FEDERAL COURT OF AUSTRALIA

OECD

ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area (AANZFTA)
Economic Cooperation Support Program (AECSP)

សៀវភៅមូលដ្ឋានសម្រាប់ចៅក្រមអាស៊ានស្តីពីការប្រកួតប្រជែង

បង្កើតឡើងជាផ្នែកនៃកម្មវិធីអនុវត្តច្បាប់ប្រកួតប្រជែងរបស់ AANZFTA
(AANZFTA Competition Law Implementation Program)

សេដ្ឋកិច្ចសម្រាប់ចៅក្រមនៅក្នុងបរិបទនៃច្បាប់ប្រកួតប្រជែង

1. សេចក្តីផ្តើម

1.1 សៀវភៅមូលដ្ឋាននេះ មានគោលបំណងដើម្បី៖

a. ធ្វើជាឯកសារផ្អែកលើគោលការណ៍សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ដោយសមាជិកតុលាការ ក្នុងរដ្ឋជាសមាជិកនីមួយៗរបស់សមាគមប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍ (អាស៊ាន) (Association of Southeast Asian Nations) (‘ASEAN’)។

b. ផ្តល់នូវមគ្គុទេសក៍ជាក់ស្តែង និងផ្តល់ព័ត៌មានដល់ចៅក្រម ដោយផ្តោតលើការប្រឈម និងបញ្ហាដែលជួបប្រទះនៅក្នុងការវាយតម្លៃភ័ស្តុតាងស្មុគស្មាញពីអ្នកជំនាញក្នុងពេលធ្វើការ និងពិនិត្យសេចក្តីសម្រេចនានាក្រោមច្បាប់ប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងរដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ាន និង

c. ជួយក្នុងការអភិវឌ្ឍច្បាប់ប្រកួតប្រជែងពីមុន ដែលបង្កើនភាពច្បាស់លាស់ផ្នែកច្បាប់ លើកកម្ពស់ប្រសិទ្ធភាព និងជំរុញសង្គតិភាព និងភាពអាចព្យាករណ៍បាននៅក្នុងបណ្តារដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ាន និងចុងក្រោយ ចូលរួមចំណែកក្នុងការកំណត់គោលនយោបាយការប្រកួតប្រជែងមានលក្ខណៈល្អប្រសើរ។

1.2 សៀវភៅមូលដ្ឋានត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងបរិបទនៃភាពផ្សេងគ្នា និងដំណាក់កាលខុសៗគ្នានៃការរៀបចំច្បាប់ប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងរដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ាន។ សៀវភៅនេះមិនមានបំណងផ្តល់ព័ត៌មានជាក់លាក់ទៅតាមប្រទេសនីមួយៗទេ។

1.3 សៀវភៅមូលដ្ឋាននេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយចៅក្រមនៃតុលាការសហព័ន្ធអូស្ត្រាលី សម្រាប់ចៅក្រមនៅក្នុងរដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ាន ដោយសហការយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយ OECD។ នេះគឺជាសៀវភៅមួយនៅក្នុងចំណោមសៀវភៅមូលដ្ឋានស្តីពីច្បាប់ប្រកួតប្រជែងជាបន្តបន្ទាប់ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមគំនិតផ្តួចផ្តើមរបស់គណៈកម្មការប្រកួតប្រជែងតំបន់ពាណិជ្ជកម្មសេរីអាស៊ានអូស្ត្រាលីនូវែលសេឡង់ (ASEAN Australia New Zealand Free Trade Area Competition Committee) ដែលជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីអនុវត្តច្បាប់ប្រកួតប្រជែង (Competition Law Implementation Program) (‘CLIP’)។

2. តើសេដ្ឋកិច្ចជាអ្វី ហើយហេតុអ្វីបានជាវាសំខាន់ក្នុងច្បាប់ប្រកួតប្រជែង ?

2.1 សេដ្ឋកិច្ចអាចត្រូវបានកំណត់ថាជា “វិទ្យាសាស្ត្រសង្គមទាក់ទងនឹងផលិតកម្ម ការចែកចាយ និងការប្រើប្រាស់ទំនិញ និងសេវាកម្ម”។ សេដ្ឋកិច្ចត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាវិទ្យាសាស្ត្រសង្គម ពីព្រោះវាអនុវត្តវិធីសាស្ត្រវិទ្យាសាស្ត្រដើម្បីសិក្សាពីសង្គម និងទំនាក់ទំនងសង្គម។ សេដ្ឋកិច្ចគឺជាឧបករណ៍ដ៏មានឥទ្ធិពលសម្រាប់វាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រព្រឹត្ត និងការរៀបចំនៅលើទីផ្សារ។

