กระบวนการผังเมืองกับการค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ

Urban Planning and Global Trading.

*ผศ.ดร.ระหัตร โรจนประดิษฐ์
Rahuth Rodjanapradied

บทคัดย่อ

ในขณะที่ศูนย์การค้าข้ามชาติเข้ามาสร้างปัญหา และกอบโกยผลประโยชน์ในประเทศไทยซึ่งแม้แต่ในหลายประเทศในเอเชียก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกันนั้น ปัจจุบันพบว่านอกจากจะมีการรวมตัวต่อต้านห้างต่างชาติตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศแล้ว กลับมีประชาชนส่วนหนึ่งให้การสนับสนุนทั้งการแสดงความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์สื่อต่างๆ หรือการเขียนลงสื่ออิเลคทรอนิกส์ เพื่อเรียกร้องให้เห็นถึงการที่ประชาชนส่วนใหญ่ที่มีฐานะปานกลางและรายได้น้อยมีทางเลือกในการเลือกซื้อราคาถูกมีความสะดวกสบายจากห้างต่างชาติ และอ้างถึงร้านค้าของท้องถิ่นบางแห่งไม่ปรับปรุงคุณภาพสินค้าการบริการ รวมทั้งบางครั้งฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าในร้านค้าของตน กรณีการค้าปลีกค้าส่งข้ามชาตินี้เป็นการรุกรานทางเศรษฐกิจจากต่างชาติ จึงควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกรณีการค้าส่งค้าปลีกต่างชาติ เช่นเดียวกับ กกต–การเลือกตั้งหรือ กลต–ตลาดหลักทรัพย์ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอาจประกอบด้วยกรรมการผังเมือง ธุรกิจและท้องถิ่นมาคุมแผนเพื่อนำไปใช้และแก้ปัญหาในพื้นที่ของตน เพราะจะสามารถปรับยุทธศาสตร์แบบ Dynamic Strategy ต่อแผนกลยุทธ์ของต่างชาติ แทนที่จะให้กฎหมายที่เป็นแม่บท Static Strategy และไม่ทันต่อการปรับตัวทางการค้าของต่างชาติที่แปรผันกับกฎหมายของไทยที่เชื่องช้า โดยมีมาตรการฉบับย่อยที่แก้ปัญหาเฉพาะในพื้นที่เป็นยุทธศาสตร์หลัก และสามารถตรวจสอบกิจกรรมของกรรมการได้ อย่างไรก็ตามการให้อำนาจต่อคณะกรรมการท้องถิ่นในการปรับกลยุทธ์เพื่อต่อต้านห้างต่างชาตินั้น จะมีจุดอ่อนสำคัญที่การควบคุมการปฏิบัติงานให้มีความโปร่งใสซื่อสัตย์สุจริต และเห็นแก่ประโยชน์ของชาติเป็นหลัก มิฉะนั้นจะกลายเป็นช่องว่างที่ทำให้ห้างต่างชาติร่วมมือกับคณะกรรมการ เข้ามากำหนดกฎเกณฑ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อตนเองมหาศาล

---

*อาจารย์ประจำภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
E-mail : Rahuth.r@chula.ac.th

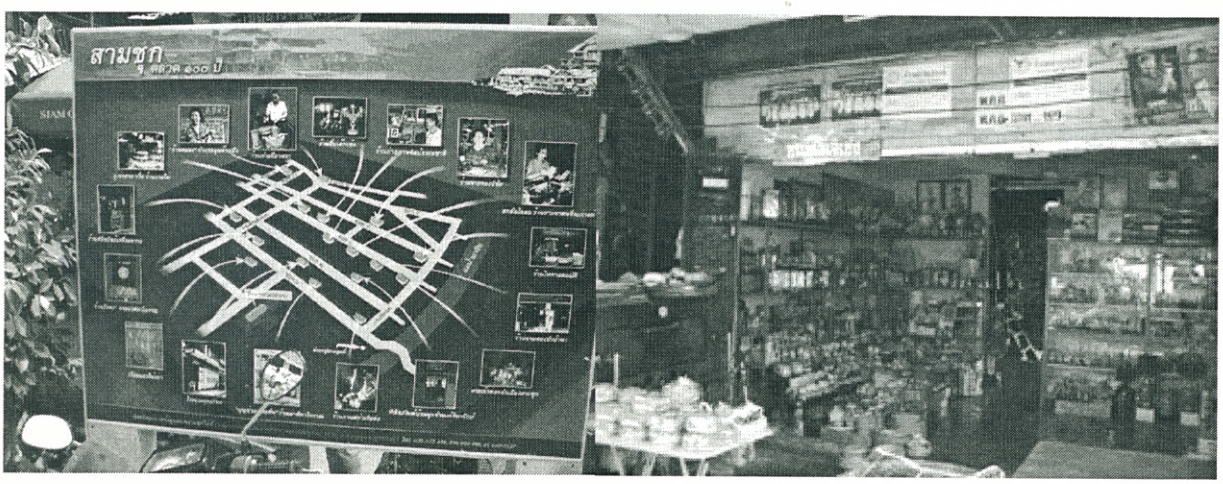
ในขณะที่ศูนย์การค้าข้ามชาติเข้ามาสร้างปัญหา และกอบโกยผลประโยชน์ในประเทศไทย ซึ่งแม้แต่ในหลายประเทศในเอเชียก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกันนั้น ปัจจุบันพบว่านอกจากจะมีการรวมตัวต่อต้านห้างต่างชาติตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศแล้ว กลับมีประชาชนส่วนหนึ่งให้การสนับสนุนทั้งการแสดงความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์สื่อต่างๆ หรือการเขียนลงสื่ออิเลคทรอนิกส์ เพื่อเรียกร้องให้เห็นถึงการที่ประชาชนส่วนใหญ่ที่มีฐานะปานกลางและรายได้น้อย มีทางเลือกในการเลือกซื้อราคาถูก มีความสะดวกสบายจากห้างต่างชาติ และอ้างถึงร้านค้าของท้องถิ่นบางแห่งไม่ปรับปรุงคุณภาพสินค้าการบริการ รวมทั้งบางครั้งฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าในร้านค้าของตน

