

บทที่ 1

บทนำ



1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กระบวนการโลกาภิวัตน์ (Globalising Processes) ไม่เพียงแต่เป็นการขยายขอบเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในรูปแบบการค้าและการลงทุนข้ามพรมแดนระหว่างประเทศต่างๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นการผนวกรวมในเชิงโครงสร้าง (Functional Integration) ที่โยงใยกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างประเทศให้เกี่ยวพันกันอย่างลึกซึ้งและซับซ้อนยิ่งขึ้นกว่าในอดีต¹ โลกาภิวัตน์จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในมิติเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพต่อเศรษฐกิจในระดับชาติและระดับท้องถิ่นของประเทศต่างๆ การเคลื่อนย้ายของทุนที่เป็นไปอย่างเสรีมากยิ่งขึ้นในกระบวนการโลกาภิวัตน์นี้เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ (Neo-Liberalism) ซึ่งเชื่อมั่นในตลาดเสรีและการลดบทบาทของรัฐชาติ ทั้งนี้ ตัวแสดงที่มีบทบาทมากขึ้นแทนที่บทบาทของรัฐชาติที่ลดลง อีกทั้งยังเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่สุดในการสร้างกระบวนการโลกาภิวัตน์ ได้แก่ "บริษัทข้ามชาติ" (Transnational Corporations: TNCs) ซึ่งเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการผลิตที่กระจายไปทั่วโลก (Gereffi, 1999; Dicken, 2003)

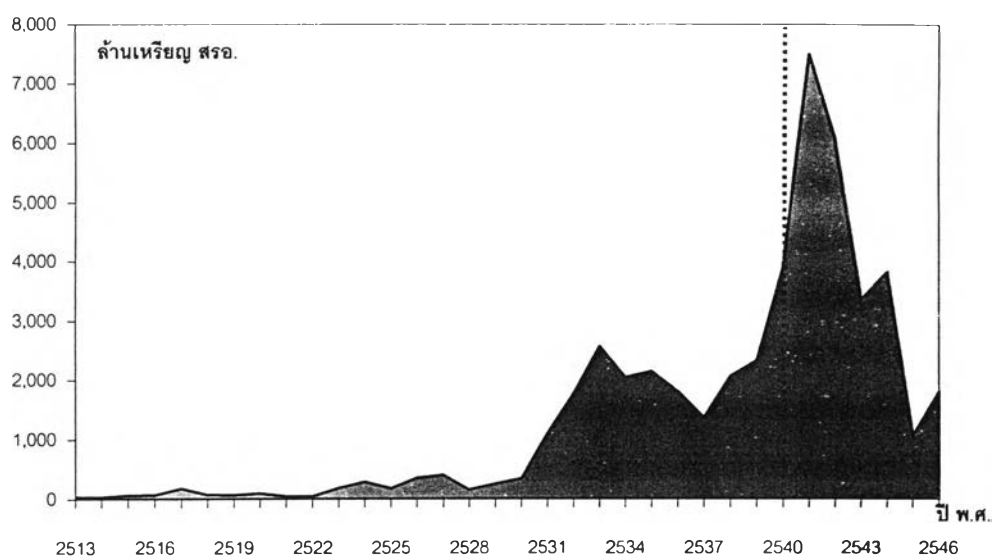
ในปี พ.ศ. 2547 บริษัทข้ามชาติกว่า 61,000 บริษัท เป็นผู้ควบคุมบริษัทย่อย (Foreign Affiliates) จำนวนกว่า 900,000 บริษัท ซึ่งจ้างแรงงานกว่า 53 ล้านคนทั่วโลก และเป็นเจ้าของการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) มูลค่ารวมถึง 7,000 พันล้านเหรียญ สหรัฐ. โดยมีมูลค่าเพิ่มของการผลิตรวมกันประมาณหนึ่งในสิบของมูลค่าการผลิตทั้งโลก และมียอดขายรวมมากกว่าการส่งออกรวมของโลกกว่า 2 เท่าตัว (UNCTAD, 2004) ด้วยขนาดและขอบเขตดังกล่าว ทำให้บริษัทข้ามชาติกลายเป็นผู้ควบคุมกลไกทางเศรษฐกิจของโลกในยุคปัจจุบัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศผู้รับทุน (Host Countries) ทั้งในด้านเงินทุน เทคโนโลยี การค้า โครงสร้างอุตสาหกรรม การจ้างงาน รวมถึงความท้าทายต่อการดำเนินนโยบายของรัฐชาติ การเป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการผลิตโลกทำให้

¹ แม้ว่าการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างประเทศต่างๆ จะมิใช่กระบวนการที่เกิดขึ้นใหม่ แต่เป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องมายาวนานนับตั้งแต่ครั้งทศวรรษก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 อย่างไรก็ตาม Dicken (2003: 12) ได้เปรียบเทียบให้เห็นว่า การเชื่อมโยงของเศรษฐกิจโลกในยุคสมัยดังกล่าวนี้มีลักษณะเป็น "Internationalising Processes" ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจข้ามพรมแดนของประเทศ กล่าวคือเป็นความสัมพันธ์ในเชิงปริมาณเป็นหลัก ในขณะที่ "Globalising Processes" เกิดขึ้นชัดเจนในช่วงทศวรรษ 1950 ซึ่งมีการเชื่อมโยงและการเปลี่ยนแปลงในเชิงคุณภาพมากกว่า และยังคงลดบทบาทของรัฐชาติต่าง ๆ ลงจากในอดีต

บริษัทข้ามชาติได้รับการยอมรับจากวรรณกรรมทั้งในกลุ่มเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก (Neoclassical School) และกลุ่มเศรษฐศาสตร์กระแสตรง (Heterodox School)² ในฐานะที่เป็นแรงขับเคลื่อนอันสำคัญยิ่งสำหรับประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries) ที่ต้องการผนวกรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการโลกาภิวัตน์ เพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจ (ดูเช่น UNCTC 1992; UNCTAD 2003)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่เลือกใช้การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) ขึ้นในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ใน พ.ศ.2500 เพื่อสนับสนุนการผลิตทดแทนการนำเข้า มูลค่าการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI) เพิ่มขึ้นจากหลักสิบล้านเหรียญ สรอ. ในช่วงแรกเป็นหลักร้อยล้านและพันล้านเหรียญ สรอ. ในช่วงทศวรรษ 2520 และ 2530 ตามลำดับ (UNCTAD, 2004) (ดูภาพที่ 1.1)

ภาพที่ 1.1 มูลค่าเงินลงทุนทางตรงจากต่างประเทศในประเทศไทย (FDI Inflows)



ที่มา: UNCTAD (2004)

แม้ว่าจะมีงานศึกษาบางชิ้นที่นำเสนอข้อถกเถียงต่อผลด้านลบของบริษัทข้ามชาติ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ (Econometrics) จากกลุ่มเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิกที่ได้ข้อสรุปว่า ผลที่ไทยได้รับด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา ล้วนไม่มีนัยสำคัญ (Wisarn and Bunluasak, 1994; Urata, 1996; Brooker Group, 2001) ทำให้การลงทุนจากต่างประเทศมีบทบาทค่อนข้างน้อยต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย (Duenden,

