

SIARAN MEDIA

SURUHANJAYA PERSAINGAN MALAYSIA SENTIASA PANTAU INDUSTRI SIMEN

KUALA LUMPUR, 19 JUN 2019 – Berikutan isu terkini berkaitan pengumuman kenaikan harga simen, Suruhanjaya Persaingan Malaysia ("Suruhanjaya") akan menumpukan perhatian dan usaha untuk memantau industri simen secara konsisten bagi menyokong inisiatif Kerajaan dalam melindungi pengguna.

"Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) telah mengadakan pertemuan dengan pemain-pemain industri simen semalam. Kami sedang bekerjasama rapat dengan Kementerian untuk memberikan input kami dan akan menilai perkara ini di bawah peruntukan Akta Persaingan 2010 jika perlu," kata Iskandar Ismail, Ketua Pegawai Eksekutif Suruhanjaya.

Selain mengambil maklum terhadap notis-notis kenaikan harga yang telah dikeluarkan oleh beberapa syarikat simen dan konkrit campuran siap, Suruhanjaya juga turut mengambil kira efek penggabungan antara YTL dan Lafarge baru-baru ini yang telah menyebabkan penumpuan pasaran di tahap hulu dan hiliran.

Seksyen 4 dan Seksyen 10 AP 2010 dengan jelas melarang perusahaan daripada membuat perjanjian antipersaingan dan menyalahgunakan kedudukan dominan mereka di pasaran. Suruhanjaya akan terus dengan inisiatifnya untuk menggalakkan dan melindungi proses persaingan dan menggesa orang ramai untuk membuat aduan mereka kepada Suruhanjaya di complaints@mycc.gov.my sekiranya mereka mengesan sebarang perlakuan antipersaingan dalam industri simen.

-tamat-

Untuk pertanyaan media, sila hubungi:

Noorliza Abdul Latiff, Tel +603 2273 2277 (ext 111),

Email: noorliza@mycc.gov.my

Bahagian Komunikasi dan Advokasi

Suruhanjaya Persaingan Malaysia

Suruhanjaya Persaingan Malaysia (Suruhanjaya Persaingan)

Ditubuhkan pada Jun 2011, Suruhanjaya Persaingan ialah satu badan bebas bertanggungjawab untuk menguatkuasakan Akta Persaingan 2010, yang dilaksanakan untuk menggalakkan persaingan sihat yang seterusnya akan merangsang produktiviti dan inovasi, lantas mewujudkan pilihan produk atau servis yang lebih banyak kepada pengguna dan kualiti yang lebih baik pada harga yang berpatutan.

Akta ini digunapakai kepada semua aktiviti komersil yang ditanggung didalam dan diluar Malaysia yang boleh menjejaskan persaingan di pasaran Malaysia. Ia memberikan satu rangka kerja kawal termasuk kuasa menyiasat, menghakimi dan mengenakan penalti-penalti kepada pesalah undang-undang persaingan.

Untuk maklumat lanjut tentang Akta dan Suruhanjaya Persaingan, sila rujuk laman web www.mycc.gov.my.

ANNEXE A

Nota Pengarang:

Maklumat mengenai Seksyen 4 dan 10 Akta Persaingan 2010.

Seksyen 4: Perjanjian mendatar dan menegak yang dilarang

4. (1) Suatu perjanjian mendatar atau menegak antara perusahaan dilarang setakat yang perjanjian itu mempunyai matlamat atau kesan menghalang, menyekat atau mengganggu persaingan secara signifikan dalam apa-apa pasaran bagi barangan atau perkhidmatan.

(2) Tanpa menjejaskan keluasan subseksyen (1), suatu perjanjian mendatar antara perusahaan yang mempunyai matlamat untuk—

- (a) menetapkan, secara langsung atau tidak langsung, suatu harga belian atau jualan atau apa-apa syarat perdagangan yang lain;
- (b) berkongsi pasaran atau punca berkaitan;
- (c) membataskan atau mengawal—
 - (i) pengeluaran;
 - (ii) saluran keluar pasaran atau capaian pasaran;
 - (iii) pembangunan teknikal atau teknologi; atau
 - (iv) pelaburan; atau
- (d) melakukan tipuan bida,

adalah disifatkan mempunyai matlamat atau kesan menghalang, menyekat atau mengganggu persaingan secara signifikan dalam apa-apa pasaran bagi barangan atau perkhidmatan.

(3) Mana-mana perusahaan yang merupakan suatu pihak kepada suatu perjanjian yang dilarang di bawah seksyen ini adalah bertanggungjawab bagi pelanggaran larangan itu.

Seksyen 10: Penyalahgunaan kedudukan dominan adalah dilarang

10. (1) Suatu perusahaan dilarang untuk terlibat, sama ada secara sendirian atau kolektif, dalam apa-apa perlakuan yang berupa suatu penyalahgunaan kedudukan dominan dalam mana-mana pasaran bagi barangan atau perkhidmatan.

(2) Tanpa menjejaskan keluasan subseksyen (1), suatu penyalahgunaan kedudukan dominan boleh termasuk—

- (a) secara langsung atau tidak langsung mengenakan harga belian atau jualan yang tidak adil atau syarat perdagangan lain yang tidak adil ke atas pembekal atau pelanggan;
- (b) membataskan atau mengawal—
 - (i) pengeluaran;
 - (ii) saluran keluar pasaran atau capaian pasaran;
 - (iii) pembangunan teknikal atau teknologi; atau
 - (iv) pelaburan, sehingga memudaratkan pengguna;
- (c) enggan untuk membekalkan kepada suatu perusahaan atau kumpulan atau kategori perusahaan tertentu;
- (d) mengenakan syarat yang berlainan kepada transaksi yang setara dengan pihak perdagangan yang lain ke suatu takat yang boleh—
 - (i) tidak menggalakkan kemasukan baru ke dalam pasaran atau pengembangan atau pelaburan oleh pesaing yang sedia ada;
 - (ii) memaksa keluar dari pasaran atau selainnya merosakkan secara serius seorang pesaing yang sedia ada yang tidak kurang cekapnya berbanding dengan perusahaan dalam kedudukan dominan itu; atau
 - (iii) memudaratkan persaingan dalam apa-apa pasaran yang disertai oleh perusahaan yang dominan itu atau dalam apa-apa pasaran hiliran atau huluan;

- (e) menjadikan pengikatan kontrak tertakluk kepada penerimaan oleh pihak lain akan syarat tambahan yang atas sifatnya atau menurut kegunaan komersial tidak mempunyai kaitan dengan hal perkara kontrak itu;
- (f) berkelakuan seakan pemangsa terhadap pesaing; atau
- (g) membeli barangan perantaraan atau sumber yang terhad bekalannya yang dikehendaki oleh seorang pesaing, dalam hal keadaan yang perusahaan dalam kedudukan dominan itu tidak mempunyai justifikasi komersial yang munasabah untuk membeli barangan perantaraan atau sumber itu untuk memenuhi keperluannya sendiri.

(3) Seksyen ini tidak melarang suatu perusahaan yang dalam kedudukan dominan daripada mengambil apa-apa langkah yang mempunyai justifikasi komersial yang munasabah atau merupakan suatu respons komersial yang munasabah kepada kemasukan ke dalam pasaran atau perlakuan pasaran seorang pesaing.

(4) Hakikat bahawa bahagian pasaran mana-mana perusahaan adalah mengatasi atau di bawah apa-apa peringkat tertentu tidak dengan sendirinya boleh dianggap sebagai konklusif tentang sama ada perusahaan itu berada, atau tidak berada, pada suatu kedudukan dominan dalam pasaran itu.