

出國報告(出國類別：其他公務有關活動)

出席 OECD/韓國政策中心競爭計畫  
「競爭倡議領導人研討會」會議報告

服務機關：公平交易委員會

姓名職稱：戴貝宜 科長

赴派國家：新加坡

出國期間：104年6月24日至6月26日

報告日期：104年7月24日

## 一、 會議目的：

本次研討會聚焦在競爭法及政策之倡議。領導人研討會舉辦的目的在協助亞太太平洋地區競爭主管機關具備有用經驗、實務技能及工具，俾以在不同的經濟文化背景下，提升及促進更廣泛的競爭政策接受度，並營造一個較少進入障礙的有效競爭環境。這次研討會邀請各國高階官員及專家擔任講師，包括 OECD 資深競爭專家 Mr. Ruben Maximiano、OECD 資深經濟學家暨模里西斯競爭委員會前任執行長 Mr. Sean Ennis、新加坡競爭委員會執行長 Mr. Han Li Toh、香港競爭事務委員會執行長 Mr. Stanley Wong、菲律賓競爭局辦公室首長兼司法部助理部長 Mr. Geronimo Sy、愛爾蘭競爭局前任首長 Mr. Declan Purcell、葡萄牙競爭局局長 Mr. Antonio Gomes、韓國公平交易委員會主任秘書 Mr. Young Son Shin、新加坡競爭委員會資深處長 Ms. Ee Kia Ng，另由新加坡、韓國、葡萄牙、巴基斯坦及我國代表報告各自國家之競爭倡議經驗分享，以供各國競爭法主管機關參考。本次研討會由本會綜合規劃處派員乙名代表出席並提出報告。

## 二、 過程：

- (一) 會議名稱：「競爭倡議領導人研討會」(Leaders Seminar on Advocacy)。
- (二) 會議時間：104 年 6 月 24 日至 26 日，共 3 天。
- (三) 會議地點：新加坡。
- (四) 與會國家：本次研討會計有新加坡、韓國、中國大陸、香港、印度、印尼、馬來西亞、蒙古、巴基斯坦、巴布新幾內亞、菲律賓、泰國、越南及我國共 14 國派員參與。
- (五) 進行方式：議程分為專題演講、專題討論及經驗分享報告等 3 個部分，專題演講、專題討論及經驗分享報告結束後並接受與會者提問。
- (六) 會議情形（議程及會議資料如後附）：

### 1、 6 月 24 日：

- (1) 研討會主席 OECD 資深競爭專家 Mr. Ruben Maximiano：「機關有效性的倡議角色 (The Role of Advocacy in Agency Effectiveness)」

講座開宗明義指出倡議就是喚起大眾對競爭利益的覺察。在消費者端的利益，包括：競爭可使消費價格降低、提供更多選擇及更好品質的產品，

如1993年歐洲客機市場自由化使得競爭加劇及廉價航空進入市場，致1997年客機運價下跌36%、2002年下降66%。在企業端的利益，包括：促使事業有效率及成本節省、提供事業採取新技術的誘因、提供事業投資創新的誘因、降低鬆散管理的產生。競爭政策可以達成降低消費價格增加購買力，提高公共採購促成財政節餘，增加競爭促進生產效率、技術創新、產品選擇及品質。這些都是該傳播的競爭訊息，不要認為這些訊息過於簡化，保持直白與簡單的訊息是較佳的策略，但要瞭解傳揚競爭理念並不是指產業不需要管制。

OECD的角色係在國際間倡議，對各國政府、法院及其他政策領域倡議國際最佳典範，OECD自2009年起就建議各國政府採行競爭評估(Competition Assessment)，不論是新的或已存在的法規，尤其是過於限制競爭的法規修訂。各國可獨立運作OECD競爭評估工具，不論OECD是否介入協助。

講座最後指出倡議是為了營造競爭文化，應鎖定更多特定的目標對象，如利害關係人、政府、法院及媒體，所以本研討會除了由新加坡、韓國、香港、葡萄牙、中華台北及巴基斯坦分享競爭倡議經驗外，還要深入討論一些對倡議有助益的特定工具，如競爭評估、市場研究、倡議成效評量等。