² ในเนื้อหาของนี้จะแบ่งสำนักคิดทางเศรษฐศาสตร์อย่างคร่าวๆ ออกเป็น 2 กระแส คือ "สำนักนีโอคลาสสิก" ที่เชื่อมั่นในระบบตลาดและสัญญาณราคา ในฐานะกลไกการจัดสรรทรัพยากรและการกระจายผลผลิต ส่วนอีกกระแสหนึ่งที่ไม่เชื่อมั่นกลไกดังกล่าวจะเรียกโดยรวมว่าเป็น "กระแสตรง" ซึ่งมีหลากหลายแนวคิดร่วมกันอยู่ เช่น สำนักมาร์กซ์ สำนักสถาบัน เป็นต้น ทั้งนี้ จะวิเคราะห์ถึงแนวคิดและจุดยืนในเชิงทฤษฎีของแต่ละสำนักอย่างละเอียดในบทที่ 2

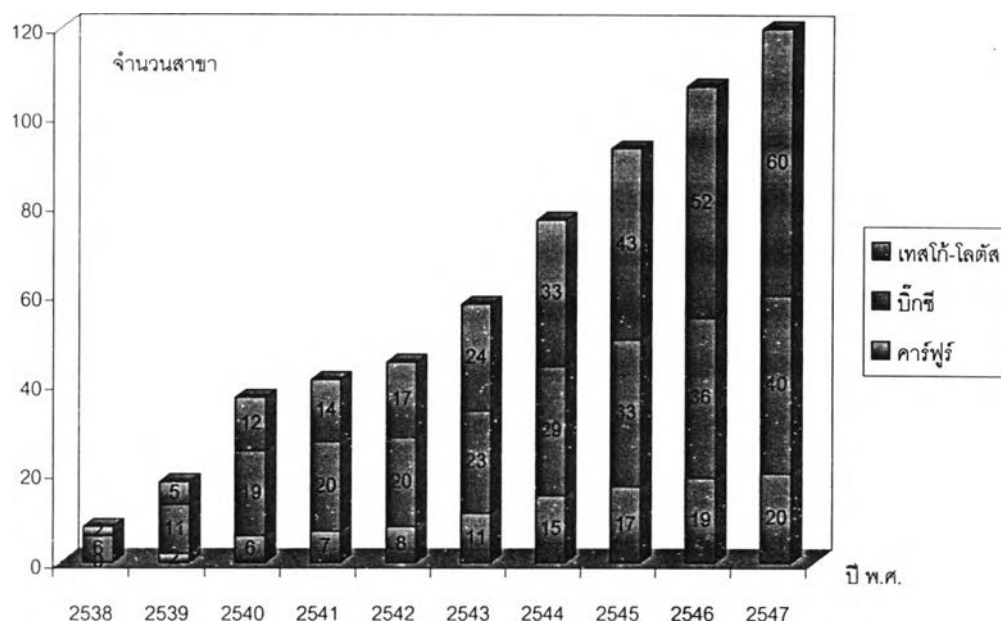
2004) หรือในมุมมองของกลุ่มเศรษฐศาสตร์กระแสที่กล่าวถึงความไม่เหมาะสมของการใช้ยุทธศาสตร์พัฒนาเศรษฐกิจที่เปิดเสรีให้แก่บริษัทข้ามชาติ จนนำไปสู่ความล้มเหลวของการพัฒนาอุตสาหกรรม (Bello et al, 1998) อย่างไรก็ตาม การศึกษาผลของบรรษัทข้ามชาติต่อเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านการประเมินต้นทุนผลได้ (ซึ่งเป็นการศึกษาแบบ *ex-ante*) และผลจากโครงการที่รัฐสนับสนุน (ซึ่งเป็นการศึกษาแบบ *ex-post*) ยังคงไม่มีความครอบคลุมเพียงพอ จึงยังไม่สามารถสร้างข้อสรุปที่ชัดเจนได้ (Duenden, 2004) และรัฐไทยก็ยังคงสนับสนุนการลงทุนจากบรรษัทข้ามชาติอย่างต่อเนื่อง

บทบาทของบรรษัทข้ามชาติเป็นที่สนใจของสังคมไทยมากขึ้นในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 โดยมีเงินลงทุนจากต่างประเทศจำนวนมากที่เข้ามาหลังวิกฤตเศรษฐกิจ แต่ก็เข้ามาเพื่อซื้อกิจการของไทยที่ประสบปัญหาหนี้สินในรูปแบบของการควบรวมกิจการ (Merger and Acquisition) เป็นหลัก ไม่ใช่การลงทุนในกิจการใหม่ (Green Investment) และเมื่อถึงจุดอิ่มตัวก็ลดลงอย่างรวดเร็วภายหลัง พ.ศ. 2541 – 2542 (ดูภาพที่ 1.1) ข้อแตกต่างที่สำคัญ คือ ในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ เงินลงทุนทางตรงจากต่างประเทศส่วนใหญ่มุ่งไปที่สาขาหัตถอุตสาหกรรม แต่ภายหลังปี พ.ศ.2540 จะเข้ามาสู่ภาคบริการมากขึ้นโดยเฉพาะภาคการเงินและการค้าปลีก เนื่องจากการผ่อนปรนกฎเกณฑ์ของภาครัฐและการผลักดันของกลุ่มทุนไทยที่ประสบภาวะหนี้สิน

“บรรษัทค้าปลีกข้ามชาติ” (Transnational Retailers) จึงเป็นที่รู้จักของสังคมในวงกว้างยิ่งขึ้น โดยเฉพาะไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) ซึ่งเป็นห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ขายสินค้าหลากหลายด้วยกลยุทธ์ราคาต่ำ อันได้แก่ เทสโก้-โลตัส (Tesco-Lotus) บิ๊กซี (Big C) และคาร์ฟูร์ (Carrefour) ซึ่งเดิมล้วนมีกลุ่มทุนค้าปลีกไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ แต่เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจทำให้กลุ่มทุนค้าปลีกไทยประสบปัญหานี้สิน จนต้องขายหุ้นส่วนใหญ่ให้แก่บรรษัทค้าปลีกข้ามชาติ³ และนับตั้งแต่ห้างเหล่านี้อยู่ภายใต้การดำเนินงานของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติอย่างเต็มตัวไฮเปอร์มาร์เก็ตทั้งสามรายก็ขยายกิจการอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการขยายสาขาเฉลี่ยในช่วง พ.ศ.2540 – 2547 ถึงประมาณร้อยละ 29 ต่อปี จากที่เคยมีสาขารวมกันเพียง 18 สาขาใน พ.ศ.2539 กลายเป็น 120 สาขาใน พ.ศ.2547 (ดูภาพที่ 1.2) ทำให้ส่วนแบ่งรายได้ของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มสูงขึ้นจนเป็นผู้นำในตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ของไทยแทนที่ห้างสรรพสินค้าของกลุ่มทุนไทยที่คาดว่าจะมีส่วนแบ่งรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง (ดูภาพที่ 1.3)

³ นิพนธ์และคณะ (2545) พบว่า โดยปกติถ้าไม่มีการขายการลงทุน ธุรกิจค้าปลีกจะมีเงินสดหมุนเวียนสูง หนี้สินส่วนใหญ่จะเป็นหนี้สินหมุนเวียน แต่ในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า บริษัทค้าปลีกไทยมีการก่อหนี้เพื่อลงทุนเพิ่มขึ้นมาก โดยส่วนหนึ่งเป็นการกู้ยืมจากต่างประเทศ การลดค่าเงินบาทในปี 2540 จึงมีผลต่อหนี้ระยะยาว เช่น อัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อหนี้สินรวมของกลุ่มเซ็นทรัลเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.5 ในปี 2537 เป็นร้อยละ 44 ในปี 2540 ของโลตัสเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0 เป็นร้อยละ 68 เป็นต้น (ข้อมูลจากกรมทะเบียนการค้า) ทำให้กลุ่มเซ็นทรัลต้องขายหุ้นส่วนใหญ่ในบิ๊กซีและคาร์ฟูร์ ออกไปให้กับกลุ่มคาสโนและคาร์ฟูร์ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ก็ขายหุ้นส่วนใหญ่ในโลตัสให้แก่กลุ่มเทสโก้จากอังกฤษ