ในประเทศมาเลเซียห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ของประเทศสามห้างต่อต้านไม่ขายหนังสือแฮรี่พรอตเตอร์เล่มสุดท้ายที่โด่งดังมาก เพราะห้างต่างชาติสองห้างลดราคาหนังสือต่ำมาก ในขณะที่เหตุการณ์เช่นนี้ยังไม่เกิดขึ้นในประเทศไทย ปัญหานี้สะท้อนให้เห็นถึงการที่ภาครัฐและภาคเอกชนไทยไม่แสดงข้อมูล ประเด็นการเสียผลประโยชน์มหาศาลของประเทศจากห้างต่างชาติในระยะยาว รวมทั้งไม่มีความชัดเจนในการแก้ปัญหาระดับมหภาค แต่ให้ปัดภาระประชาชนรายได้น้อยช่วยแก้ปัญหาปลายเหตุ ซึ่งทำให้พวกเขาต้องรับภาระในการเพิ่มค่าครองชีพของครอบครัว ในปัจจุบันกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆจะต้องนำมาใช้อย่างเข้มงวด ห้างค้าปลีกค้าส่งต่างชาติในต่างประเทศนั้นจะต้องสร้างกลางทุ่งนาที่ว่างเปล่าเพื่อลงทุนสาธารณูปโภคสาธารณูปการด้วยตนเอง ซึ่งผลลัพธ์กลับสามารถสร้างศูนย์กลางย่อยเป็นกลุ่มการพัฒนาประเทศโดยรวม แต่ในประเทศไทยนั้นห้างต่างชาติสามารถก่อสร้างกลางเมืองหลวงในที่ดินของส่วนราชการ ลดค่าใช้จ่ายการก่อสร้างสาธารณูปโภคสาธารณูปการ ทำให้สามารถลดราคาสินค้าต่ำกว่าร้านค้าของไทยได้อีกด้วย เมื่อภาคราชการละเลยห้างต่างชาติเช่นนี้แล้วจะให้ประชาชนเสียสละซื้อสินค้าราคาแพงเพื่อประเทศชาติได้อย่างไร

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่คือ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย รายได้ประชากรลดน้อยลง ทำให้แสวงหาของถูกคุณภาพปานกลาง ค้าปลีกขนาดใหญ่มีสินค้าหลากหลาย ราคาไม่แพง จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ประกอบกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิต ค่านิยม พฤติกรรมผู้บริโภค คนไทยต้องการความสะดวกสบาย ระบบระบายอากาศที่เย็นฉ่ำ ที่จอดรถที่กว้างขวางมียามรักษาการณ์ ปริมาณสินค้าหลากหลายชนิด ประการสำคัญเป็น One Stop Shop สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในสถานการณ์ปัจจุบันได้เป็นอย่างดีและครบถ้วน มีและเลือกใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย มีคุณภาพ มีจำนวนตามที่ต้องการ เช่น ระบบซอฟแวร์ด้านค้าปลีก ด้านการจัดเก็บสต๊อคสินค้า เครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ ฯลฯ สามารถจัดการด้านการตลาดให้ต้นทุนจำหน่ายสินค้าของตนต่ำกว่าคู่แข่ง มีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้ดีเยี่ยม สามารถบริหารจัดการสินค้าได้ดี มีการสำรองสินค้าในสต๊อคน้อยวันลง โดยการนำระบบซอฟแวร์ที่ทันสมัยมาใช้ระหว่างสาขาและสำนักงานใหญ่และเชื่อมโยงกับระบบจัดส่งสินค้า ของ DC (Distribution Center) ได้ดี (TDRI: 2549)

นวัตกรรมสำคัญที่ห้างต่างชาตินำมาใช้ได้แก่ Cross Docking คือ ระบบการสั่งซื้อรวมศูนย์มายังศูนย์กระจายสินค้า Distribution Center (DC) แล้วกระจายสินค้าไปยังสาขาทั่วประเทศด้วย

