมันในปริมาณที่กำหนดไว้ในแต่ละปี¹⁶⁴ นอกจากนี้ Magnus ยังตกลงที่จะขายและส่งมอบผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมให้กับสถานีบริการน้ำมันที่ Skelly เป็นเจ้าของ 4 แห่งในพื้นที่ Sheboygan

คำฟ้องระบุว่าในการที่เป็นผู้จัดจำหน่ายค้าปลีกของโจทก์ กล่าวคือ Skelly การเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ของสถานีบริการน้ำมันเบนซินขายปลีก 4 แห่งในพื้นที่ Sheboygan ซึ่ง 3 แห่งในนั้นได้รับการสนับสนุนทางการเงินผ่านแผนงานที่ Skelly เสนอให้กับ Jobbers ของบริษัท ซึ่งคำฟ้องของโจทก์ได้อธิบายถึงการจัดหาเงินทุนนี้ว่า “สัญญาเช่าซึ่งมีฐานการเช่าระยะเวลา 15 ปี ของโจทก์ Marpat ที่

¹⁶² Marpat ยังเป็นเจ้าของอุปกรณ์จ่ายปิโตรเลียมซึ่งรวมถึงถังปั๊มและเครื่องอัดอากาศที่ Magnus ใช้ ซึ่งผู้ถือหุ้นและผู้อำนวยการของทั้งสองบริษัท คือ Arthur P. Magnus และสมาชิกในครอบครัวของเขาเท่านั้น

¹⁶³ ผลิตภัณฑ์เดียวที่เกี่ยวข้องในกรณีนี้คือน้ำมันเบนซิน

¹⁶⁴ ข้อตกลงนี้อยู่ภายใต้ข้อตกลงใหม่เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 1965 และ 1 มีนาคม 1966 ซึ่งข้อตกลงเดิมระบุว่าปริมาณน้ำมันเบนซินขั้นต่ำที่จะซื้อต่อปีคือ 810,000 แกลลอน แต่ลดลงเหลือ 701,000 แกลลอน โดยข้อตกลงในปี 1966 ข้อตกลงดังกล่าวระบุว่าคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถยกเลิกได้โดยการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า 60 วัน เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาหลัก 5 ปีหรือในวันครบรอบสัญญาใดๆ ในภายหลัง

มีต่อจำเลย Skelly ซึ่งเป็นการเช่าที่สัญญาเช่ามีฐานที่ถูกกำหนดให้กับแหล่งเงินทุนตามสัญญากู้เงิน¹⁶⁵ ควบคู่ไปกับสัญญาเช่าช่วงจากจำเลย Skelly ถึง Magnus ของโจทก์เป็นเวลาสิบห้า (15) ปี แต่การเช่าช่วงดังกล่าวแต่ละรายการจะถูกลดก่อนหน้าโดย Skelly โดยในกรณีนี้กำหนดว่า Magnus ต้องซื้อน้ำมันเบนซินตรา Skelly 100,000 แกลลอนต่อปีเพื่อขายต่อที่สถานีบริการน้ำมันนั้นๆ” (วรรค 16 ของคำฟ้อง)

ค่าเช่าที่กำหนดโดย Skelly ภายใต้อสัญญาเช่าจึงเป็นหลักประกันในเรื่องภาระผูกพันของ Magnus ต่อ ผู้ให้กู้ตามที่โจทก์กล่าวสัญญาเช่าช่วงและภาระผูกพันในการซื้อน้ำมัน 100,000 แกลลอนต่อปีจาก Skelly ไม่สามารถยุติได้โดย Magnus แม้ว่า Marpat จะจ่ายเงินทั้งหมดที่ต้องชำระ สำหรับการซื้อสถานีบริการน้ำมันก็ตาม นอกจากนี้โจทก์ยังให้การเป็นพยานว่าการยกเลิกสัญญาขายแฟรนไชส์จะทำให้จำนวนเงินทั้งหมดที่ต้องชำระกับสถานีบริการน้ำมันสามารถชำระได้ภายใน 60 วัน แต่สัญญาเช่าช่วงจะไม่สิ้นสุดและภาระผูกพันในการซื้อ โจทก์ยังยืนยันในการพิจารณาคดีว่าเป็นแนวทางปฏิบัติทั่วทั้งอุตสาหกรรมสำหรับบริษัทน้ำมันที่มีตราสินค้าที่จะปฏิเสธการรับสมัครแฟรนไชส์ หรือให้เงินทุนแก่สถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าหากแฟรนไชส์ซึ่งยังมีสัญญาบังคับกับบริษัทอื่น ซึ่งสัญญาเช่าที่ออกแบบโดย Skelly ซึ่งหากพิจารณาในบริบทของข้อตกลงแฟรนไชส์และแนวปฏิบัติของผู้จัดจำหน่ายรายเดียว (Single Distributorship) ทั่วทั้งอุตสาหกรรมซึ่งถูกกล่าวหาว่าเป็นการละเมิด มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman และมาตรา 3 ของพระราช Clayton

โจทก์ยืนยันว่าในปี 1970 Skelly ปฏิเสธที่จะอนุญาตให้พวกเขายกเลิกสัญญาเช่าและ Skelly ได้ยุติการเป็นตัวแทนจำหน่ายของโจทก์ในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 1973 ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นไปตาม ความปรารถนาในปัจจุบันที่จะถอนตัวจากการทำตลาดใน Wisconsin โจทก์กล่าวหาว่าจำเลยละเมิด กฎหมายต่อต้านการผูกขาดในการทำให้พวกเขาไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่มีตราสินค้า ของบริษัทน้ำมันอื่นๆ ได้ นอกเหนือจากความเสียหายแล้วโจทก์ยังขอค่าชี้แจงและคำสั่งคุ้มครอง บรรเทาทุกข์ด้วย

ในเดือนมีนาคม 1976 ศาลแขวงได้ปฏิเสธคำร้องของจำเลยเพื่อพิจารณาคดีโดยสรุปตาม ข้อจำกัด ในเดือนพฤศจิกายน 1976 หลังจากการพิจารณาคดี 10 วันคณะลูกขุนได้จ่ายเงินให้โจทก์ 185,000 ดอลลาร์ในความเสียหายก่อนที่จะเพิ่มจำนวนให้และการตัดสินก็ได้รับการสนับสนุนจาก โจทก์เป็นเงินจำนวน 555,000 ดอลลาร์พร้อมค่าใช้จ่ายและค่าทนายความที่สมเหตุสมผลตามที่ระบุไว้

¹⁶⁵ แหล่งเงินทุน ที่อ้างถึงคือ Skelly สำหรับสถานีบริการน้ำมันแห่งหนึ่งและสำหรับธนาคารอีกสองแห่ง

ในมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton¹⁶⁶ การเคลื่อนไหวหลังการพิจารณาคดีของ Skelly ถูกปฏิเสธในเดือนมกราคม 1978 ในความเห็นประกอบของผู้พิพากษา Gordon ถือได้ว่าหลักฐานสามารถตีความได้อย่างสมเหตุสมผลเพื่อแสดงให้เห็นว่ามีการนำข้อตกลงการขายแพรนไฮส์ทั้ง 3 ข้อระหว่าง Magnus และ Skelly มาใช้เพื่อรวมเงื่อนไขด้วย โดยที่ Magnus ไม่ได้ซื้อขายน้ำมันของผู้ผลิตรายอื่นซึ่งจะถือว่าการละเมิดข้อห้ามในการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวที่มีอยู่ในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton¹⁶⁷ ผู้พิพากษาประจำเขตชี้ให้เห็นว่าคณะลูกขุนสามารถสรุปได้ว่า Jobbers (พ่อค้าขายส่ง) อื่นๆ จำนวนมากในตลาดที่เกี่ยวข้อง¹⁶⁸ ซึ่งเป็นคู่สัญญาในการจัดหาเงินทุน ข้อตกลงกับ Skelly และถูกกีดกันจากการเป็น Jobbers ให้กับผู้ผลิตรายอื่น ดังนั้นอย่างน้อยก็แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการลดการแข่งขัน ภายใต้ มาตรา 3 พระราชบัญญัติ Clayton ศาลแขวงยังสรุปด้วยว่ามีหลักฐานมากมายที่คณะลูกขุนสามารถพบได้ว่า (1) วัตถุประสงค์ของการให้กู้เงินระหว่าง Skelly และ Jobbers (พ่อค้าขายส่ง) ในพื้นที่นั้นคือการยับยั้งทางการค้าและ (2) การเตรียมการเหล่านั้นเปิดเผยถึงการต่อต้านการแข่งขันของ Skelly ซึ่งถือว่ามีเจตนาละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman¹⁶⁹

¹⁶⁶ เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 1978 โจทก์ได้ยื่นคำร้องเพื่อกำหนดค่าทนายความที่สมเหตุสมผลสำหรับที่ปรึกษาของพวกเขา การเคลื่อนไหวดังกล่าวได้รับการสนับสนุนโดยหนังสือรับรองและบันทึกข้อตกลง ในเวลาต่อมาได้มีการจ่ายค่าธรรมเนียมทนายความจำนวน 45,000 ดอลลาร์เพื่อให้การตัดสินใจทั้งหมด (คงอยู่ในระหว่างการอุทธรณ์นี้) สำหรับโจทก์คือ 600,400 ดอลลาร์บวกค่าใช้จ่ายซึ่งบันทึกไม่ได้เปิดเผยว่าโจทก์ได้รับการผ่อนปรนเพิ่มเติม

¹⁶⁷ มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ระบุไว้ในส่วนที่เกี่ยวข้องว่า

จะเป็นการผิดกฎหมายสำหรับบุคคลใดก็ตามที่มีส่วนร่วมในการพาณิชย์ ในการค้า ในการเช่าหรือทำการขายหรือทำสัญญาขายสินค้า * * * หรือกำหนดราคาที่เกี่ยวข้องหรือส่วนลดหรือจากการคืนเงินดังกล่าว ราคาตามเงื่อนไขข้อตกลงหรือความเข้าใจว่า ผู้เช่าหรือผู้ซื้อจะต้องไม่ใช้หรือจัดการในสินค้า * * * ของคู่แข่งหรือคู่แข่งของผู้ให้เช่าหรือผู้ขายซึ่งผลของการเช่าการขายหรือสัญญาการขายดังกล่าว หรือเงื่อนไขข้อตกลงหรือความเข้าใจดังกล่าวอาจทำเพื่อลดการแข่งขันลงอย่างมากหรือมีแนวโน้มที่จะสร้างการผูกขาดในสายการค้าใดๆ (15 USC § 14)

¹⁶⁸ ผู้พิพากษาตั้งข้อสังเกตว่ามีคำจำกัดความที่แตกต่างกันสามข้อเสนอสำหรับตลาดที่เกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญของจำเลยมุ่งเน้นไปที่พื้นที่ 13 เขตทางตะวันออกเฉียงใต้ของ Wisconsin ซึ่ง Magnus ซื้อน้ำมันเบนซินและคาดว่าข้อกำหนดของ Magnus ประกอบด้วยเพียง .07 ถึง .18 ของ 1% ของตลาดนั้น ตัวแทนภาคสนามของ Skelly เรียกว่าเป็นพยานให้กับโจทก์ให้การว่าในภาคเหนือของระบบการจัดจำหน่ายของ Skelly ซึ่งรวมถึง Wisconsin มีโครงการจัดหาเงินทุนประมาณ 40 ถึง 50 โปรแกรมที่มี Jobbers คล้ายกับที่มี Magnus ในการพูดคุยเกี่ยวกับตลาดที่เกี่ยวข้องกับผู้พิพากษา Gordon ยังอ้างถึงคำให้การเกี่ยวกับการจัดการด้านการเงินของ Skelly โดยทั่วไป

¹⁶⁹ มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ระบุในส่วนที่เกี่ยวข้องว่า

นอกจากนี้ศาลยังสรุปว่าโจทก์ได้แสดงให้เห็นว่าพวกเขาได้รับความเสียหายในธุรกิจหรือทรัพย์สินตามความหมายในมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติ Clayton Act¹⁷⁰ เนื่องจาก Magnus ได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะซื้อบริษัท Jackson Oil ใน Oshkosh รัฐ Wisconsin และเพื่อเป็นแฟรนไชส์ Sunray DX ใน Oshkosh และ Fond du Lac รัฐ Wisconsin แต่ถูกกีดกันจากการดำเนินการตามข้อตกลงระหว่าง Magnus และ Skelly

ผู้พิพากษา Gordon พบว่ามีหลักฐานเพียงพอที่จะสนับสนุนข้อสรุปของคณะลูกขุนว่าการกระทำของ Skelly ทำให้ Magnus สูญเสียโอกาสแฟรนไชส์ของ Jackson Oil และ Sun ศาลแขวงตัดสินว่าหลักฐานความเสียหายของ Magnus เนื่องจากความล้มเหลวในการซื้อกิจการของบริษัทน้ำมัน Jackson และการเป็นแฟรนไชส์ของ Sun นั้นเพียงพอและโจทก์ไม่ได้รับความเสียหายจนกว่าพวกเขาจะไม่สามารถรับแฟรนไชส์ Jackson Oil Company หรือสัญญาแฟรนไชส์ของ Sun ได้ในปี 1970 ซึ่งอยู่ในข้อจำกัด 4 ปีที่มีอยู่ในมาตรา 4B ของ พระราชบัญญัติ Clayton (15 USC § 15b)

ในที่สุดศาลแขวงปฏิเสธข้อโต้แย้งของ Skelly เกี่ยวกับคำสั่งและถือได้ว่าความต่อเนื่องหนึ่งเดือนระหว่างการปิดหลักฐานและข้อโต้แย้งขั้นสุดท้ายไม่จำเป็นต้องมีการพิจารณาคดีใหม่ 446 F. Supp. 874 (1978) จำเลยอุทธรณ์คำวินิจฉัยของศาลแขวงแต่ละข้อยกเว้นที่เกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์ข้อจำกัด คำแนะนำและความต่อเนื่องที่ศาลย้อนกลับ ได้แก่

I. ไม่มีการละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton

ความคิดเห็นส่วนนี้เพื่อประโยชน์ในการโต้แย้งศาลจะถือว่าข้อตกลงการขายแฟรนไชส์ระหว่างทั้ง 2 ฝ่ายว่ามีแนวโน้มอย่างมากที่จะระงับการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตามมาตรา 3 ของ พระราชบัญญัติ Clayton กำหนดให้มีการขายตามเงื่อนไขข้อตกลงหรือความเข้าใจนั้น ผู้ซื้อจะต้องไม่ซื้อขายสินค้าของคู่แข่งของผู้ขาย หากผลกระทบของมันอาจทำให้การแข่งขันลดลงอย่าง

(e) สัญญาทุกประเภท * * * ที่มีวัตถุประสงค์ในการยับยั้งการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างหลายๆ รัฐหรือกับต่างประเทศขอประกาศว่าผิดกฎหมาย" (15 U.S.C. § 1)

¹⁷⁰ มาตรา 4 ของ Clayton Act กำหนดให้

บุคคลใดที่จะได้รับความเสียหายในธุรกิจหรือทรัพย์สินของตนเนื่องจากสิ่งที่จะต้องห้ามในกฎหมายต่อต้านการผูกขาดอาจฟ้องร้องในศาลแขวงใดๆ ของสหรัฐอเมริกาในเขตที่จำเลยอาศัยอยู่หรือพบหรือมีตัวแทนโดยไม่เคารพตามจำนวนที่มีการโต้เถียงและจะเรียกคืนความเสียหายที่เขาได้รับมาสามเท่าและค่าใช้จ่ายสำหรับคำร้องทุกข์รวมทั้งค่าทนายความที่สมเหตุสมผล (15 USC § 15; เน้นที่ให้มา)

มาก โจทก์ยืนยันว่าข้อตกลงการขายแฟรนไชส์ทั้ง 3 ฉบับระหว่างพวกเขาและ Skelly ละเมิดกฎหมายนี้

ข้อตกลงสองฉบับแรกกำหนดให้โจทก์ซื้อน้ำมันจำนวน 810,000 แกลลอนต่อปี ในข้อตกลงฉบับที่สามลงวันที่ 1 มีนาคม 1966 จำนวนนี้ลดลงเหลือ 701,000 แกลลอน และไม่มีข้อตกลงใดที่มีเงื่อนไขการขายแต่เพียง ผู้เดียวและโจทก์จำเป็นต้องซื้อน้ำมันตามข้อกำหนดทั้งหมดของ Skelly ในจำนวนแกลลอนใดๆ ที่ใกล้เคียงความต้องการของโจทก์¹⁷¹ ข้อสุดท้ายของข้อตกลงเหล่านี้สิ้นสุดลงโดยจำเลยมีผลบังคับใช้ในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 1971 แม้ว่า Skelly ยังคงจัดทำให้ Magnus แบบเดือนต่อเดือนจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 1973¹⁷² ในช่วงปี 1964-1971 แต่โจทก์ไม่เคยซื้อสิ่งใดที่ใกล้เคียงข้อกำหนดที่กำหนดไว้จากจำเลยอีก¹⁷³ เนื่องจากข้อตกลงดังกล่าวไม่มีเงื่อนไขการขายแต่เพียงผู้เดียวและไม่ได้กำหนดให้โจทก์ต้องซื้อน้ำมันเบนซินจำนวนใดๆ ที่ใกล้เคียงข้อกำหนดของพวกเขา ดังนั้น จึงถือได้ว่าพวกเขาไม่ได้ละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton จำเลยกล่าว ในขณะที่แนวทางปฏิบัติของพวกเขาอาจแสดงให้เห็นว่าคู่สัญญากำลังละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton แต่หลักฐานในที่นี้ขัดต่อแนวทางการปฏิบัติดังกล่าวเนื่องจากปริมาณที่ระบุไว้ในข้อตกลงมีจำนวนน้อยกว่า 60-80 เปอร์เซ็นต์ของข้อกำหนดทั้งหมดของโจทก์และ โจทก์ซื้อสินค้าจากคู่แข่งของผู้ขายเป็นประจำร้อยละ 30-50 ดังนั้นจึงไม่มีการแสดงพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton และ Skelly ยกเลิกสัญญาการขายแฟรนไชส์ครั้ง

¹⁷¹ มีหลักฐานยืนยันว่าแกลลอนขั้นต่ำ 810,000 ที่ระบุไว้ในข้อตกลงปี 1964 และ 1965 มีจุดมุ่งหมายเพื่อประมาณความต้องการของ Magnus อย่างไรก็ตามที่อธิบายไว้ในหมายเหตุว่าจำนวนขั้นต่ำจะลดลงในปีต่อๆ มาในขณะที่ความต้องการของ Magnus เพิ่มขึ้นและแม้กระทั่งในปี 1964 และ 1965 น้อยกว่า 2 ใน 3 ของข้อกำหนดของ Magnus ก็ถูกซื้อจาก Skelly จากข้อเท็จจริงเหล่านี้ความเป็นไปได้ที่จำนวนขั้นต่ำที่ระบุไว้ในตอนแรกอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ครอบคลุมข้อกำหนดของ Magnus นั้นไม่เพียงพอที่จะเป็นพื้นฐานของการเรียกร้องตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติ Clayton โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื่องจากความเสียหายที่ร้องเรียนไม่ได้เกิดขึ้นจนถึงปี 1970-1971

¹⁷² หลังจากการยุติความสัมพันธ์ในเดือนกุมภาพันธ์ 1973 Skelly ยังคงจัดทำให้ Magnus ด้วยน้ำมันเบนซินภายใต้โครงการจัดสรรโดยสมัครใจและบังคับของรัฐบาลกลาง

¹⁷³ ตามที่ระบุไว้ในปี 1964 และ 1965 สัญญาขายแฟรนไชส์กำหนดให้โจทก์ซื้อน้ำมันเบนซิน 810,000 แกลลอนจาก Skelly อย่างไรก็ตามในปีที่แล้ว Magnus ซื้อน้ำมันเบนซิน 840,000 แกลลอน แต่มีเพียง 568,000 แกลลอนที่ซื้อจาก Skelly และในปี 1965 โจทก์ซื้อน้ำมันเบนซิน 1,057,000 แกลลอน แต่มีเพียง 699,000 แกลลอนที่ซื้อจาก Skelly ในปี 1966 ถึงปี 1971 โจทก์มีหน้าที่ต้องซื้อจำนวน 701,000 แกลลอนต่อปีจาก Skelly ในแต่ละปี ความต้องการทั้งหมดของโจทก์คือประมาณ 1,000,000 แกลลอนซึ่งส่วนใหญ่ซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นตั้งแต่ 304,000 แกลลอนในปี 1966 ถึง 566,000 ในปี 1971 (App. 79) โจทก์ไม่อ้างว่าขั้นต่ำจำนวน 100,000 แกลลอนต่อปีต่อสถานีที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินที่จะซื้อจาก Skelly ละเมิดพระราชบัญญัติ Clayton

สุดท้ายเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 1970 ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 1971 โดยไม่มีข้อพิสูจน์ว่าได้มีการขายให้โจทก์ตามข้อกำหนดทั้งหมดหรือไม่¹⁷⁴

แม้ว่าโจทก์จะชักชวนให้จำเลยคืนสถานะสัญญาแฟรนไชส์เป็นรายเดือน แต่จำเลยได้แจ้งให้โจทก์ทราบอีกครั้งเกี่ยวกับการเลิกจ้างในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 1973 เนื่องจากมีปัญหาด้านเครดิตกับโจทก์อย่างรุนแรง แม้ว่าในครั้งแรกโจทก์จะซื้อเกือบทั้งหมดก็ตาม ข้อกำหนดในปี 1972 จาก Skelly ข้อเท็จจริงที่ว่าโจทก์ซื้อน้ำมันเบนซินจากจำเลยในปี 1972 เท่านั้นไม่ได้เป็นสาเหตุของพวกเขาอีกต่อไปเนื่องจากคติความของพวกเขามีการระบุไว้ในปี 1970-1971 ที่ไม่สามารถเป็นตัวแทนจำหน่ายของ Sun และซื้อบริษัท Jackson Oil ได้¹⁷⁵

กล่าวโดยสรุปในช่วงปีที่สำคัญโจทก์กำลังค้าขายกับน้ำมันของคู่แข่งแทนที่จะซื้อจากจำเลยแต่เพียงผู้เดียวและสัญญาขายแฟรนไชส์อนุญาตให้ทำเช่นนี้ ดังนั้นจึงไม่ถือว่าเป็นการละเมิด มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton

II. ไม่มีจุดประสงค์ในการแข่งขันของการขายอย่างมีนัยสำคัญในตลาดที่เกี่ยวข้องภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton

แม้ว่าข้อตกลงการขายแฟรนไชส์จะละเมิดส่วนต้นในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton แต่ก็ไม่ได้ผิดกฎหมายเว้นแต่ว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะกีดกันการแข่งขันระหว่าง Skelly กับคู่แข่งในตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งในคดี Tampa Electric Co. v. Nashville Coal Co. , supra, 365 U.S. ที่ 334,

¹⁷⁴ เหตุผลบางประการของการยกเลิกคือการชำระเงินที่ล่าช้าของโจทก์และการซื้อน้ำมันน้อยกว่าร้อยละ 40 ของข้อกำหนดน้ำมันจาก Skelly ซึ่งทำให้เกิดสถานการณ์อุปทานล้นเกินที่ Skelly's Granville, Wisconsin, Terminal

¹⁷⁵ หลังจากสิ้นสุดข้อตกลงในปี 1971 Skelly ได้จัดหาให้ Magnus แบบเดือนต่อเดือนและเป็นเงินสดล่วงหน้าเท่านั้น ทฤษฎีของโจทก์คือการกระทำนี้โดย Skelly ซึ่งดำเนินการร่วมกับข้อเท็จจริงที่ว่า Magnus ซื้อ 99.6% ของข้อกำหนดในปี 1972 จาก Skelly ซึ่งเผยให้เห็นว่าข้อตกลงดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสัญญาการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวและพวกเขาถูกบังคับใช้โดย Skelly ผ่านการชู้ว่าจะยกเลิกแฟรนไชส์ซึ่งจะทำให้สามารถชำระหนี้สถานบริการน้ำมันได้ทันที โจทก์ยืนยันว่าความจริงที่ว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่ได้มีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัดในช่วงหลายปีก่อนหน้านี้ไม่ได้บรรเทาความผิดกฎหมายของพวกเขาโดยอ้างถึง Advance Business Systems and Supply Company v. SCM Corporation, 415 F.2d 55 (4th Cir. 1969) อย่างไรก็ตามศาลคิดว่าเหตุการณ์ในปี 1972 ไม่สนับสนุนในการอนุมานว่าข้อตกลงที่มีผลบังคับใช้ในช่วงปีที่เกี่ยวข้องเป็นสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว ในกรณีที่ไม่มียุติความสัมพันธ์ โดยทั้งสองฝ่ายเข้าใจในเวลานั้นดูเหมือนจะผิดปกติโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ Skelly ควรยุติความสัมพันธ์โดยสิ้นเชิงในเดือนกุมภาพันธ์ 1973 ทันทีหลังจากที่บรรลุเป้าหมายที่ยืนยันว่าต้องการให้ Magnus ซื้อจาก Skelly แต่เพียงผู้เดียว การดำเนินการดังกล่าวสนับสนุนการอนุมานที่ว่ากรยุติการให้บริการทั้งในปี 1973 และ 1971 มีสาเหตุมาจากปัญหาด้านเครดิตของโจทก์

81 S. Ct. 623; *Lupia v. Stella D'Oro Biscuit Co.*, 586 F.2d 1163, 1172 (7th Cir.1978) ตามที่เห็นในข้อเสียและในทางปฏิบัติพวกเขาไม่ได้กีดกันการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากในช่วงหลายปีที่ผ่านมาโจทก์ซื้อน้ำมันจำนวนมากจากผู้ผลิตรายอื่น นอกจากนี้จากหลักฐานของโจทก์เองว่าตลาดค้าปลีกน้ำมันใน Sheboygan มีการแข่งขันสูงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งประสบปัญหาสงครามราคามากมาย ซึ่งสิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าคู่แข่งของ Skelly ไม่ได้ถูกกีดกันอย่างมีนัยสำคัญจากตลาดค้าปลีกใน Sheboygan¹⁷⁶ จำเลยแสดงหลักฐานว่าตลาดค้าปลีกน้ำมันเบนซินใน Wisconsin มีการแข่งขันสูงขึ้นระหว่างปี 1964-1974 โดยส่วนแบ่งของ Skelly ลดลงเล็กน้อยระหว่างปี 1964-1971¹⁷⁷ ในที่สุดโจทก์ก็ล้มเหลวในการแสดงให้เห็นให้ผู้พิพากษาเห็นและไม่ได้กำหนดว่าตลาดที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยอะไรบ้าง ดังนั้นศาลพิจารณาคดีโดยสิ่งใดที่สามารถอ้างถึงตลาดที่เกี่ยวข้องสามแห่งที่เป็นไปได้ คือ (1) พื้นที่ 13 เขตทางตะวันออกเฉียงใต้ของ Wisconsin ที่โจทก์ซื้อน้ำมัน (2) ระบบจำหน่ายภาคเหนือของจำเลย และ (3) พื้นที่ขายทั้งหมดของจำเลย

ศาลแขวงไม่ได้กำหนดให้โจทก์กำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องเนื่องจากใช้คำแถลงในคดี *Lessig v. Tidewater Oil Co.*, 327 F.2d 459, 468 (9th Cir. 1964), certiorari denied, 377 U.S. 993, 84 S. Ct. 1920, 12 L. Ed. 2d 1046 ว่าการลดการแข่งขันที่จำเป็นอย่างมีนัยยะสำคัญอาจปรากฏจากข้อเท็จจริงนอกเหนือจากสัดส่วนของการค้าทั้งหมดในตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุม แต่ใน

¹⁷⁶ เมื่อพูดถึงตลาดในประเทศบางครั้งโจทก์ดูเหมือนจะแนะนำว่ามาตรการที่สำคัญคือขอบเขตที่คู่แข่งของ Skelly ถูกกีดกันจากการแจกจ่ายให้กับ Jobbers ของ Skelly และในขณะที่บางครั้งพวกเขามุ่งเน้นไปที่การกีดกันคู่แข่งเหล่านี้ในระดับค้าปลีก เนื่องจาก Jobbers เป็นผู้ค้าส่งอิสระและเนื่องจากไม่มีการเปิดเผยการแข่งขันที่มีนัยสำคัญในระดับการค้าปลีกในท้องถิ่นซึ่งดูเหมือนว่าไม่มีการกีดกันอย่างมีนัยสำคัญในตลาดทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในระดับ Jobbers หรือมีวิธีการจัดจำหน่ายทางเลือกอื่นที่ใช้ได้ อย่างน้อยนี่คือสิ่งที่ศาลต้องสรุปในกรณีที่ไม่มีความหลักฐานในทางตรงกันข้าม

¹⁷⁷ ที่ปรึกษาของโจทก์บางครั้งดูเหมือนจะแนะนำว่าสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวอาจผิดกฎหมายภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton เพียงเพราะกีดกันความสามารถของผู้ซื้อในการแสวงหาผู้ขายที่แข่งขันกันโดยไม่แสดงความเป็นไปได้ที่จะมีการแข่งขัน ซึ่งในการกีดกันอย่างมีนัยสำคัญคู่แข่งของผู้ขายในขอบเขตที่ทฤษฎีนี้ถูกนำไปใช้กับข้อตกลงการขายแฟรนไชส์จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากหลักฐานตามที่อธิบายไว้แล้ว เสรีภาพในการซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นของ Magnus ไม่ได้ถูกลดทอนลงอย่างมาก

อย่างไรก็ตามโจทก์ยังยืนยันว่าการรวมกันของข้อตกลงการขายแฟรนไชส์ข้อตกลงการจัดหาเงินและการปฏิบัติในอุตสาหกรรมของผู้ผลิตแต่เพียงผู้เดียวทำให้เสรีภาพในการเปลี่ยนผู้ผลิตลดลงตลอดระยะเวลา 15 ปีของข้อตกลงการจัดหาเงิน ในขณะที่การลดเสรีภาพของผู้ซื้อดังกล่าวดูเหมือนจะทำให้เขาสามารถฟ้องร้องได้ภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton แต่ตามกฎหมายกรณีนี้มีความชัดเจนว่าในการฟ้องร้องเขาต้องแสดงการกีดกันที่เป็นไปได้กับคู่แข่งของผู้ขาย แต่โจทก์รายนี้ทำไม่สำเร็จ

Lessig โจทก์ระบุว่าตลาดที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 8 รัฐทางตะวันตก โดยจำเลยขายได้ 6.5% ของน้ำมันเบนซินในตลาดนั้นและผ่านสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวที่ทำขายจำเลยควบคุม 5% ของยอดขายปลีกน้ำมันเบนซินในตลาด¹⁷⁸ ซึ่งในคดี Tampa Electric, supra, and L.G. Balfour Co. v. Federal Trade Commission, 442 F.2d 1 (7th Cir. 1971) ถือได้อย่างชัดเจนว่าตลาดที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการจัดตั้งขึ้นในกรณีตามที่กำหนดในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton

ในการอุทธรณ์โจทก์ได้ติดตามข้อโต้แย้งของตนเกี่ยวกับตลาดที่แตกต่างกัน 3 แห่ง แต่ศาลพบว่าหลักฐานไม่เพียงพอที่จะสนับสนุนการอนุมานว่าการแข่งขันระหว่างคู่แข่งของ Skelly อาจมีความบกพร่องอย่างมีนัยสำคัญ ประการแรกโจทก์ยืนยันว่าในภาคเหนือ ของระบบการจัดจำหน่ายของ Skelly จำนวน Jobbers ของ Skelly ซึ่งมีจำนวนระหว่าง 140 ถึง 150 คนซึ่งมีข้อตกลงการเช่า/สัญญาเช่าย่อยแยกจากกัน 40 ถึง 50 ราย ซึ่งสิ่งนี้ไม่เพียงพอที่จะแสดงถึงการกีดกันในตลาดที่เป็นไปได้ด้วยเหตุผลอย่างน้อยสามประการ กล่าวคือ (1) ไม่มีรายละเอียดว่าภาคเหนือประกอบไปด้วยพื้นที่ใดและเหตุใดจึงเป็นตลาดที่เกี่ยวข้อง (2) เนื่องจาก Jobbers รายหนึ่งอาจมีข้อตกลงทางการเงินมากกว่าหนึ่งข้อตกลง จากสถิติของโจทก์¹⁷⁹ และโจทก์ไม่ได้บอกอะไรศาลเลยว่ามีสัดส่วนของ Jobbers หรือสัดส่วนเท่าใดของร้านค้าปลีกที่ถูกกีดกันไม่ให้แสวงหาผู้ผลิตรายอื่นและ (3) ไม่มีหลักฐานว่าส่วนแบ่งในตลาดที่เกี่ยวข้องของ Skelly เป็นเท่าใด ดังนั้นแม้ว่าจะเป็นไปได้ที่จะตรวจสอบสัดส่วน Jobbers ของ Skelly ที่ถูกกีดกันอยู่¹⁸⁰ แต่ก็ยังคงเป็นไปได้ที่จะประเมินถึงผลกระทบของการกีดกันของ Jobbers เหล่านั้นที่มีต่อคู่แข่งของ Skelly¹⁸¹

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

¹⁷⁸ ศาล Lessig ตั้งข้อสังเกตว่าหลักฐานเดียวที่ไม่มีคือเปอร์เซ็นต์ของร้านค้าปลีกในตลาดที่อยู่ภายใต้สัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าตัวเลขที่เกี่ยวข้องมากขึ้นคือส่วนของการขายปลีกน้ำมันเบนซิน (ในรูปแบบแกลลอน) ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อตกลงที่ทำขาย ดังนั้นข้อมูลการตลาดที่เกี่ยวข้องจึงอยู่ต่อหน้าศาล Lessig

¹⁷⁹ แน่นนอนว่าโจทก์มีข้อตกลงดังกล่าว 3 ข้อและเห็นได้ชัดว่า Jobbers บางคนมีข้อตกลงทางการเงินกับ Skelly มากถึง 8 หรือ 10 ข้อ

¹⁸⁰ ดูเหมือนว่าโจทก์จะถือว่าเพียงพอที่จะแสดงให้เห็นว่าการกีดกันในตลาดมีจำนวนมากในเงื่อนไขที่แน่นอน อย่างไรก็ตามในคดี Tampa Electric Company, 365 U.S. 320, 329, 81 S. Ct. 623, 5 L. Ed. 2d 580 แสดงให้เห็นชัดเจนว่าต้องมีการประเมินความสำคัญโดยการเปรียบเทียบ

¹⁸¹ จำเลยนำหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าการกีดกันของคู่แข่งจะเป็นหลักเกณฑ์ขั้นต่ำ ซึ่ง Skelly มีประมาณ 0.60% ถึง 0.71% ของตลาดน้ำมันเบนซินในประเทศในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ในการจำหน่ายน้ำมันเบนซินใน 17 รัฐและส่วนแบ่งของตลาดในแต่ละรัฐในปี 1971 อยู่ระหว่าง 1.24% (Illinois) ถึง 6.47% (Kansas) มีประมาณ 2% ของตลาด Wisconsin ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

ประการที่สองโจทก์กล่าวหาว่าข้อตกลงที่ถูกจำกัดที่ถูกร้องเรียนนั้นครอบคลุมทั้งบริษัทและทั่วทั้งอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงสนับสนุนการอนุমানที่รวมกันว่าพวกเขาต้องมีการกีดกันในการแข่งขัน หลักฐานของนโยบายทั่วทั้งบริษัท คือพนักงานของ Skelly 760-800 คนทั่วประเทศ ซึ่งมี Jobbers ของ Skelly ทั่วประเทศประมาณ 200 คนและคาดว่าจะมีสัญญากู้เงินของ Skelly ซึ่งเป็นไปไม่ได้ที่จะมีการประมาณปริมาณน้ำมันโดย Skelly ที่ขายผ่านสถานีบริการน้ำมันที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจาก Skelly¹⁸² เนื่องจากศาลได้ข้อสรุปแล้วว่าโจทก์ล้มเหลวในการระบุว่าข้อตกลงแฟรนไชส์กีดกัน Jobbers จากการซื้อจากคู่แข่งของ Skelly ดังนั้น คำถามจึงเหลือเพียงข้อเดียวคือตามที่โจทก์กล่าวหาว่าการที่ Jobbers ผู้ค้าปลีกไม่สามารถเปลี่ยนผู้ผลิตได้ เนื่องจากข้อตกลงทางการเงินตามสัญญากู้เงินอาจทำให้เกิดการกีดกันในการขาย อย่างไรก็ตามในการพิเคราะห์ศาลจำเป็นต้องทราบสัดส่วนของการขายปลีกน้ำมันเบนซินที่ถูกกีดกันในการขายโดยข้อตกลงการจัดการจัดหาเงินของ Skelly¹⁸³ โจทก์ไม่สามารถนำหลักฐานดังกล่าวมาใช้และการอนุমানที่อาจตั้งมาจากสถิติที่เป็นหลักฐานบ่งชี้ว่าผลกระทบ สำหรับคู่แข่งของ Skelly จะมีน้อยมาก สำหรับแนวทางปฏิบัติทั่วทั้งอุตสาหกรรม โจทก์ได้ให้การเป็นพยานว่าผู้จัดจำหน่ายน้ำมันที่มีตราสินค้าหลายรายมีโครงการจัดหาเงินทุนและนโยบายผู้จัดจำหน่ายรายเดียวคล้ายกับของ Skelly อย่างไรก็ตามไม่มีหลักฐานใดที่เสนอให้รวมถึงที่ศาลแขวงยกเว้นอ้างว่าจะสร้างส่วนแบ่งการขายน้ำมันเบนซินที่ถูกกีดกันในการขายโดยการกู้เงินดังกล่าว¹⁸⁴ ไม่มีข้อเท็จจริงใดๆ ที่อาจอนุমানได้ว่าอาจมีการอนุমানว่ามีการกีดกันจำนวนมากที่มีนัยสำคัญ จากหลักฐานในการปฏิบัติทั้งบริษัทหรือทั่วทั้งอุตสาหกรรม

โจทก์อธิบายในตลาดที่ 3 ว่าเป็นพื้นที่ใน Sheboygan ซึ่งใหญ่กว่า โจทก์เป็น Jobbers ที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ใน 12 ราย ในพื้นที่ Sheboygan ที่ใหญ่กว่าและจัดหาสถานีบริการน้ำมัน 10

¹⁸² น้ำมันเบนซินที่ซื้อโดย Jobbers ของ Skelly ที่เข้าร่วมโปรแกรมจัดหาเงินทุน ไม่เพียง แต่ขายให้กับสถานีการเงินเท่านั้น แต่ยังขายผ่านบัญชีการค้าบัญชีอุตสาหกรรมผ่านสถานีบริการน้ำมันที่ไม่ได้เป็นเจ้าของสำหรับโรงงานจำนวนมาก

¹⁸³ สิ่งนี้จะน้อยกว่าปริมาณน้ำมันเบนซินที่ขายโดยสถานีบริการน้ำมันที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจาก Skelly เนื่องจากข้อตกลงของโจทก์เช่นสัญญาว่าจะขายน้ำมันเบนซินของ Skelly 100,000 แกลลอนผ่านแต่ละสถานีบริการน้ำมัน ในขณะที่ข้อกำหนดของแต่ละสถานีอยู่ที่ประมาณ 120,000 แกลลอนต่อสถานี ข้อตกลงของโจทก์เป็นเรื่องปกติดังนั้นจึงสามารถประเมินได้ว่าประมาณ 80% ของยอดค้าปลีกของสถานีบริการน้ำมันที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจาก Skelly นั้นเป็นไปตามทฤษฎีของโจทก์ซึ่งกีดกันการขายให้กับคู่แข่งของ Skelly

¹⁸⁴ ในแง่ที่มีหลักฐานที่มีไม่เพียงพอ ในคดี Standard Oil Company v. United States, 337 U.S. 293, 69 S. Ct. 1051, 93 L. Ed. 1371 ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าจำเลยควบคุม 6.7% ของตลาดที่เกี่ยวข้องผ่านสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวและคู่แข่งชั้นนำ 6 รายควบคุมตลาด 42.5% ผ่านสัญญาที่คล้ายกัน

แห่งจาก 88 แห่งในพื้นที่นั้น แม้ว่าตามทีโจทก์ยืนยันตลาดที่เกี่ยวข้องสำหรับการขายปลีกน้ำมัน คือ ชุมชนแต่ก็ไม่ใช่ไปตามนั้น ชุมชนซึ่งเป็นตลาดที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบการกีดกันของคู่แข่งของ Skelly (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแบรนด์ระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ)¹⁸⁵ นอกจากนี้หลักฐานไม่ได้ระบุว่า คู่แข่งของ Skelly ถูกกีดกันแม้กระทั่งจากพื้นที่ Sheboygan ที่ใหญ่กว่าตั้งแต่ (1) ตามที่ระบุไว้โจทก์ซื้อส่วนที่สำคัญของข้อกำหนดจากคู่แข่งของ Skelly (2) เพียง 3 ใน 10 สถานีบริการน้ำมันที่จัดหาโดยโจทก์อยู่ภายใต้ข้อตกลงทางการเงินและ (3) มีหลักฐานการแข่งขันระหว่างแบรนด์ที่แข็งแกร่งใน Sheboygan ดังนั้นจึงไม่มีทฤษฎีใดของโจทก์ที่เกี่ยวกับการกีดกันในการแข่งขันที่เป็นไปได้และได้รับการสนับสนุนในบันทึก

หลักฐานของจำเลยแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ 13 เขตภายในรัศมี 62 ไมล์จาก Sheboygan เป็นตลาดที่เกี่ยวข้องและโจทก์มีตลาดน้อยกว่า 1% ในแต่ละปีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การขายแฟรนไชส์และข้อตกลงทางการเงิน มากที่สุด การกีดกัน ปริมาณการขายขั้นต่ำ ปริมาณการแข่งขัน นั้นไม่เพียงพอที่จะใช้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton

III. ไม่มีการละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman

การร้องเรียนในกรณีนี้ไม่ได้มีค่าใช้จ่ายใดๆ ที่จะเป็นการละเมิดตามกฎหมาย Per se ในมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman Act และคำตัดสินล่าสุดของศาลฎีกาในคดี Continental TV, Inc. v. GTE Sylvania, Inc., แสดงให้เห็นถึงความไม่เต็มใจในการพิจารณาคดีที่จะขยายกฎหมาย Per se ภายใต้อกฏเกณฑ์นั้น ดังนั้นโจทก์เหล่านี้จึงมีภาระที่จะต้องแสดงให้เห็นว่าการกระทำใดๆ ระหว่างโจทก์และจำเลยที่เป็นการยับยั้งการค้าอย่างไม่มีเหตุผล ศาลสรุปได้ว่าโจทก์ไม่พอใจกับมาตรฐานของหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ที่ควบคุมที่นี่

ศาลแขวงตัดสินว่าตามมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ถูกจำเลยละเมิดเนื่องจาก คณะลูกขุนสามารถสรุปได้ว่าเป้าหมายของการเตรียมการจัดการจัดหาเงินทุนระหว่างทั้งสองฝ่ายคือการยับยั้งทางการค้า ศาลไม่สามารถตกลงกันได้เนื่องจากการจัดหาเงินทุนตามสัญญาที่ครอบคลุมทั้ง 3 สถานีบริการน้ำมันกำหนดให้พวกเขาซื้อน้ำมันจากจำเลยปีละ 100,000 แกลลอนเท่านั้น จำนวนเงินเหล่านี้เป็นปริมาณขั้นต่ำ De minimis ซึ่งในแง่ของความต้อการน้ำมันโดยรวมของโจทก์ แม้ว่าข้อตกลงในการจัดหาเงินทุนจะเป็นวิธีการป้องกันไม่ให้โจทก์ยกเลิกข้อตกลงแฟรนไชส์ แต่พวกเขาก็ยังต้องแสดงให้เห็นว่าการกีดกันของจำนวนเงินที่ระบุไว้ในข้อตกลงแฟรนไชส์ถือเป็นการยับยั้งการค้าที่

¹⁸⁵ และไม่ใช่ไปตามนั้นการกีดกันจากรูทิจบางส่วนหรือทั้งหมดของโจทก์อาจทำให้ตำแหน่งทางการแข่งขันของคู่แข่งของ Skelly ลดลงอย่างมาก

ไม่มีเหตุผล เช่นเดียวกับที่ไม่มีมีการแสดงให้เห็นถึงผลเสียที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญต่อการแข่งขัน ภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton หลักฐานที่จำเป็นที่จะแสดงให้เห็นว่าภายใต้มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman มีผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดนั้นซึ่งส่งผลเสียอย่างมากเช่นกัน

ดังที่แสดงไว้ก่อนหน้านี้ว่าศาลแขวงไม่ได้กำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องแม้ว่าพยานผู้เชี่ยวชาญของจำเลยจะให้การว่าประกอบด้วยว่า 13 เขต ภายใน 62 ไมล์จาก Sheboygan เขาให้การว่าแม้ว่าตลาดนั้นจะลดลงครึ่งหนึ่งและแม้ว่าความต้องการน้ำมันเบนซินของโจทก์ทั้งหมดจะถูกบังคับขายโดยจำเลยให้กับคู่แข่ง แต่ผลกระทบก็ยังน้อยกว่า 1% ของตลาด ซึ่งหมายความว่า การเตรียมการของจำเลยจะต้องได้รับการพิจารณาอย่างสมเหตุสมผลตามมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ตามที่กล่าวไว้ว่าโจทก์ไม่ได้แสดงหลักฐานที่น่าเชื่อถือว่ามีผลเสียต่อการแข่งขัน เนื่องจากโจทก์ไม่สามารถแสดงให้เห็นว่าการเตรียมการจัดหาเงินทุนของจำเลยได้เป็นการกีดกันการขายของคู่แข่งในตลาดที่เกี่ยวข้องอย่างมาก ดังนั้น จึงไม่มีการแสดงข้อจำกัดที่ไม่สมเหตุสมผล

เนื่องจากโจทก์ยังไม่ได้พิสูจน์ว่าจำเลยละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton หรือมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ศาลจึงไม่จำเป็นต้องพิจารณาว่าพวกเขาล้มเหลวในการแสดงว่าพวกเขาได้รับความเสียหายเนื่องจากละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดหรือไม่และความเสียหายที่เรียกร้องของพวกเขาเป็นการคาดเดามากเกินไปที่จะสนับสนุนการตัดสิน คำพิพากษาของศาลแขวงจึงกลับมีทิศทางเพื่อเข้าสู่การตัดสินของจำเลยแม้จะมีคำตัดสินก็ตาม¹⁸⁶ ดังนั้นคำอุทธรณ์ของโจทก์จึงถูกยกฟ้อง

3.1.4.2 T.A.M., INC. and E.L.G., Inc. v. GULF OIL CORPORATION.¹⁸⁷

ตัดสินโดย United States District Court, E.D. Pennsylvania.

ตัดสินเมื่อวันที่ 21 กันยายน 1982

ข้อเท็จจริง

¹⁸⁶ การตัดสินของศาลไม่ได้ขึ้นอยู่กับกรณีไม่มีหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดของข้อตกลงการซื้อขาย แต่เพียงผู้เดียวของคู่แข่งของ Skelly และแม้ว่าศาลแขวงควรพิจารณาโครงการค่าเผื่อราคาที่แข่งขันได้ของจำเลย (การให้ส่วนลดราคาน้ำมันเบนซินที่ขายให้กับ Jobbers ที่ถูกบังคับจากสงครามราคาขายปลีกให้ลดราคาขาย) สูตรการกำหนดราคาดังกล่าวไม่ได้แสดงว่าละเมิด มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ดังนั้นคำอุทธรณ์ของโจทก์จึงถูกยกฟ้อง

¹⁸⁷ "Tam, Inc. V. Gulf Oil Corp.," (U.S. District Court for the Eastern District of Pennsylvania 1982).

I. โจทก์ Take a Minit Car Wash, Inc. (T.A.M.) และ E.L.G. Enterprises Corp. (E.L.G.) คือ บริษัทใน Pennsylvania ซึ่งแต่ละแห่งมีสถานบริการน้ำมันและสถานีล้างรถ จำเลย Gulf Oil Corporation (Gulf) เป็นบริษัทใน Pennsylvania ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการกลั่นปิโตรเลียมและการตลาดสำหรับเครื่องยนต์ Gulf ยุติแฟรนไชส์สถานบริการน้ำมันของ Gulf กับโจทก์เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 1981 T.A.M. เป็นตัวแทนจำหน่ายน้ำมันของ Gulf ที่ดำเนินการอย่างอิสระตั้งแต่ปี 1975 และ E.L.G. ตั้งแต่ปี 1976

ในระหว่างความสัมพันธ์แฟรนไชส์กับ Gulf มีปริมาณการขายน้ำมันต่อปีของ T.A.M. เฉลี่ยประมาณ 1.2 ล้านแกลลอนและปริมาณการขายต่อปีของ E.L.G. อยู่ที่ประมาณ 3 ล้านแกลลอน ซึ่งก่อนเดือนมิถุนายนปี 1980 ตัวแทนจำหน่ายทั้งสองรายนี้ได้ซื้อน้ำมันเบนซินจาก Gulf ซึ่งในเวลานั้นมีน้ำมันเบนซินในราคาขายส่งที่ถูกกว่าของ Gulf อย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลทำให้โจทก์เริ่มซื้ออุปทานส่วนใหญ่ในตลาดซื้อขายทันที (Spot Market) และในช่วงหลายเดือนต่อมาเมื่อมีข้อพิพาทเกิดขึ้นว่าโจทก์ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายมีสิทธิที่จะยอมรับการใช้บัตรเครดิตของ Gulf สำหรับการซื้อน้ำมันเบนซินที่ไม่ใช่ Gulf กับผู้บริโภครหรือไม่ Gulf แจ้งให้โจทก์ทราบทางจดหมายลงวันที่ 22 กรกฎาคม 1980ว่าจะไม่ใช้ใบแจ้งหนี้เครดิตสำหรับการขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่ไม่ใช่ของ Gulf โจทก์ยื่นฟ้องเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 1980 โดยอ้างว่านโยบายของ Gulf ประกอบด้วย (1) การละเมิดทั้ง พระราชบัญญัติ Sherman และพระราชบัญญัติ Clayton (2) การละเมิดพระราชบัญญัติการจัดสรรปิโตรเลียมในกรณีฉุกเฉินปี 1973 (Emergency Petroleum Allocation Act of 1973) และกฎระเบียบที่ประกาศใช้ดังกล่าวและ (3) การผิดสัญญาของ Gulf

เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 1980 โจทก์ได้รับจดหมายอีกฉบับจาก Gulf แจ้งว่าเนื่องจากโจทก์ละเมิดนโยบายบัตรเครดิตของ Gulf อย่างต่อเนื่อง Gulf จะไม่ยอมรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตของตนเป็นเครดิตทันทีสำหรับการซื้อน้ำมันของ Gulf แบบขายส่ง แต่จะให้ชำระเงินคืนแทนหลังจากการตรวจสอบสำหรับใบแจ้งหนี้จากการซื้อที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น เมื่อได้รับจดหมายฉบับนี้โจทก์ได้ยื่นคำร้องต่อศาลนี้เพื่อขอคำสั่งระงับชั่วคราวเพื่อยับยั้งไม่ให้ Gulf ปฏิบัติตามนโยบายใหม่ที่ถูกล่าวหา และในการพิจารณาคดีในคำร้องของโจทก์คำร้องถูกแปลงเป็นการเคลื่อนไหวเพื่อขอคำสั่งห้ามเบื้องต้นและในวันที่ 17 พฤศจิกายน 1980 ศาลได้ให้คำสั่งฟ้องของโจทก์ในระดับนี้ ศาลได้กำชับ Gulf ไม่ให้ปฏิเสธที่จะยอมรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตของ Gulf จากการขายน้ำมันของ Gulf และรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตอื่นๆ ซึ่งเป็นเครดิตสำหรับการซื้อน้ำมัน Gulf ที่ทำโดยโจทก์ ศาลปฏิเสธคำขอที่จะบังคับให้ Gulf ปฏิเสธที่จะยอมรับใบแจ้งหนี้สำหรับการขายน้ำมันที่ไม่ใช่ Gulf

เนื่องจากโจทก์ไม่ได้แสดงความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญจากการอ้างว่าตำแหน่งของ Gulf ที่ได้เปรียบนั้นผิดกฎหมาย

ในขณะเดียวกันเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 1980 Gulf แจ้งโจทก์ว่าแฟรนไชส์ของพวกเขาถูกยกเลิกเนื่องจาก T.A.M. ไม่ได้ซื้อน้ำมันเบนซินกัลฟ์ตั้งแต่วันที่ 23 กันยายน 1980 และ E.L.G. ไม่ได้ซื้อน้ำมันเบนซิน Gulf ตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม 1980 ซึ่งการประกาศการยกเลิกเหล่านี้จะมีผลทันที โจทก์ขอคำสั่งจากศาลนี้เพื่อป้องกันไม่ให้ Gulf ยุติแฟรนไชส์ และในวันที่ 19 พฤศจิกายน 1980 ศาลได้สั่งให้กัลฟ์ทำเช่นนั้นอีกครั้งโดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า 90 วันตามพระราชบัญญัติการปฏิบัติการตลาดปิโตรเลียม (Petroleum Marketing Practices Act. 15 U.S.C. § 2801 et seq.) โดย Gulf ได้ออกประกาศดังกล่าวเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 1980 โดยยุติแฟรนไชส์จะมีผลในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 1981¹⁸⁸

เมื่อวันที่ 1 เมษายน 1981 โจทก์ได้ยื่นฟ้องคดีที่สองต่อ Gulf (คดีแพ่งหมายเลข 81-1281) โดยกล่าวหาว่าการยุติแฟรนไชส์ของ บริษัท Gulf ประกอบด้วย (1) ความพยายามที่จะผูกขาดการขายน้ำมันโดยฝ่าฝืน มาตรา 2 ของพระราชบัญญัติ Sherman (Sherman Act) (2) ความพยายามที่จะกำหนดทั้ง (a) ข้อตกลงในการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวและ (b) การขายพ่วงโดยฝ่าฝืนมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman (Sherman Acts) และ มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton (Clayton Act) (3) การยุติสัญญาโดยผิดกฎหมายภายใต้พระราชบัญญัติการปฏิบัติการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) (4) การละเมิดกฎระเบียบบางประการที่ประกาศโดยกระทรวงพลังงาน (D.O.E.) ตามพระราชบัญญัติการจัดสรรปิโตรเลียมในกรณีฉุกเฉินปี 1973 (Emergency Petroleum Allocation Act of 1973, 10 C.F.R. §§ 210.61, 210.62(a) (1980)) และ (5) การละเมิดสัญญา โดยที่คำฟ้องที่สองของโจทก์แสวงหาค่าเสียหาย แต่ไม่ได้รับการบรรเทาโดยคำสั่งห้ามและการดำเนินการที่สองนี้ได้รวมเข้ากับคำฟ้องครั้งแรกของโจทก์เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 1980 ตามกฎข้อ 56 ของ FRCiv.P จำเลย Gulf ในขณะนี้ได้เคลื่อนไหวเพื่อสรุปการตัดสินทั้งหมดในการเรียกร้องที่ยังไม่ยุติของโจทก์

II. ในการประเมินการเคลื่อนไหวตามกฎข้อ 56 ของจำเลยศาลจะพึงระลึกว่าศาลพิจารณาคดีจะต้องแก้ไข การอนุমানข้อสงสัยและประเด็นที่น่าเชื่อถือทั้งหมดต่อฝ่ายที่เคลื่อนไหว ศาลยังตระหนักดีว่าศาลพิจารณาคดีจะต้องพิจารณาคดีโดยสรุปเกี่ยวกับการเรียกร้องการต่อต้านการผูกขาด

¹⁸⁸ ตามสัญญาจดหมายลงวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 1981 โจทก์ตกลงที่จะละทิ้งสิทธิ์ในการเรียกร้องให้ Gulf จากการยุติแฟรนไชส์ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยวิธีการพิจารณา Gulf ตกลงที่จะจัดหา น้ำมันเบนซินที่ไม่มีให้แกโจทก์จนถึงวันที่ 30 กันยายน 1981

ซึ่งแรงจูงใจและเจตนา มักจะแสดงบทบาทนำแต่ในกรณีนี้ไม่ได้หมายความว่าศาลควรมองข้ามข้อกำหนดของกฎ 56 (e) ที่ให้ฝ่ายตรงข้ามมีคำพิพากษาโดยสรุปในการระบุข้อเท็จจริงเฉพาะที่แสดงว่ามีประเด็นที่แท้จริงสำหรับการพิจารณาคดี

ศาลจะพิจารณาว่าการตัดสินโดยสรุปเกี่ยวกับการเรียกร้องค่าเสียหายที่ค้างอยู่ของโจทก์นั้น ได้รับการรับประกันหรือไม่ซึ่งในการดำเนินการเรียกร้องเหล่านั้นมีตามลำดับต่อไปนี้ (a) ข้อตกลงที่กำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับเจ้านั้นและข้อตกลงเรื่องการขายพ่วงภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman และพระราชบัญญัติ Clayton (b) การเรียกร้องการยกเลิกสัญญาที่ผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติด้านการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) (c) การละเมิดสัญญาที่เรียกร้องเกี่ยวกับการยุติแฟรนไชส์ของโจทก์และ (d) การละเมิดสัญญาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายใหม่ที่ถูกล่ามของ Gulf ซึ่งเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตของ Gulf โจทก์ยอมรับว่าการตัดสินโดยสรุปเหมาะสมกับส่วนที่เหลือของการเรียกร้องของโจทก์

The Exclusive Dealing and Tie-in Claims

1. ก่อนที่จะกล่าวถึงข้อดีของการเรียกร้องการต่อต้านการผูกขาดของโจทก์ศาลต้องพิจารณาการป้องกันที่ยืนยันของ Gulf Gulf ยืนยันว่าข้อเท็จจริงที่ไม่มีการโต้แย้งแสดงให้เห็นว่าศาลแห่งนี้ขาดเขตอำนาจศาลในการพิจารณาการเรียกร้องเหล่านี้ ศาลหันมาสนใจปัญหาเรื่องเขตอำนาจศาลภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman ก่อน

มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ห้ามไม่ให้มีการทำสัญญา การรวมกัน หรือการสมคบคิดในการยับยั้งการค้าหรือการพาณิชย์ในระหว่างรัฐ ดังนั้น ในการสร้างเขตอำนาจศาลของรัฐบาลกลางภายใต้พระราชบัญญัติดังกล่าว การกระทำของจำเลยจะต้องเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เป็นกระแสนของการค้าระหว่างรัฐหรือในขณะที่มีลักษณะเฉพาะในท้องถิ่นทั้งหมด แต่ก็ส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อการค้าระหว่างรัฐ

Gulf ยืนยันว่ากิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกรณีนี้อยู่นอกกระแสนของการค้าระหว่างรัฐ มันเป็นการถกเถียงกันในข้อเท็จจริงที่ไม่มีปัญหาวาน้ำมันของ Gulf ถูกกลั่นที่โรงกลั่น Philadelphia, Pennsylvania เพื่อส่งไปยังสถานีบริการน้ำมันในตะวันออกของรัฐ¹⁸⁹ แม้ศาลจะพบว่าการติดต่อกับโจทก์ของ Gulf นั้นได้เกิดขึ้นในท้องถิ่นทั้งหมด ศาลจะยังคงถูกบังคับโดยกฎหมายคดีของศาลฎีกาให้สรุปว่าการปฏิบัติที่ถูกล่ามของ Gulf ส่งผลกระทบต่อการค้า

¹⁸⁹ นอกจากนี้ยังไม่มีปัญหาวาน้ำมันส่วนใหญ่ที่ใช้ในการกลั่นน้ำมันเบนซินจะถูกส่งไปยังโรงกลั่น Philadelphia โดยไม่อยู่ในรัฐ

ระหว่างรัฐเพียงพอที่จะตอบสนองทางเลือกที่เป็นทางเลือกในการทดสอบผลกระทบที่สำคัญสำหรับเขตอำนาจศาล

ศาลกลับไปตีความคำตัดสินของ Gulf ต่อเขตอำนาจศาลของศาลที่เกี่ยวกับการเรียกร้องของโจทก์ภายใต้ มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ในส่วนนั้นให้จะเป็นการผิดกฎหมายสำหรับบุคคลใดๆ ที่มีส่วนร่วมในการค้าในระหว่างการค้าดังกล่าวในเรื่องของการเช่าหรือทำการขายหรือทำสัญญาขายสินค้า วัสดุสิ้นเปลืองหรือสินค้าอื่นๆ เพื่อใช้ หรือขายต่อ เงื่อนไขข้อตกลงหรือความเข้าใจว่า ผู้เช่าหรือผู้ซื้อจะต้องไม่ใช้หรือจัดการในสินค้าของคู่แข่งหรือคู่แข่งของผู้ขายซึ่งผลต่อการเช่า การขายหรือสัญญาการขายหรือความเข้าใจดังกล่าว อาจลดการแข่งขันลงอย่างมากหรือมีแนวโน้มที่จะสร้างการผูกขาดในสายการค้าใดๆ 15 U.S.C. § 14.

ตรงกันข้ามกับมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ภาษาที่แตกต่างกันของคำว่า 'in commerce' ของบทบัญญัตินี้ของพระราชบัญญัติ Clayton ดูเหมือนว่าจะหมายถึงบุคคลหรือกิจกรรมที่อยู่ในกระแสการค้าระหว่างรัฐเท่านั้น

ศาลได้อธิบายถึงพระราชบัญญัติ Clayton ว่าคำว่า 'in commerce' ตามมาตรา 3 ว่าเป็นการแสดงถึงความต่อเนื่องทางเศรษฐกิจในทางปฏิบัติในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับตลาดระหว่างรัฐและการขนส่งและการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ข้อพิจารณาที่กระตุ้นให้ศาลพบว่าคำว่า 'in commerce' ของพระราชบัญญัติ Sherman ในกรณีนี้ยังทำให้ศาลเชื่อว่าการเจอกันระหว่างโจทก์และ Gulf อยู่ในรูปแบบของความต่อเนื่องทางเศรษฐกิจในทางปฏิบัติ ซึ่งศาลหยิบยกมาใช้เพื่อกำหนดขอบเขตของพระราชบัญญัติ Clayton มาตรา 3 ในเรื่องของเขตอำนาจศาล¹⁹⁰

ด้วยเหตุนี้ศาลจะปฏิเสธการป้องกันที่ยืนยันของจำเลยและดำเนินการต่อเพื่อพิจารณาข้อโต้แย้งเพื่อสรุปการตัดสินเกี่ยวกับข้อดีของการเรียกร้องในประเด็นของการต่อต้านการผูกขาดของโจทก์

II. เมื่อพิจารณาข้อเรียกร้องที่เป็นข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Dealing) ของโจทก์ก่อนอื่นศาลจะประเมินว่าการอ้างสิทธิ์ภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ก่อนศาลทำเช่นนั้นเพราะในส่วนนั้นมีการกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวดกว่าในการต่อต้านการแข่งขัน ตามข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวที่พิเศษกว่า มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ดังนั้นหาก

¹⁹⁰ ระเบียบการด้านการค้าที่พบโดยทั่วไปของ Sherman และ Clayton นั้นกับกฎระเบียบที่เข้มงวดกว่าที่กำหนดโดย มาตรา 2 ของพระราชบัญญัติเคลย์ตันซึ่งไม่เพียงแต่กำหนดให้กิจกรรมที่ผิดกฎหมายเกิดขึ้นในกรณีของการค้าระหว่างประเทศ แต่ก็มีกรณีของการขายระหว่างรัฐนั้นด้วยเช่นกัน

โจทก์ไม่สามารถระบุได้ว่าข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ข้อตกลงดังกล่าวนั้นจะชอบด้วยกฎหมายภายใต้บทบัญญัติที่เข้มงวดน้อยกว่าของพระราชบัญญัติ Sherman

คำถามแรกที่ศาลต้องดำเนินการ คือ มีข้อตกลงในการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวหรือความเข้าใจที่เป็นจริงระหว่าง Gulf และโจทก์หรือไม่ ที่ Gulf อ้างว่าข้อเท็จจริงที่ไม่มีข้อโต้แย้งแสดงให้เห็นว่าไม่มีข้อตกลงดังกล่าวและโจทก์ไม่มีหลักฐานใดๆ ในการคัดค้าน และเพื่อสนับสนุนการยืนยันนี้ Gulf โดยอ้างอิงเงื่อนไขที่เป็นลายลักษณ์อักษรของสัญญา กับ T.A.M. และ E.L.G. ซึ่งไม่ได้ระบุเป็นพิเศษว่าตัวแทนจำหน่ายต้องซื้อน้ำมันของตนจากบริษัท Gulf แต่เพียงผู้เดียวและตามจดหมายของบริษัทเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 1980 ซึ่งอ้างว่าเป็นการแสดงความยินยอมของ Gulf ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งของ Gulf

อย่างไรก็ตามโจทก์มีหลักฐานชั้นสูงเพื่อชี้ให้เห็นว่าแม้จะไม่มีเงื่อนไขที่ชัดเจนในสัญญาของพวกเขาข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวโดยพฤตินัยซึ่งอาจมีผลบังคับใช้ตลอดระยะเวลาของความสัมพันธ์แฟรนไชส์กับ Gulf คำให้การที่นำมาจากตัวแทนการตลาดของ Gulf รวมถึงผู้จัดการฝ่ายขายปลีกในเขต Philadelphia ระบุว่าพวกเขาเข้าใจและดำเนินการตามสมมติฐานที่ว่าตัวแทนจำหน่ายของ Gulf มีหน้าที่ต้องทำการตลาดน้ำมันของ Gulf เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ไม่ว่าจะมิสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวหรือไม่ นั้นเป็นประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของข้อเท็จจริงในข้อพิพาทซึ่งจะเหมาะสมสำหรับการพิจารณาของคณะลูกขุนในการพิจารณาว่ามีการละเมิดพระราชบัญญัติ Clayton หรือไม่ การดูหลักฐานที่เป็นประโยชน์ต่อโจทก์มากที่สุดสำหรับวัตถุประสงค์ของการเคลื่อนไหวนี้และคำนึงถึงความไม่เท่าเทียมกันของอำนาจในการต่อรองระหว่าง Gulf และตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายเป็นที่ชัดเจนว่าการตัดสินใจโดยสรุปเกี่ยวกับปัญหานี้ตามความเห็นของ Gulf นั้นไม่ได้รับการรับรอง

ในแง่ของภาระหน้าที่ของศาลในการอ่านหลักฐานที่เป็นประโยชน์ต่อโจทก์มากที่สุด ศาลจะถือว่าสำหรับจุดประสงค์ของการเคลื่อนไหวนี้โจทก์สามารถพิสูจน์ได้ว่าไม่เพียงแต่มีการกำหนดข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการที่ Gulf กำหนดข้อตกลงดังกล่าวในความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนจำหน่ายทั้งหมดในพื้นที่ Philadelphia ซึ่งสมมติฐานนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินการไต่สวนครั้งที่สองของศาล ข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวระหว่าง Gulf และโจทก์ที่มีอยู่ซึ่งตอนนี้ศาลถือว่าผิดกฎหมาย ใน *In Tampa Electric, supra* ศาลฎีกาได้กำหนดบทวิเคราะห์สามขั้นตอนนี้สำหรับการประเมินความชอบธรรมของข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวภายใต้พระราชบัญญัติ Clayton ดังต่อไปนี้

ประการแรกต้องพิจารณาคือการค้าที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นที่ถกเถียงกันอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงของคดี ประการที่สองพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของการแข่งขันต้องอยู่ในตลาดที่มีประสิทธิภาพในการค้า ประการที่สามและประการสุดท้ายการแข่งขันที่รอการขายตามสัญญาจะต้องพบว่ามีส่วนแบ่งที่สำคัญในตลาดการค้าที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีนี้ไม่มีข้อพิพาทว่าสายการค้าที่เกี่ยวข้องคือน้ำมัน ทั้งสองฝ่ายยังยอมรับว่าพื้นที่ตลาดที่เกี่ยวข้องคือ Philadelphia มากกว่า

ดังนั้นการตัดสินโดยสรุปสำหรับ Gulf อาจเกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติ Clayton ของโจทก์หรือไม่ และโดยนัยแล้วพระราชบัญญัติ Sherman ของพวกเขาการเรียกร้องการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวขึ้นอยู่กับพิจารณาขั้นตอนที่สามของการวิเคราะห์ตาม Tampa Electric เพื่อตรวจสอบว่าสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวที่เป็นปัญหาต่อการแข่งขันมีส่วนแบ่งที่ทางการตลาดที่สำคัญในตลาดที่เกี่ยวข้องหรือไม่

มีความจำเป็นต้องชั่งน้ำหนักผลที่เป็นไปได้ของสัญญาในส่วนที่เกี่ยวข้องของการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงความแข็งแกร่งของคู่สัญญา ปริมาณการค้าตามสัดส่วนที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการค้าทั้งหมด ในพื้นที่ตลาดที่เกี่ยวข้องและผลกระทบที่เป็นไปในอนาคตและในอนาคตซึ่งการปล่อยส่วนแบ่งตลาดล่วงหน้าอาจมีผลต่อการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ Tampa Electric ยังให้ความชัดเจนว่าในการตัดสินว่าสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวละเมิดมาตรา 3 ได้ ผู้พิพากษาจะต้องคำนึงถึงเหตุผลทางเศรษฐกิจสำหรับข้อตกลงนั้นด้วย

หลักฐานทางสถิติที่แสดงว่าอาจเกิดการกีดกันในการแข่งขันทางการค้าที่สามารถตรวจสอบได้นั้นไม่อยู่ในข้อพิพาท ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดของ Gulf ในพื้นที่ Philadelphia อยู่ที่ประมาณ 7%¹⁹¹ ซึ่งทำให้ Gulf มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่ 6 ในบรรดาผู้ผลิตน้ำมันเบนซินรายใหญ่ 13 รายในพื้นที่จากสถานีสบริการน้ำมันประมาณ 3,000 แห่งในพื้นที่ Gulf มีร้านค้าปลีก 149 แห่งหรือ 5% ของสถานีสบริการน้ำมันทั้งหมด ตัวเลขเหล่านี้เป็นสิ่งที่โน้มน้าวใจศาลว่าแม้จะสมมติว่ามีข้อตกลงการซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวในช่วงเวลาที่ได้รับการร้องเรียน แต่ก็ไม่น่าจะเป็นไปได้ว่าข้อตกลงดังกล่าวจะส่งผลให้มีการลดการแข่งขันในตลาด Philadelphia ลงอย่างมาก

โจทก์ยืนยันว่าการเปรียบเทียบข้อเท็จจริงในที่นี้กับ Standard Oil Co. v. United States ศาลควรนำไปสู่ข้อสรุปที่ตรงกันข้ามเพราะมันไม่ใช่ในกรณีนั้น เพราะเนื่องจากผลกระทบของสัญญาข้อกำหนดได้รับการศึกษาในการตั้งสถานีสบริการน้ำมัน (Standard Oil) จำนวนมาก 5,937 แห่งหรือ

¹⁹¹ ส่วนแบ่งของ Gulf ในตลาด Pennsylvania ลดลงจาก 7.9% ในปี 1977 เหลือ 5.92% ในปี 1981

16% ของร้านค้าปลีกในตลาดที่เกี่ยวข้องและสัญญาจำนวนมากมากกว่า 18,000 สัญญาพร้อมกับปริมาณที่มากของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง Tampa Electric และ Standard Oil ยังเป็นผู้ขายรายใหญ่ที่สุดในบรรดาคู่แข่งรายใหญ่ 6 รายและคิดเป็น 23% ของยอดขายน้ำมันเบนซินทั้งหมดในพื้นที่ แต่ Gulf เป็นอันดับที่ 6 ในบรรดา 13 รายและมีส่วนแบ่งการตลาด 7% ซึ่งแตกต่างจากจำเลยใน Standard Oil และ Standard Oil ไม่เพียงแต่แยกแยะได้ในข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่ศาลต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงที่ว่าศาลได้ละเว้นจากมาตรฐานที่ใช้ในการวัดความถูกต้องตามกฎหมายของสัญญาซื้อขาย แต่เพียงผู้เดียวภายใต้มาตรา 3 และนำมาใช้ซึ่งต้องการให้ศาลใช้ในการประเมินประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของแนวปฏิบัติที่ทำหายที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางธุรกิจที่ยังมีอยู่ในตลาด

โดยเฉพาะอย่างยิ่งศาลได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับสัญญาที่มีข้อกำหนดระยะเวลาจำกัด เช่นเดียวกับข้อตกลงดังกล่าว¹⁹² ว่าข้อตกลงดังกล่าวอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการประกันให้กับลูกค้าในการจัดหาสินค้าที่มีความสำคัญต่อการค้าของลูกค้าอย่างเพียงพอ คำให้การของผู้ค้ารายอื่นของ Gulf นาย D. Baltista และคำให้การของเจ้าของ T.A.M. และ E.L.G. , Messrs Sydney และ Elliot Goldstein ยืนยันว่าเป็นเช่นนั้นกับสัญญาที่มีคำร้อง Elliot Goldstein เล่าว่าน้ำมันที่มีการจำหน่ายใน Spot Market เฉพาะในช่วงเวลาที่ตลาดมีจำนวนมากและในบางครั้งเขาก็พึ่งพา Gulf ซึ่งเป็นแหล่งที่มาสม่ำเสมอและเชื่อถือได้

III.กฎหมายต่อต้านการผูกขาดกำหนดในเรื่องของข้อตกลงการขายพบว่า ข้อตกลงของคู่สัญญาในการขายผลิตภัณฑ์หนึ่งชิ้น แต่มีเงื่อนไขว่าผู้ซื้อจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์อื่น (หรือผลิตภัณฑ์ที่พ่วงติดกัน) ด้วยเพื่อเป็นการอ้างสิทธิ์ในการขายพ่วงโจทก์จะต้องสร้างการมีอยู่ของสองสิ่งคือ ผลิตภัณฑ์ที่พ่วงและผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำมาพ่วงซึ่ง T.A.M. and E.L.G. ยืนยันว่าในกรณีนี้เครื่องหมายการค้าและแพรนไฮส์ของ Gulf ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง (Tying Product) และน้ำมันเบนซินกัลฟ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง (Tied Product) Gulf ระบุว่าทั้งเครื่องหมายการค้าและแพรนไฮส์ไม่สามารถถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แยกจากน้ำมันเบนซิน Gulf เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างข้อห้ามเรื่องการละเมิดในการขายพ่วงตามพระราชบัญญัติ Sherman หรือพระราชบัญญัติ Clayton

¹⁹² ด้วยเหตุนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ไม่มีข้อโต้แย้งยืนยันว่าผลกระทบที่เป็นไปได้ของสัญญาที่มีคำร้องต่อการแข่งขันในตลาด Philadelphia นั้นไม่ได้มีนัยสำคัญและเนื่องจากประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของสัญญา ศาลจึงสรุปได้ว่าการตัดสินโดยสรุปในความพอใจของ Gulf นั้นเหมาะสมสำหรับโจทก์แต่เพียงผู้เดียว ในการจัดการข้อเรียกร้องภายใต้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติเคลย์ตันและภายใต้มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman

ในตอนแรกมีความจำเป็นที่ต้องสร้างความแตกต่างระหว่าง Clayton และ Sherman Acts แม้ว่าการขายพ่วงจะผิดกฎหมายภายใต้การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งตาม มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ตามเงื่อนไขที่กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงและผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วงหรือไม่ แต่เนื่องจากเครื่องหมายการค้าและแพรนไฮส์ของ Gulf อยู่นอกเกณฑ์นี้อย่างชัดเจน ดังนั้นการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนของโจทก์ภายใต้พระราชบัญญัติ Clayton (Clayton Act) จึงล้มเหลว อย่างไรก็ตามใน Sherman Act ได้กำหนดคดีอย่างน้อยสองศาลได้แก่ศาลอุทธรณ์และศาลแขวงบางแห่งได้พิจารณาว่าเครื่องหมายการค้าและระบบแพรนไฮส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงแยกออกจากสินค้าที่เชื่อมโยงกันเช่น ชิ้นส่วนซ่อมแซมหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานแพรนไฮส์ (Siegel v. Chicken Delight, 448 F.2d 43 9th Cir.1971 เครื่องหมายการค้าและใบอนุญาตแพรนไฮส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่แยกต่างหากจากสินค้าที่พ่วง เช่น หม้อหุงหม้อทอดวัสดุบรรจุภัณฑ์และส่วนผสมต่างๆ) (Reed v. Shell Oil Co. , 524 F.2d 1054 (10th Cir.1975) เครื่องหมายการค้าของ Shell ไม่สามารถถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์)

ศาลประชาชนสูงสุดฯ ประจําเขต 3 มีข้อที่น่าสงสัยบางประการเกี่ยวกับความคิดเห็นเหล่านั้นซึ่งถือว่าเครื่องหมายการค้าและระบบแพรนไฮส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่แยกจากกันไม่สามารถขายพ่วงกันได้ซึ่งเป็นเหตุผลที่เพียงพอสำหรับวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติ Sherman แต่กรณีที่เกิดขึ้นเช่นนี้ไม่ว่าในกรณีใดๆ จะแตกต่างจากกรณีที่ทนายความในกรณีเหล่านี้เฉพาะสำหรับข้อเสนอที่ไม่เป็นที่รู้จักซึ่งในบางกรณีเครื่องหมายการค้าอาจไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่ถูกกล่าวหาเพียงพอที่จะรับประกันการปฏิบัติเป็นสินค้าแยกต่างหาก (ในคดี Krehl v. Baskin-Robbins Ice Cream Co. , 664 F.2d 1348, 1352 (9th Cir.1982) (แตกต่างจากคดี Chicken Delight, supra, และถือได้ว่าเครื่องหมายการค้า Baskin-Robbins ขาดการมีอยู่ที่แยกจากกันอย่างอิสระเพียงพอ จากผลิตภัณฑ์ไอศกรีมที่จำหน่ายโดยแพรนไฮส์ซี)

ศาลพบว่าการวิเคราะห์ในคดี Baskin-Robbins ใช้ได้กับกรณีนี้ เช่นเดียวกับใน Baskin-Robbins ซึ่งหน้าที่ของเครื่องหมายการค้า Gulf ในที่นี้มีหน้าที่เป็นเพียงเพื่อระบุผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่ถูกกล่าวหาใน แพรนไฮส์ของ Gulf เช่น Baskin-Robbins ก่อตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นร้านค้าปลีกสำหรับสินค้าที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับเครื่องหมายการค้าที่ระดับประตาศถานที่ของพวกเขา การที่จะขยายกฎหมายการขายพ่วงให้ครอบคลุมในส่วนของการอ้างสิทธิ์เช่นเดียวกับที่กฎหมายกำหนดไว้ก็คือการมองข้ามกฎหมายออกมาเพื่อควบคุมข้อห้ามในการขายพ่วงซึ่งมีผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความโดดเด่นเพื่อบังคับให้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการเป็น ชั้นที่สอง โดย

โจทก์ไม่สามารถอ้างได้ว่า Gulf กำหนดสินค้าที่ไม่ต้องการให้แก่พวกเขาโดยการขายพ่วงผลิตภัณฑ์น้ำมันของ Gulf เข้ากับแฟรนไชส์ของ Gulf ซึ่งเป็นแฟรนไชส์ที่ให้จำเลยมีสิทธิในการผู้ดูแลในการขายน้ำมันเบนซินของ Gulf ซึ่งโจทก์ได้มีการต่อรองในการเป็นแฟรนไชส์ด้วย

ดังนั้นจะมีการตัดสินโดยสรุปสำหรับจำเลยในการเรียกร้องตามพระราชบัญญัติ Sherman (Sherman Act) ที่เหลือของโจทก์

ข้อเรียกร้องตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) ของโจทก์

มาตรา 2802 (a) ของพระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) ได้มีการกำหนดสร้างข้อห้ามโดยทั่วไปที่ห้ามมิให้แฟรนไชส์ซีที่มีส่วนร่วมในการขายหรือจำหน่ายเชื้อเพลิงยานยนต์ ยุติแฟรนไชส์ใดๆ ก่อนวันหมดอายุตามสัญญา ยกเว้นในบางกรณี ตาม มาตรา 2802 (a) ได้มีการกำหนดสถานการณ์หรือเหตุแห่งการยุติ เหล่านี้กำหนดไว้ในมาตรา 2802(b) ซึ่ง Gulf อ้างว่าความล้มเหลวของ T.A.M. และ E.L.G. ในการซื้อน้ำมันเบนซินของ Gulf เป็นระยะเวลาประมาณหนึ่งเดือนก่อนที่แฟรนไชส์ทั้งสองจะได้รับการแจ้งการยกเลิกซึ่งมีเหตุผลเพียงพอสำหรับการยุติภายใต้บทบัญญัติสองข้อแยกกันของมาตรา 2802 (b)

ประการแรก Gulf อ้างมาตรา 2802 (b)(2)(C) ซึ่งระบุว่าเหตุผลที่เหมาะสมสำหรับการยุติคือ การเกิดเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างแฟรนไชส์และผลของการยุติ ... ตาม มาตรา 2802 (b)(2)(C) ได้มีการกำหนดข้อกำหนดเรื่องความสมเหตุสมผล ซึ่งทั่วไปนี้มีคำจำกัดความในมาตรา 2802 (c) โดยส่วนย่อย (c) กำหนดรายการ เหตุการณ์ 12 รายการที่ทำให้การยุติแฟรนไชส์ลงได้อย่างสมเหตุสมผล และตามมาตรา 2802 (C) ได้มีการกำหนดเหตุการณ์ ดังกล่าวอย่างหนึ่งคือ ความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการดำเนินการตลาดติดต่อกันเป็นเวลา 7 วัน ตามมาตรา 2802 (c)(9)(A) และ Gulf ยืนยันว่าการกระทำของโจทก์ถือเป็นความล้มเหลวตามมาตรา 2802 (C)

ศาลไม่เห็นด้วยกับการอ้าง มาตรา 2802 (c)(9)(A) ของ Gulf ซึ่งบทบัญญัติดังกล่าวเป็นการตรวจสอบความล้มเหลวในการดำเนินการสถานีบริการน้ำมันเป็นเวลา 7 วันติดต่อกัน และเท่าที่บันทึกแสดงให้เห็นโจทก์ไม่มีข้อตำหนิสำหรับเหตุนี้ Gulf จะให้ศาลนำเข้าสู่ส่วนย่อย (c)(9)(A) ข้อกำหนดเพิ่มเติมที่การดำเนินการสถานีบริการน้ำมันจะต้องซื้อน้ำมันเบนซินจากแฟรนไชส์ซอร์อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง หากสภาองเกรสตั้งใจให้ข้อกำหนดดังกล่าวซึ่งอาจรวมถึงภาษาที่เหมาะสมด้วย

ประการที่สอง Gulf อ้างมาตรา 2802 (b)(2)(A) ซึ่งประณามความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการปฏิบัติตามข้อกำหนดใดๆ ของแฟรนไชส์ซีซึ่งเป็นข้อกำหนดที่มีความสมเหตุสมผลและมี

ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ของแฟรนไชส์ ... * มาตรา 15 U.S.C. § 2802 (b)(2)(A) ความยากลำบากในการโต้แย้งของ Gulf บนพื้นที่นี้คือไม่สามารถคาดเดาได้จากบันทึกนี้ว่าภาระผูกพันตามสัญญาที่โจทก์มีอยู่ภายในปริมาณก๊าซที่พวกเขาซื้อจาก Gulf Gulf อ้างว่า ตารางสินค้าโภคภัณฑ์ ของโจทก์ที่เปิดเผยว่าโจทก์ตกลงที่จะซื้อตามข้อกำหนดของ Gulf Gulf ได้มีการอ้างถึงมาตรฐานที่พบในมาตรา 2-306 ของ Uniform Commercial Code ว่า ข้อกำหนดเกิดขึ้นใน ความเชื่อที่ดี แม้ว่าข้อโต้แย้งนี้จะมีน้ำหนักอยู่บ้าง แต่การพิจารณาตอบโต้กลับตัดทอนอำนาจที่ชัดเจนซึ่งดูเหมือนว่า Gulf กำลังจะวางใจ

ประการแรก Gulf โต้แย้งว่าสัญญากับโจทก์ไม่ได้กำหนดให้พวกเขาซื้อน้ำมันเบนซินทั้งหมดจาก Gulf และระบุไว้ในจดหมายถึงโจทก์เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 1980 ดังนั้น อย่างน้อยก็เกี่ยวกับช่วงเวลาเวลาที่โจทก์ล้มเหลวในการซื้อน้ำมันเบนซิน Gulf Gulf จึงไม่สามารถพึ่งพาข้อเสนอที่ว่าข้อกำหนด ซึ่งหมายถึงน้ำมันเบนซินทั้งหมดที่โจทก์ซื้อ มา จากนั้นจะต้องถูกนำมาใช้เพื่อแสดงถึงการประเมินข้อกำหนดที่เจาะจงหรือเป็นอติวิสัยในส่วนของโจทก์ไม่ใช่ข้อกำหนดวัตถุประสงค์ภายใต้ขอบเขตสูงสุดที่สมเหตุสมผลตามที่คำนี้ใช้กันทั่วไป จำนวนขั้นต่ำของน้ำมันเบนซินที่โจทก์จำเป็นต้องซื้อจาก Gulf เพื่อให้เป็นไปตามหน้าที่โดยสุจริตของตนจะเป็นคำถามสำหรับผู้ค้นหาข้อเท็จจริงในการพิจารณา

ข้อพิจารณาประการที่สองที่ต่อต้านการเคลื่อนไหวของ Gulf สำหรับการตัดสินใจโดยสรุปคือข้อเท็จจริงที่ว่า ข้อตกลงการคืนทุนชั่วคราว ระหว่างคู่สัญญาระบุว่า Gulf สามารถยุติแฟรนไชส์ได้หากโจทก์ไม่ซื้อน้ำมันเบนซินตรา Gulf เป็นเวลา 90 วันติดต่อกัน ข้อกำหนดนี้ไม่ได้มีการละเมิดในเวลา Gulf แจ้งให้โจทก์ทราบถึงการยุติแฟรนไชส์ แม้ว่าความสำคัญของบทบัญญัตินี้จะยังห่างไกลจากความชัดเจนในแง่ของการซื้อรายเดือนที่แนะนำนอกจากนี้ยังระบุไว้ในข้อตกลงการคืนทุนชั่วคราวและประเด็นของข้อกำหนดโดยสุจริตที่ระบุไว้ข้างต้น แต่ศาลได้ข้อสรุปว่ามติของหน้าที่ตามลำดับของทั้งสองฝ่ายในเรื่องนี้ ด้านหน้าเป็นงานสำหรับผู้ค้นหาข้อเท็จจริง สำหรับวัตถุประสงค์ของการเคลื่อนไหวครั้งนี้ศาลพบว่าในกรณีที่ไม่มีหลักฐานที่ยืนยันได้โดยไม่หักล้างว่าโจทก์ละเมิดข้อผูกพันตามสัญญาที่เข้มงวดกว่าระยะเวลา 90 วันในข้อตกลงการคืนเงินชั่วคราว โจทก์อาจมีสิทธิ์ที่พึ่งพาข้อกำหนดดังกล่าวได้¹⁹³

¹⁹³ สิ่งนี้ดูเหมือนจะเหมาะสมอย่างยิ่งเนื่องจาก Gulf สามารถแก้ไขเงื่อนไขของความสัมพันธ์ตามสัญญากับโจทก์ภายใต้ มาตรา 2802 (b)(3)(A) ของ PMPA เนื่องจาก Gulf ไม่เป็นเช่นนั้นดูเหมือนว่าจะยุติธรรมที่จะใช้การอนุমান

การพิจารณาขั้นสุดท้ายและโดยทั่วไปคือสิ่งนี้ ทราบเทาที่ Gulf อ้างว่าได้อาศัยภาวะผูกพัน โดยสุจริตของโจทก์ในการซื้อน้ำมันเบนซินของ Gulf ซึ่งดูเหมือนว่าจะเหมาะสมแล้วที่ Gulf จะดำเนินการตามมาตรา 2802 (b)(2)(B) ของ PMPA ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวอนุญาตให้มีการยุติแพรนไฮส์ได้เนื่องจากความล้มเหลวของแพรนไฮส์ซี เพื่อเป็นการใช้ความพยายามโดยสุจริตในการดำเนินการตามข้อกำหนดของแพรนไฮส์ โดยมีเงื่อนไขว่าผู้รับแพรนไฮส์จะได้รับแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนถึงความล้มเหลวดังกล่าวและมีโอกาสที่เหมาะสมในการแก้ไข ซึ่ง Gulf ไม่ได้อาศัยบทบัญญัติโดยสุจริตของพระราชบัญญัตินี้เนื่องจากไม่แจ้งให้โจทก์ทราบหรือให้โอกาสในการแก้ไขข้อกล่าวหาที่พวกเขาไม่ปฏิบัติตามข้อผูกพันตามสัญญา¹⁹⁴

ดังนั้นการตัดสินโดยสรุปจะถูกปฏิเสธในการเรียกร้องตามพระราชบัญญัติ PMPA ของโจทก์ การละเมิดสัญญาของโจทก์

ศาลไม่สามารถตกลงกับโจทก์ได้ว่าการละเมิดสัญญาที่เรียกร้องต่อ Gulf อาจเกิดขึ้นได้ตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต่อหน้าศาล E.L.G. และ T.A.M. ได้ยื่นหนังสือรับรองจากเจ้าของที่เกี่ยวข้องถึงผลที่โจทก์แต่ละคนในตอนแรกที่กลายเป็นตัวแทนจำหน่ายของ Gulf โดยได้รับแจ้งจากตัวแทนของ Gulf ว่าจะเสนอซื้อน้ำมันเบนซิน Gulf ในราคาที่แข่งขันได้ โจทก์ยืนยันว่าการเป็นตัวแทนเหล่านี้ถือเป็นการ

ดังกล่าวตามที่ศาลได้ให้ความช่วยเหลือแก่โจทก์ตามที่โจทก์ระบุว่าสำหรับจุดประสงค์ของการเคลื่อนไหวนี้การคุ้มครองในวงกว้างที่มีให้ตามระยะเวลา 90 วัน

¹⁹⁴ เพื่อประโยชน์ในการจำกัดประเด็นสำหรับการพิจารณาคดีในเรื่องนี้หากจำเป็นต้องมีการพิจารณาคดีซึ่งศาลเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าไม่ควรเป็นเช่นนั้นศาลคิดว่ามันสมควรที่จะกำจัดตามกฎหมายของข้อโต้แย้งอื่นๆ ที่โจทก์นำเสนอภายใต้หัวข้อนี้ โจทก์ยืนยันว่า Gulf อยู่ภายใต้ข้อผูกพันตามสัญญาที่จะให้โอกาสโจทก์ในการแก้ไขการกระทำใดๆ ที่ถูกกล่าวหาว่าละเมิดแพรนไฮส์ ข้อกำหนดในการบอกกล่าวที่โจทก์ต้องพึงพามีอยู่ใน สัญญาซื้อขาย ซึ่งการเคลื่อนไหวของจำเลยเพื่อสรุปคำพิพากษา สัญญาแต่ละฉบับระบุว่าหากแพรนไฮส์ซีมีส่วนร่วมหรืออนุญาต ในการกระทำใดๆ ที่ผิดกฎหมายหรือไม่เหมาะสมในหรือเกี่ยวกับสถานที่ที่มีการแสดงการระบุตัวตนของ Gulf Gulfอาจยุติแพรนไฮส์หากมีการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรแต่แพรนไฮส์ซีไม่สามารถยุติการกระทำดังกล่าวได้ โจทก์โต้แย้งว่าข้อกำหนดนี้รับประกันว่าแพรนไฮส์ซีจะได้รับโอกาสในการแก้ไขความล้มเหลวในการปฏิบัติตามเงื่อนไขตามสัญญา ก่อนที่ Gulf จะยุติแพรนไฮส์ แต่ภาษาในสัญญานั้นใช้เฉพาะกับสถานการณ์ที่การกระทำของผู้รับแพรนไฮส์คุกคามที่จะทำลายชื่อเสียงของ Gulf โดยการเชื่อมโยงกับกิจกรรมที่ผิดกฎหมายหรือการโต้เถียง ดังนั้นจึงไม่ส่งผลกระทบต่อสิทธิของ Gulf ในการยุติภายใต้ มาตรา 2802 (b)(2)(A) PMPA สำหรับการละเมิดข้อกำหนดทางสัญญาที่สมเหตุสมผล

เพิ่มเติมด้วยวาจาในข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรกับ Gulf และข้อกำหนดโดยวาจาเหล่านี้ถูก ละเมิดเมื่อ Gulf ยอมรับการยุติการเสนอน้ำมันเบนซินในราคาที่แข่งขันได้

ปัญหาร้ายแรงในการเรียกร้องของโจทก์คือหลักฐานที่ใช้จะถูกระงับโดยหลักพยานหลักฐาน ด้วยวาจา(Parole Evidence Rule) เนื่องจากสัญญาระหว่างคู่สัญญาที่ปรากฏในเหตุนี้จะเป็น หลักฐานที่สมบูรณ์ แต่โจทก์โต้แย้งว่าเนื่องจากสัญญาไม่มีเงื่อนไขราคาพิเศษเฉพาะเจาะจงจึงไม่ใช่ค่า แกลงที่สมบูรณ์เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาเพื่อวัตถุประสงค์ในการกำจัดข้อเรียกร้องนี้ ศาล ไม่เห็นด้วย.

แม้ว่าโจทก์จะมีความถูกต้องในการโต้แย้งว่าบทบัญญัติ Uniform Commercial Code (UCC) มาตรา 2-305 เกี่ยวกับเงื่อนไขราคาเปิดนั้นไม่ได้อยู่ในเงื่อนไขของราคาเปิดและในทางตรงกันข้ามกับ ความสมบูรณ์ของข้อตกลง การคู่สัญญาที่ทนายความและสถานการณ์ของคู่สัญญาตามบทบัญญัตินี้ แสดงให้เห็นว่าสัญญาต่างๆได้รวบรวมข้อตกลงที่สมบูรณ์ มาตรา 2-305 ของ UCC ซึ่งกำหนดให้มีการจัดทำสัญญาในสถานการณ์ที่ไม่สามารถตกลงราคาในช่วงเวลาของการทำสัญญาได้ ส่วนย่อยที่ 2 ของข้อกำหนดอนุญาตให้สองฝ่ายในสัญญาตกลงกันว่าผู้ขายจะกำหนดราคาโดยสุจริต สัญญาที่ ออกเป็นข้อตกลงดังกล่าว ตารางสินค้าต่อเนื่องของคู่สัญญาที่รวมไว้โดยการอ้างอิงในสัญญาซื้อขาย เริ่มต้นของพวกเขากำหนดว่าราคาของผู้ขายที่มีผลในเวลาและสำหรับสถานที่จัดส่งจะเป็นราคา พื้นฐาน เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของตลาดปิโตรเลียมและระยะเวลาที่สัญญาจะดำเนินการปรากฏ ค่อนข้างชัดเจนว่าคู่สัญญาไม่มีทางเลือกอื่นใดนอกจากดำเนินการตามราคาเปิด ไม่ว่าในกรณีใดไม่มี ข้อบ่งชี้ว่าข้อกำหนดนี้ไม่ใช่การแสดงออกของข้อตกลงที่สมบูรณ์ของคู่สัญญาเกี่ยวกับราคา ข้อเสนอ นี้ได้รับการสนับสนุนโดยการอ้างอิงถึงอนุประโยคการรวมที่รวมอยู่ในสัญญาซื้อขาย ยิ่งไปกว่านั้นไม่มี หลักฐานว่าราคาที่ Gulf ทำการแก้ไขนั้นมาในรูปแบบใดนอกเหนือจากโดยสุจริต โจทก์ไม่ได้กล่าวหา ว่าราคาที่พวกเขาถูกขอให้จ่ายแตกต่างจากราคาที่เรียกร้องของตัวแทนจำหน่ายอื่นๆ ของ Gulf หรือ ราคาน้ำมันเบนซินของ Gulf ในขณะที่มีปัญหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจากผู้ผลิตแบรนด์หลัก อื่นๆ ซึ่งอาจเปรียบเทียบ Gulf ได้อย่างเหมาะสม

ในที่สุดก็ได้ปรากฏจากคำให้การของพวกเขาว่าโจทก์ตระหนักถึงความแตกต่างบางอย่าง ระหว่างราคาของ Gulf และน้ำมันเบนซินอื่นๆ ในขณะที่พวกเขาอยู่ภายใต้สัญญา แม้จะมีความรู้นี้ และแม้จะมีโอกาสในการเจรจาต่อรองสัญญาและเงื่อนไขราคาเหล่านี้ในปีต่อๆ มา แต่โจทก์ก็ทำ ข้อตกลงกำหนดเวลาสินค้าที่เหมือนกัน ไม่ว่าพวกเขาจะทำเช่นนั้นเพื่อผลประโยชน์จากหลักประกันที่ ได้รับจากสถานะของพวกเขาในฐานะแฟรนไชส์ของ Gulf หรือด้วยเหตุผลอื่นการพิจารณาที่สำคัญคือ

ว่าโจทก์ตระหนักดีถึงเงื่อนไขของสัญญาในสัญญาของ Gulf ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าระยะเวลาเปิดนอกจากจะจำเป็นเพื่อรองรับตลาดที่ผันผวนแล้วโจทก์ยังได้รับการยอมรับอีกด้วย การเก็บหลักฐานที่ค้นพบที่ยอมรับได้ในข้อเท็จจริงเช่นนี้จะทำลายความสามารถของคู่สัญญาอย่างมั่นใจในการทำสัญญาราคาเปิดโดยการกระตุ้นให้ผู้ซื้อเรียกหลักฐานภายนอกไปยังข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรและเมื่อใดก็ตามที่พวกเขาไม่พอใจกับราคาที่กำหนดโดยผู้ขายโดยไม่คำนึงว่าผู้ขายจะขายหรือไม่ก็ตาม ดำเนินการโดยสุจริตตามเงื่อนไขของสัญญา

แม้ว่าศาลจะอนุญาตให้นำหลักฐานการค้นพบมาใช้แต่คำสัญญาที่ถูกกล่าวหาของ Gulf จะรักษาราคาแข่งขัน แทบจะไม่สามารถให้คำแนะนำที่สำคัญแก่ศาลนี้ได้ การอ่านหนังสือรับรองชี้ให้เห็นอย่างยิ่งว่าค่าเฉลี่ยใดๆ ของตัวแทนของ Gulf ที่เกี่ยวกับราคาอยู่ภายใต้เกณฑ์การจำหน่ายและไม่ได้ให้คำมั่นสัญญา

ดังนั้นจึงเป็นการไม่เหมาะสมที่จะเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรและการเคลื่อนไหวของจำเลยสำหรับการตัดสินโดยสรุปเกี่ยวกับการเรียกร้องการละเมิดสัญญาของโจทก์ จะได้รับความยินยอม

การเรียกร้องเรื่องบัตรเครดิตของโจทก์

โจทก์พยายามกู้คืนความเสียหายที่เกิดจากการปฏิเสธของ Gulf หลังวันที่ 17 พฤศจิกายน 1980 เพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ใบแจ้งหนี้สำหรับการขายน้ำมันเบนซินที่ไม่ใช่ Gulf¹⁹⁵ ในวันที่ 17 พฤศจิกายน 1980 ศาลได้มีการพิจารณาความเห็นของโจทก์เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของโจทก์เพื่อขอคำสั่งห้ามเบื้องต้นต่อนโยบายบัตรเครดิตใหม่ที่ถูกล่ามโซ่ของ Gulf ศาลได้อธิบายอย่างละเอียดถึงเหตุผลตามสัญญาและกฎข้อบังคับที่โจทก์อ้างถึงความรับผิดชอบของกัลฟ์ในประเด็นนี้¹⁹⁶

¹⁹⁵ ในกรณีที่อาจมีการอ่านข้อร้องเรียนของโจทก์และการยื่นคำร้องในภายหลังเพื่อเรียกร้องความเสียหายที่เกิดจากการที่ Gulf ปฏิเสธที่จะปฏิบัติตามใบแจ้งหนี้เครดิตสำหรับการขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ น้ำมันของ Gulf การเรียกร้องดังกล่าวถือเป็นเรื่องที่น่าสงสัยเนื่องจากกัลฟ์ไม่เคยดำเนินการตามความเป็นจริงในระหว่างช่วงเวลาดังกล่าว ระยะเวลาตั้งแต่การร้องเรียนครั้งแรกของโจทก์จนถึงการยุติแฟรนไชส์ ในขณะที่การอ้างสิทธิ์ในการกระทำเช่นนั้น กัลฟ์ถูกขัดขวางไม่ให้ทำเช่นนั้นประการแรกโดยข้อตกลงที่ทำโดยคู่สัญญาในช่วงเดือนกันยายนปี 1980 ในการได้สวนของโจทก์ T.R.O. จากนั้นทำตามคำสั่งห้ามเบื้องต้นของศาลเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 1980

¹⁹⁶ ในการคัดค้านคำร้องของ Gulf สำหรับการตัดสินโดยสรุปโจทก์ไม่ได้ส่งการบรรยายสรุปเพิ่มเติมหรือไม่มีหลักฐานเพิ่มเติมใดๆ เพื่อสนับสนุนข้อเรียกร้องเหล่านี้

ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อโต้แย้งตามสัญญาของโจทก์ศาลสังเกตว่าข้อตกลงเกี่ยวกับบัตรเดบิต (Travel Card) ที่เป็นประเด็นระบุว่า Gulf อาจเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดในสัญญาโดยการออกประกาศ เป็นลายลักษณ์อักษร และหลักฐานก่อนหน้า ศาลสนับสนุนข้อสรุปที่ว่า Gulf ทำได้และทำได้ตาม ข้อตกลงนั้นซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้บัตรเครดิตได้แตกต่างกันไป นอกจากนี้ศาลพบว่าโจทก์ไม่ได้ นำเสนอหลักฐานที่จำกัดความกว้างของบทบัญญัตินี้ โจทก์โต้แย้งว่า Gulf ได้รับผลกระทบจากการ ปฏิบัติในอดีตจากการกำหนดวงเงินดังกล่าวในบัตรเครดิต

เพื่อให้เหนือกว่าทฤษฎีการพึ่งพาที่เป็นอันตรายซึ่งโจทก์ก้าวหน้าและดูเหมือนว่าพวกเขาจะ ยังคงกดดันให้โจทก์ต้องสร้างไม่เพียงแต่ว่าพวกเขาพึ่งพาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการพึ่งพาดังกล่าวก็ต้อง สมเหตุสมผลด้วย Paris สมมติว่าตามวัตถุประสงค์ของการเคลื่อนไหวดังกล่าวว่าโจทก์สามารถแสดง แนวทางปฏิบัติในอดีตหรือภาระผูกพันในอดีตในส่วนของ Gulf ที่ให้เกียรติใบกำกับสินค้าสำหรับการ ขายน้ำมันเบนซินที่ไม่ใช่ Gulf ซึ่งแสดงว่าพวกเขาล้มเหลวในการทำให้ศาลสรุปได้ว่าการพึ่งพาการ ปฏิบัติในอดีตดังกล่าวจะไม่มีเหตุผลในแง่ของการแสดงภาษาของสัญญาตอนนี้ศาลใช้ข้อสรุปและ เหตุผลที่กำหนดไว้อย่างครบถ้วนมากขึ้นในความเห็นของศาลเพื่อจุดประสงค์ในการพิจารณาการ เคลื่อนไหวของ Gulf เพื่อการตัดสินโดยสรุป

ในส่วนที่โจทก์อ้างว่านโยบายใหม่ของ Gulf ในการปฏิเสธที่จะให้เกียรติใบกำกับสินค้าเพื่อ สำหรับน้ำมันเบนซินที่ไม่ใช่ น้ำมันของ Gulf ซึ่งเป็นการละเมิดมาตรา 210.62 (a) ของกฎการจัดสรร และราคาทั่วไปของกระทรวงพลังงาน, 10 C.F.R. § 210.62 (a) ศาลให้เหตุผลว่าเพื่อที่จะได้รับชั้ย ชนะในการเรียกร้องดังกล่าวโจทก์ต้องแสดงให้เห็นว่า Gulf ได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ ต่อโจทก์ในเงื่อนไขด้านเครดิตที่เสนอให้เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 1973 ศาลพบว่าโจทก์มีความ ล้มเหลวในการจัดทำแม้แต่เบื้องต้นที่แสดงถึงแนวทางปฏิบัติด้านเครดิตของ Gulf เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 1973

สังเกตว่าความล้มเหลวในการยืนยันสิทธิอาจกลายเป็นแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจได้ในบางสถานการณ์ ศาลสังเกตว่าโจทก์อาจพยายามอ้างสิทธิ์ตามมาตรา 210.62 (a) โดยพยายามแสดงให้เห็นว่า ณ วันที่ 15 พฤษภาคม 1973 Gulf ล้มเหลวในการตรวจสอบใบแจ้งหนี้สำหรับน้ำมันเบนซินที่ไม่ใช่ Gulf แต่ ศาลยังพบว่าโจทก์ไม่ได้นำเสนอหลักฐานใดๆ ที่แสดงถึงการขายบัตรเครดิตที่ไม่ใช่ น้ำมันของ Gulf ใน ปี 1973 โดยตัวแทนจำหน่ายของ Gulf ซึ่งคาดว่าจะก่อให้เกิดการโต้ตอบจาก Gulf อันที่จริงศาล พบว่าหลักฐานสนับสนุนมุมมองที่ว่าจนกระทั่งมีความแตกต่างด้านราคาจำนวนมากเริ่มเกิดขึ้นในปี 1979 ซึ่งก็มีตัวแทนจำหน่ายของ Gulf เพียงไม่กี่รายขายน้ำมันเบนซินที่ไม่ใช่ Gulf

ดังที่ศาลได้กล่าวไปแล้วโจทก์ล้มเหลวในการรวบรวมพยานหลักฐานเพิ่มเติมใดๆ เพื่อสนับสนุนข้อเรียกร้องนี้และด้วยเหตุผลที่ระบุไว้และที่ระบุไว้อย่างครบถ้วนในความเห็นของศาลตอนนี้ศาลถูกบังคับให้สรุปว่าหลักฐานที่โจทก์ส่งมา ไม่สามารถยกประเด็นข้อเท็จจริงที่เป็นสาระสำคัญสำหรับการพิจารณาคดีเกี่ยวกับการเรียกร้องตามมาตรา 210.62 (a) ของโจทก์ที่เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตได้ ดังนั้นจะมีการตัดสินโดยสรุปสำหรับ Gulf ในการเรียกร้องค่าเสียหายของโจทก์สำหรับความเสียหายที่เกิดจากนโยบายบัตรเครดิตที่ทำหายของ Gulf ตลอดจนประเด็นอื่นๆ ทั้งหมดยกเว้นการเรียกร้องที่เกิดขึ้นภายใต้ PMPA

สรุปคำพิพากษา¹⁹⁷

แฟรนไชส์สถานีนีบริการน้ำมันดำเนินการกับบริษัทปิโตรเลียม ได้แก่ T.A.M. และ E.L.G. ซึ่งเป็นโจทก์โดยกล่าวหาว่าการยุติแฟรนไชส์ของบริษัท Gulf ซึ่งเป็นจำเลย ละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดและถือเป็นการละเมิดสัญญา ในการเคลื่อนไหวของจำเลยเพื่อการตัดสินโดยสรุปศาลแขวง Louis H. Pollak, J., ระบุว่า (1) มีปัญหาข้อเท็จจริงที่สำคัญว่ามีสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวระหว่างโจทก์และแฟรนไชส์สถานีนีบริการหรือ Gulf จะไม่รวมถึงการตัดสินโดยสรุปที่ไม่ชอบของโจทก์ในประเด็นที่ว่าสัญญาดังกล่าวละเมิดกฎหมาย Clayton Act ในการดำเนินการต่อต้านการผูกขาดของแฟรนไชส์ซีต่อ บริษัทหรือไม่ (2) ในกรณีผลกระทบที่เป็นไปได้ของสัญญาซื้อขายแต่เพียงผู้เดียวระหว่าง โจทก์และแฟรนไชส์สถานีนีบริการน้ำมัน Gulf ต่อการแข่งขันในพื้นที่ตลาดที่เกี่ยวข้องนั้นไม่ได้มีนัยสำคัญเนื่องจากส่วนแบ่งการตลาดของจำเลยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7 และสัญญามีประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจในการสร้างหลักประกัน อุปทานน้ำมันเบนซินที่เพียงพอและสัญญาไม่ละเมิดกฎหมายที่ควบคุมการกำหนดราคา (3) มีปัญหาข้อเท็จจริงที่สำคัญว่าความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีโจทก์ในการซื้อน้ำมันเบนซินของจำเลยเป็นระยะเวลาประมาณ 1 เดือนก่อนที่จะได้รับแจ้งการยกเลิกนั้นมีเหตุผลเพียงพอสำหรับการยุติภายใต้พระราชบัญญัติการปฏิบัติทางการตลาดปิโตรเลียม (PMPA) ซึ่งไม่รวมถึงการตัดสินโดยสรุป และ (4) ข้อตกลงระหว่างคู่สัญญาที่เสร็จสมบูรณ์ดังนั้นจึงต้องมีการจำกัดการนำเสนอหลักฐานพยานด้วยวาจาที่จำเลยจะเสนอน้ำมันเบนซินให้กับแฟรนไชส์ในราคาที่แข่งขันได้

3.1.5 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดท้องที่ในการขาย

3.1.5.1 Quigley v. Exxon Co. U.S.A., 376 F. Supp. 342

ตัดสินโดย United States District Court for the Middle District of Pennsylvania

¹⁹⁷ "Tam, Inc. V. Gulf Oil Corp.,"

ตัดสินเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 1974

ตัวแทนจำหน่ายซึ่งเป็นโจทก์ได้ยื่นฟ้องบริษัทน้ำมันของจำเลยภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman Anti-Trust Act (Act) เพื่อขอคำสั่งบรรเทาทุกข์เพื่อยับยั้งบริษัทน้ำมันจากการเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ และตัวแทนจำหน่ายยังขอให้สัญญาการจัดการหาน้ำมันเบนซินของพวกเขา กับบริษัทน้ำมันถูกประกาศว่าเป็นโมฆะเนื่องจากละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ภาพรวม

บริษัทน้ำมันวางแผนที่จะเปิดสถานที่บริการล้างรถซึ่งรวมถึงสถานีบริการน้ำมัน โดยตัวแทนจำหน่ายได้ยื่นฟ้องบริษัทน้ำมันภายใต้พระราชบัญญัติดังกล่าวโดยขอให้มีการบรรเทาทุกข์ชั่วคราวในเบื้องต้นและถาวรเพื่อยับยั้ง บริษัทน้ำมันจากการเปิดสถานีบริการน้ำมัน และตัวแทนจำหน่ายยังขอให้สัญญาการจัดการหาน้ำมันเบนซินของพวกเขา กับบริษัทน้ำมันถูกประกาศว่าเป็นโมฆะเนื่องจากละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman แต่ศาลปฏิเสธคำขอของตัวแทนจำหน่าย บริษัทน้ำมันซึ่งดำเนินการคนเดียวในการตัดสินใจทั้งหมดเกี่ยวกับสถานที่ในการเปิดสถานีบริการน้ำมันและการจัดสรรน้ำมันเบนซินซึ่งเป็นปริมาณที่บริษัทน้ำมันจะจัดหาให้แต่เพียงผู้เดียว การมีส่วนร่วมของผู้กระทำส่วนใหญ่ในการกระทำร่วมกันขาดหายไป ไม่มีการยับยั้งทางการค้าใดๆ ที่มาจากการเปิดสถานีบริการน้ำมัน การปฏิเสธที่จะดำเนินการใดๆ ในส่วนของบริษัทน้ำมันไม่ได้เป็นการดำเนินการต่อไปของการยับยั้งทางการค้าใดๆ ศาลปฏิเสธคำขอของตัวแทนจำหน่ายที่ให้ประกาศว่าสัญญาการจัดการหาน้ำมันเบนซินเป็นโมฆะ เพราะตัวแทนจำหน่ายล้มเหลวในการแสดงให้เห็นว่าสัญญาดังกล่าวจะขัดขวางการแข่งขันหรือยับยั้งการค้า ศาลปฏิเสธคำขอของตัวแทนจำหน่ายในขอการบรรเทาทุกข์ห้ามเพื่อป้องกันไม่ให้บริษัทน้ำมันเปิดสถานีบริการน้ำมันและคำขอของพวกเขาที่ให้สัญญาในการจัดการหาน้ำมันเบนซินของตัวแทนจำหน่าย กับบริษัทน้ำมันเป็นโมฆะ

ความคิดเห็นของ SHERIDAN หัวหน้าผู้พิพากษา

โจทก์ Saltau J. Quigley และ Richard B. Uber ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายอิสระสถานีบริการน้ำมันของ Exxon ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติ Sherman Anti-Trust Act, 15 U.S.C.A. § 1 et seq. ในขอการบรรเทาทุกข์ห้ามเบื้องต้นและถาวรต่อจำเลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโจทก์พยายามที่จะยับยั้ง Exxon จากการเปิดสถานีบริการน้ำมันและสถานที่บริการล้างรถที่ดำเนินการโดยบริษัทแห่งใหม่โดยมีปริมาณเชื้อเพลิงรถยนต์ 853,000 แกลลอนต่อปี ซึ่งหากไม่ได้รับคำสั่งและอนุญาตให้ Exxon เปิดสถานีบริการน้ำมันและสถานที่บริการล้างรถ โจทก์อ้างว่า Exxon มีการยับยั้งทางการค้า

ใน Lemoyne-New Cumberland-Lower Allen-Highland Park area ใน Cumberland County ซึ่งเป็นการละเมิดมาตรา 1¹⁹⁸ ของพระราชบัญญัติ Sherman Act จึงอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่โจทก์อย่างไม่อาจแก้ไขได้ ดังนั้นโจทก์จึงขอให้ Exxon ได้รับอนุญาตให้เปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่โดยมีการจำกัดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกินที่จัดสรรให้เท่านั้นและ Exxon จะต้องได้รับคำสั่งให้จัดสรรและจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกันในร้านค้าปลีกทุกแห่ง ปฏิบัติต่อสถานีบริการน้ำมันอิสระและที่ดำเนินการโดยบริษัทอย่างเท่าเทียมกัน และสุดท้ายฟ้องอ้างว่าข้อตกลงการขายน้ำมันเชื้อเพลิง ระหว่าง Exxon และโจทก์แต่ละคนซึ่งมีการกำหนดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำที่โจทก์ต้องซื้อและปริมาณสูงสุดที่ Exxon มีหน้าที่ต้องจัดหาถือเป็นการยับยั้งทางการค้า โดยฝ่าฝืนมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman จึงถือเป็นโมฆะ

ตาม Rule 65(a) (2) of the Federal Rules of Civil Procedure คดีนี้ถูกกำหนดขึ้นสำหรับการพิจารณาคดีที่ไม่ใช่คณะลูกขุนเกี่ยวกับข้อพิพาทดังกล่าวนี้จึงรวมการพิจารณาคดีเข้ากับการพิจารณาคดีเบื้องต้น

I. ข้อเท็จจริง โจทก์ Saltau J. Quigley เป็นตัวแทนจำหน่ายอิสระที่ดำเนินการสถานีบริการน้ำมัน ของ Exxon ที่ Fifth and Market Streets ใน Lemoyne, Cumberland County, Pennsylvania และ โจทก์ Richard Uber เป็นตัวแทนจำหน่ายอิสระที่ดำเนินการสถานีบริการน้ำมัน Exxon ที่สี่แยก Lowther Road และ Carlisle Road in Lower Allen Township, Cumberland County, Pennsylvania จำเลย Exxon Corporation ได้ทำสัญญาขายน้ำมันเชื้อเพลิงกับโจทก์แต่ละรายซึ่งระบุว่าโจทก์จะซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในแกลลอนขั้นต่ำ 50% ของยอดขายในปี 1973 และจำเลยจะจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงแกลลอนสูงสุด 105% ของยอดขายในปี 1973 โดยสัญญาเหล่านี้กำหนดปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำและสูงสุดที่จำเลยจะขายให้กับโจทก์ตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 1974 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 1975 ซึ่งข้อ 16 ของสัญญาอนุญาตให้โจทก์บอกเลิกสัญญาเมื่อใดก็ได้ภายใน 60 วันโดยแจ้งแก่ Exxon เป็นลายลักษณ์อักษร Exxon ได้ทำสัญญาขายน้ำมันเชื้อเพลิงที่คล้ายคลึงกันกับตัวแทนจำหน่ายรายย่อยอื่นๆ ในปี 1974 ซึ่ง Exxon ไม่มีปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงเกินกว่าปริมาณสำรอง 105%

¹⁹⁸ มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman ในบางส่วนระบุว่า ทุกสัญญา การรวมกันในรูปแบบของความไว้วางใจ หรืออย่างอื่นหรือการสมคบคิดในการยับยั้งการค้าหรือการพาณิชย์ระหว่างหลายรัฐหรือกับต่างประเทศถูกประกาศว่าผิดกฎหมาย

จำนวนแกลลอนน้ำมันเชื้อเพลิงสูงสุดที่กำหนดไว้ในสัญญาการขายน้ำมันเชื้อเพลิงในปัจจุบันไม่ได้ จำกัดหรือส่งผลกระทบต่อปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่จ่ายให้กับโจทก์ในลักษณะใด เนื่องจากการจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงของพวกเขาถูกควบคุมโดยโครงการจัดสรรที่บังคับโดยรัฐบาลกลางและด้วยเหตุนี้จึงถูกกำหนดตาม พระราชบัญญัติการจัดสรรปิโตรเลียมในสถานการณ์ฉุกเฉิน ปี 1973 (Emergency Petroleum Allocation Act of 1973) และกฎข้อบังคับของ Federal Energy Office (FEO) ที่ประกาศใช้ภายใต้พระราชบัญญัตินั้น ตามกฎข้อบังคับของ FEO Exxon จะต้องจัดหาปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับโจทก์ด้วยปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงเท่ากับปริมาณพื้นฐานในรอบระยะเวลา นั่นคือยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงในปี 1972 คูณด้วยเศษส่วนรายเดือนที่กำหนดโดยการหารปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมดที่ Exxon มีอยู่ในรูปแบบใดๆ เดือนใดเดือนหนึ่งตามปริมาณพื้นฐานทั้งหมดของสิ่งที่จำเป็นต้องจัดหาซึ่งตามกฎข้อบังคับ FEO โจทก์ Quigley มีปริมาณพื้นฐานสำหรับวัตถุประสงค์ในการจัดสรร 272,000 แกลลอน ซึ่งปริมาณน้ำมันเบนซินที่เขาขายในปี 1972 หรือปริมาณเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 22,700 แกลลอนโดยเพิ่มขึ้นปีละ 2.8% หรือ 7,600 แกลลอน สำหรับยอดขายที่เพิ่มขึ้น 12.8% ในปี 1973 มากกว่าในช่วงปี 1972 ดังนั้นปริมาณพื้นฐานเฉลี่ยต่อเดือนของเขา คือ 23,300 แกลลอน¹⁹⁹

ตามข้อบังคับ FEO ข้างต้น โจทก์ Uber มีปริมาณพื้นฐานสำหรับวัตถุประสงค์ในการจัดสรร 278,000 แกลลอน ซึ่งปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่เขาขายได้ในปี 1972 หรือปริมาณเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 23,200 แกลลอน

โจทก์ยอมรับและศาลพบว่าพวกเขาได้รับน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมดที่ได้รับอนุญาตให้รับภายใต้กฎข้อบังคับ FEO ด้วยการจัดหาเชื้อเพลิงทั้งหมดที่มีสิทธิให้แก่โจทก์ภายใต้โครงการจัดสรรภาคบังคับของรัฐบาล Exxon จึงไม่สามารถจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มเติมในปริมาณที่ถูกต้องตามกฎหมายได้

จำเลย บริษัท Exxon Corporation ดำเนินการแผนการตลาดที่ไม่มีการจัดตั้งบริษัทซึ่งรู้จักกันในชื่อ บริษัท Exxon Company U.S.A. จำเลย และมี James K. Muldrow ซึ่งเป็นผู้จัดการแผนกของเขต Harrisburg ซึ่งประกอบไปด้วย 39 เขตในรัฐ Pennsylvania ตอนกลางและตะวันออกเฉียงเหนือ

ในฤดูใบไม้ผลิปี 1971 Exxon จำเลย ได้จัดทำโครงการการลงทุนด้านการตลาด โดยได้มีการวิเคราะห์ตลาด Harrisburg เพื่อหาตำแหน่งที่ดีที่สุดสำหรับจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่นั้น บนพื้นฐานของข้อมูลประชากร จำนวนการจราจรที่คาดการณ์ไว้ รายได้เฉลี่ยของพื้นที่ ความหนาแน่น

