ประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

นางสาวกาญจนาภรณ์ พ่วงสุวรรณ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการแปลและการล่าม ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)

are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

TERMINOLOGY ON COMPETITION LAW

KARNCHANAPORN PUANGSUWAN

A Special Research in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts in Translation and Interpretation

Center of Translation and Interpretation

Faculty of Arts, Chulalongkorn University

Academic Year 2019

บทคัดย่อสารนิพนธ์

กาญจนาภรณ์ พ่วงสุวรรณ : ประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า
(Terminology on Competition Law)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ปรีมา มัลลิกะมาส, 146 หน้า

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ประกอบด้วยคำศัพท์ในส่วนที่เป็นลักษณะทั่วไป หลักเกณฑ์การพิจารณาการกำหนดตลาด ผู้ที่มีส่วนในตลาด โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นแหล่งอ้างอิงและแหล่งที่รวบรวมความรู้ให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษากฎหมายฉบับนี้

ในการจัดทำประมวลศัพท์ฉบับนี้ ได้ศึกษาและนำทฤษฎีและแนวทางการจัดทำประมวลศัพท์ของนักศัพทวิทยาและสำนักต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ โดยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้ 1) การกำหนดหัวข้อ ขอบเขตการศึกษา แลวัตถุประสงค์ในการจัดทำประมวลศัพท์ 2) การศึกษาทฤษฎีและระเบียบวิธีในการจัดทำประมวลศัพท์ 3) การรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำคลังข้อมูลภาษา และการดึงคำศัพท์เฉพาะทาง 4) การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ 5) การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์เพื่อกำหนดนิยามและคำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย

ประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งทางการค้านี้ประกอบด้วยคำศัพท์ทั้งหมด 36 คำ ซึ่งนำเสนอตามการจัดกลุ่มและลำดับของมโนทัศน์สัมพันธ์ การนำเสนอคำศัพท์แต่ละคำนั้น ประกอบด้วยคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย คำนิยาม ประเภททางไวยากรณ์ หมวดหมู่ บริบทอ้างอิงที่พบคำศัพท์ รูปทางภาษาอื่นของคำศัพท์ ความสัมพันธ์กับคำศัพท์อื่น เป็นต้น

ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ
สาขาวิชาการแปลภาษาอังกฤษ-ไทย
ปีการศึกษา 2562

Abstract

KARNCHANAPORN PUANGSUWAN: Terminology on Competition Law

ADVISOR: Associate Professor Prima Mallikamas, 146 pp.

This special research aims to present terminology on Competition Law which consists of terms relating to regulation on market definition, undertaking, market structure and anti-competitive conducts. The main objective of the special research is proposed as reference and knowledge management for entrepreneurs or those who are interested in this field.

This research study is based on theories and methodology of terminology process proposed by various terminologists and organizations. This process concludes 5 main steps: 1) defining topic, scope of the study and objectives of the terminology 2) study on theories and methodology of terminology 3) compiling data to create the corpus and extracting terms from the corpus 4) drawing the conceptual relation 5) setting up the extraction records and terminological records to determine definition and term in Thai.

The terminology on Competition Law includes 36 terms, presented according to the group and sequence of the conceptual relation. Each term is presented with information of English terms, Thai terms, definition, grammatical category, subject field, text reference, linguistic specification, cross-reference.

Center of Translation and Interpretation

English – Thai Translation

Academic Year 2019

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือและกำลังใจจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรองศาสตราจารย์ ปรีมา มัลลิกะมาส อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่กรุณาสละเวลามาตรวจแก้สารนิพนธ์อย่างละเอียดทุกขั้นตอนและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เสมอมา รวมถึงคอยช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหาขึ้นในขั้นตอนการทำสารนิพนธ์ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรการแปลและการล่าม ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ตลอดการเรียนในหลักสูตรนี้

ขอขอบคุณคุณกมลชัย เวทีบูรณะ นักกฎหมายจากบริษัทกฎหมายเอซีจี ผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ามาเป็นผู้อ่านที่คอยให้ความรู้ในเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเชิงลึก และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ รวมถึงคอยตรวจแก้สารนิพนธ์ฉบับนี้ด้วย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ หลักสูตรการแปลรุ่นที่ 18 ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจกันมาตลอด ขอบคุณสำหรับมิตรภาพที่ดีเช่นนี้ รวมถึงพี่ ๆ เจ้าหน้าที่หน่วยบริหารหลักสูตรการแปลและการล่ามทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และประสานงานอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่เข้าใจและสนับสนุนให้ได้เลือกเรียนและทำในสิ่งที่ต้องการมาโดยตลอด จนทำให้เกิดเป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าวิจัย 2

1.3 สมมติฐานของการวิจัย 2

1.4 ขอบเขตของการวิจัย 3

1.5 ระเบียบวิธีวิจัย 4

1.6 ขั้นตอนการศึกษาวิจัย 4

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

บทที่ 2 ทฤษฎีและความรู้เบื้องต้นในการทำประมวลศัพท์

2.1 ความหมายของศัพทวิยา 5

2.2 ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพทวิทยา 6

2.3 ทฤษฎีศัพทวิทยา 8

2.4 ความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์และพจนานุกรม 10

2.5 การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยา 12

2.6 ระเบียบวิธีการทำประมวลศัพท์ 13

2.7 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า 16

บทที่ 3 การจัดทำคลังข้อมูลภาษาและการดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา

3.1 ความหมายของคลังข้อมูลภาษา 18

3.2 คลังข้อมูลภาษากับการจัดทำประมวลศัพท์ 19

3.3 เกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลสำหรับสร้างคลังข้อมูลภาษา 20

3.4 การสร้างคลังข้อมูลภาษา 21

3.5 การจัดทำคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า 25

3.6 การดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา 27

บทที่ 4 มโนทัศน์และมโนทัศน์สัมพันธ์

4.1 ความหมายของมโนทัศน์ 32

4.2 การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ 33

4.3 มโนทัศน์สัมพันธ์กับประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า 38

บทที่ 5 บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์

5.1 บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record) 40

5.2 บันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record) 42

5.3 นิยามและหลักการเขียนนิยาม 45

5.4 การเขียนนิยามในเรื่องประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า 48

5.5 การสร้างศัพท์ใหม่ 52

5.6 การกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย 54

บทที่ 6 บทสรุป

6.1 สรุปผลการวิจัย 58

6.2 ปัญหาและแนวทางแก้ไข 59

6.3 การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ 60

บรรณานุกรม 61

ภาคผนวก ก รายละเอียดคลังข้อมูลภาษา 63

ภาคผนวก ข รายละเอียดแหล่งอ้างอิงศัพท์ภาษาไทย 73

ภาคผนวก ค บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น 75

ภาคผนวก ง บันทึกข้อมูลศัพท์ 124

ภาคผนวก จ ดัชนีค้นคำศัพท์ 144

บทที่ 1
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในระบบทุนนิยมเสรีซึ่งมีการแข่งขันกันในตลาดจากทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเข้ามาควบคุม กฎหมายฉบับนี้จึงเปรียบเสมือน “ธรรมนูญทางการค้า” เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาดตลาดอันเป็นเหตุให้ผู้ประกอบธุกิจรายใหม่หรือรายย่อยไม่สามารถเข้าร่วมการแข่งขันในตลาดได้ และเพื่อควบคุมผู้ประกอบธุรกิจในตลาดให้แข่งขันอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ให้เกิดการกลั่นแกล้งระหว่างกันหรือร่วมมือกันเพื่อจำกัดการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมการค้าให้เป็นไปอย่างเสรีและเป็นธรรม ในทำนองเดียวกัน ผู้บริโภคก็มีเสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างอิสระ

นับตั้งแต่ประเทศไทยมีกฎหมายการแข่งขันทางการค้ามาตั้งแต่ พ.ศ. 2542 กลับปรากฏว่าไม่เคยมีผู้ประกอบธุรกิจรายใดได้รับโทษตามกฎหมายนี้แม้แต่รายเดียว ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้แบ่งเป็น 3 กรณีนี้คือ 1) ความไม่ครอบคลุมของกฎหมายต่อโครงสร้างการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปและกฎหมายฉบับนี้ไม่ใช้บังคับแก่รัฐวิสหากิจ ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันกับภาคเอกชน 2) การบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากบทลงโทษทางอาญานั้นมีกระบวนการพิจารณาที่ล่าช้า เนื่องจากต้องมีการพิสูจน์จนสิ้นสงสัยก่อนจึงจะพิจารณาโทษ ทำให้ไม่เหมาะสมกับความผิดทางเศรษฐกิจเช่นนี้ 3) โครงสร้างของหน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องนี้ไม่มีความเป็นอิสระ เนื่องจากมักถูกแทรกแซงทางการเมือง และคณะกรรมการกำกับดูแลเองก็ไม่มีความรู้ความชำนาญเพียงพอ ต่อมาจึงได้มีความพยายามเร่งด่วนในการปรับปรุงกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2560 ที่ผ่านมา พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 จึงมีผลบังคับใช้ โดยมีสาระสำคัญดังนี้ 1) มีความครอบคลุมของกฎหมายมากขึ้น โดยกำหนดให้รัฐวิสาหกิจอยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ และได้ปรับปรุงเนื้อหาของกฎหมายให้ทันสมัยและชัดเจนมากขึ้น 2) ได้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่ใช่หน่วยงานราชการ ทำให้มีความเป็นอิสระมากขึ้น 3) ประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากได้เพิ่มบทลงโทษทางปกครองซึ่งเป็นโทษปรับในกรณีความผิดไม่ร้ายแรง

แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายเรื่องการแข่งขันทางการค้านี้มาเกือบ 20 ปีแล้วก็ตาม แต่สังคมไทยก็พึ่งเริ่มให้ความสำคัญกับกฎหมายฉบับนี้ในการเข้ามากำกับดูแลการแข่งขันในตลาด อีกทั้งเนื่องจากกฎหมายฉบับนี้พึ่งใช้บังคับเมื่อปี 2560 ที่ผ่านมา ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ กฎหมายลำดับรองและแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องยึดเป็นแนวทางดำเนินการและพึงระวังไม่ให้กระทำพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมนั้นยังบัญญัติออกมาค่อนข้างน้อย จึงต้องอาศัยกฎหมายลำดับรองของพระราชบัญญัติฉบับเดิม

ก่อนตราบเท่าที่ไม่ขัดกับพระราชบัญญัติฉบับใหม่ ทำให้หลายกรณีเกิดความไม่ชัดเจนถึงเจตนาของกฎหมายและแนวทางปฏิบัติ

ผู้วิจัยเห็นว่าคำศัพท์ที่พบในเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าน่าสนใจ เนื่องจากเป็นคำศัพท์ที่มีความเกี่ยวข้องกับวิชาเศรษฐศาสตร์ แต่ยังไม่มีคำเทียบเคียงภาษาไทยที่ใช้ไปในทางเดียวกัน และอีกส่วนเป็นคำศัพท์เฉพาะของกฎหมายแข่งขันทางการค้า เช่น คำว่า focal product ซึ่งหากค้นหาความหมายตามพจนานุกรมทั่วไปจะพบว่าคำว่า focal สามารถแปลได้ว่า จุดรวมแสง หรือสำคัญ แต่สำหรับเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า คำว่า focal product จะหมายถึง สินค้าที่ผู้ผลิตให้ความสำคัญกว่าสินค้าอื่น ๆ ที่ผู้ผลิตอาจจะผลิตด้วย หมายรวมถึงสินค้าที่ผู้บริโภคใช้เป็นประจำ นอกจากนี้ ยังเป็นสินค้าที่ต้องถูกนำมาพิจารณาร่วมกับสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เพื่อกำหนดขอบเขตของตลาดตามกฎหมายการแข่งขันทางการค้า จึงจะเห็นได้ว่าคำว่า focal product มีความหมายเฉพาะในเรื่องกฎหมายแข่งขันทางการค้าซึ่งไม่สามารถค้นหาได้จากพจนานุกรมทั่วไป

แม้ว่ากฎหมายของแต่ละประเทศจะมีรายละเอียดแตกต่างกันบ้าง เช่น บทลงโทษ แต่หลักกฎหมายโดยทั่วไปจะเป็นไปแนวทางเดียวกันและคำศัพท์ต่าง ๆ ที่เป็นภาษาอังกฤษส่วนใหญ่มักจะใช้ร่วมกัน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า กล่าวคือเพื่อรวบรวมคำศัพท์ที่คัดเลือกมาจากเรื่องนี้และนำเสนอคำนิยาม รวมถึงคำเทียบเคียงภาษาไทย สำหรับใช้เป็นแหล่งเรียนรู้และอ้างอิงความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่เป็นภาษาอังกฤษ ให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษากฎหมายฉบับนี้ในการใช้เป็นข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าวิจัย

1) เพื่อศึกษาทฤษฎีศัพทวิทยาและกระบวนการสร้างประมวลศัพท์
2) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยและของต่างประเทศและนำไปใช้ในการจัดทำประมวลศัพท์
3) เพื่อทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยใช้การวิเคราะห์มโนทัศน์สัมพันธ์และให้คำแปลภาษาไทยที่เหมาะสมแก่ศัพท์ที่คัดเลือกมาประมาณ 30-40 คำ

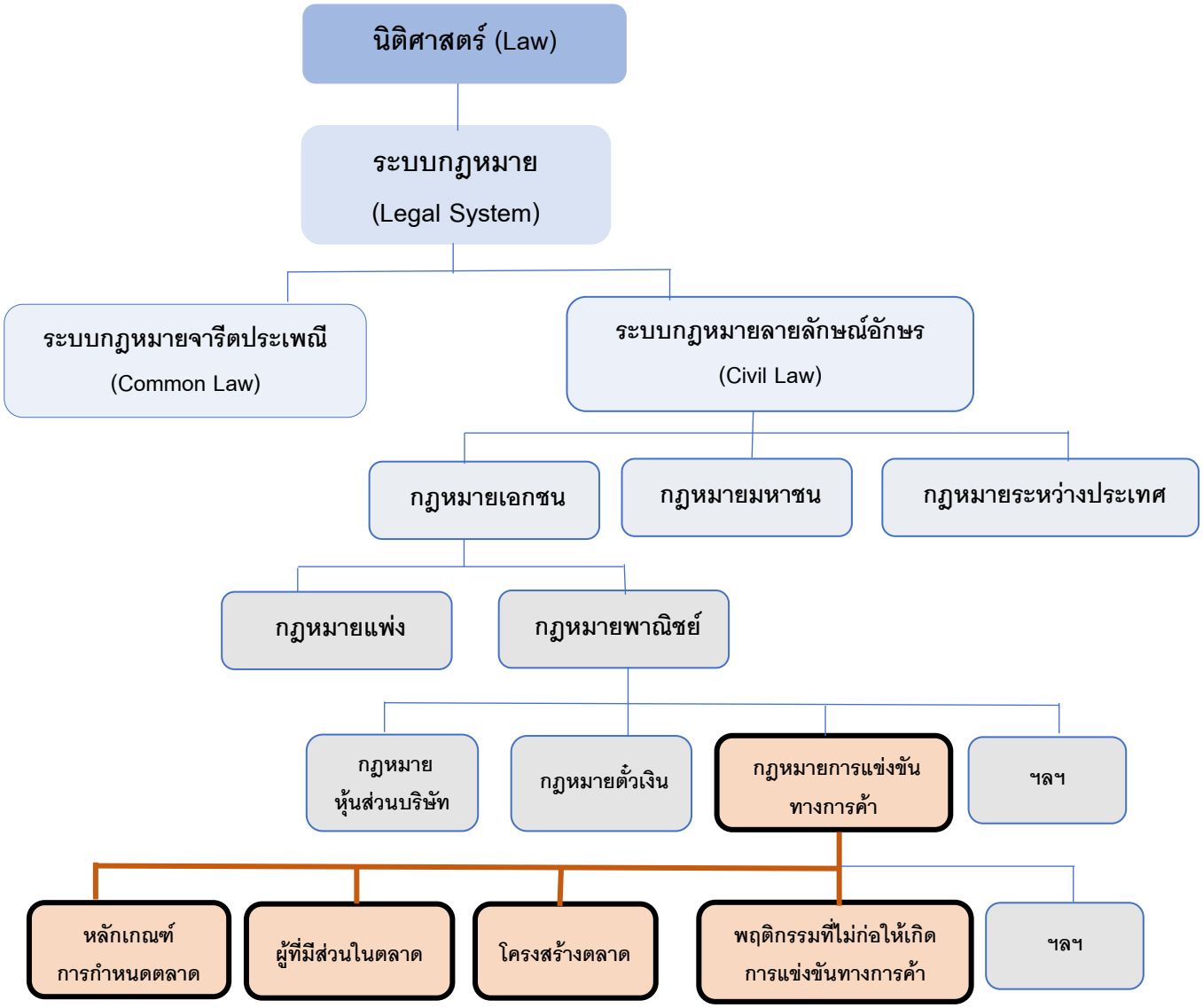
1.3 สมมติฐานของการวิจัย

คำศัพท์ที่คัดเลือกมาจากประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าประมาณ 30-40 คำนั้น สามารถนำมาเขียนเป็นมโนทัศน์เพื่อแสดงความสัมพันธ์ได้ และสามารถสร้างประมวลศัพท์เฉพาะทางสำหรับเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ตามที่ประเทศไทยใช้ระบบกฎหมายแบบลายลักษณ์อักษร (Civil law) นั้น เมื่อแบ่งตามลักษณะความสัมพันธ์ของคู่กรณี กฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายพาณิชย์ซึ่งอยู่ในกฎหมายเอกชน เนื่องจากเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและเศรษฐกิจ

คำศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่คัดเลือกมานั้นเป็นส่วนที่เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การพิจารณาการกำหนดตลาด ผู้ที่มีส่วนในตลาด โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้า



1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

1) การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (text-based) ประกอบไปด้วยคู่มืออธิบายและแนวทางเบื้องต้นของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า วารสารวิชาการ และบทวิเคราะห์จากนักกฎมายและบริษัทกฎหมายทั่วโลก ประกอบกับการใช้โปรแกรม เช่น AntConc, Collocation Extract เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับสร้างคลังข้อมูลภาษาอังกฤษ และวิเคราะห์ความถี่ของการปรากฏของคำและคำปรากฏร่วม
2) การศึกษาข้อมูลจากการปรึกษาและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เช่น เจ้าหน้าที่จากสำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า กรมการค้าภายใน

กระบวนทัศน์ของการจัดทำประมวลศัพท์นี้เป็นแบบนิรนัย กล่าวคือ การศึกษาทฤษฎีและแนวทางต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์และประมวลศัพท์

1.6 ขั้นตอนการศึกษาวิจัย

1) ศึกษาทฤษฎีศัพทวิทยาและกระบวนการสร้างประมวลศัพท์
2) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยและของต่างประเทศ
3) กำหนดผู้เชี่ยวชาญที่จะให้คำปรึกษาในการสร้างประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า
4) คัดเลือกเอกสารและนำมารวบรวมเป็นคลังข้อมูลภาษา (corpus) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเฉพาะข้อความประเภท Text Document (.txt)
5) ดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษาประมาณ 30-40 คำ โดยใช้โปรแกรม AntConc เพื่อหาความถี่ของการปรากฏของคำ และโปรแกรม Collocation Extract เพื่อหาคำปรากฏร่วมกัน
6) จัดทำมโนทัศน์สัมพันธ์ (Conceptual relations)
7) จัดทำบันทึกข้อมูลคำศัพท์เบื้องต้น (Extraction record)
8) จัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological records) โดยแสดงคำเทียบเคียงในภาษาไทย คำนิยาม และความเชื่อมโยงกับคำอื่น เป็นต้น
9) ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
10) สรุปผลการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ได้แนวทางการจัดทำประมวลศัพท์สำหรับผู้ที่สนใจจัดทำประมวลศัพท์ในเรื่องอื่น ๆ
2) ได้คลังข้อมูลภาษาที่รวบรวมเอกสารเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจากหลากหลายที่มา ซึ่งมีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต
3) ได้ประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าซึ่งประกอบไปด้วยคำเทียบเคียงในภาษาไทยและคำนิยามประมาณ 30-40 คำ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ที่ทำงานด้านกฎหมายการแข่งขันทางการค้า บุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม หรือนักแปลที่ต้องทำงานแปลเกี่ยวกับเรื่องนี้

บทที่ 2
ทฤษฎีและความรู้เบื้องต้นในการทำประมวลศัพท์

เนื้อหาในบทที่ 2 นี้เป็นเรื่องของทฤษฎีและความรู้เบื้องต้นในการทำประมวลศัพท์ ประกอบไปด้วยหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่ ความหมายของศัพทวิทยา ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพทวิทยา ทฤษฎีศัพทวิทยา ความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์และพจนานุกรม การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยา ระเบียบวิธีการทำประมวลศัพท์ รวมถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

2.1 ความหมายของศัพทวิยา

Cabré (1998, น.32) ศาสตราจารย์ด้านศัพทวิทยาได้อ้างถึงแนวคิดอย่างน้อย 3 ประการ เพื่อให้ความหมายของคำว่า ศัพทวิยา หรือ Terminology ดังนี้

1) พื้นฐานของหลักการและแนวคิดที่ใช้กำหนดการศึกษาคำศัพท์ หรือทฤษฎีศัพทวิทยาซึ่งอธิบายและสรุปความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์
2) แนวปฏิบัติหรือระเบียบวิธีที่ใช้ในการทำงานด้านศัพทวิยา หรือระเบียบวิธีการประมวลศัพท์ (methodology) ที่ใช้ในการรวบรวม อธิบาย และนำเสนอศัพท์เฉพาะทาง
3) ชุดคำศัพท์ของภาษาเฉพาะด้าน หรือการรวบรวมคำศัพท์เฉพาะทางเป็นประมวลศัพท์ (set of terms on a specific topic)

Cabré จึงนิยามศัพทวิทยาว่าเป็นสาขาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการรวบรวมคำศัพท์เฉพาะตามหลักการและระเบียบวิธีวิจัย Sager (1990, น.2-3) ศาสตราจารย์ด้านภาษาศาสตร์อีกท่านเห็นว่าศัพทวิทยาไม่ใช่สาขาที่แยกออกมาเด็ดขาดซึ่งมีเพียงทฤษฎีของตนเท่านั้น แต่ยังต้องใช้การศึกษาจากแนวความรู้ในสาขาวิชาอื่นร่วมด้วย ศัพทวิทยาจึงหมายถึงกระบวนการที่ใช้การเก็บรวบรวม การอธิบาย การดำเนินการ และการนำเสนอคำศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะเรื่องในภาษาใดภาษาหนึ่ง ศัพทวิทยาจึงพัฒนาไปพร้อมกับการเกิดขึ้นของคำศัพท์ใหม่ ๆ ทำให้แตกต่างจากภาษาศาสตร์ทั่วไปที่มีทฤษฎีเป็นของตนเอง

ความหมายของศัพทวิทยาตามแนวคิดของ Sager สอดคล้องกับ International Association of Terminology (1982) ที่ให้คำนิยามไว้ว่า ศัพทวิทยาเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการใช้ระบบสัญลักษณ์และสัญลักษณ์ทางภาษาของอันเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้สื่อสารกันในสาขาความรู้เฉพาะด้าน รวมถึงเป็นสาขาที่ต้องร่วมกันกับสาขาอื่น (inter-discipline) เนื่องจากมีการยืมแนวคิดและวิธีการจากสัญศาสตร์ (semiotics), ญาณวิทยา (epistemology), การจัดประเภท (classification) เป็นต้น (อ้างถึงใน Sager, น.4)

นอกจากนี้ ตามที่ Cabré (1998, น.11) เห็นว่าศัพทวิทยานั้นเชื่อมโยงกับภาษาเฉพาะทาง การสื่อสารและวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ที่หลากหลาย ดังนั้น Cabré จึงกำหนดความหมายของศัพทวิทยาตามมุมมองและวัตถุประสงค์ในการใช้งานของคนแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1) นักภาษาศาสตร์ (linguists) เห็นว่าศัพทวิทยาเป็นส่วนหนึ่งของพจนานุกรมที่ถูกกำหนดโดยหัวข้อเรื่องนั้น ๆ และการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ

2) ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (subject field specialists) เห็นว่าศัพทวิทยาเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการจัดระเบียบมโนทัศน์ของสาขาวิชานั้น ๆ และเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดและสื่อสารในระดับผู้เชี่ยวชาญที่จำเป็น

3) ผู้ใช้งาน (end-users) ทั้งผู้ใช้งานโดยตรงและผู้ที่นำไปสื่อสารต่อ เห็นว่าศัพทวิทยาเป็นชุดคำศัพท์ที่มีประโยชน์และใช้ได้จริงในการสื่อสาร ซึ่งช่วยให้ประหยัดเวลาในการค้นคว้า มีความถูกต้องและเหมาะสม

4) นักวางแผนภาษา (language planners) เห็นว่าศัพทวิทยาเป็นส่วนหนึ่งของภาษาที่ต้องมีการยืนยันประโยชน์ใช้สอยและต้องให้แน่ใจว่ายังคงความเป็นวิธีการถ่ายทอดที่ถูกต้องต่อไปในอนาคตด้วย

จากการแบ่งตามมุมมองและวัตถุประสงค์ในการใช้งานของคนแต่ละกลุ่มข้างต้นนี้ ยังสามารถจัดแบ่งใหม่ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือกลุ่มผู้ใช้งานศัพทวิยาทั้งโดยตรงและผ่านตัวกลาง และกลุ่มนักศัพทวิทยาที่เป็นผู้สร้างอภิธานศัพท์ กำหนดการสื่อสาร เป็นต้น ทำให้ศัพทวิทยามี 2 มิติ ได้แก่ มิติทางการสื่อสารที่มองศัพทวิทยาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และมิติทางภาษาศาสตร์ที่มองว่าศัพทวิทยาเป็นเป้าหมายของงาน

สรุปได้ว่า ศัพทวิทยาเป็นการศึกษาและเป็นกระบวนการจัดทำประมวลคำศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะทางที่มีระเบียบวิธีการวิจัยผ่านการรวบรวมข้อมูล การนำมาประมวลผล การสร้างคำอธิบาย การให้คำนิยาม รวมถึงการเชื่อมโยงเป็นมโนทัศน์ภายในสาขาวิชานั้น ซึ่งนอกจากความรู้ทางภาษาศาสตร์แล้ว ยังต้องอาศัยความรู้ความชำนาญในสาขาวิชาเฉพาะทางนั้นด้วย ศัพทวิทยาจึงเป็นศาสตร์ที่มีการเชื่อมโยงกับศาสตร์อื่นเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ในสาขาวิชานั้นให้ถูกต้องตรงกัน

2.2 ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพทวิทยา

การรวบรวมศัพท์เฉพาะทางในสาขาวิชาต่าง ๆ เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยศตวรรษที่ 16 แต่ความสำคัญของศัพทวิทยาเห็นได้ชัดเจนขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 18 -19 จากการที่นักวิทยาศาสตร์ในสาขาต่าง ๆ เช่น เคมีวิทยา พฤกษศาสตร์ สัตววิทยา สนใจและต้องการการกำหนดชื่อเรียกใหม่ ๆ ให้แก่มโนทัศน์ทางวิทยาศาสตร์ที่เพิ่งเกิดขึ้นตามการเติบโตด้านวิทยาศาตร์และเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 19 รวมถึงการกำหนดหลักเกณฑ์การสร้างคำศัพท์ใหม่ จนกระทั่งในศตวรรษที่ 20 ที่ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว วิศวกรและช่างเทคนิคต่าง ๆ ถือเป็นผู้ที่มีความจำเป็นอย่างมากในการนำศัพทวิทยามาใช้ในการตั้งชื่อมโนทัศน์ใหม่ ๆ

ตามที่กล่าวข้างต้น ศัพทวิทยาเริ่มมีความสำคัญในช่วงศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม จากเดิมที่สังคมในยุคก่อนหน้าเป็นสังคมแบบชนบท อาศัยอยู่ด้วยกันเป็นชุมชนเล็ก ๆ ระบบเศรษฐกิจแบบพอยังชีพกันในครอบครัว มีประชากรเพียงส่วนน้อยที่ได้รับการศึกษา ดังนั้น การใช้ภาษาจึงเป็นการใช้ภาษาเดียวเท่านั้น (monolingualism) อย่างไรก็ตาม เมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและข้อมูลต่าง ๆ เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 19 ส่งผลให้ระบอบสังคมและเศรษฐกิจเปลี่ยนไป ประชาชนมุ่งสู่เมืองใหญ่เพื่อเป็นแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในการผลิตสินค้าใหม่ ๆ เป็นจำนวนมาก (mass production) ผลกระทบเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการแพร่หลายของการศึกษาและการสื่อสารด้วยวิธีการเขียน จากเดิมที่เน้นการสื่อสารด้วยวิธีการพูดเป็นหลัก ทำให้มีความต้องการในการสร้างภาษาที่เป็นมาตรฐาน (standard language) เพื่อใช้เรียกแนวคิด เทคโนโลยี และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่คิดค้นขึ้น รวมถึงใช้ในการจัดระเบียบการสร้างคำศัพท์และมาตรฐานในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กันในหมู่ผู้ที่อยู่ในแวดวงวิชาเดียวกัน

ศัพทวิทยาจึงได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เริ่มมีความต้องการทางภาษาศาสตร์มาช่วยมากขึ้น สอดคล้องกับการเติบโตของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดยั้ง ทำให้คลังข้อมูลสำหรับการทำศัพทวิทยาจึงต้องการการปรับปรุงและทำให้ทันสมัยตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีแทรกแซงจากรัฐบาลที่จัดให้มีองค์กรของรัฐมาช่วยจัดการด้านศัพทวิทยานี้ด้วย

ต่อมาในปี 1930 รายงานการวิจัยของ E. Wüster ทำให้เกิดศัพทวิทยาสมัยใหม่ (modern terminology) โดย Wüster ได้นำเสนอวิธีการจัดระบบในศัพทวิทยา โดยคำนึงถึงระเบียบวิธีและมาตรฐานมากกว่าคำนึงถึงทฤษฎีที่มีอยู่ เนื่องจากเขาเห็นว่าศัพทวิทยาเป็นเครื่องมือที่ควรนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อกำจัดความกำกวมที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารด้านวิทยาศาสตร์และเทคนิคต่าง ๆ มากกว่าที่จะคำนึงถึงทฤษฎีเป็นอันดับแรก (Cabré, 1998, น.1-5)

Auger (1988, อ้างถึงใน Cabré, 1999, น.5-6) แบ่งการพัฒนาของศัพทวิทยาสมัยใหม่ ออกเป็น 4 ยุคดังนี้

1) ยุคเริ่มแรก (The Origin) ตั้งแต่ 1930 - 1960 เป็นยุคที่มีการออกแบบวิธีการสร้างคำศัพท์อย่างเป็นระบบ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในยุคนี้ ได้แก่ Wüster ผู้ริเริ่มศัพทวิทยาสมัยใหม่และตัวแทนจากสำนักเวียนนา (Vienna school) และ Russian D.S. Lotte ผู้ก่อตั้งสำนักโซเวียต (Soviet school)
2) ยุคจัดระบบโครงสร้างสาขาวิชา (The structuring of the Field) ตั้งแต่ 1960 - 1975 เกิดขึ้นพร้อมกับการเฟื่องฟูของการใช้คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ (Mainframe Computer) และระบบการจัดเก็บเอกสาร รวมถึงเกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในการสร้างมาตรฐานการจัดทำคลังข้อมูลของศัพทวิทยา
3) ยุครุ่งเรือง (The Boom) ตั้งแต่ 1975 - 1985 เป็นยุคที่มีโครงการเกี่ยวกับการทำศัพทวิทยาและการวางแผนด้านภาษาศาตร์ที่รุ่งเรืองอย่างมาก ศัพทวิทยามีบทบาทสำคัญในการทำให้ภาษาทันสมัยขึ้น รวมถึงการแพร่หลายของคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลทางศัพทวิทยา

4) ยุคขยายตัว (The Expansion) ตั้งแต่ 1985 ถึงปัจจุบัน เป็นยุคที่ศัพทวิทยามีการพัฒนามาก เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงด้านศัพทวิทยาในฐานะที่เป็นเครื่องมือและแหล่งทรัพยากรสำคัญในการจัดทำประมวลศัพท์ รวมถึงเนื่องจากมีการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ ๆ จึงจำเป็นที่จะต้องมีหลักวิชาศัพทวิทยามาจัดการให้เป็นระบบ ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในการแบ่งปันความรู้จากการศึกษาด้านศัพทวิทยา

2.3 ทฤษฎีศัพทวิทยา

ตามที่คำศัพท์ที่เกิดใหม่เพิ่มจำนวนมากขึ้นในศตวรรษที่ 18-19 นักวิชาการจึงเริ่มนำหลักการจัดทำศัพทวิทยามาใช้ในการจัดระบบระเบียบคำศัพท์ในสาขาเฉพาะทาง และได้ตระหนักถึงความสำคัญของทฤษฎีในเวลาต่อมา (Cabré, 1998, น.7-8)

Wüster ริเริ่มวิธีการรวบรวมและสร้างมาตรฐานให้คำศัพท์ โดยให้ความสำคัญกับทฤษฎีในการทำงานวิจัยของเขา Cabré สรุปว่าทฤษฎีศัพทวิทยานั้นพัฒนาขึ้นมาจากความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาทางภาษาเพื่อใช้ในการสื่อสาร จึงนับได้ว่าเป็นวิธีที่เกิดขึ้นจากปัญหาในทางปฏิบัติ Wüster ยังได้แบ่งศัพทวิทยาออกเป็น 3 สำนักตามวิธีการเฉพาะของแต่ละสำนัก (Cabré, 1998, น.12-13) ดังนี้

1) สำนักออสเตรีย (Austrian school) รับหลักการพื้นฐานงานของ Wüster สำนักออสเตรียเกิดขึ้นจากการที่ช่างเทคนิคและนักวิทยาศาตร์ต้องการให้มีการกำหนดมาตรฐานของศัพทวิทยาในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ในหมู่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำนักนี้จึงเห็นว่าศัพทวิทยาเป็นสาขาวิชาแบบสหวิทยาการ แต่ยังคงเป็นสาขาที่เป็นอิสระจากวิทยาศาสตร์และสาขาเฉพาะเรื่องต่าง ๆ

2) สำนักโซเวียต (Soviet school) ตั้งอยู่บนพื้นฐานงานของ Caplygin และ Lotte และรับเอาหลักการของ Wüster ในช่วงเริ่มแรกมาด้วย มุ่งเน้นเกี่ยวกับการใช้ปรัชญาในการช่วยจัดระเบียบแนวคิดและองค์ความรู้ สำนักโซเวียตยังสนใจในการสร้างมาตรฐานให้แก่มโนทัศน์และคำศัพท์เนื่องจากเกิดปัญหาความหลากหลายของภาษาในสหภาพโซเวียตสมัยก่อน

3) สำนักเชค (Czech school) มี L. Drodz เป็นผู้สนับสนุนหลัก เชื่อมั่นในภาษาศาสตร์ จึงเห็นว่าศัพทวิทยาเป็นส่วนประกอบหนึ่งของศัพทานุกรม (lexicon) เช่นเดียวกับที่เห็นว่าภาษาเฉพาะทางอื่นเป็นระบบย่อยของภาษาทั่วไป สำนักเชคให้ความสำคัญกับการอธิบายภาษาเฉพาะทางในด้านโครงสร้างและหน้าที่ซึ่งศัพทวิทยามีบทบาทสำคัญ และสนใจเรื่องการจัดทำภาษาต่าง ๆ และศัพทวิทยาให้เป็นมาตรฐาน

ทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปนั้นมาจากสำนักแรกที่เริ่มจากการศึกษาลักษณะของมโนทัศน์ ความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ และความสัมพันธ์ระหว่างคำศัพท์และมโนทัศน์ เพื่อเชื่อมโยงมโนทัศน์ไปสู่การสร้างชื่อเรียกสำหรับคำศัพท์ใหม่ จากทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าศัพทวิทยานั้นเกี่ยวข้องกับมโนทัศน์และคำศัพท์เป็นหลัก จึงควรเข้าใจความหมายของทั้งสองคำนี้อย่างถ่องแท้ก่อนการเริ่มจัดทำประมวลศัพท์

ความหมายของ “คำ” และ “คำศัพท์” นั้นมีทฤษฎีและแนวคิดจากหลากหลายสำนักได้ให้ความหมายและชี้ให้เห็นความแตกต่างของสองคำนี้ไว้ ดังนี้

Cabré (1998, น.35-36) ให้ความหมายของคำว่า คำศัพท์ (term) ไว้ว่าเป็นหน่วยที่มีลักษณะเฉพาะทางภาษาศาสตร์ที่ถูกใช้ในขอบเขตเฉพาะทาง ในขณะที่ คำ (word) เป็นหน่วยที่ถูกอธิบายโดยชุดของลักษณะทางภาษาศาสตร์ที่เป็นระบบและมีคุณสมบัติในการอ้างอิงกับองค์ประกอบต่าง ๆ ในความเป็นจริง

Sager (1990, น.19) เห็นว่า คำศัพท์ คือสิ่งที่มีลักษณะตามการอ้างอิงเฉพาะเรื่องของสาขาวิชา เมื่อคำศัพท์ถูกนำมารวบรวมกันไว้จะเรียกว่าศัพทวิทยา (terminology) ส่วน คำ เป็นสิ่งที่มีหน้าที่ในการอ้างอิงถึงเรื่องทั่วไปและหลากหลายกว่าซึ่งเมื่อถูกนำมารวบรวมไว้ด้วยกันจะเรียกว่ารายการคำศัพท์ (vocabulary)

H. Felber (1983, อ้างถึงใน Pearson, น.14) เสนอว่า คำ สามารถมีได้หลายความหมายทั้งความหมายที่ไม่เฉพาะเจาะจงหรือเป็นชื่อเรียกของวัตถุทั่วไป คำจะมีความหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ต้องอาศัยบริบท (context) ในขณะที่ คำศัพท์ เป็นสัญลักษณ์ทางภาษาศาสตร์ที่สัมพันธ์กับมโนทัศน์หนึ่งหรือมากกว่า ความหมายของคำศัพท์ซึ่งก็คือมโนทัศน์จึงขึ้นอยู่กับตำแหน่งของมโนทัศน์ว่าอยู่ส่วนใดในมโนทัศน์ทั้งหมด

ISO 1087 Vocabulary of Terminology (1990, อ้างถึงใน Pearson, น.14-15) ให้ความหมายคำว่า คำศัพท์ ไว้ว่า การกำหนดชื่อเรียกมโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงในภาษาเฉพาะทางโดยใช้การแสดงออกทางภาษาศาสตร์ คำศัพท์อาจประกอบไปด้วยคำคำหนึ่งหรือมากกว่าก็ได้ คำ จึงหมายถึงหน่วยทางภาษาที่เล็กที่สุดที่แสดงความหมายเฉพาะเจาะจงและสามารถแยกออกเป็นหน่วยย่อยในประโยคได้

จากทฤษฎีและแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าคำเป็นหน่วยในภาษาที่มีความหมายได้มากกว่าหนึ่งความหมาย ขึ้นอยู่กับบริบทและสถานการณ์ในการใช้คำนั้นที่จะเป็นตัวกำหนดว่าคำจะมีความหมายว่าอย่างไร เมื่อบริบทเปลี่ยนแปลงไป ความหมายของคำก็สามารถเปลี่ยนตามได้ ในขณะที่ คำศัพท์เป็นสิ่งที่ใช้อ้างอิงและใช้เรียกมโนทัศน์ในสาขาวิชาเฉพาะทางสาขาใดสาขาหนึ่ง คำศัพท์จึงเป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงคำจำกัดความและนิยามของมโนทัศน์นั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ต้องตรงกันภายในสาขาวิชานั้น

ดังนั้น ความแตกต่างที่สำคัญที่สุดของคำศัพท์และคำ ก็คือปัจจัยที่เกิดจากการนำไปใช้จริง (pragmatics) เช่น ผู้ใช้ สถานการณ์ที่ใช้คำหรือคำศัพท์ หัวข้อการสนทนา และประเภทของวาทกรรม (Cabré, 1998, น.36) เนื่องจากคำศัพท์นั้นมักจะใช้กันในแวดวงนักวิชาการในสาขาวิชาเฉพาะทางนั้น สถานการณ์

และหัวข้อของการสนทนาจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้เฉพาะทางที่ผู้ใช้คำศัพท์สามารถรับรู้ความหมายของคำศัพท์นั้นได้อย่างต้องตรงกัน ในขณะที่คำนั้นมีการใช้ในบทสนทนาหรือในการกล่าวถ้อยคำอันเป็นการทั่วไป โดยบุคคลทั่วไป ไม่จำกัดเฉพาะสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง

สำหรับความหมายของมโนทัศน์นั้น Sager (1990, น.22-23) อธิบายไว้ว่า ตามที่คำศัพท์นั้นเป็นที่ทราบกันดีว่าสื่อถึงมโนทัศน์ ดังนั้นมโนทัศน์จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนที่คำศัพท์จะถูกสร้างมาเพื่อสื่อให้เห็นมโนทัศน์นั้น Sager จึงให้ความหมายมโนทัศน์ว่าหมายถึงโครงสร้างของกระบวนการทางความคิดของมนุษย์ที่ช่วยจัดแบ่งประเภทของวัตถุอย่างเป็นระบบ

Cabré (1998, น.42) เองก็ได้ให้ความเห็นว่ามโนทัศน์เป็นองค์ประกอบของความคิด ความนึกคิดภายในจิตใจที่ก่อขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นการจัดแบ่งประเภทของวัตถุต่าง ๆ มโนทัศน์ประกอบไปด้วยกลุ่มของลักษณะเฉพาะที่ใช้ร่วมกันในหมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่งของวัตถุ ลักษณะเฉพาะที่ประกอบเป็นมโนทัศน์นี้ทำให้สามารถจัดลำดับความคิดและสื่อสารได้

ISO 1087-1 Terminology Work – Vocabulary (2000, น.2) เสนอนิยามของมโนทัศน์ไว้ว่าเป็นหน่วยของความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นจากการรวมกันเป็นหนึ่งเดียวของลักษณะเฉพาะต่าง ๆ ในขณะที่ ISO 704 Terminology Work – Principles and Methods (2000, น.2) ก็ให้ความหมายไว้เช่นเดียวกันว่ามโนทัศน์เป็นความนึกคิดภายในจิตใจหรือหน่วยของความคิดที่เกิดจากการจัดระเบียบของวัตถุ เพื่อนำมาใช้เป็นสื่อในการสื่อสาร

สรุปได้ว่ามโนทัศน์นั้นเป็นส่วนหนึ่งของความคิดที่เกิดจากการจัดระเบียบความรู้และองค์ประกอบออกมาอย่างเป็นระบบ Wüster (1979, อ้างถึงใน Pearson, น.10) อธิบายว่างานที่เกี่ยวข้องกับคำศัพท์นั้นแตกต่างจากงานที่เกี่ยวข้องกับคำ เนื่องจากศัพทวิทยาเป็นงานที่เริ่มต้นจากมโนทัศน์ มโนทัศน์จึงเป็นสิ่งที่เป็นอิสระจากคำศัพท์และภาษาใดภาษาหนึ่ง ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับคำหรือพจนวิทยา (lexicology) นั้นมีหน่วยในระดับคำเป็นจุดเริ่มต้นของงาน

2.4 ความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์และพจนานุกรม

Cabré (1998, น.-31-34) เสนอว่าพจนานุกรมเป็นผลผลิตทางภาษาศาสตร์ที่รวบรวมชุดของคำศัพท์ (หรือหน่วยภาษาอื่น ๆ) และให้ข้อมูลอธิบายแก่คำเหล่านั้น พจนานุกรมจึงเริ่มต้นจากคำแล้วจึงให้ความหมาย พจนานุกรมแตกต่างกันไปตามข้อมูลภาษาที่เป็นองค์ประกอบและวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ ในขณะที่ประมวลศัพท์เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาอื่นซึ่งสิ่งที่ศึกษาคือมโนทัศน์ และมีการกำหนดศัพท์ที่ใช้เรียกมโนทัศน์นั้น คำศัพท์จะเป็นศัพท์เฉพาะด้านหรือคำทั่วไปที่มีความหมายพิเศษเมื่อนำไปใช้ในขอบเขตของสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง ประมวลศัพท์จึงเป็นผลที่เกิดจากการร่วมกันระหว่างภาษาศาตร์และสาขาวิชาอื่น

จากคำนิยามข้างต้น จะเห็นได้ว่าพจนานุกรมนั้นมีองค์ประกอบพื้นฐานคือคำ ในทางตรงกันข้ามประมวลศัพท์มีมโนทัศน์เป็นจุดสำคัญซึ่งมโนทัศน์นั้นเป็นอิสระจากชื่อหรือคำศัพท์ที่ใช้กำหนดตัวมโนทัศน์นั้น ประมวลศัพท์จึงเกี่ยวข้องกับภาษาเขียนมากกว่าภาษาพูด และการจัดทำประมวลศัพท์จะจัดเรียงลำดับอย่างเป็นระบบ โดยจัดเป็นกลุ่มตามความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ แต่การจัดทำพจนานุกรมจะใช้วิธีจัดเรียงตามตัวอักษร Cabré สรุปความแตกต่างของประมวลศัพท์และพจนานุกรมไว้ดังนี้ (น.35-37)

1) ขอบเขต (the domain)

พจนานุกรมจะจัดการกับคำต่าง ๆ ในภาษา แต่ประมวลศัพท์จะสนใจเพียงคำที่ใช้กันอยู่ในสาขาวิชาเฉพาะทางสาขาใดสาขาหนึ่ง เช่น พิสิกส์ เคมี หรือในวงการของผู้เชี่ยวชาญ เช่น วงการธุรกิจ วงการอุตสาหกรรม วงการกีฬา เป็นต้น ดังนั้น ขอบเขตของพจนานุกรมจึงกว้างกว่าและรวมไปถึงประมวลศัพท์ด้วย ประมวลศัพท์จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของพจนานุกรม

2) หน่วยที่เป็นพื้นฐาน (the basic unit)

พจนานุกรมจัดการกับการศึกษาเกี่ยวกับคำซึ่งเป็นหน่วยที่ใช้อธิบายกลุ่มของลักษณะทางภาษาที่เป็นระบบและมีคุณสมบัติในการอ้างถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ในชีวิตจริง ในที่นี้ คำจะครอบคลุมประเภทของคำตามไวยากรณ์หลายประเภท เช่น คำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ ส่วนประมวลศัพท์จัดการเกี่ยวกับคำศัพท์ซึ่งเป็นหน่วยที่มีลักษณะทางภาษาศาสตร์ที่คล้ายกันซึ่งถูกใช้ภายในขอบเขตที่เฉพาะเจาะจง และคำศัพท์ส่วนมากมักจะเป็นคำนาม

3) วัตถุประสงค์ (the objectives)

วัตถุประสงค์ของพจนานุกรมคือเพื่อระบุและบ่งบอกหน่วยของคำในภาษาและนำเสนอคำเหล่านี้ออกมาเพื่อการนำไปใช้จริง ส่วนประมวลศัพท์พยายามชี้ให้เห็นโครงสร้างของทฤษฎีและหลักการของการใช้และจัดลำดับคำศัพท์ภายในสาขาวิชาเฉพาะเพื่อทำให้รูปแบบและเนื้อหาเป็นมาตรฐาน ดังนั้น วัตถุประสงค์ของประมวลศัพท์จึงแตกต่างจากพจนานุกรมอย่างชัดเจน กล่าวคือ ประมวลศัพท์ไม่ได้เน้นการให้คำอธิบายของความรู้นั้น ๆ เนื่องจากเป็นที่ทราบกันดีในกลุ่มของผู้เชี่ยวชาญแล้ว แต่วัตถุประสงค์ของประมวลศัพท์เป็นไปเพื่อการระบุและกำหนดชื่อเรียกมโนทัศนในสาขาวิชาเฉพาะ

4) ระเบียบวิธี (the methodology)

ระเบียบวิธีของการจัดทำพจนานุกรมและประมวลศัพท์ก็แตกต่างกัน การจัดทำพจนานุกรมนั้นเริ่มจากสมมติฐานทางทฤษฎีที่จะถูกลบล้างหรือยอมรับโดยอาศัยการวิเคราะห์ตัวอย่างของวาทกรรม ในขณะที่ระเบียบวิธีของประมวลศัพท์นั้นจะกำหนดชื่อเรียกมโนทัศน์โดยใช้คำศัพท์เพื่อมาเติมเต็มในกลุ่มมโนทัศน์เดิมที่มีอยู่ให้สมบูรณ์มากขึ้น ระเบียบวิธีของการทำประมวลศัพท์จึงแตกต่างจากการทำพจนานุกรมที่มุ่งศึกษาหาความหมายให้กับคำศัพท์ จึงอาจกล่าวได้ว่าการทำศัพทวิทยาและพจนานุกรมนั้นแตกต่างกันที่จุดเริ่มต้นของวัตถุที่ใช้ศึกษา