2.2 ការប្រកួតប្រជែងគឺជាគំនិតសេដ្ឋកិច្ច ដែលកំណត់លក្ខណៈដំណើរការទីផ្សារនៃការប្រជែងគ្នារវាងអ្នកលក់ដើម្បីបង្កើនប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួន ដោយផ្តល់ជូនអ្នកទិញនូវការរួមបញ្ចូលគ្នានូវតម្លៃ គុណភាព និងសេវាកម្មល្អ ជាងការរួមផ្សំគ្នាដែលផ្តល់ដោយអ្នកប្រកួតប្រជែង។

2.3 ការដាក់ឱ្យអនុវត្តច្បាប់ប្រកួតប្រជែងផ្តល់ជូនទីផ្សារនូវ “ច្បាប់ល្បែង” ដែលការពារដល់ដំណើរការប្រកួតដោយខ្លួនវា ជាជាងការពារគូប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ។ តាមរបៀបនេះ ការស្វែងរកការប្រកួតប្រជែងដោយស្មើភាព ឬប្រសិទ្ធភាព អាចចូលរួមចំណែកក្នុងការលើកកម្ពស់សុខុមាលភាពសេដ្ឋកិច្ច ប្រសិទ្ធភាព និងកំណើនសេដ្ឋកិច្ច និងការអភិវឌ្ឍ។

2.4 សុខុមាលភាពគឺជាគំនិតស្តង់ដារមួយដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច ដែលរួមបញ្ចូលសុខុមាលភាព (ឬអតិរេក) នៃក្រុមផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងសេដ្ឋកិច្ច។ នៅក្នុងឧស្សាហកម្មមួយ សុខុមាលភាពអាចធ្វើការវាស់វែងដោយអតិរេកសរុប ដែលជាផលបូកនៃអតិរេកអតិថិជន (ភាពខុសគ្នារវាងអ្វីដែលអតិថិជនទាំងអស់ចង់ចំណាយសម្រាប់ផលិតផលមួយ និងតម្លៃពិតប្រាកដដែលពួកគេត្រូវចំណាយលើផលិតផលនោះ) និងអតិរេកអ្នកផលិត (ផលបូកនៃប្រាក់ចំណេញទាំងអស់ដែលអ្នកផលិតទទួលបាននៅក្នុងឧស្សាហកម្ម)។ វិធានការវាស់វែងនៃសុខុមាលភាពបែបនេះ គឺជាគំនិតស្តង់ដារក្នុងការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រព្រឹត្ត និងការរៀបចំនៅលើទីផ្សារ។

2.5 នៅក្នុងបរិបទនៃច្បាប់ប្រកួតប្រជែង សេដ្ឋកិច្ចផ្តល់នូវក្របខ័ណ្ឌយ៉ាងម៉ត់ចត់សម្រាប់វិភាគទីផ្សារ និងឥទ្ធិពលនៃការប្រព្រឹត្តលើទីផ្សាររួមមាន (ផលប៉ះពាល់នៃ) ការប្រព្រឹត្តឯកតោភាគី ឬដែលមានការសម្របសម្រួលរបស់អ្នកចូលរួមទីផ្សារ (ផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង)។ ការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចក៏អាចជាឧបករណ៍មានប្រយោជន៍ផងដែរក្នុងការកំណត់ និងវាយតម្លៃអង្គហេតុពាក់ព័ន្ធក្នុងករណីប្រកួតប្រជែង។ នៅជុំវិញពិភពលោក ភស្តុតាងសេដ្ឋកិច្ច ជាញឹកញាប់ត្រូវបានផ្តល់ឱ្យដោយអ្នកជំនាញសេដ្ឋកិច្ចក្នុងនាមគូភាគីនៅក្នុងករណីច្បាប់ប្រកួតប្រជែង។

2.6 ភស្តុតាងសេដ្ឋកិច្ចអាចជួយដល់តុលាការ ដោយពន្យល់ និងអនុវត្តគំនិតសេដ្ឋកិច្ចដែលអាចត្រូវបានបង្កប់នៅក្នុងច្បាប់ប្រកួតប្រជែង ដូចជា៖

a. ការប្រកួតប្រជែង ពោលគឺការប្រជែងគ្នាទៅលើតម្លៃ គុណភាព សេវាកម្ម និងអថេរផ្សេងៗទៀតនៃតម្លៃ ជូនអ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងអាជីវកម្ម ដូចជាការរកប្រាក់ចំណេញឱ្យបានច្រើនបំផុត។

b. សុខុមាលភាព រួមទាំងតម្លៃតាមការចូលចិត្ត សុខុមាលភាព និងចំណូលចិត្ត-ការពេញចិត្ត និង