¹⁹⁹ ตัวเลขทั้งหมดในบันทึกนี้เป็นข้อมูลโดยประมาณ แต่สรุปได้ชัดเจน

ของยานพาหนะที่ลงทะเบียน การแข่งขันที่มีอยู่ในบริเวณใกล้เคียงและข้อมูลอื่นๆ Exxon ระบุว่าที่ตั้งบริเวณมุมตะวันออกเฉียงใต้ของ Third และ Lowther ถนนใน Lemoyne เป็นสถานที่ที่ต้องการสร้างเป็นสถานีบริการน้ำมัน

ในปี 1971 ที่ตั้งบริเวณมุมตะวันออกเฉียงใต้ของ Third และ Lowther ถนนใน Lemoyne ถูกครอบครองโดยสถานีบริการน้ำมัน BP (British Petroleum) โดยในปี 1968 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายของการดำเนินงานของสถานีบริการน้ำมัน BP ซึ่งมีปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงอยู่ที่ 187,000 แกลลอน และสัญญาเช่าของ BP ในสถานที่ดังกล่าวจะหมดอายุวันที่ 31 ธันวาคม 1971 จำเลย Exxon เริ่มเจรจาเพื่อหาที่ตั้งสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ในเดือนกันยายน 1971 และการเจรจาดำเนินต่อไปจนถึงปี พ.ศ. 1972 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียุคคนอื่นหลายรายเข้ามาเจรจาเพื่อขอเช่าพื้นที่ ซึ่งต่อมาในเดือนธันวาคม 1972 William Rittner เจ้าของที่ดินได้ตัดสินใจที่จะเจรจากับ Exxon เพื่อให้เช่าพื้นที่ดังกล่าว

ในเดือนกุมภาพันธ์ 1973 เงื่อนไขของสัญญาเช่าได้รับการเจรจาอย่างมีนัยสำคัญเพื่ออนุญาตให้ Exxon ดำเนินการสถานีบริการน้ำมันและสถานที่บริการล้างรถ ในสถานที่แห่งนี้เป็นระยะเวลา 15 ปี โดยมีระยะเวลาต่ออายุ 3-5 ปีโดยมีค่าเช่ารายเดือนเริ่มต้นสำหรับ 5 ปีแรก 1,683 ดอลลาร์ต่อเดือนและภาระผูกพันการเช่าทั้งหมดในช่วง 15 ปีแรกที่ 334,310 ดอลลาร์

สัญญาเช่าดำเนินการโดยจำเลย Exxon เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 1973 สัญญาเช่าดังกล่าวต้องใช้เงินลงทุนโดยเจ้าของที่ดิน 88,000 ดอลลาร์สำหรับการก่อสร้างอาคารและการเตรียมพื้นที่และการลงทุนโดย Exxon จำนวน 109,000 ดอลลาร์สำหรับการติดตั้งถังปั๊มและอุปกรณ์สำหรับสถานีบริการน้ำมัน

ผู้จัดการเขตของสถานีบริการน้ำมัน Exxon ใน Lemoyne ซึ่งมีชื่อเป็นจำเลยที่ถูกฟ้องร้องซึ่งจะเป็นผู้บริหารสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่นี้คือ Louis Bensinger เขาเป็นพนักงานเงินเดือนของ Exxon ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 1974

จำเลย Exxon ได้ยื่นคำร้องต่อ FEO เพื่อขออนุมัติปริมาณพื้นฐานสำหรับวัตถุประสงค์ในการจัดสรรจำนวน 853,000 แกลลอนและด้วยเหตุนี้จึงมีปริมาณเฉลี่ยต่อเดือน 71,100 แกลลอนสำหรับสถานีบริการน้ำมันและสถานที่บริการล้างรถแห่งใหม่ ซึ่งสำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางยังไม่ได้ดำเนินการกับคำร้องขอนี้

ปริมาณแกลลอนพื้นฐานที่เสนอข้างต้นสำหรับสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ถูกกำหนดโดย Exxon ในลักษณะต่อไปนี้

(a) การคำนวณจำนวนลูกค้าที่มาล้างรถ หลังจากคำหนึ่งถึง ปัจจัยการคัดกรองหรือเกณฑ์อุปสรรคของการจดทะเบียนรถและรายได้เฉลี่ยของครอบครัวภายในรัศมีหนึ่งไมล์ครึ่งของสถานีบริการใหม่และจำนวนการล้างรถที่แข่งขันกันในพื้นที่ตลาดบนพื้นฐานของการคาดการณ์ปริมาณการจราจรบนถนนหน้าสถานีบริการใหม่ จำนวนการจราจรโดยประมาณเฉลี่ยต่อวันสำหรับปี 1971 คือ 29,700 และคาดว่าจะอยู่ที่ 33,800 สำหรับปี 1974 จำนวนการจราจรโดยประมาณต่อวันสำหรับปี 1973 คือ 33,000 จากตัวเลข 33,000 Exxon ประเมินการจำนวนการล้างรถที่สถานีบริการน้ำมันใหม่คือ 7900

(b) จากการศึกษาด้านการตลาดและจากประสบการณ์ในสถานีที่บริการล้างรถ Exxon ระบุว่า 10 แกลลอนเป็นแกลลอนเฉลี่ยที่เหมาะสมต่อการล้างรถ

(c) การล้างรถ 7900 คันต่อเดือนโดยใช้น้ำมันเบนซิน 10 แกลลอนต่อการล้างรถหนึ่งครั้งส่งผลให้มีปริมาณแกลลอน 79,000 แกลลอนต่อเดือนหรือ 948,000 แกลลอนซึ่งในปี 1973 นี้คือปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่ Exxon ประเมินว่าการล้างรถจะขายได้หากมีเปิดดำเนินการในปี 1973

(d) ในการกำหนดปริมาณพื้นฐานในปี 1972 Exxon ลดราคารอง 10 % ที่ 948,000 แกลลอนและกำหนดว่าปริมาณพื้นฐานสำหรับสถานีบริการใหม่คือ 853,800 แกลลอน (90 % ของ 948,000) ซึ่งส่งผลให้มีปริมาณพื้นฐานเฉลี่ยต่อเดือน 71,100 แกลลอน²⁰⁰

ตัวอย่างเช่นในเดือนกุมภาพันธ์ 1974 เมื่อ Exxon มีปัจจัยการจัดสรรอยู่ที่ 78 % ของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ หากดำเนินการในเวลานั้นจะได้รับน้ำมันเชื้อเพลิง 78 % จาก 71,100 แกลลอน อันที่จริงแล้วนี่เป็นเพียงค่าประมาณของสิ่งที่สถานีบริการน้ำมันจะได้รับ เนื่องจาก 71,100 แกลลอนเป็นปริมาณพื้นฐานรายเดือนโดยเฉลี่ย ภายใต้กฎข้อบังคับของ FEO ปริมาณพื้นฐานสามารถกำหนดตามฤดูกาลได้เพื่อให้ฐานสูงขึ้นในเดือนที่ความต้องการของผู้บริโภคค่อนข้างสูง และลดลงในเดือนที่ความต้องการของผู้บริโภคน้อยลง ดังนั้นปริมาณพื้นฐานที่เสนอสำหรับสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่สำหรับเดือนกุมภาพันธ์ 1974 จึงเป็นปริมาณตามฤดูกาลที่ 61,686 แกลลอนและสถานีบริการใหม่จะได้รับ 78 % (ปัจจัยการจัดสรรเดือนกุมภาพันธ์ของ Exxon) 61,686 แกลลอนหากเปิดดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์นี้ปี

²⁰⁰ 71,100 แกลลอนถือเป็นปริมาณพื้นฐานเฉลี่ยต่อเดือนของ Exxon นี้ไม่ใช่ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงจริงที่สถานีที่บริการล้างรถจะได้รับในเดือนนั้น ๆ จำนวนเงินนั้นจะถูกกำหนดเช่นเดียวกับร้านค้าปลีกอื่น ๆ ทั้งหมดตามกฎข้อบังคับของ FEO ซึ่งกำหนดให้ปริมาณพื้นฐานรายเดือนของสถานีบริการ 71,100 แกลลอนคูณด้วยปัจจัยการปันส่วนของผู้ผลิต (ของ Exxon) สำหรับเดือนนั้น

วิธีการข้างต้นที่ Exxon ใช้ในประมาณการปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับสถานที่บริการล้างรถใหม่นั้นเชื่อถือได้ ซึ่งยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงที่แท้จริงสำหรับสถานีบริการน้ำมันของ Exxon ในภาคตะวันออกเฉียงของสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับเฉลี่ย 116.9 % ของการประมาณการที่กำหนดโดยวิธีเดียวกันกับที่ Exxon ใช้ในการกำหนดปริมาณการขายโดยประมาณของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่

ในปี 1972 มีปริมาณ 853,000 แกลลอนโดยมีปริมาณเฉลี่ยต่อเดือน 71,100 แกลลอนซึ่งเป็นการกำหนดที่เหมาะสมสำหรับสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ โดยจำนวนเงินที่ไม่มากเกินไปและถ้าหากมองจากมุมมองทางการตลาดนั้นคือมีความเกี่ยวข้องอย่างสมเหตุสมผลกับความต้องการของผู้บริโภคที่คาดการณ์ไว้

ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่ขายได้ในปี 1968 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายของการดำเนินการโดยสถานีบริการน้ำมัน BP ในที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ซึ่งไม่ได้เป็นเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือได้มากขึ้นในการประมาณปริมาณการขายของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ วิธีการกำหนดค่าประมาณแกลลอนสำหรับการดำเนินการขายเชื้อเพลิงยานยนต์ประเภทต่างๆ ถูกนำไปใช้โดยไม่เลือกปฏิบัติโดย Exxon กับสถานีบริการน้ำมันที่ดำเนินการโดยบริษัทและตัวแทนจำหน่ายอิสระ วิธีการและเทคนิคที่ใช้ในการประมาณค่าแกลลอนการล้างรถใหม่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนก่อนที่น้ำมันเบนซินจะขาดแคลนขึ้นวิกฤต

โจทก์ Quigley ดำเนินการสถานีบริการน้ำมันในเขต Borough of Lemoyne ที่ตั้งอยู่ตรงข้ามทางหลวงระหว่างรัฐหมายเลข 83 ซึ่งห่างจากสถานที่บริการล้างรถแห่งใหม่ของ Exxon 7/10 ไมล์ โดยการจราจรปกติที่ผ่านสถานีของ Quigley จะไม่ผ่านสถานที่บริการล้างรถแห่งใหม่ และธุรกิจของ Quigley มุ่งเน้นไปที่การขายยางรถยนต์แต่ยางรถยนต์จะไม่มีจำหน่ายที่สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ และ

โจทก์ Uber ดำเนินงานสถานีบริการน้ำมันใน Highland Park ที่สี่แยก Carlisle Road และ Lowther Road ห่างจากที่สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ 1 ไมล์ สถานีบริการน้ำมันของ Uber ส่วนใหญ่ให้บริการ Highland Park ซึ่งเป็นย่านที่อยู่อาศัย การจราจรส่วนใหญ่ที่ผ่านสถานีบริการน้ำมัน

ของ Uber จะไม่ผ่านสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่²⁰¹ และธุรกิจของ Uber มุ่งเน้นไปที่การบริการซึ่งจะไม่มีให้บริการที่สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่

สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ของ Exxon และสถานีบริการน้ำมันของโจทก์รองรับกระแสการจราจรที่แตกต่างกันและพื้นที่ทางการตลาดที่แตกต่างกัน สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่จะไม่แข่งขันโดยตรงกับสถานีบริการน้ำมันของโจทก์

เพื่อหลีกเลี่ยงการเปิดในช่วงเวลาที่ไม่มียาน้ำมันเชื้อเพลิงจำหน่ายและเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจนหมดนานเกินไปก่อนที่จะมีการจัดหาใหม่ โจทก์ต้องลดชั่วโมงในการเปิดสถานีบริการน้ำมันต่อวันและสัปดาห์ให้สั้นลง โดย Quigley ลดจาก 90 ชั่วโมงเหลือ 50 ชั่วโมงและ Uber ลดจาก 98 ชั่วโมงเป็น 60 ชั่วโมง ต้องลดวันต่อสัปดาห์ และ Quigley เปิดจาก 7 วันเป็น 5 วัน และ Uber เปิดจาก 7 วันเป็น 6 วัน และต้องจำกัด ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่พวกเขาจะขายให้กับลูกค้าแต่ละรายในบางครั้ง

โจทก์ยอมรับว่าพวกเขาจะยังคงสามารถขายน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมดที่พวกเขามีอยู่ในปัจจุบัน โดยได้รับสิทธิภายใต้กฎข้อบังคับของ FEO หลังจากสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่เปิดให้บริการ และพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่เป็นประจำจะไม่ถูกขัดจังหวะด้วยสถานีที่บริการล้างรถแห่งใหม่²⁰² โจทก์ไม่ยอมรับความเสียหายหรือความสูญเสียที่จะได้รับอันเป็นผลมาจากการเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ โดยมีปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง 853,000 แกลลอนตามที่เสนอ ซึ่งผลของการจัดสรรสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ของจำเลยต่อการจัดสรรรายเดือนของโจทก์ เป็นเรื่องปริมาณขั้นต่ำโดย Exxon ได้ดำเนินการตามลำพังในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดตั้ง การดำเนินการและการจัดหาสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่

โจทก์ Quigley มีการละเมิดกฎข้อบังคับด้านราคา FEO เนื่องจากได้คิดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมากเกินไปแม้ว่าจะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับราคาสูงสุดที่อนุญาตแล้วก็ตาม ตัวอย่างเช่น ในเดือนมีนาคมปี 1974 Quigley เรียกเก็บเงิน 55.9 เซนต์ต่อแกลลอนสำหรับ Exxon ซึ่งปกติแล้วราคาสูงสุดตามที่กฎหมายภายใต้กฎข้อบังคับของ FEO คือ 47.4 เซนต์ต่อแกลลอน และ

²⁰¹ ยานพาหนะเหล่านั้นมุ่งหน้าไปยัง Harrisburg ซึ่งขับต่อไปบนถนน Lowther ด้วยความตั้งใจที่จะเข้าสู่รัฐหมายเลข 83 บนทางลาดด้านตะวันออกสุดจะผ่านสถานีที่บริการล้างรถแห่งใหม่ แต่อย่างไรก็ตามนี้ไม่ใช่การจราจรทั่วไปที่ไปยัง Harrisburg

²⁰² ปัญหาการขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิงทำให้พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคทุกคนหยุดชะงักไปในระดับหนึ่ง

โจทก์ Uber ที่ละเมิดกฎข้อบังคับด้านราคา FEO ได้เรียกเก็บเงินค่าน้ำมันมากเกินไปแม้ว่าจะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับราคาสูงสุดที่อนุญาตแล้วก็ตาม ตัวอย่างเช่น ในเดือนมีนาคม 1974 Uber เรียกเก็บเงิน 53.9 เซนต์ต่อแกลลอนสำหรับ Exxon ซึ่งปกติแล้วราคาสูงสุดตามกฎหมายภายใต้กฎข้อบังคับของ FEO คือ 47.4 เซนต์ต่อแกลลอน

การเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ด้วยปริมาณน้ำมันเบนซิน 853,000 แกลลอนที่เสนอจะไม่ใช่การยับยั้งการค้าในพื้นที่ Lemoyne-New Cumberland-Lower Allen-Highland Park หรือในตลาดอื่น ๆ สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่จะเพิ่มการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งมีการแข่งขัน

II. การตกลงร่วมกันในการยับยั้งทางการค้า

มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman จะเข้าถึงเฉพาะข้อจำกัดที่ไม่เหมาะสมทางการค้า หรือ การพาณิชย์ระหว่างรัฐซึ่งเกิดจากสัญญา การรวมกันหรือการสมคบคิด ความแตกต่างทางเทคนิคของสัญญาการรวมกันและการสมคบคิด ย่อมนั้นไม่สำคัญในการนำไปใช้ในสวนที่ 1 สิ่งที่สำคัญคือการมีอยู่ของปัจจัย 2 ประการซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาและมีความหมายแฝงด้วยแนวคิดของสัญญา การรวมกัน และการสมคบคิดและด้วยเหตุนี้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของข้อเรียกร้องใด ๆ มาตรา 1 (1) ส่วนมากของผู้กระทำนั้นคือบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป และ (2) มีการดำเนินการร่วมกัน

ในกรณีพื้นที่ที่ บริษัท Exxon Corporation ซึ่งเป็นจำเลยซึ่งดำเนินงานผ่านแผนการตลาดที่ไม่ได้รับการจัดตั้ง บริษัท Exxon Company USA ได้วิเคราะห์ตลาด Harrisburg เพื่อหาตำแหน่งที่ดีที่สุดสำหรับสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่และตัดสินใจในช่วงต้นปี 1971 ว่าสถานที่ตั้งที่มุมตะวันออกเฉียงใต้ของถนน Third and Lowther ในเขต Borough of Lemoyne เป็นสถานที่ที่ต้องการ ซึ่งการกำหนดนี้เกิดขึ้นบนพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางการตลาดโดย Exxon ของข้อมูลประชากร จำนวนการเข้าชมที่คาดการณ์ รายได้เฉลี่ยของพื้นที่และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้น Exxon จะประมาณปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่สำหรับปีแรกของการดำเนินงาน โดยใช้เกณฑ์และวิธีการทางการตลาดที่ได้พัฒนาและนำมาใช้ในการสร้างปริมาณสำหรับตัวแทนจำหน่ายรายใหม่และสถานีบริการน้ำมันที่ดำเนินการโดยบริษัทใหม่ที่ไม่ม่ประวัติปริมาณการขาย Exxon คำนวณปริมาณพื้นฐานสำหรับสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ตามการตีความของกฎข้อบังคับของ FEO โดย Exxon จะเป็น ผู้จัดหาสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ซึ่งจะดำเนินการโดยบริษัทแต่เพียงผู้เดียว โดยมี Louis Bensinger ซึ่งเป็นพนักงานเงินเดือนของ Exxon เป็นผู้บริหาร

กรรมสิทธิ์และการควบคุมร่วมกันไม่ได้เป็นสิ่งที่ปลดปล่อยบริษัทต่างๆ จากผลของกฎหมายต่อต้านการผูกขาด ดังนั้น บริษัทย่อยหรือบริษัทในเครือจึงสามารถรวมกับบริษัทแม่ของตนได้ตาม

วัตถุประสงค์ของมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman อย่างไรก็ตามในหลักการสมคบคิดภายในองค์กรถูกจำกัดโดยศาลและตัดสินว่าบริษัทไม่สามารถสมรู้ร่วมคิดหรือรวมกับเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนเพื่อละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดได้ และในทำนองเดียวกัน บริษัทไม่สามารถสมคบคิดกับหน่วยงานที่ไม่ได้รวมตัวกันได้ ซึ่งในพื้นฐานของกฎที่บริษัทไม่สามารถสมรู้ร่วมคิดหรือรวมกับเจ้าหน้าที่ตัวแทนพนักงานหรือหน่วยงานที่ไม่ได้จัดตั้งบริษัทได้คือต้องมีบุคคลหรือหน่วยงานอย่างน้อย 2 คนจึงจะสามารถสมคบหรือรวมกันได้และบริษัทไม่สามารถสมคบคิดหรือรวมเข้ากับตัวเองได้มากเกินไปกว่าที่บุคคลจะทำได้ ดังนั้นเนื่องจาก Exxon จำเลยดำเนินการตามลำพังในส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจทั้งหมดเกี่ยวกับการจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่และการจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นปริมาณที่ Exxon จะจัดหาให้แต่เพียงผู้เดียวซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของมาตรา 1 การกระทำการมีส่วนร่วมของผู้กระทำส่วนใหญ่ในการกระทำร่วมกันขาดหายไปโดยสิ้นเชิง

อย่างไรก็ตามโจทก์โต้แย้งว่า Exxon ได้รวมกับโจทก์และร้านค้าปลีกอื่นๆ ทั้งตัวแทนจำหน่ายและที่ดำเนินการโดยบริษัทและการรวมกันนี้เพียงพอสำหรับวัตถุประสงค์ของมาตรา 1 ในการสนับสนุนการโต้แย้งโจทก์อ้างว่าในคดี *Albrecht v. Herald Co.*, 1968 และ *Simpson v. Union Oil Co.* ซึ่งศาลพิจารณาว่าข้อกำหนดการรวมกันของมาตรา 1 เป็นที่พอใจของโจทก์ โดยไม่เต็มใจที่จะปฏิบัติตามข้อเสนอแนะในราคาขายต่อของจำเลย โจทก์ยังอ้างคดี *Perma Life Mufflers, Inc. v. International Parts Corp.*, 1968, 392 U.S. ซึ่งศาลถือได้ว่าโจทก์ปฏิบัติตามข้อตกลงการขายที่เข้มงวดโดยไม่เต็มใจที่จะทำกับจำเลยซึ่งกีดกันโจทก์จากการซื้อจากผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งรายอื่นเพื่อป้องกันไม่ให้ขายนอกพื้นที่ที่กำหนดมีการขายพ่วงท่อไอเสียกับการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของจำเลยและกำหนดให้ขายในราคาขายปลีกคงที่ซึ่งประกอบด้วยการรวมกันตามความหมายของมาตรา 1 ซึ่งทฤษฎีการรวมกันนี้ใช้ไม่ได้กับข้อเท็จจริงของคดีนี้ โจทก์ไม่มีส่วนร่วมหรือความเกี่ยวข้องใดๆ ในการกระทำของ Exxon ที่เกี่ยวกับการจัดตั้งและจัดหาสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ใน *Albrecht*, *Simpson* และ *Perma Life Mufflers* และโจทก์ไม่ได้เต็มใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ผิดกฎหมายที่ถูกกล่าวหา โจทก์ร่วมกับจำเลยจึงเป็นส่วนหนึ่งของแบบแผนที่ผิดกฎหมาย ในกรณีทันทีที่โจทก์ไม่มีส่วนร่วมในแผนการของ Exxon ในการจัดตั้งดำเนินงานและจัดหาสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ โจทก์ยืนยันว่าพวกเขาอมรับโดยไม่เต็มใจต่อการตัดสินใจของ Exxon ในการจัดหาน้ำมันเบนซินจำนวนมากให้กับสถานีบริการแห่งใหม่และสิ่งนี้ถือเป็นการมีส่วนร่วมซึ่งการดำเนินการร่วมกันและการรวมกันเกิดขึ้นความขัดแย้งนี้ไม่ได้รับความดีความชอบ เนื่องจากการจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการใหม่ถูกกำหนดโดย Exxon แต่เพียงผู้เดียวและท้ายที่สุดจะต้องได้รับการอนุมัติจาก FEO ซึ่ง

โจทก์ไม่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจจัดสรรแต่อย่างใด การยอมรับของพวกเขาไม่จำเป็นต้องแสวงหาหรือให้ในแง่ที่จริงว่าโจทก์ไม่ได้เป็นผู้มีส่วนร่วมกับ Exxon ในการดำเนินการร่วมกันใดๆ เกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันใหม่ ดังนั้นข้อเท็จจริงของกรณีนี้จึงไม่อยู่ในทฤษฎีการรวมกันที่เป็นที่ยอมรับหรือเชิงตรรกะใดๆ

III. การปฏิเสธข้อตกลง

ตามกฎข้อบังคับของ FEO ว่า Exxon จะจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีอยู่ในเดือนใดๆ ให้กับร้านค้าปลีกทั้งตัวแทนจำหน่ายและที่ดำเนินการโดยบริษัท โดยการควบคุมปริมาณของช่วงเวลาฐานของแต่ละสถานีบริการน้ำมัน (เช่น ปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงในปี 1972) ด้วยเปอร์เซ็นต์การปันส่วนรายเดือน ซึ่งคำนวณโดยการหารปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีอยู่ทั้งหมดของ Exxon ในเดือนนั้นด้วยปริมาณรวมในช่วงเวลาพื้นฐานของ Exxon ซึ่งทั้งหมดนั้น Exxon มีหน้าที่ต้องจัดหา โจทก์ยอมรับว่าพวกเขาได้รับน้ำมันเบนซินทั้งหมดที่พวกเขาได้รับอนุญาตให้รับภายใต้กฎข้อบังคับ FEO แต่อย่างไรก็ตามพวกเขายืนยันว่าการเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ด้วยการจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงใหม่จะช่วยเพิ่มปริมาณฐานลูกค้าของ Exxon ซึ่งจะช่วยลดเปอร์เซ็นต์การจัดสรรรายเดือนของ Exxon ลงเล็กน้อย ซึ่งจะส่งผลให้ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงเล็กน้อยซึ่งสถานีบริการน้ำมันที่ Exxon จัดหาให้ทั้งหมดรวมทั้งโจทก์จะได้รับ อย่างไรก็ตามเป็นที่ชัดเจนว่าผลกระทบของการจัดสรรสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ต่อการจัดสรรรายเดือนของโจทก์คือการลดปริมาณขั้นต่ำ แต่อย่างไรก็ตามโจทก์อ้างว่า Exxon จะจัดหาสถานีบริการน้ำมันที่ดำเนินการโดยบริษัทแห่งใหม่นี้พร้อมกับน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวนมาก มิฉะนั้นจะได้รับการจัดสรรอย่างเท่าเทียมกันระหว่างโจทก์และลูกค้าของ Exxon รายอื่นๆ ทั้งหมดและนั่นถือเป็นการปฏิเสธที่จะจัดการที่ผิดกฎหมาย การปฏิเสธที่จะทำข้อตกลงจะกลายเป็นสิ่งผิดกฎหมายภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman ก็ต่อเมื่อข้อตกลงนั้นก่อให้เกิดการยับยั้งทางการค้าที่ไม่มีเหตุผล ดังนั้น หากการปฏิเสธที่จะจัดการไม่มีอีกต่อไปแล้วก็ไม่ถือว่าการละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman โดยโจทก์ยืนยันว่ามีการปฏิเสธที่จะจัดการในการดำเนินการต่อไปซึ่งถือว่าการยับยั้งทางการค้าที่ไม่มีเหตุผล

โจทก์ตั้งข้อกล่าวหาตามทฤษฎีต่อไปนี่ว่า การที่ Exxon ปฏิเสธที่จะจัดหาปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มเติมกับโจทก์และร้านค้าปลีกอื่นๆ ทำให้ Exxon สามารถจัดส่งน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวนมากเกินความจำเป็นให้แก่สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ซึ่งมีปริมาณเชื้อเพลิงมากกว่าที่โจทก์และร้านค้าอื่นๆ ทั้งหมดของ Exxon ใน Lemoyne-New Cumberland-Lower Allen-Highland Park communities ซึ่งเป็นตลาดที่เกี่ยวข้องกับสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ ซึ่งในการจัดหาเชื้อเพลิง

เครื่องยนต์ที่มากกว่านี้จะช่วยให้สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่สามารถขายน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับลูกค้าทุกคนได้ไม่จำกัดจำนวนและเปิดให้บริการได้นานกว่าโจทก์ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าประจำของโจทก์จำนวนมากให้การสนับสนุนสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่โดยเฉพาะลูกค้าที่มีบัตรเครดิต Exxon²⁰³ โดยความได้เปรียบในการแข่งขันของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ที่เกิดจากอุปทานที่เหนือกว่าจะสร้างความเสียหายอย่างไม่สามารถแก้ไขได้แก่โจทก์เพราะเนื่องจากจะขัดขวางพฤติกรรมการซื้อประจำของลูกค้าประจำของโจทก์ซึ่งจะเป็นการทำลายเจตจำนงที่พัฒนาโดย Quigley และ Uber ซึ่งเป็นระยะเวลาอันมาแล้ว กล่าวโดยสรุปการปฏิเสธที่จะทำข้อตกลงของ Exxon ที่จะทำให้สามารถจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ได้ซึ่งจะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมเหนือสถานีอื่นๆ ของ Exxon รวมถึงโจทก์ โดยในตลาดที่จะแข่งขันนี้คือการยับยั้งการค้าที่ไม่มีเหตุผลซึ่งโจทก์กล่าวหา

ศาลฎีกาได้กำหนดให้การรวมกันในบางประเภทเป็นสิ่งผิดกฎหมายและการมีอยู่ของพวกเขาถือเป็นการละเมิดมาตรา 1 โดยไม่ต้องอ้างถึงผลกระทบใดๆ ในตลาด โดยข้อจำกัดที่ถือว่าไม่สมเหตุสมผลต่อการกำหนดราคาคือการกำหนดราคาแน่นอน การกำหนดราคาขายต่อ การขายพ่วง และการซื้อขายซึ่งกันและกัน ซึ่งการปฏิเสธที่จะจัดการซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผิดกฎหมายข้อใดข้อหนึ่งเหล่านี้ถือเป็นการละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman โดยการยับยั้งการค้าที่ถูกกล่าวหาอย่างชัดเจนในกรณีที่ไม่ได้อยู่ในความไม่สมเหตุสมผลตามหมวดหมู่ใดๆ ดังนั้นการยับยั้งการค้าที่ถูกกล่าวหาจะต้องได้รับการประเมินโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อตลาดเนื่องจากการห้ามการแข่งขันเท่านั้น คือ การยับยั้งการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งโดยไม่มีเหตุผล

หลังจากวิเคราะห์พยานหลักฐานอย่างรอบคอบในการพิจารณาคดีแล้วศาลมีความเชื่อมั่นอย่างแน่วแน่ว่าการเปิดสถานีบริการแห่งใหม่พร้อมจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงตามที่เสนอจะไม่ถือว่าเป็นการยับยั้งทางการค้าใดๆ เพราะโจทก์ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าการเปิดสถานีบริการแห่งใหม่จะส่งผลเสียต่อตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด ด้วยการไหลเวียนของการจราจรที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงในแต่ละสถานีทั้ง 3 สถานี ศาลไม่เชื่อว่าสถานีของโจทก์และสถานี Exxon แห่งใหม่เป็นคู่แข่งกันในตลาดทางภูมิศาสตร์เดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้นแม้สมมติว่าสถานีทั้ง 3 แห่งแข่งขันกันในตลาดเดียวกันซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับข้อเรียกร้องของโจทก์นั่นคือการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวนมากที่จัดสรรให้กับสถานีบริการแห่งใหม่จะช่วยให้สถานีบริการแห่งใหม่เปิดทำการได้นานขึ้นและทำยอดขายได้ไม่จำกัด หากการประมาณการปริมาณการขายของ Exxon สำหรับสถานีบริการแห่งใหม่มีความน่าเชื่อถือถือ

²⁰³ ทั้ง Quigley และ Uber ให้การว่าประมาณ 65 % ของยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงของพวกเขาคือเป็นการขายบัตรเครดิต

จัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการแห่งใหม่ตามปริมาณการขายโดยประมาณในปี 1972 ตามที่กำหนดโดย กฎข้อบังคับของ FEO จะน้อยกว่าจำนวนที่สถานีบริการแห่งใหม่สามารถขายได้อย่างมาก หากได้รับอุปทานไม่ จำกัด ดังนั้นสถานีบริการแห่งใหม่อาจต้องจำกัดชั่วโมงการทำงานอย่างน้อยก็ในเรื่องการขายน้ำมันเชื้อเพลิง ไม่ใช่ปริมาณเชื้อเพลิงของเครื่องยนต์ แต่เป็นปริมาณที่จัดหาให้สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค ณ สถานีใดสถานีหนึ่งซึ่งกำหนดระยะเวลาที่สามารถเปิดได้โดยไม่ต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งในการรับรู้ถึงข้อเท็จจริงนี้ กฎข้อบังคับของ FEO ไม่ได้กำหนดว่าทุกสถานีจะต้องจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณเท่ากัน แต่ทุกสถานีจะต้องจ่ายน้ำมันในปริมาณเท่ากันของปริมาณการขายในปี 1972

ศาลพบว่าปริมาณการขายโดยประมาณของ Exxon สำหรับสถานีบริการแห่งใหม่ซึ่งคำนวณตามเกณฑ์และเทคนิคทางการตลาดที่ Exxon ได้พัฒนาขึ้นและประสบความสำเร็จในการใช้งานซึ่งในอดีตมีความสมเหตุสมผลและด้วยเหตุนี้เกลื่อนพื้นฐานที่เสนอสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่จึงไม่มากเกินไป และผลการดำเนินงานในอดีตของสถานีบริการแห่งใหม่ที่เปิดโดยฝ่ายสนับสนุนของ Exxon มีความน่าเชื่อถือของวิธีการที่ใช้ในการประมาณการปริมาณการขายสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่ ดังนั้นเมื่อโจทก์ไม่สามารถพิสูจน์ได้อย่างชัดเจนว่าสถานีบริการแห่งใหม่จะสามารถเปิดได้นานกว่าโจทก์หรือจะสามารถทำยอดขายได้ไม่จำกัด ในช่วงเวลาที่โจทก์ไม่สามารถทำได้

ยิ่งไปกว่านั้นแม้ว่าสถานีบริการแห่งใหม่จะเปิดให้บริการเป็นเวลานานขึ้นและขายเชื้อเพลิงรถยนต์ได้ไม่ จำกัดจำนวน แต่โจทก์ก็ไม่ได้แสดงให้เห็นว่าสิ่งนี้จะยับยั้งทางการค้าได้อย่างไร ซึ่งไม่มีข้อกล่าวหาและแน่นอนว่า ไม่มีหลักฐานว่า Exxon เปิดสถานีบริการแห่งใหม่โดยกำลังพยายามที่จะผูกขาดการขายปลีกและการจัดจำหน่ายน้ำมันเบนซินในตลาดสถานีบริการน้ำมันที่มีการแข่งขันกัน ศาลได้สรุปว่าการเปิดสถานีบริการแห่งใหม่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มการแข่งขันในตลาดที่จะแข่งขันโดยการจัดหาเชื้อเพลิงเครื่องยนต์ให้กับผู้บริโภคในช่วงเวลาที่ยังมีปัญหารขาดแคลนในตลาด โจทก์อยู่ในฐานะที่ไม่ดีในการฟ้องร้องเกี่ยวกับการแข่งขันกับสถานีบริการแห่งใหม่และ เมื่อหลักฐานระบุว่าราคาที่พวกเขาเรียกเก็บสำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นสูงกว่าที่กฎหมายอนุญาตอย่างมากภายใต้กฎข้อบังคับของ FEO และนอกจากนี้โจทก์ยอมรับว่าปัจจุบันสามารถขายน้ำมันเบนซินทั้งหมดที่ได้รับภายใต้ กฎข้อบังคับของ FEO และหลังจากสถานีบริการแห่งใหม่เปิดขึ้นพวกเขาจะยังคงสามารถขายน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมดที่ได้รับในปัจจุบันได้ภายใต้โครงการจัดสรรภาคบังคับ

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นโจทก์ได้แย้งว่า อุปทานน้ำมันเชื้อเพลิงที่สถานีบริการแห่งใหม่จะมีมากขึ้นซึ่งจะเป็นการยับยั้งทางการค้าโดยการทำให้สถานีบริการแห่งใหม่ทำงานได้โดยไม่มีข้อจำกัด

ทางการตลาดซึ่งโจทก์และตัวแทนจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรายอื่นๆ ทั้งหมด 3 รายที่ดำเนินการ ไม่ได้
รับการสนับสนุนจากหลักฐาน โดยศาลพบว่าไม่มีการยับยั้งทางการค้าใดๆ ที่ออกมาจากการเปิด
สถานบริการแห่งใหม่ด้วยแกลลอนน้ำมันที่เสนอ การปฏิเสธที่จะทำข้อตกลงใดๆ ในส่วนของ Exxon
ในที่นี้เห็นได้ชัดว่าไม่ได้เป็นการยุติการยับยั้งทางการค้าใดๆ ดังนั้นค่าขอบรรเทาทุกข์เบื้องต้นและ
ถาวรจะถูกปฏิเสธ

IV. ข้อตกลงการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

ข้อตกลงการขายระหว่าง Exxon และโจทก์แต่ละคนกำหนดปริมาณขั้นต่ำไว้ที่ 50% ของ
ยอดขายในปี 1973 ซึ่งเป็นจำนวนที่โจทก์ตกลงที่จะซื้อและปริมาณสูงสุด 105% ของปริมาณการขาย
ในปี 1973 ซึ่งเป็นจำนวนที่ Exxon จะต้องจัดหาให้ โดย Exxon มีสัญญาที่คล้ายกันโดยใช้เปอร์เซ็นต์
ที่เหมือนกันกับตัวแทนจำหน่ายอิสระทุกรายทั้งหมดที่จัดหาให้ สัญญาที่ทำกับโจทก์แต่ละคนมี
ระยะเวลาหนึ่งปีตั้งแต่เดือนมีนาคม 1974 ถึงเดือนกรกฎาคม 1975 และโจทก์สามารถบอกเลิก
สัญญาได้ภายใน 60 วันเป็นลายลักษณ์อักษร โจทก์คัดค้านปริมาณสูงสุด 105% ในสัญญา โจทก์
ยืนยันว่าระบบการจัดจำหน่ายนี้เลือกปฏิบัติต่อตัวแทนจำหน่ายอิสระและจะช่วยให้ Exxon สามารถ
เปิดสถานบริการน้ำมันที่ดำเนินการโดยบริษัทเพิ่มเติมได้ซึ่งจะไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดตามสัญญาที่ต้อง
เกี่ยวกับอุปทานสูงสุดซึ่งจะทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ในลักษณะนี้โจทก์ยืนยัน
ว่าข้อตกลงการขายเหล่านี้ถือเป็นการยับยั้งทางการค้าที่ไม่มีเหตุผล

สำหรับวัตถุประสงค์ของมาตรา 1 สัญญาใดอาจเป็นการยับยั้งทางการค้าที่ผิดกฎหมายหาก
(1) เนื่องจากเป็นการละเมิดต่อบุคคลหรือ (2) เนื่องจากการยับยั้งทางการค้าที่ไม่มีเหตุผลทั้ง
วัตถุประสงค์และผลกระทบ ในกรณีนี้ไม่มีหลักฐานว่าสัญญาถูกออกแบบมาเพื่อจุดประสงค์ในการ
ยับยั้งทางการแข่งขันอย่างเสรีและปัจจุบันสัญญาไม่มีผลใดๆ นับตั้งแต่ภายใต้โครงการจัดสรรภาค
บังคับของรัฐบาลกลางจำนวนเชื้อเพลิงรถยนต์ที่โจทก์และร้านค้าปลีกอื่นๆ ได้รับจะถูกกำหนดตามกฎ
ข้อบังคับของ FEO ซึ่งสัญญาปัจจุบันอาจหมดอายุลงก่อนที่โปรแกรมการจัดสรรของรัฐบาลกลางจะ
สิ้นสุดลงและด้วยเหตุนี้การจำกัดปริมาณสูงสุดที่โจทก์อาจไม่ส่งผลใดๆ เมื่อระบบการจัดสรรภาค
บังคับสิ้นสุดลงน้ำมันเชื้อเพลิงอาจมีปริมาณมากจน Exxon ยินดีที่จะจัดหาให้โจทก์ในปริมาณที่ไม่
จำกัด นอกจากนี้เนื่องจากสัญญาไม่ถือว่าเป็นการละเมิดต่อบุคคลจึงไม่สามารถละเมิดมาตรา 1 ได้
จนกว่า Exxon จะใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีอยู่ซึ่งปฏิเสธที่จะขายให้กับโจทก์ตามสัญญาสูงสุดที่กำหนดไว้
เพื่อเป็นการเพิ่มการยับยั้งทางการค้าที่ผิดกฎหมาย จนกว่า Exxon จะปฏิบัติต่อสถานบริการน้ำมัน
ของตนเองหรือลูกค้าใหม่ในลักษณะที่ดีกว่าที่ปฏิบัติต่อตัวแทนจำหน่ายอิสระเดิม เพื่อวัตถุประสงค์

ครองตลาดหรือยับยั้งทางการค้า ดังนั้น สัญญาจึงไม่สามารถถือว่าเป็นการละเมิดมาตรา 1 ได้ควรสังเกตว่าสัญญาซึ่งลดปริมาณสูงสุดที่ Exxon จำเป็นต้องจัดหาจาก 150% เป็น 105% ของปริมาณน้ำมันเบนซินในปี 1973 ของตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายซึ่งอาจเป็นการเพิ่มการแข่งขันในตลาดโดยที่ปริมาณสูงสุดที่ต่ำกว่าจะทำให้ น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับการจัดจำหน่ายและการขายที่ Exxon จะต้องสำรองไว้เพื่อใช้ในการปฏิบัติตามข้อผูกพันตามสัญญาที่กำหนดโดยสัญญาก่อนหน้านี้ซึ่งมีปริมาณสูงสุดที่สูงกว่า

โจทก์ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเมื่อโครงการจัดสรรของรัฐบาลกลางสิ้นสุดลงในความเป็นจริงแล้วพวกเขาจะต้องการน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าที่ Exxon จะจัดหาให้ได้ตามสัญญาปัจจุบันหรือหากพวกเขาต้องการเชื้อเพลิงเครื่องยนต์มากขึ้นแหล่งจัดหาทางเลือกอื่นก็จะมีในเวลานั้น โจทก์สามารถยกเลิกสัญญาได้ทุกเมื่อภายใน 60 วันเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งการโต้แย้งของโจทก์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสัญญาเป็นการเกินกว่าไรล้วนๆ

กล่าวโดยสรุปปริมาณสูงสุดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่กำหนดไว้ในสัญญาในปัจจุบันไม่มีผลเนื่องจากการจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงของโจทก์ถูกกำหนดโดยสำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางและโจทก์ไม่ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าสัญญาในอนาคตจะขัดขวางการแข่งขันหรือยับยั้งทางการค้า ศาลถือว่าปัจจุบันไม่มีการปฏิเสธที่จะจัดการที่ออกมาจาก 6 การพิสูจน์ในเวลานั้นว่าการปฏิเสธนั้นอยู่ในระหว่างการยับยั้งทางการค้า ด้วยเหตุนี้ศาลจึงปฏิเสธคำขอของโจทก์ที่ขอให้สัญญาดังกล่าวเป็นโมฆะเพราะละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติ Sherman

V. กฎข้อบังคับ FEO

โจทก์ยืนยันว่าการจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงที่ Exxon เสนอสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่นั้น ละเมิดพระราชบัญญัติการจัดสรรปิโตรเลียมในสถานการณ์ฉุกเฉินปี 1973 (Emergency Petroleum Act of 1973) และกฎข้อบังคับของ FEO (FEO regulations) ที่ประกาศใช้ดังกล่าว โดยเฉพาะ โจทก์ยืนยันว่า Exxon ได้กำหนดปริมาณพื้นฐานของสถานีบริการแห่งใหม่อย่างไม่ถูกต้องซึ่งพวกเขาโต้แย้งภายใต้กฎข้อบังคับของ FEO ว่ามีสิทธิจะได้รับการจัดสรรน้ำมันเชื้อเพลิงน้อยกว่ามาก จำเลย Exxon ได้ยื่นคำร้องต่อ FEO เพื่อขออนุมัติปริมาณพื้นฐานสำหรับวัตถุประสงค์ในการจัดสรร 853,000 แกลลอนและด้วยเหตุนี้จึงมีปริมาณเฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 71,100 แกลลอนสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่ แต่สำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางยังไม่ได้ดำเนินการกับคำร้องขอนี้ โจทก์ขอให้ศาลกำหนดปริมาณพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่ซึ่งจะได้เป็นการรักษาตำแหน่ง

ทางการตลาดที่แข่งขันได้ของตัวแทนจำหน่ายอิสระซึ่งจะต้องแข่งขันกับสถานีบริการแห่งใหม่ที่ดำเนินการโดยบริษัท

สำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางมีเขตอำนาจหลักเกี่ยวกับปัญหาว่าปริมาณพื้นฐานที่เสนอของ Exxon ที่ 853,000 แกลลอนนั้นสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการจัดสรรปิโตรเลียมในสถานการณ์ฉุกเฉินปี 1973 หรือไม่และกฎข้อบังคับที่ FEO ที่ได้ประกาศใช้ภายใต้กฎหมายดังกล่าวซึ่งในคดี Far East Conference v. United States, 1952, 342 U.S. 570, 96 L. Ed. 576, 72 S. Ct. 492 ศาลฎีกาได้กำหนดกฎเกณฑ์ของเขตอำนาจศาลหลักไว้ว่า

“หลักการตอนนี้ก่อตั้งขึ้นอย่างมั่นคงว่าในกรณีของการยกประเด็นของความเป็นจริงไม่ได้อยู่ในประสบการณ์เดิมของผู้พิพากษาหรือกรณีที่กำหนดให้ใช้วิจารณ์ญาณในการบริหารหน่วยงานที่สร้างขึ้นโดย สภาคองเกรสในการควบคุมเรื่องที่ไม่ควรผ่านไปนี้เป็นเช่นนั้นแม้ว่าข้อเท็จจริงหลังจากที่พวกเขาได้รับการประเมินโดยความสามารถเฉพาะทางจะใช้เป็นหลักฐานสำหรับผลทางกฎหมายที่จะได้รับการกำหนดอย่างยุติธรรมก็ตามความสม่ำเสมอและความสม่ำเสมอในกฎระเบียบของธุรกิจที่มอบหมายให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งจะได้รับความปลอดภัย และหน้าที่ที่จำกัด ของการตรวจสอบโดยตุลาการนั้นมีการดำเนินการอย่างมีเหตุผลมากขึ้นโดยใช้วิธีการเบื้องต้นในการตรวจสอบและตีความสถานการณ์ที่เป็นประเด็นทางกฎหมายให้กับหน่วยงานที่มีความพร้อมมากกว่าศาลโดยความเชี่ยวชาญโดยความเข้าใจที่ได้รับจากประสบการณ์และโดยกระบวนการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น”

ไม่เพียงแต่เป็นกฎเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นในศาลเท่านั้น แต่ยังเป็นกรณีดั้งเดิมที่สร้างกฎเกณฑ์นั้นลงล่างบทบัญญัติทางกฎหมายที่ชัดเจนและไม่ชัดเจนซึ่งอนุญาตให้ศาลดำเนินการในขั้นต้นได้ เกณฑ์หลักในการตัดสินว่ากฎเกณฑ์นี้ใช้บังคับได้หรือไม่นั้นไม่ใช่เจตนาทางกฎหมาย แต่เป็นการประเมินความจำเป็นหรือการขาดความจำเป็นในการพิจารณาคดีของฝ่ายบริหาร ในกรณีล่าสุดในคดี MCI Communications Corp. v. American Telephone & Telegraph Co., 496 F.2d 214, (3 Cir. 1974) ศาลอุทธรณ์สำหรับรอบที่สามมีความเห็นว่าศาลแขวงควรเลื่อนออกไปตามความเหมาะสมหน่วยงานบริหาร FCC ภายใต้กฎเกณฑ์ของเขตอำนาจศาลหลักและอธิบายว่า

“กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับเขตอำนาจศาลหลักได้รับการพัฒนาโดยศาลเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งระหว่างศาลและหน่วยงานทางปกครองที่เกิดจากการที่ศาลขาดความเชี่ยวชาญในเรื่องของข้อบังคับของหน่วยงานหรือจาก คำวินิจฉัยที่ขัดแย้งกันโดยหน่วยงานและศาลภายใต้กฎเกณฑ์ศาลควรส่งเรื่องไปยังหน่วยงานทางปกครองเพื่อขอมติแม้ว่าเรื่องนั้นจะถูกตั้งต่อหน้าศาลก็ตาม หากปรากฏว่าเรื่อง

นั้นเกี่ยวข้องกับพิจารณาทางเทคนิคหรือนโยบายซึ่งเกินกว่าปกติของศาล ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของหน่วยงาน”

จุดประสงค์ของกฎเกณฑ์เรื่องเขตอำนาจศาลไม่ใช่เพื่อแบ่งอำนาจระหว่างศาลและหน่วยงานต่างๆ แต่เพื่อกำหนดว่าศาลใดจะเป็นผู้ตัดสินเบื้องต้น เหตุผลของกฎเกณฑ์ไม่ใช่ความเชื่อว่าความเชี่ยวชาญของหน่วยงานทำให้เหนือกว่าศาลแต่เหตุผลก็คือศาลที่เผชิญกับปัญหาในสาขาความเชี่ยวชาญพิเศษของหน่วยงานควรได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมใดๆ ที่หน่วยงานสามารถดำเนินการแก้ไขได้

ข้อโต้แย้งที่ว่าปริมาณพื้นฐานที่เสนอสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่ของ Exxon นั้นละเมิดพระราชบัญญัติการจัดสรรปิโตรเลียมในสถานการณ์ฉุกเฉินปี 1973 และกฎข้อบังคับของ FEO ที่ประกาศใช้ดังกล่าวทำให้เกิดคำถามใหม่เกี่ยวกับวิธีการที่เหมาะสมในการกำหนดปริมาณพื้นฐาน (1972) ของสถานีบริการแห่งใหม่ที่ไม่มียอดขายในอดีต ดูเหมือนจะเป็นข้อเรียกร้องที่ใช้กฎเกณฑ์ของเขตอำนาจศาลหลัก การเรียกร้องดังกล่าวทำให้เกิดปัญหาอย่างแน่นอนในสาขาความเชี่ยวชาญเฉพาะของ FEO และศาลควรได้รับประโยชน์จากความคิดเห็นของหน่วยงานเกี่ยวกับปัญหาก่อนที่จะพยายามแก้ไข ยิ่งไปกว่านั้นเนื่องจากขณะนี้คำร้องของ Exxon อยู่ระหว่างรอดำเนินการต่อหน้าสำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางความขัดแย้งระหว่างศาลและหน่วยงานบริหารที่กฎเกณฑ์เกี่ยวกับเขตอำนาจศาลได้รับการออกแบบมาเพื่อหลีกเลี่ยงอาจส่งผลหากศาลตัดสินในตอนนี้ ศาลไม่ควรดำเนินการในหัวข้อที่มีลักษณะเฉพาะภายในสาขาวิชาเฉพาะของหน่วยงานโดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่หน่วยงานมีให้ มิฉะนั้นฝ่ายที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานอาจกลายเป็นเหยื่อของข้อกำหนดที่ไม่สอดคล้องกันและขัดแย้งกัน

การพิจารณาว่าหน่วยงานใดมีเขตอำนาจหลักไม่ได้หมายความว่าศาลจะละเว้นจากการตัดสินข้อเรียกร้องก่อนแต่อาจหมายความว่าศาลจะเลื่อนการดำเนินการในคดีออกไปก่อนจนกว่าหน่วยงานจะได้ทำการตัดสินที่กำหนด แต่ในบางสถานการณ์เขตอำนาจศาลหลักของหน่วยงานอาจส่งผลให้ศาลยกฟ้องก่อนหน้านั้น ศาลฎีกาได้ระบุไว้ว่า

“จุดประสงค์ในการจัดให้มีการบริหารจัดการแบบเอกสิทธิ์เฉพาะบุคคลหรือขั้นต้นและเบื้องต้นคือเพื่อรักษาความปลอดภัยของการตัดสินของฝ่ายบริหารไม่ว่าในกรณีใดกรณีหนึ่งในการทดแทนการตัดสินของศาลหรือในอีกกรณีหนึ่งเพื่อเป็นรากฐานหรือเป็นไปได้ที่จะดำเนินการพิจารณาคดีในภายหลังโดยไม่จำเป็น”

ข้อโต้แย้งของโจทก์ว่าปริมาณพื้นฐานที่เสนอสำหรับสถานีบริการใหม่นั้นละเมิดพระราชบัญญัติการจดทะเบียนในสถานการณ์ฉุกเฉินปี 1973 และกฎระเบียบของ FEO ที่ประกาศใช้ในที่นี้ควรถูกยกเลิกเนื่องจากสำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางมีเขตอำนาจศาลหลักของปัญหาและเนื่องจากโจทก์ได้ดำเนินการนี้แต่เพียงผู้เดียวภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman ซึ่งไม่มีขอบเขตอำนาจในการตัดสินข้อเรียกร้องดังกล่าว

ศาลจะต้องตัดสินประเด็นดังกล่าวว่า Exxon ได้กำหนดจำนวนพื้นฐานของสถานีบริการแห่งใหม่ตาม กฎข้อบังคับของ FEO เพื่อแก้ไขข้อเรียกร้องการต่อต้านการผูกขาดหากโจทก์พิสูจน์ได้ว่าละเมิดมาตรา 1 หรือไม่ ด้วยเหตุนี้การบังคับให้ Exxon ต้องอาศัยมาตรา 210.77 ของกฎข้อบังคับ FEO ซึ่งให้การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎระเบียบเป็นการป้องกันที่ยืนยันต่อการกระทำใดๆ ที่อยู่ภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดที่เกิดจากความล้มเหลวในการจัดหาขายหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์ใดๆ เพื่อการควบคุม FEO Reg. § 210.77, 39 Fed. Reg. No. 10, pt. III (January 15, 1974)²⁰⁴ อย่างไรก็ตามเนื่องจากโจทก์ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าการละเมิดมาตรา 1 ปัญหาของการป้องกันที่ยืนยันภายใต้กฎข้อบังคับจึงไม่เกิดขึ้นในการแก้ไขข้อเรียกร้องการต่อต้านการผูกขาด ดังนั้นคำถามที่ว่า Exxon ได้กำหนดปริมาณพื้นฐานสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่ตามกฎข้อบังคับของ FEO หรือไม่ ศาลได้พิจารณาในบริบทของการต่อต้านการผูกขาดที่อ้างว่าวิธีการที่ Exxon ใช้ในการประมาณปริมาณการขายสำหรับสถานีบริการแห่งใหม่นั้นเชื่อถือได้และด้วยเหตุนี้การกำหนดปริมาณพื้นฐานที่เป็นผลลัพธ์จึงสมเหตุสมผลจากมุมมองทางการตลาด ยิ่งไปกว่านั้นศาลพบว่าสถานีบริการแห่งใหม่ด้วยปริมาณน้ำมันพื้นฐานที่เสนอ 853,000 แกลลอนจะไม่เป็นการยับยั้งทางการค้าในตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งมีการแข่งขัน

มีคำถามเกี่ยวกับเขตอำนาจศาลที่ร้ายแรงว่าโจทก์จะยืนยันหยุดที่จะทำลายปริมาณพื้นฐานหรือไม่และด้วยเหตุนี้การจดทะเบียนให้สถานีบริการแห่งใหม่ของ Exxon ภายใต้พระราชบัญญัติการจดทะเบียนในสถานการณ์ฉุกเฉินปี 1973 และกฎข้อบังคับของ FEO ที่ประกาศใช้ดังกล่าว²⁰⁵

²⁰⁴ FEO Reg. § 210.77 ระบุว่า การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎข้อบังคับของบทนี้จะช่วยป้องกันการกระทำใดๆ ที่อยู่ภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดหรือการละเมิดสัญญาในศาลของรัฐบาลกลางหรือศาลของรัฐที่เกิดจากความล่าช้าหรือความล้มเหลวในการจัดหา ขายหรือเสนอขายหรือแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ใดๆ ภายใต้ข้อบังคับเหล่านี้โดยมีเงื่อนไขว่าการป้องกันดังกล่าวจะใช้ได้ก็ต่อเมื่อความล่าช้าหรือความล้มเหลวดังกล่าวเกิดจากการปฏิบัติตามข้อกำหนดของบทนี้เท่านั้น

²⁰⁵ ในคดี Brennan Petroleum Products Co., Inc. v. Pasco Petroleum Co., Inc., 373 F. Supp. 1312 (D. Ariz.1974) ศาลตัดสินว่าโจทก์ผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งยืนยันว่าผู้ผลิตของพวกเขาละเมิดกฎข้อบังคับของ FEO

เนื่องจากสำนักงานพลังงานของรัฐบาลกลางมีเขตอำนาจหลักสำหรับคำถามข้างต้นและเนื่องจากการดำเนินการนี้อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติ Sherman เท่านั้นปัญหานี้จึงไม่ได้รับการตรวจสอบ

3.1.5.2 Partner & Partner, Inc. v. Exxonmobil Oil Corp

ตัดสินโดย United States Court of Appeals, Sixth Circuit

ตัดสินเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2009

ข้อเท็จจริง²⁰⁶

โจทก์เป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อ Mobil บนถนน Fenkell ในเมือง Detroit โดยมี Ali Bazy เป็นประธานของบริษัทโจทก์และเช่าสถานีบริการน้ำมันจาก ExxonMobil ในเดือนมีนาคม ปี 2000 ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติด้านการตลาดปิโตรเลียม Petroleum Marketing Practices Act (PMPA) ของสัญญาแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมัน โจทก์อ้างว่าจำเลยได้แก่ ExxonMobil ซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและเจ้าของแบรนด์สถานีบริการน้ำมัน ExxonMobil สัญญาว่าจะไม่อนุญาตให้เปิดสถานี ExxonMobil อื่นภายในรัศมีหนึ่งไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของเธอ โจทก์ยืนยันว่าจำเลยผิดสัญญาระหว่างทั้งสองฝ่ายเมื่อจำเลยได้มีการเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ภายในหนึ่งไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของโจทก์ โดยโจทก์อ้างว่าสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของโจทก์เป็นอย่างมากจากการเพิ่มการแข่งขันในพื้นที่ แต่จำเลยอ้างว่าไม่มี “one-mile rule” และไม่มีนโยบายดังกล่าวกำหนดอยู่ในสัญญาระหว่างทั้งสองฝ่าย

โจทก์เริ่มต้นความสัมพันธ์กับจำเลยในปี 2000 ด้วยสัญญาแฟรนไชส์ PMPA ซึ่งสัญญาแฟรนไชส์ PMPA ระหว่างทั้งสองฝ่ายระบุไว้อย่างชัดเจนว่าโจทก์ไม่มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในตลาดหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ใดๆ ในการขายผลิตภัณฑ์หรือดำเนินการใดๆ และนอกจากนี้ยังระบุด้วย ExxonMobil ขอสงวนสิทธิ์ในการเปิดสถานีใหม่ในสถานที่ใดก็ได้ที่ต้องการ

ในปี 2004 ExxonMobil ตัดสินใจออกจากตลาดบริการโดยตรง และย้ายไปยังตลาด ผู้จัดจำหน่ายที่ให้บริการในพื้นที่เมือง Detroit โดย ExxonMobil วางแผนที่จะยุติความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่ายโดยตรง โดยทำข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรกับโจทก์ผ่านข้อตกลงเพื่อยุติสัญญาแฟรนไชส์

ไม่ได้จัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณที่เหมาะสมให้พวกเขา มีสถานะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการจตุรัสปิโตรเลียม ในสถานการณ์ฉุกเฉินปี 1973 ถึงขอความคุ้มครองจากคำสั่งห้ามกับผู้ผลิตในศาลรัฐบาลกลางกรณีปัจจุบันสามารถแยกแยะได้ว่าประเด็นนี้คือโจทก์จะมีจุดยืนภายใต้พระราชบัญญัติการจตุรัสปิโตรเลียมฉุกเฉินหรือไม่เพื่อท้าทายปริมาณพื้นฐานหรือไม่และด้วยเหตุนี้เป็นการจัดสรรให้สถานีบริการน้ำมันแห่งอื่นไม่ใช่ของตนเอง

²⁰⁶ " Partner Partner, Inc. Plaintiff, V. Exxonmobil Oil Corp, and Michigan,," (United States District Court, E.D. Michigan, Southern Division, 2008).

PMPA และความสัมพันธ์ แพรนไซส์ เพื่อให้เกิดผลดังกล่าวและเสนอให้ตัวแทนจำหน่ายที่ให้บริการ โดยตรงซื้อสถานีบริการน้ำมันที่เช่าจาก ExxonMobil และขายน้ำมันเชื้อเพลิงแบรนด์ ExxonMobil ต่อไปภายใต้ข้อตกลง PMPA ฉบับใหม่จาก ผู้จัดการจำหน่ายที่ได้รับอนุมัติจาก ExxonMobil สามารถ และหลังจากการประชุมตัวแทนจำหน่ายในช่วงต้นปี 2004 ซึ่งโจทก์ยืนยันว่าได้รับการรับรองว่าสถานี บริการน้ำมันที่มีแบรนด์ ExxonMobil ใหม่จะไม่อยู่ในระยะหนึ่งไมล์จากสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่ ของโจทก์ โจทก์จึงตัดสินใจที่จะซื้อสถานีบริการน้ำมัน ExxonMobil บนถนน Fenkell ในราคา 500,000 ดอลลาร์ภายใต้เงื่อนไขของข้อตกลงการขายปี 2004 กับ ExxonMobil และได้ทำ ข้อตกลงแพรนไซส์ตัวแทนจำหน่าย PMPA Motor Fuels ประจำปี 2004 กับ McPherson Oil Company ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้จัดการจำหน่ายของ ExxonMobil ซึ่งโจทก์ได้มีการตกลงเงื่อนไขการซื้อน้ำมัน ขึ้นต่ำ 99,000 แกลลอนต่อเดือนและให้สิทธิแก่ ExxonMobil ในการซื้อคืนสถานีบริการน้ำมันและที่ สำคัญไม่มีการกำหนดทั้งในข้อตกลงการขายกับ ExxonMobil หรือข้อตกลง PMPA กับ McPherson Oil รวมถึงข้อกำหนดที่อนุญาตให้โจทก์มีตลาดหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์แต่เพียงผู้เดียวในการขาย น้ำมันเชื้อเพลิงแบรนด์ ExxonMobil แต่อย่างไรก็ตามในทางกลับกันข้อตกลง PMPA ระหว่าง ExxonMobil และตัวแทนจำหน่ายของโจทก์ รวมถึง ExxonMobil ขอสงวนสิทธิ์ในการอนุมัติหรือไม่ อนุมัติในการสร้างแบรนด์สถานีบริการน้ำมันใหม่ของ ExxonMobil ในสถานที่ที่เลือก รวมถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับสถานีที่มีสถานีบริการน้ำมันของ ExxonMobil อยู่แล้ว

สถานีบริการน้ำมันของโจทก์มีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา กับสถานีบริการน้ำมันชื่อ Fenkell Stop Plus ซึ่งเป็นสถานีบริการน้ำมันที่มีแบรนด์สินค้า “Fast Track” ซึ่งอยู่ห่างออกไปไม่ถึงหนึ่ง ไมล์บน Fenkell ต่อมาในปี 2005 หลังจากที่โจทก์ซื้อสถานีบริการน้ำมัน Mobil ซึ่งได้รับการเช่าซื้อ จาก ExxonMobil ได้มีการอนุมัติเปลี่ยน แบรนด์ Fenkell Stop Plus เป็นสถานีบริการน้ำมันที่มีแบ รนด์ของ ExxonMobil ที่จะจัดหาภายใต้ข้อตกลง PMPA กับ Michigan Fuels ซึ่งเป็นตัวแทน จำหน่ายที่ได้รับอนุมัติของ ExxonMobil อีกราย โจทก์อ้างว่า Bilal Saad ประธานของ Michigan Fuels ซึ่งเกี่ยวข้องกับ Bazy อย่างห่างๆ ได้ติดตามการเปลี่ยนโฉมใหม่เพื่อรับคืนที่ Bazy เพื่อเลือก McPherson Oil เป็นตัวแทนจำหน่ายของโจทก์ Michael Britz ผู้จัดการเขตพื้นที่ของ ExxonMobil ให้การว่าเขาได้ปฏิเสธคำขอก่อนหน้านี้ของ Michigan Fuels ในการเปลี่ยนโฉม Fenkell Stop Plus เป็นสถานีบริการน้ำมันของ Mobil เพราะเนื่องจากจะไม่เป็นธรรมกับโจทก์

โจทก์ยืนยันว่า ExxonMobil มีนโยบายภายในระยะทาง 1 ไมล์ “one-mile rule” โดยได้มีการทำสัญญาด้วยวาจากับโจทก์ในการประชุมตัวแทนจำหน่าย ประจำปี 2004 โดยอาศัยหลักฐาน

เบื้องต้นว่าการสมัครสองรายการสำหรับการเปลี่ยนแบรนด์ถูกปฏิเสธเนื่องจากอยู่ใกล้กับสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่และให้เหตุผลว่าเราไม่ควรพิจารณาหลักฐานที่แสดงว่ามีสถานีบริการน้ำมัน ExxonMobil อื่นที่ตั้งอยู่ภายในระยะหนึ่งไมล์ในพื้นที่ Detroit โจทก์กล่าวหาว่าการอนุมัติการเปลี่ยนแบรนด์เป็นผลมาจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงและข้อผิดพลาดในการสมัครรวมถึงข้อความที่ไม่ถูกต้องที่ระบุว่า Fenkell Stop Plus ตั้งอยู่ห่างจากสถานีบริการน้ำมันโจทก์มากกว่าหนึ่งไมล์ ในระยะสั้น โจทก์อ้างว่าคำขอของ Michigan Fuels ได้รับแรงจูงใจจากความปรารถนาที่จะกลับมาที่ Bazy และได้รับการอนุมัติในการละเมิดนโยบาย 1 ไมล์ที่ถูกกล่าวหาว่าเป็นการสนับสนุน ให้กับบุคคลที่ Michigan Fuels ซึ่งเคยทำงานให้กับ ExxonMobil มาก่อน

ทันทีที่โจทก์ทราบว่า Fenkell Stop Plus จะกลายเป็นสถานีบริการน้ำมันของ ExxonMobil โจทก์ได้ยื่นฟ้อง ExxonMobil และ Michigan Fuels โดยกล่าวหาว่าละเมิดสัญญาละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดของรัฐบาลกลางและรัฐ การเพิ่มคุณภาพที่ไม่เป็นธรรมและการแทรกแซงอย่างไม่ตรงไปตรงมากับความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ได้เปรียบ โดยโจทก์จึงได้ยื่นฟ้องคดีนี้เพื่อขอค่าเสียหายเป็นเงินจำนวน 100,000,000 ดอลลาร์ และหลังจากมีโอกาสดำเนินการเปิดเผย ExxonMobil ได้ยื่นคำร้องขอให้มีการสรุปผลการตัดสินและ Michigan Fuels ได้เข้าร่วมในการเคลื่อนไหวของ ExxonMobil ซึ่งโจทก์คัดค้านการตัดสินโดยสรุปและยกเลิกเพื่อยื่นเรื่องร้องเรียนที่มีการแก้ไขด้วยเหตุผลที่ระบุไว้ในความเห็นที่เป็นลายลักษณ์อักษรและคำสั่งเมื่อเข้าสู่วันที่ 31 มีนาคม 2008 ศาลแขวงได้ให้การเคลื่อนไหวของจำเลย ปฏิเสธการเคลื่อนไหวของโจทก์ในการแก้ไขและเข้าสู่การพิจารณาพิพากษาของจำเลยและมีการอุทธรณ์ ดังต่อไปนี้

1. การละเมิดสัญญา

โจทก์ยืนยันว่าการเปลี่ยนแบรนด์ Fenkell Stop Plus เป็นการฝ่าฝืนคำสัญญาด้วยวาจาโดยตัวแทนของ ExxonMobil ว่าจะไม่มีการสร้างสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ที่มีตรา ExxonMobil ที่อยู่รัศมี 1 ไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของโจทก์ ศาลแขวงพบว่าโจทก์ไม่สามารถชนะในการเรียกร้องการละเมิดสัญญาเรื่องนี้ได้เนื่องจากเช่นเดียวกับในคดี Hamade v. Sunoco, Inc. , 271 Mich.App. 145, 721 NW 233 (2006) เพราะหลักฐานของคำสัญญาด้วยวาจาที่ถูกกล่าวหาว่าถูกห้ามโดย “หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา” ของรัฐมิชิแกน (Michigan's parol evidence rule) ก่อนอื่นโดยไม่โต้แย้งการค้นพบนี้โดยตรงว่าศาลแขวงสรุปผิดพลาดว่า ExxonMobil ไม่ผูกพันตามข้อตกลง PMPA ในปี 2004 ระหว่างโจทก์กับ McPherson Oil โจทก์ยืนยัน โดยไม่มีการวิเคราะห์ใดๆ แม้ว่าจะไม่ได้เป็นภาคีของข้อตกลง PMPA ปี 2004 แต่ ExxonMobil ก็ผูกพันตามข้อตกลงดังกล่าว เนื่องจาก

ExxonMobil มีความสัมพันธ์แบบตัวแทนกับ McPherson Oil และได้กำหนดให้โจทก์ทำข้อตกลง PMPA ฉบับใหม่กับผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุมัติในเงื่อนไขของข้อตกลงการขาย แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นนี้เป็นประเด็นข้างเคียง เพราะเนื่องจากข้อเท็จจริงยังคงอยู่ที่ข้อตกลงการขายระหว่าง โจทก์และ ExxonMobil หรือข้อตกลง PMPA ใหม่ระหว่างโจทก์และ McPherson Oil ที่ได้ให้อาณาเขตพิเศษแก่โจทก์หรือให้ความคุ้มครองที่สอดคล้องกับกฎระยะหนึ่งไมล์ “one-mile rule” ที่ถูกกล่าวหา ซึ่งเป็นสัญญาที่โจทก์ทำขึ้นโดยวจาและไม่พบว่าได้มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ตามมาในภายหลัง²⁰⁷

ภายใต้หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจาของรัฐมิชิแกน (Michigan's parol evidence rule) หลักฐานการเจรจาสัญญาหรือข้อตกลงก่อนหน้าหรือร่วมสมัยที่ขัดแย้งหรือเปลี่ยนแปลงสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรจะไม่อนุญาตให้เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาซึ่งชัดเจนและไม่คลุมเครือได้ ในคดี Schumde Oil Co. v. Omar Operating Co. , 184 Mich.App. 574, 458 N.W.2d 659, 663 (1990) ระบุว่า ข้อกำหนดเบื้องต้นในการบังคับใช้กฎนี้คือการค้นพบว่าทั้งสองฝ่ายตั้งใจให้เครื่องมือที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นการแสดงออกโดยสมบูรณ์ของข้อตกลงของพวกเขา เมื่อทั้งสองฝ่ายมีการรวมอย่างชัดเจนหรือประโยคของการรวบรวมกิจการในสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรข้อนั้นจะเป็นข้อสรุปและไม่อนุญาตให้ใช้หลักฐานโดยวาจาเพื่อแสดงว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่ได้รวมเข้าด้วยกันเว้นแต่ข้อตกลงนั้นจะไม่สมบูรณ์อย่างเห็นได้ชัดซึ่งไม่ใช่กรณีนี้หรือในกรณีของการฉ้อโกงที่ทำให้อนุประโยคการรวมหรือสัญญาทั้งหมดเป็นโมฆะรวมทั้งอนุประโยคของการรวม UAW-GM Human Res. Ctr. v. KSL Recreation Corp. , 228 Mich. App. 486, 579 N.W.2d 411, 418 (1998)

ข้อตกลงการขายซึ่งเป็นสัญญาเดียวที่มีผลบังคับระหว่างโจทก์และ ExxonMobil ในขณะนั้น รวมถึงข้อตกลงการรวมกันที่ชัดเจนดังต่อไปนี้

²⁰⁷ ด้วยเหตุนี้โจทก์ได้ให้เหตุผลว่าโจทก์ได้รับการคุ้มครองเรื่องอาณาเขตเป็นพิเศษสำหรับรัศมีหนึ่งไมล์โดยไม่มีข้อกำหนดสงวนสิทธิ์ของ ExxonMobil อย่างชัดเจนในการอนุญาตสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าของ ExxonMobil ในสถานที่ใดๆ แต่ในทางตรงกันข้ามการละเว้นสิ่งที่โจทก์เรียกว่าข้อกำหนด ไม่มีดินแดนพิเศษ นั้นไม่เหมือนกับการรวมการให้สิทธิที่ยืนยันว่ามีอาณาเขตเฉพาะตัว อันที่จริงตราที่โจทก์อาศัยความสัมพันธ์ของผู้จัดจำหน่ายหรือแฟรนไชส์ระหว่าง ExxonMobil และ McPherson จึงไม่สามารถเพิกเฉยได้ว่าข้อตกลง PMPA ของ ExxonMobil กับ McPherson มีการจองสิทธิ์ของ ExxonMobil อย่างชัดเจนในการอนุมัติสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าในสถานที่ใดๆ ที่เลือกรวมถึงในบริเวณใกล้เคียงกับสถานีบริการน้ำมันใดๆ ที่มีตราสินค้า Mobil

สัญญาฉบับนี้ได้มีการแนบคำอธิบายและจดหมายข้อเสนอจากผู้ขายซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นคำแถลงสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นเอกสิทธิ์เฉพาะของข้อตกลงของพวกเขา ไม่มีการทำความเข้าใจ การรับรองหรือการรับประกันใดๆ ที่มีผลต่อสัญญายกเว้นตามที่ระบุไว้ในที่นี้ ไม่มีการแก้ไขเพิ่มเติม แก้ไขหรือสละสิทธิ์ในข้อกำหนดใดๆ สัญญาฉบับนี้จะมีผลบังคับใช้เว้นแต่จะกลายเป็นลายลักษณ์อักษรและลงนามโดยทั้งสองฝ่ายในที่นี้

ในทำนองเดียวกันแม้ว่า ExxonMobil จะผูกพันตามข้อตกลง PMPA ฉบับใหม่ระหว่างโจทก์และ McPherson Oil แต่ก็มีประโยชน์การรวมที่คล้ายกันซึ่งรวมถึง ไม่มีการทำความเข้าใจโดยวาจา การรับรองหรือ การรับประกันที่มีผลต่อข้อตกลงนี้ซึ่งไม่ได้กำหนดไว้อย่างสมบูรณ์สำหรับที่นี่หรือในสิ่งที่แนบมา ข้อกำหนดเหล่านี้เป็นข้อสรุปว่าคุณสัญญาทั้งสองฝ่ายตั้งใจให้สัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งเป็นการรวบรวม การแสดงออกทางความคิดที่เป็นข้อตกลงของพวกเขาอย่างเต็มที่

โจทก์โต้แย้งในเรื่องการของรับฟังพยานหลักฐานโดยวาจาโดยอ้างว่าคำสัญญาด้วยวาจาดังกล่าวเป็นการชักจูงให้เข้าทำสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรโดยทุจริต แม้ว่าคำร้องเรียนของโจทก์จะไม่ได้ยืนยันการอ้างสิทธิ์แยกต่างหากสำหรับการฉ้อโกง แต่โจทก์โต้แย้งว่าเป็นการหลอกลวงโดยการรับรองว่า ExxonMobil จะยึดมั่นในนโยบายหนึ่งไมล์ “one-mile rule” ในการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งไม่รวมถึงการป้องกันอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียว ตามที่ศาลใน Hamade ได้อธิบายไว้ว่า แม้ว่าโดยทั่วไปแล้วจะยอมรับว่าหลักฐานโดยวาจาแสดงให้เห็นถึงการฉ้อโกงซึ่งหากพิสูจน์ได้ว่าจะทำให้สัญญาเป็นโมฆะ การฉ้อโกงที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงด้วยวาจาที่ถูกทำให้เป็นโมฆะโดยมาตรการควมรวมที่ถูกต้องจะไม่มีผลต่อความถูกต้องของสัญญา 721 NW2d at 249 (อ้างถึง UAW-GM, 579 NW2d at 418) นั่นคือถ้าสัญญามีประโยชน์การควมรวมที่ถูกต้องการฉ้อโกงเพียงอย่างเดียวที่สามารถทำให้สัญญาเป็นจริงได้คือการฉ้อโกงที่ทำให้ส่วนของคำสั่งควมรวมกิจการเป็นโมฆะหรือทั้งสัญญารวมทั้งมาตรการควมรวมกิจการ

ใน Hamade ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อพิพาทที่คล้ายคลึงกันระหว่างเจ้าของปั๊มน้ำมันโจทก์และ Sunoco ผู้จัดหาเชื้อเพลิง ศาลพบว่าการอ้างสิทธิ์ในการฉ้อโกงนั้นขึ้นอยู่กับความเป็นตัวแทนด้วยวาจาของ Sunoco เท่านั้นว่าจะไม่อนุญาตให้มีสถานีบริการน้ำมันใหม่ภายในระยะสามถึงห้าไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของโจทก์ เนื่องจากสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรไม่ได้มีการรวมการเป็นตัวแทนนี้และมีประโยชน์การรวมแบบชัดเจน ศาลจึงพบว่าการแทนด้วยวาจาที่ถูกกล่าวหานั้นเป็นโมฆะโดยการรวมกันของประโยคดังกล่าวซึ่งหากเป็นประโยชน์การรวมถูกต้อง การฉ้อโกงตามการเป็นตัวแทนจะไม่มีผลต่อความถูกต้องของสัญญา เช่นเดียวกับใน Hamade โจทก์อาศัยเพียงคำสัญญาด้วยวาจาที่กล่าวหาว่า

ExxonMobil จะปฏิบัติตามนโยบายภายในระยะหนึ่งไมล์ แต่สัญญาด้วยวาจาที่ถูกล่าวหาเหล่านี้เป็นโมฆะ โดยประการรวมและการฉ้อโกงที่ถูกล่าวหาจะไม่ทำให้ส่วนคำสั่งการรวมเองหรือสัญญาทั้งหมดเป็นโมฆะ ศาลแขวงไม่ได้ทำผิดในการสรุปว่าไม่สามารถยอมรับหลักฐานการโดยวาจาได้ ดังนั้นโจทก์จึงไม่สามารถชนะในการเรียกร้องเรื่องการละเมิดสัญญาได้

2. การแทรกแซงโดยเจตนากับความสัมพันธ์ตามสัญญา (Tortious Interference)

การอ้างว่ามีการแทรกแซงโดยเจตนาด้วยความสัมพันธ์ตามสัญญาโดยมีความคาดหวังทางธุรกิจที่ได้เปรียบจำเป็นต้องมีการพิสูจน์ถึง (1) การมีอยู่ของความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือความคาดหวังที่ถูกต้อง (2) ความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์หรือความคาดหวังในส่วนของจำเลย (3) การแทรกแซงโดยเจตนาโดยจำเลยชักนำหรือก่อให้เกิดการละเมิดหรือการยุติความสัมพันธ์หรือความคาดหวังนั้นและ (4) ส่งผลให้โจทก์เสียหาย คดี BPS Clinical Labs v. Blue Cross Blue Shield of Mich., 217 Mich.App. 687, 552 N.W.2d 919, 925 (2539) หากการกระทำของจำเลยได้รับแรงจูงใจจากเหตุผลทางธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายการกระทำดังกล่าวจะไม่ถือเป็นการจูงใจหรือแทรกแซงที่ไม่เหมาะสม

ศาลแขวงได้ยกเลิกข้อเรียกร้องนี้โดยสรุปว่าโจทก์ไม่มีความคาดหวังที่ถูกต้องว่าจะไม่มีการเปิดสถานีบริการน้ำมัน Exxon ในบริเวณใกล้เคียงเนื่องจากเป็นไปตามการรับรองด้วยวาจาที่ถูกล่าวหาซึ่งไม่ได้รวมอยู่ในข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษรแบบครบถ้วน และนอกจากนี้ศาลแขวงพบว่าการเปลี่ยนแบรนด์ Fenkell Stop Plus ไม่ใช่หลักฐานของแรงจูงใจที่ไม่เหมาะสมหรือเจตนาที่จะแทรกแซงเนื่องจากไม่มีข้อกำหนดในสัญญาที่ห้ามไม่ให้ ExxonMobil ทำเช่นนั้น เพื่อให้สามารถดำเนินการได้การแทรกแซงโดยเจตนา ในที่นี้อนุญาตให้มีการแข่งขันใหม่จากสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าต้องไม่เหมาะสมซึ่งหมายถึง การกระทำโดยเจตนาต่อการกระทำที่ไม่ถูกต้องหรือการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมายด้วยความมุ่งร้ายและไม่ชอบธรรมตามกฎหมายเพื่อวัตถุประสงค์ของการรุกรานสิทธิตามสัญญาหรือความสัมพันธ์ทางธุรกิจของผู้อื่น คดี Feldman v. Green, 138 Mich. App. 360, 360 NW2d 881, 891 (1984) เนื่องจากโจทก์ล้มเหลวในการแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแบรนด์เป็นการแทรกแซงที่ไม่เหมาะสมกับความคาดหวังทางธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย การตัดสินโดยสรุปนั้นเหมาะสมแล้ว

3. การเรียกร้องเรื่องการต่อต้านการผูกขาดของรัฐบาลกลาง

โจทก์กล่าวหาว่าการตัดสินในอนุญาตให้มีสถานีบริการน้ำมัน Exxon ในระยะหนึ่งไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของโจทก์ละเมิดมาตรา 1 ของพระราชบัญญัติเชอร์แมน (Sherman Act) ซึ่งห้าม

ไม่ให้มีการทำสัญญา การรวมกันหรือการสมคบคิดเพื่อยับยั้งการค้าหรือการพาณิชย์ 15 U.S.C. มาตรา 1 ซึ่งข้อจำกัดนี้ได้รับการตีความเพื่อจำกัดเฉพาะข้อจำกัดที่ไม่มีเหตุผลในการแข่งขัน คดี Care Heating Cooling, Inc. v. Am. Standard, Inc. , 427 F.3d 1008, 1012 (6th Cir.2005) แนวทางการวิเคราะห์สองวิธีได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อประเมินว่าการกระทำของจำเลยนั้นเป็นการยับยั้งการค้าอย่างไรเหตุผลหรือไม่ ตามหลัก Per Se และหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) แต่ศาลไม่จำเป็นต้องพูดถึงความแตกต่างเนื่องจากโจทก์ยอมรับว่าคดีนี้เกี่ยวข้องกับการสมรู้ร่วมคิดกันในแนวตั้งที่ถูกกล่าวหาและต้องวิเคราะห์ภายใต้หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason)

การสมคบกันในแนวตั้งซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อตกลงระหว่างผู้กระทำในระดับต่างๆ ของโครงสร้างตลาดเพื่อยับยั้งการค้า เช่น ข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายในการยกเว้นผู้จัดจำหน่ายรายอื่นจากตลาด คดี Care Heating, 427 F.3d ที่ 1013 การยับยั้งทางการค้าในแนวตั้งนั้นผิดกฎหมายภายใต้การวิเคราะห์จาก “หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason)” หากโจทก์สามารถพิสูจน์เงื่อนไขดังต่อไปนี้ได้ว่า

(1) จำเลยทำสัญญารวมกันหรือสมคบกัน (2) สัญญาดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การต่อต้านการแข่งขันทางการค้า (3) ภายในผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (4) จุดมุ่งหมายและการดำเนินการอันเป็นผลมาจากสัญญานั้นผิดกฎหมาย และ (5) สัญญานั้นเป็นสาเหตุที่ทำให้โจทก์ได้รับความเสียหาย

ศาลนี้อธิบายในคดี Care Heating ว่า “พระราชบัญญัติเชอร์แมน (Sherman Act) มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องการแข่งขันและตลาดโดยรวมไม่ใช่คู่แข่งรายบุคคล” ผู้ผลิตอุปกรณ์ทำความร้อนและทำความเย็นของ Trane ซึ่งเป็นจำเลยได้เลือกตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตให้ขายและให้บริการอุปกรณ์ Trane โดยเฉพาะ โจทก์ซึ่งเป็นผู้รับเหมาที่ไม่ได้เป็นตัวแทนจำหน่าย Trane ที่ได้รับการอนุมัติกล่าวหาว่า Trane และตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาต Buckeye Heating สมคบกันเพื่อป้องกันไม่ให้โจทก์แข่งขันงานติดตั้ง HVAC ในตลาดที่พวกเขาแบ่งปันกัน ศาลเห็นว่าสิ่งนี้ไม่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการที่สองเนื่องจากโจทก์ล้มเหลวในการแสดงผลกระทบต่อตลาดโดยรวม โดยอธิบายว่า

แม้ว่า Care จะอ้างว่าไม่สามารถทำสัญญากับ Joshua Homes ได้ (ซึ่งใช้เฉพาะผลิตภัณฑ์ของ Trane เท่านั้น) และข้อตกลงของ Trane กับ Buckeye ทำให้ Care ไม่สามารถขยายธุรกิจเพื่อแข่งขันกับ Buckeye ได้ แต่ผลลัพธ์เหล่านี้ส่งผลต่อ Care เพียงอย่างเดียวซึ่งเป็นความเสียหายส่วน

บุคคลโดยไม่มี ความเสียหายเกิดขึ้นทั่วทั้งตลาดร่วมกันซึ่งจะไม่อยู่ในความคุ้มครองของพระราชบัญญัติ เซอร์แมน (Sherman Act)

นอกจากนี้ศาลพบว่า Care Heating ล้มเหลวในการพิสูจน์อย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ (1) จุดมุ่งหมายและพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากสัญญาตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตระหว่าง Trane และ Buckeye นั้นผิดกฎหมาย หรือ (2) Care ได้รับความเสียหายจากการต่อต้านการผูกขาดซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งโดยประมาณจากการกระทำที่ผิดกฎหมายที่ถูกกล่าวหาและประเภทที่กฎหมายต่อต้านการผูกขาดมีจุดมุ่งหมายในการป้องกัน ซึ่งในส่วนหลังนี้ศาลนี้ตัดสินว่า การปกป้องการแข่งขันเป็นสิ่งที่ไม่ได้อยู่ในกฎหมายต่อต้านการผูกขาด การร้องเรียนที่อ้างว่ามีเพียงผลเสียที่เกิดจากคู่แข่งแต่ละรายเท่านั้นที่ไม่สามารถก่อให้เกิดความเสียหายจากการต่อต้านการผูกขาดได้

เมื่อโจทก์กล่าวหาว่ามีการสมคบกันในแนวตั้งระหว่าง ExxonMobil และ Michigan Fuels เพื่อเปลี่ยนโฉม Fenkell Stop Plus เป็นสถานี Exxon ที่รับธุรกิจจากสถานีบริการน้ำมัน ExxonMobil ของโจทก์ที่อยู่ห่างออกไปไม่ถึงหนึ่งไมล์ ศาลแขวงสรุปเช่นเดียวกับในคดี Care Heating ซึ่งโจทก์อ้างว่าได้รับความเสียหายเพียงรายบุคคลและไม่ได้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ในการต่อต้านการแข่งขันในตลาด โจทก์ร้องเรียนว่า บริษัทประสบกับความสูญเสียทางธุรกิจอันเป็นผลมาจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากสถานีบริการน้ำมันใหม่ที่มีตรา Exxon ที่จริงแล้วประธานบริษัทของโจทก์ได้ให้การว่าได้รับความเสียหายเนื่องจากสถานีบริการน้ำมัน Exxon ที่เพิ่งสร้าง แบรินต์ได้ลดราคาลง ศาลแขวงยังสรุปอีกครั้งเช่นเดียวกับในคดี Care Heating ว่าโจทก์ล้มเหลวในการแสดงให้เห็นว่าจุดมุ่งหมายและพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากข้อตกลงการเปลี่ยนแบรนด์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย ศาลพบว่าโจทก์ไม่ปฏิเสธว่าการสูญเสียสิทธิเรียกร้องทางธุรกิจของโจทก์ที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแบรนด์เป็นการสูญเสียธุรกิจของโจทก์ในฐานะคู่แข่งรายบุคคล

แต่โจทก์ให้เหตุผลว่าศาลแขวงมองข้ามข้อโต้แย้งที่ว่าศาลยืนอยู่ในร่องเท้าในขาของการเป็นผู้บริโภค เนื่องจากมีข้อผูกพันตามสัญญาที่จะต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีตราสินค้าของ ExxonMobil เท่านั้นและต้องซื้อในปริมาณขั้นต่ำต่อเดือนจาก McPherson Oil นั่นคือโจทก์โต้แย้งว่าถูกขังขังไม่ให้ซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากคนอื่น ศาลแขวงปฏิเสธข้อโต้แย้งนี้โดยพบว่าโจทก์ยังไม่ได้แสดงความเสียหายต่อตลาดโดยรวม และในการอุทธรณ์นี้โจทก์ไม่มีอำนาจที่จะเอาชนะข้อสรุปนี้และไม่ได้แสดงให้เห็นว่าข้อผูกมัดในความสามารถในการกำหนดไม่ให้ซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงจากแหล่งอื่นจะทำให้เกิดผลกระทบกับทั้งตลาด

4. การเรียกร้องเรื่องการต่อต้านการผูกขาดของมิชิแกน

แม้ว่าโจทก์จะได้แย้งเรื่องการเรียกร้องการต่อต้านการผูกขาดร่วมกัน แต่ศาลแขวงก็ยอมรับว่าคำฟ้องดังกล่าวอ้างการเรียกร้องแยกต่างหากภายใต้กฎหมายปฏิรูปการต่อต้านการผูกขาดของมิชิแกน Michigan Antitrust Reform Act (MARA), MCLA §§ 445.772 and 445.773, which are modeled after § 1 (restraint of trade) and § 2 (monopoly) provisions of the Sherman Act, 15 U.S.C. §§ 1 and 2 ตามลำดับ ตามที่ศาลแขวงสรุป โจทก์ อ้างว่าการยับยั้งทางการค้า ภายใต้มาตรา 445.772 ล้มเหลวด้วยเหตุผลเดียวกับที่เรียกร้อง การยับยั้งทางการค้าล้มเหลวภายใต้ มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติเซอร์แมน (ศาลจะให้ความเคารพตามสมควรต่อการศึกษาที่กำหนดโดยศาลของรัฐบาลกลางต่อกฎหมายการต่อต้านการผูกขาดที่เทียบเคียงกันได้ซึ่งรวมถึงแต่ไม่ จำกัดเพียงหลักคำสอนเกี่ยวกับการละเมิดตาม หลัก Per Se และหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason))

มาตรา 445.773 การกระทำที่ผิดกฎหมาย การตั้ง การกำหนด การผูกขาดหรือพยายามสร้างการผูกขาดการค้าหรือการพาณิชย์ในตลาดที่เกี่ยวข้องโดยบุคคลใดๆ เพื่อจุดประสงค์ในการยกเว้นหรือจำกัดการแข่งขันหรือควบคุม การแก้ไขหรือการกำหนดราคา ซึ่งการผูกขาดมีสององค์ประกอบได้แก่ การครอบครองอำนาจผูกขาดในตลาดที่เกี่ยวข้องและการได้มาโดยเจตนาหรือการรักษาอำนาจนั้นตามคดี United States v. Grinnell Corp., 384 U.S. 563, 570-71, 86 S.Ct. 1698, 16 L.Ed.2d 778 (1966) สำหรับข้อเรียกร้องของการพยายามผูกขาดซึ่งดูเหมือนว่าโจทก์จะยืนยันในที่นี้โจทก์ต้องพิสูจน์เงื่อนไขดังต่อไปนี้ (1) เจตนาเฉพาะที่จะผูกขาด (2) การต่อต้านการแข่งขันและ (3) ความน่าจะเป็นที่เป็นอันตรายของความสำเร็จในการบรรลุอำนาจการผูกขาด ในคดี Tarrant Serv. Agency, Inc. v. Am. Standard, Inc., 12 F.3d 609, 615 (6th Cir. 1993) ความแข็งแกร่งของตลาดที่เข้าใกล้อำนาจการผูกขาด (ความสามารถในการควบคุมราคาและการยกเว้นการแข่งขัน) เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการแสดงความน่าจะเป็นที่เป็นอันตรายในการบรรลุอำนาจการผูกขาด ศาลแขวงพบว่าข้อเรียกร้องนี้ล้มเหลวในแง่ของกฎหมายเนื่องจากไม่มีหลักฐานที่สามารถแสดงเจตนา ไม่มีหลักฐานแสดงพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันและไม่มีการแสดงให้เห็นว่าจำเลยมีความเป็นไปได้ที่จะมีการผูกขาดที่เป็นอันตราย²⁰⁸

²⁰⁸ Bazy ให้การว่าเขาไม่ทราบเจตนาของจำเลยที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนโฉมหน้ายกเว้นว่าเป็นการทำเพื่อประโยชน์ของ Michigan Fuels ซึ่งในทางกลับกันก็ต้องการที่จะกลับมาที่โจทก์เพื่อเลือก McPherson Oil เป็นผู้จัดจำหน่าย

ในการอุทธรณ์โจทก์ให้เหตุผลว่า ExxonMobil ผู้ขาด ตลาดที่เกี่ยวข้องบนถนน Fenkell ที่ให้บริการโดยแฟรนไชส์โจทก์ผ่านข้อตกลงที่กำหนดให้โจทก์ซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงยี่ห้อหนึ่งในปริมาณขั้นต่ำจากผู้จัดจำหน่ายรายเดียว ซึ่งในตลาดที่เกี่ยวข้องโดยทั่วไปจะไม่มีจำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายเดียว แต่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการแลกเปลี่ยนกันได้อย่างสมเหตุสมผลนั่นคือน้ำมันเชื้อเพลิงแทนที่จะเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีตรา ExxonMobil เท่านั้น ดู Brighton Optical, Inc. v. Vision Serv. Plan, 422 F.Supp.2d 792, 807 (E.D.Mich. 2006) หากไม่เป็นเช่นนั้นความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่าย แต่เพียงผู้เดียวแทบทุกรายจะผิดกฎหมาย ดู Queen City Pizza, Inc. v. Domino's Pizza, Inc., 124 F.3d 430 (3d Cir. 1997) และนอกจากนี้โจทก์ไม่ได้เสนอหลักฐานว่า ExxonMobil มีอำนาจในการกีดกันการแข่งขันจากตลาดน้ำมันเชื้อเพลิง ศาลอุทธรณ์ยืนยันว่าศาลแขวงอนุญาตให้มีคำพิพากษาโดยสรุปแก่จำเลยเกี่ยวกับข้อเรียกร้องนี้

B. การเคลื่อนไหวเพื่อแก้ไข

ภายใต้ Fed.R.Civ.P. 15(a)(2) การปล่อยให้แก้ไขควรได้รับอย่างเสรี เมื่อต้องการความยุติธรรม ปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจดังกล่าว ได้แก่ ความล่าช้าในการยื่นฟ้อง การไม่แจ้งให้ฝ่ายตรงข้ามทราบโดยไม่สุจริตของฝ่ายที่เคลื่อนไหว การล้มเหลวซ้ำแล้วซ้ำเล่าในการแก้ไขข้อบกพร่องโดยการแก้ไขครั้งก่อน อคติที่ไม่เหมาะสมต่อฝ่ายตรงข้ามและความไร้ประโยชน์ของการแก้ไข Wade v. Knoxville Utils Bd., 259 F.3d 452, 459 (6th Cir. 2001) ความล่าช้าเพียงอย่างเดียวไม่ใช่เหตุผลเพียงพอที่จะปฏิเสธการแก้ไข แต่การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและอคติที่สำคัญเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเมื่อมีการขอแก้ไขในช่วงปลายทำให้มีการเพิ่มขึ้นในการแสดงเหตุผลที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ก่อนหน้านี้ การปฏิเสธการเคลื่อนไหวในการแก้ไขของศาลแขวงจะได้รับการตรวจสอบเพื่อใช้ดุลพินิจในทางที่ผิวยกเว้นในขอบเขตที่เป็นไปตามข้อสรุปทางกฎหมายว่าการแก้ไขจะไม่สามารถต้านทานการเคลื่อนไหวให้ยกฟ้องได้

ศาลแขวงพบว่าทั้งสองฝ่ายอนุญาตให้มีการแก้ไขภายหลังการค้นพบนี้จะส่งผลเสียต่อจำเลยและการแก้ไขนั้นจะไร้ผลเนื่องจากข้อเรียกร้องใหม่จะไม่รอดจากการตัดสินโดยสรุป ประการแรกโจทก์พยายามที่จะอธิบายลักษณะการเรียกร้องการละเมิดสัญญาอีกครั้งในฐานะข้อเรียกร้องสำหรับการชักจูงที่ฉ้อโกงเพื่อพยายามหลีกเลี่ยงหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา แต่อย่างไรก็ตามด้วยเหตุผลที่กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ศาลอุทธรณ์พบว่าศาลแขวงไม่ได้ทำผิดในการพบว่าไม่อนุญาตให้ใช้หลักฐานด้วยวาจาเพื่อพิสูจน์การจูงใจในการฉ้อโกงในกรณีนี้ ดู Hamade, 721 NW 2d at 249

ประการที่สองโจทก์กล่าวหาว่าจำเลยละเมิดกฎหมายการลงทุนแฟรนไชส์ของมิชิแกน (MFIL), MCLA § 445.1508 (2) (2) โดยไม่ได้ให้โจทก์ในฐานะผู้เป็นแฟรนไชส์ซีโดยมีคำชี้แจงที่เปิดเผยว่าผู้รับแฟรนไชส์จะได้รับอาณาเขตพิเศษหรือไม่ ศาลแขวงเห็นว่าการแก้ไขครั้งนี้จะไร้ผลเนื่องจากไม่มีความสัมพันธ์ทางแฟรนไชส์ระหว่างโจทก์และ ExxonMobil โจทก์ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าความสัมพันธ์แฟรนไชส์กับ ExxonMobil ถูกยกเลิกโดยชัดแจ้งโดยข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร หลังจากนั้น ExxonMobil มีสัญญาเป็นผู้จำหน่ายกับ McPherson Oil แต่เป็น McPherson Oil ซึ่งไม่ใช่คู่สัญญาในคดีนี้มีสัญญาแฟรนไชส์กับโจทก์ เพราะโจทก์ยืนยันโดยไม่มีการพัฒนาหรืออ้างถึงหน่วยงานที่ ExxonMobil อาจต้องรับผิดชอบภายใต้ MFIL เนื่องจาก McPherson Oil เป็นตัวแทนของ ExxonMobil

โดยพื้นฐานแล้ว ExxonMobil ได้แย้งข้อตกลงกับ McPherson Oil ไม่ใช่แฟรนไชส์ สำหรับวัตถุประสงค์ของ MFIL เนื่องจากโจทก์ไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์โดยตรงหรือโดยอ้อม MCLA § 445.1502 (3) (c) ในทางกลับกัน ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ถูกกำหนดให้หมายถึงค่าธรรมเนียมหรือค่าธรรมเนียมที่ผู้ซื้อแฟรนไชส์หรือผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์จะต้องจ่ายหรือตกลงที่จะจ่ายสำหรับสิทธิในการเข้าทำธุรกิจภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการชำระเงินสำหรับสินค้าและบริการ ยกเว้นในกรณีที่เขาซื้อหรือตกลงที่จะซื้อสินค้าอุปกรณ์หรือส่วนควบโดยตรงหรือการฝากขายในราคาขายส่งโดยสุจริต MCLA 445.1503 (1) ศาลในคดี Hamade ยอมรับว่าข้อกำหนดการซื้อขั้นต่ำอาจเป็น ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ภายใต้ MFIL หากราคาที่เรียกเก็บไม่ใช่ราคาขายส่งโดยสุจริตและมีตลาดที่ดีสำหรับสินค้านี้ดังกล่า 721 NW 2d at 241-42 แม้ว่าศาลแขวงจะไม่เข้าถึงประเด็นนี้ แต่ก็มีกรณียกขึ้นในศาลแขวงและในการอุทธรณ์ อย่างไรก็ตามเช่นเดียวกับในคดี Hamade โจทก์ไม่ได้พยายามที่จะแสดงให้เห็นว่าการสั่งซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำที่บังคับไม่ได้ทำในราคาขายส่งโดยสุจริต หากไม่มีการแสดงให้เห็นว่าโจทก์ได้มีการจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์แล้ว ซึ่ง MFIL จะไม่นำไปใช้และโจทก์ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการละเมิดข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูล²⁰⁹ ศาลอุทธรณ์เห็นพ้องกับศาลแขวง

²⁰⁹ แม้ว่าจะไม่ได้รับการยืนยันในคำร้องเรียนที่เสนอแก้ไข แต่โจทก์อ้างถึงบทบัญญัติของ MFIL ที่ห้ามมิให้มีการฉ้อโกงในการเสนอซื้อหรือขายแฟรนไชส์ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม MCLA § 445.1505 ศาลนี้ตัดสินว่า MFIL ต้องการการพึ่งพาที่สมเหตุสมผลและไม่สมเหตุสมผลที่จะพึ่งพาคำสัญญาด้วยวาจาที่ไม่ได้รวมอยู่ในข้อตกลงแฟรนไชส์ที่เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างครบถ้วน ดู Watkins Son Pet Supplies v. Iams Co. , 254 F.3d 607, 614 (6th Cir. 2001); Cook v. Little Caesar Enters., Inc. , 210 F.3d 653, 659 (6th Cir.2000)

บทสรุป

ผู้ประกอบการปั้มน้ำมันได้ซื้อสถานีบริการน้ำมันจากบริษัทน้ำมันเชื้อเพลิงและเข้าสู่แฟรนไชส์ผ่านข้อตกลงกับแฟรนไชส์ซอร์ซึ่งจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงตราบริษัทน้ำมัน ผู้ประกอบการกล่าวหาว่าบริษัทน้ำมันเชื้อเพลิงละเมิดสัญญาด้วยวาจา โดยอนุญาตให้เปลี่ยนชื่อคู่แข่งซึ่งตั้งอยู่ใกล้ ๆ

ศาลอุทธรณ์วินิจฉัย

การเรียกร้องการละเมิดสัญญาของโจทก์ล้มเหลวเนื่องจาก (1) ข้อตกลงการขายและข้อตกลงแฟรนไชส์ไม่ได้ให้สิทธิแก่โจทก์ในพื้นที่พิเศษใดๆ และ (2) หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol evidence rule) ซึ่งเป็นหลักกฎหมายที่จะไม่ยอมรับฟังพยานหลักฐานด้วยวาจาที่ถูกล่ามโซ่ สัญญาจะถูกปลงโดยความร่วมมือกันของข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษร การเรียกร้องเรื่องการแทรกแซงโดยเจตนาด้วยความสัมพันธ์ตามสัญญาล้มเหลวเนื่องจากโจทก์ไม่มีความคาดหวังที่ถูกต้องว่าจะไม่มีสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าของจำเลยจะเปิดอยู่ใกล้ๆ การเรียกร้องในเรื่องของการสมคบคิดในแนวตั้งภายใต้พระราชบัญญัติเชอร์แมน (Sherman Act) ล้มเหลวเนื่องจากการกล่าวหาว่าได้รับความเสียหายทางธุรกิจจากการปรับปรุงภาพลักษณ์แสดงถึงความเสียหายของธุรกิจของโจทก์ในฐานะคู่แข่งรายบุคคล การเรียกร้องเรื่องการผูกขาดภายใต้กฎหมายปฏิรูปการต่อต้านการผูกขาดของรัฐมิชิแกนล้มเหลวเนื่องจากไม่มีหลักฐานว่าบริษัทจำเลยมีอำนาจในการยกเว้นการแข่งขันจากตลาดน้ำมันเชื้อเพลิง

3.1.6 คำพิพากษาที่เกี่ยวกับการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

3.1.6.1 Hamade v. Sunoco, Inc., 271 Mich. App. 145

ตัดสินโดย Court of Appeals of Michigan

ตัดสินเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2006

ภาพรวม

โจทก์ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันได้ขอให้ตรวจสอบคำพิพากษาโดยสรุปจากศาล Wayne County Circuit (Michigan) ที่ให้การสนับสนุนจำเลยบริษัทน้ำมัน เจ้าหน้าที่กรรมการและพนักงานหลายคนในการดำเนินการของโจทก์โดยกล่าวหาว่าละเมิด กฎหมายการลงทุน แฟรนไชส์ มิชิแกน Michigan Franchise Investment Law (MFIL), Mich. Comp. กฎหมาย§ 445.1501 et seq. และการกล่าวหาว่าละเมิดสัญญาและการฉ้อโกง

โจทก์ซื้อสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่แล้วจากเจ้าของโดยได้รับความเห็นชอบจากบริษัทน้ำมัน ซึ่งเป็นผู้จัดหาน้ำมันเบนซินที่มีตราสินค้าของตน โจทก์อ้างว่าบริษัทน้ำมันละเมิดข้อตกลงแฟรนไชส์ล่าสุดของคู่สัญญา เมื่อมีการอนุมัติสถานีบริการน้ำมันที่มีตราสินค้าใหม่บริเวณซึ่งห่างจากสถานีบริการน้ำมันของโจทก์บนถนนสายเดียวกันประมาณ 1 ไมล์ ศาลเห็นว่าการตัดสินใจโดยสรุปได้รับการอนุมัติอย่างถูกต้องสำหรับการอ้างสิทธิ์ MFIL เนื่องจากข้อตกลงดังกล่าวไม่เข้าข่ายเป็นแฟรนไชส์ ภายใต้ Mich. Comp. Laws § 445.1502(3) ดังนั้นข้อตกลงจึงไม่อยู่ภายใต้ข้อกำหนดที่กำหนดโดย MFIL ศาลเห็นว่าโจทก์ไม่ได้จ่าย “ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์” ทั้งทางตรงและทางอ้อมตามที่ Mich. Comp. Laws § 445.1503(1) กำหนด ศาลปฏิเสธข้อโต้แย้งของโจทก์ที่ว่าเขาจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมผ่านโควตาการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงและสินค้าคงคลังส่วนเกิน ในเรื่องสัญญาและการเรียกร้องการฉ้อโกงศาลพิจารณาคดีได้พิจารณาอย่างถูกต้องแล้วว่าตาม หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (The parol evidence rule) โจทก์ไม่สามารถแสดงหลักฐานภายนอกที่ขัดแย้งหรือเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของข้อตกลงที่รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้อย่างสมบูรณ์ผล คือ ศาลอุทธรณ์ยืนยันตามคำพิพากษาของศาลชั้นต้น

ในข้อพิพาทนี้เกิดจากการยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างโจทก์ Kheireddin Hamade²¹⁰ และจำเลย Sunoco, Inc. (R&M) (Sunoco)²¹¹ ของโจทก์ที่ยื่นอุทธรณ์ตามสิทธิของศาลในการพิจารณาคดีที่อนุญาตให้มีการจำหน่ายโดยสรุปเพื่อสนับสนุนจำเลย ศาลอุทธรณ์ยืนยัน

I. ข้อเท็จจริงและกระบวนการพิจารณาคดี

ในปี 1986 Hamade ได้ซื้อสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่พร้อมกับแบรนด์ Sunoco จากเจ้าของ โดยได้รับการอนุมัติจาก Sunoco ซึ่งในเวลานั้น Hamade ได้ทำสัญญาแฟรนไชส์จัดหาตัวแทน

²¹⁰ Nouhad Hamade ไม่ได้เป็นคู่สัญญาในการอุทธรณ์นี้ เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2002 คู่ความได้กำหนดให้ยกฟ้อง Hamade จากคดีดังกล่าวและในวันที่ 16 เมษายน 2002 ศาลพิจารณาคดีได้มีคำสั่งให้มีผลบังคับใช้ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม Hamade ยังคงเป็นโจทก์ตามคำบรรยายของคำฟ้องที่แก้ไขเพิ่มเติมครั้งแรกซึ่งยื่นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2003 และไม่ได้ถูกไล่่อจากการกระทำในเวลาต่อมา ดังนั้นคำคู่ความของศาลล่างจึงใช้คำว่า โจทก์ ที่เป็นพหูพจน์ อย่างไรก็ตามเพื่อความสะดวกในการอ้างอิงศาลจะใช้ โจทก์ที่เป็นเอกพจน์ตลอดความเห็นนี้

²¹¹ คำฟ้องเดิมของโจทก์มีเพียงชื่อ Sunoco เป็นจำเลย ในคำฟ้องที่แก้ไขเพิ่มเติมครั้งแรกของโจทก์ โจทก์ได้เพิ่มเจ้าหน้าที่และคณะกรรมการของ Sunoco ในปี 2003 รวมถึงพนักงานของ Sunoco 4 คนที่ติดต่อกับ Hamade ในฐานะจำเลย เพื่อความสะดวกในการอ้างอิงศาลจะใช้ Sunoco และ จำเลย แทนกัน

จำหน่ายกับ Sunoco ซึ่งมีอยู่จนถึงปี 1989²¹² หลังจากสิ้นสุดข้อตกลงแรกในปี 1989 Hamade ได้ทำสัญญาแฟรนไชส์จัดหาตัวแทนจำหน่ายใหม่กับ Sunoco ซึ่งกินเวลาจนถึงปี 1992 (ข้อตกลงปี 1989) ตั้งแต่ปี 1992 ถึงปี 1997 Hamade ยังคงดำเนินการสถานีบริการน้ำมันของเขาในฐานะสถานีบริการน้ำมัน Sunoco โดยได้รับการขยายสัญญาในปี 1989

ในปี 1997 Hamade ยังไม่ได้รับข้อตกลงแฟรนไชส์จัดหาตัวแทนจำหน่ายใหม่กับ Sunoco ในคำให้การของ Hamade กล่าวว่า Sunoco ยืนยันว่าเขาต้องทำการปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของเขาหลายครั้งก่อนที่จะตกลงที่จะลงนามในข้อตกลงใหม่ การปรับปรุงรวมถึงการขยายและปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันบนเกาะให้ทันสมัย การติดตั้งถังเชื้อเพลิงขนาดใหญ่ การติดตั้งหลังคาและการปรับปรุงที่เก็บน้ำมันในสถานีบริการน้ำมัน นอกจากนี้ Hamade อ้างว่า Sunoco ต้องการให้เขาเพิ่มยอดขายการขายเชื้อเพลิงรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญ หลังจากที่เขาปรับปรุงเสร็จสิ้นและเริ่มเจรจาที่จะทำข้อตกลงใหม่กับ Sunoco โดย Hamade ระบุว่าเขากลาม Jeff Byard ซึ่งเป็นตัวแทนของ Sunoco เกี่ยวกับการวางข้อกำหนดในสัญญาเพื่อป้องกันไม่ให้ Sunoco อนุมัติสถานีบริการน้ำมัน Sunoco อีกแห่งบนเส้นทางการจราจรเดียวกันกับสถานีบริการน้ำมันของ Hamade Hamade ให้การว่า Byard ตอบโดยบอกว่าเขาไม่จำเป็นต้องกังวลเรื่องนั้นเพราะ Sunoco จะไม่มีวันทำอย่างนั้น Hamade กล่าวว่าเขาตกลงทำสัญญาตามคำพูดของ Byard และทำข้อตกลงแฟรนไชส์ใหม่กับ Sunoco (ข้อตกลงปี 1997)

ในเดือนกันยายนปี 2000 Sunoco ได้อนุมัติสถานีบริการน้ำมัน Sunoco แห่งใหม่ในตำแหน่งที่ห่างจากสถานีบริการน้ำมันของ Hamade ประมาณ 1 ไมล์บนถนนสายเดียวกัน ในคำให้การของ Hamade กล่าวว่าในเดือนธันวาคมปี 2000 เขามีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าที่ประสบปัญหาเครื่องยนต์หลังจากซื้อน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันของเขา Hamade อ้างว่าปัญหาเกิดจากน้ำมันเชื้อเพลิงที่ Sunoco ส่งมามีคุณภาพไม่ดี Hamade ให้การว่าธุรกิจของเขาได้รับผลกระทบจากการเปิดสถานีบริการน้ำมัน Sunoco แห่งใหม่และรวมถึงการที่ Sunoco ส่งเชื้อเพลิงที่มีคุณภาพไม่ดีให้กับ Hamade

²¹² ข้อตกลงดังกล่าวมีชื่อว่าข้อตกลงแฟรนไชส์จัดหาตัวแทนจำหน่าย เนื่องจากเป็นแฟรนไชส์สำหรับวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติแนวทางปฏิบัติด้านการตลาดปิโตรเลียม (the federal Petroleum Marketing Practices Act) ของรัฐบาลกลาง ดู 15 USC § 2801 et seq

เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2001 โจทก์ Hamade ยื่นฟ้องโดยในคำฟ้องโจทก์กล่าวหาว่าจำเลย Sunoco ละเมิดข้อตกลงที่จะไม่โอนมัติสถานีบริการน้ำมัน Sunoco แห่งอื่นในบริเวณใกล้เคียงกับสถานีบริการน้ำมันของ Hamade โดยละเมิดกฎหมายการลงทุนแฟรนไชส์ของรัฐมิชิแกน Michigan's Franchise Investment Law (MFIL) เป็นการละเมิดสิทธิเฉพาะด้านอาณาเขตหรือพื้นที่การจำหน่าย (Exclusive Territory) และเป็นการแทรกแซงรบกวนการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันของ Hamade เป็นอย่างมาก และเมื่อ Sunoco จงใจส่งเชื้อเพลิงที่มีข้อบกพร่องเพื่อเป็นการพยายามชักจูงให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้สถานีบริการน้ำมัน Sunoco แห่งใหม่ และนอกจากนี้โจทก์ยังกล่าวหาโดยอ้างตามหลักกฎหมายปิดปาก (Promissory Estoppel) เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2002 Sunoco ได้ย้ายไปเพื่อการจัดการโดยสรุป ตามคำสั่งลงวันที่ 17 และ 29 กรกฎาคม 2002 ศาลพิจารณาคดี โดยได้ให้คำสั่งสรุปเพื่อสนับสนุนจำเลยในการเรียกร้องทั้งหมดของโจทก์เพื่อเป็นการยกเว้นการอ้างว่าละเมิดสัญญาและการแทรกแซงละเมิดสิทธิของโจทก์ในความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2003 โจทก์ได้ยื่นคำฟ้องที่มีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยมีข้อหาแยกกัน 14 กระทั่ง ข้อหาที่ I ถึง III เป็นการละเมิด MFIL ข้อหา IV เป็นการแก้ไขข้อเรียกร้องการละเมิดสัญญาเดิมของโจทก์ ซึ่งใน ข้อหาที่ V ถูกกล่าวหาว่ามีการอ้างสิทธิ์ตามกฎหมายอาญาตัวสัญญาใช้เงิน ข้อหาที่ VI กล่าวหาว่ามีการละเมิดหน้าที่ของ Sunoco ในการกำหนดราคาเปิดโดยสุจริตภายใต้ Michigan's Uniform Commercial Code (MUCC) ข้อหาที่ VII ถูกกล่าวหาว่าละเมิดกฎหมายปฏิรูปการต่อต้านการผูกขาดของมิชิแกน (Michigan Antitrust Reform Act) ข้อหาที่ VIII กล่าวหาว่ามีการอ้างสิทธิในเรื่องของลาภมิควรได้ ข้อหาที่ IX การอ้างสิทธิเดิมของโจทก์สำหรับการเปลี่ยนแปลง ข้อหาที่ X การอ้างสิทธิเดิมของโจทก์เกี่ยวกับการแทรกแซงในการละเมิดสิทธิของโจทก์กับความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ข้อหาที่ XI ถึง XIII เป็นการอ้างสิทธิตามการฉ้อโกงและข้อหาที่ XIV ที่ถูกกล่าวหาว่าเป็นการสมรู้ร่วมคิดทางแพ่ง และเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2003 จำเลยได้ย้ายเพื่อจำหน่ายโดยสรุปเกี่ยวกับคำฟ้องที่แก้ไขเพิ่มเติมครั้งแรกของโจทก์ เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2004 ศาลพิจารณาคดีได้อนุญาตให้จำเลยเคลื่อนไหวเกี่ยวกับข้อหาที่ VII, IX, X, XI และ XIV

เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2005 จำเลยได้ย้ายอีกครั้งเพื่อสรุปการจำหน่ายคำฟ้องที่แก้ไขเพิ่มเติมครั้งแรกของโจทก์ ศาลพิจารณาคดีได้นัดพิจารณาคำร้องนี้เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2005 ในการพิจารณาคดีศาลพิจารณาคดีได้อนุญาตให้จำเลยเคลื่อนไหวเพื่อสรุปข้อเรียกร้องของโจทก์ตาม MUCC และในเรื่องของลาภมิควรได้ ศาลพิจารณาคดียังให้การเคลื่อนไหวของจำเลยสำหรับการจำหน่ายโดยสรุปเกี่ยวกับการเรียกร้อง MFIL ของโจทก์ ศาลพิจารณาคดีให้เหตุผลว่าการจัดการโดย

สรุปของการเรียกร้อง MFIL นั้นเหมาะสมเนื่องจากโจทก์ล้มเหลวในการแสดงให้เห็นว่าโจทก์ Hamade ได้มีการจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับสิทธิพิเศษในการเข้าสู่ธุรกิจภายใต้ สัญญาแพรนไฮส์ ดังนั้นข้อตกลงปี 1997 จึงไม่อยู่ภายใต้บังคับข้อบังคับที่กำหนดโดย MFIL

ศาลพิจารณาคดียังคงได้สวนคำร้องของจำเลยสำหรับการพิจารณาคดีโดยสรุปในวันที่ 16 สิงหาคม 2005 ซึ่งในการพิจารณาคดีต่อไปศาลพิจารณาคดีพิจารณาแล้วว่าตามข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร ความเชื่อมั่นของ Hamade ในการเป็นตัวแทนใดๆ ที่เกิดขึ้น ที่ทำโดย Sunoco นั้นไม่สมเหตุสมผลตามกฎหมาย ดังนั้นจึงไม่มีการเรียกร้องกฎหมายอาญาตามสัญญา ศาลพิจารณาคดียังตั้งข้อสังเกตว่าข้อตกลงดังกล่าวได้ปฏิเสธการรับประกันใดๆ ในส่วนของ Sunoco เกี่ยวกับการแข่งขันในปัจจุบันหรือในอนาคต เนื่องจากข้อตกลงดังกล่าวยังมีข้อตกลงร่วมกัน ศาลพิจารณาคดีจึงสรุปว่าหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) ขัดขวางความพยายามของโจทก์ในการนำเสนอหลักฐานที่ขัดแย้งกับเงื่อนไขของข้อตกลงที่เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นศาลพิจารณาคดีจึงสรุปว่าข้อเรียกร้องตามสัญญาของโจทก์และการเรียกร้องโดยอาศัยการฉ้อโกงจะต้องล้มเหลวเช่นกัน

ศาลพิจารณาคดีมีคำสั่งยกฟ้องโจทก์ทั้งหมดเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2005 จึงมีการอุทธรณ์นี้เกิดขึ้น

II. การเรียกร้องตาม MFIL

ในการอุทธรณ์ครั้งแรกโจทก์ให้เหตุผลว่าการจัดการโดยสรุปของการเรียกร้องตาม MFIL นั้นไม่เหมาะสมเนื่องจากโจทก์นำเสนอหลักฐานที่เพียงพอก่อนที่ศาลจะพิจารณาว่าข้อตกลงปี 1997 ประกอบด้วยแพรนไฮส์สำหรับวัตถุประสงค์ของ MFIL หรือเพื่อสร้างคำถามที่เป็นข้อเท็จจริงในประเด็นนั้น²¹³ ซึ่งโจทก์ไม่เห็นด้วย

ศาลอุทธรณ์นี้พิจารณาบทวนคำตัดสินของศาลพิจารณาคดีที่ให้การจัดการโดยสรุป ญัตติสำหรับการตัดสินโดยสรุปภายใต้ MCR 2.116 (C) (10) เพื่อทดสอบความเพียงพอในข้อเท็จจริงของข้อเรียกร้อง การเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการตัดสินโดยสรุปว่ามีความเหมาะสมภายใต้ MCR 2.116 (C) (10) ซึ่งหากไม่มีประเด็นที่แท้จริงเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญใดๆ และฝ่ายที่เคลื่อนไหวมีสิทธิได้รับการ

²¹³ ศาลอุทธรณ์ทราบว่าในคำแถลงของโจทก์เกี่ยวกับคำถามที่นำเสนอ โจทก์ทำทนายความถูกต้องของการอนุญาตโดยสรุปของศาลในการพิจารณาคดีเกี่ยวกับการอ้างสิทธิที่เหลือทั้งหมดของโจทก์โดยไม่ได้ระบุว่าคำถามที่อ้างสิทธิที่เหลืออยู่ ศาลอุทธรณ์นี้ไม่จำเป็นต้องแก้ไขปัญหาที่มีการโต้แย้งหรือบรรยายสรุปเกี่ยวกับการอุทธรณ์ไม่เพียงพอ ดังนั้นศาลอุทธรณ์จะจำกัดการวิเคราะห์ของศาลอุทธรณ์เฉพาะประเด็นเหล่านั้นที่ถูกยกขึ้นและโต้แย้งอย่างเหมาะสมในช่วงสั้นๆ ของโจทก์

ตัดสินหรือการตัดสินบางส่วนตามกฎหมาย ซึ่งในการพิจารณาว่ามีประเด็นที่แท้จริงเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ศาลพิจารณาคดีจะต้องพิจารณาหลักฐานที่คู่ความนำเสนอในแง่ที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อฝ่ายที่คัดค้านการเคลื่อนไหว ประเด็นที่แท้จริงของข้อเท็จจริงที่เป็นสาระสำคัญเกิดขึ้นเมื่อบันทึกซึ่งให้ประโยชน์แก่ข้อสงสัยตามสมควรแก่ฝ่ายตรงข้ามเป็นการเปิดประเด็นที่ความคิดที่สมเหตุสมผลอาจที่แตกต่างออกไป และในกรณีที่หลักฐานที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าไม่สามารถระบุประเด็นที่แท้จริงเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญใดๆ ได้ฝ่ายที่เคลื่อนไหวมีสิทธิที่จะได้รับการตัดสินตามกฎหมาย