ภาพที่ 1.2 จำนวนสาขาของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต

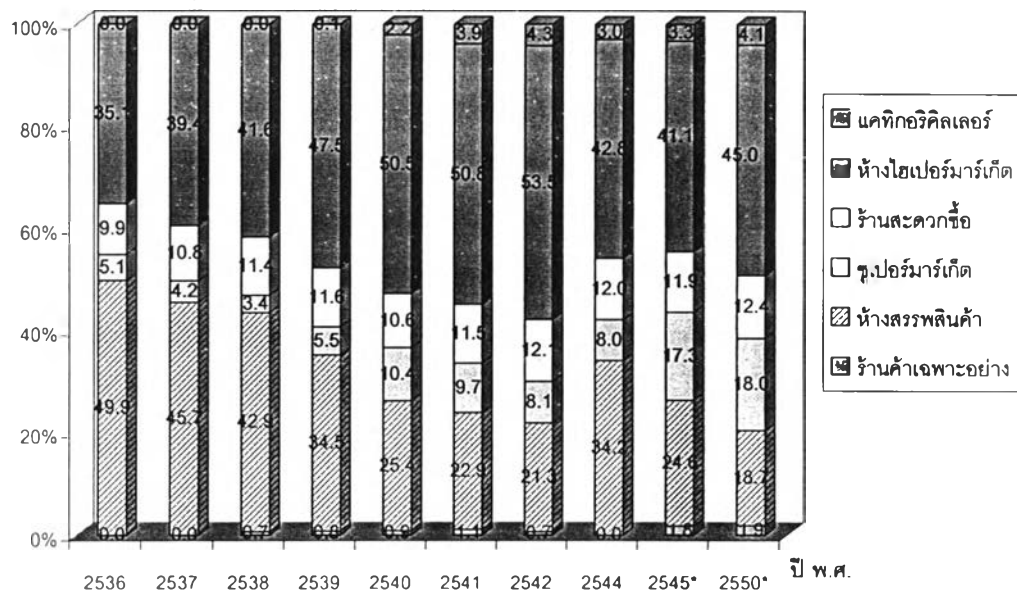


ที่มา: ข้อมูลปี 2538 – 2543 จาก นิพนธ์และคณะ (2545)

ปี 2544 – 2547 จาก แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีของ บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

ภาพที่ 1.3 ส่วนแบ่งรายได้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประเภทต่างๆ

ส่วนแบ่งรายได้ (ร้อยละ)



ที่มา: ข้อมูลปี 2536 – 2544 จาก นิพนธ์และคณะ (2545)

หมายเหตุ: (1) ข้อมูลปี 2545 และ 2550 เป็นการประมาณการโดย ยุทธศักดิ์ (2544)

(2) ข้อมูลนี้เน้นห้างแม็คโครรวมอยู่ในกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ตด้วย⁴

⁴ เนื่องจากไม่สามารถหาข้อมูลอนุกรมเวลาที่จำแนกแม็คโครออกจากไฮเปอร์มาร์เก็ตได้จึงต้องใช้ฐานข้อมูลดังกล่าว แต่อันที่จริงแล้ว ห้างแม็คโครจัดเป็นร้านค้าปลีกประเภทแคชแอนด์แคร์รี (Cash & Carry) ที่เน้นขายสินค้าแก่ร้านค้ารายย่อยและลูกค้า

การขยายตัวของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตอันเป็นเครือข่ายของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติทำให้ข้อถกเถียงเรื่องบทบาทและผลกระทบของบรรษัทข้ามชาติได้รับความสนใจในวงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยสามารถแบ่งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเศรษฐศาสตร์นิโคลาสสิกและกลุ่มกระแสรอง กลุ่มเศรษฐศาสตร์นิโคลาสสิกใช้แนวคิดเรื่องกลไกตลาดเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ (Approach) ดังนั้น วิธีการศึกษาจะมีแกนกลางอยู่ที่โครงสร้าง (Structure) และการแข่งขัน (Conduct) ในตลาดค้าปลีก เพื่อพิจารณาว่าตลาดยังคงทำงานอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่และมีปัจจัยใดเป็นอุปสรรคของการแข่งขันในตลาด กลุ่มนี้มักแยกการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องฝ่ายต่างๆ เช่น งานของนิพนธ์และคณะ (2545) แม้จะยอมรับว่าเกิดผลกระทบด้านลบต่อร้านโชห่วย ผู้ค้าส่ง และผู้ผลิต แต่บรรษัทค้าปลีกก็ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภคด้วยราคาสินค้าที่ลดลงจากในอดีต หรืออีกนัยหนึ่งก็คือได้ส่งต่อค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rent)⁵ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคด้วย

ในขณะที่กลุ่มกระแสรอง เช่น ศิริพรและคุณาธิป (2544) กมล (ม.ป.ป.) จะใช้แนวการวิเคราะห์ในลักษณะองค์รวม โดยให้ความสนใจกับขนาด (Scale) ของบรรษัทข้ามชาติที่อาจนำไปสู่การผูกขาดตลาดค้าปลีกในอนาคต และให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นหลัก ความแตกต่างของวรรณกรรมทั้งสองกลุ่มสะท้อนออกมาชัดเจนจากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาครัฐ โดยกลุ่มนิโคลาสสิกสนับสนุนการทำให้ตลาดค้าปลีกมีการแข่งขันกันมากที่สุด ดังนั้น รัฐบาลจึงไม่ควรใช้นโยบายแทรกแซงมากเกินไป ตรงข้ามกับแนวทางของกลุ่มกระแสรองที่กังวลต่อการผูกขาดและผลด้านลบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น จึงเน้นบทบาทของรัฐในการเข้าแทรกแซงการขยายตัวของไฮเปอร์มาร์เก็ตต่างชาติ (ดูตารางที่ 1.1)

ที่ซื้อครั้งละมากๆ คล้ายกับร้านค้าส่ง (Wholesaler) จึงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคมต่างจากไฮเปอร์มาร์เก็ต อย่างไรก็ตาม การใช้ฐานข้อมูลนี้ก็ได้ขัดแย้งกับประเด็นหลักที่ว่า ไฮเปอร์มาร์เก็ต (เทสโก้-โลตัส บิ๊กซี และคาร์ฟูร์) ได้กลายมาเป็นผู้ผูกขาดในตลาดค้าปลีกไทยอย่างชัดเจนนับตั้งแต่หลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 และส่วนแบ่งตลาดก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

⁵ ค่าเช่าทางเศรษฐกิจ ในกรณีนี้หมายถึง ผลกำไรส่วนเกินที่สูงกว่าควรจะได้รับในตลาดที่มีการแข่งขัน ซึ่งเดิมผู้ผลิต (Supplier) เคยมีกำไรเบื้องต้นสูงถึงร้อยละ 20-40 ของราคาขาย (นิพนธ์และคณะ, 2545: 223)

