

คอลัมน์ “เศรษฐศาสตร์คนเจ้าพระยา”

ผู้จัดการรายเดือน ฉบับเดือนตุลาคม 2543

Anita Roddick กับ Body Shop International

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์

แอนนิตา ร็อดดิก (Anita Roddick) ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ *Sunday Express* กลางเดือนกันยายน 2543 ว่า เธอจะละวางงานบริหาร Body Shop International ภายในสองปีข้างหน้า เพื่อให้ได้มีเสรีภาพในการทำห้่นปรับกิจการเมือง โดยที่ศัตรูทางการเมืองของเธอมิใช่ใครอื่น หากแต่เป็นองค์การการค้าโลก (WTO) นั่นเอง ในทัศนะของแอนนิตา ร็อดดิก องค์การการค้าโลกไม่เคยเห็นใจประเทศที่ยากจน และจัดระเบียบการค้าระหว่างประเทศในทางที่สร้างความยุติธรรมแก่ประเทศที่ยากจน ด้วยเหตุที่มีทัศนคติเช่นนี้เอง แอนนิตา ร็อดดิกจึงไม่ลังเลใจในการร่วมสังฆกรรมเพื่อฟาดฟันองค์การการค้าโลกเมื่อมีการประชุม ณ นคร Seattle ประเทศสหรัฐอเมริกาในเดือนพฤศจิกายน 2542

แอนนิตา ร็อดดิกมิใช่เจ้าหน้าที่ NGOs หากแต่เป็นนายทุนแอนด์ติวิสต์ ผู้ก่อตั้ง Body Shop International ชื่อเสียงเรียงนามของเธอเคียงคู่มากับ Body Shop International มาถึง 25 ปี

เมื่อเธอตั้งร้าน The Body Shop ณ เมือง Brighton ประเทศอังกฤษในปี 2519 นั้น เธอยึดหลัก Ethical Retailing เป็นปรัชญาของร้าน The Body Shop จะไม่เอาเปรียบเพื่อนมนุษย์และสัตว์ ทั้งนี้เพื่อปรับวิถีแห่งระบบทุนนิยมไปสู่ระบบที่มีความเอื้ออาทรในขั้นรากฐาน (Caring Capitalism) แม้ว่า The Body Shop มุ่งขายเครื่องสำอาง เครื่องประทินผิว และเครื่องบำรุงผม แต่ผลิตภัณฑ์ของ The Body Shop เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ โดยในขั้นแรกมิได้ใช้เครื่องจักรในการผลิต หากแต่ใช้มือมนุษย์ในการผสม ในประการสำคัญ The Body Shop เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เคารพหลักการสิทธิมนุษยชน และคำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์ (Animal Welfare) The Body Shop อ้างอยู่เสมอว่า ผลิตภัณฑ์ของตนมิได้ใช้สัตว์เป็นเครื่องทดลอง

การปรากฏตัวของ The Body Shop นับเป็นปรากฏการณ์แปลกใหม่ในโลกทุนนิยม ซึ่งเต็มไปด้วยการเอาเปรียบและการทำห้่นกันทางธุรกิจ The Body Shop สามารถจับตลาดเฉพาะ หรือที่เรียกว่า Niche Market ได้ จึงมิใช่เรื่องน่าประหลาดใจที่ธุรกิจเจริญเติบโต

อย่างรวดเร็ว เพียงช่วงเวลา 2 ปีหลังการก่อตั้งร้าน The Body Shop สามารถจัดระบบสัมปทานระหว่างประเทศ (International Franchise System) ในปี 2521 โดยมีร้าน The Body Shop ผุดขึ้นในนคร Brussels ประเทศเบลเยียม ทศวรรษ 2520 นับเป็นยุคทองของ The Body Shop ซึ่งเติบโตใหญ่เป็นบริษัทระหว่างประเทศในเวลาต่อมา

ในปี 2541 The Body Shop International PLC มีร้านค้า 1,668 ร้านในประเทศต่างๆ รวม 47 ประเทศ ครอบคลุมประเทศที่ใช้ภาษาต่างๆรวม 24 ภาษา และปกแผ่โซนเวลา (time zone) รวม 12 โซน ร้านค้าของ The Body Shop มีอยู่ 2 ประเภท ประเภทหนึ่ง The Body Shop International เป็นเจ้าของเอง อีกประเภทหนึ่ง ผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นเจ้าของ โดยเข้าร่วมใน International Franchise System ของ The Body Shop International

ในสหราชอาณาจักร มี The Body Shop รวม 266 ร้าน ในจำนวนนี้ The Body Shop International เป็นเจ้าของเพียง 72 ร้าน ในเอเชียตะวันออกเฉียง The Body Shop International เป็นเจ้าของร้านในสิงคโปร์ นอกนั้นเป็นของผู้ประกอบการท้องถิ่น

ตลอดระยะเวลา 25 ปีที่ผ่านมา The Body Shop International พัฒนาผลิตภัณฑ์มากกว่า 400 ประเภท เพื่อสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ของ The Body Shop จึงมีตั้งแต่ Vitamin E Cream ไปจนถึง Tea Tree Oil และตั้งแต่ Banana Cream ไปจนถึง Aloe Vera Lotion