- (2) 香港競爭事務委員會執行長 Mr. Stanley Wong：「如何在亞洲經濟建立競爭政策文化 (How do we build a competition policy culture in an Asian Economy?)」

建立競爭政策文化的關鍵工具就是執行競爭法及倡議，目標主要有二：促進競爭市場的運行及促進可能違法事業遵從競爭法，倡議也是達成這二個目標的工具之一，所以在規劃倡議活動時應重視二個關鍵問題，倡議活動要傳達的訊息為何？誰是倡議活動的聽眾對象？據此歸類上開二倡議目標的聽眾對象及應傳達訊息如下：

- A、促進競爭市場的運行的倡議對象為政府機關及專門職業、商業團體，應傳達的訊息除了市場競爭受立法、管制法規及政策影響的程度外，

並可提出可減緩競爭傷害的替代選項建議。

B、促進遵法的倡議對象為事業、專門職業、商業團體、及一般大眾，應傳達的訊息則包括競爭的利益、競爭法在促進競爭所扮演的角色、及哪些行為是競爭法所禁止的。

(3) 愛爾蘭競爭局前任首長 Mr. Declan Purcell:「政府及政治人物的倡議( Getting the Government and Politician Engaged)」

影響競爭市場的重要經濟決策，係由政府及政治人物作成，所以競爭機關需要確保競爭倡議的觀點在政策決策過程中被納入考量，但競爭機關要認清競爭政策並非政府唯一考量的公共政策，也不必然優於其他管制政策。

A、對政府倡議，途徑包括對管制法規草案的正式建議書或非正式建言、市場研究、提交公眾諮詢，倡議的內容必須呈現出有效競爭對消費者具有明顯利益，讓事業就效率與創新產生強烈動機，而這些建議應建構在合理分析上，並讓管制機關感受到競爭機關跟他站在同一邊，而非對立邊。

B、對國會倡議，競爭機關首長尤應定期到國會委員會溝通，對國會委員會要絕對的尊重，倡議行為絕不可出現傲慢或優越，最好的態度是理性、可信賴及一點點的謙卑。

競爭機關負責倡議的幕僚，需要熟悉立法程序，倘有任職管制機關經驗的人員尤佳，倡議幕僚應有政治經濟嗅覺，很重要的是對管制部門的倡議應發展一套模組範本，包括監控程序、消費者損害及市場規模的檢測與門檻標準。

對於本專題演講，新加坡競爭委員會執行長 Mr. Han Li Toh 回應表示，競爭機關並不優於其他行政機關，其地位與管制機關處於平行關係，所以應充分利用各式管道與場合進行倡議。香港競爭事務委員會執行長 Mr. Stanley Wong 亦提醒競爭機關，在進行倡議時最關鍵的是如何將競爭理念傳達到所設定的倡議對象，所以「如何說」是非常重要的。

(4) 菲律賓競爭局辦公室首長兼司法部助理部長 Mr. Geronimo Sy :「有效的利

害關係人倡議 (Effective Stakeholder Engagement)」

競爭機關首應建立利害關係人的範疇，依據優先性及績效性設定倡議主題及方法，並主動建立與利害關係人的連結關係，如菲國競爭機關已與 63 個管制機關及 5 個管制協調會 (Sector Regulators Council) 建立聯繫關係，但協調的過程中競爭機關須面臨的挑戰，包括主場優勢、資訊有用性、權限、管理變遷及管制俘虜等。

葡萄牙競爭局局長 Mr. Antonio Gomes 回應表示，2011 及 2014 年葡萄牙競爭局曾對利害關係人進行調查，瞭解他們希望透過哪些管道得到競爭訊息，其建議在政府重大議題上，如銀行、電信等，就可邀集管制相關機關辦理特定議題研討會。

(5) 香港競爭事務委員會執行長 Mr. Stanley Wong：「競爭政策中的法官與審判權 (Judges and The Judiciary Experiencing Competition Policy)」

講座首先點出我們是否能做些什麼讓法官作出正確的審判。在競爭法領域做成判決的機關架構，在全世界都具有高度的共通性，大部份的審判體系都有一個作成判決的行政單位，行政單位的決策過程也是相似的。但在復審執法機關的判決，各國則有很大的差異，這就是為何要關切競爭法個案中法院扮演的角色？因為缺乏競爭法專業的復審單位如何復審具有競爭法專業行政機關所做成的判決，因此英國為例，競爭上訴法庭的法官，都要具備有競爭法實務、競爭執法、經濟學相關領域的專業。