ศาลอุทธรณ์นี้ยังพิจารณาการตีความมาตราที่เหมาะสมโดยศาลนี้เริ่มต้นการตีความมาตรา โดยการตรวจสอบภาษาของกฎหมายนั่นเอง หากภาษาไม่คลุมเครือศาลจะไม่บังคับ แต่จะบังคับใช้ตามที่เขียนไว้

ภายใต้ MCL 445.1502 (3) แพรนไซส์ หมายถึง สัญญาหรือข้อตกลงไม่ว่าโดยชัดแจ้งหรือโดยนัยไม่ว่าจะด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปซึ่งทุกข้อต่อไปนี้มีผลบังคับใช้

(a) ผู้รับแพรนไซส์หรือแพรนไซส์ซีจะได้รับสิทธิในการประกอบธุรกิจ เสนอขายหรือจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการภายใต้แผนการตลาดหรือระบบที่กำหนดโดยผู้ให้สิทธิหรือแพรนไซส์ซอร์

(b) ผู้รับแพรนไซส์หรือแพรนไซส์ซีจะได้รับสิทธิในการประกอบธุรกิจ เสนอขายหรือจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า โลโก้โฆษณาหรือสัญลักษณ์ทางการค้าอื่น ๆ ที่กำหนดแพรนไซส์หรือของแพรนไซส์ซอร์หรือพันธมิตร

(c) ผู้รับแพรนไซส์หรือแพรนไซส์ซีจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไซส์ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม จำเลยไม่ได้โต้แย้งการมีอยู่ของข้อกำหนดสองข้อแรกต่อหน้าศาลพิจารณาคดีและไม่ได้โต้แย้งในการอุทธรณ์ แต่จำเลยโต้แย้งและแสดงหลักฐานว่า Hamade ไม่เคยจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไซส์ตั้งนั้น ข้อตกลงปี 1997 จึงไม่ใช่แพรนไซส์ที่อยู่ภายใต้ MFIL

ตาม MCL 445.1502 (3) (c) ข้อตกลงจะไม่ถือว่าเป็นแพรนไซส์ตามความหมายของ MFIL เว้นแต่ แพรนไซส์ซีจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไซส์โดยตรงหรือโดยอ้อม โดยในคำให้การโจทก์ยอมรับว่าเขาไม่ได้จ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไซส์โดยตรง แต่อย่างไรก็ตามโจทก์ยืนยันว่า Sunoco บังคับให้เขาจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไซส์ทางอ้อม กล่าวคือ (1) กำหนดให้เขาซื้อสินค้าคงคลังส่วนเกินและขายน้ำมันให้ได้ตามโควตารายเดือนที่เพิ่มขึ้น (2) กำหนดให้เขาวางเงินประกัน 10,000 ดอลลาร์ (3) บังคับให้เขาปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของเขาหลายครั้ง (4) กำหนดเงื่อนไขในข้อตกลงเกี่ยวกับความสามารถในการชำระเงินกู้ เงินสด (5) บังคับให้เขาเข้าร่วมการสัมมนาฝึกอบรม (6) เรียกเก็บ

ค่าธรรมเนียมสำหรับอุปกรณ์ที่ยืมมาให้เขา และ (7) ล้มเหลวในการลดราคาเนื่องจากการลดภาษีสรรพสามิตของรัฐบาลกลาง

ภายใต้ MCL 445.1503 (1) ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ หมายถึง ค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายที่ผู้รับแฟรนไชส์หรือแฟรนไชส์ย่อยจะต้องจ่ายหรือตกลงที่จะจ่ายสำหรับสิทธิในการเข้าทำธุรกิจภายใต้สัญญาแฟรนไชส์ซึ่งรวมถึง แต่ไม่จำกัดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ดังนั้นคำถามหลักคือ Hamade ต้องการหรือตกลงที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมหรือเรียกเก็บเงินกับ Sunoco สำหรับสิทธิในการทำธุรกิจภายใต้สัญญาแฟรนไชส์หรือไม่ นอกจากนี้แม้ว่าค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์อาจรวมถึงการชำระค่าสินค้าและบริการตาม MCL 445.1503 (1) (a) ระบุโดยเฉพาะว่าการชำระค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ไม่รวมถึงการซื้อหรือข้อตกลงเพื่อซื้อสินค้าอุปกรณ์หรือติดตั้งโดยตรงหรือส่งมอบในราคาขายส่งโดยสุจริต

ก่อนอื่นศาลอุทธรณ์จะกล่าวถึงข้อโต้แย้งของโจทก์ว่า Sunoco ต้องการให้เขาจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมโดยการบังคับให้เขาซื้อและกำหนดโควตาการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงรายเดือนที่มากเกินไปและซื้อสินค้าคงคลังส่วนเกิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโจทก์กล่าวหาว่า Sunoco กำหนดให้เขาขายน้ำมันเชื้อเพลิง 94,000 แกลลอนต่อเดือน เมื่อเทียบกับโควตาก่อนหน้านี้ที่ 40,000 แกลลอนต่อเดือนและ Sunoco เรียกเก็บเงินจากแฟรนไชส์สำหรับป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์และซื้อปั้มน้ำมันของตนและเรียกเก็บเงินที่มากเกินไป ราคาของสิ่งของที่มีชื่อและสัญลักษณ์ของ Sunoco ซึ่งเป็นสินค้าที่บังคับให้แฟรนไชส์ของตนที่ขายเกินราคาโดยสุจริต

ภายใต้กฎหมายมิชิแกน (Michigan law) การกำหนดว่าการซื้อขั้นต่ำหรือข้อกำหนดการซื้อขั้นต่ำของสินค้าคงคลังอาจถือได้ว่าเป็น ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ตามข้อกำหนดนั้นซึ่งกำหนดโดย MCL 445.1503 (1) แต่อย่างไรก็ตามการซื้อขั้นต่ำหรือข้อกำหนดขั้นต่ำของสินค้าคงคลังจะไม่ถือเป็นค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ภายใต้ MFIL หากราคาที่เรียกเก็บสำหรับสินค้าที่ต้องซื้อหรือถือไว้ในสินค้าคงคลังเป็น ราคาขายส่งโดยสุจริต²¹⁴ และดำรงอยู่ในตลาดที่มีชื่อเสียง สำหรับสินค้าเหล่านั้นแม้ว่าจะไม่มีผลผูกพันต่อศาลนี้ แต่เหตุผลที่ใช้โดยศาลในคดี Digital Equipment Corp v Uniq Digital Technologies, Inc, 73 F.3d 756 (CA 7, 1996) (การตีความกฎหมายแฟรนไชส์ของรัฐอิลลินอยส์

²¹⁴ คำว่า ราคาขายส่งโดยสุจริต หมายถึงราคาที่ถือเป็นการชำระเงินที่ยุติธรรมสำหรับสินค้าที่ซื้อในระดับการจัดจำหน่ายที่เทียบเคียงกันได้และไม่มีส่วนใดที่ถือเป็นการชำระเงินสำหรับสิทธิในการเข้าทำหรือดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ต่อไป Rule 445.101(6) สินค้าอาจรวมถึง สินค้าที่ขายให้กับแฟรนไชส์เพื่อขายต่อตลอดจนอุปกรณ์ติดตั้ง อุปกรณ์วัตถุดิบวัสดุสิ้นเปลืองและสินค้าอื่นๆ ที่แฟรนไชส์ใช้ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์

Illinois franchise law) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาค่าธรรมเนียมทางอ้อมผ่าน ความต้องการสินค้าคงคลัง ในคดี Uniq ศาลอธิบายว่า

การดำรงอยู่ของตลาดที่มีชื่อเสียงเป็นคำถามของข้อเท็จจริงที่พิจารณาได้จากการวิเคราะห์รายการปัจจัยดังต่อไปนี้ (1) จำนวนร้านค้าส่งและค้าปลีกที่มีอยู่ในปัจจุบันของแฟรนไชส์หรือคู่แข่งในสายธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน (2) ปริมาณและราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมือนหรือคล้ายกันที่กำหนดในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีอยู่ในมิชิแกน (3) ความสามารถของผู้ซื้อในการขายต่อในราคาขายปลีกที่แนะนำของผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งหรือในราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนของผู้ซื้อและ (4) ความสามารถของผู้ซื้อในการส่งคืนส่วนที่ขายไม่ได้ของผลิตภัณฑ์โดยไม่มีค่าปรับ Rule 445.101(7)

ภาระผูกพันในการรองรับสินค้าคงคลังจำนวนมากสามารถเทียบเท่ากับค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางเศรษฐกิจได้ สินค้าคงคลังที่มากเกินไปจะโอนเงินสดไปยังผู้ขายโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ซื้อ และดอกเบี้ยที่ผู้ขายได้รับจากการขายก่อนหน้านี้นี้เป็นค่าธรรมเนียมชนิดหนึ่ง เช่นเดียวกับการชำระด้วยเงินสดซึ่งเป็นการโอนความมั่งคั่งจากผู้ซื้อไปยังผู้ขาย (อาจพูดถึงการโอนได้เพราะโดยสมมติฐานผู้ซื้อไม่ได้รับประโยชน์จากสินค้าคงคลัง)

ในคดี Wright-Moore Corp. v Ricoh Corp. , 908 F.2d 128, 136 (CA 7, 1990) สังเกตได้ว่าภายใต้กฎหมายของรัฐอินเดียนา (Indiana law) ความต้องการสินค้าคงคลังส่วนเกินอาจเป็นค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมหากสินค้าคงคลังมีสภาพคล่องน้อย แต่โควตาการขายปกติจะไม่เป็นค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ภายใต้ข้อยกเว้นในราคาขายส่งโดยสุจริต ข้อกำหนดของ Rule 445.101(2)(e) สอดคล้องกับเหตุผลที่ระบุไว้ใน Uniq ว่าหากแฟรนไชส์ที่ถูกบังคับให้จ่ายราคาเกินกว่าราคาขายส่งโดยสุจริตสำหรับสินค้าหรือหากแฟรนไชส์จำเป็นต้องซื้อสินค้าส่วนเกินซึ่งไม่มีตลาดที่มีชื่อเสียงในรัฐนี้ ค่าใช้จ่ายส่วนเกินที่แฟรนไชส์ต้องรับผิดชอบ ความพึงพอใจของ แฟรนไชส์ซอร์สถือเป็นการโอนความมั่งคั่งจากผู้ซื้อแฟรนไชส์หรือแฟรนไชส์ซีไปยังแฟรนไชส์ซอร์สอย่างมีนัยสำคัญซึ่งจะถือว่าการจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมตามที่ MCL 445.1502 (3)(c) กำหนด

ตามข้อ § 3.02 ของข้อตกลงปี 1997 Hamade จำเป็นต้องซื้อโควตาน้ำมันรายเดือนของเขาในราคารถบรรทุกของตัวแทนจำหน่าย (DTW) ซึ่งมีผลบังคับใช้ในเวลาและสถานที่จัดส่ง ซึ่งในคำร้องเดิมของพวกเขาสำหรับการจำหน่ายโดยสรุปจำเลยได้ยื่นคำให้การของ Albert B. Khleif ซึ่งปฏิเสธว่า DTW เป็นราคาขายส่งของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ขายให้กับตัวแทนจำหน่ายของ Sunoco นอกจากนี้ในการเคลื่อนไหวครั้งต่อไป สำหรับการจัดการโดยสรุปจำเลยได้นำเสนอหนังสือรับรองของ Paul T. Schwab ในคำให้การของเขา Schwab ระบุว่า Sunoco ทำการตลาดเชื้อเพลิงให้กับ

ตัวแทนจำหน่ายโดยตรงเช่น Hamade และให้กับพ่อค้าขายส่งหรือ ผู้จัดจำหน่ายซึ่งจะขายน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือทำการตลาดเชื้อเพลิงจากสถานีบริการน้ำมันของพวกเขาเอง Schwab ทราบว่าเขาและพนักงานของเขามีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนด DTW ประจำวันและกำหนดโดยปัจจัยหลายประการรวมถึงปัจจัยการแข่งขันในท้องถิ่น ปริมาณการขายในอดีต แนวโน้มของตลาดต้นทุนและอัตรากำไรของ Sunoco และสินค้าคงคลัง ในปัจจุบัน Schwab ยังไม่แน่ใจว่า DTW สุดท้ายของแต่ละวันเป็นราคาที่เรียกเก็บจากตัวแทนจำหน่ายทั้งหมดในเขตที่เกี่ยวข้องโดยมีเป้าหมายว่าราคาจะต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของถนนตั้งแต่ 6-9 เซนต์เพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายได้รับผลกำไร

ในการตอบสนองต่อคำให้การเหล่านี้โจทก์ล้มเหลวในการนำเสนอหลักฐานที่เป็นที่ยอมรับได้ว่า DTW เป็นสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช่ราคาขายส่งโดยสุจริต โจทก์กล่าวหาเพียงว่า Sunoco เรียกเก็บเงิน DTW ที่สูงขึ้นซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายสำหรับอุปกรณ์ที่ยืมมาและไม่ได้สะท้อนถึงการลดภาษีสรรพสามิตของรัฐบาลกลางอย่างเหมาะสม โดยในการสนับสนุนข้อกล่าวหาที่โจทก์ได้ยื่นสำเนาการประเมินสถานีบริการน้ำมันและใบแจ้งหนี้สำหรับการซื้อน้ำมันของเขาให้ศาลพิจารณาคดี อย่างไรก็ตามการแสดงผลหลักฐานเหล่านี้ไม่ได้อยู่ในการเผชิญหน้าของพวกเขาที่สนับสนุนการโต้แย้งของโจทก์ว่าเขาถูกเรียกเก็บเงิน DTW ที่สูงกว่าตัวแทนจำหน่ายรายอื่นในโซนของเขาและโจทก์ไม่ได้ให้คำให้การใดๆ โดยพยายามที่สามารถตีความเอกสารเหล่านี้ได้ ดังนั้นหลักฐานนี้จึงไม่เพียงพอที่จะสร้างคำถามที่เป็นข้อเท็จจริงว่า DTW ที่จ่ายโดย Hamade เป็นอะไรที่นอกเหนือไปจากราคาขายส่งโดยสุจริต

นอกจากนี้โจทก์ไม่สามารถนำเสนอหลักฐานที่แสดงว่าโควตาน้ำมันเชื้อเพลิงของเขามีปริมาณที่มากเกินไปจนสมควรจะทำให้สินค้าคงคลังขาดสภาพคล่อง ประการแรกในการอุทธรณ์โจทก์ไม่ได้โต้แย้งว่ามีตลาดที่มีชื่อเสียงในรัฐนี้สำหรับน้ำมันเชื้อเพลิง ดู Rule 445.101(7) ประการที่สองแม้ว่าโจทก์จะบันทึกไว้อย่างถูกต้องว่าภายใต้ข้อตกลงปี 1989 โควตาเชื้อเพลิงของเขาอยู่ที่ 40,000 แกลลอนต่อเดือน แต่ก็มีหลักฐานบันทึกว่าตลอดทั้งปีก่อนการลงนามข้อตกลงปี 1997 Hamade กำลังขายน้ำมันเชื้อเพลิงเฉลี่ยต่อเดือนใกล้เคียงกับปริมาณที่ตกลงกัน 94,000 แกลลอนต่อเดือน นอกจากนี้ Hamade ประสบความสำเร็จในการใช้โควตาน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นระยะเวลา 2 ปีหลังจากการลงนามในข้อตกลงปี 1997 ดังนั้นโควตาเชื้อเพลิงที่เจรจาในข้อตกลงปี 1997 จึงดูสมเหตุสมผลตามประวัติการขายของ Hamade ดังนั้นจึงไม่ถือเป็นค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ในทางอ้อม ดังนั้น จึงสรุปว่าโจทก์ล้มเหลวในการชำระเงินทางอ้อมของค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์โดยที่ไม่ได้แสดงผลฐานว่าความต้องการสินค้าคงคลังนั้นไม่สมเหตุสมผล

ในการอุทธรณ์โจทก์ก็ให้เหตุผลว่าการตัดสินใจในภายหลังของ Sunoco ในการอนุญาตให้สถานีบริการน้ำมัน Sunoco แห่งอื่นเปิดขึ้นในบริเวณสายการจราจรเดียวกันและการส่งมอบน้ำมันเชื้อเพลิงที่ถูกกล่าวหาว่าปนเปื้อนเพื่อเป็นการลดความสามารถในการใช้โควตารายเดือน 94,000 แกลลอนได้อย่างมีประสิทธิภาพการพัฒนาที่ตามมาเหล่านี้โจทก์ได้มีการโต้แย้งเพิ่มเติมว่าทำให้สินค้าคงคลังของเขามีสภาพคล่องไม่เพียงพอและผลลัพธ์คือการเปลี่ยนข้อตกลงปี 1997 ให้เป็นสัญญาแฟรนไชส์ ซึ่งการโต้แย้งนี้ไม่ดี ใน MFIL กำหนดให้ประกาศเปิดเผยและข้อกำหนดที่สำคัญเกี่ยวกับสัญญาหรือข้อตกลงที่เป็นไปตามคำจำกัดความของ แฟรนไชส์ เช่น See, MCL 445.1505, MCL 445.1507a, MCL 445.1508, and MCL 445.1527 เนื่องจาก MFIL พยายามที่จะปกป้องผู้ที่มีแนวโน้มที่จะเป็นแฟรนไชส์ซีโดยกำหนดข้อกำหนดต่างๆ เกี่ยวกับแฟรนไชส์ซอร์ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอและการขายแฟรนไชส์ตาม MCL 445.1504 (1) ว่าสัญญาหรือข้อตกลงที่ถือเป็นแฟรนไชส์ เพื่อวัตถุประสงค์ของ MFIL นั้นจะต้องได้รับการพิจารณาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะที่เสนอหรือขายและการพัฒนาตลาดในภายหลังไม่สามารถเปลี่ยนข้อตกลงที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ MFIL ตั้งแต่เริ่มต้นให้เป็นแฟรนไชส์ภายใต้ข้อกำหนดที่กำหนดโดย MFIL ดังนั้นความจริงที่ว่าในภายหลัง Hamade มีปัญหาในการดำเนินการตามโควตาจึงไม่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาว่าข้อตกลงดังกล่าวประกอบขึ้นเป็นแฟรนไชส์ตามความหมายของ MCL 445.1502 (3) ในขณะที่เสนอหรือขายหรือไม่

นอกจากนี้ยังไม่มีหลักฐานที่สนับสนุนการอ้างสิทธิของโจทก์ว่า Sunoco กำหนดให้เขาซื้อป้าย ของเล่นหรือสิ่งของอื่นๆ ที่มีเครื่องหมายการค้าของ Sunoco และในทำนองเดียวกันก็ไม่มีหลักฐานว่าสินค้าดังกล่าวซื้อในราคาขายส่งโดยสุจริต ดังนั้นการโต้แย้งของโจทก์ว่าเขาจ่ายค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมผ่านข้อกำหนดสินค้าคงคลังอื่นๆ ก็ไม่ได้รับการสนับสนุนจากบันทึก

ต่อไปโจทก์ยืนยันว่าเงินประกัน 10,000 ดอลลาร์ที่กำหนดโดยข้อตกลงปี 1997 เป็นการชำระค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมซึ่งศาลอุทธรณ์ไม่เห็นด้วย

ตามข้อ 1.07 ของข้อตกลงปี 1997 Hamade จำเป็นต้องฝากเงิน 10,000 ดอลลาร์กับ Sunoco เพื่อเป็นหลักประกัน ภายใต้ข้อ 4.02 (b) ของข้อตกลงเงิน 10,000 ดอลลาร์จะทำหน้าที่เป็นหลักประกัน สำหรับการจำหน่ายและการชำระเงินทั้งหมดหรือบางส่วนของภาระผูกพันในปัจจุบัน ในอดีตหรือในอนาคต การเป็นหนี้หรือความรับผิดชอบของตัวแทนจำหน่ายต่อบริษัท แม้ว่า Sunoco จะเป็นผู้ถือหลักประกันและอยู่ภายใต้ข้อเรียกร้อง โดยในข้อ 3.04 ของข้อตกลงปี 1997 ภายใต้ข้อ 4.05 และ 4.06 ของข้อตกลง Sunoco มีหน้าที่ต้องจ่ายดอกเบี้ยให้กับเงินฝากหลักประกันและต้องคืนเงินให้กับ Hamade หากข้อตกลงสิ้นสุดลง และเพื่อให้คำจำกัดความของ

ค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ เป็นที่พึงพอใจผู้ซื้อแพรนไฮส์หรือแพรนไฮส์ซีจะต้องกำหนดหรือตกลงที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ให้กับสิทธิในการทำธุรกิจภายใต้สัญญาแพรนไฮส์ นั่นคือจะต้องมีการโอนความมั่งคั่งจากแพรนไฮส์ซีไปยังแพรนไฮส์ซอร์ ตาม MCL 445.1503 (1) ในคดี Implement Service, Inc v Tecumseh Products Co, 726 F. Supp. 1171, 1179 (SD Ind, 1989) การตีความกฎหมายแพรนไฮส์ของรัฐอินเดียนาและถือว่าสินค้าหรือบริการจะต้องส่งมอบให้กับแพรนไฮส์ซอร์และไม่ให้บุคคลที่สามเพื่อเป็นการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อม ซึ่งสังเกตว่าความต้องการสินค้าคงคลังส่วนเกินอาจเป็นการโอนความมั่งคั่งทางอ้อมจากแพรนไฮส์ซีไปยังแพรนไฮส์ซอร์ เนื่องจาก Hamade ยังคงเป็นเจ้าของเงินที่ฝากไว้และไม่ได้ถูกตัดทอนมูลค่าตามเวลาของเงินจึงไม่มีการโอนความมั่งคั่งไปยัง Sunoco ดังนั้นการวางหลักประกันจึงไม่ถือเป็นการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์

โจทก์ให้เหตุผลว่า Sunoco บังคับให้เขาจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อมเมื่อมีเงื่อนไขการอนุมัติข้อตกลงปี 1997 เกี่ยวกับการปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของเขา

ตามที่ระบุไว้แล้วตั้งแต่ปี 1992 ผ่านการลงนามในข้อตกลงปี 1997 Hamade ยังคงดำเนินการสถานีบริการน้ำมันในฐานะสถานี Sunoco ผ่านการขยายข้อตกลง 1989 ในปี 1997 Hamade ได้ทำการปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของเขาหลายครั้งรวมถึงการปรับปรุงโรงรถของเขาให้กลายเป็นร้านค้า การเปลี่ยนถึงเก็บใต้ดินของเขาและการปรับปรุงสถานที่ปั๊มเชื้อเพลิงและหลังคาที่ปิดไว้ Hamade ปฏิเสธว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดของการปรับปรุงเหล่านี้อยู่ระหว่าง 400,000 ถึง 500,000 ดอลลาร์และ Sunoco ต้องการการปรับปรุงเหล่านี้ก่อนที่จะตกลงทำข้อตกลงในปี 1997 สมมติว่า Sunoco ต้องการให้ Hamade ทำการปรับปรุงก่อนที่จะเข้าสู่ข้อตกลงปี 1997 ซึ่งโจทก์ไม่ได้แสดงให้เห็นว่าข้อกำหนดดังกล่าวทำให้เกิดการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อมให้แก่ Sunoco ได้อย่างไร

โจทก์ไม่ได้แสดงหลักฐานใดๆ ว่าเงินที่ใช้ในการปรับปรุงนั้นจ่ายให้ Sunoco โดยตรง ที่จริงแล้ว Hamade ปฏิเสธที่เขาจ้าง Oscar W. Larson Co. นอกจากนี้เพื่อช่วย Hamade ทำการปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของเขา Sunoco ได้ให้ยืมอุปกรณ์มูลค่า 40,000 ดอลลาร์แก่เขาและให้เงิน 55,000 ดอลลาร์เพื่อจ่ายค่าติดตั้งของอุปกรณ์ที่ยืมมา นอกจากนี้การปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของ Hamade ทำให้ Hamade ได้รับประโยชน์เป็นหลักและนี่เป็นความจริงอย่างแน่นอนจากการปรับปรุงโรงรถให้กลายเป็นร้านสะดวกซื้อซึ่งผู้ที่ได้รับผลกำไรก็คือ Hamade เท่านั้น ในที่สุดแม้ว่า Sunoco จะได้รับประโยชน์ทางอ้อมจากการปรับปรุงในขอบเขตที่การปรับปรุงอาจมีส่วนช่วยเพิ่ม

ยอดขายในการขายน้ำมันเชื้อเพลิง แต่การเพิ่มขึ้นของการขายน้ำมันเชื้อเพลิงก็ส่งผลดีต่อ Hamade ด้วยเช่นกัน เนื่องจากการปรับปรุงส่วนใหญ่เป็นประโยชน์ต่อ Hamade มากกว่า Sunoco โจทก์จึงไม่สามารถระบุได้ว่าการปรับปรุงดังกล่าวเป็นการชำระค่าธรรมเนียมโดยตรงหรือโดยอ้อมให้กับ Sunoco เพื่อรับสิทธิพิเศษในการเข้าร่วมแฟรนไชส์²¹⁵

ต่อไปโจทก์ยืนยันว่า Sunoco เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ทางอ้อมจากเขาเมื่อมีเงื่อนไขยินยอมตามข้อตกลงปี 1997 เกี่ยวกับความสามารถในการชำระคืนเงินกู้ 55,000 ดอลลาร์ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการลงนามในข้อตกลงอีกครั้งซึ่งศาลอุทธรณ์ไม่เห็นด้วย

ตามข้อ 2.02 ของข้อตกลงปี 1997 Sunoco ตกลงที่จะจ่ายเงินให้ Hamade เป็นเงินจำนวน 55,000 ดอลลาร์ ในการพิจารณาล่วงหน้าเพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ยืมมา แม้ว่า จะจ่ายเงินให้กับ Hamade ทันทีเมื่อทำข้อตกลงจำนวน 55,000 ดอลลาร์ตามข้อ 2.03 ของข้อตกลง แต่เงินล่วงหน้า 55,000 ดอลลาร์จะถูกตัดจำหน่ายตามระยะเวลาของข้อตกลง หากข้อตกลงสิ้นสุดลงไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม Hamade มีหน้าที่ต้องส่งคืนส่วนที่ไม่ได้แบ่งส่วนล่วงหน้าภายใต้เงื่อนไขของข้อ 2.03 การตัดจำหน่ายล่วงหน้าเชื่อมโยงกับเชื้อเพลิงของ Hamade ทั้งหมดที่ต้องซื้อในช่วงระยะเวลาที่ครอบคลุมโดยข้อตกลง สำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงทุกแกลลอนของ Hamade ที่ซื้อล่วงหน้าจะถูกหักกลับต้นทุนเท่ากับ .00975 เซนต์²¹⁶ ดังนั้นหาก Hamade ปฏิบัติตามภาระหน้าที่ของเขาภายใต้ข้อตกลงปี 1997 เขาจะไม่มีภาระผูกพันในการคืนเงินขั้นสูง ดังนั้นตามข้อตกลงปี 1997 เงินล่วงหน้า 55,000 ดอลลาร์ไม่ใช่เงินกู้ แต่เป็นการโอนทรัพย์สินสมบัติจาก Sunoco ไปยัง Hamade แม้ว่าจะเป็น การโอนที่หักกลับต้นทุนตลอดอายุของข้อตกลงก็ตาม

หลักฐานเดียวที่โจทก์ส่งมาเพื่อหักล้างเงื่อนไขค่าธรรมเนียมของข้อตกลงปี 1997 คือหนังสือรับรองของเขาซึ่งเขาระบุว่าเงินล่วงหน้า 55,000 ดอลลาร์เป็นเงินกู้²¹⁷ และการประเมินสถานะบริการน้ำมัน

²¹⁵ ในคำตอบสั้นๆ เกี่ยวกับการอุทธรณ์โจทก์ระบุว่าศาลพิจารณาคดีมีส่วนร่วมอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในการค้นหาข้อเท็จจริงเมื่อพิจารณาแล้วว่า Sunoco ไม่ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันของเขา เมื่อตั้งข้อสังเกตว่าการปรับปรุงให้ประโยชน์แก่ Hamade มากกว่า Sunoco ศาลพิจารณาคดีก็จำได้ว่าโจทก์ล้มเหลวในการนำเสนอหลักฐานว่าการปรับปรุงดังกล่าวเป็นการถ่ายโอนความมั่งคั่งจาก Hamade ไปยัง Sunoco

²¹⁶ นี่คือปัจจัยตามที่ระบุไว้ในข้อตกลง อย่างไรก็ตามศาลอุทธรณ์ทราบว่าเมื่อนำปัจจัยนี้ไปใช้กับยอดซื้อที่ต้องการของ Hamade จำนวน 5.64 ล้านแกลลอนเป็นที่ชัดเจนว่าตัวเลขนั้นปิดด้วยทศนิยมสองตำแหน่งและปัจจัยที่จำเป็นในการตัดจำหน่ายล่วงหน้าคือ 0.975 เซนต์ (หรือ 0.00975 ดอลลาร์) แกลลอน

²¹⁷ คำให้การนี้ขัดแย้งโดยตรงกับคำให้การของ Hamade ซึ่งเขายอมรับว่าหากเขาปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาเขาจะไม่ถูกผูกมัดที่จะต้องคืนเงินส่วนใดส่วนหนึ่งของ 55,000 ดอลลาร์

ซึ่งโจทก์อ้างว่าระบุว่า Sunoco ประเมินค่าธรรมเนียมทุกแกลลอนที่ขายให้กับ Hamade เพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายล่วงหน้าและอุปกรณ์ที่ยืมมา อย่างไรก็ตามเป็นเพียงข้อกล่าวหาที่เป็นข้อสรุปในหนังสือรับรองที่ไม่มีรายละเอียดเพียงพอที่จะสร้างคำถามที่เป็นข้อเท็จจริงได้ และในทำนองเดียวกันตามที่ระบุไว้ข้างต้นการประเมินสถานีบริการน้ำมันไม่ได้อยู่บน การสนับสนุนของข้อโต้แย้งที่ว่า Sunoco ได้รวมค่าธรรมเนียมที่ซ่อนอยู่ในราคาที่เรียกเก็บจาก Hamade สำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงของเขาและโจทก์ไม่ได้แสดงค่าให้การของพยานที่มีความหมาย การตีความการประเมินสถานีบริการน้ำมัน ดังนั้นค่าให้การของ Hamade และการประเมินสถานีบริการน้ำมันจึงไม่เพียงพอที่จะหักล้างข้อตกลงปี 1997 และการตั้งคำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ว่าเงินล่วงหน้า 55,000 ดอลลาร์นั้นเป็นเงินกู้หรือไม่

ถึงแม้ศาลอุทธรณ์จะสรุปได้ว่าเงินล่วงหน้า 55,000 ดอลลาร์เป็นเงินกู้ที่ Hamade ต้องชำระคืนซึ่ง การชำระคืน 55,000 ดอลลาร์จะไม่ถือว่าเป็นการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ ภายใต้ MFIL การชำระเงินจะไม่ถือเป็นค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ เว้นแต่การชำระเงินนั้นเป็นสิทธิในการทำธุรกิจภายใต้สัญญาแพรนไฮส์ตาม MCL 445.1503 (1) ซึ่งโจทก์ไม่ได้แสดงหลักฐานว่าโจทก์ Hamade ต้องยอมรับเงินกู้จาก Sunoco เพื่อเป็นเงื่อนไขในการทำข้อตกลงปี 1997 ในทำนองเดียวกันการชำระคืนต้นเงินกู้ไม่ใช้การโอนความมั่งคั่งจากแพรนไฮส์ซีไปยัง แพรนไฮส์ซอร์ และในที่สุดแม้ว่าการจ่ายดอกเบี้ยเกินกว่าอัตราที่ตลาดกำหนดจากเงินกู้ที่ผู้ให้บริการแพรนไฮส์ (แพรนไฮส์ซอร์) ต้องการอาจถือเป็นการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อม แต่โจทก์ไม่ได้แสดงหลักฐานใดๆ ว่าเขาถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยใดๆ เลย และเป็นดอกเบี้ยเกินอัตราในตลาดที่ยุติธรรม ดังนั้นเงินล่วงหน้า 55,000 ดอลลาร์แม้ว่าจะเป็นเงินกู้ก็ไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อม

โจทก์ให้เหตุผลว่า Sunoco เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อมกับเขา โดยบังคับให้เข้าร่วมการสัมมนา แม้ว่าการเข้าร่วมสัมมนาที่บังคับซึ่งผู้รับแพรนไฮส์จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมอาจเป็นการชำระค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อม แต่ในกรณีนี้โจทก์ล้มเหลวโดยสิ้นเชิงในการสนับสนุนข้อเรียกร้องที่ว่าเขาต้องเข้าร่วมการสัมมนาและจ่ายค่าธรรมเนียมสำหรับเขา การเข้าร่วมพร้อมหลักฐานที่ยอมรับได้ เชื่อมโยงไปยังข้อความของบันทึกในทางตรงกันข้ามจำเลยนำเสนอหนังสือรับรองของ Thomas E. ตัวแทนจำหน่าย ด้วยเหตุนี้โจทก์จึงล้มเหลวในการตั้งคำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับว่าเขาจ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์ทางอ้อมผ่านการเข้าร่วมสัมมนาภาคบังคับ

ในที่สุดโจทก์ก็ยืนยันว่า Sunoco เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแอบแฝงจากเขาสำหรับการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในแต่ละแกลลอนสำหรับอุปกรณ์ที่ยืมไปมูลค่ากว่า 40,000 ดอลลาร์และไม่สามารถ

จ่ายเงินออกมาได้เนื่องจากการลดภาษีสรรพสามิตน้ำมันเชื้อเพลิงของรัฐบาลกลาง การสนับสนุนที่ชัดเจนเพียงอย่างเดียวของโจทก์สำหรับข้อกล่าวหาเหล่านี้คือการประเมินสถานีบริการน้ำมันและใบแจ้งหนี้ที่ได้หาหรือไปแล้ว เนื่องจากเอกสารเหล่านี้ไม่ได้ระบุอย่างชัดเจนว่า Sunoco ได้เพิ่มค่าธรรมเนียมที่ซ่อนอยู่ในราคาที่ Hamade จ่ายสำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงหลักฐานดังกล่าวของเขาจึงไม่เพียงพอที่จะปฏิเสธหลักฐานที่จำเลยนำเสนอว่า Hamade จ่าย DTW เดียวกันกับราคาที่ตัวแทนจำหน่ายรายอื่นๆ จ่ายในเขตเดียวกันกับเขา

เนื่องจากโจทก์ไม่สามารถแสดงหลักฐานที่เพียงพอที่จะสร้างคำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ว่า Hamade จ่ายค่าธรรมเนียมแพรนไฮส์หรือไม่ศาลพิจารณาคดีจึงตัดสินอย่างถูกต้องว่าข้อตกลงปี 1997 ไม่ใช่แพรนไฮส์ตามวัตถุประสงค์ของ MFIL ดังนั้นการจัดการโดยสรุปของการเรียกร้องของโจทก์ตาม MFIL จึงได้รับการอนุมัติอย่างเหมาะสมโดยศาลพิจารณาคดี

III. การเรียกร้องเรื่องสัญญาและการฉ้อโกง

โจทก์ให้เหตุผลว่าศาลพิจารณาคดีผิดพลาดเมื่อพิจารณาแล้วว่าข้อตกลงที่มีอยู่ในข้อตกลงปี 1997 ห้ามไม่ให้มีการยอมรับหลักฐานภายนอกเพื่อพิสูจน์ว่า Sunoco สัญญากับเขาว่าจะไม่อนุญาตให้มีสถานีบริการน้ำมัน Sunoco อื่นภายในเส้นทางการจราจรเดียวกับสถานีบริการน้ำมันของเขา ด้วยเหตุนี้โจทก์จึงโต้แย้งเพิ่มเติมว่าการจัดการโดยสรุปได้รับการอนุมัติอย่างไม่เหมาะสม ศาลอุทธรณ์ไม่เห็นด้วย ศาลอุทธรณ์ได้มีการพิจารณาทบทวนคำตัดสินของศาลพิจารณาคดีแรกในการพิจารณาคดีที่ให้การจัดการโดยสรุปของการเรียกร้องเหล่านี้ ศาลนี้ยังตรวจสอบการพิจารณาคดีใหม่เกี่ยวกับการตีความสัญญาที่เหมาะสม

โจทก์โต้แย้งในศาลพิจารณาคดีว่า Sunoco ละเมิดข้อตกลงปี 1997 เมื่อมีการอนุญาตให้เปิดสถานีบริการน้ำมัน Sunoco อีกแห่งซึ่งเปิดบนถนนเดียวกับสถานีบริการน้ำมันของ Hamade โดยในการสนับสนุนข้อโต้แย้งนี้โจทก์ได้แสดงหลักฐานว่า Sunoco ชักจูงให้ Hamade เข้าร่วมในข้อตกลงปี 1997 โดยให้สัญญากับเขาว่า Sunoco จะไม่อนุญาตให้มีสถานีบริการน้ำมัน Sunoco อื่นเปิดภายในระยะทาง 3-5 ไมล์จากสถานีบริการน้ำมันของ Hamade ในเส้นทางการจราจรเดียวกัน โจทก์ยังยืนยันว่าหลักฐานเดียวกันนี้สนับสนุนข้อเรียกร้องเรื่อง การฉ้อโกงของเขา ศาลพิจารณาคดีไม่เห็นด้วย และตัดสินว่าโจทก์ถูกห้ามโดยหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) ในการไม่ให้นำเสนอหลักฐานนี้เพื่อเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขที่ไม่ชัดเจนของข้อตกลง ปี 1997 และด้วยเหตุนี้จึงตัดสินว่าสัญญาของโจทก์และการเรียกร้องการฉ้อโกงจะต้องล้มเหลว และในการอุทธรณ์โจทก์ให้เหตุผลว่าศาลพิจารณาคดีผิดพลาดในการใช้หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วย

วาจา (Parol Evidence) เพื่อห้ามไม่ให้หลักฐานที่ Sunoco สัญญา กับ Hamade เป็นการจำกัดสิทธิเฉพาะด้านอาณาเขตหรือพื้นที่ในการจำหน่าย (Exclusive Territory)

ในคดี UAW-GM Human Resource Center v KSL Recreation Corp, 228 Mich. App. 486, 492; 579 N.W.2d 411 (1998) ศาลได้อธิบายลักษณะของหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) เอาไว้ว่า

หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) อาจสรุปได้ดังนี้ หลักฐานในการเจรจาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาหรือข้อตกลงก่อนหน้าหรือปัจจุบันที่ขัดแย้งหรือเปลี่ยนแปลงสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรจะไม่อนุญาตให้เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาที่ชัดเจนและไม่คลุมเครือ ซึ่งกฎนี้ยอมรับว่าในเกือบทุกตราสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นหลักฐานกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา ซึ่งรวมอยู่ในนั้น เหตุผลในทางปฏิบัติสำหรับ หลักกฎหมายนี้อยู่ที่ความมั่นคงที่ให้กับสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรมิฉะนั้นฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอาจหลีกเลี่ยงภาระหน้าที่ของตนโดยการเป็นพยานว่าข้อตกลงด้วยวาจาในเวลาเดียวกันได้ปล่อยเขาออกจากหน้าที่ที่เขาได้สันนิษฐานไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในเวลาเดียวกัน กล่าวอีกนัยหนึ่งหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา กล่าวถึงข้อเท็จจริงที่ว่า ฝ่ายที่ผิดหวังจะมีแรงจูงใจที่ดีในการอธิบายสถานการณ์ในรูปแบบที่หลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งของสัญญาของพวกเขา (Cambridge: Harvard University Press, 1981)

แม้ว่าหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจาโดยทั่วไปจะห้ามไม่ให้ส่งหลักฐานภายนอก แต่ก็มีข้อยกเว้นสำหรับการบังคับใช้ ประการแรกเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในการใช้หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา ว่ามีการค้นพบว่าทั้งสองฝ่ายตั้งใจให้เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นการแสดงออกที่สมบูรณ์ของข้อตกลงของพวกเขาในเรื่องที่ครอบคลุม ด้วยเหตุนี้หลักฐานโดยอ้อมของข้อตกลงหรือการเจรจาก่อนหน้าหรือปัจจุบันจึงเป็นสิ่งที่ยอมรับได้เนื่องจากมีคำถามเกี่ยวกับเกณฑ์นี้ว่าเครื่องมือที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นข้อตกลงที่รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือไม่ ประการที่สองอาจมีการนำเสนอหลักฐานภายนอกเพื่อโจมตีความถูกต้องของสัญญาโดยรวม ดังนั้นอาจมีการนำเสนอหลักฐานภายนอกเพื่อแสดง (1) ว่าการเขียนนั้นเป็นการหลอกลวงไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างนิติสัมพันธ์ (2) ว่าสัญญาไม่มีประสิทธิภาพหรือผลใดๆ เนื่องจากเป็นการฉ้อโกงที่ผิดกฎหมายหรือความผิดพลาด (3) ว่าทั้งสองฝ่ายไม่ได้รวมข้อตกลงหรือยินยอมให้เป็นศูนย์รวมสุดท้ายของความเข้าใจ หรือ (4) ว่าข้อตกลงดังกล่าวถูกรวมเข้าด้วยกันเพียงบางส่วน เนื่องจากองค์ประกอบที่สำคัญไม่ได้ถูกลดทอนให้เป็น ลายลักษณ์อักษร

ปัจจุบันในคดีโจทก์ไม่ได้โต้แย้งว่าสัญญาดังกล่าวเป็นการหลอกลวงที่ผิดกฎหมายหรือเป็นผลมาจากความผิดพลาด แต่โจทก์ก็ให้เหตุผลว่าเขาถูกชักจูงโดยฉ้อโกงให้ดำเนินการตามข้อตกลงที่ไม่สมบูรณ์โดยตัวแทนของ Sunoco เขาไม่จำเป็นต้องมีคำสั่งเรื่องการกำหนดอาณาเขตพิเศษในการเปิดสถานีบริการน้ำมันเนื่องจากเป็นนโยบายของ Sunoco ที่จะไม่อนุญาตให้เปิดสถานีบริการน้ำมัน Sunoco แห่งใหม่ภายในระยะ 3-5 ไมล์จากสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่ แม้ว่าโจทก์จะอ้างว่าข้อตกลงปี 1997 ไม่สมบูรณ์ แต่ก็มีส่วนที่รวมกันดังต่อไปนี้

หมายเหตุถึงตัวแทนจำหน่าย: ก่อนที่จะลงนามในพื้นที่ที่ระบุไว้ด้านล่างนี้คุณควรอ่านทุกส่วนของข้อตกลงนี้อย่างละเอียดซึ่งเป็นเอกสารที่มีผลผูกพันทางกฎหมายซึ่งประกอบด้วยส่วนต่างๆ และสิ่งที่แนบมา (รวมถึงส่วนเสริมทั้งหมด การแก้ไขและบทสรุป) นี่เป็นข้อตกลงทั้งหมดระหว่างบริษัทและตัวแทนจำหน่ายและการรวมกันและกำกับดูแลทุกข้อตกลงที่มีมาก่อน การทำความเข้าใจการรับรองและการรับประกัน (ทางวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษรโดยชัดแจ้งหรือโดยนัย) ที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินการของตัวแทนจำหน่าย ไม่มีการแก้ไขหรือทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อตกลงนี้จะมีผลผูกพัน ไม่ว่าจะเป็นลายลักษณ์อักษรและลงนามโดยตัวแทนที่ได้รับอนุญาตของบริษัท

ข้อกำหนดข้อนี้ปรากฏขึ้นที่ด้านบนของหน้าซึ่งมีบรรทัดลายเซ็นสำหรับคู่สัญญา ซึ่งไม่มีคำสั่งอื่นๆ ปรากฏในหน้านี้ และนอกจากนี้ยังมีประโยคที่คล้ายกันมากปรากฏอยู่ที่ข้อ 3.25 (d) ของข้อตกลงปี 1997 ดังนั้น ด้วยเงื่อนไขที่ไม่ชัดเจนข้อตกลงปี 1997 จึงแสดงถึง ข้อตกลงทั้งหมดระหว่าง Sunoco และ Hamade และ ข้อตกลงความเข้าใจ การรับรองและการรับประกันใดๆ ก่อนหน้านี้จึงถูกรวมเข้าด้วยกันและถูกแทนที่ด้วยข้อตกลง ในกรณีที่คู่สัญญาได้รวมข้อสรุป การรวมหรือการควมรวมแบบชัดแจ้งไว้ภายในข้อตกลงเป็นข้อสรุปและไม่อนุญาตให้มีการกล่าวอ้างใช้เป็นหลักฐานเพื่อแสดงว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่ได้รวมเข้าด้วยกัน ยกเว้นในกรณีที่มีการฉ้อโกงที่ทำให้การรวมกันของข้อตกลงเป็นโมฆะหรือข้อตกลงที่เห็นได้ชัดเป็นข้อตกลงที่ไม่สมบูรณ์และด้วยเหตุนี้ หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) จึงจำเป็นสำหรับการเติมในช่องว่างซึ่งข้อตกลงปี 1997 มีรายละเอียดและสมบูรณ์ในตัวเองอยู่แล้ว ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องเติมช่องว่าง ดังนั้นโจทก์จึงเหลือเพียงการอ้างว่าการเป็นตัวแทนของ Sunoco เป็นการฉ้อโกง

โดยทั่วไปแล้วหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ใน การแสดงให้เห็นในประเด็นเรื่องการฉ้อโกงซึ่งหากพิสูจน์ได้ว่าจะทำให้สัญญาเป็นโมฆะโดยฝ่ายผู้บริสุทธิ์

อย่างไรก็ตามในบริบทของการรวมกันของข้อตกลงซึ่งเผยแพร่เรื่องการอ้างสิทธิก่อนหน้านี้ทั้งหมดจะมีการฉ้อโกงบางประเภทเท่านั้นที่จะทำให้สัญญาเป็นไปได้ 3 Corbin, Contracts, § 578, p 411, states in part ในการกำหนดเรื่องการฉ้อโกงมันไม่เพียงพอเพียงที่จะแสดงให้เห็นว่าการเขียนระบุว่าไม่มีข้อตกลงก่อนหน้านี้เมื่อข้อเท็จจริงว่ามีการทำข้อตกลงกัน โดยการแสดงหรือการปกปิดซึ่งฝ่ายหนึ่งชักจูงให้อีกฝ่ายหนึ่งทำสมมติว่าข้อตกลงก่อนหน้านี้เป็นการรวมกันอยู่ในการเขียนหรือลืมข้อตกลงนั้นและเป็นการดำเนินการเขียนที่ไม่สมบูรณ์ในขณะที่อธิบายว่าสมบูรณ์บัพัญญูดีที่เป็นลายลักษณ์อักษรดังกล่าวนั้นอาจเป็นโมฆะเนื่องจากการฉ้อโกง

กล่าวอีกนัยหนึ่งในขณะที่โดยทั่วไปอนุญาตให้ใช้หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) เพื่อพิสูจน์การฉ้อโกง แต่การฉ้อโกงที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงด้วยวาจาที่ถูกทำให้เป็นโมฆะโดยการรวมกันของข้อตกลงที่ถูกต้องจะไม่มีผลต่อความถูกต้องของสัญญา ดังนั้นเมื่อสัญญามีเงื่อนไขในการรวมกันที่ถูกต้อง การฉ้อโกงเพียงอย่างเดียวที่สามารถทำให้สัญญาเป็นจริงได้คือการฉ้อโกงที่จะทำให้ส่วนของการรวมกันเป็นโมฆะกล่าวคือการฉ้อโกงที่เกี่ยวข้องกับมาตรการรวมกันหรือการฉ้อโกงที่ทำให้ไม่ถูกต้องในสัญญาทั้งหมดรวมทั้งเงื่อนไขของการรวมกันของข้อตกลง 3 Corbin, Contracts, § 578.

ในกรณีปัจจุบันการเรียกร้องการฉ้อโกงของโจทก์ขึ้นอยู่กับความเป็นตัวแทนด้วยวาจาโดย Sunoco ที่จะไม่อนุญาตให้มีสถานีบริการน้ำมัน Sunoco ที่อยู่ห่างจากสถานีบริการน้ำมันของ Hamade ภายในระยะทาง 3-5 ไมล์ เนื่องจากการเป็นตัวแทนนี้ถูกลบล้างอย่างชัดเจนโดยการรวมกันของข้อตกลง หากการรวมกันดังกล่าว ถูกต้องการฉ้อโกงจากการเป็นตัวแทนนี้จะไม่มีผลต่อความถูกต้องของสัญญา ดังนั้นโจทก์ต้องแสดงให้เห็นว่าการฉ้อโกงที่เป็นปัญหาทำให้การรวมกันของข้อตกลงเป็นโมฆะ

โจทก์ไม่ได้โต้แย้งว่าเขาหลงเชื่อว่าข้อตกลงปี 1997 มีข้อตกลงที่ทำให้เขามีอาณาเขตแต่เพียงผู้เดียว แต่โจทก์ให้เหตุผลว่าเขาถูกชักจูงให้ทำข้อตกลงที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งอธิบายว่าตัวเองสมบูรณ์เพื่อที่จะได้รับชัยชนะในทฤษฎีนี้โจทก์ต้องแสดงให้เห็นไม่เพียง แต่เขาร้องขอให้มีการรวมมาตราเพื่อรับรองว่าเขามีอาณาเขตแต่เพียง ผู้เดียว แต่ยังเป็นผลมาจากการเป็นตัวแทนที่ฉ้อโกงของ Sunoco เขาถูกชักจูงให้ลืมเกี่ยวกับการรวมข้อตกลงนั้น และลงนามข้อตกลงที่ละวันในขณะที่อธิบายว่าตัวเองเป็นข้อตกลงทั้งหมดของคู่สัญญา ด้วยการรับของเขาเอง Hamade ไม่ลืมเกี่ยวกับการรวมข้อตกลงเข้าด้วยกัน แต่เขาเลือกที่จะละทิ้งข้อกำหนดสำหรับอาณาเขตพิเศษบนพื้นฐานของการเป็นตัวแทนที่ถูกกล่าวหาของ Sunoco Hamade รู้ดีว่าข้อตกลงที่เขาลงนามนั้นไม่มีข้อกำหนดที่อนุญาตให้เขามี

อาณาเขตแต่เพียงผู้เดียว ข้อเรียกร้องเพียงประการเดียวของเขาในการอุทธรณ์คือเขาถูกชักจูงให้เชื่อว่าเขาไม่ต้องการประโยคดังกล่าว นอกจากนี้ข้อตกลงปี 1997 ยังมีข้อกำหนดที่ชัดเจนเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจของ Sunoco ในการอนุญาตให้มีสถานบริการน้ำมัน Sunoco อีกแห่งหนึ่ง ใกล้กับสถานี ของ Hamade ตามข้อ 3.24 (a) (2) Hamade ซึ่งรับประกันกับ Sunoco ว่า

ไม่มีคำสัญญา การเรียกร้องหรือการรับรองใดๆ ที่ทำกับ Hamade โดย [Sunoco] หรือ ตัวแทนใดๆ รวมถึง แต่ไม่จำกัดเพียงสัญญา (i) เกี่ยวกับราคา คุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์และ บริการที่ขายหรือจัดทำโดย Sunoco (ii) สภาพการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ยืมมาในอนาคต (iii) สภาพตลาดในปัจจุบันหรืออนาคตหรือกิจกรรมการแข่งขันที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในข้อตกลงนี้

ในแง่ของการรับประกันนี้โจทก์ไม่สามารถอ้างได้ในขณะนี้ว่าการไม่มีอาณาเขตพิเศษภายใน ข้อตกลง ปี 1997 ทำให้ข้อตกลงไม่สมบูรณ์

โจทก์ล้มเหลวในการแสดงให้เห็นถึงการฉ้อโกงที่จะทำให้การรวมกันของข้อตกลงเป็นการการ ผสานรวมที่ทำให้เป็นโมฆะหรือทำให้สัญญาทั้งหมดเป็นโมฆะ นอกจากนี้เนื่องจากข้อตกลงที่สมบูรณ์ที่ ถูกต้องทำให้ข้อตกลงความเข้าใจ การรับรองและการรับประกันก่อนหน้านี้และในขณะเดียวกัน ทั้งหมดเป็นโมฆะ โจทก์ไม่สามารถใช้หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) เพื่อขัดแย้งกับเงื่อนไขที่ชัดเจนของการรวมกันของข้อตกลง ดังนั้นการเรียกร้องในเรื่องสัญญาของ โจทก์จะต้องล้มเหลว ดังนั้นการอ้างสิทธิ์ของโจทก์โดยอาศัยการฉ้อโกงแบบเงิบ การบิดเบือนความ จริงที่เป็นการฉ้อโกงและการบิดเบือนความจริงซึ่งทั้งหมดนี้ต้องอาศัยการบิดเบือนความจริง ดังนั้น ศาลพิจารณาคดีจึงพิจารณาคดีไม่ผิดพลาดเมื่อมีการจำหน่ายคดีโดยสรุปเพื่อสนับสนุนจำเลยเกี่ยวกับ สัญญาของโจทก์และการเรียกร้องเรื่องการฉ้อโกง

โจทก์ยังให้เหตุผลว่าหลักฐานภายนอกเป็นสิ่งที่ยอมรับได้เพื่อแสดงว่าไม่มีการยินยอม ร่วมกันในข้อตกลงที่มีการรวมกันซึ่งมีอยู่ในข้อตกลงปี 1997 โจทก์อาศัยความไม่เห็นด้วยใน UAW- GM ซึ่งโต้แย้งว่าหลักฐานภายนอกเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ สำหรับคำถามเกณฑ์ว่าคู่สัญญายินยอมให้ เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นสัญญา โดยสมบูรณ์แบบ แม้ว่าสัญญาจะมีข้อตกลงที่รวมกันหรือ การรวมเข้าด้วยกันก็ตาม อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ การปฏิเสธข้อโต้แย้งของผู้ไม่เห็นด้วยที่ว่าหลัก กฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ในการพิสูจน์ว่าสัญญา ไม่ได้มีการยอมรับว่าเป็นสัญญาที่สมบูรณ์แบบเมื่อสัญญาดังกล่าวมีประโยคของการรวมกันของ ข้อตกลงแบบชัดเจน เนื่องจากความเห็นส่วนใหญ่มีผลผูกพันตามแบบอย่างตาม MCR 7.215 (J) (1)

การที่โจทก์ยึดโยงกับความเห็นไม่ตรงกันจึงคลาดเคลื่อนไปหรือเอกสารลายลักษณ์อักษรอื่นๆ ที่ลงนามโดยคู่สัญญาโดยเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์แฟรนไชส์

IV. บทสรุป

เนื่องจาก Hamade ไม่ได้จ่ายมีการค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมตามที่กำหนดโดย MCL 445.1503 (1) โดยข้อตกลงปี 1997 จึงไม่มีลักษณะเป็น แฟรนไชส์ ภายใต้ MCL 445.1502 (3) ดังนั้นข้อตกลงปี 1997 จึงไม่อยู่ภายใต้ข้อกำหนดที่กำหนดโดย MFIL และการจัดการโดยสรุปของการเรียกร้อง MFIL ของโจทก์จึงได้รับอนุญาตอย่างเหมาะสม ในทำนองเดียวกันศาลพิจารณาคดีแรกที่ได้พิจารณาอย่างถูกต้องว่าตามหลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานด้วยวาจา (Parol Evidence) ซึ่งโจทก์ไม่สามารถแสดงหลักฐานภายนอกที่ขัดแย้งหรือเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของข้อตกลงฉบับสมบูรณ์ในปี 1997 ได้ ดังนั้นการจำหน่ายคดีโดยสรุปของสัญญาของโจทก์และการเรียกร้องการฉ้อโกงจึงได้รับอย่างการพิจารณาอย่างถูกต้องเช่นกัน

จากการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ศาลอุทธรณ์ไม่จำเป็นต้องพูดถึงข้อโต้แย้งของโจทก์ว่าข้อตกลงปี 1997 ไม่ได้รับการยกเว้นจากข้อกำหนดที่กำหนดโดย MFIL ตามข้อยกเว้นที่ระบุไว้ใน MCL 445.1506 (1) (e) หรือหลักกฎหมายเกี่ยวกับการสูญเสียทางเศรษฐกิจ ไม่ระงับโดยการฉ้อโกงหรือการเรียกร้อง MFIL ของเขา นอกจากนี้ศาลอุทธรณ์ยังปฏิเสธที่จะกล่าวถึงข้อเรียกร้องของโจทก์ที่ว่าหลักกฎหมายเกี่ยวกับการสูญเสียทางเศรษฐกิจไม่ได้ขัดขวางการแทรกแซงซึ่งละเมิดสิทธิของเขากับการเรียกร้องในความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และในการอุทธรณ์โจทก์ล้มเหลวในการเพิ่มเติมและสรุปข้อโต้แย้งที่ตั้งคำถามถึงความถูกต้องของการให้ศาลพิจารณาคดีโดยสรุปเกี่ยวกับข้อเรียกร้องนี้ ดังนั้นข้อเรียกร้องใดๆ ของโจทก์จึงถูกยกเลิกเกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการให้การจัดการโดยสรุปเกี่ยวกับการเรียกร้องเรื่องการแทรกแซงที่เป็นการละเมิดสิทธิของโจทก์ ศาลอุทธรณ์ยืนยันตามศาลชั้นต้น (ศาลพิจารณาคดีแรก)

3.1.6.2 Four Corners Serv. Station v. Mobil Oil Corp., 1993 U.S. Dist.

ตัดสินโดย United States Court of Appeals, First Circuit.

ตัดสินเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 1995

II. ข้อเท็จจริง

Four Corners ผู้จัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเป็นบริษัทใน Massachusetts ซึ่งมีสถานประกอบธุรกิจหลักใน Three Rivers, Massachusetts Mobil เป็นบริษัทใน New York ที่ได้รับอนุญาตให้ทำธุรกิจใน Massachusetts ในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

Mobil มีความสัมพันธ์แบบแฟรนไชส์กับผู้ประกอบการประเภท OG&L Dealers, N-Dealers และผู้จัดจำหน่ายแบบขายส่ง ซึ่งในส่วนของตัวแทนจำหน่าย OG&L Mobil เป็นเจ้าของ (หรือเช่าจากบุคคลที่สาม) ทรัพย์สินอาคารสถานบริการน้ำมัน ถังเก็บน้ำมันใต้ดินและตู้จ่ายน้ำมัน โดย Mobil จะส่งน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับตัวแทนจำหน่าย OG&L และเรียกเก็บเงินจากตัวแทนจำหน่าย OG&L ในราคาสำหรับการเช่าทรัพย์สิน

ในส่วนของ N-Dealer Mobil จะไม่มีกรรมสิทธิ์หรือผลประโยชน์ในการเช่าสังหาริมทรัพย์อาคารใดๆ ถังเก็บเชื้อเพลิงใต้ดินหรืออุปกรณ์อื่นๆ Mobil มีเพียงหน้าที่ในการจัดหาด้วยน้ำมันเชื้อเพลิงให้แก่ N-Dealer ตามข้อตกลงของ N-Dealer และสำหรับผู้จัดจำหน่ายที่ขายส่งโดยทั่วไปแล้ว Mobil ไม่มีผลประโยชน์ด้านอสังหาริมทรัพย์ในสถานบริการน้ำมันใดๆ ที่ดำเนินการโดยผู้จัดจำหน่ายขายส่งหรือโดยลูกค้ารายใดก็ตาม ผู้จัดจำหน่ายขายส่งตกลงที่จะซื้อและ Mobil ตกลงที่จะขายน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณขั้นต่ำจำนวนหนึ่งและตามข้อตกลงของผู้จัดจำหน่ายซึ่งผู้จัดจำหน่ายขายส่งตกลงที่จะใช้ความพยายามอย่างดีที่สุดและจะดำเนินการโดยสุจริตและการตรวจสอบสถานะมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการขายและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ขายในข้อตกลงของผู้ค้าส่งตามมาตรา 4 (b)

ทั้งสองฝ่ายกำหนดให้ Four Corners เป็นผู้จัดจำหน่ายค้าส่งและเมื่อได้ทำข้อตกลงผู้จัดจำหน่ายกับ Mobil ในปี 1984 และยังคงเป็นผู้จัดจำหน่ายค้าส่งจนกว่า Mobil จะไม่ต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ ในปี 1987 Four Corners ทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่มีตรา Mobil ประมาณ 60 ปีเริ่มตั้งแต่ในปี 1926 ข้อตกลงแฟรนไชส์หรือที่เรียกว่าข้อตกลงผู้จัดจำหน่ายขายส่งเชื้อเพลิงยานยนต์ที่เป็นประเด็นในการดำเนินคดีนี้ได้ดำเนินการเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 1984 ระหว่าง Mobil และ Four Corners ซึ่งสัญญาแฟรนไชส์มีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 1984 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 1987

ตามข้อตกลงแฟรนไชส์ Mobil มีหน้าที่ต้องจัดหาเชื้อเพลิงยานยนต์และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ ให้กับ Four Corners และ Four Corners ได้รับอนุญาตและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าของ Mobil ที่เกี่ยวข้องกับการขายและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่มีตรา Mobil และนอกจากนี้ข้อตกลงแฟรนไชส์กำหนดให้ Four Corners ต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงโดยมีการกำหนดกลลอนขั้นต่ำรายเดือนที่ต้องซื้อในแต่ละเดือน ซึ่งภายใต้พระราชบัญญัติ PMPA Four Corners ต้องดำเนินการสถานบริการน้ำมันเป็นเวลา 7 วันติดต่อกัน 15 U.S.C. § 2802(c)(9)(A).

Four Corners นอกเหนือจากการให้บริการลูกค้าผ่านปั๊มที่สถานีบริการน้ำมันแล้วยังมีฟาร์ม และ บัญชีการค้าประมาณ 70 บัญชี ในปี 1987 ก่อนที่จะมีการค้นพบการปนเปื้อนของน้ำใต้ดิน ในทรัพย์สินของ Four Corners ได้รับบัญชีทางการค้าที่สำคัญกับกรมตำรวจ Palmer แม้จะมีบัญชีการค้าเหล่านี้ Four Corners เชื่อว่าร้อยละ 99 ของธุรกิจทำผ่านลูกค้ารายย่อยที่ปั๊มไม่ใช่ผ่านบัญชีการค้า

เนื่องจากปัญหาด้านสุขภาพและการเงินที่ร้ายแรง Richard Tenczar (Tenczar) ซึ่งเป็นเจ้าของ Four Corners จึงเริ่มต้นเตรียมการที่จะขายสิทธิในการเป็นผู้จัดจำหน่ายของ Four Corners ซึ่งบริษัทที่สนใจจะซื้อ Four Corners ได้แก่ B.T. Energy ซึ่งขอให้ Tenczar ได้รับการประเมินสถานที่ด้านสิ่งแวดล้อม เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 1987 องค์กรที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม (Corporate Environmental Advisors หรือ CEA) ได้ทำการประเมินพื้นที่ด้านสิ่งแวดล้อมและพบว่ามีการปนเปื้อนน้ำมันเชื้อเพลิงที่อยู่ใต้ดินซึ่งอยู่ใต้ทรัพย์สินของพื้นที่ดังกล่าว การปนเปื้อนส่วนใหญ่เกิดจากการรั่วไหลของถังเก็บน้ำมันใต้ดิน ซึ่งในสถานที่นั้นมีถังเก็บน้ำมันใต้ดิน 6 ถัง ถังที่ใหญ่ที่สุดคือถังเหล็กผนังเดี่ยวขนาด 20,000 แกลลอนจำนวน 2 ถังได้รับการติดตั้งโดยพนักงานคนหนึ่งของ Tenczar ในช่วงระหว่างปี 1956 ถึง 1969 ถัง 3 ถังเป็นถังเหล็กผนังเดี่ยวขนาด 5,000 แกลลอนซึ่งพนักงานของ Tenczar อีกคนหนึ่งติดตั้ง บางจุดก่อนปี 1956 และ Tenczar ได้ติดตั้งถังสุดท้ายในปี 1978 ซึ่งเป็นถังเหล็กผนังเดี่ยว 2,000 แกลลอน และไม่เคยมีการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนถังใบใดเลย

ทั้งสองฝ่ายส่งหลักฐานเกี่ยวกับการทดสอบถังเก็บน้ำมันใต้ดินและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการทดสอบถังเก็บน้ำมันใต้ดิน ซึ่งหลักฐานเปิดเผยว่าทุกสัปดาห์ Tenczar จะปักลงไปถังเพื่อตรวจสอบว่ามีน้ำอยู่ในถังหรือไม่ ซึ่งในการพิจารณาเรื่องนี้ Tenczar จะวางสารประกอบพิเศษที่เรียกว่า Paste ไว้ที่ด้านล่างของแท่งวัดที่ทำด้วยไม้แล้ววางแท่งลงในถัง หากเนื้อครีมเปลี่ยนเป็นสีน้ำเงินแสดงว่ามีน้ำอยู่ในถัง โดย Tenczar เรียกคืน Paste ที่เปลี่ยนเป็นสีน้ำเงินเพียงครั้งเดียวโดยสะท้อนถึงน้ำประมาณ 1 นิ้วที่ด้านล่างของถังสูบน้ำหนึ่งถัง แม้จะอ่านค่าถังเก็บทุกสัปดาห์แต่ Tenczar ก็ไม่เคยบันทึกการอ่านไว้เลย ต่อมาในเดือนมีนาคม 1987 น้ำมันเชื้อเพลิงถูกสูบออกจากถัง และในเดือนมิถุนายน 1987 เมื่อ DEP ถอดถังเก็บออกถังหนึ่งมีก็พบว่ามี Wet Spot อยู่และมีการปนเปื้อนอยู่ในบริเวณรอบๆ ถังซึ่งมีแนวโน้มที่จะบ่งชี้ว่ามีการรั่วไหลของถังน้ำมันใต้ดิน

โดยผลจากการประเมินพื้นที่ด้านสิ่งแวดล้อม CEA ได้ส่งรายงานที่เปิดเผยการปนเปื้อนไปยังกรมวิศวกรรมคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งแมสซาชูเซตส์ (Massachusetts Department of Environmental Quality Engineering หรือ DEQE) ซึ่งปัจจุบันเรียกว่า Department of

Environmental Protection (DEP) เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 1987 DEP ได้ออกประกาศความรับผิดชอบและได้รับคำสั่งให้ Tenczar นำน้ำมันเชื้อเพลิงออกจากถังเก็บน้ำมัน ใต้ดินและนำดินที่ปนเปื้อนออกจากพื้นที่ เมื่อ DEP รู้สึกว่า Tenczar ไม่ตอบสนองต่อความต้องการในเวลาที่เหมาะสม DEP ได้ใช้บริษัท Clean Harbours, Inc. ย้ายถังเก็บน้ำมันในทันที แต่อย่างไรก็ตามดินที่ปนเปื้อนจำนวนมากศาลยังคงกองอยู่บนทรัพย์สินของ Tenczar ซึ่งการขนย้ายก็ยังคงดำเนินต่อไปได้ตั้งจนกระทั่งในปี 1988 ก็ได้ทำความสะอาดจนเสร็จสมบูรณ์

เมื่อพบการปนเปื้อน Tenczar ได้ติดต่อกับ Mobil เพื่อเปิดเผยสถานการณ์และอธิบายว่าหากไม่มีถังเก็บน้ำมันเขาจะไม่สามารถซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำตามที่กำหนดได้ โดยในจดหมายลงวันที่ 25 มีนาคม 1987 Tenczar ได้อธิบายปัญหาสิ่งแวดล้อมและขอความช่วยเหลือใดๆ ที่ Mobil สามารถช่วยเหลือได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบของคำแนะนำเกี่ยวกับ Superfund (พระราชบัญญัติการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมการชดเชยและความรับผิดชอบที่ครอบคลุม ของสหรัฐอเมริกา) และในช่วงต้นเดือนมิถุนายน 1987 Tenczar ได้ติดต่อกับ Mobil เพื่อขอให้ตัวแทนไปเยี่ยมชมพื้นที่เพื่อประเมินสถานการณ์

เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 1987 ตัวแทนของ Mobil ได้แก่ Oscar Aubin ตัวแทนฝ่ายการตลาดของ Mobil สำหรับ Springfield Area และ Michael Urbonas ผู้จัดการพื้นที่ได้ไปเยี่ยม Four Corners ตามที่ Tenczar ร้องขอ และขณะอยู่ที่พื้นที่นั้น Tenczar ได้ร้องขอความช่วยเหลือจาก Mobil และตัวแทนชี้แจงกับ Tenczar ว่าเนื่องจาก Mobil ไม่ได้เป็นเจ้าของทรัพย์สินจึงไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม และนอกจากนี้ตัวแทนยังแจ้งให้ Tenczar ทราบว่าที่ผ่านมา Mobil ไม่เคยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้จัดจำหน่ายในสถานการณ์เช่นนี้ และในการประชุมเดือนมิถุนายน 1987 Tenczar ได้แสดงให้เห็นตัวแทนของ Mobil เห็นหลุมขนาดใหญ่บนพื้นซึ่งครั้งหนึ่งเคยมีถังเก็บน้ำมันรวมทั้งกองดินขนาดใหญ่ที่กองอยู่รอบๆ สถานีบริการน้ำมัน และด้วยความโกรธและผิดหวังที่ไม่ได้รับความช่วยเหลือจาก Mobil Tenczar กล่าวกับตัวแทนว่าเขากำลังมองหาผู้ผลิตรายอื่นที่ยินดีให้ความช่วยเหลือทางการเงินเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของเขา และในการตอบสนองเมื่อทราบถึงความไม่เป็นไปได้ของการมีอยู่ของผู้ผลิตดังกล่าว Urbonas จึงสนับสนุนให้ Tenczar ค้นหาผู้ผลิตดังกล่าวหากมี และตัวแทนของ Mobil ก็ได้ออกจากพื้นที่ของ Four Corners โดยไม่ได้ให้สัญญาว่า Tenczar จะให้ความช่วยเหลือใดๆ

หลังจากการเยี่ยมชม Four Corners ในวันที่ 7 กรกฎาคม 1987 Urbonas ได้ทำสรุปข้อมูลข้อเสนอต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสถานีบริการน้ำมันของ Four Corners ในการสรุปข้อมูลนี้ Urbonas เสนอ

ให้ต่ออายุสัญญา แพรนไฮส์กับ Four Corners ด้วยปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงขั้นต่ำที่มีอยู่ในแต่ละเดือน แม้ว่า Four Corners จะไม่ได้ซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงใดๆ เลยตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 1987 ในช่วงการพิจารณา Urbonas ให้การว่าการสรุปข้อเสนอนี้เป็นเพียงการเตรียมการเพื่อก้าวไปสู่ข้อเสนอที่เป็นทางการและไม่ได้ถือเป็นคำแนะนำขั้นสุดท้ายในการต่ออายุข้อตกลงแพรนไฮส์ของ Four Corners

ในความเป็นจริงที่เกิดขึ้น Tenczar อ้างว่าการติดต่อครั้งต่อไปที่เขาได้รับจาก Mobil คือ โทรศัพท์จาก Aubin ในเดือนตุลาคม 1987 การโต้แย้งเรื่องนี้ Mobil ยืนยันว่า บริษัท ได้ส่งจดหมายโต้ตอบกับ Tenczar ลงวันที่ 19 สิงหาคม 1987 เพื่อแจ้งให้ Tenczar ทราบว่าหากเขาไม่ทำตามภาระผูกพันตามสัญญาของเขาก่อนที่สัญญาปัจจุบันจะสิ้นสุดลงในวันที่ 31 ตุลาคม 1987 Mobil จะไม่ต่อสัญญา ซึ่ง Tenczar ได้ปฏิเสธการรับจดหมายฉบับนี้ และเมื่อ Aubin ติดต่อ Tenczar ในตอนแรกเขาได้สอบถามว่า Tenczar ว่าได้รับการติดต่อเป็นลายลักษณ์อักษรจาก Mobil หรือไม่ Tenczar ตอบว่าเขาไม่ได้รับการติดต่อ

เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 1987 Tenczar ได้รับหนังสือแจ้งการไม่ขอต่ออายุสัญญาจาก Aubin ในตอนแรก Urbonas ขอยุติข้อตกลงแพรนไฮส์จาก Tenczar ในรูปแบบของการตกลงร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตาม Tenczar ปฏิเสธที่จะลงนามในข้อตกลงการยกเลิกร่วมกัน โดยหนังสือแจ้งการไม่ต่ออายุยกเลิกสัญญาแพรนไฮส์จะมีผลตั้งแต่วันที่ 7 มีนาคม 1988 เป็นต้นไป ด้วยเหตุผลเนื่องจาก Four Corners ละเมิดข้อกำหนดบางประการของข้อตกลงโดยเฉพาะได้แก่ (1) ความล้มเหลวในการปฏิบัติตามข้อกำหนดการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณขั้นต่ำตามที่กำหนด (2) การทำความสะอาดสิ่งปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมแบบเจือจาง และ (3) การปิดสถานีบริการน้ำมันเกิน 7 วันติดต่อกัน

ตั้งแต่ประมาณเดือนมีนาคม 1987 Terry O'Connor ผู้จัดการจำหน่ายเชื้อเพลิงเครื่องยนตร์รายอื่นในพื้นที่ได้พยายามที่จะซื้อ Four Corners จาก Tenczar โดยผ่านขั้นตอนการตรวจสอบการปนเปื้อนและการกำจัดดิน และ O'Connor ให้คำแนะนำแก่ Tenczar และช่วย Tenczar ทำสัญญากับผู้รับเหมาในธุรกิจกำจัดดิน และในที่สุดเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 1988 O'Connor ได้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งอยู่ที่ Four Corners จาก Tencza เมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 1988 Tenczar ได้โอนหุ้นของ Four Corners ทั้งหมดให้กับ O'Connor's Service Station, Inc. ซึ่งเดิมที O'Connor ได้ทำข้อตกลงแพรนไฮส์กับ British Petroleum (BP) สำหรับพื้นที่ของ Four Corners และจากนั้น Four Corners ก็เปลี่ยนมาใช้้ำมันเบนซินยี่ห้อ Exxon ในฐานะผู้ผลิตตลอดมา

ในเดือนมีนาคม 1989 Four Corners ได้เริ่มการดำเนินการในศาลแขวงของรัฐบาลกลางโดยกล่าวหาว่า Mobil ปฏิเสธที่จะต่ออายุข้อตกลงแพรนไฮส์โดยมิชอบด้วยกฎหมายโดยละเมิด

พระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติด้านการตลาดปิโตรเลียม Petroleum Marketing Practices Act (PMPA), 15 U.S.C. §§ 2801-2806 สำหรับ เหตุผลที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของ Four Corners ในเรื่องของการร้องเรียนขอคืนสถานะของแฟรนไชส์ ความเสียหายที่เกิดขึ้นจริงและ ค่าธรรมเนียมทนายความและค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นตามมาตรา § 2805 ศาลอุทธรณ์

ในขณะเดียวกัน Four Corners ได้เปิดสถานีบริการน้ำมันที่ขยายตัวและทันสมัยที่พื้นที่เดียวกันในปลายปี 1988 ภายใต้การเป็นเจ้าของและการจัดการใหม่ซึ่งซื้อวัสดุและน้ำมันเบนซินจาก British Petroleum จนถึงเดือนธันวาคม 1990 และต่อมาได้ซื้อจาก Exxon ในเดือนกรกฎาคม 1991 Four Corners ได้ยื่นคำร้องต่อศาล

หลังจากการพิจารณาคดีที่ได้รับการยกเว้นโดยคณะลูกขุน ศาลแขวงพบว่า Mobil ละเมิด PMPA โดยปฏิเสธที่จะต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์ในกรณีที่เป็นการละเมิดนอกเหนือจากการควบคุมที่สมเหตุสมผลของ แฟรนไชส์ซี ในคดี Four Corners Serv. Station, Inc. v. Mobil Oil Corp., No. 89-30044-FHF (D. Mass. Dec. 2, 1993) (Four Corners I) โดย Mobil ไม่ได้พิสูจน์ว่า Four Corners ทำให้เกิดการปนเปื้อนในดินแต่จริงๆ แล้ว Four Corners มีทางเลือกอื่นใดนอกเหนือจากต้องปิดสถานีบริการน้ำมันภายใต้คำสั่งการให้แก้ไขของ DEQE ที่บังคับและ Four Corners ล้มเหลวโดยไม่มีเหตุผลที่จะใช้แนวทางที่รวดเร็วที่สุดเพื่อให้เกิด การปนเปื้อนในดิน อย่างไรก็ตามประเด็นของการละเมิด PMPA ศาลแขวงได้ปฏิเสธที่จะให้สิทธิในการคืนสถานะของแฟรนไชส์แก่ Four Corners และส่งคำร้องของ Four Corners สำหรับการแก้ไขในการกู้คืนกำไรที่หายไปตามกฎหมายสำหรับระยะเวลาคงเหลือ 10 ปีที่คาดการณ์ไว้ของแฟรนไชส์ Mobil ซึ่งคู่สัญญาได้รับคำสั่งให้ส่งข้อมูลสรุปเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิในการกู้คืนกำไรที่หายไป

ในช่วง 5 ปีก่อนการพิจารณานี้ Four Corners ได้คำนวณผลกำไรที่หายไปเนื่องจากการไม่ต่ออายุสัญญาที่ไม่ถูกต้องของ Mobil ซึ่งมูลค่าอยู่ที่ 356,099 ดอลลาร์ โดยประมาณผลกำไรที่หายไปในอนาคตสำหรับในระยะเวลา 5 ปีต่อมาที่ 171,290 ดอลลาร์ ซึ่งการคำนวณเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความขัดแย้งที่ว่าความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้นของ Mobil ใน Western Massachusetts จะทำให้ Four Corners สามารถขายน้ำมัน Mobil ได้มากกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงของ BP ในช่วงปี 1988 ถึง 1990 ถึง 30% และมากกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงของ Exxon 20% ในระหว่างปี 1991 และปี 1993

ศาลแขวงปฏิเสธในการคำนวณ กำไรที่หายไป ของ Four Corners และไม่พบหลักฐานว่า Mobil จะอนุญาตให้ Four Corners เกินขีดจำกัดการซื้อประจำปีที่กำหนดไว้ในข้อตกลง ในคดี

Four Corners Serv. Station, Inc. v. Mobil Oil Corp., No. 89-30044-FHF, slip op. at 5-8 (D. Mass. Mar. 22, 1994) (Four Corners II) และยิ่งไปกว่านั้น Four Corners ประสบความสำเร็จในการขายน้ำมันเชื้อเพลิงของ BP และExxon ได้มากขึ้นหลังจากที่ Mobil ไม่มีการต่ออายุมากกว่าที่จะขายได้ภายใต้ขีดจำกัดสูงสุดของ Mobil สำหรับปริมาณแกลลอนที่กำหนดโดยมีขีดจำกัด ประจำปี ดังนั้นศาลจึงให้เหตุผลว่า Four Corners ประสบกับผลกำไรที่เพิ่มขึ้นไม่ใช่การลดลง เนื่องจาก Four Corners พิสูจน์แล้วว่าไม่มีความเสียหายจริงศาลจึงใช้ดุลพินิจของศาลภายใต้ 15 U.S.C. § 2805 (d) (1) (C) และปฏิเสธค่าตอบแทนทนายความ ซึ่งในการอุทธรณ์นี้ Four Cornersจะทำทนายเฉพาะคำวินิจฉัยที่ปฏิเสธความเสียหายและค่าธรรมเนียมของทนายความ ในส่วนของการอุทธรณ์ข้ามของ Mobil ซึ่งเป็นการทำทนายศาลแขวงที่พบว่า Mobil ละเมิด PMPA

I.ภาพรวมตามกฎหมาย

สภาองเกรสได้บัญญัติพระราชบัญญัติ PMPA มาเพื่อป้องกันผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อระบบของการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทั่วประเทศที่เกิดจากอำนาจของการต่อรองที่ไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มบริษัทน้ำมันขนาดใหญ่ที่มีต่อแฟรนไชส์ซีสถานบริการน้ำมันของตน ซึ่ง PMPA พยายามยกระดับการแข่งขันโดยจำกัดเงื่อนไขที่แฟรนไชส์เซอร์สามารถยืนยันการยุติแฟรนไชส์ฝ่ายเดียวหรือการไม่ต่ออายุแฟรนไชส์ได้ ซึ่งเหตุผลที่ผู้ให้สิทธิ แฟรนไชส์สามารถยกเลิกสัญญาฝ่ายเดียวได้ ได้รับอนุญาตภายใต้ PMPA ซึ่งได้แก่กรณีดังต่อไปนี้ (1) ความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการปฏิบัติตามข้อกำหนดใดๆ ของสัญญาแฟรนไชส์ซึ่งต้องเป็นข้อกำหนดที่ทั้งสมเหตุสมผลและมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญตามมาตรา 15 U.S.C. § 2802(b)(2)(A) (2) ความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการใช้ความพยายามโดยสุจริตในการดำเนินการตามข้อกำหนดของแฟรนไชส์ ตามมาตรา § 2802(b)(2)(B) หรือ (3) การเกิดขึ้นของเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของแฟรนไชส์และอันเป็นผลมาจากการยุติความสัมพันธ์ของแฟรนไชส์หรือการไม่ต่ออายุแฟรนไชส์ที่มีความสมเหตุสมผลตามมาตรา § 2802(b)(2)(C) ซึ่งความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการดำเนินการสถานที่ทำการค้าขายเป็นเวลา 7 วันติดต่อกันอาจก่อให้เกิดเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องภายใต้ PMPA มาตรา § 2802(b)(2)(C) มาตรา § 2802(c)(9)(A) แต่อย่างไรก็ตามการยกเลิกฝ่ายเดียวหรือการไม่ต่ออายุไม่ได้รับจะอนุญาตภายใต้ PMPA หากการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขของข้อตกลงแฟรนไชส์คือ อยู่นอกเหนือการควบคุมที่สมเหตุสมผลของแฟรนไชส์ซี ตามมาตรา § 2801 (13) นอกจากนี้ PMPA ยังจัดสรรและเปลี่ยนภาระการพิสูจน์ระหว่างคู่สัญญาในสัญญาแฟรนไชส์ ในการดำเนินการตาม PMPA สำหรับการยุติแฟรนไชส์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือการไม่ต่ออายุแฟรนไชส์มีภาระเบื้องต้นในการพิสูจน์ว่าการยุติหรือการไม่

ต่ออายุเกิดขึ้น ณ จุดนั้นการพิจารณาพิสูจน์จะเปลี่ยนไปยังแพรนาไซส์ซอร์เพื่อแสดงให้เห็นว่าการยุติหรือการปฏิเสธการต่ออายุจะขึ้นอยู่กับพื้นฐานที่ถูกต้องตามกฎหมายที่ระบุไว้ใน PMPA มาตรา 2805 (c)

II. ความรับผิดชอบ การควบคุมที่สมเหตุสมผล

1. สาเหตุของการปนเปื้อนด้านสิ่งแวดล้อม

การอุทธรณ์ไขว้ (Cross-appeal) ของ Mobil ยืนยันความท้าทายสองประการที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาคดีของศาลแขวง ประการแรกคือเชื่อว่าไม่มีบันทึกสนับสนุนสำหรับการค้นพบว่า สาเหตุที่แท้จริงของการปนเปื้อนในดินที่สถานีบริการน้ำมันของ Four Corners ยังคงไม่ชัดเจน ซึ่ง Mobil ตั้งข้อสังเกตว่า Four Corners เป็นสถานีบริการน้ำมันแห่งเดียวในบริเวณใกล้เคียงกับการปนเปื้อนที่ Four Corners มีความรับผิดชอบแต่เพียง ผู้เดียวในการดูแลรักษาถังเก็บน้ำมันและเป็นเป้าหมายเดียวของประกาศความรับผิดชอบของ DEQE และ Four Corners ยอมรับว่าไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อมที่กำหนดให้มีการทดสอบถังเก็บน้ำมันสำหรับการรั่วไหลเป็นระยะ และยังพบ Wet spot ที่เห็นได้ชัดเจนบนเปลือกนอกของถังเก็บน้ำมัน เมื่อทำการขุดค้น หาก Four Corners ทำให้เกิดการปนเปื้อน ซึ่ง Mobil ให้เหตุผลว่าการไม่ต่ออายุไม่ได้อยู่นอกเหนือการควบคุมที่สมเหตุสมผลของ Four Corners

ศาลอุทธรณ์ตรวจสอบข้อค้นพบข้อเท็จจริงของศาลแขวงเกี่ยวกับ การควบคุมที่สมเหตุสมผล และผลการวิจัยที่เกี่ยวกับสาเหตุเฉพาะสำหรับข้อผิดพลาดที่ชัดเจน ซึ่งประวัติศาสตร์กฎหมายของ PMPA ชี้ให้เห็นว่าสภาพของเกรสตั้งใจจะให้ความสำคัญกับแพรนาไซส์โดยถือว่าการกำหนดความสมเหตุสมผลเป็นประเด็นแห่งความเป็นจริง โดยสาเหตุในบริบทสิ่งแวดล้อมเป็นคำถามของข้อเท็จจริงภายใต้การทบทวนข้อผิดพลาดที่ชัดเจนการพิจารณาจะได้รับการรับประกันก็ต่อเมื่อหลังจากพิจารณาบันทึกทั้งหมดแล้วศาลอุทธรณ์จะเหลือ ความเชื่อมั่นที่ชัดเจนและแน่นอนว่าเกิดความผิดพลาด

ที่สำคัญภาระในการพิสูจน์ในเรื่องของการควบคุมที่สมเหตุสมผล อยู่ที่ Mobil ไม่ใช่ Four Corners ตามมาตรา 15 U.S.C. § 2805 (c) ซึ่งในการอุทธรณ์นี้ Mobil ต้องชี้ให้เห็นถึงหลักฐานที่ค่อนข้างบังคับให้พบว่า Four Corners ก่อให้เกิดการปนเปื้อนเพียงอย่างเดียว ซึ่งในกรณีที่มีสองมุมมองที่ยอมรับได้ของหลักฐานการเลือกของผู้ตรวจสอบข้อเท็จจริงระหว่างพวกเขาไม่สามารถผิดพลาดได้อย่างชัดเจน แต่เนื่องจากยังไม่ได้ดำเนินการดังกล่าวศาลอุทธรณ์จึงไม่พบข้อผิดพลาดที่ชัดเจน

ชั้นแรก DEQE ไม่พบรูในถัง และ Wet Spot ก็ไม่ได้เป็นหลักฐานในสรุปของการรั่วไหลของ ถังเก็บน้ำมันเนื่องจากอาจเกิดจากการปนเปื้อนที่เล็ดลอดออกมาจากถังเก็บน้ำมัน และ Four Corners ได้อ้างถึงเอกสารของหน่วยงานคุ้มครองสิ่งแวดล้อมของสหรัฐอเมริกาซึ่งชี้ให้เห็นว่าการ รั่วไหลของน้ำมันเชื้อเพลิงโดยผู้ขนส่งน้ำมันระหว่างการจัดส่งน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสาเหตุที่พบบ่อยที่สุด ของการปนเปื้อนในดินที่สถานีบริการน้ำมัน และในที่สุดประกาศความรับผิดชอบที่ออกโดย DEQE จะอยู่บนสถานะทางกฎหมายของ Four Corners ในฐานะเจ้าของปัจจุบัน/ผู้ดำเนินการของสถานี บริการน้ำมันเพื่อจุดประสงค์ด้านความรับผิดอย่างเข้มงวดเท่านั้น ไม่ได้อ้างว่าเป็นตัวแทนของการ ตัดสินใจว่า Four Corners ทำให้เกิดการปนเปื้อน

ในทำนองเดียวกันหลักฐานที่บันทึกไว้ไม่ได้บังคับให้มีการค้นพบว่า Four Corners อาจ หลีกเลี่ยงการปนเปื้อนของดินจำนวนมากโดยการทดสอบถังเก็บน้ำมันอย่างขยันขันแข็งมากขึ้น Mobil ไม่ได้แสดงหลักฐานว่าการปนเปื้อนเกิดขึ้นเมื่อใดและไม่ยืนยันว่ากฎเกณฑ์และข้อบังคับ การ ตรวจจับด้านสิ่งแวดล้อมของปี 1980 จะมีผลย้อนหลัง นอกจากนี้ไม่มีหลักฐานใดที่จะยกเว้นการ รั่วไหลจากส่วนประกอบของระบบสูบน้ำอื่นๆ (ปั๊ม ท่อ) นั่นคือการรั่วไหลซึ่งไม่สามารถตรวจพบได้ จากการทดสอบถังเก็บน้ำมัน และในที่สุดเนื่องจากไม่มีหลักฐานว่า Mobil ได้ตรวจสอบเรื่องเหล่านี้ ก่อนที่จะตัดสินใจไม่ต่ออายุแฟรนไชส์กับ Four Corners ศาลแขวงอาจถือว่าการโต้แย้งนี้เป็นการหา เหตุผลเข้าข้างตนเอง (การสังเกตว่าข้อกำหนดการแจ้งเตือน PMPA ทำให้แน่ใจได้ว่าแฟรนไชส์ซอร์ไม่ สามารถสร้างเหตุผลในการยุติหรือไม่ต่ออายุได้) ในขณะที่ Mobil ไม่สามารถปฏิบัติตามภาระการ พิสูจน์ในประเด็นที่เป็นข้อเท็จจริงที่อยู่ภายใต้การพิจารณาของศาลแขวงในเรื่อง การควบคุมที่ สมเหตุสมผล การค้นหาจึงเกิดขึ้น

2. การขาดความสามารถในทางการเงิน

Mobil ยังคัดค้านคำตัดสินของศาลแขวงว่า Four Corners ขาดความสามารถทางการเงินใน การแก้ไขปัญหาเรื่องการปนเปื้อนในดิน เป็นที่เชื่อกันว่าการพิจารณาคดีได้รับความผิดพลาดจาก ข้อผิดพลาดทางกฎหมายเนื่องจากศาลมองว่าการที่ Four Corners ไม่สามารถจ่ายเงินสำหรับการ กำจัดนอกรัฐซึ่งเป็นวิธีการแก้ไขที่เสียค่าใช้จ่ายสูงกว่า แต่รวดเร็วกว่าเนื่องจากเป็นสถานการณ์ที่อยู่ นอกเหนือการควบคุมที่สมเหตุสมผลของแฟรนไชส์ซี หากสิ่งนี้เป็นจริง Mobil ให้เหตุผลว่าแฟรนไชส์ ใดก็ตามที่เข้ามาในช่วงเวลาที่ยากลำบากและไม่สามารถจ่ายเงินให้ Mobil สำหรับการซื้อน้ำมันได้จะ ได้รับการยกเว้นจากการยุติฝ่ายเดียว โปรดดูตัวอย่างเช่น แม้ว่าศาลจะเห็นด้วยกับเหตุผลของการ ตัดสินใจทั้งสองที่อ้างโดย Mobil แต่อย่างไรก็ตามศาลแขวงก็ไม่พบว่าทางเลือกของโครงการแก้ไข

ปัญหาที่รวดเร็วน้อยกว่าของ Four Corners นั้นอยู่นอกเหนือการควบคุมที่สมเหตุสมผล เนื่องจาก Four Corners ไม่สามารถจ่ายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งอันที่จริง Four Corners เองก็ใช้หลักฐานยืนยันว่า Richard Tenczar เจ้าของในขณะนั้นสามารถจัดหาเงินทุนสำหรับการกำจัดนอกรัฐได้หากจำเป็น

การโต้แย้งของ Mobil เป็นความพยายามที่คลุมเครือในการกำหนดกรอบ ข้อผิดพลาดที่ชัดเจน ในปัจจุบันซึ่งเป็นประเด็นทางกฎหมายที่อยู่ภายใต้การทบทวนของการพิจารณาคดีใหม่ ในการโต้สวนที่เป็นกลางว่าความสมเหตุสมผล จะต้องดำเนินการโดยคำนึงถึงสถานการณ์ทั้งหมด ศาลอุทธรณ์ไม่สามารถเพิกเฉยต่อการที่ศาลแขวงค้นพบว่า Mobil เพิกเฉยต่อคำวิงวอนของ Four Corners ซ้ำแล้วซ้ำเล่าเพื่อขอคำแนะนำและขอความช่วยเหลือเกี่ยวกับวิธีที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาเรื่องการปนเปื้อนของดินในสถานีบริการน้ำมัน (Mobil ไม่ให้ความช่วยเหลือใดๆ ที่ถูกปฏิเสธโดย Four Corners ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงการขาดความปรารถนาในส่วนของ Four Corners เพื่อแก้ไขปัญหาโดยเร็วที่สุด) เปรียบเทียบเช่นในคดี Malone v. Crown Cent Petroleum Corp., 474 F. Supp. 306, 311 (D. Md. 1979) (การสนับสนุนการยุติแพรนไฮส์โดยที่ผู้ซื้อแพรนไฮส์จงใจไม่ปฏิบัติตามคำเตือนของแพรนไฮส์ซอร์หรือยอมรับคำแนะนำ โดยสุจริต เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ให้ผลกำไรมากกว่า) Four Corners ถูกทิ้งให้อยู่ใช้เครื่องมือของตัวเองทั้งหมดในตำแหน่งที่น่าอึดอัดใจที่จะต้องกำหนดวิธีการแก้ไขที่คุ้มค่าที่สุดซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสมดุลการสูญเสียรายได้ของสถานีบริการน้ำมันในอนาคตที่คาดการณ์ไว้ซึ่งอาจเกิดจากการปิดตัวที่ยืดเยื้อมากขึ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการแก้ไขที่รวดเร็วยิ่งขึ้นในทันที ในสถานการณ์เช่นนี้ศาลแขวงสามารถพบได้อย่างสมเหตุสมผลว่า Four Corners กระทำโดยสุจริตใจและการที่ Mobil ให้ความช่วยเหลือนั้นได้รับแรงจูงใจจากความต้องการที่จะกำจัดแพรนไฮส์ซีที่ร้องขอความช่วยเหลือ เนื่องจากไม่มีข้อผิดพลาดที่ชัดเจน ดังนั้น การตัดสินความรับผิดชอบของ Mobil จึงต้องมีผลบังคับ

III. ค่าเสียหาย

1. ข้อกำหนดปริมาณการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงสูงสุด

Four Corners กระตุ้นความเชื่อมั่นของศาลแขวงในการกำหนดปริมาณแกลอนน้ำมันเชื้อเพลิงต่อปีเป็นพื้นฐานในการพบว่า Four Corners ไม่ได้สูญเสียกำไรใดๆ อันเป็นผลมาจากการไม่ต่ออายุสัญญา โดยให้เหตุผลว่าศาลแขวงจำเป็นต้องคาดการณ์ว่า Mobil จะสละสิทธิ์ในการแข่งขันในแต่ละปีติดต่อกันหรือไม่หากแพรนไฮส์ไม่ถูกยกเลิกโดยมิชอบในปี 1988 โดยชี้ให้เห็นว่าผู้จัดการ Mobil ให้การว่า Mobil มี กลไกภายใน สำหรับการอนุญาตดังกล่าว การยกเว้นในกรณีที่แพรนไฮส์ซอร์ได้ปรับปรุงหรือขยายสถานีบริการน้ำมันเพื่อเพิ่มยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าปีที่แล้วกว่า 10% ด้วย

เหตุนี้ Four Corners จึงโต้แย้งว่า Mobil ได้ปฏิเสธการสละสิทธิ์ในสถานการณ์เหล่านี้ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะทำให้เป็นการกระทำที่ทำตามอำเภอใจและเป็นการเลือกปฏิบัติโดยละเมิด PMPA

โดยปกติโจทก์ต้องรับภาระในการพิสูจน์ความเสียหายที่แท้จริง ซึ่ง Four Corners ไม่ได้เสนอว่าการจัดสรรภาระที่แตกต่างกันจะประสบความสำเร็จภายใต้ PMPA ดังนั้นศาลอุทธรณ์จึงถือว่าภาระการพิสูจน์อยู่กับ Four Corners ความเสียหายต่อการค้นพบของศาลแขวงเกี่ยวกับจำนวนความเสียหายที่แท้จริงที่ผู้เรียกร้องให้ไว้จะแสดงคำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงซึ่งศาลอุทธรณ์จะตรวจสอบเฉพาะ ข้อผิดพลาดที่ชัดเจน

หลักฐานบันทึกไม่ได้บังคับให้พบว่า Mobil จะสละการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในปี 1988-91 Judy Schultz ผู้จัดการฝ่ายขายประจำเขตของ Mobil ให้การว่า Mobil กำหนดขีดจำกัดตามสัญญาเหล่านี้เพื่อป้องกันตัวเองจากค่าใช้จ่ายจำนวนมากซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการแฟรนไชส์ที่เพิ่มขึ้นอย่างไม่คาดคิดหรือไม่คาดคิดสำหรับอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับน้ำมันเชื้อเพลิงในมือ เขาตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่ามีเกลลอน้ำมันเพิ่มขึ้นโดยอัตโนมัติ 10% ต่อปี ผู้ซื้อแฟรนไชส์ที่ต้องการสละสิทธิ์จะต้องได้รับการอนุมัติล่วงหน้าจากผู้จัดการทั่วไปของภูมิภาค Mobil ผู้จัดการฝ่ายขายส่งและผู้จัดการฝ่ายขายของเขต แต่อย่างไรก็ตามเมื่อได้รับการบีบโดย Four Corners Schultz ให้การว่าเธอไม่รู้จักแฟรนไชส์ Mobil รายใดที่ได้รับการผ่อนผัน

แม้จะตั้งข้อสันนิษฐานว่าการพิสูจน์ของ Four Corners อาจได้รับการสนับสนุนโดยการแสดงให้เห็นว่า Mobil มีกลไกภายใน ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบรรเทาความเสียหายจากการที่มีเกลลอน้ำมันเกินเพิ่มขึ้น 10 % ต่อปีโดยอัตโนมัติและ Four Corners เองก็พบกับเกณฑ์การสละสิทธิ์ดังกล่าวในปี 1988-91 คำให้การของ Schultz ขาดการแสดงดังกล่าว โดยไม่ได้ระบุเกณฑ์และไม่ได้ระบุว่าไม่เคยมีการเรียกใช้ขั้นตอนการสละสิทธิ์ดังกล่าวไม่ว่าจะโดย Mobil หรือแฟรนไชส์ซี และยิ่งไปกว่านั้น Four Corners ไม่มีหลักฐานที่เป็นอิสระว่าผู้ให้บริการแฟรนไชส์ Mobil รายใดกับแฟรนไชส์ซีที่มีตำแหน่งเทียบเท่ากับ Four Corners ได้เคยร้องขอหรือได้รับการผ่อนผันพิเศษ ใดๆ เช่นนี้ ดังนั้นจึงไม่มีหลักฐานบันทึกแม้กระทั่งศาลแขวงพบว่า Four Corners จะไม่ได้รับการผ่อนผันค่าเกลลอนโดยถือเป็นข้อผิดพลาดที่ชัดเจน

2. การสูญเสียผลกำไรในปี 1992 และ 1993

จากนั้น Four Corners ยืนยันว่าจะสูญเสียผลกำไรในปี 1992 และในช่วงไตรมาสแรกของปี 1993เมื่อมีเกลลอน้ำมันภายใต้แฟรนไชส์ Mobil ที่ยุติโดยมิชอบเป็นครั้งแรกเริ่มเกินยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงของExxon จริงหรือยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิงของ Mobil ที่มีศักยภาพ ตัวอย่างเช่นในปี

1992 Four Corners สามารถขายได้อีก 112,139 แกลลอน (ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างแกลลอนน้ำมันจำนวน 1,097,545 แกลลอนและยอดขายจริงของ Exxon ที่ 985,406 แกลลอน) แม้จะถือว่า Mobil ปฏิเสธที่จะสละขีดจำกัด ดังนั้นการเรียกร้องของ Four Corners จึงมีสิทธิที่จะกู้คืนความสูญเสียที่ไม่ต่อเนื่องเหล่านี้ซึ่งเกิดจากการที่ Mobil ไม่ได้รับการโยกย้ายโดยมิชอบภายใต้ PMPA

การเรียกร้องนี้จะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อการวัดความเสียหายที่ชดเชยภายใต้ PMPA อาจเกินระดับที่จำเป็นในการทำให้ผู้รับแพรนไซส์เป็นโจทก์ทั้งหมดไม่ว่าความเสียหายหรือการสูญเสียใดก็ตามที่เกิดจากการกระทำที่ไม่ถูกต้องของแพรนไซส์ Four Corners ซึ่งให้เห็นว่าไม่มีอำนาจใดๆ สำหรับข้อสันนิษฐานเชิงต่อต้านนี้และไม่มีสิ่งใดในภาษาหรือประวัติศาสตร์กฎหมายของ PMPA ที่จะทำให้เห็นว่าสภาองเกรสตั้งใจที่จะเบี่ยงเบนจากข้อสันนิษฐานตามปกติโดยนำไปใช้กับสาเหตุอื่นๆ อีกมากมายของการดำเนินการที่เกิดขึ้นภายใต้กฎเกณฑ์การแก้ไขของรัฐบาลกลางซึ่งเป็นการชดเชยความเสียหาย ต้องไม่เกินจำนวนที่จำเป็นเพื่อให้ผู้เสียหายทั้งหมด ซึ่ง PMPA เป็นการลดทอนสิทธิในสัญญากฎหมายร่วมกันของแพรนไซส์ซอร์และไม่ควรขยายข้อกำหนดในการแก้ไขเกินควรเกินกว่าภาษาและจุดประสงค์ที่แสดงออกของกฎหมาย

เนื่องจาก Four Corners ขอให้ศาลแขวงสันนิษฐานว่าแพรนไซส์ Mobil อายุ 60 ปีจะยังคงมีผลบังคับใช้ต่อไปอีก 10 ปี แต่สำหรับการไม่ต่ออายุสัญญาที่ไม่ถูกต้องของ Mobil ศาลจึงจำเป็นต้องกำหนดผลกำไรสุทธิโดยรวมที่ Four Corners จะสูญเสียไปตลอดทั้ง 10 ปี หลักฐานบันทึกแสดงให้เห็นว่า Four Corners รับรู้ผลกำไรและดอกเบี้ยสุทธิโดยรวมเพิ่มขึ้นประมาณ 215,000 ดอลลาร์อันเป็นผลมาจากการได้รับอิสระจาก Mobil ในช่วง 5 ปีก่อนการพิจารณา ดังนั้นผลกำไรที่ถูกกล่าวหาว่าหายไปในปี 1992-93 อย่างชัดเจนจึงไม่สามารถกู้คืนได้เนื่องจากการขาดทุนที่ไม่ต่อเนื่องมากกว่าและสูงกว่ากำไรที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญที่ได้รับในช่วงระยะเวลา 5 ปีทั้งหมด

3. ผลกำไรในอนาคต

Four Corners ยืนยันว่าศาลแขวงเพิกเฉยต่อการเรียกร้องเงินจำนวน 171,290 ดอลลาร์จากผลกำไรที่หายไปในอนาคต ดูในคดี *Thompson v. Kerr-McGee Ref. Corp.* , 660 F.2d 1380, 1388 (10th Cir.1981) กล่าวว่า กำไรที่หายไปในอนาคตที่สามารถกู้คืนได้ภายใต้ PMPA ในคดี *Wallace Motor Sales, Inc. v. American Motor Sales Corp.* , 780 F.2d 1049, 1062 (1st Cir. 1985) กล่าวว่า ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากผลกำไรที่สูญเสียไปตลอดอายุการใช้งานที่คาดการณ์ไว้ของแพรนไซส์ กล่าวคือ แม้ว่า Four Corners จะได้รับความเสียหายเหล่านี้ในแต่ละปีในอนาคตเนื่องจากจำนวนน้ำมันเชื้อเพลิงจะยังคงแข่งขัน

ยอดขายน้ำมันเชื้อเพลิง Exxon ของ Four Corners หรือยอดขายน้ำมัน Mobil ที่คาดการณ์ไว้จนถึงปี 1998 แต่การเรียกร้องนี้ก็มีข้อบกพร่องเช่นกัน

ในความเป็นจริงศาลแขวงรู้ดีถึงข้อเรียกร้องของ Four Corners เพื่อผลกำไรในอนาคตตามที่ได้รับทราบอย่างชัดเจนในความเห็นของศาล ยิ่งไปกว่านั้นหลักฐานในบันทึกเปิดเผยว่ามีโอกาสเพียงเล็กน้อยที่ Four Corners จะยังคงดำเนินธุรกิจได้จนถึงปี 1998 และนอกจากนี้ยังมีข้อบกพร่องอย่างร้ายแรงในการคาดการณ์ถึงผลกำไรที่หายไปในอนาคต Four Corners ประมาณการผลกำไรที่หายไปในอนาคตโดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานในช่วง 2 ปีก่อนการพิจารณาคดี นั่นคือสันนิษฐานว่าการที่ Mobil ปฏิเสธที่จะต่ออายุแฟรนไชส์เป็นเพียงผู้เดียวที่ต้องรับผิดชอบต่อภาพผลกำไรที่นำหลุดหูในช่วงเวลาที่ Four Corners ตกอยู่ในภาวะคับขันทางการเงินและการขายน้ำมันเชื้อเพลิงของ Exxon ซึ่งในช่วงไตรมาสแรกของปี 1993 เพียงอย่างเดียว Four Corners สูญเสียไป 47,754 ดอลลาร์เทียบกับกำไรสุทธิ 107,154 ดอลลาร์ในปี 1990 แม้ว่าจะมีรายได้และรายได้ดอกเบี้ยประมาณ 215,000 ดอลลาร์ซึ่งยังไม่สามารถรับรู้ได้ แต่สำหรับการยุติแฟรนไชส์ของ Mobil ในปี 1988 ดังนั้น Four Corners จึงคาดการณ์การดำเนินธุรกิจในอนาคตอย่างต่อเนื่องแม้จะขาดทุนอย่างหนัก แต่ก็ยังมีโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้จนถึงปี 1998 ซึ่งมีการเก็งกำไรสูง และเพื่อรับประกันการฟื้นตัวของผลกำไรที่หายไปแฟรนไชส์ซี ต้องแสดงหลักฐานที่เพียงพอที่จะนำปัญหาออกนอกขอบเขตของการคาดเดาหรือความคิดเห็นที่ไม่มีมูลความจริง

ในที่สุดแม้ว่า Four Corners จะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จนถึงปี 1998 แต่การเรียกร้องเงินจำนวน 171,000 ดอลลาร์ในผลกำไรที่หายไปในอนาคตก็ไร้เหตุผลเนื่องจากหลักฐานที่บันทึกไว้ว่าบริษัท ได้รับรู้ผลกำไรและดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นโดยรวมแล้วประมาณ 215,000 ดอลลาร์ในช่วงระยะเวลา 5 ปีก่อนการพิจารณาคดี ดังนั้นแม้ว่าศาลแขวงจะอนุญาตให้มีการเก็งกำไรผลกำไรในอนาคตที่อ้างมาทั้งหมด Four Corners ก็ยังคงต้องรับรู้กำไรสุทธิรวมประมาณ 44,000 ดอลลาร์ (กำไรที่เพิ่มขึ้นสุทธิ 215,000 ดอลลาร์ ซึ่งกำไรในอนาคตน้อยกว่า 177,000 ดอลลาร์) ในช่วงอายุ 10 ปีที่คาดการณ์ไว้ของแฟรนไชส์หลังจากที่ Mobil ปฏิเสธที่จะต่ออายุ

IV. ค่าธรรมเนียมความภายใต้ PMPA

ประการสุดท้าย Four Corners เรียกร้องการปฏิเสธคำร้องขอค่าตอบแทนของนายความกับ Mobil โดยพิจารณาจากการละเมิด PMPA ประการแรกอ้างว่าการค้นพบข้อเท็จจริงของศาลแขวงไม่เพียงพอภายใต้ Fed. R. Civ. P. 52 ประการที่สองกล่าวว่าศาลแขวงมีข้อจำกัดอย่างใดที่จะ

อนุญาตให้มีการให้ค่าตอบแทน ค่าธรรมเนียมเนื่องจากสภาองค์กรสมิจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนให้แฟรนไชส์ซีพิสูจน์สิทธิของตนภายใต้ PMPA

การปฏิเสธค่าตอบแทนของนายความจะได้รับการตรวจสอบสำหรับการใช้ดุลพินิจโดยมิชอบ ภายใต้ PMPA ตามมาตรา 15 U.S.C. § 2805 (d) (1) (C) ค่าตอบแทนของนายความขึ้นอยู่กับดุลพินิจในการที่โจทก์ไม่เรียกคืนค่าเสียหายที่แท้จริงหรือเป็นตัวอย่าง Four Corners ไม่ครอบคลุมความเสียหายที่พิสูจน์ได้ แต่หลักฐานบันทึกระบุว่าสร้างรายได้รวมเพิ่มขึ้นประมาณ 44,000 ดอลลาร์ในช่วงอายุการใช้งานที่เหลืออยู่ของแฟรนไชส์ Mobil ที่คาดการณ์ไว้ อันเป็นผลมาจากการได้รับการปลดปล่อยจากแฟรนไชส์ Mobil ในปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นแกลลอนตั้งแต่ปี 1988 Four Corners ล้มเหลวในการเอาชนะการคืนสถานะแฟรนไชส์ Mobil อย่าง เท่าเทียมกัน

ศาลอุทธรณ์ไม่สามารถพูดได้ว่าศาลแขวงใช้ดุลพินิจในการปฏิเสธการให้ค่าตอบแทนนายความในบันทึกฉบับปัจจุบันโดยไม่คำนึงถึงเหตุผลใดๆ ศาลอุทธรณ์ไม่คิดว่าสภาองค์กรสมิเจตนาที่จะบังคับให้ค่าตอบแทนนายความภายใต้ PMPA เพื่อเป็นการจูงใจให้แฟรนไชส์ซอร์ดำเนินการพิสูจน์ความถูกต้องในสถานการณ์เหล่านี้ คำพิพากษาของศาลแขวงได้รับการยืนยันว่าจะมีการจ่ายค่าใช้จ่ายให้กับผู้อุทธรณ์ไขว้ในการอุทธรณ์หมายเลข 94-1718

3.2 สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปเป็นการรวมกลุ่มกันของประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรป จำนวน 27 ประเทศ²¹⁸ ซึ่งมีความแข็งแกร่งมากกว่าองค์กรระหว่างประเทศอื่นๆ เป็นอย่างมาก เนื่องจากสหภาพยุโรปเป็นการรวมตัวโดยมีรูปแบบของการบริหารแบบองค์กรเหนือรัฐและในแต่ละประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรปยินยอมที่จะสละอำนาจอธิปไตยของตนส่วนหนึ่งให้กับองค์กรจึงส่งผลทำให้สหภาพยุโรปมีใช้อำนาจระหว่างประเทศทั่วไป ที่ไร้ซึ่งอำนาจ และสหภาพยุโรปก็ยังเป็นองค์กรที่มีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง โดยแยกต่างหากจากประเทศสมาชิก มีองค์กรด้านบริหาร นิติบัญญัติและตุลาการเป็นของตนเอง ทั้งยังถือว่าเป็นองค์กรที่ทรงพลังมากที่สุดในระบบเศรษฐกิจของโลกปัจจุบัน ดังนั้นการศึกษาประวัติศาสตร์ วิวัฒนาการความเจริญก้าวหน้า ตลอดจนอุปสรรคปัญหาที่สหภาพยุโรปประสบจึงมีประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้ในกฎหมายของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง

²¹⁸ ปัจจุบันมีประเทศสมาชิก จำนวน 27 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรีย เบลเยียม เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี กรีซ ไอร์แลนด์ อิตาลี ลักเซมเบิร์ก เนเธอร์แลนด์ โปรตุเกส สเปน สวีเดน สหราชอาณาจักร ไชปรัส เช็ก เอสโตเนีย ฮังการี ลัตเวีย ลิทัวเนีย มอลตา โปแลนด์ สโลวีเนีย สโลวาเกีย โรมาเนียและบัลแกเรีย โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ กรุงบรัสเซลส์ (Brussels) ประเทศเบลเยียม

หากกล่าวถึงประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกของสหภาพยุโรปนั้นในการดำรงชีวิตของประชากรของแต่ละประเทศสมาชิกในแต่ละวันนั้น มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นพื้นฐานในการสัญจร ในภาคอุตสาหกรรม ในภาคขนส่ง และในภาคของการอุปโภคบริโภค และในการสัญจรหรือในการขนส่งนั้นยานยนต์ประเภทต่างๆ เช่น รถยนต์ เครื่องบิน เป็นต้น มีความจำเป็นต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในการขับเคลื่อน ยานยนต์เหล่านี้เพื่อพาไปสู่จุดหมายที่ต้องการไป ซึ่งในส่วนของรถยนต์หาประชากรมีความต้องการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง โดยส่วนมากก็ย่อมมีการไปเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่สถานีบริการน้ำมันที่เปิดให้บริการอยู่ทั่วทุกจุดในประเทศ อีกทั้งประเทศที่เป็นสมาชิกในสหภาพยุโรปนั้นมีการให้บริการสถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการน้ำเชื้อเพลิงมาอย่างยาวนานแก่ผู้บริโภคและเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกอยู่ในหลายเครื่องหมายการค้า ยกตัวอย่างเช่น Applegreen , BP , Esso , Shell , Total เป็นต้น

ดังนั้น ในการศึกษาในเรื่องของการจำกัดการแข่งขันในแวดวงในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันข้าพเจ้าจึงเลือกที่จะศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายการแข่งขันทางการของสหภาพยุโรป เนื่องจากสหภาพยุโรปมีการให้บริการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันมาอย่างยาวนานและในหลายแบรนด์ของเครื่องหมายการค้าสถานีบริการน้ำมันมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก อีกทั้งในบางเครื่องหมายการค้าในสถานีบริการน้ำมันที่เปิดให้บริการในประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรปก็ยังคงมีการเปิดให้บริการในประเทศไทยอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น Shell และ Esso เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาในกรณีของการจำกัดการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเด็นระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตกับผู้ประกอบการในประเทศไทยนั้นก็ยังมีลักษณะบางประการที่คล้ายคลึงกันจึงสามารถที่จะศึกษาเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียในประเด็นต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพในการแข่งขันเพื่อนำมาเสนอเป็นแนวทางในการปรับใช้ให้เหมาะสมการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทยในเรื่องของข้อสัญญาต่างๆ ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตกับผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้แทนจำหน่ายของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันเพื่อให้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยที่เกี่ยวกับธุรกิจสถานีบริการน้ำมันมีประสิทธิภาพในการบังคับใช้ให้ยุติธรรมและเหมาะสมการบริบทของประเทศไทย

ในการศึกษาเปรียบเทียบข้าพเจ้าจะศึกษากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ แนวปฏิบัติ และรวมถึงแนวคำพิพากษาของศาลที่เกิดขึ้นในสหภาพยุโรปและรวมถึงในประเทศต่างๆ ของสหภาพยุโรป และในการศึกษาแนวทางเรื่องการจำกัดการแข่งขันในแวดวงในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตกับผู้ประกอบการนั้นต้องมีการศึกษาทำความเข้าใจในเรื่องของประวัติศาสตร์ความเป็นมาของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปก่อนว่ามี

ความเป็นมาอย่างไร เพื่อจะได้มีความเข้าใจในพื้นหลังและเหตุผลของการของบัญญัติกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเพื่อเป็นประโยชน์กับการศึกษาทำความเข้าใจให้มากยิ่งขึ้น

3.2.1 ประวัติศาสตร์กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรป (European Union) เป็นการรวมกลุ่มกันบนพื้นฐานของกฎหมายที่ได้รับ ความเห็นชอบจากรัฐสมาชิกโดยมีเป้าหมายของการรวมตัวที่ครอบคลุมความร่วมมือ ด้านการค้าและ เศรษฐกิจ การเมือง การต่างประเทศ ความมั่นคง การทหารและการยุติธรรม ซึ่งมีพื้นฐานมาจาก ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community หรือ EEC) ที่จัดตั้ง โดยสนธิสัญญา โรม (Treaty of Rome) ใน ค.ศ. 1957 โดยสหภาพยุโรปเป็นองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศที่มี โครงสร้างผสมผสานระหว่างความมือแบบเหนือรัฐ (Supranationalism) และความร่วมมือระหว่างรัฐ (Intergovernmentalism) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่สมบูรณ์ และมีตลาดร่วมกันในประชาคม (Common Market) เน้นถึงหลักการตลาดเดียว (Single Market) กล่าวคือ การที่สามารถเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตต่างๆ ในด้านแรงงาน สินค้า บริการ ทุน และ เทคโนโลยีได้อย่างเสรีภายในตลาดเดียวกันทั่วทั้งสหภาพยุโรป เป็นการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ ประกอบธุรกิจและรวมถึงผู้บริโภค โดยเฉพาะในด้านของผู้ประกอบธุรกิจที่ส่งผลให้สามารถพัฒนา และเข้าถึงตลาดของประเทศอื่นๆ ที่อยู่ภายในสหภาพยุโรปได้ง่ายยิ่งขึ้น²¹⁹

แต่จากการที่ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปได้มีการพัฒนาทั้งในด้านของจำนวนรัฐสมาชิกและด้าน เป้าหมายของการรวมตัวที่รวมเป้าหมายอื่นนอกเหนือไปจากด้านเศรษฐกิจจึงได้มีการปรับปรุงแก้ไข สนธิสัญญาโรมเพื่อให้สอดคล้องกับขนาดและบทบาทที่เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ตั้งแต่การพัฒนา ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปมาจัดตั้งเป็นประชาคมยุโรป (European Community หรือ EC)²²⁰ ซึ่ง ต่อมาได้พัฒนาเป็นสหภาพยุโรปโดยสนธิสัญญาการรวมตัวเป็นยุโรปเดียว (Treaty on European Union หรือ TEU) ในปี ค.ศ. 1993

²¹⁹ Paul Craig and Grainne De Burca, *Eu Law: Text, Cases and Materials*, 4 Ed. (Oxford: Oxford University Press, 2008).

²²⁰ ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ในทวีปยุโรปได้มีการจัดตั้งประชาคมที่สำคัญด้วยกัน 3 ประชาคม คือ ประชาคม ถ่านหินและเหล็กกล้าแห่งประชาคมยุโรป (European Coal and Steel Community) ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1951 ประชาคมพลังงานปรมาณู (European Atomic Energy Community) และประชาคมเศรษฐกิจยุโรปซึ่งจัดตั้งใน ค.ศ. 1957 และโดยผลของสนธิสัญญาบรัสเซลส์ (Brussels Treaty) ที่มีผลบังคับใน ค.ศ. 1967 ทำให้ประชาคมทั้ง สามแม้จะยังคงเป็นอิสระต่างหากจากกันแต่องค์กรที่มีอำนาจของแต่ละประชาคมถูกนำมารวมกันเป็นองค์กรเดียว และเรียกชื่อใหม่ว่าประชาคมยุโรป, http://en.wikipedia.org/wiki/Merger_Treaty, February 12, 2011.