รถบรรทุกขนาดเล็ก วิธีนี้นอกจากจะประหยัดค่าขนส่งแล้วเพราะรถบรรทุกทุกเที่ยวมีระวางบรรทุกเต็มพิกัด ห้างยังสามารถซื้อสินค้าในราคาต่ำลง และสินค้าถูกส่งไปยังสาขาต่างๆภายในเวลาที่กำหนดได้ และระบบ EDI (Electronic Data Interchange) ซึ่งเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของร้านสาขากับ DC ของบริษัท และกับเครื่องคอมพิวเตอร์ของซัพพลายเออร์ภายในร้าน สินค้าทุกชิ้นที่จำหน่ายจะบันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์ ด้วยการใช้เครื่องอ่านเครื่องหมายบาร์โค๊ดที่ติดอยู่กับสินค้า วิธีนี้ทำให้บริษัทมีข้อมูลยอดขายสินค้าแต่ละชนิด ระบบนี้ถูกเชื่อมโยงโดยการใช้ดาวเทียม ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ ผู้ค้าปลีกสามารถเติมสินค้าที่หมดในทุกสาขาได้ทันการณ์ เพราะห้างรู้ว่าในแต่ละวันสินค้าชนิดใดขายได้เท่าไร สามารถสั่งสินค้าที่ขาดได้ทันที และต้นทุนของการกระจายสินค้าของผู้ค้าปลีกที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะต่ำกว่าคู่แข่งที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีนี้ถึงร้อยละ 1.5–2 (The Economist 4 March 2005) ผู้ค้าปลีกสามารถตรวจสอบยอดสินค้าคงคลังได้ทุกวัน เมื่อรู้ว่าสินค้าตัวใดขายดีหรือขายไม่ดี ก็สามารถเลือกสั่งสินค้าเฉพาะที่ขายได้และสามารถเติมสินค้าที่ขาดได้รวดเร็ว ผู้ค้าปลีกจึงไม่จำเป็นต้องถือสินค้าคงคลังไว้มากๆ (ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์, 2547)



ภาพประกอบ ตลาด 100 ปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

สรุปปัญหาสภาพการค้าปลีกค้าส่งปัจจุบันมีดังต่อไปนี้คือ

■ ห้างต่างชาติจะส่งผลเสียกับธุรกิจค้าปลีกค้าส่งของท้องถิ่น จะทำให้ชาวบ้านบริโภคเกินความจำเป็นต่อการครองชีพ ใช้กลยุทธ์ที่จะเสียภาษีให้น้อยที่สุด ทำให้มีการนำกำไรออกไปต่างประเทศจำนวนมาก แต่ร้านค้าในชุมชนจะนำกำไรมาหมุนเวียนในท้องถิ่นและมีการจ้างแรงงานในท้องถิ่น

■ ห้างต่างชาติจะทำให้ชาวบ้านเป็นหนี้บัตรเครดิตมากขึ้นโดยการอำนวยความสะดวกในการจับจ่าย มีระบบชำระออนไลน์ที่ทันสมัย ให้แก่ผู้มีรายได้ระดับกลางด้วยบริการบัตรเครดิตของห้างเอง

และเปิดรับการชำระด้วยบัตรเครดิตของทุกค่าย จะส่งผลให้ชาวบ้านเป็นหนี้บัตรเครดิตมากขึ้น

■ ห้างต่างชาติจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนเช่นเดียวกับโรงงานอุตสาหกรรม การนำสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าส่วนกลางมาพร้อมกับหีบห่อ ซึ่งจะกลายเป็นขยะจำนวนมหาศาล ทั้งย่อยสลายได้และย่อยสลายไม่ได้ และที่เป็นสารพิษอันตราย ซึ่งมีมากกว่าการค้าดั้งเดิมในพื้นที่การกำจัดขยะต้องใช้งบประมาณเพิ่มมากขึ้น ห้างต่างชาติจะทำให้ตลาดและร้านค้าปลีกเงียบเหงา คนเที่ยวเดินในห้างเพราะมีแอร์เย็นสะดวกสบาย ตลาดท้องถิ่นมีขนาดไม่ได้ใหญ่โตนัก พอถูกแย่งสัดส่วนไปก็จะเหลือลูกค้าไม่คุ้มต่อการประกอบกิจการต้องเลิกกิจการไปในที่สุด

■ ห้างต่างชาติจะมีกลยุทธ์ในการลดแลกแจกแถม โฆษณาชวนเชื่อ ลดราคาเป็นบางรายการบางโอกาส แต่กลับทำกำไรอย่ามหาศาลโดยการเอาเปรียบผู้ผลิต เกษตรกร ซัพลายเออร์โดยการกดราคา คิดค่าแรกเข้าสินค้า คิดค่าวางสินค้า ค่าโฆษณาและค่าประกันสินค้าจากซัพลายเออร์ ทำให้ต้นทุนของห้างต่ำกว่าราคาทุนตามความเป็นจริงในทางบัญชี จึงมีผลทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าสินค้าราคาถูก ในระยะยาวจะนำไปสู่การผูกขาดตลาด ผู้บริโภคจะถูกเอารัดเอาเปรียบ ขัดต่อหลักการค้าเสรีอย่างเป็นธรรม

■ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นคาดจะได้รับภาษีป้าย–ภาษีโรงเรือน จะจัดเก็บเฉพาะอาคารที่ประกอบธุรกิจ ซึ่งถ้าอาคารต่างชาติเพียงแห่งเดียวจะเสียภาษีโรงเรือนเท่ากับโกดังใหญ่หลังเดียวเท่านั้น แต่โรงเรือนร้านค้าทั้งตลาดนับรวมกันมากกว่า ถ้าภายหลังร้านค้าต้องเลิกกิจการไปมากๆ ก็อาจจะเก็บภาษีได้น้อยลงกว่าปัจจุบัน

■ ห้างต่างชาติตั้งเป็นรูปบริษัทจึงใช้เทคนิคทางบัญชี หรือช่องโหว่ของกฎหมายภาษีอากร ทำให้ไม่ต้องเสียภาษีเงินได้หรือเสียก็จะเสียให้น้อยที่สุดด้วยการจ้างนักกฎหมายและนักบัญชีที่มีความสามารถสูง ขณะที่ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถใช้เทคนิคทางบัญชีหักค่าใช้จ่าย หรือใช้วิธีการทางบัญชีเพื่อไม่ต้องจ่ายภาษีได้

■ ในการเข้าลงทุนของห้างต่างชาติในเขตต่างจังหวัด แม้จะถูกต่อต้านจากกลุ่มผู้ค้าในท้องถิ่นช่วงสองสามปีที่ผ่านมา แต่บริษัทได้อาศัยความได้เปรียบและความเชี่ยวชาญทางกฎหมายจึงสามารถเปิดบริการได้มากมายทั่วประเทศ จนคนทั่วไปมีความรู้สึกว่าการหยุดยั้งห้างต่างชาตินั้นเป็นไปไม่ได้แล้ว (จากเวปบอร์ดระนองต่อต้านห้างต่างชาติ, 2550)

ภาพประกอบ การประท้วงห้างต่างชาติ ของตลาด 100 ปี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

กฎหมายผังเมือง กับการค้าปลีกค้าส่งต่างชาติ

กฎหมายมีช่องโหว่อยู่มาก โดยเฉพาะ พ.ร.บ.ผังเมือง มาตรา 10 (2) กำหนดให้องค์การบริหารส่วนตำบล (อ.บ.ต.) สามารถประชุมออกข้อบัญญัติให้เปิดห้างขนาดใหญ่ได้ โดยส่งเรื่องขอความเห็นชอบต่อผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อเสนอต่อสำนักควบคุมอาคารตรวจสอบพิจารณาใน 60 วัน และส่งให้รัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติภายใน 30 วัน การที่กฎหมายเปิดช่องให้การอนุญาตเปิดค้าปลีกขนาดใหญ่อยู่ในมือของบุคคลเพียงคนเดียวเป็นเรื่องที่อันตรายเป็นอย่างยิ่ง ปัจจุบันมีกฎหมาย 2 ฉบับที่ควบคุมกิจการค้าปลีกค้าส่งคือ

1. กฎกระทรวงตามกฎหมายควบคุมอาคาร ซึ่งจะใช้บังคับการก่อสร้างในเขตผังเมืองรวมและเขตเทศบาลที่อยู่ใกล้เคียง คือ ห้ามกิจการค้าปลีก–ค้าส่งหรือซูเปอร์สโตร์ก่อสร้างในพื้นที่เกินกว่า 1,000 ตารางเมตร ในเขตเมืองชั้นในและบริเวณโดยรอบ แต่ห้างต่างชาติอาศัยช่องว่างของกฎหมายที่เปิดโอกาสให้ท้องถิ่น เช่น เทศบาล หรือ อ.บ.ต. ซึ่งเป็นหน่วยงานในท้องถิ่น สามารถที่จะออกเทศบัญญัติหรือข้อบังคับที่ขัดแย้งกับกฎกระทรวงฉบับนี้ได้ หากเป็นความต้องการของท้องถิ่น โดยมีห้างต่างชาติบางแห่งประสานงานผ่านทางผู้ปกครองท้องถิ่นที่ดูแลพื้นที่ เพื่อให้ใช้อำนาจออกเทศบัญญัติหรือข้อบังคับเพื่อจะขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขให้สามารถสร้างห้างต่างชาติได้ในพื้นที่เกิน 1,000 ตารางเมตร

2. ประกาศของกรมโยธาธิการและผังเมือง เรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ในการวางและจัดทำผังเมืองรวม ซึ่งออกมาตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน 2546 โดยกำหนดให้สามารถก่อสร้างได้ในพื้นที่ 300–1,000 ตารางเมตร กรณีที่จะสร้างเกินพื้นที่ 1,000 ตารางเมตร จะต้องทำตามเงื่อนไขปลีกย่อยอีก 10 ข้อ ที่มีการกำหนดไว้ อาทิ การสร้างอาคารต้องอยู่ติดกับ

