



ກໍລະນີສຶກສາກ່ຽວກັບ

ຜົນກະທົບ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດ ຈາກການເປີດ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າໃຫຍ່ (Big Box store)

ເຮົາຈະມີການຮັບມືກັບການ ເປີດຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າຂະໜາດໃຫຍ່ແບບໃດ?

ໃນຍຸກສະໄຫມປ່ຽນໄປ, ການແຂ່ງຂັນດ້ານການຂາຍກໍ່ເພີ່ມທະວີຂຶ້ນບໍ່ວ່າ ຈະເປັນທາງ ອ່ອນລາຍ ແລະ ທາງຮ້ານຂາຍ ນ້ອຍ ຫາໃຫຍ່. ສະນັ້ນ ການ



ເປີດຮ້ານຄ້າຂຶ້ນແມ່ນ ເພື່ອຈຸດປະສົງດຽວ ກໍ່ຄື ການສ້າງການ ຂາຍ ໃຫ້ໄດ້ຫລາຍທີ່ ສຸດ, ດ້ວຍເຫດນີ້ ການຫັນປ່ຽນຈາກ ຮ້ານຄ້າ ເລີ່ມຈາກ ຂາຍໃນບ້ານຂອງຕົນ ເອງ ກາຍເປັນ ການ

ເຊົ່າສະຖານທີ່ຂາຍໃນເຂດຊຸມຊົນ ແລະ ກ້າວຂຶ້ນເປັນຕະຫລາດ ຈາກນ້ອຍ - ໃຫຍ່ ຈົນປ່ຽນຮູບມາເປັນ ຫັນສະໄຫມ ທີ່ເຮົາເອີ້ນກັນວ່າ Big Box Store ຫລື ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ທີ່ເປັນ ຮູບກັບສິ່ງລຽມໃຫຍ່ ເຊັ່ນ Wal-Mart, Big C, Tesco Lotus, Carrefour, Robinson, Mark & Spencer,... ແລະ ຈາກນັ້ນ ກໍ່ຂະຫຍາຍໄປເປັນ ຮ້ານຄ້າ 24/7 ເຊັ່ນ: Seven Eleven, M Point Mart, Tesco,... ຊຶ່ງເຮົາສັງເກດເຫັນໄດ້ວ່າ ຮ້ານສະດວກຊື້ ຈະເປີດ ຂຶ້ນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຄົນເຮົາໄດ້ໄປຈັບຈ່າຍ ອີງຕາມເວລາທີ່ຕົນວ່າງ ແລະ ບໍ່ຈຳ ເປັນຕ້ອງຮີບຮ້ອນ.

ສະນັ້ນ ຄຳຖາມຄົ້ນຄວ້າມີຢູ່ບ່ອນວ່າ ເຮົາຈະຮັບມືກັບການເຂົ້າມາລົງທຶນ ຂອງຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າຂະໜາດໃຫຍ່ແບບໃດ, ຍຸດທະສາດການເຂົ້າມາລົງ ທຶນຂອງພວກເຮົາແມ່ນແບບໃດ? ຜົນກະທົບຂອງການເຂົ້າມາລົງທຶນຂອງ ຮ້ານຄ້າດັ່ງກ່າວຕໍ່ກັບ ຮ້ານຄ້າທ້ອງຖິ່ນມີຫຍັງແດ່? ເຮົາຈະຕັດສິນໃຈແບບໃດ ເພື່ອໃຫ້ເຂົາເຈົ້າເຂົ້າມາລົງທຶນ, ເຮົາຈະໃຫ້ສິ່ງຈູງໃຈແບບໃດ? ແລະ ສຸດທ້າຍ ເຮົາຈະມີທາງອອກທີ່ດີທີ່ສຸດແບບໃດ ເພື່ອຮັບມືກັບບາງເຫດການທີ່ຈະກະ ທົບທັງທາງບວກ ແລະ ທາງລົບ ທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນພາຍຫລັງການຕັດສິນໃຈ ຂອງເຮົາ.