2.5 การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยา

เนื่องจากความก้าวหน้าในวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและเศรษฐกิจอาศัยการสื่อสารเพื่อส่งผ่านข้อมูล การสื่อสารจึงกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่เกิดขึ้นจากความไม่ชัดเจนของเทคโนโลยี การสื่อสารจะชัดเจนได้ หากกลุ่มผู้ใช้คำศัพท์เข้าใจความหมายของมโนทัศน์ไปในทิศทางเดียวกัน (Felber, 1984, อ้างถึงใน Cabré, น.194)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น Cabré (1998, น. 194) อธิบายว่าความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่รวดเร็วและสม่ำเสมอนี้ทำให้เกิดมโนทัศน์จำนวนมากที่ต้องการการกำหนดชื่อเรียก ทั้งจากวิธีการสร้างคำศัพท์ใหม่และดัดแปลงจากคำที่มีอยู่เดิม ดังนั้นการดำเนินการสร้างมาตรฐานให้ศัพทวิทยาจึงเป็นวิธีที่จะจัดการกับความหลากหลายของชื่อเรียกและรับรองความถูกต้องในการสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญนักวิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 19 และช่างเทคนิคในต้นศตวรรษที่ 20 จึงเห็นความจำเป็นที่จะกำหนดมาตรฐานของศัพทวิทยาในขอบเขตสาขาวิชาของตน

Cabré (1998, น.199) อธิบายว่า การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยานั้น (terminological standardization) ประกอบด้วยอย่างน้อย 3 มาตรฐาน ได้แก่

1) การกำหนดมาตรฐานระดับสถาบัน (Institutional standardization) เป็นกระบวนการที่ระดับสถาบันเป็นผู้กำหนดการนำไปใช้

2) การกำหนดมาตรฐานระดับนานาชาติ (International standardization) เป็นกระบวนการที่หน่วยงานระดับนานาชาติได้กำหนดลักษณะเฉพาะหรือสภาพของสิ่งนั้นให้สอดคล้องกับคำศัพท์ที่เหมาะสม

3) การกำหนดมาตรฐานที่เป็นอิสระ (Non-interventionist standardization) เป็นกระบวนการที่ระบบศัพทวิยาจะคอยปรับตัวให้เข้ากับการใช้งานของผู้ใช้ปลายทาง

การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยาที่ใช้กันโดยทั่วไปคือ การกำหนดมาตรฐานระดับสถาบัน และการกำหนดมาตรฐานระดับนานาชาติ การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยาประกอบด้วยการกำหนดมาตรฐานของคำศัพท์เฉพาะทาง และการกำหนดมาตรฐานของหลักการและระเบียบวิธีของศัพทวิทยามาไว้เป็นทฤษฎีและแนวปฏิบัติ

การกำหนดมาตรฐานทางศัพทวิทยาในระดับสากลนั้น ในปัจจุบันมี 2 องค์กรใหญ่ที่เกี่ยวข้องคือ The International Electrotechnical Commission (IEC) และ The International Organization for Standardization (ISO) IEC เป็นองค์กรที่เกิดขึ้นในปี 1904 ทำงานเกี่ยวกับการรวบรวมวิธีการและพัฒนาแนวทางสำหรับการวางกฎเกณฑ์การผลิตทางวิศวกรรมและอิเล็กทรอนิกส์ในระดับนานาชาติ ในขณะที่ ISO เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นในปี 1946 เพื่ออำนวยความสะดวกในการประสานงานระหว่างประเทศและการสร้างเอกภาพในการจัดมาตรฐานของอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์ของ IEC และ ISO แตกต่างกัน เนื่องจาก ISO จะรับผิดชอบกิจกรรม

เฉพาะทางที่เกี่ยวกับเทคนิคทุกประเภทยกเว้นงานด้านวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นงานในขอบเขตของ IEC (Cabré, 1998, น.197-198)

ISO/IEC Guide 2 (2004) ให้คำนิยามการกำหนดมาตรฐานไว้ว่าหมายถึงกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างข้อกำหนดสำหรับการใช้โดยทั่วไปและการใช้ซ้ำ โดยคำนึงถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจริงและอาจเกิดขึ้น เพื่อให้เกิดความสำเร็จในระดับที่เหมาะสมที่สุดในบริบทนั้น กิจกรรมในที่นี้ประกอบไปด้วยกระบวนการในการสร้าง การเผยแพร่ และการนำมาตรฐานไปใช้งานจริง อีกทั้ง มาตรฐานระดับสากลในปัจจุบันคือ ISO 1087-1:2000 ได้อธิบายไว้ว่าวัตถุประสงค์หลักของมาตรฐานดังกล่าวนี้คือ การสร้างคำอธิบายของแนวคิดที่เป็นระบบในสาขาของศัพทวิทยา และเพื่อก่อให้เกิดความชัดเจนในการนำคำศัพท์นั้น ๆ ไปใช้ต่อไป มาตรฐานนี้ไม่เพียงกำหนดขึ้นมาสำหรับผู้ที่ทำงานด้านศัพทวิทยาหรือด้านการกำหนดมาตรฐานเท่านั้น แต่บุคคลทั่วไปที่ต้องใช้ประโยชน์จากงานด้านศัพทวิทยาก็สามารถนำมาตรฐานนี้ไปใช้ได้ด้วย

ISO 704:2000 Terminology work (น.25-27) กำหนดหลักเกณฑ์การสร้างศัพท์ไว้ เนื่องจากคำศัพท์หนึ่งคำจะสื่อถึงมโนทัศน์เดียว ก่อนที่จะสร้างคำศัพท์ใหม่ขึ้นมานั้นจึงต้องพิจารณาก่อนว่ามโนทัศน์นั้นมีคำศัพท์ที่ใช้เรียกอยู่แล้วหรือไม่ หากคำศัพท์นั้นมีอยู่แล้วก็ไม่ควรไปแก้ไข ยกเว้นว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเข้ามาทำให้ต้องมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อเรียกมโนทัศน์นั้นให้เหมาะสม

การสร้างศัพท์มีหลักเกณฑ์ที่สำคัญ เช่น

- คำศัพท์ควรเป็นคำที่เข้าใจได้ง่ายและสื่อถึงมโนทัศน์นั้นได้ทั้งหมดหรือบางส่วน โดยยังไม่ต้องอาศัยคำจำกัดความ
- ศัพทวิทยาในสาขาวิชาใด ๆ ต้องเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและมีความเชื่อมโยงกันทั้งคำศัพท์ที่มีอยู่เดิมและคำศัพท์ที่สร้างใหม่
- คำศัพท์ที่เสนอขึ้นมานั้นควรเป็นคำที่มีความหมายตามรูปแบบในภาษาที่ใช้กันในชุมชนนั้น ควรหลีกเลี่ยงการสร้างคำศัพท์ที่ก่อให้เกิดความสับสนในการนำไปใช้
- คำศัพท์ไม่ควรมีความหมายกว้างเกินไป
- คำศัพท์ต้องมีความถูกต้องมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และไม่ควรเป็นคำที่ยาวหรือเยิ่นเย้อเกินไป อย่างไรก็ตาม หากเป็นคำศัพท์ที่มีความซับซ้อนก็อาจประกอบด้วยคำมากถึง 5-6 คำ
- คำศัพท์ที่สร้างขึ้นควรเลือกใช้ภาษาของตนเองก่อนที่จะยืมมาจากภาษาอื่น

2.6 ระเบียบวิธีการทำประมวลศัพท์

Cabré (1998, น.129-159) ได้แบ่งประเภทของการสืบค้นทางศัพทวิทยาตามเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ จำนวนของภาษาที่เกี่ยวข้องว่ามีภาษาเดียวหรือหลายภาษา และระบบของการสืบค้นว่า

ครอบคลุมคำศัพท์ทั้งหมดในสาขาวิชานั้นหรือเจาะจงเฉพาะคำศัพท์บางคำ Cabré จึงได้แบ่งการสืบค้นทางศัพทวิทยาออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) การสืบค้นภาษาเดียวตามระบบ (systematic monolingual searches)
2) การสืบค้นหลายภาษาตามระบบ (systematic multilingual searches)
3) การสืบค้นภาษาเดียวแบบเฉพาะกิจ (ad-hoc monolingual searches)
4) การสืบค้นหลายภาษาแบบเฉพาะกิจ (ad-hoc multilingual searches)

การสืบค้นตามระบบ (systematic searches)

การสืบค้นภาษาเดียวตามระบบ (systematic monolingual searches)

การจัดทำประมวลศัพท์ประเภทนี้จะใช้ชุดคำศัพท์จำนวนมากที่อยู่ในสาขาวิชาหนึ่ง ๆ ในภาษาใดภาษาหนึ่งเท่านั้น ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดและจำกัดขอบเขตของสิ่งที่จะทำ โดยเริ่มจากการกำหนดหัวข้อที่ต้องการ เพื่อจะได้ไม่ต้องเปลี่ยนทิศทางของงานในระหว่างการจัดทำ การกำหนดผู้ที่จะใช้งานประมวลศัพท์นี้ การกำหนดวัตถุประสงค์ และขอบเขตอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กำหนดเวลาในการจัดทำ ขนาดของข้อมูล ผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
2) การเตรียมการ เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นและเกี่ยวข้องกับการจัดทำประมวลศัพท์ซึ่งมักจะพบได้จากการสืบค้นจากหนังสือ เอกสาร ตำราหรือการขอคำแนะนำในการค้นคว้าจากผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการเลือกผู้มีความรู้ความชำนาญในด้านนั้นเพื่อเป็นที่ปรึกษา
3) การสร้างคลังข้อมูล (corpus) ข้อมูลที่ได้จากการคัดเลือกมานั้นจะนำมารวบรวมเป็นคลังข้อมูลซึ่งจะนำไปสู่การคัดเลือกคำศัพท์ในอีกขั้นตอนหนึ่ง ข้อมูลที่ได้รับคัดเลือกนั้นมีการกำหนดคุณสมบัติเพื่อรับประกันความน่าเชื่อถือของข้อมูล เช่น เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อโดยตรงและเขียนโดยผู้ที่อยู่ในวงการนั้น รวมถึงควรเป็นข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ทันสมัย มีที่มาจากต้นกำเนิดของข้อมูล
4) การจัดทำประมวลศัพท์ โดยการคัดเลือกคำศัพท์เฉพาะทางในสาขาวิชานั้นซึ่งอาจได้จากการสอบถามและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ หรือการใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลในการช่วยค้นหาความถี่ การปรากฏร่วมของคำ เพื่อให้ทราบว่าคำศัพท์ใดเป็นคำศัพท์เฉพาะ
5) การจัดทำโครงสร้างของมโนทัศน์ในสาขานั้น ระบบของมโนทัศน์เกิดจากการนำคำศัพท์ที่ได้คัดเลือกมาจัดระบบให้เป็นตามลำดับในมโนทัศน์ มโนทัศน์จากคำศัพท์ชุดหนึ่งควรมีความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อีกชุดหนึ่งหรือหลายชุด โครงสร้างความสัมพันธ์นี้เรียกอีกอย่างว่า มโนทัศน์สัมพันธ์ มโนทัศสัมพันธ์ที่ดีควรมีลักษณะ เช่น ต้องครอบคลุมสาขาวิชานั้น ต้องแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในสาขาวิชา ต้องไม่ประกอบด้วยมโนทัศน์ที่ไม่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

6) การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction record) เป็นขั้นตอนการบันทึกคำศัพท์ที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้วและข้อมูลประกอบคำศัพท์นั้น ๆ เช่น บริบทที่คำศัพท์นั้นปรากฏ ข้อมูลแหล่งที่มา ลักษณะทางไวยากรณ์ของคำศัพท์ เป็นต้น รวมถึงการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological record) ซึ่งเป็นการจัดทำบันทึกของคำศัพท์ในภาษาที่ต้องการตามข้อมูลในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นของคำนั้น ๆ และประกอบด้วยข้อมูลเพิ่มเติม เช่น ขอบเขตภายในสาขาวิชาที่คำศัพท์นั้นอยู่ คำนิยาม คำเหมือน คำย่อ เป็นต้น
7) การตรวจสอบผลงานทั้งหมดโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น เพื่อหาว่าประมวลศัพท์นั้นยังมีช่องว่างที่เกิดจากการขาดคำศัพท์เฉพาะอยู่หรือไม่
8) การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดทำประมวลศัพท์ เช่น ปัญหามโนทัศน์ที่ไม่ชัดเจน ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานในการจัดทำ ซึ่งแต่ละปัญหาก็จะมีวิธีการแก้ไขที่แตกต่างกันไป โดยอาจปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ความเห็นได้

การสืบค้นหลายภาษาตามระบบ (systematic multilingual searches) การสืบค้นหลายภาษานั้นมีขั้นตอนเช่นเดียวกันกับการสืบค้นภาษาเดียวตามระบบ แต่จะมีการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological record) แยกของแต่ละภาษา อย่างไรก็ตาม ระบบการสืบค้นที่เป็นหลายภาษานี้ สุดท้ายแล้วจะต้องนำมารวมเข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นระบบ

การสืบค้นแบบเฉพาะกิจ (ad-hoc searches)

Célestin, Godbout & Vachon-L'Hereux (1984, อ้างถึงใน Cabré, น.152) กล่าวว่า การสืบค้นแบบเฉพาะกิจเช่นนี้มักเกิดขึ้นมื่อผู้ใช้ เช่น นักเขียน นักแปล หรือผู้ใช้ภาษาทั่วไปต้องการค้นหาความหมายของคำศัพท์หรือต้องการหาคำจำกัดความให้คำศัพท์ในภาษาของตนเอง เพื่อให้ตรงกับแนวคิดของคำศัพท์นั้น ผู้ใช้จึงต้องใช้วิธีการสืบค้นแบบเฉพาะกิจ

Cabré อธิบายว่าในการสืบค้นแบบเฉพาะกิจนั้นจะใช้คำศัพท์เพียงบางคำหรือใช้ชุดคำศัพท์ที่จำกัดจำนวน (มักไม่เกิน 60 คำ) จากในสาขาวิชานั้น ๆ การจะพิจารณาว่าการทำประมวลศัพท์ใดเป็นไปเพื่อการสืบค้นแบบเฉพาะกิจจึงจะพิจารณาจากจำนวนของคำศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาและสาเหตุของการสืบค้น

ขั้นตอนของการสืบค้นแบบเฉพาะกิจประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การตั้งคำถามเกี่ยวกับคำศัพท์และนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เมื่อผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าคำถามนี้มีความซับซ้อน ไม่สามารถตอบได้ทันทีก็จะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไปคือการสืบค้น เพื่อให้ได้คำตอบหรือวิธีการแก้ปัญหามาให้แก่ผู้ใช้อันเป็นขั้นตอนสุดท้าย

ประมวลศัพท์กฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้จัดเป็นการสืบค้นภาษาเดียวตามระบบ (systematic monolingual searches) เนื่องจากได้จัดทำคลังข้อมูลและบันทึกข้อมูลศัพท์ต่าง ๆ เป็นภาษาเดียวคือภาษาอังกฤษ เพื่อหาคำเทียบเคียงและนิยามในภาษาไทยออกมา และการจัดทำประมวลศัพท์นี้ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เฉพาะกิจในการสืบค้นคำศัพท์ใดเป็นพิเศษ แต่ต้องการสร้างประมวลศัพท์ที่ครอบคลุมสาขาวิชาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

2.7 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

กฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้นเป็นกฎหมายที่หลายประเทศให้ความสำคัญมาก เนื่องจากกฎหมายฉบับนี้มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ รวมถึงกลุ่มประเทศที่เปิดการค้าร่วมกันด้วย วัตถุประสงค์หลักของกฎหมายฉบับนี้ก็คือการป้องกันไม่ให้เกิดการผูกขาดทางการค้าจากผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่ง จนเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการรายอื่นเกิดความเสียหาย ไม่สามารถเข้าสู่การแข่งขันในตลาดอย่างเป็นธรรมได้ รวมถึงผู้บริโภคเองก็ได้รับผลกระทบจากการขาดอิสระในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำให้ต้องพึ่งพาผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นหลัก ระบบเศรษฐกิจของประเทศก็จะเสียหาย เพราะกลไกด้านราคาและคุณภาพของสินค้าและบริการถูกกำหนดโดยผู้ที่ครองตลาดเพียงบางราย

ในค.ศ. 1889 แคนาดาเป็นประเทศแรกที่มีกฎหมายการแข่งขันทางการค้าใช้ (An Act for the Prevention and Suppression of Combinations formed in the Restraint of Trade) จากนั้นหลายประเทศก็ได้เริ่มนำกฎหมายฉบับนี้มาใช้ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น ประเทศไทยเองก็มีพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า เมื่อพ.ศ. 2542 เพื่อกำกับดูแลโครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้า ซึ่งเป็นกฎหมายที่พัฒนามาจากพระราชบัญญัติการกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 อย่างไรก็ตาม กฎหมายฉบับดังกล่าวนี้ไม่มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้เท่าที่ควร เมื่อพ.ศ. 2560 จึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม เหตุผลในการแก้กฎหมายฉบับนี้ระบุในหมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติดังนี้

> เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน และมีบทบัญญัติบางประการไม่สอดคล้องกับรูปแบบและพฤติกรรมการประกอบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบันเป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ตั้งขึ้นภายในกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จึงไม่มีความคล่องตัวและขาดความเป็นอิสระในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้า ทำให้การกำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สมควรปรับปรุงมาตรการในการกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและมีองค์กรกำกับดูแลการแข่งขันทางการค้าที่มีความคล่องตัวและมีความเป็นอิสระ เพื่อให้ทันต่อพัฒนาการของรูปแบบและพฤติกรรมการประกอบธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ฉบับนี้ได้กำกับดูแลพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมที่สำคัญดังนี้

- **การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (มาตรา 50)** เป็นพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการรายใหญ่หรือผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดกระทำพฤติกรรมต้องห้ามอันก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายอื่นและเศรษฐกิจโดยรวม กล่าวได้ว่าการเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดนั้นยังไม่เป็นความผิดแต่อย่างใด ตราบใดที่ผู้ประกอบการรายนั้นยังไม่กระทำพฤติกรรมผูกขาดทางการค้า

- **การควบรวมธุรกิจ (มาตรา 51)** ในด้านโครงสร้าง หากผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะควบรวมกิจการเข้าด้วยกันเพื่อวัตถุประสงค์ในการลดการแข่งขันทางการค้าในตลาดนั้น ก็อาจส่งผลเสียได้เช่นเดียวกัน จึงเกิดการกำหนดหลักเกณฑ์ว่าหากการควบรวมกิจการนั้นก่อให้เกิดการผูกขาดทางการค้า ผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาตก่อนที่จะควบรวม แต่หากการควบรวมนั้นทำให้การแข่งขันทางการค้าลดลงจากเดิม โดยที่ไม่ก่อให้เกิดการผูกขาด จะต้องมาแจ้งการรวมธุรกิจนี้ภายใน 7 วัน
- **การร่วมกันผูกขาด ลดหรือจำกัดการแข่งขันที่ส่งผลกระทบร้ายแรง (มาตรา 54)** เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากผู้ประกอบการตั้งแต่สองรายขึ้นไปมาตกลงร่วมกันว่าจะไม่แข่งขันกัน แต่จะร่วมมือกันกระทำการผูกขาดทางค้าแทน ซึ่งเป็นการก่อให้เกิดผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อการแข่งขันในตลาดของผู้ประกอบการรายอื่น
- **การร่วมกันผูกขาด ลดหรือจำกัดการแข่งขันที่ส่งผลกระทบไม่ร้ายแรง (มาตรา 55)** เป็นพฤติกรรมระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งกันหรือคู่ค้ากันมาตกลงร่วมกัน แต่ก่อให้เกิดผลกระทบที่ไม่ร้ายแรง เพราะยังไม่ก่อให้เกิดการผูกขาดอย่างเด็ดขาด
- **การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (มาตรา 57)** เช่น ผู้ประกอบการบางรายอาจใช้อำนาจทางการตลาดที่เหนือกว่าเอาเปรียบผู้ประกอบการรายย่อย หรือกำหนดเงื่อนไขทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมเพื่อบังคับให้ผู้อื่นต้องปฏิบัติตามอย่างไม่มีทางเลือก เป็นต้น
- **การตกลงร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจต่างประเทศที่ไม่มีเหตุผลและส่งผลกระทบร้ายแรงต่อเศรษฐกิจและผู้บริโภค (มาตรา 58)** นอกจากการห้ามตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศแล้ว กฎหมายฉบับนี้ยังคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศชาติด้วย จึงได้ห้ามการตกลงร่วมกันกับผู้ประกอบการต่างชาติที่จะก่อให้เกิดการผูกขาดทางการค้าอันจะทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคและเศรษฐกิจของประเทศ

เนื่องจากกฎหมายการแข่งขันทางการค้าถือเป็นกฎหมายที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ กฎหมายฉบับนี้จึงเกี่ยวข้องกับหลักวิชาเศรษฐศาสตร์อย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมการแข่งขันทางการค้านั้นเป็นการใช้วิธีทางเศรษฐศาสตร์เพื่อก่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันทางการค้า ดังนั้น การจะทราบว่าพฤติกรรมใดเป็นพฤติกรรมต้องห้ามที่จะขัดกับเสรีภาพในการแข่งขันทางการค้า นอกเหนือจะต้องศึกษาข้อกฎหมายแล้ว ยังต้องใช้วิชาเศรษฐศาสตร์เข้ามาร่วมศึกษาด้วย

แม้ว่ากฎหมายการแข่งขันทางการค้าของแต่ละประเทศอาจแตกต่างกันไปในรายละเอียดปลีกย่อย แต่หลักการสำคัญของกฎหมายเรื่องนี้ก็ยังคงเหมือนกันคือเป็นไปเพื่อการป้องกันการผูกขาดทางการค้าหรือการใช้อำนาจอย่างไม่เป็นธรรม ผู้ประกอบการแต่ละรายที่สนใจจะประกอบธุรกิจหรือร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศใดประเทศหนึ่ง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาและเข้าใจกฎหมายฉบับนี้อย่างมาก

บทที่ 3
การจัดทำคลังข้อมูลภาษาและการดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา

เนื้อหาในบทที่ 3 เกี่ยวข้องกับการจัดทำคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและการดึงศัพท์ออกมาจากคลังข้อมูลภาษาซึ่งประกอบด้วยหัวข้อ คือ ความหมายของคลังข้อมูลภาษา คลังข้อมูลภาษากับการจัดทำประมวลศัพท์ เกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลสำหรับสร้างคลังข้อมูลภาษา การสร้างคลังข้อมูลภาษา การจัดทำคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และการดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา

3.1 ความหมายของคลังข้อมูลภาษา

Sinclair (1994, อ้างถึงใน Pearson, น.42) ได้ให้ความหมายของคำว่า คลังข้อมูลภาษา หรือ corpus ไว้ว่าเป็นการรวบรวมส่วนหนึ่งของภาษาหนึ่ง (pieces of language) ที่คัดเลือกมาและจัดเรียงตามหลักเกณฑ์ทางภาษาศาสตร์ที่กำหนด เพื่อนำมาใช้เป็นตัวอย่างในภาษานั้น ทำให้เห็นได้ว่าตามแนวคิดของ Sinclair ส่วนหนึ่งของภาษาหรือก็คือถ้อยคำ ข้อความต่าง ๆ จะถูกรวบรวมไว้ในคลังข้อมูล เพื่อคัดเลือกออกมาใช้อย่างเป็นระบบและเป็นไปตามหลักภาษาศาสตร์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน

ในขณะที่ แนวคิดของ Francis (1992, อ้างถึงใน Pearson, น.43) เห็นว่าคลังข้อมูลภาษาเป็นการรวบรวมตัวบท (texts) ที่สันนิษฐานว่าเป็นตัวแทนของภาษา ภาษาถิ่น หรือส่วนย่อยอื่น ๆ ของภาษาเพื่อใช้สำหรับ การวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์

อย่างไรก็ตาม Pearson (1998) เห็นเพิ่มเติมว่าการนำส่วนหนึ่งของภาษามาเพื่อใช้เป็นตัวแทนของส่วนอื่น ๆ นั้น ควรมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจนมากกว่าเป็นไปตามการสันนิษฐานเท่านั้น นอกจากนี้ Pearson ค่อนข้างเห็นด้วยกับแนวคิดของ McEnery และ Wilson (1996) ที่ว่าคลังข้อมูลเป็นการรวบรวมตัวบทที่กำหนดไว้แน่นอนซึ่งจะถูกดึงออกมาเป็นตัวอย่าง เพื่อใช้เป็นตัวแทนของภาษา Pearson เห็นว่าคลังข้อมูลภาษาเป็นสิ่งที่จัดสร้างขึ้นมาจากการคัดเลือก การรวบรวมส่วนต่าง ๆ ในภาษา ทั้งจากภาษาพูดและภาษาเขียนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้แน่ชัด นอกจากเพื่อวิเคราะห์ด้านภาษาศาสตร์แล้ว ยังใช้ประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนภาษา การทำวิจัย ใช้เป็นทรัพยากรการแปล และการทำประมวลศัพท์ด้วย

วิโรจน์ อรุณมานะกุล (2553, น. 1-3) ได้ให้นิยามของคลังข้อมูลภาษาไว้ว่าเป็นการรวบรวมและเก็บบันทึกข้อมูลจำนวนมากที่ได้จากทั้งภาษาเขียนหรือภาษาพูดขึ้นมาเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับอ้างอิงการใช้ภาษาในชีวิตจริง ต่อมาเมื่อระบบคอมพิวเตอร์ได้รับการพัฒนาประสิทธิภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างคลังข้อมูลภาษาจึงสะดวกมากขึ้นและสามารถใช้ประโยชน์จากคลังข้อมูลภาษาที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ ในการค้นหาคำหรือข้อความได้

ตามนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าคลังข้อมูลภาษาเป็นการรวบรวมบทความจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ เช่น ตำรา หนังสือ วารสารวิชาการ บทสัมภาษณ์ เป็นต้น ซึ่งผ่านการคัดเลือกแล้วว่าเป็นเอกสารที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และเกี่ยวข้องกับหัวข้อ เพื่อนำมาใช้ในการประมวลผลและคัดเลือกคำศัพท์เฉพาะทางของหัวข้อนั้น โดยสามารถอธิบายรายละเอียดประกอบคำศัพท์นั้นได้

3.2 คลังข้อมูลภาษากับการจัดทำประมวลศัพท์

ก่อนจะเริ่มการจัดทำประมวลศัพท์นั้น การสร้างคลังข้อมูลภาษาให้มีคุณภาพถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญอย่างยิ่งในการจัดทำประมวลศัพท์ เนื่องจากหากคลังข้อมูลภาษาไม่มีคุณภาพตั้งแต่แรกก็จะส่งผลให้การทำประมวลศัพท์ออกมาเกิดความผิดพลาดและไม่น่าเชื่อถือ ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้มาไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง ผู้ที่ต้องการจัดทำประมวลศัพท์จึงควรทราบก่อนว่าคลังข้อมูลภาษามีกี่ประเภทและแต่ละประเภทมีลักษณะอย่างไรเพื่อให้สามารถจัดสร้างคลังข้อมูลภาษาได้ออกมาสอดคล้องกับการทำประมวลศัพท์ที่ต้องการ วิโรจน์ อรุณมานะกุล (2553, น. 21-22) ได้แบ่งประเภทของคลังข้อมูลตามเกณฑ์ต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1) การแบ่งประเภทของคลังข้อมูลตามวัตถุประสงค์การใช้

แบ่งเป็นคลังข้อมูลภาษาแบบทั่วไป (general corpora) ที่มีหลักเกณฑ์กำหนดไว้ชัดเจนว่าจะใช้ข้อมูลจากแหล่งใดบ้างและเป็นสัดส่วนเท่าใด เพื่อให้เกิดความสมดุลในคลังข้อมูลภาษานั้น คลังข้อมูลภาษาแบบทั่วไปจึงใช้เป็นแหล่งที่รวบรวมข้อมูลสำหรับอ้างอิงและเป็นตัวอย่างของการใช้ภาษา เช่น การใช้ไวยากรณ์หรือการใช้คำศัพท์ อีกประเภทคือคลังข้อมูลภาษาเฉพาะทางซึ่งเป็นคลังข้อมูลที่รวบรวมจากภาษาเฉพาะทาง (specialized corpora) ที่ผู้จัดทำประมวลศัพท์ต้องการศึกษาเป็นการเฉพาะ

2) การแบ่งประเภทของคลังข้อมูลตามลักษณะข้อมูลภาษา

แบ่งเป็นคลังข้อมูลภาษาพูด (spoken corpora) ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปบทสนทนาหรือการสัมภาษณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจไม่ได้เป็นที่นิยมมากเท่าคลังข้อมูลภาษาเขียน (written corpora) ที่สามารถเก็บรวบรวมจากงานเขียนหรือบทความโดยตรงได้

3) การแบ่งประเภทของคลังข้อมูลตามการจัดเก็บข้อมูล

แบ่งเป็นคลังข้อมูลที่เก็บเฉพาะตัวบทหรือข้อความล้วน (plain text) กับคลังข้อมูลที่มีข้อมูลอื่นอธิบายประกอบไว้ด้วย (annotated text)

4) การแบ่งประเภทของคลังข้อมูลตามจำนวนภาษา

แบ่งเป็นคลังข้อมูลภาษาเดียว (monolingual corpora) กับคลังข้อมูลหลายภาษา (multilingual corpora) คลังข้อมูลหลายภาษายังสามารถแบ่งเป็นคลังข้อมูลเทียบภาษา (comparable corpora) ที่เลือกเก็บตัวบทจากหลายภาษาที่มีโครงสร้างตัวบท เช่น ประเภท หัวข้อ คล้ายกันมาเปรียบเทียบระหว่างกัน กับคลังข้อมูลเทียบบท (parallel corpora) ที่เก็บรวบรวมตัวบทจากภาษาต้นฉบับและจากฉบับแปลมาเทียบกัน

คลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้หากแบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้จะจัดเป็นคลังข้อมูลภาษาเฉพาะทาง เนื่องจากได้กำหนดหัวข้อเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าไว้เป็นการเฉพาะ

เมื่อแบ่งตามลักษณะข้อมูลภาษาจะจัดเป็นคลังข้อมูลภาษาเขียน เนื่องจากข้อมูลในคลังภาษาจะรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการเป็นหลัก และเป็นคลังข้อมูลที่เก็บเฉพาะตัวบทหรือข้อความล้วนซึ่งอยู่ในรูปของ ข้อความประเภท Text Document (.txt) รวมถึงเป็นคลังข้อมูลภาษาเดียวคือภาษาอังกฤษ

3.3 เกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลสำหรับสร้างคลังข้อมูลภาษา

ในการคัดเลือกข้อมูลสำหรับการจัดทำคลังข้อมูลภาษานั้น Cabré (1998, น.134) เสนอหลักเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลเพื่อให้มั่นใจว่าคลังข้อมูลภาษานั้นจะมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง ดังนี้

1) ข้อมูลต้องมีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าข้อมูลนั้นเป็นเสมือนตัวแทนจากสาขาวิชานั้น และมักเขียนขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น ๆ
2) ข้อมูลต้องครบถ้วนสมบูรณ์ และครอบคลุมทุกแง่มุมในหัวข้อที่ต้องการจัดทำประมวลศัพท์
3) ข้อมูลต้องทันสมัย เพื่อให้รายการคำศัพท์ที่จะได้ออกมาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
4) ข้อมูลต้องมีที่มาและเขียนในภาษาเดียวกับประมวลศัทพ์ที่ต้องการจัดทำ

การกำหนดเกณฑ์สำหรับคัดเลือกข้อมูลนั้นต้องพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารประเภทใดที่จะประกอบด้วยคำศัพท์เฉพาะทางของสาขาวิชานั้น Pearson (1998, น.35-39) ได้แบ่งประเภทของการสื่อสารที่มักนำมาใช้ในการจัดทำประมวลศัพท์ไว้เป็น 4 ประเภท

1) การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้เชี่ยวชาญ (expert-expert communication)

   เมื่อผู้เชี่ยวชาญต้องการสื่อสารระหว่างกันในสาขาวิชาหนึ่ง พวกเขาจะใช้คำศัพท์เฉพาะทาง มาก เนื่องจากพวกเขาจะสันนิษฐานว่าผู้เขียนและผู้อ่านต่างมีความรู้ที่เท่าเทียมกันในสาขาวิชานั้นอยู่แล้ว จึงสามารถเข้าใจความหมายเฉพาะทางในสาขาวิชาของคำศัพท์เหล่านั้นได้ การสื่อสารประเภทนี้มักปรากฏในวราสารวิชาการ หนังสือวิชาการ รายงานการวิจัย หรือเอกสารอื่นที่ผู้เขียนเขียนถึงความรู้ในสาขาวิชาและคาดหมายว่าผู้อ่านอยู่ในสาขาวิชานั้นเช่นเดียวกัน การสื่อสารประเภทนี้จึงปรากฏคำศัพท์เฉพาะทางสูง

2) การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้เริ่มต้น (expert to initiate communication)

   ในการสื่อสารประเภทนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังคงใช้คำศัพท์เฉพาะทางอยู่ แต่ได้มีการอธิบายความหมายของคำศัพท์บางคำที่คาดว่าผู้อ่านอาจจะไม่ทราบหรือมีความรู้ไม่เพียงพอ ดังนั้น ความหนาแน่นของคำศัพท์เฉพาะทางในการสื่อสารประเภทนี้จึงไม่หนาแน่นมากเท่าประเภทแรก เนื่องจากมีการกระจายของคำศัพท์ที่แทรกด้วยคำอธิบาย การสื่อสารประเภทนี้มักปรากฏในตำราเรียนของสาขานั้นที่คาดหมายได้ว่าผู้อ่านจะมีความรู้พื้นฐานอยู่บ้าง

3) การสื่อสารระหว่างผู้ที่ค่อนข้างเชี่ยวชาญและผู้ไม่มีความรู้ในสาขาวิชานั้น (Relative expert to the uninitiated communication)

ในที่นี้ ผู้ไม่มีความรู้ในสาขาวิชานั้น หมายถึง ผู้ที่มีความรู้พื้นฐานปกติทั่วไป แต่ไม่มีความรู้หรือไม่เคยเกี่ยวข้องใด ๆ เลยในสาขาเฉพาะทางนั้น คำศัพท์เฉพาะทางในการสื่อสารประเภทนี้จึงปรากฏออกมาน้อยมาก การสื่อสารประเภทนี้มักเป็นวารสารวิทยาศาสตร์ที่โด่งดัง หรือบทความพิเศษในหนังสือพิมพ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนทั่วไปที่มีหลากหลายประเภท

4) การสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้เรียน (Teacher-Pupil communication)

คำว่า ผู้เรียน ในกรณีนี้หมายถึงผู้ที่ไม่มีความรู้ในสาขาวิชานั้นมาก่อนแต่จำเป็นต้องศึกษาหาความรู้ด้วยวัตถุประสงค์ทางการศึกษาหรือทางอาชีพการงาน การสื่อสารประเภทนี้จึงมักเป็นตำราเรียนเบื้องต้น หนังสือคู่มือ หรือคู่มือแนะนำต่าง ๆ คำศัพท์เฉพาะทางที่ปรากฏในการสื่อสารประเภทนี้จึงได้รับการอธิบายด้วยภาษาทั่วไป และมีคำอธิบายหรือความหมายเพิ่มเติมประกอบคำศัพท์นั้นอยู่ด้วยตลอด

Pearson สรุปว่าการคัดเลือกคำศัพท์จาการสื่อสารประเภทที่ 1, 2 และ 4 เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากกว่าประเภทที่ 3 เนื่องจากเป็นการใช้โดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีความรู้อย่างแท้จริงในสาขาเฉพาะทางนั้น ทำให้สามารถเชื่อได้ว่าคำศัพท์นั้นได้ถูกใช้ในความหมายที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน

3.4 การสร้างคลังข้อมูลภาษา

Pearson (1998, น.58-62) ได้อธิบายว่าการจะสร้างคลังข้อมูลภาษาที่ดีนั้นควรมีลักษณะและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอย่างไรบ้าง ดังนี้

1) ขนาด (size)

ขนาดของคลังข้อมูลนั้นไม่ได้มีหลักเกณฑ์ที่กำหนดว่าต้องมีขนาดใหญ่มากน้อยเพียงใด Pearson เสนอว่าข้อมูลใดที่ตรงตามเกณฑ์ในการนำมาจัดทำประมวลศัพท์ควรจะถูกนำมารวบรวมไว้ในคลังข้อมูลเสมอ

2) ตัวบทภาษาเขียน (written text)

ตัวบทที่รวบรวมไว้ในคลังข้อมูลภาษาต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่เป็นภาษาเขียน และตัวบทนั้นต้องเป็นตัวบทที่สมบูรณ์ เพื่อให้สามารถทราบถึงคำนิยามหรือคำอธิบายคำศัพท์นั้นในครั้งแรกอย่างครบถ้วน

3) การตีพิมพ์เผยแพร่ (Published)

ตัวบทต้องได้รับการตีพิมพ์ Biber's (1993, อ้างถึงใน Pearson) อธิบายไว้ว่าตัวบทนั้นควรได้รับการตีพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง และมีลิขสิทธิ์ที่ได้จดทะเบียนไว้ถูกต้อง

4) ที่มาของตัวบท (Text Origin)

ตัวบทต้องมีที่มาจากที่เดียว โดยอาจเป็นงานเขียนจากผู้เขียนคนเดียวหรือเขียนร่วมกันก็ได้ รวมถึงอาจเป็นงานเขียนที่ผลิตโดยสถาบันซึ่งมีมาตรฐานเช่นกัน

5) องค์ประกอบ (Constitution)

Atkins (1992, อ้างถึงใน Pearson) เสนอว่าถ้าเป็นตัวบทที่อยู่ในรูปแบบหนังสือที่เขียนโดยผู้เขียนคนเดียว หนังสือทั้งเล่มนั้นจัดเป็นตัวบทสมบูรณ์ (full text) แต่ถ้าสิ่งตีพิมพ์นั้นเขียนโดยผู้เขียนหลายรายซึ่งสามารถแยกเป็นตัวบทเดี่ยว ๆ ได้ ตัวบทนั้นก็เป็นตัวบทสมบูรณ์ และสิ่งตีพิมพ์ทั้งฉบับนั้นจัดเป็นตัวบทผสม (composite text)

6) ผู้เขียนตัวบท (Author)

ผู้เขียนต้องเป็นบุคคลหรือสถาบันอันเป็นที่รู้จักกันดี ในระดับสถาบันนั้นควรเป็นองค์กรที่มีมาตรฐานหรือเป็นองค์กรวิชากรที่มีผู้เชี่ยวชาญสังกัดอยู่ ในระดับบุคคลควรเป็นคนที่เป็นที่รู้จักอย่างกว่างขวางในวงการสาขาวิชานั้นและมีภูมิหลังทางการศึกษาและการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเขียน

7) ข้อเท็จจริง (Factuality)

ตัวบทที่นำมาใช้ต้องเป็นข้อเท็จจริงซึ่งอาจเป็นการยากที่จะพิสูจน์ว่าข้อมูลใดจริงหรือเท็จ Pearson จึงเสนอให้ใช้กฎเกณฑ์อื่นในการพิจารณาควบคู่ไปด้วย เช่น ผู้เขียน วัตถุประสงค์ ผู้อ่าน เป็นต้น เพื่อแยกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงออกมา

8) ข้อมูลเชิงเทคนิก (Technicality)

Atkins อธิบายว่าคุณสมบัติเชิงเทคนิกนี้ขึ้นอยู่กับระดับความรู้เฉพาะทางหรือความรู้เชิงเทคนิกของผู้ขียนและกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย ตัวบทจึงต้องประกอบด้วยข้อมูลเชิงเทคนิกที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือประกอบด้วยข้อมูลกึ่งเทคนิกที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญสำหรับกลุ่มผู้อ่านเฉาะกลุ่ม

9) ผู้อ่านตัวบท (Audience)

ผู้อ่านตัวบทเป็นกลุ่มเป้าหมายของงานเขียน ผู้อ่านอาจเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในระดับเดียวกับผู้เขียน หรือในระดับต่ำกว่าผู้เขียน แต่มีความสนใจหรือต้องการที่จะเรียนรู้ในเรื่องนั้น ผู้อ่านยังอาจเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาหรือเป็นผู้ที่ทำอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานั้น

10) วัตถุประสงค์ที่ต้องการ (Intended Outcome)

ตัวบทต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูล สอนในหัวข้อนั้น ๆ หรือกำหนดให้เป็นมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการอธิบายและนิยามคำศัพท์ที่ใช้ในขอบเขตสาขาวิชา

11) สถานการณ์ (Setting)

ตัวบทจะต้องอยู่ในสถานการณ์การสื่อสารหนึ่งในสามสถานการณ์นี้เสมอ ได้แก่ การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้วยกัน การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้เริ่มต้น และการสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

12) หัวข้อ (Topic)

ตัวบทต้องอยู่ในขอบเขตของสาขาวิชาเฉพาะที่ผู้จัดทำได้กำหนดไว้ ผู้จัดทำจึงควรกำหนดหัวข้อให้มีความชัดเจนเพื่อให้สามารถระบุตัวบทที่จะนำมารวบรวมไว้ในคลังข้อมูลได้ และยังช่วยให้ผู้จัดทำสามารถมุ่งประเด็นไปที่หัวข้อที่อยู่ภายในขอบเขตของงานได้

การจะพิจารณาว่าคลังข้อมูลภาษาที่ต้องการนั้นจะต้องประกอบด้วยข้อมูลที่มาจากแหล่งใดบ้าง Cabré (1998, น.116-129) เห็นว่าให้พิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการทำบันทึกข้อมูลศัพท์เป็นสำคัญ โดยได้แบ่งประเภทของเอกสารที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลออกเป็น 3 ประเภท

1) เอกสารอ้างอิง (reference works)

เอกสารอ้างอิงเป็นเอกสารที่นักศัพทวิทยาใช้เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของหัวข้อนั้นในทางทฤษฎี ทางปฏิบัติ หรือทางบรรณานุกรม ข้อมูลเหล่านี้จะเชื่อมโยงกันเป็นระบบมโนทัศน์ของหัวข้อนั้น เอกสารอ้างอิงอาจเป็นงานด้านศัพทวิทยาในหัวข้อเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน หรืออาจเป็นพจนานุกรม หรือหนังสือคู่มือต่าง ๆ แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.1) เอกสารเกี่ยวกับเอกสารอ้างอิง (documents on documentation) เป็นเอกสารที่ใช้หาข้อมูลจากการสืบค้นและค้นหาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดทำประมวลศัพท์ ได้แก่ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (บรรณานุกรม) และแหล่งข้อมูลตติยภูมิ (บรรณานุกรมของบรรณานุกรม) ฐานข้อมูลเอกสาร รวมถึงศูนย์การจัดการด้านศัพทวิทยาที่มักจะมีห้องสมุดเฉพาะทาง และผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชา

1.2) เอกสารเกี่ยวกับสาขาวิชาเฉพาะทาง (documents on the special subject field) เนื่องจากการสืบค้นทางศัพทวิทยาต้องอาศัยความรู้ที่รวบรวมจากหลายด้าน ได้แก่ ความรู้เฉพาะทางด้านประมวลศัพท์ เช่น ทฤษฎี ระเบียบวิธีวิจัย ประสบการณ์ เป็นต้น ความรู้ในสาขาวิชาเฉพาะ และความรู้ด้านภาษา

1.3) เอกสารเกี่ยวกับคำศัพท์ (documents on terms) เอกสารที่นิยมใช้อ้างอิงมากที่สุดคือ พจนานุกรม เอกสารที่เกี่ยวกับรายการคำศัพท์ และฐานข้อมูลด้านประมวลศัพท์ เพื่อยืนยันการใช้คำศัพท์จริงในภาษานั้น การให้ความหมาย การสะกดคำ และข้อมูลทางไวยากรณ์ของคำศัพท์ เป็นต้น

1.4) เอกสารเกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัยและการนำเสนอผลงาน (documents on the research method and presentation of work) เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำประมวลศัพท์ให้เป็นไปตามนโยบายหรือมาตรฐานสากลตามที่องค์กรที่เกี่ยวข้องได้กำหนดและจัดทำไว้ เช่น ISO 704 (1987) Principles and methods of terminology

2) เอกสารเฉพาะทาง (Specific documents)

ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชามักเป็นผู้สร้างหรือกำหนดคำศัพท์เฉพาะทางขึ้นมาเพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างกันในสาขาวิชานั้น การสื่อสารด้านเทคนิคหรือศาสตร์ต่าง ๆ ทั้งโดยภาษาพูดและภาษาเขียนจึงเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานสำหรับการนำมาคัดเลือกคำศัพท์ รวมถึงหลักเกณฑ์การประเมินคุณค่าของแหล่งข้อมูลว่าต้องเป็นตัวแทนของหัวข้อนั้นซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของงาน ต้องทันสมัย และต้องชัดเจนเพียงพอ

ในการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจึงใช้เอกสารเฉพาะทางจากฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัย สำนักงานกฎหมายที่มีชื่อเสียง และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาจัดทำคลังข้อมูลภาษา

3) เอกสารสนับสนุน (Support materials)

การบันทึก (records) เป็นจุดเริ่มต้นการจัดระเบียบข้อมูลในการทำงานด้านศัพทวิทยา Cabré ได้แบ่งการบันทึกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

3.1) บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction record) เป็นการบันทึกคำศัพท์ที่อยู่ในแหล่งข้อมูล เพื่อให้เห็นว่าคำศัพท์นั้นปรากฏขึ้นอย่างไรในเอกสาร มีบริบทแวดล้อมอย่างไร องค์ประกอบของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นประกอบไปด้วย

• Entry No.	ลำดับของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น
• Concept	ชื่อเรียกมโนทัศน์
• Eng	ศัพท์ภาษาอังกฤษ
• Feature	ลักษณะและความหมายของศัพท์ โดยอ้างอิงจากบริบทในคลังข้อมูลภาษา
• Conceptual Relation	ความสัมพันธ์ของมโนทัศน์กับมโนทัศน์อื่น ๆ
• Extraction	บริบทและแหล่งที่มาของศัพท์

- Synonym Term ศัพท์เหมือนที่พบในคลังข้อมูลภาษา
- Abbreviation อักษรย่อของศัพท์
- Grammatical Category ข้อมูลทางไวยากรณ์ของศัพท์

3.2) บันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological records) ประกอบด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคำศัพท์นั้น มักเป็นข้อมูลที่ได้มาจากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นหรือเอกสารอ้างอิง และนำมาเสนออย่างเป็นระบบ องค์ประกอบของบันทึกข้อมูลศัพท์ที่ใช้ในการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้ประกอบไปด้วย

- TR ลำดับของบันทึกข้อมูลศัพท์
- Eng ศัพท์ภาษาอังกฤษ (ภาษาต้นทาง)
- Thai ศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย (ภาษาปลายทาง)
- Grammatical Category ข้อมูลทางไวยากรณ์ของศัพท์
- Subject Field ความสัมพันธ์ของคำศัพท์ในสาขาวิชา
- Definition คำนิยามในภาษาปลายทาง
- Illustration บริบทและแหล่งที่มาของศัพท์
- Note หมายเหตุเกี่ยวกับการใช้คำศัพท์
- Linguistic Specification ข้อมูลทางภาษาศาสตร์
- Cross-reference ความเกี่ยวข้องกับคำศัพท์อื่นในประมวลศัพท์

3.3) การบันทึกความเชื่อมโยงสอดคล้อง (Correspondence records) ใช้ในการบันทึกข้อมูลที่มีมากกว่าหนึ่งภาษาเพื่อเก็บข้อมูลแบบแยกภาษาและเพื่อให้สามารถนำมาเทียบให้เป็นข้อมูลเดียวกันได้

3.4) การบันทึกคำถาม (Query records) เป็นการทำประมวลศัพท์ที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลแบบเฉพาะกิจ (ad-hoc terminology search) ที่เกิดจากการตั้งคำถามจากผู้ใช้และผู้จัดทำจะตอบคำถามเพื่อให้ผู้ใช้สามารถมาสืบค้นต่อได้

การจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นการจัดทำประมวลศัพท์แบบระบบภาษาเดียว (systematic monolingual search) คือภาษาอังกฤษ และใช้เอกสารสนับสนุน คือ บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological records)

3.5 การจัดทำคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกเอกสารเพื่อนำมารวบรวมเป็นคลังข้อมูลของ Pearson (1998) นั้น ผู้จัดทำได้เลือกประเภทของเอกสารประเภทที่1, 2 และ 4 ซึ่งประกอบด้วยบทความวิชาการ บทวิเคราะห์ คู่มือคำแนะนำต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปของภาษาเขียนที่ใช้ภาษาระดับกึ่งทางการไปจนถึงภาษาระดับทางการ โดยมีที่มา

จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น วารสารวิชาการของมหาวิทยาลัย บริษัทกฎหมายชั้นนำ หน่วยงานราชการ เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ และวิเคราะห์กฎมายการแข่งขันทางการค้า

คลังข้อมูลนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเฉพาะข้อความประเภท Text Document (.txt) ประกอบไปด้วยคำ (Word tokens) จำนวน 682,350 คำ และแบ่งเป็น Word Types ทั้งหมด 19,357 คำ รวมจำนวนไฟล์ที่เก็บรวมรวมมาทั้งสิ้น 75 ไฟล์ โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) บทวิเคราะห์และบทสรุปสาระสำคัญจากบริษัทกฎหมายที่มีชื่อเสียงทั่วโลก

ผู้จัดทำได้รวบรวมบทความ บทวิเคราะห์จากนักกฎมายและบริษัทกฎหมายทั่วโลก เช่น Baker McKenzie, ALLEN & OVERY, Rajah & Tann Asia, Tilleke & Gibbins เป็นต้น เนื่องจากเป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงกฎหมาย จึงมีความรู้ ความชำนาญและความน่าเชื่อถือ จุดประสงค์ของบทความประเภทนี้คือเพื่อให้ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายฉบับนี้และนำไปปฏิบัติตามให้เกิดประโยชน์ จึงจัดให้บทความประเภทนี้เป็นประเภท expert-to-initiate โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 35 ไฟล์ ประกอบไปด้วย Word Tokens จำนวน 101,021 คำ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.8% และแบ่งเป็น Word types จำนวน 6,562

2) วารสารทางวิชาการ

ผู้จัดทำสืบค้นวารสารวิชาการเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจากเว็บไซต์ของหอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (www.car.chula.ac.th) เป็นหลัก โดยเลือกค้นหาในหัวข้อ Academic Search, Business Source, CINAHL, Education, Political Science Complete ของ EBSCOhost นอกจากนี้ ยังได้สืบค้นจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกโดยตรง เช่น Justus Liebig University, Oxford University Press เป็นต้น วารสารวิชาการเหล่านี้จัดเป็นประเภท expert-to-expert โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 26 ไฟล์ ประกอบไปด้วย Word Tokens จำนวน 435,332 คำ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.8% และแบ่งเป็น Word types จำนวน 16,638 คำ

3) คู่มืออธิบายและแนวทางเบื้องต้นของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ผู้จัดทำเห็นว่าคู่มือ คำแนะนำ และแนวทางเบื้องต้นจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทางการค้ามาก่อน บทความเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอนให้ผู้อ่านเข้าใจพื้นฐานของกฎหมายฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มแรก โดยส่วนมากรวบรวมมาจากหน่วยงานราชการที่จัดทำกฎหมายฉบับนี้ จึงจัดเป็นประเภท teacher-to-pupil โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 14 ไฟล์ ประกอบไปด้วย Word Tokens จำนวน 145,997 คำ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.4% และแบ่งเป็น Word types จำนวน 6,967 คำ

เมื่อได้คลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเรียบร้อยแล้วก็จะนำคลังข้อมูลดังกล่าวนี้ไปประมวลผลและวิเคราะห์เพื่อดึงคำศัพท์เฉพาะด้วยโปรแกรม AntConc และโปรแกรม Collocation Extract

3.6 การดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา

ก่อนจะดึงคำศัพท์จากคลังข้อมูลภาษาได้นั้น ต้องเข้าใจความหมายและความแตกต่างของคำและคำศัพท์ก่อน ตามที่ได้ศึกษาเรื่องนี้จากแนวคิดของนักภาษาศาสตร์และองค์กรที่กำหนดมาตรฐานการทำศัพทวิยา ไว้ในบทที่ 2 ทำให้ทราบว่า คำ (word) เป็นหน่วยในภาษาที่มีความหมายได้มากกว่าหนึ่งความหมาย ขึ้นอยู่กับบริบทและสถานการณ์ในการใช้คำนั้นที่จะเป็นตัวกำหนดว่าคำจะมีความหมายว่าอย่างไร คำจึงเป็นสิ่งที่มีหน้าที่ในการอ้างอิงถึงเรื่องทั่วไปและหลากหลายกว่าซึ่งเมื่อถูกนำมารวบรวมไว้ด้วยกันจะเรียกว่ารายการคำศัพท์ (vocabulary) ในขณะที่ คำศัพท์ (term) เป็นสิ่งที่ใช้อ้างอิงและใช้เรียกมโนทัศน์ในสาขาวิชาเฉพาะทางสาขาใดสาขาหนึ่ง คำศัพท์จึงเป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงคำจำกัดความและนิยามของมโนทัศน์นั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ต้องตรงกันภายในสาขาวิชานั้น คำศัพท์จึงเป็นสิ่งที่มีลักษณะตามการอ้างอิงเฉพาะเรื่องของสาขาวิชา เมื่อคำศัพท์ถูกนำมารวบรวมกันไว้จะเรียกว่าศัพทวิทยา (terminology)

ในขั้นตอนการดึงคำศัพท์จากคลังข้อมูลภาษานั้น Cabré (1998, น.136-137) เห็นว่าคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจะสามารถช่วยคัดเลือกคำศัพท์เฉพาะทางให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มผู้ใช้ประมวลศัพท์ได้ เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้ที่ทราบและสามารถจำกัดขอบเขตขององค์ประกอบทางภาษาศาสตร์ในคลังข้อมูลของสาขาวิชานั้นได้ง่ายกว่าผู้ที่ไม่มีความรู้

ในการสร้างคำศัพท์ใหม่ ๆ หลายกรณี ผู้เชี่ยวชาญมักใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้วมารวมกันเพื่อสร้างเป็นคำศัพท์ใหม่ เรียกว่า วลี (phrases) Cabré ได้เสนอวิธีการพิสูจน์ว่าวลีใดถือเป็นคำศัพท์เฉพาะทาง ดังนี้

1) คำแต่ละคำต้องถูกจัดเรียงอย่างถูกต้องตามหลักภาษาศาสตร์
2) องค์ประกอบทางไวยากรณ์ภาษา เช่น a, an, the ต้องไม่สามารถแทรกแซงระหว่างวลีได้
3) แต่ละคำในวลีนั้นไม่สามารถแก้ไขได้
4) คำนั้นต้องสามารถแทนที่ด้วยคำเหมือนอื่นได้
5) คำนั้นต้องมีคำตรงข้ามอยู่ในสาขาวิชาเดียวกัน
6) คำนั้นต้องมีความถี่ในการปรากฏในตัวบทสาขาวิชานั้น
7) คำนั้นมีลักษณะเป็นหนึ่งหน่วยเหมือนกันในภาษาอื่น
8) ความหมายของคำนั้นต้องมีความสมบูรณ์ด้วยตัวเอง ไม่สามารถนำความหมายจากแต่ละคำมารวมกันได้

นอกจากนี้ Pearson (1998, น.130-133) เสนอหลักในการพิจารณาคำศัพท์เฉพาะทางโดยใช้การอ้างอิงแบบทั่วไป (generic reference) ร่วมกับการสังเกตจากคำบ่งชี้ทางภาษาศาสตร์ (linguistic signals) เช่น คำที่ใช้ขยายความ called…, known as…, e.g…., the term …, รวมถึงเครื่องหมายวรรคตอน “…” เป็นต้น

เมื่อได้จัดทำคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าแล้ว ในการดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษานี้จะต้องมี concordance programs ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ช่วยในการค้นหาความถี่ในการปรากฏของคำ

หรือข้อความในคลังข้อมูลภาษาที่ได้รวบรวมไว้ และใช้วิเคราะห์การใช้คำศัพท์เหล่านั้น เช่น ลักษณะของคำ การปรากฏร่วมกันของคำ โครงสร้างไวยากรณ์ คำเหมือนหรือคำตรงข้าม เป็นต้น ในการทำประมวลศัพท์เรื่องนี้ ผู้จัดทำได้เลือกใช้ concordance programs 2 ชนิด คือ โปรแกรมการวิเคราะห์คลังข้อมูลภาษา AntConc และโปรแกรม Collocation Extract ในการวิเคราะห์คลังข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1) การหาความถี่ในการปรากฏของคำ (word frequency) จาก word list ในโปรแกรม AntConc เมื่อตัดคำที่ช่วยทำให้โครงสร้างของประโยคถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Function words) เช่น คำนำหน้านาม (Articles)ได้แก่ a, an, the คำบุพบท (Prepositions) ได้แก่ of, to ,in, for, by, on สรรพนามบ่งชี้ (Demonstrative pronoun) ได้แก่ that คำกริยา Verb to be ได้แก่ is, be, are คำสันธาน (Conjunctions) ได้แก่ and, or, as ออก เพื่อค้นหาคำหลักที่สื่อความหมายสาระสำคัญของประโยค (Content Words) จะพบคำศัพท์ที่มีความถี่สูงสุด 10 อันดับแรกดังนี้

3.1) competition	มีความถี่ 5,994 คำ
3.2) market	มีความถี่ 4,822 คำ
3.3) law	มีความถี่ 3,112 คำ
3.4) price	มีความถี่ 2,360 คำ
3.5) act	มีความถี่ 1,666 คำ
3.6) section	มีความถี่ 1,515 คำ
3.7) case	มีความถี่ 1,427 คำ
3.8) commission	มีความถี่ 1,296 คำ
3.9) court	มีความถี่ 1,265 คำ
3.10) merger	มีความถี่ 1,258 คำ

จากผลการค้นหาความถี่ของคำ ทำให้เห็นว่าคำที่พบมากที่สุดเป็นคำศัพท์ที่สามารถพบได้ทั่วไป และเป็นคำที่อยู่ในสาขาวิชาอื่นด้วย ผู้จัดทำจึงสันนิษฐานว่าคำศัพท์ในเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้น น่าจะมีสัดส่วนของคำศัพท์ที่เป็นคำปรากฏร่วม (collocation) มากกว่า

2) การหาคำปรากฏร่วม (collocation) วิโรจน์ อรุณมานะกุล (2553, น. 326) ให้ข้อสังเกตว่าการหาคำปรากฏร่วมสามารถพิจารณาได้จากความถี่ของการปรากฏคำสองคำที่อยู่ติดกันได้เช่นเดียวกัน แต่มักมีปัญหาว่าจะพบ function words ติดมาด้วยเสมอ Justeson and Katz (1995, อ้างถึงใน วิโรจน์, น. 326) เสนอว่าให้พิจารณาเฉพาะคำปรากฏร่วมที่เกิดจากการจับคู่กันของคำนามและคำนามด้วยกัน หรือคำคุณศัพท์และคำนาม ผู้จัดทำจึงได้ใช้โปรแกรม Collocation Extract ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้เพื่อจัดลำดับคำปรากฏร่วมในคลังข้อมูล โดยใช้การค้นหาตามสถิติ 3 แบบคือ Dunning's Log Likelihood, (pointwise) Mutual Information และ Chi-square

ผลการค้นหาคำปรากฏร่วมโดยใช้สถิติทั้ง 3 แบบดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าสถิติแบบ Dunning's Log Likelihood นั้นแสดงผลของคำปรากฏร่วมของ content words ที่คาดว่าจะเป็นคำศัพท์ (term) ออกมาใกล้เคียงกับผลจากการค้นหาด้วยโปรแกรม AntConc มากที่สุด ผลการค้นหา 20 อันดับแรกจากสถิติแบบ Dunning's Log Likelihood เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายแข่งขันทางการค้า มีดังนี้

No.	Word1	Word2
1	competition	law
2	anti	competitive
3	market	power
4	price	fixing
5	dominant	position
6	market	definition
7	relevant	market
8	competition	policy
9	collective	bargaining
10	market	share
11	margin	squeeze
12	competition	authority
13	predatory	pricing
14	an	undertaking
15	bid	rigging
16	competition	laws
17	joint	ventures
18	exclusive	dealing
19	geographic	market
20	interlocking	directorates

3) การตรวจสอบว่าเป็นเป็นคำศัพท์เฉพาะทางในสาขาวิชาหรือไม่ ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1) การใช้โปรแกรม AntConc โดยค้นหาจากคำบ่งชี้ต่าง ๆ เช่น Verb to be, เครื่องหมายวรรคตอน เช่น ทวิภาค (:) หรือคำศัพท์ที่บ่งชี้ว่าคำหรือวลีที่ตามมาเป็นความหมายของคำศัพท์นั้น เช่น mean, known as, considered, defined as เป็นต้น

- Hardcore cartel **is a commonly used term** since the late 1990s. The definition of hardcore cartels provided by the OECD entails an anti-competitive agreement, anti-competitive concerted practice or anti-competitive arrangement by competitors to fix prices, make rigged bids (collusive tenders) establish output restrictions or quotas, or share or divide markets by allocating customers, suppliers, territories, or lines of commerce. (CL054.txt)

- Price fixing is a practice which falls into the first category. The general view of price fixing is that two or more parties agree to restrict competition between themselves by setting fixed or minimum prices below which they will not sell. Such an arrangement **is termed** a cartel. (CL059.txt)
- Undertaking **means** any person, being an individual, a body corporate, an unincorporated body of persons or any other entity, capable of carrying on commercial or economic activities relating to goods or services. (CL065.txt)
- Professors Phillip Areeda and Donald Turner have **defined** a cartel **as** "an arrangement in which competing firms have substituted an agreement on price, output or related matters for independent decision making." (CL059.txt)
- "A dominant undertaking may try to foreclose its competitors by hindering them from selling to customers through use of exclusive purchasing obligations or rebates, together **referred to as** exclusive dealing" (EU 2008: para. 28). (CL038.txt)
- The 2017 Act makes a distinction between cartels between competitors in the same market leading to price fixing, market allocation, output control or bid rigging (Section 54), which **are considered** hardcore cartels, and cartels between other operators or non-hardcore cartels (CL006.txt)
- **Predatory pricing:** selling a product or service below cost to drive competitors out of the market (CL067.txt)
- Section 36 of the Act empowers the Minister, acting on a recommendation of CCCS, to exempt, by order, categories of agreements from the section 34 prohibition. Such an exemption **is known as** a block exemption. (CL064.txt)

3.2) คำศัพท์ที่เป็นคู่คำตรงกันข้าม ซึ่ง Cabré อธิบายว่าคำศัพท์เฉพาะทางจะมีคำตรงข้ามที่อยู่ในสาขาวิชาเดียวกัน เช่น คำว่า horizontal agreement เป็นข้อตกลงระดับแนวนอนที่ทำขึ้นระหว่างคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจในระดับเดียวกัน ในขณะที่ vertical agreements เป็นข้อตกลงในระดับแนวดิ่งที่ทำขึ้นระหว่างผู้ประกอบการที่อยู่ต่างระดับกัน ทั้ง 2 คำนี้จึงเป็นคำที่มีความหมายตรงข้ามกัน

A **horizontal agreement** means an agreement between enterprises each of which operates *at the same level in the production or distribution chain*. In other words, competitors in the same market, for example, agreement between manufacturers, wholesalers or retailers. (CL015.txt)

vertical agreements entered into between two or more undertakings each of which operates, for the purposes of the agreement, *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 products5, other than such vertical agreement as the Minister may by order specify; (CL064.txt)

3.3) คำที่มีคำเหมือน (synonym) ซึ่งสอดคล้องที่ Cabré ได้เสนอวิธีการพิสูจน์คำศัพท์เฉพาะทางไว้ว่าคำนั้นต้องสามารถแทนที่ด้วยคำเหมือนอื่นได้ เช่น คำว่า perfect competition ที่มีคำเหมือนคือคำว่า pure competition

The term "**pure competition**" is one of the synonyms of "**perfect competition**". (CL037.txt)

3.4) คำที่มีตัวย่อ เช่น คำว่า resale price maintenance ที่มีตัวย่อที่นิยมใช้คือ RPM จึงสามารถนำตัวย่อนี้มาช่วยพิจารณาในการดึงคำที่เป็นคำศัพท์เฉพาะทางได้เช่นกัน

A vertical agreement involving price restriction, where an upstream seller imposes a fixed or minimum price that a downstream buyer must re-sell, is deemed as anti-competitive. This is a form of **resale price maintenance (RPM)** which the Commission will take strong stance against. Any other form of **RPM** includes maximum pricing or recommended retail pricing. For example, a manufacturer fixes the price for which its products are sold at the retail level. This is considered to be anti-competitive as the effect of this is that re-sellers or retailers do not compete on price. (CL015.txt)

3.5) การตรวจสอบกับรายการคำศัพท์อ้างอิงและผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายการแข่งขันทางการค้าว่าคำศัพท์เฉพาะทางเหล่านี้เป็นมีความหมายเฉพาะในสาขานี้หรือไม่ เช่น คำว่า market definition ที่ผู้จัดทำเห็นว่าเป็นคำศัพท์ทั่วไปที่อาจมีความหมายว่า "นิยามของคำว่าตลาด" แต่จากการตรวจสอบกับรายการอ้างอิงจาก Glossary of competition terms ของเว็บไซต์ Concurrences และได้สอบถามผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติม ทำให้ทราบว่า market definition ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพิจารณาว่าการกระทำใดเป็นพฤติกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้า โดยการจะทราบได้นั้นต้องพิจารณาจากเกณฑ์สินค้าและเกณฑ์พื้นที่ทางภูมิศาสตร์เป็นสำคัญ ดังนั้น market definition จึงมีความหมายเฉพาะในวิชากฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ผลการสืบค้นจากคลังข้อมูลภาษาทำให้ได้คำศัพท์เฉพาะทางเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจำนวน 36 คำ ซึ่งจะนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของแต่ละคำและสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ต่อไป

บทที่ 4
มโนทัศน์และมโนทัศน์สัมพันธ์

เมื่อได้คำศัพท์จากการดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษาในบทที่ 3 มาแล้ว ในบทที่ 4 นี้จะอธิบายเกี่ยวกับความหมายของมโนทัศน์ การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ และการระบุมโนทัศน์สัมพันธ์จากประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

4.1 ความหมายของมโนทัศน์

ตามที่ Wüster (1979, อ้างถึงใน Pearson, 1998, น.10-11) มองว่าคำศัพท์เฉพาะ (terms) กับคำทั่วไปในภาษานั้น ๆ (general language words) แตกต่างกัน วิธีการทำงานกับคำศัพท์เฉพาะกับคำศัพท์ทั่วไปก็ควรจะดำเนินการด้วยวิธีที่ไม่เหมือนกันเช่นเดียวกัน เนื่องจากการทำงานด้านประมวลศัพท์จะเริ่มต้นงานได้จากมโนทัศน์ (concept) ตรงข้ามกับงานด้านศัพทวิทยาทั่วไปที่เริ่มจากหน่วยคำในภาษา Wüster เสนอว่ามโนทัศน์เป็นองค์ประกอบของความคิด มโนทัศน์ประกอบไปด้วยการรวบรวมลักษณะเฉพาะที่เราสามารถใช้เพื่อแยกวัตถุที่มีอยู่จำนวนมากออกจากกันได้ รวมถึงใช้ในการจัดระบบความคิดและเพื่อการสื่อสารระหว่างกัน มโนทัศน์จึงควรแยกออกจากคำศัพท์และภาษา เป็นอิสระจากกัน

ISO 704:2000 (น.2) เสนอว่ามโนทัศน์เป็นหน่วยหรือกระบวนการทางความคิดที่ใช้ในการจำแนกวัตถุเป็นรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน ในการจัดทำประมวลศัพท์ ISO จะสนใจเฉพาะการนำเสนอมโนทัศน์ที่อยู่ในขอบเขตของสาขาวิชาเฉพาะที่ใช้จัดทำประมวลศัพท์นั้นเท่านั้น ไม่ใช่มโนทัศน์ทั้งหมดในระบบภาษา การสร้างประมวลศัพท์จึงจำเป็นต้องใช้ความเข้าใจในระบบมโนทัศน์ประกอบกันกับความรู้ในสาขาวิชานั้น มโนทัศน์จึงไม่ใช่เป็นเพียงหน่วยทางความคิด แต่ยังเป็นหน่วยทางความรู้อีกด้วย

Sager (1990, น.22-23) อธิบายว่าเนื่องจากมโนทัศน์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนคำศัพท์ คำศัพท์จึงเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่เป็นตัวแทนแสดงให้เห็นถึงมโนทัศน์นั้น Sager จึงนิยามมโนทัศน์ว่าเป็นการสร้างกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ที่ช่วยในการจัดประเภทของวัตถุให้เป็นไปอย่างเป็นระบบหรือตามความต้องการของผู้จัดทำ การเกิดขึ้นของมโนทัศน์จึงนับเป็นกระบวนการของการจัดกลุ่มและจัดลำดับวัตถุที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้แต่สามารถรับรู้หรือจินตนาการถึงได้เพื่อนำไปสู่หมวดหมู่ที่เป็นนามธรรม มโนทัศน์จึงถูกใช้ในการวางโครงสร้างความรู้และการรับรู้ของสิ่งที่อยู่รอบตัว

Cabré (1998, น.1-3) ได้ให้ความหมายของคำว่า มโนทัศน์ ไว้ว่าเป็นหน่วยของความคิดที่แสดงให้เห็นถึงการจัดประเภทของวัตถุ มโนทัศน์ประกอบไปด้วยกลุ่มของวัตถุที่มีลักษณะเฉพาะที่คล้ายกันและนำมาจัดอยู่ในประเภทเดียวกัน ลักษณะเฉพาะเหล่านี้ก่อให้เกิดการจัดระเบียบทางความคิดเพื่อสื่อสารแนวคิดของมโนทัศน์นั้นออกไป ผู้พูดจึงต้องใช้คำศัพท์หรือกลุ่มคำศัพท์ทั้งในรูปของภาษาพูดและภาษาเขียนเสมือนเป็นสัญลักษณ์ ลักษณะเฉพาะของมโนทัศน์แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ลักษณะเฉพาะที่สำคัญ (essential) เป็นลักษณะเฉพาะที่จำเป็นในการใช้จำแนกมโนทัศน์ออกจากกัน เช่น โต๊ะ มีลักษณะคือ พื้นผิวเรียบแบนขนานกับพื้น มีระยะและสัดส่วนของแต่ละด้านที่เท่ากัน มีความสูงจากพื้นไม่เกิน 1 เมตร แต่ลักษณะเฉพาะที่สำคัญที่ทำให้เราสามารถจำแนกโต๊ะกับเก้าอี้ออกจากกันได้ก็คือลักษณะเฉพาะด้านหน้าที่คือการใช้เพื่อวางสิ่งของหรือทำงาน
2) ลักษณะเฉพาะที่ไม่สำคัญ (inessential) เป็นลักษณะที่สังเกตได้จากวัตถุนั้น ๆ เช่น สี วัสดุ แต่ไม่สามารถใช้จำแนกมโนทัศน์ได้ อย่างไรก็ตาม ลักษณะเฉพาะที่ไม่สำคัญในมโนทัศน์หนึ่งก็อาจเป็นลักษณะเฉพาะที่สำคัญของมโนทัศน์อื่นก็ได้ เช่น มโนทัศน์ของโต๊ะกลาง (coffee-table) โต๊ะข้าง (side-table) โต๊ะทานอาหาร (dining table) จะแตกต่างกันที่ลักษณะด้านความสูงและขนาดซึ่งเป็นรายละเอียดมากกว่า ลักษณะเฉพาะเหล่านี้จึงสำคัญสำหรับการแบ่งประเภทเฟอร์นิเจอร์

Antia (2000, น.82) สนับสนุนแนวคิดว่ามโนทัศน์เป็นหน่วยของความคิด ความรู้ หรือการรับรู้ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

- เป็นอิสระจากภาษา แต่สามารถได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลายที่สัมพันธ์กับขอบเขตด้านภาษาศาสตร์
- เป็นการแสดงออก การย่อย และการตีความทางความคิดของความจริงที่สามารถรับรู้ได้และรับรู้ไม่ได้
- ประกอบด้วยลักษณะเฉพาะตัวต่าง ๆ อันเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ใช้ความรู้เฉพาะทางนั้น
- สามารถเชื่อมโยงกับมโนทัศน์อื่นได้
- ไม่ขึ้นกับสัญลักษณ์ทางภาษาศาสตร์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องการสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสาร

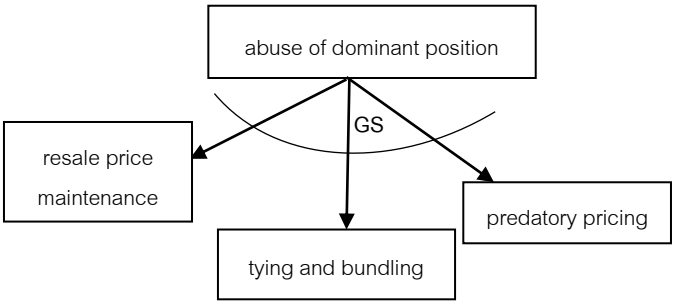
ตามทฤษฎีข้างต้นสามารถสรุปได้ว่ามโนทัศน์เป็นหน่วยทางความคิดแรกในการรับรู้และสังเกตลักษณะเฉพาะของวัตถุ เพื่อจำแนกวัตถุออกจากกัน และสามารถสร้างระบบและจัดระเบียบความคิดในการแบ่งประเภทของมโนทัศน์ได้ นอกจากความรู้ในสาขาวิชานั้น ๆ แล้ว การศึกษาเรื่องมโนทัศน์จึงมีความสำคัญอย่างมากในการจัดทำประมวลศัพท์ การสร้างระบบมโนทัศน์และการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในระบบมโนทัศน์จะช่วยให้เข้าใจและสามารถถ่ายทอดมโนทัศน์ของวัตถุที่ต้องการศึกษานั้นออกมาได้อย่างถูกต้องและสามารถนำไปใช้ได้จริง

4.2 การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์

คำศัพท์เฉพาะแต่ละคำจะมีความสัมพันธ์กับคำศัพท์อื่นที่อยู่ในสาขาวิชาเดียวกันเสมอ ก่อให้เกิดเป็นมโนทัศน์สัมพันธ์กันในสาขานั้น (Cabré, 1998, น.99-103) Cabré อธิบายว่ามโนทัศน์สัมพันธ์นั้นเชื่อมโยงกันด้วยความสัมพันธ์ 2 ประเภท ได้แก่ ความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักตรรกวิทยา (logical relationships) และความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักภววิทยา (ontological relationships)

1) ความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักตรรกวิทยา (logical relationships)

ความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักตรรกวิทยานี้เกิดขึ้นระหว่างมโนทัศน์ที่มีความใกล้เคียงกัน หรืออาจกล่าวได้ว่ามีลักษณะเฉพาะที่เหมือนกันอย่างน้อย 1 ประการขึ้นไป โดยที่มโนทัศน์หนึ่งมีความทั่วไปมากกว่าอีกมโนทัศน์หนึ่ง มโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงกว่าจะมีลักษณะต่าง ๆ ของมโนทัศน์ทั่วไป แต่จะมีลักษณะเฉพาะอย่างน้อย 1 ประการเพิ่มขึ้นมาซึ่งทำให้แตกต่างจากมโนทัศน์ทั่วไป เรียกว่า การอยู่ภายใต้เชิงตรรกะ (logical subordination) ในขณะที่มโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงที่อยู่ภายใต้มโนทัศน์ทั่วไปเหมือนกัน 2 มโนทัศน์ (แต่มโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงทั้ง 2 มโนทัศน์นี้มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 ประการ) เรียกว่า การอยู่ในระดับเดียวกันเชิงตรรกะ (logical coordination) การรวมกันของโครงสร้างที่อยู่ในระดับต่ำกว่าและที่อยู่ในระดับเดียวกันก่อให้เกิดโครงสร้างแบบลำดับขั้นในสาขาวิชานั้นทั้งในรูปแบบแนวตั้งและแนวนอน เช่น มโนทัศน์ของ abuse of a dominant position ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันในตลาดที่ครอบคลุม resale price maintenance, predatory pricing และ tying and bundling (general – specific relationship)



2) ความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักภววิทยา (ontological relationships)

เนื่องจากวิชาศัพทวิทยาสนใจความมีอยู่ตามธรรมชาติของวัตถุในโลกแห่งความเป็นจริงและความสัมพันธ์ระหว่างความมีอยู่ของสิ่งเหล่านั้น ความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับหลักภววิทยาจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับบความใกล้เคียงกันของมโนทัศน์ แต่ขึ้นอยู่กับความใกล้ชิดกันของความมีอยู่ของสิ่งต่าง ๆ ในโลกแห่งความเป็นจริง จึงแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

2.1) ความสัมพันธ์แบบส่วนประกอบ (coordination relationships) เป็นความสัมพันธ์ที่แบ่งเป็นระดับสมบูรณ์ (whole) และระดับส่วน (part) โดยระดับส่วนจำนวนหนึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระดับสมบูรณ์ (part-whole relationships) เช่น ล้อ, ที่นั่ง, ประตู, พวงมาลัย ถือเป็นระดับส่วนที่เป็นองค์ประกอบของรถที่เป็นระดับสมบูรณ์ ความสัมพันธ์ประเภทนี้เกิดขึ้นตามวัตถุที่อยู่รอบตัว (space)

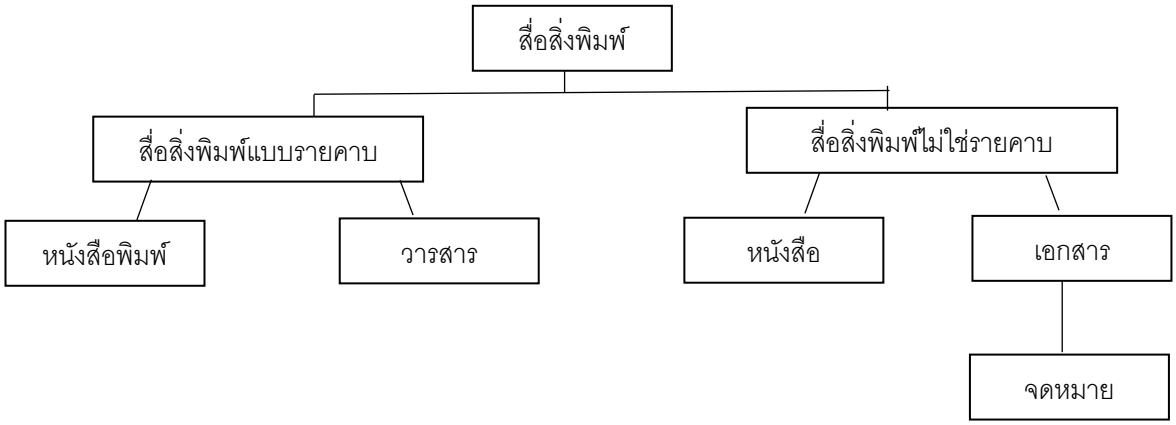
2.2) ความสัมพันธ์แบบลูกโซ่ (chain relationships) เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นตามวัตถุที่อยู่ตามกาลเวลา (time) จึงเกิดเป็นลำดับ (cause-effect relationships)

Sager (1990, น.29-37) เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นมีอยู่มากมายและมีความหลากหลาย จึงได้แบ่งความสัมพันธ์เหล่านั้นออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ ความสัมพันธ์แบบไม่ซับซ้อน (simple relationships) และความสัมพันธ์แบบซับซ้อน (complex relationships)

1) ความสัมพันธ์แบบไม่ซับซ้อน (simple relationships)

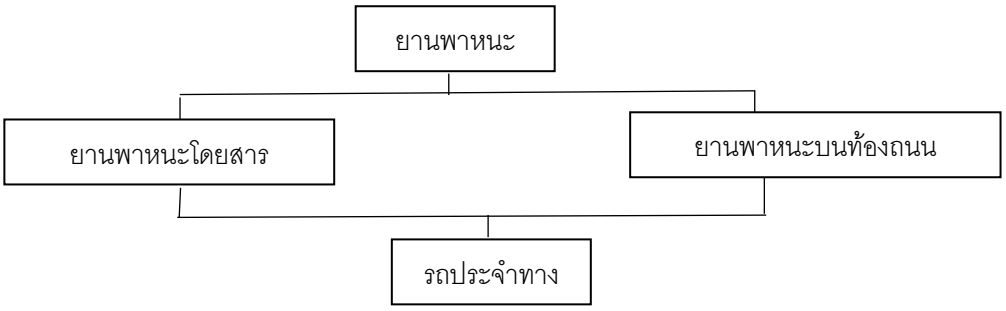
1.1) ความสัมพันธ์แบบทั่วไป (generic relationships) ก่อให้เกิดระบบลำดับชั้น โดยมโนทัศน์ที่กว้างกว่าหรือมีความทั่วไปจะอยู่ในลำดับชั้นสูงกว่ามโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงหรือแคบกว่าซึ่งจะอยู่ในลำดับที่ต่ำลงมา เช่น หนังสือพิมพ์, วารสาร, นิตยสาร เป็นประเภทหนึ่งของสื่อสิ่งพิมพ์รายคาบ ในที่นี้ สื่อสิ่งพิมพ์รายคาบเป็นมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่า (superordinate concept) ที่มีมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับต่ำกว่า (subordinate concept) คือ หนังสือพิมพ์, วารสาร, นิตยสาร รวมอยู่ ความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่ากับมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าไม่สามารถย้อนกลับได้

ความสัมพันธ์แบบทั่วไปนี้ประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ที่อยู่ในรูปแบบแนวนอนและแนวตั้งและสามารถมีได้หลายระดับ ยิ่งระดับต่ำลงไปก็จะมีความเฉพาะเจาะจงเพิ่มมากขึ้นและมโนทัศน์ก็จะแคบลงเรื่อย ๆ ตัวอย่างเช่น



1.2) ความสัมพันธ์แบบส่วน (partitive relationships) หรือ whole-part relationships ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างมโนทัศน์ที่ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ที่มากกว่า 1 ส่วน เช่น ล้อรถ ประกอบด้วย ดุมล้อ, ซี่ล้อ, ขอบล้อ

1.3) ความสัมพันธ์หลายรูปแบบ (polyvalent relationships) เกิดขึ้นจากที่ส่วนหนึ่งสามารถเป็นองค์ประกอบได้ในหลายประเภท มโนทัศน์หนึ่งจึงสามารถอยู่ในลำดับชั้นได้มากกว่าหนึ่งลำดับภายในสาขาวิชาเดียวกัน เช่น รถประจำทางสามารถเป็นได้ทั้งยานพาหนะโดยสารและพาหนะบนท้องถนนได้



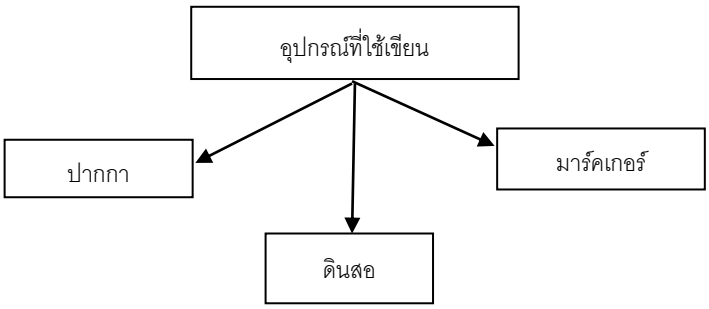
2) ความสัมพันธ์แบบซับซ้อน (complex relationships) เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถกำหนดให้อยู่ในรูปแบบตามที่กล่าวมาข้างต้นได้ ตัวอย่างเช่น

ความสัมพันธ์	**ตัวอย่าง**
cause – effect	explosion – fall-out
material – product	steel - girder
process – product	weaving - cloth
phenomenon – measurement	light - Watt
object – counteragent	poison - antidote
object – material	bridge - iron
activity – place	coalmining – coalmine

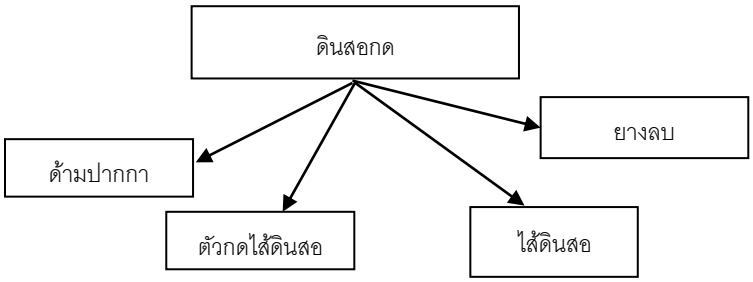
ISO 704:2000 (น.2) เห็นว่ามโนทัศน์ไม่ได้เป็นเพียงแค่หน่วยทางความคิดแบบโดดเดี่ยว แต่แต่ละมโนทัศน์นั้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเสมอ เพื่อที่จะสร้างระบบมโนทัศน์ จึงแบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ออกเป็น 2 ประภท ดังนี้

1) ความสัมพันธ์แบบลำดับขั้น (hierarchical relations) เป็นความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์นั้นแบ่งออกเป็นลำดับ โดยมโนทัศน์ที่อยู่เหนือกว่า (superordinate) จะแบ่งย่อยลงมาเป็นมโนทัศน์ที่อยู่ต่ำกว่า (subordinate) อย่างน้อยหนึ่งมโนทัศน์ และมโนทัศน์ที่อยู่ต่ำกว่าซึ่งอยู่ในระดับและเกณฑ์เดียวกันจะเรียกว่ามโนทัศน์ที่เท่ากัน (coordinate) ISO ได้แบ่งความสัมพันธ์แบบลำดับขั้นออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1) ความสัมพันธ์ทั่วไป (generic relations) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ที่อยู่เหนือกว่าจะเป็นมโนทัศน์ที่กว้างกว่า (generic concept) และมโนทัศน์ที่อยู่ต่ำกว่าจะเป็นมโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงกว่า (specific concept) เช่น



1.2) ความสัมพันธ์แบบส่วน (partitive relations) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ที่อยู่เหนือกว่าจะเป็นมโนทัศน์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ (whole) และมโนทัศน์ที่อยู่ต่ำกว่าจะเป็นองค์ประกอบ ของอีกมโนทัศน์นั้น (parts of the whole) จึงกล่าวได้ว่าองค์ประกอบเหล่านี้มาประกอบกันเป็นส่วนที่สมบูรณ์ เช่น



2) ความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง (associative relations) เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้เป็นลำดับขั้น แต่มาเชื่อมโยงกันเมื่อมีความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์เกิดขึ้น เช่น

มโนทัศน์			ความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง
writing	⇔	pencil	activity – tool
Humidity	⇔	corrosion	cause – effect
baker	⇔	bread	producer - product

Wright and Budin (1997, น.337-338) ได้แบ่งประเภทของความสัมพันธ์ไว้ 4 ประเภท ดังนี้

1) generic or logical relation เป็นความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์จะอยู่ในรูปของ X เป็นประเภทหนึ่งของ Y โดยแบ่งเป็น superordinate concept ที่แบ่งออกเป็นมโนทัศน์ที่อยู่ในลำดับรองลงมา, subordinate concept เป็นมโนทัศน์ที่รวมกลุ่มอยู่ด้วยกันภายในมโนทัศน์อย่างน้อยหนึ่งมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่า และ coordinate concept ซึ่งเป็นมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับเดียวกัน

2) partitive relation หรือ part-whole relation เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในรูปแบบของ X เป็นส่วนหนึ่งของ Y ระดับสมบูรณ์หรือ whole จึงเป็น comprising concept ในขณะที่ระดับส่วนเป็น partitive concept

3) sequential relation เกิดขึ้นเมื่อมโนทัศน์หนึ่งเกิดต่อจากอีกมโนทัศน์หนึ่งตามลำดับเวลา โดยไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามลำดับขั้น เช่น มโนทัศน์ของฤดูกาล เกิดตามลำดับเวลาดังนี้ ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว

4) associative relation เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของมโนทัศน์นั้น ๆ

4.3 มโนทัศน์สัมพันธ์กับประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

เมื่อพิจารณารูปแบบมโนทัศน์สัมพันธ์ตามหัวข้อที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ ในการจัดทำมโนทัศน์สัมพันธ์ของประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า สามารถแบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ออกเป็น 11 แบบ ดังนี้

ตัวย่อ	รูปแบบความสัมพันธ์	คำอธิบาย
GS	Generic - Specific	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งที่มีขอบเขตกว้างกว่าอีกมโนทัศน์หนึ่งที่มีความเฉพาะเจาะจงกว่า เช่น abuse of a dominant position เป็นพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันในตลาดซึ่งครอบคลุม predatory pricing ซึ่งเป็นพฤติกรรมแบบหนึ่งของการทำลายการแข่งขันทางการค้า
CE	Cause – Effect	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น barrier to entry เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิด imperfect competition
PaW	Part - Whole	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นองค์ประกอบของอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น selling below cost และ recoupment เป็นองค์ประกอบของ predatory pricing
FaR	Factor - Result	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาเพื่อให้เกิดอีกมโนทัศน์หนึ่งที่เป็นผลลัพธ์จากมโนทัศน์แรก เช่น product market และ geographic Market เป็นปัจจัยที่นำมาพิจารณาเพื่อให้ได้ relevant market

ตัวย่อ	รูปแบบความสัมพันธ์	คำอธิบาย
MkAg	Market - Agent	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นขอบเขตพื้นที่ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นผู้กระทำภายในขอบเขตนั้น เช่น relevant market กับ undertaking
TMt	Tool - Material	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์หรือประเมินอีกมโนทัศน์หนึ่งซึ่งเป็นข้อมูลที่ต้องถูกนำมาใช้วิเคราะห์ เช่น market definition เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ product market และ geographic market
SFo	Structure - Form	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นโครงสร้างที่มีอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของมโนทัศน์แรก เช่น market structure แบ่งเป็นรูปแบบ perfect competition และ imperfect competition
PoB	Position - Behavior	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นสถานะ ในขณะที่อีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ด้วยการดำรงสถานะนั้น เช่น dominant position เป็นสถานะที่พฤติกรรม abuse of a dominant position เกิดขึ้น
PoAb	Position - Ability	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นสถานะ ในขณะที่อีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นความสามารถของการดำรงสถานะนั้น เช่น market power เป็นความสามารถของการดำรงสถานะ dominant position
AmAt	Agreement - Activity	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นข้อตกลง เพื่อกระทำอีกมโนทัศน์หนึ่งขึ้น เช่น horizontal restraints เป็นข้อตกลงเพื่อทำกิจกรรม bid rigging
EL	Entity - Level	แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่ามโนทัศน์หนึ่งเป็นระดับของอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น cartel มีระดับ Hardcore cartel และ Softcore cartel

บทที่ 5
บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการนำคำศัพท์ที่ได้จากคลังข้อมูลภาษามาจัดทำเป็นบันทึกในรูปแบบของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่บันทึกมาเขียนเป็นนิยามและอธิบายหลักการเขียนนิยาม เพื่ออธิบายการเขียนนิยามในเรื่องประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า รวมถึงการสร้างศัพท์ใหม่ และการกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย

5.1 บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record)

Cabré (1998, น.121-123) อธิบายว่าบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record) ต้องประกอบด้วยคำศัพท์ที่ปรากฏให้เห็นในแหล่งข้อมูลเอกสาร โครงสร้างของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมปรากฏในตัวบทที่คำศัพท์นั้นปรากฏอยู่ โดยทั่วไปแล้ว บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นอาจประกอบด้วย

- คำศัพท์ (entry) ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่พบในตัวบทและปรากฏอยู่ในรูปทั่วไปที่เป็นที่ยอมรับกัน (canonical form)
- ประเภททางไวยากรณ์ (grammatical category) ซึ่งได้จากการใช้คำศัพท์นั้นจริงในตัวบท
- บริบทที่คำศัพท์นั้นปรากฏ (context) เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะแวดล้อมในการใช้งานจริงของคำศัพท์
- การอ้างอิงของแหล่งข้อมูล (reference) เพื่อแสดงความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่นำมาใช้อ้างอิง
- สาขาวิชา (subject field) เพื่อจำกัดขอบเขตของคำศัพท์เฉพาะทาง
- ข้อมูลอื่น ๆ เช่น ศัพท์ที่ใช้แทนกันได้ (synonym), คำย่อ (abbreviation)

การจะทราบลักษณะของคำศัพท์แต่ละคำนั้น จึงต้องอาศัยบริบทแวดล้อมที่พบคำศัพท์นั้น จึงเกิดปัญหาที่สำคัญ 2 ประการคือ บริบทประเภทใดที่จะคัดเลือกมาใช้ และจำนวนตัวบทที่จะบันทึกในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นของคำศัพท์แต่ละคำ Cabré (1998, น.138-139) ได้แบ่งประเภทของบริบทออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1) บริบทที่แสดงให้เห็นว่าคำศัพท์นั้นปรากฏอยู่ในตัวบท แต่ไม่มีข้อมูลประกอบ (testimonial contexts) ทำให้ทราบแค่ว่ามีศัพท์นี้ใช้งานอยู่จริง แต่ไม่ได้ให้ความหมายของศัพท์นั้น เช่น

   Eventually, the **undertaking** engaged in tying and bundling could obtain two monopoly profits; due to the doubling of the dead weight loss, consumer welfare would decrease. (CL060.txt)

2) บริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายของคำศัพท์ (defining contexts) เช่น

Undertaking means any person, being an individual, a body corporate, an unincorporated body of persons or any other entity, capable of carrying on commercial or economic activities relating to goods or services. (CL065.txt)

3) บริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคำศัพท์ในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งในระบบภาษาที่เป็นทางการ (metalinguistic contexts) เช่น

Professors Phillip Areeda and Donald Turner have **defined a cartel as** "an arrangement in which competing firms have substituted an agreement on price, output or related matters for independent decision making." (CL059.txt)

ในการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้น การใช้บริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายของคำศัพท์ (defining contexts) มีความเหมาะสมที่สุด เนื่องจากทำให้ทราบถึงลักษณะของคำศัพท์นั้น และนำไปเขียนเป็นนิยามและกำหนดศัพท์ในภาษาไทยต่อไปได้

นอกจากนี้ Cabré อธิบายเพิ่มเติมว่าจำนวนของบริบทที่จะบันทึกนั้นไม่ได้มีมาตรฐานกำหนดไว้แน่นอน แต่ประมาณ 2 บริบทก็ถือว่าพียงพอแล้ว หากมากกว่านั้น บริบทก็ควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมอื่น ๆ หรือแสดงความสัมพันธ์กับคำศัพท์อื่นด้วย

ดังนั้น บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record) ที่จะใช้ในการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องนี้จะอยู่ในรูปแบบตามตารางและรายละเอียดด้านล่างนี้

<table>
<tr><td>CNXXX (1)</td><td colspan="2">Concept: (2)</td><td>Eng: (3)</td></tr>
<tr><td colspan="4">Feature: (4)</td></tr>
<tr><td colspan="4">Conceptual Relation: (5)</td></tr>
<tr><td colspan="4">Extraction: (6)</td></tr>
<tr><td>Synonym Term: (7)</td><td>Abbreviation: (8)</td><td colspan="2">Grammatical Category: (9)</td></tr>
</table>

(1) CN คือ ลำดับของคำศัพท์ โดยจะกำหนดรหัสตั้งแต่ 001 เป็นต้นไป

(2) Concept คือ ชื่อเรียกมโนทัศน์ที่คำศัพท์นั้นอ้างอิง

(3) Eng คือ คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้เรียกมโนทัศน์และบอกแหล่งที่มา

(4) Feature คือ ลักษณะของคำศัพท์ที่ได้จากบริบทแวดล้อมในคลังข้อมูลภาษา

(5) Conceptual Relation คือ ความสัมพันธ์ในมโนทัศน์ที่กล่าวถึงกับมโนทัศน์อื่น ๆ ในสาขาวิชานั้น