ถนน 4 เลน หรือการที่กำหนดว่าจะต้องมีเขตทางห่างจากถนนไม่น้อยกว่า 40 เมตร ฯลฯ ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้กลับไม่มีผลตามความมุ่งหวัง เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มีทุนเป็นกุญแจสำคัญ เพื่อจะสร้างให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ได้

การที่กฎหมายต่างๆไม่ถูกนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะอิทธิพลผลประโยชน์ต่างๆ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐในท้องถิ่น มีความเกรงใจอิทธิพลของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ ขณะที่การรวมพลังของผู้ได้รับความเดือดร้อนในท้องถิ่นเพื่อสร้างแนวต้านไม่เข้มแข็งพอ พ.ร.บ.ผังเมืองใหม่มีการกำหนดเงื่อนไขการใช้พื้นที่ของแต่ละจังหวัด ซึ่งจะแตกต่างกันตามความต้องการของคนในพื้นที่ โดยเงื่อนไขที่กลุ่มค้าปลีกรายใหญ่เห็นว่าเป็นอุปสรรคมากที่สุดขณะนี้ คือ การกำหนดให้ค้าปลีกที่มีพื้นที่เกิน 1,000 ตารางเมตร ขึ้นไปอยู่ห่างเขตเมือง 15 กิโลเมตร แต่ในบางจังหวัดเห็นว่าเงื่อนไขดังกล่าวเป็นผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจในจังหวัด ก็สามารถยกเลิกเงื่อนไขดังกล่าวได้ ด้วยเกรงว่าจะเป็นอุปสรรคต่อการขยายค้าปลีกของคนไทยด้วยขณะนี้พบว่าค่ายค้าปลีกต่างชาติรายใหญ่ขยายสาขาได้ลำบากขึ้น จากกฎหมายผังเมืองใหม่ทำให้ไม่สามารถเร่งซื้อที่ดิน และขออนุญาตก่อสร้างจากคณะอนุกรรมการรายจังหวัดได้ ทำให้พบรูปแบบ ใหม่การทำธุรกิจใหม่ของค้าปลีกข้ามชาติ โดยเฉพาะกลุ่มดิสเคาน์ต์สโตร์ ที่เข้าไปเป็นพันธมิตรกับค้าปลีกคนไทยในท้องถิ่น เพื่อลดกระแสต้านค้าปลีกต่างชาติ กฎหมายผังเมืองใหม่ไม่ได้ห้ามเฉพาะค้าปลีกข้ามชาติขยายสาขาเท่านั้นแต่ได้ห้ามค้าปลีกคนไทยด้วย นอกจากนี้ในพื้นที่ที่มีดิสเคาน์ต์สโตร์รายใหญ่เปิดสาขาอยู่ก่อนแล้ว และรายใหม่ไม่สามารถเข้าไปขยายสาขาได้ ก็จะสร้างปัญหาในอนาคตได้เช่นกัน เนื่องจากไม่มีคู่แข่งขันในตลาด

ห้างต่างชาติแห่งหนึ่งได้รับผลกระทบจากกฎหมายผังเมืองมากที่สุด โดยเฉพาะเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับการห้ามเปิดค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่ค้าปลีกตั้งแต่ 1,000 ตารางเมตรจะต้องตั้งอยู่นอกเมืองและอยู่นอกเขตผังเมืองรวม โดยมีระยะห่างจากเขตเทศบาลที่อยู่ในเขตผังเมืองรวมไปตามแนวถนนสายหลักไม่น้อยกว่า 15 กม ซึ่งหากกฎหมายผังเมืองบังคับใช้ตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้จริง ห้างต่างชาติแห่งนั้นจะเสียโอกาสขยายสาขามากที่สุด เมื่อเทียบกับค้าปลีกรายอื่นๆ ที่ได้ขยายสาขาต่างจังหวัดก่อนไปแล้วหลายปี ส่วนพื้นที่ที่กฎหมายผังเมืองกำหนดให้ขยายสาขาในรัศมีห่างออกไป 15 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ที่ไม่สามารถขยายธุรกิจได้ เนื่องจากอยู่ไกลจากตัวเมืองปริมาณลูกค้าในพื้นที่มีจำนวนน้อยการเดินทางลำบาก ในพื้นที่ห่างไกลจะทำให้ลูกค้ามีต้นทุนเพิ่มขึ้น ดังนั้นการไปเปิดสาขาในพื้นที่ห่างจากตัวเมืองจึงไม่คุ้มค่าการลงทุน แม้ว่าราคาที่ดินห่างตัวเมืองจะราคาถูกกว่าในเมืองก็ตาม

