

รายงานผลการฝึกอบรมหลักสูตร Competition Law and Impact on FDI for ASEAN Countries*

ภายใต้ Japan – Singapore Partnership Programme for the 21st Century

ณ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ 16-22 ตุลาคม 2551

ผู้เข้าร่วมอบรมประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐจากประเทศในกลุ่มอาเซียน จำนวน 17 คน ประกอบด้วย บรูไน กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ ติมอร์-เลสเต เวียดนาม และผู้แทนจากประเทศไทย 3 คน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เนื้อหาของของการฝึกอบรมประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การบรรยายเชิงวิชาการ และการศึกษาดูงานองค์กร Competition Commission of Singapore (CCS) ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

1. ความสำคัญของนโยบายการแข่งขัน

นโยบายการแข่งขันเป็นนโยบายของรัฐที่มุ่งส่งเสริมการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ผู้ประกอบธุรกิจต่างชาติหรือผู้ประกอบธุรกิจภายในประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดมีแรงกระตุ้นในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและบริการและลดต้นทุนในการผลิต ซึ่งจะสร้างความเข้มแข็งให้กับทั้งผู้ประกอบการและกับอุตสาหกรรม ตลอดจนอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ผู้บริโภคยังได้บริโภคสินค้าในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมด้วย

2. หลักการสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

หลักการสำคัญของกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่ประเทศต่างๆ ที่มีกฎหมายการแข่งขันทางการค้าบังคับใช้จะต้องพึงตระหนักเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ 3 ประการ ได้แก่

2.1 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจทำการตกลงร่วมกัน อันมีผลให้เกิดการบิดเบือนการแข่งขันทางการค้า หรือขัดขวาง จำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น

- การทำความตกลงร่วมกันเพื่อลด หรือจำกัดการแข่งขัน (Restrict Competition) หมายถึง การทำความตกลงร่วมกันทั้งแบบเปิดเผยและไม่เปิดเผยเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัท การทำความตกลงที่จะจำกัดการแข่งขันอาจเป็นเรื่องราคา การผลิต ตลาดและลูกค้า ซึ่งการทำความตกลงประเภทนี้มักจะเหมือนกับคาร์เทล (cartel) หรือการสมรู้ร่วมคิด (collusion) และศาลจะถือว่าเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันเนื่องจากมีผลเพิ่มราคาสินค้า จำกัดผลผลิตและผลที่เกิดขึ้นเป็นผลร้ายต่อเศรษฐกิจ

- กฎหมายการแข่งขันในหลายประเทศยกเว้นการจัดการร่วมกันระหว่างบริษัท ซึ่งอาจส่งเสริมประสิทธิภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงในตลาด ตัวอย่างเช่น อาจยอมให้มีการตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทในการที่จะพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบบเดียวกันเพื่อที่จะส่งเสริมการประหยัดต่อขนาด เพิ่มการใช้ผลิตภัณฑ์และการเผยแพร่เทคโนโลยี ในทำนองเดียวกันอาจยอมให้บริษัทร่วมมือ

*โดย นางสาวศศิธร พลตฤเดช เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 8

สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กันในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสถิติ อย่างไรก็ตาม การยกเว้นนี้โดยทั่วไปมีพื้นฐานมาจากการทำความเข้าใจหรือการจัดการที่ไม่ใช่การกำหนดราคาหรือพฤติกรรมที่จำกัดการแข่งขันประเภทอื่น

2.2 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาด (dominant position) ใช้อำนาจนั้นในทางที่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เช่น การกำหนดราคาซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรม การเลือกปฏิบัติด้านราคา (Price Discrimination) การขายสินค้าตัดราคา (Predatory Pricing) การกำหนดเงื่อนไขในลักษณะที่เป็นการบังคับโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้กับคู่ค้าของตน ตัวอย่างเช่น การขายพ่วง (Tied Selling) การบังคับซื้อ (Product Bundling) การให้สิทธิในการซื้อได้ก่อน (Pre-emption of Facilities) เป็นต้น

- การควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีอำนาจเหนือตลาดเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งขนาดของตลาดภายในประเทศค่อนข้างเล็ก ทำให้รองรับผู้ประกอบการได้น้อยราย กฎระเบียบของรัฐยังไม่เอื้ออำนวยให้มีการแข่งขันอย่างเต็มที่ และเพิ่งเริ่มมีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่ทำให้ตลาดมีความเสี่ยงต่อการผูกขาดสูง

- การเป็นผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาดนั้น มีแนวทางในการพิจารณาแตกต่างกันออกไป บางประเทศใช้ส่วนแบ่งตลาดเป็นเกณฑ์ตายตัว เช่น ในกรณีที่มีผู้ประกอบการรายใหญ่รายเดียว อันเดียวจะพิจารณาส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 25 เวียดนาม ร้อยละ 30 เกาหลีใต้ ร้อยละ 50 สิงคโปร์ ร้อยละ 60 เป็นต้น ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย และเม็กซิโก จะพิจารณาจากหลายปัจจัยประกอบกัน เช่น ส่วนแบ่งตลาด ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในตลาด ความยากง่ายที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่ตลาดได้ เป็นต้น ในกรณีของประเทศไทยผู้มีอำนาจเหนือตลาดจะพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดและยอดขายสินค้าหรือบริการประกอบกัน

2.3 ห้ามมิให้มีการควบรวมกิจการอันจะทำให้เกิดการผูกขาดหรือสภาพการแข่งขันในตลาดลดลง

- การควบรวมกิจการ (Merger) คือการรวมบริษัท (amalgamation) หรือการรวมกันของสองบริษัทหรือมากกว่านั้นเกิดเป็นบริษัทใหม่หรือเป็นบริษัทที่มีอยู่แล้ว โดยการควบรวมกิจการเป็นวิธีการซึ่งบริษัทอาจเพิ่มขนาดหรือขยายเข้าไปในตลาดที่มีอยู่แล้วหรือตลาดใหม่ อาจมีแรงจูงใจต่างๆ สำหรับการควบรวมกิจการ เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อให้ได้อำนาจตลาด เพื่อกระจาย หรือขยายเข้าไปในตลาดที่แตกต่างกันเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางการเงิน และการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

กฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศในยุโรป เช่นของอังกฤษ ของสหภาพยุโรป และบางประเทศในทวีปอเมริกาใต้ เช่น เปรู จะมีบทบัญญัติเฉพาะพฤติกรรม 3 กลุ่มแรก คือ การใช้อำนาจเหนือตลาดซึ่งจะบังคับใช้เฉพาะสำหรับผู้ประกอบการที่มีอำนาจทางตลาดสูง การควบรวมธุรกิจ และการกระทำการตกลงร่วมกัน

อย่างไรก็ตาม กฎหมายของกลุ่มประเทศในแถบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้และไต้หวันนั้นจะมีบทบัญญัติเกี่ยวกับพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้าอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเรียกว่า **"การค้าที่ไม่เป็นธรรม"**

(unfair trade practice) ซึ่งบังคับใช้ได้กับผู้ประกอบการทุกรายโดยไม่เจาะจงว่าจะต้องเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดหรือต้องเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการเพื่อจำกัดหรือลด แรงกดดันของการแข่งขันกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดาและเยอรมันซึ่งล้วนเป็นกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่มีประวัติช้านานจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกฎหมายในเอเชีย คือมีการกำหนดพฤติกรรมที่เป็น unfair trade practice

3. กฎระเบียบขององค์การการค้าโลกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการแข่งขัน

3.1 ประเด็นนโยบายการแข่งขันขององค์การการค้าโลก (WTO)

- ในการประชุมระดับรัฐมนตรี WTO ครั้งที่ 1 เมื่อเดือนธันวาคม 2539 ณ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ประเทศพัฒนาแล้วได้ผลักดันให้มีการเจรจาประเด็นใหม่ 4 เรื่องคือ การลงทุน นโยบายการแข่งขัน ความโปร่งใสในการจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐ และการอำนวยความสะดวกทางการค้า ซึ่งเรียกรวมว่า “Singapore Issues” ทั้งนี้ นโยบายการแข่งขันเป็นประเด็นหนึ่งที่ได้มีการหยิบยกขึ้นเจรจา โดยยังไม่มีข้อยุติ แต่ได้มีการจัดตั้งคณะทำงานศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการค้ากับการลงทุน และการค้ากับนโยบายการแข่งขัน โดยยังไม่มีผลการเจรจาเพื่อกำหนดมาตรการใดๆ