ตารางที่ 1.1 เปรียบเทียบมุมมองต่อข้อเสนอเชิงนโยบายของวรรณกรรมสองกลุ่ม

กรอบนิโคลาสสิก	กรอบกระแสรอง
<p>“...ในปี 2545 หลังจากมีกระแสกดดันทางการเมืองจากกลุ่มผู้ค้าปลีกขนาดกลางและผู้ผลิต/จัดจำหน่ายบางกลุ่ม รัฐบาลเริ่มมีแนวโน้มที่จะเข้าแทรกแซงธุรกิจค้าปลีกในระดับที่อาจเกินเลยความจำเป็น เช่น การใช้งบประมาณ 395 ล้านบาทก่อตั้งบริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด การพิจารณาออกกฎหมายเพื่อควบคุมการประกอบธุรกิจค้าปลีก การได้สวนบริษัทค้าปลีกต่างชาติเกี่ยวกับข้อร้องเรียนเรื่องการตกแต่งบัญชีเพื่อหลีกเลี่ยงภาษี การเปลี่ยนแปลงในแนวนโยบายดังกล่าว กำลังสร้างสัญญาณที่สับสนเกี่ยวกับนโยบายการลงทุนของรัฐบาลไทย ซึ่งมีโอกาสกระทบบรรยากาศการลงทุน...”</p> <p>(นิพนธ์ และคณะ, 2545: 280)</p>	<p>“...[บริษัทค้าปลีกข้ามชาติ] จะกอบโกยเอากำไรส่งกลับไปยังประเทศของตน โดยไม่สนใจปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องพื้นที่ว่าง คนตกงาน ปัญหาสังคมต่างๆ ที่ตามมา ฯลฯ ด้วยเหตุนี้ การออกกฎหมายหรือกฎระเบียบเพื่อควบคุมยักษ์ค้าปลีกข้ามชาติจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่รัฐบาลต้องรีบเร่งกระทำ ด้วยความรู้เท่าทันการปรับตัวของยักษ์ค้าปลีกข้ามชาติ ก่อนที่ธุรกิจค้าปลีกของไทยจะถูกผูกขาดโดยยักษ์ค้าปลีกข้ามชาติที่มีได้หวังอะไรนอกจากผลกำไรมหาศาลจากแผ่นดินไทยเท่านั้น”</p> <p>(ศิริพรและคุณาริ, 2544: 166)</p>

ความแตกต่างซึ่งล้วนมีเหตุผลรองรับของมุมมองทั้งสองกรอบย่อมเป็นความท้าทายต่อวงวิชาการเศรษฐศาสตร์ ทั้งในด้านการพิจารณาปัญหาและการหาแนวทางเชิงนโยบายที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม คำอธิบายต่อพลวัตการค้าปลีกไทยของวรรณกรรมทั้งสองกลุ่มต่างก็มีข้อจำกัดสำคัญจากปัญหาทั้งในระดับกระบวนการทัศน์และในระดับทฤษฎี ถึงแม้ดูเหมือนว่าวรรณกรรมทั้งสองกลุ่มจะมีตรรกะที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง แต่แกนกลางอันเป็นข้อจำกัดที่สำคัญที่สุดของทั้งสองกลุ่มล้วนเกิดจากการยึดกลไกตลาดเป็นศูนย์กลางในการวิเคราะห์ (Market Primacy) กล่าวคือ มองบริษัทค้าปลีกข้ามชาติเฉพาะในมิติของความได้เปรียบเชิงตลาดที่เหนือกว่าร้านค้าท้องถิ่น (เช่น ทุน เทคโนโลยี ทักษะการบริหารจัดการ) ดังนั้น เมื่อรัฐเปิดเสรี กำแพงขัดขวางทางกฎระเบียบต่างๆ (Barriers to Entry) จึงทลายลง ทำให้บริษัทเหล่านี้เข้ามาแข่งขันและเอาชนะกิจการท้องถิ่นได้ในที่สุด ข้อแตกต่างของวรรณกรรมทั้งสองกลุ่มอยู่ที่ว่าจะเชื่อมั่นในการทำงานของกลไกตลาดดังกล่าวหรือไม่ และให้ความสำคัญกับผลกระทบด้านใดเป็นหลัก นโยบายที่น่าเสนอจึงแตกต่างกัน แต่ก็จำกัดอยู่เฉพาะในประเด็นว่ารัฐควรปล่อยให้ตลาดทำงานอย่างเสรีหรือเข้ามาควบคุมเท่านั้น (ดูรายละเอียดในบทที่ 2)

การยึดกลไกตลาดเป็นศูนย์กลางในการวิเคราะห์ทำให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน (โดยจงใจหรือไม่ก็ตาม) ว่าผลลัพธ์ดังกล่าวเป็นเสมือน “ปรากฏการณ์สำเร็จรูป” ที่เกิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาทั่วไปที่เปิดเสรีให้แก่บริษัทค้าปลีกข้ามชาติ โดยประเทศกำลังพัฒนามีทางเลือกเพียงว่าจะนำกฎระเบียบใดมาบังคับใช้หรือไม่ กรอบคิดเช่นนี้ทำให้เราละเลยองค์ประกอบภายในของสังคมไทยไปโดย

สิ้นเชิง ทั้งที่บรรษัทค้าปลีกข้ามชาติย่อมต้องเผชิญเงื่อนไขเฉพาะตัวต่างๆ ของประเทศไทย ทั้งที่เป็นรูปธรรมชัดเจน (เช่น กฎระเบียบ) และเป็นนามธรรมที่ซับซ้อน (เช่น วัฒนธรรม บรรทัดฐานของผู้บริโภค) อีกทั้งยังไม่สามารถให้คำตอบได้ว่า เหตุใดประเทศเช่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ หรือญี่ปุ่น ที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขเดียวกันกับไทย คือ เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ มีการผ่อนคลายกฎระเบียบด้านการค้าปลีก และเผชิญความได้เปรียบของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติกลุ่มเดียวกัน จึงมิได้มีผลลัพธ์การค้าปลีกไปในรูปแบบเดียวกัน (ดูรายละเอียดในบทที่ 3) นอกจากนี้ ภายหลังจากที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในพื้นที่ต่างจังหวัด ก็ยังพบว่าแต่ละพื้นที่มีพลวัตการค้าปลีกในหลากหลายรูปแบบ แตกต่างจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ และปริมณฑล⁶ (ดูรายละเอียดในบทที่ 4 และ 5)

ข้อถกเถียงในเรื่องการค้าปลีกหลังวิกฤตเศรษฐกิจของไทยทั้งในวงวิชาการและสังคมทั่วไป จึงเกิดการลดทอนตัวแปรวิเคราะห์เหลือเพียงกลไกตลาดเป็นหลัก โดยไม่ทำความเข้าใจทั้งต่อธรรมชาติของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในฐานะตัวแทนของโลกาภิวัตน์ และแม้แต่กลไกของสังคมไทยเองในการรับมือกับพลวัตดังกล่าว ซึ่งนอกจากจะบิดเบือนผลการวิเคราะห์ให้ห่างไกลจากความเป็นจริงแล้ว ยังสร้างข้อจำกัดให้แก่กระบวนการกำหนดนโยบายเพื่อรับมือกับบรรษัทข้ามชาติ ทั้งในกรณีของธุรกิจค้าปลีกเอง และทุนบริการข้ามชาติต่างๆ ที่กำลังจะเข้ามาลงทุนมากยิ่งขึ้นในอนาคต ข้อถกเถียงและข้อจำกัดที่เป็นรากฐานของวรรณกรรมการค้าปลีกไทยที่มีอยู่ จึงมิใช่ปัญหาที่เกิดขึ้นในระดับงานวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Studies) เท่านั้น แต่ยังท้าทายถึงกรอบแนวคิดในการพิจารณาพลวัตของบรรษัทข้ามชาติ และผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคมของประเทศผู้รับทุน ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่ประเทศไทยและประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ใช้ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและความสามารถในการแข่งขันของชาติ