新加坡競爭委員會執行長 Mr. Han Li Toh 表示，他過去有 8 年的法官經驗，故認為能在形成判決前對法官進行教育訓練是最佳的。葡萄牙競爭局局長 Mr. Antonio Gomes 則回應，在葡萄牙對法官的競爭法專業訓練，時間點則早在大學期間即開辦相關教育訓練。

(6) 促進競爭文化的專題討論 (A Panel Conversation on Stimulating a Competition Culture)

研討會主席 Mr. Ruben Maximiano 提問，就促進競爭文化而言，在座講座認為可以做的最好或可發揮或影響最大的倡議方式或對象為何？香港 Mr. Stanley Wong 表示香港目前可以發揮的應該是競爭法相關處理原則的

訂定，葡國 Mr. Antonio Gomes 回應以動畫倡議公平競爭也是很好的方式，新加坡 Mr. Han Li Toh 提醒執法也是倡議手段之一，愛爾蘭 Mr. Declan Purcell 則認為影響最大的三類倡議對象分別是政策制定者、消費者及媒體。

2、6月25日：

- (1) 新加坡競爭委員會資深處長 Ms. Ee Kia Ng：「競爭倡議：新加坡經驗 (Competition Advocacy: The Singapore Experience)」

講座首先舉下列案例說明倡議的重要性：一名婦人致電新加坡競爭委員會 (Competition Commission of Singapore; CCS) 反映計程車費調漲甚不合理？CCS 回答這是交通局的業務，該婦人反問，CCS 不管這這事，那你們做什麼？由此可知倡議是很重要的。CCS 在建構競爭市場的二大方法為執法與倡議，其中倡議的目的又是為了讓社會大眾知法守法，與執法努力相輔相成，而主要倡議對象分別為公部門、私部門及一般大眾（包括學校及高等學習機構）。

A、對公部門倡議：CCS 在 2008 年 10 月對政府機構發布競爭影響評估 (Competition Impact Assessment; CIA) 準則，以協助政府機構就他們的政策建議識別及評估可能產生的競爭影響，讓政府機構能權衡 CCS 的競爭意見及其他政策考量。講座提出 1 年前 CCS 就計程車 APPs 倡議成功案例，2014 年第三方訂位 APPs 尚未許可經營，但經許可的計程車公司無法滿足電話訂位需求，使得計程車司機轉而使用第三方 APPs，於是陸運管理局 (LTA) 請求 CCS 協助進行競爭影響評估，LTA 並採納 CCS 評估後競爭意見修改管制規定，開放第三方 APPs 進入訂位市場，提升叫車媒合比率。近期 CCS 還進行了航空、工業房產、商業房產、汽油等市場研究，並與工商部、公共服務部所轄文官學院、新加坡大學建立合作關係。另講座回應與會者提問，CIA 並非管制機關在草擬政策或法規時之必要程序，CCS 只有在管制機關有需求時，才會協助提供競爭意見。

B、對私部門倡議：除舉辦研討會、寄發業務通訊、合作首映告密者電影等，特別還針對中小企業進行倡議，因新加坡中小企業雇用人力占全

國 70%，GDP 貢獻率達 50%，但中小企業過去依賴的人力及土地成本已日漸提高，勢必需要重組及提升生產力，所以 CCS 為中小企業製作了一系列教育及遵法資料，以漫畫手冊、單頁文宣、網頁動漫、影片等方式呈現。

C、對一般大眾倡議：編製容易瞭解及有創意的文宣，如單頁傳單、赴大專院校演講、舉辦徵文及動漫競賽等。

(2) 韓國公平交易委員會主任秘書 Mr. Young Son Shin：「韓國公平交易委員會的競爭倡議與意涵 (KFTC's Competition Advocacy and Its Implications)」

講座簡要闡明近來競爭倡議愈顯重要，因競爭執法對促進市場競爭有一定的限度，競爭倡議則是強化競爭文化的另一關鍵樑柱。隨即介紹韓國公平交易委員會在其政府體制內所扮演的倡議角色，近年來成果與發展如下：

