

บทที่ 2

วิวัฒนาการและประเภทของธุรกิจค้าปลีก

การค้าปลีก (Retail) หมายถึงกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าหรือการให้บริการแก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการขายครั้งละมากๆ หรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งอาจจะเป็นผู้ทำการค้าปลีกเองก็ได้ หรืออาจจะขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางที่เรียกว่า ยี่ปั้ว ซาปั้ว ไปสู่ร้านค้าปลีกในที่ต่างๆ เป็นทอดๆ ไปถึงผู้บริโภคก็ได้ ธุรกิจค้าปลีก เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนไทยมาช้านาน เริ่มแรกจะมีลักษณะเป็นร้านค้าย่อย อยู่ตามตึกแถวซึ่งตั้งอยู่ในเขตชุมชน เช่น ร้านขายของใช้ เสื้อผ้า รองเท้า ร้านขายของเบ็ดเตล็ด หรือร้านขายของชำขนาดเล็ก หนึ่งคูหาหรือสองคูหา การจำหน่ายสินค้าก็จะมีการแข่งขันกันในตลาดเดียวกัน ซึ่งเป็นการถ่วงดุลกันทางด้านราคา หรือถ้าสินค้ามีความต้องการซื้อของผู้บริโภคสูง ก็จะมีร้านอื่นๆ นำสินค้ามาขายแข่งกันเองทำให้ราคา จะเป็นไปตามกลไกการตลาดแข่งขันเสรีซึ่งในหลักเศรษฐศาสตร์เชื่อว่าจะสร้างราคาให้เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และผู้บริโภคก็จะได้รับการคุ้มครองด้วยกลไกดังกล่าว การบริหารร้านค้าแต่ละร้านก็จะบริหารอย่างง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อนและมีต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจต่ำกว่าระบบธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีรูปแบบการบริหาร ขนาดพื้นที่ และวิธีการจัดซื้อ ขนส่ง และจัดจำหน่ายสินค้าต่างกัน ไปโดยมีการจำแนกย่อยออกเป็นหลายประเภทซึ่งมีชื่อเรียกต่างๆ กันดังจะได้กล่าวต่อไปในบทนี้

1. วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกต่างประเทศ

วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกในต่างประเทศ ซึ่งเริ่มวิวัฒนาการมาจากร้านเล็กๆ ทั่วไปอย่างในหลายๆ ประเทศ ส่วนที่จะแตกต่างกันก็คือสภาพความเป็นอยู่ วัฒนธรรม จารีตประเพณี ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพื่อสนองต่อความต้องการต่อการอุปโภคและบริโภคของประชาชน ตามสภาพแห่งท้องถิ่นของแต่ละประเทศ เช่น ในประเทศที่มีภูมิอากาศหนาวเย็นประชาชนก็จะต้องซื้ออาหารของใช้จำนวนมากๆ เพื่อจะใช้ได้ตลอดฤดูหนาว ร้านขายปลีกก็จะมีลักษณะที่เก็บสินค้าจำนวนมากๆ เพื่อรองรับกับปริมาณการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นวัฒนธรรมอีกอย่างที่เกิดจากสภาพ

ภูมิอากาศ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาระบบการคมนาคม การสื่อสารที่รวดเร็วสะดวกสบายยิ่งขึ้น รูปแบบการค้าปลีกก็พัฒนาตามไปด้วยโดยมีการผสมระบบการขนส่งเข้าไปด้วยจนกลายมาเป็นรูปแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่อีกประเภทหนึ่ง เช่น การเกิดขึ้นของร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ชื่อว่า เซเว่น-อีเลเว่น (Seven-eleven) ก็มีประวัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2470 ได้มีบริษัท เซาท์แลนด์ ไอซ์ (เซาท์แลนด์ คอร์ปอเรชั่น) เริ่มต้นกิจการผลิตและจัดจำหน่ายน้ำแข็งที่เมืองดัลลัส มลรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้นำสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ มาจำหน่าย เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าไปพร้อมๆ กันด้วย ต่อมาจึงเปลี่ยนชื่อเป็น “Tote'm Store” และในปี พ.ศ. 2489 ได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น เซเว่น-อีเลเว่น เพื่อรองรับการขยายกิจการนี้ และสื่อถึงเวลาที่เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่ 07.00-23.00 น. นับจากนั้นเป็นต้นมา เซเว่นอีเลเว่นกลายเป็นรูปแบบการค้าปลีกที่ได้รับความนิยม จนมีการขยายสาขาไปทั่วโลก ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ธุรกิจค้าปลีกพัฒนารูปแบบไปสู่ความเป็นต้นแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในรูปแบบร้านสะดวกซื้อในปัจจุบันและร้านเซเว่นอีเลเว่น ก็เป็นร้านสะดวกซื้อที่มีสาขามากที่สุดทั่วโลกจำนวน 26,898 แห่ง (บริษัท ซี.พี. เซเว่นอีเลเว่น จำกัด (มหาชน), ออนไลน์, 2549)

2. วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกไทย

ธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมของไทยการจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตจะสามารถเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้บริโภคได้ จะต้องมิช่องทาง การจัดจำหน่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าจึงเป็นกลไกหนึ่งที่มีความสำคัญในการนำสินค้าอุปโภค และบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของประชาชน โดยหน้าที่การค้าปลีก คือการจัดหาสินค้ามาเพื่อการขายต่อประชาชนหรือผู้บริโภคโดยตรง การจัดการเกี่ยวกับการบริการ การซ่อมแซม การส่งคืนสินค้า การเก็บรักษาสินค้า รวมถึงการขนส่งโดยรูปแบบเก่าเป็นพื้นฐานของช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า ไปถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้ายด้วย

ธุรกิจการค้าปลีกจึงเป็นกลไกการตลาดที่สำคัญที่สุด ในการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรงและสำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ช่วงก่อนปี พ.ศ.2500 รูปแบบการค้าปลีกมีลักษณะเพียงร้านค้าห้องแถว ต่อมาพ่อค้าคนจีนเป็นผู้ริเริ่มนำเอาแนวคิดการค้าปลีกแบบตะวันตกเข้ามาพัฒนาการจำหน่ายสินค้า ทำให้เกิดห้างสรรพสินค้าครั้งแรกในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2501-2510 ความนิยมในธุรกิจการค้าแบบห้างสรรพสินค้าทำให้เกิดห้างสรรพสินค้าขึ้นมาอีกหลายแห่ง รวมทั้งซูเปอร์มาเก็ตที่ไม่อยู่ในห้างสรรพสินค้าก็เริ่มเกิดขึ้นในช่วงนี้เช่นเดียวกัน

ในช่วงปีพ.ศ.2511-2517 ห้างสรรพสินค้าได้มีการพัฒนาครั้งใหญ่โดยเริ่มมีการสร้าง ศูนย์การค้าที่มีห้างสรรพสินค้าและร้านค้าอยู่ในอาคารเดียวกัน ศูนย์การค้าที่ว่านี้ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์

ในช่วงปีพ.ศ.2520-2527 ช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์นอกจากประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าและร้านค้าแล้ว ยังมีอาคารสำนักงาน โรงแรม โรงภาพยนตร์ สวนสนุก และศูนย์อาหารประกอบอยู่ด้วย

ในช่วงปีพ.ศ.2530-2536 เป็นช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการจัดจำหน่ายก็มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยได้มีการริเริ่มพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหลายประเภท เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านค้าประเภทบริการตัวเอง (Cash & Carry)

ในช่วงปีพ.ศ. 2537-2539 กล่าวได้ว่าเป็นช่วงที่ช่องทางการจัดจำหน่ายได้มีการพัฒนาไปอย่างสูงรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าประเภทจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง (Category Killer)

จากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ได้กล่าวมาข้างต้น ได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคและการใช้จ่ายเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันผู้หญิงหันมาทำงานนอกบ้านกันมากขึ้น ประกอบกับปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพฯ ก่อให้เกิดความต้องการใหม่ๆ เกิดขึ้น ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อระบบการจัดจำหน่ายสินค้า ความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สำคัญ คือการจับจ่ายใช้สอย โดยผู้บริโภคหันมานิยมใช้จ่ายหรือซื้อสินค้าคราวละมากๆ และลดจำนวนครั้งของการไปจับจ่ายลง เพื่อประหยัดเวลาและค่าเดินทาง สถานที่ซื้อสินค้าเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการซื้อที่ตลาดสด มาเป็นการซื้อสินค้าตามซูเปอร์มาร์เก็ตหรือห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ซึ่งสะดวกสบายและสะอาดกว่า การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้รูปแบบของธุรกิจค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าประเภทบริการตนเอง และร้านค้าขายปลีกขนาดใหญ่ ที่มีสินค้าอุปโภคบริโภคหลากหลาย (Hyper Market) ขยายตัวอย่างรวดเร็ว

ในอดีตธุรกิจค้าปลีกหรือร้านค้าปลีกจะเป็นธุรกิจเจ้าของเดียว และจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง เช่นร้านขายยา ร้านขายปุ๋ย แผงลอยในตลาด ร้ายขายพลาสติก หมู เนื้อ ไก่ ของใช้ ถ้วยชาม หรือของเบ็ดเตล็ด ร้านขายของชำหรือร้านโชห่วย สินค้าก็จะถูกนำมาจากแหล่งผลิตผ่าน มาทางยี่ปั้ว ซาปั้ว ซึ่งเป็นผู้ค้าส่งมาก่อนมาถึงผู้ประกอบการค้าปลีก เพื่อมาขายต่อให้ถึงมือประชาชนผู้บริโภค ร้านค้าปลีกเหล่านี้จึงเป็นร้านค้าปลีกย่อยและมีจำนวนมาก

ต่อมาได้เกิดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งมีการพัฒนามาหลายรูปแบบ ทั้งร้านขนาดเล็กในรูปแบบสาขา ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือคอนวีเนียนสโตร์ และขนาดใหญ่ใช้พื้นที่มากกว่า 1,000 ตารางเมตร หรือหลายพันตารางเมตร มีวิธีการบริหารจัดการที่ลดต้นทุนสินค้า และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่

จำเป็นออกไป ลดการพึ่งพาผู้ค้าส่งในระบบเก่า ที่เรียกว่า ยี่ปั้ว ซาปั้ว เพื่อเป็นการลดต้นทุนสินค้า โดยใช้วิธีให้ซัพพลายเออร์ (ผู้ค้าส่งรูปแบบใหม่ที่จัดส่งสินค้าให้กับห้างในสินค้าเฉพาะสินค้าบางตัว หรือบางรายก็เป็นผู้ผลิตเอง) มาประมูลแข่งขันกันให้ได้เงื่อนไขดีและราคาต่ำ ห้างสมัยใหม่ได้มีการนำเข้าเทคโนโลยีและเงินลงทุนหมุนเวียนจากต่างประเทศ รวมทั้งสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center: DC) ทำให้ขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำลง และมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์มากขึ้น ประกอบกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคชาวไทยได้เปลี่ยนแปลงไปตามรายได้ที่เพิ่มขึ้นและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ได้เข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างมาก จนธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหลายประเภทรวมถึงร้านโชวห่วย ต้องเลิกกิจการ ไปเป็นจำนวนมาก จนมีจำนวนสถิติร้านค้าลดลงอย่างรวดเร็ว โดยถูกแทนที่ด้วยธุรกิจร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่ หลายประเภทหลายขนาดอย่างรวดเร็ว

สำหรับจุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีก ได้เกิดขึ้นเมื่อกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ ภายใต้การนำของ นายธนินท์ เจียรวนนท์ ได้ก้าวเข้ามาในธุรกิจประเภทร้านสะดวกซื้อ ภายใต้ชื่อ “7-Eleven” และร่วมลงทุนกับบริษัท เอสเอชวี โฮลดิ้ง (SHV Holding) จากประเทศเนเธอร์แลนด์ เปิดค้าปลีกประเภทคลังสินค้าขนาดใหญ่ (Warehouse) ในชื่อแมคโคร ซึ่งค้าปลีกทั้งสองประเภทจึงนับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญ ของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

3. ความแตกต่างระหว่างค้าปลีกรายย่อยกับค้าปลีกสมัยใหม่

จากการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกไปในเชิงส่งเสริมธุรกิจสมัยใหม่ที่กล่าวมาแล้ว จนทำให้มีการขยายตัวในหลายรูปแบบ ได้ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ได้เปรียบเสียเปรียบกันมากขึ้นระหว่างผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยที่มีอยู่เดิม ที่ผู้บริหารในรัฐกล่าวว่าถ้าหลังไม่พัฒนากับธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ ที่มีรูปแบบสวยงาม มีทุนมหาศาล มีอำนาจที่จะจูงใจประชาชนผู้บริโภคและรัฐให้สนับสนุนส่งเสริมออกกฎหมายเพื่อเอื้อประโยชน์ในการลงทุน โดยคาดหวังว่าจะมาเป็นผู้สร้างความเจริญให้ประเทศและนำเทคโนโลยีมาให้ แต่ที่ผ่านมามองเห็นได้ว่าเข้ามาสร้างปัญหาให้กับระบบเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอันเก่าแก่ดั้งเดิมจนสิ้นไป ผลกระทบที่มองเห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งคือ การล้มเลิกกิจการของร้านโชวห่วยจำนวนมาก ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมที่มีทุนไม่มาก แต่เป็นทุนซึ่งพอใช้บริหารแบบเศรษฐกิจพอเพียง ไม่ต้องซื้อเทคโนโลยีมากนัก ไม่ต้องเสียค่าลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรหรือหรือเครื่องหมายการค้าให้ต่างชาติเปล่าๆ ประเทศก็ไม่ต้องเสียดุลทางการค้า แต่จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้ธุรกิจการค้าปลีกรายย่อยไม่อาจจะแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่

ที่มีทุนจากต่างประเทศได้ ทำให้ธุรกิจค้าปลีกขยายต้องปิดตัวเองเลิกกิจการ ไปจำนวนอย่างน่ากลัว ส่วนที่ยังไม่ปิดตัวก็ต้องตกอยู่ในฐานะที่ลำบาก จึงมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกเป็นเครือข่าย ที่จะร่วมมือกันเรียกร้องเพื่อขอให้รัฐบาลได้มีมาตรการให้ความช่วยเหลือ จนเป็นข่าวติดต่อกันมาหลายปีแต่ก็ยังไม่มีการแก้ไขให้เป็นรูปธรรมแต่อย่างใด ดังจะเห็นได้จากข่าวสารและบทความต่างๆ ที่เผยแพร่ทางสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และข่าวทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

จากบทความของ ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง บรรยายว่า

ผมเกิดและเติบโตในตลาดสดเจ้าโรงทอง อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง มองเห็นตลอดมาว่า “ตลาดสดเจ้าโรงทอง” เป็นมากกว่าร้านค้าร้านหนึ่ง เพราะประกอบด้วยร้านค้าต่าง ๆ นานา เป็นตึกแถวไม้เก่า เรียงรายติดต่อกันเป็นแนว แต่ละร้านขายสินค้าจับตาแตกต่างกัน บางร้านก็ขายของคล้ายๆ กัน แต่รวมๆ แล้ว ยังพูดได้ว่า อยากได้อะไรที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต ก็สามารถหาได้จนครบที่ “ตลาดสดเจ้าโรงทอง” นี้เอง แท้จริงแล้ว “ตลาดสดเจ้าโรงทอง” จึงไม่ต่างจาก “ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่” ที่มีสินค้าแผนกต่างๆ คอยให้บริการ จัดพื้นที่เป็นหมวดหมู่ แบ่งเป็นแถวแนว คล้ายๆ กัน ข้อแตกต่างกันประการสำคัญอยู่ที่ว่า