การพัฒนาครั้งล่าสุดคือ สนธิสัญญาลิสบอน (Treaty of Lisbon) หรือสนธิสัญญาปฏิรูปสหภาพยุโรป (Reform Treaty) ที่มีผลบังคับใช้ใน ค.ศ. 2009 มีผลเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งสนธิสัญญาการรวมตัวเป็นยุโรปเดี่ยวและได้เปลี่ยนชื่อของสนธิสัญญาโรมเป็นสนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (Treaty on the Functioning of the European Union หรือ TFEU)

สหภาพยุโรปสถาบันหลักที่มีบทบาทในการดำเนินงานของสหภาพยุโรป ดังต่อไปนี้²²¹

องค์กรบริหารของสหภาพยุโรป ประกอบด้วย

1) คณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป (European Council)

คณะมนตรียุโรปหรือที่ประชุมสุดยอดของสหภาพยุโรปประกอบด้วย ผู้นำรัฐหรือผู้นำรัฐบาล และประธานคณะกรรมการยุโรป มาร่วมประชุมหารือกันอย่างน้อย 4 ครั้งต่อปีทุกรอบไตรมาส เพื่อผลักดันนโยบายการพัฒนาสหภาพยุโรปและกำหนดแนวนโยบายทั่วไป ทั้งนี้ นาย Herman Van Rompuy นายกรัฐมนตรีเบลเยียม ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นประธานคณะมนตรียุโรปคนแรกตั้งแต่ พฤศจิกายน 2552 โดยดำรงตำแหน่งติดต่อกัน 2 วาระ (วาระละ 2 ปี 6 เดือน) คือ วาระที่ 1 ระหว่าง 19 ธันวาคม 2552 ถึง 31 พฤษภาคม 2555 และวาระที่ 2 ระหว่าง 1 มิถุนายน 2555 ถึง 30 พฤศจิกายน 2557 ส่วนประธานคณะมนตรียุโรปคนปัจจุบัน คือ นาย Charles Michel นายกรัฐมนตรีเบลเยียม วาระดำรงตำแหน่ง 1 ธันวาคม 2562 ถึง 31 พฤษภาคม 2565) หน้าที่หลักของประธานคณะมนตรียุโรป คือ เป็นประธานการประชุมสุดยอดสหภาพยุโรป กำหนดแนวนโยบาย และการจัดองค์กรสหภาพยุโรปให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในแง่ของการแข่งขันทางการค้า คณะมนตรีจะมีหน้าที่ในการออกกฎหมายที่สำคัญ โดยมีการแบ่งอำนาจไปยังคณะกรรมการยุโรปเพื่อใช้บังคับกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า รวมถึงหน้าที่ในการกำกับดูแลการทำงานของคณะกรรมการยุโรป

2) คณะกรรมการยุโรป (European Commission)

คณะกรรมการยุโรปปัจจุบันนาง Ursula von der Leyen ดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการยุโรป วาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 5 ปี คณะกรรมการยุโรปชุดปัจจุบันดำรงตำแหน่งตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2562 ถึง 31 ตุลาคม 2567 สมาชิกประกอบด้วยกรรมการรับผิดชอบด้านต่าง ๆ 27 คน ที่มาจากประเทศสมาชิก 27 ประเทศ และเมื่อ 1 ธันวาคม 2562 มีการแต่งตั้งสมาชิก 27 ประเทศ ให้ดำรงตำแหน่งคณะกรรมการยุโรป เว้นโควตาของ สหราชอาณาจักร เนื่องจากอยู่ระหว่าง

²²¹ สำนักข่าวกรองแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, "สหภาพยุโรป " [Online]. Available from: <http://almanac.nia.go.th/page/90>

จัดการเลือกตั้งทั่วไปและเตรียมการถอนตัวออกจากสหภาพยุโรป (Brexit) โดยกรรมการยุโรปแต่ละคนทำงานอย่างเป็นอิสระจากรัฐบาลของประเทศสมาชิก หน้าที่รับผิดชอบหลักของคณะกรรมการยุโรป คือ การเป็นผู้รับผิดชอบงานประจำส่วนใหญ่ของสหภาพยุโรปและส่งเสริมผลประโยชน์โดยทั่วไปของสหภาพยุโรป ได้แก่ ริเริ่มร่างกฎหมายและส่งผ่านร่างกฎหมายไปยังรัฐสภายุโรปและคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป การใช้และปฏิบัติตามกฎหมายงบประมาณและนโยบายตามมติของสภายุโรปและคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป และเป็นเสมือนผู้พิทักษ์รักษาสันติสัญญาต่าง ๆ ของสหภาพยุโรป รวมถึงการเป็นตัวแทนของสหภาพยุโรป ในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ และทำหน้าที่ในการเจรจาต่อรองข้อตกลงระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเจรจาในเรื่องการค้าและการร่วมมือระหว่างกัน

อนึ่ง ตำแหน่งประธานคณะกรรมการยุโรปมาจากการเสนอชื่อของสมาชิกสหภาพยุโรป โดยให้รัฐสภายุโรปรับรอง หลังจากนั้น ประธานคณะกรรมการยุโรปเสนอรายชื่อกรรมการยุโรป 28 คนเพื่อให้รัฐสภายุโรปรับรอง

ผู้แทนของสหภาพยุโรปด้านการต่างประเทศ : เป็นตำแหน่งที่กำหนดขึ้นใหม่ตามสนธิสัญญาลิสบอน โดยผู้นำสหภาพยุโรป ได้แต่งตั้งนาย Josep Borrell (ชาวสเปน) เป็นผู้แทนระดับสูงด้านการต่างประเทศและความมั่นคงของสหภาพยุโรป วาระดำรงตำแหน่ง 5 ปี ตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2562 ถึง 31 ตุลาคม 2567 ทำหน้าที่เสมือนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของสหภาพยุโรป และเป็นหัวหน้าบริหารสำนักงานกิจการต่างประเทศของยุโรป (European External Action Service-EEAS) ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2553 ทำหน้าที่เชิงการทูตเสมือนเป็นกระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงกลาโหมของสหภาพยุโรป โดยมีบุคลากรประมาณ 4,955 คน

สำหรับการบังคับใช้กฎหมายและการกำหนดนโยบายการแข่งขันทางการค้าซึ่งจะตกอยู่ภายใต้อำนาจของคณะกรรมการยุโรปในด้านการแข่งขันทางการค้า (Directorate General for Competition) ซึ่งจะทำหน้าที่ในการเป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป²²² เป็นผู้ที่มีอำนาจในการริเริ่มคดี ตรวจสอบหรือไต่สวนและรวมถึงการออกคำตัดสิน โดยคำตัดสินของคณะกรรมการสามารถนำไปอุทธรณ์ต่อศาลยุติธรรมยุโรปได้ และในกรณีที่เกี่ยวข้องกับ

²²² Michelle Cini and Lee McGowan, Competition Policy in the European Union (New York: Palgrave Macmillan, 2009).p 1.

เรื่องการตกลงร่วมกันจำกัดการแข่งขันทางการค้า (Cartel) คณะกรรมาธิการยุโรปก็ยังสามารถริเริ่มการเข้าตรวจสอบกลุ่มกิจการที่มีลักษณะต้องสงสัยว่ามีการตกลงร่วมกันได้อีกด้วย

องค์กรนิติบัญญัติของสหภาพยุโรป ประกอบด้วย

1) คณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป (the Council of the European Union)

คณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปหรือที่ประชุมระดับรัฐมนตรีของสหภาพยุโรปทำหน้าที่ทั้งในด้านนิติบัญญัติและมีอำนาจในการบริหาร ประกอบด้วยรัฐมนตรีจาก 27 ประเทศสมาชิก (แยกเป็นภารกิจและตำแหน่งรัฐมนตรีในด้านต่าง ๆ และแต่ละประเทศจะมีคะแนนเสียงไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรในประเทศ) เป็นกลไกหลักที่จัดประชุมเป็นประจำ ประธานคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปจะเป็นแบบหมุนเวียนระหว่างประเทศสมาชิก วาระละ 6 เดือน ฟินแลนด์จะรับหน้าที่เป็นประธาน สหภาพยุโรป ในช่วงเวลา 1 กรกฎาคม ถึง 31 ธันวาคม 2562 และโครเอเชียจะรับช่วงต่อไป ในช่วงเวลา 1 มกราคม ถึง 30 มิถุนายน 2563 ซึ่งหน้าที่หลักของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป คือทำงานร่วมกับรัฐสภายุโรปในการบัญญัติกฎหมาย ประสานนโยบายด้านเศรษฐกิจของประเทศสมาชิก บรรลุความตกลงระหว่างประเทศที่สำคัญ ๆ ระหว่างสหภาพยุโรป กับประเทศหรือองค์กรระหว่างประเทศ ใช้อำนาจร่วมกับรัฐสภายุโรปในการอนุมัติงบประมาณของ EU พัฒนานโยบายร่วมด้านการต่างประเทศและความมั่นคง โดยตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมาการลงมติของคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปใช้ระบบ “Double Majority” หรือการนับคะแนนเสียงข้างมากจาก 2 เกณฑ์ คือเสียงข้างมากในแง่ของจำนวนประเทศสมาชิก คือ มีประเทศสมาชิกอย่างน้อย 15 ประเทศ สนับสนุน และในแง่ของจำนวนประชากรในสหภาพยุโรป โดยในประเทศ (อย่างน้อย 15 ประเทศ) ที่สนับสนุนต้องมีประชากรรวมกันแล้วไม่น้อยกว่า 65% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในสหภาพยุโรปด้วย แต่ประเด็นที่อ่อนไหว เช่น กิจการต่างประเทศ ความมั่นคง การเก็บภาษี ใช้การลงคะแนนเสียงแบบเอกฉันท์ ทั้งนี้ในด้านการแข่งขันทางการค้าคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรปมีหน้าที่ในการออกกฎหมายที่สำคัญและมีการแบ่งอำนาจไปยังคณะกรรมาธิการยุโรปเพื่อใช้บังคับกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า รวมถึงการกำกับดูแลการทำงานของคณะกรรมาธิการยุโรป

2) รัฐสภายุโรป (European Parliament)

รัฐสภายุโรปประกอบด้วยผู้แทนที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงในประเทศสมาชิก โดยจำนวนสมาชิกรัฐสภายุโรปจากแต่ละประเทศจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรของประเทศนั้นๆ ปัจจุบันรัฐสภายุโรปมีจำนวนสมาชิก 751 คนจาก 27 ประเทศ สมาชิกวาระ 5 ปี การปฏิบัติงานของสมาชิกรัฐสภายุโรปจะไม่ยึดหลักสัญชาติหรือประเทศ แต่จะทำงานโดยแบ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวคิดทางการเมืองแบบ

เดียวกัน เช่น กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มสังคมนิยม กลุ่มพิทักษ์สิ่งแวดล้อม หน้าที่หลักของรัฐสภายุโรป คือ ตรวจสอบและบัญญัติกฎหมายของสหภาพยุโรป โดยส่วนใหญ่จะใช้อำนาจร่วมกับคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป อนุมัติงบประมาณของสหภาพยุโรปในการตรวจสอบการทำงานของสถาบันต่างๆ ในสหภาพยุโรป ตามหลักประชาธิปไตย รวมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทำการไต่สวนให้เห็นชอบข้อตกลงระหว่างประเทศที่สำคัญ เช่น การรับสมาชิกใหม่ และความตกลงด้านการค้า หรือการมีความสัมพันธ์ในเชิงการรวมกลุ่มระหว่างสหภาพยุโรปกับประเทศที่สาม

องค์กรตุลาการของสหภาพยุโรป ประกอบด้วย

สหภาพยุโรปใช้อำนาจนิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการภายใต้หลักการของรัฐธรรมนูญยุโรป ซึ่งว่าด้วยเรื่องการมอบอำนาจให้องค์การระหว่างประเทศ หลักการมีส่วนร่วมของหน่วยงาน และหลักความได้สัดส่วน

ตามหลักการมอบอำนาจสหภาพยุโรปและสถาบันในสหภาพยุโรปต้องกระทำการภายในกรอบอำนาจที่ได้รับมอบหมาย โดยมีหลักการสำคัญที่สุดประการหนึ่งคือ การร่วมมือกัน อย่างตั้งใจระหว่างสหภาพยุโรปและรัฐสมาชิก ซึ่งรวมถึงหลักการพื้นฐานในการยอมรับคำพิพากษาของศาลยุติธรรมยุโรปซึ่งปราศจากการแทรกแซงและเป็นอิสระ

กฎหมายสหภาพยุโรปมีการบังคับใช้ใน 2 รูปแบบ คือ การบังคับใช้ทางตรงโดยสถาบันในสหภาพยุโรปต่อปัจเจกบุคคล และการบังคับใช้ทางอ้อมภายใต้กฎหมายภายในของรัฐสมาชิก ซึ่งอาจก่อให้เกิดการโต้แย้งสิทธิระหว่างหน่วยงานของรัฐและประชาชนและระหว่างประชาชนด้วยกัน

การบังคับใช้อย่างกว้าง ขวางของ Regulations และ Directives ต่อรัฐสมาชิก เป็นผลให้กฎหมายเกี่ยวกับผลิตผลทางการเกษตร การขนส่ง กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการค้าระหว่าง ประเทศ และนโยบายอื่นๆ สามารถบังคับใช้โดยตรง (Direct Applicable) โดยศาลของรัฐสมาชิก จึงถือว่าศาลภายในของรัฐสมาชิกเป็นศาลทั่วไปของสหภาพยุโรป ส่วนศาลยุติธรรมยุโรปถือเป็นศาลพิเศษที่มีอำนาจพิเศษในการพิจารณาคดีตามที่ให้อำนาจไว้

1) ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป (Court of Justice of the European Union)

ศาลยุติธรรมประกอบด้วยผู้พิพากษา 27 คน (แต่งตั้งจากประเทศสมาชิกประเทศละ 1 คน) มีวาระ 6 ปี และตุลาการผู้แถลงคดี (Advocate General) อีก 8 คน (วาระละ 6 ปี) ทำหน้าที่เสนอความเห็นในคดีต่างๆ ก่อนนำคดีขึ้นสู่ศาลผู้พิพากษาแต่ละคนสามารถต่ออายุได้เมื่อครบวาระหากประเทศสมาชิกที่แต่งตั้งผู้พิพากษาคคนดังกล่าวเห็นควร ศาลยุติธรรมแห่ง

สหภาพยุโรปมีหน้าที่หลักในการตีความวินิจฉัยข้อพิพาทให้เป็นไปตามสนธิสัญญาต่าง ๆ ของศาลยุติธรรม เพื่อให้กฎเกณฑ์ทางกฎหมายมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างประเทศสมาชิก

เขตอำนาจเฉพาะเจาะจงของศาลยุติธรรมยุโรปเป็นไปตาม มาตรา 267²²³ ของสนธิสัญญา TFEU (Treaties on the Functioning of the European Union) ที่ให้อำนาจศาลยุติธรรมยุโรป ตอบข้อซักถามเบื้องต้น (Preliminary Ruling) ที่ศาลภายในของแต่ละประเทศส่งมา โดยมาตรา 267 บัญญัติว่า ศาลล่างหรือศาลสูงสุดของรัฐสมาชิกจะต้องส่งข้อซักถามเกี่ยวกับการตีความกฎหมาย สหภาพยุโรป ความมีอยู่และการบังคับใช้พระราชบัญญัติของสหภาพยุโรปไปยังศาลยุติธรรมยุโรป เพื่อให้ศาลยุติธรรมยุโรปตีความ อีกทั้งศาลยุติธรรมยุโรป ยังมีหน้าที่สอดส่องดูแลการตีความและการ บังคับใช้ของสนธิสัญญาให้อยู่ภายใต้หลักนิติธรรม

²²³ Article 267 - The Treaty on the Functioning of the European Union: TFEU
(ex Article 234 TEC)

The Court of Justice of the European Union shall have jurisdiction to give preliminary rulings concerning:

- (a) the interpretation of the Treaties;
- (b) the validity and interpretation of acts of the institutions, bodies, offices or agencies of the Union;

Where such a question is raised before any court or tribunal of a Member State, that court or tribunal may, if it considers that a decision on the question is necessary to enable it to give judgment, request the Court to give a ruling thereon.

Where any such question is raised in a case pending before a court or tribunal of a Member State against whose decisions there is no judicial remedy under national law, that court or tribunal shall bring the matter before the Court.

If such a question is raised in a case pending before a court or tribunal of a Member State with regard to a person in custody, the Court of Justice of the European Union shall act with the minimum of delay.

กล่าวโดยสรุป ศาลยุติธรรมยุโรปมีหน้าที่รับผิดชอบตอบข้อซักถามของรัฐสมาชิก คดีที่อุทธรณ์จากศาลทั่วไป รวมถึงคดีที่มีการกล่าวอ้างว่ามีการละเมิดสนธิสัญญาแห่งสหภาพยุโรป หรือคดีที่เกี่ยวข้องกับรัฐธรรมนูญยุโรป²²⁴

2) ศาลทั่วไป (General Court)

ประกอบด้วยผู้พิพากษาอย่างน้อย 27 คน ซึ่งจะต้องมีความเป็นอิสระและมาจากศาลสูงของรัฐสมาชิกผู้ได้รับการเสนอชื่อจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบจากคณะกรรมการ โดยมาตรา 254²²⁵ แห่งสนธิสัญญา TFEU กำหนดเอาไว้ว่า ผู้พิพากษาทั้ง 27 คน ของศาลทั่วไปถูกแต่งตั้งจากแต่ละรัฐสมาชิก ซึ่งคัดเลือกจากผู้มีคุณสมบัติดำรงตำแหน่งในศาลสูงของแต่ละประเทศ และเป็นผู้มีชื่อเสียงเรื่องความเป็นกลาง

²²⁴ สำนักการต่างประเทศ สำนักงานศาลยุติธรรม, "The Eu's "Four Freedoms": Free Movement of Goods, Capital and Services และ the European Court of Justice," [Online]. Available from:

<https://oia.coj.go.th/th/file/get/file/20190208e4da3b7fbbce2345d7772b0674a318d5093828.pdf>

²²⁵ Article 254 - The Treaty on the Functioning of the European Union: TFEU

(ex Article 224 TEC)

The number of Judges of the General Court shall be determined by the Statute of the Court of Justice of the European Union. The Statute may provide for the General Court to be assisted by Advocates-General.

The members of the General Court shall be chosen from persons whose independence is beyond doubt and who possess the ability required for appointment to high judicial office. They shall be appointed by common accord of the governments of the Member States for a term of six years, after consultation of the panel provided for in Article 255. The membership shall be partially renewed every three years. Retiring members shall be eligible for reappointment.

The Judges shall elect the President of the General Court from among their number for a term of three years. He may be re-elected.

The General Court shall appoint its Registrar and lay down the rules governing his service.

The General Court shall establish its Rules of Procedure in agreement with the Court of Justice. Those Rules shall require the approval of the Council.

Unless the Statute of the Court of Justice of the European Union provides otherwise, the provisions of the Treaties relating to the Court of Justice shall apply to the General Court.

สนธิสัญญาสิทธิบัตรกำหนดให้มีคณะกรรมการไต่สวนพิเศษ ซึ่งได้รับมอบหมายให้ ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้สมัครที่แต่ละรัฐสมาชิกเสนอชื่อมาแม้ความเห็นของคณะกรรมการไต่สวนพิเศษไม่มีผลผูกพัน แต่คณะกรรมการไต่สวนพิเศษมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมจนถึงปัจจุบันมีผู้สมัครที่ถูกเสนอชื่อโดย รัฐสมาชิกแต่ถูกคณะกรรมการ ไต่สวนพิเศษปฏิเสธ 5 กรณี ซึ่งบางรัฐเห็นว่าความเห็นของคณะกรรมการไต่สวนพิเศษ เป็นเพียง คำแนะนำเท่านั้น รัฐจึงยังคงยืนยันให้ผู้สมัครที่ตนเองเสนอชื่อได้รับการแต่งตั้ง แต่ปรากฏว่ารัฐสมาชิกอื่นไม่เห็นด้วยและจัดการให้รัฐนั้นเสนอชื่อบุคคลใหม่ ด้วยเหตุนี้รัฐสมาชิกจึงต้องเสนอบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่สุดเข้าดำรงตำแหน่ง

กล่าวโดยสรุป ศาลทั่วไปมีหน้าที่รับผิดชอบคดีประเภท Direct Actions โดยมีลักษณะเป็นศาลชั้นต้นของคดีประเภทดังกล่าว คำพิพากษาของศาลทั่วไปอาจถูกอุทธรณ์เฉพาะในปัญหาข้อกฎหมายต่อศาลยุติธรรมยุโรปได้มีบางกรณีที่ผู้อุทธรณ์อ้างว่าศาลทั่วไปใช้กฎหมายไม่ถูกต้อง ศาลสูงหรือศาลยุติธรรมยุโรปจะรับอุทธรณ์ไว้พิจารณา เช่นเดียวกับกรณีที่ศาลภายในของรัฐสมาชิกชักถามไปยังศาลยุติธรรมยุโรปว่าจะนำกฎหมายฉบับใดมาใช้บังคับกับคดีซึ่งไม่ใช่การอุทธรณ์ในปัญหาข้อเท็จจริง²²⁶

3) ศาลเจ้าหน้าที่ (Specialised Staff Court of the EU) ประกอบด้วย ผู้พิพากษา 7 คน กระบวนการคัดเลือกเป็นไปโดยอิสระ เปิดโอกาสให้ผู้สนใจสมัครเข้ารับการคัดเลือกได้ คณะมนตรียุโรปเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเขาดำรงตำแหน่งผู้พิพากษาในศาลเจ้าหน้าที่ รวมถึงตรวจสอบการจัดสรรผู้ดำรงตำแหน่งให้เท่าเทียมกันในสหภาพยุโรป

กล่าวโดยสรุป ศาลเจ้าหน้าที่มีหน้าที่รับผิดชอบคดีที่เจ้าหน้าที่ในสถาบันของสหภาพยุโรปยื่นฟ้องสถาบันของสหภาพยุโรป โดยคำพิพากษาของศาลเจ้าหน้าที่อาจถูกอุทธรณ์เฉพาะในปัญหาข้อกฎหมายไปยังศาลทั่วไปได้และในกรณีนี้คำพิพากษาของศาลทั่วไปจะเป็นที่สุด²²⁷

ทั้งนี้บทบัญญัติหลักของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่เป็นมาตรการหลักและมีความสำคัญที่คณะกรรมการยุโรปซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่จะบังคับใช้กฎหมาย²²⁸ รวมถึงศาลทั่วไป (General Court) (เดิมคือ Court of First Instance) และ ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป (Court of Justice of

²²⁶ สำนักข่าวกรองแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, "สหภาพยุโรป "

²²⁷ Ibid.

²²⁸ ในปัจจุบันโดยผลของ Regulation 1/2003 [2003] OJL1/1 ได้กระจายอำนาจการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้หน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายและศาลภายในของรัฐสมาชิกเช่นเดียวกับ The Commission และเรียกกรุปแบบนี้ว่า European Competition Network (ECN).

the European Union) (เดิมคือ European Court of Justice) นำมาใช้ในการพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นแต่เดิมได้บัญญัติไว้ในมาตรา 81 และมาตรา 82 ของสนธิสัญญาโรม แต่เมื่อสนธิสัญญาลิสบอนมีผลบังคับใช้ได้มีการเปลี่ยนเลขบทบัญญัติใหม่ทั้งหมดและทำให้บทบัญญัติมาตรา 81 และมาตรา 82 เปลี่ยนแปลงเป็นมาตรา 101 ซึ่งใช้กับกรณีที่เป็น การตกลงร่วมกันในแนวนอนและการตกลงร่วมกันในแนวดิ่ง และมาตรา 102 ซึ่งใช้กับกรณีการกำกับดูแลเกี่ยวกับการมีอำนาจเหนือตลาดของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งบัญญัติเอาไว้ใน TFEU แทนตามลำดับ

หากต้องการศึกษาว่าพฤติกรรมกรรมการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันที่เกิดขึ้นในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตกับผู้ประกอบการของสหภาพยุโรปได้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก็นั้นก็มีความจำเป็นที่ต้องศึกษาถึงที่มาและความสำคัญของการกำกับดูแลพฤติกรรมกรรมการตกลงร่วมในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งเสียก่อน เพื่อที่จะได้เข้าใจเหตุผลวัตถุประสงค์และความเป็นมาของการบัญญัติหลักกฎหมายในเรื่องต่างๆ ที่กำหนดขึ้นมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมกรรมการจำกัดการแข่งขันทางการค้าให้เกิดการแข่งขันในตลาดธุรกิจสถานีบริการน้ำมันอย่างลึกซึ้ง และสามารถนำมาประยุกต์เพื่อปรับใช้กับบริบทกฎหมายในประเทศไทยได้อย่างเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพต่อตลาดการค้ามากที่สุด

3.2.2 ความเป็นมาของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง

ในช่วงก่อน ปี ค.ศ. 1930 นั้น ประเทศในทวีปยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศเยอรมนีนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญกับบทบาทและอำนาจหน้าที่ของรัฐตามกฎหมายในการส่งเสริมการแข่งขันตามแนวคิดเสรีนิยมแบบสุดขีด (ultraliberal) กล่าวคือ แนวคิดเสรีนิยมแบบสุด ขั้วนั้นตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่ารัฐไม่ควรที่จะแทรกแซงความสัมพันธ์ในทางสัญญาระหว่างเอกชนที่ถูกสร้างขึ้น โดยใจสมัคร ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดกรณีที่ผู้ประกอบการรวมตัวกันเพื่อไม่ให้มีการแข่งขัน (cartel) โดยไม่ผิด กฎหมายและไม่ถูกแทรกแซงโดยรัฐอย่างแพร่หลายในประเทศเยอรมนี²²⁹ เพื่อแก้ไขสภาพการณ์ที่มีการแข่งขันอย่างจำกัดดังกล่าวจึงได้เกิดแนวคิดเสรีนิยมแบบออร์โด (Ordoliberalism)

ในช่วงทศวรรษที่ 1930 ซึ่งแนวคิดดังกล่าว มีพื้นฐานมาจากแนวคิดเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมดั้งเดิมซึ่งให้ความสำคัญกับเสรีภาพทางเศรษฐกิจและการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยมีความเห็นว่าปัจจัยทั้งสองนั้นมีส่วนสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเสรีภาพทางการเมือง

²²⁹ Damien Geradin, Anne Layne-Farrar, and Nicolas Petit, *Eu Competition Law and Economic* (Oxford: Oxford University Press, 2012).p 15.

ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองแนวคิดเสรีนิยมแบบออร์โต ได้มีส่วนผลักดันให้ประเทศเบลเยียม ประเทศฝรั่งเศส ประเทศเยอรมนี ประเทศอิตาลี และ ประเทศลักเซมเบิร์ก ได้ร่วมกันสร้างกฎเกณฑ์ที่จำเป็นต่อการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมถ่านหินและเหล็กขึ้น ในปี ค.ศ. 1951 โดยได้ทำความตกลงเพื่อสร้างประชาคมถ่านหินและเหล็กของยุโรปขึ้น (European Coal and Steel Community ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ECSC”) ECSC มีสถานะเป็นนิติบุคคล²³⁰ โดยความตกลง ECSC ได้ห้ามมิให้ผู้ประกอบการสร้างความตกลงอันส่งผลเป็นการ จำกัดการแข่งขัน

นอกจากนี้ ความตกลง ECSC ยังได้มีการกำหนดให้มีการทำธุรกรรมซึ่งมีลักษณะเป็นการนำไปสู่การรวมศูนย์ (concentration) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการรายหนึ่งรายใด²³¹ จะต้องขออนุญาตจาก คณะกรรมาธิการของ ECSC (High Authority) ก่อน โดยความตกลง ECSC นั้นมีความพยายามในการป้องกันการรวมตัวกันจำกัดการแข่งขันโดยผู้ประกอบการ (cartel) และป้องกันการใช้อำนาจทางเศรษฐกิจเหนือตลาดในอุตสาหกรรมถ่านหินและเหล็ก²³²

ต่อมาใน ปี ค.ศ. 1957 กลุ่มประเทศผู้ให้กำเนิดความตกลง ECSC ทั้ง 6 ประเทศก็ได้เห็นพ้องกันที่จะขยายขอบเขตของการแข่งขันทางเศรษฐกิจไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ไม่ใช่ถ่านหินและเหล็กด้วย จึงขยายขอบเขตการบังคับใช้บทบัญญัติที่มีวัตถุประสงค์ส่งเสริมการแข่งขันในความตกลง ECSC ให้มีผลบังคับแก่อุตสาหกรรมอื่นๆ ในยุโรปอีก จึงได้มีการสร้างกฎเกณฑ์เพื่อส่งเสริมการแข่งขันในมาตรา 85 และ 86 ของสนธิสัญญากรุงโรม Treaty of Rome หรือ EC Treaty ซึ่งเป็นสนธิสัญญาจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจยุโรป European Community (EC)

มาตรา 85 ของ EC Treaty บัญญัติห้ามการรวมตัวกันของผู้ประกอบการเพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจ (cartel) โดยบัญญัติห้ามมิให้มีการทำความตกลงกันระหว่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจโดยสมาคมของผู้ประกอบการ และการสร้างแนวทางการปฏิบัติซึ่งส่งผลเป็นการจำกัดทางการค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีผลเป็นการป้องกัน จำกัด และขัดขวางการแข่งขันในตลาดร่วม²³³ ส่วนมาตรา 86 นั้นเป็นบทบัญญัติที่ห้ามมิให้มีการห้ามผู้ประกอบการมิให้ใช้อำนาจเหนือตลาดเพื่อประโยชน์ของตนอย่างไม่เหมาะสม²³⁴ ซึ่งต่อมาทั้ง 2 มาตรานี้ถูกจัดลำดับให้เป็นมาตรา 81 และ 82 หลังจากทีสนธิสัญญาอัมสเตอร์ดัม Amsterdam Treaty มีผลบังคับผูกพันในปี ค.ศ. 1999

²³⁰ The European Coal and Steel Community, Article 6 para 1.

²³¹ The European Coal and Steel Community, Article 80 และ 79.

²³² Damien Geradin, Anne Layne-Farrar, and Nicolas Petit, *Eu Competition Law and Economic*.p.16.

²³³ Treaty of Rome (1957), Article 85

²³⁴ Treaty of Rome (1957), Article 86

อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้ EC Treaty มีปัญหาในทางปฏิบัติว่าระบบการบังคับการให้ เป็นไปตามเจตนารมณ์ของ EC Treaty ²³⁵ นั้นควรจะเป็นระบบที่ควบคุมก่อนที่จะเกิดปัญหา (ex-ante) หรือระบบที่จะเข้าแทรกแซงหลังจากที่เกิดปัญหาแล้ว (ex-post) ต่อมาสภาแห่ง ประชาคมเศรษฐกิจยุโรปจึงได้ออก Regulation No. 17 ใน ปี ค.ศ. 1962 (Regulation 17/62) เพื่อ บังคับการให้ เป็นไปตามมาตรา 85 และ 86 ของ EC Treaty²³⁶ ในปัจจุบัน มาตรา 85 และ 86 ของ EC Treaty และ Regulation 17/62 นั้นไม่มีผลใช้บังคับเป็น กฎหมายของสหภาพยุโรปอีกต่อ มาตรา 85 และ 86 ของ EC Treaty นั้นถูกแทนที่โดยมาตรา 101 102 และ มาตรา 107 ถึง 109 ของ TFEU ใน ปี ค.ศ. 2009

ความเป็นมาของ Regulation

แต่เดิมนั้นการพิจารณาพฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งและการ ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง คณะกรรมาธิการจะมีการประเมิน พิจารณาในการยกเว้นให้เป็นราย กรณีไป (Individual Exemption) ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการ ขออนุญาตต่อคณะกรรมาธิการก่อนเสมอหากมีการทำข้อตกลงที่อาจมีลักษณะเป็นการจำกัดการ แข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งตามที่กำหนดเอาไว้ใน Regulation 17/62²³⁷ (ปัจจุบันคือ Regulation 1/2003) ซึ่งคณะกรรมาธิการยุโรปมีอำนาจแต่เพียงผู้เดียวในการอนุญาตกับข้อตกลงที่เข้าเงื่อนไข ยกเว้นในมาตรา 85 (3) (ปัจจุบันคือ มาตรา 101(3) TFEU) ซึ่งอำนาจดังกล่าวส่งผลให้ คณะกรรมาธิการสามารถพัฒนานโยบายที่จะใช้กับข้อตกลงในรูปแบบต่างๆ ได้ในระยะเวลาหนึ่ง เท่านั้น²³⁸ แต่กฎเกณฑ์ดังกล่าวนั้นก็ได้นำไปสู่การยื่นคำร้องขออนุญาตใช้ข้อตกลงที่เข้าเงื่อนไขที่ กำหนดไว้ในมาตรา 85 (3) จำนวนมากเกินไปส่งผลทำให้คณะกรรมาธิการยุโรปไม่สามารถจัดการได้ อย่างมีประสิทธิภาพพออย่างที่ควรจะเป็น²³⁹ และทางคณะกรรมาธิการยุโรปนั้นไม่มีเจ้าหน้าที่เพียงพอใน การทำหน้าที่เพื่อพิจารณาข้อตกลงที่ได้รับการขออนุญาตมาจำนวนมากและต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็น

²³⁵ 21Frank Montag, The Case for a Reform of Regulation 17/62: Problems and Possible Solutions from Practitioner's Point of View (Fordham International Law Review 22 March 1998).

²³⁶ EEC Council: Regulation No 17: First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty, Preamble.

²³⁷ REGULATION No 17 First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty.

²³⁸ Richard Whish, Competition Law: 6th (Sixth) Edition, 6 Ed. (Oxford: Oxford University Press, USA, October 2008).p 162.

²³⁹ Alison Jones, Brenda Sufrin, and Niamh Dunne, Eu Competition Law. p 243.

จำนวนมากในการดำเนินการ อีกทั้งกระบวนการในการอนุญาตมีหลายขั้นตอน เช่น ต้องมีการรับฟังความคิดเห็น ต้องมีการจัดเตรียมคำคัดค้าน เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้การอนุญาตในแต่ละครั้งใช้เวลานานมากและทำให้เกิดผลเสียอย่างมากต่อผู้ประกอบการธุรกิจในการรอเวลาเพื่อยืนยันความถูกต้องตามกฎหมายของข้อตกลงที่ตนทำขึ้นว่าสามารถกระทำได้หรือไม่ อีกทั้งข้อตกลงส่วนใหญ่ก็ไม่ได้มีผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อการแข่งขัน และที่สำคัญคือทำให้คณะกรรมการมีขีดความสามารถลดน้อยลงในการพิจารณาการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันอย่างร้ายแรงซึ่งมีผลเสียต่อประโยชน์สาธารณะเป็นอย่างมากและส่งผลให้ในที่สุดคณะกรรมการได้มีการจัดทำกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม (Block Exemption Regulation) ขึ้นมา โดยเป็นกฎเกณฑ์ที่ระบุประเภทและรายละเอียดของข้อตกลงที่จะเข้าเงื่อนไขในการยกเว้นให้ตามกฎหมายโดยไม่ต้องยื่นหนังสือแจ้งและขอยกเว้นเป็นรายบุคคลต่อคณะกรรมการดังที่เคยเป็นมา

กฎการยกเว้นแบบกลุ่ม (Block Exemption Regulation : BER)

Council Regulation 19/65

ในปี 1965 มีการประกาศใช้ Council Regulation 19/65 ซึ่งเป็นกฎการยกเว้นฉบับแรกซึ่งให้อำนาจแก่คณะกรรมการในการประกาศใช้กฎข้อบังคับที่อนุญาตให้มีกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม ในการจัดจำหน่ายโดยทวีภาคีและสิทธิในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมบางประเภท Council Regulation 19/65 มีความสำคัญอย่างยิ่งในการมอบอำนาจให้คณะกรรมการออกกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขัน นโยบายโดยไม่ต้องขอความเห็นชอบจากสภาอย่างเป็นทางการ²⁴⁰

Council Regulation 19/65 ได้ให้อำนาจแก่คณะกรรมการตามข้อบังคับในการประกาศว่ามาตรา 85 (1) จะไม่ใช้บังคับกับประเภทของข้อตกลงที่มีเพียงสองผู้ประกอบการเท่านั้นที่เป็นภาคี โดยที่ฝ่ายหนึ่งเห็นด้วยกับอีกฝ่ายหนึ่งในการจัดหาเฉพาะซึ่งสินค้าบางอย่างสำหรับการขายต่อภายในพื้นที่ที่กำหนดในตลาด หรือโดยที่ฝ่ายหนึ่งเห็นด้วยกับอีกฝ่ายหนึ่งซื้อจากสินค้าบางอย่างเท่านั้นเพื่อขายต่อ หรือ โดยที่ทั้งสองได้เข้ามาเป็นภาวะผูกพันเช่นเดียวกับหลักเกณฑ์ทั้งสองก่อนหน้าซึ่งกันและกันในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดหาและการซื้อเฉพาะสำหรับการขายต่อและจะรวมถึงในกรณีข้อจำกัดที่

²⁴⁰ Nicolai J. Sarad, " Eec Regulation of Exclusive Dealing Arrangements," [Online]. Available from: <https://lawcat.berkeley.edu/record/1112333>

กำหนดเกี่ยวกับการได้มาหรือใช้สิทธิในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร การออกแบบ หรือเครื่องหมายการค้า²⁴¹ เป็นต้น

โดยในรายละเอียดของกฎการยกเว้นแบบกลุ่มในช่วงแรกนั้นได้มีการกำหนดยกเว้นให้กับความตกลงในบางรูปแบบเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น การตกลงผูกขาดการจัดจำหน่าย ซึ่งในช่วงระยะเวลาก่อนที่จะมีการใช้ระบบการอนุญาตแบบกลุ่มนั้นเป็นรูปแบบของความตกลงที่ได้มีการยื่นเข้ามาขออนุญาตมามากที่สุด หรือ ข้อตกลงให้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้มีลักษณะเป็นการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าและถึงแม้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันก็ตกอยู่ภายใต้ข้อยกเว้นในมาตรา 85(3) (ปัจจุบันคือมาตรา 101(3))²⁴²

Commission Regulation 67/67

ในปี 1967 ตาม Regulation 17/62 คณะกรรมาธิการยังได้ผ่านข้อบังคับซึ่งเป็นกฎการยกเว้นแบบกลุ่มขึ้นมาได้แก่ Commission Regulation 67/67 ซึ่งเกี่ยวกับข้อตกลงการขายเฉพาะราย (Exclusive Dealing) โดยในการผ่าน Commission Regulation 67/67 นั้น คณะกรรมาธิการได้ระบุว่าประสพการณ์ที่ได้รับจากการตัดสินของแต่ละบุคคลก่อนหน้านี้จะต้องมีการกำหนดหมวดหมู่ของข้อตกลงที่จะส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการในระบบการจัดจำหน่ายต้องมีการจัดระบบให้สอดคล้องกับที่ Commission Regulation 67/67 ที่ได้กำหนดกฎการยกเว้นเอาไว้

²⁴¹ REGULATION No 19/65/EEC OF THE COUNCIL of 2 March 1965 on application of Article 85 (3) of the Treaty to certain categories of agreements and concerted practices

Article 1

1 . Without prejudice to the application of Council Regulation No 17 and in accordance with Article 85 (3) of the Treaty the Commission may by regulation declare that Article 85 (1) shall not apply to categories of agreements to which only two undertakings are party and:

(a) — whereby one party agrees with the other to supply only to that other certain goods for resale within a defined area of the common market; or — whereby one party agrees with the other to purchase only from that other certain goods for resale; or — whereby the two undertakings have entered into obligations, as in the two preceding subparagraphs, with each other in respect of exclusive supply and purchase for resale;

(b) which include restrictions imposed in relation to the acquisition or use of industrial property rights—in particular of patents, utility models, designs or trade marks—or to the rights arising out of contracts for assignment of, or the right to use, a method of manufacture or knowledge relating to the use or to the application of industrial processes.

²⁴² D.G.Goyder, *Ec Competition Law* (Oxford: Oxford University Press, October 9, 2003),p 47.

Commission Regulation 67/67 ได้กำหนดกฎเกณฑ์เอาไว้ว่า มาตรา 85 (1) ของสนธิสัญญาจะไม่ มีผลบังคับใช้กับข้อตกลงที่มีเพียงสองผู้ประกอบการเท่านั้นที่เป็นภาคีและโดยที่ฝ่ายหนึ่งตกลงกับอีก ฝ่ายที่จะจัดหาสินค้าบางอย่างให้กับอีกฝ่ายเพื่อขายต่อเท่านั้นภายในพื้นที่ที่กำหนดของตลาดทั่วไป หรือฝ่ายหนึ่งตกลงกับอีกฝ่ายหนึ่งที่จะซื้อสินค้าบางอย่างสำหรับขายต่อ หรือเป็นการดำเนินการทั้งสองได้เข้าสู่ภาวะผูกพันข้างต้นในส่วนของการจัดหาและการซื้อเพื่อขายต่อ²⁴³ แต่กฎเกณฑ์ที่กำหนด เอาไว้ใน Commission Regulation 67/67 นั้นยังคงยึดติดกับรูปแบบ (Formalistic) และมีการ กำหนดขอบเขตในการใช้บังคับที่มีความเฉพาะเจาะจงมากจนเกินไป คือการใช้บังคับกับเฉพาะ ข้อตกลงในการจำหน่ายสินค้าเฉพาะรายเท่านั้น²⁴⁴

Commission Regulation 1983/83 และ Commission Regulation 1984/83

ในปี 1983 คณะกรรมาธิการได้ผ่านข้อบังคับออกมา 2 ข้อบังคับซึ่งได้แก่ Commission Regulation 1983/83 และ Commission Regulation 1984/83 และโดยที่ทั้ง 2 กฎข้อบังคับนี้เป็น กฎข้อบังคับที่ได้บัญญัติขึ้นมาแทนที่ Commission Regulation 67/67 ที่ได้หมดอายุการบังคับใช้ไป ในวันที่ 30 มิถุนายน 1983²⁴⁵ และข้อบังคับทั้ง 2 ข้อบังคับก็มีการใช้บังคับเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 1983²⁴⁶ ซึ่ง Commission Regulation 1983/83 จะว่าด้วยการใช้มาตรา 85 (3) ของสนธิสัญญากับ

²⁴³ REGULATION No 67/67/EEC OF THE COMMISSION of 22 March 1967 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to certain categories of exclusive dealing agreements
Article 1

1 . Pursuant to Article 85 (3) of the Treaty and subject to the provisions of this Regulation it is hereby declared that until 31 December 1972 Article 85 (1) of the Treaty shall not apply to agreements to which only two undertakings are party and whereby:

(a) one party agrees with the other to supply only to that other certain goods for resale within a defined area of the common market; or

(b) one party agrees with the other to purchase only from that other certain goods for resale; or

(c) the two undertakings have entered into obligations, as in (a) and (b) above, with each other in respect of exclusive supply and purchase for resale

²⁴⁴ COUNCIL REGULATION (EC) No 1216/1999 of 10 June 1999 amending Regulation No 17: first Regulation implementing Article 81 and 82 of the Treaty.

²⁴⁵ Susanne Christina Caillet, "Exclusive Dealing Agreements under Eec Competition Law" LL.M degree Department of European Law, University of Glasgow, 1989).p.115

²⁴⁶ Ibid.p 129.

ประเภทของข้อตกลงการจัดจำหน่ายพิเศษ และ Commission Regulation 1984/83 จะว่าด้วยการใช้มาตรา 85 (3) ของสนธิสัญญากับประเภทของข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษและสำหรับเหตุผลที่คณะกรรมการแยกที่ 2 ข้อบังคับออกจากกันนั้น เนื่องจากลักษณะที่แตกต่างกันของข้อตกลงและผลกระทบที่แตกต่างกันเกี่ยวกับการแข่งขันภายในตลาดทั่วไป คณะกรรมาธิการระบุว่าข้อตกลงการจัดจำหน่ายพิเศษมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันภายในแบรนต์ แต่ในขณะที่ข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษมีผลต่อการแข่งขันระหว่างแบรนต์²⁴⁷

ในขณะที่ Commission Regulation 67/67 จัดการกับข้อตกลงหลายประเภท แต่ข้อบังคับทั้ง 2 ข้อบังคับนี้มีการยกเว้นที่แตกต่างกันสำหรับประเภทของข้อตกลงที่แตกต่างกัน กล่าวคือ Commission Regulation 1983/83 ใช้สำหรับข้อตกลงการจัดจำหน่ายพิเศษโดยมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญ คือ ผู้ผลิตจะจัดสรรสินค้าให้กับผู้ค้าปลีกภายในอาณาเขตตามสัญญาที่กำหนดไว้ ในขณะที่ Commission Regulation 1984/83 ข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษคือผู้ค้าปลีกตกลงที่จะซื้อสินค้าที่ทำสัญญากับอีกฝ่ายหนึ่งคือผู้ผลิตเท่านั้นและจะไม่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามบทบัญญัติของทั้ง 2 ข้อบังคับก็มีหลักเกณฑ์ในหลายประการที่เหมือนกัน ดังนั้นบทบัญญัติคู่ขนานเหล่านี้จะต้องตีความในทำนองเดียวกัน²⁴⁸

Commission Regulation 1983/83

ลักษณะเด่นของข้อตกลงการจัดจำหน่ายพิเศษคือคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งคือผู้ผลิตมีหน้าที่ในการจัดสรรสินค้าให้แก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งได้แก่ ผู้ค้าปลีก ซึ่งในสัญญาจะมีการกำหนดอาณาเขตหรือก็คือการกำหนดพื้นที่ในการขายต่อที่ผู้ค้าปลีกจะจำหน่ายเอาไว้ (อาณาเขตของสัญญา) โดยผู้ค้าปลีกต้องทุ่มเทความพยายามในการขายและในทางกลับกันผู้ผลิตได้มีการรับรองว่าจะไม่จัดหาผู้ค้าปลีกรายอื่นมาจำหน่ายสินค้าในอาณาเขตที่ได้ทำสัญญากับผู้ค้าปลีกรายปัจจุบันเอาไว้

Commission Regulation 1984/83

ลักษณะเด่นของข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษผู้ค้าปลีกตกลงที่จะซื้อสินค้าตามสัญญาเท่านั้นจากอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งได้แก่ผู้ผลิตและสัญญาว่าจะไม่ซื้อจากผู้ผลิตอื่นใด แต่ผู้ผลิตมีสิทธิจัดหาผู้ค้าปลีกรายอื่นในเขตพื้นที่ขายเดียวกันและในระดับเดียวกันของการจัดจำหน่ายซึ่งจะมีลักษณะที่ต่างจากตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว ผู้ค้าปลีกที่เชื่อมโยงกันไม่ใช่ป้องกันการแข่งขันจากผู้ค้าปลีกรายอื่นที่เหมือน

²⁴⁷ Ibid.

²⁴⁸ Ibid.p.116

ผู้ค้าปลีกได้รับสินค้าตามสัญญาโดยตรงจากผู้ผลิตแต่ในทางกลับกันนั้นผู้ค้าปลีกเป็นอิสระ โดยข้อจำกัดที่เกี่ยวกับพื้นที่อาจเป็นการเพิ่มความพยายามในการจำหน่ายสินค้าของผู้ค้าปลีก²⁴⁹

ในการนำกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม (Block Exemption Regulation : BER) ใหม่มาใช้บังคับนั้น คณะกรรมาธิการมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำกฎที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงประเภทนี้ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาทั้งในความเป็นจริงทางเศรษฐกิจของตลาดทั่วไปและในกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป” ในการยอมรับ Commission Regulation 1984/83 ในเรื่องของการจัดซื้อพิเศษ คณะกรรมาธิการระบุว่าเหตุผลพื้นฐานคือ “ข้อตกลงประเภทนี้ครอบคลุมถึงการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อซึ่งจะมีลักษณะของข้อตกลงที่คล้ายคลึงกันในเกือบทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจเพื่อให้สามารถอยู่ภายใต้กฎข้อบังคับเดียวกัน”²⁵⁰

สำหรับเหตุผลที่คณะกรรมาธิการได้บัญญัติ Commission Regulation 1984/83 นี้ขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษที่กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้โดยทั่วไปจะนำไปสู่การปรับปรุงการจัดจำหน่าย ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถวางแผนการขายสินค้าของผู้ผลิตได้ด้วยความแม่นยำมากขึ้นและมีระยะเวลานานขึ้นและเพื่อเป็นการตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อตกลงของผู้ค้าปลีกจะได้มีการทำบนพื้นฐานของระยะเวลาของข้อตกลงที่เป็นปกติ อีกทั้งช่วยให้คู่สัญญาได้จำกัดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขของตลาดและเพื่อลดต้นทุนการจัดจำหน่าย และข้อตกลงดังกล่าวยังอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การตลาดที่เข้มข้นเนื่องจากผู้ผลิตในการพิจารณาสำหรับการซื้อ แต่เพียงผู้เดียวภาระผูกพันเป็นกฎหมายได้ภาระผูกพันที่จะต้องมีส่วนช่วยในการปรับปรุงโครงสร้างของเครือข่ายการจำหน่าย คุณภาพของความพยายามในการส่งเสริมการขายหรือความสำเร็จในการขาย และในขณะเดียวกันยังเป็นการกระตุ้นการแข่งขันระหว่างผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตที่แตกต่างกัน ซึ่งการแต่งตั้งผู้ค้าปลีกที่จะ ต้องซื้อสินค้าเฉพาะจากผู้ผลิตและผู้รับช่วงการขายการส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้าและการดำเนินการมักเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดและในบางครั้งก็เป็นวิธีเดียวสำหรับผู้ผลิตในการเจาะตลาดและแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นที่มีอยู่แล้ว อีกทั้งข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกยังส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับส่วนแบ่งที่เป็นธรรมจาก

²⁴⁹ European Commission, Commission notice concerning Commission Regulations (EEC) No 1983/83 and (EEC) No 1984/83 of 22 June 1983 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of exclusive distribution and exclusive purchasing agreements, p.1

²⁵⁰ Erin Macpherson, "An Examination of the Competitiveness of the Methods by Which Beer Has Been Distributed in the Uk Focusing on the Beer Tie Agreement" PhD. degree School of Law College of Social Sciences University of Glasgow, (2015).p 64.

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกล่าวคือผู้บริโภครจะได้รับประโยชน์จากการจัดการและสามารถรับสินค้าตามสัญญาได้รวดเร็วและง่ายขึ้น²⁵¹

Commission Regulation 1984/83 ได้มีการกำหนดประเภทของข้อตกลงที่อยู่ภายใต้บังคับไว้ 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทแรกประกอบด้วยข้อตกลงการจัดซื้อเฉพาะในระยะเวลาสั้นและปานกลางในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ

อีกสองประเภทประกอบด้วยข้อตกลงการจัดซื้อเฉพาะระยะยาว ได้แก่ ข้อตกลงที่สร้างขึ้นเพื่อจำหน่ายเบียร์ในสถานที่ที่ใช้ในการขายและการบริโภค (ข้อตกลงการจัดหาเบียร์) และปิโตรเลียมผลิตภัณฑ์ในสถานีสถานีบริการเติมน้ำมัน (ข้อตกลงสถานีสถานีบริการน้ำมัน)²⁵²

ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในส่วนของหัวข้อ ข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษสำหรับสถานีสถานีบริการน้ำมันเท่านั้น คณะกรรมาธิการมีความเห็นว่าข้อตกลงการจัดซื้อพิเศษสำหรับสถานีสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญจึงมีการวางหลักเกณฑ์เอาไว้โดยเฉพาะใน Commission Regulation 1984/83 ในส่วนของหัวข้อที่ 3 ตั้งแต่มาตรา 10 ถึง มาตรา 13 บทบัญญัติพิเศษสำหรับข้อตกลงสถานีสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งคณะกรรมาธิการได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ เอาไว้ดังนี้

มาตรา 10 ของ Commission Regulation 1984/83 ได้มีการวางหลักเกณฑ์เอาไว้ว่า ตามมาตรา 85 (3) (ต่อมาได้มีการแก้ไขเป็นมาตรา 81 (3)) ของสนธิสัญญาและด้วยบทในมาตรา 11 ถึง 13 ของข้อบังคับนี้จึงประกาศในที่นี้ว่ามาตรา 85 (1) (ต่อมาได้มีการแก้ไขเป็นมาตรา 81 (1)) ของสนธิสัญญาจะไม่ใช้บังคับกับข้อตกลงที่มี ผู้ประกอบธุรกิจเพียงสองรายเท่านั้น โดยคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งซึ่งได้แก่ผู้ค้าปลีกตกลงกับอีกฝ่ายหนึ่งได้แก่ ผู้ผลิต ในการพิจารณาข้อได้เปรียบพิเศษทางการค้าหรือการเงินที่จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเท่านั้น ซึ่งจะรวมถึงการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตหรือการดำเนินการอื่นที่ผู้ผลิตมอบหมาย การจำหน่ายสินค้าของเขา เชื้อเพลิงยานยนต์ที่ใช้ปิโตรเลียมบางชนิดหรือยานยนต์ที่ใช้ปิโตรเลียมและเชื้อเพลิงอื่นๆ ที่ระบุไว้ในข้อตกลงสำหรับการขายต่อในสถานีสถานีบริการน้ำมันที่กำหนดไว้ในข้อตกลง²⁵³

²⁵¹ COMMISSION REGULATION (EEC) No 1984/83 of 22 June 1983 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of exclusive purchasing agreements

²⁵² Ibid.

²⁵³ Ibid., Article 10.

ภาระผูกพันในการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวตามมาตรา 10 นั้นครอบคลุมถึงเชื้อเพลิงยานยนต์ (เช่น น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล LPG น้ำมันก๊าด) เพียงอย่างเดียวหรือเชื้อเพลิงยานยนต์และเชื้อเพลิงอื่น ๆ (เช่น น้ำมันให้ความร้อน ก๊าซบรรจุขวด พาราฟิน) ซึ่งสินค้าทั้งหมดต้องเป็นสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและเชื้อเพลิงยานยนต์ต่างๆ ต้องมีภาระผูกพันในการซื้อแต่เพียงผู้เดียวสำหรับการใช้งานยานพาหนะในทางบกหรือทางน้ำหรือเครื่องบินที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์เท่านั้นและคำว่า สถานีบริการน้ำมัน ให้ตีความโดยกว้างและมีความสอดคล้องกันและข้อบังคับนี้จะใช้กับสถานีบริการน้ำมันที่อยู่ติดถนนสาธารณะและการติดตั้งเชื้อเพลิงบนทรัพย์สินส่วนตัวที่ไม่เปิดให้การจราจรสาธารณะ²⁵⁴

มาตรา 11 ของ Commission Regulation 1984/83 ได้มีการวางหลักเกณฑ์เอาไว้ว่า นอกเหนือจากภาระผูกพันที่อ้างถึงในมาตรา 10 คือจะต้องไม่สร้างข้อจำกัดในการแข่งขันที่กำหนดให้ผู้ค้าปลีกกระทำนอกเหนือจากกรณีดังต่อไปนี้ ภาระผูกพันที่จะไม่ขายน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์และเชื้อเพลิงอื่นๆ ที่จัดหาโดยผู้ผลิตรายอื่นในสถานีบริการน้ำมันที่กำหนดไว้ในข้อตกลง²⁵⁵ ภาระผูกพันที่จะไม่ใช้น้ำมันหล่อลื่นหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเลียมที่จัดหาโดยผู้ผลิตรายอื่นๆ ภายในสถานีบริการน้ำมันซึ่งกำหนดไว้ในข้อตกลงโดยผู้ผลิตหรือการดำเนินการที่เกี่ยวข้องที่ผู้ผลิตซึ่งได้ให้บริการแก่ผู้ค้าปลีกหรือให้การสนับสนุนทางการเงิน สำหรับน้ำมันหล่อลื่นหรืออุปกรณ์หล่อลื่นยานยนต์อื่นๆ²⁵⁶ ภาระผูกพันในการโฆษณาสินค้าที่จัดหาโดยผู้ประกอบการอื่นๆ ภายในหรือภายนอกสถานีบริการน้ำมันที่กำหนดไว้ในข้อตกลงตามสัดส่วนของส่วนแบ่งของสินค้าทั้งหมดที่หมุนเวียนรับรู้ในสถานีบริการน้ำมัน²⁵⁷ และภาระผูกพันที่จะต้องมีอุปกรณ์ที่เป็นของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องหรือได้รับทุนโดยผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้บริการโดยผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่กำหนดโดยผู้ผลิต²⁵⁸

ภายใต้มาตรา 11 (b) จะใช้เฉพาะกับการใช้น้ำมันหล่อลื่นและผลิตภัณฑ์จากปิโตรเลียมที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดหาโดยผู้ประกอบการอื่นๆ ที่สามารถห้ามได้ตามบทบัญญัตินี้ หมายถึง การบริการและการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยานพาหนะ เช่น กิจกรรมของผู้ค้าปลีกในด้านการให้บริการ ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการอิสระในการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจากผู้อื่น ผู้ประกอบการกิจการ

²⁵⁴ Ibid., 138. paragraph 58,59,60.

²⁵⁵ Ibid., 140 Article 11(a)

²⁵⁶ Ibid., 140 Article 11(b)

²⁵⁷ Ibid., 140 Article 11(c)

²⁵⁸ Ibid., 140 Article 11(d)

ดำเนินการขายต่อในสถานีบริการน้ำมันผลิตภัณฑ์จากปิโตรเลียมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันหล่อลื่นที่อ้างถึงในวรรค (b) หมายถึงสารเติมแต่งและน้ำมันเบรก

มาตรา 12 ของ Commission Regulation 1984/83 ได้มีการวางหลักเกณฑ์เอาไว้ว่า มาตรา 10 จะใช้ บังคับไม่ได้ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดภาระผูกพันในการจัดซื้อ แต่เพียงผู้เดียวของผู้ค้าปลีกสำหรับสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ยานยนต์และสำหรับการให้บริการเชื้อเพลิงอื่นๆ ยกเว้นในกรณีของภาระผูกพันที่อ้างถึงในมาตรา 11 (b) และ (d)²⁵⁹ ในกรณีที่ผู้ผลิตจำกัดเสรีภาพของผู้ค้าปลีกในการได้รับสินค้าจากการเลือกของผู้ผลิตหรือบริการซึ่งอยู่ภายใต้ข้อกำหนดนี้ไม่มีภาระผูกพันในการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวหรือห้ามการค้าในผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่อาจถูกกำหนดไว้²⁶⁰ ในกรณีที่ข้อตกลงดังกล่าวไม่มีกำหนดระยะเวลาหรือเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี²⁶¹ ในกรณีที่ผู้ผลิต บังคับผู้ค้าปลีกโดยกำหนดภาระผูกพันในการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผู้สืบทอดของผู้ผลิตเป็นเวลานานกว่าที่ผู้ค้าปลีกจะทำได้ซึ่งยังคงผูกติดอยู่กับผู้ผลิต²⁶²

ในช่วงเวลาที่ Commission Regulation 1984/83 ยังมีการใช้บังคับอยู่นั้น มีข้อพิพาทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงพิเศษในสถานีบริการน้ำมันที่เกิดขึ้นจากการตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกในหลายข้อพิพาทซึ่งเกิดขึ้นในสหภาพยุโรป โดยจะได้มีการยกตัวอย่างข้อพิพาทที่มีการปรับใช้ Commission Regulation 1984/83 ในการตัดสินของศาลยุติธรรมสหภาพยุโรปต่อไปในส่วนของเนื้อหามาตรการที่กำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น (Exclusive Dealing) ต่อไป

ต่อมาในปี 1997 คณะกรรมาธิการได้มีการปรับปรุงแก้ไขการยกเว้นแบบกลุ่มโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ใช้ได้กับข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง โดยคณะกรรมาธิการได้มีการออกรายงาน (Green paper) ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการวิเคราะห์ในด้านเศรษฐกิจถึงกรณีที่เกี่ยวข้องกับความมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง เพราะเนื่องจากการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรปซึ่งมีนโยบายตลาดเดียวแสดงให้เห็นถึงโอกาสสำหรับบริษัทต่างๆ ในสหภาพยุโรปในการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่อาจถูกปิดไปก่อนหน้านี้เนื่องจากอุปสรรคของรัฐ

²⁵⁹ Ibid., 140 Article 12 paragraph 1 (a)

²⁶⁰ Ibid., 140 Article 12 paragraph 1 (b)

²⁶¹ Ibid., 140 Article 12 paragraph 1 (c)

²⁶² Ibid., 140 Article 12 paragraph 1 (d)

การเจาะตลาดใหม่นี้ต้องใช้เวลาและการลงทุนและมีความเสี่ยง กระบวนการนี้มักจะอำนวยความสะดวกโดยข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตที่ต้องการเจาะตลาดใหม่และผู้จัดจำหน่ายในพื้นที่²⁶³

อย่างไรก็ตามการเตรียมการระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายยังสามารถใช้เพื่อดำเนินการแบ่งส่วนตลาดต่อไปหรือไม่รวมผู้เข้าร่วมรายใหม่ที่จะทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงขึ้นและทำให้ราคาลดลง ข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (ข้อจำกัดในแนวดิ่ง) จึงสามารถนำมาใช้ในเชิงรุกเพื่อส่งเสริมการรวมตลาดและการจำหน่ายสินค้าที่มีประสิทธิภาพหรือต่อต้านการแข่งขันเพื่อปิดกั้นการรวมและการแข่งขัน²⁶⁴

เนื่องจากการเชื่อมโยงที่แน่นแฟ้นกับการรวมตลาดซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกหรือเชิงลบ ข้อจำกัดในแนวดิ่งจึงมีความสำคัญเป็นพิเศษต่อนโยบายการแข่งขันของสหภาพยุโรปและในขณะที่นโยบายเดิมที่ประสบความสำเร็จมีการใช้มากกว่า 30 ปีจึงจำเป็นต้องมีการทบทวนเนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้ ประการแรก ปัจจุบันกฎหมายตลาดเดียวมีผลบังคับใช้แล้ว ประการที่สอง กฎข้อบังคับการยกเว้นกลุ่มคณะกรรมการที่ควบคุมการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งคาดว่าจะหมดอายุภายในสิ้นปี 1999 ประการที่สาม มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวิธีการจัดจำหน่ายที่อาจมีผลกระทบต่อนโยบายการแข่งขันในด้านการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งและ ประการที่สี่ ความคิดทางเศรษฐศาสตร์ในปัจจุบันชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของโครงสร้างตลาดในการกำหนดผลกระทบของการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งความดุเดือดคือการแข่งขันระหว่างแบรนด์ยังมีแนวโน้มที่จะมีผลกระทบเชิงการแข่งขันและประสิทธิภาพที่จะมีมากกว่าผลต่อต้านการแข่งขันของการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง²⁶⁵ จากการออกรายงาน (Green paper) ของคณะกรรมการดังกล่าวนั้นส่งผลให้ในปีต่อๆ มามีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่อกฎข้อบังคับที่เกี่ยวกับการจำกัดการแข่งขันทางการค้า Council Regulation 1215/1999 และ 1216/1999

ในปี 1999 เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับแนวทางนโยบายใหม่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญกับกฎข้อบังคับสองแบบเก่าจึงจำเป็นต้องมีข้อบังคับแบบใหม่ ดังนั้นสหภาพยุโรป (Council) ได้มีเสนอ

²⁶³ European Commission, Commission adopts Green Paper on vertical restraints in EU competition policy.

²⁶⁴ Ibid.

²⁶⁵ Ibid

ข้อบังคับใหม่ ได้แก่ Council Regulation 1215/99²⁶⁶ แก้ไข Regulation 19/65²⁶⁷ และ Council Regulation 1216/99²⁶⁸ แก้ไข Regulation 17/62²⁶⁹

Council Regulation 1215/99 ขยายอำนาจนิติบัญญัติที่มอบให้แก่คณะกรรมการธิการโดย Regulation 19/65 ซึ่งการขยายดังกล่าวถือว่าเป็นเพราะ Regulation 19/65 ถูกจำกัดเฉพาะข้อจำกัดในแนวดิ่งที่มีจำนวน จำกัด กล่าวคือการจัดจำหน่ายสินค้าพิเศษเฉพาะสำหรับการขายต่อการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อโดยเฉพาะภาวะผูกพันในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดหาแต่เพียงผู้เดียวและการซื้อเฉพาะสำหรับการขายต่อและข้อจำกัดที่มีการกำหนดเกี่ยวกับการมอบหมายหรือการใช้สิทธิในทรัพย์สินเชิงอุตสาหกรรม²⁷⁰ การแก้ไขทำให้คณะกรรมการธิการสามารถยอมรับได้กว้างขึ้น ปิดกั้นกฎข้อบังคับการยกเว้นครอบคลุมข้อตกลงแนวดิ่งทั้งหมดที่มีผลกระทบหรือสินค้าหรือบริการรวมถึงข้อตกลงแนวดิ่งที่สรุปโดยสมาคมผู้ค้าปลีก

Council Regulation 1215/99 แก้ไขเพิ่มเติม Regulation 19/65 ในลักษณะที่คณะกรรมการธิการไม่จำเป็นต้องระบุ "white list" อีกต่อไปซึ่งอาจมีอยู่ในข้อตกลงและเป็นผลให้มีการยกเว้นกฎข้อบังคับแบบใหม่มีเฉพาะ "black list" อีกทั้ง Council Regulation 1215/99 ยังมีการแก้ไข Regulation 19/65 ในลักษณะที่ทำให้ประเทศสมาชิกที่จะถอนผลประโยชน์ของการยกเว้นจากข้อตกลงซึ่งจะส่งผลกระทบบางอย่างที่ทำให้ขัดแย้งกับมาตรา 81 (3) บona fide ของรัฐสมาชิกที่มีลักษณะเฉพาะของตลาดที่แตกต่างกัน

²⁶⁶ Council Regulation (EC) No 1215/1999 of 10 June 1999 amending Regulation No 19/65/EEC on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of agreements and concerted practices, OJ L 148/1, 15 June 1999.

²⁶⁷ Council Regulation No 19/65/EEC of 2 March 1965 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of agreements and concerted practices, OJ 36/533, 6 March 1965, special edition 1965-66, p. 35.

²⁶⁸ Council Regulation (EC) No 1216/1999 of 10 June 1999 amending Regulation No 17: first Regulation implementing Articles 81 and 82 of the Treaty, OJ L 148/5, 15 June 1999.

²⁶⁹ Council Regulation No 17 of 6 February 1962. First Regulation implementing Articles 85 and 86 of the Treaty, OJ 13/204, 21 February 1962, special edition 1959-62, p. 87.

²⁷⁰ Commission Communication on the application on the Community competition rules to vertical restraints, Follow-up to the Green Paper on Vertical Restraints, 26 November 1998, [1998] OJ C 365/3, p. 35.

Council Regulation 1216/99 แก้ไขเพิ่มเติม Regulation 17/62 ภายใต้ระบบเดิมของ Regulation 17/62 ข้อตกลงแนวดิ่งจำนวนมากที่อยู่ภายใต้มาตรา 81 (1) ถึงแม้ว่าการปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับการยกเว้นภายใต้มาตรา 81 (3) จะเป็นไปโดยอัตโนมัติกล่าวคือจะถือเป็นโมฆะตามมาตรา 81 (2) จนกว่าจะได้รับแจ้งต่อคณะกรรมการการแก้ไข Regulation 17/62 ทำให้ข้อตกลงแนวดิ่งจะได้รับการยกเว้นโดยมีผลย้อนหลัง เมื่อพวกเขาเข้าร่วมโดยการดำเนินการระหว่างสองผู้ประกอบการธุรกิจหรือมากกว่านั้น ซึ่งเป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงในระดับการผลิตที่แตกต่างกันหรือห่วงโซ่การจัดจำหน่ายและเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขที่คู่สัญญาอาจซื้อขายหรือขายต่อสินค้าหรือบริการบางอย่าง²⁷¹

Commission Regulation 2790/1999

ในปี 1999 คณะกรรมาธิการได้มีการเผยแพร่ Commission Regulation 2790/1999²⁷² ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2000 Commission Regulation 2790/1999 ถูกบัญญัติขึ้นมาแทนที่กฎการยกเว้นการแบบเก่าสำหรับการจัดจำหน่ายพิเศษ การจัดซื้อพิเศษ และแฟรนไชส์ซึ่งได้สร้างกฎการยกเว้นการจากการใช้มาตรา 101 (1) ของสนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (TFEU) (เดิมคือมาตรา 81 (1) ของสนธิสัญญา EC) สำหรับข้อตกลงแนวดิ่งทุกประเภท ได้แก่ ข้อตกลงระหว่างฝ่ายต่างๆ ที่ทำงานอยู่ในระดับต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานทางเศรษฐกิจ รวมถึงการคัดเลือกเป็นครั้งแรก การจัดจำหน่ายและการจัดเตรียมหน่วยงาน ซึ่งกฎการยกเว้นการสะท้อนให้เห็นถึงข้อเท็จจริงที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า "ข้อจำกัดในแนวดิ่ง" มีแนวโน้มที่จะเป็นอันตรายน้อยกว่า "ข้อจำกัดในแนวนอน" (นั่นก็คือข้อจำกัดในข้อตกลงระหว่างคู่แข่งที่ผลิตหรือขายสินค้าหรือบริการที่เหมือนกันหรือทดแทนกันได้) สำหรับข้อตกลงประเภทธุรกิจส่วนใหญ่ความกังวลด้านการแข่งขันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการแข่งขันระหว่างแบรนด์ไม่เพียงพอ เช่น ผู้ผลิต (และ/หรือผู้ซื้อ) มีอำนาจทางการตลาดสูงเนื่องจากต้องเผชิญกับการแข่งขันที่จำกัดจากแบรนด์ของคู่แข่งเท่านั้นในผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันกัน²⁷³

²⁷¹ Helena Johansson, "The Development in Ec Competition Law Concerning Vertical Distribution Agreements" (Master degree FACULTY OF LAW, Master degree FACULTY OF LAW, University of Lund, 2001). p.58-59.

²⁷² COMMISSION REGULATION (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices.

²⁷³ PLC Competition, "Commission adopts new vertical agreements block exemption and vertical restraints guidelines", p.1.

Commission Regulation 2790/1999 ได้มีการนำแนวทางใหม่คือการประเมิน "ผลกระทบต่อพื้นฐาน" มาใช้แทนกฎการยกเว้นแบบเก่าในการพิจารณาการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง เพราะเนื่องจากในกฎการยกเว้นแบบกลุ่มฉบับแรกแบบเก่านั้นเป็นกฎที่ใช้กับข้อตกลงในแนวดิ่งโดยทั่วไป ได้แก่ Commission Regulation 67/67²⁷⁴ ซึ่งจะใช้กับข้อตกลงที่เป็นการติดต่อค้าขายเฉพาะรายเท่านั้น อีกทั้ง Commission Regulation 2790/1999 ก็เป็นกฎการยกเว้นแบบกลุ่มฉบับแรกที่มีการนำทฤษฎีและผลกระทบในทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการพิจารณาและปรับใช้ซึ่งเป็นแนวทางให้กับนโยบายการแข่งขันอื่นๆ ที่จะมีขึ้นในอนาคต²⁷⁵

Commission Regulation 2790/1999 ได้นำเกณฑ์ส่วนแบ่งการตลาด 30% ของตลาดที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นการทดสอบเพื่อการดำรงอยู่ของอำนาจตลาดหากต่ำกว่าเกณฑ์นี้ ซึ่งเรียกว่า “หลักการข้อยกเว้นความรับผิด” (Safe Harbour) โดยจะไม่ถือว่ามีความอำนาจทางการตลาดและข้อตกลงดังกล่าวนั้นอาจได้รับประโยชน์จากการยกเว้นการหากไม่มีข้อจำกัดในการตกลงร่วมกัน ภายใต้ Commission Regulation 2790/1999 ซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นเพียงส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตในตลาดที่ขายสินค้าหรือบริการตามสัญญา²⁷⁶ โดยจะใช้บังคับกับประเภทของการจัดจำหน่ายใน 3 ประเภท ได้แก่ ข้อตกลงการจัดจำหน่ายแต่เพียงรายเดียว (Exclusive Distribution) ข้อตกลงการจัดซื้อสินค้าแต่เพียงรายเดียว (Exclusive Purchasing) และข้อตกลงเกี่ยวกับแฟรนไชส์ (Franchise Agreement)

Commission Regulation 2790/1999 จะสิ้นสุดลงในวันที่ 31 พฤษภาคม 2010 คณะกรรมาธิการจึงเริ่มทบทวนกรอบของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงแนวดิ่งเพื่อพิจารณาว่าควรแก้ไขอย่างไรและหากจะแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับพัฒนาการตั้งแต่ปี 1999

คณะกรรมาธิการสรุปว่ากฎการยกเว้นแบบกลุ่มและแนวทางปฏิบัติในปัจจุบันได้ผลดีในทางปฏิบัติ คณะกรรมาธิการไม่ได้พิจารณาว่ากฎปัจจุบันควรได้รับการแก้ไขโดยพื้นฐาน อย่างไรก็ตามเป็นที่ยอมรับว่ามีการพัฒนาที่สำคัญสองประการในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาซึ่งมีผลกระทบต่อข้อตกลงแนวดิ่ง ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของอำนาจทางการตลาดของผู้จัดจำหน่ายและผู้ค้าปลีกรายใหญ่ การเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของการขายบนอินเทอร์เน็ต

²⁷⁴ Ibid., 132.

²⁷⁵ NIKOLAOS VETTAS, "Developments in Vertical Agreements," THE ANTITRUST BULLETIN Vol. 55, No. 4/Winter (2010).

²⁷⁶ Ibid.

ในเดือนกรกฎาคม 2009 คณะกรรมาธิการได้เปิดให้มีการปรึกษาหารือสาธารณะเกี่ยวกับร่างระเบียบกฎการยกเว้นแบบกลุ่มแบบกลุ่มใหม่และแนวทางปฏิบัติซึ่งสะท้อนให้เห็นพัฒนาการเหล่านี้ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ในกรอบกฎหมายการแข่งขันทางการค้ากฎหมายกรณีใหม่และแนวความคิดทางเศรษฐกิจใหม่

กฎการยกเว้นแบบกลุ่มของข้อตกลงการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวตั้งแบบใหม่

กฎการยกเว้นแบบกลุ่มของข้อตกลงการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งแบบใหม่ซึ่งได้แก่ Commission Regulation 330/2010 (ข้อบังคับใหม่) ไม่มีความแตกต่างที่มีนัยยะสำคัญจากฉบับที่ให้คำปรึกษาในเดือนกรกฎาคม 2009 (ร่างข้อบังคับ) ด้วยเหตุนี้จึงมีโครงสร้างคล้ายกับ Commission Regulation 2790/99 กฎการยกเว้นแบบกลุ่มจะใช้กับข้อตกลงประเภทธุรกิจที่ตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ในข้อบังคับ กฎการยกเว้นแบบกลุ่มจะใช้ในขอบเขตที่ข้อตกลงดังกล่าวมีข้อจำกัดในแนวตั้ง (ข้อจำกัดของการแข่งขันที่อยู่ในมาตรา 101 (1) (มาตรา 2 (1)) โดยที่การยกเว้นจะมีผลบังคับใช้กับข้อตกลงแนวตั้งที่สร้างขึ้นระหว่างสมาคมกิจการและสมาชิก (หรือผู้ผลิต) เฉพาะในกรณีที่สมาชิกทั้งหมดเป็นผู้ค้าปลีกสินค้าและในกรณีที่ไม่มีสมาชิกรายใดของสมาคมที่มีมูลค่าการซื้อขายรวมต่อปีเกิน 50 ล้านยูโร (มาตรา 2 (2))

ข้อยกเว้นนี้ใช้กับข้อตกลงแนวตั้งที่มีข้อกำหนดซึ่งเกี่ยวข้องกับการมอบหมายหรือใช้งานโดยผู้ซื้อสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาโดยที่ข้อกำหนดเหล่านั้นไม่ถือเป็นวัตถุประสงค์หลักของข้อตกลงดังกล่าวและเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ การขายหรือการขายต่อสินค้า หรือบริการโดยผู้ซื้อหรือลูกค้า (มาตรา 2 (3))

กฎการยกเว้นแบบกลุ่มจะไม่ใช้กับข้อตกลงแนวตั้งที่ทำระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจยกเว้นในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำข้อตกลงแนวตั้งในลักษณะที่ไม่ต่างตอบแทนและเป็นไปตามเงื่อนไขบางประการ (มาตรา 2 (4)) ตามในร่างกฎระเบียบข้อบังคับใหม่จะลบเงื่อนไขที่มีอยู่ใน Commission Regulation 2790/1999 ที่เกี่ยวข้องกับการหมุนเวียนของผู้ซื้อ เงื่อนไขเดียวในข้อบังคับใหม่ก็คือ ซัพพลายเออร์เป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในขณะที่ผู้ซื้อเป็นผู้จัดจำหน่ายและไม่ใช้ธุรกิจที่แข่งขันกันในระดับการผลิต หรือ

ซัพพลายเออร์เป็นผู้ให้บริการในการค้าหลายระดับในขณะที่ผู้ซื้อจัดหาสินค้าหรือบริการในระดับค้าปลีกและไม่ใช้กิจการที่แข่งขันกันในระดับการค้าที่ซื้อบริการตามสัญญา

กฎการยกเว้นแบบกลุ่มจะบังคับใช้โดยมีเงื่อนไขว่าส่วนแบ่งการตลาดที่ถือโดยผู้ผลิตต้องไม่เกิน 30% ของตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งขายสินค้าหรือบริการตามสัญญาและส่วนแบ่งการตลาดที่ผู้ซื้อถือไว้ต้องไม่เกิน

30% ของตลาดที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าหรือบริการตามสัญญา (มาตรา 3) และนี่คือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในกฎข้อบังคับใหม่ จาก Commission Regulation 2790/1999 ซึ่งใน Commission Regulation 2790/1999 โดยทั่วไปจะเป็นเพียงส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตในตลาดที่ขายสินค้าและบริการตามสัญญาที่เกี่ยวข้องใน Commission Regulation 2790/1999 โดยที่เกณฑ์ 30% ใช้เฉพาะกับส่วนแบ่งการตลาดของผู้ซื้อในตลาดที่ซื้อสินค้าหรือบริการตามสัญญาเมื่อข้อตกลงประเภทธุรกิจมีการผูกพันในการจัดหาแต่เพียงผู้เดียว

กฎการยกเว้นแบบกลุ่มมีการกำหนด “บัญชีดำ” ของ “hard core” ในแนวดิ่งไว้ (คือการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งที่รุนแรง) ซึ่งหากรวมอยู่ในข้อตกลงแนวดิ่งจะหมายความว่าไม่สามารถใช้กฎการยกเว้นแบบกลุ่มได้ (แม้ว่าจะไม่เกินเกณฑ์ส่วนแบ่งการตลาดก็ตาม) (มาตรา 4) ซึ่งข้อจำกัดแบบรุนแรง (hard core) ได้แก่ (ตาม Commission Regulation 2790/1999):

การกำหนดราคาขายต่อ

การจำกัดเขตแดนหรือลูกค้าที่ผู้ซื้อสามารถขายได้ภายใต้ข้อยกเว้นบางประการ (ข้อยกเว้นได้รับการแก้ไขในบางประการจากข้อกำหนดใน Commission Regulation 2790/1999)

การจำกัดสมาชิกของระบบการจัดจำหน่ายที่เลือกสรรซึ่งดำเนินการในระดับค้าปลีกจากการขายแบบแอกทีฟหรือแบบพาสซีฟให้กับผู้ใช้ปลายทาง

การจำกัดผู้จัดจำหน่ายภายในระบบการจัดจำหน่ายแบบเฉพาะเจาะจงจากการจัดหาสินค้าให้กับผู้จัดจำหน่ายรายอื่นภายในระบบเดียวกัน (การส่งสินค้าข้ามแหล่ง)

ข้อจำกัดที่ป้องกันไม่ให้ผู้จัดหาชิ้นส่วนอะไหล่ให้กับผู้ผลิตอุปกรณ์ดั้งเดิม จากการขายอะไหล่ให้กับผู้ใช้ปลายทาง ผู้ซ่อมอิสระหรือผู้ให้บริการที่ผู้ซื้อไม่ไว้วางใจในการซ่อมแซมหรือให้บริการสินค้า มีภาระผูกพันเพิ่มเติมอีกหลายประการที่อยู่นอกขอบเขตของกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม แต่ไม่ได้ป้องกันการยกเว้นจากการใช้ข้อตกลงทั้งหมด (ข้อจำกัดที่ยกเว้น) (มาตรา 5) ข้อจำกัดที่ยกเว้น ได้แก่

ภาระผูกพันที่ไม่แข่งขันทางตรงหรือทางอ้อมใดๆ ที่เกินห้าปีหรือไม่มีกำหนด (ภายใต้ข้อยกเว้นสำหรับข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพย์สินในช่วงระยะเวลาการครอบครองของอสังหาริมทรัพย์นั้น)

ภาระผูกพันทางตรงหรือทางอ้อมใดๆ ที่ป้องกันไม่ให้ผู้ซื้อหลังจากสิ้นสุดข้อตกลง จากการผลิต การซื้อหรือการขายต่อสินค้าหรือบริการ (ภายใต้ข้อยกเว้นที่ระบุไว้บางประการ)

ข้อผูกมัดทางตรงหรือทางอ้อมใด ๆ ที่ป้องกันไม่ให้สมาชิกของระบบการจัดจำหน่ายแบบคัดเลือกขายยี่ห้อสินค้าของผู้ผลิตซึ่งเป็นคู่แข่ง

ตามระเบียบคณะกรรมการอาหารอาจประกาศว่าในกรณีที่เครือข่ายคู่ขนานในการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งที่คล้ายกันครอบคลุมมากกว่า 50% ของตลาดที่เกี่ยวข้องกฎระเบียบจะไม่ใช่กับข้อตกลงแนวตั้งที่มีข้อจำกัดเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับตลาดนั้น (มาตรา 6)

กฎข้อบังคับนี้อธิบายถึงการใช้เกณฑ์ส่วนแบ่งการตลาด (มาตรา 7) และการใช้เกณฑ์การหมุนเวียน (มาตรา 8) ในการเปลี่ยนแปลง Commission Regulation 2790/1999 ข้อบังคับใหม่จะอธิบายถึงวิธีการคำนวณส่วนแบ่งการตลาดสำหรับทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้อ กฎระเบียบใหม่ยังคงมีข้อกำหนดสำหรับการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดกฎการยกเว้นจะมีผลต่อไปเป็นเวลาสองปีโดยที่ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเป็นระหว่าง 30% ถึง 35% และเป็นเวลาหนึ่งปีที่ส่วนแบ่งการตลาดเริ่มต้นสูงกว่า 35% (แต่ไม่เกินรวมสูงสุดสองปี)

กฎข้อบังคับจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2010 และจะสิ้นสุดในวันที่ 31 พฤษภาคม 2022 โดยมีระยะเวลาเปลี่ยนผ่านตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2010 ถึง 31 พฤษภาคม 2011 สำหรับข้อตกลงที่มีผลบังคับใช้แล้วในวันที่ 31 พฤษภาคม 2010 ซึ่งไม่เป็นไปตามเงื่อนไขในการยกเว้น ในข้อบังคับใหม่ แต่ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2010 ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขการยกเว้นใน Commission Regulation 2790/1999²⁷⁷

ต่อมาคณะกรรมการอาหารได้มีการร่างหลักเกณฑ์การจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งฉบับแก้ไขซึ่งเผยแพร่เพื่อการศึกษาหารือในเดือนกรกฎาคม 2009 (ร่างหลักเกณฑ์) โดยได้มีการแก้ไขหลักเกณฑ์เดิมปี 2000 (หลักเกณฑ์เดิม) หลายประการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เสนอสำหรับกฎการยกเว้นที่แก้ไขและเพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงบางประการในนโยบายของคณะกรรมการแนวทางในแง่ของการพัฒนาการด้านกฎหมายและแนวทางเศรษฐกิจ โดยแนวทางแก้ไขฉบับสุดท้าย (หลักเกณฑ์ใหม่) มีการเปลี่ยนแปลงในระดับซึ่งไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากร่างหลักเกณฑ์และยังคงมีห้าส่วนต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ

ส่วนที่ 2 ส่วนที่อธิบายถึงข้อตกลงแนวตั้งที่โดยทั่วไปซึ่งอยู่นอกมาตรา 101 (1) ส่วนนี้ครอบคลุมถึงข้อตกลงที่มีความสำคัญในลำดับรอง ข้อตกลงของหน่วยงาน (รวมถึงคำจำกัดความและลักษณะของข้อตกลงตัวแทนที่แท้จริงและกิจกรรมของตัวแทนที่อาจนำมาตรา 101 (1) ไปใช้) และข้อตกลงการทำสัญญาย่อย

²⁷⁷ Ibid.

ส่วนที่ 3 ส่วนที่กล่าวถึงการบังคับใช้กฎการยกเว้นแบบกลุ่ม สิ่งนี้อธิบายถึงเหตุผลสำหรับหลักการข้อยกเว้นความรับผิดที่สร้างขึ้นโดยกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม จากนั้นจะกล่าวถึงรายละเอียดของข้อกำหนดแต่ละข้อของกฎการยกเว้นโดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้กฎการยกเว้นแบบกลุ่มในทางปฏิบัติ ส่วนนี้เน้นเป็นพิเศษในขอบเขตของการยกเว้นแบบกลุ่มและข้อจำกัด ที่รุนแรง (Hard core restrictions)

ส่วนที่ 4 ส่วนที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีกำหนดตลาดที่เกี่ยวข้องและคำนวณส่วนแบ่งการตลาดเพื่อวัตถุประสงค์ในการพิจารณาว่าจะมีผลบังคับใช้กับกฎการยกเว้นแบบกลุ่มหรือไม่

ส่วนที่ 5 ส่วน (ประกอบด้วยประมาณครึ่งหนึ่งของแนวทางปฏิบัติ) ที่อธิบายถึงกรอบการวิเคราะห์ทั่วไปและนโยบายการบังคับใช้ของคณะกรรมการในแต่ละกรณีที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงแนวดิ่งโดยมุ่งเน้นเฉพาะประเด็นที่ไม่อยู่ในกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม ส่วนนี้อธิบายถึงหลักการพื้นฐานสำหรับการประเมินข้อตกลงด้วยตนเองโดยการดำเนินการที่เกี่ยวข้องและตรวจสอบผลกระทบเชิงลบและเชิงบวกของการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง จากนั้นจะกล่าวถึงวิธีการในการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่อาจเกี่ยวข้องกับการประเมินภายใต้มาตรา 101 (1) และการประเมินภายใต้มาตรา 101 (3)

การจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งที่พบบ่อยในสหภาพยุโรป ได้แก่

1. ข้อตกลงการขายสินค้ายี่ห้อเดียว (Single Branding Agreement)
2. ข้อตกลงการจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Distribution Agreement)
3. ข้อตกลงการจัดสรรลูกค้าเฉพาะราย (Exclusive Customer Allocation Agreement)
4. ข้อตกลงการจัดจำหน่ายสินค้าแบบเลือกสรร (Selective Distribution Agreement)
5. ข้อตกลงแฟรนไชส์ (Franchising Agreement)
6. ข้อตกลงการจัดหาแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive supply Agreement)
7. การขายพ่วง (Tying)
8. การกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance)

Commission Regulation 330/2010²⁷⁸

²⁷⁸ COMMISSION REGULATION (EU) No 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices

ต่อมาคณะกรรมการมาธิการได้มีการปรับปรุงแก้ไขและประกาศการบังคับใช้กฎการยกเว้นแบบกลุ่มฉบับใหม่ซึ่งมีผลใช้บังคับในวันที่ 1 มิถุนายน 2010 ได้แก่ Commission Regulation 330/2010 ซึ่ง Commission Regulation 330/2010 นั้นคือผลลัพธ์สุดท้ายของการให้คำปรึกษาสาธารณะกระบวนการนี้เป็นการนำมาใช้โดยคณะกรรมการมาธิการของการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งที่ประกอบด้วย การปรับปรุงแนวทางการตีความที่เกี่ยวกับข้อจำกัดแนวตั้ง ซึ่งได้มีการบัญญัติขึ้นแทนที่ Commission Regulation 2790/1999²⁷⁹ แม้ว่าจะมีการทำข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งภายใต้กฎการยกเว้นเดิมก่อนที่ Commission Regulation 330/2010 จะมีผลใช้บังคับ ข้อตกลงในแนวตั้งก็ยังคงได้รับประโยชน์จาก “หลักการข้อยกเว้นความรับผิด” ดั้งเดิมซึ่งกฎการยกเว้นนี้จะมีผลใช้บังคับถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2022²⁸⁰

3.2.3 หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง

มาตรา 101 แห่งสนธิสัญญาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสหภาพยุโรป²⁸¹

(1) การกระทำดังต่อไปนี้ต้องห้าม เนื่องด้วยขัดกับตลาดภายใน (สหภาพยุโรป) : "ข้อตกลง" (Agreement) สัญญาระหว่างองค์กรธุรกิจ (Undertakings) "การตัดสินใจ" (Decision) ของกลุ่มองค์กรธุรกิจ (Associations of Undertakings) และ "การกระทำ" (Concreted Practice) ที่กระทบต่อการค้าของประเทศสมาชิกและมีวัตถุประสงค์หรือผลเป็นการขัดขวาง จำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันภายในตลาดสหภาพยุโรป โดยเฉพาะการกระทำ

(a) ที่เป็นการกำหนดราคาซื้อหรือราคาขายตายตัว (Price Fixing) ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม หรือการกำหนดเงื่อนไขทางการค้า ใดๆ

(b) การจำกัด หรือการควบคุมทางการผลิต การตลาด การพัฒนาเทคโนโลยีหรือการลงทุน

(c) ส่วนแบ่งตลาด หรือแหล่งวัตถุดิบ

(d) การใช้เงื่อนไขทางการค้าที่แตกต่างกัน กับธุรกรรมชนิดเดียวกันกับคู่ค้ารายอื่น ซึ่งก่อให้เกิดการเสียเปรียบทางการแข่งขัน

²⁷⁹ COMMISSION REGULATION (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices, OJ L 336, 29.12.1999, pp.21-25.

²⁸⁰ Gibson Peter Alexiadis (Partner, Dunn & Crutcher LLP/Brussels) & Alison Kop (Associate, Gibson, Dunn & Crutcher LLP/San Francisco),, "Vertical Restraints Policy in the Eu: Open Questions in the Face of Policy Compromises." p 32.

²⁸¹ Article 101 - The Treaty on the Functioning of the European Union: TFEU

(e) การกำหนดว่าจะตกลงเข้าทำสัญญาหากคู่สัญญาอีกฝ่ายรับเงื่อนไขที่มีลักษณะเพิ่มภาระ (Supplementary obligation) ซึ่งโดยปกติหรือโดยทางการค้าแล้ว ไม่มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของสัญญาดังกล่าว

(2) สัญญาหรือการตัดสินใจใดๆ ที่ต้องห้ามตาม Article นี้ เป็นโมฆะโดยอัตโนมัติ (Automatically Void)

(3) บทบัญญัติตามข้อ 1 อาจไม่ถือเป็นการกระทำที่ต้องห้าม ในกรณีข้อตกลงหรือประเภทข้อตกลงใดระหว่างองค์กรธุรกิจ (Undertakings) การตัดสินใจหรือประเภทการตัดสินใจใดโดยกลุ่มองค์กรธุรกิจ (Associations of Undertakings) การกระทำหรือประเภทการกระทำที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิต การกระจายสินค้าหรือสนับสนุนความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือเศรษฐกิจควบคู่กับการเปิดให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ที่เป็นธรรม และไม่มีลักษณะ

(a) ไม่ก่อให้เกิดข้อจำกัดที่ไม่จำเป็นในการบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น

(b) ไม่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำกัดการแข่งขันที่เกี่ยวข้องในส่วนใหญ่ (Substantial part) ของสินค้าที่พิจารณานั้น

มาตรา 102 แห่งสนธิสัญญาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสหภาพยุโรป²⁸²

การค้าระหว่างรัฐสมาชิกอาจได้รับผลกระทบจากการกระทำขององค์กรธุรกิจที่แสวงหาประโยชน์จากการมีอำนาจเหนือตลาดในสหภาพยุโรป หรือในส่วนใหญ่ส่วนหนึ่งของตลาดสหภาพยุโรปถือว่าการกระทำที่ขัดขวางการเป็นตลาดร่วม (Common Market) และเป็นการต้องห้ามการปฏิบัติดังกล่าวให้รวมถึง

(A) ราคาซื้อหรือราคาขายที่ไม่เป็นธรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือการ กำหนดเงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมอื่นๆ

(B) การจำกัดการผลิต การตลาด หรือการพัฒนาทางเทคโนโลยีโดยลำเอียงต่อผู้บริโภค

(C) การกำหนดเงื่อนไขในสัญญาโดยไม่เท่าเทียมกัน และที่ให้คำสัญญาเสียเปรียบในการแข่งขัน

(D) การกำหนดให้มีเงื่อนไขให้มีการยอมรับสินค้าส่วนเพิ่มอื่นๆ (Additional Supply) ซึ่งโดยธรรมชาติหรือโดยปกติทางการค้าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าตามสัญญานั้น

2) หลักการสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป

²⁸² Article 102 - The Treaty on the Functioning of the European Union: TFEU

สนธิสัญญาว่าด้วยการกำหนดอำนาจหน้าที่ของสหภาพยุโรป (Treaty on the functioning of the European Union – TFEU) เป็นสนธิสัญญาที่บัญญัติไว้เกี่ยวกับขอบเขตหน้าที่ในการใช้อำนาจหน้าที่ต่อกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป โดยมีใจความสำคัญ ดังนี้

1. บทบัญญัติเพื่อห้ามการตกลงร่วมกันเพื่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขัน (Cartel) เป็นการตกลงกันระหว่างผู้ประกอบการประเภทเดียวกันซึ่งทำให้เกิดการจำกัดทางการแข่งขัน โดยอาศัยความร่วมมือที่อาจมาจาก ข้อตกลงหรือบีบบังคับ เช่น การกำหนดราคา การจำกัดปริมาณทางการผลิต

2. การใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ (Abuse of Dominant Position) คือ การที่ผู้มีอำนาจมากเอาเปรียบผู้มีอำนาจน้อยจนไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้

3. ควบคุมโครงสร้างทางธุรกิจที่อาจมีผลต่อการได้รับอำนาจเหนือตลาด เช่น การดำเนินงานต่างๆ การขึ้นราคา การจำกัดเทคโนโลยี อันจะทำให้เกิดการควมรวมกิจการในที่สุดและส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคไม่มีทางเลือกอื่น

4. ควบคุมการช่วยเหลือของรัฐ (State Aid) ถือเป็น การจำกัดการแข่งขันด้วยการควบคุมการช่วยเหลือหรือแทรกแซงจากรัฐ การควบคุมตรวจสอบ

การแข่งขันนั้นจะเป็นการเพิ่มขีดจำกัดทางความสามารถทำให้สินค้าที่ได้มีคุณภาพสูงขึ้น และจากสภาพการแข่งขันจะส่งผลให้ราคาสินค้าในตลาดลดต่ำลง ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคก็มีตัวเลือกมากขึ้น จะเห็นได้ว่า ผลประโยชน์จากการแข่งขันทางการค้านั้นเกิดกับกลุ่มผู้บริโภคทั้งสิ้น การดำรงอยู่ของสถานะที่ผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์นั้นจำเป็นต้องได้รับการควบคุมตรวจสอบผ่านอำนาจของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยเป็นหน้าที่หลักของสหภาพยุโรป ได้แก่

1. การควบคุมการควบกิจการ (Mergers) เพื่อป้องกันการตกลงกันระหว่างผู้ประกอบการ อันจะทำให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบ การขัดขวางหรือจำกัดการแข่งขันในตลาดที่นำไปสู่การลดทางเลือกของผู้บริโภค หรือไม่ทำให้เกิดการกระตุ้นนวัตกรรมเนื่องจากอนุญาตให้ใช้เทคโนโลยีร่วมกันระหว่างบริษัท

2. การช่วยเหลือจากรัฐ (State Aid) เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงการช่วยเหลือที่สมควรได้รับ เพื่อให้ธุรกิจยังคงดำรงอยู่ได้ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายยิ่งขึ้น การให้ความช่วยเหลือ โดยรัฐที่ต้องมิให้รัฐเข้ามาแทรกแซงตลาดหรือสนับสนุนกิจการหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่งซึ่งจะส่งผลทำให้มีความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง แต่ทั้งนี้ก็มีข้อยกเว้น เช่น การช่วยเหลือในการ

พัฒนาพื้นที่ยากจนหรือพื้นที่ที่มีอัตราการว่างงานสูง การสนับสนุนทางสังคมที่ไม่ได้ทำให้เกิดการบิดเบือนแก่ตลาด

3. ป้องกันการผูกขาด (Anti-Trust) โดยจะแบ่งได้เป็น cartel คือการตกลงกันระหว่างผู้ประกอบการ ธุรกิจเพื่อกำหนดค่าต่างๆ เช่น ราคา ปริมาณการผลิต อันจะมีผลให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือก แต่จำต้องยอมรับ ผลนั้นอย่างไม่อาจต่อรองได้ ทั้งนี้จุดประสงค์ของการควบคุมและมีการลงโทษในกรณีนี้ คือเพื่อมิให้บริษัทอื่นได้นำเอามาเป็นเยี่ยงอย่างในการร่วมมือกัน โดยคณะกรรมการสหภาพยุโรปได้เสนอว่าถ้าบริษัทใดที่แจ้งให้ สหภาพยุโรปทราบเป็นบริษัทแรกกว่าจะมีการร่วมมือกันในตลาด จะได้รับการยกเว้นโทษ ซึ่งเรียกว่า Whistle blower กับการผูกขาดอีกประเภท คือ Dominant Position เป็นการใช้อำนาจได้เปรียบของตนเองโดยเฉพาะ บริษัทใหญ่ๆ ไปในทางที่ผิดทำให้ผู้ประกอบการรายอื่น ไม่สามารถแข่งขันได้และต้องออกจากตลาดไปในที่สุด²⁸³

กล่าวโดยสรุปหลักเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรมจำกัดการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป มีดังต่อไปนี้

หลักเกณฑ์ที่ 1

สหภาพยุโรปได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ยกเว้นพฤติกรรมที่เป็นการตกลงร่วมกันที่อาจเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวคิดที่อาจเป็นความผิดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 (1) เอาไว้อย่างชัดเจนตามมาตรา 101 (3) ซึ่งในการประเมินการยกเว้นภายใต้มาตรา 101 (3) นั้นจะต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งในทางด้านบวกและด้านลบที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดย มาตรา 101 (3) ได้กำหนดหลักเกณฑ์เอาไว้ 4 ประการในการพิจารณาว่าการตกลงร่วมกันในกรณีไหนบ้างที่จะได้รับการยกเว้นให้ทำได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 (3) แต่มีเงื่อนไขอยู่ว่าการจะได้รับการยกเว้นตามมาตรา 101 (3) นั้นการตกลงร่วมกันนั้นต้องเข้าเงื่อนไขทั้ง 4 องค์ประกอบ หากขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งก็จะไม่ได้รับการยกเว้นตามมาตรา 101 (3) กล่าวคือ

- (1) การปฏิบัติร่วมกันหรือประเภทของการปฏิบัติร่วมกันต้องมีส่วนช่วยในการพัฒนาการผลิตหรือการกระจายสินค้า หรือส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือทางเศรษฐกิจ
- (2) ผู้บริโภคต้องมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ดังกล่าว
- (3) ไม่กำหนดข้อจำกัดที่เกี่ยวกับข้อตกลงที่ไม่จำเป็นต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น
- (4) ไม่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวสามารถจัดการแข่งขันในส่วนของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้

²⁸³ ทีมประเทศไทย ณ กรุงบรัสเซลส์และส่วนราชการไทยทุกแห่งในยุโรป กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป: เรื่องที่ผู้ประกอบการไทยควรรู้, "[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.thaieurope.net

โดยในรายละเอียดการใช้บังคับ เงื่อนไขต่างๆ ในจะทำให้การตกลงร่วมกันหรือการปฏิบัติร่วมกันของ ผู้ประกอบธุรกิจนั้นในการพิจารณาว่าจะเข้าเงื่อนไขในข้อยกเว้นตามมาตรา 101 (3) เพื่อที่จะไม่เป็นความผิดและส่งผลให้ข้อตกลงเป็นโมฆะหรือไม่ ตามมาตรา 101 (1) นั้นสามารถพิจารณารายละเอียดได้จาก Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty (เดิม) และ Guidelines on Vertical Restraints (ปัจจุบัน)

(1) การปฏิบัติร่วมกันหรือประเภทของการปฏิบัติร่วมกันต้องมีส่วนช่วยในการพัฒนาการผลิตหรือการกระจายสินค้า หรือส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือทางเศรษฐกิจ

สำหรับวัตถุประสงค์ของการตกลงร่วมกันในเงื่อนไขแรกของการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่จะไม่เป็นความผิดตามมาตรา 101 (1) นั้น

เงื่อนไขประการแรกของมาตรา 101 (3) คือ ข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันนั้นต้องมีส่วนช่วยในการปรับปรุงการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าหรือส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือเศรษฐกิจ ถึงแม้บทบัญญัตินี้จะกล่าวถึงเฉพาะสินค้า แต่ในกรณีบริการก็สามารถใช้บทบัญญัตินี้โดยนำมาเปรียบเทียบได้ด้วย²⁸⁴

โดยวัตถุประสงค์ของเงื่อนไขแรก ได้แก่ การกำหนดประเภทของประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น โดยต้องนำเงื่อนไขที่ 1 มาพิจารณาร่วมกับเงื่อนไขที่ 2 และเงื่อนไขที่ 3 ของมาตรา 101 (3) ในการประเมินประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น โดยสภาพของประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นจากการทำข้อตกลง ความเป็นไปขนาดของประสิทธิภาพ และวันที่จะเกิดประสิทธิภาพที่อ้างถึงนั้นมีความสำคัญมาก และนอกจากนี้ ประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นจะต้องได้รับการพิสูจน์ว่ามูลค่าของประสิทธิภาพเหล่านี้คืออะไร โดยสิ่งที่ต้องพิสูจน์ ได้แก่²⁸⁵ ลักษณะของประสิทธิภาพที่อ้างถึง ความเชื่อมโยงระหว่างข้อตกลงกับประสิทธิภาพที่เกิดขึ้น ความเป็นไปได้และความสำคัญของแต่ละประสิทธิภาพที่ถูกอ้างถึง และประสิทธิภาพที่ถูกอ้างจะสามารถทำได้อย่างไรและเมื่อใด

โดยใน Guidelines ได้มีการกำหนดประเภทของประสิทธิภาพดังที่ระบุไว้ใน มาตรา 101 (3) ดังกล่าวข้างต้นเอาไว้ซึ่งแบ่งเป็นหมวดหมู่กว้างๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ครอบคลุมถึงประสิทธิภาพในด้านเศรษฐกิจ โดยข้อตกลงเดิวนั้นอาจก่อให้เกิดประสิทธิภาพได้หลายประการ โดยประสิทธิภาพที่จะกล่าวดังต่อไปนี้เป็นเพียงตัวอย่างเท่านั้นไม่ได้ครอบคลุมในทุกประเภท ดังนี้²⁸⁶

1. ประสิทธิภาพในด้านต้นทุน (Cost Efficiencies)

²⁸⁴ European Commission, “Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty” Official Journal of the European Union para 48.

²⁸⁵ Ibid., para.50-51

²⁸⁶ Ibid., para.59

ประสิทธิภาพในด้านต้นทุนที่เกิดจากข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโดยสามารถมาจากแหล่งต่างๆ หลายแหล่ง แต่แหล่งหนึ่งที่สำคัญมากในการประหยัดต้นทุนคือการพัฒนาเทคโนโลยีและวิธีการผลิตใหม่ เพราะโดยทั่วไปเมื่อมีการก้าวกระโดดทางเทคโนโลยีที่มีศักยภาพสูงสุดก็จะทำให้ประหยัดต้นทุนมากยิ่งขึ้น และแหล่งที่มาของประสิทธิภาพที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งคือการทำงานร่วมกัน อันเป็นผลมาจากการรวมทรัพย์สินที่มีอยู่เมื่อคู่สัญญาในข้อตกลงร่วมนำทรัพย์สินของตนมารวมกัน ซึ่งจะทำให้พวกเราสามารถกำหนดต้นทุน ผลผลิต ซึ่งการรวมกันของสองเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วก็จะมีส่วนเสริมจุดแข็งที่อาจเป็นการลดต้นทุนการผลิตหรือนำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้น²⁸⁷

อีกทั้ง ประสิทธิภาพในด้านต้นทุนอาจเป็นผลมาจากการประหยัดต่อขนาดกล่าวคือ ต้นทุนต่อหน่วยของผลผลิตที่ลดลงแต่ผลผลิตเพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การลงทุนในอุปกรณ์และอื่นๆ ที่ทำในทรัพย์สินที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ หากผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งนั้นได้อย่างเต็มที่ ยกตัวอย่าง เช่นรถบรรทุกขนาดใหญ่แต่ผู้ประกอบการเจ้าของรถบรรทุกไม่สามารถบรรทุกสินค้าได้เต็มคันรถ ผู้ประกอบการธุรกิจจึงทำข้อตกลงร่วมกันในการขนส่งของ ส่งผลทำให้บริษัทสามารถเพิ่มปัจจัยการผลิต ลดจำนวนพาหนะที่ใช้งาน ซึ่งจะส่งผลต่อหน่วยลงทุนกล่าวคือเป็นการประหยัดขนาด และนอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการวิจัยและการพัฒนาการผลิต การจัดจำหน่าย และการทำการตลาดที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น ทำให้การทำงานเร็วขึ้น²⁸⁸

โดยการลดต้นทุนรวมนั้นอาจเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการตั้งแต่สองรายขึ้นไปมีการตกลงใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้กันและกัน ซึ่งจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันแต่ใช้วัตถุดิบเดียวกัน และอาจเกิดขึ้นจากการใช้ส่วนประกอบ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบุคลากรเดียวกัน เป็นต้น²⁸⁹

สุดท้ายนี้ การตกลงกันยังทำให้เกิดประสิทธิภาพในรูปแบบของการลดต้นทุนก็สามารถติดตามได้

เพราะการทำข้อตกลงนั้นทำให้มีการวางแผนในการผลิตที่ดีขึ้น การผลิตจะลดความจำเป็นในการเก็บสินค้าคงคลังที่มีราคาแพงและจะช่วยให้สามารถใช้กำลังการผลิตได้ดีขึ้น ซึ่งประสิทธิภาพในลักษณะนี้อาจเกิดจากการซื้อแบบ ทันเวลา ซึ่งหมายถึง การที่ผู้จัดหาสามารถจัดหาวัตถุดิบให้ผู้ซื้อได้

²⁸⁷ Ibid., para.64-65

²⁸⁸ Ibid., para.66

²⁸⁹ Ibid., para.67

อย่างต่อเนื่องตามความต้องการ ผู้ซื้อไม่ต้องซื้อมาก่อนเป็นเวลานานๆ เพราะเสี่ยงต่อความล้มสมัย ดังนั้นการประหยัดต้นทุนความขัดข้องที่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ต่อเนื่อง²⁹⁰

2. ประสิทธิภาพในเชิงคุณภาพ (Qualitative Efficiencies)

ข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจอาจก่อให้เกิดความหลากหลายในเรื่องประสิทธิภาพของลักษณะเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้มาตรา 101 (3) แต่การเพิ่มประสิทธิภาพของข้อตกลงนั้นไม่ได้อยู่ที่การลดต้นทุนแต่เป็นการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพอื่นๆ ในเชิงคุณภาพ แต่จะขึ้นอยู่กับในแต่ละกรณีเพราะประสิทธิภาพดังกล่าวอาจสำคัญเท่ากับหรือมากกว่าประสิทธิภาพในด้านต้นทุน²⁹¹

เทคโนโลยีและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นสิ่งที่ช่วยให้เศรษฐกิจขับเคลื่อน สร้างประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญในรูปแบบของสินค้าและบริการในแบบใหม่หรือการปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้น เพราะหากไม่มีข้อตกลงเช่นนี้ก็อาจทำให้การผลิตสินค้าหรือบริการไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความล่าช้า หรือทำให้มีต้นทุนที่สูงขึ้น โดยข้อตกลงในลักษณะนี้ได้แก่ ข้อตกลงในการวิจัยและพัฒนา²⁹²

และการรวมกันของทรัพย์สินที่สัมพันธ์กันยังทำให้เป็นการประหยัดต้นทุนและทำให้การทำงานร่วมกันมีประสิทธิภาพในเชิงคุณภาพ และการรวมกันของทรัพย์สินก็อาจนำไปสู่การผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น เช่น การจัดทำข้อตกลงความร่วมมือเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการระดับโลกใหม่อย่างรวดเร็ว ในข้อตกลงร่วมมือด้านธนาคาร โดยมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการชำระเงินข้ามพรมแดนเพื่อเป็นการสร้างประสิทธิภาพตามเงื่อนไขในข้อที่ 1 ของมาตรา 101 (3) ซึ่งทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการพัฒนาเทคนิคการผลิตที่นำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ การตกลงร่วมกันที่ทำให้สินค้านั้นมีคุณสมบัติที่แปลกใหม่นั้นอาจจะอยู่ในรูปแบบ ข้อตกลงอนุญาตให้ใช้สิทธิ และข้อตกลงร่วมกันผลิตสินค้าใหม่หรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการ โดยข้อตกลงอนุญาตให้ใช้สิทธินั้นทำให้มีการเผยแพร่เทคโนโลยีใหม่อย่างรวดเร็วซึ่งส่งผลทำให้ผู้รับสิทธิสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาเทคนิคในการผลิตในรูปแบบใหม่ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพ โดยการตกลงร่วมกันดังกล่าวนี้ส่งผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการใหม่หรือมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการใหม่เข้ามาจำหน่ายในตลาดได้เร็วขึ้นหรือทำให้มีต้นทุนที่ต่ำลง²⁹³

²⁹⁰ Ibid., para.68

²⁹¹ Ibid., para.69

²⁹² Ibid., para.70

²⁹³ Ibid., para.69-71

ข้อตกลงการที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเชิงคุณภาพ ก็ต่อเมื่อผู้จัดจำหน่ายสามารถให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นหรือเพื่อให้มีการจัดส่งที่เร็วขึ้น หรือมีการประกันคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ดีขึ้นตลอดทั้งห่วงโซ่ของการจำหน่าย²⁹⁴

ดังนั้นจึงสรุป เจื่อนใจแรกตามมาตรา 101 (3) สำหรับ ประสิทธิภาพที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้า การพัฒนาทางเทคนิค หรือการพัฒนาเศรษฐกิจได้แก่ประสิทธิภาพในด้านต้นทุน และประสิทธิภาพในเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

(2) ผู้บริโภคต้องมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์ดังกล่าว

เจื่อนใจที่ประการสองของมาตรา 101 (3) คือเรื่องส่วนแบ่งที่ยุติธรรมสำหรับผู้บริโภคซึ่งมีข้อสังเกตทั่วไป

กล่าวคือ ผู้บริโภคต้องได้รับส่วนแบ่งที่ประสิทธิภาพอย่างยุติธรรมจากข้อตกลงที่สร้างขึ้นอย่างเหมาะสม²⁹⁵

สำหรับแนวคิดในเรื่องของ ผู้บริโภค นั้นจะหมายความว่าครอบคลุมทั้งหมดไม่ว่าผู้ใช้โดยตรงหรือผู้ใช้โดยอ้อมของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในข้อตกลง ซึ่งหมายความรวมทั้งผู้ผลิตที่ใช้สินค้าเป็นปัจจัยผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคขั้นสุดท้าย อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคภายใต้มาตรา 101 (3) หมายถึงลูกค้าของคุณสัญญาและผู้ซื้อในลำดับถัดมานั่นเอง²⁹⁶

แนวคิดในเรื่องของ ส่วนแบ่งที่ยุติธรรม หมายความว่า การส่งต่อของผลประโยชน์ซึ่งอย่างน้อยต้องเป็นการชดเชยให้กับผู้บริโภคสำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงหรือที่น่าจะเกิดกับพวกเขาโดยข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันตามมาตรา 101 (1) ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยรวมของมาตรา 101 เพื่อป้องกันข้อตกลงต่อต้านการแข่งขันทางการค้า โดยผลกระทบสุทธิของข้อตกลงอย่างน้อยต้องเป็นกลางจากมุมมองของผู้บริโภคเหล่านั้นที่ได้รับผลกระทบโดยตรงหรือมีแนวโน้มว่าจะได้รับผลกระทบจากข้อตกลงจึงจะเข้าเจื่อนใจในประการที่สองของมาตรา 101 (3)²⁹⁷

ทั้งนี้ การจะเกิดประสิทธิภาพขึ้นมาได้ในบางครั้งต้องใช้เวลา เพราะยิ่งช้าประสิทธิภาพก็จะยิ่งมีมากขึ้นเพื่อเป็นการชดเชยสิ่งที่คุณได้สูญเสียไปก่อนหน้านี้ แต่การประเมินดังกล่าวก็ต้องมีการคำนึงถึงมูลค่าในอนาคตได้ ซึ่งได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ โดยถ้าหากข้อจำกัดตามมาตรา 101 (1) มีมากขึ้น

²⁹⁴ Ibid., para.72

²⁹⁵ Ibid., para.83

²⁹⁶ Ibid., para.84

²⁹⁷ Ibid., para.85

เท่าไรประสิทธิภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับย่อมต้องมีมากขึ้นด้วย²⁹⁸ ซึ่งประสิทธิภาพดังกล่าวมานั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ประสิทธิภาพในด้านราคาที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Pass-on and balancing of cost efficiencies)

กล่าวคือ เมื่อตลาดไม่สามารถแข่งขันได้อย่างสมบูรณ์ ผู้ประกอบธุรกิจก็จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาตลาดในระดับมากหรือน้อยโดยการปรับเปลี่ยนการผลิต ถ้าผลิตมากราคาจะต่ำลงที่แต่ในทางกลับกันถ้าการผลิตลดลงและสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นราคาจะสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถเลือกปฏิบัติในด้านราคาต่อผู้บริโภคได้ทำให้ต้องซื้อในราคาที่ไม่เป็นธรรม แต่ประสิทธิภาพด้านต้นทุนก็อาจนำไปสู่ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นและราคาที่ต่ำลงได้และสำหรับผู้ได้รับผลกระทบคือผู้บริโภค เนื่องจากเมื่อประสิทธิภาพด้านต้นทุนของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นปัญหาสามารถเพิ่มผลกำไรโดยการขยายผลผลิตก็ทำให้สามารถส่งต่อผลผลิตที่มีประสิทธิภาพไปยังผู้บริโภคได้ และในการประเมินขอบเขตว่าประสิทธิภาพด้านต้นทุนที่มีแนวโน้มที่จะส่งต่อไปยังผู้บริโภคและการทดสอบความสมดุลที่มีอยู่ในมาตรา 101 (3) ต้องพิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้ ลักษณะและโครงสร้างของตลาด ลักษณะและขนาดของประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ และความสำคัญของข้อจำกัดในการแข่งขัน²⁹⁹

2. ประสิทธิภาพในด้านอื่นๆ ที่ผู้บริโภคจะได้รับ (Pass-on and balancing of other types of efficiencies)

ประสิทธิภาพในด้านอื่นๆ ที่ผู้บริโภคจะได้รับและยังอยู่ในรูปแบบของประสิทธิภาพเชิงคุณภาพอยู่นั้น เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่และการปรับปรุง การสร้างมูลค่าที่เพียงพอสำหรับผู้บริโภคในการชดเชยผลของข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการประเมินดังกล่าวจำเป็นต้องมีการตัดสินที่มีคุณค่าเพราะเป็นการยากที่จะกำหนดค่าที่แม่นยำให้กับประสิทธิภาพแบบพลวัตในลักษณะนี้ อย่างไรก็ตาม พื้นฐานของวัตถุประสงค์ของการประเมินยังคงเหมือนเดิม คือ เพื่อตรวจสอบผลกระทบโดยรวมของข้อตกลงที่มีต่อผู้บริโภคในตลาดที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบธุรกิจที่อ้างประโยชน์ตามมาตรา 101 (3) จะต้องยืนยันว่าผู้บริโภคได้รับผลประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ ซึ่งในกรณีที่ผลกระทบจากข้อตกลงมีแนวโน้มที่จะเป็นการเพิ่มราคาสินค้าหรือบริการในตลาดที่เกี่ยวข้องจึงเป็นเหตุผลว่าต้องมีการประเมินอย่างรอบคอบเสียก่อนว่าเป็นประสิทธิภาพที่สร้างมูลค่าที่แท้จริงและเป็นการชดเชยให้กับผู้บริโภคในตลาดหรือไม่³⁰⁰

²⁹⁸ Ibid., para.89-91

²⁹⁹ Ibid., para.95-96

³⁰⁰ Ibid., para.102-104

(3) ไม่กำหนดข้อจำกัดที่เกี่ยวกับข้อตกลงที่ไม่จำเป็นต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น

กล่าวคือ เงื่อนไขประการที่สามของมาตรา 101 (3) คือการพิจารณาว่าข้อจำกัดของแต่ละข้อตกลงนั้นมีความจำเป็นหรือไม่ โดยมีการกำหนดเงื่อนไขไว้ 2 ประการ³⁰¹ ประการแรกคือ ข้อจำกัดของข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีความจำเป็นตามสมควรในการทำให้เกิดประสิทธิภาพ ประการที่สองของข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันนั้นต้องมีความจำเป็นพอสมควรเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพนั้นด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

เงื่อนไขประการแรก คือ ข้อตกลงที่มีลักษณะในการจำกัดการแข่งขันต้องมีเหตุผลที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพในตลาดได้ กล่าวคือ ข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันนี้ต้องมีความเฉพาะเจาะจงที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพได้ ไม่มีวิธีอื่นใดที่จะทำได้และไม่มีวิธีอื่นใดที่จะเป็นการจำกัดการแข่งขันที่น้อยกว่าในการบรรลุเป้าหมายของประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ³⁰²

เงื่อนไขประการที่สอง คือ ข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันดังนั้นต้องมีความจำเป็นพอสมควรเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายตามประสิทธิภาพดังกล่าวด้วย กล่าวคือ ข้อตกลงที่เป็นข้อจำกัดนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีไม่ได้ หากไม่มีข้อจำกัดเช่นนั้นจะทำให้ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประสิทธิภาพนั้นลดลงเป็นอย่างมาก หรือโอกาสที่จะเกิดประสิทธิภาพนั้นน้อยมาก ทั้งนี้ กฎการยกเว้นแบบกลุ่ม (Block Exemption) ได้กำหนดข้อจำกัดที่มีลักษณะต้องห้ามซึ่งเป็นข้อจำกัดที่มีความร้ายแรงไว้ซึ่งข้อตกลงเหล่านั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นข้อจำกัดที่จำเป็นหรือไม่³⁰³ เพราะข้อตกลงที่มีข้อจำกัดที่ร้ายแรงเหล่านั้นจะถือว่าเป็นโมฆะตามมาตรา 101 (2)

โดยที่ข้อจำกัดอาจมีความจำเป็นสำหรับช่วงเวลาหนึ่ง และข้อยกเว้นที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 (3) จะใช้เฉพาะในบางช่วงเวลาเท่านั้นซึ่งในการพิจารณาที่มีความจำเป็นต้องพิจารณาระยะเวลาที่จะบรรลุประสิทธิภาพดังกล่าวด้วย เช่นในกรณีที่มีการลงทุนในจำนวนเยอะมากๆ จึงส่งผลให้ต้องใช้เวลาในการคืนทุนที่มาก กล่าวโดยสรุปคือต้องคำนึงถึงระยะเวลาตามข้อตกลงที่มีข้อจำกัดด้วยเพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าผลตอบแทนที่เกิดจากการลงทุนดังกล่าวมีความเพียงพอหรือไม่กับข้อตกลงที่มีข้อจำกัดเหล่านั้น³⁰⁴

(4) ข้อตกลงดังกล่าวต้องไม่ก่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันในตลาด

ตามเงื่อนไขประการที่สี่ของมาตรา 101 (3) กำหนดไว้ว่าข้อตกลงจะต้องไม่ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในสัญญาหรือคู่สัญญาสามารถจัดการแข่งขันในส่วนสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้ เพราะการ

³⁰¹ Ibid., para.73-75

³⁰² Ibid., para.75

³⁰³ Ibid., para.79

³⁰⁴ Ibid., para.80

คุ้มครองและป้องกัน การแข่งขันและกระบวนการแข่งขันนั้นจะมีความสำคัญมากกว่าผลกำไรที่เป็นผลมาจากทำการข้อตกลงในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขัน และเป้าหมายของเงื่อนไขตามมาตรา 101 (3) คือการตระหนักถึงความจริงที่ว่า การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจและรวมถึงประสิทธิภาพในรูปแบบของนวัตกรรม ซึ่งกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า จุดมุ่งหมายสูงสุดของ มาตรา 101 คือการปกป้องกระบวนการแข่งขัน เมื่อไหร่ที่การแข่งขันถูกจำกัดก็จะส่งผลทำให้กระบวนการแข่งขันสิ้นสุดลง³⁰⁵

สำหรับกรณีที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้นั้น ผลกระทบของข้อตกลงอาจจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ในแง่ของการแข่งขันที่เกิดขึ้นระหว่างผลิตภัณฑ์ตามข้อตกลงกับผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ กล่าวคือยิ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้มากขึ้นเท่าไร การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในตลาดก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น และการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้นั้นก็มีความเสี่ยงที่จะถูกจำกัดการแข่งขันซึ่งในพฤติกรรมในลักษณะนี้ก็ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขัน³⁰⁶

ทั้งนี้ การประเมินอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้สามารถตรวจสอบการแข่งขันในตลาดได้ โดยการประเมินการเข้าสู่ตลาดและการประเมินความเป็นไปได้ของผู้ประกอบการรายใหม่ที่สำคัญต้องมีการตรวจสอบในเรื่องดังจะกล่าวต่อไปนี้³⁰⁷

1. กรอบในการกำกับดูแลเพื่อกำหนดกฎระเบียบต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาในตลาด
2. ต้นทุนในการใช้เพื่อเข้าสู่ตลาดและต้นทุนจม หมายถึง ต้นทุนที่ไม่สามารถกู้คืนได้หากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าแข่งขันในตลาดออกจากตลาดในภายหลัง ยิ่งต้นทุนจมสูงมากขึ้นเท่าไรทำให้เกิดความเสี่ยงทางการค้าต่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาแข่งขันมากขึ้นเท่านั้น
3. ขนาดของการผลิตของผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพขั้นต่ำที่สุดในอุตสาหกรรม เช่น อัตราการผลิตที่มีต้นทุนเฉลี่ยต่ำที่สุด หากการผลิตที่มีประสิทธิภาพขั้นต่ำที่สุดมีขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับขนาดของตลาด การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีแนวโน้มที่จะมีต้นทุนที่สูงและมีความเสี่ยงที่มากกว่า
4. จุดแข็งในด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการที่เข้ามาใหม่ที่มีศักยภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีศักยภาพก็จะทำให้ผู้ประกอบการที่เข้ามาแข่งขันรายใหม่สามารถเข้าถึงตลาดได้ซึ่งอย่างน้อยก็คุ้มค่างกับเทคโนโลยีในฐานะผู้ดำรงตำแหน่งหรืออื่นๆ ความได้เปรียบ

³⁰⁵ Ibid., para.105

³⁰⁶ Ibid., para.113

³⁰⁷ Ibid., para.114-115

- ทางการแข่งขันที่ทำให้พวกเขาสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่มีศักยภาพน้อยก็จะทำให้ที่การแข่งขันมีความเสี่ยงและมีประสิทธิภาพน้อย
5. สถานะของและความสามารถของผู้ซื้อในการนำผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาสู่ตลาดแหล่งใหม่ของการแข่งขัน ถึงแม้ว่าผู้ซื้อบางรายอาจมีอำนาจต่อรอง บางรายอาจมีความสามารถที่จะดึงเงื่อนไขที่เป็นที่พอใจในการทำข้อตกลงมากกว่าผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองน้อยกว่าหรือที่อ่อนแอกว่า ทั้งนี้ ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองที่มากกว่าก็สามารถตอบโต้พฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันได้ ถ้าหากมีแนวโน้มว่าผู้ซื้อจะกระทำเพื่อปูทางให้สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการเข้ามาแข่งขัน
 6. การตอบสนองที่เป็นไปได้ของผู้ประกอบการธุรกิจรายเก่าต่อความพยายามในการเข้าสู่ตลาดการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ อาจยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจรายเก่าที่อยู่ในตลาดอยู่แล้วอาจจะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามา
 7. แนวโน้มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาจเป็นตัวบ่งชี้ความน่าดึงดูดใจในระยะยาว ซึ่งอุตสาหกรรมที่ซบเซาหรือกำลังตกต่ำจะเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่มากกว่าอุตสาหกรรมที่กำลังโดดเด่นและเติบโต
 8. ในอดีตที่ผ่านมาผู้ประกอบการธุรกิจที่เข้ามาในตลาดอยู่ในระดับที่มีนัยสำคัญหรือไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ที่เข้ามาในตลาดเลย

กล่าวโดยสรุปคือจากบทบัญญัติซึ่งเป็นข้อยกเว้นที่จะไม่ถือว่าข้อตกลงหรือความร่วมมือของผู้ประกอบการใดจะเป็นความผิดตามมาตรา 101 (3) นั้น ผู้ประกอบการมีหน้าที่ในการที่ต้องประเมินตนเองว่าการกระทำหรือพฤติกรรมของตนเข้าเงื่อนไขทั้ง 4 ประการที่จะได้รับการยกเว้นว่าข้อตกลงหรือความร่วมมือที่ได้ทำขึ้นนั้นจะไม่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันตามที่ TFEU กำหนดไว้ แต่หากประเมินแล้วขาดเงื่อนไขใดเงื่อนไขหนึ่งไป ผู้ประกอบการนั้นก็จะไม่ได้รับประโยชน์จากข้อยกเว้นดังกล่าวนี้ อีกทั้งในการพิจารณาของคณะกรรมการแห่งสหภาพยุโรปก็ใช้หลักการนี้ในการประเมินพฤติกรรมที่อาจเป็นการจำกัดการแข่งขันตามเงื่อนไขเหล่านี้เช่นกัน

หลักเกณฑ์ที่ 2

สหภาพยุโรปโดยคณะกรรมการแห่งสหภาพยุโรปได้มีการออกกฎการยกเว้นแบบกลุ่ม (Block Exemption Regulations) จะมีการกำหนดรายละเอียดเพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการประเมินตนเองในเบื้องต้นว่าข้อตกลงหรือพฤติกรรมที่ตนกำลังจะกระทำหรือได้กระทำลงไปแล้วในการประกอบธุรกิจอาจเข้าข่ายเป็นความผิดในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าตามมาตรา 101 (1) Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) ได้กำหนดไว้

หรือไม่ สำหรับกฎการยกเว้นแบบกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับข้อตกลงในแนวดิ่งนั้นได้แก่ Commission Regulation No 330/2010 โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือการพิจารณาว่าความตกลงในแนวดิ่งหรือบางส่วนของความตกลงนั้นมีผลเป็นการจำกัดการแข่งขันซึ่งมีน้ำหนักน้อยกว่าผลส่งเสริมการแข่งขันหรือไม่ มีข้อสังเกตว่าระบบกฎหมายของสหภาพยุโรปนั้นไม่ได้ห้ามการตกลงในแนวดิ่งโดยเด็ดขาด กล่าวคือมีการยอมรับความตกลงในบางกรณีและห้ามความตกลงดังกล่าวในบางกรณี³⁰⁸

หลักเกณฑ์ที่ 3

นอกเหนือจาก Commission Regulation 330/2010 สหภาพยุโรปโดยคณะกรรมการมาธิการแห่งสหภาพยุโรปได้มีการวางหลักเกณฑ์ในเรื่องของเงื่อนไขที่จะใช้ในการพิจารณาการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งตาม มาตรา 101 (3) TFEU แล้วนั้น คณะกรรมาธิการแห่งสหภาพยุโรปยังได้มีการบัญญัติ Guidelines on Vertical Restraints ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำขึ้นมาเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาว่าข้อตกลงหรือสัญญาที่ได้จัดทำขึ้นมีเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งว่าจะเข้าข่ายตามเงื่อนไขที่มาตรา 101 (3) TFEU กำหนดเอาไว้หรือไม่ แม้ Guidelines on Vertical Restraints จะไม่ได้มีสภาพบังคับเป็นกฎหมายแต่ Guidelines จะเป็นเสมือนคู่มือที่อธิบายการใช้บังคับ มาตรา 101 TFEU ในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง โดยมีการกำหนดนิยามความหมายของคำ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ เหตุผลเบื้องหลังของการใช้บังคับ หลักเกณฑ์ในการใช้บังคับอย่างละเอียด และรวมถึงยกตัวอย่างข้อเท็จจริงขึ้นมาเพื่อปรับใช้กับข้อกฎหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้บังคับใช้กฎหมายเห็นภาพว่าบทบัญญัติเหล่านั้นต้องใช้บังคับในสถานการณ์ไหน เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายออกมามีประสิทธิภาพและเป็นธรรมกับทุกฝ่ายมากที่สุด อีกทั้งในการพิจารณาว่าข้อตกลงร่วมกันใดเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งหรือไม่ก็อาจพิจารณาได้จากผลกระทบในเชิงบวกหรือข้อดีของการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง

สิ่งสำคัญที่ต้องตระหนักว่าการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งอาจมีผลกระทบในเชิงบวก โดยเฉพาะการส่งเสริมการแข่งขันที่ไม่ใช่ด้านราคาและปรับปรุงคุณภาพในการบริการ เมื่อบริษัทที่ไม่มีอำนาจในทางการตลาด ได้ทำข้อตกลงขึ้นมาเพียงเพื่อพยายามที่จะเพิ่มผลกำไรด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพ กระบวนการผลิตหรือจัดจำหน่าย ซึ่งในหลายสถานการณ์การจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งมีประโยชน์ในแง่นี้ เนื่องจากโดยปกติแล้วข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายได้ทำขึ้นเพื่อกำหนดราคาและปริมาณของธุรกรรมบางอย่างเท่านั้น และอาจนำไปสู่การ

³⁰⁸ คักตา ธนิตกุล และคณาจารย์คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กฎหมายแข่งขันทางการค้า ในประเทศไทย ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2562).

