



# บทความออนไลน์

## ว่าด้วยการควบธุรกิจ : อำนาจตลาดเพิ่ม ลดการแข่งขัน แต่ไม่ส่งผลกระทบร้ายแรง จริงหรือ

การรวมธุรกิจดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ขออนุญาตรวมธุรกิจซึ่งเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดในตลาดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ สินค้าอุปโภคบริโภคประเภทร้านค้าปลีกขนาดเล็ก จะมีอำนาจตลาดเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่เป็นการผูกขาด . . . และอาจส่งผลให้การแข่งขันลดลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจอย่างร้ายแรง รวมทั้งไม่ส่งผลกระทบต่อประโยชน์สำคัญอันควรมีควรได้ของผู้บริโภคส่วนรวม

ข้อความข้างต้นคือส่วนหนึ่งของผลการพิจารณาของอนุญาตรวมธุรกิจโดยคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า (ซึ่งมีตัวย่อหน้าเอ็นดูว่า กขค.) ระหว่างกลุ่ม ซี.พี. เจ้าของแบรนด์ร้านสะดวกซื้อ 7-11 จำนวน 11,712 สาขาและร้านค้าส่งรายใหญ่อย่างแม็คโคร 129 สาขาทั่วประเทศไทย กับบริษัท เทสโก้ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัดซึ่งถือครองธุรกิจค้าปลีกหลากหลายขนาดภายใต้แบรนด์ Tesco Lotus ทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต 214 สาขา ตลาดโลตัส 179 สาขา Tesco Express 1,574 สาขา นอกจากนี้ยังเข้าพื้นที่ในศูนย์การค้าอีก 191 สาขา สาเหตุที่ตีลดังกล่าวถูกจับตามองเพราะทั้งสองเจ้าต่างถูกจัดอยู่ในแนวหน้าของธุรกิจค้าปลีกซึ่งหลายคนกังวลว่าหากมีการควบรวมกันจริง ธุรกิจค้าปลีกของเครือ ซี.พี. อาจใหญ่เกินไปจนมีอำนาจต่อรองสินค้าและครอบงำตลาดโดยไร้คู่แข่ง

หากใครได้อ่านแถลงการณ์ฉบับเต็มก็คงจะรู้สึกว่คำอธิบายในส่วนแรกนั้นสมเหตุสมผลกันดี ทั้งอำนาจตลาดเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่เป็นการผูกขาดเพราะมีธุรกิจค้าปลีกคู่แข่งบางรายที่ยังพอพืดพอเหวี่ยง การแข่งขันที่ลดลงเพราะตลาดสูญเสียผู้เล่นรายใหญ่ไปหนึ่งเจ้า แต่ประโยคที่ผมอ่านแล้วต้องขยี้ตาแล้วอ่านซ้ำอีกรอบคือการระบุว่าอำนาจ



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

ตลาดที่เพิ่มและการแข่งขันที่ลดลงจะไม่สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจอย่างร้ายแรงและไม่กระทบต่อผู้บริโภค  
ข้อสรุปดังกล่าวจะสวนทางกับตำราเศรษฐศาสตร์กระแสหลักซึ่ง ‘มือที่มองไม่เห็น’ จะทำงานได้อย่างเต็ม  
ประสิทธิภาพเมื่อมีการแข่งขันอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม

*ก่อนอนุญาตควรรวมต้องพิจารณาอะไรบ้าง*

น่าเสียดายที่เราคงไม่มีโอกาสได้เห็นรายละเอียดเกี่ยวกับการพิจารณาของ กชค. ว่าวิเคราะห์อย่างไรถึงสรุปผลว่า  
ดีลแห่งปีจะไม่กระทบต่อเศรษฐกิจและผู้บริโภค เพราะเอกสารดังกล่าวยอมเต็มไปด้วย ‘ความลับทางการค้า’ และ  
เอกสารภายในของทั้งสองบริษัท อีกทั้งตัวผมเองก็ไม่พบเอกสารคู่มือประกอบการพิจารณาผลกระทบจากการควบ  
รวมกิจการค้าปลีกของไทยแต่ไม่เป็นไรครับ ผมจะขอชวนทุกท่านสวมหมวกเป็นคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า  
แล้วลองพิจารณาว่าควรอนุญาตให้สองบริษัทนี้ควบรวมกันหรือไม่ โดยใช้หลักเกณฑ์สำหรับการควบรวมกิจการค้า  
ปลีกของ Competition and Markets Authority หน่วยงานที่ตรวจสอบและกำกับดูแลด้านการแข่งขันของ  
อังกฤษ

หัวใจสำคัญสำหรับการพิจารณาเรื่องนี้คือการตอบคำถามว่า ‘การควบรวมจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันอย่างไร’ ซึ่ง  
สมมติฐานสำคัญในการวิเคราะห์คือร้านค้าปลีกแบบออฟไลน์จะแข่งขันกับร้านค้าปลีกอื่นๆ ในท้องที่เดียวกันเพื่อ  
ดึงดูดลูกค้าในบริเวณดังกล่าวให้เดินทางมาจับจ่ายใช้สอย

### **ประเด็นแรกที่ต้องตอบคือสองบริษัทที่จะควบรวมกันถือเป็นคู่แข่งกันหรือไม่**

เพราะหากทั้งสองบริษัทเป็นคู่แข่งที่น่าเสนอสินค้าและบริการคล้ายคลึงกัน ระดับของการแข่งขันที่ลดลงหลังจาก  
การควบรวมย่อมส่งผลกระทบต่อราคา คุณภาพ การบริการ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอ  
ตัวอย่างเช่น ร้านค้าปลีก A และร้านค้าปลีก B แข่งขันกันเสนอโปรโมชั่นลดแลกแจกแถมอาหารแช่แข็งเพื่อแย่ง  
ฐานลูกค้าวัยทำงานที่มีเงินแต่ไม่มีเวลาทำอาหารรับประทานเอง แต่หลังจากร้าน A ซื้อกิจการของร้าน B ก็ไม่มีการ  
จัดโปรโมชั่นลดราคาอีกเลย แถมยังเปลี่ยนมาขายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยบริษัทในเครือของร้าน A ส่วนผู้บริโภคก็ต้อง  
จำใจซื้อด้วยความเคยชินและไม่มีความเลือกอื่น ในกรณีนี้ การควบรวมย่อมส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ  
ประเด็นที่สองคือพลวัตของการแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากแผนการขยายสาขาของกิจการค้าปลีกที่กำลังจะควบ  
รวมกัน เช่น ร้านค้าปลีก A มีแผนจะเปิดสาขาใหม่ที่รัฐสภาเช่นเดียวกับร้านค้าปลีก B หากทั้งสองร้านควบรวมกัน  
นายทุนใหญ่ก็อาจตัดสินใจยกเลิกการเปิดสาขาของร้านค้าปลีก B เพราะไม่เห็นประโยชน์จากการแข่งขันกันเอง



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

ระหว่างร้านค้าปลีกในเครือ สำหรับกรณีนี้ ยิ่งทั้งสองบริษัทมีพื้นที่ซ้อนทับในแผนการขยายสาขาเพิ่มมากเท่าไร ก็ยิ่งเป็นการทำลายพลวัตของการแข่งขันมากขึ้นเท่านั้น อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมเพราะการลงทุนและการจ้างงานอาจลดลง

ประเด็นที่สามคือการแข่งขันในระดับท้องถิ่นที่จะพิจารณาจาก ‘พื้นที่รับลูกค้า (catchment area)’ ซึ่งหมายถึงบริเวณที่ฐานลูกค้าส่วนใหญ่ของสาขาค้าปลีกที่ให้บริการอยู่อาศัยหรือเดินทางมาเป็นประจำซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละสาขา เช่น พื้นที่ของฐานลูกค้าของสาขาค้าปลีกใต้ตึกสำนักงานกลางกรุงเทพฯ อาจครอบคลุมแค่พนักงานในตึกเท่านั้น ขณะที่ลูกค้าต่างจังหวัดอาจยินดีที่จะใช้เวลาเดินทางมากกว่า 30 นาทีเพื่อมาใช้บริการร้านค้าปลีก เพราะไม่มีทางเลือกอื่นที่ดีกว่า

**หากในพื้นที่รับลูกค้าดังกล่าวมีอยู่แค่สองตัวเลือกคือ  
ร้านค้าปลีก A และร้านค้าปลีก B ที่แข่งขันกันอย่างดุเดือด  
หากวันดีคืนดีร้านค้าปลีก A ซ้ำกิจการของร้านค้าปลีก B  
ก็จะทำให้พื้นที่ถูก ‘ผูกขาด’ ในระดับท้องถิ่นโดยปริยาย**

นอกจากประเด็นด้านการแข่งขันแล้ว การควบรวมกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่ยังต้องพิจารณาถึงอำนาจต่อรองที่เพิ่มมากขึ้นของบริษัทภายหลังการควบรวมต่อคู่ค้าซึ่งอาจไม่มีทางเลือกในการจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทค้าปลีกรายอื่น จนทำให้คู่ค้าซึ่งเป็นรายเล็กอาจถูกเอารัดเอาเปรียบจนการกดราคาหรือจ่ายเงินช้า อำนาจตลาดของบริษัทที่มากเกินไปยังเป็นการกีดกันไม่ให้ผู้เล่นหน้าใหม่เข้าสู่ตลาด ซึ่งจะส่งผลต่อการเกิดนวัตกรรมทางธุรกิจอีกด้วย ผมเชื่อว่าผู้อ่านคงสามารถฟันธงฉับว่าการควบรวมระหว่างเครือ ซี.พี. และโลตัสย่อมส่งผลต่อการแข่งขันแน่ๆ แต่ประเด็นเรื่อง ‘ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ’ นับเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อน โดยต้องใช้ข้อมูลภายในของทั้งสององค์กรว่าเครือ ซี.พี. และโลตัสมองกันและกันว่าเป็นคู่แข่งทางตรงหรือไม่ และมีการปรับกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสินค้า บริการ รวมถึงลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้าอย่างไร ถ้าทั้งสองฝ่ายต่างมองอีกบริษัทเป็นคู่แข่งรายสำคัญ การควบรวมก็ย่อมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสวัสดิการของผู้บริโภคอย่างรุนแรงเนื่องจากทำลายการแข่งขันในตลาดค้าปลีกอย่างมีนัยสำคัญ

แต่สิ่งที่ทำให้หลายคนกังวลมากขึ้นไปอีกจากการควบรวมของทั้งสองบริษัท เนื่องจากเครือ ซี.พี. ไม่ได้มีเฉพาะธุรกิจค้าปลีก แต่ถือครองทั้งธุรกิจต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และอีกหลากหลายอุตสาหกรรม ทำให้ดีล ซี.พี. + โลตัสมองได้ทั้งเป็นการควบรวมแนวดิ่ง (vertical merger) ซึ่งเป็นการควบรวมระหว่างธุรกิจค้าปลีกกับผู้ผลิตสินค้าต้น



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

ทาง และการควบรวมแนวนอน (horizontal merger) ซึ่งเป็นการควบรวมระหว่างธุรกิจค้าปลีกกับธุรกิจค้าปลีก ผู้บริโภคจึงต้องร่วมกันจับตา ราคา คุณภาพ การบริการ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ หลังจากที่ทั้งสอง บริษัทเริ่มเดินหน้ากระบวนการควบรวมกิจการ

### ทำไมการแข่งขันจึงสำคัญ

ถึงตรงนี้ ผู้อ่านอาจเริ่มสงสัยว่าการแข่งขันในระบอบทุนนิยมจะสำคัญอะไรกันนักกันหนา บางคนถึงขั้นมองว่าการ มีธุรกิจรายเดียวในตลาดอาจเป็นเรื่องที่ดีด้วยซ้ำเพราะมีโอกาสเติบโตและสร้างกำไรได้มากกว่าเพราะผูกขาดตลาด นำไปสู่การจ้างงาน ขยายการเข้าถึงสินค้าและบริการได้แบบถ้วนหน้า นำพาชาติไทยก้าวเข้าสู่เวทีโลก ฯลฯ อ่านแล้วชวนให้ไปสะกิดปลุกให้ตื่นจากฝันหวานว่าด้วย ‘นายทุนใจบุญ’ เพราะในความเป็นจริง นายทุนไม่ได้สนใจ ประโยชน์ส่วนรวมเท่ากับประโยชน์ส่วนตน トラบใดที่รู้ว่าตนเองถือไพ่เหนือกว่าก็ไม่มีเหตุผลที่จะต้อง ประนีประนอมกับคู่ค้า ผู้บริโภค หรือกระทั่งพนักงาน เพราะนายทุนรู้ดีกว่าพวกเขาและเธอไม่มีทางเลือกอื่น เดียวจะหาว่ามองนายทุนในแง่ร้ายเกินไป ผมขอหยิบงานวิจัยที่ศึกษาผลกระทบจากการควบรวมธุรกิจค้าปลีกใน สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และฝรั่งเศส โดยทั้งสามชิ้นมีข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันคือ

**ราคาสินค้าโดยเฉลี่ยจะเพิ่มขึ้น และความหลากหลาย**

**ของสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านค้าปลีกจะลดลงหลังการควบรวม**

ผลลัพธ์ดังกล่าวยิ่งชวนให้ผมสงสัยว่า กชค. วิเคราะห์อย่างไรถึงได้ข้อสรุปว่าดีลเครือ ซี.พี. + โลตัส จะไม่กระทบต่อ ผู้บริโภค

บางคนอาจเถียงว่าเงินมันก็เงินเจ้าสัวเขา เขาทำธุรกิจประสบความสำเร็จ อยากรจะใช้เงินซื้ออะไรมันก็เรื่องของ เขาเราจะไปยุ่งทำไม ถ้าเขาจะมีอำนาจตลาดเพราะมีฝีมือก็ปล่อยให้เขาบริหารไปไม่ดีกว่าหรือ?

แน่นอนครับว่าเราอยู่ในระบอบทุนนิยมเสรี แต่ที่เราเลือกใช้ระบอบเศรษฐกิจดังกล่าวก็เพื่อบรรลุประสิทธิภาพ สูงสุดทางเศรษฐกิจ ซึ่งการจะเดินไปถึงจุดนั้นได้จำเป็นต้องมีการแข่งขันที่เข้มข้น นี่คือเหตุผลที่ประเทศทุนนิยมทุก แห่งทั่วโลกจะต้องมีคณะกรรมการกำกับดูแลด้านการแข่งขันทางการค้า เพราะอำนาจเหนือตลาดที่มากเกินไป ไม่ ว่าจะได้มาด้วยความเก่งฉกาจหรือจากกฎหมายเอื้อนายทุน ย่อมเป็นการถ่วงพัฒนาการทางเศรษฐกิจ เป็นการ ทำลายล้างมากกว่าสร้างสรรค์



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

ประเด็นหนึ่งที่หลายคนมองข้าม และยังคงมองข้ามในแถลงการณ์ของ กขค. คือความสูญเสียด้านนวัตกรรมที่จะสูญหายไปพร้อมกับระดับการแข่งขันที่ลดน้อยถอยลง กระบวนการทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์ (creative destruction) หรือการสรรหานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อช่วงชิงเงินในกระเป๋าของผู้บริโภคแทบจะไม่มีทางเกิดขึ้นได้เลย ในอุตสาหกรรมที่มีความกระจุกตัวสูง เนื่องจากเจ้าตลาดเดิมขาดแรงจูงใจที่จะเสริมสร้างศักยภาพของตนเอง เพราะต่อให้ทำหรือไม่ทำก็ยังมีเงินไหลเข้ากระเป๋าทุกวันอยู่ดี อีกทั้งบริษัทเกิดใหม่ที่จะเข้ามา ‘ท้าทายอำนาจ’ แชมป์เก่าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันยังมีโอกาสอยู่รอดต่ำเพราะไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทผู้ครองตลาดเดิมได้ กรณีศึกษาที่คนไทยเผชิญกับตนเองคือการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมเบียร์ที่รายเล็กแทบไม่มีโอกาสเกิดใหม่ เนื่องจากกฎหมายโบราณที่กีดกันไม่ให้เกิดโรงเบียร์ขนาดเล็ก ตลอดหลายสิบปีเท่าที่ผมจำความได้ เราเลยต้องทนดื่มลาเกอร์รสชาติจืดชืดของเจ้าตลาดโดยมีเรื่องที่น่าตื่นเต้นที่สุดคือการออกแบรนดิใหม่ การออกแบบโลโก้ใหม่ การปรับปรุงสูตรในรอบสิบปี หรือการออกแบรนดิโซดาเพื่อจะได้หลบเลี่ยงกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แม้ว่าทรนคร์ราฟต์เบียร์ต่างชาติจะเริ่มตีตลาดเข้ามาในไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา แต่เจ้าตลาดยังคงกระหึ่มยั้มย่องเพราะคราฟต์เบียร์ดังกล่าวยังราคาสูงลิบลิว กระทบเหล่าโรงเบียร์ขนาดเล็กใช้วิธีการผลิตเบียร์จากต่างประเทศแล้วนำเข้ามาจำหน่ายในไทยในราคาที่แข่งขันได้ แถมยังนำมาขายชนกันในร้านสะดวกซื้อเจ้าใหญ่ บริษัทเจ้าตลาดจึงเริ่มหวั่นไหวออก ‘นวัตกรรม’ ใหม่ออกมารัวๆ พร้อมกับอัดโฆษณาแบบเต็มพิกัด เมื่อปีที่ผ่านมา ทีมีวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทยได้ศึกษาผลของการกระจุกตัวและอำนาจตลาดของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ โดยได้ข้อสรุปว่า ยิ่งบริษัทมีอำนาจเหนือตลาดสูง จะมีการเติบโตของผลิตภาพต่ำ มีการส่งออกและอยู่รอดในต่างประเทศต่ำ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกน้อย มีแนวโน้มพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต่ำ และมีอัตราการลงทุนต่ำ สรุปง่ายๆ เป็นหนึ่งประโยคว่า ‘เก่งแต่ในกะลา’

น่าเสียดายที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจของไทยดูจะไม่เข้าใจความสำคัญของการแข่งขันเท่าที่ควร ปล่อยให้ปะละเลยให้กลุ่มทุนเรื่องอำนาจจนหลายอุตสาหกรรมกระจุกตัวอยู่ในมือของนายทุนไม่กี่ครอบครัว ทั้งที่นักวิชาการ ภาคประชาสังคม และประชาชนเองก็ส่งเสียงเตือนอยู่เนืองๆ ถึงความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน แม้แต่นักร้องซุปตาร์ดาวค้างฟ้าอย่าง เบิร์ด ธงไชย ยังเตือนด้วยความหวังดีว่า ‘ไม่แข่งยิ่งแพ้’

. . . (แป๊กสินะ)



## สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

เอาเป็นว่าถ้าผู้มีอำนาจเมืองไทยจะไม่ฟังนักวิชาการ ภาคประชาสังคม ประชาชน พี่เบิร์ด และตัวผม ก็ไม่เป็นไรครับ อย่างน้อยๆ ก็ช่วยอธิบายให้เข้าใจหน่อยว่าวิเคราะห์อย่างไรถึงสรุปผลว่าดีลเครือซี.พี. + โลตัส ไม่กระทบต่อเศรษฐกิจและผู้บริโภค เรื่องใหญ่ขนาดนี้ ข้อมูลสองหน้ากระดาษ A4 คงไม่เพียงพอที่จะคลายข้อสงสัยของสาธารณชน

ที่มา <https://thematter.co/thinkers/the-economics-of-retailer-mergers/128909>