แม้ว่าในวงวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์พัฒนา (Development Economics) ระดับนานาชาติจะยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนต่อผลของบรรษัทข้ามชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจ (Lall, 2001) แต่การใช้กลไกตลาดเป็นศูนย์กลางในการวิเคราะห์นั้นได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นแนวทางที่ห่างไกลจากความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น ทั้งในกลุ่มนักเศรษฐศาสตร์พัฒนาสำนักนีโอคลาสสิกเองก็ยังคงยอมรับถึงความไม่แน่นอนของกลไกตลาดที่จะช่วยให้เกิดสภาวะดุลยภาพสูงสุดของพาเรโต (Pareto Optimum) และนำพาประเทศไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจตามเป้าหมายที่ต้องการได้ (Meier and Stiglitz eds, 2001) ในขณะที่สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองและเศรษฐศาสตร์สถาบันบางกลุ่มปฏิเสธข้อสันนิษฐานของเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิกที่ให้ความสำคัญต่อตลาดเป็นลำดับแรก แต่เสนอว่าเราควรมองตลาดในฐานะสถาบันหนึ่ง ทั้งในแง่ภูมิประวัติศาสตร์และกลไกการทำงาน โดยที่ตลาดมิได้มีลำดับความสำคัญเหนือสถาบันอื่นๆ แต่อย่างใด เพื่อจะทำให้เราสามารถพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ตลาด และหน่วยเศรษฐกิจอื่นๆ ได้

⁶ ในประเด็นเรื่องผลลัพธ์ที่หลากหลายในระดับท้องถิ่นของไทยซึ่งวรรณกรรมที่มีอยู่ไม่ได้วิเคราะห์นั้น มิได้เกิดจากข้อจำกัดเรื่องการยึดกลไกตลาดเป็นศูนย์กลาง แต่เป็นเพราะข้อจำกัดด้านเวลาการศึกษาในขณะนั้น (ปี 2542-2545) ซึ่งบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติยังมุ่งเน้นตลาดกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นหลัก

อย่างสมดุลและเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องมากขึ้น (Chang 1994, 2003; Chang and Rowthorn, 1995; Hollingsworth, et al 1994)

ถึงแม้จะมีความแตกต่างในรายละเอียดระหว่างกรอบของแต่ละสำนัก แต่ทั้งสำนักเศรษฐศาสตร์พัฒนานีโอคลาสสิก เศรษฐศาสตร์การเมือง และเศรษฐศาสตร์สถาบัน รวมทั้งองค์การระหว่างประเทศ เช่น กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และธนาคารโลก (World Bank) ต่างให้การยอมรับถึงการดำรงอยู่ของ “สถาบัน” (Institutions) ในฐานะที่เป็น “กติกาการเล่นเกมส์ในสังคม” (Rules of the Game in a Society)⁷ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันที่เป็นทางการ เช่น รัฐธรรมนูญ กฎหมาย กฎระเบียบ หรือสถาบันที่ไม่เป็นทางการ เช่น บรรทัดฐาน ค่านิยม วัฒนธรรม โดยสถาบันต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของตัวแสดงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล องค์กรธุรกิจ หน่วยราชการ ประชาสังคม หรือแม้แต่วัฒนธรรม

กลุ่มเศรษฐศาสตร์สถาบันบางกลุ่มยังเสนอแนวคิดเพิ่มเติมว่าการจัดสถาบัน (Institutional Arrangements) ทางเศรษฐกิจสังคมล้วนดำรงอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย มิใช่มีเพียงตลาด แต่ยังมีรูปแบบอื่นๆ อาทิเช่น ระบบลำดับชั้น (Hierarchy) เครือข่าย สมาคม หรือชุมชน โดยความแตกต่างของรูปแบบการจัดสถาบันนี้จะส่งผลกระทบต่อกลไกความสัมพันธ์และวิวัฒนาการไปในทิศทางที่แตกต่างกัน (Hollingsworth and Boyer eds, 1997; Hollingsworth, 2000) นัยของสถาบันและการจัดสถาบันดังกล่าวนี้ย่อมทำให้การพิจารณาปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจใดๆ มิอาจกระทำได้เพียงการวิเคราะห์ผ่านกลไกตลาดและมุ่งหมายให้กลไกตลาดทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์เท่านั้น หากยังต้องให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีชีวิตและบทบาทในสังคมด้วย⁸

บริษัทข้ามชาติเองก็เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทางเศรษฐกิจ ซึ่งแต่ละองค์กรล้วนมีวิวัฒนาการที่แตกต่างกันทำให้โครงสร้างการบริหารจัดการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจย่อมมีความแตกต่างกันด้วย ในขณะที่ประเทศผู้รับทุนแต่ละประเทศก็ล้วนมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคมหรือวิวัฒนาการทางสถาบันในรูปแบบเฉพาะตัว (Dicken, 2003; Dunning ed, 1997) การเข้ามาลงทุนของบริษัทข้ามชาติในแต่ละอุตสาหกรรมและในแต่ละประเทศจึงนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสังคมในทิศทางที่แตกต่างกัน การศึกษาบทบาทของบริษัทข้ามชาติโดยนำองค์ประกอบทางสถาบันและการจัดสถาบันมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา นอกจากจะสร้างความเข้าใจต่อพลวัตที่เกิดขึ้นเฉพาะตัวในแต่ละบริบทแล้ว (ทั้ง

⁷ งานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์พัฒนานีโอคลาสสิกที่ยอมรับถึงปัจจัยทางสถาบันดูได้จากนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล เช่น Coase (1937), Meier and Stiglitz eds. (2001), North (1990) งานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง ดูเช่น Khan and Jomo (2000) งานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์สถาบัน ดูในบทที่ 2 ส่วนกองทุนการเงินระหว่างประเทศ เน้นเรื่องการปฏิรูปธรรมาภิบาลของสถาบันและกฎหมายล้มละลายเป็นพิเศษในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย ค.ศ. 1997 ในขณะที่ธนาคารโลกนำเสนอรายงานประจำปีเรื่อง “Building Institutions for Markets” ในปี ค.ศ. 2002 ซึ่งเน้นการพัฒนาเชิงสถาบันเพื่อจัดการกลไกทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

⁸ รวมถึงบทบาทในการคานอำนาจและรักษาสถิตระหว่างกัน ดังที่ Polanyi (1944) เคยชี้ให้เห็นว่า การทำงานของกลไกตลาดยังต้องการสถาบันอื่นๆ มากำกับดูแลให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมด้วย

บริบททางอุตสาหกรรมและบริบทของประเทศ) ยังนำไปสู่การพิจารณากระบวนการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากประสบการณ์ในอดีตของทั้งประเทศพัฒนาแล้วและประเทศอุตสาหกรรมใหม่ล้วนแสดงให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมด้วยการดำเนินนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ต่อบริษัทข้ามชาติ มิใช่การเปิดเสรีต่อการลงทุนหรือการสนับสนุนให้กลไกตลาดทำงานอย่างสมบูรณ์แต่ประการใด (Chang, 2002, 2003)⁹

