

กรณีศึกษา: สยามบานาน่า VS เลอแปงบานาน่า ปราบปรามการที่นำไปสู่กระแสวิจารณ์การทำธุรกิจแบบผูกขาดและรณรงค์เข้าร้าน 7-11 เป็นเวลา 5 วัน



### ความเป็นมา

- เดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 เจ้าของบริษัท ทริปเปิ้ลเพาเวอร์โซลูชัน จำกัด ผู้ผลิตขนมเค้กสอดไส้ คัสตาร์ดรสกล้วยภายใต้เครื่องหมายการค้าว่า “สยามบานาน่า” ได้นำขนมเค้กสอดไส้คัสตาร์ดรสกล้วยที่มีหน้าตาคล้ายกับ “โตเกียวบานาน่า” ที่มีต้นแบบจากประเทศญี่ปุ่น เสนอขายให้กับบริษัทค้าปลีกยักษ์ใหญ่รายหนึ่ง โดยทางบริษัทค้าปลีกได้ทดลองชิม พร้อมระบุว่า “บริษัทฯ มีความคิดอยากผลิตโตเกียวบานาน่ามา 2 ปีแล้วแต่ไม่สามารถหาโรงงานไทยที่ทำได้แม้แต่บริษัทในเครือ” หลังจากนั้นทั้ง 2 บริษัทได้มีการประชุมร่วมกันอีกหลายครั้งและมีโอกาสพบกับซีอีโอของบริษัทค้าปลีกดังกล่าวด้วย จนกระทั่งได้รับคำชมว่า “ขนมคุณอร่อย”

- 4 เดือนต่อมา ทั้ง 2 บริษัท ได้ร่วมกันผลิตขนมเค้กสอดไส้คัสตาร์ดรสกล้วย รวมถึงมีการเซ็นเอกสารบางส่วนเพื่อเปิดเผยข้อมูลการผลิตทุกขั้นตอนให้กับบริษัทค้าปลีกดังกล่าวด้วย โดยมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทค้าปลีก อ้างว่า “เพื่อที่จะช่วยในการวางแผนการผลิตได้” ระหว่างช่วงดำเนินการนั้น ทางบริษัทค้าปลีกได้ส่งเจ้าหน้าที่มาดูแลพร้อมให้คำแนะนำบริษัททริปเปิ้ลเพาเวอร์โซลูชัน เสมอๆ และได้มีกำหนดจะวางจำหน่ายขนมเค้กสอดไส้คัสตาร์ดรสกล้วย ภายใต้เครื่องหมายการค้า “สยามบานาน่า” ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2558 ณ ร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศไทย

- ต้นเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 เจ้าของบริษัท “สยามบานาน่า” ได้รับการติดต่อจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทร้านสะดวกซื้อยักษ์ใหญ่ในเครือซีพีออลล์ ว่า “ทางเราได้ผลิตของเราเองแล้ว ต้องขอยกเลิกสิทธิ์ตกลงกันได้”

- วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2558 บริษัท ซีพีแรม จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารแช่แข็งและเบเกอรี่ (บริษัทในเครือซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน)) ได้ผลิตขนมเค้กสอดไส้คัสตาร์ดรสกล้วยที่มีหน้าตาคล้ายกับ “โตเกียวบานาน่า” ภายใต้เครื่องหมายการค้า “เลอแปง บานาน่า” ออกมาวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่นบางสาขา ในราคา 12 บาท โดยจะทดลองจำหน่ายก่อนเป็นเวลา 3 เดือนจนถึง ถึงวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

- วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2558 ผู้ใช้นามแฝงชื่อว่า "assuming" จากบล็อกโอเคเนชั่น ได้เผยแพร่บทความ **"แบ่งปัน SIAM BANANA โตเกียวบานาน่าไทยแบบมีกล้วยอยู่จริง ๆ ที่แลกมาด้วยน้ำตา"** โดยได้เล่าถึงเรื่องราวความเป็นมาเกี่ยวกับขนมเค้กสอดไส้คัสตาร์ดรสกล้วยยี่ห้อ "สยามบานาน่า" ตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้การนำขนมดังกล่าวไปเสนอให้กับบริษัทค้าปลีกยักษ์ใหญ่ข้างต้นจนถึงการถูกยกเลิก เนื่องจากบริษัทค้าปลีกดังกล่าวแจ้งว่าผลิตสินค้าเองได้แล้ว และหลังจากที่บทความดังกล่าวได้ถูกเผยแพร่ได้ระยะหนึ่ง ก็ถูกลบไป โดยเจ้าของบล็อกระบุว่า ทีมกฎหมายของบริษัทค้าปลีกรายดังกล่าวได้ติดต่อแจ้งให้ลบออกมิฉะนั้นจะดำเนินการทางกฎหมาย แต่ปรากฏว่าบทความดังกล่าวยังมีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ Pantip ภายใต้หัวข้อกระทู้ว่า "แบ่งปัน SIAM BANANA โตเกียวบานาน่าไทย แบบมีกล้วยอยู่จริง ๆ ที่แลกมาด้วยน้ำตา" และมีการเผยแพร่ไปในสังคมออนไลน์ต่างๆ อย่างรวดเร็ว