- ต่อมาในการประชุมระดับรัฐมนตรี WTO ครั้งที่ 4 ณ กรุงโดฮา ประเทศกาตาร์ ในปลายปี 2544 ได้มีการกล่าวถึงปฏิญญาโดฮา (Doha Declaration) ว่าด้วยนโยบายการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักๆ ดังนี้ (1) หลักการที่สำคัญ (Core principles) ได้แก่ ความโปร่งใส การไม่เลือกปฏิบัติ กระบวนการที่เป็นธรรม และข้อกำหนดเกี่ยวกับการตกลงร่วมกัน (2) ความร่วมมือโดยสมัครใจ (Voluntary cooperation) ในระหว่างสมาชิกของ WTO (3) การสนับสนุนให้หน่วยงานการแข่งขันในประเทศกำลังพัฒนาสร้างศักยภาพในการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งที่ประชุมเห็นว่าเป็นหลักการที่ดี แต่บางประเทศเห็นว่าควรมีความชัดเจนมากกว่านี้ เนื่องจากเกือบครึ่งหนึ่งของประเทศสมาชิก WTO ยังไม่มีกฎหมายการแข่งขัน จึงขาดความรู้และความเข้าใจ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา หรือแม้แต่ในประเทศที่มีกฎหมายการแข่งขันแล้วก็ยังขาดประสบการณ์ในการบังคับใช้

3.2 กฎระเบียบขององค์การการค้าโลกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการแข่งขัน

- นอกจากประเด็นเรื่องนโยบายการแข่งขันโดยตรงแล้ว ยังมีกฎเกณฑ์ภายใต้ WTO ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนโยบายการแข่งขันด้วย ได้แก่ **ความตกลงว่าด้วยมาตรการลงทุนเกี่ยวกับการค้า** (Agreement on Trade-Related Investment Measures :TRIMs) บทที่ 9 (Art. 9) ซึ่ง WTO ได้มีการตั้งคณะทำงานขึ้นมาศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและนโยบายการแข่งขัน **ความตกลงว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า** (Agreement on Trade Related Intellectual Property Rights: TRIPs) บทที่ 8,31,40 (Arts. 8,31,40) ซึ่งให้อำนาจในการดำเนินมาตรการต่อต้านการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในทางที่ผิด การจำกัดการบังคับใช้ใบอนุญาตสิทธิ

- ประเทศไทยได้ใช้ข้อยกเว้นตามความตกลง TRIPs ในการดำเนินการผลิตยารักษาโรคภูมิคุ้มกันอ่อนแอ (HIV) เพื่อขายให้กับผู้ป่วยในประเทศ เนื่องจากยานำเข้ามีราคาแพง โดยยกเหตุผลด้านมนุษยธรรมในการขอยกเว้นจาก WTO (restrictions on compulsory licensing)

- ทั้งนี้ การให้การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญามีหลักการในเชิงประสิทธิภาพ และได้ขัดแย้งกับแนวทางในการส่งเสริมการแข่งขันในตลาดแต่อย่างใด กล่าวคือการให้การคุ้มครอง