ด้วยความสำคัญของสถาบันและการจัดสถาบันที่ได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของวรรณกรรมด้านเศรษฐศาสตร์มากขึ้น แต่ยังคงขาดแคลนทั้งในแง่ของความเข้าใจและการศึกษาเชิงประจักษ์ในกรณีของไทย (สมบูรณ์, 2547) วิทยานิพนธ์นี้จึงนำกรอบการศึกษาเชิงสถาบันมาเป็นแนวทางสำคัญในการพิจารณาพลวัตของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย โดยศึกษากรณีของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติซึ่งมีบทบาทการขยายตัวที่โดดเด่นนับตั้งแต่หลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 เป็นต้นมา เปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ เนื่องจากพลวัตดังกล่าวควรได้รับการพิจารณาอย่างลุ่มลึกและซับซ้อนมากกว่าการใช้ตลาดเป็นศูนย์กลางหรือการต่อต้านบริษัทข้ามชาติโดยสิ้นเชิง เพื่อเพิ่มความเข้าใจต่อการทำงานของสถาบันทางเศรษฐกิจสังคมของไทยที่มีลักษณะเฉพาะตัว และสามารถพิจารณาแนวทางเชิงนโยบายที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นจริงยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาพลวัตของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 โดยการนำวรรณกรรมทางเศรษฐศาสตร์สถาบัน (Institutional Economics) เข้ามาเป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา ประเด็นสำคัญของวิทยานิพนธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลัก

ส่วนแรก เป็นการเติมเต็มข้อจำกัดทางทฤษฎีของวรรณกรรมที่มีอยู่ โดยจะศึกษากระบวนการข้ามชาติของการค้าปลีก (Internationalisation of Retailing) ว่ามีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากทุนอุตสาหกรรมข้ามชาติอย่างไร และอาศัยกรอบการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ (Comparative Institutional Analysis) เพื่อวิเคราะห์กรณีศึกษาในต่างประเทศว่าสถาบันในประเทศผู้รับทุนมีบทบาทต่อพลวัตการค้าปลีกมากน้อยเพียงใด และในรูปแบบใด

ส่วนที่สอง เป็นการศึกษาพลวัตการค้าปลีกในกรณีของประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 เพื่อพิจารณาว่า นอกจากกลไกตลาดแล้ว เงื่อนไขและปัจจัยทางสถาบันมีผลต่อผลลัพธ์การค้า

⁹ Chang (2002) ยกกรณีศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ของประเทศพัฒนาแล้ว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี ฟินแลนด์ ไอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน เพื่อแสดงให้เห็นว่าประเทศต่างๆ เหล่านี้ล้วนใช้นโยบายอุตสาหกรรม (Industrial Policy) ในการควบคุมบทบาทของบริษัทข้ามชาติเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ มิใช่การเปิดเสรีและสนับสนุนกลไกตลาดดังที่นักเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิกมักอ้างถึง

ปลีกไทยหรือไม่ อย่างไร โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ พลวัตในส่วนกลาง (กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล) และในระดับท้องถิ่น (ต่างจังหวัด)

ส่วนที่สาม เป็นการสังเคราะห์ผลการศึกษาจากส่วนที่หนึ่งและสอง เพื่อเพิ่มความเข้าใจต่อกติกาการเล่นเกม (Rules of the Game) ของการค้าปลีกในสังคมไทยให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้สามารถออกแบบโครงสร้างสิ่งจูงใจ (Incentive Structure) ในเชิงนโยบายที่เหมาะสมได้

1.3 นิยามศัพท์

คำศัพท์ที่มีนัยสำคัญต่อการศึกษาและจำเป็นจะต้องสร้างความเข้าใจร่วมกัน ประกอบด้วย: สถาบัน (Institutions) การจัดสถาบัน (Institutional Arrangement) และบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ (Transnational Retailers) อย่างไรก็ตาม สถาบันและการจัดสถาบันมีนัยที่ซับซ้อนกว่าคำศัพท์อื่นๆ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับกรอบการศึกษาและยังมีข้อถกเถียงทางวิชาการค่อนข้างมาก จึงจะนำเสนอในส่วนของวรรณกรรมปริทัศน์แทน (ดูบทที่ 2) ในส่วนนี้จะเป็นการนิยามเฉพาะคำว่าบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ

“บริษัทค้าปลีกข้ามชาติ” (Transnational Retailers) เกิดจากการผสมระหว่างลักษณะเฉพาะ 2 องค์ประกอบ คือ บริษัทข้ามชาติ และร้านค้าปลีก

การนิยามบริษัทข้ามชาติสามารถทำได้ในหลายมิติ ทั้งจากการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ จากขอบเขตและความหมายของการผลิตในต่างประเทศ หรือจากยุทธศาสตร์ระหว่างประเทศของบริษัท (สุวินัย, 2540: 37) ในระยะเริ่มต้น สหประชาชาติได้นิยามว่า บริษัทข้ามชาติ คือ วิสาหกิจที่ควบคุมสินทรัพย์ต่างๆ เช่น โรงงาน เหมืองแร่ สำนักงานขาย ในประเทศตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป (UNCTAD, 1978: 158) แต่หลังจากนั้นก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมมาโดยตลอดเพื่อให้ครอบคลุมธรรมชาติของบริษัทข้ามชาติที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ทำให้เกิดความยุ่งยากมากขึ้น การนิยามที่เหมาะสมจึงควรอาศัยลักษณะพื้นฐาน ทำให้นิยามของบริษัทข้ามชาติในวิทยานิพนธ์นี้หมายถึง “องค์กรที่เป็นเจ้าของและควบคุมการประกอบกิจการและทรัพย์สินที่ก่อให้เกิดรายได้ในประเทศมากกว่าหนึ่งประเทศ” (Jones, 1996 อ้างถึงใน Pavida, 2001: 5)

ส่วนการนิยามบริษัทค้าปลีกข้ามชาติต้องเริ่มจากการพิจารณาความหมายของธุรกิจค้าปลีกก่อน โดยสมาคมค้าปลีกไทยและธนาคารแห่งประเทศไทยแบ่งร้านค้าปลีกออกเป็น 2 ประเภท (เวรดีและสุนันทา, 2543) ได้แก่ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือร้านโชห่วย ซึ่งเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ยังคงไว้ซึ่งลักษณะการจำหน่ายสินค้าและบริการรูปแบบเดิม การจัดวางสินค้าไม่ทันสมัย ส่วนใหญ่เป็นร้านห้องแถวที่มีพื้นที่ไม่มาก ลูกค้าเกือบทั้งหมดอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านค้า การบริหารจัดการเป็นแบบครอบครัว การลงทุนน้อย ไม่มีระบบการจัดการที่ได้มาตรฐาน ส่วนอีกประเภทคือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นร้านค้าที่มีการปรับปรุงการจัดวางสินค้า การให้บริการที่ทันสมัย มีการจัดการที่เป็นระบบ มีมาตรฐาน ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และลงทุนสูง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ยังมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ อาทิเช่น ลักษณะสินค้าที่จำหน่าย ลูกค้าเป้าหมาย แหล่งที่มา การจัดการสินค้าคงคลัง กลยุทธ์การตั้งราคา ขนาดพื้นที่ จึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้ (ดูตารางที่ 1.2)