(6) Extraction คือ บริบทที่พบคำศัพท์นั้นในคลังข้อมูลและคัดมาจากบริบท

(7) Synonym Term คือ คำเหมือนซึ่งใช้แทนกันได้ของคำศัพท์ที่พบในคลังข้อมูลภาษา

(8) Abbreviation คือ คำย่อของคำศัพท์ที่พบในคลังข้อมูลภาษา

(9) Grammatical Categoryคือ ประเภททางไวยากรณ์ของคำศัพท์

5.2 **บันทึกข้อมูลศัพท์** (Terminological Record)

บันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record) เป็นผลผลิตขั้นสุดท้ายของการทำประมวลศัพท์สาขาเฉพาะด้าน ประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นที่จัดทำขึ้นสำหรับคำศัพท์หนึ่งคำ บันทึกข้อมูลศัพท์จึงมีโครงสร้างที่เป็นระบบในการจัดระเบียบข้อมูลภายในบันทึก Cabré (1998, น.123-124) ได้แบ่งประเภทของบันทึกข้อมูลศัพท์ตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) บันทึกข้อมูลศัพท์ภาษาเดียว (monolingual records) ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะทางจากภาษาเดียว

2) บันทึกข้อมูลศัพท์ภาษาเดียวพร้อมภาษาเทียบเคียง (monolingual records with equivalents) ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะทางจากภาษาเดียวเช่นกัน แต่นำเสนอภาษาเทียบเคียงอีกภาษาหนึ่งของคำศัพท์นั้น

3) บันทึกข้อมูลศัพท์สองภาษาหรือหลายภาษา (bilingual or multilingual records) ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะทางจากสองภาษาขึ้นไป

บันทึกข้อมูลศัพท์สำหรับการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นบันทึกข้อมูลศัพท์ภาษาเดียวพร้อมภาษาเทียบเคียง เนื่องจากใช้คำศัพท์และแหล่งข้อมูลจากภาษาอังกฤษภาษาเดียวและเสนอคำนิยามและคำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย

โดยทั่วไปแล้ว บันทึกข้อมูลศัพท์จะประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้ (Cabré, 1998, น.139-146)

- คำศัพท์ (entry) ซึ่งอยู่ในรูปแบบทั่วไป คือ หากเป็นคำนามจะอยู่ในรูปเอกพจน์ หากเป็นคำกริยาจะอยู่ในรูป infinitive

- แหล่งที่มาของคำศัพท์ (reference of the term) เป็นเอกสารที่คำศัพท์คำนั้นปรากฏอยู่และนำเอกสารนั้นมาใช้อ้างอิง แหล่งที่มานั้นจะนำมาจัดเป็นระบบที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลในเอกสารนั้นได้ตลอดเวลา

- ประเภททางไวยากรณ์ (grammatical category) การระบุประเภททางไวยากรณ์ของคำศัพท์ ได้แก่ คำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ มักระบุในรูปคำย่อ

- เขตข้อมูลของวิชา (subject area) คำศัพท์แต่ละคำจะอยู่ในสาขาวิชาทั่วไปจนถึงสาขาวิชาเฉพาะที่เจาะจงลงไปซึ่งเป็นขอบเขตย่อยในสาขาวิชาที่เฉพาะเจาะจงนั้น

- นิยาม (definition) การเขียนนิยามจะอยู่ในรูปประโยคความซ้อนที่มีความหมายเทียบเท่ากับคำศัพท์นั้น นิยามจึงมีรูปแบบการเขียนเป็นอักษรตัวเล็ก ยกเว้นจะเป็นชื่อเฉพาะ ต้องเป็นประโยคที่สมบูรณ์ และเขียนด้วยภาษาที่เป็นทางการ

- บริบท (context) บริบทของคำศัพท์จะมาจากคลังข้อมูลภาษา บริบทที่ดีจะอธิบายมโนทัศน์ของคำศัพท์และการใช้คำศัพท์นั้น ในบันทึกข้อมูลศัพท์จะประกอบด้วยนิยามที่ได้มาจากบริบทประมาณ 2-3 บริบท ดังนั้น การบันทึกบริบทนั้นจะต้องไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ไม่กระทบกับความหมายของคำศัพท์

- คำศัพท์ที่เทียบเคียงกับภาษาอื่น (equivalents in other languages) นิยมใช้พจนานุกรม สารานุกรม หรือแหล่งรวบรวมที่เกี่ยวข้องกับประมวลศัพท์ในการเทียบเคียงกับคำศัพท์ในภาษาอื่น

- การอ้างอิงคำศัพท์อื่นในสาขาเดียวกัน (cross-references) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกันกับคำศัพท์คำอื่นเพื่อให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรือทำให้เห็นถึงการใช้คำศัพท์

- ข้อมูลด้านการบันทึกและวันที่บันทึก (author and date of record) ที่อาจกำหนดเป็นรหัสแทนชื่อผู้บันทึกและวันเวลาที่บันทึก สำหรับติดตามความคืบหน้าของการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์

- คำอธิบายเพิ่มเติม (notes) สำหรับบันทึกข้อมูลส่วนที่ไม่สามารถจัดอยู่ในประเภทดังกล่าวข้างต้นได้ เช่น ข้อมูลด้านสารานุกรมของคำศัพท์

ในการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้นจะใช้บันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record) ในรูปแบบตามตารางและรายละเอียดด้านล่างนี้

TRXXX (1)	Eng: (2)	Thai: (3)
Grammatical Category: (4)	Subject Field: (5)	
Definition: (6)		
Illustration: (7)		
Note: (8)		
Linguistic Specification: (9)		
Cross-reference: (10)		

(1) TR คือ ลำดับของคำศัพท์ โดยกำหนดรหัสตั้งแต่ 001 เป็นต้นไปและให้สอดคล้องกับรหัสของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

(2) Eng คือ คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้เรียกมโนทัศน์

(3) Thai คือ คำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย

(4) Grammatical Category คือ ประเภททางไวยากรณ์ของคำศัพท์

(5) Subject Field คือ เขตข้อมูลของคำศัพท์ เพื่อระบุขอบเขตย่อยในสาขาวิชานั้น

(6) Definition คือ นิยามของคำศัพท์ที่มีความหมายเทียบเท่ากับคำศัพท์นั้น

(7) Illustration คือ ข้อความที่คัดมาจากบริบทในคลังข้อมูลภาษาที่แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างการใช้คำศัพท์

(8) Note คือ คำอธิบายเพิ่มเติมของคำศัพท์ เช่น การอธิบายวิธีสร้างคำศัพท์ใหม่หรือดัดแปลงคำศัพท์

(9) Linguistic Specification คือ ข้อมูลทางภาษาศาสตร์ของคำศัพท์ เช่น คำเหมือนของคำศัพท์ (Synonym), อักษรย่อของคำศัพท์ (Abbreviation)

(10) Cross-reference คือ ศัพท์อื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับคำศัพท์ที่อยู่ในระบบมโนทัศน์เดียวกัน

5.3 นิยามและหลักการเขียนนิยาม

Sager (1990, น.39-41) ให้ความหมายของคำว่า นิยาม (definition) ไว้ว่า นิยามเป็นกระบวนการในการอธิบายความหมายของสัญลักษณ์ทางภาษาศาสตร์ นิยามจึงเป็นการอธิบายมโนทัศน์ทางภาษาศาสตร์ที่สอดคล้องกับคุณลักษณะเฉพาะทางซึ่งจะสื่อความหมายของมโนทัศน์นั้นออกมา นิยามเป็นเหมือนการเชื่อมระหว่างมโนทัศน์และคำศัพท์ โดยเฉพาะนิยามในทางศัพทวิทยาจะให้ความหมายที่เฉพาะเจาะจงภายในระบบมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

ในขณะที่ ISO 1087-1:2000 (น.6) อธิบายว่า นิยาม เป็นการแสดงให้เห็นถึงมโนทัศน์ โดยใช้ข้อความบรรยายเพื่อทำให้เห็นความแตกต่างจากมโนทัศน์อื่น แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) Intensional definition เป็นนิยามที่อธิบายลักษณะเฉพาะของมโนทัศน์ โดยกล่าวถึงมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่า (superordinate concept) และคุณลักษณะเฉพาะที่จำกัด เช่น
   incandescent lamp - electric lamp in which a filament is heated by an electric current in such a way that it emits light.
2) Extensional definition เป็นนิยามที่อธิบายมโนทัศน์ โดยการแจกแจงมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับต่ำกว่า (subordinate concept) ภายใต้หลักเกณฑ์เดียวกัน เช่น
   noble gas - helium, neon, argon, crypton, xenon or radon

Trimble (1985, อ้างถึงใน Pearson, 1998, น.98-100) ได้แบ่งนิยามออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือแบบธรรมดาและแบบซับซ้อน โดยแบบธรรมดาจะประกอบด้วยประโยคเดียว ในขณะที่แบบซับซ้อนจะประกอบด้วยหลายประโยค Trimble ได้แบ่งแบบธรรมดาออกเป็นอีก 3 ประเภท ดังนั้น นิยามของ Trimble จึงแบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) นิยามแบบทางการ (formal definition) คือนิยามที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อของคำศัพท์ (name) ลำดับชั้นที่คำศัพท์นั้นอยู่ (class) และความแตกต่างระหว่างคำศัพท์นั้นกับคำศัพท์อื่น (difference) นิยามแบบทางการให้ความหมายของคำศัพท์ในมุมการอธิบายลักษณะภายนอก หน้าที่ การใช้งาน หรือวัตถุประสงค์ เช่น

   An anemometer is a meteorological instrument that registers the speed of wind on a dial or gage.

2) นิยามแบบกึ่งทางการ (semi-formal definition) เป็นนิยามที่ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนคือ ชื่อของคำศัพท์ และความแตกต่างระหว่างคำศัพท์นั้นกับคำศัพท์อื่น เช่น

   An anemometer registers the speed of wind on a dial or gage.

3) นิยามแบบไม่ทางการ (non-formal definition) เป็นนิยามที่ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนคือ ชื่อของคำศัพท์ และคำหรือวลีที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำศัพท์ เช่น

An arachnid is a spider.

4) นิยามแบบซับซ้อน (complex definition) เป็นนิยามที่เพิ่มส่วนขยายเข้าไปในนิยามแบบทางการและกึ่งทางการ โดยการใช้เงื่อนไข (stipulation) การปฏิบัติ (operation) หรือการอธิบายเพิ่มเติม (explication) ดังนี้

- การใช้เงื่อนไข (stipulation) เป็นการเพิ่มเพื่อจำกัดข้อมูล เช่น ด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านสาขาวิชา ด้านความหมาย เป็นต้น
- การปฏิบัติ (operation) เป็นการเพิ่มเพื่อบอกผู้อ่านในสิ่งที่ต้องปฏิบัติ
- การอธิบายเพิ่มเติม (explication) เป็นการเพิ่มเพื่อให้ข้อมูลใหม่แก่ผู้อ่าน

Cabré (1998, น.105-107) ได้สรุปหลักการเขียนนิยามดังนี้

1) นิยามต้องเขียนโดยใช้คำขึ้นต้นที่มีประเภททางไวยากรณ์เดียวกันกับคำศัพท์ และมีความสัมพันธ์ด้านความหมายเดียวกัน
2) นิยามต้องใช้คำที่เป็นที่รู้จักดี ถ้าจำเป็นต้องใช้คำเฉพาะ ให้ใช้คำที่ถูกนิยามไว้ในอภิธานศัพท์หรือพจนานุกรมเดียวกัน
3) นิยามต้องไม่วกวน
4) นิยามไม่ควรอธิบายด้วยความหมายเชิงปฏิเสธ
5) นิยามต้องไม่ประกอบด้วยวลีที่ไม่จำเป็นที่สามารถรู้ได้จากชื่อคำศัพท์

สำหรับมาตรฐานสากลในการจัดทำประมวลศัพท์ ISO 704:2000 (น.17-22) ได้กำหนดหลักการเขียนนิยามไว้ดังนี้

1) นิยามควรอธิบายมโนทัศน์ ไม่ใช่คำที่ประกอบขึ้นเป็นคำศัพท์ เช่น

นิยามที่ไม่เหมาะสม	***coniferous***
	tree bearing cones
นิยามที่อธิบายมโนทัศน์	***coniferous***
	tree with needle-like or scale-like leaves and exposed or naked seeds

2) ก่อนการเขียนนิยาม ต้องสามารถระบุความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์กับมโนทัศน์อื่นที่เกี่ยวข้องและสามารถสร้างระบบมโนทัศน์ที่มโนทัศน์นั้นอยู่ได้

3) ถ้านิยามนั้นมีอยู่แล้ว เช่น องค์กรมาตรฐานสากลเป็นผู้กำหนด ให้นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับระบบมโนทัศน์

4) ในการสร้างระบบมโนทัศน์ ต้องสามารถระบุได้ว่ามโนทัศน์ใดเป็นมโนทัศน์พื้นฐานที่ไม่จำเป็นต้องนิยามอีก และนำมาใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการนิยามมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่าได้

5) นิยามจะต้องสะท้อนระบบมโนทัศน์และความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นในระบบเดียวกัน

6) นิยามต้องกระชับให้มากที่สุดและซับซ้อนน้อยที่สุด นิยามจึงต้องประกอบด้วยข้อมูลที่ทำให้คำศัพท์นั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะ ข้อมูลอื่นที่จำเป็นสามารถใส่เพิ่มเติมได้ในมหมายเหตุ (note)

7) นิยามต้องอธิบายมโนทัศน์เดียวเท่านั้น ไม่ควรมีนิยามของมโนทัศน์อื่นซ่อนไว้

8) นิยามไม่ควรประกอบด้วยลักษณะเฉพาะของมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่าหรือต่ำกว่า

นอกจากนี้ ISO 704:2000 (น.17-22) สรุปหลักการเขียนนิยามที่ไม่เหมาะสมไว้ดังนี้

1) นิยามที่วกวน (circular definitions) กล่าวคือ มโนทัศน์ที่ถูกนิยามโดยใช้มโนทัศน์อีกอันหนึ่ง และมโนทัศน์ดังกล่าวนั้นถูกนิยามโดยใช้คำหรือองค์ประกอบของคำศัพท์ที่เป็นของมโนทัศน์แรก นิยามที่วกวนอาจเกิดโดยการใช้คำที่ซ้ำ หรือใช้มโนทัศน์อื่นมาอธิบายซึ่งกันและกัน เช่น

   - ***tree height***

     นิยามที่วกวน *<u>tree height</u> measured from the ground surface to the top of a tree*

     นิยามที่เหมาะสม *distance between the ground surface and the top of a tree*

   - *นิยามที่วกวน* ***virgin forest***

     Forest constituted of a <u>natural tree stand</u>

     natural tree stand

     stand of trees grown in a <u>virgin forest</u>

2) นิยามที่ไม่สมบูรณ์ (incomplete definitions) กล่าวคือ นิยามที่กว้างหรือแคบเกินไป นิยามที่กว้างเกินไปเกิดจากการนำลักษณะเฉพาะที่ไม่จำเป็นมาใช้อธิบายมโนทัศน์ ส่วนนิยามที่แคบเกินไปเกิดจากการไม่นำลักษณะเฉพาะที่จำเป็นมาใช้อธิบายมโนทัศน์ เช่น

   mechanical pencil

   นิยามที่กว้างเกิน *writing instrument composed of a barrel and a refill*

   นิยามที่แคบเกิน *writing instrument composed of a barrel, a lead refill and push-button advance mechanism*

   นิยามที่เหมาะสม *writing instrument composed of a barrel, a lead refill and a lead-advance mechanism*

3) นิยามเชิงปฏิเสธ (negative definitions) กล่าวคือ นิยามที่อธิบายว่าไม่ใช่สิ่งใด แทนการอธิบายว่านิยามนั้นคืออะไร เช่น

deciduous tree

นิยามที่ไม่เหมาะสม *tree other than an evergreen tree*
นิยามที่เหมาะสม *tree that loses its foliage seasonally*

5.4 การเขียนนิยามในเรื่องประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

ในการเขียนนิยามของคำศัพท์ในประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้น จะนำหลักเกณฑ์ของ Trimble, Cabré และ ISO 704:2000 ตามที่ได้ศึกษามาปรับใช้ โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

1) ศึกษาลักษณะและระบบของมโนทัศน์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อให้เข้าใจลักษณะเฉพาะของคำศัพท์แต่ละคำ และความสัมพันธ์กันในระบบมโนทัศน์นั้น
2) นำข้อมูลจาก feature และ extraction ที่ได้จากการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์มาประกอบกับหลักเกณฑ์ที่ได้ศึกษามาใช้ในการเขียนนิยาม
3) ค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชา เพื่อให้ได้นิยามที่ถูกต้องครบถ้วน

ผู้จัดทำขอยกตัวอย่างการเขียนนิยามของคำศัพท์ที่ได้จากประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดและขั้นตอน จำนวน 3 คำ ดังนี้

1) คำว่า undertaking

บริบทที่คัดมาจากตัวบทที่พบคำศัพท์ (extraction) คำว่า undertaking มีดังนี้

- Any entity (including a natural person), regardless of its legal status or the way in which it is financed, which is engaged in economic activity is considered an **undertaking**. (CL017.txt)
- **Undertaking** means any person, being an individual, a body corporate, an unincorporated body of persons or any other entity, capable of carrying on commercial or economic activities relating to goods or services. It includes individuals operating as sole proprietorships, companies, firms, businesses, partnerships, co-operatives, societies, business chambers, trade associations and non-profit-making organisations, whatever its legal and ownership status (foreign or local, government or non-government), and the way in which it is financed. (CL065.txt)
- the **undertaking** concerned has a special responsibility not to allow its conduct to impair genuine undistorted competition on the common market. (CL038.txt)

- According to the Competition Commission, small **undertakings** are unlikely to have a substantial degree of market power. (CL017.txt)

จาก extractions ข้างต้น ทำให้ได้ลักษณะของคำศัพท์ที่ได้จากบริบทแวดล้อมในตัวบท (feature) ของคำว่า undertaking ดังนี้ “บุคคลธรรมดา นิติบุคคล องค์กร หรือผู้ที่กระทำการต่าง ๆ ในการหารายได้จากสินค้าและการบริการ เพื่อประโยชน์ทางการค้าและเศรษฐกิจ เช่น เจ้าของธุรกิจคนเดียว บริษัท ห้างหุ้นส่วน หอการค้า สมาคมการค้า องค์กรไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะเป็นของท้องถิ่นหรือต่างชาติ หรือของรัฐบาลหรือไม่ก็ตาม โดยมีหน้าที่ที่จะไม่ก่อให้เกิดการทำลายการแข่งขันในตลาด”

ตามที่ ISO 704:2000 กำหนดหลักเกณฑ์การเขียนนิยามให้ต้องกระชับให้มากที่สุดและซับซ้อนน้อยที่สุด นั้น จึงต้องรวมกลุ่มคำจาก “บุคคลธรรมดา นิติบุคคล องค์กร หรือผู้ที่กระทำการต่าง ๆ ในการหารายได้จากสินค้าและการบริการ” เป็น “บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่หารายได้จากสินค้าและการบริการ” เนื่องจากในทางกฎหมาย บุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ บุคคลธรรมดา และนิติบุคคล ทั้ง 2 คำนี้จึงครอบคลุมแล้ว ไม่จำเป็นต้องแยกย่อยลงไปอีก อีกทั้งไม่ใช้คำว่า “บุคคล” คำเดียวมาแทนคำว่า “บุคคลธรรมดา และนิติบุคคล” เนื่องจากเป็นคำที่มีความหมายเฉพาะทางกฎหมาย คนทั่วไปอาจนึกว่าบุคคลหมายถึงบุคคลธรรมดาเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสน ซึ่งสอดคล้องกับหลักของ Cabré ที่กำหนดว่านิยามต้องใช้คำที่เป็นที่รู้จักดี นอกจากนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงการเขียนนิยามเชิงปฏิเสธ (negative definitions) ซึ่งถือเป็นนิยามที่ไม่เหมาะสมนั้น จึงแก้ไขจาก “โดยมีหน้าที่ที่จะไม่ก่อให้เกิดการทำลายการแข่งขันในตลาด” เป็น “ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติตามกลไกการแข่งขันทางการค้าในตลาด”

คำว่า undertaking จึงเขียนคำนิยามหรือคำจำกัดความได้ว่า “บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่หารายได้จากสินค้าและการบริการ เช่น เจ้าของธุรกิจคนเดียว บริษัท ห้างหุ้นส่วน หอการค้า สมาคมการค้า ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติตามกลไกการแข่งขันทางการค้าในตลาด” ซึ่งเป็นนิยามแบบกึ่งทางการ (semi-formal definition) ตามหลักของ Trimble เนื่องจากเป็นนิยามที่ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนคือ ชื่อของคำศัพท์ และความแตกต่างระหว่างคำศัพท์นั้นกับคำศัพท์อื่น

2) คำว่า margin squeeze

บริบทที่คัดมาจากตัวบทที่พบคำศัพท์ (extraction) คำว่า margin squeeze มีดังนี้

- A vertically integrated undertaking may be dominant in the supply of an important input for a downstream market in which it also operates. In such a case, the vertically integrated undertaking could potentially harm competition by setting such a low margin between its input price (e.g. wholesale price) and the price it sets in the downstream market (e.g. retail price) such that an equally efficient downstream competitor is forced to exit the market or is unable to compete effectively. This is

known as a **margin squeeze**, and is likely to constitute an abuse of a dominant position where it harms (or is likely to harm) competition. (CL065.txt)

- **margin squeeze** is a conduct that can only arise in vertically related markets, where a vertically integrated firm, dominant at the upstream level, faces competition in the downstream segment from competitors who rely on its upstream input. (CL040.txt)
- However, in some cases, such undertakings may use their dominance to obstruct others and to restrict their options, such as cases of 'price squeeze.' The term of **'price squeeze'** (also referred to as **'margin squeeze'**) corresponds to an anticompetitive practice that occurs when there is a narrow margin between an integrated provider's price to sell essential inputs to a rival and its downstream price that the rival cannot survive or effectively compete with. (CL014.txt)

จาก extractions ข้างต้น ทำให้ได้ลักษณะของคำศัพท์ที่ได้จากบริบทแวดล้อมในตัวบท (feature) ของคำว่า margin squeeze ดังนี้ “พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าในขั้นตอนต้นน้ำและมีอิทธิพลในในขั้นตอนปลายน้ำมาแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดปลายน้ำที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากผู้ประกอบการต้นน้ำ โดยผู้ประกอบการต้นน้ำอาจตั้งราคาขายวัตถุดิบสำคัญในราคาสูงให้แก่คู่แข่ง จนคู่แข่งไม่ได้กำไรตามที่ควร เป็นเหตุให้ไม่สามารถร่วมแข่งขันในตลาดได้และต้องออกจากตลาดไป ซึ่งถือเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดขัดขวางและจำกัดคู่แข่งรายอื่น”

ตามที่ ISO 704:2000 อธิบายว่านิยามจะต้องสะท้อนระบบมโนทัศน์และความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นในระบบเดียวกันนั้น คำว่า margin squeeze แสดงความสัมพันธ์ให้เห็นว่าเป็นมโนทัศน์ที่แคบกว่า abuse of dominant position จึงเริ่มต้นนิยามด้วยคำว่า “พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม” แทนซึ่งเป็นการนิยามแบบ Intensional definition โดยกล่าวถึงมโนทัศน์ที่อยู่ในระดับสูงกว่า (superordinate concept) ตามที่ ISO 1087-1:2000 ได้แบ่งประเภทไว้ อีกทั้ง เพื่อไม่ให้นิยามที่ได้มีความวกวนอันเป็นนิยามที่ไม่เหมาะสมตามหลักของ Cabré และ ISO 704:2000 จึงตัดประโยค “ซึ่งถือเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดขัดขวางและจำกัดคู่แข่งรายอื่น” ออก เนื่องจากมีเนื้อหาที่ซ้ำซ้อนกับข้อความที่อธิบายก่อนหน้า

คำว่า margin squeeze จึงเขียนเป็นนิยามได้ว่า “พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมกดดันราคาขายวัตถุดิบต้นน้ำให้แก่คู่แข่งที่อยู่ในขั้นตอนปลายน้ำ ” ซึ่งเป็นนิยามแบบทางการ (formal definition) ตามหลักของ Trimble เนื่องจากเป็นนิยามที่ประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วนคือ ชื่อของคำศัพท์ ลำดับชั้นที่คำศัพท์นั้นอยู่ และความแตกต่างระหว่างคำศัพท์นั้นกับคำศัพท์อื่น

3) **คำว่า** market power

บริบทที่คัดมาจากตัวบทที่พบคำศัพท์ (extraction) คำว่า market power มีดังนี้

- Competition policy defines **market power** as the ability to profitably maintain prices above competitive levels for a period of time or to profitably maintain output in terms of product quantities, product quality and variety or innovation below competitive levels for a period of time (EC 2011: para. 39). (CL038.txt)
- Substantial **market power** can be thought of as (i) the ability to charge prices above competitive levels, or to restrict output or quality below competitive levels, for a sustained period of time (the length of which depends on the facts, in particular with regard to the product and the circumstances of the market in question); or (ii) the ability and incentive to harm the process of competition by, for example, weakening existing competition, raising entry barriers or slowing innovation. (CL017.txt)
- In particular, it is noted that market share is only one of the factors for assessing an undertaking's **market power**. (CL017.txt)

จาก extractions ข้างต้น ทำให้ได้ลักษณะของคำศัพท์ที่ได้จากบริบทแวดล้อมในตัวบท (feature) ของคำว่า market power ดังนี้ “ความสามารถที่เหนือกว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดรายอื่นในการกำหนดเกี่ยวกับเรื่องราคา คุณภาพ ปริมาณ หรือความหลากหลายของสินค้าในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการอยู่เหนือการแข่งขันทางการค้าตามปกติและเป็นการทำลายกระบวนการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงก่อให้เกิดอุปสรรคหรือการชะลอตัวในการเข้าสู่ตลาดของผู้อื่น”

ตามที่ ISO 704:2000 อธิบายว่านิยามต้องสามารถระบุความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์กับมโนทัศน์อื่นที่เกี่ยวข้องนั้น จึงได้ปรับให้เริ่มต้นนิยามด้วยคำว่า “ความสามารถด้านการแข่งขันทางการค้าที่เหนือกว่า” เพื่อให้สอดคล้องกับมโนทัศน์ของ dominant position และการแข่งขันทางการค้า นอกจากนี้ จากการศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติม ทำให้ทราบว่าหลักเกณฑ์ในการใช้วัดว่าผู้ประกอบการต้องมี market share เท่าใดจึงจะถือว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถด้านการแข่งขันทางการค้าที่เหนือกว่านั้น แตกต่างกันไปตามกฎหมายของแต่ละประเทศ เช่น ประเทศไทยจะกำหนด market share ไว้มากกว่า 50% ส่วนกลุ่มประเทศยุโรป (European Community) จะกำหนด market share ไว้ระหว่าง 45-55% เป็นต้น ในการเขียนนิยามจึงไม่ได้กำหนดสัดส่วนที่ใช้วัดดังกล่าวนี้ไว้ เนื่องจากจะเป็นการนำลักษณะเฉพาะที่ไม่จำเป็นมาใช้อธิบายมโนทัศน์ ซึ่งจะทำให้นิยามมีความหมายกว้างเกินไป จนกลายเป็นนิยามที่ไม่สมบูรณ์ (incomplete definitions)

คำว่า market power จึงเขียนเป็นนิยามได้ว่า “ความสามารถด้านการแข่งขันทางการค้าที่เหนือกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดราคา คุณภาพ ปริมาณ หรือความหลากหลายของสินค้า” ซึ่งเป็นนิยามแบบซับซ้อน (complex definition) ตามหลักของ Trimble

เนื่องจากเป็นนิยามที่เพิ่มส่วนขยายเข้าไปในนิยามแบบทางการ โดยการใช้เงื่อนไข (stipulation) เพื่อจำกัดข้อมูลด้านสถานที่ว่าต้องเป็น “ในตลาดที่เกี่ยวข้อง” ที่ได้จากการกำหนดของเขตของตลาด

5.5 การสร้างศัพท์ใหม่

Wright&Budin (1997, น.25-28) อธิบายว่าการสร้างคำศัพท์เป็นกระบวนการกำหนดชื่อของมโนทัศน์ตามที่ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาเฉพาะทางนั้นต้องการ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารและกระบวนการคิด การสร้างคำศัพท์สามารถเกิดจากการคิดค้นการนำหน่วยอักขระหรือหน่วยเสียงมารวมกันใหม่ได้ แต่ส่วนมากมักเกิดจากคำที่มีอยู่แล้วและนำมารวมกันเป็นการเฉพาะเพื่อเป็นแบบจำลองสำหรับกระบวนการสร้างคำศัพท์

การสร้างคำศัพท์มักเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมเฉพาะทาง เช่น ห้องวิจัย สำนักงานออกแบบ หรือในสถานการณ์อื่นที่มีความต้องการคำศัพท์ใหม่ ๆ มาใช้ในการอธิบาย รูปแบบในการสร้างคำศัพท์จะแตกต่างกันไปตาม 1) สาขาวิชาของคำศัพท์ 2) อุปนิสัยของคนที่เกี่ยวข้อง 3) ที่มาของสิ่งกระตุ้นในการสร้างคำศัพท์

Wright&Budin แบ่งการสร้างคำศัพท์ออกเป็น 2 กระบวนการ คือการสร้างคำศัพท์ขั้นปฐมภูมิ (primary) และการสร้างคำศัพท์ขั้นทุติยภูมิ (secondary) การสร้างคำศัพท์ขั้นปฐมภูมิเป็นกระบวนการเกี่ยวกับการสร้างศัพทวิทยาที่เกิดจากการสร้างมโนทัศน์ขึ้นมาใหม่อันเป็นผลมาจากนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางภาษาศาสตร์ มักเป็นแบบระบบภาษาเดียว ในขณะที่การสร้างคำศัพท์ขั้นทุติยภูมิเป็นกระบวนการสร้างคำศัพท์ใหม่สำหรับมโนทัศน์ที่มีอยู่แล้วซึ่งมักจะเกิดขึ้นบ่อยกว่าขั้นปฐมภูมิ เนื่องจากคำศัพท์ใหม่ที่จะถูกสร้างนั้นมักอ้างอิงมาจากคำศัพท์เดิม

Sager (1990, น.71-80) ได้เสนอรูปแบบของการสร้างคำศัพท์ใหม่ ๆ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสำหรับวัตถุ ส่วนของวัตถุ และกระบวนการใหม่ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) การใช้คำที่มีอยู่เดิม (use of existing resources)
   เป็นการขยายความหมายให้กับคำที่มีอยู่เดิมเพื่อให้ครอบคลุมไปถึงมโนทัศน์ที่เกิดขึ้นใหม่ วิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดคือการใช้การเปรียบเทียบกับอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น a rock-like substance, an L-shaped room ซึ่งเป็นวิธีที่ถือเป็นขั้นแรกของการสร้างคำศัพท์ที่ช่วยในการกำหนดดมโนทัศน์ นอกจากนี้ยังสามารถใช้คำที่มีหลายความหมายมาใช้เชิงเปรียบเทียบได้ เช่น umbrella cupola, shell of the house

2) การดัดแปลงคำที่มีอยู่เดิม (modification of existing resources)
   เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุด แบ่งได้เป็น 4 วิธีดังนี้
   2.1) การเพิ่มรากศัพท์หรือคำเติมเข้าไป (derivation or affixation) เป็นวิธีที่มีหลายรูปแบบและหลายหน้าที่ เช่น การเติมคำข้างหน้า (prefix) หรือการเติมคำต่อท้าย (suffix) ตัวอย่างเช่น

(verb + -ion) found – foundation

(un-) unbalance

2.2) การรวมคำ (compounding) เป็นการรวมคำตั้งแต่สองคำขึ้นไปให้เป็นหน่วยทางความหมายใหม่ที่มีความหมายใหม่ตามองค์ประกอบที่มาผสมกัน ในทางประมวลศัพท์คำที่เกิดขึ้นใหม่นั้นต้องสื่อให้เห็นมโนทัศน์นั้น เช่น water load, foundation soil failure

2.3) การเปลี่ยนรูปคำ (conversion) เป็นการเปลี่ยนประเภทของคำ เช่น คำว่า supply ที่เป็นทั้งคำกริยาและคำนาม

2.4) การตัดคำ (compression) เป็นการตัดรูปแบบข้อความที่มีอยู่เดิมให้สั้นลง หรือการใช้ตัวย่อจากตัวอักษรตัวแรกของคำ เช่น V (Volt), A (Amp)

3) การสร้างคำขึ้นมาใหม่ (creation of new linguistic entities)

คำศัพท์ใหม่หรือความหมายใหม่ของคำ (neologisms) ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเกิดขึ้นมาจากความจำเป็นในการตั้งชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับมโนทัศน์ใหม่ แบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือการสร้างขึ้นใหม่ หรือการยืมจากภาษาอื่น เช่น ภาษาอังกฤษยืมคำต่าง ๆ จากภาษากรีกและภาษาละติน เช่น คำว่า diameter, tangent, telemeter

เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานของการจัดทำประมวลศัพท์ คำศัพท์หนึ่งคำควรมีความหมายสื่อถึงมโนทัศน์เดียว ISO 704:2000 (น.25-27) ให้ข้อสังเกตไว้ว่าก่อนที่จะสร้างคำศัพท์ใหม่นั้น ควรตรวจสอบให้แน่ใจก่อนว่าได้มีคำศัพท์ใดที่ใช้อธิบายมโนทัศน์นั้นอยู่แล้วหรือไม่ นอกจากนี้ยังได้กำหนดหลักการสร้างคำศัพท์ไว้ดังนี้

1) ความชัดเจน (transparency) เกิดจากการที่คำศัพท์นั้นต้องสามารถอ้างถึงมโนทัศน์ได้ทั้งหมดหรือบางส่วน โดยไม่ต้องอาศัยนิยาม เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการสร้างคำศัพท์ คำศัพท์นั้นต้องประกอบด้วยลักษณะเฉพาะที่สำคัญ

2) ความต่อเนื่อง (consistency) ประมวลศัพท์ของสาขาวิชาควรมีระบบของการรวบรวมคำศัพท์ที่สอดคล้องกับระบบมโนทัศน์ เช่นเดียวกับคำศัพท์ที่มีอยู่เดิมและคำศัพท์ใหม่ที่ต้องเป็นส่วนหนึ่งและสอดคล้องกับระบบมโนทัศน์ด้วย

3) ความเหมาะสม (appropriateness) คำศัพท์ที่ได้รับการเสนอควรมีรูปแบบความหมายที่เหมาะสมกับสังคมที่ใช้ภาษานั้น เพื่อหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดความสับสน คำศัพท์ควรมีความหมายเป็นกลางและไม่ควรมีความหมายกว้างเกินไป รวมถึงความหมายในเชิงปฏิเสธ

4) รูปแบบทางภาษา (linguistic economy) คำศัพท์ควรมีความกระชับ ไม่ยาวเกินไป ซึ่งอาจขัดแย้งกับความถูกต้องของคำศัพท์ เนื่องจากในการสร้างคำศัพท์นั้น หากคำศัพท์มีจำนวนของลักษณะเฉพาะมากเท่าไหร่ คำศัพท์นั้นก็จะถูกต้องและเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม

คำศัพท์นั้นก็จะยาวเกินไปและอาจไม่เหมาะกับการนำไปใช้ ผู้จัดทำจึงควรเลือกรูปแบบการสร้างคำศัพท์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์การนำคำศัพท์ไปใช้ เช่น คำศัพท์ที่ซับซ้อนซึ่งประกอบด้วยคำ 5-6 คำอาจเหมาะสมกับการใช้ในการตีพิมพ์เรื่องทางวิทยาศาสตร์ มากกว่าใช้ในการสื่อสารด้วยวาจาในโรงงาน

5) การสร้างคำจากคำอื่น (derivability) การสร้างคำศัพท์ที่มีประสิทธิภาพควรนำไปใช้ในการสร้างคำอื่นต่อได้

6) ความถูกต้องทางภาษาศาสตร์ (linguistic correctness) คำศัพท์ควรสอดคล้องกับหลักภาษาทั้งด้านรูปลักษณ์ ไวยากรณ์ และหน่วยเสียง

7) การเอื้อต่อคนที่ใช้ภาษาในท้องถิ่น (preference for native language) แม้ว่าการยืมคำจากภาษาอื่นมาสร้างคำศัพท์จะเป็นที่ยอมรับ แต่ก็ควรคำนึงถึงการนำภาษาในท้องถิ่นมาใช้ก่อน

5.6 การกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย

การจัดทำประมวลศัพท์ดังกล่าวนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมคำศัพที่คัดเลือกมาจากเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและนำเสนอคำเทียบเคียงภาษาไทย ให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจศึกษากฎหมายฉบับนี้ สำหรับใช้เป็นแหล่งเรียนรู้และอ้างอิงความหมายของคำศัพท์เฉพาะ ดังนั้น ในการกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทยจึงจะใช้หลักเกณฑ์การสร้างคำศัพท์ของ Sager และ ISO 704:2000 เพื่อให้คำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทยที่จะนำเสนอนี้สามารถนำไปใช้ได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาและตรวจสอบคำศัพท์จากแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องการแข่งขันทางการค้าว่ามีการใช้คำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทยคำใดอยู่แล้วหรือไม่

2) หากมีคำศัพท์ในภาษาไทยแล้วจะพิจารณาว่าคำศัพท์นั้นได้สื่อให้เห็นถึงมโนทัศน์ได้ครอบคลุมและถูกต้องแล้วหรือไม่ เพื่อให้สามารถนำคำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทยนั้นมาใช้ได้เลย อย่างไรก็ตาม หากคำศัพท์นั้นยังไม่สามารถสื่อถึงมโนทัศน์ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ก็จะศึกษาเพิ่มเติมและดัดแปลงคำศัพท์ที่มีอยู่เดิมนั้น เพื่อให้สามารถนำมาใช้ได้

3) หากคำศัพท์ใดยังไม่มีคำศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย จึงจะใช้วิธีการสร้างคำศัพท์ขึ้นใหม่ตามหลักเกณฑ์ที่ได้ศึกษามาข้างต้น

จากการศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมนั้น ทำให้สามารถแบ่งการกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทยจากประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า ออกเป็น 3 แนวทางได้ดังนี้

1) **การใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้ว**

เมื่อได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น พจนานุกรมศัพท์บริหารธุรกิจ พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์ รวมถึงหนังสือวิชาการและวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับกฎหมายแข่งขันทางการค้า ทำให้พบว่าศัพท์บางคำมีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยอยู่แล้ว ผู้จัดทำจึงได้ตรวจสอบกับนิยามในเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และเห็นว่าคำศัพท์นั้นสามารถสื่อมโนทัศน์ได้ครบถ้วน อีกทั้งยังเป็นคำที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายอยู่แล้ว จึงได้เลือกใช้คำเหล่านั้นมาเป็นศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยซึ่งในประมวลศัพท์นี้ได้ใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้วจำนวน 14 คำ เช่น

- cartel มีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยไว้จำนวนมาก เช่น กลุ่มผู้ผูกขาดเพื่อครอบงำตลาด, การร่วมกันจำกัดการแข่งขัน, การรวมกลุ่มเพื่อครอบงำตลาด, คาร์เทล, การรวมหัว, การฮั้ว ผู้จัดทำเลือกใช้คำว่า “การร่วมกันจำกัดการแข่งขัน” เนื่องจากสามารถสื่อมโนทัศน์ออกมาได้สอดคล้องกับนิยามที่ว่า *ข้อตกลงหรือสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งกันหรือเป็นคู่ค้ากัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการขัดขวางการแข่งขันทางการค้าในตลาดนั้น ๆ*
- joint venture มีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยไว้ว่า “กิจการร่วมค้า” ซึ่งผู้จัดทำได้เลือกใช้คำนี้เนื่องจากเป็นคำที่เป็นที่ยอมรับและนำไปใช้ในแวดวงธุรกิจอยู่แล้ว อีกทั้งยังสอดคล้องกับนิยามที่ได้กำหนดไว้ว่า *การรวมกันของ 2 องค์กรขึ้นไปเพื่อก่อตั้งอีกองค์กรหนึ่งร่วมกัน โดยมีการตกลงแบ่งส่วนการถือหุ้น การบริหารงาน และอำนาจควบคุมกัน*

2) **การดัดแปลงคำศัพท์ที่มีอยู่แล้ว**

อย่างไรก็ตาม คำศัพท์บางคำที่มีคำศัพท์ภาษาไทยเทียบเคียงอยู่แล้วนั้น เมื่อได้ตรวจสอบและศึกษาเพิ่มเติมกลับพบว่าคำนั้นยังไม่สามารถสื่อมโนทัศน์ในเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้อย่างครบถ้วน หรือเป็นคำศัพท์ที่ประกอบด้วยคุณลักษณะที่ไม่จำเป็น ทำให้คำศัพท์เยิ่นเย้อยากต่อการนำไปใช้ ในขณะเดียวกันบางคำก็ขาดคุณลักษณะที่จำเป็นทำให้ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง ผู้จัดทำจึงใช้วิธีดัดแปลงคำศัพท์ที่มีอยู่แล้วและนำเสนอคำศัพท์ใหม่ซึ่งในประมวลศัพท์นี้ได้ใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้วจำนวน 15 คำ เช่น

- barrier to Entry มีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยว่า อุปสรรคในการเข้า, การกีดกันการเข้าสู่ตลาด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า barrier to entry นั้นไม่ได้เกิดจากการกีดกันเท่านั้น หากแต่สามารถเกิดจากข้อจำกัดทางด้านกฎหมายเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา หรือเรื่องกำแพงภาษีก็ได้ จึงเห็นว่าคำว่า การกีดกันการเข้าสู่ตลาด ไม่สามารถสื่อมโนทัศน์ได้ตรง รวมถึงคำว่า อุปสรรคในการเข้า ผู้จัดทำเห็นว่าเป็นคำศัพท์ที่ขาดความชัดเจน (transparency) เพราะไม่สามารถอ้างถึงมโนทัศน์ได้ทั้งหมดว่าเป็นการเข้าสู่ตลาด ผู้จัดทำจึงใช้วิธีดัดแปลงคำศัพท์เป็นคำว่า “อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด” ซึ่งยังสอดคล้องกับนิยามว่า *สิ่งที่ขัดขวางหรือกีดกัน*

ผู้ประกอบการรายอื่นไม่ให้เข้าสู่ตลาดหรือดำเนินกิจการในตลาดได้ตามปกติ ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรมและยังเป็นการละเมิดกฎหมาย

- horizontal restraints และ vertical restraints เนื่องจากทั้ง 2 คำนี้เป็นคำที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจึงเห็นว่าคำศัพท์เทียบเคียงนั้นควรสื่อความหมายที่สอดคล้องกันด้วย

  คำว่า horizontal restraints มีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยว่า พฤติกรรมแข่งขันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจในแนวระนาบ ซึ่งค่อนข้างยาวเกินสมควร แต่กลับสื่อมโนทัศน์ของคำศัพท์ได้ไม่ครบถ้วน เนื่องจากการร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการนี้เป็นไปเพื่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันทางการค้า หากใช้ว่า พฤติกรรมแข่งขันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจ จะเกิดความสงสัยว่าเป็นความผิดเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าอย่างไร ผู้จัดทำจึงดัดแปลงเป็นคำว่า “การร่วมจำกัดการแข่งขันในแนวนอน”

  ในขณะที่คำว่า vertical restraints มีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยว่า การจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง, พฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง, เงื่อนไขบังคับในแนวดิ่ง ผู้จัดทำเห็นว่าคำศัพท์ที่มีอยู่แล้วนั้นค่อนข้างยาวเกินสมควร แต่กลับสื่อมโนทัศน์ของคำศัพท์ได้ไม่ครบถ้วนเช่นเดียวกัน เนื่องจากลักษณะเฉพาะที่สำคัญของคำว่า restraints คือการตกลงร่วมกัน ซึ่งไม่มีคำใดที่สื่อมโนทัศน์นี้ออกมาได้ ผู้จัดทำจึงดัดแปลงเป็นคำว่า “การร่วมจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง” เพื่อให้สอดคล้องกับศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยของคำว่า horizontal restraints ด้วย

3) การสร้างคำศัพท์ใหม่

ในกรณีคำศัพท์นั้นไม่มีศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้น ผู้จัดทำจึงได้สร้างคำศัพท์ขึ้นใหม่ โดยใช้วิธีการนำคำสำคัญมาสร้างคำศัพท์ (transparency) วิธีการอิงกลุ่ม (consistency) และวิธีนำนิยามมาสร้างเป็นคำศัพท์ ซึ่งในประมวลศัพท์นี้ได้ใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้วจำนวน 7 คำ เช่น

3.1) วิธีการนำคำสำคัญมาสร้างคำศัพท์ (transparency) เป็นการนำคำที่สามารถสื่อลักษณะสำคัญมาประกอบเป็นคำศัพท์เทียบเคียง ทำให้ทราบความหมายของคำศัพท์ได้โดยไม่ต้องอาศัยนิยามประกอบ ได้แก่

- hardcore cartel ใช้ว่า “การร่วมกันอย่างร้ายแรง” ซึ่งคำว่า การร่วมกัน มาจาก cartel ส่วนคำว่า อย่างร้ายแรง มาจาก hardcore ที่สื่อมโนทัศน์ว่าการมาตกลงร่วมกันนั้นส่งผลร้ายแรงต่อการแข่งขันทางการค้า
- softcore cartel ใช้ว่า “การร่วมกันอย่างไม่ร้ายแรง” ซึ่งใช้คำว่า การร่วมกัน จาก cartel ขึ้นต้นเช่นเดียวกัน ส่วนคำว่า อย่างไม่ร้ายแรง ที่มาจาก softcore ก็สื่อให้เห็นว่าการมาตกลงร่วมกันนั้นส่งผลที่ไม่ร้ายแรงต่อการแข่งขันทางการค้า

3.2) วิธีการอิงกลุ่ม (consistency) เป็นการสร้างศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยที่อยู่ในกลุ่มมโนทัศน์เดียวกันให้สื่อความหมายออกมาได้อย่างสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องกันในระบบมโนทัศน์ ได้แก่

- focal product ใช้ว่า “สินค้าหลัก” ซึ่งคำว่า สินค้า มาจาก product และเพื่อให้สอดคล้องกับคำว่า substitute product ที่ใช้ว่า “สินค้าทดแทน” เนื่องจากเป็นคำศัพท์ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันคือ product market

3.3) วิธีนำนิยามมาสร้างเป็นคำศัพท์ เป็นการนำลักษณะที่ปรากฏในนิยามของคำศัพท์นั้นมาประกอบกันขึ้นมาเป็นคำศัพท์ใหม่ เช่น

- double marginalization ใช้ว่า “การร่วมกันขึ้นราคาซ้ำซ้อน” ซึ่งเกิดจากการรวมกันของลักษณะสำคัญจากนิยามที่ว่า *การตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการในระดับต้นน้ำและระดับปลายน้ำเพื่อขึ้นราคาสินค้าเดียวกันซ้ำซ้อนกันหลายระดับ*

- recoupment ใช้ว่า “การชดเชยขาดทุน” ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญอันปรากฏอยู่ในนิยามด้วย กล่าวคือ *การกลับมาทำกำไรเพื่อชดเชยการขาดทุนจากการยอมตั้งราคาสินค้าของตนให้ต่ำก่อนในระยะเวลาหนึ่งเพื่อกำจัดคู่แข่งรายอื่นให้ออกนอกตลาดหรือไม่ให้เข้าสู่ตลาดได้แล้ว*

การกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทยของประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้จึงใช้ทั้ง 3 วิธี คือ การใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้ว การดัดแปลงคำศัพท์ที่มีอยู่แล้ว และการสร้างคำศัพท์ใหม่ โดยใช้ 2 วิธีแรกมากที่สุด เนื่องจากบางคำเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายอยู่แล้ว หรือสามารถดัดแปลงเล็กน้อยเพื่อให้สอดคล้องกับสาขาวิชาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้ ในขณะเดียวกันคำศัพท์บางคำที่เลือกใช้วิธีการสร้างคำศัพท์ใหม่ก็ใช้วิธีการนำคำสำคัญมาสร้างคำศัพท์ วิธีการอิงกลุ่ม และวิธีนำนิยามมาสร้างเป็นคำศัพท์เพื่อให้คำศัพท์ทุกคำสอดคล้องและอยู่ในระบบมโนทัศน์เดียวกัน