- หลังจากบทความดังกล่าวถูกเผยแพร่ออกไป ก็เริ่มมีความเคลื่อนไหวจากหลายฝ่าย เช่น ผู้บริโภคทั่วไปได้นำรูปภาพสินค้าที่ผลิตโดยร้านสะดวกซื้อภายใต้ยี่ห้อ "7-select" กับสินค้านี้หรืออื่นมาโพสต์เปรียบเทียบกัน อาทิ นมอัดเม็ดยี่ห้อสวนจิตรลดา กับ ยี่ห้อ 7-Select, ขนมปังหน้าสังขยา ยี่ห้อฟาร์มเฮาส์ กับ ยี่ห้อ เลอ แพง, ขนมเจลลี่เจลาตินยี่ห้อจอลลีแบร์ กับ ยี่ห้อ 7-select ฯลฯ จึงทำให้เกิดประเด็นโจมตีว่า บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ หรือ CP เป็นบริษัท "Copy Paste" ทั้งในเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Pantip และ Facebook นอกเหนือจากนี้ การเคลื่อนไหวของสำนักข่าวต่างๆ นักวิชาการ รวมถึงกลุ่มผู้เคลื่อนไหวทางสังคม ฯลฯ ต่างก็พากันนำประเด็นนี้ไปขยายผลและโยงประเด็นไปถึงรูปแบบวิธีการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจรายนี้ว่ามีพฤติกรรมที่พยายามจะผูกขาดทั้งระบบและมีการบริหารงานที่ไม่เป็นธรรมกับคู่ค้ารายย่อย จนทำให้หลายฝ่ายออกมาต่อต้าน และมีการรณรงค์ "บอยคอต" สินค้าเครือซีพี และ งดซื้อสินค้าจากร้าน 7-11 เป็นเวลา 5 วัน ตั้งแต่วันที่ 7-11 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

- วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2558 สำนักสื่อสารองค์กร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้โพสต์แถลงการณ์ชี้แจงกรณี "เลอ แพง บานาน่า" ทาง Facebook Fan Page ของ "ซีพี ออลล์" โดยมีใจความสำคัญว่า ทั้ง 2 ฝ่ายมีการเจรจาธุรกิจกันจริงแต่อยู่ในขั้นตอนระหว่างช่วงเจรจา และพัฒนาสินค้าชนิดนั้นร่วมกัน สำหรับขนมเค้กสอดไส้คัสตาร์ดรสกล้วยภายใต้เครื่องหมายการค้า **"เลอ แพง บานาน่า"** ที่ได้วางขายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นนั้น ไม่ได้มีการลอกเลียนแบบเพราะมีการผลิตที่แตกต่าง และใช้ทีมวิจัยของบริษัทเองกว่า 200 คนในการวิจัยและพัฒนาสินค้า

- หลังจากนั้น เครือเจริญโภคภัณฑ์ (ซีพีออลล์) ได้ออกมาชี้แจงเพิ่มเติมว่า ร้าน 7-11 ไม่มีอำนาจผูกขาด เพราะมีจำนวนสาขาเพียง 8,000 สาขาทั่วประเทศ ในขณะที่ในประเทศไทยมีร้านค้าปลีกรวมร้านโชห่วยจำนวนกว่า 8 แสนราย และ ร้าน 7-11 กว่าครึ่งเป็นแฟรนไชส์ ซึ่งล้วนเป็นผู้ประกอบการรายย่อยของพี่น้องคนไทยทุกภูมิภาค อีกทั้ง การเข้าตรวจสอบรายละเอียดของกระบวนการผลิตสินค้าเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ทำกับคู่ค้าทุกรายเพื่อให้สินค้ามีมาตรฐานก่อนนำไปวางจำหน่ายในร้าน 7-11 ไม่ได้เป็นการดำเนินการเฉพาะกรณีของ "สยามบานาน่า" เพื่อล้วงความลับทางการค้า และสินค้าของบริษัทฯ ที่ชื่อว่า "เลอ แพง บานาน่า" กับ "สยามบานาน่า" อยู่คนละตลาดลูกค้ากัน เพราะ "เลอ แพง บานาน่า" ราคาถูกกว่าครึ่งหนึ่ง