c. ប្រសិទ្ធភាព គឺប្រសិទ្ធភាពមិនប្រែប្រួល (កម្រិតប្រសិទ្ធភាពនៅពេលណាមួយ ដោយផ្តោតលើផលិតផល ដំណើរការ ឬសមត្ថភាពដែលមានស្រាប់) និងប្រសិទ្ធភាពស្វាហាប់ (កម្រិតប្រសិទ្ធភាពតាមពេលកន្លងទៅ នៅពេលការផ្លាស់ប្តូរនេះ ឆ្លងកាត់ការបញ្ចូលរបៀបថ្មី ដែលនាំឱ្យមានផលិតផលថ្មី ដំណើរការ ឬសមត្ថភាពប្រសើរជាង)។ ប្រសិទ្ធភាពមិនប្រែប្រួលទាំងពីរប្រភេទនេះ គឺការបែងចែកធនធានដែលមាន ដល់តម្លៃខ្ពស់បំផុតរបស់ខ្លួន (ប្រសិទ្ធភាពបែងចែក) និងការបង្កើនលទ្ធផលពីធនធានដែលមានឱ្យបានច្រើនបំផុតនៅក្នុងតម្លៃទាបបំផុត (ប្រសិទ្ធភាពផលិតភាព)។

2.7 ការប្រកួតប្រជែងអាចលើកកម្ពស់ទាំងសុខុមាលភាព និងប្រសិទ្ធភាព តាមរយៈការបង្កើនតម្លៃ និងលើកទឹកចិត្តដល់ការបែងចែក និងការប្រើប្រាស់ធនធាន។ គំនិតសេដ្ឋកិច្ចទាំងនេះ ជាទូទៅគាំទ្រ និងជូនដំណឹងអំពីគោលបំណងនៃច្បាប់ប្រកួតប្រជែង។

3. ន័យនៃសេដ្ឋកិច្ច និងគំនិតសម្រាប់វាយតម្លៃការប្រកួតប្រជែង

3.1 នៅក្នុងទីផ្សារមានអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ដែលធ្វើប្រតិបត្តិការទំនិញ និងសេវាកម្ម។ ទីផ្សារគឺជាទីលានប្រជែងគ្នា ឬទីលានសក្តានុពលនៃការប្រជែងគ្នារវាងអ្នកលក់ និងអ្នកលក់ដើម្បីលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។ ប្រសិនបើអ្នកលក់ដំឡើងតម្លៃ (ទាក់ទងនឹងថ្លៃដើម) នៃផលិតផល ឬសេវាកម្ម ប្រាក់ចំណេញសម្រាប់រាល់គ្រឿងដែលបានលក់នឹងកើនឡើង ក៏ប៉ុន្តែការលក់ទៅឱ្យអតិថិជនជាក់លាក់អាចនឹងបាត់បង់ ប្រសិនបើពួកគេមិនមានបំណងក្នុងការទិញផលិតផល ឬសេវាកម្មនោះក្នុងតម្លៃដែលបានដំឡើង ហើយបែរជាប្តូរទៅអ្នកលក់ផលិតផល ឬសេវាកម្មផ្សេងទៀត។

3.2 ការអនុវត្តនៃការបង្កើតទីផ្សារពាក់ព័ន្ធ ដែលគេហៅថានិយមន័យទីផ្សារ ផ្តល់នូវក្របខ័ណ្ឌវិភាគសម្រាប់ការសាកសួរចុងក្រោយថាតើការប្រព្រឹត្ត ឬប្រតិបត្តិការជាក់លាក់ណាមួយ ទំនងជាបង្កើតផលប៉ះពាល់ប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងដែរឬទេ។

3.3 ទីផ្សារអាចត្រូវបានកំណត់ថាមានជាប់ទាក់ទងនឹងផលិតផល និងវិមាត្រភូមិសាស្ត្រ រួមទាំងការពិចារណាលើការជំនួសផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចមានក្នុងការផ្គត់ផ្គង់ និងតម្រូវការ។ វិមាត្រផលិតផល កំណត់ផលិតផលប្រកួតប្រជែងខុសគ្នាដែលគួរត្រូវបានគេចាត់ទុកថាមាននៅក្នុងទីផ្សារដូចគ្នា។ ឧទាហរណ៍ ទីប្រជុំជនមួយអាចមានហាងកីឡាតែមួយប៉ុណ្ណោះ ក៏ប៉ុន្តែនេះទំនងជាមិនមានភាពផ្តាច់មុខទេ ពីព្រោះប្រសិនបើហាងនេះដំឡើងថ្លៃរបស់ខ្លួន នោះអតិថិជនអាចប្តូរទៅបើហ្គើរ ឬហាងកីឡារបស់ទីក្រុងជិតខាងអាចពង្រីកតំបន់ចែកចាយរបស់ខ្លួន។ ប្រសិនបើការជំនួសបើហ្គើរ និង/ឬអ្នកលក់កីឡានៅតាមទីប្រជុំជនផ្សេងទៀត រារាំងម្ចាស់ហាងកីឡាពីការដំឡើងថ្លៃគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ផលិតផល ហើយអ្នកលក់ទាំងនោះនឹងត្រូវដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងទីផ្សារ ដែលគេហៅថាទីផ្សារពាក់ព័ន្ធ។