A、反競爭法規的改革：2006-2007 年進行以消費者為中心的管制革新，KFTC 對 15,000 家公司及 900 個經許可的職業或消費者團體，就管制改革的需求進行調查，發現有 58 個法規需要改革；KFTC 隨時深度檢視並進行委託研究，研究該等法規改革的必要性及替代方案，並依據上開研究，要求 14 個主管機關修改或廢止 52 個法規。2007 年 KFTC 進行地方法令的檢視修正，使其符合競爭原則。2009 年 5 月市場結構政策局成立後即接管管制革新的工作，2008-2009 年韓國政府二份調查研究發現，反競爭法規的改革會活絡經濟並創造工作機會，如減少 10% 的參進法規就可創造 75,000 個工作機會。

B、事前法規諮詢系統：獨占規制及公平交易法 (MRFTC) 第 63 條明定韓國行政機關首長希望提出涉及反競爭法規之立法或修法前應事前諮詢 KFTC，該法律在封鎖反競爭法規的訂定是非常有效的。事前諮詢程序上，倘發現有限制競爭之虞，KFTC 都會立即提出修正建議書給相關機關，並確保建議書意見儘可能在立法過程中反映出來或產生影響，以 2014 年為例，諮詢案件共 1,912 件，KFTC 有提出建議書案件 19 件，參採建議件數為 14 件。

C、競爭評估：為確保有效的管制影響評估，2008年12月韓國管制革新委員會修改了管制影響分析報告前置作業規範（the Guideline for the Preparation of the Regulatory Impact Analysis Report），導入法規競爭影響評估，評估程序計有三大步驟，依序為市場界定、初步分析及細部分析，評估過程倘發現有限制競爭疑慮，KFTC 就會提出替代方案建議。2014年依上開程序諮詢案件有431件，KFTC 提出建議書案件15件，參採建議件數計9件。

D、教育及宣導活動：KFTC 首長透過一系列的競爭法及政策相關的研討會、學術會議發表演講及接受媒體專訪來引領競爭文化，同時 KFTC 也為事業及商業團體就國際卡特爾議題舉辦研討會。另為建立事業遵守競爭法的文化，並提出遵法計畫，自2008年起參與遵法計畫的事業數從337家逐年增加，到2014年計有623家。KFTC 也會將競爭政策相關之市場分析報告分送相關政府機關及事業，促使政府機關改革法規、事業自願更正行為。

綜上，講座重申競爭執法與競爭倡議具有互補關係，在韓國，事前法規諮詢（PSC）系統是最重要且獨特有效的競爭倡議手段，但運用此方法進行倡議必須是即時且具強制性的。

(3) 愛爾蘭競爭局前任首長 Mr. Declan Purcell：「如何讓媒體站在競爭這一邊（How to get the media on the side of competition?）」

媒體活動類型不外乎新聞稿、記者會、專訪、通訊，但如何吸引媒體的注意？答案是要聚焦特定故事或議題、該議題是影響大眾的議題、找到吸引記者來報導的角度。媒體喜歡數據、統計資料、圖像資訊，儘可能使用它們，並大量舉例去描述故事。市場研究就是進行媒體倡議的最佳素材，因它包含了上開要素，而且有消費者能瞭解的建議內容。

透過媒體進行倡議的技巧，就是簡單直白及舉例說明。但不同的媒體仍要使用不同的方法，如廣播及電視，對好消息的故事是不感興趣的，他們偏好衝突有爭議的議題，且由於廣播新聞一則約60-90秒、電視新聞一則約90-180秒，所以倡議人員應受訓練將複雜議題濃縮成簡短結論。至於



平面媒體，主流報紙對直接會影響消費者的議題有興趣，財經報紙對具有經濟效果的倡議活動較有興趣。

3、6月26日：

- (1) OECD 資深經濟學家 Mr. Sean Ennis：「競爭評估：結構改革的處方（Competition Assessment: A Recipe for Structural Reform）」及「量化的倡議：測量影響（Quantification for Advocacy- Measuring impacts）」