1. ບາງທັດສະນະກ່ຽວກັບ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າຂະໜາດໃຫຍ່ (Big Box Store)

ໃນປີ 1962, ປະເທດອາເມລິກາ ໄດ້ມີຄຳຖາມດັ່ງກ່າວນີ້ຂຶ້ນ ແລະ ກໍ່ໄດ້ ເຮັດການສຳຫລວດ 3,000 ກວ່າ ຊຸມຊົນ ແລະ ກໍ່ໄດ້ຮັບຄຳຕອບຫລາກ ຫລາຍຮູບແບບ ຈາກຊຸມຊົນ, ການຖືກຖຽງບັນຫາກັນ, ການປະທ້ວງ, ການ ປະຕິເສດ, ການຟ້ອງຮ້ອງຂຶ້ນສານ ເນື່ອງຈາກ ປະຊາຊົນບໍ່ເຫັນພ້ອມໃຫ້ມີ ການລົງທຶນຮ້ານຄ້າໃຫຍ່ໃນຂົງເຂດຕົນເອງ. ຄຳຖາມຍ້ອນກັບມາຄືນແມ່ນ ລ້ວນແລ້ວແຕ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບ ການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ການສູນເສຍອາຊີບ ຄ້າຂາຍຍ່ອຍ, ນະໂຍບາຍສຳປະທານທີ່ດິນ, ຜົນກະທົບຈາກສະພາບສິ່ງແວດ ລ້ອມທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນ, ແລະ ຜົນກະທົບຈາກເສດຖະກິດຕ່າງໆ ຊຶ່ງຮ້ານຊັບພະ ສິນຄ້າໃຫຍ່ຈະມີອຳນາດ ແລະ ໄດ້ປຽບຮ້ານຄ້ານ້ອຍຈາກ ການຂາຍຈຳນວນ ຫລາຍ ແລະ ລົດລາຄາ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຮ້ານຄ້ານ້ອຍປົດຕົວລົງ. ໃນມຸມມອງອີກ

ດ້ານຫນຶ່ງ ໄດ້ເລັ່ງເຫັນວ່າ ຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າໃຫຍ່ ແມ່ນໄດ້ໃຫ້ລາຍຮັບ ແລະ ສ້າງເສດຖະກິດຫລາຍ ບໍ່ວ່າຈະເປັນການສ້າງວຽກເຮັດງານທຳ, ການສ້າງກຸ່ມ ຜະລິດພາຍໃນເພື່ອປ້ອນເຂົ້າຂາຍໃນຮ້ານຄ້າ, ອັດຕາພາສີນຳເຂົ້າຂອງສິນຄ້າ, ການກະຕຸ້ນອຳນາດການຊື້ຂອງປະຊາຊົນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເສດຖະກິດ ມີສະພາບ ຄ່ອງ, ການຫັນຮ້ານຄ້າຍ່ອຍ ເຂົ້າມາເປັນຮ້ານຄ້າທັນສະໄຫມ ແລະ ຖືກ ລະບຽບ ເພື່ອການຄຸ້ມຄອງງ່າຍ, ການດຶງສິນຄ້າທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ ແລະ ມີ ຫຍິຫໍ່ ມາຂາຍໃຫ້ປະຊາຊົນ ເພື່ອຫລີກລ້ຽງສິນຄ້າປອມແປງ, ແລະ ອີກຢ່າງ ທີ່ສຳຄັນແມ່ນການຮັບປະກັນຄຸນນະພາບຂອງສິນຄ້າ ໃຫ້ກັບປະຊາຊົນ ຊຶ່ງ ປະຊາຊົນສາມາດ ປ່ຽນສິນຄ້າຄືນ ຫາກເກີດໄດ້ຮັບສິນຄ້າທີ່ບໍ່ມີຄຸນນະພາບ.

ໃນຄວາມຄິດຂອງນັກເສດຖະສາດ ການເປີດຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າຈະຊ່ວຍ ໃນການປະຢັດ ເລື່ອງເວລາໃນການເດີນທາງໄປຊອກຊື້ສິນຄ້າ ແຕ່ລະຢ່າງຢູ່ ບ່ອນແຕກຕ່າງກັນ, ເວລາຊອກຫາສິນຄ້າ, ຄ່າສິ້ນເບື້ອງທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນໃນ ການເດີນທາງ ແລະ ບາງທີ່ອາດເປັນຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການຝາກລົດ ຫລື ຊອກຫາ ບ່ອນຈອດລົດບໍ່ມີ.