ส่วนห้างต่างชาติอีกแห่งหนึ่งได้วางตัวเองเป็นศูนย์ค้าส่งที่ให้บริการร้านค้าทั่วไป มาซื้อสินค้าไปขายต่อ ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องขยายสาขาในเมืองก็ได้ แต่การออกมาขยายสาขาห่างจากตัวเมืองในระยะห่างเกินไป จะทำให้ลูกค้ามีต้นทุนการเดินทางสูง ดังนั้นการสร้างกำไรต่อหน่วยจะลดลงไปด้วย ในส่วนดังกล่าวได้สร้างผลกระทบให้กับเจ้าของพื้นที่ค้าปลีกและร้านค้ารายย่อย ที่มีทางเลือกซื้อสินค้าจากค้าปลีกได้น้อยลง เพราะโดยปกติดิสเคาน์ต์สโตร์จะขายสินค้าราคาแพงกว่าศูนย์ค้าส่งอยู่แล้ว กฎหมายผังเมืองใหม่ที่กำหนดระยะห่างจากเขตเมือง 15 กิโลเมตร ถือเป็นอุปสรรคขัดขวางการ

ขยายสาขาของห้างด้วยเช่นกัน เพราะหากการขยายสาขาที่ใช้งบลงทุนสูงหากเห็นแล้วว่าสาขาดังกล่าวไม่สามารถทำกำไรได้ ก็ไม่มีเหตุผลที่ห้างต่างชาติแห่งนั้นจะขยายสาขาไป เนื่องจากอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้นจะต้องมีเหตุผลเพียงพอที่จะตอบคำถามกับผู้ถือหุ้นให้ได้ว่าทำไมต้องลงทุนในสาขา ที่ไม่น่าจะสร้างกำไรได้ (ผู้จัดการรายวัน, 2 มิถุนายน 2549)

กลยุทธ์ Societal Marketing เพื่อลดกระแสการต่อต้านห้างต่างชาติในท้องถิ่น เช่น ตั้งมูลนิธินุนการศึกษา เน้นจัดอบรมเพื่อสังคม ตั้งตู้รับบริจาค และช่วยโชวห่วย เป็นต้น (บิสิเนสไทย, 9กันยายน 2549)

ภาพประกอบ กลุ่มห้างต่างชาติต้องรวมกันก่อสร้างในพื้นที่ห่างไกลชุมชน, Zurich Switzerland

ข้อเสนอแนะทางผังเมือง ทางกายภาพ และสังคมศาสตร์

การกำหนดด้านผังเมืองในต่างประเทศ มีหลักเกณฑ์ด้านการผังเมืองในเรื่องการค้าปลีกค้าส่งในประเทศที่พัฒนาแล้วทั่วโลกได้ใช้กันมานานแล้ว ซึ่งเป็นการกำหนดร้านค้า กิจการค้าทุกประเภท ตัวอย่างเช่น

■ **ลอนดอนหรือนิวยอร์ค** ถ้าจะประกอบกิจการค้าปลีกทุกประเภทจะต้องไปที่ Town Hall หรือที่ทำการท้องถิ่นเพื่อแจ้งข้อมูลของกิจการและพื้นที่อย่างละเอียด ซึ่งเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นจะมีข้อมูลเป็นระบบภูมิสารสนเทศ (GIS) แสดงพื้นที่ของเมืองในสเกลที่ละเอียดโดยจะบอกได้ว่ากิจการที่ขออนุญาตนั้นจะเกิดในพื้นที่ใดได้บ้าง มีขนาดไม่เกินเท่าใด

■ **ประเทศอังกฤษ** ในบางท้องที่ต้องมีการโหวตลงคะแนนของประชาชนว่าเห็นควรให้มีร้านค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในเมืองหรือชุมชนหรือไม่ มีกฎหมายพีพีจี 6 เป็นแนวทางการออกกฎเกณฑ์ เพื่อควบคุมการขยายตัวของค้าปลีกขนาดใหญ่ และที่สำคัญต้องศึกษาผลกระทบผู้ประกอบการรายเดิมอย่างจริงจัง

■ **ประเทศฝรั่งเศส** มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านค้าขายย่อยๆ มากมาย โดยนายกรัฐมนตรีของฝรั่งเศส นาย Monsier Raffarin ได้ใช้นโยบายที่ใช้ในการกำกับดูแลกิจการค้าปลีกในการหาเสียงเลือกตั้ง เรียกว่า Raffarin's Law เป็นกฎควบคุมที่ชัดเจนมากในหลักเกณฑ์ด้านการผังเมืองในเรื่องร้านปลีกค้าส่ง มีกฎหมายต่อต้านการขายสินค้าต่ำกว่าทุน มีบทลงโทษค่อนข้างรุนแรง และการกำหนดการขออนุญาตก่อสร้างสำหรับห้างสรรพสินค้าพื้นที่เกิน 300 ตารางเมตร จากเดิมต้องใหญ่กว่า 1,500 ตารางเมตร