โดยวางจำหน่ายเป็นชั้นในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งแตกต่างจาก “สยามบานาน่า” ที่จะจัดจำหน่ายสินค้าเป็นกล่องเน้นเป็นสินค้าของฝากที่มีรูปแบบค่อนข้าง “หรู” และ ทางบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสินค้าดังกล่าวมาก่อนที่ “สยามบานาน่า” จะติดต่อมาในช่วงปลายปี พ.ศ. 2557

### มาตรการทางกฎหมาย

- วันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ดร.เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ ผู้อำนวยการวิจัยด้านการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจ มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือ ทีดีอาร์ไอ นำเสนอบทความเกี่ยวกับกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่ถูกเผยแพร่ออกไปอย่างรวดเร็วในโลก Social Media เกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่รายดังกล่าว ที่สังคมมองว่าไม่เป็นธรรมกับคู่ค้ารายย่อยจนถึงขั้นมีการรณรงค์ให้งดซื้อสินค้าจากร้าน 7-11 ในช่วงระหว่างวันที่ 5-7 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 และเรียกร้องให้รัฐบาลกระทรวงพาณิชย์ และคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าต้องเข้ามาตรวจสอบพฤติกรรมของบริษัทดังกล่าวในเรื่องของการดำเนินงานที่มีลักษณะเป็นการ **“ผูกขาด”**

- นายสันติชัย สารถวัลย์แพศย์ รองอธิบดีกรมการค้าภายใน สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่บังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ให้ข้อมูลว่า ปัญหาพฤติกรรมของบริษัทที่มีการกล่าวถึงนั้น ไม่ใช่การผูกขาด หรือ “การใช้อำนาจเหนือตลาด (Market dominance)” ตามมาตรา 25 แต่พฤติกรรมดังกล่าวเข้าข่ายในลักษณะ**“การค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair trade practice)”** ตามมาตรา 29<sup>1</sup> แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 โดยร้านค้าปลีกรายใหญ่ถูกกล่าวหาว่าเอาเปรียบคู่ค้าจากการใช้ “อำนาจต่อรอง” ที่เหนือกว่า มาตรา 29 ซึ่งมีไว้เพื่อคุ้มครองธุรกิจรายย่อยที่ต้องทำธุรกรรมกับธุรกิจรายใหญ่มิให้ถูกเอาเปรียบ ทั้งนี้ กรณีนี้จึงไม่เกี่ยวกับการผูกขาดตลาดที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องพิสูจน์ว่า ร้าน 7-11 มีส่วนแบ่งตลาดเกินเกณฑ์ของผู้มีอำนาจเหนือตลาด ดังนั้น พฤติกรรมที่กล่าวถึงในบล็อกโอเคเนชั่น หากเกิดขึ้นจริงก็น่าจะเข้าข่ายพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมตามมาตรา 29 หากมีการพิสูจน์ความเสียหายของผู้ผลิต “สยามบานาน่า” จากการกระทำที่เกิดขึ้นดังกล่าว

---

<sup>1</sup> มาตรา 29 ว่าด้วย “ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใด ๆ อันมิใช่การแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และมีผลเป็นการทำลาย ทำให้เสียหาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจอื่น หรือเพื่อให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ” การศึกษาตัวอย่างของพฤติกรรมที่เข้าข่ายพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรมในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ใต้หวัน เยอรมัน สหรัฐอเมริกา ฯลฯ พบว่ามีหลากหลายรวมถึงการเลือกปฏิบัติระหว่างคู่ค้าโดยไม่มีเหตุผลอันควร การกำหนดเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจที่เป็นการจำกัดทางเลือกในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายอื่น การใช้อำนาจต่อรองในการประกอบธุรกิจโดยไม่เป็นธรรม (กว้างมาก) การได้มาซึ่งข้อมูล ความลับทางการผลิต การขาย เทคโนโลยี โดยวิธีการที่ไม่ถูกต้องฯ

### **มาตรการทางสังคม**

- วันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ได้มีกระแสการรณรงค์เข้าร้าน 7-11 และ ไม่ใช่สินค้าเครื่องในซีพีเป็นเวลา 5 วัน ตั้งแต่วันที่ 7-11 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ผ่านทางสังคมออนไลน์ทั้งใน Facebook และ Pantip ทั้งนี้ เพื่อต้องการให้บริษัทรับรู้ถึงพฤติกรรมของตนเอง และ หยุดเอาเปรียบผู้บริโภค