ความเป็นเจ้าของ ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ หรือห้างสรรพสินค้าข้ามชาติจะเป็นธุรกิจของนักธุรกิจหรือกลุ่มทุนใหญ่ๆ เพียงเจ้าเดียว หรือไม่ก็ราย อย่างห้างเทสโก้โลดัส ก็เป็นของฝรั่งต่างชาติ ร่วมกลุ่มทุนในเครือซีพี (เครือเจริญโภคภัณฑ์) ในห้างเทสโก้โลดัส จะจัดแบ่งเป็นแผนกตามชนิดสินค้า แต่ทุกๆ แผนก ทุกๆ ร้าน ก็อยู่ภายใต้อำนาจบริหารจัดการของเทสโก้โลดัส ขึ้นกับการตัดสินใจของผู้บริหารคนเดียว (CEO.) และอิทธิพลการตัดสินใจของซีพี ยิ่งกว่านั้นสินค้าหลายๆ ชนิด มักจะมียี่ห้อของเทสโก้โลดัสเอง คือนอกจากจะทำธุรกิจขายสินค้าแล้ว ยังหากินกับการผลิตสินค้าขายเองด้วย พูดง่ายๆ ว่า “ทุนกระจุกตัว” อยู่ที่เจ้าของเทสโก้โลดัส และ “กำไรก็กระจุกตัว” อยู่ที่เจ้าของเทสโก้โลดัส

แตกต่างจาก “ห้างตลาดสดเจ้าโรงทอง” เพราะตลาดสดเจ้าโรงทองประกอบด้วยร้านค้า นานา ที่พ่อค้าแม่ขายนับร้อยครอบครัวเป็นเจ้าของร้านเอง ค้าขายได้กำไรหรือขาดทุน เจ้าของร้าน และครอบครัวก็รับกันไป ไม่มีใครเป็น ซีอีโอใหญ่ที่จะสามารถสั่งปลดใครออกจากชุมชน หรือจะสั่งให้ทุกร้านฮั้วกันขึ้นราคาก็ไม่ได้ ตรงกันข้ามแต่ละร้านกลับต้องแข่งขันกันเองอยู่ในที่ที่ทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์ พูดง่ายๆ ว่า “ทุนกระจายตัว” ไปตามครอบครัวที่เป็นเจ้าของร้านแต่ละร้าน ส่วน “กำไรก็กระจายตัว” ไปตามเจ้าของรายเล็กรายน้อยรวมๆ แล้วหลายร้อยครอบครัว หลายพันชีวิต เลี้ยงชีวิตให้เติบโตใหญ่อยู่ใน “ห้างตลาดสดเจ้าโรงทอง” แห่งนี้ แต่ละคนอยู่ในฐานะสมาชิกครอบครัวหนึ่งของชุมชนไม่ใช่ในฐานะลูกจ้างของห้างข้ามชาติทำให้เศรษฐกิจมีการหมุนเวียน

ภายในชุมชน เพราะเจ้าของร้านหนึ่งก็จะเอาเงินที่ขายสินค้าของตนได้ ไปซื้อของอีกร้านหนึ่ง เกือบหนุนเกือบกลืนภายในชุมชนถึงเวลางานบุญงานบวช ก็ถึงกันตลอดทั้งชุมชน มีอะไรก็ฝากผีฝากไข้กันได้

แตกต่างกับกรณีของห้างใหญ่ข้ามชาติ ลูกจ้างแต่ละแผนกจะซื้อสินค้าจากห้างใหญ่ข้ามชาติ ผลประโยชน์ก็เข้าสู่กระเป๋านายห้าง ลูกจ้างแต่ละคนต้องฝากชีวิตไว้กับซีอีโอของห้างข้ามชาติ

การพัฒนาชุมชน ความเป็น “ชุมชนร้านค้า” ของ “ห้างตลาดศาลเจ้าโรงทอง” เกือบหนุนกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นยิ่งกว่าการเป็น “ห้างสรรพสินค้าข้ามชาติ” ในชุมชนร้านค้าตลาดศาลเจ้าโรงทองมีความเป็นเจ้าของกระจายตัว ผลประโยชน์กระจายตัว แต่ละคน แต่ละครอบครัว มีความเป็นอิสระ มีเสรีภาพในการดำรงชีวิต ไม่มีซีอีโอ หรือนายห้างมาสั่งการหรือมีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจ ชาวชุมชนร้านค้าจึงมีเจตจำนงเสรีในการตัดสินใจเป็นตัวของตัวเอง และมีส่วนร่วมในทางการเมือง การพัฒนาสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ผิดกับการเป็นลูกจ้างของห้างสรรพสินค้าข้ามชาติ ต้องอยู่ภายใต้อำนาจค้ำของนายห้าง ไม่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่ ต้องทำตามนโยบายของซีอีโอ

การเป็นชุมชนร้านค้าจึงเอื้อต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีหลักสำคัญอยู่ที่การพัฒนาคนในท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นมีโอกาสพัฒนาความคิด การตัดสินใจ กระจายอำนาจ และกระจายผลประโยชน์ เพื่อให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผมรู้สึกที่ตัวเอง โชคดีที่ได้เกิดและเติบโตขึ้นมาในชุมชนร้านค้าเล็กๆ ในตลาดศาลเจ้าโรงทอง ทำให้มีโอกาสเรียนรู้ ใช้ชีวิตและพัฒนาตนเอง โดยไม่ต้องตกอยู่ภายใต้อำนาจอุปถัมภ์ของนายห้าง หรือกลุ่มทุนธุรกิจเชิงฟิชี

ผมรู้สึกใจหาย เมื่อทราบว่าขณะนี้ห้างสรรพสินค้าโลตัสกำลังจะไปเปิดบริการแข่งขันกับชุมชนร้านค้าตลาดศาลเจ้าโรงทอง ที่อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง วุฒิบแรกนี่ถึงชุมชนร้านค้าตลาดศาลเจ้าโรงทอง เพิ่งจะประสบอัคคีภัยร้ายแรง เมื่อวันที่ 26 ธันวาคมที่ผ่านมา จนบัดนี้ก็ยังไม่มีฟื้นตัว ยังเป็นเหมือนคนป่วยอยู่ระหว่างการพักฟื้น ถูกจุ่มโจมตียับยั้งเพราะอยู่ๆ ห้างโลตัสก็เร่งรัดขออนุญาตจากทางเทศบาลเสียก่อนเพื่อก่อสร้างโดยเร็วโดยอาศัยชั้นเชิงทางธุรกิจและเหลี่ยมกฎหมาย ในจังหวัดที่ทางเทศบาลเอง ก็ตั้งรับไม่ทัน เพราะยังไม่มีกฎหมายเรื่องผังเมืองควบคุม แม้จะมีเทศบัญญัติระบุ ห้ามมิให้ก่อสร้างห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่กว่า 1,000 ตารางเมตร ในเขตชุมชนเล็กๆ นี้ แต่ทางเทศบาลโลตัส ก็ใช้วิธีก่อสร้างแบ่งเป็นหลายอาคารหลายบริษัท เพื่อเลี่ยงข้อห้ามดังกล่าว ครั้นเทศบาลจะออกกฎหมายมาคุ้มครองภายหลัง ก็อาจจะถูกโลตัสฟ้องร้องศาลปกครองว่ากีดกันเลือกปฏิบัติขณะนี้จึงเป็นปัญหากันอยู่ในระดับท้องถิ่นผมจึงมองเห็นทางออกเพียง 2 ทาง

ชุมชนท้องถิ่นเดิม จะต้องเข้มแข็ง ใช้สันติวิธี เคารพกฎหมาย อาศัยมาตรการทางสังคม เป็นฉันทามติของชุมชนที่จะต่อต้านแขกที่ไม่ได้รับเชิญของชุมชน ไม่ให้การต้อนรับ ไม่ให้การร่วมมือ ปฏิบัติเหมือนเทศโก้โลตัสและซีพี ผู้มาเยือน เป็นสิ่งแปลกปลอมอันนี้ เป็นสิทธิของชาวชุมชนท้องถิ่นจะกระทำได้

น่าสังเกตว่าการเข้ามาอย่างฉับพลันของ "สิ่งแปลกปลอมข้ามชาติ" ในลักษณะนี้ มีมากขึ้นเรื่อยๆ ในยุครัฐบาลนายก พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร คล้ายกับกรณีที่รัฐบาลไปเจรจาข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ (FTA) แล้วทำให้ชุมชนท้องถิ่นรับผลกระทบอย่างไรไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ผู้ปลูกกระเทียม หรือผักผลไม้เมืองหนาว ฯลฯ ล้วนต้องถูกเซ็นสั้งเวย์ผลประโยชน์ในภาคอื่น อย่างไม่มีโอกาสเจรจาต่อรองหรือป้องกันตัว

เรียกร้องและกดดัน คาดหวังว่าเทศโก้โลตัสและเครือเจริญโภคภัณฑ์น่าจะมีจริยธรรม และจิตสำนึกในเรื่องของชุมชนท้องถิ่น และการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ไม่ฉกฉวยโอกาสเข้าตีในตอนที่ย่อยรายรายน้อยไม่พร้อม รวมถึงเทศบาลท้องถิ่นก็ยังไม่พร้อมเพราะยังไม่ได้ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการป้องกันที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรมในเขตชุมชน (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง, 2549, หน้า 3)

4. ประเภทธุรกิจค้าปลีก

ประเภทธุรกิจการค้าปลีกของไทยในปัจจุบันอาจแบ่ง ออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) และธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Retail Store Trade) หรือเรียกกันสั้นๆ ว่าโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีหลายรูปแบบกว่า

4.1 ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วย เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งยังคงไว้ซึ่งลักษณะการจำหน่ายสินค้าและบริการรูปแบบเดิม การจัดวางสินค้าไม่ทันสมัย ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าห้องแถว มีพื้นที่ไม่มากนัก ลูกค้านั่งรถจักรยานยนต์หรือมอเตอร์ไซด์เข้ามาซื้อสินค้า การบริหารงานเป็นแบบครอบครัว การลงทุนน้อย ไม่มีระบบการจัดการที่ได้มาตรฐาน ประเภทของสินค้ามีทุกประเภท ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในชุมชน และมักจะเป็นลูกค้าประจำมากกว่าลูกค้าจร รูปแบบการค้าเป็นแบบดั้งเดิม สินค้าจะวางอยู่ทั่วไปตามความสะดวกในการหยิบฉวยของเจ้าของร้าน การดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียวหรือร่วมกันจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท ลักษณะธุรกิจครอบครัวไม่มีการนำคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้

กิจการร้านค้าในรูปแบบนี้ไม่เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจงมากนัก ร้านค้าที่จัดอยู่ในรูปแบบการค้าแบบนี้ ได้แก่

1) ร้านขายปลีกทั่วไป (General Store) เป็นร้านค้าที่มีขนาดไม่ใหญ่ สินค้าที่จำหน่ายมีจำนวนไม่มากแต่หลากหลายประเภท เช่น หนังสือ เครื่องเขียน สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น ราคาสินค้าไม่แพง คุณภาพปานกลาง ร้านค้าประเภทนี้ส่วนมากตั้งอยู่ในเมืองเล็กๆ รวมทั้งในชนบทที่ยังมีคนอยู่ไม่มาก เป็นร้านค้าที่เก่าแก่ และมีจำนวนมากในกิจการค้าปลีก เนื่องจากใช้เงินลงทุนน้อย ค่าใช้จ่ายต่ำ

2) ร้านขายของชำ เป็นร้านค้าปลีกที่มีอยู่ทั่วไปทุกหนแห่งไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้านเล็กๆ หรือเมืองใหญ่ๆ ที่ค่อนข้างเงียบ ร้านขายของชำในแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม เช่น ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในชุมชนมีของขายมากกว่าร้านค้าที่อยู่ในชนบทหรือหมู่บ้านที่มีร้านค้าน้อย ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท คือร้านขายของชำแบบครบเครื่อง และแบบไม่ครบเครื่อง สินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ เช่น ข้าวสาร น้ำตาล น้ำปลา สบู่ ยาสิฟิโน และน้ำดื่ม เป็นต้น หากเป็นร้านค้าที่ครบเครื่องก็จะมีของสดขายรวมอยู่ด้วย เช่น ผักสด เนื้อสัตว์และผลไม้ เป็นต้น ร้านขายของชำเป็นแหล่งระบายสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมไม่น้อย เนื่องจากเป็นตลาดที่อยู่ใกล้ผู้บริโภคมากที่สุด และจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพ

4.2 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นร้านค้าที่มีการปรับปรุงการจัดวางสินค้า และมีการให้บริการที่ทันสมัย มีการจัดการที่เป็นระบบ และมีมาตรฐานการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและลงทุนสูง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ ธุรกิจค้าปลีกที่จัดอยู่ในประเภทร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มี 7 ประเภทดังนี้

1) ห้างสรรพสินค้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำหน่ายสินค้านานาประเภทเหมือนการนำเอาร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างหลายๆ ร้านมาอยู่ในสถานที่เดียวกัน สินค้าทุกชนิดมีคุณภาพดี มีการแบ่งสินค้าออกเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน เป็นสินค้าที่ทันสมัยและราคาค่อนข้างสูง มีการบริหารงานสลับซับซ้อน มีพนักงานจำนวนมากเน้นการบริการที่สมบูรณ์แบบ

ห้างสรรพสินค้าในปัจจุบันได้พยายามปรับปรุงรูปแบบใหม่ โดยไม่เน้นเฉพาะการจำหน่ายสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่มุ่งพัฒนาสู่ศูนย์การค้าครบวงจร (One Stop Shopping) โดยมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ อาทิเช่น สวนสนุก ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ ซุปเปอร์มอลล์ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบครัน สำหรับห้างสรรพสินค้าของไทยได้แก่ เซ็นทรัล เดอะมอลล์ โรบินสัน ฯลฯ

2) ซูเปอร์เซ็นเตอร์หรือไฮเปอร์มาร์เก็ต (ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีถิ่นกำเนิดมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนไฮเปอร์มาร์เก็ตมีถิ่นกำเนิดมาจากประเทศฝรั่งเศส) ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จัดเป็นธุรกิจที่เน้นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความหลากหลายและมีจำนวนมาก ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่พัฒนามาจากซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า เน้นขายสินค้าราคาถูกที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต คุณภาพของสินค้ามีตั้งแต่คุณภาพดีจนถึงคุณภาพปานกลาง โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 เป็นสินค้าประเภทอาหาร ส่วนที่เหลือร้อยละ 40 เป็นสินค้าอุปโภค เน้นการบริหารภายใต้ต้นทุนที่ต่ำที่สุดเพื่อจำหน่ายสินค้าราคาประหยัด ลูกค้าน่าหมายเป็นกลุ่มคนระดับกลางลงมา

นอกจากนี้ยังมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง (Inventory) ที่มีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนได้มาก โดยมีศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งทำหน้าที่ในการควบคุมสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมโดยรับสินค้าจากซัพพลายเออร์มากระจายให้กับสาขาต่างๆ ตัวอย่างผู้ประกอบการประเภทนี้ ได้แก่ บิ๊กซี โลตัส และคาร์ฟู

3) ร้านค้าประเภทคลังสินค้าขนาดใหญ่ (เน้นการบริการตัวเอง) เป็นธุรกิจประเภทเน้นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ที่มีความหลากหลายและมีจำนวนมาก เน้นการจำหน่ายสินค้าให้กับร้านค้าย่อย หรือบุคคลที่ต้องการสินค้าครั้งละมากๆ ในราคาขายส่งหรือราคาค่อนข้างต่ำ ซึ่งธุรกิจประเภทนี้เอื้ออำนวยให้ร้านค้าปลีกย่อยหรือโซวห่วย สามารถหาสินค้ามาจำหน่ายได้เพิ่มมากขึ้น โดยไม่ต้องผ่านยี่ปั้วหรือซำปั้ว จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพปานกลาง ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 เป็นสินค้าที่เป็นของใช้ (Non-food) ส่วนที่เหลือเป็นสินค้าประเภทอาหาร (Food) ลูกค้าสามารถสมัครเป็นสมาชิกเพื่อรับข่าวสารเป็นประจำ ไม่เน้นการให้บริการจึงมีพนักงานจำนวนน้อย ที่สำคัญลูกค้าจะต้องบริการตนเอง (Self Service) เพื่อตัดค่าใช้จ่ายที่เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนออก มีการบริหารจัดการเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีศูนย์กระจายสินค้า ทำหน้าที่ในการควบคุมสินค้าคงคลัง โดยรับสินค้าจากซัพพลายเออร์มากระจายให้กับสาขาต่างๆ ตัวอย่างผู้ประกอบการค้าปลีกประเภทนี้ ได้แก่ แมคโคร