3.4 អំណាចទីផ្សារ គឺជាគោលគំនិតស្នូលមួយទៀតនៅក្នុងច្បាប់ប្រកួតប្រជែង និងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច។ ជាទូទៅ អំណាចទីផ្សារត្រូវបានកំណត់ថាជាសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការទ្រទ្រង់តម្លៃពីលើ ឬកម្រិតគុណភាពពីក្រោមកម្រិតប្រកួតប្រជែង។ អត្ថប្រយោជន៍នៃអំណាចទីផ្សារ ផ្តល់នូវការលើកទឹកចិត្តដ៏រឹងមាំសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីប្រកួតប្រជែងទទួលបានវា។ អំណាចទីផ្សាអាចទទួលបាន ថែរក្សា និងប្រើប្រាស់ដោយមិនបំពានលើច្បាប់ប្រកួតប្រជែង។ ច្បាប់ប្រកួតប្រជែង ជាទូទៅមានជាប់ពាក់ព័ន្ធតែនៅពេលដែលអំណាចទីផ្សារត្រូវបានទទួល រក្សា និង/ឬត្រូវបានប្រើក្នុងវិធីប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងប៉ុណ្ណោះ។

3.5 កម្រិតនៃអំណាចទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន មិនងាយស្រួលនៅក្នុងការវាស់វែងដោយគ្មានភាពលម្អៀងទេ។ ចំណែកទីផ្សារ ជាញឹកញាប់មានភាពងាយស្រួលក្នុងការវាស់វែង ហេតុដូច្នេះហើយ ពេលខ្លះត្រូវបានប្រើជាសូចនាករ ឬការផ្តល់សិទ្ធិសម្រាប់អំណាចទីផ្សារ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ គួរយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើវិធីសាស្ត្រនេះ ដោយហេតុថា ចំណែកទីផ្សារអាចផ្តល់ជារូបភាពមិនពេញលេញ ឬបណ្តោះអាសន្នតែប៉ុណ្ណោះ អំពីអំណាចទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន។ កត្តាពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត រួមមាន៖

a. ឧបសគ្គចំពោះការចូល និង/ឬការពង្រីក ពោលគឺភាពងាយស្រួលដែលដៃគូប្រកួតប្រជែងថ្មីអាចចូល ឬគូប្រជែងដែលមានស្រាប់អាចពង្រីកចូលទៅក្នុងទីផ្សារ ប្រសិនបើតម្លៃនៅក្នុងទីផ្សារកើនឡើងខ្ពស់ជាងកម្រិតប្រកួតប្រជែង។ លទ្ធភាពនៃក្រុមហ៊ុនថ្មីចូលក្នុងទីផ្សារនេះ ឬការពង្រីកគូប្រជែងបច្ចុប្បន្នកំពុងរារាំង ឬធ្វើឱ្យមានការលំបាកសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការគិតថ្លៃខ្ពស់ជាងកម្រិតប្រកួតប្រជែង។ ហេតុដូច្នេះហើយ ប្រសិនបើឧបសគ្គចំពោះការចូល និងការពង្រីកមានកម្រិតទាប នោះក្រុម

ហ៊ុនដែលកំពុងកាន់អំណាចនឹងមិនអាចអនុវត្តអំណាចទីផ្សារប្រកបដោយនិរន្តរភាពបានទេ បើទោះបីជាពួកគេមានចំណែកទីផ្សារធំក៏ដោយ។

b. អំណាចជំទាស់របស់ (អ្នកទិញ) គឺជាកម្លាំងចរចាររបស់អ្នកទិញក្នុងការចរចារជាមួយអ្នកលក់។ សមត្ថភាពរបស់អ្នកទិញក្នុងការចរចាជាមួយអ្នកលក់ ឧទាហរណ៍ ដោយសារទំហំរបស់អ្នកទិញ សារៈសំខាន់ពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នកលក់ ឬសមត្ថភាពផ្គត់ផ្គង់ខ្លួនឯង ឬឧបត្ថម្ភការចូលថ្មីរបស់អ្នកលក់ផ្សេងទៀត ដើរតួជាកម្លាំងដាក់វិន័យ និងលើកកម្ពស់ឥរិយាបថប្រកួតប្រជែងនៅខាងអ្នកលក់។