บทที่ 6
บทสรุป

6.1 สรุปผลการวิจัย

การจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้ ผู้จัดทำได้ทำตามระเบียบวิธีซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ โดยเริ่มจากศึกษาทฤษฎีศัพทวิทยาและกระบวนการสร้างประมวลศัพท์ รวมถึงค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยและของต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำประมวลศัพท์ ประกอบกับใช้ในการวิเคราะห์มโนทัศน์สัมพันธ์และให้คำแปลภาษาไทยที่เหมาะสมแก่ศัพท์ที่คัดเลือกมา ประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้แบ่งออกเป็น 5 บท ประกอบไปด้วย บทที่ 1 บทนำว่าด้วยหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ สมมติฐาน ขอบเขต ระเบียบวิธีวิจัย ขั้นตอนการศึกษาวิจัย และประโยชน์ บทที่ 2 ว่าด้วยทฤษฎีและความรู้เบื้องต้นในการทำประมวลศัพท์ ตั้งแต่การศึกษาความหมายของศัพทวิทยา ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพทวิทยา ทฤษฎีศัพทวิทยาต่าง ๆ รวมถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า บทที่ 3 ว่าด้วยการจัดทำคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าและการดึงศัพท์ออกมาจากคลังข้อมูลภาษา บทที่ 4 ว่าด้วยความหมายของมโนทัศน์ การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ และการระบุมโนทัศน์สัมพันธ์จากประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า บทที่ 5 ว่าด้วยการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record) รวมถึงการเขียนนิยามและการกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย

จากการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าตามทฤษฎีและระเบียบวิธีทางด้านศัพทวิทยาที่ได้ศึกษามานั้น พบว่าทฤษฎีและกระบวนการเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการช่วยให้การจัดทำประมวลศัพท์เป็นไปอย่างเป็นระเบียบและได้ผลลัพธ์ออกมาถูกต้องครบถ้วน เริ่มตั้งแต่การสร้างคลังข้อมูลที่ประกอบไปด้วยข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ เช่น บทความ บทวิเคราะห์จากนักกฎมายที่มีชื่อเสียงและบริษัทกฎหมายทั่วโลก วารสารวิชาการจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก คู่มือ คำแนะนำ และแนวทางเบื้องต้นจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เมื่อได้ข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือเหล่านี้ จึงทำให้สามารถคัดเลือกคำศัพท์ที่เป็นคำศัพท์เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าออกมาได้จำนวน 36 คำ และนำมาระบุมโนทัศน์สัมพันธ์ได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กฎหมายและผู้มีส่วนในตลาด กลุ่มที่ 2 โครงสร้างตลาด กลุ่มที่ 3 การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม กลุ่มที่ 4 การร่วมกันจำกัดการแข่งขัน และกลุ่มที่ 5 การรวมกลุ่มธุรกิจ จากนั้นจึงสามารถเขียนนิยามของคำศัพท์ที่ได้จากการดึงลักษณะสำคัญของคำที่อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา และกำหนดศัพท์เทียบเคียงในภาษาไทย ซึ่งได้ใช้วิธีการใช้คำศัพท์ที่มีอยู่แล้ว การดัดแปลงคำศัพท์ที่มีอยู่ และการสร้างคำศัพท์ใหม่ ทำให้ได้คำศัพท์เทียบเคียงภาษาไทยพร้อมนิยามเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์

6.2 ปัญหาและแนวทางแก้ไข

ในการจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้ ผู้จัดทำได้พบปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นตอนต่าง ๆ และได้เลือกแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมกับแต่ละขั้นตอนดังนี้

1) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า

เนื่องจากกฎหมายการแข่งขันทางการค้ามีความเกี่ยวข้องกับหลักวิชาเศรษฐศาสตร์อย่างมาก แต่ผู้จัดทำไม่มีความรู้เกี่ยวกับหลักเศรษฐศาสตร์เป็นพื้นฐานมาก่อน ก่อนการเริ่มจัดทำประมวลศัพท์ผู้จัดทำจึงต้องศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เป็นการแข่งขันทางการค้า

2) การจัดทำคลังข้อมูลภาษาและการดึงศัพท์

เนื่องจากคลังข้อมูลภาษาเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้าประกอบไปด้วยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มาจากกฎหมายหลากหลายประเทศ ไม่เพียงเฉพาะแค่กฎหมายของประเทศไทยเท่านั้น เนื่องจากกฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่มีการใช้มาอย่างยาวนานในหลายประเทศ เพราะมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมาก จึงพบปัญหาในเรื่องการรวบรวมเอกสารกฎหมายของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะบทความและวารสารวิชาการที่มักเข้าถึงยาก เนื่องจากต้องมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ผู้จัดทำจึงได้ลองสืบค้นจากเว็บไซต์ของหอสมุดกลางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (www.car.chula.ac.th) ซึ่งทำให้ได้บทความและวารสารวิชาการจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยชั้นนำ หรือองค์กรเกี่ยวกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้าทั่วโลกโดยตรง ทำให้คลังข้อมูลภาษานี้มีข้อมูลของกฎหมายจากหลากหลายประเทศ

นอกจากนี้ ในการดึงคำศัพท์จากคลังข้อมูลภาษานั้น ผู้จัดทำได้ใช้โปรแกรม AntConc เป็นหลักทำให้ได้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการแข่งขันทางการค้า แต่เป็นคำศัพท์ที่พบได้ทั่วไป ไม่ใช่คำศัพท์เฉพาะทาง ผู้จัดทำจึงได้ใช้โปรแกรม Collocation Extract ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้เพื่อจัดลำดับคำปรากฏร่วมในคลังข้อมูลร่วมด้วย ทำให้พบว่าคำศัพท์ส่วนใหญ่จากเรื่องนี้มักเป็นคำประสมที่เมื่อมารวมกันจะทำเกิดความหมายใหม่ เช่น คำว่า predatory pricing, hardcore cartel เป็นต้น

3) การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์

ในช่วงแรกของการสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านั้น ผู้จัดทำได้เริ่มต้นโดยระบุความสัมพันธ์ของคำศัพท์ทุกคำรวมกันเป็นมโนทัศน์ใหญ่มโนทัศน์เดียวซึ่งก่อให้เกิดความยากลำบากและได้ผลลัพธ์ออกมาไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงนัก จากการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและการศึกษาเพิ่มเติมทำให้สามารถระบุมโนทัศน์สัมพันธ์ออกมาได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่และสร้างความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มได้ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในเรื่องของการระบุรูปแบบ

ความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ให้สื่อความหมายออกมาได้อย่างชัดเจน ผู้จัดทำจึงต้องทำความเข้าใจความหมายของคำศัพท์แต่ละคำให้มากยิ่งขึ้นทั้งจากคลังข้อมูลภาษาและแหล่งข้อมูลอื่นประกอบ

4) การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น และบันทึกข้อมูลศัพท์

เนื่องจากแหล่งข้อมูลในคลังข้อมูลภาษาประกอบด้วยคำบ่งชี้ทางภาษาศาสตร์จำนวนมาก ทำให้การระบุลักษณะสำคัญของคำเป็นไปอย่างราบรื่น อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนนี้ ผู้จัดทำก็พบปัญหาว่าลักษณะของคำศัพท์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลในคลังข้อมูลภาษานั้นแสดงให้เห็นว่าคำศัพท์นั้นไม่ได้จัดอยู่ในกลุ่มที่ผู้จัดทำได้จัดไว้เดิม เช่น คำว่า market power ที่โดยเริ่มแรกผู้จัดทำจัดไว้ในกลุ่มที่ 1 กฎหมายและผู้มีส่วนในตลาดที่สัมพันธ์กับคำว่า undertaking แต่จากลักษณะของคำแสดงให้เห็นว่า market power เกี่ยวข้องกับ dominant position ประกอบกับผู้จัดทำได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้า และพบว่าควรย้ายคำว่า market power ไปยังกลุ่มที่ 3 การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมแทนจะทำให้ได้ความสัมพันธ์และความหมายที่ถูกต้องกว่า นอกจากนี้ยังมีคำศัพท์บางคำที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้เพิ่มขึ้นเพื่อให้ประมวลศัพท์สมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้น ทำให้ผู้จัดทำต้องศึกษาเพิ่มเติมและเพิ่มแหล่งข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา

6.3 การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

การจัดทำประมวลศัพท์เรื่องกฎหมายการแข่งขันทางการค้านี้เน้นการรวบรวมคำศัพท์ในส่วนของพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าอันก่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งแต่ละพฤติกรรมเองก็มีรายละเอียดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาที่อาจมีคำศัพท์เฉพาะเพิ่มเติมอีกมากมาย ผู้ที่สนใจศึกษาต่อเพิ่มเติมจึงสามารถใช้ประมวลศัพท์เรื่องนี้ในการต่อยอดได้

นอกจากนี้ กฎหมายการแข่งขันทางการค้าเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจโดยตรงซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ในอนาคตจึงอาจมีคำศัพท์เฉพาะทางใหม่ ๆ เกิดขึ้นทั้งในส่วนของพฤติกรรมที่เป็นการจำกัดการแข่งขันทางการค้าที่อาจมีการคิดวิธีการใหม่ จนทำให้เกิดคำศัพท์ใหม่ขึ้น รวมถึงองค์ประกอบของกฎหมาย หลักเกณฑ์การพิจารณา และบทลงโทษที่อาจต้องปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จึงอาจใช้ประมวลศัพท์นี้ในการนำไปต่อยอดได้เช่นเดียวกัน

บรรณานุกรม

Sager, Juan C. A Practical course in terminology processing. Amsterdam : John Benjamins B.V., 1990.

Cabre, M. T.; Sager, J. C. Terminology : Theory, Methods, and Applications. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1999.

Peason, Jennifer. Terms in context. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 1998.

Wright, Sue Ellen.; Budin, Gerhard. Handbook of terminology management. Amsterdam : John Benjamins Publishing Co., 1997.

วิโรจน์ อรุณมานะกุล. ภาษาศาสตร์คลังข้อมูล : หลักการและการใช้. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาฯ, 2553.

INTERNATIONAL STANDARD. ISO 704 Terminology work — Principles and methods. Geneva : ISO, 2000.

INTERNATIONAL STANDARD. ISO 1087-1 Terminology work — Vocabulary —. Geneva : ISO, 2000.

ราชกิจจานุเบกษา. พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐ [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา: http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/070/22.PDF [2562, กรกฎาคม 1]

ราชกิจจานุเบกษา. ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณาการกระทำร่วมกันของผู้ประกอบธุรกิจ อันเป็นการผูกขาด หรือลดการแข่งขัน หรือจำกัดการแข่งขันในตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา: https://otcc.or.th/ewt_dl_link.php?nid=503&lang=TH [2562, กรกฎาคม 1]

ราชกิจจานุเบกษา. ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า เรื่อง แนวทางปฏิบัติในการพิจารณากำหนดขอบเขตตลาดและส่วนแบ่งตลาด พ.ศ. ๒๕๖๑ [ออนไลน์].2561.แหล่งที่มา: https://otcc.or.th/ewt_dl_link.php?nid=505&lang=TH [2562, กรกฎาคม 1]

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า, “เจาะลึกกฎหมายการแข่งขันทางการค้าฉบับใหม่,” จุลสาร...มองโลกแข่งขัน 57 (24 เมษายน 2562): 1-3. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: https://otcc.or.th/ebook/B0072/index.html#p=1

ศักดา ธนิตกุล. กฎหมายแข่งขันทางการค้าของประเทศสมาชิกอาเซียน. กรุงเทพฯ : วิญญูชน, 2560.

ศักดา ธนิตกุล, คณพล จันทน์หอม, McEwin, Ian และ Baugarten, Ralf. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาวิจัย เรื่องการปรับปรุงกลไกการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

ASEAN. ASEAN Regional Guidelines on Competition Policy [Online]. 2010. Available from: https://www.dit.go.th/en/backoffice/uploadfile/25560918100922638847 6.pdf [2019, July 1]

Thethailaw.com. การแบ่งแยกประเภทของกฎหมาย [ออนไลน์]. 2558. แหล่งที่มา: http://www.thethailaw.com/law/law4/more4-1-5.html [2561, ตุลาคม 22]

ลาภาทรัพย์ทวีกุล, พณากานต์. ประมวลศัพท์เรื่องการกระทำอันไม่เป็นธรรมเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการแปลและการล่าม ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.

หลายรัตน์, วราภา. ประมวลศัพท์เรื่องการค้ำประกันทางการค้าระหว่างประเทศในระเบียบ URDG 758 และ ISP98. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการแปลและการล่าม ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.

ภาคผนวก ก

รายละเอียดคลังข้อมูลภาษา

รายละเอียดคลังข้อมูลภาษา

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL001.txt	The New Competition Law in Thailand Approved http://www.allenovery.com/SiteCollectionDocuments/The_New_Competition_Law_in_Thailand_Approved.pdf	2,357
CL002.txt	Thailand introduces new competition law https://www.asialaw.com/articles/thailand-introduces-new-competition-law/arzrpwvk	811
CL003.txt	Thai Cabinet Approves Draft Trade Competition Bill https://www.bakermckenzie.com/en/insight/publications/2016/10/new-trade-competition-act-approved/	286
CL004.txt	Thailand: NLA Approves New Trade Competition Act https://www.bakermckenzie.com/en/insight/publications/2017/04/nla-approves-new-trade-competition/	520
CL005.txt	New Thai Competition law - is it a game changer? https://www.herbertsmithfreehills.com/latest-thinking/new-thai-competition-law-%E2%80%93-is-it-a-game-changer	1,347
CL006.txt	Thailand's New Trade Competition Act https://th.rajahtannasia.com/media/2894/2017-08-new-thai-trade-competition-law.pdf	1,723
CL007.txt	Thailand's Draft New Trade Competition Act https://siampremier.com/thailands-draft-new-trade-competition-act/	1,328
CL008.txt	Thailand: New Trade Competition Act to Take Effect in October 2017 https://www.tilleke.com/resources/thailand-new-trade-competition-act-take-effect-october-2017	477
CL009.txt	Thailand's Competition Policy - Legal Analysis http://www.israelbar.org.il/uploadfiles/Thailands_Competition_Policy_RoyBak.pdf	3,650
CL010.txt	NEW AMENDMENTS TO CARTEL REVIEW GUIDELINES http://www.kimchang.com/UserFiles/FTL__News_and_Updates_(20120903).pdf	1,223

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL011.txt	Competition Law Insight article on The great train victory: The enduring significance of the GC's judgment in European Night Services https://www.cliffordchance.com/content/dam/cliffordchance/PDFDocuments/CLI_Article_on_The_great_train_victory.pdf	1,997
CL012.txt	China's New Anti-Unfair Competition Law Has Taken Effect https://www.bakermckenzie.com/en/insight/publications/2018/01/china-new-anti-unfair-competition-law/	1,425
CL013.txt	Thailand: Antitrust Reform In Thailand 2016 http://www.mondaq.com/x/654750/Cartels+Monopolies/Antitrust+Reform+In+Thailand+2016	1,665
CL014.txt	Turkey: Price / Margin Squeeze http://www.mondaq.com/turkey/x/575702/Antitrust+Competition/Price+Margin+Squeeze	1,493
CL015.txt	AN OVERVIEW of the competition law in Malaysia http://www.mondaq.com/x/467510/Antitrust+Competition/Up+In+The+Air	1,632
CL016.txt	United Arab Emirates: The UAE Competition Law Clarified http://www.mondaq.com/x/614334/Antitrust+Competition/The+UAE+Competition+Law+Clarified	980
CL017.txt	Hong Kong: What You Need To Know About Hong Kong Competition Law http://www.mondaq.com/hongkong/x/469922/Antitrust+Competition/What+You+Need+To+Know+About+Hong+Kong+Competition+Law	5,134
CL018.txt	A Snapshot of Japanese Competition Law Developments and What to Look for https://www.competitionpolicyinternational.com/a-snapshot-of-japanese-competition-law-developments-and-what-to-look-for/	3,607
CL019.txt	The Internationalization of Competition Law in Africa https://www.competitionpolicyinternational.com/the-internationalization-of-competition-law-in-africa/	2,397

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL020.txt	Canadian Competition Law Reform: A Diagnosis and Proposals for Reform of Canada's Ineffective Merger Notification Rules https://www.competitionpolicyinternational.com/canadian-competition-law-reform-a-diagnosis-and-proposals-for-reform-of-canadas-ineffective-merger-notification-rules/	7,392
CL021.txt	Regionalization of competition law: Legal implications of the cooperation with the investigation of cartels in Latin America https://www.competitionpolicyinternational.com/regionalization-of-competition-law-legal-implications-of-the-cooperation-with-the-investigation-of-cartels-in-latin-america/	1,525
CL022.txt	Long-awaited changes: competition law reform takes effect today http://www.kwm.com/en/au/knowledge/insights/competition-policy-review-act-proclamation-consumer-law-20171106	890
CL023.txt	Competition law in Australia: overview https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/5-504-5779?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&bhcp=1	8,276
CL024.txt	Cartels and anti-competitive agreements http://www.oecd.org/competition/cartels/	408
CL025.txt	Cartel Enforcement in Korea https://www.nysba.org/Sections/Antitrust_Law/Resources/Resource_PDFs/2014/Cartel/Presentation(Kim)_(12)__(1186008_1).html	1,100
CL026.txt	International Competition Law Update: Germany Requires Wal-Mart to Raise its Prices https://www.wilmerhale.com/-/media/c669f5d8e95947e19858c28e965080fa.pdf	1,109
CL027.txt	Is an Anticompetitive Contract Clause an Ancillary Restraint that will survive Antitrust Scrutiny? https://www.theantitrustattorney.com/anticompetitive-contract-clause-ancillary-restraint-will-survive-antitrust-scrutiny/	1,922
CL028.txt	Antitrust Analysis of Joint Ventures: Ancillary Restraints https://blogs.orrick.com/antitrust/2017/08/07/antitrust-analysis-of-joint-ventures-ancillary-restraints/	1,481

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL029.txt	Determining the Competitive Effects of Vertical Integration in Mergers https://www.nera.com/content/dam/nera/publications/archive2/PUB_Vertical_Integration_0511.pdf	2,337
CL030.txt	DOJ Investigates Cross-Ownership by Institutional Investors https://www.friedfrank.com/siteFiles/Publications/FINAL-PDF-031816-Antitrust-DOJ%20Investigates.pdf	1,507
CL031.txt	Activism Might Have an Antitrust Problem https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2016-04-04/shareholder-activism-might-have-antitrust-issues	2,611
CL032.txt	How to Handle Interlocking Directorates https://insights.diligent.com/board-succession-planning/how-to-handle-interlocking-directorates/	1,149
CL033.txt	Board Interlocks on Antitrust Enforcement Hot Seat: A Must-Read Guide for Board Members and Officers - March 2019 https://www.jdsupra.com/legalnews/board-interlocks-on-antitrust-80619/	1,488
CL034.txt	Antitrust Alert: U.S. 2017 Merger Notification and Interlocking Directorates Thresholds Announced https://www.jonesday.com/en/insights/2017/01/antitrust-alert--us-2017-merger-notification-and-interlocking-directorates-thresholds-announced	377
CL035.txt	California Antitrust & Unfair Competition Law https://www.sheppardmullin.com/media/article/83_pub415.pdf	33,397
CL036.txt	Is a trade union an undertaking under EU competition law? http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=12f42f70-481d-4acb-86b7-e17325b9730c%40sessionmgr104	9,974
CL037.txt	The Concept of Perfect Competition as the Law of Economics: Addressing the Homonymy Problem https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2001319	9,492

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL038.txt	The Economics of Competition http://www.uni-giessen.de/fbz/fb02/fb/professuren/vwl/goetz/kontakt/mitarbeiter/pahaordner/WPuS%20Begleittext	129,980
CL039.txt	COMPETITION LAW AND POLICY IN THAILAND http://www.oecd.org/daf/competition/prosecutionandlawenforcement/2491524.doc	1,841
CL040.txt	MARGIN SQUEEZE: AN ABOVE-COST PREDATORY PRICING APPROACH https://academic.oup.com/jcle/article/12/1/151/1750785	9,509
CL041.txt	The Harmonization of Competition Laws towards the ASEAN Economic Integration http://ezproxy.car.chula.ac.th:2155/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=dc554553-63d0-4900-a151-689b19b5f9b7%40sessionmgr4009	7,590
CL042.txt	REALISM AND INTERNATIONAL COOPERATION IN COMPETITION LAW http://ezproxy.car.chula.ac.th:2155/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=871ced33-4c9f-47ee-b00b-c1bbf3375901%40sessionmgr4007	20,079
CL043.txt	COMPETITION LAW AND POLICY IN MEXICO: SUCCESSES AND CHALLENGES http://ezproxy.car.chula.ac.th:2155/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=4a2359ed-35d7-4b7d-8c44-d03098107d5f%40sessionmgr4007	15,279
CL044.txt	PRIVATE ENFORCEMENT OF COMPETITION L AW IN AUSTRALIA — INCHING FORWARDS? http://ezproxy.car.chula.ac.th:2155/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=b7488729-929e-4001-aa06-948cc8628243%40sessionmgr4010	25,122
CL045.txt	Competition Law Enforcement in Serbia: Six Years of Staggering Along http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=8a1bb475-1292-4c19-a068-6d6bb16b580c%40sessionmgr104	8,828
CL046.txt	Competition Law Enforcement and Public Contracts Procurement in Italy: The School Cleaning Services Case http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=7f4b35be-be88-40cc-93b9-e4f41cc64b84%40sessionmgr101	6,569

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL047.txt	The development and progress of competition law in Indonesia http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=69455110-5909-4d14-82b0-6c3513ac5779%40pdc-v-sessmgr01	19,465
CL048.txt	Competition law and policy of the Republic of Korea http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=b3cf14e2-3686-4054-95f3-5a8274187418%40sessionmgr101	9,588
CL049.txt	THE UNITED STATES AND ITS FUTURE INFLUENCE ON GLOBAL COMPETITION POLICY http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=2ca14071-0ea6-4d0c-9850-78d114236f24%40sessionmgr102	23,266
CL050.txt	"THIS DOES NOT MATTER IN MEXICO": MEXICO-U.S. COMPETITION LAW CONFLICTS AND RESOLUTIONS http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=1d6bbd43-1922-4034-91b4-53f43f121bf8%40sessionmgr104	13,192
CL051.txt	Competition Law, Cartel Enforcement & Leniency Program https://core.ac.uk/download/pdf/12019277.pdf	5,872
CL052.txt	Welcome to the December 2017 edition of Competition Law International http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=c625968f-6837-4883-83ad-1beb540c27cd%40sessionmgr120	363
CL053.txt	India's New Competition Regime Steadily Gaining Ground http://ezproxy.car.chula.ac.th:2127/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=8d2a0d78-992b-4f05-944b-a0f80060e7b0%40pdc-v-sessmgr01	6,974
CL054.txt	The Role of Law and Regulation in Sustaining Financial Markets https://books.google.co.th/books?id=Po7ZBAAAQBAJ&pg=PA215&lpg=PA215&dq=softcore+cartel&source=bl&ots=ZF-DHII3-T&sig=M7AZc-a8QvuRMB5gGIGtPD-kXkI&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj6iIGmmYnbAhXHxbwKHUNyDwYQ6AEIMjAC#v=onepage&q=softcore%20cartel&f=false	158

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL055.txt	Pitfalls for Price Competitors: State and Federal Restrictions on below Cost or Unreasonably Low Prices https://scholarlycommons.law.case.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=4206&context=caselrev	16,740
CL056.txt	bundling and tying http://neconomides.stern.nyu.edu/networks/Economides_Bundling_and_Tying.pdf	2,744
CL057.txt	Double Marginalization in the Pricing of Complements: The Case of U.S. Freight Railroads* https://pdfs.semanticscholar.org/1175/1f4b27d4e835b29279335ec03a3e555245b4.pdf	7,083
CL058.txt	The Rule of Reason https://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2780&context=faculty_scholarship	39,302
CL059.txt	Price Fixing and the Doctrine of Ancillary Restraints http://www.nzlii.org/nz/journals/CanterLawRw/1999/9.html	18,255
CL060.txt	Tying and bundling in the digital era https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17441056.2018.1533360	10,646
CL061.txt	Combating Anticompetitive Interlocks: Section 8 of the Clayton Act as a Template for Small and Emerging Economies https://pdfs.semanticscholar.org/5a4c/abc21a9c641d2364e8427c181d052f02645b.pdf	17,421
CL062.txt	A quick guide to competition and consumer protection laws that affect your business https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284428/oft911.pdf	3,970
CL063.txt	CCCS Guidelines on MARKET DEFINITION https://www.cccs.gov.sg/-/media/custom/ccs/files/legislation/legislation-at-a-glance/cccs-guidelines/cccs-guidelines-on-market-definition.pdf?la=en&hash=BCB8049E9696AFDDB0AD13F2DA2796C822759B04	6,752

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL064.txt	CCCS Guidelines on the Section 34 Prohibition 2016 https://www.cccs.gov.sg/-/media/custom/ccs/files/legislation/legislation-at-a-glance/cccs-guidelines/cccs-guidelines-on-the-section-34-prohibitions-2016.pdf?la=en&hash=B27E4937C32D9FAE1654BDE6EA51F336708BDDD2	10,837
CL065.txt	CCCS Guidelines on the Section 47 Prohibition 2016 https://www.cccs.gov.sg/-/media/custom/ccs/files/legislation/legislation-at-a-glance/cccs-guidelines/cccs-guidelines-on-the-section-47-prohibitions-2016.pdf?la=en&hash=7A9612B3CFCD096645D014141E5F3F10E506BF3A	12,005
CL066.txt	CCCS Guidelines on the Major Competition Provisions 2016 https://www.cccs.gov.sg/-/media/custom/ccs/files/legislation/legislation-at-a-glance/cccs-guidelines/cccs-guidelines-on-the-major-competition-provisions-2016.pdf?la=en&hash=04639002277B98C70B5421E0D69BECC 53B6F1435	9,254
CL067.txt	How does competition law apply to me and my business? https://www.ccpc.ie/business/help-for-business/competition-law-how-does-it-apply-to-my-business/	1,704
CL068.txt	Comply Or Suffer: Competition Compliance Manual http://thefirm.moneycontrol.com/story_page.php?autono=2719341	4,354
CL069.txt	PRACTICAL GUIDELINES ON MARKET DEFINITION http://economia.uniroma2.it/public/ppm/files/lecture%20content/Guidelines_on_Relevant_Market_Definition.pdf	28,975
CL070.txt	Handbook on Competition Policy and Law in ASEAN for Business 2013 http://www.dit.go.th/en/backoffice/uploadfile/255609181521358843280.pdf	40,348
CL071.txt	MARKET DEFINITION GUIDELINES http://www.competitionauthority.co.bw/sites/default/files/MARKET%20DEFINITION%20GUIDELINES.pdf	5,606
CL072.txt	Overall Picture of the Thai Competition Law of 2017 http://otcc.dit.go.th/wp-content/uploads/2017/04/overall.pdf	299

ลำดับเอกสาร	แหล่งที่มา	จำนวนคำ
CL073.txt	Inferring Market Definitions and Competition Groups From Empirically-Estimated Demand Systems: A Practitioner's Guide http://pluto.huji.ac.il/~aloneiz/market%20def%20-%20clear%20version.pdf	16,410
CL074.txt	**A short guide to competition law** (Short guide NZ) http://construction.comcom.govt.nz/competition-law/competition-checklist/#Pricefixing	1,971
CL075.txt	**Antitrust in 60 Seconds: Tying and Bundling** (Antitrust in 60 Sec) http://www.project-disco.org/competition/042319-antitrust-in-60-seconds-tying-bundling/	3,512

ภาคผนวก ข

รายละเอียดแหล่งอ้างอิงศัพท์ภาษาไทย

รายละเอียดแหล่งอ้างอิงศัพท์ภาษาไทย

รหัสอ้างอิง	แหล่งอ้างอิง
RF01	สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. พจนานุกรมศัพท์บริหารธุรกิจ ฉบับราชบัณฑิตยสภา. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์, 2559
RF02	ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสภา. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์, 2555
RF03	สุวัฒน์ วิรุฬห์สิงห์. ศัพทานุกรมเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551
RF04	ภราดร ปรีดาศักดิ์. พจนานุกรมเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549
RF05	ศักดา ธนิตกุล. กฎหมายแข่งขันทางการค้าของประเทศสมาชิกอาเซียน. กรุงเทพฯ : วิญญูชน, 2560.
RF06	ศักดา ธนิตกุล, คณพล จันทน์หอม, McEwin, Ian และ Baugarten, Ralf. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาวิจัย เรื่องการปรับปรุงกลไกการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
RF07	ณัฐนันท์ ยนต์วิกัย. หลักเกณฑ์การวินิจฉัยพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการแข่งขัน ประเภทการส่งเสริมการขาย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.

ภาคผนวก ค

บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record)

บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction Record)

<u>คำย่อที่ใช้แทนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์</u>

GS = Generic - Specific

CE = Cause – Effect

PaW = Part - Whole

FaR = Factor - Result

MkAg = Market - Agent

TMt = Tool - Material

SFo = Structure - Form

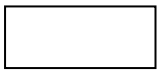
PoB = Position - Behavior

PoAb = Position - Ability

AmAt = Agreement - Activity

EL = Entity - Level

<u>สัญลักษณ์ที่ใช้ในมโนทัศน์สัมพันธ์</u>

 = คำศัพท์เฉพาะทาง

= คำศัพท์ทั่วไปที่เพิ่มเข้ามาเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์

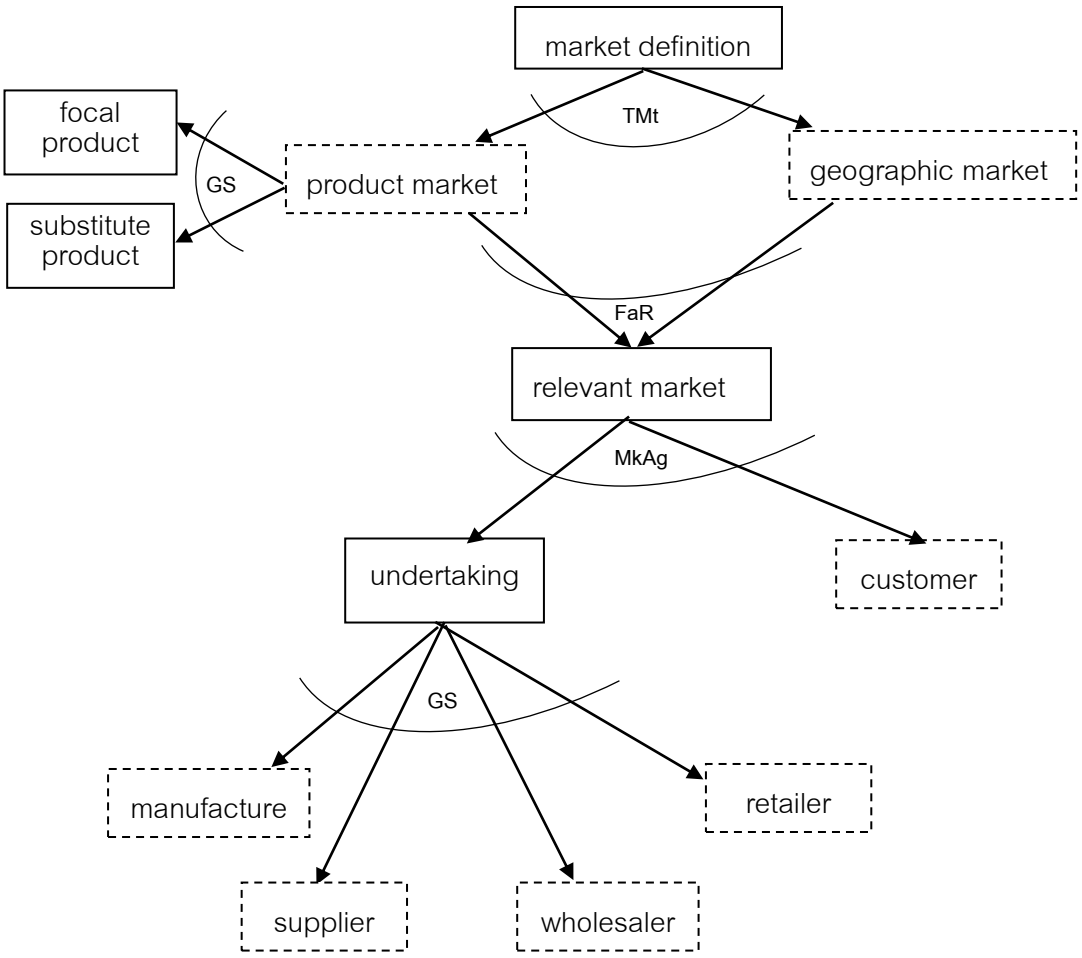
 = แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์และมีคำย่อแทนรูปแบบความสัมพันธ์

<u>รหัสที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลศัพท์</u>

CNXXX = ลำดับรายการบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

CLXXX.txt = ลำดับเอกสารต้นฉบับจากคลังข้อมูลภาษา

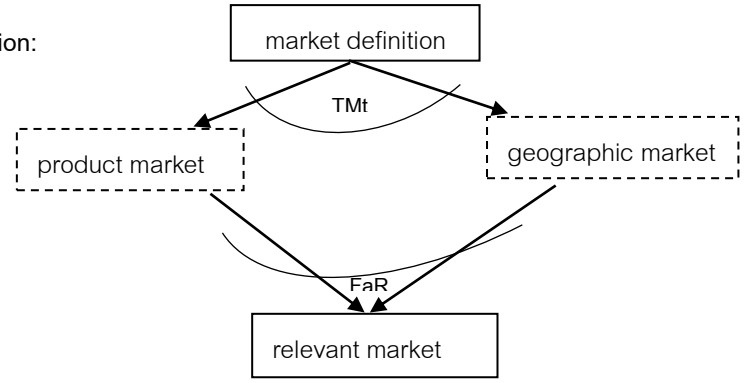
แผนภูมิมโนทัศน์ 1 กฎหมายและผู้มีส่วนในตลาด



CN001	**Concept:** market definition	**Eng:** market definition (CL069.txt)

Feature: เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินการแข่งขันทางการค้า โดยมุ่งวิเคราะห์ประเภทของสินค้า พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่การแข่งขันนั้นเกิดขึ้น ผู้ที่มีส่วนในเกี่ยวข้องในตลาด รวมถึงการประเมินส่วนแบ่งทางการตลาดและการกระจุกตัวของตลาด เพื่อประเมินอำนาจของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดนั้น จึงถือเป็นขั้นตอนสำคัญในการระบุหรือนิยามตลาดที่ต้องการออกมา เพื่อให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านการแข่งขันทางการค้าที่มีผลต่อผู้ที่มีส่วนร่วมในตลาด

Conceptual Relation:



Extraction:

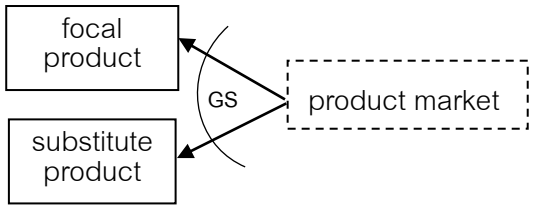
1. **Market definition** is an analytical tool. It guides the Authority, and the other parties involved, in laying bare key assumptions (starting points for the analysis), in developing reasoning steps and in structuring the collection and assessment of evidence. **Market definition** serves three main purposes: It allows to focus the analysis to the type of trade and the geographic areas in which a competitive concern may arise; It allows to identify market participants and measure market shares and market concentration, which are commonly used for a preliminary assessment of market power; It allows understanding the existing mode of competition among the market participants, its likely evolution, and the existence of barriers to entry. (CL069.txt)
2. In this context, **market definition** has two significant benefits. First, it provides a focus for the competitive assessment. By defining the relevant market so as to encompass all those products or services which are considered to be effective substitutes for the products or services at the centre of the investigation, the relevant market focuses the attention of both the Commission and interested affected parties on the main competitive constraints which exist between products and between regions. Excluding such competitive constraints from the analysis will likely result in a flawed competitive assessment. (CL038.txt)
3. The purpose of **Market Definition** is to provide a context within which competition analysis or assessment can be undertaken. It is not an end in itself, but a key step in identifying the competitive constraints acting on a supplier of a given product or service. (CL071.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN002	**Concept:** focal product	**Eng:** focal product (CL073.txt)

Feature: ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งที่อาจจะผลิตสินค้าอื่น ๆ ด้วย ตัวอย่าง ผู้ผลิต B ผลิตเครื่องดื่มยี่ห้อหนึ่งเท่านั้น ดังนี้ Focal Product ของผู้ผลิต B ก็คือเครื่องดื่มยี่ห้อนั้น ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์นี้มีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเปลี่ยนการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นประจำนี้ไปยังผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้ทดแทนกันได้ นอกจากนี้ ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องถูกนำมาพิจารณาร่วมกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เพื่อกำหนด market definition แล้วจึงกำหนดตัวผู้ขายในขอบเขตตลาดนั้น ๆ เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมในตลาดนั้น

Conceptual Relation:



Extraction:

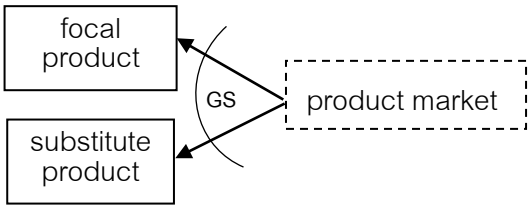
1. The **focal product** is produced by a certain manufacturer who may be producing other products as well. (CL073.txt)
2. A market is commonly understood to consist of both buyers and sellers of a product in a certain geographical area. However, the term market has a specific meaning for competition law purposes. The essential task in market definition is to define all the products on the demand side that buyers regard as reasonable substitutes for the product under investigation (**focal product**), and then to identify all the sellers who supply the focal and substitute products, or who could potentially supply them this is the relevant market. (CL063.txt.)
3. Following the price rise, customers may switch some of their purchases from the **focal product** to other substitute products (demand side substitution). (CL071.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN003	**Concept:** substitute product	**Eng:** substitute product (CL071.txt)

Feature: ผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานอย่างเดียวกัน โดยไม่จำเป็นต้องมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ เมื่อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ประจำมีราคาสูงขึ้นหรือขาดแคลน ผู้บริโภคจะหันมาสนใจซื้อผลิตภัณฑ์นี้แทน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกอื่น นอกจากนี้ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องถูกนำมาพิจารณาเพื่อการกำหนดขอบเขตของตลาดด้วย

Conceptual Relation:



Extraction:

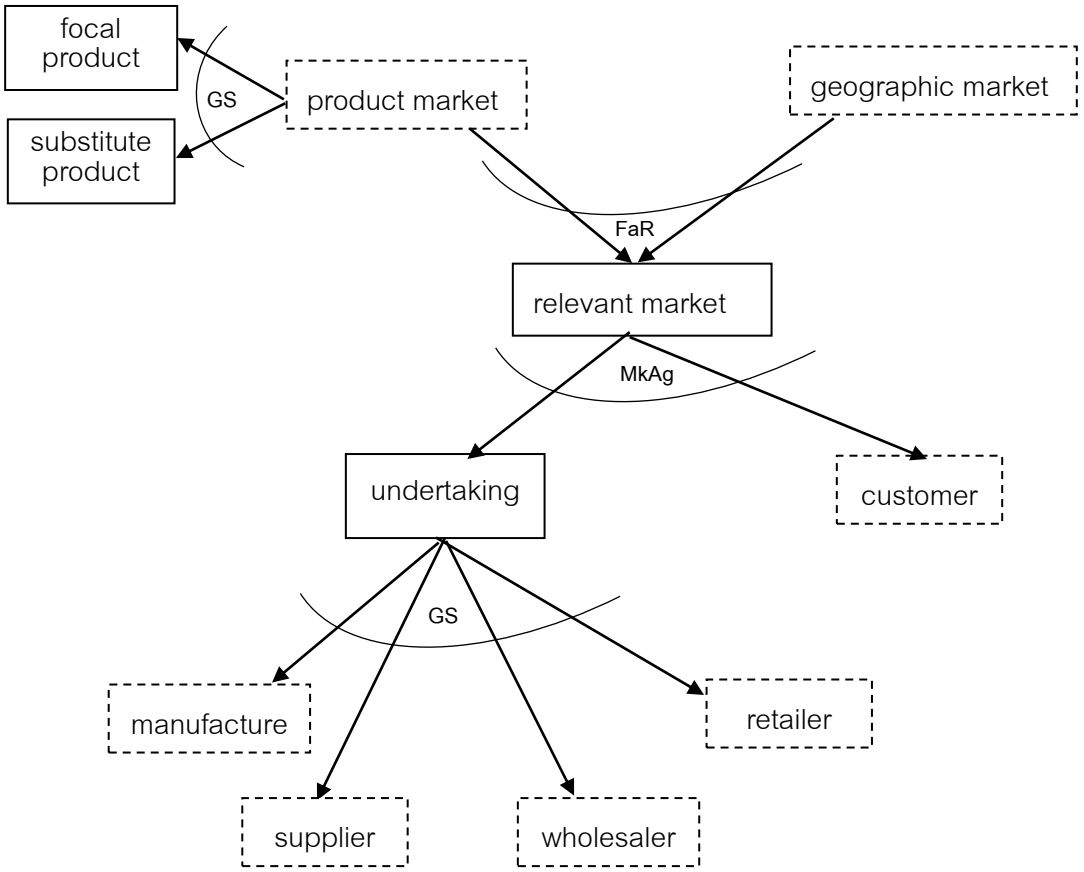
1. <u>**Substitute products**</u> do not have to be identical to be included in the same market. For example, if two products perform the same purpose, but one is of a higher price and quality, they might be included in the same market. The question is whether the price of one sufficiently constrains the price of the other. Although one is of a lower quality, customers might still switch to this product if the price of the more expensive product rose such that they no longer felt that the higher quality justified the price differential. (CL071.txt)
2. A firm or a group of firms cannot have a significant impact on the prevailing conditions of sale, such as prices, if its customers are in a position to switch easily to available <u>**substitute products**</u> or to suppliers located elsewhere. (CL038.txt)
3. In practice, it is not necessary for all consumers, or even a majority, to switch actively to <u>**substitute products**</u> for the products still to be regarded as substitutes and, consequently, belonging to the same market. (CL069.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN004	**Concept:** relevant market	**Eng:** relevant market (CL065.txt)

Feature: ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดว่าเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดนั้นหรือไม่ โดยประเมินจาก 2 แง่มุมคือ สินค้า รวมถึงสินค้าที่มีความใกล้เคียงหรือใช้แทนกันด้วย และขอบเขตทางภูมิศาสตร์ของตลาด เพื่อให้ทราบถึงสัดส่วนและการกระจุกตัวที่เกิดขึ้นในตลาดนั้น

Conceptual Relation:



Extraction:

1. To assess whether an undertaking is dominant, the relevant market must be determined. The **relevant market** will have two dimensions: the relevant product (the product market); and the geographic scope of the market (the geographic market). (CL065.txt)
2. To define a **'relevant market'** means to identify all the close substitutes for the product under investigation, and products can be substituted both on the demand and on the supply side. (CL015.txt)
3. By defining the **relevant market** so as to encompass all those products or services which are considered to be effective substitutes for the products or services at the centre of the investigation, the relevant market focuses the attention of both the Commission and interested affected parties on the main competitive constraints which exist between products and between regions. Excluding such competitive

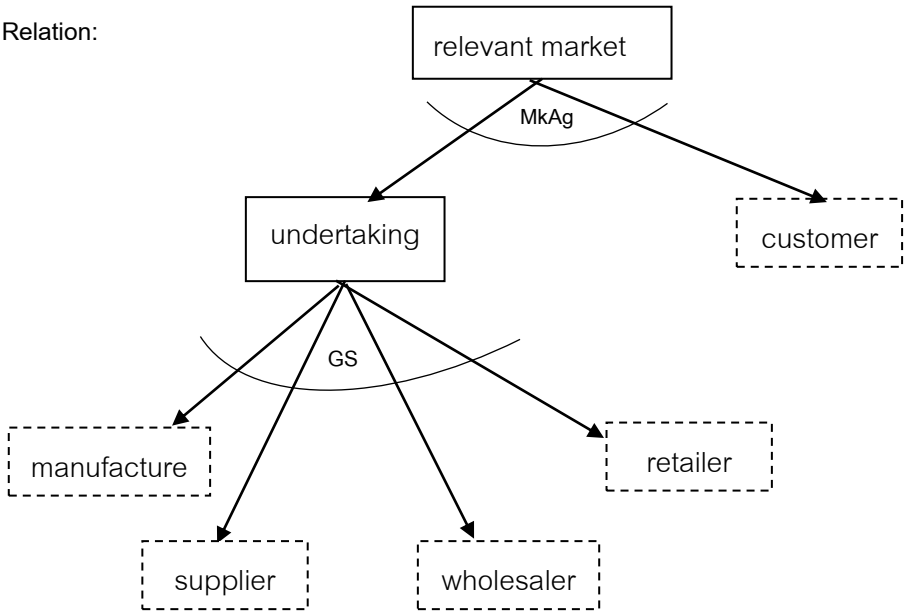
constraints from the analysis will likely result in a flawed competitive assessment. Secondly, the definition of the relevant market provides an initial screen for the competitive assessment. Defining the relevant market enables market shares and market concentration to be calculated. But market shares can provide meaningful information regarding market power for the purpose of the competitive assessment only if the relevant market is defined in a systematic way that captures the competitive constraints that the firms under investigation face, and hence identifies their effective competitors. In consequence, market shares provide a useful first filter to determine whether a more detailed competitive assessment is required\x94 (Bishop and Walker 2010: p. 109). (CL038.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN005	**Concept:** undertaking	**Eng:** undertaking (CL017.txt)

Feature: บุคคลธรรมดา นิติบุคคล องค์กร หรือผู้ที่กระทำการต่าง ๆ ในการหารายได้จากสินค้าและการบริการ เพื่อประโยชน์ทางการค้าและเศรษฐกิจ เช่น เจ้าของธุรกิจคนเดียว บริษัท ห้างหุ้นส่วน หอการค้า สมาคมการค้า องค์กรไม่แสวงหากำไร ไม่ว่าจะเป็นของท้องถิ่นหรือต่างชาติ หรือของรัฐบาลหรือไม่ก็ตาม โดยมีหน้าที่ที่จะไม่ก่อให้เกิดการทำลายการแข่งขันในตลาด

Conceptual Relation:

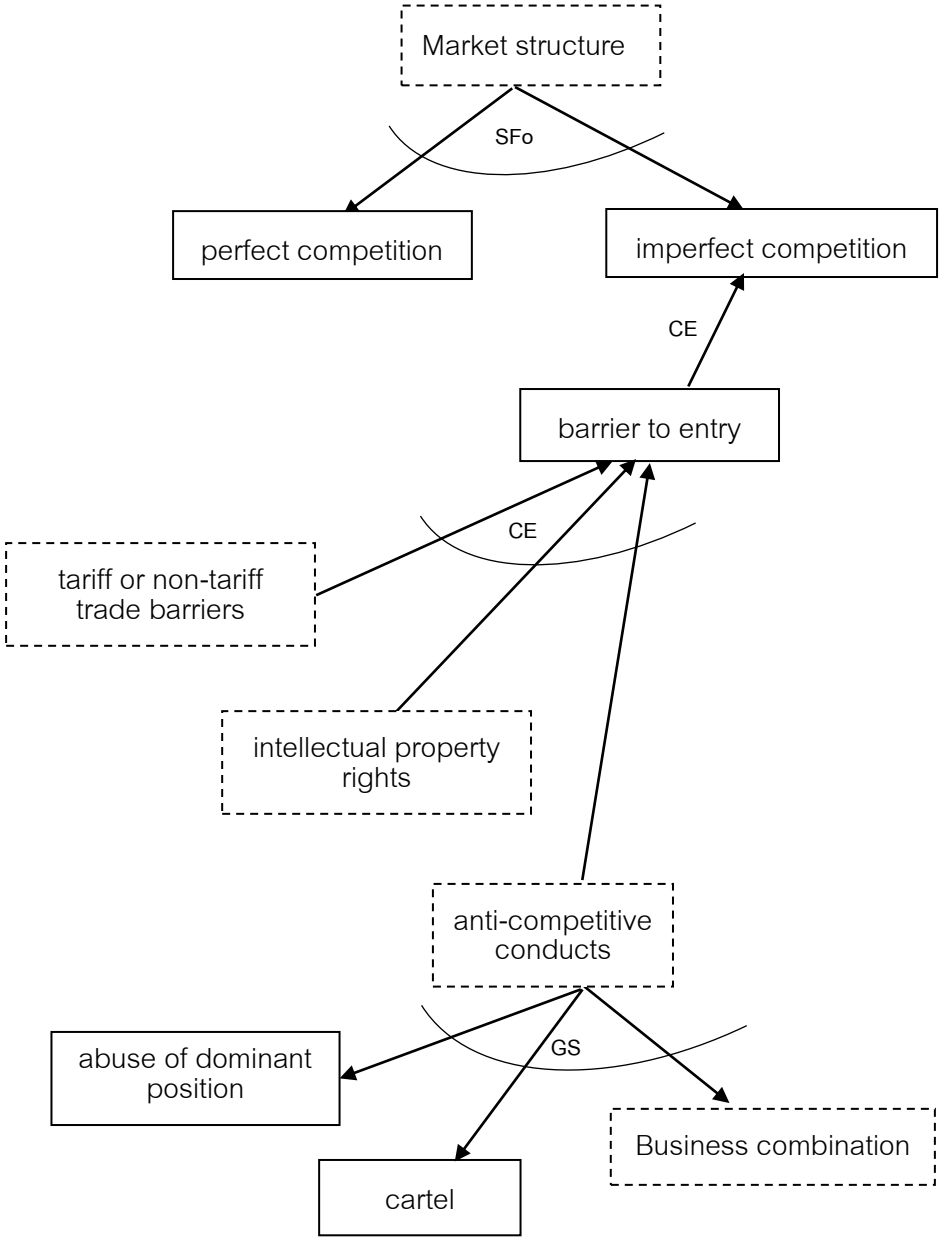


Extraction:

1. Any entity (including a natural person), regardless of its legal status or the way in which it is financed, which is engaged in economic activity is considered an **undertaking**. (CL017.txt)
2. **Undertaking** means any person, being an individual, a body corporate, an unincorporated body of persons or any other entity, capable of carrying on commercial or economic activities relating to goods or services. It includes individuals operating as sole proprietorships, companies, firms, businesses, partnerships, co-operatives, societies, business chambers, trade associations and non-profit-making organisations, whatever its legal and ownership status (foreign or local, government or non-government), and the way in which it is financed. (CL065.txt)
3. the **undertaking** concerned has a special responsibility not to allow its conduct to impair genuine undistorted competition on the common market. (CL038.txt)
4. According to the Competition Commission, small **undertakings** are unlikely to have a substantial degree of market power. (CL017.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

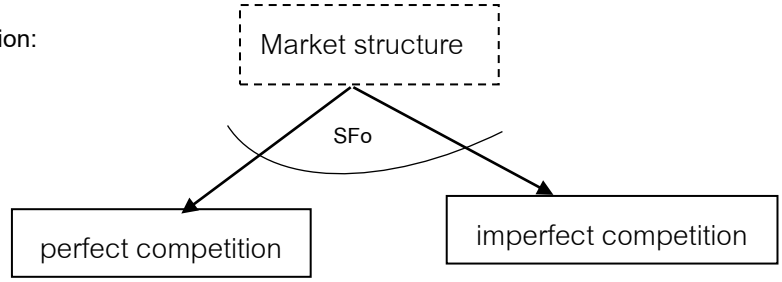
แผนภูมิมโนทัศน์ 2 โครงสร้างตลาด



CN006	**Concept:** perfect competition	**Eng:** perfect competition (CL037.txt)

Feature: แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและรักษาสมดุลระหว่างระบบอุปสงค์และอุปทาน (โครงสร้างนี้จะสามารถระบุออกมาได้ต้องพิจารณา เช่น ความเหมือนหรือคล้ายกันของสินค้าหรือบริการ ข้อมูลเกี่ยวกับราคาและปัจจัยการผลิตที่สมบูรณ์เพียงพอที่ผู้ควบคุมดูแลตลาด ผู้ผลิต ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงได้ การไม่มีอุปสรรคที่ขัดขวางการเข้าสู่ตลาดหรือออกจากตลาด การกระจายตัวของผู้ซื้อและผู้ขายรายย่อย เป็นต้น)

Conceptual Relation:



Extraction:

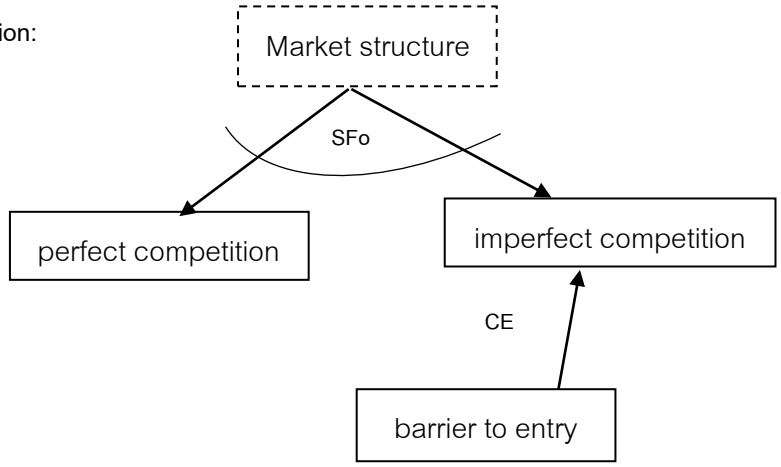
1. In order to avoid any confusion, therefore, the concept of **perfect competition** should be perceived solely as a theoretical tool for the harmonisation of demand and supply. (CL037.txt)
2. Monopolistic competition should not be perceived as a part of the theory of imperfect competition, but as “a general theory, designed to replace that of generalised pure competition”. (The term “**pure competition**” is one of the synonyms of “**perfect competition**”.) (CL037.txt)
3. In the traditional economic theory a **perfect competition** market structure is defined when the following conditions are simultaneously satisfied: 1) homogeneity of the product or the service exchanged; 2) absence of information asymmetries and therefore complete and perfect information available for each market operator, consumers and producers, about prices and productive factors; 3) absence of barriers to entry and to exit; 4) absence of externalities and transaction costs; 5) perfect substitute factors of production, utilizable again for the realization of different products, maintaining anyway the same marginal productivity; 6) atomization of economic agents, that is to say fragmentation of the market in a high number of small buyers and sellers who, being price takers, must accept the price as given by the market. In truth, to be more precise, the oligopoly theory demonstrates how, under certain circumstances, perfect competition scenario could be achieved even only with two firms (cf. Bertrand oligopoly model). (CL051.txt)

Synonym Term: pure competition	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN007	**Concept:** imperfect competition	**Eng:** imperfect competition (CL038.txt)

Feature: แนวคิดที่ตรงข้ามกับการรักษาสมดุลระหว่างระบบอุปสงค์และอุปทาน ถือเป็นความล้มเหลวของตลาดที่อาจเกิดจากความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงจากการผลิตในปริมาณมาก (supply-side economies of scale) ในขณะที่ความต้องการสินค้าและบริการของผู้ซื้อหรือใช้งานก็เพิ่มสูงขึ้น (demand-side economies of scale) ก่อให้เกิดรูปแบบโครงสร้างของอุตสาหกรรมที่กระจุกตัวและทำให้เกิดผู้ประกอบธุรกิจที่มีศักยภาพในการใช้อำนาจเหนือตลาด ทำให้ยากที่คู่แข่งจะเข้ามาแข่งได้

Conceptual Relation:



Extraction:

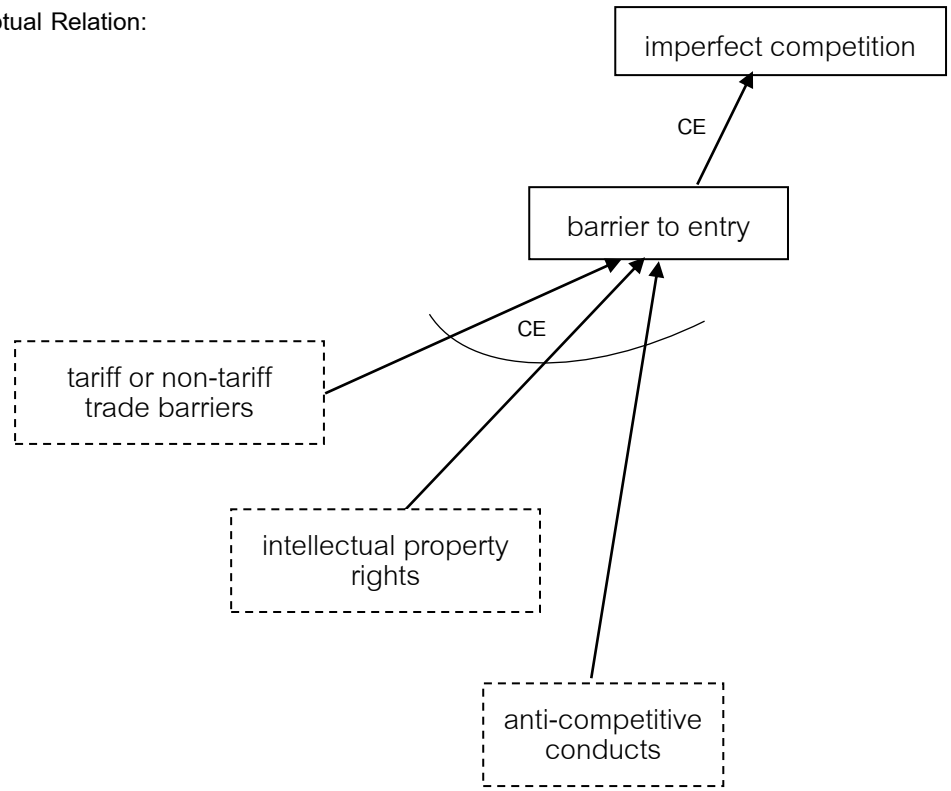
1. Those who are sceptical about the relevance of the concept of perfect competition exercise rather an apagogical criticism (proving their argument by demonstrating the weaknesses of the contrary thesis). The economic opponents of the concept refer to its hypothetical nature, introducing as an alternative the theory of **imperfect competition**. (CL037.txt)
2. Market failure may also be caused by the existence of supply-side economies of scale and demand-side economies of scale such as positive network effects. Both types of effects may lead to **imperfect competition** in the form of concentrated industry structures where firms have the potential to exercise market power. (CL038.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN008	**Concept:** barrier to entry	**Eng:** barrier to entry (CL039.txt)

Feature: สิ่งที่ขัดขวางหรือกีดกันคู่แข่งรายอื่นไม่ให้เข้าสู่ตลาดเพื่อดำเนินธุรกิจ เช่น พฤติกรรมการตัดช่องทางจำหน่าย การตั้งราคาสินค้าหรือบริการให้ต่ำ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา อุปสรรคทางการค้าเกี่ยวกับภาษีและที่ไม่ใช่ภาษี ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและเป็นการละเมิดกฎหมาย

Conceptual Relation:



Extraction:

1. An anti-competitive behaviour of a big importer of scrubbing patches. The company has market power in the scrubbing patch market. It sold the imported product at a very low price together with a give-away but this was done in a short time. However, this created **barrier to entry** for other proposed competitors and may violate the Competition Act. (CL039.txt)
2. The Dominance Review Guidelines further explain that in measuring the effect of increase in competitor costs, the KFTC will mainly assess whether the conduct concerned prevents an efficient distribution or supply channel for the competitor, obstructs the competitor obtaining of necessary resources or otherwise builds an arbitrary **barrier to entry** and it thereby takes a significant time and costs for the competitor to overcome the abovementioned impediments. (CL010.txt)
3. Intellectual property rights can be **entry barriers**, although this is not always the case. In particular, when an IPR does not prevent others from competing with the IPR holder in the relevant market, it would not

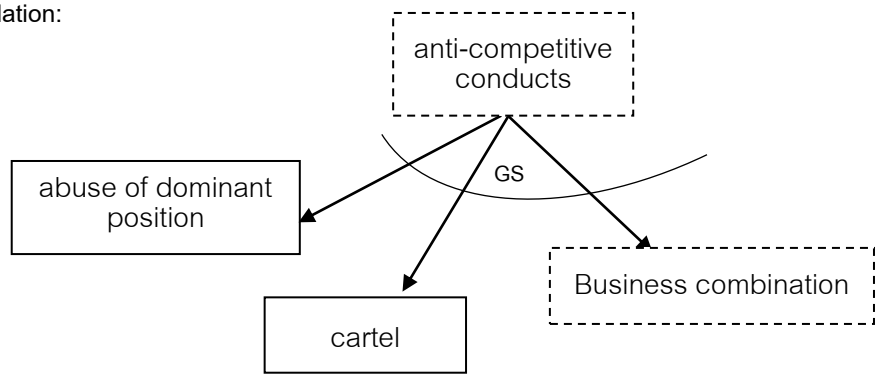
normally be a **barrier to entry**. In those cases where IPRs do constitute a barrier to entry, it does not always imply that competition is reduced. Although an IPR may constitute an entry barrier in the short term, in the long term a rival undertaking may be able to overcome it by its own innovation. (CL065.txt) 4. Sometimes the relevant geographic market will be international. Where this is not the case, foreign suppliers may nevertheless exert a constraint on domestic undertakings, in the absence of entry barriers, as potential competitors. However, trade barriers - whether tariff or non-tariff - are an example of a **barrier to entry** that could impede international competition and shield market power. (CL065.txt)

Synonym Term: entry barriers	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN009	**Concept:** abuse of dominant position	**Eng:** abuse of dominant position (CL070.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบธุรกิจที่มีอำนาจสูงได้ใช้อำนาจหรือจุดแข็งนั้นในการกระทำการต่าง ๆ อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันในตลาด โดยไม่คำนึงถึงคู่แข่งหรือผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น เช่น การจำกัดการผลิตของคู่แข่ง การปฏิเสธไม่ขายสินค้าให้ผู้ประกอบการบางราย เป็นต้น

Conceptual Relation:



Extraction:

1. <u>Abuse of dominant position</u>

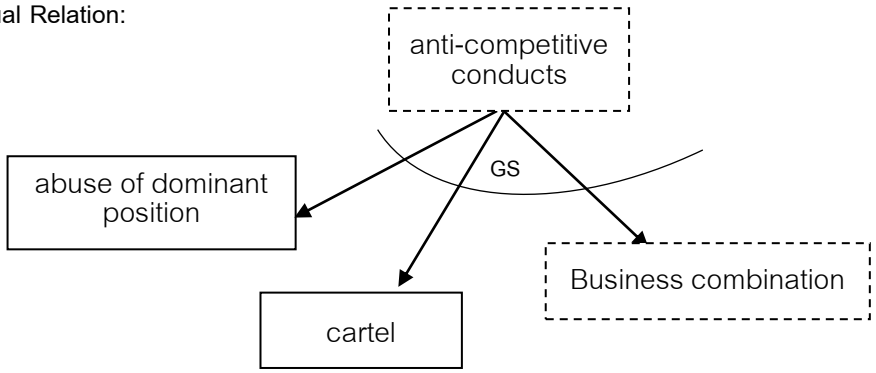
   The Act also prohibits an enterprise from engaging in any conduct which amounts to an abuse of a dominant position in any market for goods or services in Malaysia. Examples of the situation where a dominant enterprise may abuse its position are: (a) directly or indirectly imposing an unfair purchase or selling price or other unfair trading condition on a supplier or customer; (b) limiting or controlling production, market access, technical or technological development or investment, to the prejudice of consumers; (c) refusing to supply to a particular group of enterprises; or (d) any predatory behavior towards competitors. (CL015.txt)
2. Competition law prohibits the <u>abuse of dominant position</u> (i.e. a monopoly or a firm with substantial market power). Normally the term abuse covers practices where a business operator with substantial market power restricts competition in a market. The notion of dominant position, or substantial market power, may vary according to national legislation. Generally, it refers to a situation where the business operator has enough economic strength to act in the market without regard to what its competitors (actual or potential) do. (CL070.txt)
3. These guidelines set out some of the factors and circumstances which the Competition and Consumer Commission of Singapore may consider in determining whether an undertaking has engaged in conduct amounting to an <u>abuse of a dominant position</u> in a market. (CL065.txt)
4. Conduct that constitutes an <u>abuse of a dominant position</u> in a market, includes conduct that protects, enhances or perpetuates the dominant position of an undertaking in ways unrelated to competitive merit.

The section 47 prohibition only prohibits abuse of a dominant position. It does not prohibit undertakings from having a dominant position or striving to achieve it. (CL065.txt) 5. There are a number of things which you should look out for among competitors and suppliers: Cartels, **Abuse of a dominant position**, Other potentially anti-competitive agreements (CL067.txt)		
Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN010	**Concept:** cartel	**Eng:** cartel (CL059.txt)

Feature: ข้อตกลงหรือสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างบริษัทหรือผู้ประกอบธุรกิจที่มักเป็นคู่แข่งกันหรือเป็นคู่ค้ากัน ซึ่งก่อให้เกิดการขัดขวางการแข่งขันทางการค้า เช่น การตกลงกันตั้งราคาสูง หรือจำกัดปริมาณการผลิตเพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการและราคาสูงขึ้น เป็นต้น

Conceptual Relation:

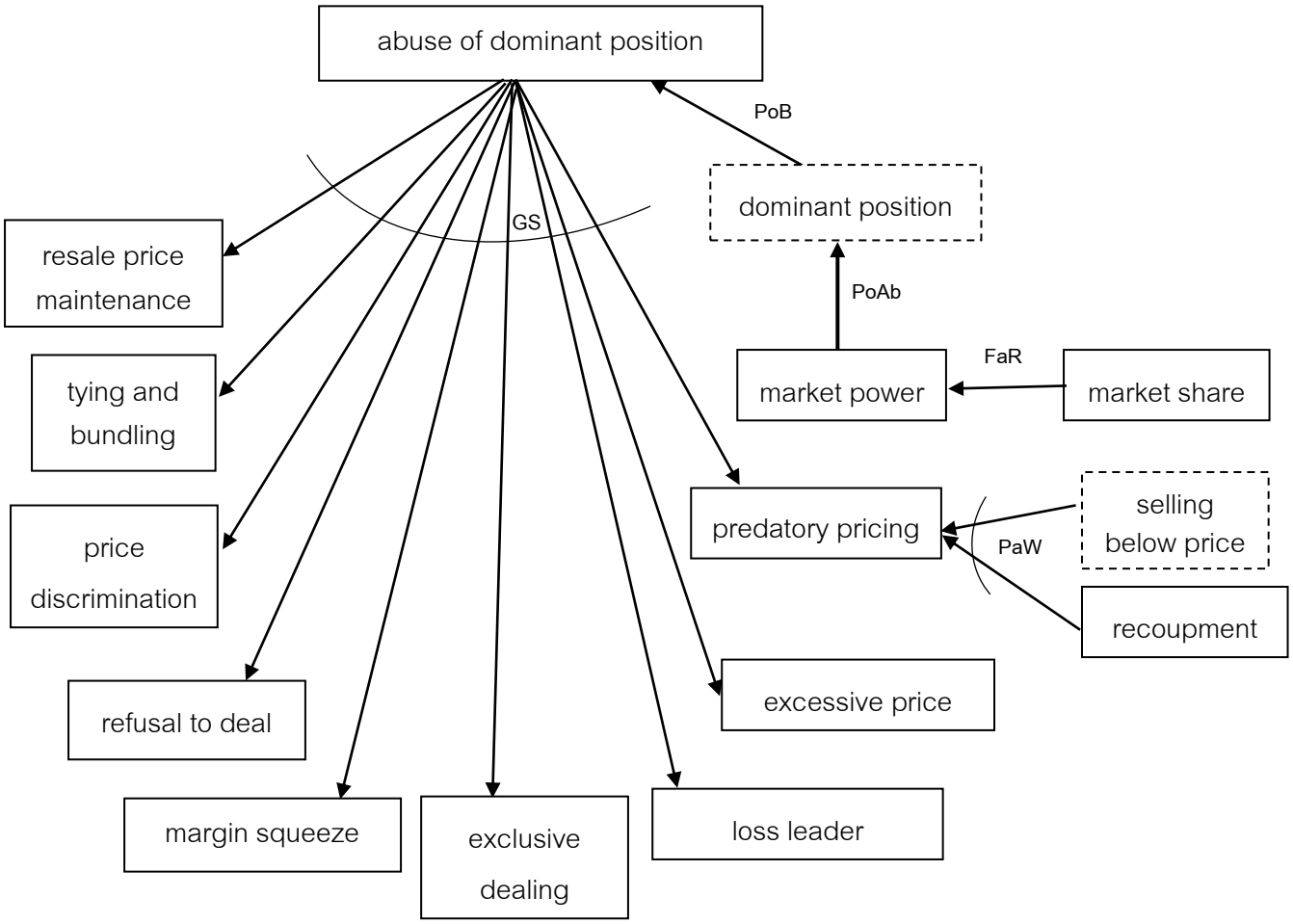


Extraction:

1. Price fixing is a practice which falls into the first category. The general view of price fixing is that two or more parties agree to restrict competition between themselves by setting fixed or minimum prices below which they will not sell. Such an arrangement is termed a **cartel**. (CL059.txt)
2. Professors Phillip Areeda and Donald Turner have defined a **cartel** as "an arrangement in which competing firms have substituted an agreement on price, output or related matters for independent decision making." (CL059.txt)
3. Agreements are usually prohibited if they have an anti-competitive effect. For example, a **cartel** might agree to set a high price or set production limits on each member of the cartel, which also results in a higher price. (CL070.txt)
4. A **cartel** provision is defined as a provision of a contract, arrangement or understanding between actual or potential competitors that has either: The purpose or likely effect of fixing, controlling or maintaining a price or component of a price. (CL023.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

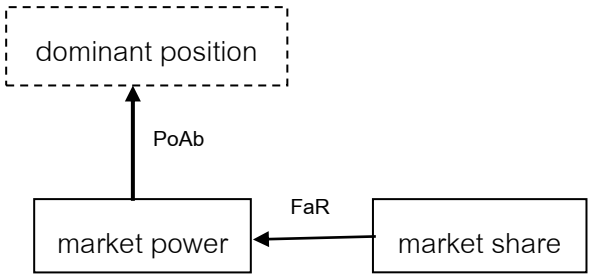
แผนภูมิมโนทัศน์ 3 การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม



CN011	**Concept:** market power	**Eng:** market power (CL017.txt)

Feature: ความสามารถที่เหนือกว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดรายอื่นในการกำหนดเกี่ยวกับเรื่องราคา คุณภาพ ปริมาณ หรือความหลากหลายของสินค้าในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการอยู่เหนือการแข่งขันทางการค้าตามปกติและเป็นการทำลายกระบวนการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงก่อให้เกิดอุปสรรคหรือการชะลอตัวในการเข้าสู่ตลาดของผู้อื่น

Conceptual Relation:



Extraction:

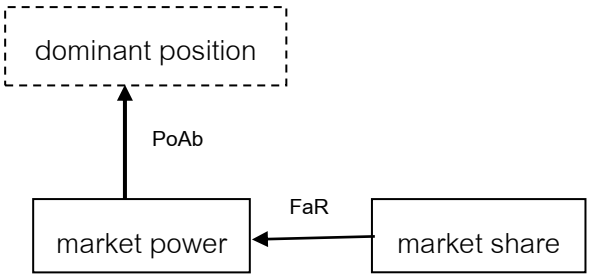
1. Competition policy defines **market power** as the ability to profitably maintain prices above competitive levels for a period of time or to profitably maintain output in terms of product quantities, product quality and variety or innovation below competitive levels for a period of time (EC 2011: para. 39). (CL038.txt)
2. Substantial **market power** can be thought of as (i) the ability to charge prices above competitive levels, or to restrict output or quality below competitive levels, for a sustained period of time (the length of which depends on the facts, in particular with regard to the product and the circumstances of the market in question); or (ii) the ability and incentive to harm the process of competition by, for example, weakening existing competition, raising entry barriers or slowing innovation. (CL017.txt)
3. In particular, it is noted that market share is only one of the factors for assessing an undertaking's **market power**. (CL017.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN012	**Concept:** market share	**Eng:** market share (CL064.txt)

Feature: ยอดขายที่ขายให้แก่ลูกค้าในตลาดที่อยู่ในขอบเขตนั้นและเป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้ในการประเมินและวิเคราะห์การมีอำนาจที่เหนือกว่าของผู้มีส่วนร่วมในตลาด

Conceptual Relation:



Extraction:

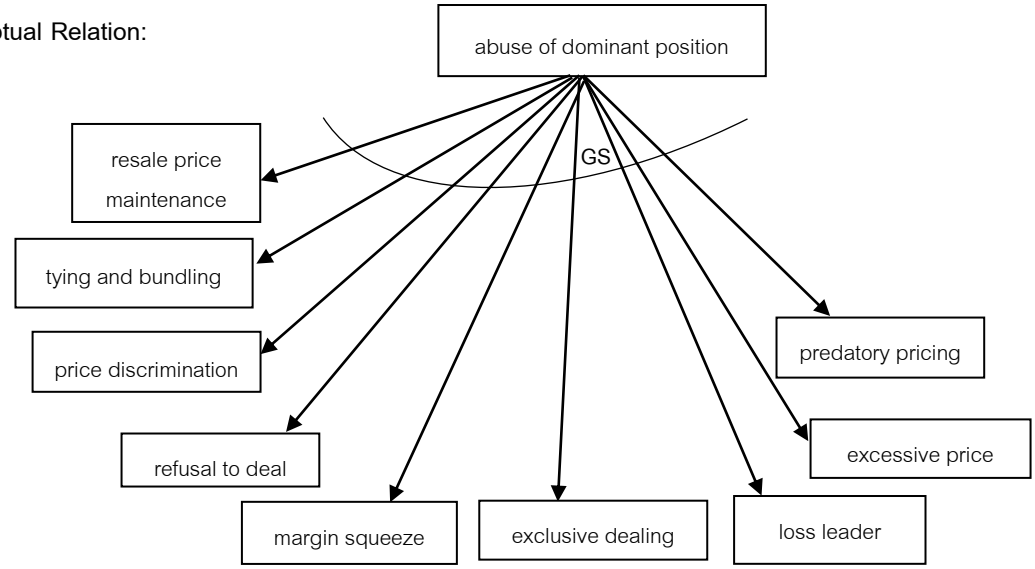
1. **Market share** is usually determined by an undertaking sales to customers in the relevant market. Market share is normally measured using sales to direct customers in the relevant market rather than an undertaking total production (which can vary when stocks increase or decrease). Sometimes market shares will be measured by an undertaking capacity to supply the relevant market: for example, where capacity is an important feature in an undertaking ability to compete or in some instances where the market is defined taking into account supply-side considerations. (CL064.txt)
2. In particular, it is noted that **market share** is only one of the factors for assessing an undertaking's market power. (CL017.txt)
3. However, **market share** is usually the starting point in assessing dominance. (CL015.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN013	**Concept:** resale price maintenance	**Eng:** resale price maintenance (CL015.txt)

Feature: พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าในการจำกัดการแข่งขันทางการค้า โดยผู้ผลิตจะกำหนดราคาหรือตั้งราคาขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่จะนำไปขายต่อ รวมถึงการกำหนดราคาขั้นสูงหรือการกำหนดราคาแนะนำด้วย ทำให้ผู้ที่นำไปขายต่อไม่สามารถแข่งขันกันทางด้านราคา เพราะไม่สามารถตั้งราคาเองได้ พฤติกรรมเช่นนี้ถือเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาด ทำให้ตลาดไม่มีการแข่งขัน

Conceptual Relation:



Extraction:

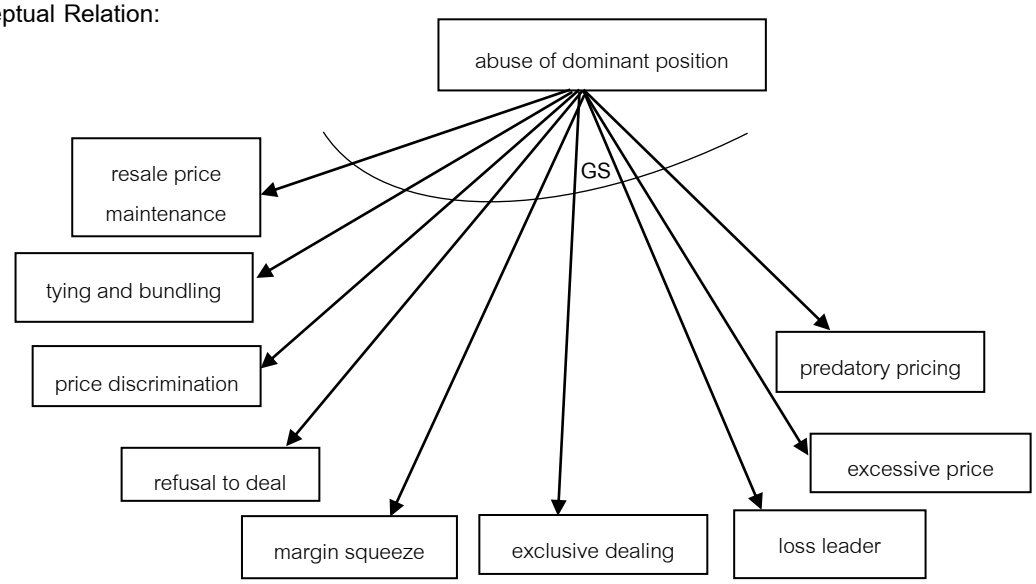
1. A vertical agreement involving price restriction, where an upstream seller imposes a fixed or minimum price that a downstream buyer must re-sell, is deemed as anti-competitive. This is a form of **resale price maintenance (RPM)** which the Commission will take strong stance against. Any other form of RPM includes maximum pricing or recommended retail pricing. For example, a manufacturer fixes the price for which its products are sold at the retail level. This is considered to be anti-competitive as the effect of this is that re-sellers or retailers do not compete on price. (CL015.txt)
2. risk of anti-competitive practices, as for example, bundling and tying, dividing territories, exclusive dealing, limit and predatory pricing, price fixing, refusal to deal, **resale price maintenance**, all categories of potential restrictions that could be punished, if turn into abuses of dominant position or competition restrictive agreements, by antitrust authorities (CL051.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** RPM	**Grammatical Category:** Noun

CN014	**Concept:** tying and bundling	**Eng:** tying and bundling (CL060.txt)

Feature: พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ใช้อำนาจเหนือกว่าในการทำการตลาดหรือขายสินค้าหลายชนิดพร้อมกัน เพื่อเป็นเครื่องมือในการตั้งราคาและกำจัดคู่แข่งรายอื่น

Conceptual Relation:



Extraction:

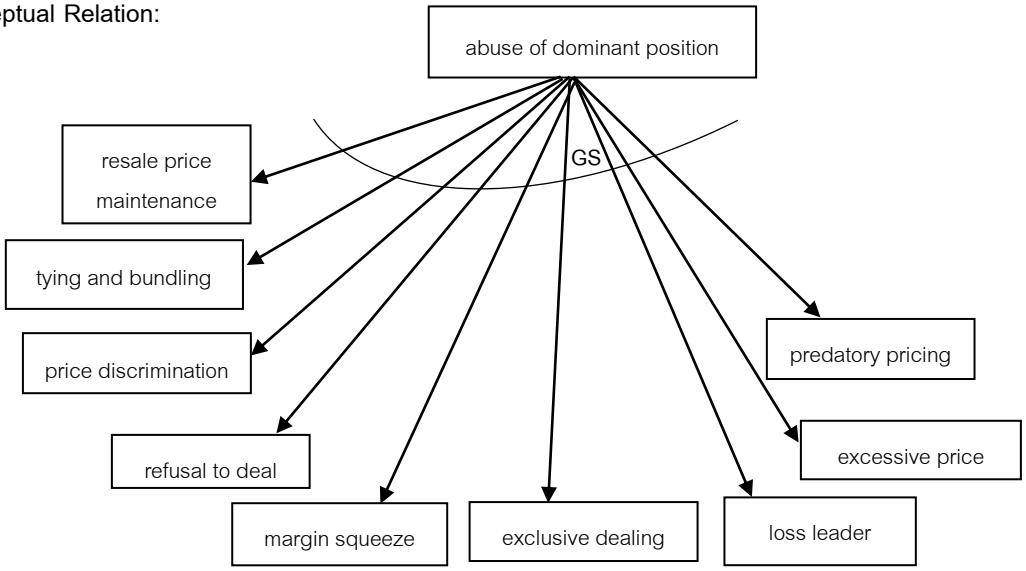
1. When it comes to cases of abuse of dominance, hardly any doctrine of competition law was broadened more markedly with the advent of the internet economy than the concept of **tying and bundling**. (CL060.txt)
2. **Tying and bundling** are pretty common. Shoppers have probably bought package deals of shampoo and conditioner, or razors and shaving cream. As the Federal Trade Commission notes, offering products together as part of a package can benefit consumers who like the convenience of buying several items at the same time. (CL075.txt)
3. **Bundling and tying** may be based on synergies to the seller in the joint sale of the products as a bundle in packaging, marketing, or alleviation of information and search costs through the sale of matching components in a bundle. Tying and bundling can also be motivated by strategic reasons and can be used as instruments for price discrimination or to impair rival competitiveness (see Adams and Yellen, 1976; Schmalensee, 1984; McAfee, McMillan and Whinston, 1989; Elhauge, 2009b). (CL056.txt)

Synonym Term: Bundling and tying	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN015	**Concept:** price discrimination	**Eng:** price discrimination (CL016.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือรายอื่นกำหนดราคาของสินค้าที่แตกต่างกันไปให้กับผู้ซื้อแต่ละรายหรือแต่ละกลุ่ม โดยไม่มีเหตุผลเพียงพอที่แสดงให้เห็นว่าสินค้านั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องคุณภาพ ปริมาณ หรือลักษณะอื่นใด จึงถือเป็นการขัดขวางผู้ประกอบการรายอื่น

Conceptual Relation:



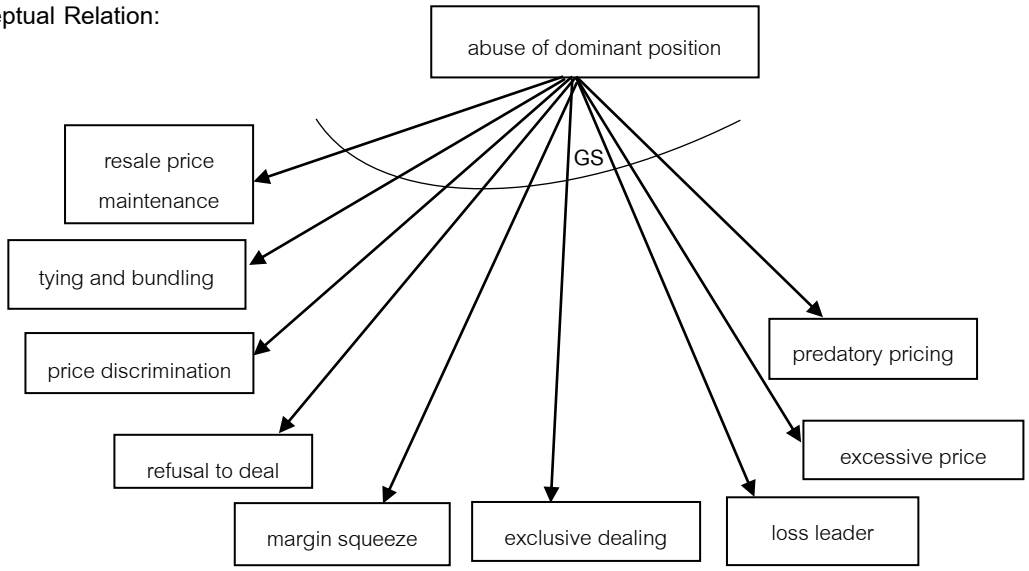
Extraction:

1. In some cases, an undertaking may be able to charge some buyers (i.e. captive buyers) a higher price than others (i.e. non captive buyers), where the price difference is not related to higher costs of serving those buyers. This is called **price discrimination**. Price discrimination is only possible when the undertaking is able to differentiate between captive and non captive buyers, and there is no arbitrage between them. (CL063.txt)
2. **Price discrimination** is the application of dissimilar conditions to equivalent transactions with other trading parties. An undertaking may charge different prices to different buyers, or different categories of buyers, for the same product - where the differences in prices do not reflect any differences in relative cost, quantity, quality or any other characteristic of the products supplied. (CL065.txt)
3. Exclusionary abuses generally result in long-term injury to the consumers of the dominant enterprise by foreclosing the access to the market to existing or potential competitors, for example, a refusal to deal, selective **price discrimination** or other unlawful attempts to exclude rivals. (CL053.txt)
4. Although the Competition Law prohibits entities holding a dominant position from taking certain actions, such as imposing resale prices on retailers, **price discrimination** or artificially cutting prices to force competitors out of the market, it does not specify which entities are regarded as dominant. (CL016.txt)

Synonym Term: -	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun
CN016	Concept: refusal to deal	Eng: refusal to deal (CL048.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าปฏิเสธการทำการค้ากับคู่แข่งหรือคู่ค้าอื่น โดยไม่มีเหตุอันควร และการปฏิเสธนั้นส่งผลให้ราคาสินค้าสูงขึ้น รวมถึงทำให้การผลิต ความหลากหลายของอุตสาหกรรม หรือจำนวนคู่แข่งรายอื่นลดลง ซึ่งเป็นการทำลายการแข่งขันทางการค้า

Conceptual Relation:



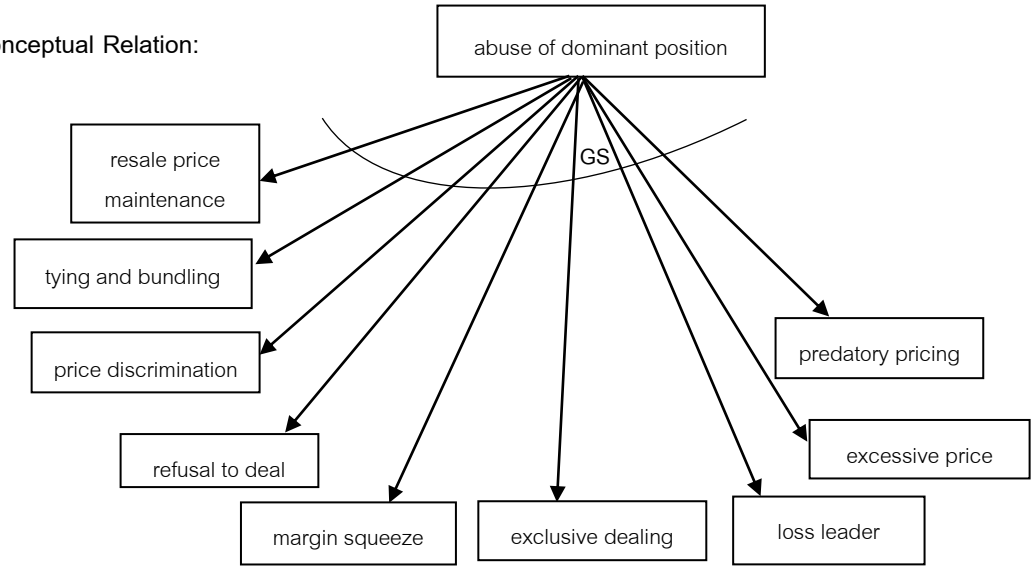
Extraction:

1. Unreasonable **refusals to deal** can be found, where a franchiser deprives a franchisee of continuous business opportunity and the franchisee's business activities are hampered although no substantial reason for discontinuation of business relation exists such as a breach of contract on the part of a franchisee; or where a franchiser utilizes refusal to deal as a means to achieve or effectuate unjustifiable control over a franchisee. (CL048.txt)
2. The KFTC, in argument that Posco's **refusal to deal** fell under an abuse of market-dominating position, must prove that such a refusal tended to raise prices, decrease outputs, deter innovation, reduce the number of prominent competitors, impair the industrial diversity, etc. resulting in restraining competition. Only after the above consequences are proven, it may be presumed that the act in question tended to restrict competition and that such an intention or purpose existed at the time of the act. (CL048.txt)
3. risk of anti-competitive practices, as for example, bundling and tying, dividing territories, exclusive dealing, limit and predatory pricing, price fixing, **refusal to deal**, resale price maintenance, all categories of potential restrictions that could be punished, if turn into abuses of dominant position or competition restrictive agreements, by antitrust authorities (CL051.txt)

Synonym Term: -	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun
CN017	Concept: margin squeeze	Eng: margin squeeze (CL014.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าในขั้นตอนต้นน้ำและมีอิทธิพลในในขั้นตอนปลายน้ำมาแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดปลายน้ำที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากผู้ประกอบการต้นน้ำ โดยผู้ประกอบการต้นน้ำอาจตั้งราคาขายวัตถุดิบสำคัญในราคาสูงให้แก่คู่แข่ง จนคู่แข่งไม่ได้กำไรตามที่ควร เป็นเหตุให้ไม่สามารถร่วมแข่งขันในตลาดได้และต้องออกจากตลาดไป ซึ่งถือเป็นการใช้อำนาจเหนือตลาดขัดขวางและจำกัดคู่แข่งรายอื่น

Conceptual Relation:



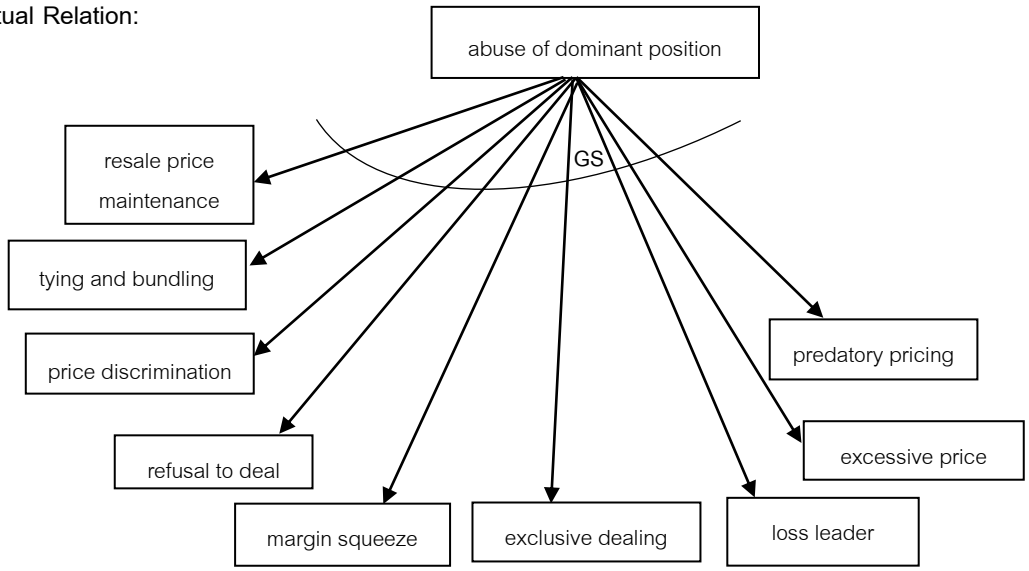
Extraction:

1. A vertically integrated undertaking may be dominant in the supply of an important input for a downstream market in which it also operates. In such a case, the vertically integrated undertaking could potentially harm competition by setting such a low margin between its input price (e.g. wholesale price) and the price it sets in the downstream market (e.g. retail price) such that an equally efficient downstream competitor is forced to exit the market or is unable to compete effectively. This is known as a margin squeeze, and is likely to constitute an abuse of a dominant position where it harms (or is likely to harm) competition. (CL065.txt)
2. margin squeeze is a conduct that can only arise in vertically related markets, where a vertically integrated firm, dominant at the upstream level, faces competition in the downstream segment from competitors who rely on its upstream input. (CL040.txt)
3. However, in some cases, such undertakings may use their dominance to obstruct others and to restrict their options, such as cases of 'price squeeze.' The term of 'price squeeze' (also referred to as 'margin squeeze') corresponds to an anticompetitive practice that occurs when there is a narrow margin between an integrated provider's price to sell essential inputs to a rival and its downstream price that the rival cannot survive or effectively compete with. (CL014.txt)

Synonym Term: price squeeze	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun
CN018	Concept: exclusive dealing	Eng: exclusive dealing (CL058.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าขัดขวางคู่แข่งรายอื่นไม่ให้สามารถขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าได้ โดยการห้ามหรือการใช้ข้อตกลงการจำกัดการซื้อขายกับผู้ขายรายอื่นไม่ให้ตกลงทางธุรกิจหรือซื้อสินค้าและบริการจากคู่แข่งของตนเอง

Conceptual Relation:



Extraction:

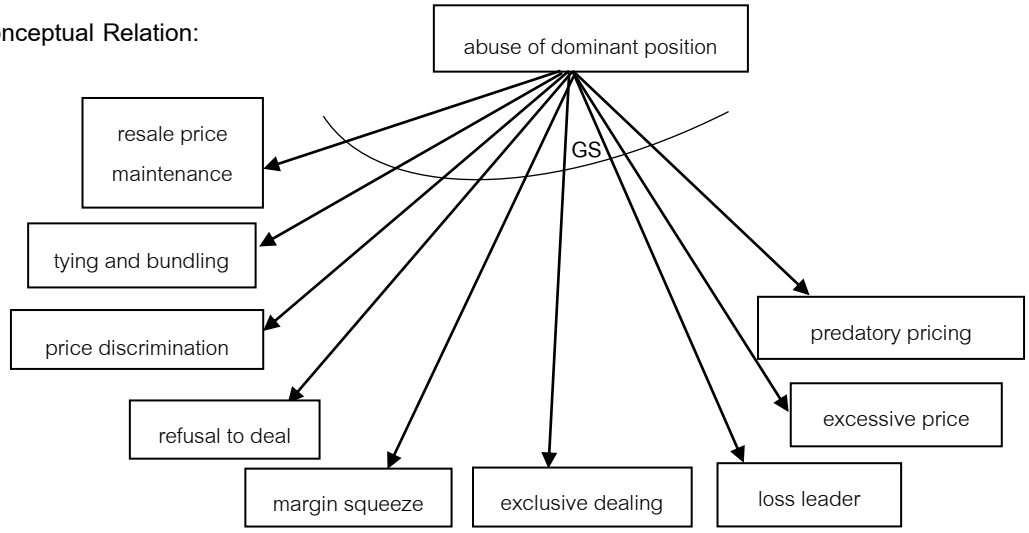
1. Interbrand restraints, including **exclusive dealing** and tying, have also experienced doctrinal inconsistency. Exclusive dealing prohibits sellers from dealing in a competitor's goods. For example, a Ford automobile dealership's franchise agreement might prohibit it from selling new cars other than Fords. (CL058.txt)
2. **Exclusive dealing** might also push a retailer to sell a brand more aggressively than if it devoted its marketing effort among different brands, thereby raising competition (CL038.txt)
3. "A dominant undertaking may try to foreclose its competitors by hindering them from selling to customers through use of exclusive purchasing obligations or rebates, together referred to as **exclusive dealing**" (EU 2008: para. 28). (CL038.txt)

Synonym Term: -	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun

CN019	**Concept:** loss leader	**Eng:** loss leader (CL035.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบธุรกิจรายใหญ่ตั้งราคาสินค้าหรือบริการให้ต่ำลง เพื่อวัตถุประสงค์ในการล่อใจให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าอื่น ๆ ทำให้ผู้ซื้อเข้าใจผิด หรือเป็นการกำจัดคู่แข่งรายอื่นให้ออกจากธุรกิจ

Conceptual Relation:



Extraction:

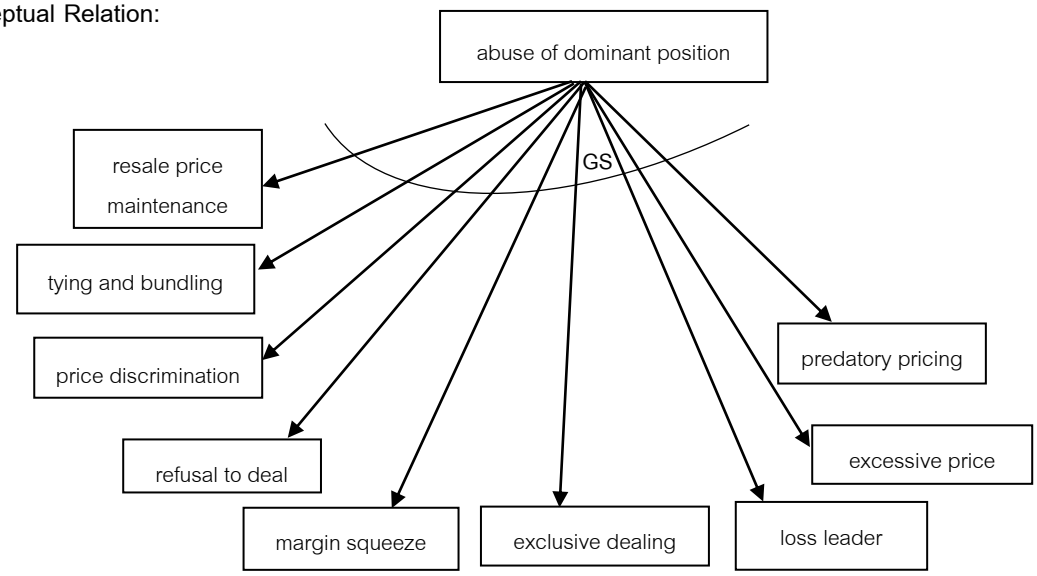
1. Several of the acts cover "**loss leaders**" by describing illegal intent or effect in terms of "inducing the purchase of other merchandise" or the "tendency to deceive" purchasers. (CL055.txt)
2. **Loss leaders** are defined as selling below cost where the purpose is either to induce the purchase of other merchandise, mislead purchasers, or divert business from competitors. Bus. & Prof. Code 17030. Section 17044 then provides that it is unlawful to sell products as loss leaders. As discussed supra, Cel-Tech holds that Section 17044 also requires that the desire to destroy competitors must be defendant's conscious objective. (CL035.txt)
3. Wal-Mart has been doing business in Germany since 1998 using superstores that offer both its usual assortment of discount department store goods as well as groceries. Wal-Mart faces fierce competition in the German food retailing market, particularly from the large and well-established Aldi and Lidl chains. In May 2000, in an effort to gain market share, Wal-Mart decided to lower its prices on some basic food items (such a milk) below the price charged by Aldi and Lidl. Some of these new prices were below Wal-Mart's purchase cost for the particular items, making them, effectively, **loss leaders**. (CL026.txt)
4. the law could make illegal any **loss leader** or other below cost sales by any large seller (regardless of its relative market share in Germany) that extended for any significant period of time. The focus of the German statute is more on the protection of smaller German businesses than on consumer welfare, (CL026.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN020	**Concept:** excessive price	**Eng:** excessive price (CL038.txt)

Feature: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่ากำหนดราคาขายสินค้าเดียวกันในราคาที่สูงเกินกว่าราคาปกติที่ผู้ประกอบการรายอื่นกำหนดไว้ในขอบเขตตลาดที่เกี่ยวข้องกันหรือในช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าทำกำไรได้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น

Conceptual Relation:



Extraction:

1. Thus, observing prices above costs is rather a sign of the allocative efficiency of the market than the exercise of market power (Bishop and Walker 2010: p. 238). Testing for **excessive prices** can basically be done by answering at least one of five questions.
   1. Are prices in the relevant market higher than in another geographic market?
   2. Are the prices of the dominant firm above the prices of its competitors?
   3. Are prices higher than those of (fairly) similar products?
   4. Are current prices higher than in previous periods?
   5. Are profit rates above competitive levels?