OECD 競爭評估工具書（Competition Assessment Toolkit）自 2007 年出版並協助各國運用迄今共修訂 3 次，2011 年 OECD 進行調查，從 32 個國家回應中發現，競爭評估在各種程序中被應用，包括影響評估、市場研究、對政府正式建言等，工具書被強力認可且具有高度可信賴度。2015 年 OECD 增訂了第 3 冊操作手冊，就如何評估及因應有害的市場扭曲提出了實用的操作指引，有效的補充第 1、2 冊的評估原則及指南，並詳盡的依流程指引如何評估法規及政策的競爭效果、及如何修訂法規及政策使市場更具競爭性。

競爭評估工具書在確認不必要的競爭限制及制定可達到相同政策目標的其他替選政策方面，提供檢視判別的方法。競爭評估第一階段係界定競爭評估範圍，第二階段依據競爭查核清單（competition assessment checklist），據以判斷法規或政策是否對競爭有潛在限制作用，使有限資源可用於最需要進行的深入細部評估。在第二階段初步評估係依下列四個競爭關切問題，逐一檢視並就答案為「是」的問題再進行深入分析：

- A. 管制法規是否會限制供給者的數量與範圍。
- B. 管制法規是否會限制供給者參與競爭的能力。
- C. 管制法規是否會限制供給者參與競爭的動機。
- D. 管制法規是否會限制消費者選擇及可取得資訊。

第三階段則分析對競爭產生的傷害，方法包括質化與量化的分析，兩種分析方法各具優缺點，分析方式包括政策目標是否可達成、國際經驗的比較研究、國內與歐盟的法律比較分析、經濟分析、計量經濟與資料分析，在確認競爭問題後，接下來就是產出較少限制競爭的替代選項，並選擇最

好的替代方案去執行。最後，講座提醒定期進行事前及事後的競爭評估是必要的，因為只有時間能夠回答被選擇的政策方案是否為最適方案。

(2) 愛爾蘭競爭局前任首長 Mr. Declan Purcell：「市場研究扮演的角色 (Market Studies Have a Role to Play)」

市場研究的二個主要目的為競爭倡議的依據及部分訴訟個案的先兆。而市場研究的效益，包括：提供市場運作的觀點，尤其針對特定市場；藉由公益獨立機構的紮實的研究，可對先前未深入研究的市場、管制法規及行為給予卓越的觀點；可建議市場參與者如何改變行為；當政府法規阻礙競爭，建議可給政府管制部門指引。除此，市場研究還有無形的好處，好的研究可以激發這個議題的公共論辯，讓社會大眾開始討論競爭議題。

那如何選擇市場研究主題？由於市場研究有資源限制，通常會選擇可能會成功產出的議題進行市場研究，即使該競爭問題比較小，因其效益性遠比研究耗費資源及失敗風險高的重大競爭議題來的高。所以，進行市場研究，目標設定是很重要的，並應事前進行成本效益分析。至於市場研究的產出較難預期，從可能對管制機關或立法機關產生實質影響，也可能非如或顛覆競爭主管機關的預期。部分市場研究可能會發現市場僅有微小競爭問題，且確實需要管制的存在，這樣的產出也是有的。

進行市場研究時，要特別注意並不是單一分析結果就可以引導改革，要知道競爭部門有自己的分析，管制部門也會進行他們的市場研究，外部專家也可能進入改革程序，如 OECD、學者、媒體的外部分析者也可能有另一種觀點；另要瞭解改革是循序漸進的，但也可能因為一個非預期的法院判決就翻轉了管制法規的修訂。最後，講座以個人經驗提醒，當初步的市場研究產出後，要運用時須注意政治經濟與市場分析是同樣重要的，所以，要熟悉媒體關係的專業、瞭解公眾意見及壓力團體的力量。

(3) 德國技術合作機構 (GIZ) 代表 Ms. Sita Zimpel：「GIZ 在東協的倡議經驗 (GIZ' s Experiences in Promoting Fair Competition in ASEAN)」

德國技術合作機構 (GIZ) 創建於 1975 年，是德國政府所有的一家推動國際合作的服務性企業，主要接受德國經濟合作與發展部 (BMZ) 等德

國政府部門以及別國政府委託，支持德國夥伴國的發展和改革。德國技術合作機構目前在世界各地與 130 多個國家以及世界銀行、歐洲聯盟、聯合國開發計劃署、亞洲開發銀行等國際組織和機構開展合作。