■ **ประเทศเกาหลีใต้** รัฐบาลจะเลือกเปิดเสรีแบบค่อยเป็นค่อยไป และเครือข่ายผู้ผลิตในประเทศ ก็มีความเข้มแข็งพอต่อสู้กับห้างต่างชาติได้ และ เนื่องจากประเทศเกาหลีเป็นประเทศชาตินิยมรุนแรง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสำนึกต่อผลประโยชน์ของผู้ประกอบการท้องถิ่นโดยเฉพาะ อี-มาร์ท จึงยังครองตลาดเหนือต่างชาติอย่างต่อเนื่อง

■ **ประเทศเวียดนาม** ซึ่งเร่งพัฒนาเศรษฐกิจปัจจุบันให้ทันสมัยยังรู้จักปกป้องการค้าของชุมชนและธุรกิจรายย่อย การเปิดรับการลงทุนใหม่ก็จะมีกฎกติกาสร้างภูมิคุ้มกันเศรษฐกิจชุมชนและการค้าดั้งเดิม ห้างต่างชาติแห่งแรกที่ฮานอย ก็เพิ่งได้เปิดเมื่อกลางปี 2549 และกำหนดให้อยู่ในย่านเมืองใหม่ที่ไม่ใช่ชุมชนดั่งเดิม

■ **ประเทศญี่ปุ่น** รัฐบาลญี่ปุ่นมอบอำนาจการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม การศึกษา การสาธารณสุข ตลอดจนกิจการตำรวจ ให้ท้องถิ่นปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่วัยรุ่นคลั่งต่างชาติมาก เช่น การแต่งตัวและย้อมผมทองเป็นต้น ทำให้รัฐบาลไม่สามารถปล่อยให้เป็นไปตามกลไกตลาดได้ รัฐบาลจึงเข้าแทรกแซงโดยให้เป็นอำนาจของรัฐบาลท้องถิ่น ปัจจุบันการค้าของโลกต้องเป็นตลาดเสรี (WTO) กลุ่มทุนจากประเทศต่างๆสามารถไปเปิดร้านค้าในประเทศไหนก็ได้ แต่รัฐบาลญี่ปุ่นสร้างกฎเกณฑ์ว่า ห้างต่างชาติจะเข้าไปตั้งในเขตเทศบาลใดต้องผ่านความเห็นชอบของสภาเทศบาลนั้นก่อนตามกฎหมายการก่อสร้าง (Construction Law) และกฎหมายการจัดตั้งศูนย์การค้า (Shopping Center Law) สภาเทศบาลญี่ปุ่นจึงไม่อนุญาตให้ห้างต่างชาติเข้าไปตั้งในต่างจังหวัดได้เลย

รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ เสนอตั้ง "บริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด" ชื่อภาษาอังกฤษ Allied Retail Trade: ART เป็นหน่วยงานเอกชนดำเนินการโดยไม่แสวงหาผลกำไร เริ่มเปิดดำเนินการต้น ก.ย. 2545 มีหน้าที่หลักๆ อยู่ 2 ประการคือ ประการแรกการบริหารจัดการเพื่อให้ร้านค้าปลีกได้รับต้นทุนสินค้าที่ต่ำลง เพื่อไปต่อสู้กับค้าปลีกสมัยใหม่ และการพัฒนาร้านค้าปลีกดั้งเดิมให้มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น การพัฒนาร้านค้าที่แสดงออกมาก็คือ การเปลี่ยนรูปแบบของร้านโชวห่วยให้มีความทันสมัยมากขึ้น มีรูปแบบที่มีมาตรฐานเหมือนๆ กัน ซึ่งช่วยทำให้การทำตลาดเพื่อส่งเสริมร้านเออาร์ที สามารถกระทำได้ง่ายขึ้น (ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์, 2547)

กรณีบริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด Allied Retail Trade: ART นั้น พบว่ากรอบนโยบายดำเนินธุรกิจบริษัทเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยให้อยู่รอดและเข้มแข็ง โดยใช้วิธีการบริหารจัดการสมัยใหม่เข้ามาช่วยระบบการบริหารการจัดการเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำลงนั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนเป็นรูปธรรมจากรัฐบาล เพราะบรรดาสมาชิกร้านค้าปลีกเองจะไม่สามารถระดมทุนมหาศาลต่อสู้กับห้างต่างชาติได้ และการเปลี่ยนรูปแบบของร้านโชวห่วยให้มีความทันสมัยมากขึ้นนั้น เป็นการแก้ปัญหาปลายเหตุ เนื่องจากรูปแบบหน้าร้านค้าที่ดีขึ้นยังไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจของประชาชน ในการเลือกเข้าซื้อของจากร้านค้ารายย่อยกับการเข้าในห้างสรรพสินค้าต่างชาติ ร้านโชห่วยท้องถิ่นเองก็ต้องเร่งพัฒนาตัวเอง ใช้ความได้เปรียบในการใกล้ชิดลูกค้าในท้องถิ่น สังเกตความต้องการ เพื่อเสนอสินค้าให้ตรงตามต้องการมากที่สุด ต้องให้บริการที่เป็นมิตรกับลูกค้า ขายสินค้าราคาไม่แพงเกินไป จนชาวบ้านติดภาพว่าขายของแพง จัดร้านให้สะดวกสบายสะอาดน่าเข้า และที่สำคัญควรจัดโปรโมชั่นตามโอกาสที่เหมาะสมบ้าง เช่น สินค้าบางอย่างที่มีต้นทุนไม่สูงมาก หรืออาจเป็นสินค้าที่ขายยาก ขายร่วมกับสินค้าที่มีกำไรมาก