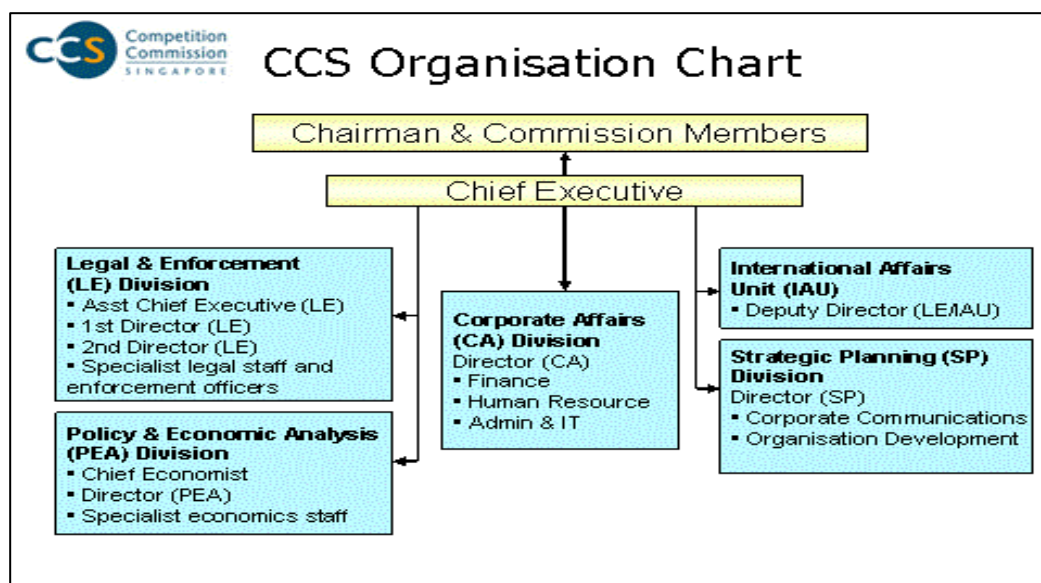
ทรัพย์สินทางปัญญาจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจที่จะลงทุนในการวิจัยและพัฒนา เพื่อที่จะมีนวัตกรรมในการผลิตสินค้าหรือให้บริการใหม่ ๆ ซึ่งสุดท้ายแล้วจะเป็นผลดีกับผู้บริโภค แต่การให้การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะเป็นโดยการให้สิทธิเจ้าของสิทธิบัตรในการกำหนดเงื่อนไขในการใช้เทคโนโลยี การแบ่งพื้นที่ในการขายสิทธิในการใช้เทคโนโลยี การกำหนดเงื่อนไขทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี เช่น การกำหนดแหล่งวัตถุดิบที่ต้องใช้ เป็นต้น ล้วนมีลักษณะที่ขัดกับการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรมโดยทั้งสิ้น จึงต้องมีการกำหนดขอบเขตของ "ข้อยกเว้น" จากกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของการใช้สิทธิทรัพย์สินทางปัญญาที่ชัดเจน เพื่อมิให้มีการใช้อำนาจดังกล่าวในลักษณะที่เป็นการจำกัดหรือกีดกันการแข่งขันจนเกินควร

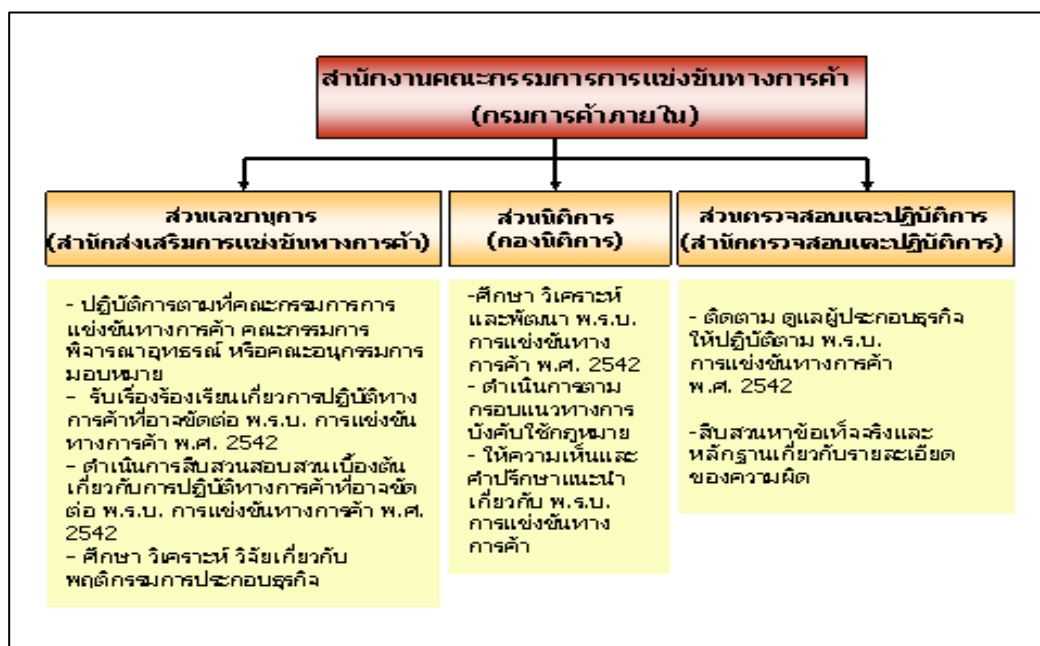
4 กฎหมายการแข่งขันกับการลงทุนตรงจากต่างประเทศ