ເຮົາຈະສັງເກດເຫັນວ່າ ການເປີດໂຕຂອງຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າ ແມ່ນມີຈຸດ ດີ ແລະ ຈຸດອ່ອນ ຄຽງຄູ່ໄປພ້ອມໆ ກັນຊຶ່ງບໍ່ສາມາດຫລີກລ້ຽງໄດ້, ແຕ່ເຖິງ ຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ ຫາກຄິດໃນທາງ ເສດຖະກິດ ການບໍລິການປະຕູດຽວ ຫມາຍ ຄວາມວ່າ ການຊື້ເຄື່ອງບ່ອນດຽວສາມາດ ໄດ້ຫມົດທຸກຢ່າງແມ່ນຈຳເປັນຕໍ່ກັບ ການດຳລົງຊີວິດໃນຍຸກສະໄຫມນີ້. ສະນັ້ນ, ໃນບົດວິເຄາະສັ້ນ ຈະສັງລວມ ບັນຫາ ແລະ ວິທີການຮັບມືກັບການເຂົ້າມາລົງທຶນໃນຮູບແບບດັ່ງກ່າວນີ້ໄວ້ ໂດຍຍົກເອົາບົດຮຽນ ທີ່ຖອດຖອນໄດ້ຈາກ ປະເທດຫວຽດນາມ ເພື່ອສາມາດ ນຳເອົາໄປຊ່ວຍໃນການຕັດສິນບັນຫາ ຫລື ຊອກຫາທາງອອກ ແລະ ວິທີແກ້ ໄຂຮ່ວມກັນ.

2. ຍຸດທະສາດການລົງທຶນຂອງຮ້ານສັບພະສິນຄ້າໃຫຍ່

ຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າໃຫຍ່ ໂດຍທົ່ວໄປ ແມ່ນຈະເນັ້ນການຂາຍແບບເປັນ



ປະລິມານຫລາຍ ເພື່ອເອົາ ກຳໄລຫນ້ອຍໆ ແຕ່ເອົາ ແບບຍາວນານ, ດັ່ງນັ້ນ ເຮົາຈະເຫັນວ່າ ການລົດ- ແລກ-ແຈກ-ແຖມ ແມ່ນ ຈະມີໃຫ້ລູກຄ້າເປັນປະ ຈຳເປັນແຕ່ລະເວລາ ເຊັ່ນ: ຫລຸດລາຄາ ເວລາປີໃຫມ່, ລະດູຮ້ອນ, ລະດູຫນາວ

ຫລື ມີ ສຳຄັນໃນປະຕິທິນ. ນອກຈາກນີ້ ຍຸດທະສາດ ທີ່ດຶງດູດຂອງຮ້ານສັບ ພະສິນຄ້າໃຫຍ່ ຈະແມ່ນ ເປັນສະໄໝແກນ ປະຈຳເລີຍ ເຊັ່ນ Wal-Mart “ ລາຄາຫລຸດລົງທຸກໆມື້ຕະຫລອດໄປ Everyday low prices - Always”, Tesco “ We care about you ເຮົາໃສ່ໃຈລູກຄ້າ ”, Big C “Supper

Center”, Carrefour “A smile makes all the difference ຮອຍຍິ້ມສ້າງຄວາມແຕກຕ່າງທັງຫມົດ”, ເຫັນໄດ້ວ່າ ສະໂລແກນ ແມ່ນເຮັດໃຫ້ລູກຄ້າຢາກເຂົ້າໄປຊື້ສິນຄ້າກັບຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າດັ່ງກ່າວ ເພາະວ່າ ຈຸດຫລັກຂອງທຸລະກິດດັ່ງກ່າວ ແມ່ນດຶງດູດໃຫ້ລູກຄ້າໄປໃຊ້ເວລາຢູ່ກັບຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າແບບມີອາຊີບ ເພື່ອຈະໄດ້ກະຕຸ້ນການຂາຍຂອງເຂົາເຈົ້າໃຫ້ຫລາຍຂຶ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ ຍຸດທະສາດສໍາຄັນ ແມ່ນເຮັດໃຫ້ຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າ ສະດວກ ແລະ ສະບາຍ, ສາມາດຢູ່ໄດ້ດົນ, ສ້າງໃຫ້ສະພາບແວດລ້ອມດີ ແລະ ເມື່ອເຂົ້າໄປແລ້ວ ຈະເຫັນຄວາມແຕກຕ່າງລະວ່າງ ຮ້ານຄ້າທ້ອງຖິ່ນ ແລະ ຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າສະໄຫມໃໝ່.