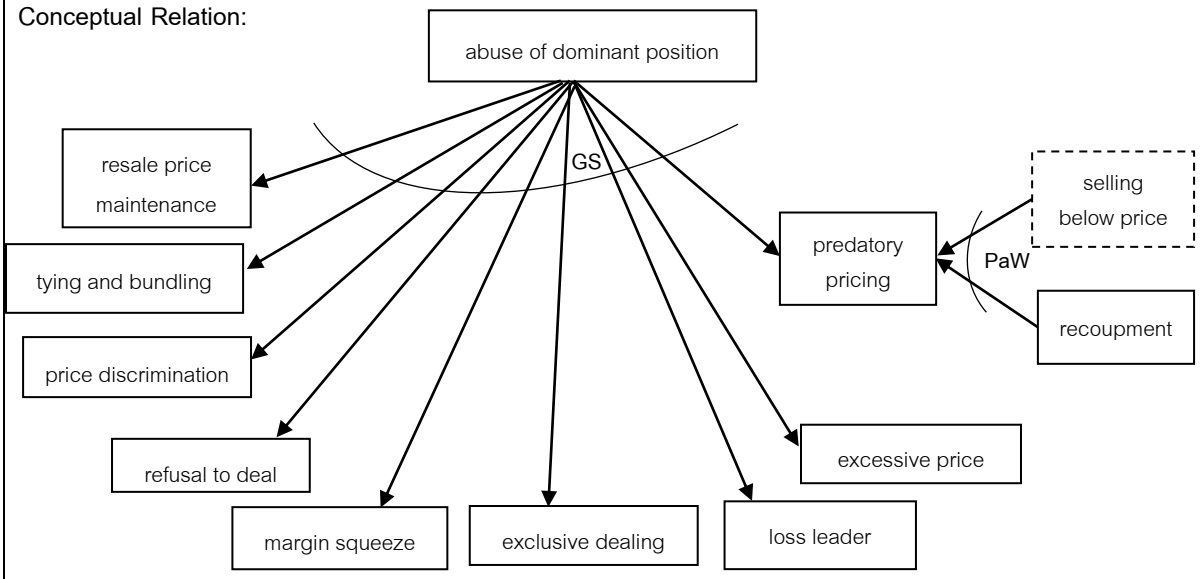
   Comparing prices across different regions can be instructive. (CL038.txt)
2. Seeking or reaching a dominant position is usually not prohibited; only abuse of a dominant position. Abusive behaviours can either be an exploitative abuse (setting **excessive prices** or unfair conditions for the customers) or an exclusionary abuse (conduct that excludes efficient competitors from the market, such as predatory pricing or exclusive dealing contracts with the only supplier of materials needed for production). (CL070.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN021	**Concept:** predatory pricing	**Eng:** predatory pricing (CL009.txt)

Feature: พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าในการยอมสละผลประโยชน์ของตัวเอง โดยการขายสินค้าหรือบริการในราคาต่ำกว่าราคาปกติในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ในการกำจัดคู่แข่งประเภทเดียวกันในตลาด รวมถึงแสวงหากำไรต่อไปในระยะยาวและชดเชยการขาดทุนดังกล่าวในภายหลัง

Conceptual Relation:



Extraction:

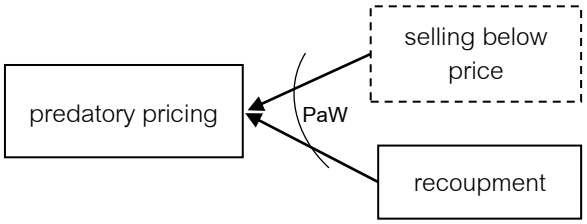
1. Predatory pricing occurs when a firm attempts to gain a monopoly foothold in a market by pricing its product below cost in the short-term to destroy its competitors, with the knowledge that it will be able recoup the short-term losses with long-term sales at monopoly price once its competitors leave the market. (CL050.txt)
2. the Downstream Oil Industry Deregulation Act prohibits predatory pricing, defined as selling or offering to sell any oil product at a price below the sellers or offerors average variable cost for the purpose of destroying competition, eliminating a competitor or discouraging a potential competitor from entering the market. (CL070.txt)
3. Seeking or reaching a dominant position is usually not prohibited; only abuse of a dominant position. Abusive behaviours can either be an exploitative abuse (setting excessive prices or unfair conditions for the customers) or an exclusionary abuse (conduct that excludes efficient competitors from the market, such as predatory pricing or exclusive dealing contracts with the only supplier of materials needed for production). (CL070.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN022	**Concept:** recoupment	**Eng:** recoupment (CL040.txt)

Feature: ขั้นตอนภายหลังจากการตั้งราคาสินค้าของตนให้ต่ำจนขาดทุนก่อนในระยะเวลาหนึ่ง เพื่อเป็นการกำจัดคู่แข่งรายอื่นให้ออกนอกตลาดหรือไม่ให้เข้าสู่ตลาดได้แล้ว จากนั้นผู้ประกอบการรายนี้จะสามารถตั้งราคาสินค้าให้สูงขึ้นเพื่อทำกำไรทดแทนที่ตนยอมขาดทุน

Conceptual Relation:

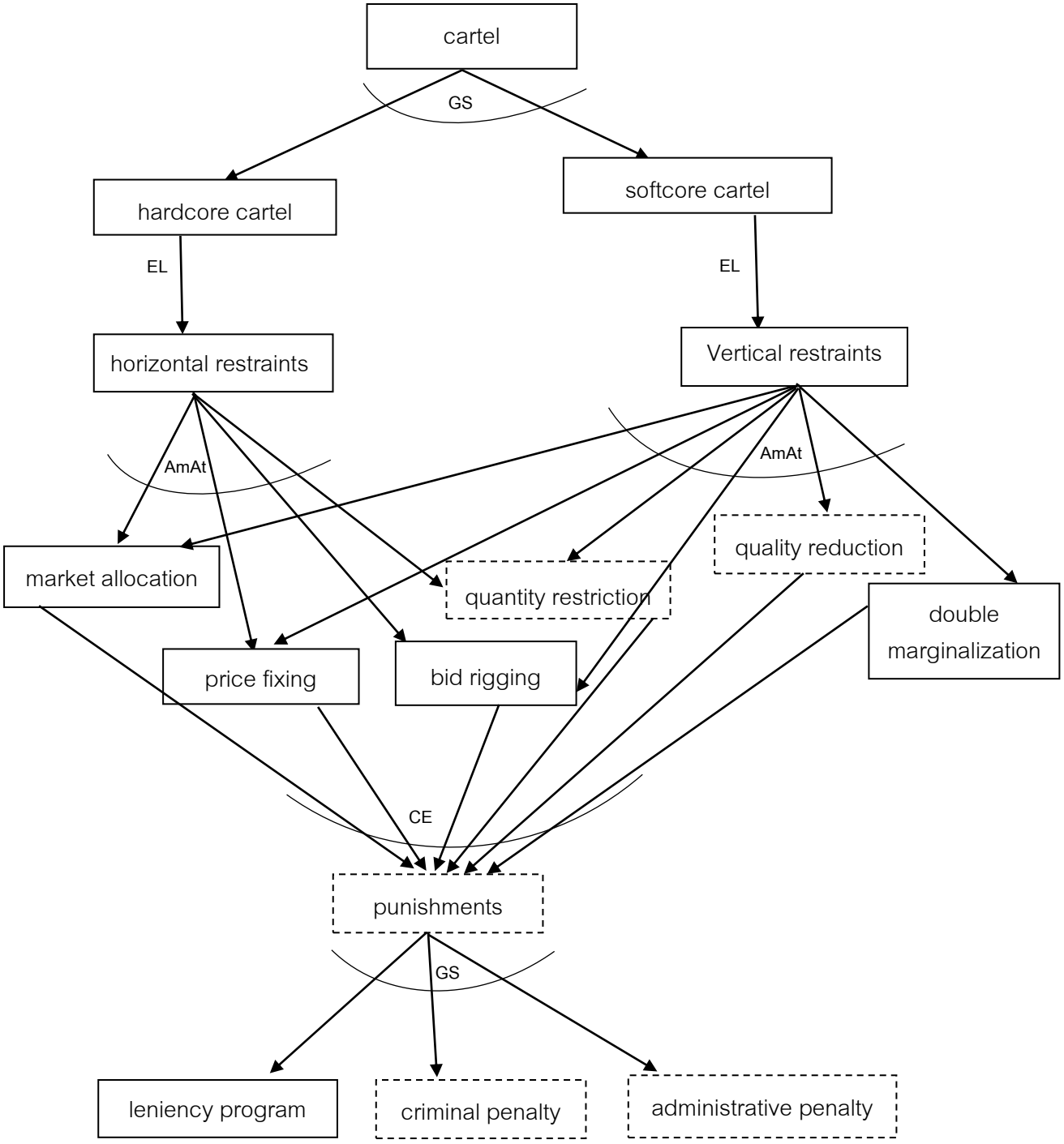


Extraction:

1. After competitors have been forced out of the market or have been prevented from entering market conditions must be such that these firms do not (re-)enter when the predating firm raises its price to recoup the short-run losses. In other words, a credible predatory strategy requires there to be barriers to entry. Note that the more costly it is to foreclose rivals the less likely it is that long-run (excessive) profits outweigh the short-run loss. Also note that the **recoupment** of short-run losses is easier when the predator enjoys a high degree of market power after the foreclosure (see point 1 above). (CL038.txt)
2. Just like predation theories, these foreclosure theories also build on short-run sacrifice and supracompetitive profit (that is, **recoupment**) following the exclusion of competitors. (CL040.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

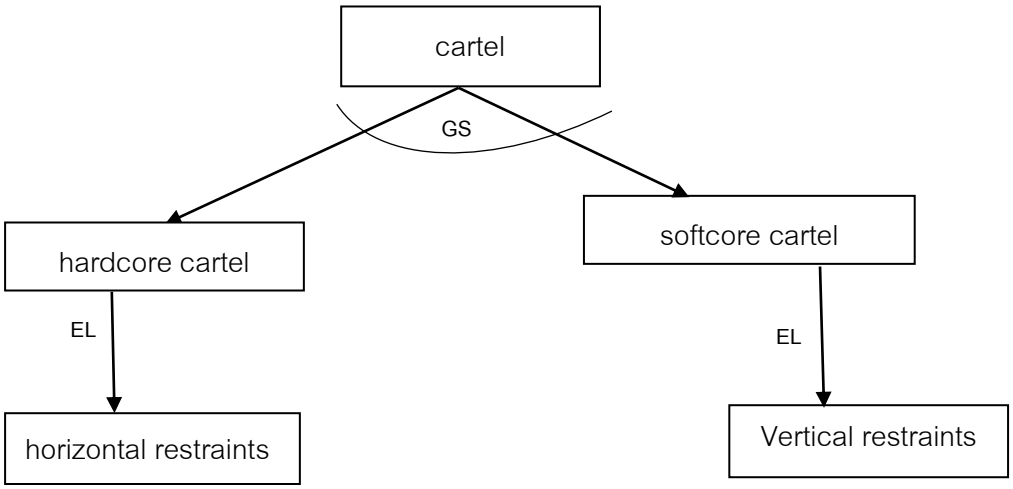
แผนภูมิมโนทัศน์ 4 การร่วมกันจำกัดการแข่งขัน



CN023	**Concept:** hardcore cartel	**Eng:** hardcore cartel (CL006.txt)

Feature: การตกลงร่วมกันระหว่างคู่แข่งทางธุรกิจที่อยู่ในตลาดเดียวกันว่าจะไม่แข่งขันกัน แต่จะร่วมกระทำการที่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าอย่างร้ายแรง เช่น การกำหนดราคาซื้อขาย การแบ่งพื้นที่ตลาด การฮั้วประมูล การควบคุมปริมาณการซื้อขาย เป็นต้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผิดกฎหมายโดยไม่ต้องพิสูจน์ (per se illegal) เพราะอาจทำให้สินค้าและบริการมีราคาสูงผิดปกติและขาดแคลน จึงส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรงและเป็นเหตุให้ไม่เกิดการแข่งขันในตลาดนั้น ๆ

Conceptual Relation:



Extraction:

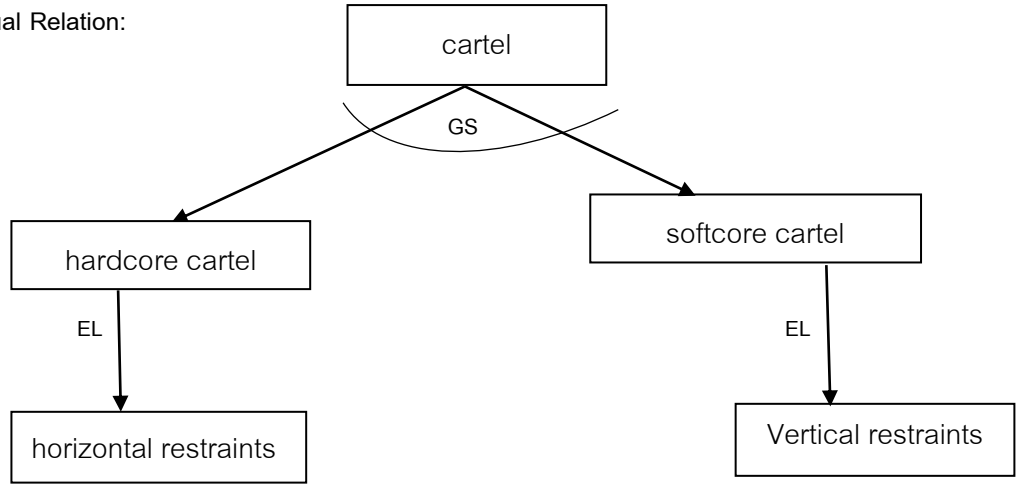
1. The 2017 Act makes a distinction between cartels between competitors in the same market leading to price fixing, market allocation, output control or bid rigging (Section 54), which are considered **hardcore cartels**, and cartels between other operators or non-hardcore cartels (CL006.txt)
2. **Hard core cartels** (when firms agree not to compete with one another) are the most serious violations of competition law. They injure customers by raising prices and restricting supply, thus making goods and services completely unavailable to some purchasers and unnecessarily expensive for others. (CL024.txt)
3. **Hardcore cartel** is a commonly used term since the late 1990s. The definition of hardcore cartels provided by the OECD entails an anti-competitive agreement, anti-competitive concerted practice or anti-competitive arrangement by competitors to fix prices, make rigged bids (collusive tenders) establish output restrictions or quotas, or share or divide markets by allocating customers, suppliers, territories, or lines of commerce. (CL054.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN024	**Concept:** softcore cartel	**Eng:** softcore cartel (CL008.txt)

Feature: พฤติกรรมการตกลงร่วมกันระหว่างคู่แข่งทางธุรกิจหรือระหว่างคู่ค้าในตลาดใด ๆ เพื่อหวังผลกำไร แต่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายที่ร้ายแรง เช่น การลดคุณภาพ การกำหนดเงื่อนไข การแต่งตั้งผู้แทนคนเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งการพิสูจน์ความผิดในกรณีนี้ต้องพิจารณาโดยใช้หลักเหตุผล (CL058)

Conceptual Relation:



Extraction:

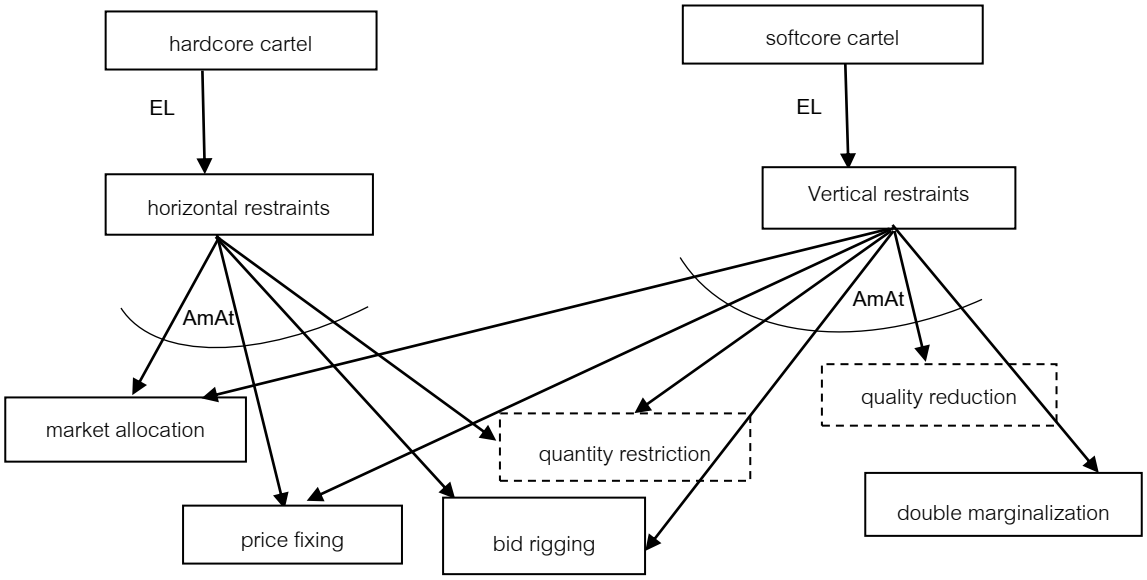
1. softcore cartels are the behaviors that competitors intent to secure profits (such as by fixed prices) which may not lead to deadweight losses. In many jurisdictions, hardcore cartels are prohibited per se, whereas softcore cartels are subject to public interest or rule of reason tests (King 2010: 6). (CL054.txt)
2. Per se illegal : hardcore cartels(price fixing, bid rigging, customer (market) allocation, output restriction) Rule of reason: **softcore cartels** (other cartels except above 4 cartels) (CL025.txt)
3. The 2017 Act makes a distinction between cartels between competitors in the same market leading to price fixing, market allocation, output control or bid rigging (Section 54), which are considered hardcore cartels, and cartels between other operators or non-hardcore cartels (Section 55). (CL006.txt)
4. The new TCA will distinguish between anticompetitive agreements within the same market (hardcore cartels) and anticompetitive agreements in any market (non-hardcore cartels). (CL008.txt)

Synonym Term: non-hardcore cartel	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN025	**Concept:** horizontal restraints	**Eng:** horizontal restraints (CL058.txt)

Feature: ข้อตกลงในระดับแนวนอนที่ทำขึ้นระหว่างคู่แข่งที่ดำเนินธุรกิจในระดับการผลิตสินค้าหรือมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดียวกันในตลาดเดียวกัน เช่น การทำความตกลงระหว่างกลุ่มผู้ผลิต ระหว่างกลุ่มผู้ค้าปลีก หรือระหว่างกลุ่มผู้ค้าส่ง ซึ่งผลเสียที่เกิดขึ้นจะรุนแรงกว่าการทำข้อตกลงในระดับแนวดิ่ง

Conceptual Relation:



Extraction:

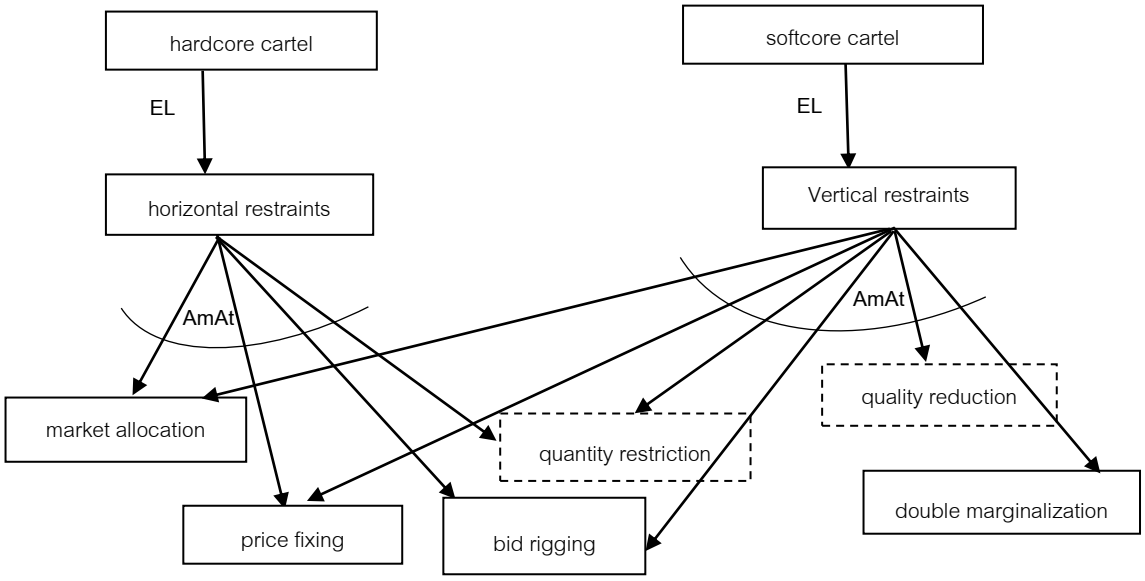
1. For **horizontal restraints**, which are agreements among competitors or potential competitors, the classification system suggested by Trenton Potteries roughly resembles the one that we use today. (CL058.txt)
2. It should be noted that vertical restraints are generally less harmful than **horizontal restraints** which is also recognized in the EU's Guidelines on Vertical Restraints (para. 98). (CL038.txt)
3. For the majority Justice Stevens held the plan was a **horizontal restraint** of trade. He defined this as "an agreement among competitors on the way in which they will compete with each other." (CL059.txt)
4. A **horizontal agreement** means an agreement between enterprises each of which operates at the same level in the production or distribution chain. In other words, competitors in the same market, for example, agreement between manufacturers, wholesalers or retailers. (CL015.txt)

Synonym Term: horizontal agreement	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN026	**Concept:** vertical restraints	**Eng:** vertical restraints (CL058.txt)

Feature: ข้อตกลงในระดับแนวดิ่งที่ทำขึ้นระหว่างผู้ขายหรือผู้ซื้อที่ดำเนินธุรกิจในระดับการผลิตสินค้าหรือการจัดจำหน่ายซึ่งอยู่ต่างระดับกันแต่ในตลาดเดียวกัน เช่น การทำความตกลงระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก ระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าส่ง หรือระหว่างผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

Conceptual Relation:



Extraction:

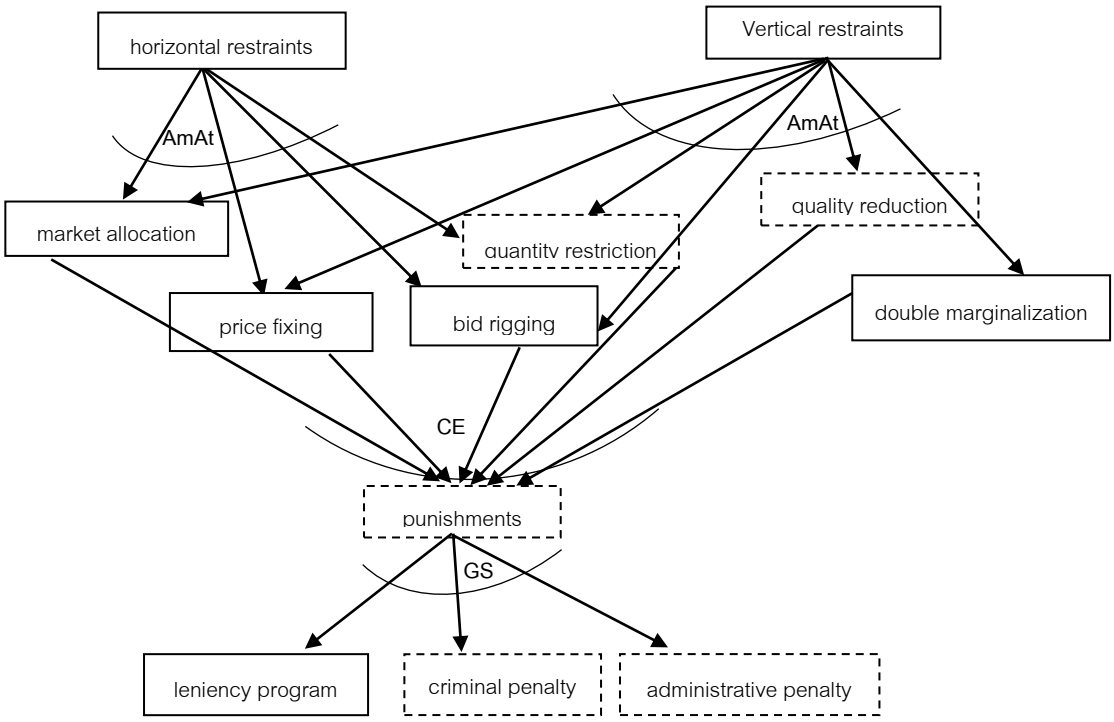
1. A **vertical restraint** can be an agreement between a manufacturer and a retailer, a manufacturer and a wholesaler, a wholesaler and a retailer, a retailer and an end buyer or between two manufacturers (or wholesalers or retailers) which for the purposes of the agreement, operate at different stages in the production and distribution chain. (CL065.txt)
2. The following discussion shows that vertical restraints can have both strong pro-competitive and anti-competitive effects. These can hardly be stated as general rules but depend strongly on supply and demand conditions both upstream and downstream. Therefore, **vertical restraints** should be assessed following a rule of reason approach rather than applying per se rules. It should be noted that vertical restraints are generally less harmful than horizontal restraints which is also recognized in the EU's Guidelines on Vertical Restraints (para. 98). (CL038.txt)
3. **vertical agreements** entered into between two or more undertakings each of which operates, for the purposes of the agreement, 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 products5, other than such vertical agreement as the Minister may by order specify; (CL064.txt)

Synonym Term: vertical agreements	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN027	**Concept:** price fixing	**Eng:** price fixing (CL074.txt)

Feature: การทำข้อตกลงระหว่างคู่แข่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขัดขวางการแข่งขันทางการค้า ด้วยการร่วมกันกำหนดราคาหรือระบุราคาขั้นต่ำที่พวกเขาจะไม่ยอมขายในราคานั้น หรือแทรกแซงการกำหนดราคาตามที่ควรจะเป็น

Conceptual Relation:



Extraction:

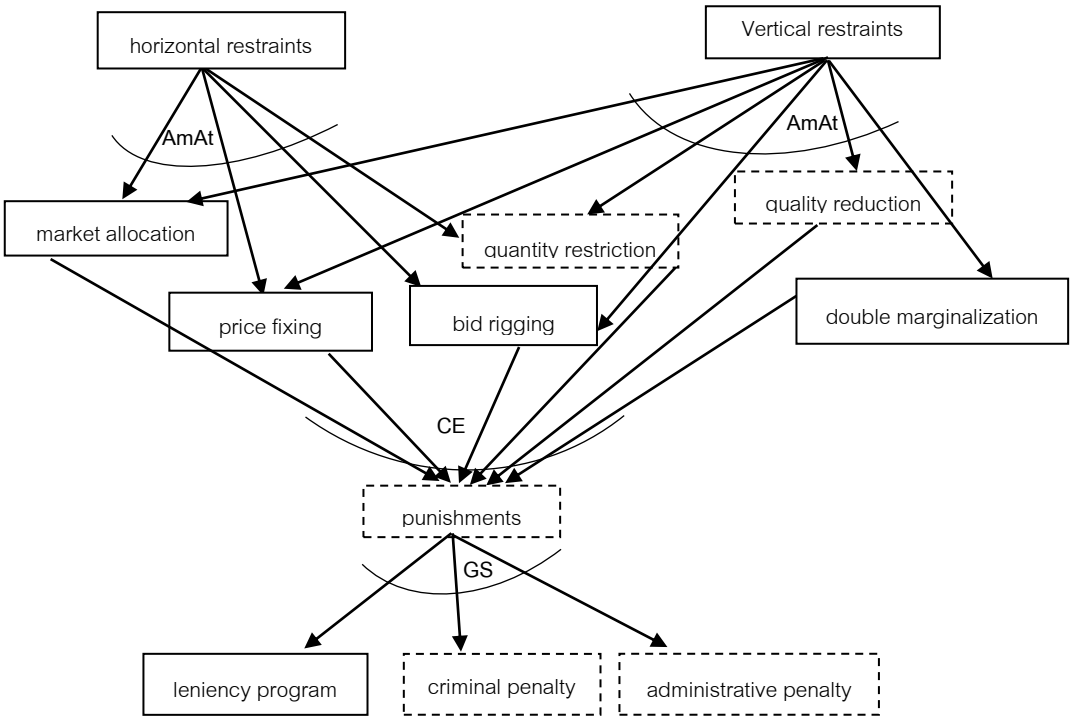
1. Price fixing is a practice which falls into the first category. The general view of price fixing is that two or more parties agree to restrict competition between themselves by setting fixed or minimum prices below which they will not sell. Such an arrangement is termed a cartel. (CL059.txt)
2. Any agreement between competitors that sets the price of goods or services or interferes with how the price of goods or services is set. This is known as price fixing. (CL074.txt)
3. Certain forms of joint conduct among competitors (e.g. price fixing, bid-rigging, or territorial allocation) will be caught under a specific provision (hardcore cartel). (CL004.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN028	**Concept:** bid rigging	**Eng:** bid rigging (CL005.txt)

Feature: การทำข้อตกลงระหว่างคู่แข่งในการประมูล โดยร่วมกันตกลงเรื่องการเสนอราคา เพื่อเป็นการรับประกันว่าผู้เข้าร่วมรายหนึ่งรายใดจะเป็นผู้ชนะการประมูลนั้น

Conceptual Relation:



Extraction:

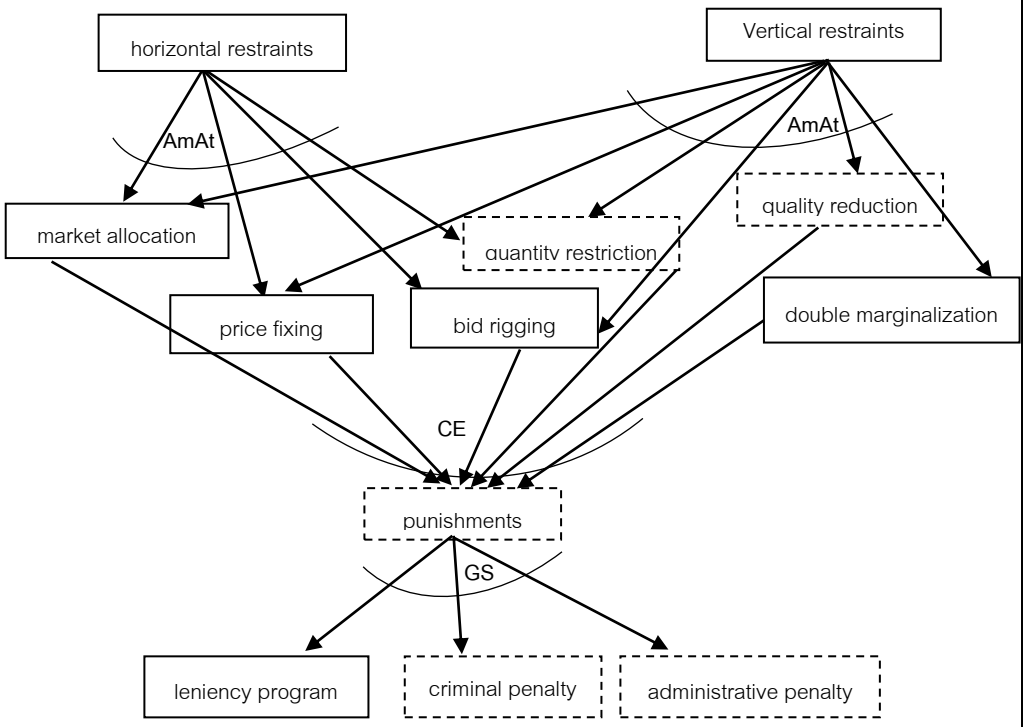
1. The companies colluded to submit bids for 10 electrical or building works projects. The CCS started its investigations into the cartel after receiving information from one of the companies involved in the cartel. It was revealed to the CCS that the companies had entered into **bid-rigging** arrangements with other companies to coordinate the price of quotations. Typically, the company that was interested in winning the project (the requester) would request for a cover bid from at least one other company (the supporter). The requester would inform the supporters of his bid price so that the latter could submit a higher quote. In some instances, the requester even prepared the quotation for the supporters. This aimed to create the false impression of competition. The CCS considers bid-rigging to be a serious infringement of the Section 34 prohibition against anti-competitive agreements. (CL070.txt)
2. Cartels include:
   Rigging bids among competitors in order to guarantee that one person or company in particular wins the contract (CL067.txt)

3. Like other jurisdictions, including the EU, the New TCA makes a distinction between hard-core arrangements (such as price fixing, limiting the quantity of goods or services, **bid-rigging** and geographical limitations) and non-hard core arrangements (such as reduction in quality of goods or services, exclusivity appointments, and setting conditions or practices in relation to the buying or selling of goods or services). (CL005.txt)		
Synonym Term: rigging bid	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN029	**Concept:** market allocation	**Eng:** market allocation (CL074.txt)

Feature: การทำข้อตกลงระหว่างคู่แข่งที่ร่วมกันตกลงว่าจะแบ่งแยกพื้นที่หรือแบ่งตลาดในการขายสินค้าหรือบริการ ทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการกำหนดราคา

Conceptual Relation:



Extraction:

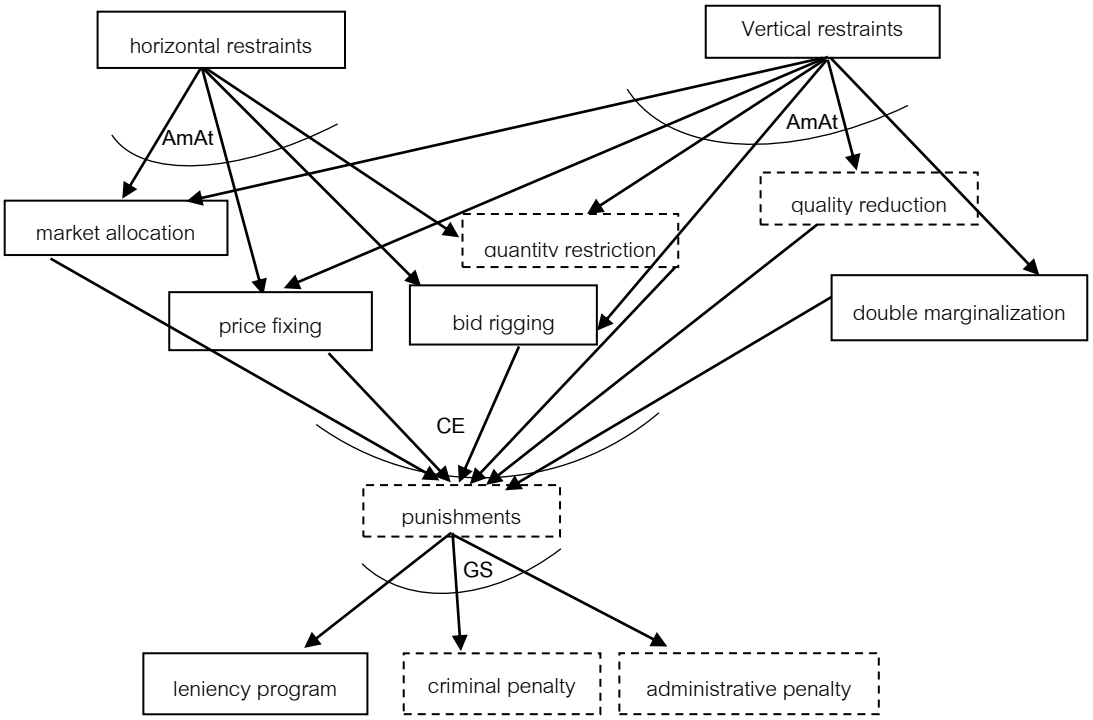
1. Two large building contractors agree that one will tender for commercial construction contracts, while the other will tender for residential construction contracts. This is called **market allocation** and we consider this price fixing. (CL074.txt)
2. Institutional arrangements to sustain collusion take on a variety of forms. For example, **market allocation** schemes, according to which a firm sells in a certain region (or serves customers of a certain type) have the advantage of allowing for prices to adjust to new demand or cost conditions without triggering possible price wars. As long as each firm does not serve market segments allocated to other cartel members, prices can be varied without disrupting the collusion. (CL038.txt)
3. The categories of conduct most often defined as hard core cartels are: price fixing, output restrictions, **market allocation**, bid rigging (the submission of collusive tenders) (CL024.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN030	**Concept:** double marginalization	**Eng:** double marginalization (CL029.txt)

Feature: การที่ผู้ประกอบการในระดับต้นน้ำขึ้นราคาสินค้าขั้นกลาง (Intermediate goods) ของตนเกินกว่าต้นทุนเพิ่ม (marginal cost) และผู้ประกอบการระดับปลายน้ำก็ร่วมมือกันกับผู้ประกอบการในระดับต้นน้ำขึ้นราคาสินค้าของตนที่ผลิตมาจากสินค้าขั้นกลางที่ได้ขึ้นราคามาแล้ว จึงเป็นการร่วมกันขึ้นราคาในสินค้าเดียวกันซ้ำซ้อนกันหลายระดับ ทำให้ผู้ซื้อต้องจ่ายราคาสุดท้ายซึ่งเป็นราคาที่ผู้ประกอบการทุกระดับต่างขึ้นราคาสินค้าในส่วนของตนมาแล้ว

Conceptual Relation:



Extraction:

1. Double marginalization arises when both the upstream and downstream markets exhibit some degree of economic market power, and thus firms at each level mark up their prices above marginal cost. In the presence of some degree of economic market power, the prices charged by upstream suppliers exceed the marginal cost of providing the intermediate goods to the downstream market. This represents the first level of mark-up. The downstream manufacturers, in turn, charge an additional mark-up on the products they produce using the already marked-up intermediate goods. This represents an additional mark-up. The consumer pays a final price that incorporates both markups. (CL029.txt)
2. The problem of double marginalization can be explained intuitively for, e.g., the computer market. “Each firm's pricing decision imposes an externality on the other firm. A high price for computer hardware reduces demand for PCs. It also reduces demand for programs and operating systems. The hardware manufacturer takes the first effect into account, but not the second. The same is true, of course, in

reverse. The software manufacturer does not take into account the impact its price choice has on the demand for hardware. In the noncooperative Nash equilibrium, the prices of both goods are too high. If, say, the hardware firm were to cut its price, this would generate additional demand and additional profit for the software firm. However, since the hardware firm does not receive any of this additional profit, its incentive to reduce price is weakened. This suggests that, with cooperation, both firms would lower their prices and be better off. Consumers, too, would gain as a result of lower prices and expanded output. (CL038.txt)

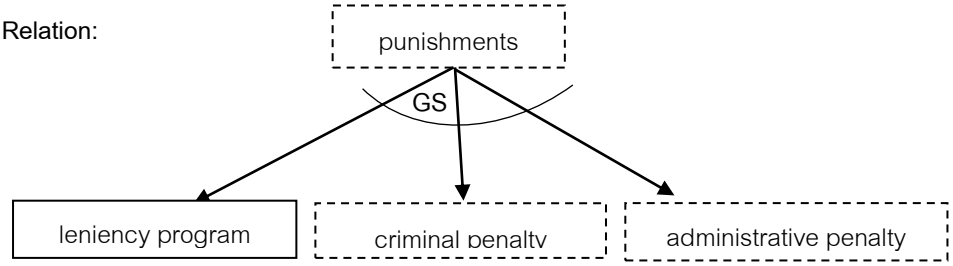
3. As its name suggests, the problem of **double marginalization** only arises when the firms in the upstream and in the downstream market earn a positive margin. If competition in either the upstream or the downstream market drives economic profits down to zero the problem of double marginalization does not occur. (CL038.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN031	**Concept:** leniency program	**Eng:** leniency program (CL070.txt)

Feature: มาตรการของเจ้าหน้าที่ในการช่วยสร้างความขัดแย้งหรือโน้มน้าวในหมู่ผู้ที่มาตกลงกระทำการจำกัดการแข่งขันทางการค้าร่วมกันให้ล้มเลิกการร่วมมือดังกล่าว เพื่อยอมรับสารภาพและยอมให้ข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำนั้น โดยผู้นั้นอาจจะได้รับการยกเว้นโทษหรือลดหย่อนโทษส่วนหนึ่ง

Conceptual Relation:

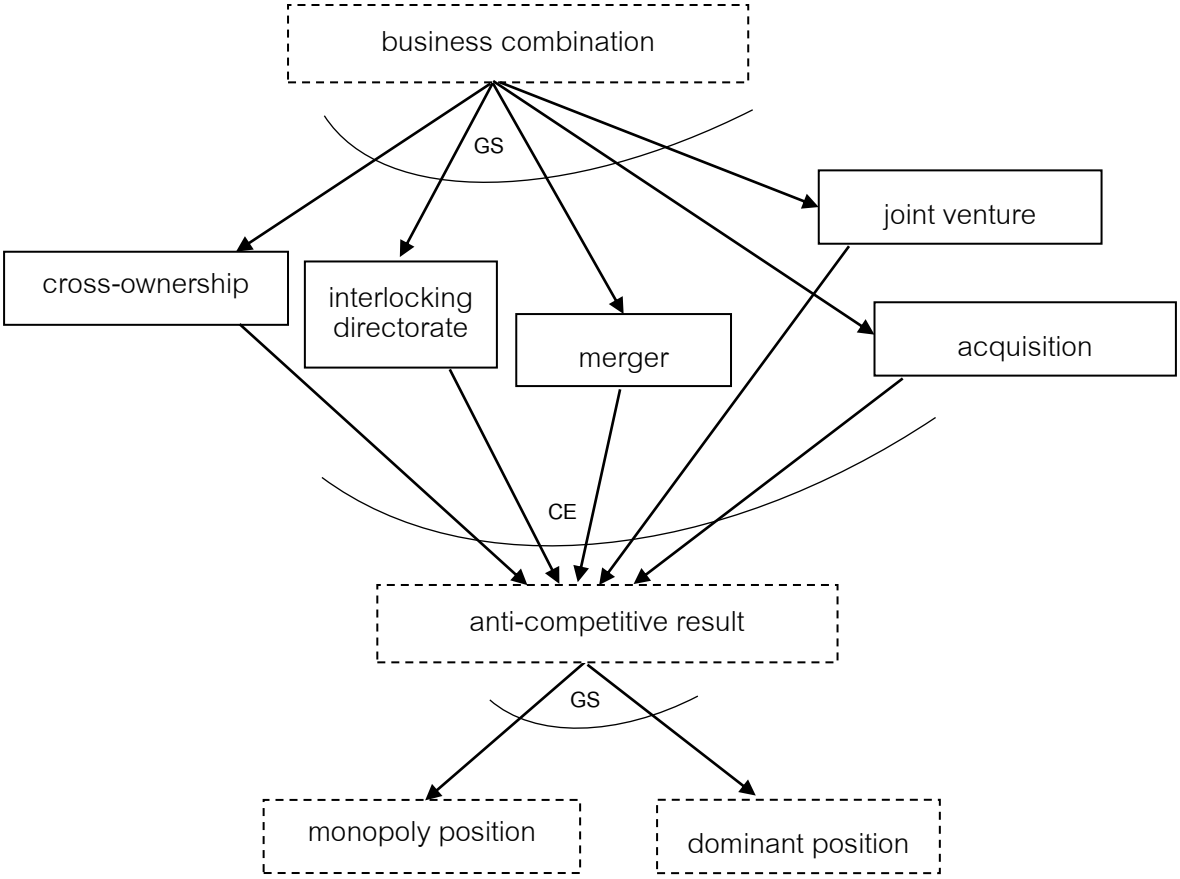


Extraction:

1. The basic idea of such **leniency-programs** is to create disaccord between the cartel-members. In Europe, this is done by awarding cartel-firms full amnesty for disclosing a cartel and partial amnesty i.e. a partial reduction of fines for providing important information necessary to prosecute the cartel's members. The incentive to save the fine may be an important driver for firms to reveal the collusive agreement especially when market-conditions or the nature of the collusive agreement change which makes collusion less profitable. This effect appears to be a main reason for leniency being one of the most effective tools of competition authorities in detecting collusive agreements. (CL038.txt)
2. Besides, as analyzed in the previous chapters, we know that the success of a cartel depends mainly on the level of trust existing among the cartel members: hence, a **leniency program** has the concrete possibility to reduce and undermine the duration of a cartel because provides to its members a further instrument to cheat on each other. Again, also here each cartel member faces a coordination game as in the prisoner's dilemma, since it must contemplate whether or not to apply for leniency. In a dynamic perspective two are the possible solutions: 1) do not report in the hope that other members will play the same; 2) to report, if a firm believes it is imminent that another partner will report. The policy challenge for antitrust authorities is, for this reason, to induce cartel members to stop waiting and start the race to confess. (CL051.txt)
3. The CCS **leniency programme** is aimed at encouraging cartel members to come forward to assist CCS in uncovering cartels. Given the secretive nature of cartels, many competition agencies around the world have put in place leniency programmes to combat cartels. Without the leniency programmes, some cartels may never be uncovered and consumers will continue to be harmed by the cartels. (CL070.txt)

Synonym Term: -	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun

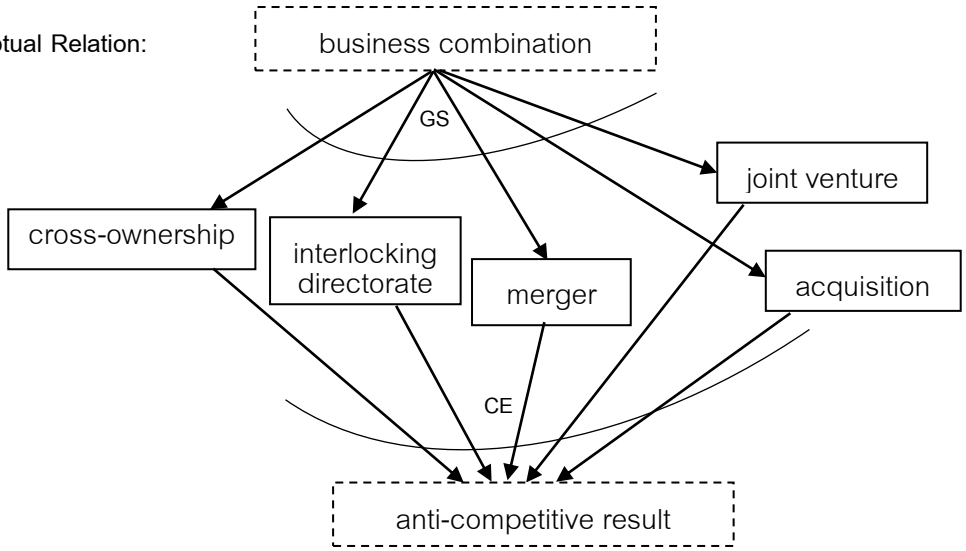
แผนภูมิมโนทัศน์ 5 การรวมกลุ่มธุรกิจ



CN032	**Concept:** cross-ownership	**Eng:** cross-ownership (CL038.txt)

Feature: การที่ผู้ประกอบธุรกิจรายหนึ่งเข้าไปมีส่วนในกิจการของผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งที่เป็นคู่แข่งกัน เช่น การไปเป็นกรรมการหรือการถือหุ้นในบริษัทที่เป็นคู่แข่งกัน เพื่อควบคุมด้านราคา การบริหารงาน และการกำหนดนโยบายต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการจำกัดการแข่งขันทางการค้าตามปกติและส่งผลเสียต่อลูกค้า

Conceptual Relation:



Extraction:

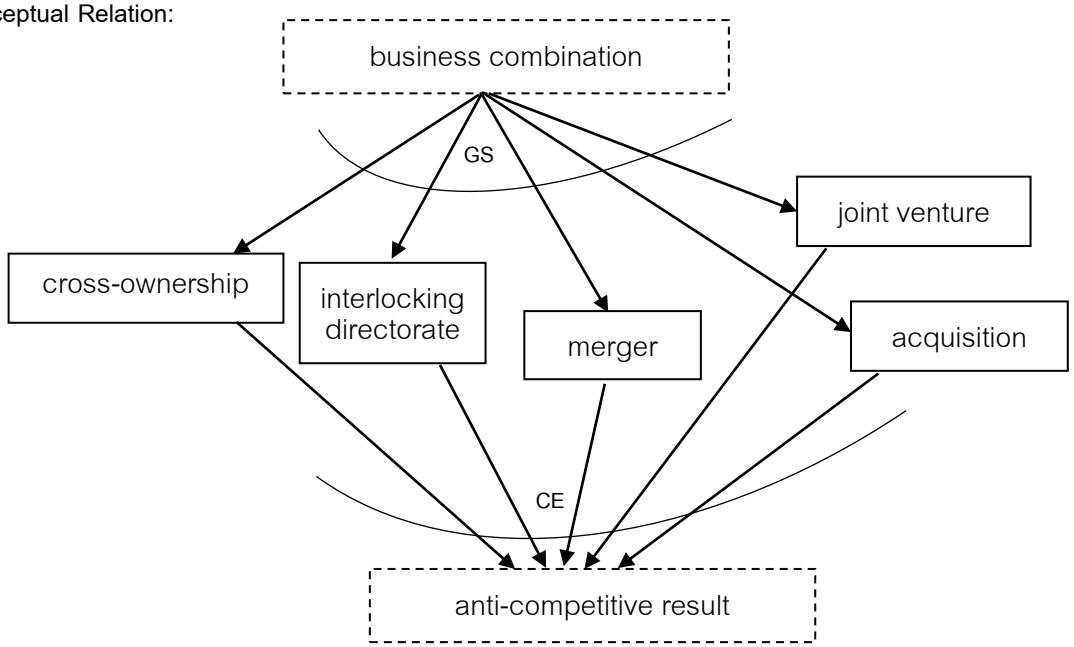
1. If a firm A has participation in a competitor B (**cross-ownership**), even without controlling it, the scope for collusion will be enhanced. First, if a representative in a firm is sitting in the board of directors of a rival firm, it will be easier to coordinate pricing and marketing policies. This makes it easy to monitor a rival's behavior and is an important facilitating factor for collusion. Second, if the profits of firm B enter the profit-function of firm A, firm A has an incentive to maximize joint profits which may imply a collusive outcome. (CL038.txt)
2. The Commission found that Temasek Holding, through its shareholdings in Singapore Technologies Telemedia Pte. Ltd., STT Communications Ltd., Asia Mobile Holding Company Pte. Ltd., Asia Mobile Holdings Pte. Ltd., Indonesia Communication Limited, Indonesia Communication Pte. Ltd., Singapore Telecommunications Ltd., and Singapore Telecom Mobile Pte. Ltd. controlled shares in PT. Indosat (35%) and PT. Telkomsel (41.6%) and had violated article 27 (a). PT. Telkomsel and PT. Indosat are two competing companies in the mobile telecommunications industry in Indonesia. As a result of the **cross-ownership**, Temasek was found guilty because it was able to control competition between PT. Indosat and PT. Telkomsel, which also caused significant consumer harm. Even though the share crossownership was not in excess of fifty percent, the Commission determined a violation had nevertheless occurred. (CL047.txt)
3. But with ValueAct, the Justice Department can tell a story in which a powerful shareholder used its **cross-ownership** of two competitors to advocate for an anticompetitive result. (CL031.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN033	**Concept:** interlocking directorate	**Eng:** interlocking directorate (CL032.txt)

Feature: การที่กรรมการของกิจการหนึ่งไปเป็นกรรมการของอีกกิจการหนึ่งซึ่งเป็นคู่แข่งกันและกัน (ไม่รวมถึงการเป็นกรรมการในบริษัทย่อยของตัวเอง) และกรรมการได้ใช้สิทธิพิเศษนี้ในการแบ่งปันข้อมูลให้กับอีกบริษัท หรือร่วมมือกันกับอีกบริษัท ซึ่งเป็นการทำลายระบบการแข่งขันทางการค้าที่ชอบธรรม

Conceptual Relation:



Extraction:

1. An **interlocking directorate** occurs when a board director serves on two boards of directors where the companies are in competition with each other. It's common for board directors to serve on two or more boards. Some directors serve on as many as five or six boards. As long as the companies aren't in competition with each other, the arrangement is completely legal. In fact, board directors who have extensive networks can provide much value to the boards they serve on.