กำหนดราคาในระดับที่ต่ำกว่าการลงทุนและการขาย³⁰⁹ ซึ่งผลกระทบในเชิงบวกของการจำกัดการ แข่งขันในแนวดิ่ง มีดังต่อไปนี้³¹⁰

1. การป้องกันการกินแรงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่น (Free-Rider Problem) ซึ่งปัญหา Free Rider มักจะเกิดขึ้นเมื่อผู้จัดจำหน่ายรายที่หนึ่งได้รับผลประโยชน์จากการกระทำและความ พยายามของผู้จัดจำหน่ายอีกรายโดยไม่มีการจ่ายหรือแบ่งปันค่าใช้จ่าย เช่น ร้านค้าอาจเลือกที่จะเสีย ค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานเพื่อทำการสาธิตถึงวิธีการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉพาะเพื่อเป็น การเพิ่มยอดขาย ต่อมาลูกค้าอาจเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้จัดจำหน่ายที่สองซึ่งขายสินค้าราคาต่ำ กว่า เนื่องจากกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดจำหน่ายที่สองนี้จึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการ จ้างพนักงานเพื่อทำการสาธิต ผู้ค้าปลีกรายที่สองนี้ถือว่าเป็น Free-Riding ของผู้ค้าปลีกรายแรก ถ้า หากสถานการณ์เช่นนี้ยังคงอยู่ผู้จัดจำหน่ายรายแรกจะไม่มีแรงจูงใจที่จะดำเนินการสาธิตสินค้าต่อไป ซึ่งปัญหาประเภทนี้พบได้บ่อยที่สุดในระดับการค้าส่งและระดับการขายปลีก ดังนั้น ผู้จัดจำหน่ายจึง ทำข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งขึ้นมาเพื่อป้องกันปัญหา Free-Rider ยกตัวอย่างเช่น ข้อตกลงการจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว หรือข้อจำกัดที่คล้ายคลึงกัน ข้อตกลงการจัดจำหน่ายแบบ เลือกสรร เป็นต้น

2. การเปิดตลาดหรือการเข้าสู่ตลาดใหม่ (Open up or enter new markets) ซึ่งเป็นกรณีที่ ผู้ผลิตต้องการเข้าสู่ตลาดในพื้นที่ภูมิศาสตร์ใหม่ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้จัดจำหน่ายรายใหม่ได้ลงทุน ซึ่งเป็นการลงทุนในครั้งแรก และเพื่อเป็นการชักชวนให้ผู้จัดจำหน่ายลงทุนนั้น การลงทุนอาจ จำเป็นต้องให้การคุ้มครองในเรื่องอาณาเขตแก่ผู้จัดจำหน่ายรายนั้น เพื่อให้เขาสามารถชดใช้เงินลงทุน เหล่านั้นได้โดยการเรียกเก็บเงินราคาที่สูงเป็นการชั่วคราว ยกตัวอย่างเช่น ข้อตกลงในการตั้งตัวแทน จำหน่ายเพียงรายเดียว เพื่อไม่ให้มีคู่แข่งที่ขายสินค้าในแบรนด์เดียวกัน

3. การรองรับปัญหาการกินแรงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่น (Certification free-rider issue) ในบางกรณีนั้น ผู้ค้าปลีกบางรายมีชื่อเสียงในการจัดเก็บสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งในกรณีเช่นนี้ผู้ค้าปลีก เหล่านี้อาจมีความสำคัญต่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้น หากผู้ผลิตในตอนแรกไม่สามารถจำกัด ยอดขายให้กับร้านค้าที่มีคุณภาพสูงได้ ผู้ผลิตก็อาจมีความเสี่ยงต่อการถูกยกเลิกและการแนะนำ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก็อาจล้มเหลว ซึ่งหมายความว่าอาจมีเหตุผลเพื่ออนุญาตให้มีข้อจำกัดในระยะเวลาที่ จำกัด เช่น การจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวหรือการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร เพื่อเป็นการรองรับใน

³⁰⁹ European Commission, “COMMISSION NOTICE Guidelines on Vertical Restraints” para 106.

³¹⁰ Ibid., para.107

การแนะนำสินค้าใหม่ก็เพียงพอแล้ว แต่ก็ไม่ควรมียุทธศาสตร์ที่นานเกินไปจนขัดขวางการกระจายสินค้าขนาดใหญ่

4. การแก้ไขปัญหาการติดขัด (Hold-up Problem) ในบางกรณีผู้ผลิตหรือผู้ซื้อต้องมีการลงทุนเฉพาะกลุ่มลูกค้าเท่านั้น เช่น การลงทุนในอุปกรณ์พิเศษหรือการฝึกอบรม ยกตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ต้องสร้างเครื่องจักรและเครื่องมือใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้ารายหนึ่งของเขาซึ่งผู้ผลิตจะไม่มีการลงทุนก่อนที่จะมีการกำหนดอุปทานให้แน่นอน อย่างไรก็ตาม การทำข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในการแก้ไขปัญหาการติดขัดนั้นข้อตกลงดังกล่าวจำเป็นต้องเข้าองค์ประกอบบางประการ กล่าวคือ ประการแรก ต้องเป็นการลงทุนในความสัมพันธ์ที่มีความเฉพาะ เพราะอะไหล่ที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตนั้นจะใช้ได้เฉพาะของยี่ห้อหรือเพื่อจัดเก็บเฉพาะยี่ห้อเท่านั้นและไม่สามารถนำไปใช้ให้เกิดผลกำไรในการผลิตหรือขายต่อได้ ประการที่สอง ต้องเป็นการลงทุนระยะยาวที่จะไม่สามารถคืนทุนได้ในระยะสั้น และประการที่สาม การลงทุนต้องไม่สมดุล กล่าวคือ มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในสัญญาลงทุนมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง กล่าวโดยสรุปเหตุผลทั้ง 3 ประการที่กล่าวมานี้จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมต้องมีการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง สำหรับในช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการคิดค่าเสื่อมจากการลงทุนซึ่งการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งที่เหมาะสมจะเป็นประเภทข้อตกลงที่ไม่แข่งขันหรือข้อตกลงประเภทที่กำหนดปริมาณซึ่งถ้าหากการลงทุนทำโดยผู้ผลิตและการทำข้อตกลงในการจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวหรือการจัดสรรลูกค้าเฉพาะราย หรือข้อตกลงประเภทการจัดหาแต่เพียงผู้เดียวเมื่อทำการลงทุนโดยผู้ซื้อ

5. การแก้ไขปัญหาการติดขัดในการถ่ายทอดความรู้และทักษะที่สำคัญ เพราะการถ่ายทอดความรู้และทักษะ (know-how) ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจอีกรายหนึ่งจำเป็นต้องมีการตกลงในการทำข้อตกลงแบบไม่แข่งขัน เพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งการแก้ไขปัญหามีจากภายนอกในแนวดิ่ง กล่าวคือ ผู้ค้าปลีกอาจไม่ได้รับผลประโยชน์ทั้งหมดจากการกระทำของตนในการปรับปรุงการขาย เพราะประโยชน์นั้นได้ไปสู่ผู้ผลิต กล่าวคือ ผู้ค้าปลีกขายโดยการลดราคาขายปลีกหรือโดยการเพิ่มความพยายามในการขายผู้ผลิตจะได้ประโยชน์หากราคาขายส่งสูงกว่าต้นทุนการผลิตส่วนเพิ่ม ดังนั้น จึงอาจมีปัจจัยภายนอกในเชิงบวกที่มอบให้กับผู้ผลิต เช่น การกระทำของผู้ค้าปลีกและจากมุมมองของผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกอาจเป็นการกำหนดราคาที่สูงเกินไปและ/หรือความพยายามในการขายน้อยเกินไป ผลกระทบภายนอกที่เป็นลบในการกำหนดราคาโดยผู้ค้าปลีกสูงเกินไปซึ่งบางครั้งเรียกว่า ปัญหาการไร้ข้อจูงใจ และสามารถหลีกเลี่ยงได้ด้วยการทำข้อกำหนดในการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดแก่ผู้ค้าปลีก อีกทั้ง เพื่อเพิ่มความพยายามในการขาย

ของผู้ค้าปลีกอาจทำข้อตกลงการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร การจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

6. การประหยัดต่อขนาดในการกระจายสินค้า (Economies of scale in distribution) เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์จากขนาดของเศรษฐกิจซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ทำให้ต้นทุนของผู้ค้าปลีกลดลงซึ่งข้อตกลงนั้นเช่น ข้อตกลงการซื้อแต่เพียงผู้เดียว หรือ ข้อตกลงการจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว⁷

7. การแก้ไขปัญหาค่าใน เรื่องของความไม่สมบูรณ์ของตลาดทุน (Capital market imperfections) บางครั้งธนาคารอาจให้ทุนต่ำกว่าที่ควรจะได้เพราะมีข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้กู้หรือมีพื้นฐานไม่เพียงพอในการค้าประกันเงินกู้ ผู้จัดหาหรือผู้ผลิตอาจมีข้อมูลที่ดีกว่าและผ่านความสัมพันธ์พิเศษเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยเพิ่มเติมสำหรับการลงทุนของเขา ดังนั้นหากผู้จัดหาให้ผู้ซื้อกู้ยืมเงินก็อาจมีการทำข้อตกลงในการจัดหาแต่เพียงผู้เดียว หรือข้อตกลงในการกำหนดปริมาณในการจัดหาให้กับผู้ซื้อ เป็นต้น

8. การรักษามาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งอาจเป็นการช่วยสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ โดยการกำหนดมาตรฐานและคุณภาพให้กับตัวแทนจำหน่ายในการเพิ่มความน่าสนใจของตัวผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคและยังเป็นการเพิ่มยอดขายอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ข้อตกลงการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรรและข้อตกลงแฟรนไชส์ เป็นต้น

9. การแก้ปัญหาผลกระทบภายนอก (Vertical Externality Issue) ในบางครั้งผู้ค้าปลีกอาจไม่ได้รับประโยชน์ทั้งหมดจากการดำเนินการเพื่อพัฒนาการขายเนื่องจากประโยชน์นั้นอาจโอนไปสู่ผู้ผลิต เพราะในการที่ผู้ค้าปลีกขายต่อหรือเพิ่มความพยายามในการขายแต่ประโยชน์นั้นตกอยู่กับผู้ผลิตซึ่งหากราคาขายส่งสินค้าสูงกว่าต้นทุนการผลิตส่วนเพิ่ม จึงอาจมีปัจจัยภายนอกเชิงบวกที่ผู้ผลิตได้รับจากผู้ค้าปลีก เพราะในบางครั้งผู้ผลิตอาจมองว่าผู้ค้าปลีกกำหนดราคาที่สูงเกินไปหรือมีความพยายามในการขายน้อยเกินไป ซึ่งเรียกว่า ปัญหาการเพิ่มกำไรซ้ำซ้อน ซึ่งสามารถเลี่ยงได้โดยการกำหนดราคาขายปลีกสูงสุด

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance)

3.2.3.1 สนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (Treaty on the Functioning of the European Union หรือ TFEU)

สนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรปได้มีการวางหลักเรื่องการป้องกันการผูกขาดไว้ดังต่อไปนี้

บทบัญญัติ มาตรา 101 TFEU³¹¹

1. การกระทำดังต่อไปนี้เป็นสิ่งต้องห้ามเนื่องจากขัดแย้งกับตลาดภายในของสหภาพยุโรป สัญญาระหว่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจของสมาคมของผู้ประกอบการ และแนวปฏิบัติร่วมกันซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าของรัฐสมาชิก และซึ่งมีวัตถุประสงค์หรือมีผลเป็นการห้าม จำกัด และ

³¹¹ Treaty on the Functioning of the European Union

Article 101 (ex Article 81)

1. The following shall be prohibited as incompatible with the internal market: all agreements between undertakings, decisions by associations of undertakings and concerted practices which may affect trade between Member States and which have as their object or effect the prevention, restriction or distortion of competition within the common market, and in particular those which:

- (a) directly or indirectly fix purchase or selling prices or any other trading condition;
- (b) limit or control production, markets, technical development, or investment;
- (c) share markets or sources of supply;
- (d) apply dissimilar conditions to equivalent transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage;
- (e) make the conclusion of contracts subject to acceptance by the other parties of supplementary obligations which, by their nature or according to commercial usage, have no connection with the subject of such contracts.

2. Any agreements or decisions prohibited pursuant to this Article shall be automatically void.

3. The provisions of paragraph 1 may, however, be declared inapplicable in the case of:

- any agreement or category of agreements between undertakings,
- any decision or category of decisions by associations of undertakings,
- any concerted practice or category of concerted practices,

which contributes to improving the production or distribution of goods or to promoting technical or economic progress, while allowing consumers a fair share of the resulting benefit, and which does not:

- (a) impose on the undertakings concerned restrictions which are not indispensable to the attainment of these objectives;
- (b) afford such undertakings the possibility of eliminating competition in respect of a substantial part of the products in question.

บิดเบือนการแข่งขันภายในตลาดภายในของสหภาพยุโรป และหากจะกล่าวโดยเฉพาะเจาะจงแล้วให้หมายรวมถึง

- (a) การกำหนดราคาซื้อหรือราคาขาย หรือเงื่อนไขทางการค้าอื่นใดไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม
- (b) การจำกัดหรือการควบคุมการผลิต การตลาด การพัฒนาทางเทคนิค กับคู่ค้า
- (c) การแบ่งตลาด หรือร่วมใช้แหล่งของการจัดหา
- (d) การกำหนดเงื่อนไขที่แตกต่างกันสำหรับธุรกรรมที่เหมือนกันกับคู่ค้ารายอื่นซึ่งทำให้คู่ค้า

รายนั้นเสียผลประโยชน์ในเชิงการแข่งขัน

(e) การกำหนดให้การตกลงของสัญญาขึ้นอยู่กับการสนองรับของบุคคลอื่นซึ่งมีหน้าที่ตามหนังสือเสริม ซึ่งโดยสภาพของการใช้งานเชิงพาณิชย์นั้นไม่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์แห่งสัญญานั้น

2. ข้อตกลงหรือการตัดสินใจใดๆ ซึ่งต้องห้ามตามมาตรา 101 นี้ให้ถือว่าเป็นโมฆะ

3. บทบัญญัติในวรรค 1 ไม่ใช่บังคับแก่กรณีต่อไปนี้

- ข้อตกลงใดๆ หรือประเภทของข้อตกลงใดๆ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ
- การตัดสินใจหรือประเภทของการตัดสินใจโดยสมาคมของผู้ประกอบการธุรกิจ
- การปฏิบัติร่วมกันหรือประเภทของการปฏิบัติร่วมกันซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนาการผลิต หรือพัฒนาการกระจายสินค้า หรือการส่งเสริมความก้าวหน้าทางด้านเทคนิคหรือทางเศรษฐกิจในขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่ดังกล่าว และ

(a) ไม่กำหนดข้อจำกัดที่เกี่ยวกับข้อตกลงที่ไม่จำเป็นต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้น

(b) ไม่ทำให้ผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถจัดการแข่งขันในส่วนที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้

มาตรา 101(1) TFEU

ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นเมื่อพิจารณาจากตัวบทของมาตรา 101 ของ TFEU จะสามารถแบ่งองค์ประกอบของความรับผิดที่ถือกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปถือว่าเป็นความผิดได้ดังต่อไปนี้

มีการกระทำที่เป็นการสมคบกันหรือทำข้อตกลงร่วมกันเกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการ

บทบัญญัติมาตรา 101 TFEU นั้นเป็นบทบัญญัติที่สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการควบคุมการกระทำที่เป็นการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการที่ก่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันทางการค้า ดังนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นสำคัญในกรณีนี้คือความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ ว่ามีความหมายว่าอย่างไรและหมายถึงผู้ประกอบการในกรณีใดบ้างที่เป็นผู้ประกอบการในความหมายที่มาตรา 101 ถือ

ว่าการสมคบและการทำข้อตกลงร่วมกันนั้นเป็นความผิด แต่เนื่องจากบทบัญญัติของ TFEU ไม่ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ เอาไว้จึงต้องมีการพิจารณาความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ ผ่านคำวินิจฉัยของศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป

ประเด็นสถานะตามกฎหมายของผู้ประกอบการ

แนวคำวินิจฉัยของศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปถือว่าผู้ประกอบการตามความหมายมาตรา 101(1) ไม่ได้หมายความเพียงแต่เฉพาะนิติบุคคลเท่านั้น เพราะยังรวมถึงกรณีที่มีการประกอบธุรกรรมก็สามารถเป็นผู้ประกอบการตามความหมายของมาตรา 101 ได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่นในคดีของ Holfner & Elser V. Macrotron นั้นศาลได้มีการตีความให้ผู้ประกอบการหมายความรวมถึงบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลใดๆ ซึ่งประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยไม่ต้องคำนึงถึงสถานะทางกฎหมายแต่อย่างใด ซึ่งในคดี Holfner & Elser V. Macrotron ได้ตัดสินเอาไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือบุคคลใดก็ตามที่ประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงว่าบุคคลดังกล่าวจะมีสถานะทางกฎหมายเช่นใด ดังนั้นบุคคลที่ตกอยู่ภายใต้บังคับมาตรา 101 ของ TFEU จึงครอบคลุมทั้งบุคคลธรรมดา นิติบุคคล และสมาคมต่าง ๆ³¹² อีกทั้งในคดี Mannersmann ได้ให้นิยามของคำว่า ผู้ประกอบการไว้ว่า เป็นองค์กรที่ประกอบไปด้วยบุคคลหลาย ๆ คน โดยมีสินทรัพย์ที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ซึ่งมีสถานะทางกฎหมายเป็นเอกเทศ และมีการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในทางเศรษฐกิจเป็นการเฉพาะอีกด้วย³¹³

อย่างไรก็ตามข้อสังเกตว่า ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปยังได้วินิจฉัยความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทแม่และบริษัทลูกว่าไม่อยู่ในฐานผู้ประกอบการ หากว่าบริษัทลูกนั้นไม่ได้มีความเป็นอิสระทางการเงิน (enjoy an economic independence) หรือหากเป็นกรณีที่บริษัทลูกนั้นเป็นเพียงทางเศรษฐกิจภายในบริษัทแม่ซึ่งไม่มีอิสรภาพในการตัดสินใจโดยรับคำสั่งจากบริษัทแม่เท่านั้น ในกรณีนี้ความตกลงและแนวปฏิบัติร่วมของบริษัทแม่และบริษัทลูกนั้นจะไม่ตกอยู่ในบังคับของมาตรา 101 ของ TFEU³¹⁴

³¹² "Klaus Hofner and Fritz Elser V. Macrotron GmbH, Case C-41/90, Ecr I-1979," (1991). (The concept of an undertaking encompasses every entity engaged in an economic activity regardless of the legal status of the way in which it is financed.)

³¹³ "Mannesmann Ag V High Authority of the European Coal and Steel Community, Case 19/61, Ecr 675 ", (1962).

³¹⁴ ศักดา ธนิตกุล และคณาจารย์คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กฎหมายแข่งขันทางการค้า ในประเทศญี่ปุ่น สหภาพยุโรป สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ หน้า 128

ผู้ประกอบการต้องมีการกระทำที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือกิจกรรมทางการค้า

แนวคำวินิจฉัยของศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปในคดี Poucet and Pristre V. AGF and Cancava ศาลได้ใช้หลักว่านิติบุคคลทั้งสองฝ่ายซึ่งจดทะเบียนภายใต้กฎหมายฝรั่งเศส โดยที่ฝ่ายหนึ่งมีวัตถุประสงค์ในการรับประกันภัยให้ความคุ้มครองผู้ซากรภาพและอีกฝ่ายมีวัตถุประสงค์ในการรับประกันภัยให้ความคุ้มครองผู้เจ็บป่วยและหญิงมีครรภ์ ซึ่งทั้งสองนิติบุคคลนี้นั้น มีผู้กล่าวหาว่ากระทำผิดตามมาตรา 101(1) TFEU แต่ภายหลังจากศาลได้ทำการพิจารณาข้อเท็จจริงต่างๆ แล้ว ปรากฏว่าศาลได้ตัดสินว่านิติบุคคลทั้งสองไม่ถือเป็นผู้ประกอบการ (Undertaking) ตามความหมายที่ตามมาตรา 101(1) TFEU กำหนดเอาไว้ เนื่องจากนิติบุคคลทั้งสองเป็นองค์กรที่วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อสาธารณะกุศลอย่างแท้จริง และประโยชน์ตอบแทนที่ได้จากการประกันภัยนั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนเกณฑ์ของเงินประกันที่บุคคลแต่ละคนต้องชำระแต่อย่างไรก็ตามไม่ใช่แต่เพียงกรณีที่เป็นองค์กรที่ทำการกุศลเท่านั้นที่จะไม่อยู่ในความหมายของการตีความคำว่า ผู้ประกอบการ ตามที่มาตรา 101 (1) TFEU ได้กำหนดเอาไว้ เพราะในคดี Dutch Sectoral Pension Funds ได้มีการวางหลักเพิ่มเติมในเรื่องของผู้ประกอบการเข้าไปซึ่งวางเอาไว้ว่า การรวมกัน (Collective agreement) เพื่อก่อตั้งกองทุนบำนาญ ซึ่งแม้กองทุนบำนาญจะเป็นกองทุนที่ไม่ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาผลกำไรแต่ก็ถือว่าเป็นผู้ประกอบการตามความหมายของ มาตรา 101 (1) เช่นกัน เพราะในข้อเท็จจริงปรากฏว่า การให้ประโยชน์ตอบแทนของกองทุนจะขึ้นอยู่กับเงินลงทุนที่เข้ากองทุนนั้น อีกทั้งกองทุนยังสามารถที่จะพิจารณาเพื่อยกเว้นการให้ประโยชน์ตอบแทนแก่ลูกจ้างได้ หากว่าได้นายจ้างได้ให้ประโยชน์เพื่อเป็นการตอบแทนแก่ลูกจ้างเป็นจำนวนน้อยที่สุดเท่ากับที่กองทุนจะให้แก่ลูกจ้างรายนั้น และยังปรากฏข้อเท็จจริงอีกว่า กองทุนบำนาญมีลักษณะการดำเนินการที่เป็นการแข่งขันกับบริษัทเอกชนอีกด้วย ดังนั้นแล้วเมื่อได้มีการพิจารณาจากพฤติการณ์ทั้งหลายประกอบรวมกัน ศาลจึงตัดสินว่ากองทุนบำนาญนี้มีลักษณะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจศาลจึงถือว่าเป็นผู้ประกอบการตามที่บทบัญญัติมาตรา 101 (1) TFEU ได้กำหนดเอาไว้เช่นกัน

การกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการ

ต้องเป็นการกระทำที่เกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการอย่างน้อยสองฝ่ายขึ้นไป แต่จะไม่นรวมในกรณีที่เป็นข้อตกลงที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทในเครือเดียวกันถึงแม้ว่าในกรณีนี้ตามกฎหมายแล้วบริษัทในเครือเดียวกันจะมีสถานะนิติบุคคลที่แตกต่างกันก็ตาม

ดังนั้นก็อาจสรุปได้ว่าในการพิจารณาของศาลมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาว่าองค์การใดถือว่ามีสถานะที่ถือว่าเป็นผู้ประกอบการตามความหมายที่มาตรา 101 (1) TFEU ได้กำหนดเอาไว้ โดย

จากคำวินิจฉัยของศาลสถานะความเป็นผู้ประกอบการนั้นอาจหมายรวมถึงทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล โดยจะไม่คำนึงถึงสถานะทางกฎหมาย และศาลยังพิจารณาต่อไปว่าพฤติกรรมที่องค์การพาณิชย์นั้นๆ ได้กระทำลงไปมีผลหรือมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการค้าหรือไม่ อย่างไร เพราะหากว่ามีผลกระทบของผู้ประกอบการตั้งแต่สองรายขึ้นไปและการกระทำนั้นมีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหรือในทางการค้า ก็ย่อมถือได้ว่าผู้ประกอบการค่านั้นมีสถานะเป็นผู้ประกอบการตามมาตรา 101 (1) TFEU

การกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการนั้นมีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบบนการแข่งขันทางการค้าศาลได้มีการวางหลักในเรื่องวัตถุประสงค์หรือผลกระทบเอาไว้อย่างกว้างและมีความครอบคลุมการกระทำในหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้

- (ก) การกำหนดราคาซื้อ ราคาขาย หรือกำหนดเงื่อนไขทางการค้าอื่นๆ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม
- (ข) การจำกัดส่วนแบ่งในตลาดและแหล่งสินค้า
- (ค) การใช้เงื่อนไขทางการค้าที่แตกต่างกันโดยก่อให้เกิดผลเสียทางการแข่งขัน
- (จ) การตกลงที่ก่อให้เกิดภาระหน้าที่เพิ่มขึ้นแก่คู่สัญญาอีกฝ่ายในลักษณะที่การตกลงนั้นเป็นสิ่งไม่จำเป็นหรือไม่มีความเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจ
- (ง) การจำกัดหรือการควบคุมการผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้า การควบคุมการพัฒนาทางเทคนิคหรือการลงทุน

ได้มีคำวินิจฉัยของศาลในคดี Consten and Grundig V. Commission และ Societe Technique Miniere V. Maschinenbau Ulm ซึ่งได้วางหลักการที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันถึงประเด็นในการพิจารณาถึงวัตถุประสงค์หรือผลกระทบที่เกิดจากการจำกัดการแข่งขันว่า พฤติกรรมที่กระทำร่วมกันไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบข้อตกลง คำสั่ง หรือการปฏิบัติแนวทางเดียวกันย่อมถือว่าเป็นความผิด หากพบว่าพฤติกรรมนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำกัดการแข่งขัน โดยไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ว่ามีผลกระทบอันเกิดจากการจำกัดการแข่งขันทางการค้าเกิดขึ้นจริงหรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้จึงสรุปได้ว่าหากมีการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการเพียงแต่มีวัตถุประสงค์ที่ก่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันทางการค้าแล้วนั้นก็ย่อมเป็นความผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU แล้วในทันที โดยไม่ต้องพิจารณาว่า มีผลกระทบได้เกิดขึ้นแล้วหรือไม่ก็ตาม

การกระทำอันเป็นการจำกัดการแข่งขันนั้นส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิก

ประเด็นที่ต้องพิจารณา คือ การกระทำที่จะถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันนั้นๆ ส่งผลกระทบต่อประเทศสมาชิกหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการพิจารณาในประเด็นนี้จะไม่ได้พิจารณาแต่เพียงการ

กระทำที่เป็นการซื้อขายระหว่างรัฐเท่านั้น แต่จะพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกด้วย โดยปัจจัยหลักที่ใช้ในการพิจารณา คือ การกระทำนั้นจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องในการค้าขายสินค้า บริการ บุคลากร และเงินทุนระหว่างประเทศสมาชิกหรือไม่ อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมที่จะถือว่าเป็นการกระทำผิดตามมาตรา 101(1) ต้องเป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกอย่างน้อยสองประเทศ โดยจะเห็นได้ว่าเนื่องจากกฎหมายของกลุ่มประชาคมสหภาพยุโรปมีเจตนารมณ์ในการรวมกลุ่มกันขึ้นมาเพื่อที่จะสร้างตลาดร่วมในกลุ่มประชาคมให้มีความแข็งแกร่ง ดังนั้นเงื่อนไขของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของกลุ่มประชาคมสหภาพยุโรปจึงต้องมีการบัญญัติขึ้นเพื่อคุ้มครองผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกเป็นสำคัญ³¹⁵

แต่อย่างไรก็ตามแม้บทบัญญัติของ TFEU มาตรา 101 (1) จะกำหนดว่าพฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในตลาดร่วมของผู้ประกอบธุรกิจถือว่าไม่สามารถทำได้ เป็นการกระทำที่เป็นความผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นนั้น แต่บทบัญญัติ TFEU ของสหภาพยุโรปนั้นก็ได้มีการยอมรับให้การจำกัดการแข่งขันทางการค้าในบางกรณีให้สามารถทำได้ไม่ถือว่าเป็นความผิดตามกฎหมาย หากการจำกัดการแข่งขันนั้นผู้ประกอบธุรกิจได้กระทำและมีประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ ส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นก็จะสามารถทำได้ ซึ่งข้อยกเว้นดังกล่าวต่อไปนี้ได้บัญญัติยกเว้นเอาไว้ในมาตรา 101 (3) TFEU ซึ่งเป็นข้อยกเว้นเรื่องการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่ถือว่าเป็นความผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU ซึ่งจะได้อธิบายต่อไปในเรื่องถัดไป

มาตรา 101 (3) TFEU³¹⁶

³¹⁵ Richard Whish, *Competition Law* (London: Butterworths, 2003). p. 137.

³¹⁶ Treaty on the Functioning of the European Union

Article 101 (ex Article 81)

3. The provisions of paragraph 1 may, however, be declared inapplicable in the case of:

- any agreement or category of agreements between undertakings,
- any decision or category of decisions by associations of undertakings, C 326/88 EN Official Journal of the European Union 26.10.2012
- any concerted practice or category of concerted practices,

3. บทบัญญัติในวรรค 1 ไม่ใช่บังคับแก่กรณีที่

- ข้อตกลงใด ๆ หรือประเภทของข้อตกลงใด ๆ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ
- การตัดสินใจใด ๆ หรือประเภทของการตัดสินใจใด ๆ โดยสมาคมของผู้ประกอบการธุรกิจ
- การสมคบกันใด ๆ หรือประเภทของการสมคบกันใด ๆ ซึ่งมีผลเป็นการพัฒนาการผลิตสินค้าหรือการจัดจำหน่ายสินค้าหรือเพื่อนำเสนอความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือทางเศรษฐกิจและในขณะเดียวกันผู้บริโภคจะต้องได้รับประโยชน์อย่างเป็นธรรม และจะต้องไม่

(ก) เอาเปรียบผู้ประกอบการอื่นโดยการจำกัดการแข่งขัน

(ข) ทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้ประกอบการรายอื่นในการถูกกำจัดออกไปจากตลาดเนื่องมาจากการกระทำดังกล่าว

ข้อยกเว้นตามมาตรา 101 (3) TFEU ของสนธิสัญญาว่าด้วยการกำหนดอำนาจหน้าที่ของสหภาพยุโรปได้มีการบัญญัติถึงรูปแบบการกระทำที่ทำให้ข้อตกลงระหว่างองค์กรธุรกิจมีผลสมบูรณ์ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นการยกเว้นจากมาตรา 101(1) โดยมีเงื่อนไขที่ต้องพิสูจน์ให้เข้าองค์ประกอบสี่ประการต่อไปนี้ คือ

- (1) ข้อตกลงดังกล่าวต้องถูกทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการผลิต หรือการจัดจำหน่ายสินค้า หรือเพื่อความก้าวหน้าทางเทคนิคหรือทางเศรษฐกิจ
- (2) ข้อตกลงนั้นจะต้องก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามสมควรต่อผู้บริโภค
- (3) ข้อตกลงทางธุรกิจที่จัดทำขึ้นนั้นจะต้องเป็นข้อตกลงที่จำเป็นและขาดไม่ได้เพื่อให้วัตถุประสงค์ตามที่ได้กล่าวมาบรรลุผลได้อย่างสมบูรณ์
- (4) ข้อตกลงนั้นจะต้องไม่เปิดโอกาสให้มีการจัดการแข่งขันให้หมดไป

จะเห็นได้ว่าแม้ว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปตามมาตรา 101 (1) TFEU จะถือว่าการกระทำที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่มีการกระทำครบองค์ประกอบของ

which contributes to improving the production or distribution of goods or to promoting technical or economic progress, while allowing consumers a fair share of the resulting benefit, and which does not:

- (a) impose on the undertakings concerned restrictions which are not indispensable to the attainment of these objectives;
- (b) afford such undertakings the possibility of eliminating competition in respect of a substantial part of the products in question.

ความผิดตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้เป็นความผิด แต่ก็มีบางกรณีที่สหภาพยุโรปถือว่าการกระทำบางกรณีแม้จะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในตลาดร่วมของสหภาพยุโรปก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ถือว่าเป็นความผิด เป็นกรณียกเว้นที่ไม่ต้องรับผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU หากพฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันทางการค้านั้นเป็นพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลดีกับระบบเศรษฐกิจ หรือสามารถสร้างประโยชน์บางประการให้แก่สาธารณะได้ ดังนั้นบทบัญญัติของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป หรือ TFEU จึงบัญญัติมาตราที่มีลักษณะยืดหยุ่นในการเปิดช่องให้พฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันทางการค้าบางพฤติกรรมของสมาชิกสหภาพยุโรปนั้นให้สามารถกระทำได้ซึ่งได้บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 101 (3) TFEU โดยเป็นการบัญญัติอนุญาติให้ผู้ประกอบการสามารถจำกัดการแข่งขันทางการค้าได้ในบางกรณีแต่ทั้งนี้ ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดเอาไว้เท่านั้น

เนื่องด้วยบทบัญญัติมาตรา 101 (3) มีการบัญญัติถึงหลักเกณฑ์ที่เป็นข้อยกเว้นพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ไม่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่กว้าง ดังนั้นจึงต้องมีทฤษฎีบางอย่างที่เข้ามาเพื่อใช้เป็นหลักในการที่จะใช้วินิจฉัยถึงการกระทำนั้นๆ ว่าเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ เป็นประโยชน์ต่อการแข่งขันในตลาดร่วม พฤติกรรมใดควรได้รับการยอมรับให้สามารถกระทำได้ ซึ่งมาตรา 101 (3) TFEU ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นในการทำสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างคู่ค้าหรือระหว่างผู้ประกอบการ โดยนำหลักการเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกาใช้ซึ่งได้แก่ หลักการแห่งเหตุผล (Rule of reason) ซึ่งก็คือการพิจารณาการกระทำจากวัตถุประสงค์และผลกระทบจากการกระทำที่คู่ค้าหรือผู้ประกอบการได้ทำขึ้น กล่าวคือ ถ้าผู้ประกอบการทำสัญญาหรือข้อตกลงเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต การจำหน่าย และทำให้เกิดประโยชน์โดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจและตัวของผู้บริโภคเป็นหลักก็จะได้รับการยกเว้นตามมาตรา 101 (3) TFEU³¹⁷

อย่างไรก็ตามหลักการแห่งเหตุผลของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาก็มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ หลักการแห่งเหตุผลที่ใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ศาลจะมุ่งไปที่การค้นหาประโยชน์และผลเสียที่เกิดขึ้นจากการตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้า และหลังจากนั้นศาลจะพิจารณาหาผลสุดท้ายที่เกิดขึ้นจากการตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่มีต่อตลาดว่าเป็นอย่างไร³¹⁸ ซึ่งถ้าหากผลสุดท้ายก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการแข่งขันทางการค้ามาก ศาลจะอนุญาติให้คู่ค้าหรือผู้ประกอบการสามารถกระทำได้ และมีข้อสังเกตอีกประการหนึ่งของประเทศ

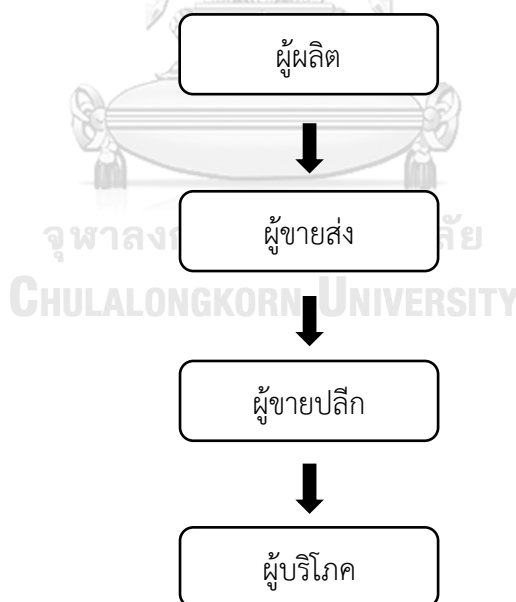
³¹⁷ Ariel Ezrachi. (2009), *Ec Competition Law: An Analytical Guide to the Leading Cases* (2009).p 85.

³¹⁸ Vincent Veround, "Vertical Agreement and Article 101(1) Ec: The Evolving Role of Economic Analysis," *Antitrust Law Journal* 71 (2003). 541.1

สหรัฐอเมริกาว่าศาลในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นจะนำหลักการแห่งเหตุผลมาใช้เป็นเพียงข้อสันนิษฐานไว้ก่อนว่าพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่จะถือว่าเป็นความผิดที่สามารถถูกหักล้างด้วยหลักการแห่งเหตุผล โดยมีการกำหนดให้เป็นภาระของผู้กระทำการจำกัดการแข่งขันทางการค้าให้เป็นผู้มีหน้าที่ในการพิสูจน์ว่าพฤติกรรมของตนนั้นมีความชอบธรรมมีเหตุผลที่สมควรได้รับการอนุญาตให้กระทำได้³¹⁹

แต่กรณีของสหภาพยุโรปนั้น ศาลจะนำหลักการแห่งเหตุผลโดยคำนึงถึงประโยชน์ของกลุ่มสมาคมเป็นหลัก โดยไม่ได้มีการมองแต่แง่มุมของผลสุดท้ายที่เกิดจากการตกลงจำกัดการแข่งขันเท่านั้น และศาลของสหภาพยุโรปนั้นจะสันนิษฐานไว้ก่อนว่าการตกลงจำกัดการแข่งขันเป็นสิ่งที่ยับด้วยกฎหมายและรัฐจะต้องเป็นผู้ที่พิสูจน์ว่าการกระทำดังกล่าวนั้นเป็นความผิดตามกฎหมาย³²⁰

การกำหนดราคาขายต่อหรือการกำหนดราคาขายปลีกนั้นถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง หรือ Vertical Restraint ซึ่งเป็นการเข้าทำสัญญาหรือเป็นการร่วมกันหรือเป็นการทำข้อตกลงระหว่างผู้ผลิต กับ ผู้ขายปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายซึ่งในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกนั้นเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับที่แตกต่างกัน



³¹⁹ ยุทธนา คุ่มมี, "ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า : ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ยูบิซี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544), หน้า.42

³²⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 42.

แผนภาพแสดงฐานะของบุคคลต่างๆที่อยู่ในตลาด

หากพิจารณาจากแผนภาพดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าในตลาดการค้าผู้ผลิตและผู้จำหน่ายนั้นจะอยู่ในฐานะที่แตกต่างกัน เพราะโดยส่วนมากแล้วผู้ผลิตมักมีอำนาจและฐานะที่อยู่เหนือผู้จัดจำหน่าย ดังนั้นในการกำหนด วางแผนหรือแนวทางในการขายต่างๆ ผู้ผลิตจึงมักเป็นผู้ที่มีอำนาจกำหนดให้ผู้จัดจำหน่ายทำตามที่ผู้ผลิตกำหนดไว้

3.2.3.2 Commission Regulation (EU) No 330/2010

ในปี ค.ศ. 2010 คณะกรรมาธิการยุโรปได้ตราข้อบังคับหมายเลข 330/2010 ซึ่งว่าด้วยการปรับใช้มาตรา 101 (3) ในเรื่องของความตกลงในแนวดิ่งและการกำหนดแนวปฏิบัติร่วมกัน (Regulation 330/2010) โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือการพิจารณาว่าความตกลงในแนวดิ่งหรือบางส่วนของความตกลงนั้นมีผลเป็นการจำกัดการแข่งขันซึ่งมีน้ำหนักน้อยกว่าผลส่งเสริมการแข่งขันหรือไม่ มีข้อสังเกตว่าระบบกฎหมายของสหภาพยุโรปนั้นไม่ได้ห้ามการตกลงในแนวดิ่งโดยเด็ดขาด กล่าวคือมีการยอมรับความตกลงในบางกรณี และห้ามความตกลงดังกล่าวในบางกรณี โดยในอารัมภบทของข้อบังคับดังกล่าวอย่างชัดเจนถึงประโยชน์ของการตกลงในแนวดิ่งในบางกรณี

“การตกลงในแนวดิ่งในบางกรณินั้นสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของเศรษฐกิจของห่วงโซ่การผลิตหรือการจำหน่ายได้ โดยช่วยส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการที่ตกลงกันให้ดียิ่งขึ้น กล่าวโดยเฉพาะคือความตกลงเหล่านี้สามารถนำไปสู่การลดต้นทุนในการทำธุรกรรมและการจำหน่ายของคู่สัญญา และเพื่อเป็นการหาระดับของการขายและการลงทุนที่เหมาะสมที่สุด”³²¹

มาตรา 1(1)(a) Regulation 330/2010³²² ได้มีการให้ความหมายของ ความตกลงในแนวดิ่ง (vertical agreement) ว่าหมายถึง ความตกลง (agreement) หรือการสมรู้ร่วมคิด (concerted practice) ระหว่าง ผู้ประกอบธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจตามวัตถุประสงค์ของความตกลง หรือการสมรู้ร่วม

³²¹ ศักดา ธนิตกุล และคณาจารย์คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กฎหมายแข่งขันทางการค้า ในประเทศไทย ปีแปด สหภาพยุโรป สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ หน้า 157.

³²² Commission Regulation (EU) No 330/2010

Article 1 Definitions

(a) ‘vertical agreement’ means an agreement or concerted practice entered into between two or more undertakings each of which operates, for the purposes of the agreement or the concerted practice, at a different level of the production or distribution chain, and relating to the conditions under which the parties may purchase, sell or resell certain goods or services;

คิดในระดับของสายการผลิตหรือการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันและเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขที่คู่สัญญาอาจซื้อ ขาย ขายต่อ สินค้าหรือบริการ

มาตรา 1(1)(b) Regulation 330/2010³²³ ได้มีการให้ความหมายของข้อจำกัดในแนวดิ่ง (vertical restraint) ว่าหมายถึง การจำกัดการแข่งขันในความตกลงในแนวดิ่งที่อยู่ในขอบเขตของ มาตรา 101(1) TFEU

มาตรา 2 Regulation 330/2010³²⁴ บัญญัติห้ามมิให้นำมาตรา 101 (1) TFEU ซึ่งเป็น บทบัญญัติที่เป็นข้อห้ามพฤติกรรมที่เป็นพฤติกรรมการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่เป็นธรรมมาใช้กับ การจำกัดทางการค้าที่เป็นความตกลงในแนวดิ่ง ซึ่งเท่ากับว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าของ สหภาพยุโรปไม่ถือว่าพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งนั้นเป็นพฤติกรรมที่ ต้องห้ามมิให้กระทำตามกฎหมาย

แต่อย่างไรก็ตามนั้นสัญญาในแนวดิ่งที่จะได้รับการยกเว้นไม่ถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ต้องห้าม มิให้กระทำตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปตามที่ Regulation 330/2010 ได้ นั้นสัญญาหรือข้อตกลงดังกล่าวนั้นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่างๆ ตามที่ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ด้วยเพราะถ้าหากสัญญาหรือข้อตกลงดังกล่าวมีองค์ประกอบของข้อสัญญาหรือข้อตกลง ไม่ครบตามที่ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ก็จะไม่ถือว่าเป็นพฤติกรรมในแนวดิ่งที่ได้รับการ ยกเว้นและสามารถทำได้ตามที่ Regulation 330/2010 กำหนด ซึ่งความตกลงในแนวดิ่งนั้นหมายถึง ความตกลง หรือแนวปฏิบัติร่วมกันที่สร้างขึ้นโดยผู้ประกอบการตั้งแต่สองรายขึ้นไป ซึ่งแต่ละรายมีการ ประกอบการในระดับของห่วงโซ่การผลิตและจำหน่ายตามวัตถุประสงค์ของความตกลงและมีความ เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขที่คู่สัญญานั้นทำการซื้อขายหรือขายต่อสินค้าหรือบริการ³²⁵ ซึ่งความตกลงใน

³²³ Commission Regulation (EU) No 330/2010

Article 1 Definitions

(b) ‘vertical restraint’ means a restriction of competition in a vertical agreement falling within the scope of Article 101(1) of the Treaty;

³²⁴ Commission Regulation (EU) No 330/2010

Article 2 Exemption

1. Pursuant to Article 101(3) of the Treaty and subject to the provisions of this Regulation, it is hereby declared that Article 101(1) of the Treaty shall not apply to vertical agreements.

³²⁵ Commission Regulation (EU) No 330/2010

Article 1 Definitions

แนวตั้งหรือการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งนั้นมีความแตกต่างจากการจำกัดการแข่งขันในแนวนอน (Horizontal agreement) เนื่องจากการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งจะส่งผลให้การแข่งขันในแบรนด์เดียวกัน (Interbrand Competition) ลดน้อยลงหรือถูกกำจัดไป แต่ถ้ามองในอีกมุมหนึ่งจะพบว่าการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งจะผลดีต่อการแข่งขันระหว่างแบรนด์ (Interbrand Competition) เพื่อการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง ผู้ผลิตสามารถควบคุมสินค้าแบรนด์ของตนให้สินค้าของตนมีมาตรฐาน ประสิทธิภาพ เพียงพอต่อการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นได้ ดังนั้น การจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งจึงส่งผลเสียต่อตลาดน้อยกว่าการจำกัดการแข่งขันในแนวนอน

เงื่อนไขของสัญญาในแนวตั้งที่ไม่ถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่เป็นธรรม

โดยสัญญาที่ผู้ประกอบการได้ทำขึ้นที่จะไม่ถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่เป็นธรรมนั้นต้องประกอบด้วยเงื่อนไขหลัก 2 ประการตามที่ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ เพราะถ้าหากขาดองค์ประกอบของเงื่อนไขใดเงื่อนไขหนึ่งไปก็จะไม่ถือว่าเป็นสัญญาในแนวตั้งที่ได้รับการยกเว้นในการไม่ถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่เป็นธรรม ซึ่งเงื่อนไขทั้ง 2 ประการนั้น ได้แก่ เกณฑ์เรื่องของจำนวนเงินหมุนเวียน³²⁶

1. For the purposes of this Regulation, the following definitions shall apply:

- (a) 'vertical agreement' means an agreement or concerted practice entered into between two or more undertakings each of which operates, for the purposes of the agreement or the concerted practice, at a different level of the production or distribution chain, and relating to the conditions under which the parties may purchase, sell or resell certain goods or services;

³²⁶ Regulation 330/2010, Article 2 para 2.

Article 2 Exemption

1. Pursuant to Article 101(3) of the Treaty and subject to the provisions of this Regulation, it is hereby declared that Article 101(1) of the Treaty shall not apply to vertical agreements. This exemption shall apply to the extent that such agreements contain vertical restraints.

2. The exemption provided for in paragraph 1 shall apply to vertical agreements entered into between an association of undertakings and its members, or between such an association and its suppliers, only if all its members are retailers of goods and if no individual member of the association, together with its connected undertakings, has a total annual turnover exceeding EUR 50 million. Vertical agreements entered into by such associations shall be covered by this Regulation without prejudice to the application of Article 101 of the Treaty to horizontal

สัญญาในแนวดิ่งที่จะไม่ถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่เป็นธรรมตามที่ Regulation 330/2010 ได้กำหนดเอาไว้ นั่น ต้องเป็นสัญญาในแนวดิ่งที่เกิดขึ้นจากการตกลงระหว่างสมาคมของผู้ประกอบการ และสมาชิกของตนหรือระหว่างสมาคมของผู้จัดหาและผู้จัดการเฉพาะแต่ในกรณีที่สมาชิกของสมาคมเป็นผู้ค้าปลีกสินค้า และต้องเป็นกรณีที่ไม่มีสมาชิกรายใดพร้อมกับผู้ประกอบการรายอื่นที่เกี่ยวข้องมีเงินหมุนเวียนรายปีเกินกว่า 50 ล้านยูโร และสัญญาในแนวดิ่งที่สร้างขึ้นโดยสมาคมให้ตกอยู่ในบังคับของข้อบังคับนี้ ทั้งนี้โดยจะไม่ส่งผลกับการใช้มาตรา 101 TFEU ที่มีต่อสัญญาในแนวนอนที่สร้างขึ้นโดยสมาชิกของสมาคมหรือการตัดสินใจของสมาคม

เกณฑ์เรื่องส่วนแบ่งตลาด³²⁷

สัญญาในแนวดิ่งที่จะได้รับการยกเว้นไม่ให้ถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมาเป็นธรรมนั้น ส่วนแบ่งการตลาดของผู้จัดหาต้องไม่เกินร้อยละ 30 ของตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งตนได้ขายสินค้าหรือบริการ

และส่วนแบ่งการตลาดของผู้ซื้อนั้นต้องไม่เกินร้อยละ 30 ของตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งตนได้ซื้อสินค้าหรือบริการ

ดังที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าสัญญาในแนวดิ่งที่จะไม่ถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่เป็นธรรมตามที่ Regulation 330/2010 ได้กำหนดไว้นั้นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น เพราะหากสัญญาในแนวดิ่งใดมีองค์ประกอบ และส่วนต่างๆ ไม่ครบตามที่ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ กล่าวคือ ต้องเป็นกรณีที่ไม่มีสมาชิกรายใดพร้อมกับผู้ประกอบการรายอื่นที่เกี่ยวข้องมีเงินหมุนเวียนรายปีเกินกว่า 50 ล้านยูโร และส่วนแบ่งการตลาดของผู้จัดหาและผู้ซื้อต้องไม่เกินร้อยละ 30 ของตลาดก็จะไม่ถือว่าเป็นสัญญาในแนวดิ่งที่ได้รับการยกเว้นให้สามารถทำได้ตามที่ Regulation 330/2010 กำหนด

agreements concluded between the members of the association or decisions adopted by the association.

³²⁷ Regulation 330/2010, Article 3.

Article 3 Market share threshold

1. The exemption provided for in Article 2 shall apply on condition that the market share held by the supplier does not exceed 30 % of the relevant market on which it sells the contract goods or services and the market share held by the buyer does not exceed 30 % of the relevant market on which it purchases the contract goods or services.

กล่าวโดยสรุปก็คือใน Regulation 330/2010 ได้วางหลักเอาไว้ว่าหากส่วนแบ่งการตลาดของผู้จัดหาและผู้ซื้อไม่เกิน 30% และการจำกัดการแข่งขันในข้อตกลงหรือสัญญาในแนวดิ่งที่ได้ทำขึ้นนั้นไม่ใช่ข้อจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่มีความรุนแรง Regulation 330/2010 จะถือว่าการจำกัดการแข่งขันนั้นได้กระทำขึ้นเพื่อเป็นการพัฒนากระบวนการผลิตและในการจัดจำหน่ายและจะเป็นการส่งผลดีต่อผู้บริโภคอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามหากมีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงกว่า 30% แล้วนั้น Regulation 330/2010 จะสันนิษฐานไว้ก่อนว่าการกระทำดังกล่าวเข้าข่ายเป็นความผิดที่เป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดตามเงื่อนไขที่มาตรา 101 (1) TFEU ได้กำหนดเอาไว้ แต่ในกรณีนี้ผู้ประกอบการก็สามารถหักล้างข้อสันนิษฐานดังกล่าวได้ด้วยการยกข้อต่อสู้ว่าการกระทำดังกล่าวนั้นมีประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ ต่อผู้บริโภค รวมถึงประโยชน์ต่อการแข่งขันทางการค้า

แต่อย่างไรก็ตามความตกลงในแนวดิ่งในบางกรณีนั้นก็อาจไม่ได้รับการยกเว้นให้ถือว่าไม่เป็นความผิดตามมาตรา 2 ใน Regulation 330/2010 เพราะถ้าเป็นความตกลงในแนวดิ่งที่อาจเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดที่ไม่เป็นธรรมตามที่มาตรา 101(1) TFEU ได้กำหนดเอาไว้ ซึ่งใน Regulation 330/2010 ได้วางหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจำกัดขอบเขตในการมีผลใช้บังคับของกฎหมายเอาไว้ด้วยกัน 2 หลักเกณฑ์ด้วยกันได้แก่

ความตกลงที่เป็นข้อจำกัดแบบรุนแรง (Hardcore Restrictions)

ความตกลงที่มีลักษณะกีดกันมิให้มีการแข่งขัน (Excluded Restrictions)

3.2.3.3 Block Exemption หรือ การอนุญาตแบบกลุ่ม

Block Exemption เป็นข้อยกเว้นให้แก่บางข้อตกลงหรือสัญญาที่มีการตกลงระหว่างกันสำหรับผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการและผู้ค้าปลีกในความสัมพันธ์ที่เป็นแบบแนวดิ่งให้สามารถกระทำได้หากเงื่อนไขของข้อตกลงหรือสัญญาเป็นไปตามที่กำหนดเอาไว้ และหากการกระทำได้อยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่ Block Exemption กำหนดยกเว้นเอาไว้ก็ไม่จำเป็นต้องแจ้งแก่คณะกรรมการยุโรปให้ทราบและหากเป็นกรณีที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่ Block Exemption กำหนดเอาไว้แล้วนั้นก็สามารถกระทำได้โดยทันทีโดยไม่ต้องได้รับการอนุญาตก่อน โดยที่ Block Exemption ได้มีการจัดทำขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติโดยละเอียดเพื่อใช้ในการพิจารณาควบคู่กับ Regulation 330/2010 ซึ่ง Block Exemption นั้นจะไม่ยกเว้นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งที่ไม่มีผลต่อความจำเป็นต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกรณีที่เป็นการจำกัดการแข่งขันที่รุนแรงส่งผลกระทบต่อความเสียหายต่อตลาดและผู้บริโภคมามากกว่าผลดี

ข้อยกเว้นที่จะนำ Block Exemption ไปใช้กับการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งนั้นได้มีการบัญญัติเอาไว้ในมาตรา 4 ของ Regulation 330/2010 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

มาตรา 4 Regulation 330/2010³²⁸ ได้มีการอธิบายว่าการที่ Regulation 330/2010 อนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถกระทำการที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งได้นั้น แต่อย่างไรก็ตามการอนุญาตของ Regulation 330/2010 ที่ให้ผู้ประกอบการสามารถจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งได้แต่จะไม่รวมถึงกรณีที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่มีข้อจำกัดการแข่งขันทางการค้าหรือวัตถุประสงค์ในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่มีความรุนแรงซึ่งอาจส่งผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภคมากกว่าเกิดผลดี ยกตัวอย่างเช่น การกำหนดราคาขายต่อ หรือ การกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำ เป็นต้น ดังนั้นหากเป็นการหากข้อตกลงหรือสัญญาใดที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง และหากวิเคราะห์แล้วพบว่าเป็นข้อตกลงหรือสัญญาที่มีเงื่อนไขที่อาจส่งผลเสียมากกว่าผลดีต่อระบบเศรษฐกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องในความสัมพันธ์ทางการค้าในแนวดิ่งนั้นก็จะถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายตามที่มาตรา 101 (1) TFEU ได้กำหนดเอาไว้ และผู้ประกอบการจะไม่สามารถอ้างมาตรา 101 (3) รวมถึง Block Exemption ตามที่ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ได้

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า Regulation 330/2010 เป็นบทบัญญัติที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อใช้ในการขยายความตามมาตรา 101 (3) TFEU ในกำหนดเงื่อนไขอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถกระทำการอันเป็นข้อตกลงหรือสัญญาในลักษณะต่างๆที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งได้ในบางกรณี อีกทั้งยังเป็นการบัญญัติขึ้นเพื่อใช้ในการอธิบายขยายความมาตรา 101 (3) TFEU เพื่อให้มีความละเอียดและอธิบายเงื่อนไขต่างๆ ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และในประเด็นของการกำหนด

³²⁸ Regulation 330/2010, Article 4.

Article 4 Restrictions that remove the benefit of the block exemption — hardcore restrictions

The exemption provided for in Article 2 shall not apply to vertical agreements which, directly or indirectly, in isolation or in combination with other factors under the control of the parties, have as their object:

(a) the restriction of the buyer's ability to determine its sale price, without prejudice to the possibility of the supplier to impose a maximum sale price or recommend a sale price, provided that they do not amount to a fixed or minimum sale price as a result of pressure from, or incentives offered by, any of the parties;

ราคาขายต่อหรือการกำหนดราคาขายปลีกนั้น Regulation 330/2010 ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ เอาไว้ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีดังต่อไปนี้

การกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงและการกำหนดราคาขายต่อแนะนำ แม้จะถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่ง แต่ TFEU กำหนดให้สามารถกระทำได้เพราะเนื่องจากการกำหนดราคาขายขั้นสูงหรือการกำหนดราคาขายแนะนำนั้นเป็นการกระทำที่ส่งผลดีหรือผลกระทบในเชิงบวกต่อการแข่งขันในภาพรวมของระบบเศรษฐกิจและยังส่งผลดีต่อผู้บริโภคอีกด้วย ดังนั้นจึงสามารถกระทำได้ตามที่ข้อยกเว้นของมาตรา 101 (3) TFEU และ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้

การกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำและการกำหนดราคาขายต่อ ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งในลักษณะของ Hardcore Restriction หรือข้อจำกัดการแข่งขันที่รุนแรง ตามหลักที่มาตรา 101 (1) TFEU และ Regulation 330/2010 ในมาตรา 4 (a) กำหนดห้ามมิให้กระทำเอาไว้ ดังนั้นจึงไม่สามารถกระทำได้เพราะเนื่องจากการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งที่จะส่งผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจและต่อตัวผู้บริโภคมากกว่าผลดีที่จะเกิดขึ้น

3.2.3.4 Guidelines on Vertical Restraints

นอกเหนือจาก Regulation 330/2010 ที่ได้มีการวางหลักเกณฑ์ในเรื่องของเงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งตาม มาตรา 101 (3) TFEU แล้วนั้น คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ยังได้มีการบัญญัติ Guidelines on Vertical Restraints ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำขึ้นมาเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาว่าข้อตกลงหรือสัญญาที่มีเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งว่าจะเข้าข่ายตามเงื่อนไขที่มาตรา 101 (3) TFEU กำหนดเอาไว้หรือไม่ โดยมีเงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณาว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งว่าได้รับอนุญาตให้กระทำได้ตาม มาตรา 101 (3) TFEU หรือไม่ ดังนั้นผู้ประกอบการซึ่งจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งนั้นมียานาจเหนือตลาดหรือไม่

หากผู้ประกอบการรายใดมีอำนาจเหนือตลาดที่ต่ำกว่า 30% การกระทำที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งนั้นจะได้รับการยกเว้นให้อนุญาตให้กระทำได้ตามที่กำหนดเอาไว้ใน Block Exemption ใน Regulation 330/2010 แต่อย่างไรก็ตามการที่จะเข้าเงื่อนไขข้อกำหนดตามที่ Block Exemption อนุญาตให้กระทำได้การจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งนั้นต้องไม่เป็นการกระทำในลักษณะที่เป็น Hardcore Restriction ตามที่มาตรา 4 ของ Regulation 330/2010 ได้กำหนดเอาไว้

หากผู้ประกอบการรายใดมีอำนาจเหนือตลาดที่เกินกว่า 30% ก็ต้องมาพิจารณาว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ถือว่าเป็นความผิดตามมาตรา 101 TFEU หรือไม่ อย่างไร

หากการกระทำของผู้ประกอบการดังกล่าวนั้นเป็นความผิดตามที่มาตรา 101 TFEU ได้กำหนดเอาไว้ก็ ต้องมีการพิจารณาต่อไปว่าการกระทำดังกล่าวนั้นได้รับการยกเว้นโดยอนุญาตให้สามารถจำกัดการ แข่งขันในแนวตั้งตามมาตรา 101(3) ได้หรือไม่ อย่างไร

โดยที่ใน Guidelines on Vertical Restraints ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายต่อเอาไว้ ซึ่งมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

การกำหนดราคาขายต่อที่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้ามีหลายประการด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น³²⁹

- (1) กรณีที่เป็นการให้การสนับสนุนในการรวมตัวกันของผู้ผลิต เพราะราคาที่ใช้จัดจำหน่ายนั้นเป็น ราคาที่มีการเปิดเผย ดังนั้นผู้ผลิตทุกรายสามารถรู้ได้ทันทีว่า ผู้ผลิตรายใดที่ไม่ขายตามราคาที่ตน กำหนดเอาไว้
- (2) กรณีที่ผู้จัดจำหน่ายมีอำนาจเหนือตลาดสูง ผู้จัดจำหน่ายอาจมีการรวมตัวกันเพื่อบังคับ กำหนดให้ ผู้ผลิตกำหนดราคาขายต่อได้
- (3) กรณีที่เป็นการลดการแข่งขันทางการค้าในตลาดลง โดยเฉพาะกรณีที่ผู้ผลิตเลือกผู้จัดจำหน่ายราย เดียวกัน
- (4) กรณีที่เป็นการป้องกันไม่ให้ผู้จัดจำหน่ายลดราคาสินค้าของตนทำให้ภาพลักษณ์ของผู้ผลิตเสียไป ส่งผลให้ราคาสินค้าในตลาดมีราคาที่สูงกว่ากลไกตลาด
- (5) กรณีที่มีขีดขวางไม่ให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเข้าเข้าสู่ตลาดได้ เนื่องจาก ราคาสินค้าใน ตลาดมีราคาที่ต่ำ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถประกอบธุรกิจให้ได้กำไรเพียงพอที่จะ ดำเนินธุรกิจต่อไป
- (6) กรณีที่เป็นการลดความคิดสร้างสรรค์ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ในขั้นตอน หรือรูปแบบใหม่ๆ ของการจัดจำหน่าย ทั้งยังรวมถึงการขีดขวางไม่ให้ผู้จัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถเข้า สู่อุตสาหกรรมได้

การกำหนดราคาขายต่อในบางกรณีก็อาจมีประโยชน์ต่อระบบของการแข่งขันในตลาด ตามที่ บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 101 (3) TFEU³³⁰

กรณีที่มีการแนะนำสินค้าใหม่นั้น การกำหนดราคาขายต่อจะเป็นเครื่องมือที่ดีที่ทำหน้าที่กระตุ้นให้ผู้ จัดจำหน่ายสินค้าแนะนำสินค้าที่ออกมาใหม่ให้ผู้บริโภคได้รับรู้

³²⁹ Guidelines on Vertical Restraints, Paragraph 224.

³³⁰ Ibid, Paragraph 225.

กรณีและผู้จัดจำหน่ายไม่ได้ตกอยู่ในสถานะของการแข่งขันผู้จัดจำหน่ายก็สามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการต่างๆ ได้ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวนี้จะส่งผลในทางที่ดีแก่ตัวผู้บริโภค การกำหนดราคาขายต่อจะทำให้ผู้จัดจำหน่ายได้กำไรที่มากพอที่จะใช้ในการให้บริการแก่ผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความซับซ้อนดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการบริการต่างๆ ที่ควบคู่ไปกับการขายเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่นบริการหลังการขาย

การกำหนดราคาขายต่อจะช่วยป้องกันการเกิดปัญหา free riding³³¹ ภายใต้ Block Exemption ที่ได้มีการบัญญัติเอาไว้ใน Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ว่าการกำหนดราคาขายต่อและการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงสามารถกระทำได้หากการกำหนดราคาขายต่อ นั้นเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด กล่าวคือ ต้องมีอำนาจตลาดไม่เกิน 30% แต่ทั้งนี้จะไม่รวมถึงกรณีที่เป็นกรกำหนดราคาขายต่อและการกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำเพราะแม้จะมีอำนาจตลาดไม่เกิน 30% ก็จะไม่ได้รับการยกเว้นให้สามารถกระทำได้เช่นเดียวกับกรณีการกำหนดราคาขายต่อและการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงตามที่ได้กล่าวไปในตอนแรก³³²

ภายใต้ Guidelines on Vertical Restraints ยังมีการระบุถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีการกำหนดราคาขายต่อ และการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูง ว่าในการการกำหนดราคาขายต่อ และการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงนั้นอาจทำให้เกิดการลดการแข่งขันทางการค้าในตลาดลง หรืออาจเป็นกรณีที่เป็นกรสนับสนุนก่อให้เกิดการรวมตัวกันระหว่างผู้ผลิตก็เป็นได้³³³

อีกทั้งภายใต้ Guidelines on Vertical Restraints ก็ยังมีการระบุถึงปัจจัยที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะใช้ในการพิจารณาในเรื่องของการแนะนำราคาขายต่อและในเรื่องของการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูง โดยมีการกล่าวถึงว่ายิ่งหากผู้ผลิตมีอำนาจเหนือตลาดมากเท่าไร ผลกระทบอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับการแข่งขันในตลาดก็จะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น³³⁴ ในเรื่องของการกำหนดราคาขายต่อ หรือ

³³¹ Free Rider or Free Riding หรือในทางเศรษฐศาสตร์มักเรียกว่า พวกกาฝาก เกิดขึ้นเมื่อบริษัทหนึ่งได้รับผลประโยชน์จากการกระทำและความพยายามของอีก บริษัทโดยไม่มีการจ่ายหรือแบ่งปันค่าใช้จ่าย ตัวอย่างเช่น ร้านค้าปลีกอาจเลือกที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกหัดพนักงานเพื่อสาธิตให้ผู้ที่เป็นลูกค้ารู้ถึงวิธีการทำงานของเครื่องใช้ในครัวโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย อย่างไรก็ตาม ต่อมาลูกค้าอาจเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ค้าปลีกรายอื่นซึ่งขายสินค้าราคาต่ำกว่า เนื่องจากกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกหัดพนักงานและการสาธิต ผู้ค้าปลีกที่สองนี้ถือว่าเป็น "Free-riding" ของผู้ค้าปลีกแรก ถ้าหากสถานการณ์เช่นนี้ยังคงอยู่ผู้ค้าปลีกแรกจะไม่มีแรงจูงใจที่จะดำเนินการสาธิตสินค้าต่อไป

³³² Ibid, Paragraph 226.

³³³ Ibid, Paragraph 227.

³³⁴ Ibid, Paragraph 228.

การกำหนดราคาขายปลีก (Resale Price maintenance) ตามกฎหมายแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการกำหนดราคาขายต่อของสหภาพยุโรปได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

การกำหนดราคาขายต่อขั้นตํานั่นถือว่าเป็น Hardcore Restriction หรือเป็นข้อจำกัดในขั้นที่รุนแรงตามที่ มาตรา 4 (a) ใน Regulation 330/2010 ได้กำหนดเอาไว้ ดังนั้นจึงไม่สามารถกระทำได้ตามที่ มาตรา 101 (3) TFEU และ Block Exemption บทบัญญัติเอาไว้

การกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงหรือการกำหนดราคาขายต่อแนะนำ เป็นการกระทำที่ได้รับอนุญาตให้สามารถกระทำได้ตามที่ มาตรา 101 (3) TFEU และ Block Exemption ใน Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ ยกเว้นแต่ในกรณีที่การกําหนดราคาขายต่อขั้นสูงจะนำไปสู่การกำหนดราคาขายต่อขั้นตํ่าได้

3.2.4 คำพิพากษาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายปลีกร้าน้ำมัน

3.2.4.1 Gasorba SL, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González v Repsol Comercial de Productos Petrolíferos SA,
ตัดสินโดย Tribunal Supremo (Spain)

ตัดสินเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2017

คดี Case COMP/ B-1/ 38.348 – REPSOL C.P.P (Commission decision in Case Repsol CPP) Repsol เป็นผู้ผลิตน้ำมันและจัดส่งน้ำมันให้แก่สถานีบริการน้ำมันต่างๆ Repsol กำหนดราคาขายต่อน้ำมันสูงสุดให้แก่สถานีบริการน้ำมันต่างๆ เอาไว้ โดยกำหนดไม่ให้สถานีบริการน้ำมันที่รับซื้อน้ำมันจาก Repsol ขายน้ำมันในเกินราคาที่เกินกว่า Repsol กำหนดไว้ ซึ่งในคดีนี้ คณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปได้ตัดสินว่าไม่มีประเด็นที่ต้องพิจารณาว่าการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงของ Repsol โดยตัดสินไว้ว่า “no concern about maximum resale price maintenance in agreement between Repsol and service station selling its fuel” และในเดือนมีนาคม 2011 ศาลฎีกาของประเทศสเปนได้มีการตัดสินในคดีนี้ว่า สัญญาระหว่างผู้ผลิตน้ำมันได้แก่ Repsol กับผู้จัดจำหน่ายเป็นสัญญาที่สามารถบังคับได้ตามกฎหมาย ดังนั้นการกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงที่ Repsol กำหนดเอาไว้จึงไม่เป็นความผิดตามที่กฎหมายแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปได้วางหลักเอาไว้

ข้อเท็จจริง

Repsol CPP ซึ่งจัดตั้งขึ้นในกรุงมาดริดประเทศสเปนเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มน้ำมัน RepsolYPF ในสหภาพยุโรปซึ่งทำงานส่วนใหญ่ในสเปนและโปรตุเกส โดยมีกำลังการผลิตน้ำมันที่สำคัญอยู่ในสเปนและเหนือสิ่งอื่นใด Repsol CPP ทำงานส่วนใหญ่ในการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่นและผลิตภัณฑ์อื่นที่คล้ายคลึงกันสำหรับยานยนต์ในประเทศสเปน³³⁵ เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 1993 Ms Rico Gil และ Mr FerrándizGonzález ได้ทำสัญญาสองฉบับกับ Repsol ซึ่งในครั้งแรกสัญญามีชื่อว่า ข้อตกลงการใช้สิทธิ ซึ่ง Ms Rico Gil และ Mr FerrándizGonzález ได้ให้ Repsol มีสิทธิในการครอบครองที่ดินและสถานีบริการน้ำมันที่สร้างขึ้นในเมือง Orba ประเทศสเปน และสัมปทานในการบริหารสำหรับการดำเนินงานของสถานีบริการน้ำมันนั้นมีระยะเวลา 25 ปี และสัญญาฉบับที่สองมีชื่อว่า สัญญาสำหรับการโอนการดำเนินงานของสถานีบริการน้ำมัน สัญญาเช่าธุรกิจและสัญญาจัดหาพิเศษ (สัญญาเช่า) โดย Repsol ได้มีการเช่ากับ Mr FerrándizGonzález ทั้งที่ดินและสถานีบริการน้ำมันเป็นระยะเวลา 25 ปีโดยมีค่าเช่า 10,000 ESP ต่อเดือน (ประมาณ 60 ยูโร) ต่อมาในวันที่ 12 พฤศจิกายน 1994 Ms Rico Gil, Mr FerrándizGonzález และลูกๆ ทั้งสองได้ก่อตั้ง บริษัท ชื่อ Gasorba, SL ซึ่งได้เข้าครอบครองสิทธิของ Ms Rico Gil และ Mr FerrándizGonzález อันเกิดจากสัญญาที่ทำกับ Repsol โดยได้รับความยินยอม³³⁶

แนวทางปฏิบัติที่ได้รับการตรวจสอบเกิดจากข้อตกลงที่ Repsol สรุปไว้สำหรับการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงโดยผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันในสเปนโดยเฉพาะคู่ค้าตามสัญญาของ Repsol ในส่วนใหญ่มักจะเป็นธุรกิจครอบครัวซึ่งจะไม่ค่อยมีสถานีบริการน้ำมันมากกว่าหนึ่งแห่ง โดยมีประเภทของสถานีบริการน้ำมันทั้งหมด 8 ประเภทที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อตกลงจะขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันและรวมถึงลักษณะของความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่าง Repsol และผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยข้อตกลงประเภทต่างๆ มีดังต่อไปนี้

- (a) ข้อตกลง CODO-agent คือข้อตกลงในการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมันที่ Repsol เป็นเจ้าของ ซึ่งผู้ดำเนินการเป็นผู้เช่าและผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นตัวแทน
- (b) ข้อตกลง CODO-retailer คือข้อตกลงในการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมันที่ Repsol เป็นเจ้าของ ซึ่งผู้ดำเนินการเป็นผู้เช่าและผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นผู้ค้าปลีก

³³⁵ "Case Comp/B-1/38.348 – Repsol C.P.P.," (COMMISSION DECISION 12 April 2006 "Case COMP/B-1/38.348 – REPSOL C.P.P.") p 2

³³⁶ InfoCuria Case-law, "In Case C 547/16, Request for a Preliminary Ruling under Article 267 Tfeu Gasorba Sl, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González V Repsol Comercial De Productos Petrolíferos Sa," (Tribunal Supremo (Supreme Court, Spain), 18 October 2016). Paragraph 8.

- (c) ข้อตกลง DODO-agent คือข้อตกลงในการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมันที่เป็นของผู้ดำเนินการ และผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นตัวแทน
- (d) ข้อตกลง DODO-retailer คือข้อตกลงในการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมันที่เป็นของผู้ดำเนินการ และผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นผู้ค้าปลีก
- (e) ข้อตกลง Usufruct-agent คือข้อตกลงระหว่าง Repsol และเจ้าของของสถานีบริการน้ำมันที่เจ้าของให้สิทธิ Repsol ในสิทธิเหนือทรัพย์สินไปถึงสิทธิเก็บกิน ให้กับ Repsol ในการเช่าสถานีบริการน้ำมันไปพร้อมๆ กันในฐานะผู้ใช้ประโยชน์ เจ้าของหรือบุคคลที่สามที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของเพื่อวัตถุประสงค์ของการดำเนินการ และเมื่อข้อตกลงสิ้นสุดลงเจ้าของจะกู้คืนเต็มโดยอัตโนมัติและความเป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันจะถ่ายโอนมาพร้อมกับการจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงตามข้อตกลง โดยผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นตัวแทน
- (f) ข้อตกลง Usufruct-retailer คือข้อตกลงระหว่าง Repsol และเจ้าของสถานีบริการน้ำมันที่เจ้าของให้สิทธิ Repsol ในการให้สิทธิเหนือทรัพย์สินและรวมไปถึงสิทธิเก็บกิน ซึ่ง Repsol จะเช่าสถานีบริการน้ำมันไปพร้อมๆ กันไปยังเจ้าของหรือบุคคลที่สามที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของ เพื่อวัตถุประสงค์ของการดำเนินการ และเมื่อข้อตกลงสิ้นสุดลงเจ้าของจะกู้คืนเต็มโดยอัตโนมัติและความเป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันจะมีการถ่ายโอนมาพร้อมกับการจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงตามข้อตกลง โดยผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นผู้ค้าปลีก
- (g) ข้อตกลง Tenancy-agent คือข้อตกลงระหว่าง Repsol และเจ้าของที่ดินที่เจ้าของให้สิทธิเช่าแก่ Repsol ซึ่งเจ้าของที่ดินจะกลายเป็นเจ้าของอาคารที่มีอยู่หรือในอนาคตและในขณะที่หุ้นส่วนตามสัญญายังคงเป็นเจ้าของที่ดิน Repsol ในฐานะเจ้าของอาคาร ซึ่งให้เช่าสถานีบริการน้ำมันกับเจ้าของที่ดินหรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของที่ดิน เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ เมื่อสัญญาสิ้นสุดลงเจ้าของที่ดินจะเข้ารับกรรมสิทธิ์ในอาคารโดยอัตโนมัติ ซึ่งการถ่ายโอนมาพร้อมกับการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง โดยผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นตัวแทน
- (h) ข้อตกลง Tenancy-retailer คือข้อตกลงระหว่าง Repsol และเจ้าของที่ดินซึ่งเจ้าของให้สิทธิเช่าแก่ Repsol ซึ่งเจ้าของที่ดินจะกลายเป็นเจ้าของอาคารที่มีอยู่หรือในอนาคต และในขณะที่ทำสัญญาหุ้นส่วนจะถือกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ในฐานะเจ้าของอาคาร Repsol จะให้เช่าสถานีบริการน้ำมันกับเจ้าของที่ดินหรือบุคคลภายนอกและในเวลาเดียวกันจะเกี่ยวข้องกับเจ้าของที่ดินเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ และเมื่อข้อตกลงหมดอายุสัญญาเจ้าของที่ดินจะเข้าครอบครองอาคารโดยอัตโนมัติ

ซึ่งการถ่ายโอนจะมาพร้อมกับข้อตกลงการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง โดยผู้ดำเนินการมีสถานะเป็นผู้ค้าปลีก³³⁷

ในหลายกรณีที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะข้อตกลงประเภทที่อ้างถึงใน (e), (f), (g) และ (h) Repsol CPP จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดหรือบางส่วนในการก่อสร้างหรือปรับปรุงสถานีสาน้ำมัน³³⁸

ภายใต้สัญญาเช่ามีข้อกำหนดไว้ว่า Gasorba ต้องจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีการขายในสถานีสาน้ำมันจาก Repsol แต่เพียงผู้เดียว ตลอดระยะเวลาของสัญญาเช่าและยิ่งไปกว่านั้น Repsol จะเป็นผู้แจ้งให้ทราบเป็นระยะถึงราคาขายปลีกสูงสุดสำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงที่จำหน่ายในสถานีสาน้ำมันซึ่ง Gasorba จะจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในราคาที่สูงกว่า Repsol กำหนดไว้ไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้เช่า Gasorba จะได้รับการอนุญาตให้มอบส่วนลดสำหรับผู้ไ้ปลายทางโดยมีเงื่อนไขว่าสิ่งเหล่านี้ Gasorba จะได้รับค่าคอมมิชชั่น (เปอร์เซ็นต์) และไม่ได้ทำให้ใบเสร็จรับเงินของ Repsol ลดน้อยลงไป³³⁹

ในระดับสหภาพยุโรปความสัมพันธ์ตามสัญญาระหว่าง Repsol และผู้เช่าสถานีสาน้ำมัน (ระหว่าง Repsol และ Gasorba) เป็นเรื่องที่ต้องมีการพิจารณาในประเด็นของการต่อต้านการผูกขาด³⁴⁰ ในเบื้องต้นคณะกรรมการเริ่มดำเนินการตามมาตรา 101 TFEU ซึ่งห้ามไม่ให้มีการทำข้อตกลงระหว่างกันที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างกันในประเทศสมาชิกและมีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบเป็นการจำกัดหรือการบิดเบือนการแข่งขันในตลาดทั่วไป กับ Repsol ซึ่งในตอนท้ายของการประเมินเบื้องต้นพบว่าข้อตกลงการจัดการจัดหาแต่เพียงผู้เดียวระยะยาวรวมถึงสัญญาที่เกี่ยวข้องกับคู่สัญญาในการดำเนินการหลักทำให้เกิดความกังวลว่าพฤติกรรมของ Repsol จะเข้าข่ายว่าเป็นความผิดตามมาตรา 101 TFEU หรือไม่ เนื่องจากข้อตกลงดังกล่าวที่ Repsol ได้ทำไว้กับ Gasorba อาจส่งผลกระทบต่อสำคัญอันได้แก่ ผลกระทบในการกีดกันการแข่งขันในตลาดน้ำมันเชื้อเพลิงขายปลีกของประเทศสเปน³⁴¹

³³⁷ Ibid., 196., p3-4.

³³⁸ Ibid., 196., p4.

³³⁹ Ibid., 197., Paragraph 12.

³⁴⁰ Practical law Competition, "Advocate General Opinion on Reference for a Preliminary Ruling on Legal Effects of European Commission Commitments Decision." p 2.

³⁴¹ Ibid., 197., Paragraph 13.

ในเดือนมิถุนายน 2004 คณะกรรมาธิการได้แจ้งให้ Repsol ทราบว่าข้อตกลงที่กำหนดเงื่อนไขที่ Repsol ดำเนินธุรกิจในการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับยานยนต์ผ่านสถานีบริการน้ำมันในประเทศสเปนก่อให้เกิดปัญหาบางประการซึ่งทำให้เกิดข้อกังวลภายใต้มาตรา 101 ของสนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (TFEU) โดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะกรรมาธิการมีความกังวลเกี่ยวกับความแตกต่างที่ Repsol กำหนดขึ้นมาระหว่างตัวแทนและผู้ค้าปลีก เงื่อนไขในการกำหนดราคาสูงสุดในข้อตกลงและข้อตกลงในระยะยาว (25 ถึง 40 ปี) คณะกรรมาธิการกังวลว่าพฤติกรรมดังกล่าวได้ปิดล้อมตลาดของประเทศสเปนและขัดขวางการแข่งขันในตลาดที่มีความเข้มข้นสูงอยู่แล้ว³⁴²

คณะกรรมาธิการได้ใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเบื้องต้นในการกระทำของ Repsol โดยพิจารณาจากองค์ประกอบดังต่อไปนี้
องค์ประกอบแรก ได้แก่ ตลาดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่

1. ตลาดผลิตภัณฑ์ โดยน้ำมันเชื้อเพลิงที่จำหน่ายในสเปนประกอบด้วย 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ดีเซลและเบนซิน การขายน้ำมันดีเซลคิดเป็นประมาณ 80% ของปริมาณการใช้เชื้อเพลิงทั้งหมด การขายน้ำมันเชื้อเพลิงในสเปนมาจากโรงกลั่นของสเปนเป็นหลัก เพื่อความสมดุลก็มีการนำเข้าโดยเรือบรรทุกน้ำมัน สเปนเป็นผู้นำเข้าน้ำมันดีเซลสุทธิและผู้ส่งออกน้ำมันสุทธิ ซึ่งโดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศสเปนจะถูกจัดส่งโดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการขนส่งจำนวนมาก (ท่อส่งรถไฟหรือเรือ) ไปยังคลังในพื้นที่ (โลจิสติกส์หลัก) และขนส่งโดยรถบรรทุกไปยังปลายทางสุดท้าย (โลจิสติกส์รอง) สินค้านำเข้าจะถูกไหลคืนในคลังที่ทำเรือซึ่งอาจเชื่อมต่อเป็นกลุ่มหรือไม่ก็ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกการขนส่งหรือขนถ่ายในโรงกลั่นแล้วขนส่งในลักษณะเดียวกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ โดยน้ำมันเชื้อเพลิงไม่ว่าจะผลิตโดยโรงกลั่นหรือนำเข้าก็ถูกป้อนเข้าในการขายปลีกโดยเครือข่ายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า (ประกอบด้วย บริษัท ที่เป็นเจ้าของหรือในเครือสถานีบริการน้ำมัน) หรือขายส่ง (นอกเครือข่าย) ให้กับ (i) ผู้ค้าปลีกอิสระที่เป็นไม่รวมต้นน้ำ (สถานีบริการน้ำมันหรือซูเปอร์มาร์เก็ตที่ไม่มีตราสินค้า) (ii) ผู้ค้า (รวมถึงบริษัทน้ำมันขนาดใหญ่ที่ไม่รวมในแนวตั้งในสเปน) หรือ (iii) ลูกค้าขั้นสุดท้ายรายใหญ่ (ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมและเชิงพาณิชย์เช่นโรงพยาบาล บริษัท รถเช่า งานขนส่งโรงงาน ฯลฯ) นอกจากนี้สินค้าอาจมีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้กลั่นหรือผู้ปฏิบัติงานในทุกระดับของห่วงโซ่ ซึ่งการขายปลีกเกี่ยวข้องกับขายให้กับผู้ขับซีรยนต์ผ่านสถานีบริการน้ำมัน (ไม่ว่าจะมีหรือไม่มี) สถานีบริการน้ำมันนั้นจะมี 3 ประเภทกว้างๆ ได้แก่ (i) สถานีบริการน้ำมันที่

³⁴² Ibid., 201., P2.

เป็นเจ้าของหรือจัดหาโดยบริษัทน้ำมันที่เป็นความสัมพันธ์ในแนวดิ่ง (ii) สถานีบริการบริการน้ำมัน อีสระ และ (iii) ซูเปอร์มาร์เก็ต และประเภทของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ขายในสถานีบริการน้ำมันของสเปน คือ 98 ออกเทน น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว 95 ออกเทน น้ำมันทดแทนสาร ตะกั่วออกเทน 97 ดีเซล A (รถยนต์) และดีเซล B (รถเพื่อการเกษตร) ซึ่งน้ำมันนั้นจะขายให้กับ ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายเป็นหลักในการขายปลีก และในขณะที่สัดส่วนของน้ำมันดีเซลจำนวนมากและ โดยเฉพาะอย่างยิ่งดีเซล B การขายนอกเครือข่าย

ในการตัดสินใจก่อนหน้านี้คณะกรรมการพิจารณาว่านอกเครือข่าย (หรือขายส่ง) การขาย น้ำมันเชื้อเพลิงและการขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมันอาจทำให้เกิดตลาดผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน ในกรณีของการขายนอกเครือข่ายถือว่ามีเป็นตลาดผลิตภัณฑ์แยกต่างหากสำหรับ เชื้อเพลิงแต่ละประเภท และในการประเมินเบื้องต้นคณะกรรมการไม่ได้สรุปในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ตลาดผลิตภัณฑ์ เนื่องจากข้อกังวลด้านการแข่งขันที่ระบุไว้ในเบื้องต้น การประเมินจะเกี่ยวข้องกับ ตลาดที่รวมเชื้อเพลิงทุกประเภทและทั้งการขายนอกเครือข่ายและการขายบนเครือข่ายคำถามที่ว่า ตลาดควรจะแคบลงหรือไม่หากลงไปทิศทางต่างๆ และประเภทเชื้อเพลิงจะเปิดทิ้งไว้เพื่อ จุดประสงค์ในการตัดสินใจ

2. ตลาดทางภูมิศาสตร์ โดยในการตัดสินใจก่อนหน้านี้คณะกรรมการพิจารณาแล้วว่าตลาด อาจเป็นของท้องถิ่นหรือของชาติ ซึ่งในการประเมินเบื้องต้นคณะกรรมการไม่ได้สรุปเกี่ยวกับตลาด ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อกังวลด้านการแข่งขันที่ระบุไว้ในเบื้องต้นจะ เกี่ยวข้องกับตลาดระดับประเทศด้วยคำถามว่าตลาดควรจะแคบลงไปยังพื้นที่ในท้องถิ่นที่เปิดทิ้งไว้ เพื่อจุดประสงค์ในการตัดสินใจ

องค์ประกอบที่ 2 ได้แก่ การกระทำที่ก่อให้เกิดความกังวล

ในมุมมองเบื้องต้นของคณะกรรมการแนวทางปฏิบัติที่ได้รับการสอบสวนได้ยกระดับความ กังวลว่าคำสั่งที่ไม่แข่งขันสำหรับเชื้อเพลิงอาจเป็นไปตามข้อตกลงดังกล่าวทั้งหมดในบริบททาง เศรษฐกิจและกฎหมายอาจก่อให้เกิดการกีดกันการแข่งขันในตลาด ซึ่งในการประเมินเบื้องต้น คณะกรรมการตั้งข้อสังเกตว่าข้อตกลงการจัดจำหน่ายระหว่าง Repsol CPP และผู้ให้บริการสถานี บริการน้ำมันมีข้อห้ามที่ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้โดยครอบคลุมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ขายผ่านสถานี บริการน้ำมัน แต่มีข้อซึ่งไม่ได้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ขายผ่านสถานีบริการน้ำมันมีอยู่ 1,430 รายการ ข้อตกลงของประเภท CODO 770 ของประเภท DODO 460 ของโครงสร้างสิทธิประโยชน์ หรือประเภทของการเช่า ระยะเวลาของแต่ละข้อมีความแตกต่างกันไป ตามข้อตกลงของ CODO หรือ

ประเภท DODO เป็นกฎ 5 ปี แต่ในข้อตกลงประเภทของสิทธิเก็บกินหรือการเช่าอยู่ในช่วง 25 ถึง 40 ปีขึ้นอยู่กับประเภทของข้อตกลง

ในการประเมินเบื้องต้นคณะกรรมการพิจารณาว่าข้อตกลงดังกล่าวอาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทำให้เกิดปัญหาการแข่งขันโดยเฉพาะ ด้วยเหตุดังกล่าวผู้ผลิตรายอื่นในตลาดจึงไม่สามารถขายให้กับผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งอาจเป็นการครอบครองตลาด (เป็นการกันให้ผู้ผลิตรายอื่นออกไปโดยการเพิ่มอุปสรรคในการเข้ามาในตลาด) และลดการแข่งขันระหว่างแบรนด์ซึ่งในแง่นี้ในมุมมองเบื้องต้นของคณะกรรมการไม่มีสาระสำคัญว่าสถานบริการน้ำมันที่ผู้ประกอบการได้อธิบายไว้ในข้อตกลงในฐานะตัวแทนหรือผู้ค้าปลีก และยังอยู่ในการประเมินเบื้องต้นคณะกรรมการพิจารณาแล้วว่าข้อห้ามไม่ให้แข่งขันในข้อตกลงที่เป็นปัญหาและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในข้อตกลงประเภท DODO ประเภทการเช่าและสิทธิประโยชน์อาจช่วยได้มากในการยึดทรัพย์สินที่จำนองไว้ในตลาดค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในสเปน เกี่ยวกับบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายของข้อตกลงเหล่านี้คณะกรรมการตั้งข้อสังเกตว่าเป็นตลาดที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยความยากลำบากโดยคู่แข่งที่ต้องการเข้ามาหรือเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดที่นั่น นี่เป็นเพราะการรวมในแนวคิดที่สำคัญของผู้ดำเนินการทำให้เกิดผลสะสมของเครือข่ายคู่ขนานของการจำกัดการแข่งขันในแนวคิด ความยากลำบากในการสร้างเครือข่ายทางเลือกและเงื่อนไขการแข่งขันอื่นๆ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งความอึดตัวของตลาดและลักษณะของผลิตภัณฑ์)

ในการประเมินเบื้องต้นคณะกรรมการเห็นว่าข้อตกลงดังกล่าวอาจมีคำถามสำคัญต่อผลการกีดกันการแข่งขันในตลาดที่เกิดจากข้อตกลงเหล่านี้ทั้งหมด ข้อตกลงในบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายเป็นผลมาจากสิ่งต่อไปนี้ คือ ปัจจัย ขอบเขตของภาระผูกพันที่ไม่แข่งขันที่กำหนดโดย Repsol CPP (ผู้ส่วนแบ่งการตลาดของยอดขายของ Repsol CPP ถือว่ามีจำนวนมากโดยอยู่ที่ประมาณ 25-35%) ภาระผูกพันที่ไม่ได้เข้าร่วมการแข่งขันมีระยะเวลาที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของข้อตกลงประเภทสิทธิเก็บกินหรือการเช่าซึ่งเป็นระยะยาวข้อตกลง (ระหว่าง 25 ถึง 40 ปี) และผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันและขั้นสุดท้ายลูกค้าถือว่าอยู่ในตำแหน่งที่อ่อนแอและแยกส่วนเมื่อเทียบกับผู้ผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Repsol CPP ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดมากตามที่ระบุไว้แล้ว องค์ประกอบที่ 3 ได้แก่ ผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป

ตามกฎหมายในกรณีที่มีการกำหนดข้อตกลงเช่นเดียวกับที่เป็นปัญหาสามารถทำได้เพราะพวกเขาเข้าไปใช้ในดินแดนทั้งหมดของประเทศสมาชิก ซึ่งโดยธรรมชาติของพวกเขามีการสร้างการแบ่งตลาดในระดับประเทศ ดังนั้นจึงมีการตีความทางเศรษฐกิจซึ่งสนธิสัญญานี้ออกแบบมาเพื่อให้เกิด

ประโยชน์ ยิ่งไปกว่านั้นในกรณีปัจจุบันที่อาจมีการจำกัดการแข่งขันที่สร้างอุปสรรคในการเข้ามาอีก ด้วย

เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2004 Repsol CPP ได้ส่งข้อผูกพันชุดแรก ในความหมายของมาตรา 9 (1) ของ Regulation (EC) No.1/2003 ภาระผูกพันรวมถึงข้อกำหนดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่สถานีบริการน้ำมันจะยกเลิกสัญญาระยะยาวโดยมีการเลื่อนการชำระหนี้ตามสัญญาจัดหาระยะเวลาหนึ่งเกิน 5 ปีในการเลื่อนการชำระหนี้สำหรับการซื้อสถานีบริการน้ำมันที่ไม่ได้จัดทำโดย Repsol CPP และเสรีภาพในการให้ส่วนลดตามสถานีบริการน้ำมัน โดย Repsol ได้เสนอข้อผูกพันชุดแรกซึ่งมีเนื้อหา ดังนี้

1. ความเป็นไปได้ที่สถานีบริการน้ำมันจะยกเลิกในสัญญาระยะยาว

เพื่อจัดการกับข้อกังวลที่ระบุโดยคณะกรรมการเกี่ยวกับตลาด การยึดทรัพย์สินที่จำนองไว้ Repsol CPP เสนอให้ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันที่มีการให้สิทธิชั่วคราวในทรัพย์สิน (ในรูปแบบของสิทธิเก็บกินหรือการเช่า) ในสถานีบริการน้ำมันและในเวลาเดียวกันก็กลายเป็นผู้เช่าชั่วคราว (ผ่านการแลกเปลี่ยนสัญญา) ความเป็นไปได้ในการซื้อคืนซึ่งสิทธิในทรัพย์สินก่อนกำหนดของการหมดอายุของข้อตกลง โดยหลักการแล้วสามารถใช้ตัวเลือกนี้ได้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2005 เป็นต้นไป หากสัญญามีระยะเวลาดำเนินการไม่เกิน 12 ปี ผลของการออกใช้ของตัวเลือกจะเกี่ยวข้องกับ การจ่ายค่าตอบแทนของ Repsol CPP เท่ากับมูลค่าของสิทธิในทรัพย์สินที่เป็นปัญหามูลค่าจะถูกคำนวณในพื้นฐานของกระแสเงินสดประจำปีของ Repsol CPP และระยะเวลาของสัญญายังคงดำเนินต่อไป ดังนั้นมูลค่าไม่สอดคล้องกับมูลค่าคงเหลือของการลงทุน ในกรณีที่ความไม่เห็นด้วยเกี่ยวกับค่าตอบแทนเกณฑ์การประเมินค่าที่วางไว้ในสเปน จะนำกฎหมายว่าด้วยการเวนคืนมาใช้บังคับ

อีกทั้ง Repsol CPP ยังเสนอให้ประกาศล่วงหน้าเกี่ยวกับการหมดอายุของข้อตกลงกับสถานีบริการน้ำมันและตัวเลือกในการยกเลิกข้อตกลงก่อนกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในทรัพย์สิน การประกาศนี้จะอยู่ในรูปแบบของการสื่อสารของกระทรวงเศรษฐกิจซึ่งจะเปิดเผยต่อสาธารณะผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือความล้มเหลวนี้เผยแพร่โดย Repsol CPP บนอินเทอร์เน็ต มันจะมีผลในช่วงเดือนแรกของแต่ละไตรมาสสำหรับไตรมาสถัดไป

2. เลื่อนการชำระหนี้สำหรับสัญญาที่มีระยะเวลาเกิน 5 ปี

สำหรับสัญญาใหม่ Repsol CPP เสนอให้ปฏิบัติตามสัญญาสูงสุด 5 ปีคือระยะเวลาสำหรับข้อตกลงการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงฉบับใหม่กับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันที่ Repsol CPP ไม่ใช่เจ้าของ

3. การเลื่อนการชำระหนี้สำหรับการซื้อสถานีบริการน้ำมันที่ไม่ได้จัดทำโดย Repsol CPP

นอกจากนี้ Repsol CPP ยังเสนอว่าในระหว่างงวดสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2006 จะไม่ซื้อสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน Type DODO ที่ไม่ได้จัดทำโดย Repsol CPP

4. อีสระในการรับส่วนลดตามสถานีบริการน้ำมัน

ข้อผูกพันที่เสนอโดย Repsol CPP ยังรวมถึงข้อกำหนดที่ระบุว่าสถานีบริการน้ำมันจะให้ส่วนลดในราคาแนะนำได้ฟรีไม่ว่าจะเป็นตัวแทนหรือผู้ค้าปลีก

5. การนำไปใช้

Repsol CPP เสนอให้ใช้ข้อผูกพันในช่วงระยะเวลาสิ้นสุดในวันที่ 31 พฤษภาคม 2010 และ Repsol CPP ยังเสนอให้บุคคลภายนอก (ผู้ตรวจสอบอิสระ) ตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อผูกพัน โดย Repsol CPP กับภาระผูกพันที่ให้ไว้ ผู้สอบบัญชีอิสระจะต้องจัดทำรายงานประจำปีต่อคณะกรรมการตามที่ประกาศคณะกรรมการตามมาตรา 27 (4) และข้อผูกพันที่แก้ไขเพิ่มเติม

เพื่อตอบสนองต่อประกาศของคณะกรรมการเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2004 ของประกาศตาม มาตรา 27 (4) ของ Regulation (EC) No.1/2003 ในกรณีนี้คณะกรรมการได้รับ 25 ข้อสังเกตจาก บุคคลภายนอกที่สนใจโดยพื้นฐานแล้วสมาคมหรือกลุ่มของสถานีบริการน้ำมันรวมทั้งสถานีบริการ น้ำมันแต่ละแห่ง ข้อสังเกตที่ได้รับตกลงด้วยการวิเคราะห์เบื้องต้นของตลาดและตำแหน่งของ Repsol CPP เช่น สำหรับการประเมินเบื้องต้น ข้อสังเกตที่พบว่าเกี่ยวข้องคือการนำเสนอในคำอธิบาย 36 ถึง 38 ข้อสังเกตบางประการส่งให้สถานีบริการน้ำมันที่มีคุณสมบัติเป็น ตัวแทน ในสัญญาของพวกเขา ไม่ใช่ตัวแทนที่แท้จริงและในทางปฏิบัติสถานีบริการน้ำมันไม่สามารถมอบส่วนลดให้ได้ ข้อสังเกตบาง ประการที่เห็นด้วยกับการประเมินเบื้องต้นของคณะกรรมการเกี่ยวกับการยึดสังหาริมทรัพย์ที่เป็นไปได้ แต่แสดงความเห็นว่าเป็นไปได้ที่จะออกจากสัญญาระยะยาวอาจไม่ได้ผลเนื่องจาก ราคาที่ต้องจ่ายจะทำให้ได้ทางออกไม่น่าสนใจทางเศรษฐกิจ ข้อสังเกตบางประการที่เห็นด้วยกับการ ประเมินเบื้องต้นของคณะกรรมการเกี่ยวกับการยึดสังหาริมทรัพย์ที่เป็นไปได้ แต่เป็นที่ถกเถียงกัน อยู่ว่าจำนวนสถานีที่เกี่ยวข้องกับ Repsol CPP ที่สามารถแข่งขันได้ทุกปีจะต่ำกว่าที่ประกาศไว้ใน ข้อเสนอภาระผูกพัน ข้อสังเกตเกี่ยวกับข้อกังวลเกี่ยวกับการยึดสังหาริมทรัพย์ที่เป็นไปได้และ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าตอบแทนที่ต้องจ่ายให้กับ Repsol CPP พร้อมกับการวิเคราะห์ของ คณะกรรมการเอง โดยคณะกรรมการขอแก้ไขข้อผูกพันที่เสนอ นอกจากนี้กำหนดเวลาที่จำเป็น ในการแก้ไขข้อผูกพันวันที่ของข้อผูกพันต้องนำเสนอ เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2005 Repsol CPP ได้ยื่น ข้อเสนอความมุ่งมั่นที่แก้ไขเพิ่มเติมเป็นครั้งแรกซึ่งต่อมามีการแก้ไขหลายครั้ง ข้อเสนอความมุ่งมั่นที่ แก้ไขครั้งสุดท้ายคือจัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2006 โดยคำนึงถึงประเด็นที่ระบุที่เกี่ยวข้องอย่าง ถูกต้อง

เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2006 ในการตอบสนองต่อการประเมินเบื้องต้นของคณะกรรมการ Repsol ได้เสนอข้อผูกพันต่อคณะกรรมการและคณะกรรมการได้ประกาศว่าได้ยอมรับข้อผูกพัน ที่มีผลผูกพันภายใต้ มาตรา 9³⁴³ ของ Regulation 1/2003 จาก Repsol ซึ่งคณะกรรมการ สามารถกระทำได้เพราะเนื่องจากมาตรา 9 ของ Regulation 1/2003 ได้ให้อำนาจคณะกรรมการ ไว้ในเรื่องของภาระผูกพัน โดยหากมีกรณีที่คณะกรรมการตั้งใจที่จะรับรองคำตัดสินที่กำหนดให้การ ละเมิดสิ้นสุดลงและการดำเนินการที่เกี่ยวข้องเสนอ ข้อผูกพันเพื่อตอบสนองข้อกังวลที่ คณะกรรมการแสดงในการประเมินเบื้องต้นโดยการตัดสินใจของคณะกรรมการอาจทำให้ข้อ ผูกพันเหล่านั้นมีผลผูกพันผู้ประกอบการ ซึ่งคำตัดสินดังกล่าวอาจนำมาใช้ในเวลาที่กำหนดและจะ

³⁴³ COUNCIL REGULATION (EC) No 1/2003 of 16 December 2002 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty
Article 9

Commitments

1. Where the Commission intends to adopt a decision requiring that an infringement be brought to an end and the undertakings concerned offer commitments to meet the concerns expressed to them by the Commission in its preliminary assessment, the Commission may by decision make those commitments binding on the undertakings. Such a decision may be adopted for a specified period and shall conclude that there are no longer grounds for action by the Commission.
2. The Commission may, upon request or on its own initiative, reopen the proceedings:
 - (a) where there has been a material change in any of the facts on which the decision was based;
 - (b) where the undertakings concerned act contrary to their commitments; or
 - (c) where the decision was based on incomplete, incorrect or misleading information provided by the parties.

สรุปได้ว่าไม่มีเหตุผลที่คณะกรรมการจะดำเนินการอีกต่อไป ในกรณีนี้คณะกรรมการจึงได้มีการปิดการสอบสวนในการละเมิดมาตรา 101 ที่อาจเกิดขึ้นตาม Commission Decision 2006/446 นั้น หมายความว่าคณะกรรมการยอมรับข้อผูกพันที่มีผลผูกพันจาก Repsol และนอกจากนี้ คณะกรรมการยังตั้งข้อสังเกตว่าประเด็นที่บุคคลภายนอกหยิบยกขึ้นมา นอกเหนือจากความกังวลที่ระบุไว้ในการประเมินเบื้องต้นกำลังได้รับการแก้ไขโดยองค์กรกำกับการแข่งขันทางการค้าของประเทศสมาชิก (NCAs)

คณะกรรมการมีความเห็นว่าภาระผูกพันที่ Repsol เสนอเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2006 เพียงพอที่จะจัดการกับข้อกังวลที่ระบุไว้ในการประเมินเบื้องต้น³⁴⁴ ภายใต้ Commission Decision 2006/446³⁴⁵ ที่ Repsol มอบให้จะมีผลจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2011 เพื่อมีผลผูกพันและยุติการดำเนินการต่อต้านการผูกขาดที่ดำเนินการกับ Repsol ในเวลานั้น ซึ่ง Repsol ได้ให้คำมั่นสัญญาต่อคณะกรรมการไว้หลายประการ ดังนี้

ประการแรก Repsol รับปากว่าจะเสนอแรงจูงใจทางการเงินที่เป็นรูปธรรมให้แก่สถานีบริการน้ำมันที่เกี่ยวข้องในการยุติข้อตกลงการจัดการระยะยาวที่มีอยู่ ซึ่งในการดำเนินการสถานีบริการน้ำมันในปัจจุบันได้รับการจัดให้อยู่ภายใต้สิทธิเก็บบินและการเช่าในระยะยาว ผู้ดำเนินการหรือผู้ประกอบการตามสัญญาโดย Repsol จะสามารถออกจากสัญญาเหล่านี้ได้เพื่อลงนามในสัญญา DODO กับผู้ผลิตใดๆ ในสถานีบริการน้ำมันต่างๆ ซึ่งจะมีแรงจูงใจทางการเงินที่เป็นรูปธรรมเพราะสัญญา DODO จะมีการให้อัตรากำไรที่มากขึ้นและผ่านกลไกทางการเงินที่วางไว้โดยภาระผูกพันของสถานีบริการน้ำมันจะเพิ่มขึ้นโดยมีอัตรากำไรต่อลิตรเป็นอย่างมาก ภาระผูกพันจะได้รับการปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบให้แน่ใจว่าสถานีบริการน้ำมันต่างๆ จะสามารถเลือกผู้ผลิตได้โดยพิจารณาจากข้อดีของข้อเสนอ DODO ที่ได้รับจากผู้ผลิตขายส่งหลายรายที่ดำเนินการในตลาด จึงจะสามารถเปลี่ยนสถานีบริการน้ำมันได้³⁴⁶

ประการที่สอง Repsol รับปากว่าจะละเว้นจากการทำข้อตกลงที่กำหนดให้ผู้ดำเนินการหรือผู้ประกอบการต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงที่จะขายในสถานีบริการน้ำมันเฉพาะจาก Repsol เท่านั้นในระยะยาวต่อไปในอนาคต³⁴⁷

³⁴⁴ Ibid., 196.

³⁴⁵ "Commission Decision of 12 April 2006 Relating to a Proceeding Pursuant to Article 81 of the Ec Treaty Case Comp/B-1/38.348 — Repsol Cpp," (COMMISSION, 2006/446/EC).

³⁴⁶ Ibid., 196.

³⁴⁷ Ibid., 196.

ประการที่สาม Repsol ตกลงที่จะละเว้นจากการซื้อสถานีบริการน้ำมันประเภท DODO อีสรซึ่งจะไม่มีการจัดหา กล่าวอีกนัยหนึ่ง Repsol จะไม่สามารถชดเชยผลของพันธสัญญาแรกโดยการเปลี่ยนสถานีบริการน้ำมัน DODO อีสรให้เป็นสถานีบริการน้ำมัน CODO ของตัวเอง³⁴⁸

ประการสุดท้าย โดยรวมแล้วคำมั่นสัญญาจะเปิดโอกาสให้สถานีบริการน้ำมันทุกแห่งที่ให้บริการโดย Repsol แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของโดย Repsol เพื่อเปลี่ยนไปใช้ผู้ผลิตรายอื่นรวมถึงผู้เข้ามาใหม่และจะป้องกันไม่ให้ Repsol เชื่อมโยงกับสถานีบริการน้ำมันอื่นเพิ่มเติม ในการประเมินเบื้องต้นถือว่าการปฏิบัติเหล่านี้ทำให้ยากขึ้นเพื่อให้บุคคลภายนอกแข่งขันกันเพื่อประโยชน์และพยายามจัดหาสถานีบริการน้ำมันเหมือนกัน³⁴⁹

หลังจากคำตัดสินของคณะกรรมการในปี 2006 Gasorba และ Ms Rico Gil และ Mr FerrándizGonzález มีความพยายามที่จะปลดตัวเองออกจากความสัมพันธ์ตามสัญญากับ Repsol และในวันที่ 17 เมษายน 2017 ได้ร่วมกันดำเนินการฟ้องร้อง Repsol สำหรับการประกาศที่เกี่ยวกับความไม่ถูกต้องภายใต้มาตรา 101 (2) ของ TFEU ของสัญญาที่สรุปในปี 1993 และเพื่อชดเชยความเสียหาย ซึ่งพวกเขาใช้คำร้องขอของพวกเขาในเรื่องการกำหนดราคาขายปลีกของ Repsol และในเรื่องของระยะเวลาอันยาวนานของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวซึ่งมีระยะเวลาที่เกินกว่าที่มีการอนุญาตให้ทำได้ตามที่ Regulation 1984/83 ได้กำหนดเอาไว้ และในการใช้มาตรา 101 (3) ของ TFEU ไปยังหมวดหมู่ของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว และ Regulation 2790/99 ในการประยุกต์ใช้มาตรา 101 (3) ของ TFEU กับหมวดหมู่ของข้อตกลงแนวดิ่งและแนวปฏิบัติร่วมกัน

การยื่นฟ้องของ Gasorba และ Ms Rico Gil และ Mr FerrándizGonzález ไม่ประสบความสำเร็จทั้งในกรณีแรกก่อนศาลพาณิชย์หมายเลข 4 ของมาดริดและในคดีที่สองก่อนศาลจังหวัดมาดริด เขาจึงยื่นอุทธรณ์ต่อศาลฎีกาซึ่งศาลฎีกายังคงดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปและส่งคำถามต่อไปไปยังศาลยุติธรรมยุโรป (ECJ)

ศาลฎีกาประเทศสเปน Tribunal Supremo (Supreme Court, Spain)³⁵⁰

³⁴⁸ Ibid., 196.

³⁴⁹ Ibid., 196.

³⁵⁰ "In Case C 547/16, Request for a Preliminary Ruling under Article 267 Tfeu Gasorba SL, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González V Repsol Comercial De Productos Petrolíferos Sa," (Tribunal Supremo (Supreme Court, Spain), 18 October 2016).

หลังจากนั้นข้อพิพาทระหว่างจำเลย Repsol และโจทก์ทำให้ศาลฎีกาของสเปนต้องส่งคำวินิจฉัยเบื้องต้นไปยังศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป (CJEU) เพื่อชี้แจงว่าศาลแห่งชาติสามารถประกาศความเป็นโมฆะของข้อตกลงการจัดหาแต่เพียงผู้เดียวภายใต้กฎหมายของสหภาพยุโรปได้หรือไม่ เพราะก่อนหน้านี้คณะกรรมการได้ยอมรับข้อผูกพันหลายชุดในข้อตกลงเดียวกันนั้น³⁵¹ ในการตัดสินของศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้ระบุในตอนแรกว่าการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปอยู่บนพื้นฐานของระบบการแข่งขันแบบคู่ขนานซึ่งทั้งคณะกรรมการและหน่วยงานการแข่งขันระดับชาติและศาลอาจใช้ข้อบังคับการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปได้³⁵²

การตัดสินตามข้อผูกพันไม่สามารถสร้างความคาดหวังที่ถูกต้องตามกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องว่าการกระทำของพวกเขาสอดคล้องกับข้อบังคับการแข่งขันทางการค้าหรือไม่ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งการตัดสินตามข้อผูกพันไม่สามารถทำให้การกระทำที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายมาเป็นการกระทำที่ถูกต้องตามกฎหมายได้ สำหรับพฤติกรรมทางการตลาดของกิจการที่เกี่ยวข้องและจะไม่มีผลย้อนหลังอย่างแน่นอน³⁵³

อย่างไรก็ตามศาลระดับชาติไม่สามารถมองข้ามคำตัดสินประเภทนั้นได้พวกเขาจะต้องคำนึงถึงการประเมินเบื้องต้นที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการและถือว่าเป็นข้อบ่งชี้ หากไม่มีหลักฐานเบื้องต้นที่เกี่ยวกับลักษณะของการต่อต้านการแข่งขันของข้อตกลงที่มีปัญหา³⁵⁴

ดังนั้นคำตัดสินตามข้อผูกพันที่เกี่ยวกับข้อตกลงบางประการระหว่างการดำเนินการไม่ได้เป็นกีดกันศาลแห่งชาติจากการตรวจสอบว่าข้อตกลงเหล่านั้นสอดคล้องกับข้อบังคับการแข่งขันทางการค้าหรือไม่และหากมีความจำเป็นก็สามารถประกาศว่าข้อตกลงเหล่านั้นถือเป็นโมฆะตามมาตรา 101 (2) TFEU ได้³⁵⁵

³⁵¹ Gomez-Acebo & Pombo (Mr. Miguel Troncoso-Ferrer), "Settlements with the European Commission Do Not Prevent Further Probes Case C-547/16 Gasorba SL, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González V Repsol Comercial De Productos Petrolíferos Sa," [Online]. Available from: www.lexgo.be

³⁵² Ibid.

³⁵³ Ibid., 292.

³⁵⁴ Ibid.

³⁵⁵ Ibid.