1. ห้างสรรพสินค้า (Department Store) เน้นขายสินค้าหลากหลายที่มีคุณภาพสูง และเน้นลูกค้าระดับบนเป็นหลัก เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน
2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) เน้นขายสินค้าหลากหลาย คุณภาพปานกลาง และใช้กลยุทธ์สินค้าราคาต่ำ เช่น เทสโก้-โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์
3. แคชแอนด์แคร์รี่ (Cash & Carry) เน้นขายสินค้าหลากหลาย คุณภาพปานกลาง แก่ร้านค้ารายย่อยและลูกค้าที่ซื้อสินค้าครั้งละมากๆ เช่น แม็คโคร
4. ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) เน้นขายสินค้าใหม่และสด โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคประจำครัวเรือน เช่น ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดโลอัน
5. ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) เน้นขายสินค้าเฉพาะอย่าง คุณภาพดี ด้วยราคาค่อนข้างสูง เช่น บู้ทส์ มาร์คแอนสเปนเซอร์ ซูเปอร์สปอร์ต
6. แคทิกอรีคิลเลอร์ (Category Killer) เน้นขายสินค้าเฉพาะอย่าง คุณภาพปานกลาง เช่น พาวเวอร์บาย แม็คโครออฟฟิศ
7. ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) เป็นร้านขนาดเล็ก ขายสินค้าหลากหลาย เช่น 7-eleven, AM/PM, Family Mart

ตารางที่ 1.2 เปรียบเทียบลักษณะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทต่างๆ

เป้าหมาย/ กลยุทธ์	ห้างสรรพสินค้า (Department Store)	ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket)	แคชแอนด์แคร์รี (Cash & Carry)	ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)	ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)	แคทิกอรีคิลเลอร์ (Category Killer)	ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store)
ลักษณะสินค้าที่ จำหน่าย	หลากหลาย	หลากหลาย คุณภาพ	หลากหลาย คุณภาพ	หลากหลาย เน้นสินค้า สดใหม่	สินค้าเฉพาะอย่าง	สินค้าเฉพาะอย่าง	เน้นสินค้าอุปโภค บริโภคประจำวัน
กลุ่มเป้าหมาย	ลูกค้าระดับบน	ระดับกลางและล่าง	ร้านค้าย่อย และผู้ซื้อ สินค้าครั้งละมากๆ	ทุกระดับ	ระดับกลางและบน	ระดับกลางและล่าง	บริเวณใกล้เคียงร้าน
แหล่งที่มาของ สินค้า	ผู้ผลิต/ จำหน่ายใน ประเทศเป็นส่วนใหญ่	ผู้ผลิต/ จำหน่ายใน ประเทศเป็นส่วนใหญ่	ผู้ผลิต/ จำหน่ายใน ประเทศเป็นส่วนใหญ่	ผู้ผลิต/ จำหน่ายใน ประเทศเป็นส่วนใหญ่	ส่วนใหญ่นำเข้าจาก ต่างประเทศ	ผู้ผลิต/ จำหน่ายใน ประเทศเป็นส่วนใหญ่	ผู้ผลิต/ จำหน่ายใน ประเทศเป็นส่วนใหญ่
การจัดการสินค้า คงคลัง	2-3 เดือน	30-45 วัน	1 เดือน	10 – 15 วัน	7 เดือนสำหรับสินค้า นำเข้า/ 1 เดือนสำหรับ สินค้าในประเทศ	7 วัน	15 – 20 วัน
การตั้งราคาขาย	ราคาสูงกว่า ไฮเปอร์มาร์เก็ต	ต่ำที่สุด	ราคาขายส่ง	มีหลายระดับ	ค่อนข้างสูง	ต่ำกว่าร้านค้าเฉพาะ อย่าง	สูงกว่าซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต
กลยุทธ์อื่นๆ	บัตรเครดิต บัตร เครดิต จัดรายการลด ราคาสินค้า	บัตรเครดิต บัตร เครดิต เร่งขยายสาขา และลดราคา	บัตรเครดิต	จัดรายการและลด ราคาสินค้า	สนับสนุนการขายแบบ ต่างๆ เช่น ซื้อ 1 แถม 1/ ซื้อ 3 แถม 2	มีบริการระบบเงินผ่อน	เร่งขยายสาขา และการ โฆษณา
ขนาดพื้นที่ขาย	หลากหลาย	10,000-20,000 ตร.ม.	1,000 – 3,000 ตร.ม.	1,000 – 3,000 ตร.ม.	1,000 – 2,000 ตร.ม.	1,000 – 2,000 ตร.ม.	16 – 100 ตร.ม.
การถือครองที่ดิน	มักเป็นเจ้าของที่ดิน	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า

ที่มา: ปรับจาก นิพนธ์ และคณะ (2545: 15)

เมื่อพิจารณาความหมายของร้านค้าปลีกร่วมกับนิยามของบริษัทข้ามชาติ จะเห็นได้ว่า บริษัทค้าปลีกข้ามชาติ จะหมายถึงร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่มีการลงทุนในประเทศต่างๆ ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป และหากพิจารณาร้านค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ โดยอาศัยความเป็นเจ้าของ (Ownership) ภายในประเทศไทยร่วมกับข้อมูลการจัดลำดับบริษัทค้าปลีกชั้นนำของโลก 100 บริษัทแรกที่มียอดขายสูงสุดทั่วโลก¹⁰ พบว่า ร้านค้าปลีกที่จัดเป็นบริษัทค้าปลีกข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนทางตรงในประเทศไทย มีอยู่ 4 บริษัท ได้แก่ เทสโก้-โลตัส บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ คาร์ฟูร์ และแม็คโคร (ดูตารางที่ 1.3)

ตารางที่ 1.3 ห้างค้าปลีกข้ามชาติที่สำคัญในประเทศไทยและผู้ถือหุ้นหลัก¹¹

ห้างค้าปลีก	สัดส่วนผู้ถือหุ้นหลักจากต่างชาติ		สัดส่วนผู้ถือหุ้นหลักชาวไทย	
	กลุ่มธุรกิจ (สัญชาติ)	ร้อยละ	กลุ่มธุรกิจ	ร้อยละ
เทสโก้-โลตัส	Tesco (อังกฤษ)	92	กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์	8
บิ๊กซี	Casino (ฝรั่งเศส)	66	กลุ่มเซ็นทรัล	13
คาร์ฟูร์	Carrefour (ฝรั่งเศส)	40	SSCP Holding ⁽¹⁾	60
แม็คโคร	SHV (เนเธอร์แลนด์)	90	กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์	10

ที่มา: นิพนธ์ และคณะ (2545: ตารางที่ 2.5)

หมายเหตุ: (1) SSCP Holding ประกอบด้วยผู้ถือหุ้นชาวไทย แต่คาดว่าเป็นผู้ถือหุ้นแทน (Nominee) ของกลุ่มคาร์ฟูร์ (อ้างจาก นิพนธ์ และคณะ, 2545)

1.4 ขอบเขตการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือการพิจารณาพลวัตของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ โดยมุ่งศึกษาถึงบทบาทของสถาบันอื่นๆ นอกเหนือไปจากกลไกตลาด ที่มีผลต่อพลวัตของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทย ดังนั้น จึงสามารถแบ่งขอบเขตสำคัญได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ขอบเขตของบริษัทข้ามชาติ และขอบเขตด้านพื้นที่

¹⁰ ความเป็นเจ้าของพิจารณาจากผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทว่าเป็นกลุ่มธุรกิจต่างชาติหรือกลุ่มธุรกิจไทย ส่วนข้อมูลรายชื่อบริษัทค้าปลีกในระดับโลกมาจาก PricewaterhouseCoopers (1999) อ้างถึงในรายงานของ บมจ.สยามฟิวเจอร์ดีเวลอปเมนต์ (www.siamfuture.com/RetailBusCenter) และ www.planetretail.net (ดูตารางบริษัทค้าปลีกชั้นนำได้ในบทที่ 3)