   Interlocking directorates can create situations that lead to unfair competition. Board directors have access to privileged competition, which, if shared with competitors, could disrupt healthy corporate competition. (CL032.txt)

2. The MRFT Act enumerates five types of business combinations subject to merger filing:

   3. where an **interlocking directorate** occurs (except for the case of interlocking directors in affiliated companies); (CL061.txt)

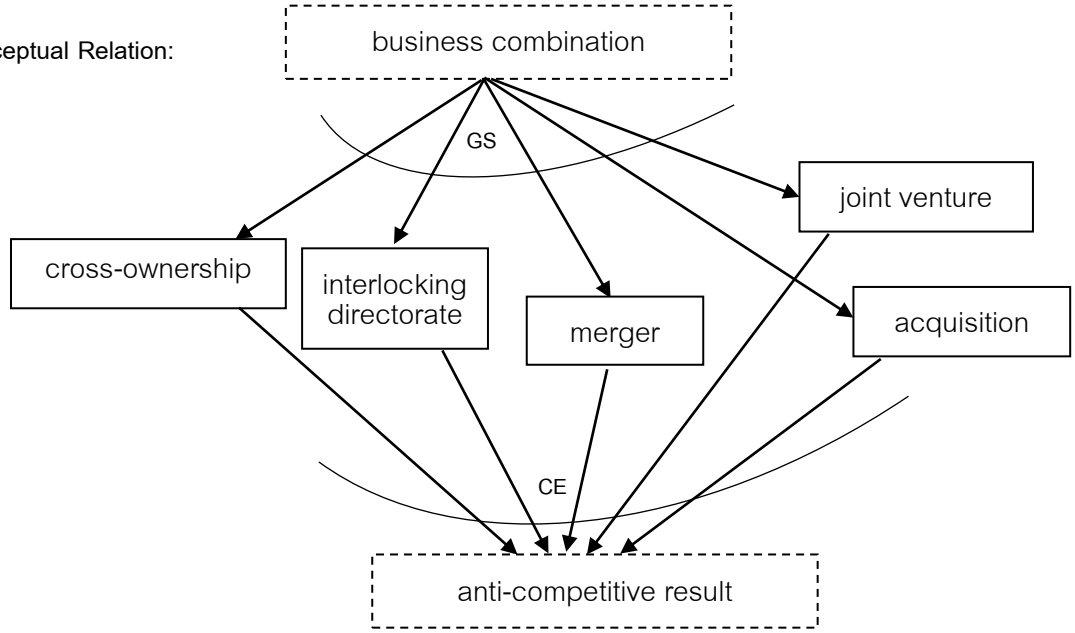
3. The antitrust laws are designed to ensure robust competition between and among firms. Most often, the laws focus on the frontlines of business online, in stores, or on the street. But there is another element of these laws that extends into the boardroom and one that is often overlooked: Section 8 of the Clayton

Act. This statute prohibits what are known as **interlocking directorates**, or put plainly, situations where an individual or entity serves on the board or as an officer of two competing corporations. The governmental policy behind Section 8 rests on a desire to ensure that firms do not coordinate their activity through a common board member or officer. (CL033.txt)		
Synonym Term: -	**Abbreviation:** -	**Grammatical Category:** Noun

CN034	**Concept:** merger	**Eng:** merger (CL070.txt)

Feature: การรวมบริษัทตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไปให้กลายเป็นบริษัทเดียว โดยอาจเป็นหนึ่งในบริษัทที่มารวมกันหรือเป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นใหม่ก็ได้ นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการได้มาซึ่งอำนาจควบคุมไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมของอีกบริษัทหนึ่ง หรือการได้มาซึ่งสินทรัพย์หรือหุ้นไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วนของอีกบริษัทหนึ่งอันทำให้เกิดอำนาจควบคุม

Conceptual Relation:



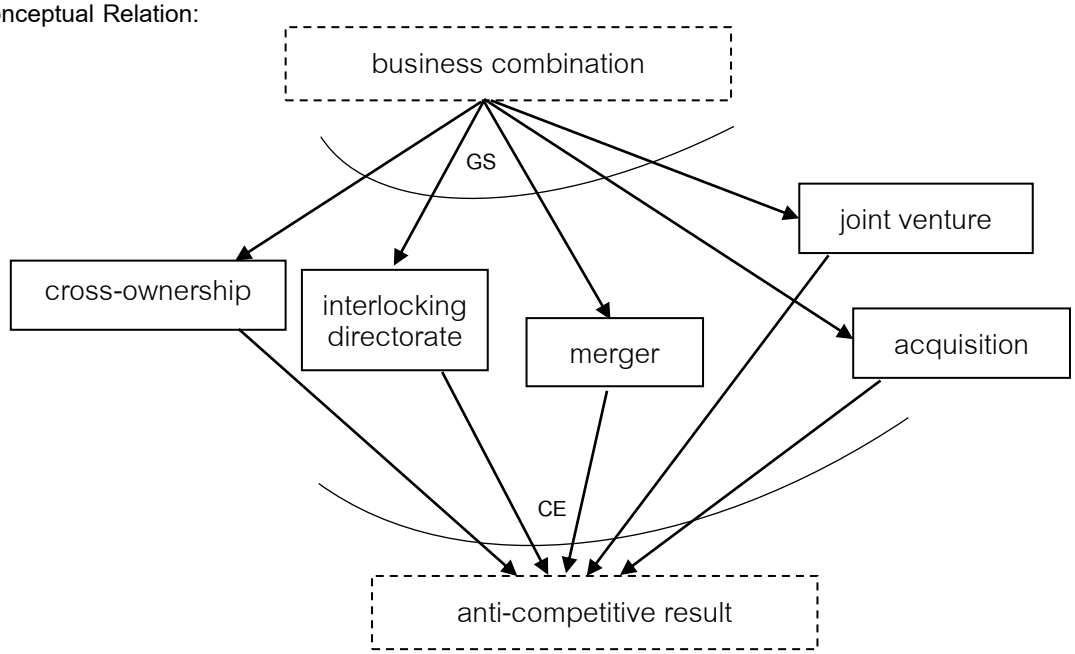
Extraction:

1. A merger is the fusion of two or more corporations into a single corporation which shall be one of the constituent corporations, or into a new single corporation which shall be the consolidated corporation. (CL070.txt)
2. A merger occurs when:
   - two or more undertakings, previously independent of each other, merge;
   - one or more persons or other undertakings acquire direct or indirect control of the whole or part of one or more other undertakings; or
   - the result of an acquisition by one undertaking of the assets, or a substantial part of the assets, of another undertaking is to place the first undertaking in a position to replace or substantially replace the second undertaking in the business or the part concerned of the business in which that undertaking was engaged immediately before the acquisition. (CL066.txt)
3. The TCA recognizes three types of business mergers: (1) amalgamation between entities that results in the termination of one business (or the creation of a new business) while maintaining the status of the other; (ii) purchase of assets, in whole or part with a view to control business administration policies, administration and management; (iii) purchase of shares, in whole or part with a view to control business administration policies, administration and management. (CL009.txt)

Synonym Term: -	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun
CN035	Concept: acquisition	Eng: acquisition (CL053.txt)

Feature: การที่ผู้ประกอบธุรกิจรายหนึ่งได้มาซึ่งหุ้น สิทธิการออกเสียงลงคะแนน สินทรัพย์ทั้งหมดหรือบางส่วนของอีกบริษัทหนึ่ง รวมถึงการเข้าไปมีอำนาจควบคุมในอีกบริษัทหนึ่ง อันก่อให้เกิดการขัดขวางการแข่งขันทางการค้า

Conceptual Relation:



Extraction:

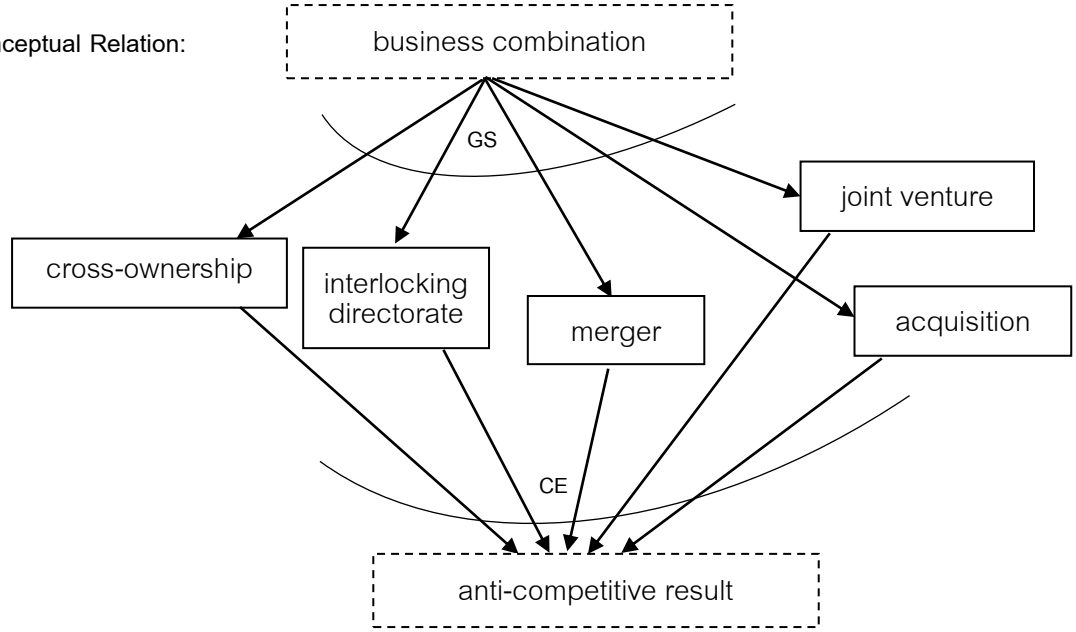
1. Section 5 of the Act defines a 'Combination' to mean any **acquisition** by an enterprise of shares, voting rights, assets or control in another enterprise or a merger or amalgamation between two or more enterprises and sets out the jurisdictional thresholds applicable to the combining parties or the group to which the target enterprise would belong. (CL053.txt)
2. A merger occurs when:
   - the result of an **acquisition** by one undertaking of the assets, or a substantial part of the assets, of another undertaking is to place the first undertaking in a position to replace or substantially replace the second undertaking in the business or the part concerned of the business in which that undertaking was engaged immediately before the **acquisition**. (CL066.txt)
3. In another **acquisition** case, Hite Beer Corp. acquisition of Jinro Soju Co., the KFTC found the combination anticompetitive. (CL048.txt)

Synonym Term: -	Abbreviation: -	Grammatical Category: Noun

CN036	**Concept:** joint venture	**Eng:** joint venture (CL020.txt)

Feature: การรวมกันของ 2 องค์กรขึ้นไปเพื่อมาก่อตั้งอีกนิติบุคคลหนึ่งร่วมกัน โดยการแบ่งส่วนการถือหุ้น การบริหารงาน และอำนาจควบคุมกัน มักเป็นการรวมกันของกิจการที่อยู่ในระดับแนวนอนเดียวกัน หรือมีความสัมพันธ์ในแนวดิ่ง อันก่อให้เกิดการกีดกันการแข่งขันทางการค้า

Conceptual Relation:



Extraction:

1. The CCA defines a **joint venture** as an activity in trade or commerce carried on either: Jointly by two or more persons, whether or not in partnership. By a body corporate formed by two or more persons for the purpose of enabling those persons to carry on that activity jointly by means of their joint control, or by means of their ownership of shares in the capital, of that body corporate. (CL023.txt)
2. Corporation 1 and Corporation 2 agree to merge their operating businesses by contributing them to a 50-50 **joint venture** to be operated through a partnership. (CL020.txt)
3. In the first post in this series, we introduced the concept of **joint ventures**, outlined why antitrust law applies to their formation and operation, identified the major antitrust issues raised by JVs, and discussed why you should care about these issues. (CL028.txt)
4. However, the **JV** parties, or some of them, are often horizontal competitors or have a vertical relationship, so their agreements can trigger the same concerns under the antitrust laws that other horizontal or vertical agreements can trigger. (CL028.txt)

Synonym Term: -	**Abbreviation:** JV	**Grammatical Category:** Noun

ภาคผนวก ง

บันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record)

บันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological Record)

<u>รหัสที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลศัพท์</u>

TRXXX	=	ลำดับรายการบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น
CLXXX.txt	=	ลำดับเอกสารต้นฉบับจากคลังข้อมูลภาษา
RFXX	=	แหล่งอ้างอิงศัพท์ภาษาไทยที่นำมาใช้ รายละเอียดตามภาคผนวก ข
+	=	ศัพท์ภาษาไทยที่เกิดจากการแก้ไขศัพท์เดิมที่มีอยู่
*	=	ศัพท์ภาษาไทยที่เกิดจากการสร้างศัพท์ใหม่
Syn.	=	Synonym (คำเหมือนของคำศัพท์)
Abbr.	=	Abbreviation (อักษรย่อของคำศัพท์)

TR001	Eng: market definition (CL069.txt)	Thai: การระบุขอบเขตตลาด +
Grammatical Category: noun	Subject Field: law and participants	
Definition: เครื่องมือที่ใช้ในการระบุหรือนิยามตลาดที่เกี่ยวข้องจากการวิเคราะห์ประเภทสินค้าบริการ พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กิจกรรมนั้นเกิดขึ้น เพื่อประเมินอำนาจของผู้ประกอบการที่มีต่อตลาดนั้นว่าเป็นการขัดขวางการแข่งขันทางการค้าหรือไม่		
Illustration: **Market definition** is an analytical tool. It guides the Authority, and the other parties involved, in laying bare key assumptions (starting points for the analysis), in developing reasoning steps and in structuring the collection and assessment of evidence. **Market definition** serves three main purposes: It allows to focus the analysis to the type of trade and the geographic areas in which a competitive concern may arise; It allows to identify market participants and measure market shares and market concentration, which are commonly used for a preliminary assessment of market power; It allows understanding the existing mode of competition among the market participants, its likely evolution, and the existence of barriers to entry. (CL069.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม นิยามของคำว่าตลาด, คำจำกัดความของคำว่าตลาด (RF03)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: relevant market (TR004)		

TR002	Eng: focal product (CL073.txt)	Thai: สินค้าหลัก *
Grammatical Category: noun	Subject Field: law and participants	
Definition: สินค้าหลักของผู้ประกอบการที่มีความสำคัญกว่าสินค้าอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการผลิตหรือจัดจำหน่าย จึงต้องนำมาพิจารณาร่วมกับสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เพื่อกำหนดขอบเขตของตลาด		
Illustration: The **focal product** is produced by a certain manufacturer who may be producing other products as well. (CL073.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีอิงกลุ่มกับคำว่า substitute product (TR003)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: substitute product (TR003)		

TR003	Eng: substitute product (CL071.txt)	Thai: สินค้าทดแทน +
Grammatical Category: noun	Subject Field: law and participants	
Definition: สินค้าที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ใกล้เคียงกับสินค้าอื่นจนนำมาใช้ทดแทนกันได้ หากมีราคาสูงขึ้นหรือขาดแคลน และเป็นสินค้าที่ต้องนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดขอบเขตของตลาดด้วย		
Illustration: **Substitute products** do not have to be identical to be included in the same market. For example, if two products perform the same purpose, but one is of a higher price and quality, they might be included in the same market. The question is whether the price of one sufficiently constrains the price of the other. Although one is of a lower quality, customers might still switch to this product if the price of the more expensive product rose such that they no longer felt that the higher quality justified the price differential. (CL071.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม สินค้าที่ใช้แทนกันได้ (RF03)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: focal product (TR002)		

TR004	Eng: relevant market (CL065.txt)	Thai: ตลาดที่เกี่ยวข้อง (RF06)
Grammatical Category: noun	Subject Field: law and participants	
Definition: ขอบเขตของตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ประเภทสินค้าบริการและพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กิจกรรมนั้นเกิดขึ้นซึ่งทำให้ทราบว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดเป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือตลาดนั้นหรือไม่		
Illustration: To define a **'relevant market'** means to identify all the close substitutes for the product under investigation, and products can be substituted both on the demand and on the supply side. (CL015.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: focal product (TR002), substitute product (TR003), undertaking (TR005)		

TR005	Eng: undertaking (CL017.txt)	Thai: ผู้ประกอบการ (RF05)
Grammatical Category: noun	Subject Field: law and participants	
Definition: บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่หารายได้จากสินค้าและการบริการ เช่น เจ้าของธุรกิจคนเดียว บริษัท ห้างหุ้นส่วน หอการค้า สมาคมการค้า ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติตามกลไกการแข่งขันทางการค้าในตลาด		
Illustration: **Undertaking** means any person, being an individual, a body corporate, an unincorporated body of persons or any other entity, capable of carrying on commercial or economic activities relating to goods or services. It includes individuals operating as sole proprietorships, companies, firms, businesses, partnerships, co-operatives, societies, business chambers, trade associations and non-profit-making organisations, whatever its legal and ownership status (foreign or local, government or non-government), and the way in which it is financed. (CL065.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: relevant market (TR004)		

TR006	Eng: perfect competition (CL037.txt)	Thai: การแข่งขันสมบูรณ์ (RF02)
Grammatical Category: noun	Subject Field: market structure	
Definition: การสร้างและรักษาสมดุลระหว่างระบบอุปสงค์และอุปทานในตลาด โดยไม่มีอุปสรรคที่ขัดขวางการเข้าหรือออกจากตลาด หรือขัดขวางการแข่งขันทางการค้าตามปกติในตลาด		
Illustration: In order to avoid any confusion, therefore, the concept of **perfect competition** should be perceived solely as a theoretical tool for the harmonisation of demand and supply. (CL037.txt)		
Note:		
Linguistic Specification: Syn. pure competition (CL037.txt)		
Cross-reference: imperfect competition (TR007)		

TR007	Eng: imperfect competition (CL038.txt)	Thai: การแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ (RF02)
Grammatical Category: noun	Subject Field: market structure	
Definition: ความล้มเหลวของตลาดที่เกิดจากความไม่สมดุลระหว่างระบบอุปสงค์และอุปทาน รวมถึงสภาวะการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น การผูกขาดตลาดโดยผู้ประกอบการรายเดียวหรือน้อยราย		
Illustration: Those who are sceptical about the relevance of the concept of perfect competition exercise rather an apagogical criticism (proving their argument by demonstrating the weaknesses of the contrary thesis). The economic opponents of the concept refer to its hypothetical nature, introducing as an alternative the theory of **imperfect competition**. (CL037.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: perfect competition (TR006), barrier to entry (TR008)		

TR008	Eng: barrier to entry (CL039.txt)	Thai: อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด +
Grammatical Category: noun	Subject Field: market structure	
Definition: สิ่งที่ขัดขวางหรือกีดกันผู้ประกอบการรายอื่นไม่ให้เข้าสู่ตลาดหรือดำเนินกิจการในตลาดได้ตามปกติ ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและยังเป็นการละเมิดกฎหมาย		
Illustration: An anti-competitive behaviour of a big importer of scrubbing patches. The company has market power in the scrubbing patch market. It sold the imported product at a very low price together with a give-away but this was done in a short time. However, this created **barrier to entry** for other proposed competitors and may violate the Competition Act. (CL039.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม อุปสรรคในการเข้า (RF01), การกีดกันการเข้าสู่ตลาด (RF02)		
Linguistic Specification: Syn. entry barriers (CL065.txt)		
Cross-reference: imperfect competition (TR007)		

TR009	**Eng:** abuse of dominant position (CL070.txt)	**Thai:** การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม (RF05)
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** market structure	
Definition: พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือกว่าในตลาดในการใช้อำนาจหรือจุดแข็งนั้นกระทำการต่าง ๆ อันเป็นการขัดขวางการแข่งขันทางการค้าในตลาด		
Illustration: Competition law prohibits the **abuse of dominant position** (i.e. a monopoly or a firm with substantial market power). Normally the term abuse covers practices where a business operator with substantial market power restricts competition in a market. The notion of dominant position, or substantial market power, may vary according to national legislation. Generally, it refers to a situation where the business operator has enough economic strength to act in the market without regard to what its competitors (actual or potential) do. (CL070.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cartel (TR010), market power (TR011), market share (TR012), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR010	**Eng:** cartel (CL059.txt)	**Thai:** การร่วมกันจำกัดการแข่งขัน (RF05)
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** market structure	
Definition: ข้อตกลงหรือสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งหรือเป็นคู่ค้ากัน เพื่อก่อให้เกิดการขัดขวางการแข่งขันทางการค้าในตลาดนั้น ๆ		
Illustration: Professors Phillip Areeda and Donald Turner have defined a **cartel** as "an arrangement in which competing firms have substituted an agreement on price, output or related matters for independent decision making." (CL059.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR011	Eng: market power (CL017.txt)	Thai: อำนาจเหนือตลาด +
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: ความสามารถด้านการแข่งขันทางการค้าที่เหนือกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดราคา คุณภาพ ปริมาณ หรือความหลากหลายของสินค้า		
Illustration: Competition policy defines **market power** as the ability to profitably maintain prices above competitive levels for a period of time or to profitably maintain output in terms of product quantities, product quality and variety or innovation below competitive levels for a period of time (EC 2011: para. 39). (CL038.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม อำนาจทางการตลาด (RF01), อำนาจตลาด (RF03)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: market share (TR012)		

TR012	Eng: market share (CL064.txt)	Thai: ส่วนแบ่งตลาด (RF01)
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: ยอดขายที่ขายให้แก่ลูกค้าในตลาดที่อยู่ในขอบเขตนั้นและเป็นปัจจัยที่ใช้ในการประเมินและวิเคราะห์การมีอำนาจเหนือกว่าของผู้ประกอบการในตลาด		
Illustration: **Market share** is usually determined by an undertaking sales to customers in the relevant market. Market share is normally measured using sales to direct customers in the relevant market rather than an undertaking total production (which can vary when stocks increase or decrease). Sometimes market shares will be measured by an undertaking capacity to supply the relevant market: for example, where capacity is an important feature in an undertaking ability to compete or in some instances where the market is defined taking into account supply-side considerations. (CL064.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: market power (TR011)		

TR013	**Eng:** resale price maintenance (CL015.txt)	**Thai:** การกำหนดราคาขายต่อ (RF06)
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมบังคับให้ผู้ที่จะนำสินค้าไปขายต่อต้องขายตามราคาที่กำหนดไว้เท่านั้น		
Illustration: A vertical agreement involving price restriction, where an upstream seller imposes a fixed or minimum price that a downstream buyer must re-sell, is deemed as anti-competitive. This is a form of **resale price maintenance (RPM)** which the Commission will take strong stance against. Any other form of RPM includes maximum pricing or recommended retail pricing. For example, a manufacturer fixes the price for which its products are sold at the retail level. This is considered to be anti-competitive as the effect of this is that re-sellers or retailers do not compete on price. (CL015.txt)		
Note:		
Linguistic Specification: Abbr. RPM (CL015.txt)		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR014	**Eng:** tying and bundling (CL060.txt)	**Thai:** การขายพ่วง +
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมทำการตลาดหรือขายสินค้าหลายชนิดพร้อมกันเพื่อเป็นเครื่องมือในการตั้งราคาและกำจัดคู่แข่งรายอื่น		
Illustration: Tying and bundling are pretty common. Shoppers have probably bought package deals of shampoo and conditioner, or razors and shaving cream. As the Federal Trade Commission notes, offering products together as part of a package can benefit consumers who like the convenience of buying several items at the same time. (CL075.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม การขายสินค้าหลายชนิดรวมกัน และการขายควบ (RF05)		
Linguistic Specification: Syn. Bundling and tying (CL056.txt)		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR015	Eng: price discrimination (CL016.txt)	Thai: การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ (RF02)
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมกำหนดราคาขายสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะให้กับผู้ซื้อแต่ละรายด้วยราคาที่ไม่เท่ากัน		
Illustration: In some cases, an undertaking may be able to charge some buyers (i.e. captive buyers) a higher price than others (i.e. non captive buyers), where the price difference is not related to higher costs of serving those buyers. This is called **price discrimination**. Price discrimination is only possible when the undertaking is able to differentiate between captive and non captive buyers, and there is no arbitrage between them. (CL063.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR016	Eng: refusal to deal (CL048.txt)	Thai: การปฏิเสธการทำการค้า +
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมปฏิเสธการทำการค้ากับคู่แข่งหรือคู่ค้าอื่นโดยไม่มีเหตุอันควร		
Illustration: Unreasonable **refusals to deal** can be found, where a franchiser deprives a franchisee of continuous business opportunity and the franchisee's business activities are hampered although no substantial reason for discontinuation of business relation exists such as a breach of contract on the part of a franchisee; or where a franchiser utilizes refusal to deal as a means to achieve or effectuate unjustifiable control over a franchisee. (CL048.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม การปฏิเสธที่จะทำธุรกรรมด้วย (RF03)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR017	Eng: margin squeeze (CL014.txt)	Thai: การกดดันราคา *
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมกดดันราคาขายวัตถุดิบต้นน้ำให้แก่คู่แข่งที่อยู่ในขั้นตอนปลายน้ำ		
Illustration: A vertically integrated undertaking may be dominant in the supply of an important input for a downstream market in which it also operates. In such a case, the vertically integrated undertaking could potentially harm competition by setting such a low margin between its input price (e.g. wholesale price) and the price it sets in the downstream market (e.g. retail price) such that an equally efficient downstream competitor is forced to exit the market or is unable to compete effectively. This is known as a **margin squeeze**, and is likely to constitute an abuse of a dominant position where it harms (or is likely to harm) competition. (CL065.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีนำนิยามมาสร้างศัพท์		
Linguistic Specification: Syn. price squeeze (CL014.txt)		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR018	Eng: exclusive dealing (CL058.txt)	Thai: การผูกขาดธุรกิจ +
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมขัดขวางหรือห้ามผู้ขายรายอื่นไม่ให้ตกลงทำธุรกิจกับคู่แข่งของตน		
Illustration: “A dominant undertaking may try to foreclose its competitors by hindering them from selling to customers through use of exclusive purchasing obligations or rebates, together referred to as **exclusive dealing**” (EU 2008: para. 28). (CL038.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม ข้อตกลงแบบผูกขาด (RF02), การจำกัดสิทธิเฉพาะด้านข้อตกลง (RF05)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), loss leader (TR019), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR019	Eng: loss leader (CL035.txt)	Thai: การจูงใจด้วยราคาต่ำ +
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมตั้งราคาสินค้าให้ต่ำลง เพื่อจูงใจหรือหลอกล่อผู้ซื้อ		
Illustration: **Loss leaders** are defined as selling below cost where the purpose is either to induce the purchase of other merchandise, mislead purchasers, or divert business from competitors. Bus. & Prof. Code 17030. Section 17044 then provides that it is unlawful to sell products as loss leaders. As discussed supra, Cel-Tech holds that Section 17044 also requires that the desire to destroy competitors must be defendant's conscious objective. (CL035.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม ผู้นำการสูญเสีย (RF03), การตั้งราคาแบบกล้าขาดทุน (RF04)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), excessive price (TR020), predatory pricing (TR021)		

TR020	Eng: excessive price (CL038.txt)	Thai: การตั้งราคาสูงผิดปกติ +
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมกำหนดราคาสินค้าสูงเกินกว่าราคาปกติที่อยู่ในขอบเขตตลาดที่เกี่ยวข้องกันหรือในช่วงเวลาที่ผ่านมา		
Illustration: Seeking or reaching a dominant position is usually not prohibited; only abuse of a dominant position. Abusive behaviours can either be an exploitative abuse (setting **excessive prices** or unfair conditions for the customers) or an exclusionary abuse (conduct that excludes efficient competitors from the market, such as predatory pricing or exclusive dealing contracts with the only supplier of materials needed for production). (CL070.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม การกำหนดราคาสินค้าหรือบริการสูงเกินควร (RF07)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), predatory pricing (TR021)		

TR021	Eng: predatory pricing (CL009.txt)	Thai: การกำหนดราคาทำลายคู่แข่ง (RF01)
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: พฤติกรรมที่ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรมขายสินค้าในราคาต่ำกว่าปกติเพื่อกำจัดคู่แข่งและทำกำไรเพื่อชดเชยการขาดทุนได้ในภายหลัง		
Illustration: **Predatory pricing** occurs when a firm attempts to gain a monopoly foothold in a market by pricing its product below cost in the short-term to destroy its competitors, with the knowledge that it will be able recoup the short-term losses with long-term sales at monopoly price once its competitors leave the market. (CL050.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: abuse of dominant position (TR009), resale price maintenance (TR013), tying and bundling (TR014), price discrimination (TR015), refusal to deal (TR016), margin squeeze (TR017), exclusive dealing (TR018), loss leader (TR019), excessive price (TR020), recoupment (TR022)		

TR022	Eng: recoupment (CL040.txt)	Thai: การชดเชยขาดทุน *
Grammatical Category: noun	Subject Field: abuse of dominant position	
Definition: การกลับมาทำกำไรเพื่อชดเชยการขาดทุนจากการยอมตั้งราคาสินค้าของตนให้ต่ำก่อนในระยะเวลาหนึ่งเพื่อกำจัดคู่แข่งรายอื่นให้ออกนอกตลาดหรือไม่ให้เข้าสู่ตลาดได้แล้ว		
Illustration: Just like predation theories, these foreclosure theories also build on short-run sacrifice and supracompetitive profit (that is, **recoupment**) following the exclusion of competitors. (CL040.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีนำนิยามมาสร้างศัพท์		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: predatory pricing (TR021)		

TR023	Eng: hardcore cartel (CL006.txt)	Thai: การร่วมกันอย่างร้ายแรง *
Grammatical Category: noun	Subject Field: cartel	
Definition: การตกลงร่วมกันระหว่างคู่แข่งทางธุรกิจที่อยู่ในตลาดเดียวกันซึ่งส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อการแข่งขันทางการค้าในตลาดนั้น		
Illustration: **Hard core cartels** (when firms agree not to compete with one another) are the most serious violations of competition law. They injure customers by raising prices and restricting supply, thus making goods and services completely unavailable to some purchasers and unnecessarily expensive for others. (CL024.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีการนำคำสำคัญมาสร้างศัพท์		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cartel (TR010), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR024	Eng: softcore cartel (CL008.txt)	Thai: การร่วมกันอย่างไม่ร้ายแรง *
Grammatical Category: noun	Subject Field: cartel	
Definition: การตกลงร่วมกันระหว่างคู่แข่งทางธุรกิจหรือระหว่างคู่ค้าที่อยู่ในตลาดเดียวกันที่ไม่ส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อการแข่งขันทางการค้าในตลาดนั้น		
Illustration: **softcore cartels** are the behaviors that competitors intent to secure profits (such as by fixed prices) which may not lead to deadweight losses. In many jurisdictions, hardcore cartels are prohibited per se, whereas softcore cartels are subject to public interest or rule of reason tests (King 2010: 6). (CL054.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีการนำคำสำคัญมาสร้างศัพท์		
Linguistic Specification: Syn. non-hardcore cartel (CL008.txt)		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR025	**Eng:** horizontal restraints (CL058.txt)	**Thai:** การร่วมจำกัดการแข่งขันในแนวนอน +
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** cartel	
Definition: ข้อตกลงจำกัดการแข่งขันทางการค้าระดับแนวนอนระหว่างคู่แข่งที่ผลิตสินค้าหรือมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดียวกันในตลาดเดียวกัน		
Illustration: For **horizontal restraints**, which are agreements among competitors or potential competitors, the classification system suggested by Trenton Potteries roughly resembles the one that we use today. (CL058.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม พฤติกรรมแข่งขันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจในแนวระนาบ (RF07)		
Linguistic Specification: Syn. horizontal agreement (CL015.txt)		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR026	**Eng:** vertical restraints (CL058.txt)	**Thai:** การร่วมจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง +
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** cartel	
Definition: ข้อตกลงจำกัดการแข่งขันทางการค้าระดับแนวดิ่งระหว่างผู้ประกอบการที่อยู่ต่างระดับกัน แต่ผลิตสินค้าหรือมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในตลาดเดียวกัน		
Illustration: A **vertical restraint** can be an agreement between a manufacturer and a retailer, a manufacturer and a wholesaler, a wholesaler and a retailer, a retailer and an end buyer or between two manufacturers (or wholesalers or retailers) which for the purposes of the agreement, operate at different stages in the production and distribution chain. (CL065.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม พฤติกรรมการจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง (RF07)		
Linguistic Specification: Syn. vertical agreements (CL064.txt)		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR027	**Eng:** price fixing (CL074.txt)	**Thai:** การร่วมกันกำหนดราคา +
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** cartel	
Definition: การตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการในการกำหนดราคาหรือแทรกแซงการกำหนดราคา		
Illustration: Any agreement between competitors that sets the price of goods or services or interferes with how the price of goods or services is set. This is known as **price fixing**. (CL074.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม การตกลงร่วมกันกำหนดราคา (RF05)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR028	**Eng:** bid rigging (CL005.txt)	**Thai:** การควบคุมราคาประมูล +
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** cartel	
Definition: การตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการในการเสนอราคาประมูล เพื่อรับประกันว่าผู้ประกอบการรายหนึ่งรายใดจะเป็นผู้ชนะการประมูลนั้น		
Illustration: Like other jurisdictions, including the EU, the New TCA makes a distinction between hard-core arrangements (such as price fixing, limiting the quantity of goods or services, **bid-rigging** and geographical limitations) and non-hard core arrangements (such as reduction in quality of goods or services, exclusivity appointments, and setting conditions or practices in relation to the buying or selling of goods or services). (CL005.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม การควบคุมการประมูล (RF03)		
Linguistic Specification: Syn. rigging bid (CL067.txt)		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR029	Eng: market allocation (CL074.txt)	Thai: การแบ่งตลาด (RF05)
Grammatical Category: noun	Subject Field: cartel	
Definition: การตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการในการแบ่งพื้นที่หรือแบ่งตลาดขายสินค้า		
Illustration: Two large building contractors agree that one will tender for commercial construction contracts, while the other will tender for residential construction contracts. This is called **market allocation** and we consider this price fixing. (CL074.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR030	Eng: double marginalization (CL029.txt)	Thai: การร่วมกันขึ้นราคาซ้ำซ้อน *
Grammatical Category: noun	Subject Field: cartel	
Definition: การตกลงร่วมกันของผู้ประกอบการในระดับต้นน้ำและระดับปลายน้ำเพื่อขึ้นราคาสินค้าเดียวกันซ้ำซ้อนกันหลายระดับ		
Illustration: As its name suggests, the problem of **double marginalization** only arises when the firms in the upstream and in the downstream market earn a positive margin. If competition in either the upstream or the downstream market drives economic profits down to zero the problem of double marginalization does not occur. (CL038.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีนำนิยามมาสร้างศัพท์		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), leniency program (TR031)		

TR031	**Eng:** leniency program (CL070.txt)	**Thai:** มาตรการลดหย่อนโทษ (RF05)
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** cartel	
Definition: การยกเว้นหรือลดหย่อนโทษให้กับผู้ประกอบการที่ตกลงกันทำลายแข่งขันทางการค้าซึ่งยอมรับสารภาพและยอมให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตกลงร่วมกันนั้น		
Illustration: The CCS **leniency programme** is aimed at encouraging cartel members to come forward to assist CCS in uncovering cartels. Given the secretive nature of cartels, many competition agencies around the world have put in place leniency programmes to combat cartels. Without the leniency programmes, some cartels may never be uncovered and consumers will continue to be harmed by the cartels. (CL070.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม โครงการลดหย่อนผ่อนโทษ (RF05)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cartel (TR010), hardcore cartel (TR023), softcore cartel (TR024), horizontal restraints (TR025), vertical restraints (TR026), price fixing (TR027), bid rigging (TR028), market allocation (TR029), double marginalization (TR030), leniency program (TR031)		

TR032	**Eng:** cross-ownership (CL038.txt)	**Thai:** การร่วมบริหาร *
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** business combination	
Definition: การที่ผู้ประกอบการรายหนึ่งเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารหรือควบคุมกิจการของผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งที่เป็นคู่แข่งกัน		
Illustration: If a firm A has participation in a competitor B (**cross-ownership**), even without controlling it, the scope for collusion will be enhanced. First, if a representative in a firm is sitting in the board of directors of a rival firm, it will be easier to coordinate pricing and marketing policies. This makes it easy to monitor a rival's behavior and is an important facilitating factor for collusion. Second, if the profits of firm B enter the profit-function of firm A, firm A has an incentive to maximize joint profits which may imply a collusive outcome. (CL038.txt)		
Note: *สร้างศัพท์ใหม่ โดยใช้วิธีนำนิยามมาสร้างศัพท์		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: interlocking directorate (TR033), merger (TR034), acquisition (TR035), joint venture (TR036)		

TR033	Eng: interlocking directorate (CL032.txt)	Thai: กรรมการบริหารไขว้ +
Grammatical Category: noun	Subject Field: business combination	
Definition: การที่กรรมการของกิจการหนึ่งไปเป็นกรรมการของกิจการอื่นซึ่งเป็นคู่แข่งกัน เพื่อแบ่งปันข้อมูลหรือร่วมมือกัน		
Illustration: An **interlocking directorate** occurs when a board director serves on two boards of directors where the companies are in competition with each other. It's common for board directors to serve on two or more boards. Some directors serve on as many as five or six boards. As long as the companies aren't in competition with each other, the arrangement is completely legal. In fact, board directors who have extensive networks can provide much value to the boards they serve on. Interlocking directorates can create situations that lead to unfair competition. Board directors have access to privileged competition, which, if shared with competitors, could disrupt healthy corporate competition. (CL032.txt)		
Note: +ดัดแปลงจากศัพท์เดิม คณะกรรมการบริหารไขว้ (RF03)		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cross-ownership (TR032), merger (TR034), acquisition (TR035), joint venture (TR036)		

TR034	Eng: merger (CL070.txt)	Thai: การควบกิจการ (RF01, RF02)
Grammatical Category: noun	Subject Field: business combination	
Definition: การรวมบริษัทตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไปให้กลายเป็นบริษัทเดียวที่มารวมกันหรือเป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นใหม่ รวมถึงการได้อำนาจควบคุมไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมของอีกบริษัทหนึ่ง		
Illustration: A **merger** is the fusion of two or more corporations into a single corporation which shall be one of the constituent corporations, or into a new single corporation which shall be the consolidated corporation. (CL070.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cross-ownership (TR032), interlocking directorate (TR033), acquisition (TR035), joint venture (TR036)		

TR035	**Eng:** acquisition (CL053.txt)	**Thai:** การซื้อกิจการ (RF01)
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** business combination	
Definition: การที่ผู้ประกอบการได้มาซึ่งสินทรัพย์ทั้งหมดหรือบางส่วนของอีกบริษัทหนึ่ง		
Illustration: Section 5 of the Act defines a 'Combination' to mean any **acquisition** by an enterprise of shares, voting rights, assets or control in another enterprise or a merger or amalgamation between two or more enterprises and sets out the jurisdictional thresholds applicable to the combining parties or the group to which the target enterprise would belong. (CL053.txt)		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference: cross-ownership (TR032), interlocking directorate (TR033), merger (TR034), joint venture (TR036)		

TR036	**Eng:** joint venture (CL020.txt)	**Thai:** กิจการร่วมค้า (RF01, RF02)
Grammatical Category: noun	**Subject Field:** business combination	
Definition: การรวมกันของ 2 องค์กรขึ้นไปเพื่อก่อตั้งอีกองค์กรหนึ่งร่วมกัน โดยมีการตกลงแบ่งส่วนการถือหุ้น การบริหารงาน และอำนาจควบคุมกัน		
Illustration: The CCA defines a **joint venture** as an activity in trade or commerce carried on either: Jointly by two or more persons, whether or not in partnership. By a body corporate formed by two or more persons for the purpose of enabling those persons to carry on that activity jointly by means of their joint control, or by means of their ownership of shares in the capital, of that body corporate. (CL023.txt)		
Note:		
Linguistic Specification: Abbr. JV (Antitrust Analysis of Joint Ventures.txt)		
Cross-reference: cross-ownership (TR032), interlocking directorate (TR033), merger (TR034), acquisition (TR035)		

ภาคผนวก จ

ดัชนีค้นคำศัพท์

ดัชนีค้นคำศัพท์

A			
abuse of dominant position	การใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม	CN009	TR009
acquisition	การซื้อกิจการ	CN035	TR035
B			
barrier to entry	อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด	CN008	TR008
bid rigging	การควบคุมราคาประมูล	CN028	TR028
C			
cartel	การร่วมกันจำกัดการแข่งขัน	CN010	TR010
cross-ownership	การร่วมบริหาร	CN032	TR032
D			
double marginalization	การร่วมกันขึ้นราคาซ้ำซ้อน	CN030	TR030
E			
excessive price	การตั้งราคาสูงผิดปกติ	CN020	TR020
exclusive dealing	การผูกขาดธุรกิจ	CN018	TR018
F			
focal product	สินค้าหลัก	CN002	TR002
H			
hardcore cartel	การร่วมกันอย่างร้ายแรง	CN023	TR023
horizontal restraints	การร่วมจำกัดการแข่งขันในแนวนอน	CN025	TR025
I			
imperfect competition	การแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์	CN007	TR007
interlocking directorate	กรรมการบริหารไขว้	CN033	TR033
J			
joint venture	กิจการร่วมค้า	CN036	TR036
L			
leniency program	มาตรการลดหย่อนโทษ	CN031	TR031
loss leader	การจูงใจด้วยราคาต่ำ	CN019	TR019

M			
margin squeeze	การกดดันราคา	CN017	TR017
market allocation	การแบ่งตลาด	CN029	TR029
market definition	การระบุขอบเขตตลาด	CN001	TR001
market power	อำนาจเหนือตลาด	CN011	TR011
market share	ส่วนแบ่งตลาด	CN012	TR012
merger	การควบกิจการ	CN034	TR034
P			
perfect competition	การแข่งขันสมบูรณ์	CN006	TR006
predatory pricing	การกำหนดราคาทำลายคู่แข่ง	CN021	TR021
price discrimination	การตั้งราคาแบบเลือกปฏิบัติ	CN015	TR015
price fixing	การร่วมกันกำหนดราคา	CN027	TR027
R			
recoupment	การชดเชยขาดทุน	CN022	TR022
refusal to deal	การปฏิเสธการทำการค้า	CN016	TR016
relevant market	ตลาดที่เกี่ยวข้อง	CN004	TR004
resale price maintenance	การกำหนดราคาขายต่อ	CN013	TR013
S			
softcore cartel	การร่วมกันอย่างไม่ร้ายแรง	CN024	TR024
substitute product	สินค้าทดแทน	CN003	TR003
T			
tying and Bundling	การขายพ่วง	CN014	TR014
U			
undertaking	ผู้ประกอบการ	CN005	TR005
V			
vertical restraints	การร่วมจำกัดการแข่งขันในแนวดิ่ง	CN026	TR026