c. បទប្បញ្ញត្តិសេដ្ឋកិច្ចអាចជាកត្តាពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងវិស័យ ជាឧទាហរណ៍ តម្លៃ និង/ឬកម្រិតគុណភាពស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងដោយនិយតកររដ្ឋាភិបាល។ តក្តានេះ អាចកំណត់វិសាលភាពដែលក្រុមហ៊ុនអាចទាញយកផលចំណេញពីទីផ្សាររបស់ខ្លួន និង

d. ចរិតលក្ខណៈរបស់ក្រុមហ៊ុន និងទីផ្សារជាក់លាក់ រួមទាំងការទាក់ទងនឹងរចនាសម្ព័ន្ធទីផ្សារសមស្របផងដែរ។

4. គំរូសេដ្ឋកិច្ចសម្រាប់ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង

4.1 អ្នកសេដ្ឋកិច្ចតែងតែប្រើគំរូសេដ្ឋកិច្ច ដើម្បីពន្យល់អំពីពិភពពិតប្រាកដតាមរយៈការធ្វើឱ្យសាមញ្ញ និងការធ្វើអរូបិយកម្មមួយចំនួន។ មានគំរូទីផ្សារសេដ្ឋកិច្ចផ្សេងៗគ្នាដែលអាចយកប្រើ សម្រាប់ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង។ គំរូដែលសមរម្យនឹងពឹងផ្អែកលើអង្គហេតុនៃករណីជាក់លាក់។ គំរូទីផ្សារសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋានចំនួនបួន ដែលខុសគ្នាទាក់ទងនឹងចំនួននៃការប្រកួតប្រជែងដែលកើតឡើងនៅក្នុងទីផ្សារ មានពិពណ៌នាលម្អិតបន្ថែមទៀតខាងក្រោម។

4.2 គំរូនៃការប្រកួតប្រជែងដ៏ល្អឥតខ្ចោះ (សម្មតិកម្ម) ពិពណ៌នាអំពីរចនាសម្ពន្ធ័ទីផ្សារមួយ ដែលការប្រកួតប្រជែងស្ថិតនៅក្នុងកម្រិតខ្ពស់បំផុតដែលអាចធ្វើទៅបាន។ វាត្រូវបានកំណត់ដោយលក្ខខណ្ឌទីផ្សារឧត្តមគតិជាច្រើន ឧទាហរណ៍ រួមមានព័ត៌មានល្អឥតខ្ចោះអាចរកបានសម្រាប់អតិថិជន និងអ្នកផលិតទាំងអស់ មិនមានឧបសគ្គចូល ឬចេញ ហើយមានអ្នកទិញ និងអ្នកលក់ទំនិញ ឬសេវាកម្មដែលមានលក្ខណៈដូចគ្នា ដែលទាំងអស់គ្នាធ្វើសកម្មភាពសមហេតុផលល្អឥតខ្ចោះ។ នៅក្នុងគំរូនេះ មិនមានក្រុមហ៊ុនណាមួយដែលមានអំណាចទីផ្សារដ៏ខ្លាំង ឬសមត្ថភាពក្នុងការដាក់ឥទ្ធិពលលើតម្លៃទេ។ គំរូនេះបង្កើតលទ្ធផលល្អប្រសើរ ទាក់ទងនឹងសុខុមាលភាព និងប្រសិទ្ធភាព ហើយជាគោលសម្រាប់ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រព្រឹត្តនៅក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធ ទីផ្សារដែលមានការប្រកួតប្រជែងមិនល្អឥតខ្ចោះ។

4.3 គំរូនៃការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខ ក៏ទទួលបានអ្នកទិញ និងអ្នកលក់មួយចំនួនធំដែរ ដែលអាចចូល និងចេញបានយ៉ាងងាយស្រួល ក៏ប៉ុន្តែផលិតផលក្នុងគំរូនេះមិនមានលក្ខណៈដូចគ្នាទេ។ ភាពខុសគ្នានៃផលិតផល អនុញ្ញាតឱ្យក្រុមហ៊ុនអនុវត្តអំណាចទីផ្សារមួយចំនួន និងធ្វើការសម្រេចចិត្តតម្លៃឯករាជ្យ ដែលអាចនាំឱ្យឡើងតម្លៃខ្ពស់ ឬសមត្ថភាពមិនដំណើរការ បើប្រៀបធៀបនឹងស្ថានភាពនៃការប្រកួតប្រជែងដ៏ល្អឥតខ្ចោះ។