4) ซูเปอร์มาเก็ต เป็นร้านค้าปลีก ที่เน้นจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ให้ความสำคัญกับสินค้าที่สดใหม่หลากหลาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารสด อาทิเช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ อาหารสำเร็จรูปต่างๆ ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ดังนั้นการบริหารสินค้าคงคลัง จะมีระยะเวลาที่สั้น สถานที่ตั้งส่วนใหญ่จะอยู่ชั้นล่างของห้างสรรพสินค้า เพื่อความสะดวกในการขนถ่ายสินค้า และทำให้ห้างสรรพสินค้าเป็นศูนย์กลางการค้าที่ครบวงจร ตัวอย่างผู้ประกอบการประเภทนี้ เช่น ที่อปซูเปอร์มาเก็ต โฮมเฟรชมาร์ท ฟู๊ดโลอ้อน

5) ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Special Store) ร้านค้าเฉพาะอย่างเป็นร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง เน้นสินค้าอุปโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skincare) ผลิตภัณฑ์บำรุงผม (Hair

Care) เวชภัณฑ์ หรือสินค้าประเภทเครื่องกีฬา เน้นสินค้าที่มีความหลากหลายในลักษณะแฟชั่น และมีคุณภาพสูง การให้บริการที่สะดวกและทันสมัย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงเป็นลูกค้าทั่วไป ตัวอย่างผู้ประกอบการประเภทนี้ ได้แก่ วัตสัน (Watson), บู๊ทท์ (Booth) และ มาร์คแอนด์สเปนเซอร์ (Mark & Spencer)

6) ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างประเภทที่เป็น “Category Killer” คล้ายคลึงกับร้านค้าเฉพาะอย่างแบบ “Special Store” แต่จำหน่ายสินค้าในราคาต่ำกว่า ตั้งแต่สินค้าคุณภาพสูงจนถึงปานกลางและจะไม่เก็บสินค้าคงคลังไว้ในร้าน สินค้าที่มีในร้านจะเป็นเพียงตัวอย่างสินค้าที่มีวางจำหน่าย ถ้ามีลูกค้ามาสั่งซื้อก็จะติดต่อส่งไปที่ซัพพลายเออร์ ขณะที่ร้านค้าเฉพาะอย่างแบบสเปเชียลสโตร์จะสต็อกสินค้าไว้ในปริมาณที่มากกว่า ทำให้ธุรกิจร้านค้าเฉพาะอย่างแบบคาเทอรี คิลเลอร์ มีค่าแตกต่างระหว่างราคาทุนกับราคาขาย (Margin) ที่ต่ำกว่า ตัวอย่างผู้ประกอบการค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ เพาเวอร์บาย ซูเปอร์สปอร์ต

7) ร้านสะดวกซื้อ มีถิ่นกำเนิดมาจากสหรัฐอเมริกา ส่วนมินิมาร์ท (Minimart) มีถิ่นกำเนิดมาจากยุโรป ร้านสะดวกซื้อ เป็นร้านค้าปลีกที่พัฒนามาจากร้านค้าปลีกแบบเก่า หรือร้านขายของชำ (Grocery Store) ผสมผสานกับซูเปอร์มาเก็ตแต่มีขนาดเล็กกว่า โดยส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าที่เป็นประเภทอาหารจานด่วนและเครื่องดื่ม (Fast Food and Beverage) และสินค้าอุปโภคประเภทอื่นๆ เน้นการบริการที่มีความสะดวก ส่วนใหญ่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่ต้องการความสะดวกใกล้บ้านใกล้ที่ทำงาน ซื้อสินค้าช้อปปิ้งที่ขาดเหลือ หรือซื้อของใช้ในยามจำเป็น โดยให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ มีพื้นที่ขายไม่มากนัก ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของร้านค้าปลีกประเภทโชวห่วย และนับวันธุรกิจประเภทนี้มีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจร้านโชวห่วยเป็นจำนวนมากต้องปิดกิจการลงเนื่องจากไม่สามารถแข่งขันได้

ลักษณะการดำเนินธุรกิจมี 3 แบบ คือ

- (1) การลงทุนโดยเจ้าของสิทธิ์
- (2) การขายสิทธิในการเป็นผู้แทนจำหน่าย (Franchise) ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างผู้ประกอบการกับเจ้าของร้านค้าหรือผู้ที่สนใจ
- (3) การขายช่วงสิทธิ์ โดยผู้รับช่วงสิทธิ์ต้องขยายสาขาเพิ่มให้ครบตามสัญญาในระยะเวลาที่กำหนด

การดำเนินธุรกิจทั้ง 3 ลักษณะดังกล่าว มีระบบการบริหารจัดการที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทแม่ เจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน อาทิเช่น การโฆษณา การควบคุมคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ แต่ให้สิทธิในการจัดการในบางเรื่องกับผู้ขอแฟรนไชส์ เช่น การบริหารสต็อก และการจัดวางสินค้า ดังนั้นธุรกิจประเภทนี้ จึงมีการตั้งราคาสินค้าที่

ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูง ตัวอย่างผู้ประกอบการประเภทนี้ ได้แก่ เซเว่นอีเลเว่น, เอเอ็มพีเอ็ม (AM/PM), แฟมิลีมาร์ท (Family Mart) (ปราศรัย พัชระ, 2545, หน้า20-28)

5. ผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกรายย่อยและชุมชนจากธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

ผลจากการรวบรวมแนวคิดจากผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงหรือผู้ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการค้าปลีกรายย่อย หรือแกนนำในการต่อต้านการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ หรือแกนนำในการช่วยเหลือผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งไทย ซึ่งได้รวบรวมจากการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ที่พอจะรวบรวมมาได้ดังต่อไปนี้

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกจากบุคคลต่างๆ

นายพันธุ์เทพ สุลิสถิร ฝ่ายประสานงานสมาพันธ์ด้านค้าปลีกข้ามชาติ ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการต่างเจ็บปวดด้วยกันทั้งหมด จากการเข้าไปขยายสาขาของห้างค้าปลีกทุนต่างชาติ ซึ่งเสมือนเข้ามาตีเมืองขึ้นเพื่อยึดกิจการของผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยของไทย โดยที่รัฐบาลไทยเองก็ไฟเขียว ไม่สนใจในความทุกข์ร้อนของผู้ประกอบการไทยด้วยกันเอง ทั้งๆ ที่รู้ว่าการเข้ามาของห้างค้าปลีกทุนนอกเหล่านั้น เป็นการรุกรานธุรกิจการค้าปลีกรายย่อยของไทย เชื่อว่าในอนาคตผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยของไทยจะต้องถูกยึดกิจการหมดแน่ แล้วต่อไปลูกหลานของเราจะไปประกอบอาชีพอะไร และที่คงหนีไม่พ้นที่จะต้องไปเป็นลูกจ้างผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่

ภาครัฐ โดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์จะต้องมีความจริงจัง ในการช่วยเหลือร้านค้าปลีก รายย่อยของไทย และเห็นว่ากฎหมายค้าปลีกที่เคยร่างไว้แล้วรัฐบาลจะต้องนำกลับมาใช้โดยเร็ว เพื่อควบคุมไม่ให้ห้างต่างชาติเข้ามาขยายสาขาเพิ่มเติม และเห็นด้วยที่กระทรวงพาณิชย์ จะลงนามข้อตกลงกับห้างสรรพสินค้าในการหยุดการขยายสาขาไม่ว่าจะเป็นที่กำลังยื่นขออนุญาตก่อสร้าง หรือกำลังก่อสร้างอยู่ก็ตาม

ส่วนกรณีกับทางกระทรวงพาณิชย์ต้องการให้ทำประชาพิจารณ์คนในพื้นที่นั้น นายพันธุ์เทพ กล่าวว่า เรื่องนี้ทางสมาพันธ์ฯ ไม่เห็นด้วย เพราะที่ผ่านมาแต่ละห้างมีการทำประชาพิจารณ์ฝ่ายเดียวไม่เคยให้ผู้ค้ารายย่อยเข้ามาแสดงความเห็นด้วย แต่เห็นด้วยที่กระทรวงพาณิชย์จะแก้ไขกฎกระทรวงเพิ่มเติม กรณีผู้ค้าจะต้องยื่นขอจดทะเบียนพาณิชย์และต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินธุรกิจต่อไปได้

หากดูตัวเลขผู้ค้าปลีกรายย่อยของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 เป็นต้นมา ผู้ค้าปลีกของไทยที่มีอยู่กว่า 300,000 ราย ได้เลิกกิจการไปแล้วกว่า 150,000 ราย หากภาครัฐไม่ใช้มาตรการควบคุมร้านค้าปลีกรายย่อยของไทยก็จะต้องปิดกิจการอีกแน่นอน

กรณีห้างค้าปลีกต่างชาติอังกฤษ ที่กำลังบุกเข้าไปดำเนินธุรกิจในชุมชนเล็กๆ ตามอำเภอ และหมู่บ้านกว่า 300 แห่งของไทย ได้สร้างความเดือดร้อนให้กับคนไทยอย่างมากเพราะการขยายธุรกิจดังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลกระทบ 5 ประการ คือ

1) เป็นการเร่งการบริโภคนำ ทำให้คนไทยมีหนี้สินในครัวเรือนเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาความเดือดร้อนในครอบครัว เมื่อขาดสภาพคล่อง อันก่อให้เกิดความเครียด (สถิติคนไทยฆ่าตัวตาย 1 ศพ ต่อ 2 ชั่วโมง) สาเหตุจากปัญหาเศรษฐกิจ

2) วิถีชีวิต วัฒนธรรมไทยถูกทำลาย ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร และประชาชน มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทยในชุมชนชนบทแบบเอื้ออาทร มีทุนทางปัญญา มีความเป็นอยู่แบบช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีปฏิสัมพันธ์กัน มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าแบบไทยเชิงอนุรักษ์ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรมและจริยธรรม มีสายสัมพันธ์ช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างพ่อค้ากับลูกค้า ในการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน เช่น งานบุญ งานบวช งานมงคล อวมงคล การทะนุบำรุงซ่อมสร้างสาธารณะประโยชน์ วัดวาอาราม โรงเรียน โรงพยาบาล สนับสนุนเสื่อผ้าทุนการศึกษาแก่เด็กยากจน ทุนอาหารกลางวันแก่เด็กนักเรียน ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า หาทุนซื้อวัสดุอุปกรณ์การเรียนการศึกษาบริจาคสมทบทุนสร้างอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ ทุนมูลนิธิโรงพยาบาล สนับสนุนอุปกรณ์การศึกษาแก่เด็กและเยาวชนเพื่อออกกำลังกายและห่างไกลยาเสพติด สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ตรงกันข้ามกับธุรกิจห้างสรรพสินค้าสมัยใหม่ ที่ใช้กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดระบบทุนนิยมเข้ามาแข่งขัน เพื่อเอาชนะคู่แข่งทางการค้าอย่างไม่มีความเมตตาปราณี ไม่ใส่ใจต่อการคืนกำไรสู่สังคม การล่มสลายของผู้ประกอบการรายย่อยที่เป็นคนไทยก็เท่ากับทำลายวิถีชีวิต วัฒนธรรมไทย จารีต ประเพณีที่ทรงคุณค่าไปในที่สุด

3) สร้างพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ให้กับนักเรียน นักศึกษาและเยาวชนไทย ที่ยังไม่รู้จักวิธีคิดวิเคราะห์ ใช้จ่ายเงินเกินตัว มากกว่าผู้ปกครองให้ใช้ เพราะไปหลงพฤติกรรมบริโภคนิยมและปลูกฝังวัฒนธรรมไม่พึงประสงค์ ก่อให้เกิดความต้องการเงินและนำไปสู่การกระทำผิดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดี ต้องเสียอนาคต ตกเป็นภาระของครอบครัวและสังคม

4) เป็นการทำลายเศรษฐกิจชุมชน ทำลายผู้ประกอบการรายย่อย ร้านค้าปลีกที่อยู่ในชุมชน กองทุนหมู่บ้าน รวมทั้งเกษตรกรและประชาชน ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอยู่ตามหมู่บ้าน ในตลาดเก่าชุมชนที่สืบสานเป็นมรดกตกทอดมา 2-3 ชั่วคนเป็นเวลายาวนานนับร้อยปี ต้องได้รับผลกระทบจากห้างสรรพสินค้าสมัยใหม่ ที่มีความได้เปรียบในการบริหารจัดการ (4M) คือ

ทางด้านทุน, บุคลากร, การบริหารจัดการ และวัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งกลยุทธ์ทางการตลาด (4P) ด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด นำมาใช้เป็นกลยุทธ์เอาชนะคู่แข่ง ร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทค้าขายได้วันละ 500 บาท พอเลี้ยงครอบครัวตามอัตภาพ แต่ห้างเทสโก้โลตัสมียอดขายนับล้านบาทต่อวัน ทำให้ร้านค้าเดิมที่อยู่ในตลาดเก่าต้องเลิกกิจการหมดอาชีพไปในที่สุด เป็นการทำลายผู้ค้าขายเดิมที่เป็นคนไทยอย่างไม่มีคุณธรรม

5) เป็นการทำลายทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำริของในหลวงที่เป็นที่รักยิ่งของปวงชนชาวไทย ที่พระองค์ทรงมีพระประสงค์ให้คนไทยดำรงชีพ แบบพอมี พอกิน พออยู่ พอใช้ และพอเพียง ไม่ฟุ้งเฟ้อหลงใหลในบริโภคนิยม สามารถนำชาติพ้นวิกฤติได้ แต่เศรษฐกิจพอเพียงกำลังจะถูกห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ฆาตกรบงกชคนไทยและถูกทำลายในที่สุด (ผู้จัดการออนไลน์, ออนไลน์, 2549ก)

นางพรทิพย์ ทรงสุจริตกุล แกนนำจากชุมชนตลาดดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี มีความเห็นว่า ในพื้นที่ชุมชนตลาดดำเนินสะดวกที่กำลังถูกห้างค้าปลีกข้ามชาติเตรียมที่จะเข้าไปเปิดสาขาเช่นกัน ซึ่งผู้ประกอบการในชุมชนต่างก็ออกมาคัดค้าน และได้มีการยื่นหนังสือคัดค้านไปยังหน่วยงานต่างๆ แล้ว สำหรับตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นรากฐานการดำเนินชีวิตของชาวดำเนินสะดวก ที่มีการนำผลผลิตจากสวนที่ผลิตได้เองมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน จนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อของจังหวัดราชบุรี ถ้าหากห้างต่างชาติเข้าไปเปิดกิจการที่นี้ก็จะส่งผลกระทบต่อพ่อค้าแม่ค้า รวมทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมของอำเภอดำเนินสะดวกอย่างแน่นอน

ร.ต.อุดม หอมกลิ่น แกนนำคัดค้าน มีความเห็นว่าการที่ห้างเทสโก้โลตัสจะเข้าไปเปิดสาขาในเขตเทศบาลเมืองตาคิลี อำเภอตาคิลี จังหวัดนครสวรรค์ โดยกล่าวว่า ตนได้ลาออกจากราชการมาได้หลายปีแล้ว จากนั้นก็ได้มาประกอบธุรกิจส่วนตัว จึงทำให้รู้ว่าการประกอบธุรกิจนั้นมันไม่ใช่เรื่องง่ายๆ ซึ่งจะต้องใช้เงินที่หามาตลอดชีวิตมาลงทุน รวมทั้งต้องไปกู้ธนาคารมาดำเนินการ กว่าจะได้ต้นทุนคืนต้องใช้ระยะเวลาหลายปี บางรายไม่ประสบความสำเร็จต้องกลายเป็นหนี้เป็นสินจำนวนมาก ยิ่งถ้าห้างค้าปลีกข้ามชาติ เข้าไปเปิดสาขาในพื้นที่ต่างๆ ตามอำเภอเล็กๆ ด้วยแล้วยังเป็นการเข้าไปซ้ำเติมให้เขาต้องล้มละลายลงไปอีกและเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากที่ห้างค้าปลีกต่างชาติเข้าไปเปิดสาขาในท้องถิ่นมากขึ้นในช่วงที่ผ่านมาพบว่าร้านค้ารายย่อยในท้องถิ่นปิดกิจการไปแล้วเป็นจำนวนมาก และในอนาคตจะต้องปิดกิจการลงไปอีกเป็นจำนวนมาก หากรัฐบาลไม่สามารถยับยั้งการขยายสาขาของห้างค้าปลีกต่างชาติเข้าไปในท้องถิ่นได้ พร้อมกับระบุว่า การเข้ามาของห้างค้าปลีกต่างชาติเหมือนกับเป็นการเข้ามายึดกิจการของคนไทย เป็นการตีเมืองขึ้นอีกทางหนึ่ง โดยที่รัฐบาลไทยเองก็ไม่ให้ความสนใจที่จะดูแลผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยของคนไทยด้วยกัน