ຍຸດທະສາດຕໍ່ມາກໍ່ແມ່ນການເຈລະຈາໃຫ້ປະເທດ ທີ່ເຂົາເຈົ້າເລືອກຈະເຂົ້າມາລົງທຶນ ຫລຸດອາກອນ ແລະ ພາສີນໍາເຂົ້າຂອງສິນຄ້າ ໃຫ້ໄດ້ຕໍ່າທີ່ສຸດ ໂດຍຈັດປະເພດ ເຊັ່ນ:

1. ອັດຕາພາສີດຽວ ກັບທຸກສິນຄ້າ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າສາມາດຫລຸດລາຄາສິນຄ້າແຂ່ງຂັນກັບ ທຸລະກິດນໍາເຂົ້າແບບສ່ວນບຸກຄົນໄດ້ ເພື່ອທົດແທນຫລື ດຸ່ນດ່ຽງ ສິນຄ້າທີ່ວາງຂາຍໃນຮ້ານທີ່ມີມູນຄ່າແຕກຕ່າງກັນ;
2. ອັດຕາພາສີ ເປັນປະເພດ ເຊັ່ນ ປະເພດອາຫານກິນ ແລະ ຕື່ມທັງສໍາເລັດຮູບ ແລະ ຂອງສິດ, ເຄື່ອງຊົມໃຊ້ນຸ່ງຮົ່ມ, ເຄື່ອງໄຟຟ້າ ແບບຟຸມເພື່ອຍ ແລະ ຊົມໃຊ້ຄົວເຮືອນ, ເຄື່ອງກິນຈັກລະດັບກາງ, ແລະ ເຄື່ອງສໍາອາງ;
3. ອັດຕາພາສີ ຫລື ອາກອນແບບມອບເຫມົາ ຕາມຈໍານວນມູນຄ່ານໍາເຂົ້າມາທັງຫມົດ ເພື່ອທົດແທນ ຫລື ດຸ່ນດ່ຽງ ສິນຄ້າທີ່ວາງຂາຍໃນຮ້ານທີ່ມີມູນຄ່າແຕກຕ່າງກັນ ຄືກັບປະເພດທີ່ຫນຶ່ງ;

ຍຸດທະສາດ 3 ຢ່າງນັ້ນ ແມ່ນເພື່ອໄປຊຸກຍູ້ ກ່ຽວກັບກິດຈະກຳບາງຢ່າງຂອງຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ເຊັ່ນ: ການຈ້າງງານຈໍານວນຫລາຍ, ການໂຄສະນາ, ການຊ່ວຍ ແລະ ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສັງຄົມ, ການຊຸກຍູ້ການຜະລິດພາຍໃນເພື່ອປ້ອນເຂົ້າ ວາງຂາຍໃນຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ລວມທັງການຂະຫຍາຍສາຂາໃນໄລຍະຍາວ.

3. ບົດຮຽນຂອງ ສສ ຫວຽດນາມຕໍ່ທຸລະກິດສູນການຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າທັນສະໄໝ

ກ. ສະພາບລວມ.

ຫຼັງຈາກ ສສ ຫວຽດນາມໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກສົມບູນ ຂອງອົງການການຄ້າໂລກ (WTO) ໃນປີ 2009 ລັດຖະບານ ໄດ້ເປີດເສລີການລົງ ທຶນໃນຂະແໜງການຂາຍຍົກ-ຂາຍຍ່ອຍ ໂດຍອະນຸຍາດໃຫ້ນັກລົງ ທຶນຕ່າງປະເທດສາມາດລົງທຶນໄດ້ 100% ໃນທຸລະກິດຂາຍຍົກ - ຂາຍຍ່ອຍ ໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ. ສສ ຫວຽດ

ນາມ ໃນປີ 2007 ຍັງໄດ້ຖືກຈັດເປັນປະເທດທີ່ມີທໍາແຮງບົ່ມຊ້ອນທາງດ້ານການພັດທະນາທຸລະກິດຂາຍຍ່ອຍ ອັນດັບສີ່ຂອງໂລກ ແລະ ໃນປີ 2011 ກໍ່ຍັງຖືກ