4.4 នៅក្នុងគំរូពហុធិភាព ដែលមានតែអ្នកលក់តែពីរបីនាក់ដែលមានទំហំធំប៉ុណ្ណោះ។ ក្រុមហ៊ុនទាំងនេះដឹង ហើយគិតពីសកម្មភាព និងប្រតិកម្មរំពឹងទុករបស់ខ្លួនម្នាក់ៗ នៅពេលធ្វើការកំណត់តម្លៃ និងការសម្រេចចិត្តប្រកួតប្រជែងផ្សេងទៀត។ ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងទីផ្សារពហុធិភាព គឺពឹងផ្អែកគ្នាទៅវិញទៅមក។ នៅក្នុងស្ថានភាពពហុធិភាព កម្រិតនៃការប្រកួតប្រជែងអាចមានភាពខុសគ្នាច្រើនអាស្រ័យសំខាន់លើកាលៈទេសៈជាក់លាក់នៃទីផ្សារ។ អ្នកលក់អាចប្រកួតប្រជែងខ្លាំង ឬក្រុមហ៊ុននីមួយៗអាចមាន

អំណាចទីផ្សារយ៉ាងច្រើន និងមានសមត្ថភាពក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាដោយស៊ីសង្វាក់គ្នាយ៉ាងស្ងាត់ស្ងៀម ដោយរួមបញ្ចូលគ្នារវាងអំណាចទីផ្សារដើម្បីជំរុញតម្លៃឱ្យឡើងថ្លៃ និងប្រាក់ចំណេញរហូតដល់មានការបំផ្លាញដល់ប្រសិទ្ធភាព និងសុខុមាលភាព (និងអ្នកប្រើប្រាស់)។ ជាលទ្ធផល លទ្ធផលពហុធិកាព អាចមើលទៅស្រដៀងគ្នានឹងការប្រកួតប្រជែងផ្តាច់មុខដែរ។

4.5 នៅក្នុងគំរូផ្តាច់មុខ មានតែអ្នកលក់ម្នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលមានការគ្រប់គ្រងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពលើទីផ្សារទាំងមូល។ អ្នកលក់នោះអាចប្រើអំណាចទីផ្សារផ្តាច់មុខរបស់ខ្លួនដើម្បីរក្សាតម្លៃ និងប្រាក់ចំណេញលើសពីកម្រិតដែលមានប្រសិទ្ធិភាព ហើយដើម្បីផលិតតិចជាងចំនួនដ៏ប្រសើរបំផុត។ ច្បាប់ប្រកួតប្រជែង ជាទូទៅមិនហាមឃាត់ភាពផ្តាច់មុខដោយខ្លួនឯងនោះទេ គឺហាមឃាត់តែការប្រើប្រាស់តួនាទីគ្របដណ្តប់ដើម្បីធ្វើឱ្យអន្តរាយដល់ការប្រកួតប្រជែងប៉ុណ្ណោះ។ ច្បាប់ប្រកួតប្រជែងក៏អាចរារាំងការធ្វើអាជីវកម្មផ្តាច់មុខពីការបង្កើតលទ្ធផលនៃប្រតិបត្តិការ (ការរួមបញ្ចូលគ្នា ឬការទិញយក) ឬការប្រព្រឹត្តប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងផងដែរ។

4.6 ច្បាប់ប្រកួតប្រជែងផ្តោតសំខាន់លើការប្រព្រឹត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលប្រកបអាជីវកម្មក្នុងទីផ្សារពហុធិកាព ឬទីផ្សារផ្តាច់មុខ។ នេះគឺដោយសារតែក្រុមហ៊ុនដែលប្រតិបត្តិការនៅក្នុងទីផ្សារប្រភេទនេះ មានសក្តានុពលខ្ពស់បំផុតក្នុងការប្រើប្រាស់អំណាចទីផ្សាររបស់ខ្លួនដើម្បីធ្វើឱ្យអន្តរាយដល់ការប្រកួតប្រជែង។

5. ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង

5.1 ការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង ជាទូទៅមិនចាំបាច់នៅក្នុងករណីកាតែល (ក្រុមហ៊ុនអន្តរជាតិផ្តាច់មុខ) ទេ ពីព្រោះកិច្ចព្រមព្រៀងកាតែល ជាទូទៅត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការរំលោភបំពានដ៏ធ្ងន់ធ្ងរបំផុតទៅលើច្បាប់ប្រកួតប្រជែង ហើយជាទូទៅត្រូវបានហាមឃាត់ដោយមិនចាំបាច់គិតពីផលប៉ះពាល់ជាក់លាក់របស់កាតែលនោះទេ។ កាតែលស្ទើរតែធ្វើឱ្យអតិថិជនរងគ្រោះជានិច្ចដោយការដំឡើងថ្លៃ និងការរឹតត្បិតការផ្គត់ផ្គង់ ដូច្នេះធ្វើឱ្យទំនិញ និងសេវាកម្មមិនអាចមានទាំងស្រុង សម្រាប់អ្នកទិញមួយចំនួន និងធ្វើឱ្យមានតម្លៃឡើងខ្ពស់ដែលមិនចាំបាច់សម្រាប់អ្នកទិញផ្សេងទៀត។