นายสมชาย พรรัตนเจริญ นายกสมาคมค้าส่งค้าปลีกไทย กล่าวว่า อยากเสนอแนะให้ ภาครัฐนำกฎหมายค้าปลีกที่เคยร่างไว้ก่อนหน้านี้มาควบคุมธุรกิจค้าปลีก ซึ่งอยากให้นำมาบังคับใช้ เพราะไม่เช่นนั้นสมาชิกที่อยู่ในสมาคมฯ ในเขตอำเภอจะได้รับความเดือดร้อนและต้องปิดกิจการ อีกมาก และเห็นด้วยกับการที่ภาครัฐจะให้ห้างสรรพสินค้าลงนามในข้อตกลงร่วมกันหรือเรียกว่า เอ็มโอยู (MOU) แต่ต้องมีมาตรการเพิ่มเติม หากมีการไม่ทำตามข้อตกลงจะต้องกำหนด บทลงโทษอย่างชัดเจน เพื่อแสดงความจริงใจในการบังคับใช้ข้อกำหนด

นายบุญชัย โชควัฒนา ประธานกลุ่มธุรกิจค้าปลีก หอการค้าไทย กล่าวว่า ทางหอการค้า ไทยจะเป็นผู้ประสานงานและช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกค้าปลีกไทย ซึ่งที่ผ่านมาหอการค้าก็มีส่วนร่วม ในการร่างกฎหมายค้าปลีก แต่รัฐบาลไม่ได้นำร่างกฎหมายผ่านการพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎร จึงอยากให้ภาครัฐนำกฎหมายค้าปลีกกลับมาบังคับใช้โดยเร็ว และหอการค้าไทยยังหวังว่ากฎหมาย อีกหลายฉบับของไทยทั้งการแข่งขันทางการค้า กฎหมายผังเมือง ซึ่งสามารถนำมาบังคับใช้กับกลุ่ม ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้ ขึ้นกับว่าผู้ใช้กฎหมายมีความจริงใจเพียงใด โดยหอการค้าไทยอยากให้มีการนำข้อกำหนดมาบังคับใช้อย่างจริงจังต่อไป (ผู้จัดการออนไลน์, ออนไลน์, 2549ข)

อาจารย์สิทธิชัย ฝรั่งทอง คอลัมน์ คลื่นความคิด กล่าวว่านับตั้งแต่ร้านค้าประเภทสะดวก ซื่อ เข้ามาในประเทศไทยครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2531 ลักษณะของร้านจะให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ภายในร้านสะอาด มีสินค้าหลากหลาย มีการจัดวางเรียงตามหมวดหมู่ให้ลูกค้าเลือกซื้อหาได้อย่าง สะดวก และยังสามารถชำระค่าน้ำค่าไฟฟ้าสาธารณูปโภคต่างๆ ได้รวมทั้งยังมีรูปแบบคล้ายๆ กับมินิ ซูเปอร์สโตร์ของห้างสรรพสินค้าอีกด้วย

หลังจากนั้น 10 ปีต่อมา ก็มีการเกิดขึ้นของร้านค้าประเภทซูเปอร์สโตร์ ซูเปอร์เซ็น-เตอร์ ร้านประเภทขายของราคาถูก (Discount store) และร้านค้าประเภทผู้ค้าส่ง (Whole Salers) ทุก ห้วระแห่งไม่ว่าจะเป็น บิ๊กซี, โลตัส, คาร์ฟูร์, แม็คโคร ฯลฯ ที่ได้เปรียบในด้านเงินทุน เทคโนโลยี และบุคลากร เข้ามาขยายสาขาในไทยจำนวนมาก

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ร้านค้าปลีก ร้านขายของชำ หรือโชห่วยที่อยู่คู่กับวิถีชีวิต ของสังคมไทย มายาวนานกำลังเคลื่อนตัวเข้าใกล้การสูญพันธุ์ คำถามก็คือว่า จะทำอย่างไรถึงจะ หารักษาธุรกิจดั้งเดิมไว้ได้ เมื่อวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมที่รุมเร้าอยู่ขณะนี้ สามารถทำได้ 2 ทางเลือก คือ

ทางเลือกที่ 1 คือ ปรับตัว

ประการแรก ต้องกล้าที่จะลงทุนปรับปรุงร้านให้ดูทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแสงสว่าง การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ไม่มีฝุ่นละออง ป้ายบอกสินค้าชัดเจน เป็นต้น โดยไม่จำเป็นต้องไป

ซื้อแฟรนไชส์ นำเงินที่จะซื้อแฟรนไชส์มาปรับปรุงร้านจะดีกว่า พร้อมทั้งจะเรียนรู้ระบบการจัดการจากร้านค้าที่มีรูปแบบทันสมัย

ประการที่สอง ต้องผนึกกำลังกับซัพพลายเออร์ ยี่ปัว ซาปัว ในการส่งสินค้าป้อนเข้าร้าน ถ้าไม่รวมตัวกัน โอกาสจะที่ราคาสินค้าจะต่ำกว่าห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นไปได้ยาก รวมทั้งต้องมีระบบการบริหารสต็อกที่ดี

ประการที่สาม การจำหน่ายสินค้าต้องมีความหลากหลายและนำข้อมูลสต็อกสินค้ามาทำการสั่งซื้อสินค้าที่ขายดี หรือสินค้าที่ลูกค้าชื่นชอบ คอยดูแลสินค้าหมดอายุ ล้าสมัย เช็ดทำความสะอาดให้ดูดีอยู่เสมอ

ประการที่สี่ การใช้รูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) กับลูกค้าในการเก็บข้อมูลของลูกค้าในแต่ละรายที่เป็นลูกค้าประจำ หรือเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก เช่น การส่งจดหมายไปประชาสัมพันธ์ตามบ้าน หรือทุกเทศกาลพิเศษมีของกำนัล ซึ่งการมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับชุมชนและลูกค้าก็เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้ายังคงอุดหนุนต่อไป

ประการที่ห้า ต้องใช้การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ไม่ว่าจะเป็นการลด แลก แจก แถม สะสมแต้ม ฯลฯ

ส่วนทางเลือกที่ 2 คือ ยอมรับการถูกกลืน

ยอมกลายเป็นส่วนหนึ่งของแฟรนไชส์ต่างชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่ที่ให้ผลประโยชน์ตอบแทนในรูปแบบเงินหรือรางวัลอื่นๆ แต่ก็พึงระวังในเรื่องของสัญญาข้อผูกพันต่างๆ ที่จะนำมาซึ่งความเสียหาย เช่น ยอดขายสินค้าไม่ดี หรือผลประกอบการลดลงเงื่อนไขค่าตอบแทนภายในร้านและตัวอาคาร เป็นต้น

ร้านโชห่วยที่เป็นธุรกิจครอบครัวหรือธุรกิจรายย่อย (SMEs) ในยุคนี้ต้องมีความเป็นมืออาชีพ ต้องปรับตัวให้เร็วเท่าทันกับสภาพแวดล้อมภายนอก และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความรู้ความฉลาดมากขึ้น ซึ่งการใช้สูตรสำเร็จในอดีตไม่สามารถทำได้อีกแล้ว

จากแนวคิดถึงผลกระทบต่อธุรกิจรายย่อยและชุมชนจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกต่างชาติจากผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง หรือผู้ซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจการค้าปลีกรายย่อย หรือแกนนำในการต่อต้านการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ต่างก็มีความเห็นในแนวทางเดียวกันว่าการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่หรือธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติก่อให้เกิดความเสียหายทำลายต่อสังคม วัฒนธรรม และระบบเศรษฐกิจพื้นฐานของชุมชนและของประเทศโดยส่วนรวม ขัดต่อระบบการค้าเสรีอย่างเป็นธรรม สร้างความฟุ้งเฟ้อให้ประชาชน แข่งขันกันบริโภค ไม่มีการออม

และยังขัดกับหลักการเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อการอยู่รอดของประเทศที่ต้องต่อสู้ระบบบริโภคนิยมจากต่างชาติ

ผู้วิจัยเห็นว่าผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกรายย่อยและชุมชน ที่จะได้รับจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติอย่างรุนแรงและมีผู้ได้รับผลกระทบกระจายไปทั่ว แต่ผู้ได้รับผลกระทบเองกลับไม่อยู่ในฐานะที่จะมีอำนาจต่อรองได้ ในขณะที่ห้างค้าปลีกข้ามชาติมีเงินทุนมหาศาล และยังมีอำนาจทางการเมืองสนับสนุน มีอำนาจทางการเงิน ใช้เล่ห์เหลี่ยม หรือทุกวิถีทางเพื่อจะขยายพื้นที่เอาส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มากที่สุด ก่อนที่รัฐบาลจะมีมาตรการให้ความคุ้มครองธุรกิจค้าปลีก รายย่อย ที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพขึ้น

5.2 ผลกระทบจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ได้มีการศึกษาถึงผลประโยชน์ และผลกระทบของการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ เพื่อให้คณะกรรมการฯ วุฒิสภานำไปพิจารณาและจัดทำข้อท้วงติงต่อรัฐบาลในการประชุมทำข้อตกลงเอฟทีเอระหว่าง ไทย-สหรัฐ รอบที่ 6 ที่ จังหวัดเชียงใหม่ ในวันที่ 9-13 มกราคม พ.ศ.2548 พบว่าธุรกิจค้าปลีกและก่อสร้าง เป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากกว่าสาขาอื่น 100% เนื่องจากผู้ประกอบการไทยไม่มีศักยภาพและเงินลงทุนต่ำกว่าสหรัฐ โดยธุรกิจประเภทโรงแรมและภัตตาคารที่มีขนาดกลางและขนาดเล็กจะได้รับผลกระทบ อาจทำให้ต้องปิดกิจการเป็นจำนวนมาก อีกทั้งธุรกิจในห้องถิ่นจะถูกซื้อกิจการโดยนักลงทุนต่างชาติ นอกจากนี้วิชาชีพ “สถาปนิก” จะได้รับผลกระทบมากถึง 95% เนื่องจากความที่ยังไม่พร้อม

ด้วยธุรกิจค้าปลีกมีมูลค่ามหาศาล ปีนี้คาดว่าจะอยู่ที่ราว 550,000 ล้านบาท ด้วยอัตราขยายตัวร้อยละ 2.3 ซึ่งเมื่อเทียบกับปีที่แล้วมีมูลค่าลดลง โดยธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ได้อยู่ในมือของกลุ่มนักลงทุนต่างชาติแล้ว 3-4 ราย ทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์จากการแข่งขันด้านราคา แต่ในระยะยาวหากธุรกิจดังกล่าวขยายตัวมากขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากการผูกขาดตลาด และร้านค้าโชวห่วยจะไม่สามารถแข่งขันได้

และในความเป็นจริงค้าปลีกจากต่างชาติได้เข้ามาขยายสาขาอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งสถานการณ์ธุรกิจค้าปลีกของไทยในระยะยาวอยู่ในภavn่าเป็นห่วง หากภาครัฐยังไม่สามารถนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องเข้ามาใช้ควบคุมได้อย่างจริงจัง จะทำให้คนไทยไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของธุรกิจค้าปลีกอีกต่อไป ต้องเปลี่ยนอาชีพมาเป็นเพียง “ลูกจ้าง” เท่านั้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งมีทั้งเงินทุน และเทคโนโลยี ซึ่งพร้อมจะปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพการแข่งขันได้อย่างรวดเร็ว ถือเป็นความได้เปรียบทางธุรกิจที่เหนือกว่าผู้ประกอบการรายย่อย (ข่าวสยามธุรกิจ, ออนไลน์, 2549ก)

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของบริษัทค้าปลีกยักษ์ใหญ่ข้ามชาติในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกไทยรวมถึงโชวห่วยแข่งราคาสินค้าไม่ไหว พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ส่วนนี้ตัวเองก็ได้รับผลกระทบไม่น้อยจากการลดราคา ต้องจ่ายค่านำสินค้าเข้า ค่าลงโฆษณา เรียกเก็บเงินกินเปล่าจากยอดขาย 3-10 เปอร์เซ็นต์ รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าชนิดเดียวกับซัพพลายเออร์ (ทางห้างจ้างผลิตแต่วางขายประกบคู่กับสินค้าของลูกค้า โดยตั้งราคาขายต่ำกว่าเล็กน้อย) กระทั่งเมื่อเร็วๆ นี้มีข่าวว่า มีการเรียกค่าเปิดสาขาใหม่จากซัพพลายเออร์ 800 ราย เป็นจำนวน 1-2.5 แสนบาทต่อราย ซัพพลายเออร์จึงได้ออกมาเรียกร้องกับภาครัฐ ให้ช่วยดำเนินการแก้ไข มิเช่นนั้นแล้ววงการค้าปลีกไทยอาจต้องล่มเลิกทั้งระบบ เพราะเมื่อผู้บริโภคชอบของถูก ก็ไปซื้อสินค้ากับห้างค้าปลีกรายใหญ่ ร้านค้าย่อยไม่มีลูกค้าเพราะไม่สามารถลดราคาแข่งได้ ทำให้ซัพพลายเออร์ต้องส่งสินค้าให้กับห้างค้าปลีกรายใหญ่ได้เท่านั้น ในที่สุดวงการค้าปลีกทั้งระบบมูลค่ากว่า 5 แสนล้านบาท อาจตกอยู่ในมือผู้ประกอบการค้าปลีกใหญ่ เพียงไม่กี่ราย กระทั่งมีอำนาจเหนือตลาดโดยเด็ดขาด สามารถกำหนดทิศทางให้กับนักธุรกิจของประเทศไทยได้

สิ้นปี พ.ศ.2544 มีห้างค้าปลีกยักษ์ใหญ่เกิดขึ้นทั้งสิ้น 4,425 สาขา มูลค่าการซื้อขายทั้งระบบ 288,905 ล้านบาท (ส่วนแบ่งการตลาด 53.95%) สูงกว่ามูลค่าการขายของโชวห่วยทั้งประเทศในปีเดียวกันคือ 246,645 ล้านบาท และมีการคาดการณ์ว่าสิ้นปี 2545 หากยังคงเติบโตในระดับปกติ ห้างค้าปลีกยักษ์ใหญ่จะมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก 10% หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 469 สาขา และจะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากร้านโชวห่วยอีกไม่ต่ำกว่า 10% ในส่วนของนักธุรกิจท้องถิ่นก็ได้รับผลกระทบด้วย

5.3 ต่างชาติอ้างการค้าเสรีเพื่อยึดครองตลาดการค้าไทย

จากวิกฤติเศรษฐกิจและการล้มละลายของประเทศอาเจนตินาซึ่งเคยติดอันดับ 1 ใน 20 ประเทศแรกๆ ที่ร่ำรวยที่สุดในโลกนั้น มีสาเหตุหลักมาจากการเปิดเสรีประเทศ ตามวาระของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คือการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนอย่างไร้ระเบียบ การยกเลิกกฎเกณฑ์การควบคุมการเข้ามาซื้อกิจการ หรือการลงทุนของบริษัทต่างชาติ การยกเลิกกฎเกณฑ์การควบคุมการโยกย้ายเงินตราเข้าออกนอกประเทศ

ด้วยนโยบายข้างต้น ทำให้รายได้ของรัฐน้อยลง ธุรกิจของชาวอาเจนตินาล้มละลาย หรือถูกซื้อไปหมดด้วยทุนที่ข้ามชาติที่เหนือกว่า เกิดปัญหาขาดดุลชำระเงินระหว่างประเทศ

บทเรียนของประเทศอาเจนตินาจึงเป็นบทเรียนที่น่าศึกษาอย่างลึกซึ้ง เพื่อไม่ให้ประเทศไทยซึ่งกำลังดำเนินนโยบายเช่นเดียวกันกับประเทศอาเจนตินา ตามการบีบบังคับและกดดันโดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ สมาคมหอการค้าต่างประเทศ และสถานทูตต่างประเทศ ซึ่ง