ตลอดระยะเวลาดังกล่าวนี้ แอนนิตา ร็อดดิกมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเส้นทางของ The Body Shop International อย่างปราศจากข้อกังขา ด้วยเหตุที่เธอกระโดดเข้าร่วมขบวนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ The Body Shop International จึงถูกดึงเข้าร่วมขบวนการดังกล่าวนี้ด้วย

ในปี 2529 The Body Shop International รณรงค์ *Save the Whales* ร่วมกับกลุ่ม *Greenpeace* โดยที่มีการบัญญัติ *The Body Shop Charter* เกี่ยวกับเรื่องนี้

ในปี 2533 มีการก่อตั้งมูลนิธิ The Body Shop Foundation ซึ่งมีเป้าประสงค์หลักในการรณรงค์ด้านสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และสวัสดิภาพสัตว์

เมื่อ United Nations Environment Program (UNEP) มีอายุครบ 25 ปีในปี 2540 UNEP ประกาศเกียรติคุณสตรีจำนวน 25 คน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ แอนนิตา ร็อดดิกติดอันดับสตรีหนึ่งใน 25 คนนี้ด้วย

กระนั้นก็ตาม ผู้คนจำนวนไม่น้อยตั้งข้อกังขาเกี่ยวกับบทบาทของแอนนิตา ร็อดดิก เพราะไม่แน่ใจว่า เธอชูประเด็นสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม และสวัสดิภาพสัตว์ ด้วยความเชื่อและศรัทธาอันบริสุทธิ์ใจ หรือเพื่อมุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ แอนนิตา ร็อดดิกต้องต่อสู้กับความเคลือบแคลงและข้อกังขาเหล่านี้ เมื่อมีการกล่าวหาผลิตภัณฑ์ของ The Body Shop มีองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์สัตว์ อันตรงกันข้ามกับคำโฆษณา เธอไม่ลังเลในการยื่นฟ้องสถานีโทรทัศน์ Channel 4 ซึ่งเผยแพร่ข้อกล่าวหานี้ และชนะคดีในปี 2537

แอนนิตา ร็อดดิก ก้าวสู่บรรณพิภพด้วยการเขียนหนังสือ 2 เล่ม เล่มแรกเป็นอัตชีวประวัติ อันได้แก่ *Body and Soul* (1991) เล่มที่สองคือ *Business as Usual* ในปี 2539 เธอผลักดันให้จัดตั้ง *The New Academy of Business* เพื่อปฏิรูปการศึกษาการบริหารธุรกิจและพาณิชยศาสตร์สำหรับศตวรรษหน้า

แม้ว่า The Body Shop ประสบความสำเร็จในการบุกเบิกเครื่องสำอาง เครื่องประทินผิว และเครื่องสำอางที่เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ แต่ความสำเร็จของ The Body Shop International กลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดียวกับของ The Body Shop ผุดขึ้นมิเฉพาะแต่ในประเทศอังกฤษ หากยังผุดขึ้นในประเทศอื่นๆทั่วโลก ภัยพิบัติจากผงเคมีทำให้มนุษย์หันไปหาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

พลังการแข่งขันในตลาดทำให้รายได้จากการขายของ The Body Shop International ตกต่ำ กำไรหดหาย คู่แข่งสำคัญของ The Body Shop International คือ Boots ในปี 2541 The Body Shop International ต้องปฏิรูปการจ้างคนงานใหญ่ มีการว่าจ้างนักบริหารมืออาชีพ (Patrick Gournay จาก Groupe Danone สาขาอเมริกาเหนือและใต้) เพราะนายทุนแอดิวิสต์ดังเช่นแอนนิตา ร็อดดิกไม่เหมาะที่จะบริหารบรรษัทยักษ์ใหญ่ดังเช่น The Body Shop International อีกต่อไป

ในการยกเครื่ององค์กร The Body Shop International ตัดสินใจขายโรงงานในสหราชอาณาจักรจำนวน 2 โรงให้แก่ Pac Creative แห่งอัฟริกาใต้ในปี 2542 เพื่อลดกิจกรรมด้านการผลิต โดยหันมาเน้นด้านการขาย ทั้งนี้ Pac Creative จะเป็นผู้ผลิตสินค้าให้ The Body Shop International

ในสหรัฐอเมริกา The Body Shop International ตัดสินใจขายหุ้นครึ่งหนึ่งให้ Bellamy Retail โดยแปรสภาพเป็นธุรกิจร่วมทุน (Joint Venture) ส่วนในยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งฝรั่งเศสและเยอรมนี The Body Shop International เข้าไปซื้อกิจการจากผู้ประกอบการท้องถิ่นที่อยู่ใต้อินเตอร์เนชันแนลฟรanchise System

การปรับและยกเครื่ององค์กรทำให้ฐานะการเงินของ The Body Shop
International ในปี 2542/43 กระเตื้องขึ้น