กฎหมายการแข่งขันจะช่วยให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศและนักลงทุนจากต่างประเทศ ทั้งนี้ รัฐบาลต้องมีความชัดเจนในการบังคับใช้กฎหมาย โดยกำหนดหลักเกณฑ์รองรับการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมายได้อย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งสร้างบรรยากาศในการลงทุนโดยลดข้อจำกัดด้านการลงทุน เช่น สัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนต่างชาติ การกำหนดโควตาใบอนุญาตประกอบธุรกิจของนักลงทุนต่างชาติ เป็นต้น

5 การศึกษาดูงานองค์กร Competition Commission of Singapore (CCS)

CCS เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในระบบตลาดของประเทศสิงคโปร์ ตามกฎหมายการแข่งขัน (Competition Act 2548) รวมทั้งให้คำปรึกษากับรัฐบาลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพการแข่งขันในตลาดสิงคโปร์ โดยอยู่ภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม ซึ่ง CCS ประกอบด้วยกลุ่มงาน 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Legal & Enforcement กลุ่ม Policy & Economic Analysis กลุ่ม Corporate Affairs กลุ่ม International Affairs และกลุ่ม Strategic Planning รวมเจ้าหน้าที่ประมาณ 60-70 คน ทั้งนี้ CCS มีหน้าที่เหมือนกับสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าของไทย ภายใต้กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์





เปรียบเทียบ CCS ของสิงคโปร์ กับสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ของไทย

	Competition Commission of Singapore	สํานักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า
บทบาทหน้าที่	• เป็นองค์กรภายใต้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า (Competition Act) ซึ่งถูกกำกับดูแลโดย กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Ministry of Trade and Industry) • ทำหน้าที่วางกรอบนโยบายของการนำ Competition Act มาใช้ รวมทั้งวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในตลาด และให้คำปรึกษากับรัฐบาลในเรื่องที่เกี่ยวข้อง	• เป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นในกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ภายใต้ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 โดยมีอธิบดีกรมการค้าภายในเป็นเลขาธิการและเป็นผู้บังคับบัญชา • ทำหน้าที่ศึกษา วิเคราะห์ วิจัยเกี่ยวกับสินค้า การบริการ และพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งเสนอแนะแนวทางและให้ความเห็นในการป้องกันการใช้อำนาจเหนือตลาด การรวมธุรกิจ การลด และการจำกัดการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ (รวมถึงการกำหนดราคาขายที่ไม่เป็นธรรม)
กฎหมาย	Competitive Act มีผลบังคับใช้ 1 มกราคม 2548 ประกอบด้วยบทบัญญัติสำคัญ 3 มาตรา ดังนี้ มาตราที่ 34 ห้ามธุรกิจแข่งขันมิให้ทำการตกลงร่วมกัน เพื่อป้องกัน จำกัด บิดเบือนการแข่งขันทางการค้าที่สมบูรณ์ในประเทศสิงคโปร์ มาตราที่ 47 ห้ามมิให้ผู้มีอำนาจเหนือตลาด (dominant position) ใช้อำนาจนั้นในทางที่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม มาตรา 54 ห้ามมิให้มีการควบรวมกิจการอันจะทำให้สภาพการแข่งขันในตลาดลดลง	ประเทศไทยมี พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งมีบทบัญญัติที่สำคัญในมาตราที่ 25, 26, 27 และ 29 ดังนี้ มาตราที่ 25 ควบคุมไม่ให้ผู้ประกอบการรายใหญ่มีอำนาจเหนือตลาด ในการกีดกันการแข่งขัน มาตราที่ 26 ควบคุมไม่ให้ผู้ประกอบการรายใหญ่มีอำนาจผูกขาด โดยเฉพาะจากการควบรวมกิจการ มาตราที่ 27 ควบคุมไม่ให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ทำการตกลงกันเพื่อกีดกันทางการค้า มาตราที่ 29 ควบคุมไม่ให้เกิดการค้าที่ไม่เป็น