5.2 ផ្ទុយទៅវិញ ការវាយតម្លៃអំពីផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង ជាទូទៅចាំបាច់ត្រូវមាននៅក្នុងការពិចារណាលើទម្រង់នៃការប្រព្រឹត្ត ឬការរៀបចំផ្សេងទៀត (មិនមែនកាតែល) ជាពិសេស ក្នុងការពិចារណាលើការអនុម័តលើការដាក់បញ្ចូលគ្នា និងការទិញយក ក្នុងការវាយតម្លៃកិច្ចព្រមព្រៀងនានាដែលអាចកាត់បន្ថយខ្លាំងនូវការប្រកួតប្រជែង និងក្នុងការវាយតម្លៃករណីការរំលោភបំពានលើតួនាទីគ្របដណ្តប់ ដែលក្នុងនោះ ការរកឃើញនូវទទួលខុសត្រូវ ជាធម្មតាតម្រូវឱ្យមានទាំងកម្រិតដ៏ធំនៃអំណាចទីផ្សារ ព្រមទាំងគោលដៅ ឬផលប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែង។

5.3 ក្នុងការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង ជាទូទៅអ្នកសេដ្ឋកិច្ចផ្តោតលើស្ថានភាពនៃការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារទាំងមូល ជាជាងឥទ្ធិពលនៃការប្រព្រឹត្តទៅលើគូប្រកួតប្រជែងជាក់លាក់។ ការពាក់ព័ន្ធជាពិសេសកំពុងពិចារណាថាតើការប្រព្រឹត្តនោះបង្កើត បង្កើន ឬរក្សាអំណាចទីផ្សារនៅលើទីផ្សារដែរឬទេ ឧទាហរណ៍ បង្កើនឧបសគ្គចំពោះការចូល និងការពង្រីក ឬមិនរាប់បញ្ចូលគូប្រជែងពីការប្រកួតប្រជែងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងទីផ្សារ។ មានតេស្តជាច្រើនដែលអាចមានប្រយោជន៍ក្នុងការវាយតម្លៃផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង ដែលរួមមាន៖

a. ការធ្វើតេស្ត 'ដោយមាន ឬគ្មាន' ដែលប្រៀបធៀបស្ថានភាពដែលអាចមានការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ ជាមួយនឹងការប្រព្រឹត្តដែលបានធ្វើតេស្ត ទៅនឹងស្ថានភាពនៃការប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារនោះ ដោយគ្មានការប្រព្រឹត្តដែលបានធ្វើតេស្ត។

b. ការធ្វើតេស្ត 'ការប្រើប្រាស់ធនធានប្រកបដោយគ្មានការប្រុងប្រយ័ត្ន និងគ្មានប្រសិទ្ធភាព' ដែលចោទសួរថាតើការប្រព្រឹត្តដែល

បានធ្វើតេស្ត នឹងនៅតែមានការប្រើប្រាស់ធនធានប្រកបដោយគ្មានការប្រុងប្រយ័ត្ន និងគ្មានប្រសិទ្ធភាពដែរឬទេ ដោយគ្មានគោលបំណង ឬផលប៉ះពាល់ការប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងណាមួយ និង

c. ការធ្វើតេស្ត ‘ជាដៃគូប្រកួតប្រជែងដែលមានប្រសិទ្ធិភាព’ ដែលចាត់ទុកថាការប្រព្រឹត្តដែលបានធ្វើតេស្ត មុខជាមិនរាប់បញ្ចូលទាំងគូប្រកួតប្រជែងដែលយ៉ាងហោចណាស់មានប្រសិទ្ធភាព ដូចក្រុមហ៊ុនដែលចូលរួមក្នុងការប្រព្រឹត្តដែលបានធ្វើតេស្តក្នុងលំនាំមួយដែលធ្វើឱ្យខូចខាតដល់ការប្រកួតប្រជែងនៅលើទីផ្សារទាំងមូល។

