

ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับกลไกร้านค้าปลีก ในประเทศไทย

Some Observations on Price Mechanism of Retail Trade in Thailand

ดร.วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์*

Wit Satyarakwit, Ph.D.

บทคัดย่อ

“ร้านโชห่วย” หรือร้านขายปลีกของชำเป็นร้านที่ขายสินค้าที่ต้องใช้ประจำวันดั้งเดิมของไทยที่มีโครงสร้างตลาดที่ใกล้เคียงตลาดในฝันของนักเศรษฐศาสตร์ คือ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition Market) แห่งหนึ่ง กล่าวคือ เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อ ผู้ขายเป็นจำนวนมาก สินค้าที่ขายมีความเหมือนกัน ฯลฯ ขณะนี้ร้านโชห่วยแข่งขันสู้ “ห้างฯ” ไม่ได้ กำลังต้องปิดกิจการไปเรื่อย ๆ รัฐบาลได้ถูกเรียกร้องให้เข้ามาช่วยร้านโชห่วย โดยรัฐบาลกำลังพิจารณาออกกฎหมายควบคุมการค้าปลีกของนักลงทุนชาวต่างประเทศ มาตรการที่มีการกล่าวถึงมีทั้งเรื่องการจำกัดพื้นที่ที่ห้างฯ จะไปตั้งดำเนินกิจการ เวลาที่จะเปิดทำการได้ ตลอดจนห้ามขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคาต้นทุนของสินค้าชนิดเดียวกันของร้านโชห่วย ฯลฯ

กระแสมหาความหวาดกลัวของสังคมที่เกรงว่า ถ้าปล่อยให้ดำเนินการเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ ห้างฯ ของชาวต่างประเทศ ซึ่งมีเงินทุนมากกว่าและมีเทคโนโลยีดีกว่าจะใช้กลยุทธ์ทุ่มตลาดเพื่อให้ร้านโชห่วยเจ๊งไปหมด และเมื่อวันนั้นมาถึง ห้างฯ ก็จะขายในราคาสินค้าให้สูงไปกว่าเดิม เพราะตอนนี้ไม่มีคู่แข่งแล้ว

* รองศาสตราจารย์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้บริโภคก็จะเดือดร้อน อีกประเด็นหนึ่งที่มีการพูดถึงคือการที่คนจนต้องซื้อสินค้า เช่น ข้าวสารแพงกว่าคนรวยที่ซื้อสินค้าชนิดเดียวกันเมื่อเทียบในปริมาณที่เท่ากันเป็น “ลิตร” ทำให้เกิดคำถามขึ้นว่า กลไกราคาเกิดสิ่งผิดปกติขึ้นแล้วหรือ ?

ตามหลักเศรษฐศาสตร์กลไกราคาหรือตลาดล้มเหลว (Market Failure) อาจเกิดขึ้นได้จาก 2 กรณีใหญ่ ๆ อันได้แก่

1. การผูกขาดตัดตอน (Imperfect Competition) ซึ่งจากที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้วว่าไม่เป็นเช่นนั้นตราบเท่าที่รัฐบาลไม่เข้ามาแทรกแซง ใครจะเปิดร้านโชวห่วยย่อมทำได้เสมอ ฉะนั้น ความกลัวเรื่อง “ห้างฯ” เข้ามาทุบตลาดจนร้านโชวห่วยแจ้งไปหมดแล้วโกงราคาสินค้าขึ้นไปมาก มีกำไรสูงเกินปกติ นักลงทุนใหม่ย่อมเข้ามาสู่กิจการนี้มากขึ้นและจะแข่งขันตัดราคาลงมาสู่ระดับปกติ

2. ผลกระทบจากภายนอก (Externality) ซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ผู้บริโภคจะพิจารณาว่าด้านไหนมากกว่ากัน

สำหรับประเด็นเรื่องคนจนซื้อของในปริมาณเท่ากันแพงกว่าคนรวย อาจเป็นเรื่องการเปรียบเทียบสินค้าที่รวมบริการด้านอื่น ๆ ที่ไม่เท่าเทียมกัน ถ้าเป็นจริงเป็นเรื่องที่รัฐบาลต้องเข้ามาดูแลในทางเศรษฐศาสตร์นโยบาย

โดยไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจคุณค่า ใช้วิธีการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีหรือเพื่อหาคำอธิบายปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจอยู่ 2 วิธี คือ วิธีนรนัย (Deductive Method) และวิธีอุปนัย (Inductive Method) ยกตัวอย่าง รัฐบาลมีดำริจะเก็บภาษีสินค้าชนิดหนึ่ง เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์จะพยายามศึกษาผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ผลต่อราคาสินค้านั้น ผลต่อราคาของสินค้าอื่น และผลต่อรายได้ของบุคคลบางกลุ่ม เป็นต้น ทั้งนี้ ไม่ได้ศึกษาว่าการเก็บภาษีดังกล่าวเป็นธรรมหรือไม่

เพื่อให้สามารถดำเนินการตามเศรษฐศาสตร์นโยบาย เมื่อมีการร้องเรียนจากสังคมเรื่องร้านโชวห่วยต้องเลิกกิจการไปเรื่อย ๆ รัฐบาลจึงมีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือ เช่น การกำหนด Zoning ที่ตั้งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การกำหนดเวลาเปิดปิดของห้างฯ การควบคุมเรื่องการตั้งราคาสินค้า การเข้าไปช่วยร้านโชวห่วยให้มีวิทยาการสมัยใหม่มากขึ้น การเข้าร่วมลงทุนกับร้านโชวห่วย ฯลฯ เพื่อแสดงถึงว่ารัฐบาลให้ความช่วยเหลือกิจการขนาดเล็กตามนโยบายช่วยเหลือ SME ซึ่งก็ยังเป็นปัญหาว่ามาตรการเหล่านี้จะสามารถช่วยร้านโชวห่วยได้จริง

“ร้านโชห่วยแข่งสู้ห้างฯ สมัยใหม่ของแต่ละประเทศไม่ได้ ต้องปิดกิจการไปมาก รัฐบาลถูกเรียกร้องให้เข้ามาช่วย โดยรัฐบาล กำลังพิจารณาออกกฎหมายควบคุมการค้าปลีก โดยการควบคุมเขต ที่ตั้งควบคุมเวลาเปิดทำการค้าของห้างฯ ห้ามห้างฯ ขายสินค้าใน ราคาที่ต่ำกว่าต้นทุน ฯลฯ มีการวิตกว่าห้างฯ จะใช้กลยุทธ์ทุ่มราคา สินค้าให้ต่ำ เพื่อให้ร้านโชห่วยขายของไม่ได้และต้องเลิกกิจการไป และเมื่อวันนั้นมาถึง ห้างฯ ก็จะขึ้นราคาสินค้าให้สูงไปกว่าเดิม เพราะไม่มีคู่แข่ง ผู้บริโภคก็จะเดือดร้อนมาก”

ก่อนอื่นเราต้องเข้าใจว่าตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย แทบทั้งหมดเป็นตลาดแข่งขันค่อนข้างเสรี มีผู้ขายจำนวนมากราย และผู้ขาย ไม่อาจกำหนดราคาสินค้าขึ้นได้เองตามใจชอบ ราคาสินค้าในตลาดขึ้น อยู่กับอุปสงค์ของผู้ซื้อและอุปทานของผู้ขาย ซึ่งตามหลักเศรษฐศาสตร์ เราทราบว่าผู้ขายพยายามขายให้ได้ราคาสูงที่สุดในขณะที่ผู้ซื้อ ก็ พยายามซื้อให้ได้ในราคาต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ ราคาตลาดคือ ราคาที่ ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกัน การที่คนมีรายได้น้อยต้องซื้อข้าวสารเป็นลิตร ที่ร้านค้าในตลาดสดหรือร้านขายของชำแถวบ้านแพงหรือสูงกว่าผู้ซื้อที่มี รายได้สูง (คนรวย) ที่ซื้อข้าวชนิดเดียวกัน โดยซื้อเป็นถุงใหญ่จากร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ตและเมื่อคิดมาเป็นราคาต่อลิตรของข้าวสารแล้วมีราคาต่ำ กว่าที่คนจนต้องจ่าย หรือกรณีที่ห้างฯ บางแห่งสามารถขายสินค้าบาง ชนิดนั้น ในราคาที่ต่ำกว่าราคาต้นทุนของสินค้าชนิดนั้นของร้านโชห่วย จึงเป็นเรื่องผิดปกติอาจเกิดขึ้นชั่วคราวเท่านั้น ไม่ใช่เป็นเพราะกลไก ราคาของตลาดไม่ยุติธรรมทำงานไม่มีประสิทธิภาพหรือกลไกราคาล้มเหลว (market failure) ตำราทางเศรษฐศาสตร์ระบุว่า ตลาดล้มเหลวมาจาก สาเหตุใหญ่ ๆ 2 ประการ คือ

1) การแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition) เช่น เกิดการผูกขาดตัดตอนเกิดขึ้น

2) ผลกระทบภายนอก¹ (Externalities)

ผลกระทบภายนอกของกิจการขายปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของชาวต่างประเทศ จากประเทศพัฒนาแล้ว จริงอยู่ห้างฯ แต่ละแห่งมีตำแหน่งงานเพิ่มขึ้นมาเป็นพันคน มีตั้งแต่ยาม พนักงานทำความสะอาด พนักงานขายไปถึงผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ในสำนักงาน ในขณะที่เดียวกัน การมีห้างฯ มาเปิดใหม่แต่ละแห่ง ทำให้ร้านโชวห่วยในย่านนั้นต้องเลิกกิจการไปเป็นร้อยเป็นพันร้าน ซึ่งทำให้คนที่ทำงานในร้านโชวห่วยเหล่านั้นต้องตกงานไปจำนวนหนึ่ง ซึ่งอาจมีจำนวนสูงกว่าตำแหน่งงานที่ห้างฯ สร้างขึ้นมาก็ได้ ผลกระทบในเชิงบวกของห้างฯ ที่มีผู้กล่าวถึงอีกประการหนึ่ง คือ การทำให้มาตรฐานการดำรงชีพของคนไทยสูงขึ้น มีสุขภาพอนามัยดีขึ้น ได้ไปเดินซื้อสินค้าในสถานที่สะอาด มีเครื่องปรับอากาศเย็นสบาย สวยงาม แต่ปัญหาที่ตามมา คือ ความสบายเหล่านั้นมีค่าใช้จ่ายอยู่ด้วย และคนไทยทั่วไปพร้อมที่จะรับสิ่งเหล่านั้นหรือยัง? และถ้านำค่าใช้จ่ายนั้นไปใช้ในด้านอื่นจะเป็นประโยชน์กว่าหรือไม่? ข้ออ้างอีกประการหนึ่งคือสินค้าในห้างฯ บางรายการ ในบางขณะไม่ได้แพงกว่าสินค้าชนิดนั้นในร้านโชวห่วยเลย ซึ่งก็จริง แต่เป็นชั่วระยะเวลาที่เขากำหนดไว้ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการค้าสมัยใหม่ เพราะลูกค้าเมื่อไปถึงห้างฯ แล้ว ก็อดไม่ได้จะซื้อของอื่นที่เขาไม่ได้จัดรายการลดพิเศษติดมือกลับไปด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีกระแสความวิตกที่ว่าห้างฯ เข้ามาท่วมตลาดขายตัดราคาเพื่อให้ร้านโชวห่วยอยู่ไม่ได้ต้องเลิกกิจการไป เมื่อเวลานั้นมาถึงห้างฯ ก็จะคลับหลังขึ้นราคา สินค้าให้สูงกว่าเดิมไปมาก ๆ ผู้บริโภคก็จะเดือดร้อนมาก เพราะไม่มีทางเลือกแล้วในเวลานั้น ซึ่งก็ไม่น่าจะเป็นจริงเพราะกิจการค้าปลีกยังดำเนินการได้อย่างเสรี ถ้ากิจการค้าปลีกให้ผลตอบแทนสูงกว่าการประกอบการประเภทอื่น (ตั้งราคาสินค้าสูงได้และมีกำไรมาก) ผู้ประกอบการย่อมสนใจเข้ามาดำเนินการเพิ่มขึ้น ซึ่งกลไกราคาก็จะทำงานภายใต้สภาพตลาดที่มีการแข่งขัน ฉะนั้น การที่กระทรวงพาณิชย์จะเข้ามาควบคุมไม่ให้ห้างฯ ขายสินค้าต่ำกว่าราคาทุนของสินค้านั้นเพื่อคุ้มครองร้านโชวห่วยจึงไม่จำเป็น และทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์ และ

ถ้าจะสมมติว่าควบคุมราคาจริงคงควบคุมให้เป็นไปตามกฎหมายได้ลำบากในทางปฏิบัติ

ผลกระทบจากภายนอกจะเกิดขึ้นเมื่อต้นทุนเอกชนไม่เท่าต้นทุนสังคมหรือประโยชน์ของเอกชนไม่เท่าต้นทุนสังคมหรือประโยชน์ของเอกชนไม่เท่าประโยชน์ของสังคม ดังนั้น ผลกระทบภายนอกมีทั้งในทางด้านบวก (External Economies) และผลกระทบภายนอกในทางด้านลบ (External Diseconomies)

กิจการค้าปลีก

กิจการค้าเป็นสาขาเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจของไทยมาตั้งแต่โบราณกาล ในปัจจุบันมีความสำคัญในอันดับต้น ๆ ของสาขาเศรษฐกิจทั้งในด้านรายได้ประชาชาติและจำนวนการจ้างงาน ในศิลาจารึกเราคู่ที่เคยกับวลี “ใครใคร่ค้าช้างค้า ใครใคร่ค้าม้าค้า” แม้ว่า การประกอบอาชีพค้าขายแม้จะไม่ได้รับการยกย่องทางสังคมมากนัก แต่ก็ยังเป็นอาชีพดั้งเดิมอาชีพหนึ่งของคนไทย ซึ่งในเวลาต่อมามีชาวต่างดาวเข้ามาประกอบกิจการนี้แข่งขันมากขึ้น ในอดีตชาวต่างดาวที่เข้ามาประกอบการค้าโดยเฉพาะการค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นชาวจีนและอินเดีย ส่วนชาวยุโรปมักทำกิจการขนาดใหญ่การค้าส่งหรือบริการ กิจการค้าปลีกขนาดใหญ่โดยชาวตะวันตกเพิ่งเข้ามาในประเทศไทยเมื่อเร็ว ๆ นี้เอง

กิจการค้าปลีกในประเทศไทยสามารถแยกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ค้าปลีกรายย่อยดั้งเดิมหรือร้านโชห่วย กลุ่มนี้มีเป็นจำนวนมากและมีการเข้าออกจากรกิจการตลอดเวลา

2. กลุ่มผู้ค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างฯ กลุ่มนี้เพิ่งเข้ามาในประเทศไทยไม่นานมานี้เอง และขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยแย่งลูกค้ามาจากกลุ่มแรก ทำให้ผู้ประกอบการในกลุ่มแรกต้องออกจากธุรกิจเป็นจำนวนมากขึ้น ๆ

ธุรกิจค้าปลีกจำแนกตามประเภทกิจการได้ ดังนี้

2.1 ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดแลนด์

2.2 ดิสเคาท์สโตร์ ร้านค้าที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น คาร์ฟูร์ เทสโก้ โลตัส

2.3 ร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ร้านค้าที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น บู้ทส์วัตสัน

2.4 ร้านสารพัดสินค้า (Category Killer) ร้านค้าที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น พาวเวอร์บาย พาวเวอร์มอลล์ ซูเปอร์สปอร์ต

2.5 ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ร้านค้าที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น 7-eleven AM/PM

ลักษณะเด่นของร้านโชห่วย

ร้านค้าปลีกดั้งเดิมของไทยเป็นกิจการบริการขนาดเล็กที่เราเรียกกันในปัจจุบันว่า กิจการผลิตและบริการขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium Size Enterprise or SME) ส่วนใหญ่เป็นกิจการในครอบครัวโดยที่อยู่อาศัยเป็นที่ดำเนินกิจการ ใช้สมาชิกในครอบครัวเป็นแรงงาน ดำเนินการโดยไม่มีการจ่ายค่าจ้างเป็นเงินเดือน แต่ทุกคนในบ้านกินอยู่กับกิจการ ใช้เงินทุนของตัวเองทั้งหมด แต่มีจำนวนไม่มากนัก โดยสะสมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากกำไรที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการในอดีต ลูกค้าแทบทั้งหมดเป็นคนในละแวก ฉะนั้น ตามสถิติของกรมการค้าภายในที่ประกาศว่าร้านขายของชำที่มีอยู่ประมาณ 200,000 ร้านในประเทศไทย จึงไม่ครบถ้วนอย่างแน่นอน

การที่คนจนที่มีรายได้น้อย ต้องซื้อข้าวสารเป็นลิตรที่ร้านค้าในตลาดสดหรือร้านขายของชำแถวบ้านแพงหรือสูงกว่าผู้ซื้อที่มีรายได้สูงที่ซื้อข้าวชนิดเดียวกัน โดยซื้อเป็นถุงใหญ่จากร้านซูเปอร์มาร์เก็ตและคิดมาเป็นราคาต่อลิตรของข้าวสารแล้วมีราคาต่ำกว่าที่คนจนต้องจ่ายหรือการที่ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตสามารถขายสินค้าบางชนิดในราคาที่ต่ำกว่าราคาต้นทุนของสินค้าชนิดนั้นของร้านโชห่วย ไม่ใช่เป็นเพราะกลไกราคาของตลาดไม่ล้มเหลวหรือล้มเหลว (market failure) แต่เป็นการเปรียบเทียบบนหน่วยที่ไม่เท่ากัน ทำให้ส่วนประกอบอื่นที่อยู่ในราคาสินค้านั้นแตกต่างกัน ต้นทุนในการขายแตกต่างกัน (ในกรณีซื้อข้าวสารเป็นลิตร) ผู้ขายต้องใช้แรงงานในการตวงข้าวสารเป็นลิตรเพิ่มขึ้นและมี

ต้นทุนค่าถุงใส่ด้วย จึงบวกค่าใช้จ่ายเหล่านี้เข้าไปในราคาขายด้วย ขณะที่การขายข้าวสารในซูเปอร์มาร์เก็ต ขายเป็นถุงพลาสติกขนาดถุงละ 5 กิโลกรัม (6.25 ลิตร) ไม่มีค่าใช้จ่ายดังกล่าว และถ้าถามว่าทำไมคนจนไม่ไปซื้อข้าวสารจากแหล่งขายมาขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าล่ะ? คำตอบก็มีหลากหลาย ที่สำคัญอาจเป็นว่า การไปซื้อข้าวในซูเปอร์มาร์เก็ตต้องเสียค่ารถ เสียเวลาเดินทาง แต่ที่สำคัญเป็นเพราะไม่มีเงินทองที่จะซื้อข้าวที่ละมาก ๆ มาเก็บไว้ที่บ้าน ค่าแรงที่ได้มาแต่ละวันต้องใช้ซื้อของหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ถ้านำไปซื้อข้าวถุงก็ไม่เหลือพอจะซื้อน้ำปลาและกับข้าวอื่น ๆ สำหรับราคาขายของร้านค้าใหญ่ที่ต่ำกว่าร้านค้าเล็กเป็นเพราะต้นทุนต่ำกว่า ร้านใหญ่ซื้อสินค้าจากโรงงาน โดยการสั่งซื้อครั้งละในปริมาณมาก ประกอบกับความเสี่ยงในเรื่องเครดิตและอำนาจในการต่อรอง ฯลฯ ทำให้ต้นทุนสินค้าต่อหน่วยต่ำ อีกทั้งยุทธวิธีในการจำหน่ายแบบใหม่ ทำให้การตั้งราคาสินค้าบางรายการในบางช่วงเวลาต่ำมาก ๆ จนถึงขั้นต่ำกว่าราคาต้นทุนสินค้าชนิดเดียวกันของร้านค้าขนาดเล็กได้

พฤติกรรมของราคาตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้บางคนมองว่ากลไกราคาล้มเหลว การจัดสรรทรัพยากรของระบบเศรษฐกิจตามแนวเศรษฐศาสตร์นโยบายไม่ยุติธรรมเท่าที่ควร คนจนควรจะต้องจ่ายค่าสินค้าต่ำกว่า เพื่อลดช่องว่างของรายได้ของคนในสังคมลง แทนที่จะเป็นในทางตรงกันข้ามแบบที่เป็นอยู่

การแก้ปัญหาการที่ร้านโชห่วยต้องเลิกกิจการไปเรื่อย ๆ เพราะแข่งขันสู้ห้างฯ ไม่ได้ ในปัจจุบันมีกระแสสังคมหวาดเกรงว่า ร้านขายของชำขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในชุมชนทั้งที่อยู่ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดที่มีห้างฯ ที่มาลงทุนโดยชาวต่างประเทศขนาดใหญ่ต้องเลิกกิจการไปมากแล้ว ทำให้เกิดการว่างงานเพิ่มขึ้นในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่เป็นอยู่ และมี การหวาดเกรงเลยไปถึงขั้นที่ว่า เมื่อผู้ประกอบการชาวไทยต้องเลิกกิจการไปเรื่อย ๆ ผู้ประกอบการห้างฯ ซึ่งไม่มีคู่แข่งแล้วก็ขึ้นราคาสินค้าไปให้สูงกว่าเดิมได้ตามความพอใจ ได้มีการเรียกร้องให้หน่วยงานของรัฐที่ดูแลทางด้านนี้ อันได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ เข้ามาแก้ไข โดยใช้มาตรการต่าง ๆ เช่น การกำหนดเขตพื้นที่ที่ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตจะไปตั้ง การกำหนดเวลาเปิด-ปิดของห้างฯ ไปจนถึงการห้ามขายสินค้าต่ำกว่าราคาทุน ฯลฯ

มาตรการหลายอย่างที่มีการเสนอให้รัฐดำเนินการ นอกจากไม่ได้คำนึงถึงความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติแล้ว ยังละเลยสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภคด้วย แม้จะเป็นระยะสั้นก็ตาม ทำให้ระบบเศรษฐกิจต้องพยายามรักษาผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการอย่างไม่มีประสิทธิภาพไว้ ในเมื่อรัฐได้ดูแลให้การแข่งขันเป็นไปตามกติกาและยุติธรรมแล้ว การกลัวว่าการทุ่มตลาดเพื่อกำจัดคู่แข่งแล้วมาเรียกทุนคืน โดยการขึ้นราคาสินค้าให้สูงกว่าเดิมเป็นไปได้ยากมากในกิจการค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค ร้านขายของชำในหมู่บ้านสามารถเปิดร้านขายเพิ่มขึ้นอีกเป็นร้อยเป็นพันร้านชั่วข้ามคืนในสภาพที่เป็นอยู่ ถ้าการลงทุนนั้นให้ผลตอบแทนที่จูงใจพอ การแก้ไขให้ร้านโชวห่วยในปัจจุบันสามารถแข่งขันต่อไปได้คือการปรับปรุงตัวเองให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเลือกดำเนินกิจการชนิดใหม่หรือปรับปรุงกิจการเดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ประเด็นผลกระทบภายนอกของกิจการร้านค้าปลีกในประเทศไทย

ผลกระทบภายนอก (Externalities)³ ผลกระทบทางบวกจากการเข้ามาของร้านขายปลีกสมัยใหม่ (ห้างฯ) ในระยะสั้นผู้บริโภคอาจจะได้ประโยชน์ เพราะสามารถซื้อของกินของใช้ประจำวันในราคาต่ำกว่าที่เคยซื้อจากร้านโชวห่วย ผู้บริโภคได้เห็นการจัดรูปแบบร้านขายปลีกแบบใหม่ที่สะดวกสบายในการเดินซื้อของ ได้เห็นรูปแบบการบริการใหม่และเวลาที่ไปซื้อสินค้ายาวนานขึ้น

ผลกระทบภายใน ผลกระทบทางลบประการหนึ่งของห้างฯ คือ การสร้างปัญหาการจราจรติดขัดเพิ่มขึ้นในย่านที่ห้างฯ ไปตั้งขึ้นใหม่ เพราะระบบผังเมืองในเมืองหลวงและตัวจังหวัดใหญ่ ๆ ไม่ได้เตรียมการไว้ เมื่อมีห้างฯ มาเปิดดำเนินการ โดยที่เรายังไม่มีกฎหมายผังเมืองบังคับอำนาจจัดการปัญหาจราจรไว้ ทำให้การจราจรเข้า-ออกห้างฯ มีปัญหาและเชื่อมโยงไปย่านอื่น ๆ ด้วย การแก้ไขด้วยการกำหนดพื้นที่อนุญาตนอกตัวเมือง (Zoning) และกำหนดเวลาเปิด-ปิดไว้ ไม่ใช่วิธีแก้ปัญหามีประสิทธิภาพสูงสุด แต่ก็บรรเทาปัญหาเฉพาะหน้าได้ระดับหนึ่ง อีกประการหนึ่ง ห้างฯ สมัยใหม่เป็นการเข้ามาลงทุนของชาวต่าง

ประเทศ เมื่อมีผลกำไรก็จะมีการส่งเงินตราต่างประเทศไปยังบริษัทแม่ในประเทศตน ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้น สำหรับร้านโชวห่วยได้สร้างผลกระทบภายนอกต่อชุมชนในทางบวกมากกว่าในทางลบ แต่ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ยังไม่สามารถเอื้ออำนวยให้คำนวณผลกระทบภายนอกออกมาเป็นตัวเงินได้อย่างถูกต้องเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปได้

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันได้มีเสียงเรียกร้องในสังคมไทยให้รัฐบาลเข้ามาปกป้องร้านขายปลีกของคนไทยจากการเข้ามาแข่งขันของห้างฯ ชาวต่างประเทศและรัฐบาลก็เห็นด้วย และกำลังศึกษาเพื่อออกกฎหมายมาช่วยร้านขายปลีกขนาดเล็ก โดยมีการพูดถึงมาตรการต่าง ๆ เช่น การกำหนด Zoning สำหรับห้างฯ การกำหนดเวลาเปิด-ปิด การกำหนดราคาขั้นต่ำของสินค้า ฯลฯ ซึ่งมาตรการที่กล่าวถึงเหล่านี้เป็นการที่รัฐเข้าไปแทรกกลไกราคาโดยตรง ซึ่งจะมีปัญหาการควบคุมในทางปฏิบัติมาก และผู้บริโภคจะเป็นผู้เสียประโยชน์ ทางที่ดีควรจะหันไปส่งเสริมประสิทธิภาพของร้านโชวห่วยเพื่อให้สามารถแข่งขันอยู่ได้ โดยอาศัยข้อได้เปรียบที่ร้านโชวห่วยมีอยู่ เช่น เรื่องผลกระทบภายนอกทางบวกที่เกิดขึ้นต่อชุมชน และร้านโชวห่วยต้องปรับปรุงตนเอง โดยภาครัฐให้การฝึกอบรมให้ร้านโชวห่วยทำสิ่งที่ชุมชนนั้นต้องการ เพื่อให้ร้านโชวห่วยสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ด้วยตนเองต่อไป