3.2.4.2 Lubricantes y Carburantes Galaicos SL v GALP Energía España SAU

ตัดสินโดย ORDER OF THE COURT (Seventh Chamber)

ตัดสินเมื่อ 3 กันยายน 2009

ขอให้มีการพิจารณาคดีเบื้องต้นภายใต้มาตรา 234 EC จากศาล Audiencia Provincial de La Coruña (สเปน) โดยคำตัดสินของวันที่ 13 พฤศจิกายน 2007 ซึ่งได้รับต่อศาลเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2007 ในกระบวนการพิจารณาคดีน้ำมันหล่อลื่นและน้ำมันเชื้อเพลิง การอ้างอิงสำหรับการพิจารณาคดีเบื้องต้นเกี่ยวข้องกับการตีความมาตรา 81 และ 12 วรรค 2 ของ Regulation (EEC) No 1984/83 ของคณะกรรมการเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 1983 เกี่ยวกับการใช้มาตรา 81 (3) ของสนธิสัญญากับประเภทของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission Regulation (EC) No 1582/97 ของวันที่ 30 กรกฎาคม 1997 (ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า Regulation No 1984/83) เช่นเดียวกับมาตรา 4 (a) และ 5 (a) ของ Commission Regulation (EC) No 2790/1999 ของวันที่ 22 ธันวาคม 1999 ในการใช้มาตรา 81 วรรค 3 ของสนธิสัญญา ประเภทข้อตกลงแนวดิ่งและแนวปฏิบัติร่วมกัน

คำขอนี้นำเสนอในบริบทของข้อพิพาทระหว่าง บริษัท Lubricantes y Carburantes Galaicos SL (ต่อไปนี้จะเรียกว่า Lubricarga) และ GALP Energía España SAU ภายใต้สิทธิของ Petrogal Española SA (ต่อไปนี้จะเรียกว่า Petrogal) ซึ่งเกี่ยวกับการดำเนินการของสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากความสัมพันธ์ตามสัญญาจะรวมถึงข้อจำกัดในการแข่งขันด้วย กรอบของกฎหมายของสหภาพยุโรป

Regulation No 1984/83 จะไม่รวมอยู่ในขอบเขตของมาตรา 85 (1) ของสนธิสัญญา EC (ปัจจุบันคือมาตรา 81 (1) EC-มาตรา 101 (1)) ข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวบางประเภทและการปฏิบัติร่วมกันซึ่งโดยปกติจะเป็นไปตามเงื่อนไขที่วางไว้ในวรรค 3 ของข้อตกลงนั้นซึ่งข้อบังคับดังกล่าวมีเหตุผลว่าโดยทั่วไปว่าข้อตกลงหรือแนวปฏิบัติดังกล่าวจะนำไปสู่การปรับปรุงการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในขณะที่ข้อบังคับนี้ควรกำหนดข้อจำกัดในการแข่งขันซึ่งอาจรวมอยู่ในข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว ข้อจำกัดของการแข่งขันซึ่งนอกเหนือไปจากข้อผูกมัดในการซื้อแต่เพียงผู้เดียวจึงได้รับการยอมรับนำไปสู่การกระจายงานที่ชัดเจนระหว่างคู่สัญญาและบังคับให้ผู้ค้าปลีกมุ่งเน้นความพยายามในการขายของเขากับผลิตภัณฑ์ที่อ้างถึงในสัญญา ในขณะที่ตราบเท่าที่พวกเขาตกลงกัน

เฉพาะในช่วงระยะเวลาของข้อตกลง ข้อจำกัดเหล่านี้เป็นกฎทั่วไปที่จำเป็นในการได้รับการปรับปรุงในการจัดจำหน่ายที่แสวงหาโดยสิทธิในการซื้อแต่เพียงผู้เดียว และข้อกำหนดอื่นๆ ที่จำกัดการแข่งขัน บทบัญญัติพิเศษที่ใช้บังคับกับข้อตกลงของสถานีบริการน้ำมันได้กำหนดไว้ในมาตรา 10 ถึง 13 ของ Regulation No 1984/83

มาตรา 10 ของ Regulation No 1984/83 วางหลักไว้ว่า

ตามมาตรา 81 (3) ของสนธิสัญญาและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในมาตรา 11 ถึง 13 ของข้อบังคับนี้ มาตรา 81 (1) ของสนธิสัญญาดังกล่าวถูกประกาศว่าไม่สามารถใช้กับข้อตกลงที่มีผู้ประกอบการเพียงสองรายเท่านั้นที่เข้าร่วม และผู้ค้าปลีกรายใดต้องรับผิดชอบ ซึ่งอีกรายหนึ่งคือผู้ผลิต เพื่อเป็นการตอบแทนการให้ข้อได้เปรียบทางเศรษฐกิจหรือการเงินที่เฉพาะเจาะจงเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เฉพาะจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกับบริษัทซึ่งเป็นบุคคลที่สามซึ่งเป็นผู้สัญญาที่ได้รับความไว้วางใจในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยมีจุดประสงค์เพื่อการขายต่อในสถานีบริการน้ำมันที่กำหนดไว้ในข้อตกลง เชื้อเพลิงยานยนต์ที่ใช้ปิโตรเลียมบางชนิดหรือเชื้อเพลิงยานยนต์และเชื้อเพลิงจากปิโตรเลียมที่ระบุไว้ในข้อตกลง

มาตรา 11 ของ Regulation No 1984/83 วางหลักไว้ว่านอกเหนือจากข้อผูกพันที่กำหนดไว้ในมาตรา 10 แล้วจะไม่มีข้อจำกัดการแข่งขันอื่นใดกับผู้ค้าปลีกนอกจาก

- (a) ภาวะผูกพันที่จะไม่ขายต่อที่สถานีบริการน้ำมันที่กำหนดไว้ในข้อตกลงเชื้อเพลิงยานยนต์หรือเชื้อเพลิงที่จัดหาโดยบุคคลที่สาม
- (b) ภาวะผูกพันที่จะไม่ใช้ในสถานีบริการน้ำมันที่กำหนดไว้ในข้อตกลงน้ำมันหล่อลื่นหรือผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่เกี่ยวข้องที่นำเสนอโดยบริษัท บุคคลที่สาม เมื่อผู้ผลิตหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเขาได้จัดหาให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือได้รับการสนับสนุนทางการเงิน อุปกรณ์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องหรือสิ่งอำนวยความสะดวกการหล่อลื่นยานยนต์อื่นๆ
- (c) ภาวะผูกพันในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งโดยบุคคลภายนอกภายในและภายนอกสถานีบริการน้ำมันเฉพาะตามสัดส่วนของส่วนแบ่งที่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นตัวแทนในรูปแบบของธุรกิจทั้งหมดของสถานีบริการน้ำมัน
- (d) ภาวะผูกพันที่จะต้องอนุญาตให้ผู้ผลิตหรือบริษัทที่เขามอบหมายเท่านั้นในการตรวจสอบคลังผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมหรือสถานที่จัดจำหน่ายซึ่งเป็นทรัพย์สินของเขาหรือที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากผู้ผลิตหรือบริษัทที่เกี่ยวข้อง

มาตรา 12 ของข้อบังคับที่ระบุไว้ว่า

1. มาตรา 10 จะใช้ไม่ได้เมื่อ

(c) ข้อตกลงดังกล่าวมีระยะเวลาสิ้นสุดโดยไม่มีกำหนดหรือเกินกว่า 10 ปี

2. โดยวิธีการที่เสื่อมเสียจากรวรรค 1 (c) เมื่อข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ผลิตได้เช่าให้กับผู้ค้าปลีกหรือซึ่งเขาได้ให้ความพึงพอใจแก่เขาตามกฎหมายหรือในความเป็นจริงภาระผูกพันในการซื้อแต่เพียงผู้เดียวและข้อห้ามของการแข่งขันที่อ้างถึงในหัวข้อนี้อาจบังคับใช้กับตัวแทนจำหน่ายตลอดช่วงเวลาที่เขาดำเนินการสถานีบริการน้ำมันจริง

Regulation No 1984/83 หมดอายุในวันที่ 31 ธันวาคม 1999 และ ในวันที่ 1 มกราคม 2000 มีผล Regulation No 2790/1999 จะมีผลบังคับใช้ ซึ่งจะขยายผลจนถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2000 ในการใช้ข้อยกเว้นระหว่างผู้อื่นโดย Regulation No 1984/83 ข้อห้ามในมาตรา 81 วรรค 1 EC จะใช้ไม่ได้ในระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน 2000 ถึง 31 ธันวาคม 2001 สำหรับข้อตกลงที่มีผลบังคับใช้ในวันที่ 31 พฤษภาคม 2000 ที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการยกเว้นที่กำหนดโดย Regulation No 2790/1999 แต่ซึ่งในทางกลับกันให้เป็นไปตามที่กำหนดโดย Regulation No 1984/83

Regulation No 2790/1999

ภายใต้มาตรา 2 (1) ของ Regulation No 2790/1999

ตามมาตรา 81 วรรค 3 ของสนธิสัญญาและภายใต้บังคับของข้อบังคับนี้มาตรา 81 วรรค 1 ของสนธิสัญญาถูกประกาศว่าจะไม่ใช้กับข้อตกลงหรือการปฏิบัติร่วมกันระหว่างสองบริษัทหรือมากกว่านั้น ซึ่งแต่ละบริษัทดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของข้อตกลงในระดับที่แตกต่างกันในห่วงโซ่การผลิตหรือการจัดจำหน่ายและเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขที่คู่สัญญาอาจซื้อขายหรือขายสินค้าหรือบริการบางอย่าง (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ข้อตกลงในแนวดิ่ง)

การยกเว้นนี้มีผลบังคับใช้ตราบเท่าที่ข้อตกลงเหล่านี้มีข้อจำกัดของการแข่งขันที่อยู่ภายใต้มาตรา 81 (1) (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ข้อจำกัดในแนวดิ่ง)

มาตรา 4 ของ Regulation No 2790/1999

ระบุว่า การยกเว้นจากข้อห้ามที่กำหนดไว้ในมาตรา 81 (1) EC จะไม่ใช้กับข้อตกลงในแนวดิ่งซึ่งไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม แยกกันหรือร่วมกับปัจจัยอื่นๆ ภายใต้การควบคุมของคู่สัญญา มุ่งเป้าที่ (a) ข้อจำกัดของความสามารถของผู้ซื้อในการกำหนดราคาขายของตนโดยไม่กระทบกับความเป็นไปได้ที่ผู้ผลิตจะกำหนดราคาขายสูงสุดหรือแนะนำราคาขายโดยที่ราคาร้านจะไม่เทียบเท่ากับราคาคงที่หรือราคาขั้นต่ำซึ่งราคาขายนั้นเป็นผลมาจากแรงกดดันที่กระทำโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือจากสิ่งจูงใจที่เกิดขึ้น [...]

มาตรา 5 ของ Regulation No 2790/1999

การยกเว้นที่ระบุไว้ในมาตรา 2 จะไม่ใช้กับภาวะผูกพันใดๆ ต่อไปนี้ที่มีอยู่ในข้อตกลงใน แนวตั้งภาวะผูกพันที่ไม่มีการแข่งขันทั้งทางตรงและทางอ้อมระยะเวลาที่ไม่มีกำหนดหรือเกิน 5 ปี ภาวะผูกพันที่ไม่มีการแข่งขันสามารถต่ออายุได้โดยปริยายเกินกว่าระยะเวลา 5 ปี จะต้องได้รับการ พิจารณาว่าได้เข้าสู่ช่วงเวลาที่ไม่มีการกำหนดข้อจำกัดของระยะเวลาถึง 5 ปีนี้จะไม่ใช้ไม่ได้เมื่อผู้ซื้อขาย สินค้าหรือบริการตามสัญญาจากสถานที่และที่ดินที่ผู้ผลิตเป็นเจ้าของหรือที่ผู้ผลิตเช่าให้กับ บุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตและผู้ซื้อโดยมีเงื่อนไขว่าระยะเวลาของภาวะผูกพันที่ไม่แข่งขัน เหล่านี้ต้องไม่เกินระยะเวลาของการยึดครองสถานที่และที่ดินโดยผู้ซื้อ [...]

การดำเนินการหลักและคำถามที่อ้างถึงสำหรับการพิจารณาคดีเบื้องต้น

Lubricarga ในฐานะเจ้าของที่ดินซึ่งมีสถานีสถานีบริการน้ำมันตั้งอยู่ในสเปนและได้กลายเป็น ผู้ประกอบการดังกล่าวและ Petrogal ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมได้ข้อสรุปเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 1990 ซึ่งเป็นสัญญาที่มีมุมมองต่อข้อบังคับฉบับหลังซึ่งเป็นสิทธิที่แท้จริงหรือที่เรียกว่า สิทธิบนพื้นดิน (Surface Right) เป็นระยะเวลา 25 ปีบนที่ดินดังกล่าว ต่อไปนี้จะเรียกว่า สัญญานี้อนุญาตให้ Petrogal สร้างสถานีสถานีบริการน้ำมันบนที่ดินนี้และโอนการดำเนินงานไปยัง Lubricarga ตามระยะเวลา ของสิทธิบนพื้นดินที่ถูกต้อง

ในทางกลับกัน Lubricarga ได้ให้คำมั่นสัญญาในการจัดหาเชื้อเพลิง สารเผาไหม้ น้ำมันหล่อลื่นและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกันจาก Petrogal เมื่อสิทธิบนพื้นดินหมดอายุการติดตั้ง ทั้งหมดจะเปลี่ยนกลับเป็นของ Lubricarga โดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตามบริษัทเหล่านี้สามารถยุติ ข้อตกลงสถานีสถานีบริการน้ำมันได้ทันทีหลังจากเปิดให้บริการเป็นเวลา 10 ปีโดยมีเงื่อนไขว่า 60% ของ จำนวนเงินที่ลงทุนในการก่อสร้างจะได้รับการชดใช้และ Petrogal ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการสถานีสถานี บริการน้ำมันต่อไปจนกว่าจะครบกำหนดระยะเวลา 25 ปีตามที่ระบุไว้ในสัญญา

ตามสัญญาราคาของน้ำมันเชื้อเพลิงและน้ำมันเชื้อเพลิงที่ส่งมอบตราบเท่าที่ไม่ได้เปิดเสรีจะ ได้รับการแก้ไขโดยฝ่ายบริหารโดยวิธีการควบคุม หลังจากการเปิดเสรี Petrogal จำเป็นต้องตรวจสอบ ให้แน่ใจว่าราคาเหล่านี้สามารถแข่งขันได้กับราคาที่เสนอโดยคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจในตลาดทาง ภูมิศาสตร์เดียวกันโดยสุจริตและเพื่อให้แน่ใจว่าส่วนต่างการกระจายที่มอบให้กับผู้ประกอบการอย่าง น้อยเท่ากับค่าเฉลี่ยของค่าคอมมิชชั่นที่ได้รับ โดยผู้ประกอบการของ 3 บริษัทแรกที่ดำเนินงานใน พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ติดตั้งสถานีสถานีบริการน้ำมัน

เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 1995 คู่สัญญาได้ลงนามในเอกสารรับรองการสร้างสิทธิในอาคารนั้น ภายใต้เงื่อนไขของพระราชบัญญัตินี้สิทธิบนพื้นดินจะได้รับเป็นระยะเวลา 25 ปีนับจากวันที่ 27 กรกฎาคม 1990

เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2003 Lubricarga ได้ดำเนินการต่อหน้าศาล Juzgado de Primera Instancia n ° 1 de Ferrol สำหรับการขอยกเลิกสัญญาและการรับรองเอกสารนั้น เนื่องจากคำอุทธรณ์นี้ถูกยกเลิกโดย คำพิพากษาเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2005 ทั้งบริษัทดังกล่าวและ Petrogal ซึ่งมีสิทธิ GALP Energía España SAU อยู่ในขณะนี้ได้ยื่นอุทธรณ์ต่อศาลที่อ้างอิง

ในสถานการณ์เหล่านั้น Audiencia Provincial de La Coruña ได้ตัดสินใจที่จะอยู่ในกระบวนการพิจารณาคดีและส่งคำถามต่อไปนี้ไปยังศาลเพื่อพิจารณาคดีเบื้องต้น

1) หากข้อสรุปของสัญญาระหว่าง Lubricarga และ Petrogal เป็นสัญญาที่มีความสำคัญเล็กน้อย ในการใช้มาตรา 81 EC จะไม่รวมอยู่ในเหตุการณ์ใดๆ หรือข้อบังคับนี้เกี่ยวข้องกับสัญญา แม้จะมีคุณสมบัตินี้ในกรณีที่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันจะต้องปฏิบัติตามภาระผูกพันที่จะต้องเคารพราคาขายขั้นสุดท้ายต่อสาธารณะที่กำหนดโดยผู้ผลิตและ/หรืออยู่ภายใต้ข้อผูกพันในการซื้อแต่เพียงผู้เดียวและการห้ามแข่งขันโดยไม่ปฏิบัติตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ใน Regulation No 1984/83 และ Regulation No 2790/1999

2) ตราบเท่าที่มาตรา 12 (2) ของ Regulation No 1984/83 ในกรณีที่จะมีผลบังคับใช้ โดยวิธีที่ทำให้เกิดความเสียหายจากข้อห้ามสำหรับข้อตกลงแต่เพียงผู้เดียวในแนวตั้งสำหรับสถานีบริการน้ำมันที่มีระยะเวลาที่ไม่แน่นอนหรือมากกว่า 10 ปีที่ เมื่อข้อตกลงเกี่ยวข้องกับสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ผลิตได้เช่าให้กับผู้ค้าปลีกหรือซึ่งเขาได้ให้ความพึงพอใจตามกฎหมายหรือในความเป็นจริงภาระผูกพันในการซื้อแต่เพียงผู้เดียวและข้อห้ามในการแข่งขันที่อ้างถึงนี้ อาจถูกเรียกเก็บจากผู้ค้าปลีกตลอดระยะเวลาที่เขาดำเนินการสถานีบริการน้ำมันจริง การยกเว้นนี้ยังใช้กับกรณีที่เป็นรูปเป็นร่าง เช่น กรณีปัจจุบันโดยที่ตามสัญญา [...] และเอกสารรับรองเอกสาร [...] Lubricarga เจ้าของที่ดินยกสิทธิบนพื้นดินที่เหมาะสมให้ Petrogal เป็นเวลา 25 ปี หลังจากมีหน้าที่ในการสร้างสถานีบริการน้ำมันและจะต้องโอนไปยัง Lubricarga เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งภาระผูกพันที่จะต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงและเชื้อเพลิงทั้งหมดจากบริษัทน้ำมันแต่เพียงผู้เดียวหรือไม่โดยมีข้อผูกมัดในการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงและเชื้อเพลิงทั้งหมดจากบริษัทน้ำมันแต่เพียงผู้เดียวโดยมีข้อผูกพันในการซื้อเชื้อเพลิงและเชื้อเพลิงทั้งหมดจากบริษัทน้ำมันแต่เพียงผู้เดียว

3) トラบเท่าที่มาตรา 5 ของ Regulation No 2790/1999 ในกรณีที่มีผลบังคับใช้ ระบุว่า ข้อจำกัดของระยะเวลา 5 ปีนี้ไม่สามารถใช้ได้เมื่อสินค้าหรือบริการตามสัญญาขายโดยผู้ซื้อจาก สถานที่และที่ดินที่ผู้ผลิตเป็นเจ้าของหรือที่ผู้ผลิตเช่าให้กับบุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ซื้อโดยที่ ระยะเวลาของภาระผูกพันที่ไม่แข่งขันเหล่านี้จะต้องไม่เกินระยะเวลาการยึดครองของสถานที่และ ที่ดินโดยผู้ซื้อ การยกเว้นนี้ยังใช้กับสถานการณ์ เช่น ในกรณีปัจจุบันที่ตามสัญญา [...] และเอกสาร รับรองเอกสาร [...] Lubricarga เจ้าของที่ดินยกให้ Petrogal ในสิทธิเหนือที่ดินที่เหมาะสมเป็นเวลา 25 ปี หลังจากผูกพันตัวเองในการสร้างสถานีบริการน้ำมันซึ่งจะต้องโอนสิ่งอำนวยความสะดวกไปยัง Lubricarga เพื่อให้สามารถดำเนินการในช่วงเวลาเดียวกันได้ โดยมีภาระผูกพันที่จะต้องซื้อน้ำมัน เชื้อเพลิงและเชื้อเพลิงทั้งหมดจากบริษัทน้ำมันแต่เพียงผู้เดียว

4) トラบเท่าที่มาตรา 81(1)(a) EC ห้ามไม่ให้มีการกำหนดราคาซื้อหรือขายทางอ้อมและใน กรณีที่การบรรยายข้อที่แปดของ Regulation No 1984/83 ระบุว่า บทบัญญัติอื่นๆ ที่จำกัดการ แข่งขันและโดยเฉพาะผู้ที่จำกัดเสรีภาพของผู้ค้าปลีกในการกำหนดราคาหรือเงื่อนไขในการขายต่อ หรือในการเลือกลูกค้าของเขาไม่สามารถได้รับการยกเว้นภายใต้ข้อบังคับนี้ซึ่งจะใช้บังคับกับสัญญา เช่นเดียวกับในปัจจุบันซึ่งมีข้อที่สิบและภาคผนวก I โดยอ้างถึงการแสวงหาราคาที่แข่งขันได้และ กำหนดให้เงินคืนที่จัดสรรให้กับเจ้าของเป็นอย่างน้อยเท่ากับค่าเฉลี่ยของค่าคอมมิชชั่นที่ได้รับจากผู้ประกอบการของบริษัทสามแห่งแรก (ตามปริมาณ) ที่ดำเนินงานในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่สถานี บริการน้ำมันตั้งอยู่เนื่องจากสัญญานี้อาจเป็นการจำกัดความสามารถของผู้ซื้อในการกำหนดราคาขาย ในกรณีใดๆ

5) トラบเท่าที่มาตรา 81 (1)(a) EC ห้ามไม่ให้มีการกำหนดราคาซื้อหรือขายทางอ้อมและใน กรณีที่ Regulation No 2790/1999 รวมถึงข้อจำกัดที่ร้ายแรงโดยเฉพะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับข้อตกลง การแข่งขันที่กำหนดราคาขายต่อ ซึ่งข้อกำหนดเหล่านี้ใช้กับสัญญาเช่นที่เป็นปัญหาหรือไม่ซึ่งข้อที่สิบ และภาคผนวก I อ้างถึงราคาที่แข่งขันได้ของการฟ้องร้องและกำหนดให้เงินคืนที่จัดสรรให้กับเจ้าของ เป็นอย่างน้อยเท่ากับค่าเฉลี่ยของค่าคอมมิชชั่นที่ได้รับ ผู้ประกอบการของบริษัทสามแห่งแรก (ในปริมาณ) ที่ดำเนินงานในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีการติดตั้งสถานีบริการน้ำมันเนื่องจากสัญญานี้ อาจจำกัดความสามารถของผู้ซื้อในการกำหนดราคาขายในกรณีใดๆ

ภายใต้อนุวรรคแรกของมาตรา 104 (3) ของหลักเกณฑ์วิธีการเมื่อคำถามที่อ้างถึงสำหรับการ พิจารณาคดีเบื้องต้นนั้นเหมือนกับคำถามที่ศาลได้วินิจฉัยไปแล้วหรือในกรณีที่คำตอบสำหรับคำถาม

ดังกล่าวสามารถอนุมานได้อย่างชัดเจนจาก ในกรณีของกฎหมายศาลอาจได้รับฟังคำสั่งศาลเมื่อใดก็ได้ ตามคำสั่งที่เป็นเหตุเป็นผลรวมถึงการอ้างอิงถึงคดีที่มีปัญหา

ข้อกำหนดขั้นตงอนดังกล่าวควรนำมาใช้ในกรณีปัจจุบัน

โดยคำถามแรกศาลที่อ้างอิงจะถามในสาระสำคัญว่าสัญญาเช่นที่เป็นประเด็นในกระบวนการพิจารณาคดีหลักหรือไม่ ในกรณีที่มีข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายสินค้าต่อสาธารณะ และ/หรือภาระผูกพันในการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวและไม่มีการแข่งขันซึ่งมีระยะเวลาเกินเวลาที่กำหนดไว้โดย Regulation No 1984/83 และ 2790/1999 ซึ่งอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 81 วรรค 1 CE แม้ว่าสัญญาดังกล่าวจะได้รับการพิจารณาว่ามีความสำคัญเล็กน้อยก็ตาม

ภายใต้มาตรา 81 (1) EC ข้อตกลงทั้งหมดระหว่างการดำเนินการที่มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกและที่มีวัตถุประสงค์หลักไม่สอดคล้องกับตลาดทั่วไปและเป็นสิ่งต้องห้าม โดยวัตถุประสงค์หรือผลของการป้องกัน จำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันภายในตลาดทั่วไป

ตามกฎหมายที่ตัดสินข้อตกลงแม้ว่าจะกำหนดให้มีการกำหนดราคาขายต่อหรือเมื่อไม่เป็นไปตามเงื่อนไขทั้งหมดที่กำหนดโดยข้อบังคับ การยกเว้นก็ไม่อยู่ภายใต้ข้อห้ามที่ระบุไว้ใน มาตรา 81 (1) EC ก็ต่อเมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขทั้งหมดสำหรับการใช้งานกล่าวคือหากมีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบจากการจำกัดการแข่งขันอย่างเห็นได้ชัดภายในตลาดทั่วไปและหากมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิก

ศาลยังถือได้ว่าข้อตกลงที่หลบหลีกข้อห้ามของมาตรา 81 (1) EC เมื่อมีผลกระทบต่อตลาดเพียงเล็กน้อยเท่านั้นเนื่องจากสภาพที่อ่อนแอถูกรอบครองโดยฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหา

ยิ่งไปกว่านั้นผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกจึงใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดขอบเขตของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปโดยเฉพาะมาตรา 81 EC และ 82 EC และกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าของประเทศ

เป็นไปตามที่ข้อตกลงที่พิจารณาว่ามีความสำคัญเล็กน้อยแม้ว่าจะมีข้อตกลงต่างๆ เช่นที่กล่าวถึงโดยศาลที่อ้างอิงก็ตามก็ไม่อาจอยู่ในขอบเขตของมาตรา 81 วรรค 1 EC ได้

อย่างไรก็ตามก่อนที่จะได้ข้อสรุปดังกล่าวมีไว้สำหรับศาลที่อ้างอิงซึ่งมีความรู้โดยตรงเกี่ยวกับข้อพิพาทที่ส่งถึงศาลเพื่อประเมินผลกระทบที่สัญญามีต่อการแข่งขันภายในประเทศ ตลาดทั่วไปและผลกระทบต่อการค้าระหว่างรัฐสมาชิกอย่างไร

ในการนั้นเพื่อที่จะให้คำตอบที่เป็นประโยชน์แก่ศาลอ้างอิงควรระลึกไว้ว่าเมื่อศาลผู้อ้างอิงประเมินผลที่จำกัดของข้อตกลงตามมาตรา 81 EC จะต้องดำเนินการโดยคำนึงถึงกรอบรูปธรรมที่เหมาะสมโดยเฉพาะบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายที่บริษัทที่เกี่ยวข้องดำเนินงาน ลักษณะของสินค้าหรือบริการที่ได้รับผลกระทบ ตลอดจนสภาพที่แท้จริงของการทำงานและโครงสร้างของตลาดหรือตลาดภายในประเทศ

เช่นเดียวกับ AEPI/Commission ที่อ้างถึงข้างต้นย่อหน้าที่ 51) นอกจากนี้ผลกระทบต่อการค้าภายในสหภาพยุโรปโดยทั่วไปเป็นผลมาจากการรวมกันของปัจจัยหลายอย่างที่แยกออกจากกันโดยไม่จำเป็นต้องชี้ขาด

โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว ศาลได้ตัดสินว่าแม้ว่าข้อตกลงดังกล่าวจะไม่มีความประสงค์ในการจำกัดการแข่งขันภายใต้ความหมายของมาตรา 81 (1) EC แต่ก็จำเป็นต้องตรวจสอบว่าไม่มีผลในการป้องกัน จำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขัน ซึ่งการประเมินผลของข้อตกลงการซื้อแต่เพียงผู้เดียวหมายถึงความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายที่ตั้งอยู่และสถานที่ที่สามารถมีส่วนร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดผลสะสมต่อการแข่งขัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากสัญญาดังกล่าวร่วมกับสัญญาอื่นๆในประเภทเดียวกันต่อความเป็นไปได้ของคู่แข่งในประเทศหรือจากประเทศสมาชิกอื่นๆ

นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องตรวจสอบลักษณะและความสำคัญของสัญญาที่คล้ายคลึงกันทั้งหมดซึ่งผูกมัดขายจำนวนมากกับผู้ผลิตหลายรายและต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายที่มีการใส่ไว้ในสัญญา ผู้ที่กำหนดความเป็นไปได้ในการเข้าถึงตลาดอ้างอิงในเรื่องนี้ควรตรวจสอบว่ามีความเป็นไปได้จริงและเป็นรูปธรรมหรือไม่ที่คู่แข่งรายใหม่จะแทรกซึมเข้าไปในกลุ่มสัญญา นอกจากนี้ควรคำนึงถึงเงื่อนไขภายใต้การแข่งขันที่เกิดขึ้นในตลาดอ้างอิง

หากการตรวจสอบสัญญาที่คล้ายกันทั้งหมดพบว่าตลาดที่มีปัญหานั้นเข้าถึงได้ยากจำเป็นต้องประเมินว่าสัญญาที่ผู้ผลิตทำไว้นั้นมีส่วนทำให้เกิดผลสะสมที่เกิดจากสัญญากลุ่มนี้มากน้อยเพียงใด ความรับผิดชอบต่อผลการปิดตลาดนี้จะต้องนำมาประกอบกับการที่ผู้ผลิตที่ให้การสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญตามกฎหมายของการแข่งขันของสหภาพยุโรป หากสัญญาที่ทำโดยผู้ผลิตที่มีส่วนร่วมในผลสะสมไม่มีนัยสำคัญจึงไม่อยู่ภายใต้ข้อห้ามของมาตรา 81 (1) EC ในการประเมินความสำคัญของการมีส่วนร่วมของสัญญาที่ผู้ผลิตทำต่อผลการปิดกันสะสมต้องคำนึงถึงตำแหน่งของคู่สัญญาในตลาดด้วย การสนับสนุนนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาของสัญญาดังกล่าวด้วย หากระยะเวลาสั้นเกินไปอย่างเห็นได้ชัดเมื่อ

เทียบกับระยะเวลาเฉลี่ยของสัญญาโดยทั่วไปที่ทำในตลาดที่เป็นปัญหา สัญญาแต่ละฉบับก็จะอยู่ภายใต้ข้อห้ามของมาตรา 81 (1) EC

คำตอบสำหรับคำถามแรกจึงต้องเป็นสัญญาเช่นที่เป็นประเด็นในการดำเนินคดีหลักในกรณีที่มีข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายต่อสินค้าและ/หรือสัญญาจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งข้อผูกมัดในการซื้อหรือการไม่แข่งขันที่มีระยะเวลาเกินเวลาที่กำหนดโดย Regulation No 1984/83 และ 2790/1999 การหลบหลีกข้อห้ามที่กำหนดไว้ในมาตรา 81 (1) EC โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องไม่ต้องรับผิดชอบเมื่อข้อตกลงดังกล่าวนั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกและไม่มีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบจากการจำกัดการแข่งขันอย่างเห็นได้ชัดซึ่งมีไว้สำหรับศาลที่อ้างอิงในการพิจารณาโดยคำนึงถึงโดยเฉพาะบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายซึ่งข้อตกลงนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสัญญา

ในคำถามที่สอง

จากคำถามที่สองศาลที่อ้างอิงจะถามว่าในสาระสำคัญจะต้องตีความมาตรา 12 (2) ของ Regulation No 1984/83 ว่ามีความหมายว่าไม่เห็นด้วยหรือไม่ เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตามหลักเกณฑ์การยกเว้นที่บัญญัติไว้ สำหรับเพื่อให้ระยะเวลาของการใช้ข้อตกลงผูกขาดเกินกว่าระยะเวลาที่กำหนดโดยข้อบังคับนี้ในกรณีที่เจ้าของที่ดินได้ขายสิทธิบนพื้นดินให้กับผู้ผลิตเป็นระยะเวลา 25 ปี ซึ่งในภายหลังภาระผูกพันที่จะต้องสร้างสถานบริการน้ำมันที่เช่าให้กับเจ้าของที่ดินเพื่อให้เขาดำเนินการเป็นระยะเวลาเทียบเท่ากับสิทธินี้

ตราบเท่าที่ศาลได้ตอบคำถามที่คล้ายกันนี้แล้วในคำพิพากษาคดี Pedro IV Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นและในกรณีที่ไม่มีหลักฐานใหม่ใดๆ คำตอบที่ศาลให้ไว้ในคำพิพากษานั้นจึงสามารถเปลี่ยนเป็นข้อที่สองได้ทั้งหมด ตามคำถามที่ศาลอ้างอิงในคดีปัจจุบัน

ในคำพิพากษาคดี Pedro IV Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นศาลถูกขอให้ตอบคำถามว่าเพื่อจุดประสงค์ในการใช้หลักเกณฑ์การยกเว้นที่กำหนดโดย Regulation No 1984/83 มีเงื่อนไขสองข้อได้แก่ ผู้ผลิตควรเป็นเจ้าของทั้ง 2 อย่าง คือสถานบริการน้ำมันและที่ดินที่สร้างสถานบริการน้ำมันดังกล่าว

ในเรื่องดังกล่าวเป็นไปตามข้อความของมาตรา 12 (2) ของ Regulation No 1984/83 ที่ว่าการประยุกต์ใช้ข้อหลังนี้เป็นไปได้ในกรณีที่ข้อตกลงของสถานบริการน้ำมันซึ่งครอบคลุมระยะเวลาการปฏิบัติงานเกิน 10 ปีโดยมีเงื่อนไขว่าผู้ผลิตได้เช่าสถานบริการน้ำมันแก่ผู้ค้าปลีกหรือได้อนุญาตให้เขาทั้งในทางกฎหมายหรือในความเป็นจริง

อย่างไรก็ตามไม่มีเงื่อนไขใดๆ ที่ผู้ผลิตต้องเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ทั้งสถานบริการน้ำมันและที่ดินที่สร้างขึ้นที่ปรากฏอยู่ในบทบัญญัติที่แท้จริงของ Regulation No 1984/83 หรือในการทบทวน (ดูผลกระทบดังกล่าว Pedro IV การตัดสินของ Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นย่อหน้าที่ 52)

ดังนั้นในย่อหน้าที่ 60 ของคำพิพากษาในคดี Pedro IV Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นศาลจึงถือว่า มาตรา 12 (2) ของ Regulation No 1984/83 จะต้องตีความว่าหมายความว่าไม่จำเป็นต้องให้ผู้ผลิตเป็นเจ้าของที่ดินซึ่ง เขาได้สร้างสถานบริการน้ำมันให้กับตัวแทนจำหน่าย

ในสถานการณ์เช่นนั้นที่เป็นประเด็นในกระบวนการดำเนินการหลักปรากฏว่าเงื่อนไขสำหรับการบังคับใช้มาตรา 12 (2) ของ Regulation No 1984/83 ได้รับการปฏิบัติตาม

ในแง่ของการพิจารณาข้างต้นคำตอบของคำถามที่สองต้องเป็นว่า มาตรา 12 (2) ของ Regulation No 1984/83 จะต้องตีความว่ามีความหมายว่าไม่เห็นด้วยเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตามข้อยกเว้นที่ว่า โดยมีเงื่อนไขว่าระยะเวลาของการบังคับใช้ข้อตกลงผูกขาดเกินกว่าขีดจำกัดชั่วคราวที่กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้ ในกรณีที่เจ้าของที่ดินได้ขายสิทธิบนที่ดินให้กับผู้ผลิตบุคคลที่สามเป็นระยะเวลา 25 ปีซึ่งเป็นภาระผูกพันในภายหลัง ซึ่งตัวเองจะสร้างสถานบริการน้ำมันที่เช่าให้กับเจ้าของที่ดินเพื่อให้เขาสามารถดำเนินการได้ในระยะเวลาหนึ่งที่เทียบเท่ากับสิทธินี้

จากคำถามที่สามศาลที่อ้างถึงจะถามในสาระสำคัญว่า มาตรา 5 ของ Regulation No 2790/1999 จะต้องตีความว่ามีความหมายหรือไม่เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการยกเว้นที่ให้ไว้หรือไม่เพื่อให้ระยะเวลาของ การใช้ข้อตกลงผูกขาดเกินกว่าขอบเขตชั่วคราวที่กำหนดโดยกฎข้อบังคับนี้ ในกรณีที่เจ้าของที่ดินได้มอบสิทธิบนพื้นดินให้กับผู้ผลิตเป็นระยะเวลา 25 ปี ซึ่งผู้ให้บริการในภายหลังมีหน้าที่ต้องสร้างสถานบริการน้ำมันที่เช่าให้กับ เจ้าของที่ดินเพื่อให้เขาดำเนินการเป็นระยะเวลาเทียบเท่ากับสิทธินี้

ควรสังเกตว่าในคำพิพากษา Pedro IV Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นศาลได้ถูกเรียกให้ตรวจสอบคำถามที่คล้ายกันแล้วดังนั้นคำตอบที่ได้รับจากศาลในคำพิพากษานั้นสามารถเปลี่ยนไปเป็นคำถามที่สามได้ ถามโดยศาลที่อ้างอิงในคดีปัจจุบัน

ในวรรค 69 ของคำพิพากษานั้นศาลถือว่า มาตรา 5 (a) ของ Regulation No 2790/1999 กำหนดให้ผู้ผลิตต้องเป็นเจ้าของทั้งสถานบริการน้ำมันที่เช่าเช่าให้กับผู้ค้าปลีกและที่ดินที่สร้างขึ้นหรือในกรณีที่เขาไม่ใช่เจ้าของซึ่งเขาให้เช่าสินค้าเหล่านี้ให้กับบุคคลที่สามที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ค้าปลีก

ในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกับประเด็นในการดำเนินคดีหลักศาลได้ระบุไว้ในวรรค 66 ของคำพิพากษา ในคดี Pedro IV Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นว่าดูเหมือนว่าเงื่อนไขสำหรับการใช้มาตรา 5 (a) ของ Regulation No 2790/1999 ไม่เป็นจริงตรงเท่าที่ผู้ผลิตไม่ใช่เจ้าของสถานบริการน้ำมันหรือที่ดิน และไม่ให้เช่าสินค้าเหล่านี้กับบุคคลที่สามที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับตัวแทนจำหน่าย

อย่างไรก็ตามศาลพบในวรรค 68 ของคำตัดสินของคดี Pedro IV Servicios เดียวกันว่าเมื่อ ข้อตกลงไม่เป็นไปตามเงื่อนไขทั้งหมดที่วางไว้ ข้อบังคับการยกเว้นจะไม่ตกอยู่ภายใต้ข้อห้ามที่ระบุไว้ในมาตรา 81 วรรค 1 EC เฉพาะในกรณีที่มีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบจากการจำกัดการแข่งขันในตลาดร่วมกันอย่างเห็นได้ชัดและหากมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิก ในกรณีหลังนี้และในกรณีที่ไม่มีกรณียกเว้นส่วนบุคคลภายใต้มาตรา 81 (3) EC ข้อตกลงนั้นจะเป็นโมฆะโดยอัตโนมัติตามวรรค 2 ของมาตราเดียวกันนั้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นคำตอบสำหรับคำถามที่สามจะต้องเป็นว่ามาตรา 5 (a) ของ Regulation No 2790/1999 จะต้องถูกตีความว่าเป็นการละเว้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ ตามข้อยกเว้นที่ให้ไว้ซึ่งระยะเวลาของการใช้ข้อตกลงการผูกขาดเกินขอบเขตชั่วคราวที่กำหนดโดยกฎ ข้อบังคับนี้ในกรณีที่เจ้าของที่ดินขายที่ดินให้กับผู้ผลิตเป็นระยะเวลา 25 ปี ในภายหลังการผูกพันที่ จะต้องสร้างสถานบริการน้ำมันที่เช่าให้กับเจ้าของที่ดินเพื่อให้เขาดำเนินการเป็นระยะเวลาเทียบเท่ากับสิทธินี้

ในคำถามที่สี่และห้า

โดยคำถามที่สี่และห้าซึ่งจะต้องได้รับการตรวจสอบร่วมกันศาลที่อ้างอิงโดยจะถามในสาระสำคัญว่า ข้อสัญญาที่เกี่ยวข้องกับราคาขายของผลิตภัณฑ์ต่อสาธารณะเช่นที่เป็นประเด็นใน กระบวนการพิจารณาคดีหลัก ถูกห้ามโดย มาตรา 81 (1) EC และไม่สามารถได้รับประโยชน์จากการ ใช้กฎการยกเว้นโดยอาศัยอำนาจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในคำอธิบายที่แปดและของมาตรา 11 ของ Regulation No 1984/83 หรือของมาตรา 4 (a) ของ Regulation No 2790/1999

ในเรื่องนี้เป็นที่ชัดเจนจากคำสั่งสำหรับการอ้างอิงที่สัญญาระบุว่าการเปิดเสรีตลาด ราคาซื้อของผลิตภัณฑ์ที่จ่ายโดย Lubricarga จะได้รับการแก้ไขโดย Petrogal ประการหลังนี้ จำเป็นต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าราคาเหล่านี้ สามารถแข่งขันได้กับราคาจากผู้ผลิตเสนอโดยสุจริตในตลาดเดียวกันหรือไม่ และเพื่อให้แน่ใจว่าอัตรากำไรจากการจัดจำหน่ายที่มอบให้กับผู้ประกอบการนั้น เท่าเทียมกัน ค่าคอมมิชชั่นเฉลี่ยที่ได้รับจากผู้ประกอบการของบริษัทสามแห่งแรกที่ประกอบกิจการใน

พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีเปิดสถานีบริการน้ำมัน ภายใต้สัญญาดังกล่าวซึ่ง Petrogal รับประกันว่าราคา ที่จัดหาจะได้รับโดยการหักส่วนต่างของการจัดจำหน่ายที่แข่งขันได้ออกจากราคาขายปลีกที่แนะนำ

ในคำพิพากษาของคดี Pedro IV Servicios ที่อ้างถึงข้างต้นศาลได้ตีความคำอธิบายที่แปด ของ Regulation No 1984/83 และมาตรา 11 และมาตรา 4 (a) ของ Regulation No 2790/1999 ในบริบทของระบบราคาที่คล้ายคลึงกับที่อยู่ในการค้าปลีก การดำเนินการหลัก ดังนั้นคำตอบที่ได้รับจากศาลในคำ พิพากษาดังกล่าวจึงสามารถเปลี่ยนไปใช้คำถามที่สี่และห้าที่ศาลที่อ้างถึงได้

ในวรรค 75 ของคำพิพากษาคดี Pedro IV Servicios ศาลถือได้ว่าต่อจากการบรรยายครั้งที่ แปดถึง ข้อยกเว้นภายใต้ Regulation No 1984/83 มาตรา 11 และมาตรา 4 ภายใต้ Regulation No 2790/1999 ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์กับข้อตกลงที่ผู้ผลิตกำหนดราคาขายต่อสาธารณะหรือ กำหนดราคาขายขั้นต่ำแต่ในทางกลับกันภายใต้เงื่อนไขของมาตรา 4 (a) ผู้ผลิตยังคงมีอิสระที่จะ แนะนำราคาขายให้กับผู้ค้าปลีกหรือกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดให้กับผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการได้ ศาลยังได้ระบุว่ามิใช่สำหรับศาลที่อ้างถึงซึ่งมีความรู้โดยตรงเกี่ยวกับข้อพิพาทที่ส่งมาเพื่อประเมินใน กรณีที่เป็นประเด็นในการพิจารณาคดีหลัก ซึ่งขั้นตอนในการกำหนดราคาขายต่อสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเขาในการตรวจสอบโดยคำนึงถึงภาวะผูกพันตามสัญญาทั้งหมดที่เกิดขึ้นใน บริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายตลอดจนพฤติกรรมของคู่สัญญาในการดำเนินการหลักไม่ว่าจะเป็น ราคาขายต่อสาธารณะที่แนะนำโดยผู้ผลิตในความเป็นจริง ราคาขายคงที่หรือราคาขายขั้นต่ำ

นอกจากนี้ยังมีไว้สำหรับศาลที่อ้างถึงเพื่อตรวจสอบว่าผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการมีความ เป็นไปได้จริงที่จะลดราคาขายปลีกที่แนะนำนั้นหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องตรวจสอบว่าราคา ขายดังกล่าวต่อสาธารณะไม่ได้กำหนดโดยวิธีทางอ้อมหรือปกปิด เช่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนด อัตราการจัดจำหน่ายของผู้ค้าปลีกหรือการลดระดับสูงสุดที่สามารถให้ได้บนพื้นฐานของราคาขายที่ แนะนำ การคุกคาม การข่มขู่ ค่าเดือน การคว่ำบาตรหรือมาตรการจูงใจ

ในส่วนของการดำเนินการหลักในกรณีที่ศาลอ้างถึงได้ข้อสรุปว่าในความเป็นจริง Lubricarga จำเป็นต้องเคารพราคาขายคงที่หรือขั้นต่ำที่กำหนดโดย Petrogal ซึ่งสัญญาจะไม่ได้รับประโยชน์จาก กฎการยกเว้นที่ไม่อยู่ภายใต้ Regulation No 1984/83 หรืออยู่ภายใต้ Regulation No 2790/1999 อย่างไรก็ตามตามที่เรียกคืนในย่อหน้าที่ 46 ของคำพิพากษานี้การกำหนดราคาขายต่อสาธารณะแม้ว่า จะถือเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ระบุไว้โดยชัดแจ้งในมาตรา 81 (1)(a) CE ซึ่งไม่ได้นำข้อตกลงนี้มาอยู่ ภายใต้ข้อห้ามที่กำหนดไว้ในกฎข้อบังคับนี้เว้นแต่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขอื่น ๆ ทั้งหมดสำหรับการใช้งาน

กล่าวคือวัตถุประสงค์หรือผลของข้อตกลงนี้คือการจำกัดการแข่งขันที่เห็นได้ชัดภายในตลาดทั่วไปและมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างรัฐ

ตามที่กล่าวมาข้างต้นคำตอบสำหรับคำถามที่สี่และห้าต้องเป็นข้อสัญญาที่เกี่ยวข้องกับราคาขายสินค้าต่อสาธารณะ เช่น ผู้ที่เป็นประเด็นในการดำเนินการหลักอาจได้รับประโยชน์จากกฎการยกเว้นภายใต้ Regulation No 1984/83 และ 2790/1999 หากผู้ผลิตจำกัดตัวเองในการกำหนดราคาขายสูงสุดหรือแนะนำราคาขาย และหากเป็นเช่นนั้นผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการมีความเป็นไปได้ที่แท้จริงในการกำหนดราคาขายนี้ แต่ในทางกลับกันข้อตกลงดังกล่าวไม่สามารถได้รับประโยชน์จากกฎการยกเว้นดังกล่าว หากการกำหนดราคาขายต่อส่งผลโดยตรงหรือโดยทางอ้อมหรือมีวิธีการที่ปกปิดในการกำหนดราคาขายต่อสาธารณะหรือในการกำหนดราคาขายขั้นต่ำโดยผู้ผลิต ซึ่งมีไว้สำหรับศาลที่อ้างอิงจะใช้ในการพิจารณาว่าข้อจำกัดดังกล่าวมีผลต่อผู้ค้าปลีกหรือไม่โดยคำนึงถึงภาระผูกพันตามสัญญาทั้งหมดที่เกิดขึ้นในบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายตลอดจนการดำเนินการของคู่สัญญาในการดำเนินการหลัก

ด้วยเหตุผลเหล่านี้ศาลจึงถือเป็นสิทธิ ดังนี้

1) สัญญาเช่นที่เป็นประเด็นในการดำเนินการหลักซึ่งจัดให้มีการสร้างสิทธิที่แท้จริงหรือที่เรียกว่า สิทธิบนพื้นดิน เพื่อสนับสนุนผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเป็นระยะเวลา 25 ปีและให้สิทธิในภายหลังเพื่อสร้างสถานีบริการน้ำมันและให้เจ้าของที่ดินเช่าเป็นระยะเวลาเทียบเท่ากับสิทธินี้ ซึ่งในกรณีที่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการกำหนดราคาขายต่อของผลิตภัณฑ์ต่อสาธารณะและ/หรือเพื่อการซื้อ แต่เพียงผู้เดียวหรือภาระผูกพันที่ไม่มีการแข่งขันซึ่งระยะเวลาเกินเวลาที่กำหนดโดย Regulation (EEC) No 1984/83 ของวันที่ 22 มิถุนายน 1983 ซึ่งในการใช้มาตรา 81 วรรค 3 ของสนธิสัญญากับหมวดหมู่ของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Regulation (EC) No 1582/97 เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 1997 และตาม Regulation (EC) No 2790/1999 ของวันที่ 22 ธันวาคม 1999 ในการใช้มาตรา 81 (3) ของสนธิสัญญาประเภทข้อตกลงแนวดิ่งและแนวปฏิบัติร่วมกันที่หลีกเลี่ยงข้อห้ามที่กำหนดไว้ในมาตรา 81 (1) EC โดยมีเงื่อนไขว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกและไม่ไขจุดประสงค์หรือผลกระทบบที่จะจำกัดการแข่งขันอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเป็นหน้าที่ของศาลแห่งชาติในการพิจารณาว่ากรณีดังกล่าวโดยคำนึงถึงบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายภายในที่สัญญานั้นตั้งอยู่โดยเฉพาะหรือไม่

2) มาตรา 12 (2) ของ Regulation (EEC) No 1984/83 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Regulation (EC) No 1582/97 จะต้องตีความว่ามีความหมายว่าไม่กีดกันเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตาม

ความเสียหายที่ระบุไว้ว่า ระยะเวลาของการใช้ข้อตกลงการผูกขาดเกินกว่าขีดจำกัดชั่วคราวที่กำหนด โดยกฎข้อบังคับดังกล่าวในกรณีที่เจ้าของมอบที่ดินผู้ผลิตให้กับผู้ผลิตตามสิทธิบนพื้นที่เป็นระยะเวลา 25 ปี หลังจากนั้นก็มีหน้าที่ในการสร้างสถานีบริการน้ำมันที่เช่าให้กับเจ้าของที่ดินเพื่อให้เขาดำเนินการ เป็นระยะเวลาเทียบเท่ากับสิทธินี้

3) มาตรา 5 (a) ของ Regulation (EC) No 2790/1999 จะต้องถูกตีความว่าเป็นการละเว้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการตามความเสียหายที่กำหนดไว้ในนั้นระยะเวลาของข้อตกลงสิทธิแต่ เพียงผู้เดียวจากการเกินระยะเวลาที่กำหนดไว้ในกฎข้อบังคับนั้น เมื่อเจ้าของที่ดินได้มอบสิทธิบน พื้นดินให้กับผู้ผลิตเป็นระยะเวลา 25 ปีและต้องสร้างสถานีบริการน้ำมันให้แก่เจ้าของที่ดินเพื่อให้ สามารถดำเนินการสถานีบริการน้ำมันนั้นได้ในเวลาเดียวกันกับระยะเวลาของสิทธินี้

4) ข้อสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายปลีกของสินค้าเช่นที่เป็นปัญหาในการ ดำเนินการหลักมีสิทธิที่จะได้รับการยกเว้นภายใต้ Regulation (EEC) No ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Regulation (EC) No 1582/97 และ Regulation (EC) No 2790/1999 เมื่อผู้ผลิตได้กำหนดราคา ขายสูงสุดหรือแนะนำราคาขายและเมื่อใดดังนั้นก็จะเป็นไปได้อย่างแท้จริงที่ผู้ค้าปลีกจะกำหนดราคา ขายปลีกนั้นได้ ในทางกลับกันข้อกำหนดดังกล่าวไม่มีสิทธิได้รับการยกเว้นในกรณีที่พวกเขามีการ กำหนดราคาขายปลีกทั้งทางตรงหรือทางอ้อมหรือแบบปกปิดหรือการกำหนดราคาขายขั้นต่ำโดย ผู้ผลิต ซึ่งศาลแห่งชาติจะเป็นผู้พิจารณาว่าภาระผูกพันดังกล่าวเป็นการบังคับผู้ค้าปลีกหรือไม่โดย คำนึงถึงภาระผูกพันตามสัญญาทั้งหมดในบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายของพวกเขาและการ ดำเนินการของคู่สัญญาในกระบวนการพิจารณาของคดีหลัก

กฎหมายของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวกับการขายพ่วง

หากจะพิจารณาบทบัญญัติกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปที่จะนำมาปรับใช้ พฤติกรรมในเรื่องของการขายพ่วงนั้นซึ่งการขายพ่วงตามกฎหมายแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป เป็นพฤติกรรมที่อาจมีความผิดได้เพราะเข้าข่ายเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าตามที่ สนธิสัญญา ว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (Treaty on the Functioning of the European Union หรือ TFEU) กำหนดเอาไว้ โดยเรื่องการขายพ่วงเข้าข่ายเป็นความผิดตามบทบัญญัติของ TFEU อยู่ 2 มาตราหลักๆ ได้แก่

มาตรา 101 TFEU เพราะการขายพ่วงอาจเข้าข่ายเป็นพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทาง การค้าโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายซึ่งเป็นเรื่องของข้อตกลงในแนวดิ่งและนำมาใช้กับผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ มีอำนาจเหนือตลาด

มาตรา 102 TFEU เพราะการขายพ่วงอาจเข้าข่ายเป็นพฤติกรรมที่เป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย

ทั้ง 2 มาตรานี้ได้มีการกำหนดข้อห้ามไว้ในลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ เป็นกรณีที่เป็นการทำไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 101 TFEU และผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดตามมาตรา 102 TFEU ทำสัญญาขึ้นในลักษณะที่อาจทำให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งต้องแบกรับหน้าที่เพิ่มเติมซึ่งโดยลักษณะของหน้าที่เพิ่มเติมนั้น หรือ กรณีที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้าไม่ได้มีความเกี่ยวข้องหรือเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ในการทำสัญญา แต่ปัญหาเรื่องการขายพ่วงโดยส่วนใหญ่แล้วมักเกิดขึ้นในกรณีของมาตรา 102 TFEU เพราะผู้ประกอบธุรกิจที่มักจะนำเรื่องการขายพ่วงมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้านั้นมักเป็นกลุ่มของผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดที่นำมาใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายพ่วงในสหภาพยุโรป

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่นำมาใช้ในการพิจารณาในเรื่องที่เกี่ยวกับการขายพ่วงที่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งนั้นประกอบไปด้วยบทบัญญัติที่มีความเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้
มาตรา 101 Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU)

Commission Regulation (EU) No 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices

มาตรา 101 ของ TFEU เป็นบทบัญญัติที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาในเรื่องการขายพ่วงซึ่งเป็นข้อจำกัดในแนวตั้งที่มีความชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ อย่างไร โดยมาตรา 101(1) ของ TFEU นั้นได้วางหลักไว้ว่า ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจตั้งแต่สองรายขึ้นไปไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบหรือในแนวตั้ง ไม่ว่าจะเกิดขึ้นตามความตกลงระหว่างกัน การตัดสินใจของสมาคมการค้า หรือการสมรู้ร่วมคิดกัน ถ้ามีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบเป็นการขัดขวาง จำกัดหรือบิดเบือนการแข่งขันในตลาดภายใน ส่งผลทำให้เกิดผลกระทบต่อการค้าระหว่างรัฐที่เป็นสมาชิกของสหภาพยุโรปแล้วเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายไม่สามารถกระทำได้

แต่หากความตกลง การตัดสินใจหรือการสมรู้ร่วมคิดที่เกิดขึ้นนี้เข้าเงื่อนไขตามที่กำหนดในมาตรา 101(3) TFEU ก็จะไม่นำมาตรา 101(1) TFEU มาพิจารณาและใช้บังคับอีก กับความตกลง การตัดสินใจหรือการสมรู้ร่วมคิดนั้น แต่หากความตกลงใดที่ตกอยู่ภายใต้มาตรา 101(1) TFEU และไม่ได้ได้รับการยกเว้นจากมาตรา 101(3) TFEU แล้วจะตกเป็นโมฆะทันทีตามมาตรา 101(2) TFEU กำหนดเอาไว้

สำหรับหลักกฎหมายใน มาตรา 101 TFEU นั้นได้มีการอธิบายหลักเกณฑ์ต่างๆ ในการพิจารณาสำหรับพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจที่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางค้าเอาไว้แล้วใน ส่วนของ 3.2.4 กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) ซึ่งในเรื่องของการขายพ่วงนั้นหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณามาตรา 101 TFEU จะใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน เพราะเนื่องจากพฤติกรรมในการกำหนดราคาขายต่อและการขายพ่วงที่เป็นการทำข้อตกลงในแนวดิ่งนั้นอาจถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่อาจมีความผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU เช่นเดียวกัน

อีกทั้งในเรื่องของการขายพ่วงเมื่อพิจารณา Regulation 330/2010 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นเพื่อกำหนดข้อยกเว้นสำหรับข้อตกลงในบางประเภทที่หากข้อตกลงนั้นเข้าเงื่อนไขที่กำหนดเอาไว้ก็จะไม่นำมาตรา 101 (1) TFEU มาใช้บังคับ ซึ่งจะเรียกในส่วนนี้ว่า Block Exemption แต่หากข้อตกลงในแนวดิ่งนั้นไม่เข้าข้อยกเว้นตามที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ก็ตามมีการพิจารณาต่อไปว่า ข้อตกลงในแนวดิ่งที่ได้ทำขึ้นนั้นขัดแย้งและเข้าเงื่อนไขตามมาตรา 101 (1) ห้ามไม่ให้กระทำหรือไม่ ซึ่งหากเข้าเงื่อนไขตามมาตรา 101(1) TFEU ก็ต้องพิจารณาต่อไปว่าข้อตกลงหรือความตกลงดังกล่าว นั้นสอดคล้องกับเงื่อนไขตามมาตรา 101(3) กำหนดหรือไม่ อย่างไร

สำหรับหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดไว้ใน Regulation 330/2010 นั้นได้มีการอธิบายหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ในการพิจารณาสำหรับพฤติกรรมของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางค้าซึ่งแม้ว่าจะเข้าข่ายเป็นความผิดตามมาตรา 101(1) แต่ก็ได้รับการยกเว้นอนุญาตให้สามารถกระทำได้ตามบทบัญญัติมาตรา 101(3) โดยมี Regulation 330/2010 ที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อใช้ในการอธิบายในรายละเอียดของข้อตกลงในแนวดิ่งที่ได้รับการอนุญาตให้กระทำ ได้เอาไว้แล้ว ในส่วนของ 3.2.4 กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวกับการกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) ซึ่งในเรื่องของการขายพ่วงนั้นหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาซึ่งก็คือ Regulation 330/2010 โดยจะใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน เพราะเนื่องจากพฤติกรรมในการกำหนดราคาขายต่อและการขายพ่วงที่เป็นการทำข้อตกลงในแนวดิ่งนั้นอาจถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่รับการยกเว้นให้อนุญาตกระทำได้ตามมาตรา 101 (3) TFEU และ Regulation 330/2010 เช่นเดียวกัน

Guidelines on Vertical Restraints

Guidelines on Vertical Restraints คือแนวปฏิบัติที่คณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรปได้จัดทำขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรายละเอียดและนำไปใช้ควบคู่กับ Regulation 330/2010

ในส่วนของ Block Exemption โดยใน Guidelines on Vertical Restraints นั้นมีการกำหนดถึงวิธีในการพิจารณาว่าความตกลงในแนวดิ่งใดจะอยู่ในขอบเขตของ Regulation 330/2010 และรวมถึงกำหนดในเรื่องของวิธีการและเงื่อนไขที่จะนำมาใช้กับความตกลงที่ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของ Regulation 330/2010

การขายพ่วง นั้น Guidelines on Vertical Restraints มีให้ความหมายไว้ว่าเป็น สถานการณ์ที่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าหนึ่ง (สินค้าที่มีการพ่วง) ถูกกำหนดให้ต้องซื้อสินค้าที่แตกต่างอย่างอื่น (สินค้าที่ถูกนำไปพ่วง) จากผู้ระบายสินค้ารายเดียวกัน หรือ จากชื่อผู้ประกอบการอื่นที่กำหนดไว้โดยผู้จำหน่ายสินค้าดังกล่าว ซึ่งการขายพ่วงที่นำมาใช้นั้นอาจอยู่ในบังคับมาตรา 101 และมาตรา 102 TFEU ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงในแต่ละกรณี

การขายพ่วงที่จะอยู่ภายใต้บังคับของมาตรา 101 TFEU จะต้องเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งที่ส่งผลให้เกิดหน้าที่แบบ single branding³⁵⁶ ต่อสินค้าที่ถูกนำไปพ่วง อีกทั้งการที่มาตรา 101 TFEU เป็นบทบัญญัติที่ใช้กับความตกลงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเท่านั้นจึงทำให้การขายพ่วงที่อยู่ภายใต้มาตรา 101 TFEU ต้องเกิดจากผู้ประกอบการด้วยกันเท่านั้น ซึ่งใน Guidelines ก็ได้มีการระบุไว้ชัดเจนว่า Regulation 330/2010 และ Guidelines on Vertical Restraints จะไม่นำมาใช้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาเรื่องการขายพ่วงตามที่ Guidelines on Vertical Restraints กำหนดเอาไว้มีดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ต้องพิจารณาในลำดับแรกคือข้อจำกัดที่ผู้ระบายสินค้านำมาใช้นั้นเป็นการนำสินค้าที่ต่างประเภทกันมาพ่วงขายเข้าด้วยกันซึ่งถือถือว่าเป็นการขายพ่วงหรือไม่ ซึ่งในประเด็นนี้ คณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปได้มีการกำหนดเอาไว้ว่าจะต้องพิจารณาจากอุปสงค์ของลูกค้าก่อน กล่าวคือ สินค้านั้นจะเป็นสินค้าที่ต่างกันคนละประเภทกัน เมื่อไม่มีการขายพ่วงเกิดขึ้น ลูกค้าจำนวนมากจะซื้อสินค้าที่มีการพ่วงโดยไม่ซื้อสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงจากผู้ระบายสินค้ารายเดียวกัน ซึ่งหลักฐานที่คณะกรรมการสหภาพยุโรปจะมีการนำมาใช้เป็นหลักฐานในการพิจารณาอาจเป็นหลักฐานโดยตรงที่แสดงให้เห็นว่า ถ้าหากลูกค้ามีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าได้ ลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าที่มีการพ่วงและสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงพร้อมๆ กัน โดยลูกค้าจะมีการซื้อสินค้าทั้ง 2 ประเภทจากแหล่งซื้อสินค้าที่

³⁵⁶ Guidelines on Vertical Restraints, Paragraph 129.

Single Branding เป็นความตกลงที่มีองค์ประกอบหลักในด้านที่ผู้ซื้อมีหน้าที่หรือถูกชักจูงให้มุ่งซื้อสินค้าประเภทหนึ่งๆ กับผู้ระบายสินค้ารายเดียว ลักษณะของโดยที่ข้อจำกัดนี้มักพบในข้อจำกัดประเภท non-compete หรือ quantity-forcing

แตกต่างกัน หรือ กรณีที่เป็นหลักฐานในทางอ้อม เช่น ถ้าในตลาดที่ขายสินค้าประเภทนั้นมีผู้ระบายสินค้าหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆ ขายสินค้าประเภทเดียวกับสินค้าที่มีผู้ระบายสินค้านำไปฟ่วงอยู่ หรือเป็นผู้ประกอบการรายอื่นที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าประเภทนั้น แต่ผู้ประกอบการที่ได้กล่าวถึงนี้ไม่ได้มีการขายสินค้าที่มีการฟ่วงไปพร้อมกับสินค้านำไปฟ่วงด้วย หรือหลักฐานอื่นใดที่แสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดที่ไม่สูงในตลาดที่มีการแข่งขันและมีแนวโน้มที่จะไม่ขายฟ่วงสินค้าเหล่านั้นฟ่วงเข้าด้วยกัน³⁵⁷

ประเด็นต่อมาคือ ต้องพิจารณาว่าการขายฟ่วงที่เกิดขึ้นนั้นเป็นข้อจำกัดในแนวตั้งที่ได้รับประโยชน์จากข้อยกเว้นที่อนุญาตให้สามารถทำได้ตามที่ Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้หรือไม่ เพราะหากเป็นการขายฟ่วงที่ตรงกับเงื่อนไขที่ได้รับอนุญาตให้กระทำได้ก็จะได้รับยกเว้นที่ไม่ต้องนำมาตรา 101 TFEU มาใช้กับกรณีที่เป็นการขายฟ่วงนี้ด้วยทันที แต่หากเป็นกรณีที่เป็นการขายฟ่วงที่ไม่ตรงกับเงื่อนไขที่จะได้ประโยชน์จาก Regulation 330/2010 นั้นก็ต้องพิจารณาในขั้นตอนต่อไปว่าการขายฟ่วงในกรณีนี้นั้นจะตกอยู่ภายใต้บังคับที่มาตรา 101 (1) TFEU กำหนดเอาไว้หรือไม่ต่อไป

ประเด็นที่สาม คือ การขายฟ่วงที่จะได้รับประโยชน์จาก Regulation 330/2010 ที่อนุญาตให้สามารถกระทำการที่เป็นการขายฟ่วงได้ถ้าหากเป็นการขายฟ่วงที่ผู้ระบายสินค้าหรือผู้ประกอบการนั้นเป็นผู้ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดของทั้งสินค้าที่มีการฟ่วงและในตลาดของสินค้านำไปฟ่วง และรวมถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ซื้อในตลาดต้นน้ำต้องไม่เกินร้อยละ 30³⁵⁸ เพราะในประเด็นของส่วนแบ่งทางการตลาดถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ในการที่จะนำมาใช้เป็นเงื่อนไขในการพิจารณาว่าการขายฟ่วงในกรณีนั้นๆ จะสามารถนำประโยชน์จาก Regulation 330/2010 มาใช้ได้หรือไม่อย่างไร

ประเด็นที่สี่คือต้องพิจารณาว่าการที่จะนำ Guidelines on Vertical Restraints มาใช้นั้น ต้องมีการพิจารณาถึงขอบเขตของตลาดที่เกี่ยวข้องก่อนและใน Guidelines on Vertical Restraints นั้นก็ได้มีการกำหนดขอบเขตของตลาดเอาไว้ด้วยกัน 3 แบบกล่าวคือ

ตลาดสินค้า (Product Market)

ในตลาดสินค้าสิ่งที่จะนำมาพิจารณาในมุมมองของผู้ซื้อได้แก่ สินค้า โดยเป็นการพิจารณาว่า ในมุมมองของผู้ซื้อนั้นสินค้าประเภทนั้นๆ สามารถนำมาทดแทนกันได้หรือไม่ การขายฟ่วงเป็นความ

³⁵⁷ Ibid, Paragraph 215.

³⁵⁸ Ibid, Paragraph 218.

ตกลงในแนวตั้งในการกำหนดขอบเขตของตลาดสินค้าจึงมีความจำเป็นต้องแบ่งตามประเภทของสินค้า โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

สินค้าชั้นกลาง เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อซื้อไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการผลิตในขั้นสุดท้ายและลูกค้าของผู้ซื้อนั้นโดยมากมักจะไม่ได้มีความสนใจว่าสิ่งที่นำมาใช้เป็นปัจจัยในการผลิตขั้นสุดท้ายคือสินค้าใด ส่งผลให้ขอบเขตของตลาดสินค้าชั้นกลางเป็นการพิเคราะห์จากมุมมองของผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าชั้นกลางจากผู้ระบายสินค้าที่นำการขายพ่วงมาใช้เท่านั้น

สินค้าขั้นสุดท้าย เป็นสินค้าที่ผู้ซื้อที่เป็นตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าใดมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้ายนั้นจึงต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในขั้นสุดท้ายด้วย ดังนั้นในการกำหนดขอบเขตของตลาดในขั้นสุดท้ายนั้นต้องพิจารณาทั้งมุมมองของผู้ซื้อและมุมมองของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายเป็นสำคัญ³⁵⁹

ตลาดในเชิงภูมิศาสตร์ (Geographic Market)

ตลาดในเชิงภูมิศาสตร์นั้นจะมีขอบเขตน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับ การขายพ่วง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กรณีใหญ่ๆ กล่าวคือ

การขายพ่วงที่เกี่ยวกับตลาดค้าส่งที่ผู้ซื้อซื้อมาขายต่อให้กับลูกค้าในตลาดค้าปลีก ซึ่งอาจเป็นผลให้ตลาดในเชิงภูมิศาสตร์ในการค้าส่งนี้อาจครอบคลุมพื้นที่ทั้งประเทศ

การขายพ่วงที่ใช้กับตลาดค้าขายที่ผู้ซื้อนำสินค้าไปขายต่อให้ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายโดยตรง ขอบเขตเชิงภูมิศาสตร์ในกรณีนี้จะเท่ากับบริเวณที่ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายหาซื้อสินค้าเท่านั้น เว้นแต่มีตลาดอื่นที่เหมือนกันทุกประการและทับซ้อนกับพื้นที่นั้นอาจทำให้ขอบเขตของตลาดกว้างขึ้น³⁶⁰

เป็นกรณีที่ผู้ระบายสินค้าเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์หลัก อะไหล่ รวมถึงการซ่อมบำรุงอุปกรณ์หลักด้วย ซึ่งได้มีการระบุไว้ว่า ผู้ระบายสินค้ากรณีนี้นั้นมักจะเป็นผู้ระบายสินค้ารายใหญ่หรือรายเดียวในตลาดหลังการขาย การกำหนดขอบเขตของตลาดอาจเป็นตลาดอุปกรณ์ร่วมกับตลาดอะไหล่และการซ่อมบำรุง หรือตลาดของอุปกรณ์หลักและตลาดหลังการขายอาจแยกจากกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับพฤติการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น³⁶¹

ข้อสังเกต

³⁵⁹ Ibid, Paragraph 89.

³⁶⁰ Ibid, Paragraph 89.

³⁶¹ Ibid, Paragraph 91

แม้การขายพ่วงในบางกรณีจะได้รับประโยชน์จาก Regulation 330/2010 และได้รับการสันนิษฐานว่าชอบด้วยกฎหมายก็ตาม แต่อาจถูกเพิกถอนประโยชน์ได้โดยกระบวนการเพิกถอน ซึ่งเป็นอำนาจโดยเด็ดขาดของ คณะกรรมาธิการสหภาพยุโรป โดยถ้าหากมีกรณีดังกล่าวนี้เกิดขึ้น คณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปก็มีหน้าที่ในการที่จะต้องพิสูจน์ให้เห็นว่าการกระทำที่เป็นการขายพ่วงนั้นมีลักษณะที่เป็นการกระทำที่เป็นความผิดโดยเข้าเงื่อนไขตามมาตรา 101 (1) TFEU และการขายพ่วงนั้นก็ไม่ใช่เงื่อนไขที่จะได้รับการยกเว้นให้สามารถกระทำได้ตามที่มาตรา 101 (3) TFEU กำหนดเอาไว้ด้วยเช่นกัน³⁶²

การขายพ่วงที่อยู่นอกขอบเขตของ Regulation 330/2010

การขายพ่วงที่ไม่เข้าหลักเกณฑ์ในการอนุญาตให้สามารถกระทำได้ทันทีโดยไม่ต้องขออนุญาตตาม Regulation 330/2010 นั้นต้องพิจารณาเป็นกรณีไป ซึ่งในกรณีนี้คณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปเป็นผู้ที่มีหน้าที่พิสูจน์ให้เห็นว่าการขายพ่วงนั้นขัดกับกฎหมายตามที่มาตรา 101 (1) TFEU กำหนดเอาไว้ โดยคณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปมีหน้าที่ในการแสดงถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการขายพ่วงนั้น และผู้ระบายสินค้าก็มีสิทธิที่จะอ้างข้อต่อสู้ในเรื่องของความจำเป็นและประสิทธิภาพว่าการขายพ่วงของตนนั้นไม่เป็นการทำลายการแข่งขันในตลาด โดยผู้ระบายสินค้ามีหน้าที่พิสูจน์ว่าเงื่อนไขตามมาตรา 101 (3) TFEU ที่ตอนกระทำมีอยู่ครบถ้วน และคณะกรรมาธิการสหภาพยุโรปจะเป็นผู้วินิจฉัยในขั้นสุดท้ายว่าสอดคล้องกับมาตรา 101 (3) TFEU หรือไม่ อย่างไร³⁶³

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่นำมาใช้ในการพิจารณาในเรื่องที่เกี่ยวกับการขายพ่วงในกรณีที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดประกอบการไปด้วยบทบัญญัติที่มีความเกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

(1) มาตรา 102 Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU)

การขายพ่วงที่อยู่ในบังคับมาตรา 102 TFEU นี้จะเป็นกรณีที่เป็นการขายพ่วงโดยผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดซึ่งสถานะในการเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดนั้นอาจกำหนดเงื่อนไขที่สามารถบังคับขายพ่วงกับลูกค้าของผู้ขายพ่วงได้ ดังนั้นสหภาพยุโรปถือว่าการขายพ่วงในลักษณะนี้จะส่งผลให้คู่แข่งในตลาดของสินค้าที่ถูกลำไปพ่วงจะถูกปิดกั้นจากการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าในตลาด เพราะลูกค้าในตลาด

³⁶² Ibid, Paragraph 74 and 77.

³⁶³ Ibid, Paragraph 96.

สินค้าที่ถูกนำไปพ่วงจะลดลงและอาจส่งผลเป็นการขยายอำนาจที่ผู้ประกอบการธุรกิจมีอยู่ในตลาดของสินค้าที่มีการพ่วงไปยังตลาดสินค้าที่ถูกนำไปพ่วง³⁶⁴

มาตรา 102 TFEU³⁶⁵

มาตรา 102 TFEU มีการวางหลักเรื่องการใช้อำนาจของผู้ประกอบการธุรกิจรายหนึ่งหรือหลายรายซึ่งอยู่ในฐานะเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาด ทั้งในตลาดภายในหรือส่วนสำคัญของตลาดภายในและส่งผลกระทบในทางการค้าต่อรัฐสมาชิกซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ต้องห้าม

ในเรื่องการขายพ่วงนั้นเป็นตัวอย่างของการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่ชอบซึ่งมีการระบุเอาไว้ในมาตรา 102 (d) TFEU โดยมีการกำหนดไว้ว่า การขายพ่วงเป็นการทำสัญญาที่ให้คู่สัญญาอีกฝ่ายต้องยอมรับหน้าที่เพิ่มเติมได้แก่การต้องรับสินค้าที่ถูกนำไปพ่วง โดยที่สินค้าที่ถูกนำไปพ่วงนั้นไม่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีการพ่วงแต่อย่างใด ไม่ว่าจะ เป็นลักษณะของสินค้าหรือธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้าที่เกี่ยวข้อง จึงกล่าวได้ว่า แม้สินค้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดนำมาขายด้วยกันจะเป็นสินค้าที่แตกต่างกัน แต่หากสินค้าที่นำมาขายพ่วงนั้นเกี่ยวพันหรือสอดคล้องกับธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้าในตลาดก็ไม่อาจถือว่าเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยไม่ชอบตามมาตรา 102 (d) TFEU

³⁶⁴ Alison Jones, Brenda Sufrin, and Niamh Dunne, *Eu Competition Law*. supra note 6, p 458.

³⁶⁵ Treaty on the Functioning of the European Union

Article 102 (ex Article 82)

Any abuse by one or more undertakings of a dominant position within the internal market or in a substantial part of it shall be prohibited as incompatible with the internal market in so far as it may affect trade between Member States.

Such abuse may, in particular, consist in:

(a) directly or indirectly imposing unfair purchase or selling prices or other unfair trading conditions;

(b) limiting production, markets or technical development to the prejudice of consumers;

(c) applying dissimilar conditions to equivalent transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage;

(d) making the conclusion of contracts subject to acceptance by the other parties of supplementary obligations which, by their nature or according to commercial usage, have no connection with the subject of such contracts.

(2) Guidance on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 82 of the EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct by Dominant Undertakings

Guidance Paper เป็นเอกสารที่ได้มีการกำหนดแนวทางที่คณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรปจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมที่เป็นการขจัดการแข่งขัน (exclusionary practice) ของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดตามมาตรา 102 TFEU แม้ว่า Guidance Paper จะไม่ได้มีสถานะเป็นกฎหมายและไม่มีผลผูกพันในใช้เพื่อการตีความมาตรา 102 TFEU ก็ตามแต่วัตถุประสงค์ของ Guidance Paper คือต้องการให้เกิดความชัดเจนและแน่นอน ในเรื่องของแนวทางที่คณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรปนำมาใช้เพื่อการปรับใช้กฎหมายและเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถทราบได้ล่วงหน้าว่าพฤติกรรมของตนนั้นอาจถูกตรวจสอบจาก คณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรปในอนาคตหรือไม่ อย่างไร

คณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรป ได้อธิบายเรื่องการขายพ่วงไว้ใน Guidance Paper ว่า การขายพ่วงเป็นวิธปฏิบัติโดยทั่วไปที่มีวัตถุประสงค์ในการทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่ดีขึ้นหรือสามารถเสนอขายสินค้าได้ในต้นทุนที่ลดลง ยกตัวอย่างเช่น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการผลิต การจัดจำหน่าย การทำธุรกรรม อีกทั้งยังรวมถึงเหตุผลในด้านของคุณภาพ ชื่อเสียงและการใช้ประโยชน์จากเครื่องจักรของผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วไม่ส่งผลเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้า) อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอำนาจเหนือในตลาดใดตลาดหนึ่งหรือมากกว่านั้นสามารถนำการขายพ่วงมาใช้เพื่อขัดขวางไม่ให้คู่แข่งออกจากการแข่งขันในตลาดของสินค้าที่ถูกนำไปพ่วงอันอาจส่งผลเสียต่อผู้บริโภคได้ด้วย³⁶⁶

3.2.5 คำพิพากษาที่เกี่ยวข้องกับการขายพ่วง

3.2.5.1 PETROFINA (GREAT BRITAIN), LTD. v. MARTIN

ตัดสินโดย England & Wales Court of Appeal

ตัดสินเมื่อ 17 ธันวาคม 1965

³⁶⁷ คำตัดสินล่าสุดของศาลอุทธรณ์ของอังกฤษในคดี Petrofina (Great Britain), Ltd. v. Martin³⁶⁸ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นหนึ่งในประเด็นที่ขัดแย้งและขัดแย้งกันมากที่สุดของกฎหมายทั่วไป

³⁶⁶ Guidance on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 82 of the EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct by Dominant Undertakings, Paragraph 49.

³⁶⁷ JOHN F. SCOTT, (ALBERTA LAW REVIEW, TYING AGREEMENTS-AGAINST PUBLIC POLICY-PETROFINA (GREAT BRITAIN), LTD. v. MARTIN).

คือการค้าที่ตึงเครียด กรณีนี้เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยเฉพาะผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่สามารถฟ่วงเงื่อนไซในสัญญาให้ผู้จัดจำหน่ายของตนให้ค่าขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ของตนเท่านั้นและจำกัดไม่ให้ค่าขายกับคู่แข่งของตน ซึ่งในกรณีปัจจุบันผู้ผลิตคือ บริษัทน้ำมัน Petrofina (Great Britain) Ltd. และผู้จัดจำหน่ายคือสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ในประเทศอังกฤษ เช่นเดียวกับในประเทศแคนาดาซึ่งมีบริษัทน้ำมันรายใหญ่ฟ่วงสถานีบริการน้ำมันไว้กับบริษัทน้ำมันเช่นกัน โดยทำการฟ่วงข้อตกลงซึ่งมีหลายรูปแบบ แต่อย่างไรก็ตามผลลัพธ์ก็เหมือนกันในทุกกรณีนั่นคือเจ้าของสถานีบริการน้ำมันตกลงที่จะซื้อเชื้อเพลิงยานยนต์ตามข้อกำหนดทั้งหมดของจากบริษัทน้ำมัน ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่เขายขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของบริษัทอื่นซึ่งบริษัทน้ำมันในประเทศอังกฤษจะเรียกข้อตกลงเหล่านี้เรียกว่า โซลัส (Solus) โดยข้อตกลงที่เกิดขึ้นต่อหน้าศาลได้แก่กรณีของ Petrofina

ในคดี Petrofina (Great Britain), Ltd. v. Martin³⁶⁹ จำเลยได้แก่ Martin เขาซื้อสถานีบริการน้ำมันดังกล่าวจากผู้ขายได้แก่ โจทก์คือ Petrofina ที่ฟ่วงสถานีบริการน้ำมันกับ Petrofina ไว้แล้วและผู้ประสบปัญหาขาดทุนคือ Martin ซึ่งซื้อสถานีบริการน้ำมันในราคา 16,000 ปอนด์จาก Petrofina Petrofina จึงยกทรัพย์สินให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ Martin หรือผู้ซื้อถูกผูกมัดภายใต้ข้อตกลง Solus ของพวกเขาเองที่จะพา Martin ไปลงนามสัญญา Solus ใหม่ในบัญชีของเขาเองกับ Petrofina ซึ่งเขาเคยทำ

เงื่อนไซหลักของข้อตกลงนี้มีดังนี้ คือ Martin ต้องซื้อน้ำมันทั้งหมดที่เขาต้องการเฉพาะจาก Petrofina เท่านั้นและต้องไม่ซื้อขายน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผลิตโดยบริษัทอื่นใด และ Martin จะต้องขายน้ำมันเชื้อเพลิงในราคาขายปลีกที่ประกาศโดย Petrofina³⁷⁰ และเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายน้ำมันเชื้อเพลิงและจาระบีของ Petrofina และเพื่อโฆษณาในสถานที่โฆษณาต้องมีเพียงน้ำมันเชื้อเพลิงของ Petrofina เท่านั้น Martin สามารถกักตุนน้ำมันของบริษัทอื่นหรือผู้ผลิตรายอื่นได้ แต่ห้ามไม่ให้โฆษณาออกไป Martin ต้องมีการกำหนดเวลาในการเปิดและปิดสถานีบริการน้ำมันที่เหมาะสมสำหรับการขายน้ำมันเบนซินและน้ำมันเครื่องและต้องมีการกักตุนปริมาณน้ำมันทุกประเภทที่ใช้ขายในสถานีบริการน้ำมันให้เพียงพอ ถ้า Martin ต้องการจะขายสถานีบริการน้ำมันของเขาให้กับผู้อื่น เขาต้องเสนอขายให้ Petrofina ก่อนและหาก Petrofina ไม่ต้องการซื้อ Martin จะไม่ขายเว้นแต่จะให้ผู้ซื้อรายใหม่ที่คาดหวังจะเข้ามาทำสัญญา Solus อีกฉบับกับ Petrofina ใหม่ก่อน เพื่อดำเนินการ

³⁶⁸ 19661 1 All E. R. 126.

³⁶⁹ Ibid.

³⁷⁰ ตอนนี้ไม่สามารถบังคับใช้มาตรานี้ได้เนื่องจากพระราชบัญญัติราคาขายต่อปี 1964 อย่างไรก็ตามตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่ยังคงขายในราคาที่เหมาะสม

สถานีบริการน้ำมันทั้งหมดแทน Martin และมีภาระผูกพันที่ Petrofina ต้องเป็นผู้จัดหาน้ำมันเหมือนเดิมทุกประการ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม น้ำมันเบนซิน น้ำมันหล่อลื่นและจาระบี เว้นแต่จะได้รับการยกเว้นซึ่งจะทำให้อยู่นอกการควบคุมและอนุญาตให้เขาได้รับส่วนลด 5 ปอนด์สำหรับทุกๆ การซื้อน้ำมันเชื้อเพลิง 1,000 ที่ซื้อโดยเข้าช้อตกลงดังกล่าว และช้อตกลงจะต้องดำเนินต่อไปอีกเป็นเวลา 12 ปีนับจากวันที่ซื้อ หากในช่วงเวลาสามารถขายน้ำมันของ Petrofina ได้ 600,000 แกลลอน หลังจากนั้นจึงจะสามารถกำหนดในช้อตกลงได้โดยแจ้งให้ทราบล่วงหน้า 3 เดือน แต่หากไม่มีการขายน้ำมันจำนวนนั้นในช่วง 12 ปีจะไม่สามารถกำหนดในช้อตกลงได้จนกว่าจะได้รับเงินจำนวนดังกล่าว ในส่วนของ Petrofina จะดำเนินการที่จะให้เงินคืนแก่ผู้ซื้อรายใหม่ 1 1/5d สำหรับน้ำมันทุกแกลลอนที่ซื้อจาก Petrofina

แต่จากหลักฐานแสดงให้เห็นว่า Martin ขายน้ำมันได้ประมาณ 30,000 แกลลอนต่อปี ซึ่งต่ำกว่าตัวเลขที่เป็นจุดคุ้มทุนคือ 50,000 แกลลอนซึ่งเป็นจำนวนที่เขาจะต้องขายโดยเฉลี่ยให้ได้ต่อปี ทำให้ขาดทุนเป็นจำนวนมาก โดย Martin ได้เริ่มต้นธุรกิจกับ Petrofina เมื่อวันที่ 8 เมษายน 1963 และเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 1963 ทรัพย์สินถูกส่งไปให้ Martin โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทางกฎหมาย และความตั้งใจของ Martin คือการถ่ายโอนทรัพย์สินไปยังบริษัทที่อยู่ภายใต้การควบคุมของ Martin และหลังจากดำเนินธุรกิจไปได้เป็นเวลา 7 สัปดาห์และพบว่า Martin ขายน้ำมันของโจทก์เพียงอย่างเดียวได้ในอัตราประมาณ 30,000 แกลลอนต่อปี Martin จึงเริ่มขายน้ำมันยี่ห้ออื่นในวันที่ 30 พฤษภาคม 1963 และในวันที่ 5 มิถุนายน 1963 Martin ได้ลงนามในสัญญา 2 ฉบับ ซึ่งเป็นสัญญาในรูปแบบของช้อตกลง Solus ที่ทำกับผู้ผลิตรายอื่นได้แก่ Esso Petroleum Co. จากนั้น Petrofina จึงฟ้องคดีต่อศาลเพื่อให้ศาลออกคำสั่งห้ามไม่ให้ Martin ขายและโฆษณา้ำมันอื่นที่ไม่ใช่ของ Petrofina ที่สถานีบริการน้ำมันดังกล่าวนี้

การฟ้องร้องของโจทก์

เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 1963 Petrofina ได้ออกคำสั่งฟ้องจำเลยทั้งสองซึ่งจำเลยที่ 1 ได้แก่ Petrofina และจำเลยที่ 2 ได้แก่ Wallis's (Calow) Ltd., ซึ่งเป็นบริษัทที่จำเลยที่ 1 Martin ได้จัดตั้งขึ้น โดยอ้างว่า (1) ขอให้ศาลออกคำสั่งห้ามจำเลยทั้งสองจนกว่าจะมีการกำหนดให้ช้อตกลง Solus เป็นช้อตกลงที่ชอบด้วยกฎหมายในการกำหนดไม่ให้ซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ของ Petrofina ที่สถานีบริการน้ำมันของจำเลยที่ 1 (ยกเว้น น้ำมันหล่อลื่นและจาระบี) ของบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ Petrofina และจากการจัดแสดงสื่อโฆษณาหรืออุปกรณ์ช่วยเหลือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมนอกเหนือจากที่ Petrofina จัดหาให้ (2) ขอให้ศาลออกคำสั่งห้ามไม่ให้ Martin

จำเลยที่ 1 จนกว่าจะมีการกำหนดข้อตกลง Solus โดยชอบด้วยกฎหมายจากการขายสถานีบริการน้ำมันโดยไม่ได้เสนอราคาที่ระบุเป็นลายลักษณ์อักษรแก่ Petrofina ก่อนหรือจากการขายสถานีบริการน้ำมันหลังจากหมดอายุของเวลา 28 วันของข้อเสนอสำหรับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ Petrofina ในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่เสนอให้กับ Petrofina หรือเพิ่มเติมจากการขายหรือการมีส่วนร่วมกับการครอบครองสถานีบริการน้ำมันหรือผลประโยชน์ของเขาในธุรกิจที่ดำเนินการที่นั่นให้กับทุกคนที่ไม่ควรทำข้อตกลงกับ Petrofina มาก่อนเพื่อปฏิบัติตามและปฏิบัติตามภาระหน้าที่ของเขาภายใต้ข้อตกลง Solus (3) ขอให้ศาลออกคำสั่งห้ามไม่ให้จำเลยที่ 2 Wallis's (Calow) Ltd. จากการซื้อหรือเข้าครอบครองสถานีบริการน้ำมันหรือการได้มาซึ่งผลประโยชน์ใดๆ ในธุรกิจโดยไม่ได้ทำข้อตกลงกับ Petrofina ก่อนในการปฏิบัติตามและปฏิบัติตามข้อผูกพันของ Martin ภายใต้ข้อตกลง อีกทั้ง Petrofina ยังเรียกร้องค่าเสียหายต่อ Martin สำหรับการละเมิดสัญญาและต่อทั้ง Martin และ Wallis's (Calow) Ltd. สำหรับการสมรู้ร่วมคิดในการกระทำที่เป็นการละเมิดสัญญาและการจัดหาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่ละเมิดสัญญาโดยมิชอบด้วยกฎหมาย

Buckley J., ผู้พิพากษาให้การตัดสินไว้เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 1965 ในปฏิเสธคำสั่งห้ามที่ตามที่ Petrofina ร้องขอ เขาถือว่าข้อตกลงดังกล่าวมีข้อจำกัดทางการค้าซึ่งในทุกเงื่อนไขและในทุกสถานการณ์ไม่มีเหตุผลที่เป็นผลประโยชน์ของคู่สัญญาและของสาธารณชนและเนื่องจากโจทก์หรือ Petrofina ไม่มีผลประโยชน์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ในสถานที่และตำแหน่งที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันในการแข่งขันของพวกเขาซึ่งเป็นผลประโยชน์เดียวที่สัญญา Solus มีแนวโน้มที่จะปกป้องไม่ให้มีผลผูกพันกับจำเลย และตามคำพิพากษาให้จำเลยที่ 1 โดยมีค่าใช้จ่าย แต่อยู่ระหว่างการพิจารณาอุทธรณ์เขาจึงถูกยับยั้งไม่ให้โอนกรรมสิทธิ์ของสถานีบริการน้ำมันดังกล่าวไปยังบริษัทของจำเลยที่ 2

Petrofina อุทธรณ์โดยอ้างว่า (1) ผู้พิพากษาชั้นนำตัวเองผิดโดยอ้างว่าข้อตกลงเมื่อวันที่ 1 เมษายน 1963 เป็นข้อตกลงที่ใช้กฎโดยทั่วไปเกี่ยวกับการควบคุมการค้า (2) อีกทางเลือกหนึ่งคือผู้พิพากษาแสดงเจตนาในทางที่ผิดในการถือว่าข้อตกลง Solus เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าของจำเลยที่ 1 อย่างไม่มีเหตุผล (3) ผู้พิพากษาชั้นนำตัวเองอย่างผิดๆ ในการถือครองว่าผลประโยชน์ของ Petrofina นั้นไม่มีสิทธิได้รับความคุ้มครองตามข้อตกลง Solus (4) ไม่มีหลักฐานสนับสนุนว่าธุรกิจเติมน้ำมันและสถานีบริการน้ำมันที่ดำเนินการในสถานที่นั้นแตกต่างจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ ที่ดำเนินการในพื้นที่นั้น (5) การที่ผู้พิพากษาพบว่าข้อจำกัดที่กำหนดไว้กับจำเลยที่ 1 โดยข้อตกลงนั้นมีขอบเขตกว้างเกินความจำเป็นในการปกป้องผลประโยชน์ของ Petrofina นั้นขัดต่อน้ำหนักของพยานหลักฐาน (6) ตนเข้าใจผิดว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่ได้เป็นและไม่เคยมีผลผูกพันกับ

จำเลยที่ 1 และ (7) จากพยานหลักฐานและในทุกสถานการณ์ผู้พิพากษาควรจะถือได้ว่าข้อตกลงดังกล่าวมีการสร้างสัญญาที่ถูกต้องและบังคับได้ระหว่าง Petrofina และจำเลยที่ 1

17 ธันวาคม 1965 ผู้พิพากษา LORD DENNING M.R. ได้อ่านคำพิพากษาต่อไปนี้ว่า สถานีบริการน้ำมันเพียงไม่กี่แห่งในอังกฤษและเวลส์ (Wales) ที่มีอิสระในการซื้อหรือขายน้ำมันยี่ห้อใดก็ได้ที่พวกเขาต้อง ซึ่งข้อตกลงของพวกเขาส่วนใหญ่ผูกติดอยู่กับบริษัทน้ำมันแห่งใดแห่งหนึ่งซึ่งยืนยันว่าแบรนด์น้ำมันของตนเองถูกขายให้กับบริษัทอื่นๆ ทั้งหมด ดังนั้นเมื่อคุณเดินทางคุณอาจสถานีบริการน้ำมันซึ่งเกี่ยวข้องกับ Shell ซึ่งทางถัดไปก็อาจจะเป็น Esso และอื่นๆ ซึ่งแต่ละข้อผูกมัดจะถูกพ่วงด้วยข้อตกลงที่เรียกว่าข้อตกลง Solus ภายใต้ข้อตกลง Solus เหล่านี้ บริษัทน้ำมันจะให้แรงจูงใจทางการเงินแก่เจ้าของสถานีบริการน้ำมัน โดยอาจกล่าวได้ว่า เราจะเรียกเก็บเงินจากคุณน้อยกว่าราคาขายส่ง เราจะให้เงินคืนแก่คุณ หรือ (แล้วแต่กรณี) เราจะให้คุณซื้อตั้งแต่หนึ่งแกลลอนแรกจากราคาขายส่งหากคุณตกลงที่จะน้ำมันทั้งหมดของคุณไปจากเราและไม่ซื้อจากบริษัทอื่นใด

เจ้าของก็ยินยอมและยอมรับการพ่วงเงื่อนไขดังกล่าวเพื่อให้ได้รับเงินคืน เขาลงนามในข้อตกลง Solus ซึ่งเป็นแบบฟอร์มสัญญาที่บริษัทน้ำมันได้จัดทำขึ้น จนกระทั่งเมื่อไม่นานมานี้มีคนจำนวนมากสันนิษฐานว่าข้อตกลง Solus เหล่านี้มีผลผูกพันทางกฎหมายและศาลไม่สามารถสอบถามถึงความสมเหตุสมผลของข้อตกลงเหล่านี้ได้ แต่ข้อสันนิษฐานนี้ได้ถูกทำลายแล้ว ว่ากันว่าข้อตกลง Solus เหล่านี้เป็นสัญญาที่มีการจำกัดทางการค้าและไม่ผูกมัดกับเจ้าของสถานีบริการน้ำมัน วันแต่จะสมเหตุสมผล Buckley J. ได้จัดขึ้นในกรณีปัจจุบัน แต่ในกรณีคู่ขนานที่ผู้พิพากษา Mocatta J. ได้ตัดสินกลับตรงกันข้ามเขาถือว่าหลักการเรื่องการจำกัดการแข่งขันทางการค้าจะไม่มีผลบังคับใช้กับข้อตกลง Solus และศาลไม่สามารถสอบถามถึงความสมเหตุสมผลของข้อตกลงดังกล่าวได้โปรดดูที่ Ezzo Petroleum Co. Ltd. v. Harpers Garage (Stourport) Ltd.

ผู้พิพากษา Buckley J. ถือได้ว่าข้อตกลง Solus ของ Petrofina นั้นเป็นโมฆะเพราะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้า ดังนั้นเขาจึงปฏิเสธที่จะออกคำสั่งห้ามไม่ให้ Martin หรือบริษัทใหม่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายน้ำมันของบริษัท Esso แต่มีข้อกำหนดว่า Martin จะไม่โอนกรรมสิทธิ์ตามสัญญานี้ไปยังบริษัทใหม่ในระหว่างรอการพิจารณาอุทธรณ์นี้

ศาลอุทธรณ์ประกอบด้วย Lord Denning, M.R., Harman และ Diplock, L.J.J. ยืนยันการตัดสินในการพิจารณาคดีของผู้พิพากษา Buckley, J. นั่นคือ ข้อตกลงที่มีเงื่อนไขในการยับยั้งทางการค้า แต่ทำเช่นนั้นด้วยเหตุผลพื้นฐานที่แตกต่างกันไปซึ่งก่อนที่จะวิเคราะห์คำตัดสินของศาลอุทธรณ์นั้น จึงควร

พิสูจน์ความได้เปรียบเพื่อตรวจสอบการตัดสินใจในการพิจารณาคดีของผู้พิพากษา Buckley, J.³⁷¹ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของข้อเท็จจริงที่ว่าตามด้วยผู้พิพากษา Mocatta J. ซึ่งเป็นผู้ตัดสินในกรณีนี้ คล้ายคลึงกันซึ่งศาลได้รับรองความถูกต้องของข้อตกลง Solus ในความเป็นจริงการตัดสินใจล่าสุดเหล่านี้มีประวัติมาก่อนในกรณีที่มีการยึดถือข้อตกลงที่มีการพ่วง

ตัวอย่างเช่นเร็วที่สุด ใน Holcombe v. Hewson ข้อตกลงพ่วงระหว่าง brewery company และผู้ประกอบการของร้านขายสุรา ได้รับการยึดถือตราบเท่าที่ผู้ผลิตเบียร์จะจัดหาเบียร์ที่ดีให้ และในทำนองเดียวกันใน Courage and Co., Ltd. v. Carpenter พันธสัญญาได้รับการยึดถือแม้กระทั่งแม้ว่าผู้ผลิตเบียร์จะขึ้นราคา แต่ก็พบว่าการเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นไปอย่างยุติธรรมและสมเหตุสมผล ซึ่งการตัดสินดังกล่าวไม่ได้จำกัดเฉพาะในอุตสาหกรรมสุรา ข้อตกลงของผู้ผลิตถ่านหิน³⁷² และเกลือ³⁷³ ที่จะขายผลผลิตของพวกเขาไปยังบริษัทเดียวเพื่อให้แน่ใจว่ามีการตลาดอย่างเป็นระเบียบในราคาประเมินผลซึ่งได้รับการสนับสนุน และในอุตสาหกรรมยานยนต์ข้อตกลงโดยผู้ซื้อธุรกิจรถโค้ชที่ต้องซื้อน้ำมันทั้งหมดที่จำเป็นสำหรับธุรกิจของเขาจากผู้ขายซึ่งเป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันยังยึดถือ³⁷⁴

แม้จะมีประวัติศาสตร์ของการตัดสินที่สนับสนุนข้อตกลงพ่วง แต่ผู้พิพากษา Buckley, J. ก็ไม่ลังเลที่จะค้นพบว่าข้อตกลงนี้เป็นปัญหาในการค้าอีกครั้ง³⁷⁵

ผู้พิพากษา Buckley, J. จำได้ว่าการจำกัดการแข่งขันในการค้าไม่ใช่เรื่องที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย Per Se อย่างไรก็ตามเขาชี้ให้เห็นว่าต้องเป็นไปตามการทดสอบที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน ซึ่งได้กำหนดเอาไว้ในคดี Nordenfelt v. Maxim Nordenfelt Guns and Ammunition Co., Ltd. ว่า ข้อตกลงดังกล่าวจะต้องมีความสมเหตุสมผลในผลประโยชน์ของคู่สัญญาและสอดคล้องกับผลประโยชน์ของสาธารณชนเพื่อพิจารณาว่าข้อตกลงเป็นไปตามการทดสอบนี้หรือไม่ ผู้พิพากษา Buckley, J. สอบถามก่อนว่าผู้ทำพันธสัญญามีสิทธิตามสมควรในการป้องกันตัวเองจากอะไร แต่ถึงแม้จะตอบได้ก็ยังไม่สามารถตัดสินได้ การสอบถามหลักกว่าพันธสัญญาที่มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ในกรณีของคู่สัญญา

³⁷¹ "Esso Petroleum Co., Ltd. V. Harper's Garage (Stourport), Ltd., [1965] 2 All E. R. 933.."

³⁷² "A.G. Of Commonwealth of Australia V. Adelaide Steamship Co., Ltd., [1913] A. C. 781.."

³⁷³ "North-Western Salt Co., Ltd. V. Electrolytic Alkali Co., Ltd., [1914] A. C. 461.."

³⁷⁴ "Foley V. Classique Coaches, Ltd., [1934] 2 K. B. 1."

³⁷⁵ ในการตัดสินของฉันสัญญาามีข้อจำกัดในการค้าอย่างชัดเจนเนื่องจากมีข้อจำกัดที่นาย Martin ต้องทำหน้าที่จัดการในสินค้าของ Petrofina และกีดกันเขาให้มีทางเลือกที่เป็นอิสระสำหรับแบรนด์น้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ ที่เขาจะเสนอขายที่สถานีบริการน้ำมันของเขา

ดังกล่าว ผู้พิพากษา Buckley, J. พบว่าวัตถุประสงค์ของการจำกัดการแข่งขันทางการค้าคือการตรวจสอบให้แน่ใจว่าจะไม่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของผู้ผลิตรายอื่นที่ไม่ใช่ของ Petrofina ที่สถานีบริการน้ำมันของ Martin นั่นคือ Petrofina ตั้งใจที่จะปกป้องตำแหน่งในการแข่งขันของพวกเขาโดยการเสียสิทธิในการซื้อขายในรูปแบบใดก็ตามของ Martin และ Petrofina อาจคิดว่าตัวเองได้เปรียบที่สุด ถึงแม้ว่าความจริงแล้วนั้น Martin ไม่สามารถซื้อสถานีบริการน้ำมันแห่งนี้ได้ หากไม่ได้เข้าร่วมในข้อตกลงของ Solus และแม้ว่าเขาจะทำข้อตกลงนี้อย่างอิสระก็ตามและได้ตกลงทำข้อตกลงนี้ทั้งๆ ที่ทราบเงื่อนไขอยู่แล้ว โดยไม่มีข้อเสนอแนะที่เป็นการบังคับในส่วนของ Petrofina แต่ผู้พิพากษา Buckley, J. ยังคงรู้สึกว่าการผูกมัดและพบว่า ขัดต่อนโยบายของกฎหมายทั่วไปในการบังคับใช้สัญญาดังกล่าว เว้นแต่ตัวสัญญาเองและสถานการณ์ของคดีเป็นเช่นนั้นเพื่อให้เป็นไปตามการตรวจสอบ ผู้พิพากษา Buckley, J. แน่ใจว่าหมายถึงการตรวจสอบที่วางไว้ในคดี Nordenfelt ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วเป็นการทดสอบในเรื่องของความสมเหตุสมผล จากนั้น ผู้พิพากษา Buckley, J. ก็ยึดมั่นในความสนใจที่ Petrofina กระทำการขายฟุ้งดังกล่าวเพื่อปกป้องตำแหน่งในการแข่งขันของพวกเขาซึ่งไม่ใช่ผลประโยชน์ที่ Petrofina มีสิทธิตามสมควรที่จะได้รับการปกป้อง และผู้พิพากษาได้เรียนรู้เพิ่มเติมพบว่าแม้ว่า Petrofina จะได้รับสิทธิในการปกป้องการแข่งขันตำแหน่งในตลาดตามข้อตกลง Solus ซึ่งเป็นการควบคุมการบริหารสถานีบริการน้ำมันของ Martin ที่ยุ่งยากมากเกินไปจนความจำเป็นสำหรับจุดประสงค์นั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งระยะเวลาที่มีการกำหนดอย่างน้อย 12 ปี ผู้พิพากษา Buckley, J. ให้ความสำคัญกับข้อเท็จจริงเพิ่มเติมซึ่งแตกต่างจากการจำกัดการแข่งขันที่กำหนดไว้ในคดี *Foley v. Classique Coaches, Ltd.* ซึ่งประเภทของการจำกัดการแข่งขันที่กำหนดไว้กับ Martin ไม่ได้เพียงแต่กำหนดไว้สำหรับธุรกิจของเขาเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อธรรมชาติของธุรกิจด้วย ก่อนที่คดี Petrofina จะไปถึงศาลอุทธรณ์มีการตัดสินก่อนหน้านี้ด้วยการตัดสินสองครั้งซึ่งพบว่าข้อตกลง Solus นั้นถูกต้อง คำตัดสินแรกนี้ส่งมอบโดยศาลอุทธรณ์ ประกอบด้วยผู้พิพากษา Lord Denning, M.R., และ Davies and Russell, L.J.J. ในกรณีนี้คือคดี *Regent Oil Co., Ltd. v. Aldon Motors, Ltd.* ซึ่งบริษัทได้ให้เงินจำนวน 8,750 ปอนด์แก่จำเลยที่ทำสถานีบริการน้ำมันโดยในจำนวนนี้ 8,150 ปอนด์ถูกยืมภายใต้ข้อตกลง Solus และในขณะที่เงินที่เหลืออีก 600 ปอนด์ได้รับการค้าประกันโดยการจำนอง ทั้งการจำนองและ Solus ซึ่งสัญญามีข้อความที่จำเลยรับมอบอุปกรณ์ปิโตรเลียมทั้งหมดของพวกเขาจากบริษัทน้ำมันของโจทก์และเงินที่ยืมไปภายใต้ข้อตกลง Solus จะต้องชำระคืนในรูปแบบของการคืนเงินซึ่งจำเลยจะได้รับจากการซื้อน้ำมันของพวกเขาและจำเป็นต้องมีการส่งมอบจาก Regent Oil ดังนั้นข้อตกลงจึงจะคงอยู่เป็นเวลาที่ไม่นาน แม้ว่าจะมี

การคำนวณว่าจะใช้เวลาประมาณกี่ตาม 17 ปีก็ตาม ซึ่งข้อตกลงดังกล่าวได้ทำลงในปี 1960 แต่อย่างไรก็ตามที่ในต้นปี 1965 จำเลยตัดสินใจว่าจะไม่รับน้ำมันเบนซินจากโจทก์อีกต่อไปและจะเริ่มจำหน่ายอีกสองยี่ห้อของผู้ผลิตรายอื่น Regent Oil จึงฟ้องคดีต่อศาลเพื่อร้องขอให้ศาลออกคำสั่งห้ามเพื่อป้องกันเรื่องนี้ไว้และศาลอุทธรณ์ยึดถือการพิจารณาคดีที่มีคำสั่งอนุญาตระหว่างวันที่มีการพิจารณาคดีและคำตัดสินของศาลอุทธรณ์โดยการตัดสินใจของผู้พิพากษา Buckley, J. ในคดี Petrofina ก็ถูกเสนอ

อย่างไรก็ตามศาลอุทธรณ์ได้แยกแยะคดีดังกล่าวคำตัดสินของ Lord Denning มีความเฉพาะเจาะจงที่สุดกล่าวคือ สำหรับการตัดสินของ Buckley, J. ดูเหมือนว่าสำหรับฉันโดยไม่ต้องพูดเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนี้ที่ในขณะนี้ ซึ่งในกรณีไม่ได้มีความก้าวหน้าขนาดนั้น โดยในการให้ส่วนลดโจทก์จะไม่ได้รับดอกเบี้ยจากเงินชั้นสูง ซึ่งสิ่งเดียวที่ต้องพิจารณาในการย้ายไปยัง บริษัทน้ำมันคือข้อเท็จจริงที่ว่าพวกเขามีทางออกสำหรับน้ำมันของพวกเขา หากผู้นำการขายพุ่งออกไปพวกเขาจะไม่ได้อะไรตอบแทนเป็นเงิน และนอกจากนี้ไม่มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่ดินเนื่องจากในกรณีนี้นอกจากนี้ในกรณีที่เป็นวัตถุชะส่วนมากซึ่งสังเกตว่าบริษัท Petrofina พยายามที่จะให้จำเลยดำเนินการและดำเนินการต่อไปจนกว่าจะขาดทุน บริษัทน้ำมันพยายามที่จะยับยั้งจำเลยจึงไม่สามารถปิดกิจการได้ซึ่งจะมีเพื่อดำเนินการต่อจนกว่าจะขาดทุน ก็เพื่อประโยชน์ของบริษัท Petrofina ทั้งหมดเรื่องเหล่านี้ดูเหมือนจะทำให้คดีนี้แตกต่างอย่างมากจากคดี Petrofina

ดังนั้นกรณี The Regent Oil จึงแตกต่างจากกรณีของ Petrofina เพราะในคดี The Regent Oil นั้นมีความสนใจที่จะปกป้องนอกเหนือจากตำแหน่งทางการแข่งขันนั้นคือการโฆษณาที่พวกเขาทำขึ้น อย่างไรก็ตามศาลอุทธรณ์ล้มเหลวในการดำเนินการต่อไปเพื่อพิจารณาคำถามหลักว่าสัญญาขายพ่วง (Tying Agreement) คืออะไร

จากคดี The Regent Oil ตามมาด้วยการตัดสินของผู้พิพากษา Mocatta, J. ในคดี Esso Petroleum Co., Ltd. v. Harper's Garage (Stourport), Ltd. ซึ่งข้อเท็จจริงกรณีนี้คล้ายกับกรณี The Regent Oil ข้อตกลงการขายพ่วงขยายไปถึงสถานีบริการน้ำมัน 2 แห่ง ในสถานีบริการน้ำมันแห่งหนึ่งเอสโซ่มีการจองเพื่อประกันเงินต้น 7,000 ปอนด์ซึ่งเป็นพันธสัญญาในสถานีบริการน้ำมันนี้เป็นเวลา 21 ปี และข้อตกลงเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ คือมีอายุ 4 ปี 5 เดือน ซึ่งเงื่อนไขของข้อตกลง Solus โดยพื้นฐานแล้วจะเหมือนกับในคดี Regent และ Petrofina ซึ่งผู้พิพากษา Mocatta, J. ตามเหตุผลของผู้พิพากษา Lord Denning ในคดี Regent แต่อย่างไรก็ตามเขากล่าวต่อไปว่าคำพิพากษาที่ว่าพันธสัญญาในการค้าที่ตีงเครียนั้นขัดต่อนโยบายสาธารณะดังนั้นจึงถือเป็น

โมฆะและจะไม่ได้นำไปใช้เมื่อพันธสัญญาจำกัดการใช้ดินแดนบางแห่งเท่านั้นแต่สามารถกำหนดได้โดยไม่ต้องมีข้อจำกัดทางการค้ากับผู้ชายหรือบริษัทเป็นการส่วนตัว ซึ่งสิ่งนี้ดูเหมือนจะใช้ได้ในทางทฤษฎี แต่ก็ชัดเจนซึ่งเจ้าของสถานบริการน้ำมันส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยและจะไม่มีฐานะที่จะเปิดสถานบริการน้ำมันอื่นโดยไม่ได้รับความช่วยเหลือทางการเงินจากบริษัทน้ำมันอื่น ซึ่งในกรณีนี้พวกเขาจะต้องไปตกลงทำข้อตกลง Solus กับผู้อื่น

เมื่อเทียบกับพื้นหลังของคดี Petrofina ก่อนที่จะส่งมายังศาลอุทธรณ์แม้จะมีการตัดสินก่อนหน้านี้ในคดี The Regent Oil แต่ศาลอุทธรณ์ก็ได้ถือเป็นเอกฉันท์ว่าข้อตกลง Solus ในคดี Petrofina เป็นการยับยั้งการทางค้าที่ไม่เป็นธรรมดังนั้นจึงเป็นโมฆะ

Lord Denning กล่าวว่าสิ่งที่เขาคิดว่าเป็นหลักการทั่วไปในกรณีเหล่านี้คือ สมาชิกทุกคนในสหภาพมีสิทธิที่จะดำเนินการค้าหรือธุรกิจใดๆ ที่เขาเลือกและในลักษณะเช่นนี้ตามที่เขาคิดว่าเป็นที่พึงปรารถนาที่สุดในตัวเขาเอง トラบใดที่เขาไม่ได้ทำอะไรผิดกฎหมาย ด้วยผลที่ตามมาว่าสัญญาใดๆ ที่ขัดขวางการใช้สิทธิทางการค้าหรือธุรกิจของเขาโดยการจำกัดเขาในงานที่เขาอาจทำเพื่อผู้อื่นหรือการเตรียมการที่เขาอาจทำกับผู้อื่นเป็นสัญญาในการจำกัดการแข่งขันทางการค้ามันไม่ถูกต้องเว้นแต่จะมีความสมเหตุสมผลระหว่างคู่กรณีและไม่เป็นอันตรายต่อประโยชน์สาธารณะ

อีกทั้ง Lord Denning ยังตระหนักถึงความจริงที่ว่า เป็นวิธีการของการเปลี่ยนแปลงการซื้อขายดังนั้นพื้นที่แห่งการจำกัดการแข่งขันจึงขยายออกไป และยังกล่าวอีกว่า หากจะทำให้กฎหมายบรรลุดุจดประสงค์ต้องก้าวให้ทันพวกเขา จากอำนาจของ Lord Denning จากนั้นดำเนินการตรวจสอบข้อตกลงขายพ่วงในการค้าขายของโรงเบียร์เขาพบว่าข้อตกลงเหล่านี้ได้รับการยึดถือตามเหตุผลดังกล่าวแล้วเนื่องจากการจำกัดการแข่งขันบางส่วนและการพิจารณาก็เพียงพอและการจำกัดการแข่งขันดังกล่าวนั้นก็สมเหตุสมผล โดย Lord Denning พบกับความใกล้เคียงในการเปรียบเทียบกับกรณีของ Petrofina ในการตัดสินของกรณีโรงเบียร์และก่อนหน้านี้ และพบว่าข้อตกลง Solus ไม่ใช่ข้อตกลงที่ไม่ดีโดยอัตโนมัติ

ที่ปรึกษาของ Petrofina แย้งว่าข้อตกลงดังกล่าวมีเหตุผลเนื่องจากการจำกัดการแข่งขันเพียงด้านเดียวของธุรกิจหลายอย่างเช่น การขายน้ำมันไม่ใช่การขายรถยนต์ ชิ้นส่วนและอื่นๆ แต่ Lord Denning ปฏิเสธสิ่งนี้โดยระบุว่า ฉันไม่คิดว่าการจำกัดการแข่งขันจะสมเหตุสมผลเพียงเพราะมันถูกจำกัดอยู่ในด้านหนึ่งของธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามถ้าหากว่า Petrofina จะปกป้องตนเองในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เช่น การค้าปิโตรเลียม ซึ่งวิธีการที่สมเหตุสมผลโดยข้อตกลง Solus

ดังนั้นฉันจึงถือได้ว่าไม่ใช่ทุกข้อตกลง Solus จะส่งผลเสียโดยอัตโนมัติ และหากจะถือว่าไม่สมควรจะต้องมีบางอย่างที่มากกว่าข้อจำกัดในการได้รับอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องน้ำมันจากผู้ผลิต

เมื่อถึงจุดนี้ในการตัดสินของเขาดูเหมือนจะไม่สอดคล้องกัน Lord Denning รู้สึกว่าข้อตกลงอาจไม่มีเหตุผลเพียงเพราะเป็นการจำกัดการแข่งขันเพียงด้านเดียวของธุรกิจ เช่น ในเรื่องของการขายน้ำมัน แต่ในขณะที่เดียวกันเขาก็บอกว่าต้องมีอะไรบางอย่างมากกว่าข้อจำกัดในการได้รับผลิตภัณฑ์น้ำมันต่างๆ ซึ่งหากข้อตกลงคือการกระทำที่ไม่มีเหตุผลไม่ว่าในกรณีใด Lord Denning ก็สามารถค้นหาบางสิ่งบางอย่างเพิ่มเติม ประการแรกเขารู้สึกว่าระยะเวลาของข้อตกลงนานเกินไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคำนึงถึงความจริงที่ว่าผู้ประกอบการถูกบังคับให้บริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันตามข้อตกลงของ Petrofina เป็นเวลาถึง 20 ปี Lord Denning รู้สึกว่าถ้าเป็นเวลา 2 ปีตามข้อตกลงของ Esso ก็อาจจะสมเหตุสมผล แต่อย่างไรก็ตามปัญหาเกิดขึ้นในกรณีนี้ นอกจากนี้การที่ให้เจ้าของสถานีบริการน้ำมันที่บริการขาดทุนเป็นเวลา 2 ปีแทนที่จะกำหนดเป็น 20 ปีมากกว่าหรือไม่ ซึ่งในระยะสั้นทำไมศาลไม่เพียงแค่ประกาศว่าข้อตกลงเหล่านี้เป็นโมฆะในหลักการ

Lord Denning ยังรู้สึกอีกว่าข้อตกลงดังกล่าวไม่มีเหตุผลในการส่งเสริมการโฆษณาอื่นที่ไม่ใช่น้ำมันของ Petrofina เช่นกัน เช่นเดียวกับการบังคับให้เจ้าของถ้าเขาต้องการขายสถานีบริการน้ำมันเขาต้องให้ผู้ซื้อชำระผูกพันทั้งหมด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นจุดที่ต้องอีกครั้ง แต่แทนที่จะถอนออกจากข้อตกลง Solus แต่มันจะดูเหมือนง่ายกว่ามากหากมีการประกาศว่าข้อตกลงของพวกเขาตกเป็นโมฆะตามหลักการ ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นการเพิ่มความแน่นอนในปัจจุบันที่ดูเหมือนยังห่างไกลจากความแน่นอน ผู้พิพากษา Harman, L.J. พบว่าข้อตกลงไม่สมเหตุสมผลจึงเชื่อถือได้ส่วนใหญ่จะอยู่ในประโยคที่ต้องการของ Martin กล่าวคือ หากเขาต้องการขายสถานีบริการน้ำมันเพื่อเป็นการบังคับให้ผู้ซื้อที่คาดหวังชำระหนี้ที่ทั้งหมดของเขาภายใต้ข้อตกลง Solus และผู้พิพากษา Diplock, L.J. ยังพบอีกว่าข้อตกลงจะไม่มีเหตุผลโดยอาศัยเงื่อนไขของข้อตกลงเดียวกันกับที่มีของ Lord Denning

บางทีอาจเป็นแง่มุมที่น่าทึ่งที่สุดของคำตัดสินของศาลอุทธรณ์ในกรณีของ Petrofina คือการหลีกเลี่ยงการตัดสินก่อนหน้านี้เกือบทั้งหมด ในคดี The Regent Oil Lord Denning ซึ่งเป็นผู้พิพากษาเพียงคนเดียวที่เป็นประธานในการตัดสินทั้ง 2 ครั้งเขาไม่เคยอ้างถึงคดี The Regent Oil ในการตัดสินของเขา ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าคดี The Regent Oil เกิดขึ้นก่อนศาลอุทธรณ์ในการอุทธรณ์โดยชอบด้วยกฎหมายและคำถามว่าข้อตกลง Solus เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าหรือไม่นั้นไม่จำเป็นต้องได้รับคำตอบ แต่อย่างไรก็ตามศาลในของการอุทธรณ์มีความชัดเจนว่าเป็นข้อตกลงที่ถูกตัดโดยเฉพาะอย่างยิ่งตั้งแต่นั้นมา The Regent Oil มีความก้าวหน้าเช่นเดียวกับตำแหน่งของ

การแข่งขันของพวกเขาซึ่งศาลอุทธรณ์ไม่ได้ไม่อนุมัติคำตัดสินโดยเฉพาะของผู้พิพากษา Mocatta, J. ในคดี Esso

ผลที่ตามมาคือข้อตกลง Solus นั้นมีขึ้นเพื่อเพื่อปกป้องตำแหน่งในการแข่งขันของบริษัทน้ำมันแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่มีเหตุผล อย่างไรก็ตามบริษัทน้ำมันควรใช้การจำหน่ายในสถานที่เป็นหลักประกันเพื่อเป็นการค้าประกันเพียงเล็กน้อย ซึ่งการจำหน่ายดังกล่าวจะให้ดอกเบี้ยเพิ่มเติมที่จำเป็นสำหรับศาลในการพบว่าข้อตกลง Solus เป็นการค้าที่สมเหตุสมผลที่การจำกัดการแข่งขัน เพราะบริษัทน้ำมันมีสถานะการในแข่งขันสูงเกินกว่าจะป้องกันได้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าศาลในอนาคตจะไม่ตีความการตัดสินของ Petrofina ในลักษณะที่จำกัดนี้ แต่ในปัจจุบันมีปรากฏแต่ในปัจจุบันมีปรากฏจะไม่มีอะไรที่จะป้องกันไม่ให้พวกเขาทำเช่นนั้นหากพวกเขาเลือกบริษัทน้ำมันส่วนใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทน้ำมันส่วนใหญ่ที่ประกอบธุรกิจในสหราชอาณาจักรและในแคนาดาจะเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีสิ่งที่น่าสนใจที่บริษัททยอยเหล่านี้พยายามที่จะดำเนินการตามข้อตกลงขายพ่วงซึ่งบริษัทแม่ในสหรัฐอเมริกาถูกขัดขวางไม่ให้ทำผ่านมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton Act ซึ่งกรณีแรกของชาวอเมริกันที่ไม่เห็นด้วยโดยเฉพาะเกี่ยวกับข้อตกลงการขายพ่วง (Tying Agreements) ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทน้ำมันและตัวแทนจำหน่ายของพวกเขาคือคำตัดสินของศาลฎีกาแห่งสหรัฐอเมริกาในคดี Standard Oil Company of California v. United States. ซึ่งในคดีนั้นผู้พิพากษา Frankfurter พุดแทนศาลว่ามีความเห็นว่าข้อตกลงในการขายพ่วงนั้นแทบจะไม่ได้มีจุดประสงค์ใดๆ เลย นอกเหนือจากการป้องกันไม่ให้มีการแข่งขัน โดยชี้ให้เห็นว่าหากผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตมีคุณสมบัติเหนือกว่าของคู่แข่งจริงๆ แล้วผู้ซื้อก็จะเลือกที่จะซื้ออยู่ที่ โดยศาลตัดสินให้ผลของสัญญาดังกล่าวละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ซึ่งก็มีคดีลักษณะนี้อีกหลายคดี และกรณีล่าสุดคือของศาล Eastern District Court of Pennsylvania ในคดี United States v. Sun Oil Company ศาลชั้นต้นพิพากษาว่า Sun Oil มีการทำข้อตกลงการขายแต่เพียงผู้เดียวของบริษัท (มีลักษณะคล้ายกับข้อตกลง Solus) กับสถานีบริการน้ำมันอิสระมากกว่า 6,500 แห่งในการขายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและ TBA (ยางรถยนต์ แบตเตอรี่และอุปกรณ์เสริม) ซึ่งเป็นการการละเมิดมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton โดยศาลเห็นว่าเป็นผลของข้อตกลงเหล่านี้ในการขายน้ำมันเบนซินยี่ห้อที่แข่งขันในชื่อเช่นเดียวกับน้ำมันเครื่อง น้ำมันหล่อลื่นและ TBA ก็ถูกกำจัดไปแล้วจากสถานีบริการน้ำมันเหล่านั้นที่เชื่อมโยงกับ Sun Oil

ในขณะที่กรณีเหล่านี้ในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผลมาจากการฟ้องร้องภายใต้ข้อกำหนดทางกฎหมายที่เฉพาะเจาะจงจึงไม่ควรถูกยกเลิกเพราะว่าไม่เกี่ยวข้องโดยศาลแคนาดา เนื่องจากการยับยั้งการแข่งขันทางการค้าโดยพื้นฐานแล้วเป็นเรื่องของนโยบายสาธารณะและปรัชญาเศรษฐกิจ ซึ่งเบื้องหลังของนโยบายนั้นเป็นเรื่องธรรมดาในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรและแคนาดา ซึ่งในปัจจุบันในทางนิติศาสตร์ของแคนาดาไม่มีข้อตกลงในด้าน Solus หรือข้อตกลงซื้อขายแต่เพียงผู้เดียว แต่อย่างไรก็ตาม TBA Report³⁷⁶ ล่าสุดทำให้เกิดความชัดเจนว่าแนวปฏิบัติที่ดำเนินการในสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมน้ำมันในแคนาดาโดยคณะกรรมการการสรุปโดยระบุว่า

เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าศาลของแคนาดาควรเลือกที่จะใช้การตัดสินของคดี Petrofina ต่ออุตสาหกรรมปิโตรเลียมของแคนาดาพวกเขาจะได้ไม่มีปัญหาในการค้นหาสถานการณ์จริงเพื่อเปรียบเทียบกับคดีที่อ้างถึงใน สหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการส่งเสริมเพิ่มเติมในการฟ้องคดีในกรณีดังกล่าวโดยสันนิษฐานได้ว่าได้ผ่านมาตรา 32 (1) (c) ของพระราชบัญญัติ Combines Investigation ซึ่งก่อนหน้านี้จะมีโอกาสประสบความสำเร็จเพียงเล็กน้อยแต่ในตอนนี้จะได้รับการสนับสนุนจากคนทั่วไปซึ่งกฎหมายที่ใช้บังคับของการตัดสินของ Petrofina อาจนำไปสู่ความเชื่อมั่นดังกล่าว ดังนั้นการตัดสินใจของคดี Petrofina จึงมีผลอย่างมาก ทั้งในทางคดีและทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมน้ำมันของแคนาดา

ตามที่ระบุไว้ก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตามเห็นได้ชัดว่าศาลอุทธรณ์จำกัดการตัดสินของคดี Petrofina ให้อยู่ในสถานการณ์ที่บริษัทน้ำมันไม่มีอะไรจะป้องกันนอกจากตำแหน่งของการแข่งขันในตลาด ซึ่งหากมีผลประโยชน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีก ก็มีความเป็นไปได้สูงที่จะถือได้ว่ามีความสมเหตุสมผลของข้อตกลงว่า Solus หรือข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว นี้เป็นคดีที่โชคร้ายเพราะไม่เพียงแต่สำหรับแต่ข้อตกลงการพ่วงที่กำหนดไว้เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการประชาชนที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการแข่งขันที่แท้จริงคือจากบริษัทน้ำมันอีกด้วย

คำถามนี้เกี่ยวข้องกับการใช้งานโดยผู้จัดจำหน่ายน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมของการบังคับแบบเต็มรูปแบบในการซื้อโดยตรงและการเข้าถึงตลาดข้อตกลงในการจัดจำหน่ายน้ำมันเบนซินและผลิตภัณฑ์ในสถานีบริการน้ำมันให้กับพวกเขา เครือข่ายตัวแทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมัน สัญญาที่

³⁷⁶ Greases Restrictive Trade Practices Commission Report on an Inquiry into Distribution and Sale of Automotive Oils, Anti-Freeze, Additives, Tires, Batteries, Accessories, and Related Products; R.T.P.C. , Report No.18

ใช้เชื่อมโยงตัวแทนจำหน่ายประเภทต่างๆ กับผู้ผลิตหลักระบุว่า ยกเว้นในกรณีที่ตัวแทนจำหน่ายเป็นลูกจ้างโดยผู้จัดจำหน่ายหรือรับน้ำมันเบนซินมาจากการส่งมอบน้ำมันเบนซินที่ถูกขายให้กับตัวแทนจำหน่ายตามข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น ซึ่งได้กลายเป็นเครือข่ายของสถานีบริการน้ำมันที่เกี่ยวข้องกับประเทศนี้เฉพาะในน้ำมันเบนซินของผู้ผลิตที่เกี่ยวข้อง

คำตัดสินของศาลอุทธรณ์

กล่าวโดยสรุป ศาลอุทธรณ์ตัดสินในคดีนี้โดยถือว่า (1) ข้อตกลง Solus ข้างต้นกล่าวคือ ข้อตกลงที่จำกัดการจัดหาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม น้ำมันเบนซิน น้ำมันหล่อลื่นและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้กับสถานีบริการน้ำมันให้กับผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งซึ่งข้อตกลงดังกล่าวไม่ใช่ข้อตกลงที่เป็นเงื่อนไขของสัญญาเช่าหรือการจ้างแต่เป็นข้อตกลงในการจำกัดการแข่งขันทางการค้าและด้วยเหตุนี้แม้ว่าข้อตกลง Solus ในขั้นต้นจะไม่เลวร้ายโดยทันทีแต่ก็ไม่ถูกต้อง เว้นแต่การจำกัดการแข่งขันทางการค้าดังกล่าวนี้จะสมเหตุสมผลระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายและไม่เป็นอันตรายต่อผลประโยชน์สาธารณะ (2) ในกรณีนี้ Petrofina ล้มเหลวในการตอบสนองต่อศาลว่า ข้อตกลง Solus มีการกำหนดข้อจำกัดที่ไม่เกินสมควรเนื่องจาก (a) ข้อตกลงดังกล่าวมีข้อกำหนดที่กำหนดให้ Martin ในการขายน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันเพื่อให้ได้ผู้ซื้อเพื่อรับภาระผูกพันของข้อตกลง Solus และอาจทำให้สถานีบริการน้ำมันไม่สามารถขายได้และ (b) ระยะเวลาในการผูกของข้อตกลงที่มีการพ่วงนั้น 12 ปีขึ้นไปซึ่งนานเกินไปและ (c) มีข้อจำกัดในการใช้น้ำมันเครื่องที่มากจนเกินไป ดังนั้นข้อตกลง Solus นี้จึงเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่มีเหตุผลและไม่สมควรบังคับใช้

กฎหมายที่เกี่ยวกับการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น การจำกัดการแข่งขันทางการค้ากรณีการห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งตามมาตรา 101 TFEU ภายใต้กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป มีบทมาตรานี้เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการจำกัดการแข่งขัน กรณีการห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่ง คือมาตรา 101 TFEU โดยจะแบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกเป็นบทห้ามมิให้กระทำการจำกัดการแข่งขันโดยปรากฏในมาตรา 101 (1) ส่วนที่สองเป็นการอนุญาตให้กระทำการจำกัดการแข่งขันโดยบทยกเว้นของกฎหมายตามมาตรา 101 (3) ตามมาตรา 101 (1) นี้เป็นบทบัญญัติห้ามมิให้ผู้ประกอบการร่วมกันกระทำการใดๆ อันก่อให้เกิดการบิดเบือนหรือจำกัดการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อตลาดร่วมในระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกันโดยจะควบคุมในลักษณะของข้อตกลง การตัดสินใจ และการปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเพื่อมิให้เกิดการจำกัดการแข่งขัน

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรป ได้มีการจำแนกพฤติกรรมในการห้ามไม่ให้ทำธุรกิจกับคู่แข่ง (Exclusive dealing) โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทกล่าวคือ

1. การกำหนดตัวผู้ซื้อ (Exclusive purchasing) หมายถึง การที่ผู้ซื้อตกลงที่จะซื้อสินค้าจากผู้ขายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว

2. การกำหนดตัวผู้ขาย (Exclusive supply) หมายถึง การที่ผู้ขายตกลงที่จะขายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อสินค้าแต่เพียงผู้เดียวซึ่งรวมถึงการที่ผู้ผลิตมอบหมายให้ผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าของผู้ผลิตแต่เพียงผู้เดียวในอาณาเขตใดอาณาเขตหนึ่ง

ซึ่งพฤติกรรมการห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งทั้งสองประเภทยังมีเป้าหมายที่จะสงวนหรือรักษาผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตแล้วแต่กรณี ไม่ให้ทำการค้าขายหรือทำธุรกิจอื่นใดกับผู้ประกอบการรายอื่นที่เป็นคู่แข่ง ดังจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมทั้งสองประเภทยังเปรียบเสมือนกระจกที่สะท้อนกันและกัน กล่าวคือ ลักษณะและข้อตกลงทั้ง 2 ประเภทนี้มีความคล้ายคลึงกันแตกต่างกันเพียงสถานะของผู้ตกลงเท่านั้น อย่างไรก็ตามไม่ว่าการตกลงห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่ง (Exclusive dealing) จะเป็นการตกลงที่อยู่ในประเภทใดถ้าการตกลงนั้นเข้าองค์ประกอบเงื่อนไขตามมาตรา 101 (1) TFEU การตกลงนั้นย่อมเป็นความผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU

องค์ประกอบในเรื่องของความรับผิดตามมาตรา 101 TFEU มีดังต่อไปนี้

มีการกระทำที่เป็นการสมคบกันหรือทำข้อตกลงร่วมกันเกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการ การกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการนั้นมีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบในการแข่งขันทางการค้า และการกระทำอันเป็นการจำกัดการแข่งขันนั้นส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิก

ดังนั้น หากการตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้า กรณีการห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่ง (Exclusive dealing) เข้าองค์ประกอบเงื่อนไขความผิดทั้ง 3 ประการข้างต้นแล้วย่อมถือเป็นความผิดตามมาตรา 101 (1) TFEU อย่างไรก็ตามด้วยเหตุที่กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของสหภาพยุโรปยอมรับว่าพฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันบางกรณีอาจก่อให้เกิดประโยชน์กับระบบเศรษฐกิจและต่อตัวผู้บริโภคได้ TFEU จึงได้มีการบัญญัติข้อยกเว้นไว้ในมาตรา 101 (3) TFEU ซึ่งถือได้ว่าเป็นบทบัญญัติที่เปิดโอกาสให้พฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันสามารถกระทำได้ หากเข้าเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งด้วย

ในเรื่องของข้อยกเว้นในการพิจารณาอนุญาตให้พฤติกรรมการจำกัดการแข่งขัน กรณีการห้ามมิให้ทำธุรกิจกับคู่แข่งเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องพิจารณาตามบทบัญญัติมาตรา 101 (3) TFEU เป็นหลัก แต่เนื่องจากตามมาตรา 101 (3) TFEU เป็นการบัญญัติถ้อยคำอย่างกว้างเพื่อเปิดโอกาสให้ศาล

ใช้ดุลยพินิจในการตีความและปรับใช้เข้ากับสภาพตลาดและพฤติกรรมแวดล้อมที่เกิดขึ้น ศาลจึงจำเป็นต้องนำหลักแห่งเหตุผล (Rule of reason) มาใช้

อย่างไรก็ตามเนื่องจากบทบัญญัติในมาตรา 101 (3) TFEU นั้นเป็นการบัญญัติเอาไว้อย่างกว้างคณะกรรมการสหภาพยุโรปจึงได้มีการบัญญัติหลักเกณฑ์ในการขยายความในเรื่องของข้อยกเว้นที่สามารถกำหนดในข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวตั้งได้ หากเงื่อนไขเป็นไปตามที่กำหนดเอาไว้ตาม Regulation 330/2010

3.2.6 คำพิพากษาเกี่ยวกับการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองนั้น

3.2.6.1 CEPSA Estaciones de Servicio SA v LV Tobar e Hijos SL

ตัดสินโดย Court of Justice of the European Union

ตัดสินเมื่อ 11 กันยายน 2008

ข้อเท็จจริง

เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 1996 Cepsa ซึ่งเป็นบริษัทผู้เป็นเจ้าของแบรนด์สถานีบริการน้ำมัน และเป็นผู้ผลิตน้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมต่างๆ และ Tobar ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันของ Cepsa ได้ตกลงกันในการทำข้อตกลงสถานีบริการน้ำมันสำหรับการใช้ชื่อแบรนด์ของ Cepsa รวมทั้งภาพลักษณ์ ความช่วยเหลือด้านเทคนิค การค้าและการจัดหาตามพื้นฐานของตัวแทน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (ข้อตกลงที่มีปัญหาในหลักกระบวนการพิจารณา)³⁷⁷ ซึ่งตามข้อตกลงนั้น Tobar มีหน้าที่พิเศษเฉพาะในการซื้อยานยนต์และเชื้อเพลิงอื่นๆ ตลอดจนน้ำมันหล่อลื่น และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจาก Cepsa เท่านั้น (ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม) เพื่อขายต่อในสถานีบริการน้ำมันตามราคาขายต่อ เงื่อนไขและวิธีการขายและธุรกิจที่กำหนดโดยผู้ผลิตซึ่งได้แก่ Cepsa เท่านั้น โดยข้อตกลงดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลา 10 ปีและสามารถขยายได้อีกเป็นระยะเวลา 5 ปีต่อเนื่องกัน โดยทำข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 6 เดือน ภาระผูกพันในการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะมาพร้อมกับข้อห้ามการแข่งขันซึ่งห้ามไม่ให้ Tobar ขายหรือส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งของผู้ผลิตหรือไม่ให้เข้าร่วมแคมเปญดังกล่าวทั้งภายในสถานีบริการน้ำมัน และในพื้นที่โดยรอบ³⁷⁸

³⁷⁷ "In Case C 279/06, Reference for a Preliminary Ruling under Article 234 Ec from the Audiencia Provincial De Madrid (Spain) Cepsa Estaciones De Servicio Sa V Lv Tobar E Hijos S", , " ใน [InfoCuria Case-law](#) (Audiencia Provincial de Madrid (Spain), 16 June 2006). Paragraph 15.