กรณีการค้าปลีกค้าส่งข้ามชาตินี้เป็นการรุกรานทางเศรษฐกิจจากต่างชาติ จึงควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกรณีการค้าส่งค้าปลีกต่างชาติ เช่นเดียวกับ กกต–การเลือกตั้งหรือ กลต–ตลาดหลักทรัพย์ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอาจประกอบด้วยกรรมการผังเมือง ธุรกิจและท้องถิ่นมาคุมแผนเพื่อนำไปใช้และแก้ปัญหาในพื้นที่ของตน เพราะจะสามารถปรับยุทธศาสตร์แบบ Dynamic Strategy ต่อแผนกลยุทธ์ของต่างชาติ แทนที่จะให้กฎหมายที่เป็นแม่บท Static Strategy และไม่ทันต่อการปรับตัวทางการค้าของต่างชาติที่แปรผันกับกฎหมายของไทยที่เชื่องช้าโดยมีมาตรการฉบับย่อยที่แก้ปัญหาเฉพาะในพื้นที่เป็นยุทธศาสตร์หลัก และสามารถตรวจสอบกิจกรรมของกรรมการได้ อย่างไรก็ตามการให้อำนาจต่อคณะกรรมการท้องถิ่นในการปรับกลยุทธ์เพื่อต่อต้านห้างต่างชาตินั้น จะมีจุดอ่อนสำคัญที่การควบคุมการปฏิบัติงานให้มีความโปร่งใสซื่อสัตย์สุจริตและเห็นแก่ประโยชน์ของชาติเป็นหลัก มิฉะนั้นจะกลายเป็นช่องว่างที่ทำให้ห้างต่างชาติร่วมมือกับคณะกรรมการเข้ามากำหนดกฎเกณฑ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อตนเองมหาศาล

การสร้างแบรนด์สินค้าหรือใช้แบรนด์สินค้าต่างชาติในการผลิต เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการค้าในตลาดโลก สินค้าเหล่านี้สามารถแข่งขันกับสินค้ามาตรฐานของประเทศต่างๆได้เป็นอย่างดี แต่การไม่มีแบรนด์ของไทยทำให้ประชาชนไม่มีทางเลือกที่จะซื้อสินค้าของไทย ยุทธศาสตร์การผลิตการค้าควรต้องปรับปรุงโดยยังคงใช้แบรนด์ต่างชาติในการส่งออกสินค้า ส่วนภายในประเทศเราสามารถสร้างสินค้าแบรนด์ไทยราคาประหยัดสำหรับคนไทย ประชาชนจะมีทางเลือกซื้อสินค้าไทยใช้สอยภายในประเทศ ต้องพัฒนาสินค้าประจำวันแบรนด์ไทยให้ประชาชนสามารถเลือกใช้ได้ เช่นสบู่ ยาสีฟัน จนถึงผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ ในชื่อไทยอย่างชัดเจน ปัจจุบันประชาชนสับสนสินค้าไทยชื่อต่างชาติและสินค้าต่างชาติชื่อไทยเป็นต้น มีประชาชนไทยจำนวนมากต้องการใช้สินค้าไทยโดยใช้ของถูกและมีคุณภาพมาตรฐาน และมีความภูมิใจว่าได้ใช้ของไทยช่วยประเทศชาติทางอ้อมต่อไป อาจไม่ใช่ความผิดของผู้บริหารประเทศที่ไม่ให้

ความสำคัญกับการค้าข้ามชาติ ไม่ใช่ความผิดของผู้นำท้องถิ่นที่ต้องการรายได้เฉพาะหน้าเข้าหน่วยงานก่อน ไม่ใช่ความผิดของผู้ประกอบการไทยที่แสวงหากำไรจากการร่วมมือกับห้างต่างชาติ และไม่ใช่ความผิดของประชาชนที่ต้องการซื้อสินค้าราคาถูกสะดวกสบาย แต่การละเลยหน้าที่ของตนคนละเล็กคนละน้อยเหล่านี้อาจก่อให้เกิดความหายนะต่อเศรษฐกิจของชาติในอนาคตก็เป็นได้

Bibliography

BACON N. Edmund (1978) **Design of Cities,** Thames and Hudson, UK

BENTLEY, Ian, et al (1985) **Responsive Environments: A Manual for Designers,** Oxford: Butterworth Architecture, UK

DETR: Department of the Environment Transport and the Regions (1999) **Revision of Planning Policy Guidance Note 12: Development Plans,** Public consultation draft, UK

SIMMONDS, Roger et. al (2000) **Global City Regions: Their Emerging Forms,** Spon Press, London, UK