ต้องการเจาะกำแพงเมืองให้กับบริษัทข้ามชาติเข้ามาลงทุนหาผลประโยชน์ได้อย่างสะดวกอย่างไร
ความเป็นธรรม ไม่ได้คำนึงถึงความอยู่รอดของประชาชน และชุมชนของประเทศเจ้าบ้านเลย

กรณีการเข้ามารุกรานของเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ บริษัทแฟรนไชส์ บริษัทขาย
ตรง และการบังคับใช้ในเรื่องสิทธิบัตรอย่างไร้ความเป็นธรรมนั้น อาจจะนำประเทศไทยให้ประสบ
เหตุการณ์เช่นเดียวกับประเทศอาเจนตินา หากรัฐบาลไทยไม่มีมาตรการที่จะแก้ไขโดยเร็ว

กรณีศึกษาของความอยู่รอดของตลาดสดนี้ เป็นตัวอย่างหนึ่งในหลายๆตัวอย่างของ
ยุทธศาสตร์การลงทุนดำเนินธุรกิจของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ ซึ่งมีเงินทุน ประสบการณ์ในการ
บริหารจัดการ และการตลาด รวมทั้งวิธีการปิดภาระค่าใช้จ่ายมาให้กับผู้ผลิตสินค้า กำลังรุกเข้ายึด
หัวหาดการค้าปลีกในขอบเขตทั่วประเทศในทุกชุมชน วิถีชีวิต วิถีเศรษฐกิจชุมชน วิถีสังคมแบบ
เอื้ออาทรของผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจฉันท์เพื่อนบ้าน ฉันท์พี่น้อง
ซึ่งเชื่อของเชื่อสินค้าไปกิน ไปใช้ก่อนได้ สิ้นเดือนเมื่อเงินเดือนออกค่อยมาจ่าย หรือหักหนี้กัน สิ่ง
เหล่านี้กำลังจะหมดไป และถูกแทนที่ด้วยระบบบัตรเครดิตที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงและค่าปรับ ต่อไป
บรรดาข้าราชการชั้นผู้น้อยหรือคนจน ถ้าหากว่าไม่มีเงินติดกระเป๋าที่ต้องไม่กิน ทนอดอยากจนกว่า
จะขาดใจตายไป

ประเทศไทยกำลังติดเชื้อโรค “การค้าเสรี” ซึ่งถ้าวิเคราะห์กันให้ถึงที่สุดแล้ว มีอันตราย
เสียยิ่งกว่าโรคอันแทรกซ์ และโรคเอดส์เสียอีก ทั้งนี้เพราะการดำเนินนโยบายการค้าเสรีอย่าง
หลับหูหลับตานี้มีอันตราย ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อประเทศชาติและประชาชนส่วนใหญ่ของ
ประเทศ มีมากมายมหาศาลกว่าคนติดโรค จะต้องมีการทำความเข้าใจกันว่า ความหมายและกรอบ
คิดของคำว่าการค้าเสรีนั้น ไม่ได้หมายความว่าการค้าที่ไม่มีกติกากฎ หรือการค้าที่ไร้ระเบียบ และไม่ได้
หมายความว่า รัฐบาลของแต่ละประเทศขาดอำนาจในการกำหนดกติกาให้การค้ามีการแข่งขันกัน
อย่างเป็นธรรม มิใช่ปล่อยให้ปลาใหญ่กินปลาเล็กได้อย่างตามใจชอบ การค้าเสรีในความหมายทาง
สากลที่ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วดำเนินการนั้น ไม่ได้หมายความว่า รัฐบาลจะต้อง
ขึ้นต่อใคร หรือปล่อยให้รัฐกิจต่างๆ กระทำการต่างๆ ได้ตามอำเภอใจ

หลักการของการค้าที่ถูกต้อง คือ การค้าเป็นธรรม (Fair Trade) ซึ่งคู่ค้า และผู้บริโภคต่าง
ได้รับประโยชน์ หรือการรับบริการในราคาเหมาะสม เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันกันเพื่อเสนอ
ราคาที่ผู้บริโภคพอใจ หรือการให้บริการที่ประทับใจลูกค้ามากกว่า รวมทั้งการจำกัดการผูกขาดตัด
ตอน ซึ่งจะนำไปสู่การโง่ราคา หรือ การค้ากำไรเกินควรที่ลูกค้าไม่มีทางเลือก เช่นราคาของ
ซอฟต์แวร์ หรือราคาค่าใช้ทางด่วน หรือ ค่าไฟฟ้า เป็นต้น

ในอเมริกาเองซึ่งเป็นแม่แบบของการค้าเสรี หรือจะเรียกว่าการค้าไร้ระเบียบก็ได้ ยังมี
กฎหมายแอนติทรัสต์ (Anti Trust) ออกมาป้องกันการผูกขาด (โพสท์ ทูเดย์, ออนไลน์, 2549)

ในกรณีของกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่ ก็มีกฎระเบียบของชุมชน และเทศบาลท้องถิ่น มากมายออกมาคุ้มครองธุรกิจขนาดย่อมให้ดำรงอยู่ได้ เช่น เรื่องการกำหนดเขตการค้า (Zoning) หรือเรื่องการจราจร ที่นำมาจำกัดการขยายตัวในเมืองของธุรกิจเหล่านี้ รวมทั้งระเบียบและกฎเกณฑ์ อื่นๆ เช่น การห้ามขายของตัดราคา หรือห้ามลดราคาอย่างพร่ำเพอ (Dumping) หรือห้ามการลดราคา แบบกระหน่ำตลอดปี

ในยุโรป เช่น ประเทศสวีเดนและเดนมาร์ก ห้ามไม่ให้ห้างสรรพสินค้า และห้างยักษ์ค้าปลีกลดราคาสินค้าเกินปีละสองครั้ง เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมกับร้านค้าปลีกรายย่อยหรือ โชวห่วย คือลดราคาได้เฉพาะในช่วงฤดูร้อน และคริสต์มาสได้เท่านั้น

แม้แต่กติกาขององค์การค้าโลกก็มีข้อห้ามนี้ คือ แอนติดัมป์ (Anti-dumping) หรือ ห้าม การส่งออกสินค้าในราคาต่ำกว่าทุน

ประเด็น “การค้าเสรี” ที่กำลังคุกคามสังคมไทยอยู่ในขณะนี้ คือ การขยายตัวของเครือข่าย ธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายอย่างชัดเจนในการเข้ามาแทนที่ หรือ โคน ตลาดสด ห้างขนาดกลาง และร้านค้าปลีกที่เรียกกันว่าโชวห่วยของคนไทย

ไม่เพียงแต่การคุกคามตลาดสดร้านค้าย่อยร้านค้าขนาดกลาง ร้านโชวห่วย รวมทั้งยี่ปี่ว หรือพ่อค้าคนกลางซึ่งเป็นวิถีชีวิตของสังคมไทย แต่ยังคุกคามโรงงานอุตสาหกรรมของคนไทยให้ กลายเป็นผู้ไร้อำนาจในการต่อรอง กลายเป็นลูกจ้างรับคำสั่งผลิตแต่เพียงอย่างเดียวโดยไม่มีโอกาส เติบโตและพัฒนาความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมของตนได้อีกต่อไป (กมล กมลตระกูล, ออนไลน์, 2549)

5.4 เครือข่ายธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ต่างชาติ

ในบรรดาห้างค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในปัจจุบันที่ใช้ระบบการบริหารจัดการแบบใหม่โดย การปิดภาระค่าใช้จ่ายมาที่ซัพพลายเออร์ คือ บริษัทวอล-มาร์ท ของอเมริกา โดยคุณทรัพย์ร้อยละ 14 หรือ 22,730.95 ล้านดอลลาร์ จากการลงทุนในต่างประเทศ ส่วนยอดขายทั้งสิ้นในปี 1999 (พ.ศ.2542) มี ยอดสูงถึง 163,532 ล้านดอลลาร์ หรือ 7.36 ล้านล้านบาท (คิดเป็น 5 เท่าของรายได้จากการส่งออก ของไทย) โดยมีสาขามากถึง 4,500 แห่ง

กลุ่มคาร์ฟูร์ (Carrefour Group) ในรายงานของเดอะ ยูโรเปียน รีเทล แร็งก์กิง (The European Retail Rankings) รายงานว่ากลุ่มคาร์ฟูร์ของยุโรป มียอดขาย 52,196 ล้านดอลลาร์ หรือ 2.34 ล้านล้านบาท โดยมีสาขาทั่วโลก มากถึง 9,000 แห่ง กระจายตัวอยู่ใน 25 ประเทศ เฉพาะใน

ฝรั่งเศสเองมีสาขามากถึง 3,360 แห่ง ในสเปน 2,711 แห่ง อิตาลี 878 แห่ง เบลเยียม 492 แห่ง กรีซ 351 แห่ง โปรตุเกส 312 แห่ง ตุรกี 70 แห่ง โปแลนด์ 55 แห่ง สวิตเซอร์แลนด์ 11 แห่ง

ในทวีปอเมริกา คาร์ฟูร์ ขยายสาขาไปมากถึง 630 แห่ง คือ อาเจนตินา 377 แห่ง บราซิล 199 แห่ง เม็กซิโก 19 แห่ง ฯลฯ

รายได้จากนอกประเทศของคาร์ฟูร์คิดเป็นร้อยละ 37.70 ของรายได้ทั้งหมด

ในทวีปเอเชียคาร์ฟูร์ ขยายสาขาไปใน 8 ประเทศ ได้แก่จีน 30 แห่ง ไต้หวัน 25 แห่ง เกาหลี 23 แห่ง ไทย 15 แห่ง อินโดนีเซีย 9 แห่ง มาเลเซีย 6 แห่ง และญี่ปุ่น 3 แห่ง

กลุ่มเทสโก้ ของอังกฤษมียอดขายคิดเป็นอันดับที่ 15 ของโลก โดยมียอดขาย 30,404 ล้านดอลลาร์ หรือ 1.36 ล้านล้านบาท (เท่ากับรายได้จากการส่งออกทั้งปีของไทย) กลุ่มเทสโก้เป็นกลุ่มทุนข้ามชาติที่มีเงิน โบนัสรุนแรงที่สุดในการเจาะพื้นที่ใจกลางเมือง โดยเปิดสาขามากถึง 36 แห่งทั่วประเทศแล้วเมื่อปี พ.ศ.2544 และมีแผนที่จะขยายอย่างต่อเนื่องปีละ 6 แห่ง

5.5 การโจมตีค่าเงินบาทเพื่อทำลายทุนท้องถิ่น

การโจมตีค่าเงินบาท เมื่อเดือน ปี พ.ศ.2540 ทำให้ค่าเงินบาทลดลงไปประมาณครึ่งหนึ่ง จาก 25.50 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ มาเป็น 45 บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ และราคาที่ดินอสังหาริมทรัพย์ ลดลงครึ่งหนึ่งหรือกว่าครึ่ง ในขณะที่ทุนท้องถิ่นที่เป็นหนี้ต่างชาติต้องจ่ายหนี้และดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นอีก 100 เปอร์เซ็นต์ แต่ทุนต่างชาติกลับได้กำไร 200 เปอร์เซ็นต์ จากค่าเงินบาทที่ลดลงครึ่งหนึ่ง และราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ลดลงอีกครั้งหนึ่ง อสังหาริมทรัพย์หรือที่ดินที่เคยมีราคา 100 บาท เมื่อภายหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจราคาตกลงเหลือ 50 บาท ค่าเงินบาทลดลงไปอีกครึ่งหนึ่ง ทุนต่างชาติจึงสามารถซื้อที่ดินที่เคยมีราคา 100 บาท ด้วยเงินเพียง 25 บาท หรือ 1 ใน 4 ของราคาเดิม คือจ่ายเพียงร้อยละ 25 ของราคาเดิมเท่านั้น

ดังนั้นทุนค้าปลีกข้ามชาติจึงสามารถกว้านซื้อหาที่ดินทำเลทองใจกลางเมืองผืนใหญ่ในย่านชุมชน ที่ดินในย่านถนนสุขุมวิท ที่ดินในย่านตลาดสด เพื่อสร้างห้างขนาดใหญ่พร้อมที่จอดรถอย่างสะดวกสบาย ทำลายร้านค้าย่อย และตลาดสดของคนไทย

5.6 ยุทธวิธีแปรรูปนายทุนท้องถิ่นเป็นกรรมกรรายวัน

วิธีการของเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้ ในการทำลายรากฐานอุตสาหกรรมไทย โดยในระยะยาวแล้วเป็นการ “แปรรูปนายทุนไทยให้กลายเป็นกรรมกรรับจ้างผลิตรายวัน” คือ การบีบบังคับให้โรงงานผู้ผลิตสินค้าต้องยอมรับเงื่อนไขของตนซึ่งมีทุน และเครือข่ายมากอย่างเหลือเฟือในการต่อรอง ด้วยการปิดภาระค่าใช้จ่ายมาให้กับโรงงานผู้ผลิตของคนไทย ซึ่ง คุณศิริพร

ยอดกรมสรรพากร และ คุณชนาธิป แสงฉาย ได้ศึกษาวิจัย ไว้ในบทความ ชื่อ “ยักษ์ค้าปลีกข้ามชาติ กับการ” ว่า “ผู้ค้าปลีกรายย่อย”

1) ค่าแรกเข้า ขณะที่เทสโก้โลตัสเรียกเก็บครั้งเดียว เป็นเงิน 5,000 บาท ต่อ SKU (Stock Keeping Unit) ต่อสาขา แต่คาร์ฟูร์ จะเก็บในอัตรา 500 บาท ต่อ SKU ต่อสาขาต่อปี

2) กำหนดอัตราแบ่งผลกำไรขั้นต่ำจากการขายสินค้า (Rebate) เครือข่ายยักษ์ค้าปลีกเหล่านี้มักเรียกเก็บในอัตราประมาณ ร้อยละ 0.5-3.0 ของยอดขายต่อปี โดยโรงงานผู้ส่งต้องประกันยอดอัตราผลกำไรจากการขายขั้นต่ำไว้ในสัญญาด้วย เช่น สัญญากำหนดอัตราผลกำไรจากการขายสินค้าไว้ที่ร้อยละ 2 ของยอดขาย โดยประกันว่าจะขายสินค้าได้ไม่น้อยกว่า 100,000 หน่วยต่อปี ถ้าสินค้านั้นขายได้น้อยกว่า 100,000 หน่วย ก็ต้องจ่ายอย่างน้อย ร้อยละ 2 ของจำนวน 100,000 หน่วย ถ้าขายได้มากกว่า ก็ต้องจ่ายเพิ่มในอัตรานั้นอีก

3) ค่ากระจายสินค้า (Distribution Fee) คือ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และขนส่งสินค้าจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังสาขา เครือข่ายยักษ์ค้าปลีกจะเรียกเก็บค่ากระจายสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตคิดเป็นร้อยละของยอดขาย

4) ค่าลงโฆษณา ในแผ่นพับ ใบปลิว หรือ วารสารแนะนำสินค้า ที่วางแจก หรือ แจกคน แจก หรือ ที่ส่งไปตามไปรษณีย์ เพื่อดึงคนซื้อ หรือ เพิ่มยอดขายให้กับสินค้านั้นๆ เทสโก้โลตัสเรียกเก็บค่าใช้จ่ายส่วนนี้ในอัตรา 35,000 บาท ต่อ 1 รอบของการส่งไปรษณีย์ในทุกๆ 15 วัน บวกด้วยร้อยละ ของยอดขายอีกตามแต่ที่จะตกลงกัน ส่วนคาร์ฟูร์ เรียกเก็บเป็นร้อยละ 2 จากยอดขาย แต่ถ้าต้องการพื้นที่แสดงวางสินค้าด้านหน้าที่เรียกว่า พื้นที่หัวคิว นั้น คาร์ฟูร์ จะเรียกเก็บเพิ่มอีกร้อยละ 2 ของยอดขาย