¹¹ ในแง่พฤตินัย กิจการการค้าปลีกทั้งสี่รายล้วนมีกลุ่มทุนค้าปลีกข้ามชาติเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตาม ในแง่ของนิตินัยแล้ว บริษัทค้าปลีกข้ามชาติทั้งสี่รายล้วนจัดสรรสัดส่วนผู้ถือหุ้นเพื่อให้ดำรงสถานะเป็นบริษัทของคนไทย (ด้วยการใช้ Nominee ต่างๆ) เพื่อธำรงรักษาสีทาบอย่างไว้ ดังนั้น สัดส่วนของผู้ถือหุ้นไทยจึงมิได้มีนัยสำคัญใดๆ ต่อการตัดสินใจในการบริหารจัดการ (ดูรายละเอียดในบทที่ 4)

ขอบเขตด้านบรรษัทข้ามชาติ

จากการนิยามบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติที่มีการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยพบว่าประกอบด้วย 4 บริษัท อย่างไรก็ตาม ทั้ง 4 บริษัทยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรกคือ ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ เทสโก้-โลตัส บิ๊กซี และคาร์ฟูร์ และประเภทที่สอง คือ แคชแอนด์แคร์ ได้แก่ แม็คโคร

เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือการพิจารณาพลวัตของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ซึ่งจากการพิจารณาส่วนแบ่งรายได้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่นับตั้งแต่หลังวิกฤตเศรษฐกิจเป็นต้นมาและแนวโน้มการขยายตัวในอนาคต (จากภาพที่ 1.2 และ 1.3) แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตได้กลายเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญมากที่สุดในการบรรดาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เพราะมีการขยายตัวอย่างโดดเด่น อีกทั้งยังเป็นประเภทของธุรกิจค้าปลีกที่มีผู้ประกอบการเป็นบรรษัทข้ามชาติทั้งหมด ซึ่งเป็นพลวัตสำคัญที่เกิดขึ้นในระดับโลกอีกด้วย (ดูบทที่ 3) ดังนั้น การศึกษาคั้งนี้จึงจำกัดขอบเขตของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติเฉพาะในกลุ่มห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตเท่านั้น ซึ่งประกอบด้วยบรรษัทค้าปลีก 3 บริษัท คือ เทสโก้-โลตัส บิ๊กซี และคาร์ฟูร์

ขอบเขตด้านพื้นที่

เนื่องจากมรดกทางสถาบันที่สำคัญของเครือข่ายการค้าปลีกไทยนับตั้งแต่อดีตที่สำคัญประการหนึ่ง คือ มีการแบ่งตลาดระหว่างในส่วนกลางและในต่างจังหวัด (ดูรายละเอียดในบทที่ 4) รูปแบบและเงื่อนไขการขยายตัวของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในเขตเมือง คือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับในระดับท้องถิ่น จึงมีความแตกต่างกันอยู่ค่อนข้างมาก อีกทั้งงานศึกษาทั้งหมดที่มีอยู่ในประเทศไทยยังจำกัดอยู่เฉพาะในบริบทของกรุงเทพฯ และปริมณฑลเท่านั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อพลวัตการค้าปลีกไทยอย่างชัดเจนและครบถ้วน วิทยานิพนธ์นี้จึงแบ่งการศึกษาในกรณีของประเทศออกเป็น 2 ส่วนตามพื้นที่ ได้แก่ พลวัตการค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในบทที่ 4 และพลวัตการค้าปลีกในระดับท้องถิ่น ในบทที่ 5 ตามลำดับ

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

"...ความเป็นจริงแห่งสังคมศาสตร์นั้น ย่อมสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ จะพิจารณาจากเศรษฐกิจใดๆ หาได้ไม่..."

ป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2538: 178)

ประโยชน์ของการศึกษาในวิทยานิพนธ์นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ กล่าวคือ ประโยชน์ในระดับของการศึกษาเชิงประจักษ์ ประโยชน์ในระดับนโยบายทางเศรษฐกิจ และประโยชน์ในระดับการต่อยอดทฤษฎี

ในด้านการศึกษาเชิงประจักษ์ วิทยานิพนธ์นี้มุ่งเติมเต็มข้อจำกัดของวรรณกรรมการค้าปลีกไทยในปัจจุบันที่มีข้อจำกัดอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากขาดการทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะตัวของบรรษัท

ค้าปลีกข้ามชาติ และขาดการศึกษาพลวัตที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ การนำตัวแปรทางสถาบันเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ (Endogenous Variables) นอกจากจะเพิ่มความเข้าใจต่อผลลัพธ์ในเชิงประจักษ์แล้ว ยังนำไปสู่กระบวนการกำหนดโครงสร้างสิ่งจูงใจในเชิงนโยบายต่างๆ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในสังคมที่มีความสัมพันธ์ดำรงอยู่หลากหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลไกตลาดมิใช่ความสัมพันธ์เพียงรูปแบบเดียวในระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาเช่นไทย ที่บทบาทของประวัติศาสตร์ การเมือง และวัฒนธรรม ล้วนมีนัยสำคัญต่อพลวัตทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ การนำวรรณกรรมด้านเศรษฐศาสตร์สถาบันมาประกอบการศึกษาพัฒนาการทางเศรษฐกิจสังคมไทยภายใต้บทบาทของบรรษัทข้ามชาติ ยังเป็นการเพิ่มเติมองค์ความรู้ที่ได้รับการยอมรับจากวงวิชาการเศรษฐศาสตร์พัฒนาระดับนานาชาติ แต่ยังคงขาดแคลนงานศึกษาในประเทศไทย การเพิ่มเติมตัวแปรทางสถาบันจึงเป็นการเพิ่มเติมองค์ประกอบแห่งความจริงในการพิจารณาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมอย่างซับซ้อน และลดข้อจำกัดของการวิเคราะห์ทั้งวรรณกรรมของกลุ่มเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิกและเศรษฐศาสตร์กระแสรอง

1.6 ลำดับการนำเสนอผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องบทบาทของสถาบันและพลวัตบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทย จะเริ่มจากการศึกษาข้อจำกัดของวรรณกรรมที่มีอยู่ทั้งในงานเชิงประจักษ์และเชิงทฤษฎีเพื่อวางกรอบการศึกษาที่เหมาะสม (บทที่ 2) จากนั้นจะศึกษากระบวนการข้ามชาติของการค้าปลีกที่เกิดขึ้นในระดับโลกและพลวัตการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศว่ามีเงื่อนไขทางสถาบันเป็นปัจจัยสำคัญต่อผลลัพธ์อย่างไร (บทที่ 3) เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับกรณีของประเทศไทย ที่จะศึกษาแยกส่วนระหว่างพื้นที่เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (บทที่ 4) กับระดับท้องถิ่น (บทที่ 5) แล้วจึงนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งกรณีของต่างประเทศและไทยมาสังเคราะห์ร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปในเชิงประจักษ์ และอภิปรายในเชิงทฤษฎี (บทที่ 6) ตามลำดับกล่าวโดยสรุป เนื้อหาของวิทยานิพนธ์นี้จะแบ่งออกออกเป็น 6 บท ได้แก่

- บทที่ 1 บทนำ
- บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์และกรอบการศึกษา
- บทที่ 3 โลกาภิวัตน์ของการค้าปลีกและพลวัตในต่างประเทศ
- บทที่ 4 พลวัตของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- บทที่ 5 พลวัตของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในระดับท้องถิ่น
- บทที่ 6 บทสรุป