GIZ 代表分享競爭倡議的成功要素，包括策略、合作、領航組織、程序、學習創新等 5 大要素。並分項說明如下：

- A. 策略：從策略的觀點進行倡議，應先設定目標，再依目標所定倡議範圍。
- B. 合作：檢視哪些利害關係人需要諮詢或列為協調合作對象？
- C. 領航組織：評估在倡議行動中誰應該坐在引領的位置？因為競爭倡議也可能來自非競爭主管機關。
- D. 程序：檢視倡議的整個過程中哪些是關鍵步驟？並應進程序、步驟順序、時限、資源的管理。
- E. 學習創新：學習是否還有更好的工具進行倡議或發展新的倡議方式。

綜上，GIZ 代表提出其觀察，認為倡議需要有策略的計畫、與利害關係人緊密合作、定期監控及評估倡議的影響。

(4) 葡萄牙競爭局局長 Mr. Antonio Gomes：「管制革新與競爭：葡萄牙經驗 (Regulatory Reform and Competition: The Example of Portugal)」

葡萄牙競爭局創立於 2003 年，僅負責處理競爭案件，包括反托拉斯、結管制及競爭倡議。倡議的工具，包括市場研究、機關諮詢、提供意見與建議書、公共政策的競爭評估、舉辦研討會及訓練、訂定處理原則、發布決定書及提供文宣小冊及影片。講座針對葡萄牙近年來因競爭局的市場研究及意見提供，而改革的管制結構作為予以重點介紹，包括專門職業、電信、能源及金融服務。如 2006 年葡萄牙競爭局針對藥品的零售通路（藥局）提出市場自由化的建議，市場參進及有效競爭等意見在立法過程被參採的比率達 50%。2010 年 2 月出版電信業消費者轉換的經濟分析，並提出促進轉換的相關建議。

葡萄牙競爭局為了就公共政策進行競爭評估在其理事會轄下成立了一個新的專案小組，負責競爭影響評估專案。成立專案小組的目的係為提

升競爭局執行競爭影響評估的內部能力，俾利就公共政策進行事前及事後的評估，營造一個較有競爭性的管制環境。而競爭影響評估專案的目標則為確認及降低對競爭不必要的法律限制及障礙，降低事業在葡萄牙的營運成本，營造更競爭、有效率及具創新力的市場環境。

講座最後綜結表示，有效倡議需要工具及調查權限，與持續監控建議的執行；另成立上開專案小組雖具重要性，但也要鼓勵其他內部單位執行水平專案去倡議競爭。

(5) 我國代表戴貝宜：「競爭倡議-中華台北經驗 (Competition Advocacy-Experience of Chinese Taipei)」

我國代表分別就管制革新專案的實踐、傳揚公平交易理念的方法與管道、競爭倡議評估等重點分享我國倡議經驗。管制革新專案的實踐主要介紹我國 461 專案、解除管制專案、462 專案、綠色矽島專案等，並以 461 專案為例報告我國公平交易委員會如何進行管制法規的改革工作、該專案的成果及分析成功原因。

復就傳揚公平交易理念的方法與管道、競爭倡議評估部分，說明我國公平會為使社會各界對公平交易法的執行有正確瞭解，一向秉持「宣導重於處分」的執法原則，透過舉辦法規說明會及各類宣導活動、發布新聞稿、發行新聞通訊等刊物及電子報、於網站建立國際反托拉斯法遵法數位學習專區、建置服務中心提供諮詢服務等多元管道，傳揚公平交易理念；並分別於 2007、2009、2011 年進行競爭倡議評估調查以作為倡議方式及管道的精進，就事業部門調查結果呈現公平會網站、法規說明會、新聞發布及文宣出版品是事業接收公平會相關作為資訊及法規的偏好管道。

最後，就我國競爭倡議實務經驗，分享競爭倡議成功的關鍵要素，包括高層長官的支持、務實的計畫、良好的水平協調、充足的資源、倡議時機、多元倡議管道及循序漸進的行動。並就我國競爭倡議工作近期將有更多資源挹注，即公平交易法已增訂反托拉斯基金規定，部分基金可供競爭倡議用途等最新資訊提出報告。