5) ค่าการจัดรายการพิเศษ เทสโก้โลตัสจะมีการจัดลดพิเศษสุดๆ ชนิดที่เห็นราคาแล้วไม่ซื้อก็เปรียบเสมือนการทำบาป ปีละ 4 ครั้ง โดยเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากโรงงานที่เข้าร่วมรายการ ในอัตรา 250,000 บาทต่อ SKU ต่อปี อัตราค่าใช้จ่ายนี้ได้รวมการลงโฆษณาในแผ่นพับที่ส่งทางไปรษณีย์ 2 ครั้ง และพื้นที่ในการจัดสินค้าหน้าแถว

ส่วนร้านสะดวกซื้อ อย่างเช่น ร้านเซเว่นอีเลเว่น นั้น เรียกเก็บค่าแรกเข้าสูงถึง 100,000-300,000 บาท ต่อสินค้าหนึ่งประเภท รวมทั้งเก็บพิเศษค่าต่างๆ ข้างต้น และค่าสินค้าชำรุดอีกด้วย

จากการใช้ความได้เปรียบมาปิดการต่างๆ ข้างต้นเหล่านี้ให้กับเจ้าของโรงงาน ดังนั้นผลกำไรจึงตกไปเป็นของบริษัทเหล่านี้เป็นส่วนใหญ่ และถูกส่งกลับเข้าประเทศแม่ของตน ในระยะยาวแล้ว เจ้าของโรงงานของคนไทยก็ถูก “แปรรูป” เป็นกรรมกรรับจ้างผลิตไปโดยปริยาย

5.7 ยุทธวิธีทำลายวิถีชีวิตและการผลิตชุมชน

บริษัทธุรกิจค้าปลีกเหล่านี้ซึ่งมีเงินทุนสูงมากมักจะไปเลือกทำเลทองในย่านเดียวกันกับตลาดสด เช่นที่ซอยอ่อนนุช คลองเตย เจริญผล และสามย่าน ฯลฯ ส่วนในต่างจังหวัดก็ดำเนินการเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะพื้นที่ใจกลางเมือง เช่นย่านสุขุมวิท ซึ่งราคาที่ดินเคยแพงกว่าพื้นที่ของชนบทที่นำไปปลูก ก็ยังถูกยึดเพราะค่าเงินที่ถูกกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) บีบให้ลดค่า

ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ตลาดสดนั้นเป็นวิถีชีวิตของคนไทย และแต่ละตลาดนั้นหล่อเลี้ยงชีวิตเป็นหมื่น หรือนับแสนชีวิต คือเกษตรกรที่ทำการผลิตผักผลไม้หรือขนมป๊อปปี้แม่ค้า รวมทั้งโรงงานขนาดย่อม ยี่เป็ดหรือพ่อค้าคนกลาง ที่พ่อค้าแม่ค้าไปซื้อสินค้ามาขาย

วิถีชีวิตและวงจรเศรษฐกิจชุมชนเหล่านี้ จะถูกทำลายลงอย่างสิ้นเชิงเพราะตลาด ซึ่งเป็นสังคมชุมชนอันอบอุ่นและเอื้ออาทรกันระหว่างพ่อค้า แม่ค้า และผู้ซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อกันประจำ จนกลายเป็นญาติที่คุยปรับทุกข์ปรับสุขกันได้ ต่อรองราคาสินค้ากันได้ ขอชิมกันได้ แลกสินค้ากันได้ และซื้อเชื่อ (อาศัยความเชื่อถือ) หรือ ค้างชำระเงินกันได้ และนี่คือวัฒนธรรมไทย วิถีชีวิตไทย หรือ วิถีชุมชนไทยอันเก่าแก่ที่ควรได้รับการพิทักษ์ไว้

คนไทยจะตกงานและหมดอาชีพเป็นแสนเป็นล้านคน ถ้าหากรัฐบาลไม่มีมาตรการแก้ไขการคิดโรค “ค้าเสรี” โดยลืมนำถึงความอยู่รอดของคนไทยในอนาคต

6. การแก้ไขปัญหาที่กระทบต่อธุรกิจค้าปลีกรายย่อย

การแก้ไขปัญหาที่กระทบต่อธุรกิจรายย่อยนั้นก็มีความคิดว่าจะต้องแก้ไขโดยสร้างความรู้ความเข้าใจในปัญหาที่จะกระทบให้ทั้งฝ่ายราชการ เอกชนและประชาชนผู้บริโภคได้เข้าใจ เช่นการที่ต่างชาติอ้างข้อตกลงระหว่างประเทศขอกฎหมายต่าง และการบังคับใช้กฎหมาย ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ผู้ใช้กฎหมายต้องรู้ถึงสิทธิหน้าที่ของรัฐในอันที่จะปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนและการตอบโต้ทางการค้าได้ในฐานะเป็นประเทศเอกราชได้มิใช่ปล่อยให้ประชาชนต้องได้รับความเดือดร้อนประเทศได้รับความเสียหาย

6.1 ภูมิคุ้มกันระบบการค้าเสรี

ภูมิคุ้มกันระบบการค้าเสรีคือ รัฐบาลต้องตระหนักในภาระหน้าที่ของตนต่อคนไทยทั้งชาติ ในการบำบัดทุกข์และบำรุงสุขคนไทยทั้งชาติ มิใช่รับใช้ หรือ เอาใจคนต่างชาติ หรือบริษัทข้ามชาติอย่างหลับหูหลับตาเหมือนเป็นเมืองขึ้น โดยถูกมอมเมาล้างสมองด้วยอุดมการณ์ของลัทธิ “การค้าเสรี” มาข่มขู่ แต่ไว้ในแต่ละประเทศที่พัฒนาแล้วนั้น กลับมีมาตรการกีดกันสินค้าจาก

ประเทศกำลังพัฒนาสารพัด เช่นมักจะยกข้ออ้างในเรื่องมาตรฐานสินค้า ความสะอาด ความปลอดภัย หรือ กำหนดโควตา หรือการให้การอุดหนุนธุรกิจภายในทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรม

อุดมการณ์ “การค้าเสรี” หรือ “การค้าไร้ระเบียบ” (Free Trade) ในโลกแห่งความเป็นจริงคือ “มาตรฐานสองหน้า” (Double standard) นั่นเอง

อันที่จริงถ้าเป็นการค้าเสรีจริงก็ต้องไม่มีมาตรการเหล่านี้ คือถ้าสินค้าจากประเทศกำลังพัฒนาไม่มีมาตรฐาน หรือความปลอดภัยแล้วประชาชนของเขาซึ่งมีการศึกษาสูงก็จะไม่ซื้อเอง สินค้าก็จะขายไม่ได้ แต่รัฐบาลประเทศที่พัฒนาแล้วต้องการกีดกันสินค้าเพื่อคุ้มครองนักธุรกิจหรือเกษตรกรของชาติของตนมากกว่า

ตัวอย่าง เช่นผลไม้สดของไทยไม่สามารถส่งไปขายในอเมริกาได้ โดยใช้ข้ออ้างว่า อาจจะนำแมลงไปแพร่พันธุ์ ทั่วๆ ทูอเมริกาเป็นประเทศที่ผลิตยาฆ่าแมลงที่ใหญ่ และเก่งที่สุดในโลก หรือสินค้าสิ่งทอ หรือสินค้าเหล็กสำเร็จรูป ก็เจอมาตรการ โควตา ส่วนยุโรปก็กีดกันสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากประเทศไทย

ประเทศไทยได้ตั้งสำนักงานส่งเสริมการลงทุน หรือ บีโอไอ (B.O.I) ให้อภิสิทธิ์บริษัทต่างชาติดำเนินการ เช่นด้านการผ่อนผันยกเว้นภาษีอากร และภาษีรายได้

ก่อนนายพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เดินทางไปอเมริกา ก็ประกาศนโยบายลดภาษีรายได้ให้กับบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาตั้งสำนักงานในเมืองไทยจากร้อยละ 30 เหลือเพียงร้อยละ 10 รวมทั้งการหักภาษีอื่นๆ อีกมากมาย

ในขณะที่บริษัทของคนไทยต้องเสียภาษีรายได้ร้อยละ 30 แต่ต่างชาติเสียเพียงร้อยละ 10 แค่นี้ก็ทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม และ เสียเปรียบตั้งแต่ย่างก้าวแรกในการทำธุรกิจแล้ว

นโยบายของรัฐที่ผ่านมา คือ การทุ่มงบประมาณในการลงทุนด้าน โครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้ง โรงไฟฟ้า ถนน และนิคมอุตสาหกรรมเพื่อดึงให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน คิดเป็นเงินปีละหลายแสนล้านบาท

ถึงเวลาแล้วที่รัฐจะต้องทุ่มงบประมาณมาสร้างโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่างๆ เพื่ออุดหนุนคนไทย และนักธุรกิจไทยทั้งรายใหญ่และรายย่อย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติ ซึ่งได้รับอภิสิทธิ์เหนือคนไทยในแผ่นดินไทยด้วยชื่อโรค “การค้าเสรี”

กรณีของการขยายตัวของเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกข้ามชาตินั้น รัฐบาลสามารถศึกษานโยบาย และกำหนดนโยบายจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งประชาชนของเขาตื่นตัว และรัฐบาลมีกลไกให้ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าจะอนุมัติให้ตั้งได้หรือไม่ได้

ในประเทศเยอรมัน ฝรั่งเศส และญี่ปุ่นต่างก็มีกฎหมายห้ามขายสินค้าต่ำกว่าราคาทุน ซึ่งเป็นยุทธวิธีระยะสั้นของเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกยักษ์ นำมาใช้เพื่อทำลายธุรกิจชุมชน แล้วมาโก่งราคาเพื่อเอากำไรคืนในภายหลังเมื่อผูกขาดตลาดได้แล้ว

รัฐบาลญี่ปุ่นมีนโยบายสนับสนุนร้านค้าปลีกขนาดเล็กและกลาง โดยการปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ผ่อนคืนระยะยาวให้ยาวนานถึง 10-20 ปี รวมทั้งสิทธิประโยชน์ทางภาษี และความช่วยเหลือทางด้านความรู้ทางวิชาการบริหารสมัยใหม่ การทำบัญชี ฯลฯ

ในขณะที่หน่วยงานของรัฐบาลไทยดีแต่ทำหน้าที่ปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มทุนข้ามชาติอย่างหลับหูหลับตา เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงการคลัง และ กระทรวงพาณิชย์ ทั่วๆไปได้รับเงินเดือนจากภาษีอากรของคนไทยทั้งชาติ

สิ่งที่ควรจะเป็นคือ รัฐบาลควรมีมาตรการและนโยบายทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อกำกับดูแลการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน และเพื่อคุ้มครองธุรกิจและเส้นเลือดชีวิตเศรษฐกิจของคนไทย มิใช่การยอมจำนนต่อการข่มขู่คุกคามของบริษัทข้ามชาติในข้ออ้างเรื่องการลงทุน ประเทศไทยเป็นประเทศเอกราช และมีอธิปไตยเหนืออาณาเขต เราจะต้องไม่ยอมสูญเสียสิทธิสภาพนอกอาณาเขตของไทยไป

6.2 นโยบายและมาตรการระยะสั้นเฉพาะหน้า

มาตรการที่หนึ่ง คือ การจำกัดเขตให้ออกไปอยู่นอกเมือง เพราะเป็นการสร้างปัญหาจราจรแออัด เหตุผลหลักที่ชุมชนหรือเทศบาลสามารถนำมาใช้ห้ามธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่เหล่านี้ คือ เรื่องการทำให้จราจรในเมืองแออัดอันเป็นการสร้างความเดือดร้อนให้กับประชาชน ในยุโรปจึงมีระเบียบว่าเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกเหล่านี้ จะตั้งได้แต่ในบริเวณนอกตัวเมืองเท่านั้น ซึ่งมาตรการนี้เป็นการคุ้มครองร้านค้าย่อยวิธีหนึ่ง

มาตรการที่สอง ที่จะนำมาใช้ได้ คือ การออกระเบียบให้คิดราคาสินค้ามาตรฐาน และห้ามขายในราคาต่ำกว่าราคาที่ตั้งไว้ และห้ามจัดรายการการขายเกินปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับร้านค้าย่อย

มาตรการที่สาม คือ มาตรการการเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่นของธุรกิจข้ามเขต เพื่อนำมาพัฒนาพื้นที่ตลาดสด หรือบริเวณร้านค้าในเมืองให้ทันสมัย มีที่จอดรถ และห้องน้ำให้ทันสมัย ไม่คิดเงินผู้ใช้อำนวยความสะดวก อย่างเดียวกับที่ห้างเหล่านี้ดำเนินการเป็นจุดขายของตน

มาตรการที่สี่ ซึ่งสำคัญที่สุด คือ การพัฒนาตลาดสด และลานค้าขนาดใหญ่แบบสวนจตุจักร รัฐบาลจะต้องจัดงบประมาณอุดหนุน ตลาดสด และลานค้าแบบจตุจักรให้เกิดขึ้นในทุกแห่งที่เครือข่ายร้านค้าเหล่านี้มาตั้ง โดยการจัดหาสถานที่ จัดระเบียบ และจัดที่จอดรถ และห้องน้ำให้

สะดวก และกว้างขวางพอในขนาดเดียวกัน หรือใหญ่กว่าธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่เหล่านี้ โดยใช้วิธีการซื้อที่ดินในราคาตลาด เพื่อก่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม เพื่อให้ร้านค้าย่อยเช่าในราคาถูก

รัฐบาลต้องยอมรับว่า การที่ประชาชนนิยมไปซื้อสินค้าในห้างค้าปลีกลดราคาเหล่านี้ เพราะห้างเหล่านี้อำนวยความสะดวกกับลูกค้าทุกประการเพราะมีเงินทุนที่สูงกว่า และสามารถเสนอราคาสินค้าถูกกว่าในบางกรณี ทั้งที่ดินทุนสูงกว่า เพราะสามารถมาบีบกดราคาสินค้าจากโรงงานได้

แต่ถ้ารัฐสร้างตลาดแบบจตุจักรที่ให้ความสะดวกไม่แตกต่างกัน ในด้านลานจอดรถที่กว้างขวาง และห้องน้ำที่สะอาดและทันสมัยมาแข่ง เพื่อให้เป็นทางเลือกของผู้บริโภคและเป็นการสร้างอาชีพให้กับพ่อค้านักธุรกิจย่อย โดยวิธีนี้จะเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการที่เป็นวิถีชีวิตของคนไทย เพราะมีความสะดวกเท่าเทียมกัน และได้สินค้าน่าคบหาดีกว่าเนื่องจากลานค้าและตลาดสดที่ทันสมัย สะอาดเยี่ยงนี้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายถูกกว่า

รัฐบาลเคยจัดงบประมาณสร้างนิคมอุตสาหกรรม หรือ โรงไฟฟ้า หรือ ถนน ฯลฯ หรือ ลดภาษี ให้เพื่อดึงดูดชาติมาลงทุน บัดนี้ถึงเวลาแล้วที่จะดึงงบเหล่านั้น หรือจัดงบเหล่านั้นมาอุดหนุนธุรกิจของคนไทยเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในเรื่องการจัดหาสถานที่ขนาดใหญ่ จัดหาที่จอดรถ สนับสนุน การวิจัยการแปรรูป การวิจัยและพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชน วิธีการทำการตลาด การออกแบบตลาด รูปทรงสินค้า ภาชนะเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการส่งเสริมอย่างจริงจังให้เกิดการรวมตัวกันของผู้ผลิตในแต่ละผลิตภัณฑ์แต่ละตัวสินค้า แต่ละผลผลิต เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง และสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตและร้านค้ารายย่อย

มาตรการที่ห้า คือ การจัดถนนคนเดินให้เกิดขึ้นในทุกชุมชน พัฒนาบริเวณริมคลอง ริมแม่น้ำ หรือ ริมชายหาดให้กลายเป็นถนนคนเดิน โดยมีการจัดระเบียบและจัดสรรบริเวณเป็นที่จอดรถ และสร้างห้องน้ำที่ทันสมัยอย่างพอเพียง เพื่ออำนวยความสะดวก และเพื่อดึงผู้บริโภคให้หันมาใช้บริการร้านค้าย่อย ร้านบูติก หรือ ร้านอาหาร ในถนนสายต่างเหล่านี้ เพื่อไม่ให้ร้านค้าย่อยต้องล้มละลายเพราะคนไปเดินห้างเสียหมด