ເວັບໄຊ Research and Markets ລະບຸວ່າເປັນ ໜຶ່ງໃນຫ້າປະເທດໃນໂລກທີ່ມີອັດຕາຜົນຕອບແທນຕໍ່ທຸລະກິດຂາຍຍ່ອຍຫຼາຍທີ່ສຸດ^{1,2}. ຮອດປີ 2012 ຢູ່ຫວຽດນາມມີສູນການຄ້າທັງໝົດ 120 ແຫ່ງ, ເຄືອຄ້າຍຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ 700 ແຫ່ງ ແລະ ມີຮ້ານຄ້າສະດວກຊື້ ຂະໜາດນ້ອຍຫຼາຍກວ່າ 1,000 ຮ້ານ ເຊິ່ງທັງໝົດກວມປະມານ 20% ຂອງຕະຫຼາດຂາຍຍົກ-

ຂາຍຍ່ອຍທົ່ວປະເທດ³. ດັ່ງນັ້ນ ປະລິມານການຂາຍ ຍ່ອຍສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຂອງຫວຽດນາມ ໃນປີ 2010 ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍກວ່າ 7 ເທື່ອເມື່ອທຽບກັບປີ 2000 ຄືຈາກ 10,45 ຕື້ໂດລາໃນປີ 2000 ມາເປັນ 74,01 ຕື້ໂດລາໃນປີ 2010⁴ ການຂະຫຍາຍຕົວໄວຂອງທຸລະກິດຂາຍ ຍ່ອຍທີ່ທັນສະໄໝໃນຮູບແບບ ຂອງສູນການຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ຂອງຫວຽດນາມ ຍັງໄດ້ເຮັດໃຫ້ຂະແໜງການຜະລິດພາຍໃນຮັບປະໂຫຍດ ຈາກການສະໜອງສິນຄ້າໃຫ້ແກ່ທຸລະກິດເຫຼົ່ານີ້ ໂດຍ ຈາກຕົວເລກທາງດ້ານ ສະຖິຕິເຫັນວ່າໃນປີ 2008 ສິນຄ້າທີ່ຂາຍໃນບັນດາສູນການຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າສ່ວນໃຫຍ່ 70% ແມ່ນເຄື່ອງທີ່ຜະລິດພາຍໃນປະເທດ⁴.

ຂ. ບົດຮຽນທີ່ໄດ້ຮັບຈາກການໄປທົດສະນະສຶກສາຢູ່ ສສ ຫວຽດນາມ.

ຈາກການຮັບຟັງການລາຍງານ ແລະ ແລກປ່ຽນບົດຮຽນກ່ຽວກັບວຽກງານການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ພັດທະນາສູນການຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ຢູ່ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າຫວຽດນາມ ໃນລະຫວ່າງ 22 - 26 ກັນຍາ 2013, ສາມາດສະຫຼຸບ ແລະ ສັງລວມເນື້ອໃນໄດ້ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

➢ ປະຈຸບັນ ສສ ຫວຽດນາມໄດ້ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສົ່ງເສີມທຸລະກິດສູນການຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າຂອງ ປະເທດ ພາຍໃຕ້ລະບຽບກົດໝາຍ ຄື:

– ກົດໝາຍລົງທຶນ ເລກທີ 59/2005/QH11, ລົງວັນທີ 29/ 11 /2005,

ທີ່ລະບຸວ່ານັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດທີ່ມາລົງທຶນຢູ່ ສສ ຫວຽດນາມ ແມ່ນຈະຖືກປະຕິບັດຄືກັບນັກລົງທຶນພາຍໃນປະເທດ ໝາຍວ່າບໍ່ຈຳກັດຂົງເຂດການລົງທຶນຕາມ



ກົດໝາຍ ແລະ ໄດ້ຮັບການປົກປ້ອງຈາກການລົງທຶນ. ນອກຈາກນັ້ນກໍ່ສາມາດຮັບການລຸດ ຜ່ອນພາສີ, ອາກອນ ແລະ ຄ່າເຂົ້າດິນ ຖ້ານັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດຫາກລົງທຶນໃນຂົງເຂດທີ່ລັດຖະບານສົ່ງເສີມ ເຊັ່ນ: ການລົງທຶນທີ່ໃຊ້ແຮງງານຫຼາຍ, ໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝການຜະລິດ, ຢູ່ເຂດຊົນນະບົດ, ... ດັ່ງນັ້ນ ນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດທີ່ຈະລົງທຶນໃນທຸລະກິດສ້າງສູນກາງຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ສາມາດຍື່ນຂໍຮັບສິດດັ່ງກ່າວ.