(6) 巴基斯坦代表 Mr. Syed Umair Javed：「競爭倡議：巴基斯坦經驗 (Competition

Advocacy- Pakistan' s Experience)」

巴基斯坦代表報告該國競爭委員會過去的倡議作為，包括對政府及管制部門提供政策建議、舉辦競爭法相關研討會、競爭諮詢團季會、透過媒體與公共互動、於網站詳列各類倡議資訊。在經過 7 年的例行性倡議工作後，巴基斯坦競爭委員會訂定了 2015-2018 年策略活動架構，策略活動除了執法及倡議外，還有推動遵法、策略宣導與夥伴關係、職能發展等。

(7) 贏的倡議策略專題討論 (A Panel Conversation on Developing A Winning Advocacy Strategy)」

研討會主席 Mr. Ruben Maximiano 請在座的講座，依自身的經驗分享哪些倡議策略是最重要的？葡國 Mr. Antonio Gomes 認為持續、多管道的競爭倡議是最重要的，另遵法的推動也是不可或缺的。愛爾蘭 Mr. Declan Purcell 則認為媒體關係在倡議策略上是最重要的，所以要訓練對媒體倡議的技巧。新加坡 Mr. Han Li Toh 表示執法也是倡議管道之一，所以執法與倡議同等重要；對於利害關係人的倡議策略應著重媒體影響；另倡議策略還需要有技術面的支援，如市場研究；最後就倡議結果仍應進行評估。OECD 資深經濟學家 Mr. Sean Ennis 則再次重申競爭評估就是最佳的倡議策略，運用競爭評估時首要尋求高層的支持，依據務實的程序進行，可使競爭倡議品質保有一定水準。

三、心得與建議：

- (一) 本次與會講座與專家，強調競爭倡議的進行事前應有策略性的規劃，倡議對象除了政府、事業及社會大眾外，應依據策略需求鎖定更多的特定目標對象，如政治人物、法院、媒體或其他特定利害關係人，並針對不同的倡議對象選擇要傳達的訊息、方式與技巧。對照我國競爭倡議工作，倡議目標對象早已涵括上開建議對象，惟倡議策略的設定及倡議技巧的運用，或有部分可再為精進之處，是本次研討會講座授課內容，具有高度參考性。
- (二) 經由本次研討會的報告與討論，可發現各國競爭主管機關將公部門的競爭倡議視為建構自由競爭環境最重要的一環，因為重要經濟決策及法規係由管制機關及政府高層作成，除了韓國已將競爭意見事前諮詢及競爭影響評估程序強制性

納入政府體制內，各國面臨的問題則相似，亦即競爭機關並不優於其他管制機關，僅能儘量利用各式管道與場合進行倡議。因此，專家建議各國善用市場研究及 OECD 競爭影響評估工具，提出具有市場分析立論的競爭意見及替選方案，並在倡議過程中讓管制機關感受到競爭意見的提出，最終目標與其相同，都是為使管制產業發展更好，競爭機關並非站在對立邊；且在機關資源許可下，市場研究及競爭影響評估不僅可在競爭意見提出前進行，亦可在管制機關接受競爭意見後再進行一次，實證競爭意見的可信賴度，將有利於下次的競爭倡議工作的進行。鑑於本會對管制機關的倡議，競爭意見或有不被理解的情況，建議可借鏡國際經驗，強化本會進行市場研究及競爭影響評估的資源、能力及對公部門的倡議技巧。

- (三) 另 OECD 競爭評估工具書，於今(2015)年6月增訂了第3冊操作手冊，就如何評估及因應有害的市場扭曲提出了實用的操作指引，有效的補充第1、2冊的評估原則及指南，並詳盡的依流程指引如何評估法規及政策的競爭效果、及如何修訂法規及政策使市場更具競爭性。由於競爭評估工具可在各種程序中被運用，包括影響評估、市場研究、對政府正式建言等，是建議瞭解最新操作手冊內容，俾利本會爾後在進行管制法規及政策之競爭影響評估、特定市場研究時，可視況運用操作指引有效率的歸納出有競爭分析及評估立論的競爭意見。