		ธรรมเช่นขัดขวาง ทำลายชื่อเสียง จำกัดการประกอบของธุรกิจรายอื่น
หลักเกณฑ์ (Guideline)	มีการออกหลักเกณฑ์เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแล้ว 13 ฉบับ โดยมีหลักเกณฑ์เฉพาะของพฤติกรรมตามมาตราที่ 34, 47 และ 54	มีการออกหลักเกณฑ์ที่มีอำนาจเหนือตลาด ตามมาตราที่ 25 แนวทางการรวบรวมกิจการตามมาตราที่ 26 และระเบียบเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับมาตราที่ 27
กรณี	นับจากกฎหมายมีผลบังคับใช้ (1 มกราคม 2548 – 30 กันยายน 2551) มีการพิจารณาการกระทำที่ผิดกฎหมายแล้วทั้งสิ้น 41 กรณี (1 มกราคม 2548 - 30 กันยายน 2551)	นับแต่มีการบังคับใช้ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า (ตุลาคม 2542 – สิงหาคม 2551) คณะกรรมการฯ ได้พิจารณาพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมแล้ว 73 กรณี โดยเป็นกรณีที่ยุติเรื่องแล้ว 38 กรณี
บทกำหนดโทษ	โทษทางแพ่ง (ปรับ)	โทษทางแพ่งและอาญา (ปรับและจำคุก)

6. ข้อเสนอแนะต่อกฎหมายการแข่งขันของไทย

6.1 ประเทศไทยควรนำระบบ Pre Consultation ซึ่งเป็นระบบที่ผู้ประกอบธุรกิจเอกชนสามารถขอคำปรึกษาจากหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลกฎหมายการแข่งขัน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการกระทำที่ผิดกฎหมาย และประมวลข้อปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนทราบ

6.2 ควรดำเนินการทบทวนขอบเขตการบังคับใช้ตามมาตรา 4 ซึ่งระบุไว้ว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้มีให้ใช้บังคับแก่การกระทำของรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากในบางกรณีผู้บริโภคได้ร้องเรียนพฤติกรรมของรัฐวิสาหกิจหรือบริษัทที่ได้รับสัมปทานจากรัฐวิสาหกิจซึ่งกฎหมายฉบับนี้ยังมีความคลุมเครือในหลายกรณี ทั้งนี้ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าในหลายประเทศ รวมถึงสิงคโปร์ และเวียดนาม จะบังคับใช้กับรัฐวิสาหกิจด้วย โดยจะใช้วิธีการยกเว้นไม่บังคับใช้กฎหมายกับธุรกิจ/อุตสาหกรรมบางประเภท โดยระบุเหตุผลประกอบชัดเจน เช่น สิงคโปร์ ยกเว้นไม่บังคับใช้กฎหมายกับสาขาพลังงาน เนื่องจากมีคณะกรรมการกำกับดูแลโดยเฉพาะ เป็นต้น

6.3 สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าควรกำหนดกรอบแนวทาง (Guidelines) ในการวินิจฉัยพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรมซึ่งมีความซับซ้อนและเป็นความผิดตามมาตราต่างๆ ของกฎหมาย เช่น ในกรณีของพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และสัญญา franchise นั้น จะต้องมีการกำหนดว่าเงื่อนไขในสัญญาประเภทใดจึงจะถือว่าอยู่นอกรอบของการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งรวมถึงการใช้ลิขสิทธิ์ franchise ด้วย เป็นต้น เพื่อวางแนวทางการดำเนินงานให้เป็นรูปธรรม ลดช่องว่างของกฎหมาย ไม่ให้ขึ้นกับดุลยพินิจของคณะกรรมการฯ มากเกินไป

6.4 ควรเปิดเผยผลการพิจารณาหรือข้อวิเคราะห์ในการตัดสินใจให้สาธารณชนทราบ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการขององค์การการค้าโลกในเรื่องนโยบายการแข่งขัน