มาตรการที่หก คือ การออกพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ให้คนต่างด้าวประกอบอาชีพในประเทศไทยต้องต้องสอบภาษาไทย เหมือนอย่างที่คนไทยที่เข้าไปประกอบอาชีพในประเทศที่พัฒนาแล้ว ล้วนต้องไปสอบเอาใบประกอบอาชีพจากประเทศนั้นๆ ในภาษาของประเทศนั้นๆ ผู้บริหารของเครือข่ายธุรกิจปลีกต่างชาติเหล่านี้จะต้องเข้ามาสอบเอาใบประกอบอาชีพด้วยภาษาไทยเหมือนคนไทย นอกจากนี้การค้าปลีกต้องกำหนดให้เป็นอาชีพที่รัฐต้องให้การคุ้มครอง

มาตรการที่เจ็ด คือ การส่งเสริม หรือ อุดหนุนให้เกิดร้านค้าสหกรณ์ผู้บริโภคสินค้าและอาหารประจำวันขึ้นทุกชุมชน เพื่อให้ชุมชนหันมาซื้อสินค้าในร้านสหกรณ์สินค้าปลีกชุมชนของตน เมื่อร้านค้ามีกำไรก็จะคืนกำไรกลับเข้าสู่กระเป๋าของผู้บริโภค

มาตรการที่แปด คือ ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสหภาพคนงานร้านค้าปลีก เพื่อที่ว่าคนงานจะได้มีอำนาจต่อรองเอาค่าแรง และค่าสวัสดิการเท่ากับที่บริษัทเหล่านี้จ่ายให้พนักงานบริษัทแม่ โดยไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน เพราะถือว่าทำงานบริษัทเดียวกัน ก็ต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและทัดเทียมกันตามกฎหมาย ระเบียบ และนโยบายเดียวกัน

มาตรการที่เก้า คือ การออกกฎหมายผังเมืองทั้งในระดับชาติ ระดับชุมชน ระดับเมือง ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด กำหนดให้เครือข่ายค้าปลีกข้ามชาติต้องออกไปตั้งนอกเมืองที่ไม่มีชุมชน และไม่มีตลาดสด

รัฐมีหน้าที่ที่ต้องอุดหนุนและสนับสนุนให้เกิดระบบการค้าที่เป็นธรรม โดยการวางกติกาต่างๆ และดำเนินนโยบายเพื่อธุรกิจย่อยมีโอกาสผุดเกิด หรือมีโอกาสดำเนินกิจการอยู่ได้ต่อไปตามมาตรการต่างๆ ที่เสนอมานี้ข้างต้น หรือมาตรการอื่นๆ ถ้าหากรัฐบาลละเลยหน้าที่ของตน โดยไม่เพียงแต่วิถีชีวิตของคนไทยและธุรกิจย่อยจะถูกธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติเหล่านี้มาทำลายแล้วอุตสาหกรรมของคนไทย นักธุรกิจไทยก็จะไม่รอดไปด้วย เพราะวิธีการของธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่เหล่านี้ จะกดราคาซื้อสินค้าที่จะนำมาขายในห้าง คิดค่ากินเปล่าสินค้าเป็นรายตัว ปิดภาระค่าบริหาร และค่าโฆษณา ค่าแผ่นพับ และค่าแจกจ่ายมาให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ หรือ โรงงาน

เจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมก็จะถูกแปรรูปจากนายทุน มากลายเป็นกรรมกรผลิตสินค้าป้อนห้างเหล่านี้ เพราะขาดอำนาจการต่อรอง เพราะช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ เช่นคนกลาง ยี่ปี่ว และร้านค้าปลีก หรือ โชวห่วยถูกทำลายไปหมดแล้ว

เมื่อร้านค้าย่อยและยี่ปี่วถูกทำลายหมด ห้างเหล่านี้ก็จะรวมหัวกันขึ้นราคาสินค้าได้ตามใจชอบ เพราะไม่มีเหตุผลที่จะมาขายถูกอีกต่อไป เนื่องจากการทำธุรกิจของบริษัทเหล่านี้ คือการหากำไรสูงสุด

เมื่อธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่เหล่านี้มีผลกำไร ก็แลกเงินบาทเป็นเงินตราต่างประเทศส่งกลับสำนักงานใหญ่ อันเป็นบริษัทแม่ในประเทศของตน ประเทศไทยก็จะขาดดุลการชำระเงินค่าเงินก็จะอ่อน ต้องลดค่าและเกิดเงินเฟ้อ ภาระในการชำระหนี้และดอกเบี้ยหนี้สาธารณะก็จะสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว ชาวบ้านก็ต้องทำงานหนักเป็น 2 เท่า หรือ 3 เท่า เพื่อให้ได้เงินเท่าเดิม ประชาชนทั่วไปก็เช่นเดียวกัน ถ้าหากว่าต้องการรักษาคุณภาพชีวิตเท่าเดิม ก็ต้องทำงานหนักขึ้น หรือลดคุณภาพชีวิตลง มาตรฐานชีวิตของคนทั้งชาติก็จะลดลง เพราะสินค้าจำเป็นจากต่างชาติ เช่นน้ำมัน หรือ อื่นๆจะแพงขึ้น แต่สินค้าส่งออกจะได้เงินน้อยลงภาระการจ่ายหนี้สินทั้งดอกเบี้ยและเงินต้นของหนี้

สาธารณะ และหนี้ต่างประเทศทั้งของภาคเอกชนและภาครัฐก็จะเพิ่มขึ้น เพราะค่าเงินอ่อนลงรวมทั้งราคาสินค้าทุนประเภทเครื่องจักรด้วย

วิกฤติเศรษฐกิจและการจลาจลแบบที่เกิดขึ้นในอาเจนตินาก็คงจะมาเยือนอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ถ้ารัฐบาลมองข้ามถึงความอยู่รอดของธุรกิจย่อย วิถีชีวิตเศรษฐกิจชุมชน และอุตสาหกรรมของคนไทย ที่จะต้องมาถูกผูกขาดและพึ่งช่องการจัดจำหน่ายของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติที่กำลังขยายตัวกระจายไปยังทุกจังหวัดในขณะนี้ โดยที่รัฐบาลไม่มีมาตรการหรือนโยบายที่ชัดเจนมาส่งเสริมคุ้มครองปกป้องและสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมกับธุรกิจย่อยของคนไทย รวมทั้งโรงงานอุตสาหกรรมไทย ซึ่งรัฐไม่ได้สร้างกลไกขึ้นมาเพื่อดูแลให้มีอำนาจต่อรองกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้อย่างมีศักดิ์ศรีและมีความเป็นธรรม มีคสัญญญี่จะต้องเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้อย่างแน่นอน

คำถามของคนไทยทุกวันนี้ คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง รวมทั้งท่านนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบ และดูแลเรื่องนี้อยู่กำลังทำงานเป็นพนักงานของบริษัทข้ามชาติหรือว่ามีหน้าที่ปกป้องอธิปไตยทางเศรษฐกิจและการเมืองของชาติไทยกันแน่ ครับ (กมล กมลตระกูล, ออนไลน์, 2549)

6.3 ความเห็นเรื่องการให้ความช่วยเหลือร้านค้าปลีกที่ผ่านมา

ในช่วงของรัฐบาล พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ได้มอบให้นายเนวิน ชิดชอบ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ จัดตั้ง “บริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัด” ซึ่งผ่านการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี ไปเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ.2545 บริษัทดังกล่าวมีทุนจดทะเบียน 395 ล้านบาท โดยให้บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) ถือหุ้น 49% สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อม (สสว.) ถือหุ้น 51% มีกรรมการบริหาร 11 คน ประกอบด้วย ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ 1 คน ผู้แทนกระทรวงการคลัง 1 คน ผู้แทน บอย. 1 คน ผู้แทน สสว. 1 คน และกรรมการจากภาคเอกชน 7 คน โดยผู้ถือหุ้นใหญ่คือบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อม(สสว.) ได้มาประชุมร่วมกันและตกลงตั้งบริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง (Allied Retail Trade: ART) มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบและส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกค้าส่งและบริการรวบรวมคำสั่งซื้อ ต่อรองราคาและเงื่อนไขจากผู้ผลิต ประสานงานสถาบันการเงิน จัดหาสินเชื่อติดตามดูแลการจัดส่งสินค้า จำหน่ายส่งสินค้า พัฒนาฝึกอบรมร้านค้าให้มีรูปแบบและการจัดการเพื่อผลการประกอบการที่ดีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายย่อย

ส่วนรูปแบบการทำงานการทำงาน จะเปิดรับสมาชิกและใช้ระบบแฟรนไชส์ โดยใช้ชื่อแฟรนไชส์เออาร์ไทย (AR Thai) เพราะแฟรนไชส์ จะแตกไลน์ออกไปเป็นร้านค้าปลีกหรือร้าน

โซวห่วย ร้านค้าประเภทต่างๆ ร้านก๋วยเตี๋ยว โดยสามารถสมัครแฟรนไชส์ได้ และจะพัฒนาไปสู่ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ร้านอาหารทั้งหมด “ทางซัพพลายเออร์ยืนยันกับบริษัทว่า จะไม่ขายสินค้าในราคาสูงกว่าขายให้รายอื่นให้กับบริษัทเออาร์ไทย และได้ขออย่าให้รู้สึกรู้สีกว่าขายให้รายอื่นต่ำกว่าที่ขายให้เออาร์ไทย อยู่ที่มีการต่อรองราคา แต่การยืนยันราคานี้ สมาชิกเออาร์ไทยจะได้รับประโยชน์เพราะราคาสินค้าต่ำลงแน่นอน” และว่าซัพพลายเออร์ที่ทำธุรกิจกับเออาร์ไทยไม่มีความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจแต่อย่างใด เพราะมีการสั่งซื้อผ่านระบบไอทีและส่งสินค้าเมื่อบริษัทอนุมัติ โดยมีเครดิตไลน์ให้กับร้านค้าที่บริษัทจะทราบว่าแต่ละรายมีเครดิตไลน์เหลือเท่าใด

ในด้านการเงินนั้น ทางธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน ธนาคารนครหลวงไทย และบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (บอย.) เป็นผู้ให้สินเชื่อโดยวงเงินที่สมาชิกจะได้รับขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ตั้งแต่ร้านเล็กที่มีการขายและหมุนเวียนสินค้าเดือนละ 30,000 บาทจนถึงขนาด 1,200,000 บาทต่อเดือน ในการขายเหมือนกับร้านเซเว่นอีเลเว่น ที่มีขนาด 2 คูหา ส่วนระยะเวลาเครดิตไลน์นั้น สมาชิกจะได้รับเหมือนกับที่ซัพพลายเออร์ให้

โดยได้เปิดรับสมัครสมาชิกร้านค้าปลีกให้เข้ามาเป็นสมาชิก ตั้งแต่เดือนกันยายน 2545 เป็นต้นมา ซึ่งผลปรากฏว่าได้รับการตอบรับจากร้านค้าปลีกทั่วประเทศเป็นอย่างดี ช่วงประมาณ 2 เดือนมีผู้สมัครเป็นสมาชิกเออาร์ที่ทั่วประเทศมีกว่า 14,000 ราย

ต่อมาเมื่อนายวัฒนา เมืองสุข เข้ารับผิดชอบ นโยบายการแก้ปัญหาค้าปลีกได้เปลี่ยนไป ชนิดหน้ามือเป็นหลังมือ อันเป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนตัวรัฐมนตรีผู้ควบคุมดูแลธุรกิจดังกล่าวจากนายเนวิน ชิดชอบ มาเป็น นายวัฒนา เมืองสุข กำลังก่อให้เกิดความสับสนอย่างรุนแรง โดยเฉพาะในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2549 คือวันครบรอบ 4 ปีที่บริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัด ได้เปิดดำเนินการขึ้นอย่างเป็นทางการ นายวัฒนา เมืองสุข รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้กล่าวกับผู้สื่อข่าวว่า การแก้ปัญหาร้านค้าปลีกตามแนวทางเดิมอาจขัดกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 87 ที่ระบุว่า รัฐต้องสนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ค้ำครองผู้บริโภคและป้องกันการผูกขาดคัดตอนทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งยกเลิกและละเว้นการตรากฎหมายและกฎเกณฑ์ที่ควบคุมธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับความจำเป็นทางเศรษฐกิจ การดำเนินการดังกล่าวต้องไม่แข่งขันกับเอกชน เว้นแต่มีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ รักษาผลประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้นจึงต้องทบทวนว่ากฎหมายค้าปลีกเป็นเรื่องของความมั่นคงของชาติหรือไม่

จากการรวบรวมแนวคิดของ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ มีความเห็นว่าธุรกิจบางประเภทจำเป็นต้องเลิกไป เพราะวงจรธุรกิจไม่มีการพัฒนาเช่นร้านโซวห่วยแบบเก่า กระทรวงพาณิชย์ต้องมีหน้าที่ดูแลผู้บริโภคให้ได้ซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรม ต้องการให้ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น เซ็นทรัล บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส แบ่งพื้นที่กันดูแลและให้ความช่วยเหลือร้านโซวห่วย ใน

รูปแบบการฝึกอบรมด้านการตลาด ด้านการจัดการ การหาช่องทางการจำหน่าย นอกจากนี้ จะให้ ห้างขนาดใหญ่เป็นผู้ป้อนสินค้าให้ร้านโชวห่วย ในทางกลับกันก็จะใช้ห้างสรรพสินค้าเป็นช่องทาง จัดจำหน่ายสินค้าจากชนบท สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล สินค้าของโครงการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และเห็นว่าควรดึงธุรกิจขนาดใหญ่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งต้อง มาเปรียบเทียบว่า การปกป้องตลาดค้าปลีกในประเทศจะแตกต่างกับการผลิตสินค้าออกไปขายใน ตลาดโลกจะคุ้มกันกว่าหรือไม่ ภาพรวมตลาดสินค้าทั่วโลกมีมูลค่าสูงมาก มีการบริโภคหลายแสน ล้าน ดังนั้น รัฐบาลจะไปกีดกันพวกห้างสรรพสินค้า พวกคิสเคานต์สตอร์ ทำไม่

นายสมชาย พรรัตน์เจริญ นายกสมาคมค้าส่งปลีกไทย มีความเห็นว่า จากที่ได้รับฟังความ คิดเห็นของรัฐมนตรีช่วยพาณิชย์นายวัฒนา เมืองสุข เข้าใจได้ทันทีว่า ท่าน โอนเอียงไปทางต่างชาติ ทั้งที่ในบทบาทรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ควรปกป้องผลประโยชน์ประเทศไทยและ ประชาชนส่วนใหญ่จึงจะถูกต้อง

นายเนตร จันทรัมย์ กรรมการผู้จัดการห้างสรรพสินค้าไดอาน่าดีพาร์ตเมนต์สตอร์ จังหวัดสงขลา เปิดเผยว่า หลังจากที่ก่อนหน้านี้ นายธนินท์ เจียรวนนท์ ผู้บริหารในเครือเจริญโภค ภัณฑ์ ออกมาให้สัมภาษณ์ว่า รัฐบาลจะต้องให้ความสำคัญกับผู้ซื้อไม่ใช่ผู้ขายโดยระบุว่าประเทศ ไทยต้องเดินตามกรอบการค้าขององค์การการค้าโลก (WTO) แสดงให้เห็นชัดเจนว่านโยบายของ ภาครัฐกำลังจะย้อนกลับไปเน้นที่การค้าเสรีเต็มรูปแบบเดิม หากเป็นไปตามนั้นก็เท่ากับสิ่งที่ฝ่ายผู้ ประธุรกิจค้าปลีกรายย่อยและหอการค้าต่างจังหวัดพยายามเรียกร้องให้มีกฎระเบียบเพื่อให้เกิด ความเป็นธรรมในการแข่งขันก็จะไม่เกิดขึ้น และรัฐบาลก็อาจจะยึดแนวทางที่ปล่อยให้ธุรกิจขนาด เล็กที่ไม่สามารถแข่งขันได้ค่อยๆ เลิกกิจการไปเอง

ดังนั้นอนาคตการดำเนินงานของบริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัดเองคงจะไม่ประสบ ความสำเร็จอันเนื่องมาจากการแนวคิดของรัฐมนตรีช่วยที่รับผิดชอบเปลี่ยนมาเป็นของนายวัฒนา เมืองสุข ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ที่มีหุ้นในธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