5.4 ការអនុវត្តនៃការធ្វើតេស្តខាងលើដើម្បីវាយតម្លៃពីផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែងគឺមិនដែលស្រួលឡើយ ហើយអាចទាមទារឱ្យមានការវិភាគសេដ្ឋកិច្ច និងភស្តុតាងអ្នកជំនាញ។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងការអនុវត្តការធ្វើតេស្ត ‘ដោយមាន ឬគ្មាន’ ចំពោះការអនុម័តការរួមបញ្ចូលគ្នា វាមិនអាចធ្វើទៅរួចទេក្នុងការសន្មតថាស្ថានភាពប្រកួតប្រជែងបច្ចុប្បន្ននៅក្នុងទីផ្សារនឹងត្រូវបានរក្សាទុក ‘ដោយគ្មាន’ ការរួមបញ្ចូលគ្នា។ នៅក្នុងការអនុម័តការរួមបញ្ចូលគ្នារបស់ប្រទេសអូស្ត្រាលីនាពេលថ្មីៗនេះ ពាក់ព័ន្ធនឹងសេវាកម្មដឹកទំនិញតាមសមុទ្រ វាត្រូវបានគេរកឃើញថាបើគ្មានការរួមបញ្ចូលគ្នាទេនោះ គោលដៅរបស់សេវាកម្មដឹកជញ្ជូនទំនិញដែលមានស្រាប់នឹងត្រូវបញ្ឈប់ ហើយអ្នកទិញអនាគតក្នុងករណីណាក៏ដោយ មុខជាអាចធានាការពាររាល់កិច្ចសន្យាអតិថិជន ដែលធ្វើឱ្យសេវាកម្មដឹកជញ្ជូនអាចបិតបេរបាន។ ក្នុងកាលៈទេសៈទាំងនេះ ការរួមបញ្ចូលគ្នាត្រូវបានអនុម័តលើលក្ខខណ្ឌ ការប្តេជ្ញាចិត្ត និងការសន្យាដើម្បីកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែង។

5.5 វាចាំបាច់ក្នុងការពិចារណាលើឥទ្ធិពលនៃការប្រកួតប្រជែង ដោយចងចាំពីច្បាប់ដែលត្រូវអនុវត្ត និងគោលបំណងនៃច្បាប់នោះ។ ការវិភាគ និងភ័ស្តុតាងសេដ្ឋកិច្ច អាចជួយក្នុងការបង្ហាញពីផលប៉ះពាល់លើការប្រកួតប្រជែង និងលទ្ធផលទីផ្សារនៃការប្រព្រឹត្ត ឬការរៀបចំនានាដែលកំពុងត្រូវពិចារណា។ ទន្ទឹមគ្នានឹងពេលនេះដែរ វាជាការសំខាន់ណាស់ដែលមិនត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យគំនិតបច្ចេកទេសសេដ្ឋកិច្ច ដាក់ជំនួសភាសានៃច្បាប់ឡើយ។

FEDERAL COURT OF AUSTRALIA | OECD | ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area (AANZFTA) Economic Cooperation Support Program (AECSP)

6. ប្រភពព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធ

6.1 ធនធានខាងក្រោម ផ្តល់ព័ត៌មានបន្ថែមទាក់ទងនឹងនឹងសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងបរិបទនៃច្បាប់ប្រកួតប្រជែង។ ឯកសារនេះប្រើជាឯកសារយោងទូទៅដ៏មានប្រយោជន៍ សម្រាប់ចៅក្រមនៅក្នុងរដ្ឋជាសមាជិកអាស៊ាន៖

a. OECD *អនុសាសន៍របស់ក្រុមប្រឹក្សា OECD ទាក់ទងនឹងសកម្មភាពដែលមានប្រសិទ្ធិភាពប្រឆាំងនឹងក្រុមចលនាការតែល* ឆ្នាំ១៩៩៨

b. Massimo Motta *គោលនយោបាយប្រកួតប្រជែង ទ្រឹស្តី និងការអនុវត្ត* ឆ្នាំ២០០៤

c. គោលនយោបាយតុមូលរបស់ OECD ស្តីពីការប្រកួតប្រជែង (OECD Competition Policy Roundtables) ឧបសគ្គក្នុងការចូល ឆ្នាំ២០០៥

d. OECD Competition Policy Roundtables *ការកំណត់បរិមាណនៃការបង្កគ្រោះថ្នាក់ដល់ការប្រកួតប្រជែង ដោយតុលាការជាតិ និងភ្នាក់ងារប្រកួតប្រជែង* ឆ្នាំ២០១១

e. OECD Competition Policy Roundtables និយមន័យទីផ្សារ ឆ្នាំ២០១២

f. OECD *សទ្ទានុក្រមនៃពាក្យស្ថិតិ*

g. បណ្តាញការប្រកួតប្រជែងអន្តរជាតិ (International Competition Network) *ការបណ្តុះបណ្តាលលើតម្រូវការ* រួមមានគំរូស្តីពី*អំណាចទីផ្សារ* *ផលប៉ះពាល់នៃការប្រកួតប្រជែង* និង *សេដ្ឋកិច្ចនៃតួនាទីគ្របដណ្តប់*