³⁷⁸ Ibid., Paragraph 16.

Tobar ต้องจ่ายเงินให้แก่ Cepsa ตามราคาของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมภายใน 9 วันนับจากวันที่ส่งมอบสินค้าไปยังสถานีบริการน้ำมันและนอกจากนี้ Tobar ยังต้องส่งมอบหนังสือค้ำประกันจากธนาคารให้แก่ Cepsa ในวันที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเป็นครั้งแรก ซึ่งหนังสือค้ำประกันจากธนาคารนั้นจะมีเงินจำนวนทั้งหมดที่เทียบเท่ากับการจัดหาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมจำนวน 15 วัน ซึ่ง Cepsa สามารถบังคับชำระหนี้เอาจากหนังสือค้ำประกันได้หาก Tobar ไม่สามารถชำระเงินได้ตรงเวลาหรือหากจำเป็นต้องบังคับใช้เงินค้ำประกันดังกล่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ Tobar ต้องจ่ายให้กับผู้ผลิตหรือ Cepsa ล่วงหน้า โดย Tobar จะได้รับโดยค่าตอบแทนเป็นค่าคอมมิชชั่นของตลาดสำหรับแต่ละสถานีบริการน้ำมัน และในการชำระเงินให้กับ Cepsa จะมีการกำหนดตามจำนวนลิตรที่ส่งไปยังสถานีบริการน้ำมันนั้น โดยหักจากราคาขายต่อที่กำหนดโดย Cepsa ซึ่งรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) จากจำนวนค่าคอมมิชชั่นรวมทั้งภาษีมูลค่าเพิ่ม³⁷⁹

ในส่วนของการข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรต้นทุนและความเสี่ยงจะเห็นได้ชัดจากคำสั่งเพื่อการอ้างอิงว่า Tobar จำเป็นต้องรับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมทันทีที่ได้รับจากผู้ผลิตในถังเก็บซึ่งรวมถึง ความเสี่ยงในความคลาดเคลื่อนของปริมาณผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและเพื่อให้อยู่ในสถานะที่เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีการสูญหายหรือเสื่อมสภาพ Tobar ต้องรับผิดชอบกับผู้ผลิตและต่อบุคคลภายนอกสำหรับการสูญหาย การปนเปื้อนหรือการปลอมปนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเหล่านั้นและความเสียหายที่เกิดจาก Tobar ยิ่งไปกว่านั้น Tobar ยังต้องรับประกันและรับผิดชอบต่อลูกค้าที่ลงทะเบียนผ่าน Tobar สำหรับการใช้จ่ายบัตรเครดิต CEPASA CARD หรือผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครดิตโดยตรง นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการจัดหาเงินทุนในสัดส่วนเล็กน้อยของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้บัตรสะสมคะแนน CEPASA³⁸⁰

ในส่วนของ Cepsa จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและค่าติดตั้งและรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้าในสถานีบริการน้ำมัน โดยจะมีการโอนถังน้ำมันและปั๊มไปยัง Tobar ซึ่ง Tobar จำเป็นต้องใช้เพื่อขายผลิตภัณฑ์ของ Cepsa เท่านั้นและต้องส่งคืนให้ Cepsa เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาที่กำหนดไว้ในข้อตกลง อย่างไรก็ตาม Tobar จำเป็นต้องให้การรับประกันตามอุปสงค์ในครั้งแรก เพื่อสนับสนุน Cepsa เพื่อให้ครอบคลุมมูลค่าของการติดตั้งทางเทคนิค³⁸¹

³⁷⁹ Ibid., Paragraph 17.

³⁸⁰ Ibid., Paragraph 18.

³⁸¹ Ibid., Paragraph 19.

เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2001 Cepsa ได้ส่งจดหมายถึง Tobar เพื่ออนุมัติให้ลดราคาขายต่อผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อรายรับของ Cepsa³⁸²

ในช่วงปี 2003 หลังจาก Cepsa ส่งจดหมายหลายฉบับถึง Tobar แต่ Tobar ก็หยุดรับพัสดุจาก Cepsa และปกปิดโลโก้ของ Cepsa ที่ติดตั้งในสถานีบริการน้ำมัน³⁸³

ในช่วงปี 2004 Tobar ได้ดำเนินการฟ้องร้อง Cepsa เพื่อขอยกเลิกข้อตกลงที่เป็นประเด็นในการดำเนินการหลักโดยอ้างว่าเงื่อนไขในข้อตกลงขัดแย้งกับมาตรา 81 EC และวัตถุประสงค์ของข้อตกลงไม่ชอบด้วยกฎหมายเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า การกำหนดราคาขายของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมให้อยู่ในดุลยพินิจของ Cepsa แต่เพียงผู้เดียว และ Tobar ก็ได้มีการยื่นขอค่าเสียหายด้วย³⁸⁴

Cepsa ได้แย้งโดยอ้างข้อดีของการกระทำนั้นและฟ้องแย้งเรียกร้องการปฏิบัติตามข้อตกลงนั้นหรือการยกเลิกหากไม่สามารถดำเนินการได้ ในขณะที่เรียกร้องค่าชดเชยสำหรับความเสียหายที่ได้รับ³⁸⁵

เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2005 Juzgado de Primera Instancia No 3 de Madrid (ศาลชั้นต้นที่ 3 กรุงมาดริด) (ประเทศสเปน) ยกเลิกข้อตกลงนั้นเนื่องจากขัดแย้งกับมาตรา 81 (1) EC หรือ Commission Regulation 1984/83 และ 2790/1999 Cepsa จึงยื่นอุทธรณ์คำตัดสินดังกล่าวต่อศาลที่อ้างถึง³⁸⁶

ในสถานการณ์ดังกล่าว Audiencia Provincial de Madrid (ศาลจังหวัดมาดริด) (ประเทศสเปน) ได้ตัดสินที่จะดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปและส่งคำถามต่อไปยังศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปเพื่อพิจารณาคดีเบื้องต้น³⁸⁷ ซึ่งแบ่งเป็นคำถามย่อย ดังต่อไปนี้

มาตรา 81 (1) EC ถูกตีความว่าหมายความว่าข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวภายใต้ชื่อแบรนด์ที่ได้ทำในปี 1996 โดยผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันที่กำหนดให้ขายเฉพาะยานยนต์และเชื้อเพลิงอื่นๆ ของผู้ผลิตตามระยะเวลาที่กำหนดและมีการตกลงที่จะไม่ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวที่จัดหาโดยผู้ผลิตรายอื่น เพื่อให้อยู่ในขอบเขตของข้อกำหนดนั้นครบ

³⁸² Ibid., Paragraph 20.

³⁸³ Ibid., Paragraph 21.

³⁸⁴ Ibid., Paragraph 22.

³⁸⁵ Ibid., Paragraph 23.

³⁸⁶ Ibid., Paragraph 24.

³⁸⁷ Ibid., Paragraph 25.

เท่าที่ภาระผูกพันที่กำหนดไว้ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อตกลงการไม่แข่งขันซึ่งแม้ว่าข้อตกลงนั้นอาจให้ความสำคัญกับการค้าแต่จะถือว่าเป็นข้อตกลงตัวแทนหรือไม่

หากข้อตกลงอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 81 (1) เป็นไปได้หรือไม่ที่จะอ้างประโยชน์จากการยกเว้นจากข้อห้ามหากเป็นไปตามข้อกำหนดของ Commission Regulation 1984/83 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวกับระยะเวลา

หากเป็นเช่นนั้นข้อเท็จจริงที่ว่าตามมาตรา 10 และ 12 ของกฎข้อบังคับนั้นอนุญาตให้มีการกำหนดระยะเวลาของข้อตกลงการไม่แข่งขันเกิน 5 ปีได้ เพื่อเป็นการพิจารณาในการให้ข้อได้เปรียบทางการค้าหรือทางการเงินผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันต้องการข้อได้เปรียบทางการค้าหรือทางการเงินเหล่านั้นเป็นอย่างมากหรือเพียงพอหรือไม่ที่จะไม่มีนัยยะสำคัญ บทบัญญัติเหล่านั้นสามารถตีความเป็นความหมายได้หรือไม่ว่าข้อได้เปรียบทางการค้าหรือทางการเงินดังกล่าวที่ได้มอบให้ในข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวภายใต้ชื่อแบรนด์สินค้าซึ่งผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการติดตั้งและรักษาภาพลักษณ์แบรนด์สินค้าในสถานีบริการน้ำมันหรือการถ่ายโอนถึงเชื้อเพลิงและปั๊มที่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันไม่สามารถใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ผลิตแต่เพียงผู้เดียว สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้จัดหาในรุ่นหลังและจะต้องส่งคืนเมื่อเลิกใช้ตามที่ได้รับอนุญาตและเป็นมูลค่าที่ครอบคลุมโดยการรับประกันตามความต้องการครั้งแรกที่ผู้ประกอบการสถานีให้บริการเพื่อประโยชน์ของผู้ผลิต

หากไม่ควรใช้การยกเว้นนั้นความเป็นโมฆะโดยอัตโนมัติที่ระบุไว้ในมาตรา 81 (2) EC จะมีผลต่อข้อตกลงทั้งหมดหรือไม่

คำวินิจฉัยของศาล

ศาลถือตามวรรค 38 ของ CEEES ว่าข้อตกลงแนวดิ่งเช่นข้อตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันจะตกอยู่ภายใต้มาตรา 85 (มาตรา 81 และได้แก่มาตรา 101 ในปัจจุบัน) ของสนธิสัญญา ได้แก่ ข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวในกรณีที่ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจที่เป็นอิสระและเป็นข้อตกลงระหว่างสองกิจการ³⁸⁸ แต่อย่างไรก็ตามจะต้องชี้ให้เห็นว่าข้อเท็จจริงที่ว่าผู้ประกอบการมีความเสี่ยงเพียงเล็กน้อยเท่านั้นไม่ได้ทำให้มาตรา 81 EC มีผลบังคับใช้ เนื่องจากผู้ประกอบการดังกล่าวไม่ได้กลายเป็นผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจที่เป็นอิสระเมื่อขายน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับบุคคลที่สาม ซึ่งใน

³⁸⁸ Ibid., Paragraph 35.

กรณีนี้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้ผลิตจะเหมือนกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวการและตัวแทน³⁸⁹

นอกจากนี้แม้ว่าในกรณีของข้อตกลงตัวแทนจะมีเพียงภาระผูกพันที่กำหนดไว้กับคนกลางที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าให้กับบุคคลที่สามในนามของตัวการรวมถึงการกำหนดราคาขายต่อซึ่งอยู่นอกขอบเขตของมาตรา 81 EC แต่ในทางตรงกันข้ามความพิเศษและข้อห้ามในการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแทนและตัวการ เนื่องจากผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจอิสระสามารถละเมิดกฎการแข่งขันได้จนถึงขณะที่พวกเขาปิดกั้นตลาดที่เกี่ยวข้องซึ่งข้อห้ามที่ระบุไว้ในมาตรา 81 (1) EC จึงมีผลบังคับใช้กับข้อตกลงเหล่านั้น³⁹⁰ ซึ่งหากการตรวจสอบในเรื่องของความเสียหายซึ่งนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจภายใต้ความหมายของมาตรา 81 EC ในเรื่องการขายสินค้าให้กับบุคคลที่สาม การกำหนดราคาขายต่อของสินค้าเหล่านั้นถือเป็นการจำกัดการแข่งขันซึ่งระบุไว้โดยชัดแจ้งในมาตรา 81 (1)(a) EC ซึ่งการนำข้อตกลงนั้นมาอยู่ภายใต้ขอบเขตของข้อห้ามที่ระบุไว้ในบทบัญญัตินั้นในขอบเขตที่เงื่อนไขอื่นๆ ทั้งหมดสำหรับการใช้บทบัญญัตินั้น กล่าวคือ ข้อตกลงนั้น มีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบในการจำกัดการแข่งขันภายในตลาดทั่วไปและสามารถส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกได้³⁹¹

ตามข้อพิจารณาข้างต้นคำตอบสำหรับคำถาม 1 (a) และ 2 (a) ต้องเป็นข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมจะจึงสามารถตกอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 81 (1) EC ซึ่งในกรณีที่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันจะถือว่ามีความเสี่ยงทางการเงินและการค้าอย่างน้อยหนึ่งอย่างที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้กับบุคคลที่สามและในกรณีที่ข้อตกลงนั้นมีเงื่อนไขที่ละเมิดการแข่งขัน เช่น การกำหนดราคาขายต่อ หากผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันไม่ยอมรับความเสี่ยงดังกล่าวหรือถือว่าเป็นเพียงส่วนแบ่งเล็กน้อยของพวกเขาเฉพาะภาระผูกพันที่กำหนดไว้กับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในฐานะตัวกลาง เช่น ความเฉพาะแต่เพียงผู้เดียว ข้อห้ามการแข่งขัน สามารถอยู่ภายใต้ขอบเขตของบทบัญญัตินั้นได้ เพื่อให้ศาลที่อ้างถึงต้องตรวจสอบให้แน่ชัดและยิ่งไปกว่านั้นข้อตกลงที่เป็นประเด็นในกระบวนการพิจารณาคดีหลักมีผลในการขัดขวางจำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันตามความหมายของมาตรา 81 EC³⁹²

³⁸⁹ Ibid., Paragraph 40.

³⁹⁰ Ibid., Paragraph 41.

³⁹¹ Ibid., Paragraph 42.

³⁹² Ibid., Paragraph 44.

ข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวสำหรับผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมระหว่างผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันและผู้ผลิตสามารถได้รับประโยชน์จากกฎการยกเว้นที่ระบุไว้ใน Commission Regulation 1984/83 ในการใช้มาตรา 85 (3) ของสนธิสัญญา (มาตรา 81 EC ปัจจุบันคือมาตรา 101 TFEU) กับหมวดหมู่ของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission Regulation 1582/97 หากข้อตกลงเป็นไปตามระยะเวลาขั้นสูงสุด 10 ปีตามที่อ้างถึงในมาตรา 12 (1) (c) และหากผู้ผลิตได้มอบข้อได้เปรียบทางการค้าเป็นพิเศษให้แก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเพื่อเป็นการตอบแทนซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงการจัดจำหน่ายและอำนวยความสะดวกในการจัดตั้งหรือปรับปรุงสถานีบริการน้ำมันให้ทันสมัยและเป็นการลดค่าใช้จ่าย³⁹³

มาตรา 10 ถึง 13 ของ Commission Regulation 1984/83 ห้ามมิให้นำกฎการยกเว้นไปใช้กับข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวซึ่งกำหนดไว้สำหรับการกำหนดราคาขายต่อโดยผู้ผลิต เพื่อให้ศาลที่อ้างอิงต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าภายใต้กฎหมายของประเทศว่าข้อตกลงในสัญญาที่เกี่ยวข้องกับราคาขายนั้นสามารถแก้ไขได้โดยการอนุญาตฝ่ายเดียวของผู้ผลิตหรือไม่และข้อตกลงที่เป็นโมฆะโดยอัตโนมัติอาจมีผลบังคับใช้หรือไม่หลังจากการแก้ไขข้อตกลงนั้น ซึ่งมีผลในการนำตัวบทนั้นมาใช้สอดคล้องกับมาตรา 81 (1) EC³⁹⁴

ในประเด็นของการกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรประบุว่า การกำหนดราคาขายต่อของสินค้าเหล่านั้นถือเป็นการจำกัดการแข่งขันโดยชัดแจ้งซึ่งกำหนดไว้ใน มาตรา 81 (1)(a) EC (ปัจจุบันคือ มาตรา 101 (1)(a) TFEU) โดยจะนำมาซึ่งข้อตกลงภายในขอบเขตของข้อห้ามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดในขอบเขตที่เงื่อนไขอื่นๆ ทั้งหมดสำหรับการใช้ข้อกำหนดนั้นเป็นที่พึงพอใจกล่าวคือข้อตกลงมีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบในการจำกัดการแข่งขันอย่างเห็นได้ในตลาดทั่วไปและสามารถส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิก³⁹⁵

ข้อความข้างต้นแสดงให้เห็นว่าข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายปลีกคงที่สินค้าและบริการนั้นจะไม่ตกอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 101 (1) TFEU โดยอัตโนมัติ ดังนั้นศาลจะต้องพิจารณาว่าข้อตกลงดังกล่าวจำกัดการแข่งขันตามวัตถุประสงค์หรือไม่หรือผลกระทบในตลาดที่เกี่ยวข้องหรือการค้าระหว่างประเทศสมาชิก ตามกฎหมายกรณีที่จะทำเช่นนั้นได้จะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบบางอย่าง เนื่องจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในตลาดที่เกี่ยวข้องและ

³⁹³ Ibid., Paragraph 81.

³⁹⁴ Ibid., Paragraph 81.

³⁹⁵ Ibid., Paragraph 42.

ข้อตกลงเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดโดยกฎการยกเว้นที่ใช้กับการจำกัดการแข่งขันในดิ่ง (Block Exemption Vertical Restraints : BEVR) หรือไม่ ให้เหมาะสมก่อน การวิเคราะห์นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับศาล ดังนั้นศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปจึงแสดงในย่อหน้า 43 ในกรณีนี้ว่า ศาลแห่งชาติสามารถก้าวไปได้ไกลกว่านี้โดยการเปรียบเทียบข้อตกลงปัจจุบันกับข้อตกลงที่คล้ายคลึงกันเพื่อตรวจสอบว่ามีการจำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันในรูปแบบใดๆ หรือไม่ ตลาดหรือการค้าระหว่างประเทศสมาชิก ผลของข้อตกลงการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งยังสามารถได้รับการประเมินในบริบททางเศรษฐกิจและกฎหมายที่ข้อตกลงเกิดขึ้นและอาจจะมีการรวมกับข้อตกลงอื่นๆ เพื่อพิจารณาว่ามีการละเมิดมาตรา 101 (1) TFEU หรือไม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือศาลได้แสดงความสำคัญของการวิเคราะห์แบบสหสาขาวิชาชีพ ผลกระทบของข้อตกลงต่อการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้อง ข้อตกลงจะต้องมีการจำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันจึงจะตกอยู่ภายใต้มาตรา 101 TFEU และในทางกลับกัน ศาลก็ได้ระบุว่า “ตาม มาตรา 4 (a) ของ Commission Regulation 330/2010 (เดิมคือ Commission Regulation 1984/83 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission Regulation 1582/97 และ Commission Regulation 2790/1999) ระบุว่าข้อยกเว้นที่ระบุไว้ในมาตรา 2 จะไม่นำไปใช้กับข้อตกลงแนวดิ่ง ซึ่งมีเป้าหมายเป็นของพวกเขาคือ ข้อจำกัดในความสามารถของผู้ซื้อในการกำหนดราคาขายโดยไม่กระทบต่อความเป็นไปได้ที่ผู้ผลิตจะกำหนดราคาขายสูงสุดหรือแนะนำราคาขาย โดยมีเงื่อนไขว่าพวกเขาไม่ได้คิดเป็นราคาขายคงที่หรือราคาขายขั้นต่ำอันเป็นผลมาจากแรงกดดันหรือสิ่งจูงใจที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสนอให้”

ข้อความข้างต้นเป็นการแสดงออกของศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปว่าถือว่าการกำหนดราคาขายต่อ (RPM) เป็นพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันตามธรรมชาติ ดังนั้นจึงควรตกอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 101 (1) TFEU เท่านั้น หากผู้ประกอบการต้องขายในราคาคงที่ซึ่งกำหนดโดยผู้ผลิต ซึ่งหมายความว่าข้อตกลงที่มีการกำหนดราคาแนะนำหรือการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดจะได้รับการยกเว้น ดังนั้น ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปจึงขอให้ศาลแห่งชาติตรวจสอบให้แน่ใจว่าราคาที่ Tobar ถูกกำหนดโดย Cepsa โดยคำนึงถึงผลกระทบของข้อตกลงในบริบททางกฎหมายและทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้สนับสนุนทั่วไป Mengozzi แนะนำในกรณีนี้ว่าควรพิจารณากำหนดราคาขายปลีกของน้ำมันเชื้อเพลิงโดย Cepsa เป็นโมฆะเนื่องจากการกระทำฝ่ายเดียวเว้นแต่จะเป็นการพิสูจน์เงื่อนไขตามที่ระบุไว้ในมาตรา 101 (3) TFEU

คณะกรรมการการยุโรปขัดแย้งกับคำตัดสินของ Cepsa โดยอ้างว่าการกำหนดราคาขายต่อในข้อตกลงจะต้องเป็นการพิจารณาว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าอย่างร้ายแรงและไม่น่าจะเป็นไปตามเจตนารมณ์ของมาตรา 101 (3) TFEU

แม้ว่าศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปจะกล่าวว่าข้อตกลงดังกล่าวสามารถได้รับการยกเว้นภายใต้มาตรา 101 (3) ตามกฎการยกเว้นในแนวดิ่งตามมาตรา 4 (a) มีผลกระทบในเชิงบวกมากกว่าต่อผู้บริโภคและตลาด ดังนั้นข้อตกลงดังกล่าวจึงถือเป็นข้อจำกัดในการการแข่งขัน ซึ่งอาจเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ว่าหากร้านค้าปลีกถูกจำกัดให้กำหนดราคาสิ่งนี้อาจนำไปสู่อันตรายในทางอ้อมต่อการแข่งขันซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีเกณฑ์ที่สูงสำหรับข้อตกลงในเรื่องของการกำหนดราคาขายต่อที่เป็นธรรมภายใต้มาตรา 101 (3) ของสนธิสัญญา

ในกรณีของความเป็นโมฆะโดยอัตโนมัติที่ระบุไว้ในมาตรา 81 (2) EC จะมีผลต่อข้อตกลงทั้งหมดก็ต่อเมื่อเป็นข้อตกลงที่ขัดแย้งกับมาตรา 81 (1) EC และข้อตกลงในส่วนนั้นไม่สามารถตัดออกจากข้อตกลงทั้งหมดได้ มิฉะนั้นผลที่ตามมาคือความเป็นโมฆะในส่วนอื่นๆ ทั้งหมดของข้อตกลงและจะไม่ใช้เรื่องของกฎหมายสหภาพยุโรปอีกต่อไป³⁹⁶

สรุปคำวินิจฉัยของศาล

ข้อตกลงอาจอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 81 EC เฉพาะในกรณีที่ตัวแทนแบกรับความเสี่ยงทางการเงินและการค้าในสัดส่วนที่ไม่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าให้กับบุคคลที่สาม ศาลตั้งข้อสังเกตว่าประเด็นของความเสี่ยงจะต้องได้รับการประเมินเป็นรายกรณีไปซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่แท้จริงมากกว่าในแง่ของกฎหมาย ในการจัดหมวดหมู่ของข้อตกลงภายใต้กฎหมายของประเทศ มีหลายกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องรวมถึงการพิจารณาว่าตัวแทนเข้าครอบครองสินค้าหรือไม่ ไม่ว่าตัวแทนจะรับต้นทุนที่เชื่อมโยงกับการจำหน่ายสินค้าหรือไม่ หรือไม่ว่าตัวแทนจะรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือไม่ อีกทั้งศาลยังระบุว่าเฉพาะภาระผูกพันที่กำหนดไว้ในความเป็นจริงว่าตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าให้กับบุคคลภายนอกในนามของตัวการ รวมถึงการกำหนดราคาขายปลีกซึ่งอยู่นอกขอบเขตของมาตรา 81 EC แต่ในทางตรงกันข้ามมาตรา 81 EC อาจนำไปใช้กับภาระผูกพันที่ไม่มีการแข่งขันหรือผูกขาดระหว่างตัวการและตัวแทนซึ่งจะขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกีดกันการแข่งขันที่แท้จริงหรือที่อาจเกิดขึ้นในตลาดที่เกี่ยวข้องและสุดท้ายศาลยืนยันว่าสัญญาทั้งหมดจะเป็นโมฆะภายใต้มาตรา 81 (2) EC เฉพาะในกรณีที่ไม่สามารถตัดทอนข้อตกลงในส่วนที่มีเจตนารมณ์เป็นการต่อต้านการแข่งขันออกจากส่วนที่เหลือของข้อตกลงทั้งหมดได้ ในทางตรงกันข้ามหาก

³⁹⁶ Ibid., Paragraph 81.

ข้อตกลงในส่วนดังกล่าวนี้เป็นข้อตกลงที่สามารถแยกออกข้อตกลงทั้งหมดได้ ผลที่ตามมาคือความเป็นโมฆะสำหรับส่วนอื่นๆ ของข้อตกลงจะถูกกำหนดโดยศาลแห่งชาติตามกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับข้อสัญญาในระดับประเทศที่ใช้บังคับ³⁹⁷

3.2.6.2 Pedro IV Servicios SL v Total España SA,
ตัดสินโดย Court of Justice of the European Union
ตัดสินเมื่อ 4 กันยายน 2008

ข้อเท็จจริง

Pedro IV เป็นผู้ประกอบการซึ่งดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในประเทศสเปน และ Total ซึ่งเป็นบริษัทผู้เป็นเจ้าของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันและผู้ผลิตน้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมต่างๆ โดย Total ได้ให้สิทธิในการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันภายใต้แบรนด์ของ Total แก่ Pedro IV เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 1989 Pedro IV ได้สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมจาก Total เพื่อนำมาจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมัน โดยที่ Pedro IV และ Total ได้ทำตกลงทำสัญญาร่วมกันขึ้นมาสี่ฉบับ³⁹⁸ ดังต่อไปนี้

สัญญาแรกฉบับแรกเป็นสัญญาที่สร้างสิทธิตามกฎหมายเพื่อสนับสนุน Total เรียกว่า Right to build หรือสิทธิในการสร้างเป็นระยะเวลา 20 ปีบนที่ดินที่ Pedro IV เป็นเจ้าของ สัญญาดังกล่าวอนุญาตให้ Total สร้างสถานีบริการน้ำมันบนที่ดินนั้นภายในระยะเวลาสองปีครึ่ง ซึ่งสถานีบริการน้ำมันดังกล่าวจะกลายเป็นทรัพย์สินของ Total และเพื่อเป็นการตอบแทน Total จะจ่ายเงินค่าตอบแทนให้กับ Pedro IV เป็นรายเดือน โดยจำนวนเงินที่ Total ชำระให้กับ Pedro IV จะมีอัตราคงที่ในอัตราเดือนละ 250,000 ESP (ประมาณ 1,500 ยูโร) ซึ่งต้องชำระเป็นเวลา 20 ปี และเมื่อสิ้นสุดระยะเวลา 20 ปีที่กำหนดไว้ สถานีบริการน้ำมันที่ Total สร้างขึ้นจะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของ Pedro IV ซึ่งระยะเวลา 20 ปีนั้นจะนับเริ่มจากวันที่สถานีบริการน้ำมันเริ่มเปิดดำเนินการ และภายใต้สัญญา

³⁹⁷ Cleary Gottlieb, "Ec Competition Report Vertical Restraints Ecj – Judgments Case C-279/06 Cepsa, Estaciones De Servicio Sa V. Lv Tobar E Hijos Sl," [Online]. Available from: <https://www.clearygottlieb.com/-/media/organize-archive/cgsh/files/publication-pdfs/ec-comp-report-3q08.pdf>

³⁹⁸ "In Case C 260/07, Reference for a Preliminary Ruling under Article 234 Ec Pedro Iv Servicios Sl V Total España Sa," , " ใน [InfoCuria Case-law](#) (Audiencia Provincial de Barcelona (Spain), 13 December 2006). Paragraph 15.

ดังกล่าวนั้น Total จะไม่สามารถโอนสิทธิในสิ่งปลูกสร้างได้หากไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของที่ดิน (Total)³⁹⁹

สัญญาฉบับที่สองเป็นสัญญาเช่าสถานีสถานีบริการน้ำมันที่จะสร้างขึ้น ซึ่งภายใต้สัญญานั้น Total ได้ให้สิทธิแก่ Pedro IV ในการครอบครองและดำเนินการเป็นผู้ประกอบการบริหารสถานีสถานีบริการน้ำมันเป็นเวลาหนึ่งปี แต่อย่างไรก็ตามสิทธิดังกล่าวสามารถต่ออายุได้และผู้ให้เช่าจะต้องให้ขยายระยะเวลาเป็นเดือนต่อเดือนตลอดระยะเวลาของข้อตกลงการจัดหาแต่เพียงผู้เดียวซึ่ง Total ก็รับปากที่จะทำกับ Pedro IV และไม่ว่าสัญญาเช่าจะสิ้นสุดลงในเวลาเดียวกันกับสิทธิในการสร้างที่มอบให้กับ Total หรือไม่ ซึ่งค่าเช่ารายเดือนที่ Pedro IV ต้องจ่ายคือ 600,000 ESP (ประมาณ 3600 ยูโร)⁴⁰⁰

สัญญาฉบับที่สามซึ่งเป็นสัญญาที่มีการตกลงกันไว้เป็นระยะเวลา 20 ปี เป็นสัญญาที่มีการกำหนดภาระผูกพันในการจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงแต่เพียงผู้เดียวซึ่ง Pedro IV รับปากว่าจะดำเนินการสถานีสถานีบริการน้ำมันตั้งแต่วันที่ Total ส่งมอบสถานีสถานีบริการน้ำมันนั้น โดยใช้อุปกรณ์จาก Total โดยเฉพาะและใช้ภาพ สี เครื่องหมายทางการค้าและโลโก้ของ Total ซึ่งภายใต้สัญญาดังกล่าวการจัดหาจะดำเนินการโดยการขายเพื่อให้ Pedro IV ได้รับความเป็นเจ้าของน้ำมันเชื้อเพลิงนับจากช่วงเวลาที่ Total ส่งมอบให้เขาที่สถานีสถานีบริการน้ำมัน ซึ่ง Pedro IV จะต้องขายน้ำมันเชื้อเพลิงด้วยตนเอง ในนามของตนเองและยอมรับความเสี่ยงของเขาเอง ซึ่งในการพิจารณาความเฉพาะแต่เพียงผู้เดียวนั้น Total จะต้องจ่ายเงินให้ Pedro IV เป็นรายเดือนในอัตราเดือนละ 350,000 ESP (ประมาณ 2100 ยูโร)⁴⁰¹

นอกจากนี้ภายใต้สัญญาดังกล่าว Total ตกลงที่จะแจ้งให้ Pedro IV ทราบถึงราคาขายปลีกที่แนะนำและเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถแข่งขันกับราคาที่เสนอโดยเป็นธรรมจากคู่แข่งรายอื่นในพื้นที่ได้อีกทั้ง Total ยังรับปากที่จะกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่จัดหาให้กับตัวแทนจำหน่าย (Pedro IV) ตามเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์สูงสุดที่ตกลงกับสถานีสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ ซึ่งจัดตั้งขึ้นในบาร์เซโลนาและราคาจะไม่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของราคาที่กำหนดโดยผู้ผลิตรายอื่นที่มีบทบาทสำคัญในตลาดที่ดำเนินธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมันในบาร์เซโลนา⁴⁰²

³⁹⁹ Ibid., Paragraph 16

⁴⁰⁰ Ibid., Paragraph 17

⁴⁰¹ Ibid., Paragraph 18

⁴⁰² Ibid., Paragraph 19

อีกทั้ง Total และ Pedro IV ยังตกลงที่จะหักล้างจำนวนเงินที่พวกเขาต้องจ่ายให้กันและกัน ภายใต้สัญญาสามฉบับที่อ้างถึงซึ่งจะเป็นไปตามนั้น เนื่องจากจำนวนเงินที่คู่สัญญาต้องจ่ายตามสัญญา เพื่อยกเลิกกันเต็มจำนวน ทั้งสองฝ่ายจึงไม่จำเป็นต้องจ่ายอะไรให้อีกฝ่ายเพิ่มอีก⁴⁰³

สุดท้ายภายใต้สัญญาฉบับที่สี่ Total ตกลงที่จะให้ Pedro IV เงินกู้จำนวนเป็นจำนวนเงินรวมของ 30,000,000 ESP (ประมาณ 180300 ยูโร) ให้กับ Pedro IV ซึ่งจะใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันในการจำนองที่ดินเป็นระยะเวลา 20 ปีโดยมีเงื่อนไขที่สถานีบริการน้ำมันถูกสร้างขึ้น⁴⁰⁴ ตามคำสั่งสำหรับการอ้างอิงเมื่อได้ข้อสรุปจากสัญญาทั้งสองฉบับแล้วสถานีบริการน้ำมันถูกสร้างขึ้นบนที่ดินที่ Pedro IV เป็นเจ้าของและจัดหาโดย Total เป็นระยะเวลาเวลา 12 ปี⁴⁰⁵ และต่อมา

เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2004 Pedro IV ได้มาดำเนินการฟ้องร้องต่อ Juzgado de lo Mercantil (ศาลพาณิชย์ที่ 3) ของบาร์เซโลนาเพื่อยกเลิกความสัมพันธ์ทางกฎหมายที่กำหนดโดยสัญญาทั้งสองฉบับที่อธิบายไว้ข้างต้นด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ ประการแรกพวกเขาได้รวบรวมข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันอย่างหนัก กล่าวคือประโยคที่มีระยะเวลาเกินกว่าที่กฎหมายของสหภาพยุโรปอนุญาตสำหรับข้อตกลงการจัดการแต่เพียงผู้เดียว ประการที่สองสัญญาฉบับที่สามมีไว้สำหรับการกำหนดราคาขายทางอ้อมถึงแม้ว่าการปฏิบัติดังกล่าวจะถูกห้ามโดยบทบัญญัติของมาตรา 81 EC และนอกจากนี้ Pedro IV ยังได้ขอให้ชดเชยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาระผูกพันซึ่งกันและกันที่ดำเนินการโดยคู่กรณีภายใต้การหักเงินจำนวนที่จ่ายไปแล้ว⁴⁰⁶

การกระทำดังกล่าวได้ถูกศาลยกฟ้องโดยคำพิพากษาของวันที่ 7 ธันวาคม 2005 และ Pedro IV ได้ยื่นอุทธรณ์ต่อศาลที่อ้างอิง⁴⁰⁷

สัญญาทั้งหมดระหว่าง Pedro IV และ Total ทำให้เกิดคำถามเดียวกันซึ่งก็คือว่าสัญญาเหล่านี้มีสิทธิได้รับประโยชน์จากการใช้การยกเว้นตามกฎหมายยกเว้นได้หรือไม่

ในสถานการณ์ดังกล่าว Audiencia Provincial de Barcelona (ศาลจังหวัดบาร์เซโลนา) ได้ตัดสินใจที่จะดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปและส่งคำถามต่อไปยังศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปเพื่อพิจารณาคดีเบื้องต้น⁴⁰⁸

⁴⁰³ Ibid., Paragraph 20

⁴⁰⁴ Ibid., Paragraph 21

⁴⁰⁵ Ibid., Paragraph 22

⁴⁰⁶ Ibid., Paragraph 23

⁴⁰⁷ Ibid., Paragraph 24

⁴⁰⁸ Ibid., Paragraph 25

1. มาตรา 12 (2) ของ Commission Regulation 1984/83 ซึ่งระบุว่า ในกรณีที่ข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ผลิตอนุญาตให้กับตัวแทนจำหน่ายหรืออนุญาตให้ผู้ค้าปลีกครอบครองบนพื้นฐานอื่นๆ ตามกฎหมายหรือในความเป็นจริง ข้อผูกมัดในการซื้อแต่เพียงผู้เดียวหรือการห้ามในการซื้อขายผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่ระบุไว้ในหัวข้อนี้แม้ว่าวรรค 1 (c) จะถูกบังคับใช้กับผู้ค้าปลีกตลอดระยะเวลาที่ผู้ค้าปลีกดำเนินการในสถานที่จริง ซึ่งถูกตีความว่าอ้างถึงสถานการณ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้ให้เช่าเป็นเจ้าของที่ดินและสถานที่ติดตั้งในตอนแรกหรือในทางตรงกันข้ามเป็นการอ้างถึงการอนุญาตของสถานีบริการน้ำมันซึ่งครอบคลุมถึงซื้อทั้งหมด โดยการดำเนินการของกฎหมายให้สิทธิในกรรมสิทธิ์แก่ผู้ผลิตในการให้บริการสถานีบริการน้ำมันเพียงอย่างเดียวด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตจะสามารถเช่าที่ดินให้กับเจ้าของที่ดินได้โดยไม่ต้องปฏิบัติตามข้อจำกัดด้านเวลาซึ่งถูกข้อบังคับกำหนดไว้ในส่วนของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว?⁴⁰⁹

2. หาก Commission Regulation 2790/1999 บังคับใช้กับกรณีปัจจุบันจะต้องนำบทบัญญัติใน มาตรา 5 ที่ไม่ให้มีการยกเว้นในมาตรา 2 ของกฎข้อบังคับ หากระยะเวลาของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวเกินกว่าห้าปี ถึงแม้ว่าข้อจำกัดด้านเวลาห้าปีจะไม่ใช้กับกรณีที่ผู้ซื้อขายสินค้าหรือบริการตามสัญญาจากสถานที่และที่ดินที่ผู้ผลิตเป็นเจ้าของหรือเช่าโดยผู้ผลิตจากบุคคลภายนอกที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับผู้ซื้อโดยมีเงื่อนไขว่าระยะเวลาของภาระผูกพันที่ไม่สามารถแข่งขันได้จะต้องไม่เกินระยะเวลาการครอบครองของสถานที่และที่ดินโดย ผู้ซื้อ ซึ่งถูกตีความโดยกล่าวถึงการเช่าโดยอ้างถึงสถานการณ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้ให้เช่าเป็นเจ้าของที่ดินและการติดตั้งในตอนแรกด้วย หรือในทางตรงกันข้ามการอ้างถึงการเช่าสถานีบริการน้ำมันครอบคลุมซื้อทั้งหมดที่อาจดำเนินการตามกฎหมายทำให้ผู้ผลิตมีกรรมสิทธิ์ในสถานีบริการน้ำมันเพียงอย่างเดียวผลที่ตามมาคือผู้ผลิตสามารถเช่าที่ดินกับเจ้าของที่ดินได้โดยไม่ต้องปฏิบัติตามข้อจำกัดด้านเวลาซึ่งถูกเกณฑ์กำหนดไว้ในข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียว⁴¹⁰

3. ข้อห้ามในการกำหนดราคาซื้อหรือราคาขายทางอ้อมที่ระบุไว้ในมาตรา 81 (1) (a) EC และข้อความในบทบรรยายที่ 8 ในคำนำของ Commission Regulation 1984/83 ว่า “นอกจากนี้ภาระผูกพันที่ถูกกำหนดและโดยเฉพาะในกรณีการจำกัดการเลือกลูกค้าของผู้ค้าปลีกหรือเสรีภาพของเขาในการกำหนดราคาและเงื่อนไขการขายของเขาไม่สามารถได้รับการยกเว้นภายใต้กฎข้อบังคับนี้” การกำหนดราคาขายปลีกที่ไม่อยู่ในข้อจำกัดอื่นๆ ในการแข่งขันที่ได้รับอนุญาตในมาตรา 11 ของกฎ

⁴⁰⁹ Ibid.

⁴¹⁰ Ibid.

ข้อบังคับนั้นถูกต้องดีความว่า รวมถึงการจำกัดเสรีภาพของผู้ค้าปลีกในรูปแบบใดๆ ในการกำหนดราคาขายปลีก เช่นกรณีที่ผู้ผลิตแก้ไขส่วนต่างการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันโดยกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่เขาส่งให้ผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันตามเงื่อนไขที่ได้เปรียบที่สุดที่ตกลงกับสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ ที่ก่อตั้งขึ้นในบาร์เซโลนาโดยที่ราคาจะไม่สูงกว่าราคาเฉลี่ยที่กำหนดโดยผู้ผลิตรายอื่นอย่างมีนัยสำคัญจากนั้นเพิ่มส่วนต่างขั้นต่ำที่คิดว่าเหมาะสมและจึงกำหนดราคาขายปลีกซึ่งผู้ผลิตไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่เขาเป็นผู้แนะนำในการกำหนดราคา

411

4. ข้อห้ามในการกำหนดราคาซื้อหรือราคาขายทางอ้อมที่กำหนดไว้ในมาตรา 81 (1) (a) EC และการรวบรวมไว้ในมาตรา 4 (a) ของ Commission Regulation 2790/1999 ของการกำหนดราคาขายต่อหรือราคาขายปลีกในฐานะการจำกัดการแข่งขันอย่างรุนแรงโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถูกตีความว่ารวมถึงการจำกัดเสรีภาพของผู้ค้าปลีกในรูปแบบใดๆ ในการกำหนดราคาขายปลีก เช่น กรณีที่ผู้ผลิตกำหนดส่วนต่างการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันโดยกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่เขาจัดหาให้กับผู้ค้าปลีกตามเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์สูงสุดที่ตกลงกับสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ ที่ก่อตั้งขึ้นในบาร์เซโลนาโดยที่ราคาจะไม่สูงกว่าราคาเฉลี่ยที่กำหนดโดยผู้ผลิตรายอื่นที่มีสถานะที่สำคัญในตลาด จากนั้นจึงเพิ่มส่วนต่างขั้นต่ำที่คิดว่าเหมาะสมและจึงกำหนดราคาขายปลีกซึ่งผู้ผลิตไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่เขาจะเป็นผู้แนะนำในการกำหนดราคา ⁴¹²

ด้วยเหตุดังกล่าวศาลห้องที่สามจึงมีกฎดังนี้

1. มาตรา 12 (2) ของ Commission Regulation 1984/83 ของวันที่ 22 มิถุนายน 1983 เกี่ยวกับการใช้มาตรา 81 (3) ของสนธิสัญญาฉบับหมวดหมู่ของข้อตกลงการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission Regulation 1582/97 ของวันที่ 30 กรกฎาคม 1997 ต้องตีความว่ามีความหมายว่าเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อยกเว้นที่ระบุไว้ข้อกำหนดนั้นไม่ได้กำหนดให้ผู้ผลิตเป็นเจ้าของที่ดินที่เขาสร้างสถานีบริการน้ำมันที่เขาให้สิทธิกับผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน⁴¹³

2. มาตรา 5 (a) ของ Commission Regulation 2790/1999 ของวันที่ 22 ธันวาคม 1999 เกี่ยวกับการใช้มาตรา 81 (3) ของสนธิสัญญาฉบับหมวดหมู่ของข้อตกลงแนวดิ่งและการตกลงร่วมกัน

⁴¹¹ Ibid.

⁴¹² Ibid.

⁴¹³ Ibid., Paragraph 85

จะต้องตีความความหมายว่าสำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้ช้อยกเว้นที่ระบุไว้ในกฎการยกเว้นนั้น กำหนดให้ผู้ผลิตเป็นเจ้าของของสถานบริการน้ำมันและที่ดินที่สร้างขึ้นทั้งสองแห่งซึ่งเขาให้สิทธิกับผู้ค้าปลีกหรือถ้าเขาไม่ใช่เจ้าของเขาจะเช่าที่ดินและสถานบริการน้ำมันจากบุคคลภายนอกที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ค้าปลีก⁴¹⁴

3. ข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายปลีก เช่นที่เป็นประเด็นในการดำเนินคดีหลัก มีสิทธิได้รับการยกเว้นจากกฎการยกเว้น Commission Regulation 1984/83 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission Regulation 1582/97 และ Commission Regulation 2790/1999 ที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดหาจำกัดตัวเองในการกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดหรือราคาแนะนำและในกรณีที่ผู้ค้าปลีกสามารถกำหนดราคาขายปลีกได้อย่างแท้จริง แต่ในทางกลับกันข้อกำหนดดังกล่าวไม่มีสิทธิได้รับการยกเว้นในกรณีที่พวกเขาเข้าไปสู่การกำหนดราคาขายปลีกทั้งทางตรงหรือทางอ้อมหรือแบบปกปิดหรือการกำหนดราคาขายขั้นต่ำโดยผู้ผลิต ซึ่งมีไว้สำหรับศาลแห่งชาติในการพิจารณาว่าภาระผูกพันดังกล่าวเป็นการบังคับผู้ค้าปลีกหรือไม่โดยคำนึงถึงภาระผูกพันตามข้อตกลงหรือสัญญาทั้งหมดในบริบททางเศรษฐกิจและทางกฎหมายของพวกเขาและรวมถึงการดำเนินการของคู่สัญญาในกระบวนการพิจารณาคดีหลัก⁴¹⁵

ในกรณีของการกำหนดราคาขายต่อ (Resale Price Maintenance) นั้นศาลแห่งชาติถามในกรณีนี้ว่าศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปสามารถกำหนดว่าจะทำสัญญาต่อไปได้หรือไม่ ซึ่งบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขายต่อโดยข้อตกลงการการจัดซื้อแต่เพียงผู้เดียวจะอยู่ภายใต้ขอบเขตของ มาตรา 101 (1)(a) TFEU (เดิมคือมาตรา 81 (1)(a) EC) และไม่สามารถได้รับประโยชน์จากการยกเว้นของกฎการยกเว้นโดยมีเงื่อนไขว่าข้อกำหนดดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้การจำกัดอิสระของผู้ค้าปลีกในการกำหนดราคาขายต่อของสินค้า⁴¹⁶

ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปเริ่มตอบคำถามนี้โดยระบุว่า มาตรา 101 (1)(a) กำหนดห้ามข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจทั้งหมดที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกและมีจุดหมายหรือผลกระทบในการขัดขวาง จำกัด หรือการบิดเบือนการแข่งขันภายในตลาดทั่วไปในทั้งทางตรงหรือทางอ้อม การกำหนดราคาซื้อหรือราคาขาย⁴¹⁷

⁴¹⁴ Ibid.

⁴¹⁵ Ibid.

⁴¹⁶ JUS399, "The Impact of Leegin on the Legislative Systems' Treatment of Resale Price Maintenance Cases" (Master Thesis Faculty of Law UNIVERSITY OF BERGEN).

⁴¹⁷ Ibid.

ในกรณีนี้ Pedro IV ได้ทำข้อตกลงผูกขาดกับ Total ซึ่งข้อแรกเป็นเรื่องของการกำหนดขายราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ขายในสถานีสาน้ำมันของ Pedro IV ในบาร์เซโลนาและประการที่สอง Pedro IV ต้องการให้รับประกันว่าราคาน้ำมันเชื้อเพลิงจะต้องมีการกำหนดให้ไม่เกินค่าเฉลี่ยคงที่ตามราคาของคู่แข่งของ Total ในตลาด⁴¹⁸

มาตรา 4 ของกฎการยกเว้นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งระบุว่าข้อตกลงแนวตั้งจะได้รับการยกเว้นจากข้อห้ามที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 (1) TFEU ซึ่งโดยในทางตรงหรือทางอ้อม ในการแยกออกจากกันหรือในการรวมกัน หรือด้วยปัจจัยอื่นๆ ภายใต้การควบคุมของคู่สัญญา ซึ่งพวกเขามีจุดมุ่งหมายคือ การจำกัดของความสามารถของผู้ซื้อในการกำหนดราคาขายโดยไม่กระทบต่อสิทธิของผู้ผลิตที่จะกำหนดราคาขายสูงสุดหรือแนะนำราคาขายโดยที่ไม่ได้เป็นราคาคงที่หรือราคาขายขั้นต่ำอันเป็นผลมาจากแรงกดดันหรือสิ่งจูงใจที่เสนอโดยคู่สัญญา⁴¹⁹

คำถามคือ การที่ Total กำหนดราคาขายต่อคงที่โดยตรงหรือโดยอ้อม เป็นการจำกัดอิสระของ Pedro IV ในการกำหนดราคาขายต่อหรือไม่⁴²⁰

ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรประบุว่าเหมือนกับการณ์ CEPSA นั้น มาตรา 351 TFEU ชี้แจงในเรื่องของการแบ่งเขตอำนาจศาลระหว่างศาลแห่งชาติและศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป โดยศาลแห่งชาติมีความรู้เกี่ยวกับข้อพิพาทและมีความสามารถในการตรวจสอบว่าข้อตกลงนี้รวมถึงการกำหนดราคาขายต่อคงที่ ราคาขายต่อขั้นต่ำ ราคาขายปลีกที่แนะนำ ราคาขายสูงสุดหรือไม่ โดยคำนึงถึงภาระผูกพันตามสัญญาในบริบททางการค้าและกฎหมายทั้งหมด และไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของฝ่ายใดๆ ซึ่งจะถือว่าในความเป็นจริงการกำหนดราคาขายต่อคงที่ การกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำนั้นไม่ใช่การกำหนดราคาขายต่อที่แนะนำ ซึ่งศาลได้ชี้แจงบทบาทของศาลแห่งชาติและเสรีภาพในการตรวจสอบว่าความเป็นไปได้ที่ผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการสถานีสาน้ำมันจะลดราคาแนะนำที่กำหนดและพิจารณาว่าราคาแนะนำในความเป็นจริงคงที่หรือปกปิดโดยวิธีทางอ้อม หากศาลแห่งชาติพบว่า Total ละเมิด มาตรา 101 (1) TFEU โดยกำหนดราคาขายปลีกคงที่ของ Pedro IV ข้อตกลงดังกล่าวก็จะไม่มีสิทธิได้รับการยกเว้นตาม Commission Regulation 330/2010⁴²¹ (เดิมคือ Commission Regulation 1984/83 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย Commission Regulation 1582/97 และ Commission Regulation 2790/1999)

⁴¹⁸ Ibid.

⁴¹⁹ Ibid.

⁴²⁰ Ibid.

⁴²¹ Ibid.

ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปพบว่าข้อแรกของสัญญาที่สามไม่ได้บิดเบือนการแข่งขันเพราะ Total ได้มีการแจ้ง Pedro IV เกี่ยวกับราคาขายต่อที่แนะนำเท่านั้นเพื่อให้แน่ใจว่ามีความยุติธรรมในการแข่งขันกับผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันรายอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงกันซึ่งหมายความว่า Pedro IV มีอิสระในการกำหนดราคาสูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาขายต่อที่แนะนำโดยผู้ผลิต และในขณะที่ข้อสอง Pedro IV ต้องรับประกันว่าราคาขายต่อของเขาจะไม่เกินค่าเฉลี่ยคงที่ของราคาที่กำหนดโดยคู่แข่งของ Total ที่มีสถานะสำคัญในตลาด อีกทั้ง ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปยังพบว่าข้อกำหนดของสัญญานี้ไม่เกี่ยวข้องกับราคาขายต่อ เนื่องจากเป็นธุรกรรมที่ตกลงกันระหว่างผู้ประกอบการทั้งสองซึ่งเป็นผู้สัญญาของสัญญาดังกล่าว⁴²²

Pedro IV อ้างว่า Total กำหนดราคาขายต่อคงที่ในทางอ้อม ซึ่งศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้ระบุเอาไว้ในนี้ เพื่อให้ศาลแห่งชาติตัดสินว่าสิ่งที่ Pedro IV กล่าวอ้างนั้นเป็นความจริงหรือไม่ในเรื่องของการกำหนดราคาขายต่อคงที่ที่กำหนดโดย Total⁴²³

ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้อธิบายเพิ่มเติมว่าสำหรับข้อตกลงที่จำกัดการแข่งขันจะตกอยู่ภายในขอบเขตของ มาตรา 101 (1)(a) TFEU ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทั้งหมดที่กำหนดไว้ในตัวบทและข้อตกลงว่ามีการขัดขวาง จำกัด หรือบิดเบือนการแข่งขันในตลาด โดยมีวัตถุประสงค์หรือผลกระทบหรือสามารถส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกหรือไม่ ดังที่ได้กล่าวไว้ใน CEPSA แล้วนั้นผลกระทบของข้อตกลงดังกล่าวควรได้รับการประเมินในบริบททางเศรษฐกิจและในบริบทกฎหมายซึ่งข้อตกลงดังกล่าวนี้ได้เกิดขึ้นและอาจรวมเข้ากับข้อตกลงอื่นๆ และจะส่งผลกระทบต่อตลาดมากยิ่งขึ้น⁴²⁴

ในกรณีนี้ ศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปไม่ได้ตัดสินว่าข้อตกลงนี้เป็นธรรมหรือไม่ โดยเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 (3) ของสนธิสัญญาที่มุ่งเน้นไปที่มาตรา 4 (a) ของกฎการยกเว้น (BEVR) เท่านั้น ซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของ CEPSA ซึ่งศาลตัดสินให้ทั้งคู่ ได้แก่ มาตรา 4 (a) ของกฎข้อบังคับและกล่าวว่าข้อตกลงอาจมีความชอบธรรมหากเงื่อนไขในข้อตกลงตรงกับมาตรา 101 (3) TFEU และนี่เป็นการส่งสัญญาณว่าศาลให้ความสำคัญกับเสรีภาพของผู้ค้าปลีก ในการตัดสินใจเพื่อกำหนดราคาขายต่อมากกว่าผลกำไรที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งหากศาลพิจารณาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของข้อตกลงในการกำหนดราคาขายต่อ ดังที่กล่าวไว้ในกรณีก่อนหน้านี้บางคนอาจโต้แย้งว่าเมื่อการ

⁴²² Ibid.

⁴²³ Ibid.

⁴²⁴ Ibid.

ละเมิดซึ่งอยู่ภายใต้ขอบเขตของมาตรา 4 (a) มันก็อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคในทางอ้อมอย่างมากที่สุด⁴²⁵

3.2.7 คำพิพากษาเกี่ยวกับการกำหนดท้องที่ขาย

จากการค้นหาคำพิพากษาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดท้องที่ขายในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ไม่พบคำพิพากษาที่มีการฟ้องร้องเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันโดยตรง แต่ในการกำหนดท้องที่ขายหรือกำหนดลูกค้าที่ผู้ซื้อสามารถขายต่อได้ (Restrictions of the Territory or the Customer to whom the Buyer may sell) ซึ่งอาจเป็นการจำกัดการแข่งขันอย่างร้ายแรงซึ่งถูกกำหนดไว้ใน

ข้อ 4 (b) ของ Commission Regulation (EU) No 330/2010 วางหลักว่า ข้อตกลงหรือการ ปฏิบัติร่วมกันดังกล่าวมีวัตถุประสงค์โดยตรงหรือโดยอ้อมในการจำกัดการขายของผู้ซื้อ หรือจำกัดการขายของลูกค้าในสัญญาอันมีความเกี่ยวข้องกับการจำกัดอาณาเขต หรือการแบ่งกลุ่มผู้ซื้อหรือกลุ่ม ผู้ขายสินค้าหรือบริการนั้น เป็นข้อจำกัดการแข่งขันซึ่งทำให้เกิดหน้าที่โดยตรง เช่น ภาระผูกพันที่ผู้ซื้อ จะไม่ขายสินค้าต่อให้กับลูกค้าบางราย หรือไม่ขายสินค้าให้กับลูกค้าในบางพื้นที่ หรือภาระหน้าที่ในการส่งคำสั่งซื้อจากลูกค้ากลุ่มหนึ่งไปยังผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ แต่แม้ว่าการกำหนดท้องที่ขายหรือกำหนดลูกค้าที่ผู้ซื้อสามารถขายต่อได้ อาจถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ร้ายแรงตามข้อ 4(b) แต่สหภาพยุโรปก็ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นไว้ 4 ประการ ที่จะไม่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ร้ายแรงกล่าวคือ

(1) เป็นการจำกัดการขายแบบแอคทิฟไปยังอาณาเขตของผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่ได้รับจัดสรรให้ขายแต่เพียงผู้เดียว หรือการจำกัดการขายแบบแอคทิฟ ไปยังกลุ่มลูกค้าที่ผู้จัดจำหน่ายรายอื่นได้รับการจัดสรรให้ขายแต่เพียงผู้เดียว

(2) เป็นการจำกัดการแข่งขันในระดับผู้ค้าส่ง

(3) เป็นการจำกัดการขายของระบบการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร และ

(4) การจำกัดการขายของผู้ซื้อส่วนประกอบ

ดังนั้น หากการกำหนดท้องที่ขายในกรณีใดเข้าเงื่อนไขตามที่กำหนดเอาไว้ในข้อยกเว้น 4 ประการ ข้อตกลงดังกล่าวนั้นก็ จะไม่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ร้ายแรง

⁴²⁵ Ibid.

บทที่ 4 บทวิเคราะห์

วิเคราะห์หลักเกณฑ์ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปนำมาใช้ในการตัดสินว่าข้อตกลงที่บริษัทผู้ค้าน้ำมัน (Franchisor) ได้ตกลงร่วมกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (Franchisee) ทั้ง 5 ประการที่ได้กล่าวไปแล้วในเนื้อหา 3 บทที่ผ่านมาว่าจะใช้หลักเกณฑ์ใดในการตัดสินว่าเป็นพฤติกรรมที่ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในแนวดิ่งหรือเป็นพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน

หากพิจารณาจากบทบัญญัติของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560

มาตรา 56 บทบัญญัติมาตรา 55 มิให้ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

(3) การตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในต่างระดับกัน โดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ หรือการสนับสนุน การประกอบธุรกิจ และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสิทธิซึ่งมีหน้าที่ชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียม หรือ ให้ผลตอบแทนอื่นใดตามที่ระบุในสัญญา

การตกลงร่วมกันตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องไม่สร้างข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น และไม่ก่อให้เกิดอำนาจผูกขาด หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดนั้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคด้วย

จากบทบัญญัติในมาตรา 56 (3) และมาตรา 56 วรรค 2 ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560 ที่กำหนดเอาไว้ว่าการยกเว้นการกระทำและพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจตามมาตรา 55 ที่เป็น การตกลงร่วมกันในรูปแบบของธุรกิจแฟรนไชส์ที่จะไม่ถือว่าเป็นความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้นต้องเข้าเงื่อนไขว่าการตกลงร่วมกันดังกล่าวนั้นต้อง ไม่สร้างข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้นไม่ก่อให้เกิดอำนาจผูกขาด หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดนั้นอย่างมีนัยสำคัญ และต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคด้วย

โดยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะทำการวิเคราะห์ในเงื่อนไขแรกกล่าวคือ การตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจนั้นต้อง ไม่สร้างข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น เพราะเนื่องจากในมาตรา 56 (3) ในการตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในต่างระดับกันซึ่งหนึ่งในการตกลงร่วมกันที่เข้าเงื่อนไขตามมาตรา 56 (3) นั้นได้แก่ การตกลงร่วมกันในรูปแบบของธุรกิจแฟรนไชส์ แต่หากพิจารณาจากพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560

ประกอบประกาศของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าที่ได้ประกาศออกมา ซึ่งได้แก่ ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561 นั้น ไม่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่า การไม่สร้างข้อจำกัดที่เกิดกว่าความจำเป็นนั้นมีขอบเขตอย่างไรที่จะถือว่าการตกลงร่วมกันในกรณีไหนที่จะไม่ถือว่าเกินกว่าความจำเป็น และในการบรรลุประโยชน์ข้างต้นที่กล่าวถึงนั้นหากพิจารณาตามมาตรา 56 (3) ไม่ได้มีการกำหนดเอาไว้ว่าประโยชน์ข้างต้นในเงื่อนไขของมาตรา 56 (3) หมายถึงประโยชน์ในเรื่องใดบ้าง

4.1 การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน (Resale Price Maintenance : RPM)

ประเทศไทย

น้ำมันมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมซึ่งถูกนำมาใช้ในการเดินทางขนส่งสินค้า การผลิตภาคอุตสาหกรรม การผลิตไฟฟ้า และการทำความร้อน เป็นต้น ระบบการค้าน้ำมันเป็นระบบการค้าที่เสรี บริษัทผู้ค้าน้ำมันสามารถกำหนดราคาขายปลีกได้ด้วยตนเอง แต่การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันนั้นก็จะมีการพิจารณาจากหลายปัจจัยเข้าด้วยกัน โดยโครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อกำหนดราคาขายปลีกของประเทศไทยนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญหลายส่วน โดยเริ่มตั้งแต่ส่วนที่เป็นราคาของ “เนื่อน้ำมัน” ส่วนที่เป็นภาษีประเภทต่างๆ ส่วนที่เป็นกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง และส่วนที่เป็น “ค่าการตลาด” ของผู้ค้าน้ำมันซึ่งรวมกันแล้วจะเป็นราคาขายปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนราคาขายปลีกในต่างจังหวัดจะมีค่าขนส่งน้ำมันไปยังจังหวัดนั้นๆ จากส่วนกลาง ซึ่งรายละเอียดโครงสร้างราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงประกอบด้วย ราคาขายส่งน้ำมันหน้าโรงกลั่นซึ่งปัจจุบันมีอยู่ทั้งสิ้น 6 แห่ง ที่เปิดขายให้กับผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7 ภาษีประเภทต่างๆ ได้แก่ ภาษีสรรพสามิต ภาษีมหาดไทย ภาษีบำรุงท้องที่ (อบต. อบจ. เทศบาล) และภาษีมูลค่าเพิ่ม เงินเก็บเข้าและจ่ายออกจากกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เงินเก็บเข้ากองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน ค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ค้าน้ำมันหรือค่าการตลาด ค่าขนส่งน้ำมันไปยังจังหวัดต่างๆ ในภูมิภาค

โดยหน่วยงานที่เข้ามามีหน้าที่ในการกำกับดูแลในการกำกับนโยบายหลักที่เกี่ยวกับราคาน้ำมันรวมกันการกำหนดโครงสร้างราคาน้ำมันด้วย ได้แก่ สำนักนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีที่พิจารณาแล้วเห็นว่าค่าการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงสูงหรือต่ำกว่าค่าเฉลี่ยมากจนเกินไป โดยอาจใช้กลไกของเงินกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นตัวปรับราคาในบางช่วงเวลา

เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นแก่การครองชีพ และในอุตสาหกรรมหรือในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคก็ต้องมีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นปัจจัยการผลิตที่ต่อเนื่องตลอดเวลา อีกทั้ง

น้ำมันเชื้อเพลิงยังเป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดที่มีผู้ผลิตน้อยรายและในการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นต้องใช้ต้นทุนในการผลิตสูงและในการผลิตนั้นยังต้องใช้เทคนิคพิเศษซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไป ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นมีราคาที่สูงและลงมีความผันผวนไม่แน่นอนในทุกๆ วัน อีกทั้งหากมีเหตุการณ์หรือเหตุสุดวิสัยต่างๆ เกิดขึ้นก็อาจส่งผลให้น้ำมันเชื้อเพลิงขาดแคลนและทำให้น้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาที่สูงขึ้นมากกว่าปกติ ยกตัวอย่างเช่น เกิดสงครามราคาน้ำมัน เป็นต้น และในประการสุดท้าย น้ำมันเชื้อเพลิงนั้นยังมีความเชื่อมโยงและได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาในตลาดโลกโดยตรง ซึ่งจากองค์ประกอบและปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นเหตุผลที่แสดงให้เห็นว่าทำไม น้ำมันเชื้อเพลิง จึงถูกจัดให้เป็นสินค้าควบคุม ซึ่งหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในส่วนนี้ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ โดยใช้อำนาจผ่านพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ซึ่งกรมการค้าภายในมีหน้าที่หลักในการประกาศกำหนดนโยบายที่ได้กำหนดโดย สำนักนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) กระทรวงพลังงาน รวมถึงหน้าที่ในการกำหนดให้สถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งปิดป้ายแสดงราคาจำหน่ายน้ำมันและดูแลในเรื่องการห้ามจำหน่ายเกินราคา

หากพิจารณาในเรื่องของการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันในทางปฏิบัติการกำหนดราคาน้ำมันของผู้ประกอบการบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะเป็นผู้กำหนดขึ้นมาและให้ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันตั้งราคาน้ำมันตามที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนด ยกตัวอย่างเช่น บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะเป็นผู้กำหนดราคาขายปลีกสูงสุดที่จะจำหน่ายแก่ผู้ใช้ น้ำมันทั่วไป ณ สถานีบริการน้ำมันและห้ามผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันในราคาขายปลีกเกินราคาสูงสุดดังกล่าว แต่จะยกเว้นในเขตกรุงเทพมหานคร ปทุมธานี สมุทรปราการ และนนทบุรีผู้ประกอบการต้องจำหน่ายน้ำมันตามราคาขายปลีกตามที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดเท่านั้น เพราะในต่างจังหวัดนอกจากราคาที่กำหนดตามโครงสร้างราคาน้ำมันแล้วในบางพื้นที่ยังต้องมีการบวกเพิ่มภาษีเทศบาล อบต.หรืออบจ. เป็นต้น ซึ่งแต่ละในพื้นที่จะมีมูลค่าภาษีในส่วนนี้ที่ไม่เท่ากัน

ในการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันในทางปฏิบัติบริษัทผู้ค้าน้ำมัน จะเป็นผู้กำหนดราคาน้ำมันโดยคำนวณจากโครงสร้างราคาน้ำมันตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น และผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันก็ต้องตั้งราคาขายตามที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนด ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการจึงเป็นความสัมพันธ์ในแนวดิ่ง ถ้าหากพิจารณาจากพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าปี พ.ศ.2560 ก็อาจเข้าข่ายเป็นพฤติกรรมที่อาจถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 55 ที่กำหนดห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจได้ร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นกระทำการใดๆ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ (1) กำหนด

เงื่อนไขตามที่ระบุไว้ในมาตรา 54 (1) ซึ่งได้แก่ การกำหนดราคาซื้อหรือราคาขายหรือเงื่อนไขทางการค้าใดๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมที่ส่งผลต่อราคาสินค้าหรือบริการ

ดังกล่าว ถ้าหากพิจารณาจากตามที่ มาตรา 55 ได้กำหนดเอาไว้ในกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันมีการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงและให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามในการกำหนดราคาจำหน่ายผ่านสถานีบริการน้ำมัน ก็อาจทำให้เข้าใจได้ว่าพฤติกรรมการกำหนดราคาขายปลีกรูปแบบนี้เป็นการกระทำที่อาจเข้าข่ายเป็นการผูกขาด ลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมัน เพราะการกำหนดราคาน้ำมันเป็นพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อราคาจำหน่ายสินค้านั้นคือ น้ำมันเชื้อเพลิง ตามมาตรา 55 ประกอบมาตรา 54 (1) แต่มาตรา 56 ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ. 2560 ได้มีการกำหนดยกเว้นเอาไว้ว่า บทบัญญัติหรือเงื่อนไขที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 55 นั้นไม่ให้ใช้บังคับกับกรณี ดังต่อไปนี้ กล่าวคือ มาตรา 56 (3) การตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในระดับกัน โดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้ใช้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ หรือการสนับสนุน การประกอบธุรกิจ และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสิทธิ ซึ่งมีหน้าที่ชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียม หรือ ให้ผลตอบแทนอื่นใดตามที่ระบุในสัญญา หรือก็คือธุรกิจในรูปแบบของแฟรนไชส์นั่นเอง ดังนั้น เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นผู้ให้สิทธิแก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันหรือผู้รับสิทธิในสินค้าได้แก่น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมัน รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน เครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ค้าน้ำมันในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน วิธีการดำเนินธุรกิจที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในลักษณะที่แท้จริงของธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเพื่อจะได้บริการจัดการสถานีบริการน้ำมันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้ผู้บริโภคประทับใจกลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งจะส่งผลกับยอดขายและผลกำไรที่ผู้ประกอบการจะได้รับในอนาคต และยังรวมถึงการสนับสนุนในด้านต่างๆ ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นประโยชน์ต่อแบรนด์และผู้ประกอบการ เช่น จัดให้มีการโฆษณาการส่งเสริมการขาย หรือโฆษณาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผ่านรายการทีวีหรือรายการวิทยุเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค ซึ่งในทางกลับกับผู้รับสิทธิหรือผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันก็มีหน้าที่ในการชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียมหรือผลตอบแทนอื่นใดซึ่งค่าสิทธิดังกล่าวนี้ ในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันอาจไม่ได้มาในรูปแบบของการจ่ายเงินค่าสิทธิโดยตรงที่ระบุเอาไว้ในสัญญาอย่างชัดเจนเสมอไป แต่ค่าสิทธิหรือค่าธรรมเนียมดังกล่าวนี้ อาจมีการจ่ายในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน แต่อาจปรากฏในรูปแบบของผลตอบแทนอื่นใดตามที่ได้ตกลงกัน เช่น การบวกค่าสิทธิจากการขายน้ำมันทุกลิตรที่ผู้ประกอบการขายได้ (กล่าวคือ ปกติแล้วน้ำมันที่ผู้ประกอบการขาย

ในสถานีบริการน้ำมันโดยทั่วไปผู้ประกอบการจะซื้อจะในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อย) แต่หากมีการเพิ่มค่าสิทธิเข้ามาแฝงไว้ในราคาขายน้ำมันผู้ประกอบการก็อาจต้องซื้อน้ำมันจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยและบวกเพิ่มอีก เช่น ราคาขายส่งลูกค้ารายย่อย 10 บาทและบวกเพิ่มค่าสิทธิอีก 25 สตางค์ในทุกลิตรที่มีการซื้อขายและจะบวกเพิ่มจนกว่าจะครบตามค่าสิทธิที่ได้กำหนดไว้ หรือค่าสิทธิอาจมาในรูปแบบให้สิทธิในการเช่าที่ดินที่เป็นของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเพื่อเปิดสถานีบริการน้ำมันในระยะยาว เป็นต้น ทั้งนี้ ค่าสิทธิหรือค่าธรรมเนียมจะปรากฏอยู่ในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันตกลงร่วมกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน

เมื่อธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ดังนั้นก็จึงได้รับประโยชน์จากข้อยกเว้นที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 56 (3) ที่กำหนดไว้ว่า บทบัญญัติตามมาตรา 55 ไม่ให้ใช้บังคับกับกรณีที่เป็นการตกลงกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่ต่างระดับกัน ซึ่งหากพิจารณาจาก ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบการธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561 ในส่วนที่ 2 ข้อยกเว้นการกระทำความผิดตามมาตรา 56 ในข้อ 11 (3) ซึ่งได้ยกตัวอย่างของ รูปแบบธุรกิจที่ได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ สัญญาในการทำธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ (Franchise Agreement) เมื่อธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเป็นธุรกิจในรูปแบบของแฟรนไชส์ที่แม้พฤติกรรมที่มีการกำหนดราคาซื้อหรือราคาขายไม่ว่าในทางตรงหรือทางอ้อมที่ส่งผลต่อราคาสินค้า ที่อาจเข้าข่ายว่าเป็นความผิดตามมาตรา 55 ประกอบมาตรา 54 (1) นั้น ก็จะได้รับประโยชน์จากการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) ดังนั้น การกำหนดราคาขายน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะไม่เป็นความผิดตามที่มาตรา 56 (3) ได้กำหนดข้อยกเว้นเอาไว้ แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย

จะเห็นได้ว่าในประเทศไทยนั้นการกำหนดราคาขายปลีกหรือราคาขายต่อไม่ว่าจะขั้นต่ำหรือขั้นสูงก็ล้วนแต่เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายตามที่พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้ามาตรา 55 (1) ประกอบมาตรา 54 (1) ทั้งสิ้น เพราะการกำหนดราคาขายต่อนั้นเป็นการรักษาระดับของการขาย อีกทั้งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าการกำหนดราคาขายต่อเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่ในความเป็นจริงนั้นการกระทำราคาขายต่อในบางกรณีก็ได้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวผู้บริโภคและแก่ตลาดที่ขายสินค้าประเภทนั้นๆ เช่นการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดไว้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อไม่ให้ผู้ขายปลีกผู้บริโภคในการกำหนดราคาขายในอัตราที่สูงซึ่งเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 56 (3) จึงได้กำหนดข้อยกเว้นเอาไว้ว่าหากเป็นการตกลงร่วมกันซึ่งในที่นี้หมายถึงบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการ

ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบของแฟรนไชส์ในการตกลงร่วมกันเพื่อกำหนดราคาขายต่อน้ำมันก็ให้สามารถกระทำได้ ดังนั้นการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันจึงได้รับการยกเว้นความผิดตามมาตรา 56 (3)

อีกทั้ง การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันก็มีประเด็นที่ต้องพิจารณาว่าอาจเป็นพฤติกรรมที่เป็นความผิดตามมาตรา 57 ของพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560 ด้วยหรือไม่ เพราะเนื่องจากมาตรา 57 นั้นเป็นหลักกฏเกณฑ์ที่มีการบัญญัติขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งในที่นี้ย่อมหมายถึงบริษัทผู้ค้าน้ำมัน กระทำการใดๆ ที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นซึ่งในที่นี้หมายถึงผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งกำหนดไว้ว่า การกีดกันการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นอย่างไม่เป็นธรรม การใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม การกำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจของผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม และการกระทำการในลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด และเนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันมีลักษณะที่เป็นธุรกิจ แฟรนไชส์จึงพิจารณามาตรา 57 ประกอบ ประกาศของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ แต่จากการพิจารณาร่วมกันแล้วก็อาจสรุปได้ว่า การกำหนดราคาขายต่อหรือราคาขายปลีกของบริษัทผู้ค้าน้ำมันนั้น อาจไม่เข้าข่ายที่จะเป็นความผิดตามมาตรา 57 ประกอบกับประกาศฉบับดังกล่าว เพราะเนื่องจากตลาดน้ำมันจัดอยู่ในตลาดผู้ขายน้อยรายมีจำนวนหน่วยธุรกิจและผู้ขายน้อยราย แต่ละรายจะเป็นรายใหญ่ ซึ่งผู้ขายแต่ละรายในตลาดจะมีความเกี่ยวพันและขึ้นอยู่กับกัน ลักษณะของสินค้าหรือบริการในตลาดอาจเหมือนหรือแตกต่างกันและสามารถใช้ทดแทนกันได้ และการเข้าสู่ตลาดของหน่วยธุรกิจรายใหม่จะเข้ามาได้ยาก แต่การออกจากตลาดของหน่วยธุรกิจเดิมที่ไม่ประสบความสำเร็จทำได้ง่าย การกำหนดขึ้นหรือลดราคาน้ำมันมักเป็นการขึ้นหรือลงในลักษณะที่เกาะกลุ่มราคากันไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าในทางปฏิบัติราคาน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันในแต่ละแบรนด์จะมีราคาที่เท่ากันในผลิตภัณฑ์หรือถ้าต่างก็ต่างกันไม่มากนักจนเกินไป อีกทั้งการกำหนดราคาน้ำมันเป็นการกำหนดที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันคำนวณราคาขายน้ำมันจากโครงสร้างราคาน้ำมันซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายในตลาดก็ใช้โครงสร้างแต่ในการคำนวณที่เหมือนกัน แต่อาจมีความต่างกันเล็กน้อยในเรื่องของราคาหน้าโรงกลั่นและค่าการตลาดและประเด็นในสำคัญการขึ้นหรือลดราคาน้ำมันก็มีหน่วยงานที่เข้ามาในการควบคุม กำกับดูแลมิให้ผู้ประกอบธุรกิจน้ำมันขึ้นราคาสูงหรือต่ำเกินกว่าที่กำหนด ซึ่งได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ โดยคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ และกระทรวงพลังงาน โดยสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ดังนั้นเมื่อมีหน่วยงานเหล่านี้มาควบคุมราคาน้ำมันจะเป็นที่มั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะไม่แสดงพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและจะ

ไม่ขึ้นหรือลงราคาน้ำมันจนอาจทำให้เกิดผลเสียต่อผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์นั้นๆ อย่างแน่นอน

ประเทศสหรัฐอเมริกา

กฎเกณฑ์ของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ใช้ในการพิจารณาว่าการกำหนดราคาขายปลีกหรือราคาขายต่อของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ในการกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องกำหนดราคาจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการน้ำมัน ตามที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดเอาไว้ นั้น มีกฎหมายที่ใช้ในการพิจารณาหลักๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติ Sherman Act ซึ่งเป็นกฎหมายต่อต้านการผูกขาดของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เอาไว้กว้างๆ ในเรื่องของการห้ามรวมตัวกัน สมคบคิดกันเพื่อผูกขาด หรือพยายามรวมกิจการหรือสมคบกันเพื่อจำกัดการแข่งขันทางการค้า ศาลในการตัดสินของศาลหากศาลได้มีการใช้พระราชบัญญัติ Sherman ในการตัดสินการกระทำผิด ศาลมักมีการตัดสินว่าพระราชบัญญัติ Sherman ไม่ได้มีการห้ามการจำกัดการแข่งขันทางการค้าในทุกประเภท แต่ห้ามเฉพาะในกรณีที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่สมเหตุสมผลเท่านั้น โดยศาลได้นำหลักการแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ซึ่งหลักแห่งเหตุผลนั้นต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา ผลกระทบต่อผู้บริโภคและผลกระทบต่อตลาดโดยรวมของสินค้านั้น มาใช้ในการพิจารณาประกอบการพระราชบัญญัติ Sherman และรวมถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ในคดีนั้น ว่าพฤติกรรมที่เข้าข่ายเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้านั้นมีเหตุผลเบื้องหลังที่ผู้กระทำเลือกที่จะกระทำพฤติกรรมดังกล่าวขึ้นเพราะอะไรและหากพิจารณาจากหลักเหตุผลและความจำเป็น และผลของการกระทำที่ออกมานั้นมีเหตุผลที่รับฟังได้แต่เป็นประโยชน์ต่อกลไกตลาดการค้า พฤติกรรมที่เข้าข่ายการจำกัดการแข่งขันทางการค้านั้นๆ ก็สามารถทำได้ภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดและอาจไม่ต้องรับผิดตามที่พระราชบัญญัติ Sherman กำหนดไว้แต่เนื่องจากพระราชบัญญัติ Sherman มีบทบัญญัติที่มีเนื้อหาค่อนข้างกว้างจึงทำให้ไม่สามารถบังคับกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นได้ดีเท่าที่ควร และระบบกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเป็นระบบกฎหมายจารีตประเพณี (Common Law) ในการตัดสินคดีของศาลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่อต้านการผูกขาดจึงได้มีคำพิพากษาที่เป็นบรรทัดฐานของคดีก่อนหน้าที่ศาลได้ตัดสินมาพิจารณาร่วมกับพระราชบัญญัติ Sherman เพราะจะทำให้การตัดสินคดีในแต่ละคดีมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ไม่เกิดช่องว่างเพื่อให้คำตัดสินมีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับข้อเท็จจริงรวมถึงสถานการณ์ในปัจจุบันและขึ้นอยู่กับความถูกต้อง รวมถึงคำนึงถึงหลักของเหตุผลและความจำเป็น

คดี Simpson v Union Oil วางหลักไว้ว่า การกำหนดราคาขายต่อน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสัญญาฝากขาย ประเภทบีบบังคับระหว่าง บริษัทน้ำมันและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันนั้นผิดกฎหมายภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดและหากผู้ประกอบการได้รับความเสียหายจึงสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีได้

เพราะการใช้ระบบการฝากขายเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการกำหนดราคาขายต่อได้ เมื่อพิจารณาว่าการฝากขายอาจเป็นวิธีการใช้ในการควบคุมราคาขายต่อน้ำมันเชื้อเพลิงในทางอ้อมการกระทำนั้นจึงเป็นการกระทำที่ขัดต่อพระราชบัญญัติ Sherman เพราะศาลถือว่าการกำหนดเงื่อนไขในการฝากขายจำเลยกระทำขึ้นเพื่ออำพรางนิติกรรมอย่างหนึ่งคือการกำหนดราคาขายขายต่ำ

คดี Dr. Miles วางหลักไว้ว่า ปัจจัยสำคัญที่จะใช้ในพิจารณาว่าการฝากขายเป็นการกระทำที่มีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่จะเป็นความผิด ได้แก่ การพิจารณาการจัดสรรความเสี่ยงในทางธุรกิจ หากความเสี่ยงทางธุรกิจทั้งหมดยังคงอยู่ที่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ผู้รับฝากขายหรือผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันก็จะเป็นเพียงตัวแทนจำหน่ายอย่างถูกต้องตามกฎหมายเท่านั้นดังนั้น การฝากขายของผู้ผลิตสินค้าจึงเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติ Sherman ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องไปกับหลักประสิทธิภาพและการลงทุนในทางธุรกิจ

คดี State Oil Co. v Khan วางหลักไว้ว่า ศาลไม่ถือว่าการกำหนดราคาขายต่อสูงสุดในแนวตั้งทั้งหมดเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในกฎ Per Se แต่ในทางกลับกันการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งเป็นเช่นเดียวกับการเตรียมการทางการค้าส่วนใหญ่ที่อยู่ภายใต้กฎหมายต่อต้านการผูกขาดซึ่งควรได้รับการพิจารณาภายใต้หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) และในมุมมองของศาลการวิเคราะห์ตามหลักแห่งเหตุผลจะทำให้สามารถระบุสถานการณ์เหล่านั้นและตัดสินได้อย่างมีประสิทธิภาพในการกำหนดราคาสูงสุดในแนวตั้งที่มีผลต่อพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันทางการค้า

สหภาพยุโรป

กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ใช้ในการพิจารณาว่าการกำหนดราคาขายปลีกหรือราคาขายต่อของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ในการกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องกำหนดราคาจำหน่ายน้ำมันผ่านสถานีบริการน้ำมันตามที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดเอาไว้ นั้น มีกฎหมายที่ใช้ในการพิจารณาหลักๆ ได้แก่ Treaty on Functioning of the European Union (TFEU) และ Commission Regulation (EU) No 330/2010 โดยสามารถสรุปได้ว่า

การกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำนั้นถือว่าเป็น Hardcore Restriction หรือเป็นข้อจำกัดในขั้นที่รุนแรงตามที่ มาตรา 4 (a) ใน Regulation 330/2010 ได้กำหนดเอาไว้ ดังนั้นจึงไม่สามารถกระทำได้ตามที่ มาตรา 101 (3) TFEU และ Block Exemption บทบัญญัติเอาไว้ เพราะการกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำนั้นไม่เป็นพฤติกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคและอาจส่งผลทำให้ระบบเศรษฐกิจไม่มีการเติบโต ผู้ขายอาจพอใจในกำไรที่ได้มาแล้วจะไม่พัฒนาสินค้าให้ดีขึ้นเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ไม่มีการแข่งขันในตลาดที่เสรี ทำให้ราคาตลาดสูงกว่าราคาดุลยภาพ

การกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงหรือการกำหนดราคาขายต่อแนะนำเป็นการกระทำที่จำกัดเสรีภาพในการแข่งขันของผู้ค้าปลีกเหมือนกับการกำหนดราคาขายขั้นต่ำ แต่มีความแตกต่างกันตรงที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในบางกรณีต่อผู้บริโภคและต่อตลาด ด้วยเหตุนี้สหภาพยุโรปจึงได้กำหนดยกเว้นเอาไว้ว่าเป็นการกระทำที่ได้รับอนุญาตให้สามารถกระทำได้ตามที่ มาตรา 101 (3) TFEU และ Block Exemption ใน Regulation 330/2010 กำหนดเอาไว้ ยกเว้นแต่ในกรณีที่การกำหนดราคาขายต่อขั้นสูงจะนำไปสู่การกำหนดราคาขายต่อขั้นต่ำได้ รวมถึงการกำหนดราคาขายแนะนำหากไม่มีมาตรการบังคับ เช่น การข่มขู่ การยกเลิกสัญญาหากไม่ทำตามก็ได้รับการยกเว้นเช่นกัน

คดี REPSOL C.P.P ได้วางหลักไว้ว่า การกำหนดราคาสูงสุดเป็นการกระทำที่สามารถทำได้ โดยคณะกรรมการสิทธิการสหภาพยุโรปได้พิจารณาโดยใช้หลักเกณฑ์เบื้องต้น 3 องค์ประกอบในการพิจารณากล่าวคือ องค์ประกอบแรกคือตลาดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ตลาดผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิศาสตร์ องค์ประกอบที่สองคือการพิจารณาการกระทำที่ก่อให้เกิดข้อพิพาท และองค์ประกอบสุดท้ายคือผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป

คดี Lubricantes y Carburantes Galicos SL v GALP Energía España SAU ได้วางหลักไว้ว่า ข้อยกเว้นภายใต้ Regulation No 1984/83 มาตรา 11 และมาตรา 4 ภายใต้ Regulation No 2790/1999 ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์กับข้อตกลงที่ผู้ผลิตกำหนดราคาขายต่อสาธารณะหรือกำหนดราคาขายขั้นต่ำแต่ในทางกลับกันภายใต้เงื่อนไขของมาตรา 4 (a) ผู้ผลิตยังคงมีอิสระที่จะแนะนำราคาขายให้กับผู้ค้าปลีกหรือกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดให้กับผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการได้

กล่าวโดยสรุปการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน (Resale Price Maintenance)

เมื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นการตกลงร่วมกันในแนวตั้งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้าและส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นกรณีที่ผู้บริษัผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าผู้ประกอบการจะต้องจำหน่ายน้ำมันให้แก่ผู้บริโภคในราคาสูงสุดหรือในราคาต่ำสุดไม่เกินหรือไม่ต่ำกว่าราคาเท่าใดหรือแต่ในทางปฏิบัตินั้นบริษัทผู้ค้าน้ำมันมักกำหนดราคาสูงสุดที่ผู้ประกอบการจะขายน้ำมันได้ ซึ่งอาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (1) ประกอบกับ มาตรา 54 (1) แต่อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากพิสูจน์ได้ว่าการกำหนดราคาขายปลีกนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาการจัดจำหน่าย โดยจากข้อเท็จจริงที่โดยส่วนมากบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะกำหนดราคาขายสูงให้ผู้ประกอบการในการจำหน่ายน้ำมันซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้บริโภคเพราะทำให้มีการแข่งขันกันในระดับของผู้ประกอบการหรือผู้ขายปลีกในระดับของการขายปลีกไม่ให้เกิดการขายสินค้าเกินกว่าราคาที่ผู้ผลิตกำหนด และถ้าผู้ประกอบการขายได้ในปริมาณมากก็จะส่งผลทำให้มีการส่งน้ำมันเข้ามาขายในสถานีบริการน้ำมันเป็น

จำนวนมากเช่นกันซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนในการขนส่งและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านต้นทุนในการจำหน่ายสินค้า อีกทั้ง การกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดนั้นเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาผลกระทบภายนอก (Vertical Externality Issue) เพราะการลงทุนประกอบธุรกิจในบางครั้งผลประโยชน์บางส่วนอาจอยู่กับผู้ที่ไม่ได้ลงทุน กล่าวคือผู้ประกอบการอาจไม่ได้ประโยชน์จากการกระทำเพื่อการพัฒนาการจำหน่ายแต่ประโยชน์บางส่วนนั้นอาจตกอยู่กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิต ดังนั้น จะเห็นได้ว่าอาจมีปัจจัยภายนอกในเชิงบวกที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้รับการกระทำของผู้ประกอบการ และในมุมมองของบริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจมองว่า ผู้ประกอบการกำหนดราคาขายปลีกที่สูงจนเกินไปหรือมีความพยายามในการจำหน่ายน้ำมันน้อยเกินไป ซึ่งผลกระทบภายนอกในเชิงลบดังกล่าวสามารถแก้ไขด้วยการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะเป็นผู้กำหนดราคาขายปลีกสูงสุดในการจำหน่ายน้ำมันของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นการแก้ไขปัญหาไม่ให้ผู้ประกอบการกำหนดราคาขายปลีกสูงจนเกินไปซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความพยายามในการจำหน่ายน้ำมันเพิ่มมากขึ้น

ในการพิจารณาเหตุผลและความจำเป็นโดยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งกับความจำเป็นในการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นจากการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน กล่าวคือ ในการกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดเป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในด้านราคาระหว่างผู้ค้าปลีก แต่ผู้ค้าปลีกต้องไม่ขายเกินราคาสูงสุดที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่เหมาะสม และการกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำหากพิจารณาทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาปรับใช้จะถือได้ว่า การกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำมีผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นการป้องกันผู้ค้าปลีกที่กินแรงผู้ค้าปลีกรายอื่นในการจัดทำกรให้บริการแก่ผู้บริโภค เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของผู้ผลิตในการกำหนดให้ผู้ค้าปลีกต้องขายสินค้าให้ได้อัตรากำไรที่รับประกัน หากขายไม่ได้ตามที่กำหนดอาจเป็นเหตุเลิกสัญญา เป็นการลดการแข่งขันของสินค้ายี่ห้อเดียวกันผ่านการตัดราคา แต่เป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในสินค้าต่างยี่ห้อที่สนับสนุนการเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ในตลาด และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมของผู้ผลิตด้วย และเป็นการรักษาคุณภาพและภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นต้น จะเห็นได้หากชั่งน้ำหนักระหว่างข้อจำกัดและประโยชน์ที่ได้จากการกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดและต่ำสุดมีประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและต่อผู้บริโภคมากกว่าผลเสียข้อจำกัดดังกล่าวจึงไม่เกินกว่าความจำเป็น

4.2 การขายพ่วง (Tying Arrangement)

ประเทศไทย

การขายพ่วง หมายถึง การที่ผู้ขายตกลงจะขายสินค้าอย่างหนึ่งที่ผู้ซื้อต้องการแต่มีเงื่อนไขว่าผู้ซื้อจะต้องซื้อสินค้าชนิดอื่นของผู้ขายไปด้วย โดยอาจจะเป็นการบังคับให้ผู้ซื้อสินค้าชนิดหลังในจำนวนที่เท่ากัน หรือในอัตราส่วนตามที่ผู้ขายกำหนดซึ่งตามปกติแล้วผู้ซื้ออาจไม่ต้องการซื้อสินค้าชนิดหลังจากผู้ขายก็ได้ หากผู้ขายไม่ได้กำหนดเงื่อนไขเป็นการบังคับดังกล่าว ซึ่งสินค้าชนิดแรกที่ผู้ซื้อต้องการซื้อเรียกว่าสินค้าที่มีการพ่วง Tying Product และสินค้าชนิดหลังที่ผู้ซื้อถูกบังคับให้ซื้อเป็น สินค้าที่ถูกนำไปพ่วง Tied Product ซึ่งในเรื่องของการขายพ่วงนั้นอาจส่งผลกระทบต่อระบบการแข่งขันของตลาดได้ 2 กรณี กล่าวคือ อาจถือเป็นการจำกัดการแข่งขันในตลาดซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกันและอาจเป็นการจำกัดเสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามการขายพ่วงนั้นก็อาจส่งผลดีเพราะอาจถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพในการแข่งขันและในการรักษามาตรฐานด้านคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นๆ

สำหรับความสัมพันธ์ในแนวตั้งระหว่างผู้บริษัผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันนั้นการกระทำที่อาจเข้าข่ายเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าตามกฎหมายแข่งขันทางการค้า ในเรื่องของการขายพ่วงนั้น ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้ประกอบการต้องการเปิดสถานีบริการน้ำมันและต่อมาต้องการเปิดร้านแพด้วย ซึ่งผู้ผลิตซึ่งเป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่จะมีแบรนด์กาแฟเป็นของตัวเอง เช่น ปตท.มีร้านกาแฟเมซอน บางจากมีร้านกาแฟอินทนิล พีทีจีมีร้านกาแฟพันธุ์ไทย เป็นต้น ซึ่งบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะกำหนดว่าหากต้องการเปิดร้านกาแฟก็ต้องเปิดในแบรนด์ของบริษัทฯ เท่านั้น และวัตถุดิบที่ใช้ในร้านกาแฟก็ย่อมต้องเป็นวัตถุดิบที่ซื้อจากแบรนด์กาแฟของบริษัทฯด้วย แต่จำกัดเฉพาะวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะของแบรนด์นั้นๆ เท่านั้น เช่น เมล็ดกาแฟ ไชร์ปสูตรเฉพาะของแบรนด์ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นได้ว่าเป็นการขายแฟรนไชส์วัตถุดิบในการผลิตกาแฟพ่วงไปกับแฟรนไชส์ร้านกาแฟด้วย หรือในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการเปิดสถานีบริการน้ำมันและบริษัทฯ กำหนดว่าต้องซื้อระบบ POS ที่เอาไว้ใช้คิดเงินค่าสินค้า เก็บข้อมูลยอดขาย เช็คสต็อกสินค้าและตัดสต็อกสินค้า เรียกดูยอดขายได้ มีระบบสมัครสมาชิก สามารถดูได้ว่าสินค้าตัวไหนขายดีขายไม่ดี จนสามารถวางแผนโปรโมชั่นได้ หรือ ในกรณีที่มีการเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่และผู้ประกอบการต้องการเปิด ธุรกิจ Car Care หรืออู่ซ่อมรถยนต์ หรือศูนย์เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง ล้างสี ดูดฝุ่น ในสถานีบริการน้ำมันของตนเองด้วย ถ้าหากบริษัทผู้ค้าน้ำมันนั้นมีธุรกิจ Car Care ของตนเองที่มีลักษณะเป็นแฟรนไชส์ที่ให้สิทธิแก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันหรือบุคคลภายนอกเข้ามาประกอบธุรกิจ Car Care ในสถานีบริการน้ำมันที่เป็นแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะมีการกำหนดว่าหากต้องการเปิดธุรกิจ Car Care สมมติต้องการเปิดศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องซึ่งเป็นแฟรนไชส์ของบริการผู้ค้าน้ำมัน ก็จะมีการกำหนดว่าถ้าจะเปิดศูนย์เปลี่ยนถ่าย

น้ำมันเครื่อง ก็ต้องซื้อน้ำมันเครื่องที่เป็นแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันด้วย ถึงจะสามารถเปิดศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องได้ และอาจมีเงื่อนไขที่ตกลงกันด้วยว่าผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ศูนย์เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องต้องซื้อน้ำมันเครื่องในปริมาณขั้นต่ำเดือนละเท่าไร เป็นต้น โดยพฤติกรรมการขายพ่วงในธุรกิจ Car Care ดังกล่าวนี้นี้ สำหรับประโยชน์ต่อบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่เป็นเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ Car Care ด้วยก็จะได้ประโยชน์ในแง่ของการที่จะได้ขายแฟรนไชส์และทำให้แฟรนไชส์ Car Care ของตนเองเป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพของการบริการ และภาพลักษณ์ของสถานีบริการน้ำมันของในแบรนด์ของตนเองที่มีธุรกิจ Car Care และเป็นการทำให้ผู้ที่เข้ามาเติมน้ำมันรู้จักแบรนด์ธุรกิจ Car Care ของตนเองอีกด้วย ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและในนามของผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ด้วยคือประโยชน์แง่ของการติดต่อประสานงานกับผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ Car Care เพราะนอกจากผู้ให้สิทธิจะเป็นผู้ให้สิทธิ แฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันแล้วยังเป็นผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์ Car Care อีกด้วยและก็สามารถมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน Car Care ที่เป็นของบริษัทผู้ค้าน้ำมันนั้นว่าจะมีคุณภาพไม่ก่อให้เกิดปัญหาที่รถยนต์ของลูกค้าในภายหลัง และถ้าหากเกิดปัญหาในภายหลังกับรถยนต์ของลูกค้าก็จะหาผู้รับผิดชอบได้ทันทีเพราะได้ทราบแหล่งที่มาที่ชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมาจากไหน และอาจได้สิทธิพิเศษบางอย่าง เช่น ค่าสิทธิแฟรนไชส์ อาจมีราคาถูกกว่ากรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจ Car Care เป็นบุคคลภายนอกที่เข้ามาบริหาร เนื่องจากหากผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเปิดทั้งปั้มน้ำมันและเปิดทั้ง Car Care ที่เป็นแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน บริษัทฯ ก็อาจพิจารณาส่วนลดเป็นพิเศษในค่าสิทธิหรือสิ่งอื่นใดให้แก่ผู้ประกอบการ เป็นรายกรณีไป และสุดท้ายประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคคือผู้บริโภคจะสามารถมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าสินค้าและบริการที่จะได้รับจากใช้การใช้บริการ Car Care จะมีคุณภาพเพราะเมื่อธุรกิจ Car Care เป็นของบริษัทน้ำมันซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักลูกค้าก็สามารถมั่นใจในคุณภาพในสินค้าและบริการได้เพราะถ้าหากบริษัทน้ำมันไม่ควบคุมคุณภาพให้ดี ภาพลักษณ์ของแบรนด์ก็จะเสียหายเช่นกัน เป็นต้น

โดยที่พฤติกรรมการขายพ่วงในแนวตั้งนั้น พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ไม่ได้มีการวางมาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุมพฤติกรรมดังกล่าวนี้ไว้เป็นการเฉพาะ แต่ก็สามารถมาตรา 55 (4) ในเรื่องของการตกลงร่วมกันที่ส่งผลกระทบต่อไม่ร้ายแรง หรืออาจจะปรับใช้กับเรื่องของพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมตามที่บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 57 ประกอบกับ ประกาศของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ เพราะเนื่องจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการนั้น เป็นความสัมพันธ์ตามสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์ของสถานีบริการน้ำมันในแนวตั้ง

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 55 (4) วางหลักว่า ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจใดร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นกระทำการใดๆ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ (4) กำหนดเงื่อนไขหรือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการซื้อหรือการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการเพื่อให้ปฏิบัติตามที่ตกลงกันมาตรา 55 (4) นั้นเป็นบทบัญญัติที่มีการห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจทั้งในแนวนอนและแนวตั้งกระทำการที่เป็นการผูกขาดลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด ซึ่งมาตรา 55 (4) สามารถแบ่งองค์ประกอบของความผิดได้ดังนี้ (1) ต้องเป็นการกระทำระหว่างผู้ประกอบธุรกิจตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป (2) มีพฤติกรรมร่วมกันตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 55 (4) กล่าวคือ ต้องปรากฏว่าผู้ประกอบธุรกิจในแนวดิ่งนั้นได้มีการร่วมกันกำหนดเงื่อนไขบางประการเกี่ยวกับการซื้อหรือการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการเพื่อให้ปฏิบัติตามที่ตกลงกัน ยกตัวอย่างเช่น การที่ผู้ผลิตตกลงกับผู้ค้าปลีกว่าผู้ค้าปลีกจะไม่ซื้อหรือจำหน่ายสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น (Single Branding) หรือการที่ผู้ผลิตตกลงกับผู้ค้าปลีกว่าจะขายสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีกรายดังกล่าวเพียงรายเดียว โดยจะไม่ขายสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีกรายอื่น หรือการที่ผู้ผลิตตกลงกับผู้ค้าปลีกว่าหากผู้ค้าปลีกต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งจากผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกต้องยอมซื้อสินค้าชนิดอื่นๆ ที่ผู้ผลิตขายด้วย โดยที่สินค้าเหล่านั้นไม่ได้เป็นสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันโดยสภาพหรือตามประเพณีทางการค้า⁴²⁶ เป็นต้น (3) พฤติกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดการผูกขาด ลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดสินค้าใดสินค้าหนึ่งหรือบริการใดบริการหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามการกระทำที่เป็นความผิดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 55 (4) นั้นก็ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นเอาไว้ใน มาตรา 56 ว่าการตกลงร่วมกันนั้นจะไม่ใช้บังคับกับ (3) การตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจในต่างระดับกัน โดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้ใช้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ หรือการสนับสนุน การประกอบธุรกิจ และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสิทธิซึ่งมีหน้าที่ชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียม หรือ ให้ผลตอบแทนอื่นใดตามที่ระบุในสัญญายกตัวอย่างเช่น สัญญาในรูปแบบแฟรนไชส์ ที่ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์กับผู้รับสิทธิแฟรนไชส์นั้นอยู่ในระดับที่ต่างกัน โดยผู้ให้สิทธิจะให้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ และผู้รับสิทธิแฟรนไชส์เป็นผู้มีหน้าที่ชำระค่าสิทธิเพื่อเป็นการตอบแทนแก่ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 57 บัญญัติว่า ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันเป็นผลให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นในลักษณะอย่างหนึ่งอย่าง

⁴²⁶ กัญศักดิ์ เพชรานนท์, "บทวิเคราะห์พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าพ.ศ.2560 การควบคุมการร่วมกันจำกัดการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจ," วารสารนิติศาสตร์ เล่มที่ 4, ปีที่ 47(ธันวาคม 2561). หน้า 934-935.