– ອີງຕາມກົດໝາຍວິສາຫະກິດ ເລກທີ 60/2005/QH11, ລົງວັນທີ 14/6/2005, ກໍ່ໄດ້ລະບຸແຈ້ງເຖິງການສ້າງຕັ້ງບໍລິສັດໃນຮູບແບບຕ່າງໆ ຈາກບໍລິສັດຈຳກັດ ຈົນເຖິງການຮ່ວມກຸ່ມບໍລິສັດ ແລະ ສາມາດເຮັດທຸລະກິດໃນທຸກຂະແໜງການ ຍົກເວັ້ນຂະແໜງການທີ່ລັດຖະບານຈຳກັດ ເຊັ່ນ: ຂະແໜງປ້ອງກັນຊາດ-ປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ປະຫວັດສາດ ແລະ ວັດທະນະທຳຂອງຊາດ, ກົດໝາຍວິສາຫະກິດຍັງລະບຸສິດຂອງທຸກປະເພດວິສາຫະກິດ ໃນການສົ່ງອອກ ແລະ ນຳເຂົ້າສິນຄ້າ; ດັ່ງນັ້ນ ການເຮັດທຸລະກິດສູນການຄ້າ ແລະ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າພາຍໃຕ້ຮູບແບບຂອງບໍລິສັດໃດໜຶ່ງ ທີ່ລະບຸໄວ້ ໃນກົດໝາຍວິສາຫະກິດກໍ່ສາມາດນຳເຂົ້າສິນຄ້າເພື່ອຈຳໜ່າຍຢູ່ຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າຂອງຕົນໄດ້.

– ອີງຕາມກົດໝາຍການຄ້າ ເລກທີ 36/2005/QH11, ລົງວັນທີ 14/ 6/ 2005, ໄດ້ລະບຸເຖິງນັກທຸລະກິດຕ່າງປະເທດທີ່ໄດ້ຂໍອະນຸຍາດດຳເນີນທຸລະກິດຢ່າງຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍຂອງ ສສ ຫວຽດນາມ ແມ່ນສາມາດດຳເນີນທຸລະກິດຄ້າຂາຍສິນຄ້າຢູ່ຫວຽດນາມໄດ້.

- ກົດລະບຽບກ່ຽວກັບຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ສສ ຫວຽດນາມ ລົງວັນທີ 24 / 9/ 2004 ໄດ້ອະທິບາຍແຈ້ງກ່ຽວກັບຊະນິດ, ຂະໜາດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດ ຊອບຂອງຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າທີ່ໄດ້ດຳເນີນການ ແລະ ກຳລັງຈະດຳເນີນການຢູ່ຫວຽດນາມ ໃນປະຈຸບັນ. ກົດລະບຽບນີ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນຕິດແນບກັບຂໍ້ຕົກລົງເລກທີ 1371/2004 /Q-BTM ຂອງລັດຖະມົນຕີວ່າການກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ສສ ຫວຽດນາມ ເພື່ອອະທິບາຍເນື້ອໃນຂອງຂໍ້ ຕົກລົງນີ້ຢ່າງລະອຽດ ແລະ ກໍ່ເປັນບ່ອນອີງໃຫ້ແກ່ຂະແໜງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າທຸກຂັ້ນໃນການຄຸ້ມຄອງທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ.
- ນອກຈາກກົດໝາຍ ແລະ ກົດລະບຽບທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງ ຕາມການລາຍງານຂອງກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າຫວຽດນາມ ໃຫ້ຮູ້ວ່າການປະກອບທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ຍັງຕ້ອງ ກ່ຽວພັນກັບກົດໝາຍທີ່ດິນ, ກົດໝາຍຄວບຄຸມຄວາມປອດໄພ ແລະ ປົກປ້ອງສິ່ງແວດລ້ອມ, ກົດໝາຍ ປົກປ້ອງຜົນປະໂຫຍດຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ ແລະ ກົດໝາຍສຸກຂະອານາໄມອາຫານ ເພື່ອເປັນບ່ອນອີງທາງດ້ານ ນິຕິກຳຂອງໜ່ວຍງານຄຸ້ມຄອງຂັ້ນຕ່າງໆໃນການຄຸ້ມຄອງຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າໃຫ້ມີປະສິດທິພາບສູງສຸດ.

