



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

အာဆီယံတရားသူကြီးများအတွက် အကြောင်းအရာများ

ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာအခြေခံ

AANZFTA ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေအကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ရေးအစီအစဉ် တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအဖြစ်ပြုထားသည်။

ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေဆိုင်ရာကိစ္စရပ်များ ကိုင်တွယ်ဆောင်ရွက်ရာတွင် တရားသူကြီးများ အတွက် ဘောဂဗေဒပညာရပ်

၁။ နိဒါန်း

၁.၁ ဤလက်စွဲစာစောင်သည် -

- က။ အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံချင်းစီရှိ တရားစီရင်ရေးအဖွဲ့ဝင်များ အသုံးပြုရန်အတွက် အခြေခံစည်းမျဉ်းများကိုအခြေခံထားသော စာအုပ်တစ်အုပ်ဖြစ်လာစေရန်၊
- ခ။ အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံများ၌ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများအရ စီရင်ချက်များချမှတ်ခြင်းနှင့် ပြန်လည် သုံးသပ်မှုဖြစ်စဉ်အတွင်း ရှုပ်ထွေးသော ကျွမ်းကျင်သူသက်သေခံချက်များကိုစိစစ်ရာ၌ ကြုံတွေ့ရသောအခက်အခဲများနှင့်ကိစ္စရပ်များနှင့်ပတ်သက်၍ တရားသူကြီးများအတွက် လက်တွေ့အသုံးဝင်ကာ အချက်အလက်စုံလင်သော လမ်းညွှန်ချက်တစ်ခုဖြစ်စေရန်နှင့်
- ဂ။ အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံများအတွင်း ဥပဒေပိုမိုတိကျမှုရှိလာစေသည့်၊ ပိုမို၍လျင်မြန်သွက်လက် ထိရောက်မှုရှိလာစေပြီး ဆီလျော်ကိုက်ညီမှုနှင့်ကြိုတင်မှန်းဆနိုင်မှုတို့ကိုအားပေးမြှင့်တင်ပေး သည့် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေထုံးတမ်းအားရေးဆွဲရာ၌အကူအညီပေးနိုင်စေရန်အပြင် အခြေခံ အားဖြင့် ခိုင်မာသောယှဉ်ပြိုင်မှုမူဝါဒအား ပုံဖော်ရာ၌အထောက်အကူပြုစေရန် ရည်ရွယ် ပါသည်။

၁.၂ ဤစာအုပ်ကို အာဆီယံအဖွဲ့ ဝင်နိုင်ငံများရှိ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများအကြား ကွဲလွဲမှုများနှင့် ယှဉ်ပြိုင်မှု ဥပဒေ အကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရွက်ရာတွင် မတူညီသည့်အဆင့်များရှိနေသော နောက်ခံအခြေ အနေအပေါ် ပြုစုထားခြင်းဖြစ်ပါသည်။ နိုင်ငံတစ်နိုင်ငံချင်းစီနှင့်သက်ဆိုင်သော အချက်အလက်များ ပေးအပ်ရန် မရည်ရွယ်ထားပါ။



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

၁.၃ ဤစာအုပ်အား ဩစတြေးလျဖက်ဒရယ်တရားရုံးချုပ်မှ တရားသူကြီးများက OECD အဖွဲ့နှင့် ပူးပေါင်းကာ အာဆီယံအဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံများမှ တရားသူကြီးများအတွက် ရေးသားပြုစုထားခြင်းဖြစ်သည်။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေအကောင်အထည်ဖော်ဆောင်ရေးအစီအစဉ် (CLIP) တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအဖြစ် အာဆီယံ-ဩစတြေးလျ-နယူးဇီလန် လွတ်လပ်သောကုန်သွယ်မှုဒေသ ယှဉ်ပြိုင်မှုကော်မတီ၏ ပဏာမကြိုးပမ်းအားထုတ်မှုဖြင့် ပြုစုထုတ်ဝေထားသော ယှဉ်ပြိုင် မှုဥပဒေဆိုင်ရာလက်စွဲစာစောင်များအနက်မှ တစ်ခုလည်းဖြစ်သည်။

၂။ ဘောင်ပေဒဘာသာရပ်နှင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေတွင် ယင်း၏အရေးဖို့

၂.၁။ ဘောင်ပေဒပညာရပ်အား ကုန်စည်နှင့် ဝန်ဆောင်မှုများ ထုတ်လုပ်ခြင်း၊ ဖြန့်ဖြူးရောင်းချခြင်းနှင့် ဝယ်ယူသုံးစွဲခြင်းတို့နှင့်သက်ဆိုင်သည့် လူမှုသိပ္ပံပညာဟု အဓိပ္ပါယ်ဖွင့်ဆိုနိုင်ပါသည်။ ဘောင်ပေဒပညာရပ်အား လူမှုသိပ္ပံပညာရပ်အဖြစ် သတ်မှတ်ရသည့်အကြောင်းမှာ လူ့အသိုင်းအဝိုင်းနှင့် လူမှုဆက်ဆံရေးများကို လေ့လာရာတွင် သိပ္ပံနည်းကျနည်းလမ်းများကို အသုံးပြုခြင်းကြောင့်ဖြစ်သည်။ ဘောင်ပေဒပညာသည် ဆောင်ရွက်ချက်နှင့်အမှုအကျင့်များ၏ ဈေးကွက်အပေါ် သက်ရောက်ပုံတို့ကို လေ့လာဆန်းစစ်ရာတွင် အလွန်အသုံးဝင်သော နည်းလမ်းတစ်ရပ်ဖြစ်သည်။

၂.၂။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုသည်မှာ ဘောင်ပေဒပညာ၏ သဘောတရားတစ်ခုဖြစ်ပြီး ဧရောင်းချသူများအကြား ပြိုင်ဘက်များထက်သာသော ဈေးနှုန်း၊ အရည်အသွေးနှင့် ဝန်ဆောင်မှုများကို ဝယ်ယူသူများအား ယှဉ်ပြိုင်ရောင်းချမှုကို ဖြစ်ပေါ်စေသည့် ဈေးကွက်လုပ်ငန်းစဉ်တစ်ရပ် ဖြစ်သည်။

၂.၃။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများကို အသုံးပြုခြင်းမှာ ဈေးကွက်အတွက် စည်းကမ်းသတ်မှတ်ချက်များ ချမှတ်၍ ယှဉ်ပြိုင်မှုဖြစ်စဉ်ကို အကာအကွယ်ပြုပေးရန်ဖြစ်ပြီး ဈေးကွက်တွင် ရှိနေသော ပြိုင်ဘက်များအကြား အကာအကွယ်ပေးရန် မဟုတ်ပေ။ ဤသို့ဖြင့် မျှတသော ယှဉ်ပြိုင်မှု တနည်းအားဖြင့် ထိရောက်သော ယှဉ်ပြိုင်မှုကိုဖြစ်ပေါ်စေပြီး စီးပွားရေးအကျိုးစီးပွား (economic welfare)ကို မြှင့်တင်ပေးခြင်း၊ အကျိုးများစေခြင်း (efficiency)နှင့် စီးပွားရေးဖွံ့ဖြိုးတိုးတက်စေခြင်း (economic growth and development)တို့ကို ဖြစ်ပေါ်စေပါသည်။

၂.၄။ စီးပွားရေးအကျိုးစီးပွား(welfare)သည် ဘောင်ပေဒတွင် အသုံးပြုသည့် သဘောတရားတစ်ခုဖြစ်ပြီး စီးပွားရေးဆိုင်ရာအမျိုးမျိုးသောအုပ်စုများ၏ အကျိုးစီးပွားကို စုပေါင်းပေးခြင်းဖြစ်သည်။ လုပ်ငန်းကဏ္ဍတစ်ခုတွင် အကျိုးစီးပွားကို စုစုပေါင်းအကျိုးအမြတ်ဖြင့် တိုင်းတာနိုင်ပါသည်။ စုစုပေါင်းအကျိုးအမြတ်ဆိုသည်မှာ (ကုန်ပစ္စည်းတစ်မျိုးအတွက် စားသုံးသူများက ပေးလိုသော ဈေးနှုန်းနှင့် လက်တွေ့ပေးချေရသော ဈေးနှုန်းအကြားခြားနားမှု) စားသုံးသူတို့၏ အသာစီးရမှုစုစုပေါင်းနှင့် (လုပ်ငန်းကဏ္ဍတစ်ခုမှ ထုတ်လုပ်သူများရရှိသော အမြတ်စုစုပေါင်း) ထုတ်လုပ်သူတို့၏ အသာစီးရမှုစုစုပေါင်းတို့ကို



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

ပေါင်းစပ်ထားသော စုစုပေါင်းတန်ဖိုးပင်ဖြစ်သည်။ အဆိုပါ စီးပွားရေးအကျိုးစီးပွားတိုင်းတာချက်များသည် ဇ ဆောင်ရွက်ချက်နှင့်အမှုအကျင့်များ၏ ဈေးကွက်အပေါ်သက်ရောက် ပုံတို့ကို လေ့လာဆန်းစစ်ရာတွင် စံလက်ခံထားသော သဘောတရားများဖြစ်သည်။

၂.၅။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေရှုထောင့်အရ ဘောဂဗေဒသည် ဈေးကွက်တွင် ပါ ဝင်ဆောင်ရွက်နေသူများ၏ တစ်ဦးချင်း သို့မဟုတ် အစုအဖွဲ့အလိုက် ပြုမူလုပ်ကိုင်ခြင်းမှထွက်ပေါ်လာသော အကျိုးသက်ရောက်မှုများအပါအဝင် ဇ ဈေးကွက်များနှင့် ဆောင်ရွက်ချက်၏ဈေးကွက်များအပေါ်သက်ရောက်မှုကို ဇ လေ့လာဆန်းစစ်ရာတွင် အရေးပါသော မူဘောင်တစ်ရပ်ဖြစ်သည်။ ဘောဂဗေဒဆန်းစစ်ချက်သည် ယှဉ်ပြိုင်မှုကိစ္စရပ်များအတွက် သက်ဆိုင်ရာ အချက်အလက်များကို ဖော်ထုတ်၊ အ ကဲဖြတ်ရာတွင်လည်း အသုံးဝင်ပါသည်။ ကမ္ဘာတစ်ဝှမ်းတွင် စီးပွားရေးဆိုင်ရာသက်သေအထောက်အထားများကို ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေကိစ္စရပ်များတွင် ပါ ဝင်ပတ်သက်နေသူများ ကိုယ်စားဘောဂဗေဒပညာရှင်များက ထောက်ပံ့ပေးတတ်ပါသည်။

၂.၆။ စီးပွားရေးဆိုင်ရာသက်သေအထောက်အထားများသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများတွင် ထည့်သွင်းပြဌာန်းထားသော ဘောဂဗေဒသဘောတရားများ ကို ရှင်းလင်းဖော်ပြခြင်းနှင့် ကျင့်သုံးခြင်းဖြင့် တရားရုံးများအတွက် အထောက်အပံ့ဖြစ်စေနိုင်ပါသည်။ အဆိုပါ သဘောတရားများတွင်

(က) အကျိုးအမြတ်အများဆုံးရရှိအောင် ကြိုးပမ်းခြင်းကဲ့သို့ စီးပွားရေးဆိုင်ရာရည်ရွယ်ချက်များကို ရရှိစေရန် ဈေးနှုန်း၊ အရည်အသွေး၊ ဝန်ဆောင်မှုနှင့် စားသုံးသူများတန်ဖိုးထားသော အခြားသောအခြင်းအရာများတွင် ယှဉ်ပြိုင်ခြင်း၊

(ခ) ပုဂ္ဂိုလ်ရေးအရတန်ဖိုးထားမှု (subjective value)၊ သာယာပျော်ရွှင်မှု (well-being)နှင့် ဦးစားပေးရွေးချယ်မှု-စိတ်ကျေနပ်မှု (preference-satisfaction) အပါအဝင် ကောင်းကျိုး (welfare)

(ဂ) အကျိုးရှိမှု၊ ဆိုရလျှင် ပြောင်းလဲမှုမပြုဘဲ အကျိုးရှိစွာအသုံးချမှု (static efficiency) (အချိန်တစ်ခုတွင် လက်ရှိ ထုတ်ကုန်၊ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုဖြစ်စဉ် သို့မဟုတ် ကုန်ထုတ်စွမ်းရည်များကိုသာအာရုံစိုက်၍ အ ကျိုးရှိဆောင်ရွက်ခြင်း)နှင့် ပြောင်းလဲမှုဖြင့် အကျိုးရှိစွာအသုံးချမှု (dynamic efficiency) (အချိန်ကာလရွေ့လျားလာသည့်အလျောက် ဆန်းသစ်တီထွင်မှုဖြင့် ပိုမိုကောင်းမွန်သော ကုန်ပစ္စည်းများ ထုတ်လုပ်ခြင်း၊ ကုန်ထုတ်လုပ်မှုဖြစ်စဉ် ပိုကောင်းလာခြင်း၊ ကုန်ထုတ်စွမ်းရည် တက်လာခြင်း)တို့ဖြစ်သည်။ အဓိကအားဖြင့် ဧ ပြောင်းလဲမှုမပြုဘဲ အကျိုးရှိစွာအသုံးချမှု(၂)ရပ်ရှိပြီး - ၎င်းတို့မှာ အရင်းအမြစ်များကို တန်ဖိုးအများဆုံးဖြစ်အောင် ခွဲဝေသုံးစွဲခြင်း (allocative efficiency)နှင့် ကုန်ကျစရိတ်အနည်းဆုံးဖြင့် အများဆုံးထုတ်လုပ်ခြင်း (productive efficiency)တို့ဖြစ်သည်။



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

၂.၇။ ယှဉ်ပြိုင်မှုကြောင့် တန်ဖိုး များမြင့်စေပြီး အရင်း အမြစ်များကို အထိရောက်ဆုံးအသုံးပြုရန် အားပေးသည့်အတွက် စီးပွားရေးအကျိုးစီးပွား (welfare)နှင့် အကျိုးရှိမှု (efficiency)နှစ်ရပ်လုံးကို မြှင့်တင်အားပေးနိုင်သည်။ အဆိုပါ ဘောဂဗေဒသဘောတရားများသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများ၏ ဦးတည်ချက်များကို အားဖြည့်ပေးလေ့ရှိသည်။

၃။ ယှဉ်ပြိုင်မှုကိုဆန်းစစ်ရာတွင်အသုံးပြုသည့် ဘောဂဗေဒအသုံးအနှုန်းများနှင့်သဘောတရားများ

၃.၁။ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းသူ၊ ဝယ်ယူသူများရှိပြီး ကုန်စည်နှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ရောင်းဝယ်ဖောက်ကားကြပါသည်။ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းသူများသည် ၎င်းတို့၏ ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုများကို အပြိုင်အဆိုင်ရောင်းချကြမည် သို့မဟုတ် အပြိုင်အဆိုင်ရောင်းချရန် အလားအလာရှိသည်။ ရောင်းသူတစ်ဦးသည် သူ၏ကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှု၏ဈေးနှုန်းကို (သူ၏ကုန်ကျစရိတ်နှင့်ယှဉ်လျှင်) ပိုမိုတိုးမြှင့်လိုက်ပါက ပစ္စည်းတစ်ခုချင်းစီအတွက်အမြတ်လည်းတိုးလာပါသည်။ သို့သော် အချို့စားသုံးသူများက ဝယ်ယူသုံးစွဲမှုရပ်လိုက်ပြီး အခြားရောင်းသူ၊ အခြားကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် အခြားဝန်ဆောင်မှုကို ပြောင်းလဲသုံးစွဲပါက ရောင်းအားကျနိုင်ပါသည်။

၃.၂။ ဈေးကွက်သတ်မှတ်ချက်(market definition)ဟုခေါ်ဆိုသည့် သက်ဆိုင် ရာဈေးကွက် (relevant market)အား သတ်မှတ်ခြင်းလုပ်ငန်းသည် အပြုအမူတစ်ခု သို့မဟုတ် ရောင်း ဝယ်မှုတစ်ခုကြောင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို ဟန့်တားစေနိုင်သည့် အကျိုးသက်ရောက်မှုများ ရှိ မရှိကို လေ့လာဆန်းစစ်ရာတွင် အသုံးပြုသည့် ဆန်းစစ်ချက်မူဘောင် ဖြစ်သည်။

၃.၃။ ဈေးကွက်တစ်ခုကို ၎င်း၏ ထုတ်ကုန်နှင့် နေရာဒေသအရ သတ်မှတ်နိုင်ပါသည်။ ယင်းတွင် ရောင်းလိုအားနှင့်ဝယ်လိုအားတို့၏စီးပွားရေးဆိုင်ရာအစားထိုးနိုင်သည့်ကိစ္စရပ်များလည်းပါဝင်သည်။ ထုတ်ကုန်ဟုဆိုရာတွင် ဈေးကွက်တစ်ခုအတွင်း အပြိုင်အဆိုင်ရောင်းချသော ကုန်ပစ္စည်း အမျိုးကွဲများကို ဆိုလိုသည်။ ပထဝီအနေအထားဆိုရာတွင် တူညီသောဈေးကွက်ရှိသည့် နယ်မြေဧရိယာအကျယ်အဝန်းကို ဆိုလိုပါသည်။ ဥပမာအားဖြင့် မြို့တစ်မြို့တွင် ပီဇာ ဆိုင်တစ်ဆိုင်တည်း ရှိကောင်းရှိနေနိုင်ပါသည်။ သို့သော် တစ်ဆိုင်တည်းရှိသည်ဆိုပြီး ဈေးကွက်ကို လက်ဝါးကြီးအုပ်ရောင်းချ၍ ရနိုင်မည် မဟုတ်ပေ။ အကြောင်းမှာ မတန်တဆ ဈေးတင်ရောင်းချပါက စားသုံးသူများသည် ဘာဂါပြောင်းစားကြလိမ့်မည်။ သို့မဟုတ် အနီးအနားမြို့မှ ပီဇာ ဆိုင်က အဆိုပါမြို့သို့ ချဲ့ထွင်ဖြန့်ဖြူး ရောင်းချကောင်း ရောင်းချလာနိုင်ပါသည်။ ဘာဂါကို ပီဇာအစားထိုး ဝယ်ယူခြင်းနှင့် (သို့မဟုတ်) အခြားမြို့များမှ ပီဇာ ဆိုင်များက ယင်းဆိုင်ကို ဈေးတင်ရောင်းချခြင်းအမြတ်ပိုရှာခြင်းမျိုးမလုပ်နိုင်အောင် အဟန့်အတားဖြစ်စေလျှင် အဆိုပါ



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

အစားထိုးရောင်းကုန်များ၊ အခြားဆိုင်များသည် သက်ဆိုင်ရာဈေးကွက်တွင် အကျိုးဝင်သည်ဟု ဆိုရပါလိမ့်မည်။

၃.၄။ ဈေးကွက်အင်အား(market power)သည်လည်း ဘောဂဗေဒနှင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေတွင် အရေးပါသည့် သဘောတရားတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ၎င်းကို ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းအဆင့်ထက်မြင့်သော ဈေးနှုန်း (သို့မဟုတ်) ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းအဆင့်ထက်နိမ့်ကျသော အရည်အသွေးတွင် ရပ်တည်နိုင်စွမ်းရှိခြင်း ဟုဖွင့်ဆိုနိုင်ပါသည်။ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းကြောင့် အကျိုးအမြတ်များစွာရရှိသည့်အတွက် လုပ်ငန်းများသည် ဈေးကွက်အားထိန်းချုပ်နိုင်အောင် ကြိုးစားတတ်ကြသည်။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများနှင့် မငြိစွန်းဘဲ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းကို ရယူ ထိန်းသိမ်းခြင်းလည်း ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ အကြောင်းမှာ ယှဉ်ပြိုင်မှုကို အဟန့်အတားဖြစ်စေသည်နည်းလမ်းဖြင့် ဈေးကွက်အင်အားကို ရယူ ထိန်းသိမ်းသည့် သို့မဟုတ် အသုံးပြုသည့်အခါမှသာ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများက တားမြစ်တတ်ကြသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

၃.၅။ လုပ်ငန်းတစ်ခု၏ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းကို ဓမ္မဓိဋ္ဌာန်ကျကျ တိုင်းတာရန်မှာ မလွယ်ကူလှပေ။ ဈေးကွက်ဝေစုမှာ တိုင်းတာရန် မလွယ်ကူလှသောကြောင့် ၎င်းအား ဈေးကွက်အင်အားညွှန်းကိန်း သို့မဟုတ် တိုင်းတာမှုတစ်ခုအနေဖြင့် တခါတရံ သုံးစွဲတတ်ကြသည်။ သို့တိုင်အောင် ဈေးကွက်ဝေစုသည် လုပ်ငန်းတစ်ခု၏ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းအတွက် ပြည့်စုံမှုမရှိခြင်း (သို့မဟုတ်) ယာယီမျှသာ အသုံးပြုနိုင်ခြင်းတို့ကြောင့် ၎င်းအား ဂရုပြု၍ သုံးစွဲသင့်ပါသည်။ အခြားဖြစ်နိုင်ခြေရှိသော သက်ဆိုင်ရာအချက်များမှာ

(က) ဈေးကွက် ဝင်ရောက်ရန် သို့မဟုတ် ချဲ့ထွင်ရန် အဟန့်အတားများ၊ ဆိုလိုသည်မှာ ဈေးကွက်တွင် ရောင်းချနေသောဈေးနှုန်းကို ယှဉ်ပြိုင်နိုင်စွမ်းအဆင့်ရှိဈေးနှုန်းများထက် မြင့်နေစဉ်တွင် ပြိုင်ဘက်အသစ်များ ဈေးကွက်သို့ ဝင်ရောက်လာရန် သို့မဟုတ် လက်ရှိပြိုင်ဘက်များ ဈေးကွက်ချဲ့ထွင်ရန် မည်မျှလွယ်ကူမှုရှိသည်ဆိုသည့် အချက်ဖြစ်ပါသည်။ လွယ်ကူမှုရှိပါက အပြိုင်အဆိုင်ဈေးနှုန်းထက် ပိုမိုရောင်းချရန် ခက်ခဲစေပါလိမ့်မည်။ တနည်းအားဖြင့် ဈေးကွက်ဝင်ရောက်ရန်၊ ချဲ့ထွင်ရန် အဟန့်အတားများနည်းပါက လက်ရှိလုပ်ငန်းများသည် ဈေးကွက်ဝေစုများစွာ ရရှိထားသည့်တိုင်အောင် ဈေးကွက်အား ကြာရှည်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းမှာ တတ်နိုင်မည်မဟုတ်ပေ။

(ခ) ဝယ်သူများ၏ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်း (countervailing buyer power) ဆိုသည်မှာ ဝယ်သူက ရောင်းသူအပေါ် ဈေးဆစ်နိုင်စွမ်း ဖြစ်သည်။ ဝယ်သူများသည် ရောင်းသူများနှင့် ဈေးနှုန်းညှိနှိုင်းနိုင်စွမ်းရှိပါက ဥပမာအားဖြင့် ဝယ်သူ၏ အရွယ်အစား၊ ရောင်းသူအတွက် စီးပွားရေးအရ အရေးပါမှု သို့မဟုတ် ဝယ်သူကိုယ်တိုင် ထုတ်လုပ်ဖြည့်တင်းနိုင်စွမ်း သို့မဟုတ် ရောင်းချ



သူတစ်ဦးဦးကို ဈေးကွက်သို့ ခေါ်လာနိုင်စွမ်း ရှိခြင်းကြောင့် ရောင်းသူများအကြား ပြိုင်ဆိုင်မှု ကိုဖြစ်ပေါ်စေပြီး စည်းကမ်းထိန်းကျောင်းသူအဖြစ်လည်း ရပ်တည်ခြင်းမျိုးဖြစ်သည်။

- (ဂ) စီးပွားရေးဆိုင်ရာစည်းမျဉ်းစည်းကမ်းများ (economic regulation)သည် ဈေးနှုန်း သို့မဟုတ် အရည်အသွေးပိုင်းတွင် အစိုးရက ဝင်ရောက်ထိန်းကျောင်းပေးရသော ကဏ္ဍများအတွက် သက်ဆိုင်သည့် အချက်တစ်ချက်ဖြစ်သည်။ ထိုသို့ ထိန်းကျောင်းပေးခြင်းဖြင့် လုပ်ငန်းများ အနေဖြင့် ၎င်းတို့၏ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းကို အသုံးပြုရာတွင် အကန့်အသတ်ဖြစ်စေနိုင် ပါသည်။
- (ဃ) သင့်လျော်မှန်ကန်သော ဈေးကွက်တည်ဆောက်မှုပုံသဏ္ဍာန်ရှိမှု အပါအဝင် လုပ်ငန်းတစ်ခုခု သို့မဟုတ် ဈေးကွက်တစ်ရပ်ရပ်၏ သွင်ပြင်လက္ခဏာများ

၄။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာအကျိုးဆက်များကို ဆန်းစစ်သည့် ဘောဂဗေဒဖွံ့ဖြိုးမှုများ

၄.၁။ ဘောဂဗေဒပညာရှင်များသည် လက်တွေ့ကမ္ဘာအား ရှင်းလင်းဖော်ပြရာတွင် ရိုးရှင်းအောင်ပြုလုပ်ခြင်း နှင့် ခန့်မှန်းချက်များစွာဖြင့် ဖွဲ့စည်းတင်ပြသော ဘောဂဗေဒပုံစံငယ်များ အသုံးပြုတတ်ကြသည်။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာအကျိုးဆက်များကို ဆန်းစစ်ရာတွင် အသုံးပြုနိုင်သည့် စီးပွားရေးဆိုင်ရာ ဈေးကွက် ပုံစံများစွာရှိပါသည်။ အသုံးပြုရန် သင့်လျော်သည့် ပုံစံသည် ကိစ္စရပ်အလိုက်ပါရှိသော အချက်များ အပေါ်တွင် မူတည်ပါသည်။ အခြေခံအားဖြင့် စီးပွားရေးဆိုင်ရာဈေးကွက်ပုံစံ (၄)မျိုးရှိပြီး ၎င်းတို့သည် ဈေးကွက်၏ ပြိုင်ဆိုင်မှုအနေအထားအလျောက် ကွဲပြားလေ့ရှိသည်။ အောက်တွင် အဓိက သီးခြား ရှင်းလင်းဖော်ပြပေးထားပါသည်။

၄.၂။ စံပြုယှဉ်ပြိုင်မှုပုံစံ (perfect competition model)မှာ ဈေးကွက်တွင် အကောင်းဆုံးအနေအထားထိ ယှဉ်ပြိုင်ခြင်းပင် ဖြစ်သည်။ ၎င်းပုံစံအား စံပြုဈေးကွက်အခြေအနေများဖြင့် ဖော်ပြပြီး ဥပမာအားဖြင့် စားသုံးသူများနှင့် ထုတ်လုပ်သူ များအကြား သတင်းအချက်အလက် ပြည့်စုံစွာ ရရှိနိုင်ခြင်း၊ ဈေးကွက် အတွင်း အဝင်အထွက် အတားအဆီးများ မရှိခြင်း၊ မျိုးတူသော ကုန်ပစ္စည်းများနှင့်ဝန်ဆောင်မှုများကို ရောင်းသူနှင့်ဝယ်သူများစွာက ကျိုးကြောင်းဆီလျော်စွာ ရောင်း ဝယ်မှုပြုခြင်းတို့ဖြင့် ညွှန်းဆိုပါသည်။ ဤပုံစံတွင် မည်သည့်လုပ်ငန်းမျှ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်း များစွာမရှိသလို၊ ဈေးနှုန်းအပေါ် လွှမ်းမိုး ခြယ်လှယ်နိုင်စွမ်းလည်း မရှိပေ။ ဤပုံစံတွင် စီးပွားရေး အကျိုးစီးပွားနှင့် အကျိုးရှိမှု အများဆုံးဖြစ်ပေါ် စေပြီး ယှဉ်ပြိုင်မှုအားနည်းသော ဈေးကွက်ပုံစံများ၏ အကျိုးသက်ရောက်ပုံများကို အကဲဖြတ်ရာတွင် လည်း စံနှုန်းတစ်ခုအနေဖြင့် အသုံးပြုပါသည်။



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

- ၄.၃။ လက်ဝါးကြီးအုပ်မှုရှိသည့် ယှဉ်ပြိုင်မှုပုံစံ (monopolistic competition model)တွင်လည်း ဝယ်သူများစွာ၊ ရောင်းသူများစွာရှိပြီး ဈေးကွက်အတွင်း အဝင်အထွက် လွယ်ကူသည်ဟုလည်း ယူဆပါသည်။ သို့ရာတွင် ဤပုံစံတွင် ရောင်းကုန်ပစ္စည်းများမှာ တပုံစံတည်း မဟုတ်တော့ပေ။ ပစ္စည်းများမှာ မတူညီသည့်အားလျော်စွာ ရောင်းသူများက ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းတစ်ချို့ရှိပြီး ဈေးနှုန်းကိုလည်း လွတ်လပ်စွာ သတ်မှတ်နိုင်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် ဧ ဈေးနှုန်းပိုများခြင်း သို့မဟုတ် ကုန် ထုတ်စွမ်းရည်များကို အပြည့်အဝအသုံးမချခြင်းများ ဖြစ်ပေါ်စေပါသည်။
- ၄.၄။ ယှဉ်ပြိုင်သူအနည်းစုသာရှိသည့်ပုံစံ (oligopoly model) တွင် ကြီးကြီးမားမား ဧ ရောင်းချသူ အနည်းအကျဉ်းသာရှိပါသည်။ အဆိုပါလုပ်ငန်းများသည် ဧ ဈေးနှုန်းသတ်မှတ်ခြင်းနှင့် အခြားသော ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာ ဆုံးဖြတ်ချက်များကို ချမှတ်ရာတွင် တစ်ဦး၏ လုပ်ရှားမှုနှင့် တန်ပြန်လှုပ်ရှားမှုကို တစ်ဦးက သတိထားစောင့်ကြည့်ကြသည်။ ထို့ကြောင့် ယှဉ်ပြိုင်သူအနည်းစုသာရှိသည့်ပုံစံတွင် လုပ်ငန်းများမှာ အပြန်အလှန် မှီခို နေကြသည်။ ယှဉ်ပြိုင်သူအနည်းစုသာရှိသည့်အခြေအနေတွင် ဧ ဈေးကွက်အနေအထားပေါ် မူတည်၍ ယှဉ်ပြိုင်မှုအတိမ်အနက်မှာ များစွာကွဲပြားနိုင်သည်။ ရောင်းသူများမှာ ပြင်းပြင်းထန်ထန်ပြိုင်ဆိုင်မှုရှိနိုင်သလို လုပ်ငန်းတစ်ခုချင်းစီတွင် ကြီးမားသော ဧ ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းရှိပြီး ဗျူဟာကျကျ လှုပ်ရှားနိုင်စွမ်းလည်း ရှိနိုင်ပါသည်။ ထိုနည်းဖြင့် ဧ ဈေးနှုန်းမြင့်တက်ပြီး စီးပွားရေးအကျိုးစီးပွားနှင့် စားသုံးသူများ အကျိုးရှိမှုကို ထိခိုက်နစ်နာစေနိုင်ပါသည်။ အကျိုးအားဖြင့် ယှဉ်ပြိုင်သူအနည်းစုသာရှိသည့်ပုံစံသည် လက်ဝါးကြီးအုပ်မှုပုံစံနှင့် အလားသဏ္ဍာန်တူနိုင်ပါသည်။
- ၄.၅။ လက်ဝါးကြီးအုပ်လုပ်ကိုင်မှုပုံစံ (monopoly model)တွင် ဈေးကွက်တစ်ခုလုံးကို ထိန်းချုပ်ထား နိုင်သော ရောင်းသူတစ်ဦးသာရှိပါသည်။ ရောင်းသူသည် အကောင်းဆုံးထုတ်လုပ်နိုင်သည့် ပမာဏထက် လျော့နည်းထုတ်လုပ်ပြီး ဈေးကိုလည်း အကျိုးအရှိဆုံးအတိုင်းအတာထက် ပို၍တင်ပြီး အမြတ်များကို ရယူရန်အတွက် လက်ဝါးကြီးအုပ်ထားသော ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်မှုကို အသုံးပြုနိုင်ပါသည်။ ယေဘုယျအားဖြင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများသည် လက်ဝါးကြီးအုပ်လုပ်ကိုင်နေခြင်းကို တားမြစ်ခြင်းမဟုတ်ဘဲ ယင်းသို့လုပ်ဆောင်မှုကြောင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုအပေါ် ထိခိုက်စေမှသာ တားမြစ်လေ့ရှိပါသည်။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများသည် လုပ်ငန်းများပူးပေါင်းခြင်း (merger) သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းဝယ်ယူခြင်း (acquisition)မှ ဖြစ်ပေါ်လာနိုင်သည့် လက်ဝါးကြီးအုပ်မှု သို့မဟုတ် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို အဟန့်အတားဖြစ်စေသည့်လုပ်ရပ်များ (anti-competitive conduct)ကို တားမြစ်နိုင်ပါသည်။
- ၄.၆။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေများသည် ယှဉ်ပြိုင်သူအနည်းစုသာရှိသည့် သို့မဟုတ် လက်ဝါးကြီးအုပ်လုပ်ကိုင်သည့် ဈေးကွက်များကိုသာ အဓိကထား ထိန်းကျောင်းပါသည်။ အကြောင်းမှာ အဆိုပါ ဧ ဈေးကွက်အမျိုးအစားများတွင် လုပ်ကိုင်ကြသော လုပ်ငန်းများသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို အဟန့်အတားဖြစ်စေသည့် ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းကို အသုံးပြုရန် အလားအလာအများဆုံးရှိသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

၅။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာအကျိုးဆက်များကို ဆန်းစစ်ခြင်း

- ၅.၁။ ယေဘုယျအားဖြင့် လုပ်ငန်းများမတရားပူးပေါင်းဆောင်ရွက် သည့်ကိစ္စရပ်များတွင် ယှဉ်ပြိုင်မှု ဆိုင်ရာ အကျိုးဆက်များကို ဆန်းစစ်ခြင်းပြုရန် မလိုအပ်ပေ။ အကြောင်းမှာ ထိုသို့ လုပ်ငန်းများမတရား ပူးပေါင်းဆောင်ရွက်သည့်သဘောတူညီချက်များသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေကို ပြောင်ပြောင်တင်း တင်း ချိုးဖောက်ခြင်းအဖြစ် မှတ်ယူသောကြောင့်ဖြစ်ပြီး သီးခြားအကျိုးဆက်များကိုပင် ထည့်သွင်း စဉ်းစား ခြင်းမပြုတော့ဘဲ အများ အားဖြင့်တားမြစ်ထားပါသည်။ အုပ်စုဖွဲ့ညှိနှိုင်းလုပ်ဆောင်ခြင်းသည် ထုတ် လုပ်မှုကိုလျော့ချပြီး ဈေးတင်ရောင်းသဖြင့် စားသုံးသူအားလုံး ထိခိုက်နစ်နာရသည်။ အချို့ ဝယ်ယူ သုံးစွဲသူများအား လုံးဝမရောင်းချသလို အချို့စားသုံးသူများမှာ ဈေးကြီးပေးသုံးစွဲကြရပါသည်။
- ၅.၂။ ဆန့်ကျင်ဘက်အားဖြင့် ယှဉ်ပြိုင်မှု ဆိုင်ရာအကျိုးဆက်များကို (လုပ်ငန်းများမတရားပူးပေါင်းဆောင် ရွက်ခြင်းမဟုတ်သည့်) အခြားသောလုပ်ဆောင်မှု သို့မဟုတ် ပုံစံများတွင် အများအားဖြင့် ဆန်းစစ်ရန် လိုအပ်ပါသည်။ အထူးသဖြင့် လုပ်ငန်း များပူးပေါင်းခြင်း သို့မဟုတ် လုပ်ငန်းဝယ်ယူခြင်းများအား ခွင့်ပြုချက်ပေးရန် စဉ်းစားရာတွင် အသုံးပြုပါသည်။ ထိုသို့ ဆန်းစစ်ရာတွင် သဘောတူညီချက်များသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုကိုလျော့နည်းသွားစေမည်၊ ဈေးကွက်အပေါ်လွှမ်းမိုးနိုင်မှုအား အလွဲသုံးစားပြုလုပ်မည် ဆိုသည်ကို စိစစ်ရပါသည်။ ထိုသို့ ကျူးလွန်သည်၊ တာ ဝန်ရှိသည်ဟု ဧ ကောက်ချက်ဆွဲရန်အတွက် ဈေးကွက်ထိန်းချုပ်နိုင်စွမ်းများစွာရှိခြင်းနှင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို အဟန့်အတားဖြစ်စေသည့် ရည်ရွယ်ချက် (သို့မဟုတ်) အကျိုးသက်ရောက်မှုရှိခြင်း နှစ်ရပ်စလုံးကို တွေ့ရှိရပါမည်။
- ၅.၃။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာအကျိုးဆက်များကို ဆန်းစစ်ရာတွင် ဘောဂဗေဒပညာရှင်များသည် လုပ်ငန်းတစ်ချို့၏ လုပ်ရပ်ကြောင့် အကျိုးသက်ရောက်မှုထက် ဈေးကွက်တစ်ခုလုံး၏ ယှဉ်ပြိုင်မှုအခြေအနေများကို အများအားဖြင့် အာရုံစိုက်လေ့ရှိပါသည်။ အထူးသဖြင့် လုပ်ရပ်တစ်ခုသည် ဈေးကွက်အပေါ် ထိန်းချုပ် နိုင်စွမ်းကို ဖန်တီးရယူခြင်း၊ တိုးချဲ့ခြင်း၊ သို့မဟုတ် ဆက်လက်ထိန်းသိမ်းထားခြင်း ရှိ၊ မရှိ အပေါ်တွင် မူတည်ဆုံးဖြတ်ပါသည်။ ဥပမာအားဖြင့် ဈေးကွက် ဝင်ရောက်မှုနှင့် တိုး ချဲ့မှုအတွက် အဟန့်အတားများ ပိုများလာသလား သို့မဟုတ် ဈေးကွက်တွင် ယှဉ်ပြိုင်သူများ ထိထိရောက်ရောက် မယှဉ်ပြိုင်နိုင် အောင် ကန့်သတ်ထားသလား။ ယှဉ်ပြိုင်မှုဆိုင်ရာ အကျိုးဆက်များကိုဆန်းစစ်ရာတွင် အသုံး ဝင်နိုင် သော စမ်းသပ်ချက်စစ်ဆေးချက်/စိစစ်ဆောင်ရွက်စရာ များစွာရှိပါသည်။ အောက်ပါစမ်းသပ်ချက်များ လည်း ပါဝင်ပါသည်။



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

- (က) ရှိ/ မရှိ စမ်းသပ်စစ်ဆေးချက်။ ဈေးကွက်တစ်ခုတွင် အစမ်းသပ်ခံ / အစစ်ဆေးခံရသော လုပ်ရပ်ရှိသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုအခြေအနေအား အစမ်းသပ်ခံစရာ/စစ်ဆေးခံစရာ လုပ်ရပ်မရှိသည် ဈေးကွက်အခြေအနေနှင့် နှိုင်းယှဉ်ချိန်ထိုးကြည့်ခြင်း။
- (ခ) စီးပွားရေးအရာမိပ္ပါယ် ရှိ/ မရှိ စမ်းသပ်စစ်ဆေးချက်။ အစမ်းသပ်/အစစ်ဆေးခံရသော လုပ်ရပ်သည် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို အ ဟန့်အတားဖြစ်စေသည့် ရည်ရွယ်ချက် သို့မဟုတ် အကျိုး သက်ရောက်မှု မရှိသည်တိုင် စီးပွားရေးအရ အမိပ္ပါယ် ရှိ/ မရှိ လေ့လာဆန်းစစ်ခြင်း။
- (ဂ) အကျိုးရှိရှိ ယှဉ်ပြိုင်သူအဖြစ် စမ်းသပ်စစ်ဆေးချက်။ အစစ်ဆေးခံရသော လုပ်ရပ်သည် အကျိုးရှိရှိ ထုတ်လုပ်နေသော သာ ပြိုင်ဘက်လုပ်ငန်းများကို ဖယ်ထုတ်ရန် ရည်ရွယ်ပြီး ဈေးကွက်တစ်ခုလုံးတွင်ရှိသော ယှဉ်ပြိုင်မှုကို ထိခိုက်နစ်နာစေခြင်း ရှိ/ မရှိ။

၅.၄။ အထက်ဖော်ပြပါစမ်းသပ်စစ်ဆေးချက်များသည် လွယ်ကူရှင်းလင်းလှသည် မဟုတ်ပေ။ ထိုသို့ ပြုလုပ်ရန် ပညာရှင်များ၏ ဘောဂဗေဒ ဆန်းစစ်ချက်နှင့် သက်သက်အထောက်အထားများ လိုအပ် နိုင်ပါသည်။ ဥပမာအားဖြင့် လုပ်ငန်း များပူးပေါင်းခြင်းကိစ္စရပ်အား ခွင့်ပြုပေးနိုင်ရန် ရှိ / မရှိ စမ်းသပ် စစ်ဆေးမှုပြုလုပ်ရာတွင် လုပ်ငန်းပူးပေါင်းခြင်းမရှိသည်တိုင် ဈေးကွက်၏ ယှဉ်ပြိုင်မှု အခြေ အနေမှာ လက်ရှိအတိုင်း ဆက်လက်တည်တံ့နေမည်ဟု အလွယ်တကူ မယူဆနိုင်ပေ။ မကြာခင် သီးဗိကာလက ဖြစ်ပွားခဲ့သော ရေကြော င်းသယ်ယူပို့ဆောင်ရေးလုပ်ငန်းပါဝင်သော ဩစတြေးလျနိုင်ငံမှ လုပ်ငန်း ပူးပေါင်းခြင်းအား ခွင့်ပြုချက် ပေး၊ မပေး ဆုံးဖြတ်ရာတွင် အဆိုပါ လုပ်ငန်းပူးပေါင်းမှု သာ မဖြစ်ပါက လက်ရှိသယ်ယူပို့ဆောင်ရေးဝန်ဆောင်မှုများမှာ လုပ်ငန်းရပ်နားဖွယ်ရှိပြီး ဝယ်ယူပူးပေါင်း လိုသူက ဖောက်သည်အားလုံး၏စာချုပ်များကို ဆက်လက်ထိန်းသိမ်းကာ ဝန်ဆောင်မှုကို ဆက်ပေး နိုင်ခြေ ရှိသည်။ အဆိုပါအခြေအနေမျိုးတွင် ယှဉ်ပြိုင်မှုကို အဟန့်အတားဖြစ်စေမည့် အကျိုးဆက်များကို လျော့ချပေးသည့် အခြေအနေများ၊ နည်းလမ်းများနှင့် ကတိက ဝတ်များကိုထည့်သွင်း၍ လုပ်ငန်းပူး ပေါင်းမှုကို ခွင့်ပြုပေးခဲ့သည်။

၅.၅။ ဥပဒေပြဋ္ဌာန်းရာတွင် ယှဉ်ပြိုင်မှုအကျိုးဆက်များကို အမြဲထည့်သွင်းစဉ်းစားရန် လိုအပ်ပြီး ဥပဒေ၏ ရည်ရွယ်ချက်ကိုလည်း မမေ့အပ်ပေ။ ဘောဂဗေဒဆန်းစစ်ချက်နှင့် အထောက်အထားများသည် အဆိုပါဆောင်ရွက်ချက်များကြောင့် ယှဉ်ပြိုင်မှုအပေါ်သက်ရောက်သည့် အကျိုးဆက်များနှင့် ဈေး ကွက်ရလဒ်များ သို့မဟုတ် ပုံ စံများကို သိလွယ်မြင်လွယ်အောင် ကူညီပံ့ပိုးပေးနိုင် ပါသည်။ တချိန် တည်းမှာပင် ဘောဂဗေဒ ပညာရပ်သဘောတရားများသည် ဥပဒေအသုံးအနှုန်းများကို လွှမ်းမိုးသွား ခြင်းမျိုးလည်း မဖြစ်သင့်ပေ။

၆။ ဆက်စပ်သတင်းအချက်အလက် ရင်းမြစ်များ

၆.၁။ အောက်ပါသတင်းအချက်အလက်ရင်းမြစ်များသည် ယှဉ်ပြိုင်မှုဥပဒေဆိုင်ရာကိစ္စရပ်များအတွက် ဘောဂဗေဒပညာရပ်နှင့်ဆက်စပ်နေသော နောက်ထပ်အချက်အလက်များကို ဖော်ပြပါသည်။ အဆိုပါ စာတမ်းများသည် အာဆီယံ အဖွဲ့ဝင်နိုင်ငံများမှ တရားသူကြီးများအတွက် အထွေထွေကိုးကားစရာ အဖြစ် အသုံးဝင်နိုင်ပါသည်။

- (a) OECD, Recommendation of the OECD Council Concerning Effective Action Against Hard Core Cartels, 1998.
- (b) Massimo Motta, Competition Policy; Theory and Practice, 2004
- (c) OECD Competition Policy Roundtables, Barriers to entry, 2005
- (d) OECD Competition Policy Roundtables, Quantification of harm to competition by national courts and competition agencies, 2011
- (e) OECD Competition Policy Roundtables, Market definition, 2012
- (f) OECD, Glossary of statistical terms
- (g) International Competition Network, Training on demand, including modules on market power, competitive effects, and economics of dominance