ใดดังต่อไปนี้ (1) กีดกันการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นอย่างไม่เป็นธรรม (2) ใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม (3) กำหนดเงื่อนไขทางการค้าอันเป็นการจำกัดหรือขัดขวางการประกอบธุรกิจของผู้อื่น อย่างไม่เป็นธรรม (4) กระทำการในลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งมาตรา 57 นั้นเป็นบทบัญญัติที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการควบคุมไม่ให้เกิดการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Trade Practice) โดยมาตรา 57 นั้นต้องการคุ้มครองผู้ประกอบธุรกิจจากการกระทำอันไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบธุรกิจอื่นเท่านั้นซึ่งไม่ได้เป็นการควบคุมกระบวนการแข่งขันของตลาดอย่างเช่นการควบคุมตามมาตราอื่น โดยมาตรา 57 สามารถแยกองค์ประกอบได้ดังนี้ บทบัญญัตินี้จะใช้บังคับกับผู้ประกอบธุรกิจทุกเรื่องต้องมีการกระทำที่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งในธุรกิจแฟรนไชส์นั้นองค์ประกอบในข้อนี้ต้องพิจารณาร่วมกับ ประกาศของคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าเรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ เพราะเนื่องจากประกาศฉบับดังกล่าวนี้ได้มีการวางแนวทางในการพิจารณาว่าการกระทำอย่างไรที่เกิดขึ้นในธุรกิจแฟรนไชส์จะถือว่าเป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม การกระทำที่เป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมนั้นต้องมีผลเป็นการทำลาย ทำให้เสียหาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจอื่นหรือเพื่อไม่ให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจหรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ

การพิจารณาความไม่เป็นธรรมของการกระทำที่ไม่เป็นธรรมคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ดังนี้ เป็นการกระทำที่ไม่เคยมีการปฏิบัติมาก่อนที่มีใช้การดำเนินการตามธุรกิจปกติ เป็นเงื่อนไขที่ได้กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรและมีได้แจ้งให้คู่ค้าทราบเป็นการล่วงหน้า ภายในระยะเวลาอันสมควรตามแนวทางการค้าปกติของคู่กรณี เป็นการกระทำที่ไม่สามารถรับฟังได้ด้วยเหตุผลอันชอบธรรมในทางธุรกิจ การตลาดหรือเศรษฐศาสตร์ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น พฤติกรรมการขายพ่วงของบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่มีต่อผู้ประภานั้นเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นรายกรณีไปว่าการขายพ่วงในกรณีดังกล่าวนี้ เป็นพฤติกรรมที่เข้าองค์ประกอบของการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 57 หรือไม่ และเมื่อธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเป็นธุรกิจแฟรนไชส์จึงต้องพิจารณาประกอบการประกาศแนวทางของผู้ประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ด้วย และนอกจากการพิจารณาข้อเท็จจริงประกอบการองค์ประกอบความผิดตามที่มาตรา 57 และประกาศฯ ได้กำหนดเอาไว้แล้วยังต้องมีการพิจารณาเหตุผลเบื้องหลังของการขายพ่วง ดังกล่าวดังกล่าวด้วยว่า ที่ต้องมีการขายพ่วงนั้นเพราะเหตุใด ดังนั้นในการพิจารณากลยุทธ์การขายพ่วงว่าเป็นการกระทำที่เหมาะสมและเป็นธรรมหรือไม่ต้องพิจารณาโดยอาศัย หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ประกอบการพิจารณาด้วย

ประเทศสหรัฐอเมริกา

ในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นมีกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลธุรกิจแฟรนไชส์ ทั้งกฎหมายในมลรัฐและระดับของรัฐบาลกลาง แต่ในเรื่องการขายฟุ้งสำหรับความสัมพันธ์ในแนวตั้งระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันนั้นไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันนั้นบัญญัติกฎหมายเอาไว้โดยตรง ดังนั้นตามแนวคำพิพากษาในคดีต่างๆ จึงได้มีการนำหลักเกณฑ์ตามพระราชบัญญัติ Sherman มาตรา 1 และพระราชบัญญัติ Clayton มาตรา 3 รวมถึงหลักเกณฑ์ที่ได้มีการตัดสินในคำพิพากษาคดีก่อนๆ มาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินข้อพิพาทในคดีการขายฟุ้งแทน โดยแต่เดิมศาลในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ศาลจะพิจารณาเรื่องการขายฟุ้งนั้นในกรณีใดว่าเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายการต่อต้านการผูกขาดตามพระราชบัญญัติ Sherman มาตรา 1 หรือไม่นั้น ศาลจะนำกฎ Per Se มาใช้ในการพิจารณาซึ่งเมื่อพิจารณาตามกฎ Per Se ก็เป็นหน้าที่ของโจทก์ในการพิสูจน์ให้ได้ว่าการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจครบองค์ประกอบความผิดหรือไม่ ซึ่งการนำ กฎ Per Se มาใช้ในการพิสูจน์ว่าการกระทำใดของผู้ประกอบธุรกิจใดผิดกฎหมายหรือไม่นั้นได้ส่งผลกระทบต่อการใช้บังคับกฎหมายโดยมีสาเหตุคือในการบัญญัติห้ามผูกขาดทางการค้าไว้อย่างกว้างๆ ว่า การรวมตัวกันหรือการสมรู้ร่วมคิดกันไม่ว่าในรูปแบบใดๆ อันมีลักษณะเป็นการผูกขาดทางการค้า หรือจำกัดการแข่งขันถือว่าเป็นความผิด ซึ่งการบัญญัติกฎหมายในลักษณะนี้นั้นจะส่งผลให้ข้อตกลงทางการค้าในส่วนใหญ่จะเป็นข้อตกลงที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และต่อมาเพื่อแก้ปัญหาดังต่อไปนี้ศาลจึงได้นำ หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) เข้ามาใช้ในการประกอบการพิจารณาแทนซึ่งอาจกล่าวได้ว่า แม้การขายฟุ้งศาลของสหรัฐอเมริกาจะถือว่าเป็นความผิดในตัวเองตามกฎ Per Se ตามที่บัญญัติเอาไว้ในมาตรา 1 พระราชบัญญัติ Sherman แต่ความผิดดังกล่าวก็ถือว่าเป็นความผิดในตัวเองอย่างเคร่งครัดเพราะต้องมีการพิจารณาการกระทำดังกล่าวนั้น โดยใช้หลักการแห่งเหตุผล (Rule of Reason) เข้ามาใช้ประกอบการพิจารณาโดยการใช้หลักความสมเหตุสมผลของการกระทำว่าการกระทำนั้นส่งผลดีหรือผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจมากกว่ากัน โดยอาจพิจารณาจากปัจจัยในเรื่องของอำนาจทางการตลาด ผลกระทบของการขายฟุ้งที่มีต่อตลาดสินค้าที่ถูกลำไปฟุ้ง เป็นต้น

คดี RICK MIK ENTERPRISES INC v. EQUILON ENTERPRISES LLC US ศาลได้วางหลักเกณฑ์ไว้ว่า “ข้อตกลงการขายฟุ้งเป็นเครื่องมือที่ผู้ขายใช้ซึ่งผู้ขายมีอำนาจทางการตลาดในตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งเพื่อขยายอำนาจทางการตลาดไปยังตลาดผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน” และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นี้ผู้ขายจะมีการกำหนดเงื่อนไขในการขายผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Tying Product) สำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ที่สองของผู้ซื้อ (Tied Product) การขายฟุ้งเป็นสิ่งต้องห้ามในทฤษฎีที่ว่าหากผู้ขายมีอำนาจทางการตลาดเหนือผลิตภัณฑ์ผู้ขายจะสามารถใช้ประโยชน์จากอำนาจทางการตลาดนี้ได้โดยทำข้อตกลงการขายฟุ้งเพื่อกันผู้ขายรายอื่น

ของตลาดผลิตภัณฑ์ที่พุ่งไว้ออกไปจากตลาด โดยโจทก์มีหน้าที่ต้องพิสูจน์ว่า (1) จำเลยร่วมกันในการขายสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันสองอย่างเข้าด้วยกัน (2) จำเลยมีอำนาจทางเศรษฐกิจและการตลาดมากเพียงพอในตลาดผลิตภัณฑ์ที่ขายพุ่งที่จะบีบบังคับลูกค้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และ (3) ข้อตกลงการขายพุ่งมีผลต่อปริมาณการค้าที่ไม่ใช่ปริมาณเล็กน้อยในตลาดผลิตภัณฑ์ที่ถูกลำไปพุ่ง ข้อเรียกร้องเรื่องการขายพุ่งทั้งหมดไม่ได้ผิดกฎหมาย แต่ห้ามมิให้มีการผูกสัมพันธ์ในกรณีกับผู้ขายมีการหาประโยชน์ ควบคุม บังคับ หรือ บีบบังคับ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการพุ่งเข้ากับการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ถูกลำไปพุ่งโดย “ลักษณะสำคัญ ของข้อตกลงการขายพุ่งที่ไม่ถูกต้องอยู่ที่การใช้ประโยชน์ของผู้ขายในการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่มีการพุ่งเพื่อ บังคับให้ผู้ซื้อซื้อผลิตภัณฑ์ที่พุ่งติดกันซึ่งผู้ซื้ออาจไม่ได้ต้องการเลยหรืออาจต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นที่อื่น ด้วยเงื่อนไขที่แตกต่างกัน” ดังนั้นเมื่อมีการบังคับเช่นนี้สำหรับการแข่งขันในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่พุ่งจะ ถูกยับยั้งและถือว่ามี การละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman ดังที่ศาลฎีกาได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลสำหรับการ พ้องร้องต่อผลิตภัณฑ์ที่นำไปพุ่งนั้นวางอยู่บนข้อสันนิษฐานหรือการแสดงให้เห็นว่าอำนาจของจำเลยใน ตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ถูกลำไปพุ่งนั้นวางอยู่บนข้อสันนิษฐานหรือการแสดงให้เห็นว่าอำนาจของจำเลยใน กรณีที่เกี่ยวข้องกับการขายพุ่งโจทก์ต้องพิสูจน์ให้ได้ว่าจำเลยมีอำนาจทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และในการพิสูจน์ต้องมีการกล่าวหาอย่างถูกต้องเสียก่อน

คดี *Osborn v. Sinclair Refining Co.* ได้วางหลักไว้ว่า เมื่อศาลประเมินความเสียหายโดยประกาศ ว่าการปฏิเสธที่จะทำข้อตกลงไม่ใช่การยับยั้งการค้าที่ละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman เว้นแต่จะทำ ร่วมกับผู้อื่นโดยเป็นส่วนหนึ่งของการสมรู้ร่วมคิด หรือเว้นแต่ว่าการไม่เต็มใจที่จะทำนั้นเป็นการผูกขาด ซึ่ง ในกรณีที่ไม่มี การสมรู้ร่วมคิดหรือการผูกขาดศาลถือได้ว่า ศาลไม่สามารถดำเนินการใดๆ ได้เว้นแต่ว่าการ ปฏิเสธนั้นเป็นการกระทำที่ไม่สมเหตุสมผลตาม หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) ที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือ เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่มีเหตุผลที่สมควรในพิจารณาตามสถานการณ์ของคดี ศาลยอมรับว่าข้อตกลงการขายพุ่งนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมายต้องดำเนินการตาม กฎ Per se แต่อย่างไรก็ตาม ศาลมีความเห็นว่าเนื่องจากในกรณีนี้ไม่มีการตกลงร่วมกันหรือพยายามผูกขาดและเนื่องจากการยกเลิก นั้นไม่ใช่การยกเลิกที่ไม่มีเหตุผลจึงไม่ไม่ใช่การยับยั้งการค้าที่เป็น การละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman

คดี *Blackwell v Power Test* ศาลได้วางหลักไว้ว่า การเรียกร้องภายใต้มาตรา 1 พระราชบัญญัติ Sherman โจทก์ต้องมีการพิสูจน์องค์ประกอบของความผิดให้ครบทุกข้อ ดังนี้ (1) ต้องพิสูจน์ว่าจำเลยทำ สัญญาร่วมกันหรือสมคบกัน (2) การรวมกันหรือการสมคบคิดก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์และเป็น การต่อต้านการแข่งขันภายในผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (3) วัตถุประสงค์และการ ดำเนินการตามสัญญาหรือการสมคบคตินั้นผิดกฎหมาย และ (4) โจทก์ได้รับความเสียหายเป็นผลจากการ

สมรู้ร่วมคิดนั้น โดยในคดีนี้ ศาลได้กำหนดองค์ประกอบของการขายพ่วงที่ไม่สมเหตุสมผล ซึ่งละเมิดพระราชบัญญัติ Sherman ประการแรกต้องมีสร้างการขายพ่วงขึ้นเองโดยอ้างอิงข้อตกลงที่มีเงื่อนไขในการขายผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปพ่วง (Tied Product) ไว้เพื่อแยกการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วง (Tying Product) กล่าวคือมีข้อตกลงของคู่สัญญาในการขายผลิตภัณฑ์หนึ่งขึ้น แต่มีเงื่อนไขว่าผู้ซื้อจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์อื่นด้วย (ที่พ่วงติดกัน) เท่านั้น ประการที่สองปริมาณการค้าที่ไม่เปิดเผยจะต้องได้รับผลกระทบ ประการที่สามผู้ขายต้องมีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เพียงพอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีการพ่วงเพื่อยับยั้งการแข่งขันอย่างเสรีอย่างเห็นได้ชัดในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกันและศาลได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการครอบงำตลาดเพิ่มเติมโดยระบุว่า สาธารณประโยชน์ของความผิดกฎหมายในข้อตกลงการขายพ่วงคือการใช้ประโยชน์จากการผูกขาด ผู้ขายใช้ประโยชน์จากตำแหน่งที่ตนมีอำนาจเหนือในตลาดหนึ่งเพื่อขยายอาณาจักรผลิตภัณฑ์ของเขาไปสู่ตลาดถัดไป แต่เพียงผู้เดียวสำหรับการทดสอบควมมีอำนาจเหนือตลาดนั้นจะต้องมีอำนาจทั้งหมดและไม่ใช่แค่ส่วนหนึ่งของตลาดที่เกี่ยวข้องที่มีอำนาจในการควบคุม

สหภาพยุโรป

มาตรการทางกฎหมายที่สหภาพยุโรปนำมาบังคับใช้กับพฤติกรรมการขายพ่วง การขายพ่วงเป็นพฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายเป็นความตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันตามที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 101 TFEU หรืออีกประการหนึ่งคืออาจเข้าข่ายว่าเป็นความตามมาตรา 102 TFEU หากผู้กระทำโดยมิชอบด้วยกฎหมายแข่งขันทางการค้าเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาด ซึ่งทั้งสองมาตรามีการบัญญัติห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการตามมาตรา 101 และผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดตามมาตรา 102 กำหนดให้คู่สัญญาอีกฝ่ายต้องมีการยอมรับหน้าที่ในสัญญาเพิ่มเติมในลักษณะที่หน้าที่ที่ได้มีการเพิ่มเติมมานั้นหรือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติทางการค้าไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์แห่งสัญญาแต่อย่างใด แต่การที่จะนำกฎหมายทั้งสองมาตรานี้มาใช้จะมากหรือนำมาปรับใช้กับการขายพ่วงที่มีองค์ประกอบในเรื่องของ ผู้ประกอบการธุรกิจที่แตกต่างกันเพราะการขายพ่วงตามมาตรา 101 TFEU นั้นเป็นเรื่องของข้อจำกัดในแนวดิ่งที่ถูกนำมาใช้ในสัญญาการจัดจำหน่ายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจนั้นไม่ได้มีอำนาจเหนือตลาด แต่ในทางกลับกันตามมาตรา 102 TFEU จะนำมาปรับใช้กับกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาด

โดยมาตรการทางกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่สหภาพยุโรปนำมาใช้พิจารณาในปัญหาการขายพ่วงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งนั้นจะประกอบไปด้วยบทบัญญัติ ดังนี้ (1) มาตรา 101 (1) และมาตรา 101 (3) สนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (TFEU) (2) Commission Regulation No 330/2010 (3) Guidelines on Vertical Restraints โดยในการพิจารณาลำดับแรกคือพิจารณาว่าข้อจำกัดที่ผู้ระบายสินค้านำมาใช้เป็นนั้นเป็นการนำสินค้าที่ต่างกันมาพ่วงเข้าด้วยกันหรือไม่ ถ้าหากว่าข้อจำกัด

ที่ผู้ระบายสินค้านำมาใช้ถือได้ว่าเป็นการขายพ่วงตามหลักเกณฑ์แล้ว ประการถัดมาคือจ้องพิจารณาว่าการขายพ่วงนั้นเป็นข้อจำกัดในแนวตั้งนี้ได้รับประโยชน์จาก Regulation No 330/2010 หรือไม่ เพราะหากการขายพ่วงในกรณีใดได้รับประโยชน์จาก Regulation No 330/2010 ก็จะทำให้พฤติกรรมการขายพ่วงในกรณีนั้นได้รับการยกเว้นที่จะไม่นำมาตรา 101 TFEU มาใช้บังคับในทันที แต่หากไม่ได้รับประโยชน์จากการยกเว้นตาม Regulation No 330/2010 ก็ต้องพิจารณาต่อไปว่าการขายพ่วงนั้นจะตกอยู่ภายใต้มาตรา 101 (1) หรือไม่

คดี PETROFINA (GREAT BRITAIN), LTD. v. MARTIN วางหลักไว้ว่า แม้ว่าข้อตกลง Solus ที่มีเงื่อนไขในการขายพ่วงในเบื้องต้นจะถือได้ว่าเป็นความผิดในทันทีซึ่งเป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่ถูกต้อง เว้นแต่การจำกัดการแข่งขันทางการค้าดังกล่าวนั้นจะมีความสมเหตุสมผลระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายและไม่เป็นอันตรายต่อผลประโยชน์สาธารณะ

กล่าวโดยสรุปการขายพ่วง หากพิจารณาจากหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกา ถือได้ว่าเป็นการตกลงร่วมกันในแนวตั้งที่มีวัตถุประสงค์ในการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการซึ่งจะเห็นได้ว่าในอดีตผู้บริโภคเข้าปั้มน้ำมันก็เพื่อวัตถุประสงค์ก็เพื่อเติมน้ำมันเท่านั้น แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคเข้าปั้มน้ำมันโดยมีวัตถุประสงค์นอกจากการเติมน้ำมันคือการเข้าห้องน้ำ การซื้อกาแฟ การซื้ออาหาร รวมถึงการใช้บริการ Car care ล้างรถขัดสี เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าข้อตกลงที่มีการขายพ่วงกล่าวคือ การซื้อแฟรนไชส์ร้านกาแฟต้องซื้อเมล็ดและไซร้ปสูตรพิเศษด้วย การเปิดปั้มน้ำมันต้องเครื่อง POS ด้วย หรือการกำหนดว่าหากต้องการเปิดปั้มน้ำมันและเปิด Car Care ด้วยก็ต้องเปิดในแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้น และต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน Car Care ที่เป็นของบริษัทหรือของคู่ค้าของบริษัทเท่านั้น โดยเงื่อนไขในข้อตกลงดังกล่าวนี้อาจเป็นข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งซึ่งมีความผิดตามมาตรา 55 (4) เพราะอาจถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในสินค้าที่ห่อเดียว แต่อย่างไรก็ตามการขายพ่วงนี้อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากข้อตกลงการพ่วงดังกล่าวก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้บริโภค กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการบริการของการเปิดร้านกาแฟที่บังคับให้ซื้อวัตถุดิบของแฟรนไชส์ร้านกาแฟคือ การที่ผู้บริโภคซื้อกาแฟก็ย่อมมีความคาดหวังว่ากาแฟจะมีรสชาติที่ดี สะอาด และรสชาติเหมือนกันในทุกสาขา การที่บริษัทฯ กำหนดให้ซื้อวัตถุดิบของบริษัทในการทำการกาแฟก็เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของกาแฟให้มีรสชาติที่ดี และรักษามาตรฐานความสะอาด และความอร่อยให้เหมือนกันทุกสาขา ซึ่งจะเห็นได้ว่าก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการกับผู้บริโภค หรือในกรณีที่มีการกำหนดว่าหากจะเปิดปั้มน้ำมันต้องซื้อเครื่อง POS ด้วยก็เพื่อวัตถุประสงค์ในการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการให้กับผู้บริโภคเพราะในการมาเติมน้ำมันในแต่ละครั้งผู้บริโภคมักมีความคาดหวังว่าปั้มน้ำมันที่เขาไป

เติมน้ำมันต้องมีน้ำมันให้ผู้บริโภคเติมได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดให้ติดตั้งระบบ POS ย่อมเป็นการส่งเสริมความคาดหวังดังกล่าวเพราะระบบ POS จะเป็นเครื่องมือในการเช็คสต็อกว่าน้ำมันชนิดใด มีปริมาณคงเหลือเท่าไร ซึ่งถ้าหากน้ำมันหมดผู้ประกอบการจะได้สั่งน้ำมันมาเติมในถังน้ำมันได้ทันได้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการกำหนดให้ซื้อระบบ POS ดังกล่าวจึงเป็นการสร้างความประทับใจและส่งเสริมประสิทธิภาพในด้านบริการให้กับผู้บริโภค และในกรณีสุดท้ายที่กำหนดว่าหากต้องการเปิด Car Care ต้องเปิดแบรนด์แฟรนไชส์ของบริษัทฯ เท่านั้นและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน Car Care ต้องเป็นผลผลิตของบริษัทฯ หรือของคู่ค้าของบริษัทฯ เท่านั้น การกำหนดในลักษณะนี้เป็นการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการเช่นกันเพราะเนื่องจากเมื่อเป็นแฟรนไชส์ Care Car และเป็นแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้จำหน่ายในปั้มน้ำมันก็ย่อมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่คุณภาพ กล่าวคือ การกำหนดดังกล่าวเป็นการรับประกันในระดับหนึ่งว่าผู้บริโภคจะได้ใช้บริการล้างรถ เคลือบสี เคลือบเงาจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่ทำให้รถของผู้บริโภคเสียหาย สร้างความประทับใจ และไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพในการบริการ

ในการพิจารณาเหตุผลและความจำเป็นโดยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวคิดกับความจำเป็นในการขายพ่วง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากประสิทธิภาพในการบริการที่เกิดขึ้นจากการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน กล่าวคือ ประโยชน์ในการขายพ่วงตามตัวอย่างที่ได้อธิบายไปในข้างต้นนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของประสิทธิภาพในการบริการ เพราะในปัจจุบันการที่ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริษัทปั้มน้ำมัน ผู้บริโภคย่อมไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะเข้ามาเพื่อเติมน้ำมันเพียงอย่างเดียว แต่ผู้บริโภคยังเข้ามาเพื่อใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ร้านกาแฟ ซุปเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น การกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องเปิดร้านกาแฟและซื้อวัตถุดิบของบริษัทฯ เท่านั้น การกำหนดให้ติดตั้งระบบ POS เมื่อต้องการเปิดสถานีบริการน้ำมัน การกำหนดว่าถ้าหากต้องการเปิด Car Care ในปั้มน้ำมันต้องเปิดแบรนด์ของบริษัทฯ และต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายใน Care Car เฉพาะแต่ของบริษัทฯ หรือของคู่ค้าตามที่กำหนดเท่านั้น เป็นการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการให้กับผู้บริโภค เป็นการสร้างมาตรฐาน ความประทับใจซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค และก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการคือผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นข้อตกลงการขายพ่วงในกรณีดังกล่าวจึงมีประโยชน์มากกว่าโทษ

4.3 การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น (Exclusive Dealing)

ประเทศไทย

การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น (Exclusive Dealing) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการทำสัญญาตกลงกัน โดนทั่วไปแล้วจะวางเงื่อนไขการขายสินค้าไว้ว่าผู้ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไปจะไม่ไปซื้อสินค้าจากคู่แข่งของผู้ขาย เช่น พฤติกรรมของผู้ผลิตที่ห้ามไม่ให้ผู้ค้าปลีกหรือผู้ประกอบการของตนขายหรือจำหน่ายสินค้าของคู่แข่งหรือห้ามมิให้ผู้ค้าของตนซื้อสินค้าจากคู่แข่ง เป็นต้น

ในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันนั้นก็มักมีข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้นในบางข้อตกลง ซึ่งโดยส่วนมากผู้ที่กำหนดเงื่อนไขดังกล่าวนี้ได้แก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันที่กำหนดไว้ว่าไม่ให้ผู้ประกอบการซื้อหรือจำหน่ายสินค้าที่เป็นสินค้าของคู่แข่งของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ซึ่งตัวอย่างในกรณีนี้ เช่น ข้อตกลงที่หากผู้ประกอบการตกลงกับบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่จะเปิดธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน บริษัทก็จะมีการกำหนดข้อตกลงเอาไว้ว่าน้ำมันทุกประเภทที่ผู้ประกอบการจะนำมาขายสถานีบริการน้ำมันต้องเป็นน้ำมันที่ซื้อมาจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่เป็นเจ้าของแบรนด์สถานีบริการน้ำมันเท่านั้น ห้ามมิให้ซื้อน้ำมันที่เป็นคู่แข่งของบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือของผู้ผลิตอื่นใดมาจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันตามที่ตกลงสัญญาและถ้าหากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามก็อาจเป็นเหตุให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันบอกเลิกสัญญาให้สิทธิในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน

โดยพฤติกรรมในการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น (Exclusive Dealing) หากพิจารณาจากพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 55 (4) ในเรื่องของกรห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจใดร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นกระทำการใดๆ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในการกำหนดเงื่อนไขหรือวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการซื้อหรือการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการเพื่อให้ปฏิบัติตามที่ตกลงกัน แต่สำหรับก็อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) เนื่องจากเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ หากเข้าเงื่อนไขตามที่กำหนดไว้

ประเทศสหรัฐอเมริกา

หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้นของประเทศสหรัฐอเมริกามีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลักๆ 3 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติ Clayton พระราชบัญญัติ Sherman และพระราชบัญญัติ FTC โดยในการพิจารณาของศาล ศาลจะเริ่มพิจารณาจากมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติ Clayton ก่อนเพราะถือว่าเป็นกฎหมายหลักที่ใช้ในการพิจารณาเรื่องการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น เป็นกฎหมายที่มีการกำหนดขอบเขตของการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น รวมทั้งกำหนดองค์ประกอบของการค้าขายเฉพาะรายที่ถือว่าผิดกฎหมาย และหากพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจถือว่าเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติ Clayton นี้ ศาลจะลงโทษเฉพาะความผิดในทางแพ่ง กล่าวคือ การกำหนดให้ผู้กระทำความผิดต้องชดใช้ค่าเสียหายเป็นจำนวน 3 เท่าของค่าเสียหายจริง และกฎหมายฉบับ

ต่อไปที่ศาลใช้พิจารณาในเรื่องการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองได้นั้นได้แก่ พระราชบัญญัติ Sherman เพราะการควบคุมการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองนั้นในขั้นตอนแรกมีการกำหนดขอบเขตที่จำกัดอยู่เพียงการเช่าหรือการขายสินค้าเท่านั้น ดังนั้นการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองที่เกิดขึ้นในรูปแบบการค้าอื่นๆ เช่น การแต่งตั้งตัวแทนหรือการส่งมอบที่เกิดขึ้นกับการค้าด้านบริการ ซึ่งจะอยู่นอกขอบเขตของมาตรา 3 พระราชบัญญัติ Clayton แต่การกระทำดังกล่าวก็ยังอยู่ในขอบเขตของมาตรา 1 พระราชบัญญัติ Sherman เพราะมีการบัญญัติเอาไว้ให้มีขอบเขตที่กว้างมาก ซึ่งศาลจะมีการพิจารณาให้การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองนั้นในกรณีนอกเหนือจากพระราชบัญญัติ Clayton นี้เป็นสิ่งที่ต้องห้ามตามกฎหมายนี้แทน การความผิดตามพระราชบัญญัติ Sherman จะเป็นโทษทางอาญา ได้แก่ โทษปรับ จำคุก และโทษในทางแพ่ง ได้แก่ การชดใช้ค่าเสียหาย และกฏเกณฑ์สุดท้ายที่ศาลใช้ในการพิจารณาเรื่องการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองได้นั้นได้แก่ พระราชบัญญัติ FTC แต่การควบคุมการกระทำดังกล่าวนี้ของพระราชบัญญัติ จะแยกออกจากกฎหมายใน 2 ฉบับแรกอย่างสิ้นเชิงเพราะเป็นการให้อำนาจแก่คณะกรรมการการค้าของรัฐบาลกลางในการควบคุมการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองที่อยู่ในความหมายของวิธีการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมโดยไม่คำนึงถึงการพิสูจน์ความผิดตามกฎหมายใน 2 ฉบับแรก แต่โดยหลักแล้วศาลของประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีการนำหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) มีใช้ในการพิจารณาควบคู่กันไปด้วยเสมอ โดยจะมีการวิเคราะห์ว่าพฤติกรรมของผู้กระทำนั้นขัดกับกฎหมายป้องกันการผูกขาดหรือไม่โดยซึ่งน้ำหนักระหว่างผลดีและผลเสียของการกระทำที่มีผลกระทบต่อตลาด ดังนั้นในการพิจารณาจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ว่ามีแนวโน้มในการส่งเสริมการแข่งขันหรือเป็นการทำลายการแข่งขันมากกว่ากัน

คดี Magnus Petroleum Co., Inc. v. Skelly Oil Co. วางหลักไว้ว่า สัญญาที่กำหนดให้ผู้ซื้อต้องซื้อสินค้าในปริมาณคงที่ซึ่งมีจำนวนประมาณ 60-80% ของความต้องการนั้นไม่ถือว่าผิดกฎหมาย เพราะข้อตกลงดังกล่าวนี้ไม่มีเงื่อนไขที่กำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองและไม่ได้กำหนดให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าของจำเลยจำนวนเท่าใดก็ได้จึงจะบรรลุตามความต้องการ

คดี T.A.M., INC. and E.L.G., Inc. v. GULF OIL CORPORATION ในคดีนี้ศาลได้มีการวางหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการตกลงร่วมกันในรูปแบบของการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเอง (Exclusive Dealing) ไว้ 3 หลักเกณฑ์หลักๆ ได้แก่ ประการแรกคือ การพิจารณาว่าการค้าที่มีข้อพิพาทกันนั้นอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงในคดี ประการที่สอง คือ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของการแข่งขันมีประสิทธิภาพในการค้าและเป็นที่ยอมรับ และประการสุดท้าย คือ ผู้ประกอบธุรกิจในการจำกัดการแข่งขันดังกล่าวมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สำคัญ

สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปไม่ถือว่าเป็นข้อตกลงที่มีเป้าหมายเพื่อจำกัดการแข่งขันโดยตรง ข้อตกลงดังกล่าวอาจได้รับการยกเว้นหากสามารถพิสูจน์เงื่อนไข 4 ประการตามมาตรา 101 (3) ได้ ซึ่งคณะกรรมการธิการได้กำหนดแนวปฏิบัติไว้ว่าต้องเป็น ข้อตกลงที่สร้างขึ้นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ ต้องไม่เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาด และ ต้องมีระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี หากมีระยะเวลาระหว่าง 1-5 ปี ต้องได้รับการประเมินที่เหมาะสมในผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ แต่ข้อตกลงที่มีระยะเวลาเกิน 5 ปี คณะกรรมการธิการก็พิจารณาว่าเป็นระยะเวลาที่นานเกินความจำเป็นกว่าประสิทธิภาพที่จะได้รับ ซึ่งตกอยู่ภายใต้มาตรา 101 (1)

มาตรการทางกฎหมายที่สหภาพยุโรปนำมาบังคับใช้กับพฤติกรรมที่กำหนดให้ทำธุรกิจกับตนเองเท่านั้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่อาจเข้าข่ายเป็นความตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันตามที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 101 TFEU โดยมาตรการทางกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่สหภาพยุโรปนำมาใช้พิจารณาในปัญหาการกำหนดให้ทำธุรกิจกับตนเองนั้นซึ่งเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งนั้นจะประกอบไปด้วยบทบัญญัติ ดังนี้ (1) มาตรา 101 (1) และมาตรา 101 (3) สนธิสัญญาว่าด้วยการทำงานของสหภาพยุโรป (TFEU) (2) Commission Regulation No 330/2010 (3) Guidelines on Vertical Restraints โดยในการพิจารณาลำดับแรกคือพิจารณาว่าข้อตกลงนั้นเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 หรือไม่ ประการที่สองคือต้องพิจารณาว่าข้อตกลงดังกล่าวเข้าเงื่อนไขข้อยกเว้นที่ถือว่าไม่เป็นความผิดให้กระทำได้ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 101 (3) โดยต้องเข้าเงื่อนไข 4 ประการตามที่กำหนดจะขาดเงื่อนไขใดเงื่อนไขหนึ่งไปไม่ได้ และประการที่สามคือการพิจารณาว่าการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองนั้นข้อตกลงในแนวตั้งที่ได้รับประโยชน์จาก Regulation No 330/2010 หรือไม่ เพราะหากได้รับประโยชน์จาก Regulation No 330/2010 ก็จะทำให้พฤติกรรมในกรณีนั้นได้รับการยกเว้นที่จะไม่นำมาตรา 101 TFEU มาใช้บังคับในทันที แต่หากไม่ได้รับประโยชน์จากการยกเว้นตาม Regulation No 330/2010 ก็ต้องพิจารณาต่อไปว่าการขายพ่วงนั้นจะตกอยู่ภายใต้มาตรา 101 (1) หรือไม่

คดี CEPSA Estaciones de Servicio SA v LV Tobar e Hijos SL ศาลได้วางหลักเกณฑ์ไว้ว่า ข้อตกลงในแนวตั้งซึ่งได้แก่ ข้อตกลงให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเองเท่านั้น (Exclusive Dealing) ระหว่างผู้ผลิตและผู้ประกอบการจะอยู่ภายใต้มาตรา 101 TFEU ได้ ต้องเป็นกรณีที่ผู้ประกอบการได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ประกอบการในทางเศรษฐกิจที่เป็นอิสระ มีความเสี่ยงในทางการเงินหรือทางการค้าอย่างหนึ่งอย่างใดและเป็นข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการสองราย แต่อย่างไรก็ตามหากข้อเท็จจริงผู้ประกอบการมีความเสี่ยงเพียงเล็กน้อยไม่ได้ทำให้มาตรา 101 มีผลบังคับใช้ หากผู้ประกอบการไม่ได้เป็นผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจที่เป็นอิสระเมื่อจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับผู้บริโภค ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและ

ผู้ประกอบการจะเป็นเพียงความสัมพันธ์ระหว่างตัวการและตัวแทน ในข้อตกลงกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้นหากผู้ผลิตได้มอบข้อได้เปรียบในทางการค้าเป็นพิเศษให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเป็นการตอบแทนซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงการจัดจำหน่ายอำนวยความสะดวกในการตั้งหรือปรับปรุงให้ทันสมัยหรือเป็นการลดค่าใช้จ่ายก็อาจได้รับการยกเว้นจากกฎการยกเว้น เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปเมื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาการกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น ถือได้ว่าการตกลงร่วมกันในแนวดิ่งที่มีวัตถุประสงค์การป้องกันการกีดกันจากผู้ผลิตรายอื่น เป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตกับผู้ประกอบการหรือค้าปลีกได้ทำข้อตกลงในการกำหนดเงื่อนไขในการซื้อขายเพื่อให้ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้เท่านั้น เช่น ข้อตกลงที่กำหนดว่าหากผู้ประกอบการเปิดสถานีบริการน้ำมันแล้วผู้ประกอบการต้องซื้อน้ำมันที่จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันของบริษัทฯ ผู้ค้าน้ำมันเท่านั้นจะซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายในปีน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่ต่างยี่ห้อกันไม่ได้ หากไม่กระทำตามที่ตกลงอาจเป็นเหตุแห่งการเลิกสัญญา ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้อาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (4) แต่จะได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากพิสูจน์ได้ว่าข้อตกลงดังกล่าวเป็นการตกลงที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการป้องกันการกีดกันและประสิทธิภาพในเรื่องของการบริการต่อผู้บริโภค กล่าวคือ เป็นการป้องกันการกีดกันจากผู้ผลิตรายอื่น เช่นผู้ประกอบการปั๊มบางจากไปนำน้ำมันจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายในปีบางจากโดยที่ปั๊มบางจากเป็นผู้ลงทุนโฆษณาเครื่องหมายการค้า ส่งเสริมการขายทุกอย่างเพื่อให้ผู้บริโภคมาใช้บริการปั๊มบางจาก หากผู้ประกอบการนำน้ำมันของผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายการลงทุนของบริษัทฯ ก็ย่อมเสียเปล่าไม่ได้ประโยชน์กลับคืนมาจากการลงทุน ซึ่งการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตรายอื่นมาชิงกินแรงจากสิ่งที่ปั๊มบางจากได้ลงทุนไป อีกทั้ง การกำหนดให้ซื้อน้ำมันเฉพาะของบริษัทฯ มาจำหน่ายในปีก็ยังคงเป็นการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการบริการของผู้บริโภคที่ผู้บริโภคจะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นมิตรต่อเครื่องยนต์ และหากผู้ประกอบการนำน้ำมันของผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายและไม่ได้มาตรฐานตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ หากต่อมาผลิตภัณฑ์นั้นทำให้รถยนต์ของผู้บริโภคเสียหาย ผู้ที่จะได้รับผลกระทบก็คือบริษัทฯ เพราะถือว่าผู้บริโภคมาเติมน้ำมันปั๊มบางจากก็เพื่อได้เติมน้ำมันของปั๊มบางจากไม่ใช่ของผู้ผลิตรายอื่น ทำให้บริษัทฯ อาจต้องรับผิดชอบในส่วนนี้ต่อผู้บริโภคและทำให้บริษัทฯ ได้รับความเสียหายและเสียชื่อเสียง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดให้ซื้อน้ำมันจากบริษัทฯ เท่านั้นก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการป้องกันการกีดกันจากผู้ผลิตรายอื่น เป็นการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการแก่ผู้บริโภคที่จะได้ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันที่มีคุณภาพ อีกทั้งยังทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพน้ำมันและรักษาชื่อเสียงของแบรนด์ไว้ได้อีกด้วย ซึ่งหากชั่งน้ำหนักระหว่างผลดีและผลเสียย่อมมีผลดีมากกว่าผลเสียที่จะเกิดขึ้น

4.4 การกำหนดท้องที่ขาย

ประเทศไทย

การกำหนดท้องที่ขายเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าระยะห่างระหว่างสถานีบริการน้ำมันในแต่ละแห่งควรห่างกันเท่าไร ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันภายในแบรนด์ ซึ่งอาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (1) ประกอบกับมาตรา 54 (4) แต่อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากเป็นข้อตกลงที่สร้างขึ้นในความสัมพันธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งมาตรา 55 (1) เป็นบทบัญญัติที่ใช้กับกรณีที่เป็นการจำกัดการแข่งขันที่ไม่ร้ายแรงซึ่ง วางหลักว่า ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจใดร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจอื่นกระทำการใด ๆ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาดใดตลาดหนึ่งในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ (1) กำหนดเงื่อนไขตามทีระบุไว้ในมาตรา 54 (4) ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจที่มีคู่แข่งแข่งขันในตลาดเดียวกัน โดยกำหนดว่า ห้ามมิให้กำหนดแบ่งท้องที่ที่ผู้ประกอบธุรกิจแต่ละรายจะจำหน่าย แต่การตกลงร่วมกันดังกล่าวนั้นก็อาจได้รับการยกเว้นหากเข้าเงื่อนไขตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 56 ซึ่งในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการนั้นการอาจมีการกำหนดแบ่งท้องที่ในการเปิดสถานีบริการน้ำมัน แต่ก็แบ่งนั้นไม่ได้มีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งอย่างชัดเจน ไม่ได้มีการวางหลักเกณฑ์ที่เข้มงวดว่าสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งต้องมีระยะห่างระหว่างกันเท่าไร เพราะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ เช่น ในต่างจังหวัดก็อาจจะมีการเว้นระยะห่างในแต่ละสถานีบริการน้ำมันที่มากขึ้น เช่น ห่างกัน 10 กิโลเมตร หรือในกรุงเทพฯซึ่งมีการจราจรที่หนาแน่น ไม่ได้เป็นเมืองที่ใหญ่มากก็อาจมีระยะห่างกันไม่มี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์และปัจจัยที่ใช้ในการแข่งขันในพื้นที่นั้น แต่การแบ่งท้องที่นั้นก็เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการเพื่อให้ไม่มีสถานีบริการน้ำมันที่เป็นแบรนด์เดียวกันมาแย่งลูกค้าในบริเวณเดียวกัน เป็นการกระจายรายได้ผลกำไรให้ผู้ประกอบการได้ดีขึ้น แต่ทั้งนี้ พิจารณาว่าการกำหนดท้องที่ขายของบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการจะเป็นความผิดหรือไม่ก็ต้องพิจารณาปัจจัยหลายประการเข้าด้วยกัน ซึ่งได้แก่การพิจารณาข้อยกเว้นที่กำหนดไว้ตามมาตรา 56 ความสมเหตุสมผลของการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าว ข้อดีของการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งในการกำหนดท้องที่ขายซึ่งต้องมีการพิจารณาเป็นรายกรณีไป

ประเทศสหรัฐอเมริกา

การพิจารณาในเรื่องของการกำหนดท้องที่ในการขายในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น สามารถพิจารณาได้จากหลักตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ Sherman ซึ่งเป็นกฎหมายแข่งขันทางการค้าหลักของประเทศสหรัฐอเมริกาในการพิจารณาพฤติกรรมต่อต้านการผูกขาดในเรื่องของการกำหนดท้องที่ขาย แต่เนื่องจากพระราชบัญญัติ Sherman นั้นมีการบัญญัติหลักเกณฑ์เอาไว้อย่างกว้างๆ จึงต้องพิจารณาหลักเกณฑ์อื่นประกอบด้วย ซึ่งในเรื่องของการกำหนดท้องที่ในการขายนั้นเนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นระบบกฎหมาย Common law จึงสามารถพิจารณาได้จากหลักเกณฑ์ในคำพิพากษา

คดีก่อนๆ ที่ได้วางหลักเอาไว้ แต่เดิมนั้นศาลของประเทศสหรัฐอเมริกาถือว่าการกำหนดท้องที่ในการขาย เป็นพฤติกรรมต่อต้านการผูกขาดที่ผิดกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และถือว่าเป็นความผิดในตัวเอง ตามกฎ Per Se แต่ในเวลาต่อมานั้นศาลของประเทศสหรัฐอเมริกาได้เปลี่ยนแนวทางในการพิจารณา พฤติกรรมดังกล่าว โดยการนำหลักเศรษฐศาสตร์มาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการกระทำดังกล่าวโดย การซึ่งนำหน้าระหว่างผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการตกลงร่วมกัน โดยพิเคราะห์ถึงผลกระทบในระบบ เศรษฐกิจของตลาดการค้านี้ๆ รวมถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งหากมีผลดีมากกว่า ผลเสียการกำหนดท้องที่ขายดังกล่าวนั้นก็จะเป็นความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ซึ่งการ พิจารณาจากผลดี ผลเสียคือการนำหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) มาใช้ในการพิจารณา

คดี Quigley v. Exxon Co. U. S. A., 376 F. Supp. วางหลักว่า การเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ ที่ใกล้กับสถานีบริการน้ำมันแห่งเดิมของโจทก์ ไม่ถือว่าเป็นการยับยั้งทางการค้าใดๆ เพราะโจทก์ไม่สามารถ พิสูจน์ได้ว่าการเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่จะส่งผลเสียต่อตำแหน่งทางการค้าในตลาดภูมิศาสตร์ เดียวกัน เมื่อพิจารณาในประเด็นเรื่องการไหลเวียนของการจราจรในบริเวณสถานีบริการน้ำมันทั้ง 2 แห่ง เพราะสถานีบริการน้ำมันทั้ง 2 แห่งมีการไหลเวียนการจราจรที่ผ่านหน้าสถานีบริการน้ำมันที่ต่างกันอย่าง สิ้นเชิง ไม่ถือว่าเป็นคู่แข่งในตลาดภูมิศาสตร์เดียวกัน จึงไม่ถือว่าเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติ Sherman

คดี Partner & Partner, Inc. v. Exxonmobil Oil Corp. วางหลักว่า การที่โจทก์อ้างว่าจำเลยได้ สัญญาโดยวาจาว่าจะไม่เปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ภายในระยะทาง 1 ไมล์จากสถานีบริการน้ำมัน ของโจทก์ (นโยบาย one-mile rule) ซึ่งศาลตัดสินว่าคำกล่าวอ้างดังกล่าวของโจทก์ถูกต้องห้ามไม่ให้ศาล รับฟังตาม หลักกฎหมายต้องห้ามรับฟังพยานหลักฐานด้วยวาจา (The parole evidence rule) โจทก์จึง ไม่สามารถชนะการเรียกร้องตามพระราชบัญญัติ Sherman ได้ การที่โจทก์กล่าวหาว่าจำเลยอนุญาตให้มี การเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่เป็นการละเมิดนโยบาย one-mile rule ซึ่งฝ่าฝืนมาตรา 1 พระราชบัญญัติ Sherman ศาลจึงวิเคราะห์ตาม หลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) และโจทก์ต้อง พิสูจน์เงื่อนไขดังต่อไปนี้ให้ได้ (1) จำเลยทำสัญญาหรือสมคบกัน (2) สัญญาดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบ ต่อการการแข่งขันทางการค้าในตลาดที่เกี่ยวข้อง (3) เกิดขึ้นภายในตลาดผลิตภัณฑ์และตลาดทางภูมิ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (4) วัตถุประสงค์ของการกระทำนั้นผิดกฎหมาย และ (5) สัญญาหรือการตกลงร่วมกัน นั้นทำให้โจทก์ได้รับความเสียหาย

สหภาพยุโรป

การกำหนดท้องที่ขายของสหภาพยุโรปสามารถพิจารณาว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันหรือไม่โดยเริ่มจากการพิจารณาบทบัญญัติในมาตรา 101 TFEU และพิจารณาข้อยกเว้นที่ไม่ถือว่าเป็นความผิดตามมาตรา 101 (3) และสุดท้ายคือการพิจารณา Commission Regulation (EU) No 330/2010 ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งโดยพิจารณาควบคู่ไปกับมาตรา 101 ซึ่งหาก Commission Regulation (EU) No 330/2010 กำหนดว่าการกระทำใดได้รับการยกเว้นไม่มีความผิดก็ไม่ต้องพิจารณาข้อยกเว้นตามมาตรา 101 (3) แล้วเพราะจะถือว่าการตกลงร่วมกันดังกล่าวนี้ไม่เป็นความผิดหากเข้าเงื่อนไขตามที่กำหนดใน Regulation ซึ่งในการกำหนดท้องที่ขายหรือกำหนดลูกค้าที่ผู้ซื้อสามารถขายต่อได้ (Restrictions of the Territory or the Customer to whom the Buyer may sell) ซึ่งอาจเป็นการจำกัดการแข่งขันอย่างร้ายแรงซึ่งถูกกำหนดไว้ใน

ข้อ 4 (b) ของ Commission Regulation (EU) No 330/2010 วางหลักว่า ข้อตกลงหรือการ ปฏิบัติร่วมกันดังกล่าวมีวัตถุประสงค์โดยตรงหรือโดยอ้อมในการจำกัดการขายของผู้ซื้อ หรือจำกัดการขายของลูกค้าในสัญญาอันมีความเกี่ยวข้องกับการจำกัดอาณาเขต หรือการแบ่งกลุ่มผู้ซื้อ หรือกลุ่ม ผู้ขายสินค้าหรือบริการนั้น เป็นข้อจำกัดการแข่งขันซึ่งทำให้เกิดหน้าที่โดยตรง เช่น ภาระผูกพันที่ผู้ซื้อ จะไม่ขายสินค้าต่อให้กับลูกค้าบางราย หรือไม่ขายสินค้าให้กับลูกค้าในบางพื้นที่ หรือภาระหน้าที่ในการส่งคำสั่งซื้อจากลูกค้ากลุ่มหนึ่งไปยังผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ แต่แม้ว่าการกำหนดท้องที่ขายหรือกำหนดลูกค้าที่ผู้ซื้อสามารถขายต่อได้ อาจถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ร้ายแรงตามข้อ 4(b) แต่สหภาพยุโรปก็ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นไว้ 4 ประการ ที่จะไม่ถือว่าข้อตกลงดังกล่าวเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ร้ายแรงกล่าวคือ

(1) เป็นการจำกัดการขายแบบแอกทีฟไปยังอาณาเขตของผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่ได้รับการจัดสรรให้ขายแต่เพียงผู้เดียว หรือการจำกัดการขายแบบแอกทีฟ ไปยังกลุ่มลูกค้าที่ผู้จัดจำหน่ายรายอื่นได้รับการจัดสรรให้ขายแต่เพียงผู้เดียว (2) เป็นการจำกัดการแข่งขันในระดับผู้ค้าส่ง (3) เป็นการจำกัดการขายของระบบการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร และ (4) การจำกัดการขายของผู้ซื้อส่วนประกอบ

ดังนั้น หากการกำหนดท้องที่ขายในกรณีใดเข้าเงื่อนไขตามที่กำหนดเอาไว้ในข้อยกเว้น 4 ประการ ข้อตกลงดังกล่าวนี้ก็จะไม่ถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันที่ร้ายแรง แต่การพิจารณาการยกเว้นดังกล่าวต้องพิจารณาควบคู่ไปกับหลักความสมเหตุสมผลและข้อดีของการตกลงร่วมกันที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่งนั้นๆ

กล่าวโดยสรุป การกำหนดท้องที่ขาย ถือได้ว่าเป็นการตกลงร่วมกันในแนวดิ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าระยะห่างระหว่างสถานีบริการน้ำมันในแต่ละแห่งควรห่างกันเท่าไร ถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันภายในแบรนด์ ซึ่งอาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (1) ประกอบกับมาตรา 54 (4) แต่อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) กล่าวคือ

บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะมีการกำหนดท้องที่ขายในเรื่องของระยะห่างของแต่ละสถานีบริการน้ำมันว่าแต่ละแห่งควรมีระยะห่างกันเท่าไร แต่ในการกำหนดระยะห่างนั้นก็ไม่ได้มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดที่ตายตัว เพราะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น หากสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อเดียวกันตั้งอยู่บนถนนสายเดียวกันก็ควรจะต้องอยู่คนละอำเภอ หรืออาจเป็นกรณีที่สถานีบริการน้ำมัน 2 แห่งยี่ห้อเดียวกันอยู่ใกล้กันแต่อยู่คนละถนน เช่น แห่งนึงอาจอยู่ถนนสายหลัก ถนนสายรอง ถนนตัดใหม่ ถนนเลี้ยวเมือง แล้วแต่กรณี เป็นต้น สถานีบริการน้ำมันในต่างจังหวัดในแบรินต์เดียวกันมักจะตั้งอยู่ห่างกันมากกว่าสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อเดียวกันแต่อยู่ในกรุงเทพฯ เพราะเนื่องจากปัจจัยความหนาแน่นของการจราจรและประชากรที่เป็นผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน โดยสาเหตุที่ต้องมีการกำหนดให้สถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งให้ควรรออยู่ห่างกันนั้นก็เพื่อเป็นการปกป้องผู้ประกอบการในสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อเดียวกันให้สามารถขายน้ำมันได้ไม่เกิดการแย่งลูกค้าในสินค้าแบรินต์เดียวกันลูกค้ากันในห้องที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และถ้าหากมีเหตุผลจำเป็นทางธุรกิจหรือทางใดก็ตามที่ทำให้ต้องเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ใกล้เคียงหรือติดกับสถานีบริการน้ำมันแห่งเก่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะแจ้งให้ผู้แทนการตลาดซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ค้าน้ำมันทราบก่อนและให้ผู้แทนการตลาดสื่อสารเรื่องดังกล่าวไปยังผู้ประกอบการอาจมีทั้งกรณีให้ผู้ประกอบการรายเก่าเป็นผู้มีสิทธิเลือกก่อนว่าต้องการทำสถานีบริการบริการน้ำมันแห่งใหม่ในบริเวณใกล้เคียงกับปั้มเดิมหรือไม่ หรือกรณีที่ให้ผู้ประกอบการรายใหม่มาทำและอาจให้เป็นเงินสนับสนุนหรือสิ่งอื่นใดเพื่อเป็นการชดเชยให้กับผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่ใกล้สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่เพราะอาจส่งผลทำให้ยอดขายของสถานีบริการน้ำมันแห่งเก่าลดลงเพราะผู้บริโภคอาจเปลี่ยนไปเติมที่แห่งใหม่อาจด้วยเหตุผลเพราะใกล้กว่า ใหญ่กว่า หรือใหม่กว่า เป็นต้น แต่ในกรณีนี้บริษัทผู้ค้าน้ำมันก็อาจช่วยเหลือสถานีบริการน้ำมันของผู้ประกอบการรายเก่าด้วยการให้เงินสนับสนุน เยียวยาด้วยวิธีต่างๆ หรืออนุมัติโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่มีใช้บริการในแบบใหม่ๆ เพื่อดึงยอดขายกลับมาให้มีความพอดีกัน กล่าวโดยสรุปคือมีการแบ่งอาณาเขตในการขายกันก็เพื่อให้ผู้ประกอบการแต่ละรายสามารถขายได้โดยไม่แย่งลูกค้ากันเองแต่ไม่มีเกณฑ์ตายตัวว่าแต่ละปั้มต้องมีระยะห่างกันเท่าไรเพราะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมด้วย ซึ่งในกรณีของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่นั้นอาจเป็นการจำกัดการขายแบบแอกทีฟเพื่อเป็นการรักษาระบบการจัดจำหน่ายแบบแบ่งอาณาเขตได้เพราะเป้าหมายของการจำหน่ายน้ำมันก็คือผู้บริโภคที่ขับรถผ่านในถนนที่เป็นอาณาเขตของสถานีบริการน้ำมันแห่งนั้น แต่การจำกัดการแข่งขันในด้านอาณาเขตนี้ก็ถือได้ว่าเป็นข้อตกลงในการพัฒนาการจัดจำหน่ายพฤติกรรมนี้อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างสินค้าต่างแบรินต์กันมากขึ้น โดยแต่ละแบรินต์นั้นก็พยายามจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ไม่ว่าจะเป็นการบริการก่อนหรือหลังการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการแบรินต์ของตนซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้า อีกทั้งยังเป็นการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกรรมหรือประหยัดต่อขนาดในการกระจายสินค้าและแก้ปัญหาการกินแรงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่อยู่นอกระบบและยังเป็นการลดต้นทุนในการลงทุนเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เพราะมีการกำหนดพื้นที่

ที่ชัดเจนว่าจะลงทุนเปิดสถานีสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ไหน ดังนั้นจึงถือได้ว่าการกำหนดท้องที่ขายเป็นข้อตกลงในการพัฒนาการผลิต

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดท้องที่ขายก่อให้เกิดการพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างสินค้าต่างแบรนด์กันมากขึ้น โดยแต่ละแบรนด์นั้นก็พยายามจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการบริการก่อนหรือหลังการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการแบรนด์ของตนซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการกินแรงจากผู้จำหน่ายรายอื่นอีกด้วย เมื่อชั่งน้ำหนักระหว่างผลดีและผลเสียของการกำหนดท้องที่ขายจะมีผลดีมากกว่า เพราะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในหลายด้าน

4.5 การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

ประเทศไทย

ในเรื่องของการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการขายน้ำมันนั้นเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันให้สิทธิแก่ผู้ประกอบการในการบริหารจัดการสถานีสถานีบริการน้ำมันแต่มีเงื่อนไขว่าต้องจำหน่ายน้ำมันให้ได้ปริมาณขั้นต่ำตามที่กำหนดไว้ในแต่ละเดือน หากเดือนใดจำหน่ายไม่ได้ปริมาณตามที่กำหนดเอาไว้ก็ต้องเสียค่าปรับให้กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันในส่วนที่ขายไม่ได้ตามที่กำหนด ซึ่งหากพิจารณาบทบัญญัติในพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า การกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 57 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 แต่นอกจากการพิจารณาบทบัญญัติในมาตรา 57 แล้วนั้นการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายนั้นอาจเป็นกรณีที่เข้าเงื่อนไขของความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 เนื่องจากธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมันนั้นมีลักษณะเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ กล่าวคือ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน (ผู้ให้แฟรนไชส์) ได้อนุญาตให้บุคคลอื่นอีกคนหนึ่งซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการสถานีสถานีบริการน้ำมัน (ผู้รับแฟรนไชส์) ในการใช้ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า ตลอดจนสูตรลับ กรรมวิธีต่างๆ ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการสถานีสถานีบริการน้ำมันโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันมีข้อตกลงจะให้ความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการสถานีสถานีบริการน้ำมันตลอดระยะเวลาที่ได้ตกลงกันตามสัญญาในด้านต่าง ๆ

แต่ในกรณีบางประการผู้ขายแฟรนไชส์อาจมีการเอาเปรียบผู้ซื้อแฟรนไชส์มากเกินไปจนสมควรจนเป็นเหตุให้อีกฝ่ายต้องรับภาระบางประการเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด จึงก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในข้อสัญญาขึ้นตามพระราชบัญญัติข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มาตรา 4 เพราะอย่างในกรณีของแฟรนไชส์ธุรกิจสถานีสถานีบริการน้ำมันนั้น มีลักษณะที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีสถานีบริการน้ำมันแก่ผู้ประกอบการสถานีสถานีบริการน้ำมันหรือผู้ซื้อแฟรนไชส์ในการบริหารจัดการสถานีสถานีบริการน้ำมันภายใต้แบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน ซึ่งการให้สิทธิดังกล่าวจะทำผ่านการตกลงในข้อสัญญาที่ได้ทำขึ้นระหว่างบริษัท

น้ำมันกับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน เช่น สัญญาแต่งตั้งผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน สัญญาเช่าหรือเช่าช่วงที่ดิน สัญญาซื้อขายน้ำมัน เป็นต้น แต่สัญญาทั้งหมดที่ได้ยกตัวอย่างขึ้นมา นั้น โดยส่วนมากจะเป็นสัญญาที่มีการกำหนดเงื่อนไขในสัญญาผ่านฟอร์มมาตรฐานของสัญญาที่จัดทำขึ้นโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมัน หรือก็คือสัญญาสำเร็จรูป โดยที่ผู้ประกอบการซึ่งเป็นคู่สัญญาที่ต้องมีการลงนามเพื่อผูกพันตามเงื่อนไขในสัญญาเหล่านั้นก็มักไม่มีโอกาสในการร่วมกำหนดเงื่อนไขในสัญญาร่วมกับบริษัทผู้ค้าน้ำมัน เพราะสัญญาดังกล่าวมีลักษณะที่กำหนดเอาไว้ล่วงหน้าและผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันหรือผู้ซื้อแฟรนไชส์มีหน้าที่เพียงลงนามเพื่อผูกพันตามเงื่อนไขในสัญญาเท่านั้น เว้นแต่ในบางกรณีที่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันแสดงเจตจำนงในการขอแก้ไขสัญญาสำเร็จรูปที่จัดทำขึ้นโดยบริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งเป็นกรณีที่เกิดขึ้นไม่มากเป็นรายกรณีไป

เมื่อสัญญาที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้จัดทำขึ้นมีลักษณะที่เป็นสัญญาสำเร็จรูปก็อาจทำให้มีข้อสัญญาบางข้อเกิดคำถามว่าเงื่อนไขดังกล่าวมีลักษณะที่เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมกับผู้รับแฟรนไชส์หรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น เงื่อนไขในการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันในแต่ละเดือน กล่าวคือเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องจำหน่ายน้ำมันขั้นต่ำผ่านสถานีบริการน้ำมันให้ได้ในปริมาณที่กำหนดไว้ในแต่ละเดือน เช่น กำหนดปริมาณขั้นต่ำไว้ 200,000 ลิตรต่อเดือนซึ่งหากจำหน่ายไม่ได้ตามปริมาณกำหนด ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันก็ต้องจ่ายค่าปรับให้แก่บริษัทผู้ค้าน้ำมันในเดือนถัดไป แต่เงื่อนไขในกรณีนี้จะมีการกำหนดเอาไว้ในบางประเภทของสถานีบริการน้ำมันเท่านั้น เช่น Type CODO เป็นต้น ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ที่ได้อ่านสัญญาหรือคู่สัญญารู้สึกว่าเงื่อนไขดังกล่าวเข้าข่ายข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมเพราะดูเหมือนว่าเป็นการเอาเปรียบผู้ประกอบการมากจนเกินไปเป็นข้อสัญญาที่มีลักษณะเป็นการให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าที่อยู่ในเวลาที่ทำสัญญาหรือไม่ ดังนั้นในการพิจารณาในเรื่องของการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันของประเทศไทยสามารถพิจารณาได้จากหลักเกณฑ์ตามมาตรา 57 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540 และหลักความสมเหตุสมผลผลว่าการกำหนดเงื่อนไขในลักษณะนี้มีข้อดีข้อเสียต่อระบบเศรษฐกิจอย่างไร

ประเทศสหรัฐอเมริกา

การพิจารณาในเรื่องของการกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันนั้นถือได้ว่าเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ จึงต้องมีการพิจารณากฎหมายแฟรนไชส์ซึ่งได้แก่ Federal Trade Commission (FTC Rule) โดยมีวัตถุประสงค์ในการบังคับใช้กฎหมายแฟรนไชส์เพื่อต้องการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการไม่เปิดเผยข้อมูลและความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นเมื่อรับสิทธิซื้อแฟรนไชส์โดยไม่ได้รับข้อมูลที่

เชื่อถือได้เกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ และกฎหมายที่เกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ของแต่ละมลรัฐ (State Law) ในแต่ละมลรัฐก็มีเนื้อหาใกล้เคียงกัน เนื่องจาก FTC Rule ครอบคลุมธุรกิจแฟรนไชส์ของทุกมลรัฐซึ่งเป็นหน้าที่ของมลรัฐต่างๆ ที่ต้องนำไปปรับใช้กับกฎหมายของมลรัฐตนเอง เช่น Michigan's Franchise Investment Law ซึ่งในเรื่องของการกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำนั้นเนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นระบบกฎหมาย Common law จึงสามารถพิจารณาได้จากหลักเกณฑ์ในคำพิพากษาคดีก่อนๆ ที่ได้วางหลักเอาไว้ โดยการนำหลักเศรษฐศาสตร์มาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการกระทำดังกล่าวโดยการชั่งน้ำหนักระหว่างผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการตกลงร่วมกัน โดยพิจารณาถึงผลกระทบในระบบเศรษฐกิจของตลาดการค้าค้านั้นๆ ว่ามีความสมเหตุสมผลหรือไม่ในการบรรลุประโยชน์ซึ่งหากมีผลดีมากกว่าผลเสียการกำหนดข้อที่ขายดังกล่าวนั้นก็จะเป็นความผิดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ซึ่งการพิจารณาจากผลดี ผลเสียคือการนำหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason) และรวมถึงการพิจารณาหลักกฎหมายในเรื่องสัญญาที่เป็นธรรม และกฎหมายที่คุ้มครองแฟรนไชส์ของสถานีสถาบันบริการน้ำมันเนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการเป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบของธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนั้น หากมีการบอกเลิกสัญญาหรือไม่ต่ออายุสัญญาให้สิทธิแฟรนไชส์สถานีสถาบันบริการน้ำมันโดยเหตุผลว่าผู้ประกอบการไม่สามารถจำหน่ายน้ำมันในปริมาณขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในแต่ละเดือนได้ กรณีเหล่านี้สามารถพิจารณาได้จากพระราชบัญญัติ PMPA ของประเทศสหรัฐอเมริกาใช้ในการพิจารณา

คดี Hamade v. Sunoco, Inc., 271 Mich. App. ศาลวางหลักไว้ว่าการกำหนดการซื้อขั้นต่ำหรือข้อกำหนดการซื้อขั้นต่ำของสินค้าอาจถือได้ว่าเป็นค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ภายใต้กฎหมายแฟรนไชส์ของรัฐมิชิแกน (Michigan law) การกำหนดว่าการซื้อขั้นต่ำหรือข้อกำหนดการซื้อขั้นต่ำของสินค้าคงคลังอาจถือได้ว่าเป็น ค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ตามข้อกำหนดนั้นซึ่งกำหนดโดย MCL 445.1503 (1) แต่อย่างไรก็ตาม การซื้อขั้นต่ำหรือข้อกำหนดขั้นต่ำของสินค้าคงคลังจะไม่ถือเป็นค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ภายใต้ MFIL หากราคาที่เรียกเก็บสำหรับสินค้าที่ต้องซื้อหรือถือไว้ในสินค้าคงคลังเป็น ราคาขายส่งโดยสุจริต⁴²⁷ และดำรงอยู่ในตลาดที่มีชื่อเสียง สำหรับสินค้าเหล่านั้นแม้ว่าจะไม่มีผลผูกพันต่อศาลนี้ แต่อย่างไรก็ตามการซื้อขั้นต่ำหรือข้อกำหนดขั้นต่ำของการจำหน่ายสินค้าจะไม่ถือว่าเป็นค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์หากราคาที่เรียกเก็บ

⁴²⁷ คำว่า ราคาขายส่งโดยสุจริต หมายถึงราคาที่ถือเป็นการชำระเงินที่ยุติธรรมสำหรับสินค้าที่ซื้อในระดับการจัดจำหน่ายที่เทียบเคียงกันได้และไม่มีส่วนใดที่ถือเป็นการชำระเงินสำหรับสิทธิในการเข้าทำหรือดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ต่อไป Rule 445.101(6) สินค้าอาจรวมถึง สินค้าที่ขายให้กับแฟรนไชส์ซีเพื่อขายต่อตลอดจนอุปกรณ์ติดตั้ง อุปกรณ์วัตถุดิบวัสดุสิ้นเปลืองและสินค้าอื่นๆ ที่แฟรนไชส์ซีใช้ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์

สำหรับสินค้าที่ต้องการซื้อหรือกักตุนไว้ในคลังเป็น ราคาขายส่งที่สุจริต และอยู่ในตลาดที่มีชื่อเสียง ซึ่ง การพิจารณาการดำรงอยู่ของตลาดที่มีชื่อเสียงสามารถวิเคราะห์ได้จาก (1) จำนวนร้านค้าส่งและค้าปลีกที่มีอยู่ในปัจจุบันของแฟรนไชส์หรือคู่แข่งในสายธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน (2) ปริมาณและราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันที่จำหน่ายในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เดียวกัน (3) ความสามารถของผู้ซื้อในการขายต่อในราคาขายปลีกที่แนะนำของผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งในราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนของผู้ซื้อ และ (4) ความสามารถของผู้ซื้อในการส่งคืนส่วนที่ขายไม่ได้ของผลิตภัณฑ์โดยไม่มีค่าปรับ ในกรณีดังกล่าวหากมีการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้แทนค่าสิทธิแฟรนไชส์ที่ผู้รับสิทธิต้องจ่ายเป็นตัวเงิน หากปริมาณขั้นต่ำดังกล่าวถือว่าเป็นค่าสิทธิจะถือว่าสัญญาดังกล่าว เป็นสัญญาแฟรนไชส์ และเมื่อเป็นสัญญาแฟรนไชส์หากมีการยุติสัญญาหรือไม่ต่ออายุสัญญาแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันก็อาจมาพิจารณาหลักเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ PMPA

คดี Four Corners Serv. Station v. Mobil Oil Corp., 1993 U.S. Dist. ศาลวางหลักในเรื่องของพระราชบัญญัติ PMPA ไว้ว่า สภาคองเกรสได้บัญญัติพระราชบัญญัติ PMPA มาเพื่อป้องกันผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อระบบของการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทั่วประเทศที่เกิดจากอำนาจของการต่อรองที่ไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มบริษัทน้ำมันขนาดใหญ่ที่มีต่อแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันของตน ซึ่ง PMPA พยายามยกระดับการแข่งขันโดยจำกัดเงื่อนไขที่แฟรนไชส์ซอร์สามารถยืนยันการยุติแฟรนไชส์ฝ่ายเดียวหรือการไม่ต่ออายุแฟรนไชส์ได้ ซึ่งเหตุผลที่ผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์สามารถยกเลิกสัญญาฝ่ายเดียวได้ ได้รับอนุญาตภายใต้ PMPA ซึ่งได้แก่กรณีดังต่อไปนี้ (1) ความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการปฏิบัติตามข้อกำหนดใดๆ ของสัญญาแฟรนไชส์ซึ่งต้องเป็นข้อกำหนด ที่ทั้งสมเหตุสมผลและมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญตามมาตรา 15 U.S.C. 2802(b)(2)(A) (2) ความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการใช้ความพยายามโดยสุจริตในการดำเนินการตามข้อกำหนดของแฟรนไชส์ ตามมาตรา 2802(b)(2)(B) หรือ (3) การเกิดขึ้นของเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของแฟรนไชส์และอันเป็นผลมาจากการยุติความสัมพันธ์ของแฟรนไชส์หรือการไม่ต่ออายุแฟรนไชส์ที่มีความสมเหตุสมผลตามมาตรา 2802(b)(2)(C) ซึ่งความล้มเหลวของแฟรนไชส์ซีในการดำเนินการสถานที่ทำการค้าขายเป็นเวลา 7 วันติดต่อกันอาจก่อให้เกิดเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องภายใต้ PMPA มาตรา 2802(b)(2)(C) มาตรา 2802(c)(9)(A) แต่อย่างไรก็ตามการยกเลิกฝ่ายเดียวหรือการไม่ต่ออายุไม่ได้รับจะอนุญาตภายใต้ PMPA หากการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขของข้อตกลงแฟรนไชส์คือ อยู่นอกเหนือการควบคุมที่สมเหตุสมผลของแฟรนไชส์ซี ตามมาตรา 2801 (13) นอกจากนี้ PMPA ยังจัดสรรและเปลี่ยนภาระการพิสูจน์ระหว่างคู่สัญญาในสัญญาแฟรนไชส์ในการดำเนินการตาม PMPA สำหรับการยุติแฟรนไชส์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือการไม่ต่ออายุแฟรน

ไซส์มีภาระเบื้องต้นในการพิสูจน์ว่าการยุติหรือการไม่ต่ออายุเกิดขึ้น ณ จุดนั้นภาระการพิสูจน์เป็นของแพรรนไซส์ซอร์เพื่อแสดงให้เห็นว่าการยุติหรือการปฏิเสธการต่ออายุจะขึ้นอยู่กับพื้นฐานที่ถูกต้องตามกฎหมายที่ระบุไว้ใน PMPA มาตรา 2805 (c)

กล่าวโดยสรุป การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมัน เป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบการในบางสถานีสบริการน้ำมันต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณขั้นต่ำในแต่ละเดือนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งหากผู้ประกอบการไม่สามารถซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงได้ตามปริมาณที่กำหนดขั้นต่ำในแต่ละเดือนนั้นผู้ประกอบการก็ต้องชำระค่าปรับตามที่กำหนดไว้ในสัญญาในเดือนถัดไป ซึ่งอาจเข้าข่ายว่าเป็นความผิดตามมาตรา 57 ในเรื่องของพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ในเรื่องของการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งมีอำนาจเหนือกว่าผู้ประกอบการในการกำหนดเงื่อนไขในการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันที่เป็นการใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม และต้องพิจารณาร่วมกับพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540 ว่าเป็นการกำหนดข้อสัญญาที่ทำให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเกินสมควรหรือไม่ เพราะในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการนั้นเป็นความสัมพันธ์ในแนวตั้งซึ่งบริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ให้สิทธิแพรรนไซส์สมันย์ยอมมีอำนาจต่อรองที่เหนือกว่าผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้รับสิทธิแพรรนไซส์สถานีสบริการน้ำมัน และเมื่อบริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ที่มีอำนาจต่อรองที่เหนือกว่ามีการกำหนดเงื่อนไขในข้อตกลงให้ผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันในปริมาณขั้นต่ำที่กำหนดก็อาจเข้าข่ายว่าเป็นการกำหนดที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ประกอบธุรกิจอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นผู้สัญญาของตน แต่หากพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่ว่าในการสร้างสถานีสบริการน้ำมันในตอนแรกบางครั้งผู้ประกอบการสถานีสบริการน้ำมันอาจไม่มีทุนที่เพียงพอที่จะสร้างสถานีสบริการน้ำมัน สิ่งปลูกสร้าง อาคาร และซื้ออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นในการเปิดสถานีสบริการน้ำมันได้และเมื่อไปกู้ธนาคารธนาคารอาจอนุมัติวงเงินกู้ให้ไม่เพียงพอ หรือไม่ให้กู้เพราะติดขัดปัญหาในบางอย่าง บริษัทน้ำมันจึงเข้ามาช่วยในส่วนนี้โดยการลงทุนในบางส่วนแทนผู้ประกอบการไปก่อนซึ่งอาจไม่ใช่ให้ยืมเป็นตัวเงินแต่เป็นการให้ยืมในรูปแบบของการลงทุนให้ไปก่อน เช่น ลงทุนในการซื้ออุปกรณ์แทน ลงทุนในการสร้างอาคารแทนไปก่อน เป็นต้น และผู้ประกอบการจะคืนเงินที่ให้กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันในรูปแบบของการทำข้อตกลงให้ผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันให้ได้ในปริมาณขั้นต่ำตามที่กำหนดในแต่ละเดือน และในน้ำมันแต่ละลิตรที่จำหน่ายได้ผู้ประกอบการจะซื้อจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยแต่ละมีการบวกเพิ่มในทุกลิตร เช่น ราคาขายส่งลูกค้ารายย่อย 10 บาท แต่จะมีการบวกเพิ่มลิตร 10 สตางค์ จนกว่าจะครบตามจำนวนเงินที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ลงทุนแทนผู้ประกอบการไปก่อน และเมื่อครบจำนวนที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ลงทุนไปให้ก่อนแล้ว ผู้ประกอบการก็จะได้ซื้อน้ำมันจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันโดยไม่มีการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและได้ซื้อในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยโดยไม่มีการบวกเพิ่มใดๆ จะเห็นได้ว่า ข้อตกลงดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นข้อดีของการ ในเรื่องของประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาความไม่สมบูรณ์ของตลาด

ทุน (Capital market imperfections) เพราะแม้ว่าธนาคารอาจไม่สามารถให้ผู้ประกอบการกู้เงินมาสร้างสถานบริการน้ำมัน อาคารหรือซื้ออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องได้เต็มจำนวนแต่ผู้ประกอบการก็สามารถยืมเงินของบริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ในรูปแบบของการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันลงทุนในบางอย่างให้ก่อน อีกทั้งข้อตกลงในการกำหนดระยะเวลาขั้นต่ำดังกล่าวก็มีเวลาที่เหมาะสม กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการสามารถคืนเงินลงทุนให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ครบจำนวนแล้ว ข้อตกลงในการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและการบวกราคาซื้อขายน้ำมันเพิ่มก็จะมีอีกต่อไป หรืออาจเป็นกรณีที่โดยปกติแฟรนไชส์สถานบริการน้ำมันจะไม่มีกำหนดให้ผู้รับสิทธิแฟรนไชส์จ่ายค่าสิทธิแฟรนไชส์โดยตรงตั้งแต่ตอนตกลงทำสัญญาในครั้งแรกแต่อาจให้มีการจ่ายเป็นทางอ้อมโดยการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันพร้อมกับการบวกเพิ่มราคาน้ำมันที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการเพื่อใช้ในการขาย ดังนั้น ในเรื่องของการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันหากพิจารณาจากหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปในเรื่องของข้อดีก็อาจเป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหาความไม่สมบูรณ์ของตลาดทุนในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่มีเงินลงทุนและบริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ลงทุนในบางอย่างแทนไปก่อนและหากพิจารณาจากกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาเน้นการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและมีการบวกเพิ่มจากน้ำมันทุกลิตรก็อาจถือได้ว่าการกำหนดปริมาณขั้นต่ำเป็นกรณีที่ให้ผู้ประกอบการชำระค่าสิทธิแฟรนไชส์ในทางอ้อม ดังนั้น การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันจึงไม่อาจถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

จากการศึกษาพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 56 (3) ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561 มาตรา 57 และประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแฟรนไชส์ ของประเทศไทยนั้นพบว่ายังไม่มีความชัดเจนว่าอะไรคือ ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น ตามที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 56 วรรคสอง และจากการศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาอาจสรุปได้ว่า

1. การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน (Resale Price Maintenance)

เมื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นการตกลงร่วมกันในแนวคิดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจำหน่ายสินค้าและส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นกรณีที่ผู้บริษัผู้ค้าน้ำมันกำหนดว่าผู้ประกอบการจะต้องจำหน่ายน้ำมันให้แก่ผู้บริโภคในราคาสูงสุดหรือในราคาต่ำสุดไม่เกินหรือไม่ต่ำกว่าราคาเท่าไรแต่ในทางปฏิบัติที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันมักกำหนดราคาสูงสุดที่ผู้ประกอบการจะขายน้ำมันได้ ซึ่งอาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (1) ประกอบกับ มาตรา 54 (1) แต่อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากพิสูจน์ได้ว่าการกำหนดราคาขายปลีกนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาการจำหน่าย โดยจากข้อเท็จจริงที่โดยส่วนมากบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะกำหนดราคาขายสูงให้ผู้ประกอบในการจำหน่ายน้ำมันซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้บริโภคเพราะทำให้มีการแข่งขันกันในระดับของผู้ประกอบการหรือผู้ขายปลีกในระดับของการขายปลีกไม่ให้เกิดการขายสินค้าเกินกว่าราคาที่ผู้ผลิตกำหนด และถ้าผู้ประกอบขายได้ในปริมาณมากก็จะส่งผลทำให้มีการส่งน้ำมันเข้ามาขายในสถานีบริการน้ำมันเป็นจำนวนมากเช่นกันซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนในการขนส่งและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านต้นทุนในการจำหน่ายสินค้า อีกทั้ง การกำหนดราคาขายปลีกสูงที่สุดนั้นเป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาผลกระทบภายนอก (Vertical Externality Issue) เพราะการลงทุนประกอบธุรกิจในบางครั้งผลประโยชน์บางส่วนอาจอยู่กับผู้ที่ไม่ได้ลงทุน กล่าวคือผู้ประกอบการอาจไม่ได้ประโยชน์จากการกระทำเพื่อการพัฒนาการจำหน่ายแต่ประโยชน์บางส่วนนั้นอาจตกอยู่กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิต ดังนั้น จะเห็นได้ว่าอาจมีปัจจัยภายนอกในเชิงบวกที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้รับจากการกระทำของผู้ประกอบการ และในมุมมองของบริษัทผู้ค้าน้ำมันอาจ

มองว่า ผู้ประกอบการกำหนดราคาขายปลีกที่สูงจนเกินไปหรือมีความพยายามในการจำหน่ายน้ำมันน้อยเกินไป ซึ่งผลกระทบต่อภายนอกในเชิงลบดังกล่าวสามารถแก้ไขด้วยการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะเป็นผู้กำหนดราคาขายปลีกสูงสุดในการจำหน่ายน้ำมันของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นการแก้ไขปัญหาไม่ให้ผู้ประกอบการกำหนดราคาขายปลีกสูงจนเกินไปซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความพยายามในการจำหน่ายน้ำมันเพิ่มมากขึ้น

ในการพิจารณาเหตุผลและความจำเป็นโดยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งกับความจำเป็นในการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นจากการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน กล่าวคือ ในการกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดเป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในด้านราคาระหว่างผู้ค้าปลีก แต่ผู้ค้าปลีกต้องไม่ขายเกินราคาสูงสุดที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคให้สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่เหมาะสม และการกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำหากพิจารณาทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาปรับใช้จะถือได้ว่า การกำหนดราคาขายปลีกขั้นต่ำมีผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นการป้องกันผู้ค้าปลีกที่กินแรงผู้ค้าปลีกรายอื่นในการจัดทำกรให้บริการแก่ผู้บริโภค เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของผู้ผลิตในการกำหนดให้ผู้ค้าปลีกต้องขายสินค้าให้ได้อัตรากำไรที่รับประกัน หากขายไม่ได้ตามที่กำหนดอาจเป็นเหตุเลิกสัญญา เป็นการลดการแข่งขันของสินค้าที่ห่อเดียวกันผ่านการตัดราคา แต่เป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในสินค้าต่างยี่ห้อที่สนับสนุนการเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ในตลาด และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมของผู้ผลิตด้วย และเป็นการรักษาคุณภาพและภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นต้น จะเห็นได้หากชั่งน้ำหนักระหว่างข้อจำกัดและประโยชน์ที่ได้จากการกำหนดราคาขายปลีกสูงสุดและต่ำสุดมีประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและต่อผู้บริโภคมากกว่าผลเสียข้อจำกัดดังกล่าวจึงไม่เกินกว่าความจำเป็น

2. การขายพ่วง (Tying Arrangement)

หากพิจารณาจากหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกา ถือได้ว่าเป็นการตกลงร่วมกันในแนวตั้งที่มีวัตถุประสงค์ในการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการซึ่งจะเห็นได้ว่าในอดีตผู้บริโภคเข้าปั้มน้ำมันมีวัตถุประสงค์ก็เพื่อการเติมน้ำมันเท่านั้น แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคเข้าปั้มน้ำมันโดยมีวัตถุประสงค์นอกจากการเติมน้ำมันคือการเข้าห้องน้ำ การซื้อกาแฟ การซื้ออาหาร รวมถึงการใช้บริการ Car care ล้างรถอัตโนมัติ เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าข้อตกลงที่มีการขายพ่วงกล่าวคือ การซื้อแฟรนไชส์ร้านกาแฟต้องซื้อเมล็ดและไซรัปสูตรพิเศษด้วย การเปิดปั้มน้ำมันต้องเครื่อง POS ด้วย หรือการกำหนดว่าหากต้องการเปิดปั้มน้ำมันและเปิด Car Care ด้วยก็ต้องเปิดในแบรนด์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันเท่านั้น และต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน Car Care ที่เป็นของบริษัทหรือของคู่ค้าของบริษัทเท่านั้น โดยเงื่อนไขในข้อตกลงดังกล่าวนี้อาจเป็นข้อตกลงที่มีลักษณะ

เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งซึ่งมีความผิดตามมาตรา 55 (4) เพราะอาจถือได้ว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันในสินค้าที่ห่อเดียว แต่อย่างไรก็ตามการขายพ่วงนี้อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากข้อตกลงการพ่วงดังกล่าวก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้บริโภค กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการบริโภคของการเปิดร้านกาแฟที่บังคับให้ซื้อวัตถุดิบของแฟรนไชส์ร้านกาแฟคือ การที่ผู้บริโภคซื้อกาแฟก็ย่อมมีความคาดหวังว่ากาแฟจะมีรสชาติที่ดี สะอาด และรสชาติเหมือนกันในทุกสาขา การที่บริษัทฯ กำหนดให้ซื้อวัตถุดิบของบริษัทในการทำการกาแฟก็เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของกาแฟให้มีรสชาติที่ดี และรักษามาตรฐานความสะอาด และความอร่อยให้เหมือนกันทุกสาขา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริษัทร่วมกับผู้บริโภค หรือในกรณีที่มีการกำหนดว่าหากจะเปิดปั๊มต้องซื้อระบบ POS ด้วยก็เพื่อวัตถุประสงค์ในการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการให้กับผู้บริโภคเพราะในการมาเติมน้ำมันในแต่ละครั้งผู้บริโภคย่อมมีความคาดหวังว่าปั๊มที่เขาไปเติมน้ำมันต้องมีน้ำมันให้ผู้บริโภคเติมได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดให้ติดตั้งระบบ POS ย่อมเป็นการส่งเสริมความคาดหวังดังกล่าว เพราะระบบ POS จะเป็นเครื่องมือในการเช็คสต็อกว่าน้ำมันชนิดใด มีปริมาณคงเหลือเท่าไร ซึ่งถ้าหากน้ำมันหมดผู้ประกอบการจะได้สั่งน้ำมันมาเติมในถังน้ำมันได้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการกำหนดให้ซื้อระบบ POS ดังกล่าวจึงเป็นการสร้างความประทับใจและส่งเสริมประสิทธิภาพในด้านการบริการให้กับผู้บริโภค และในกรณีสุดท้ายที่กำหนดว่าหากต้องการเปิด Car Care ต้องเปิดแบรนด์แฟรนไชส์ของบริษัทฯ เท่านั้นและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายใน Car Care ต้องเป็นผลผลิตของบริษัทฯ หรือของคู่ค้าของบริษัทฯ เท่านั้น การกำหนดในลักษณะนี้เป็นการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการเช่นกัน เพราะเนื่องจากเมื่อเป็นแฟรนไชส์ Care Car และเป็นแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้จำหน่ายในปีก็ย่อมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่คุณภาพ กล่าวคือ การกำหนดดังกล่าวเป็นการรับประกันในระดับหนึ่งว่าผู้บริโภคจะได้ใช้บริการล้างรถ เคลือบสี เคลือบเงา จากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่ทำให้รถของผู้บริโภคเสียหาย สร้างความประทับใจ และไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพในด้านการบริการ

ในการพิจารณาเหตุผลและความจำเป็นโดยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งกับความจำเป็นในการขายพ่วง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากประสิทธิภาพในด้านการบริการที่เกิดขึ้นจากการกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน กล่าวคือ ประโยชน์ในการขายพ่วงตามตัวอย่างที่ได้อธิบายไปในข้างต้นนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของประสิทธิภาพในการบริการ เพราะในปัจจุบันการที่ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริษัทปั๊มน้ำมัน ผู้บริโภคย่อมไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะเข้ามาเพื่อเติมน้ำมันเพียงอย่างเดียว แต่ผู้บริโภคยังเข้ามาเพื่อใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ร้านกาแฟ ซุปเปอร์มาร์

เกิด เป็นต้น การกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องเปิดร้านกาแฟและซื้อวัตถุดิบของบริษัทฯ เท่านั้น การกำหนดให้ติดตั้งระบบ POS เมื่อต้องการเปิดสถานีสervisน้ำมัน การกำหนดว่าถ้าหากต้องการเปิด Car Care ในปีต้องเปิดแบรนด์ของบริษัทและต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายใน Care Car เฉพาะแต่ของบริษัทหรือของคู่ค้าตามที่กำหนดเท่าไร เป็นการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการให้กับผู้บริโภค เป็นการสร้างมาตรฐาน ความประทับใจซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภค และก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการคือผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นข้อตกลงการขายพ่วงในกรณีดังกล่าวจึงมีประโยชน์มากกว่าโทษ

3. การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น (Exclusive Dealing)

ถือได้ว่าการตกลงร่วมกันในแนวตั้งที่มีวัตถุประสงค์การป้องกันการกีดกันการแข่งขันจากผู้ผลิตรายอื่น เป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือผู้ผลิตกับผู้ประกอบการหรือค้าปลีกได้ทำข้อตกลงในการกำหนดเงื่อนไขในการซื้อขายเพื่อให้ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้เท่านั้น เช่น ข้อตกลงที่กำหนดว่าหากผู้ประกอบการเปิดสถานีบริการน้ำมันแล้วผู้ประกอบการต้องซื้อน้ำมันที่จำหน่ายในสถานีสervisน้ำมันของบริษัทฯ ผู้ค้าน้ำมันเท่านั้นจะซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายในปีน้ำมันของบริษัทผู้ค้าน้ำมันที่ต่างยี่ห้อกันไม่ได้ หากไม่กระทำตามที่ตกลงอาจเป็นเหตุแห่งการเลิกสัญญา ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้อาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (4) แต่จะได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) หากพิสูจน์ได้ว่าข้อตกลงดังกล่าวเป็นการตกลงที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการป้องกันการกีดกันการแข่งขันและประสิทธิภาพในเรื่องการของการบริการต่อผู้บริโภค กล่าวคือ เป็นการป้องกันการกีดกันการแข่งขันจากผู้ผลิตรายอื่น เช่นผู้ประกอบการปั้มน้ำมันบางจากไปนำน้ำมันจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายในปีบางจากโดยที่ปั้มน้ำมันบางจากเป็นผู้ลงทุนโฆษณาเครื่องหมายการค้า ส่งเสริมการขายทุกอย่างเพื่อให้ผู้บริโภคมาใช้บริการปั้มน้ำมันบางจาก หากผู้ประกอบการนำน้ำมันของผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่าย การลงทุนของบริษัทฯ ก็ย่อมเสียเปล่าไม่ได้ประโยชน์กลับคืนมาจากการลงทุน ซึ่งการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตรายอื่นมาแข่งขันจากสิ่งที่ปั้มน้ำมันบางจากได้ลงทุนไป อีกทั้ง การกำหนดให้ซื้อน้ำมันเฉพาะของบริษัทฯ มาจำหน่ายในปีก็ยังคงเป็นการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการบริการของผู้บริโภคที่ผู้บริโภคจะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เป็นมิตรต่อเครื่องยนต์ และหากผู้ประกอบการนำน้ำมันของผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่ายและไม่ได้มาตรฐานตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ หากต่อมาผลิตภัณฑ์นั้นทำให้รถยนต์ของผู้บริโภคเสียหาย ผู้ที่จะได้รับผลกระทบก็คือบริษัทฯ เพราะถือว่าผู้บริโภคมาเติมน้ำมันปั้มน้ำมันบางจากก็เพื่อได้เติมน้ำมันของปั้มน้ำมันบางจากไม่ใช่ของผู้ผลิตรายอื่น ทำให้บริษัทฯ อาจต้องรับผิดชอบในส่วนนี้ต่อผู้บริโภคและทำให้บริษัทฯ ได้รับความเสียหายและเสียชื่อเสียง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดให้ซื้อน้ำมันจากบริษัทฯ เท่านั้นก่อให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของการป้องกันการกีดกันการแข่งขันจากผู้ผลิตรายอื่น เป็นการก่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริการแก่ผู้บริโภคที่จะ

ได้ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันที่มีคุณภาพ อีกทั้งยังทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพน้ำมันและรักษาชื่อเสียงของแบรนด์ไว้ได้อีกด้วย ซึ่งหากชั่งน้ำหนักระหว่างผลดีและผลเสียย่อมมีผลดีมากกว่าผลเสียที่จะเกิดขึ้น

4. การกำหนดท้องที่ขาย (Territory Allocation)

ถือได้ว่าเป็นการตกลงร่วมกันในแนวตั้งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดวาระยะห่างระหว่างสถานีบริการน้ำมันในแต่ละแห่งควรห่างกันเท่าไร ถือว่าเป็นการจำกัดการแข่งขันภายในแบรนด์ ซึ่งอาจเป็นความผิดตามมาตรา 55 (1) ประกอบกับมาตรา 54 (4) แต่อาจได้รับการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) กล่าวคือ บริษัทผู้ค้าน้ำมันจะมีการกำหนดท้องที่ขายในเรื่องของระยะห่างของแต่ละสถานีบริการน้ำมันว่าแต่ละแห่งควรมีระยะห่างกันเท่าไร แต่ในการกำหนดระยะห่างนั้นก็ได้มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดที่ตายตัว เพราะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น หากสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อเดียวกันตั้งอยู่บนถนนสายเดียวกันก็ควรจะต้องอยู่คนละอำเภอ หรืออาจเป็นกรณีที่สถานีบริการน้ำมัน 2 แห่งยี่ห้อเดียวกันอยู่ใกล้กันแต่อยู่คนละถนน เช่น แห่งนี้อาจอยู่ถนนสายหลัก ถนนสายรอง ถนนตัดใหม่ ถนนเลียบเมือง แล้วแต่กรณี เป็นต้น สถานีบริการน้ำมันในต่างจังหวัดในแบรนด์เดียวกันมักจะตั้งอยู่ห่างกันมากกว่าสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อเดียวกันแต่อยู่ในกรุงเทพฯ เพราะเนื่องจากปัจจัยความหนาแน่นของการจราจรและประชากรที่เป็นผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน โดยสาเหตุที่ต้องมีการกำหนดให้สถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งให้ควรอยู่ห่างกันนั้นก็เพื่อเป็นการปกป้องผู้ประกอบการในสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อเดียวกันให้สามารถขายน้ำมันได้ ไม่เกิดการแย่งลูกค้าในสินค้าแบรนด์เดียวกันลูกค้ากันในท้องที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และถ้าหากมีเหตุผลจำเป็นทางธุรกิจหรือทางใดก็ตามที่ทำให้ต้องเปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ใกล้เคียงหรือติดกับสถานีบริการน้ำมันแห่งเก่าบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะแจ้งให้ผู้แทนการตลาดซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ค้าน้ำมันทราบก่อนและให้ผู้แทนการตลาดสื่อสารเรื่องดังกล่าวไปยังผู้ประกอบการอาจมีทั้งกรณีให้ผู้ประกอบการรายเก่าเป็นผู้มีสิทธิเลือกก่อนว่าต้องการทำสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ในบริเวณใกล้เคียงกับปั๊มเดิมหรือไม่ หรือกรณีที่ให้ผู้ประกอบการรายใหม่มาทำและอาจให้เป็นเงินสนับสนุนหรือสิ่งอื่นใดเพื่อเป็นการชดเชยให้กับผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่ใกล้สถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่เพราะอาจส่งผลทำให้ยอดขายของสถานีบริการน้ำมันแห่งเก่าลดลงเพราะผู้บริโภคอาจเปลี่ยนไปเติมที่แห่งใหม่อาจด้วยเหตุผลเพราะใกล้กว่า ใหญ่กว่า หรือใหม่กว่า เป็นต้น แต่ในกรณีนี้บริษัทผู้ค้าน้ำมันก็อาจช่วยเหลือสถานีบริการน้ำมันของผู้ประกอบการรายเก่าด้วยการให้เงินสนับสนุน เยียวยาด้วยวิธีต่างๆ หรืออนุมัติโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่มีใช้บริการในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อดึงยอดขายกลับมาให้มีความพอดีกัน กล่าวโดยสรุปคือมีการแบ่งอาณาเขตในการขายกันก็เพื่อให้ผู้ประกอบการแต่ละรายสามารถขายได้โดยไม่แย่งลูกค้ากันเองแต่ไม่มีเกณฑ์ตายตัวว่าแต่ละปั๊มต้องมีระยะห่างกันเท่าไรเพราะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมด้วย ซึ่งในกรณีของสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่นั้นอาจเป็นการจำกัดการขายแบบแอคทีฟเพื่อเป็นการรักษาระบบการจัดจำหน่ายแบบแบ่งอาณาเขตได้

เพราะเป้าหมายของการจำหน่ายน้ำมันก็คือผู้บริโภครที่ซื้บรณผ่านในถนนที่เป็นอาณาเขตของสถานีบริการน้ำมันแห่งนั้น แต่การจำกัดการแข่งขันในด้านอาณาเขตนี้ก็ถือได้ว่าเป็นข้อตกลงในการพัฒนาการจัดจำหน่ายพฤติกรรมนี้อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างสินค้าต่างแบรนด์กันมากขึ้น โดยแต่ละแบรนด์นั้นก็พยายามจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการบริการก่อนหรือหลังการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการแบรนด์ของตนซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้า อีกทั้งยังเป็นการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกรรมหรือประหยัดต่อขนาดในการกระจายสินค้าและแก้ปัญหาการกินแรงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่อยู่นอกระบบ และยังเป็นการลดต้นทุนในการลงทุนเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เพราะมีการกำหนดพื้นที่ที่ชัดเจนว่าจะลงทุนเปิดสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ไหน ดังนั้นจึงถือได้ว่าการกำหนดท้องที่ขายเป็นข้อตกลงในการพัฒนาการผลิต

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกำหนดท้องที่ขายก่อให้เกิดการพัฒนาการจัดจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้เกิดการแข่งขันระหว่างสินค้าต่างแบรนด์กันมากขึ้น โดยแต่ละแบรนด์นั้นก็พยายามจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการบริการก่อนหรือหลังการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการแบรนด์ของตนซึ่งเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการกินแรงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นอีกด้วย เมื่อชั่งน้ำหนักระหว่างผลดีและผลเสียของการกำหนดท้องที่ขายจะมีผลดีมากกว่าเพราะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในหลายด้าน

5. การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมัน

เป็นกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันกำหนดให้ผู้ประกอบการในบางสถานีบริการน้ำมันต้องซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณขั้นต่ำในแต่ละเดือนตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ซึ่งหากผู้ประกอบการไม่สามารถซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงได้ตามปริมาณที่กำหนดขั้นต่ำในแต่ละเดือนนั้นผู้ประกอบการก็ต้องชำระค่าปรับตามที่กำหนดไว้ในสัญญาในเดือนถัดไป ซึ่งอาจเข้าข่ายว่าเป็นความผิดตามมาตรา 57 ในเรื่องของพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ในเรื่องของกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันซึ่งมีอำนาจเหนือกว่าผู้ประกอบการในการกำหนดเงื่อนไขในการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันที่เป็นการใช้อำนาจตลาดหรืออำนาจต่อรองที่เหนือกว่าอย่างไม่เป็นธรรม และต้องพิจารณาร่วมกับพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540 ว่าเป็นการกำหนดข้อสัญญาที่ทำให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเกินสมควรหรือไม่ เพราะในความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการนั้นเป็นความสัมพันธ์ในแนวตั้งซึ่งบริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ให้สิทธิแฟรนไชส์มันย่อมมีอำนาจต่อรองที่เหนือกว่าผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้รับสิทธิแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมัน และเมื่อบริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็นผู้ที่มีอำนาจต่อรองที่เหนือกว่ามีการกำหนดเงื่อนไขในข้อตกลงให้ผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันในปริมาณขั้นต่ำที่กำหนดก็อาจเข้าข่ายว่าเป็นการกำหนดที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ประกอบการอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นคู่สัญญาของตน แต่หากพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่ว่าในการสร้างสถานีบริการน้ำมันในตอนแรกบางครั้งผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันอาจไม่มีทุนที่เพียงพอที่จะสร้างสถานีบริการน้ำมัน สิ่งปลูกสร้าง อาคาร และซื้ออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นในการเปิดสถานีบริการน้ำมัน

ได้และเมื่อไปกู้ธนาคาร ธนาคารอาจอนุมัติวงเงินกู้ให้ไม่เพียงพอ หรือไม่ให้กู้เพราะติดขัดปัญหาในบางอย่าง บริษัทน้ำมันจึงเข้ามาช่วยในส่วนนี้โดยการลงทุนในบางส่วนแทนผู้ประกอบการไปก่อนซึ่งอาจไม่ใช่ให้ยืมเป็นตัวเงินแต่เป็นการให้ยืมในรูปแบบของการลงทุนให้ไปก่อน เช่น ลงทุนในการซื้ออุปกรณ์แทน ลงทุนในการสร้างอาคารแทนไปก่อน เป็นต้น และผู้ประกอบการจะคืนเงินที่ให้กับบริษัทผู้ค้าน้ำมันในรูปแบบของการทำข้อตกลงให้ผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันให้ได้ในปริมาณขั้นต่ำตามที่กำหนดในแต่ละเดือน และในน้ำมันแต่ละลิตรที่จำหน่ายได้ผู้ประกอบการจะซื้อจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยแต่ละมีการบวกเพิ่มในทุกลิตร เช่น ราคาขายส่งลูกค้ารายย่อย 10 บาท แต่จะมีการบวกเพิ่มลิตร 10 สตางค์ จนกว่าจะครบตามจำนวนเงินที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ลงทุนแทนผู้ประกอบการไปก่อน และเมื่อครบจำนวนที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ลงทุนไปให้ก่อนแล้ว ผู้ประกอบการก็จะได้อ้ำมันจากบริษัทผู้ค้าน้ำมัน โดยไม่มีการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและได้ซื้อในราคาขายส่งลูกค้ารายย่อยโดยไม่มีการบวกเพิ่มใดๆ จะเห็นได้ว่า ข้อตกลงดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นข้อดีของการ ในเรื่องของประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาความไม่สมบูรณ์ของตลาดทุน (Capital market imperfections) เพราะแม้ว่าธนาคารอาจไม่สามารถให้ผู้ประกอบการกู้เงินมาสร้างสถานีบริการน้ำมัน อาคารหรือซื้ออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องได้เต็มจำนวนแต่ผู้ประกอบการก็สามารถยืมเงินของบริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ในรูปแบบของการที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันลงทุนในบางอย่างให้ก่อน อีกทั้งข้อตกลงในการกำหนดระยะเวลาขั้นต่ำดังกล่าวก็มีเวลาที่เหมาะสม กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการสามารถคืนเงินลงทุนให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ครบจำนวนแล้ว ข้อตกลงในการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและการบวกราคาซื้อขายน้ำมันเพิ่มก็จะไม่มีอีกต่อไป หรืออาจเป็นกรณีที่เกิดโดยปกติแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมันจะไม่มีกำหนดให้ผู้รับสิทธิแฟรนไชส์จ่ายค่าสิทธิแฟรนไชส์โดยตรงตั้งแต่ตอนตกลงทำสัญญาในครั้งแรกแต่อาจให้มีการจ่ายเป็นทางอ้อมโดยการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันพร้อมกับการบวกเพิ่มราคาน้ำมันที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการเพื่อใช้ในการขาย ดังนั้นในเรื่องของการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันหากพิจารณาจากหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปในเรื่องของข้อดีก็อาจเป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหาความไม่สมบูรณ์ของตลาดทุนในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่มีเงินลงทุนและบริษัทผู้ค้าน้ำมันได้ลงทุนในบางอย่างแทนไปก่อนและหากพิจารณาจากกฎหมายแฟรนไชส์ของประเทศสหรัฐอเมริกาการกำหนดปริมาณขั้นต่ำและมีการบวกเพิ่มจากน้ำมันทุกลิตรก็อาจถือได้ว่าการกำหนดปริมาณขั้นต่ำเป็นกรณีที่ให้ผู้ประกอบการชำระค่าสิทธิแฟรนไชส์ในทางอ้อม ดังนั้น การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมันจึงไม่อาจถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม

5.2 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากน้ำมันเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของประชาชนและในระบบเศรษฐกิจที่ใช้ในทางอุตสาหกรรม และเมื่อผู้บริโภคต้องการเติมน้ำมันผู้บริโภคก็ต้องเดินทางไปเติมที่สถานีบริการน้ำมันซึ่งสถานีบริการน้ำมันมี 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ประเภทที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันเป็น

ผู้บริหารจัดการและประเภทที่บุคคลภายนอกซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการเป็นผู้บริหารจัดการ ซึ่งสัญญาให้สิทธิในการประกอบธุรกิจสถานีบริการน้ำมันนั้นมีลักษณะที่เป็นสัญญาแพนไซส์ ที่มีลักษณะเป็นการตกลงร่วมกันในรูปแบบธุรกิจที่มีสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในระดับกัน กล่าวคือบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการอยู่ในตลาดของการประกอบธุรกิจที่ต่างระดับกัน โดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ให้ใช้สิทธิในสินค้าหรือบริการ เครื่องหมายการค้า วิธีการดำเนินธุรกิจ หรือการสนับสนุน การประกอบธุรกิจ ซึ่งได้แก่บริษัทผู้ค้าน้ำมัน และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสิทธิซึ่งมีหน้าที่ชำระค่าสิทธิ ค่าธรรมเนียมหรือให้ผลตอบแทนอื่นใดตามที่ระบุในสัญญา ซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ตามนิยามความหมายตามที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 56 (3) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 ซึ่งมาตรา 56 (3) นั้นเป็นข้อยกเว้นของพฤติกรรมที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 55 สำหรับการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่มีผลกระทบที่ร้ายแรง แต่ข้อตกลงที่มีลักษณะเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งข้อตกลงใดจะได้รับประโยชน์จากการยกเว้นตามมาตรา 56 (3) ข้อตกลงดังกล่าวนั้นต้องเข้าเงื่อนไข 4 ประการตามที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น แต่จากการศึกษา พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 56 (3) ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. 2561 มาตรา 57 และ ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในธุรกิจแพนไซส์ ของประเทศไทยนั้นพบว่ายังไม่มีคำตอบที่ชัดเจนว่าอะไรคือ ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น ตามที่กำหนดเอาไว้ในมาตรา 56 วรรคสอง

ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่าพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่า ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็นในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น ในบริบทเมื่อนำมาปรับใช้กับข้อยกเว้นในมาตรา 56 (3) ว่า ข้อจำกัดที่เกินกว่าความจำเป็น หมายถึงอะไรมีขอบเขตกว้างแคบขนาดไหนในบริษัทของมาตรา 56 (3) และ ประโยชน์ข้างต้นที่หมายถึงหากพิจารณาจากประโยชน์ในบริบทของมาตรา 56 (3) นั้นหมายถึงประโยชน์ในเรื่องใดบ้าง โดยอาจกำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

จากการศึกษากฎหมายของสหภาพยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาว่าข้อตกลงที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งนั้นเป็นข้อตกลงที่มี ข้อจำกัดที่เกิดกว่าความจำเป็น หรือไม่ สามารถพิจารณาได้จากเงื่อนไข 2 ประการ ได้แก่ การตกลงร่วมกันที่เป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งดังกล่าวต้องมีเหตุผลที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพในตลาด และการตกลงร่วมกันที่เป็นการจำกัดการแข่งขันใน

แนวตั้งดังกล่าวในแต่ละข้อตกลงที่ได้จัดทำขึ้นมานั้นต้องมีความจำเป็นพอสมควรเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพข้างต้น

ในการบรรลุประโยชน์ข้างต้น คำว่าประโยชน์ของการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้งสามารถพิจารณาได้จากประสิทธิผลใน 2 เรื่องได้แก่ ประสิทธิภาพในด้านต้นทุนและประสิทธิภาพในเชิงคุณภาพ โดยประสิทธิภาพดังกล่าวนี้หมายรวมถึงทั้งประสิทธิภาพในสินค้าและประสิทธิภาพในบริการ ซึ่งต้องพิจารณาร่วมกับผลกระทบในทางบวกซึ่งเป็นผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจของข้อตกลงที่เป็นการจำกัดในแนวตั้งนั้นด้วย โดยชั่งน้ำหนักระหว่างผลกระทบในทางบวกและผลกระทบในทางลบว่าทางไหนมีน้ำหนักมากกว่ากันตามหลักเกณฑ์ทั้งหมดที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น แต่เงื่อนไขในการพิจารณาทั้งหมดเหล่านี้ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสมเหตุสมผลซึ่งสามารถพิจารณาได้จากหลักแห่งเหตุผล (Rule of Reason)

เมื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นนี้กับการตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันกับผู้ประกอบการในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นได้ว่าการจำกัดการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ การกำหนดราคาขายปลีกน้ำมัน (Resale Price Maintenance) การขายพ่วงสินค้า (Tying Arrangement) การกำหนดให้ทำธุรกิจเฉพาะกับตนเท่านั้น (Exclusive Dealing) การกำหนดท้องที่ขาย (Territorial Division) จะเห็นได้ว่าข้อตกลงทั้ง 4 กรณีนี้หากชั่งน้ำหนักระหว่างผลกระทบในแง่บวกและผลกระทบในแง่ลบต่อระบบเศรษฐกิจนั้น พบว่ามีผลกระทบในแง่บวกมากกว่าผลกระทบในแง่ลบหากพิจารณาในเงื่อนไขแรกในเรื่องของประโยชน์ที่ได้จากการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง แต่ทั้งนี้ก็ต้องมีการพิจารณาเป็นรายกรณีไปโดยพิจารณาร่วมกันเงื่อนไขอื่นอีก 3 ประการตามที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้นด้วย และเมื่อธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต้องกลไกรวดกับทั้งผู้บริโภคที่ใช้เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตและ ผู้ประกอบธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรม

ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่า ควรมีการออกประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่องข้อสัญญาในธุรกิจแฟรนไชส์สถานีบริการน้ำมัน เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการใช้ในการพิจารณาว่าข้อสัญญาใดที่ทำระหว่างกันอาจเข้าข่ายข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหรืออาจเป็นการจำกัดการแข่งขันในแนวตั้ง ซึ่งเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถประเมินตนเองได้ก่อนที่จะมีการตกลงทำสัญญาร่วมกัน โดยออกตามความในมาตรา 56 และนำในเรื่องของการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมในมาตรา 57 มาประยุกต์ใช้และพิจารณาประกอบกัน เพราะเนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันมีลักษณะที่เป็นธุรกิจ แฟรนไชส์ โดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าว่า ประโยชน์ ที่เกิดจากข้อสัญญาระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการที่มีการทำธุรกิจร่วมกัน โดยประโยชน์ดังกล่าวนี้สามารถพิจารณาได้จาก ประสิทธิภาพ การควบคุมคุณภาพ หรือมาตรฐานทางการค้าในการทำธุรกิจ

ร่วมกัน และ กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาในเรื่องของคำว่า เกินความจำเป็น เพราะเนื่องจากคำว่า เกินความจำเป็นนั้นกฎหมายบัญญัติไว้เพื่อไม่ให้มีผู้ประกอบการที่มากตกลงร่วมกันและผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่ากำหนดเงื่อนไขในเรื่องที่เกินกว่าความจำเป็นและเป็นการเอาเปรียบผู้ประกอบการอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งความจำเป็นในที่นี้ปรากฏอยู่ในลักษณะของการกำหนดเงื่อนไขต่างๆ ที่ให้ผู้ประกอบการอีกฝ่ายต้องทำตาม เช่น กำหนดเงื่อนไขที่มีการบังคับหรือเป็นการสร้างภาระให้กับผู้ประกอบการอีกฝ่ายหนึ่งมากเกินไป ซึ่งเป็นลักษณะของการกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม ดังนั้นการออกประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ในเรื่องของ ข้อสัญญาในธุรกิจแฟรนไชส์สถานีสาน้ำมัน ควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในข้อสัญญาระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันและผู้ประกอบการในเรื่องของมาตรา 56 ในขอบเขตของคำว่า เกินความจำเป็น และ ประโยชน์ข้างต้น โดยต้องไปพิจารณาร่วมกันมาตรา 57 ประกอบกันซึ่งเป็นเรื่องของการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม

และรวมถึงการกำหนดหลักเกณฑ์ หรือแนวทางปฏิบัติระหว่างกันในความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ระหว่างบริษัทผู้ค้าน้ำมันผู้ให้สิทธิในการเปิดสถานีสาน้ำมันแก่ผู้ประกอบการ โดยต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ให้มีความชัดเจนใน ธุรกิจแฟรนไชส์สถานีสาน้ำมัน ให้มีการกำหนดนิยามในคำต่างๆ เงื่อนไข การจ่ายค่าธรรมเนียม การบอกกล่าวข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ก่อนตกลงทำสัญญา เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดนิยามของคำว่า ค่าสิทธิแฟรนไชส์ ให้ชัดเจนให้หมายรวมถึงทั้งการกำหนดทางตรงและทางอ้อมเพื่อใช้พิจารณาในกรณีที่มีการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการจำหน่ายน้ำมัน เพราะการกำหนดปริมาณขั้นต่ำมีเหตุผลเบื้องหลังอาจเป็นได้ทั้งในกรณีที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันลงทุนในบางออกไปก่อนและผู้ประกอบการต้องใช้คืนผ่านการกำหนดปริมาณขั้นต่ำพร้อมบวกราคาขายส่งน้ำมันเพิ่มในทุกลิตรหรือกรณีที่ไม่มีการกำหนดค่าสิทธิแฟรนไชส์โดยตรงในการทำสัญญาครั้งแรกแต่มีการคิดค่าสิทธิผ่านการกำหนดปริมาณในการจำหน่ายน้ำมันขั้นต่ำบวกเพิ่มราคาขายส่งในทุกลิตรเพื่อเป็นค่าสิทธิแฟรนไชส์ในทางอ้อม และนำหลักเกณฑ์ในพระราชบัญญัติ PETROLEUM MARKETING PRACTICES ACT (PMPA) ซึ่งเป็นกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกามาใช้ในเรื่องของเหตุแห่งการเลิกสัญญา โดยกำหนดเงื่อนไขยกเว้นให้บริษัทผู้ค้าน้ำมันบอกเลิกสัญญาได้ในกรณีบอกเลิกสัญญาก่อนครบกำหนด และรวมถึงกรณีไม่ต่ออายุสัญญา หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ รวมถึงการกำหนดระยะเวลาบอกกล่าวล่วงหน้าในการบอกเลิกสัญญา หรือการไม่ต่ออายุสัญญาเพื่อให้ผู้ประกอบการได้เตรียมตัวและวางแผนธุรกิจก่อนเลิกสัญญาอีกด้วย

บรรณานุกรม

- 21 Frank Montag. The Case for a Reform of Regulation 17/62: Problems and Possible Solutions from Practitioner's Point of View. Fordham International Law Review 22 March 1998.
- (2009), A. E. Ec Competition Law: An Analytical Guide to the Leading Cases. 2009.
- Alison Jones, Brenda Sufrin, and Niamh Dunne. Eu Competition Law. 2019.
- Ballabh. Antitrust Law: An Overview [Online]. 7 January 2009. Available from: <http://www.westlawinternational.com>
- "Blackwell V. Power Test Corp.,." United States Court of Appeals for the Third Circuit, 1982
- "Blackwell V. Power Test Corp., ." United States District Court for the District of New Jersey 1981
- Case-law, I. "In Case C 547/16, Request for a Preliminary Ruling under Article 267 Tfeu Gasorba Sl, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González V Repsol Comercial De Productos Petrolíferos Sa." Tribunal Supremo (Supreme Court, Spain), 18 October 2016.
- "Case Comp/B-1/38.348 – Repsol C.P.P.". COMMISSION DECISION 12 April 2006 “Case COMP/B-1/38.348 – REPSOL C.P.P.”.
- Cleary Gottlieb. Ec Competition Report Vertical Restraints Ecj – Judgments Case C-279/06 Cepsa, Estaciones De Servicio Sa V. Lv Tobar E Hijos Sl [Online]. July - September 2008. Available from: <https://www.clearygottlieb.com/-/media/organize-archive/cgsh/files/publication-pdfs/ec-comp-report-3q08.pdf>
- "Commission Decision of 12 April 2006 Relating to a Proceeding Pursuant to Article 81 of the Ec Treaty Case Comp/B-1/38.348 — Repsol Cpp." COMMISSION, 2006/446/EC
- Competition, P. I. "Advocate General Opinion on Reference for a Preliminary Ruling on Legal Effects of European Commission Commitments Decision."
- D.G.Goyder. Ec Competition Law. Oxford: Oxford University Press, October 9, 2003.
- Damien Geradin, Anne Layne-Farrar, and Nicolas Petit. Eu Competition Law and

Economic. Oxford: Oxford University Press, 2012.

David Gurnick. Gas Station Dealers: A Review of the Petroleum Marketing Practices Act [Online]. 29 August 2017. Available from:

<https://www.jdsupra.com/legalnews/gas-station-dealers-a-review-of-the-12748/>

"Eastman Kodak V. Image Technical Services ". 1992.

Erin Macpherson. An Examination of the Competitiveness of the Methods by Which Beer Has Been Distributed in the Uk Focusing on the Beer Tie Agreement. PhD. degree School of Law College of Social Sciences University of Glasgow. 2015.

"Esso Petroleum Co., Ltd. V. Harper's Garage (Stourport), Ltd., [1965] 2 All E. R. 933."

"Foley V. Classique Coaches, Ltd., [1934] 2 K. B. 1."

Frank x. Taney. Restricting the Law of Resale Price Maintenance : The Kodak Decision and Transection. University of Pennsylvania Law Review 143, 1994.

"A.G. Of Commonwealth of Australia V. Adelaide Steamship Co., Ltd., [1913] A. C. 781."

Gomez-Acebo & Pombo (Mr. Miguel Troncoso-Ferrer). Settlements with the European Commission Do Not Prevent Further Probes Case C-547/16 Gasorba Sl, Josefa Rico Gil, Antonio Ferrándiz González V Repsol Comercial De Productos Petrolíferos Sa [Online]. Judgment of 23 November 2017 Available from: www.lexgo.be

H.R. 2631. : Affordable Gas Price Act [Online]. Available from: <http://www.govtrack.us>

Helena Johansson. The Development in Ec Competition Law Concerning Vertical Distribution Agreements. Master degree FACULTY OF LAW, Master degree FACULTY OF LAW University of Lund. 2001.

"In Case C 260/07, Reference for a Preliminary Ruling under Article 234 Ec Pedro Iv Servicios Sl V Total España Sa," . " In InfoCuria Case-law Audiencia Provincial de Barcelona (Spain), 13 December 2006.

"In Case C 279/06,Reference for a Preliminary Ruling under Article 234 Ec from the Audiencia Provincial De Madrid (Spain) Cepsa Estaciones De Servicio Sa V Lv Tobar E Hijos S", . " In InfoCuria Case-law Audiencia Provincial de Madrid (Spain), 16 June 2006.

"In Case C 547/16,Request for a Preliminary Ruling under Article 267 Tfeu Gasorba Sl,Josefa Rico Gil,Antonio Ferrándiz González V Repsol Comercial De Productos

- Petrolíferos Sa." Tribunal Supremo (Supreme Court, Spain), 18 October 2016.
- Jurian Langer. Tying and Bundling as a Leveraging Concern under Ec Competition Law [Online]. December 18,2010. Available from:
<http://www.kluwercompetitionlaw.com>
- JUS399. The Impact of Leegin on the Legislative Systems' Treatment of Resale Price Maintenance Cases. Master Thesis Faculty of Law UNIVERSITY OF BERGEN.
- "Klaus Hofner and Fritz Elser V. Macrotron GmbH, Case C-41/90, Ecr I-1979." 1991.
- "Magnus Petroleum Company, Inc. And Marpat Corporation V. Skelly Oil Company." US Court of Appeals for the Seventh Circuit, 1979
- "Mannesmann Ag V High Authority of the European Coal and Steel Community, Case 19/61, Ecr 675 ". 1962.
- Michael L. Denger. Resale Pricing Issues in Distribution and Franchisor Operation Antitrust Law 60 (1992). 1992.
- Michelle Cini, and Lee McGowan. Competition Policy in the European Union. New York: Palgrave Macmillan, 2009.
- Nancy Pelosi. There Must Be a Federal Law to Prosecute Price Gouging at the Pump [Online]. 2005. Available from: <http://pelosi.house.gov/news/press-releases/2005/09/releases-Sept05-gasprice.shtml>
- NIKOLAOS VETTAS. Developments in Vertical Agreements. THE ANTITRUST BULLETIN Vol. 55, No. 4/Winter (2010).
- "North-Western Salt Co., Ltd. V. Electrolytic Alkali Co., Ltd., [1914] A. C. 461.".
- "Northern Pacific-Railway Company V. United States, 356 U.S. 1 ". 1958.
- Oil trading. The Spot Market [Online]. Dec 8 ,2010. Available from:
<http://www.planete-energies.com>
- "Osborn V. Sinclair Refining Co., ." United States District Court for the District of Maryland, 1959.
- "Osborn V. Sinclair Refining Co., ." United States Court of Appeals for the Fourth Circuit 1963.
- " Partner Partner, Inc. Plaintiff, V. Exxonmobil Oil Corp, and Michigan,." United States District Court, E.D. Michigan, Southern Division, 2008.
- Paul Craig, and Grainne De Burca. Eu Law: Text, Cases and Materials, 4 Ed. Oxford:

Oxford University Press, 2008.

Peter Alexiadis (Partner, G., Dunn & Crutcher LLP/Brussels) & Alison Kop (Associate, Gibson, Dunn & Crutcher LLP/San Francisco),. Vertical Restraints Policy in the Eu: Open Questions in the Face of Policy Compromises. 32.

Restrictive Trade Practices Commission Report on an Inquiry into Distribution and Sale of Automotive Oils, G., Anti-Freeze, Additives, Tires, Batteries, Accessories, and Related Products; R.T.P.C. . 1962.

Richard M. Calkins. Antitrust Guidelines for the Business Executive. Illinois Dow Jones-Irwin, 1981.

Richard M.Calkins. Antitrust Guidelines for the Business Exclusive. Illinois: Dow Jones-Irwin, Inc, 1981.

Richard Whish. Competition Law. Edited by Edition, F. London: Butterworths, 2003.

———. Competition Law: 6th (Sixth) Edition, 6 Ed. Oxford: Oxford University Press, USA, October 2008.

"Rick Mik Enterprises Inc V. Equilon Enterprises Llc, No.06-55937." US United States Court of Appeals,Ninth Circuit, 2008.

Robert O'Donoghue, and Jorge Padilla. Law and Economics of Article 102 Tfeu. 2020.

Sarad, N. J. Eec Regulation of Exclusive Dealing Arrangements [Online]. July 1985.

Available from: <https://lawcat.berkeley.edu/record/1112333>

SCOTT, J. F.: ALBERTA LAW REVIEW, TYING AGREEMENTS-AGAINST PUBLIC POLICY-PETROFINA (GREAT BRITAIN), LTD. v. MARTIN.

Susanne Christina Caillet. Exclusive Dealing Agreements under Eec Competition Law. LL.M degree Department of European Law University of Glasgow. 1989.

"Tam, Inc. V. Gulf Oil Corp.,." U.S. District Court for the Eastern District of Pennsylvania 1982

Thomas E. Sullivan, and Jeffery L. Harrison. Understanding Antitrust and Its Economic Implications. Edited by Edition, n. New York: Matthew Bender & Co., 1995.

"Times-Picayune Publishing Company V. United States, 345 U.S. 594 ". 1953.

Veround, V. Vertical Agreement and Article 101(1) Ec: The Evolving Role of Economic Analysis. Antitrust Law Journal 71 (2003).

เที่ยงธรรม พลโลก. ข้อตกลงสัญญาแฟรนไชส์ไม่เป็นธรรม เพิกถอนได้หรือไม่ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.sme.go.th>]

เรื่องและผู้ประกอบการไทยควรรู้, ท. ณ. ก. ก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.thaieurope.net

แสง บุญเฉลิมวิภาส. ประวัติศาสตร์กฎหมายไทย. กรุงเทพฯ: วิทยุชน 2545.

ไชยยศ เหมรัชตะ. คำอธิบายกฎหมายว่าด้วยการกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดทางการค้า.

กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม, 2537.

กัญศักดิ์ เพชรานนท์. บทวิเคราะห์พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 การควบคุมการร่วมกันจำกัดการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ. วารสารนิติศาสตร์ เล่มที่ 4, ปีที่ 47 (ธันวาคม 2561).

กุลวีร์ เสรีกุล. ข้อตกลงพ่วง: พฤติกรรมต้องห้ามพฤติกรรมที่น่ารังเกียจ? (2) [ออนไลน์]. 20 September 2008.

แหล่งที่มา: <http://www.ralcllegal.com/bookralc/b2.php?id=23>]

ขจีรัตน์ คทวนิชกุล. กรณีศึกษาและวิเคราะห์ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าว่าด้วยแนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย พ.ศ.

2549. นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2550.

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า. เอกสารการสอนชุดวิชา การคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า. ปากเกร็ด นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2560.

จรินทร์ เทศวานิช. หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2537.

นภาพร แดดภู. การกำหนดราคาขายปลีก : ข้อจำกัดการแข่งขันตามกฎหมายป้องกันการผูกขาด. นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2539.

พลกฤษณ์ ไพรสานต์วณิชกุล. การกำหนดปริมาณผลผลิตและการตั้งราคาในโครงสร้างตลาดเพื่อการแข่งขัน.

วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (ธันวาคม-พฤษภาคม 2550): หน้า 32.

ภราดร ปรีดาศักดิ์. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

ยุทธนา คุ่มมี. ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า : ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ยูพีซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 2544.

รัฐไกร ลิ้มศิริตระกูล. มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการกำหนดราคาขายปลีก. นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2545.

วรรดี จงอัศญากุล. ตลาดค้าปลีกและนโยบายการค้าปลีกในประเทศไทย (Retail Market and Return Policy in Thailand). คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2554.

ศักดิ์ดา ธนิตกุล. คำอธิบายและกรณีศึกษา พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2553.

ศักดิ์ดา ธนิตกุล และคณาจารย์คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กฎหมายแข่งขันทางการค้า ในประเทศญี่ปุ่น สหภาพยุโรป สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2562.

ศูนย์วิจัยกฎหมายและการพัฒนา คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. รายงานการศึกษาวเคราะห์ฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และกฎหมายป้องกันการผูกขาด. (2551): หน้า 5-6.

สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.ptit.org/event/detail?id=29>

----- . ปิโตรเลียมเมืองสยาม : วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมปิโตรเลียมในประเทศไทย กรุงเทพฯ: สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, 2536.

สันติชัย วัฒนวิทย์กรรม และคณะ. กฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาดเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย ในรายงานเสนอสำนักงานยุติธรรม. กรุงเทพมหานคร, 2557: 2557.

สำนักงานต่างประเทศ สำนักงานศาลยุติธรรม. The Eu's "Four Freedoms": Free Movement of Goods, Capital and Services และ the European Court of Justice [Online]. 28 กรกฎาคม 2557. Available from: <https://oia.coj.go.th/th/file/get/file/20190208e4da3b7fbbce2345d7772b0674a318d5093828.pdf>

สำนักข่าวกรองแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. สหภาพยุโรป [Online]. 19 กุมภาพันธ์ 2563. Available from: <http://almanac.nia.go.th/page/90>

สุธีร์ ศุภนิตย์ , กมลชัย รัตนสกววงศ์ , , วิชรียา โตสงวน และวิไลวรรณ วรรณนิธิกุล รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องแนวทางการพัฒนากฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศไทย. (2536): หน้า 10.

สุธีร์ ศุภนิตย์ แก้ไขเพิ่มเติมโดย กมลวรรณ จิรวินิชฎ์. หลักการและกฎเกณฑ์แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555.

สุธีร์ ศุภนิตย์ และคณะ. แนวทางการพัฒนากฎหมายส่งเสริมการแข่งขันธุรกิจที่เป็นธรรม ในรายงานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากฎหมายแข่งขันทางการค้าในประเทศไทย. 2 เล่ม ed. กรุงเทพมหานคร: 2536.

อรอุมา เสือเอี่ยม. [ออนไลน์]. 3 February 2009. แหล่งที่มา: http://www.dit.go.th/uploads/CC3Z4_bทความนโยบายป้องกันการผูกขาดของสรัฐฯ.pdf

อุษา วิชัยไพโรจน์วงศ์. มาตรการในการกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงระดับค้าปลีก. นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2554.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวธัญญาเรศ เล็กรุ่งจี
วัน เดือน ปี เกิด	21 กุมภาพันธ์ 2537
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิตจากคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2558 ได้รับประกาศนียบัตรจาก สำนักฝึกอบรมวิชาว่าความแห่งสภานายความ รุ่นที่ 48 และเข้าศึกษาต่อ ในระดับปริญญาโทนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายเอกชนและธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2561 ปัจจุบัน ประกอบอาชีพเป็นนักกฎหมาย ในบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มาตั้งแต่ปี 2560

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY