

บทบาทของสถาบันและพลวัตบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทย:
การวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ



นายวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2210-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

25 ก.ค. 2550

116554A X

THE ROLE OF INSTITUTIONS AND DYNAMICS OF TRANSNATIONAL RETAILERS IN THAILAND:
A COMPARATIVE INSTITUTIONAL ANALYSIS

Mr.Veerayooth Kanchoochat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics Program in Economics

Faculty of Economics

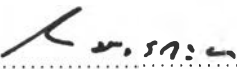
Chulalongkorn University

Academic Year 2005


ISBN 974-14-2210-5

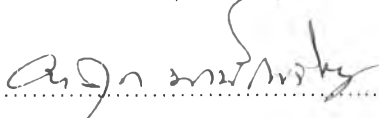
หัวข้อวิทยานิพนธ์ บทบาทของสถาบันและพลวัตบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทย:
การวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ
โดย นายวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร.ผาสุก พงษ์ไพจิตร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภविดา ปานะนนท์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

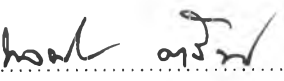
 คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.โสทธิธร มัลลิกะมาส)

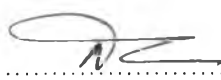
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์)

 อาจารย์ที่ปรึกษา
(ศาสตราจารย์ ดร.ผาสุก พงษ์ไพจิตร)

 อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภविดา ปานะนนท์)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.นวลน้อย ตวีรัตน์)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สามารถ เจียสกุล)

วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร : บทบาทของสถาบันและพลวัตบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทย: การวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ (THE ROLE OF INSTITUTIONS AND DYNAMICS OF TRANSNATIONAL RETAILERS IN THAILAND: A COMPARATIVE INSTITUTIONAL ANALYSIS) อ.ที่ปรึกษา : ศ.ดร.ผาสุก พงษ์ไพจิตร, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ผศ.ดร.ภविดา ปานะนนท์ 279 หน้า. ISBN 974-14-2210-5.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาพลวัตของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 โดยนำทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์สถาบันมาเป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา เพื่อเติมเต็มข้อจำกัดของวรรณกรรมเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิกและกระแสรอง ผลการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ พบว่า ถึงแม้ประเทศไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และไทย จะเปิดเสรีให้บริษัทค้าปลีกข้ามชาติกลุ่มเดียวกันเข้ามาแข่งขันตามกลไกตลาดเช่นเดียวกัน แต่ผลลัพธ์กลับมีความแตกต่างกันออกไป โดยมีชุดตัวแปรทางสถาบันเป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่กรณีไฮเปอร์มาร์เก็ตข้ามชาติไม่สามารถแข่งขันกับห้างท้องถิ่นได้ (ญี่ปุ่น) แข่งขันได้แต่เป็นรองห้างท้องถิ่น (เกาหลีใต้) แข่งขันได้และเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (ไทย) จนกระทั่งเป็นผู้นำรายใหญ่รายเดียว (ไต้หวัน)

พลวัตการค้าปลีกไทยจึงเป็นปรากฏการณ์เฉพาะตัว โดยมีการจัดสถาบันระหว่างรัฐ กลุ่มทุน และวัฒนธรรมเป็นตัวแปรสำคัญ วิกฤตเศรษฐกิจมิได้มีผลต่อกระบวนการทัศน์ของรัฐไทย เพราะรัฐไทยเปิดเสรีการค้าปลีกเกินเลยกว่าระดับที่ผูกพันกับองค์การการค้าโลกมานาน อีกทั้งยังยึดผลประโยชน์ของกลุ่มทุนและชนชั้นกลางเป็นหลักในการกำหนดนโยบาย ในขณะที่กลุ่มทุนค้าปลีกไทยก็กลายเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์เพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กับบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ ภายใต้วัฒนธรรมของสังคมไทยที่เชื่อมั่นในรัฐและกลุ่มทุนค่อนข้างสูง แรงเสียดทานทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ ตลาดค้าปลีกในกรุงเทพฯ และปริมณฑลของไทยจึงกลายเป็นตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีไฮเปอร์มาร์เก็ตต่างชาติเป็นผู้ครองตลาดอย่างรวดเร็ว โดยเผชิญต้นทุนธุรกรรมค่อนข้างต่ำ

อย่างไรก็ตาม พลวัตการค้าปลีกในระดับท้องถิ่นของไทยมีผลลัพธ์ที่หลากหลายกว่าส่วนกลาง โดยแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) ท้องถิ่นโลกาภิวัตน์ ซึ่งทุนท้องถิ่นต้องแข่งขันเดี่ยวและออกจากธุรกิจไป (2) ท้องถิ่นร่วมทุน ซึ่งทำสัญญากับบริษัทค้าปลีกข้ามชาติหรือห้างจากส่วนกลางในช่วงเวลาที่กฎหมายผังเมืองมีการบังคับใช้ (ปี 2546-2548) (3) ท้องถิ่นนิยมแบบกีดกัน ซึ่งอาศัยความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับรัฐท้องถิ่นในการตีความกฎหมายเพื่อกีดกันคู่แข่งรายใหม่ และ (4) ท้องถิ่นนิยมแบบแข่งขัน ซึ่งนำความสัมพันธ์ที่มีในตลาดในท้องถิ่นมาสร้างความร่วมมือเพื่อต่อรองและแข่งขัน รูปแบบที่สี่นี้จึงมีระดับการแข่งขันและการผลานท้องถิ่นที่ค่อนข้างสมดุล โดย จ.แพร่ เป็นกรณีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด

การทำความเข้าใจบทบาทของสถาบันจึงช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากบริษัทข้ามชาติได้อย่างลุ่มลึกยิ่งขึ้น โดยต้องมองกลไกตลาดเป็นสถาบันหนึ่งที่ทำงานร่วมกับสถาบันอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ และในการจัดการเชิงนโยบายกับทุนบริการข้ามชาตินั้น นอกจากจะอาศัยการออกกฎระเบียบจากรัฐส่วนกลางแล้ว ยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลไกในระดับท้องถิ่นและเครื่องมือเชิงวัฒนธรรมด้วย

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์.....ลายมือชื่อนิสิต.....
ปีการศึกษา.....2548.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4585584829 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD: TRANSNATIONAL CORPORATIONS, INSTITUTIONS, RETAILING

VEERAYOOTH KANCHOOCHAT : THE ROLE OF INSTITUTIONS AND DYNAMICS OF TRANSNATIONAL RETAILERS IN THAILAND: A COMPARATIVE INSTITUTIONAL ANALYSIS. THESIS ADVISOR : PROF.PASUK PHONGPAICHIT, Ph.D., CO-ADVISOR : ASSOC.PROF.PAVIDA PANANOND, Ph.D., pp. 279. ISBN 974-14-2210-5.

This thesis sets out to examine the dynamics of Transnational Retailers (TNRs) in Thailand after the 1997 economic crisis. It tries to bridge theoretical gaps between Neoclassical and Heterodox Economics by applying Institutional Economics in its theoretical framework. Drawing on "a comparative institutional analysis", the thesis discovers that, although Taiwan, South Korea, Japan, and Thailand all have implemented deregulation in favor of TNRs, the outcomes in these countries are dissimilar as a result of their differing internal institution arrangements, ranging from ineffectual TNRs in Japan and inferior TNRs in South Korea vis-à-vis local retailers to oligopolistic TNRs in Thailand and a virtually monopolistic TNR in Taiwan.

Accordingly, the dynamics of retailers in Thailand are a "specific outcome" emanating from an institutional configuration between state, local capital and culture, which serve as the significant intervening variables. The 1997 crisis has not adversely affected Thailand's state paradigm since the country has deregulated beyond binding WTO obligations for some time. Furthermore, it has persisted to the benefit of local capitalists and the middle class more than other socioeconomic groups. Local capitalists forged strategic alliances with TNRs for mutual benefit. As this trend was consistent with the complacency of Thai society, the resultant cultural frictions in response to TNRs were relatively low. Finally, Bangkok and its immediate metropolitan vicinities became the core of an oligopolistic transnational hypermarkets.

Nevertheless, TNR outcomes in up-country areas are diversified. They can be divided into four groups: (1) 'Pro-globalisation' whereby local retailers inevitably go bust; (2) 'Joint-venture local' whereby local retailers sign long-term contracts of rent with national/transnational retailers taking advantage of a limited period of zoning law requirement; (3) 'Protective localism' whereby local government administrators take side with local retailers in interpreting the law for protection, and (4) 'Competitive localism' whereby non-market relationships are employed to build up a collaboration for bargaining and competition. Phrae Province is a case in point of the lattermost group.

Understanding the role of institutions should prompt us to analyse the impact of transnational corporations prudently. It is advisable to consider 'market mechanisms' as an institution that is related to and intertwined with other economic institutions. To counter transnational services corporations, priority should be given simultaneously to local economic mechanisms and cultural tools, apart from formal bureaucratic regulations.

Field of study.....Economics..... Student's signature.....
Academic year2005..... Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบคุณเงินต้นสนับสนุนสำหรับการศึกษาวិทยานิพนธ์ฉบับนี้ จากโครงการเมธีวิจัยอาวุโส สกว. ศ.ดร.ผาสุก พงษ์ไพจิตร เรื่อง "โครงสร้างและพลวัตทุนไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ" (Structure and Dynamics of Capital in Post-Crisis Thailand)

ขอขอบคุณคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดแพร่ อันประกอบด้วย (1) คุณเอกชัย วงศ์วรกุล ประธานหอการค้า (2) คุณกิจชัย กิจภิญโญ เลขาธิการหอการค้า และ (3) คุณสาธิต มะโนสีลา ผู้จัดการหอการค้า ที่ให้โอกาสผู้เขียนได้เข้าสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและเป็นกันเอง และปรีชาตีสุโขสมิต เพื่อนชาวแพร่ของผู้เขียนที่ช่วยติดต่อและแนะนำการเดินทาง จนได้สัมผัสน้ำใจของชาวแพร่อันเป็นรากฐานสำคัญประการหนึ่งของการแข่งขันระหว่างท้องถิ่นและโลกาภิวัตน์

หากวิทยานิพนธ์เล่มนี้เปรียบเสมือนต้นกล้าต้นหนึ่งที่ได้เติบโตขึ้นมาในแปลงวิชาการแห่งนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณอาจารย์ผาสุก พงษ์ไพจิตร ผู้เพาะเมล็ดพันธุ์ทางวิชาการ ผ่านคำสอนและตัวอักษรที่เป็นแรงบันดาลใจอันล้ำค่า

ขอขอบพระคุณอาจารย์ภวิดา ปานะนนท์ และอาจารย์ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ ผู้บ่มเพาะและพุ่มพักเมล็ดพันธุ์นี้ให้ได้รับโอกาสและความอาทรเกินกว่าผู้เขียนจะจินตนาการและทดแทนพระคุณได้

ขอขอบพระคุณอาจารย์วณน้อย ตริรัตน์ ผู้รุดน้ำให้ต้นกล้าได้มีโอกาสเรียนรู้และศึกษาเศรษฐกิจสังคมไทย เพื่อลดอวิชาที่เนืองแน่นอยู่ในเมล็ด

ขอขอบพระคุณอาจารย์สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ และอาจารย์สามารถ เจียสกุล ผู้พรวนดิน แต่งเติมให้เมล็ดนี้ได้มีโอกาสงอกเงยขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์ชโยดม สรรพศรี ผู้ดูแลและให้ปุ๋ยอันเป็นสารอาหารแห่งประสบการณ์ที่หายากยิ่งสำหรับเมล็ดพันธุ์เล็กๆ เมล็ดนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ หลักรัฐ ศ.ม. และพี่ๆ น้องๆ ณ ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์และศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง ที่มีบรรยากาศแห่งมิตรอันเป็นดังอากาศและน้ำให้แก่เมล็ดพันธุ์นี้

ขอขอบพระคุณคุณพ่อธนิศ คุณแม่อัจฉรา และคุณยายสุนีย์ ผู้เป็นแหล่งกำเนิดและร่วมเงาที่มีความรักความเข้าใจให้เสมอมา

คุณูปการแม้เพียงน้อยนิดย่อมเป็นของผู้มีส่วนสร้างความเติบโตแก่ต้นกล้าต้นนี้มากกว่าผู้เขียน แต่ข้อบกพร่องใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นย่อมเป็นเพราะความอ่อนด้อยของผู้เขียนเอง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	9
1.3 นิยามศัพท์.....	10
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	13
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	14
1.6 ลำดับการนำเสนอผลการศึกษา.....	15
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์และกรอบการศึกษา.....	16
2.1 ข้อจำกัดของวรรณกรรมเกี่ยวกับบริษัทข้ามชาติ.....	17
2.2 วรรณกรรมการค้าปลีกในต่างประเทศ	19
2.2.1 งานศึกษาผลกระทบของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติต่อประเทศผู้รับทุน.....	19
2.2.2 บทบาทของสถาบันต่อผลลัพธ์การค้าปลีก: การอนุমানเชิงนิรนัย	21
2.3 วรรณกรรมการค้าปลีกของไทย	23
2.3.1 คำอธิบายของเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก.....	24
2.3.2 คำอธิบายของเศรษฐศาสตร์กระแสรอง.....	25
2.3.3 ความเหมือนที่แตกต่างและข้อจำกัด.....	25
2.4 วรรณกรรมทางเศรษฐศาสตร์สถาบัน.....	29
2.4.1 พัฒนาการของสำนักเศรษฐศาสตร์สถาบัน.....	29
2.4.2 มุมมองของสถาบันเก่าและสถาบันใหม่ต่อ "สถาบัน"	31
2.4.3 มุมมองของสถาบันเก่าและสถาบันใหม่ต่อ "การจัดสถาบัน"	33
2.4.4 สรุป: สถาบันเก่าและสถาบันใหม่/ ความแตกต่างของบริบทการวิเคราะห์.....	35
2.4 กรอบการศึกษาของวิทยานิพนธ์	36
2.5.1 กระบวนทัศน์ในการพิจารณาสถาบันและการจัดสถาบัน	36

	หน้า
2.5.2 กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ	43
2.5.3 สรุปกรอบการศึกษาของวิทยานิพนธ์	46
บทที่ 3 โลกาภิวัตน์ของการค้าปลีกและพลวัตในต่างประเทศ.....	49
3.1 กระบวนการข้ามชาติของการค้าปลีก	50
3.1.1 ลักษณะของกระบวนการข้ามชาติของการค้าปลีก.....	51
3.1.2 บริษัทค้าปลีกในระดับโลก	53
3.1.3 การขยายตัวของบริษัทค้าปลีกในระดับโลก	56
3.1.4 รูปแบบการเข้าสู่ตลาดของประเทศผู้รับทุน.....	60
3.1.5 ปัจจัยสนับสนุนกระบวนการข้ามชาติ	61
3.1.6 สรุปกระบวนการข้ามชาติของการค้าปลีก	64
3.2 พลวัตการค้าปลีกในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก	66
3.3 การค้าปลีกข้ามชาติและบทบาทของสถาบัน: กรณีประเทศไทย.....	68
3.3.1 โครงสร้างตลาดค้าปลีก.....	68
3.3.2 ปรากฏการณ์เฉพาะตัวและการวิเคราะห์เชิงสถาบัน.....	70
3.3.3 สรุป.....	76
3.4 การค้าปลีกข้ามชาติและบทบาทของสถาบัน: กรณีประเทศเกาหลีใต้.....	76
3.4.1 โครงสร้างตลาดค้าปลีก.....	76
3.4.2 ปรากฏการณ์เฉพาะตัวและการวิเคราะห์เชิงสถาบัน.....	79
3.4.3 สรุป.....	88
3.5 การค้าปลีกข้ามชาติและบทบาทของสถาบัน: กรณีประเทศญี่ปุ่น.....	88
3.5.1 โครงสร้างตลาดค้าปลีก.....	88
3.5.2 ปรากฏการณ์เฉพาะตัวและการวิเคราะห์เชิงสถาบัน.....	93
3.5.3 สรุป.....	106
3.6 ข้อสรุปที่สำคัญ.....	106
บทที่ 4 พลวัตของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในกรุงเทพฯ และปริมณฑล:	
บทบาทของตลาด รัฐ ทุนท้องถิ่น และวัฒนธรรม.....	109
4.1 การค้าปลีกไทยก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 และมรดกทางสถาบัน.....	110
4.1.1 ภาพรวมการค้าปลีกไทย พ.ศ.2499 – 2540	110
4.1.2 บทบาทของสถาบันและตัวแสดง	113

4.1.3	มรดกทางสถาบันของเครือข่ายการค้าปลีกไทย.....	116
4.2	วิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการค้าปลีกไทย	119
4.2.1	การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความเป็นเจ้าของ	119
4.2.2	บริษัทไฮเปอร์มาร์เก็ตข้ามชาติ: เทสโก้ คาสซิโน และคาร์ฟูร์	121
4.2.3	การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาด.....	124
4.2.4	กลไกตลาดกับการอธิบายตลาดผู้ขายน้อยรายในเมือง	125
4.3	รัฐ การเมือง และกฎระเบียบ	127
4.3.1	โครงสร้างทางการเมืองของประเทศไทย	129
4.3.2	นโยบายเศรษฐกิจกับการลงทุนจากต่างประเทศ	131
4.3.3	การค้าปลีกในสมัยรัฐบาลนายชวน หลีกภัย (พ.ศ.2540 - 2544)	133
4.3.4	การค้าปลีกในสมัยรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร (พ.ศ.2544 - 2548).....	137
4.3.5	สรุป.....	147
4.4	ทุนท้องถิ่นและเครือข่ายการค้าปลีก	148
4.4.1	กลุ่มทุนค้าปลีกไทย: พันธมิตรเชิงกลยุทธ์.....	148
4.4.2	เครือข่ายการค้าปลีก: ความอ่อนแอและการค้าใต้ดิน	158
4.4.3	สรุป.....	163
4.5	วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ.....	164
4.5.1	อุปสงค์และอุปทานทางวัฒนธรรม.....	164
4.5.2	ยุทธศาสตร์การณสานท้องถิ่นของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติ	172
4.5.3	สรุป.....	176
4.6	ข้อสรุปที่สำคัญ	177
บทที่ 5 พลวัตของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในระดับท้องถิ่น:		
	บทบาทของสถาบันและพลวัต 4 รูปแบบ	180
5.1	การขยายสาขาของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในต่างจังหวัด.....	181
5.2	กระบวนการต่อรองเพื่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสถาบัน.....	185
5.2.1	การต่อรองของทุนท้องถิ่นและกฎหมายผังเมือง (พ.ศ.2545 - 2546).....	185
5.2.2	กฎหมายผังเมืองฉบับชั่วคราวและการต่อรองครั้งใหม่ (พ.ศ.2547 - 2548).....	192
5.2.3	ข้อจำกัดทางสถาบันของกระบวนการต่อรอง	195
5.3	พลวัต 4 รูปแบบของการค้าปลีกท้องถิ่นไทย.....	202
5.3.1	รูปแบบ ๑: ท้องถิ่นโลกาภิวัตน์ (Pro-Globalisation).....	203

5.3.2	รูปแบบ ๒: ท้องถิ่นร่วมทุน (Joint-venture Agent).....	205
5.3.3	รูปแบบ ๓: ท้องถิ่นนิยมแบบกีดกัน (Protective Localism)	208
5.3.4	รูปแบบ ๔: ท้องถิ่นนิยมแบบแข่งขัน (Competitive Localism)	212
5.4	การวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลลัพธ์ของการค้าปลีกท้องถิ่น.....	219
5.4.1	สมมติฐานเชิงพฤติกรรมและลักษณะเฉพาะทางสินทรัพย์.....	220
5.4.2	ความสัมพันธ์ระหว่างทุนท้องถิ่นกับตัวแสดงอื่นในท้องถิ่น	221
5.4.3	เงื่อนไขทางสถาบันและการตัดสินใจของทุนท้องถิ่น	222
5.4.4	สวัสดิการของสังคม	227
5.5	บทบาทของหอการค้าและเงื่อนไขทางสถาบันของจังหวัดแพร่.....	229
5.5.1	บทบาทของหอการค้ากับการรวมกลุ่ม: การจัดการด้านอุปทาน.....	230
5.5.2	ความสัมพันธ์ในท้องถิ่นกับวัฒนธรรมบริโภค: การตอบสนองด้านอุปสงค์.....	234
5.5.3	มีการแข่งขันระหว่างร้านค้ามาตั้งแต่ในอดีต: กติกาเดิมของเกม	236
5.6	ข้อสรุปที่สำคัญ	237
บทที่ 6 บทสรุป		239
6.1	สรุปการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ.....	239
6.1.1	โครงสร้างเกมของตัวแสดงในธุรกิจค้าปลีก.....	241
6.1.2	ตรรกะการจัดสถาบันด้านการค้าปลีก	243
6.1.3	มองสถาบันผ่านการบังคับใช้กฎระเบียบ: ข้อสังเกตเชิงทฤษฎี.....	244
6.2	สรุปปรากฏการณ์เฉพาะตัวของไทย	247
6.2.1	สถาบันหลักและพลวัตในกรุงเทพฯ และปริมณฑล.....	247
6.2.2	สถาบันและพลวัตที่หลากหลายนในระดับท้องถิ่น	248
6.2.3	เงื่อนไขทางสถาบันและผลลัพธ์การค้าปลีกไทย: สองนครการค้าปลีกไทย?.....	249
6.3	นัยของการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	250
6.3.1	นัยของการศึกษาต่อนโยบาย: what is	250
6.3.2	หลักการออกแบบโครงสร้างสิ่งจูงใจ: what ought to be.....	252
6.4	นัยของการศึกษาและการอภิปรายเชิงทฤษฎี.....	256
6.4.1	ข้อจำกัดของสำนักนีโอคลาสสิกและกระแสรอง	256
6.4.2	คุณูปการของเศรษฐศาสตร์สถาบัน	257
6.4.3	ประเทศกำลังพัฒนาและยุทธศาสตร์ต่อบรรษัทข้ามชาติ.....	259
6.5	ข้อจำกัดของการศึกษา	260
รายการอ้างอิง.....		261
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์		279

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	เปรียบเทียบมุมมองต่อข้อเสนอเชิงนโยบายของวรรณกรรมสองกลุ่ม.....	6
ตารางที่ 1.2	เปรียบเทียบลักษณะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทต่างๆ.....	12
ตารางที่ 1.3	ห้างค้าปลีกข้ามชาติที่สำคัญในประเทศไทยและผู้ถือหุ้นหลัก	13
ตารางที่ 2.1	ตรรกะของการจัดสถาบันแต่ละรูปแบบ	41
ตารางที่ 2.2	ลักษณะของการจัดสถาบันแต่ละรูปแบบ.....	42
ตารางที่ 2.3	COASE Box แสดงโครงสร้างของเกมตามแนวคิดของ Aoki.....	44
ตารางที่ 3.1	บริษัทค้าปลีกชั้นนำของโลก ปี 2003 (เรียงตามยอดขายในตลาดต่างประเทศ).....	55
ตารางที่ 3.2	ลำดับประเทศที่มีบริษัทค้าปลีกชั้นนำเข้าไปลงทุนมากที่สุดในโลก (ปี 2002).....	57
ตารางที่ 3.3	รูปแบบการลงทุนในตลาดต่างประเทศ.....	60
ตารางที่ 3.4	ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการข้ามชาติของบริษัทค้าปลีก.....	63
ตารางที่ 3.5	สรุปความแตกต่างที่สำคัญระหว่างบริษัทค้าปลีกและบริษัทอุตสาหกรรม.....	64
ตารางที่ 3.6	การลงทุนของบริษัทค้าปลีกอาหารในตลาดประเทศกำลังพัฒนาที่สำคัญ	67
ตารางที่ 3.7	ลำดับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีบริษัทค้าปลีกอาหารเข้าไปลงทุนมากที่สุด	68
ตารางที่ 3.8	ยอดขายของผู้ค้าปลีกไฮเปอร์มาร์เก็ตเกาหลีใต้ ปี 2000 – 2003.....	78
ตารางที่ 3.9	ยุทธศาสตร์การเปิดเสรีการค้าปลีกอย่างค่อยเป็นค่อยไปของรัฐบาลเกาหลีใต้.....	79
ตารางที่ 3.10	ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตของเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับ ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตต่างชาติ.....	84
ตารางที่ 3.11	ยอดขายของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในญี่ปุ่น (ปี 2002)	92
ตารางที่ 3.12	ลำดับการเข้ามาของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตในตลาดญี่ปุ่น.....	93
ตารางที่ 3.13	ผลการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบของการค้าปลีกในประเทศต่างๆ	107
ตารางที่ 4.1	สัดส่วนผู้ถือหุ้นในธุรกิจค้าปลีกไทย ก่อนและหลังวิกฤตเศรษฐกิจ	121
ตารางที่ 4.2	จำนวนสาขาของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตปี พ.ศ.2547	123
ตารางที่ 4.3	ยอดขายของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตปี พ.ศ.2544 – 2547.....	123
ตารางที่ 4.4	ระดับของการวิเคราะห์เชิงสถาบันในกรณีของรัฐไทยกับการค้าปลีก.....	128
ตารางที่ 4.5	แนวทางการดำเนินงานขององค์กรรวมค้าปลีกเข้มแข็งในเบื้องต้น.....	140
ตารางที่ 4.6	กรรมการบริหาร บริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด จากภาคเอกชนชุดแรก 7 คน.....	141
ตารางที่ 4.7	รายการด้านอสังหาริมทรัพย์ที่บิกซีมีธุรกรรมกับกลุ่มเซ็นทรัล.....	156
ตารางที่ 4.8	รูปแบบต่างๆ ในการขยายตัวของเทสโก้-โลตัส (พ.ศ.2548)	175
ตารางที่ 4.9	ผลการศึกษาบทบาทของสถาบันที่มีผลต่อการค้าปลีกไทย.....	178
ตารางที่ 5.1	สรุปสาขาของบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในจังหวัดต่างๆ (มกราคม พ.ศ.2549).....	184

หน้า

ตารางที่ 5.2 สรุปผลการดำเนินงานของกระทรวงมหาดไทยเกี่ยวกับการจัดระเบียบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ด้วยมาตรการทางผังเมือง เสนอคณะรัฐมนตรี วันที่ 4 พฤศจิกายน 2546	190
ตารางที่ 5.3 สรุปบันทึกเปิดผนึกที่ผู้ค้าปลีก จ.จันทบุรี ยื่นต่อห้างเทสโก้-โลตัส.....	213
ตารางที่ 5.4 เงื่อนไขทางสถาบันที่เป็นรากฐานของผลลัพธ์การค้าปลีก.....	223
ตารางที่ 6.1 ผลการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบของการค้าปลีกในประเทศต่างๆ (เรียงตาม ความสำเร็จของบริษัทไฮเปอร์มาร์เก็ต)	240
ตารางที่ 6.2 COASE Box แสดงโครงสร้างเกมของรัฐในธุรกิจค้าปลีก	242
ตารางที่ 6.3 COASE Box แสดงโครงสร้างเกมของกลุ่มทุนในธุรกิจค้าปลีก.....	242
ตารางที่ 6.4 COASE Box แสดงโครงสร้างเกมของคุณค่าเชิงวัฒนธรรมในธุรกิจค้าปลีก	243

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 มูลค่าเงินลงทุนทางจากต่างประเทศในประเทศไทย (FDI Inflows)	2
ภาพที่ 1.2 จำนวนสาขาของห้างไอเปอร์มาร์เก็ต	4
ภาพที่ 1.3 ส่วนแบ่งรายได้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประเภทต่างๆ	4
ภาพที่ 2.1 สรุปรอบแนวคิดที่อยู่บนตรรกะการยึดกลไกตลาดเป็นศูนย์กลาง	27
ภาพที่ 2.2 การจัดสถาบันรูปแบบต่างๆ แบ่งตามมิติของแรงจูงใจและการกระจายอำนาจ	34
ภาพที่ 2.3 รูปที่มาจากกรอบแนวคิดที่ประกอบเป็นกรอบการศึกษาของวิทยานิพนธ์	46
ภาพที่ 2.4 สรุปรอบการศึกษาของวิทยานิพนธ์	48
ภาพที่ 3.1 ความเชื่อมโยงด้านต่างๆ ภายใต้กระบวนการข้ามชาติของการค้าปลีก	53
ภาพที่ 3.2 การขยายสาขาของห้าง Wal-Mart (ปี 2002)	58
ภาพที่ 3.3 การขยายสาขาของห้าง Ahold (ปี 2001)	58
ภาพที่ 3.4 การขยายสาขาของห้าง Carrefour (ปี 2001)	59
ภาพที่ 3.5 การขยายสาขาของห้าง Tesco (ปี 2003)	59
ภาพที่ 3.6 การควมรวมกิจการของธุรกิจค้าปลีกระหว่างปี 1990 - 1999	61
ภาพที่ 3.7 ขนาดตลาดค้าปลีกอาหารของไต้หวัน (ปี 2000 - 2004)	69
ภาพที่ 3.8 ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ในไต้หวัน (ปี 2004)	70
ภาพที่ 3.9 ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกสมัยใหม่ของเกาหลีใต้	78
ภาพที่ 3.10 สัดส่วนจำนวนสาขาของห้างค้าปลีกในเกาหลีใต้	85
ภาพที่ 3.11 ลำดับชั้นของการลงทุนจากห้างค้าปลีกต่างชาติในญี่ปุ่น (ปี 1950 - 2005)	90
ภาพที่ 3.12 ขนาดและการขยายตัวของตลาดค้าปลีกญี่ปุ่น (ปี 2000 - 2004)	91
ภาพที่ 3.13 ส่วนแบ่งตลาดของห้างค้าปลีกประเภทต่างๆ ในญี่ปุ่น (ปี 2002)	92
ภาพที่ 3.14 ส่วนแบ่งตลาดของห้างค้าปลีกผู้นำ 3 ลำดับแรกในตลาดค้าปลีกประเทศต่างๆ	94
ภาพที่ 3.15 ขั้นตอนการขอพิจารณาสร้างห้างขนาดใหญ่ตามกฎหมาย LSLL	98
ภาพที่ 3.16 การรวมกลุ่มระหว่างห้างสรรพสินค้าชั้นนำของญี่ปุ่น	102
ภาพที่ 3.17 ความเชื่อมโยงระหว่างห้างไอเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ตของญี่ปุ่น	103
ภาพที่ 3.18 รูปแบบการเดินทางเพื่อไปซื้ออาหารสดของชาวญี่ปุ่น	104
ภาพที่ 4.1 สัดส่วนการค้าปลีกแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่เปรียบเทียบปี 2533 และ 2540	116
ภาพที่ 4.2 จำนวนสาขาของห้างไอเปอร์มาร์เก็ตและส่วนแบ่งรายได้ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภท ต่างๆ	124
ภาพที่ 4.3 ส่วนแบ่งตลาดของห้างไอเปอร์มาร์เก็ต ปี พ.ศ.2544 - 2547	125
ภาพที่ 4.4 ช่องทางการค้าปลีกรูปแบบมาตรฐาน	159