6.4 แนวคิดในการแก้ไขปัญหาจากผู้เกี่ยวข้อง

ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ที่ประชุมคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2549 เห็นชอบในหลักการร่างแนวทางการพิจารณาการปฏิบัติทางการค้า (ไกด์ไลน์) ระหว่างผู้ ประกอบธุรกิจค้าส่งค้าปลีก กับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ภายใต้มาตรา 29 แห่ง พระราชบัญญัติการ แข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 ซึ่งมีทั้งหมด 8 ข้อ โดยกรมการค้าภายในจะออกประกาศเพื่อให้เป็น แนวทาง มีผลบังคับสำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 6 ล้าน

บาท หรือทั้งจำทั้งปรับและกรณีที่กระทำความผิดซ้ำต้องระวางโทษเป็นทวีคูณ (ไทยโพสต์, ออนไลน์, 2545)

ในมาตรา 29 พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 ว่าด้วยการค้าที่ไม่เป็นธรรม ยังไม่มีการกำหนดความหมายของการกระทำความผิดที่ชัดเจนว่า อะไรเข้าข่ายที่ไม่เป็นธรรมบ้าง จนทำให้เกิดปัญหาและเป็นสาเหตุให้ศาลพิจารณาคดีใหญ่เร่งขยายตัวตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 จากพันกว่าสาขาเป็นห้าพันกว่าสาขาในปัจจุบัน เมื่อมีแนวทางจะพิจารณาได้ว่าผู้ประกอบการใดทำผิดมาตรา 29 จะต้องไปสอบถามดูก่อนเพื่อความมั่นใจว่าโค้ดไลน์จะเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องหรือไม่ (มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันมิใช่การแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรมและมีผลเป็นการทำลายทำให้เสียหาย ชัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจอื่น หรือเพื่อมิให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ)

อธิบดีกรมการค้าภายใน กล่าวถึงกรณีมีผู้ประกอบการบางรายไม่เห็นด้วยกับแนวทางนี้ว่า ได้มีการศึกษาด้วยกระบวนการหรือตามลำดับมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 พบแนวทางนี้ได้คำนึงผลประโยชน์ที่เป็นธรรมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งผู้ค้าปลีกรายใหญ่ โชวห่วย ซัพพลายเออร์ และผู้บริโภค ดังนั้นเชื่อว่าการใช้แนวทางนี้จะไม่กระทบต่อผู้ประกอบการแน่นอน

เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2549 กระทรวงพาณิชย์ได้เชิญผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ 15 ราย เพื่อลงนามในบันทึกข้อตกลง (MOU) เพื่อหยุดการขยายสาขาจนกว่าจะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการค้าส่งค้าปลีก แต่ผู้ประกอบการปฏิเสธที่จะเซ็นบันทึกข้อตกลง

นายปรีชา เลหาพงษ์ชนะ รักษาการรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า การขอความร่วมมือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ 15 รายลงนามข้อตกลงนั้น ผู้ประกอบการอ้างว่ายังไม่เห็นข้อมูลของสัญญาข้อตกลงอย่างละเอียด จึงอยากจะไปศึกษาข้อมูลก่อน โดยกระทรวงพาณิชย์ได้นัดให้มาลงนามข้อตกลงอีกครั้งวันที่ 20 กันยายน 2549 ผู้ประกอบการที่มาร่วมประชุมอ้างว่าไม่มีอำนาจในการลงนามข้อตกลง เพราะเป็นตัวแทนของฝ่ายบริหาร

กรรมการรองกรรมการผู้จัดการบริหารอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท เอกชัย ดิสทริบิวชั่น จำกัด ในฐานะผู้บริหารห้างเทสโก้โลตัส กล่าวว่ายังไม่ตัดสินใจเซ็นข้อตกลง เนื่องจากยังไม่ทราบรายละเอียดว่ามีข้อกำหนดอะไร ดังนั้น วันที่ 20 กันยายน 2549 ที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดเส้นตายเป็นไปได้อีกสองทางคือ เซ็นกับไม่เซ็นซึ่งต้องขอรวบรวมข้อมูลก่อน และบริษัทแม่ของเทสโก้โลตัสที่ประเทศอังกฤษมีความเป็นห่วงกรณีดังกล่าว เพราะเป็นผลกระทบของสังคมและที่อ้างว่า โชวห่วยร้องเรียนนั้น อยากให้มองมุมกลับกัน หากมีการให้ยุติการขยายสาขาทั้งก่อสร้างและยังไม่ก่อสร้างจะกระทบกับผู้ที่เกี่ยวข้องอีกจำนวนเท่าไร อยากขอให้กระทรวงพาณิชย์พิจารณาและว่า

เทศโก้โลดส์จะขยายสาขาในรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ต 3-4 สาขาและเอ็กซ์เพรสอีก 10 สาขาทั่วประเทศ

เจ้าหน้าที่ด้านการค้าการลงทุนสถานทูตอังกฤษประจำประเทศไทย เข้าเพื่อหารือกับกรมการค้าภายในถึงกรณีจะใช้ข้อตกลง (MOU) เรื่องให้ชะลอการขยายสาขาซึ่งตนเห็นว่า เทศโก้โลดส์น่าจะหารือกับกระทรวงพาณิชย์ด้วยตนเอง ไม่ควรพาเจ้าหน้าที่สถานทูตมาหารือด้วย เพราะไม่มีความจำเป็นอะไร ไม่ว่าใครก็ตามที่เข้ามาลงทุนในไทย ถือว่าเป็นนิติบุคคลไทย และต้องทำตามกฎหมายของไทย ที่สำคัญต้องมีจิตสำนึกเหมือนคนไทย เมื่อคนในสังคมมีปัญหาก็ต้องช่วยเหลือ

นายไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ ที่ปรึกษาสมาคมการค้าแห่งประเทศไทย เสนอว่าควรมีการกำหนดเวลาเปิด-ปิด ไม่ใช่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง หรือทั้ง 7 วัน เพราะในต่างประเทศ ห้างค้าปลีกรายใหญ่จะปิดทำการ 1 วัน เพื่อให้พนักงานอยู่กับ

อธิบดีกรมการค้าภายในได้สั่งการให้เจ้าหน้าที่กรมการค้าภายในทำหนังสือแจ้งผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ 15 ราย ที่ให้มาลงนามบันทึกข้อตกลงชะลอการขยายสาขาภายในวันที่ 22 กันยายน 2549 นั้น จากกำหนดเดิมวันที่ 20 กันยายน 2549 ซึ่งหากผู้ประกอบการรายใดฝ่าฝืน จะเสนอขอใช้อำนาจคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขพิจารณา

สำหรับเนื้อหาของสัญญาข้อตกลงมีการปรับปรุงให้ชัดเจนขึ้น เนื่องจากก่อนหน้านี้มีการแก้ไขเนื้อหาบางส่วนจนอาจไม่สามารถแก้ปัญหาได้จริง ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ต้องเร่งให้ผู้ประกอบการห้างค้าปลีกลงนามข้อตกลง เพื่อชะลอหรือหยุดการขยายสาขาในรูปแบบร้านค้าปลีกขนาดเล็กย่อย หรือเอ็กซ์เพรสอย่างรีบด่วน เพราะหากยังปล่อยให้ขยายสาขาแบบเอ็กซ์เพรสอย่างไม่หยุดยั้ง จะทำให้ผู้ประกอบการห้างรายอื่นๆ ขยายสาขาในรูปแบบร้านค้าปลีกค้าส่งขนาดเล็กย่อยนี้บ้าง ทั้งมินิมาร์ทและร้านสะดวกซื้อก็เช่นกัน ซึ่งล่าสุดมีผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ 2-3 รายได้เตรียมแผนการขยายสาขาไว้แล้ว (ผู้จัดการออนไลน์, ออนไลน์, 2549ค)

นายชนภณ ตั้งคณานันท์ นายกสมาคมผู้ค้าปลีกไทย กล่าวว่า กระแสการต่อต้านกลุ่มผู้ค้าปลีกข้ามชาติขณะนี้ เชื่อว่ากฎระเบียบต่างๆ ที่บังคับใช้ผู้ประกอบการกำหนดเขตและขนาดของธุรกิจอยู่แล้ว โดยเฉพาะพระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ.2518 มีช่องทางกฎหมายว่าด้วยมาตรา 10 (2) ของพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ที่ท้องถิ่นสามารถออกเทศบัญญัติท้องถิ่นเพื่อให้ผู้ประกอบการต้องขออนุญาตก่อนเข้าเปิดบริการได้ ซึ่งสมาคมไม่สามารถโต้แย้งอะไรได้ แต่สิ่งที่อยากฝากถึงรัฐบาลคือ ถ้ากฎหมายไกด์ไลน์ (Guide line) หรือแนวปฏิบัติของการแก้ไขความไม่เป็นธรรมในธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง ทั้ง 8 ข้อ ซึ่งหากผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการแข่งขันทาง

การค้าและบังคับใช้จริง จะส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างมากโดยจะทำให้ระบบการแข่งขันถูก กดทอนลง ไป ส่งผลให้ผู้บริโภคจะต้องได้ซื้อของแพงขึ้น เพราะทั้งผู้ผลิตและซัพพลายเออร์จะไม่มีภาวะตื่นตัวหรือตื่นในการพัฒนาสินค้าเท่าที่ควร ดังนั้นสมาคมฯจึงไม่เห็นด้วยกับแนวทางดังกล่าว และดำเนินการขอชี้แจงเพื่อระงับแนวทางนี้ต่อไป

ทั้งนี้แนวปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมทั้ง 8 ข้อ ประกอบด้วย

(1) การกำหนดราคาซื้อขายสินค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น การขายต่ำกว่าทุน การผลิตสินค้าแบบเดียวกับซัพพลายเออร์มาจำหน่ายแทน

(2) การเรียกรับประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม เช่น เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า จากซัพพลายเออร์ที่ต้องการนำสินค้ามาวางจำหน่ายในอัตราที่สูงเกินจริง โดยไม่มีการบอกกล่าวล่วงหน้า

(3) การคืนสินค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น คืนสินค้ากลับไปยังซัพพลายเออร์ โดยอ้างว่าสินค้าเก่า สกปรก หรือบุบสลายซึ่งไม่ได้เกิดจากซัพพลายเออร์

(4) การใช้สัญญาขายฝากที่ไม่เป็นธรรม

(5) การบังคับซื้อ-ขาย และจ่ายค่าบริการที่ไม่เป็นธรรม เช่นการเก็บค่าโฆษณาสินค้าลงในใบปลิวและแผ่นพับในอัตราที่ไม่เป็นธรรม โดยไม่มีหลักเกณฑ์การคำนวณอัตราค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาต่อพื้นที่ และจำนวนครั้งที่ลงโฆษณาที่ชัดเจนและเปิดเผย

(6) การใช้พนักงานของผู้ผลิตสินค้าบางรายที่จัดส่งพนักงานเข้ามาร่วมส่งเสริมการขายสินค้าของตนเองอย่างไม่เป็นธรรม เช่น ใช้พนักงานของผู้ผลิตให้รับผิดชอบงานส่วนอื่นๆ ที่เป็นของห้างโดยมีเจตนาที่จะลดการจำหน่ายของทางห้าง

(7) การปฏิเสธการรับซื้อสินค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น ปฏิเสธการรับซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ที่ห้างได้สั่งผลิตไปแล้ว

(8) การปฏิเสธอื่น เช่น ปฏิเสธหรือประวิงการสั่งซื้อหรือจำหน่ายสินค้าจากซัพพลายเออร์ที่เข้าร้องเรียนความไม่เป็นธรรมกับหน่วยงานราชการ หรือ ถอดสินค้าของซัพพลายเออร์ออกจากชั้นวางจำหน่าย โดยไม่ระบุในเงื่อนไขของสัญญาตั้งแต่แรกว่า หากยอดขายไม่เป็นที่พอใจจะปลดสินค้าออกจากชั้น

ทางสมาคมฯ เห็นว่าแนวทางดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นข้อเสนอมาจากทางซัพพลายเออร์ ซึ่งจากการแต่งตั้งคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าชุดใหม่ ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 จากรายชื่อที่ปรากฏ นอกเหนือจากฝ่ายราชการแล้ว ในส่วนของกรรมการจากภาคเอกชน โดยเฉพาะในส่วนของสภาหอการค้าไทยและสภาอุตสาหกรรมนั้น ส่วนใหญ่มาจากผู้ประกอบการฝ่ายผลิต หรือซัพพลายเออร์ ซึ่งมีส่วนได้เสียกับทางแนวทางปฏิบัติทางการค้าที่ไม่

เป็นธรรมนี้ จึงเห็นว่าไม่เหมาะสม เพราะสมาคมควรมีส่วนร่วมในการพิจารณาในเรื่องแนวปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมนี้ด้วย (ข่าวสยามธุรกิจ, ออนไลน์, 2549ข)

แนวคิดในการแก้ไขของผู้วิจัย

ธุรกิจการค้าปลีกนั้นเมื่อวิเคราะห์จากแนวคิด ความเห็นของผู้เกี่ยวข้อง และพฤติกรรมของผู้รับผิดชอบที่ผ่านมา ที่ทำให้การขยายตัวอย่างรวดเร็วของปัญหาจนยากที่จะแก้ไขให้ได้โดยเร็ว เกิดจากการที่ผู้มีอำนาจรับผิดชอบนั้น ไร้ซึ่งจริยธรรมจึงไม่อาจจะชั่งน้ำหนักในการใช้อำนาจในหน้าที่ตามกฎหมายที่จะยึดหลักในการที่จะใช้กฎหมายเพื่อให้ความคุ้มครองประชาชนส่วนใหญ่ กลับไปพิจารณาถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของคนส่วนน้อยแต่มีมูลค่าทางการเงินสูง โดยอ้างเพียงเปรียบเทียบมูลค่าทางตัวเลข และใช้กฎหมายเพื่อเอื้อประโยชน์ของกลุ่มทุนข้ามชาติเท่านั้น

เนื่องจากความสำคัญของธุรกิจค้าปลีกมีมาก เมื่อส่วนแบ่งทางการตลาดส่วนใหญ่กลายเป็นของธุรกิจขนาดใหญ่ไม่กี่รายเท่านั้น ซึ่งแต่ก่อนจะเป็นธุรกิจที่กระจายอยู่ทั่วไปในกลุ่มประชาชนผู้ประกอบธุรกิจรายย่อย เมื่อรวมทั้งหมดก็คือฐานมูลค่าทางการเงินจำนวนเดียวกัน แต่กระจายอยู่ทั่วไปในคนไทยด้วยกันเอง ความสำคัญของธุรกิจยังจะเห็นได้อีกว่า ขนาดเจ้าหน้าที่สถานทูตอังกฤษยังต้องแสดงท่าทีในการขอพบเจรจากับอธิบดีกรมการค้าภายใน ซึ่งแสดงว่าในทางปฏิบัติคงจะมีแรงกดดันจากหลายฝ่ายต่อเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ถ้าหากกฎหมายไม่กำหนดให้ชัดเจนลงไป ปล่อยให้เป็นดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบแล้ว ก็จะนำไปสู่การแทรกแซงการใช้ดุลพินิจนั้น หรืออำนาจเงินทุนมหาศาลก็อาจทำให้การตัดสินใจโดยไม่สุจริต หรือเพื่อผลประโยชน์ตอบแทนแก่ตนหรือญาติพี่น้องได้ จากวรรณกรรมที่รวบรวมจากสื่อต่างๆ ในบทนี้ จึงเห็นว่าต้องมีผู้รับผิดชอบที่มีความจริงใจ มีความรู้ความเข้าใจเข้าถึงปัญหาเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังควรหามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองธุรกิจค้าปลีกรายย่อย ให้คงรักษาส่วนแบ่งที่เหลือน้อยในตลาดที่เกิดจากความผิดพลาดในการดำเนินนโยบายของรัฐบาลช่วงระหว่าง 10 ปี ที่ผ่านมา ให้คงดำรงอยู่ได้ต่อไปเพื่อเป็นการรักษาความมั่นคงของประเทศทางด้านเศรษฐกิจไว้ให้ยั่งยืนต่อไป