### **ผลลัพธ์ของการเคลื่อนไหวทางสังคม**

- หลังจาก บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ออกมาชี้แจงให้ข้อมูลว่า ร้าน 7-11 กว่าครึ่งเป็นแฟรนไชส์ที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการรายย่อยของไทยทุกภูมิภาคผ่าน Facebook CP ALL นั้น ทำให้มีผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่เข้ามาวิพากษ์วิจารณ์ถึงวิธีการปฏิบัติตัวของบริษัทฯ กับ ร้านแฟรนไชส์ และตั้งข้อสังเกตว่าหากร้าน 7-11 ที่เป็นแฟรนไชส์ร้านไหนขายดีก็จะมีร้าน 7-11 ของบริษัทมาเปิดเพิ่มในบริเวณใกล้เคียงทันที ทำให้สังคมเกิดข้อสงสัยว่าการกระทำดังกล่าว เป็นการช่วยเหลือหรือเอื้อประโยชน์ต่อผู้ซื้อแฟรนไชส์ร้าน 7-11 ไปจริงหรือ?

- วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 หลังจากรณรงค์ไม่เข้าร้าน 7-11 นาย บัญญัติ คำหนูวัฒน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ออกมาให้ข้อมูลว่า ผลกระทบด้านยอดขายที่ชัดเจนคงต้องรอสรุปในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 แต่หากให้ประเมิน หรือ คาดการณ์ในเบื้องต้นแล้วนั้น มียอดขายบางส่วนลดลงไปบ้าง รวมถึงปรากฏการณ์นี้คาดว่าจะส่งผลไปถึงตัวแบรนด์ เซเว่น อีเลฟเว่น ด้วยเช่นกัน

## บรรณานุกรม

'ซีพีออลล์ 'ร้อนอาสน์แจ่มไม่ได้ลอกสูตร' เลอแปงบานาน่า". (24 เมษายน 2558).

[www.manager.co.th](http://www.manager.co.th)

เจาะลึกถึงลิ้น "โตเกียว บานาน่า" สัญชาติไทย. (4 มีนาคม 2558). [www.manager.co.th](http://www.manager.co.th)

เจ้าของขนม "สยามบานาน่า" เปิดใจ หลังเป็นประเด็นดราม่า "สูตรขนมปังรสกล้วย" ว่อนเน็ต.

(25 เมษายน 2558). [www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)

"เจ้าสวรรค์" เก้าร้อน! สั่งลั่นกลองรบสู้สงครามข้าวไชเบอร์โจมตี "ซีพี". (6 พฤษภาคม 2558).

[www.isranews.org](http://www.isranews.org)

แชร์กระหน้าโซเซียลฯ ใครเจ้าของสูตรขนม "สยามบานาน่า" ซีพีแจ่มอยู่ระหว่างเจรจาพัฒนา

สินค้า. (23 เมษายน 2559). [www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)

แบ่งปัน **SIAM BANANA** โตเกียวบานาน่าไทยแบบมีกล้วยอยู่จริง ๆ ที่แลกมาด้วยน้ำตาล 1. (21

เมษายน 2558). [www.oknation.net](http://www.oknation.net)

ประเด็นฮอตรอบสัปดาห์: มหากาพย์ขนมกล้วยจากโตเกียวถึงสยามแชร์ว่อน ซีพีออลล์แจ่ม

รายละเอียด - ใส่รูปขวดของมีนเมาในเมนูเจอปรับเป็นแสน. (25 เมษายน 2558).

[www.thaipublica.org](http://www.thaipublica.org)

ผู้บริหารซีพี รัยยอดขายร้าน 7-11 ลดลง ยันฟังความเห็นลูกค้า. (12 พฤษภาคม 2558).

[www.kapook.com](http://www.kapook.com)

มาร่วมแสดงความคิดเห็น เรื่อง "รณรงค์งดเข้า 7-11 วันที่ 7-11 พ.ค. 2558". (5 พฤษภาคม 2558).

[www.pantip.com](http://www.pantip.com)

"เรื่องกล้วย ๆ กับการผูกขาด". (11 พฤษภาคม 2558). [www.thaipost.net](http://www.thaipost.net)

สังคมถามหา ธรรมภิบาล "ซีพี" ซึ่ปมผูกขาดสินค้าใช้หรือไม่?? (10 พฤษภาคม 2558).

[www.tnews.co.th](http://www.tnews.co.th)

แห่แชร์ดราม่า "โตเกียวบานาน่าไทย" แลกด้วยน้ำตาล - "เซเว่นอีเลฟเว่น" ปิดลอกเลียนซัพ

พลายเออร์. (23 เมษายน 2558). [www.manager.co.th](http://www.manager.co.th)

7-Eleven โพสต์ระบุแพร่โซเชียลว่าครั้งเป็น 'เอสเอ็มอี' หลังกระแสบอยคอตในโลกโซเซียลระอุ. (6

พฤษภาคม 2558). [www.สภากาแฟ.net](http://www.สภากาแฟ.net)