ภาพที่ 4.5 ช่องทางการค้าปลีกในทางปฏิบัติ.....	160
ภาพที่ 4.6 ความเป็นเลิศของประเทศผู้รับทุนในสายตาของนักธุรกิจต่างชาติ (พ.ศ.2548).....	166
ภาพที่ 4.7 สัดส่วนประชากรที่มีความเชื่อมั่นในระดับสูงว่า รัฐบาลกลางดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของ สังคมอย่างดีที่สุด (พ.ศ.2546).....	168
ภาพที่ 4.8 สัดส่วนประชากรที่มีความเชื่อมั่นว่ารัฐบาลกลางสามารถจัดการปัญหาเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี ดี (พ.ศ.2546).....	168
ภาพที่ 4.9 สัดส่วนประชากรที่มีความเชื่อมั่นในระดับสูงว่า บริษัทท้องถิ่นขนาดใหญ่ดำเนินงานเพื่อ ผลประโยชน์ของสังคมอย่างดีที่สุด (พ.ศ.2546).....	170
ภาพที่ 4.10 สัดส่วนประชากรที่มีความเชื่อมั่นในระดับสูงว่า บรรษัทข้ามชาติดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ ของสังคมอย่างดีที่สุด (พ.ศ.2546).....	170
ภาพที่ 5.1 จำนวนสาขาของห้างค้าปลีกต่างๆ ในตลาดต่างจังหวัด ปี 2536 - 2544	182
ภาพที่ 5.2 จำนวนสาขาและอัตราการขยายตัวของบรรษัทค้าปลีกข้ามชาติในตลาดต่างจังหวัด	182
ภาพที่ 5.3 สัดส่วนจังหวัดที่บรรษัทค้าปลีกข้ามชาติเข้าไปลงทุนในรูปแบบต่างๆ.....	184
ภาพที่ 5.4 ความเชื่อมั่นของสังคมต่อสถาบันต่างๆ เปรียบเทียบญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไทย	201
ภาพที่ 5.5 ทางเลือกของทุนท้องถิ่นและผลลัพธ์การค้าปลีกในท้องถิ่น	202
ภาพที่ 5.6 โครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแสดงในท้องถิ่น.....	222
ภาพที่ 5.7 เปรียบเทียบระดับการแข่งขันและการผสมผสานท้องถิ่นของผลลัพธ์ทั้ง 4 แบบ.....	228
ภาพที่ 6.1 สรุปผลการวิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบตามกรอบการศึกษาของวิทยานิพนธ์.....	241
ภาพที่ 6.2 การพิจารณาการบังคับใช้กฎระเบียบในฐานะตัวชี้วัดการทำงานของสถาบัน	245
ภาพที่ 6.3 เปรียบเทียบระดับแรงเสียดทานของประเทศผู้รับทุนที่มีผลต่อไฮเปอร์มาร์เก็ต.....	246
ภาพที่ 6.4 สรุปผลการวิเคราะห์ปรากฏการณ์เฉพาะตัวของไทยในระดับท้องถิ่น	249