นอกจากนี้ ร้านโชวห่วยยังได้สร้างผลกระทบภายนอกทางบวก (Externalities) ขึ้นในชุมชน กล่าวคือ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของหมู่บ้านนั้น ๆ

กรณีห้างฯ เป็นของชาวต่างประเทศที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศ ตามเงื่อนไขการเปิดเสรีทางการค้ามากขึ้น ห้างฯ เหล่านี้จะส่งเงินจากกำไรของการประกอบการออกไปต่างประเทศในที่สุด และทำให้ผู้บริโภคไทยมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายมากขึ้น เพราะได้มีสิ่งล่อตาล่อใจให้ใช้จ่ายมากขึ้น แม้ความวิตกที่ว่า ห้างฯ ยอมขายของในราคาต่ำเพื่อให้ร้านโชวห่วยต้องเลิกกิจการ และเมื่อเวลานั้นมาถึงก็จะสามารถขึ้นราคาสินค้าได้ตามใจชอบ เนื่องจากการขายปลีกเป็นธุรกิจเสรี เมื่อห้างฯ ขึ้นราคาสินค้าก็อาจมีผู้ประกอบการกลับเข้ามาแข่งขันได้ เพราะจะมีการขึ้นราคาของ

ห้างฯ ซึ่งคู่แข่งเลิกกิจการไปแล้วจึงไม่น่าจะเป็นไปได้ และทางการก็เข้ามาคุมราคาสินค้าได้

อีกปัญหาหนึ่งคือ การจ้างงาน ในแต่ละห้างฯ มีตำแหน่งงานเพิ่มขึ้นเป็นร้อยตำแหน่ง ในขณะที่เดียวกันห้างฯ ก็ทำให้ร้านโชวห่วยปิดไปมาก ทำให้มีผู้ตกงานเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกัน

ข้อดีของห้างฯ คือ เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้มีจุดสว่างในถนนเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้เดินทางตอนกลางคืนมีความปลอดภัยมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน ห้างฯ ก็ก่อให้เกิดการจราจรติดขัดในเวลาปกติมากขึ้น

กลไกราคาร้านค้าปลีกในระบบร้านค้าปลีกในประเทศไทยทำงานอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่?

การที่คนจนต้องซื้อข้าวสารแพงกว่าคนรวย การที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีต้นทุนสินค้าบางรายการต่ำกว่าสินค้าชนิดเดียวกันของร้านโชวห่วย ทำให้มีคำถามขึ้นว่า กลไกราคาทำงานอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ในทางเศรษฐศาสตร์เราสามารถแบ่งกลุ่มความคิดออกเป็น 2 ค่าย ดังนี้:-

1. เศรษฐศาสตร์ทฤษฎี (Positive Economics)

เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ (Economics Analysis) การศึกษาในแนวนี้นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อความเข้าใจในปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทางเศรษฐศาสตร์ที่ถูกต้องตามความเป็นจริง โดยไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินคุณค่า (Value Judgement) อย่างที่ควรจะเป็น การศึกษาแนวนี้นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจที่ถูกต้องตามความเป็นจริง

2. เศรษฐศาสตร์นโยบาย (Normative Economics)

เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Policy Economics การศึกษาแนวนี้นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมดูแลภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจให้เป็นไปตามที่ต้องการ เป็นวิธีการศึกษาที่มุ่งแก้ปัญหาหรือปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจ โดยมีการตั้งเป้าหมายและแสวงหาวิธีการที่จะให้บรรลุเป้าหมายนั้น ๆ

เศรษฐศาสตร์นโยบายจึงเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านคุณค่าอย่างมาก การตัดสินใจคุณค่านั้นขึ้นอยู่กับความคิดเห็นและเป้าหมายของบุคคลซึ่งแตกต่างกัน ความแตกต่างดังกล่าวเกิดจากจุดยืน พื้นฐานการศึกษาและอบรม สิ่งแวดล้อมในครอบครัวและสังคม ผลประโยชน์ ตลอดจนธรรมชาติที่ติดตัวมาแต่กำเนิด อย่างไรก็ตาม การวางแผนนโยบายเศรษฐกิจที่เหมาะสมจำเป็นต้องมีความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ (Economics Analysis) เป็นฐานรองรับ ทั้งนี้ เพื่อให้นโยบายเศรษฐกิจที่กำหนดขึ้นมีผลดีต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง การวางแผนนโยบายโดยขาดความรู้ทางทฤษฎีหรือหลักเกณฑ์รองรับ นับเป็นการแก้ปัญหาแบบเดาสุ่ม ซึ่งเป็นผลเสียต่อส่วนรวม

ประเด็นเรื่องคนจนต้องซื้อของแพงกว่าคนรวย เป็นเรื่องของการกระจายรายได้ เป็นเรื่องของนโยบายรัฐบาลที่ต้องเข้ามาดูแลในเรื่องนี้

แนวทางแก้ไขให้ร้านโชวห่วยดำเนินกิจการต่อไปได้

เพื่อให้ร้านโชวห่วยสามารถประกอบการอยู่ต่อไปได้ เจ้าของร้านต้องปรับปรุงให้กิจการของตนมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทางที่อาจเป็นไปได้คือ ลดสินค้าประเภทซื้อมาอย่างไร ขายไปอย่างนั้น โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคที่คู่แข่งสามารถซื้อได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและเป็นของที่มีทั่วไปขายได้ต่ำกว่า เพื่อนำทรัพยากรที่มีอยู่ไปจัดหาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น อาหารที่ต้องผ่านการปรุงโดยทำให้มีรสชาติอร่อยยากที่ผู้อื่นจะทำให้เหมือนได้ และทำในปริมาณที่มากพอที่จะเกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ด้วย โดยเลือกอาหารที่คนไทยกินเป็นประจำ และสร้างเครือข่ายร้านโชวห่วยที่อยู่ในย่านเดียวกันเพื่อรับสินค้านั้นไปขายให้ และเป็นเครือข่ายดาวกระจาย ทำให้สินค้าประเภทมีมูลค่าเพิ่มสูง สินค้าเหล่านี้มีความหลากหลายประจำวัน สินค้าประเภทหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในหมู่บ้านชุมชนคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งแยกครอบครัวออกมาตั้งใหม่ คือ สินค้าประเภทประกอบหรือติดตั้งเอง (Do it yourself or DIY) เจ้าของร้านโชวห่วยควรนำอุปกรณ์อาหารลี้ยง และส่วนประกอบสำหรับสินค้า DIY มาจำหน่ายและถ้าเป็นไปได้บริการรับประกอบด้วยก็ยิ่งดี ปรับปรุงการบริการส่งสินค้าถึง

บ้านและบริหารจัดการสินค้าเฉพาะอย่างที่ลูกค้าต้องการ ปรับปรุงสถานที่ให้
สะอาดทันสมัยยิ่งขึ้น ฯลฯ ให้ผลกระทบภายนอกที่ร้านโชห่วยมีอยู่ให้
เกิดประโยชน์ยิ่งขึ้น

เชิงอรรถ

¹วันรักษ์ ยิ่งมณีนาคิน และคณะ *พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์* ฉบับพิมพ์
ครั้งที่ 3 สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

²เรวดี รัตนานูบาล และคณะ “ทิศทางธุรกิจค้าปลีกไทย” *วารสารเศรษฐกิจ
รายเดือน ธนาคารแห่งประเทศไทย* เดือนธันวาคม 2543, หน้า 43.

³วันรักษ์ ยิ่งมณีนาคิน และคณะ *พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์* สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537, หน้า 121.

เอกสารอ้างอิง

วันรักษ์ ยิ่งมณีนาคิน (บรรณาธิการ) *พจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์* (ฉบับพิมพ์
ครั้งที่ 3) สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

W. Baunal, *Economic Theory Operations Analysis* (Fourth Edition Prentice-Hall
Inc.,) 1977.

เรวดี รัตนา และสุนันทา จารุวัฒนชัย “ธุรกิจค้าปลีกไทย” ใน *รายงานเศรษฐกิจ
ธนาคารแห่งประเทศไทย*, ธันวาคม 2543, หน้า 43 - 57.

๙๙๙๙๙๙๙๙๙๙