➢ ຕໍ່ກັບການລຸດພາສີນຳເຂົ້າສິນຄ້າທີ່ບໍລິການ ແລະ ຈຳໜ່າຍພາຍໃນຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າຕ່າງໆ ຂອງປະເທດຫວຽດນາມ ໄດ້ຖືກຢືນຢັນຈາກ ກົມການຄ້າພາຍໃນ ຂອງ ຫວຽດນາມວ່າ ການນຳເຂົ້າສິນຄ້າຂອງ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ແມ່ນປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍພາສີ ຄືກັບບັນດາທຸລະກິດ ຄ້າຂາຍຍ່ອຍທົ່ວໄປປະເພດຕ່າງໆ ໂດຍບໍ່ມີການຍົກເວັ້ນ ຫຼື ຫລຸດຜ່ອນອັດຕາພາສີ. ແຕ່ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ດີ ຝ່າຍ ຫວຽດນາມ ໄດ້ສະເໜີວ່າ ຖ້າຝ່າຍລາວ ຕ້ອງການດຶງດູດການລົງທຶນໃນທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າແລ້ວ ອາດນຳໃຊ້ນະໂຍບາຍລຸດຜ່ອນຄ່າເຊົ່າທີ່ດິນ ຫຼື ຍົກເວັ້ນອາກອນທີ່ດິນ ໃນຊ່ວງເວລາທີ່ກຳລັງມີການກໍ່ສ້າງອາຄານ ສະຖານທີ່ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ຫຼື ສູນການຄ້າ (ຖ້າເປັນການສຳປະທານດົນລັດ) ແລະ ນະໂຍບາຍລຸດຄ່າເຊົ່າພື້ນທີ່ ຂອງຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ຫຼື ສູນການຄ້າເພື່ອຊ່ວຍຜູ້ລົງທຶນໃນທຸລະກິດນີ້ໂດຍທາງອ້ອມ.

ຄ. ສັງລວມບົດຮຽນທີ່ໄດ້ຈາກການໄປທັດສະນະສຶກສາ.

- ສະຫຼຸບແລ້ວຈາກການໄປທັດສະນະສຶກສາຄັ້ງນີ້ເຫັນວ່າ ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ສິ່ງເສີມທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ຂອງ ສສ ຫວຽດນາມ ແມ່ນອີງຕາມລະບຽບກົດໝາຍທີ່ໄດ້ວາງອອກຂອງປະເທດເປັນຫຼັກ ແຕ່ສິ່ງທີ່ດຶງດູດນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດເຂົ້າມາລົງທຶນໃນທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ຢູ່ປະເທດຫວຽດນາມ ແມ່ນທ່າແຮງບົ່ມຊ້ອມທາງດ້ານຜົນປະໂຫຍດທີ່ຈະໄດ້ຮັບຈາກທຸລະກິດນີ້ໃນອານາຄົດ ເພາະເຫັນວ່າຫວຽດນາມເປັນປະເທດທີ່ມີລະດັບການຂະຫຍາຍຕົວທາງເສດຖະກິດສູງ ແລະ ບວກກັບລາຍໄດ້ຂອງປະຊາກອນທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນແຕ່ລະປີ ໄດ້ເປັນປັດໄຈຫຼັກຂອງການເຂົ້າມາລົງທຶນໃນຂະແໜງທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າຂອງນັກລົງທຶນຕ່າງປະເທດຢູ່ ສສ ຫວຽດນາມ.
- ສປປ ລາວ ສາມາດຖອດຖອດບົດຮຽນຈາກ ສສ ຫວຽດນາມ ຄື:

- ດຶງດູດການລົງທຶນໃນທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ພາຍໃຕ້ລະບຽບກົດໝາຍຂອງ ສປປ ລາວ ໂດຍສະເພາະກົດໝາຍການລົງທຶນ ແລະ ກົດໝາຍ ວິສາຫະກິດ; ພ້ອມນັ້ນ ອາດອອກນະໂຍບາຍສິ່ງເສີມພິເສດ (ຖ້າຈຳເປັນ) ພາຍໃຕ້ກົດໝາຍທີ່ກຳນົດໄວ້ ເຊັ່ນ: ການຂໍລຸດ ຫຼື ຍົກເວັ້ນພາສີ ແລະ ອາກອນໃນຊ່ວງ ໄລຍະເວລາທີ່ເໝາະສົມໃດໜຶ່ງຕໍ່ກັບນັກລົງທຶນໃນທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າຢູ່ລາວ.
- ພາກລັດຄວນເປັນເຈົ້າການໃນການຄຸ້ມຄອງ ບັນດາໂຄງການກໍ່ສ້າງຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ໃນປະຈຸບັນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ພາກລັດສາມາດນຳໃຊ້ນະໂຍບາຍ ແລະ ລະບຽບການສະເພາະຕໍ່ກັບຄ່າເຊົ່າພື້ນທີ່ຂອງນັກລົງທຶນທີ່ຕ້ອງການເຮັດທຸລະກິດ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າຢູ່ ລາວ.
- ເພື່ອດຶງດູດການລົງທຶນໃນທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ລັດສາມາດຫລຸດ ຫຼື ຍົກເວັ້ນອາກອນເຊົ່າພື້ນທີ່ສ້າງ ຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ໃນໄລຍະເວລາອັນແນ່ນອນໃດໜຶ່ງ. ນອກຈາກນັ້ນ ການຫລຸດ ຫຼື ຍົກເວັ້ນອາກອນລາຍໄດ້ຕາມກົດໝາຍລົງທຶນ ກໍ່ອາດເປັນອີກວິທີທາງໜຶ່ງ ເພື່ອດຶງດູດການລົງທຶນໃນທຸລະກິດຂະແໜງການນີ້.
- ພາກລັດອາດຮ່ວມທຶນກັບ ພາກເອກະຊົນໃນການລົງທຶນກໍ່ສ້າງຕຶກອາຄານສູນການຄ້າ ແລ້ວໃຫ້ນັກທຸລະກິດ ທີ່ສົນໃຈລົງທຶນໃນທຸລະກິດດ້ານນີ້ເຊົ່າໃນລາຄາພິເສດ ຫຼື ມີນະໂຍບາຍພິເສດຕໍ່ຜູ້ຈະເຂົ້າມາ ເຊົ່າພື້ນທີ່ເຮັດທຸລະກິດຮ້ານສັບພະສິນຄ້າ ໃນຕຶກອາຄານດັ່ງກ່າວ.

ເອກະສານອ້າງອີງ:

1. Nguyễn Huy Phong ແລະ Phạm Ngọc Thúy (2007), *SERVQUAL HAY SERVPERF – MỘT NGHIÊN CỨU SO SÁNH TRONG NGÀNH SIÊU THỊ BÁN LẺ VIỆT NAM*, Science and Technology Development, ເຂົ້າເບິ່ງ 4 ພະຈິກ 2013 <www.vnulib.edu.vn:8000/dspace/bitstream/123456789/2977/1/sedev0807-03.pdf>
2. Theo Bích Thủy (2012), *Siêu thị chưa với tới phân khúc cao cấp*, ເຂົ້າເບິ່ງ 4 ພະຈິກ 2013 <<http://vnmoney.nld.com.vn/20120210093642278p0c1014/sieu-thi-chua-voi-toi-phan-khuc-cao-cap.htm>>
3. NCS. Nguyễn Quốc Nghi (2012), *Thị Trường Bán Lẻ Việt Nam, Co Hoi, Thach thuc va Giai Phap Phat Trien*, Tap Chi Phat Trien va Hoi Nhap, ເຂົ້າເບິ່ງ 5 ພະຈິກ 2013 <www.uef.edu.vn/resources/newsletter_uef/thang03_2012/8_thi_truong_ban_le.pdf>
4. Vũ văn Hùng (2008), *Phát triển các siêu thị bán lẻ Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Trung Dai Hoc Kinh Te, ເຂົ້າເບິ່ງ 5 ພະຈິກ 2013 <http://dl.vnu.edu.vn/bitstream/11126/2663/1/V_L0_01778.pdf>

