

“เราสังเกตเห็นว่ายิ่งนานวันเศรษฐกิจโลกยิ่งกระจุกตัวมากขึ้นทุกที
มิได้กระจายไปตามโลกาภิวัตน์แต่อย่างใด นี่คือนสิ่งที่สองที่น้องคอตเลอร์
ต้องการนำเสนอ พวกเขาโชคดีมากและต้องขอบคุณทั้งคู่สำหรับข้อคิด
สุดยอดเกี่ยวกับเมืองใหญ่ 600 เมืองที่เป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งให้แก่โลก
นี่คือแนวทางใหม่ที่สร้างสรรค์สำหรับภาคธุรกิจจีนที่จะตรวจสอบและคิดหา
กลยุทธ์ทางการตลาดระดับโลก”

– จาง รู่ยหมิน

ไฮเออร์ กรุ๊ป (Haier Group) ซิงเต่า ประเทศจีน
บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าใหญ่ที่สุดในโลก

“เครื่องมือสำคัญสำหรับผู้กำหนดนโยบายและองค์กรธุรกิจ ในห้วง
เวลาที่โลกกำลังเคลื่อนไปหารูปแบบใหม่ในการกระจายตัวทางเศรษฐกิจไป
ยังภูมิภาคต่างๆ”

– เนอร์มัลยา กุมาร

คณะกรรมการบริหารทาทา ซันส์ (Tata Sons),
อาจารย์อาวุโสด้านการตลาด ลอนดอน บิสิเนส สคูล

“บริษัทของเราเป็นบริษัทระดับโลก อนาคตบริษัทของเราผูกติดกับ
ศูนย์กลางตลาดเมืองทั่วโลก ปัญหาของเราคือทำอย่างไรจึงจะเปลี่ยน
วัฒนธรรมระดับประเทศในบริษัทของเราให้กลายเป็นวัฒนธรรมโลก พี่น้อง
คอตเลอร์ได้แสดงให้เห็นทิศทางในหนังสือใหม่ของพวกเขาที่มีความ
สำคัญมากเล่มนี้”

– แอดดิ ก็อดเรจ

ประธานบริษัทก็อดเรจ กรุ๊ป (Godrej Group)

“งานวิจัยในวิชาเศรษฐศาสตร์มุ่งเน้นบริษัทธุรกิจและประเทศ หนังสือของพี่น้องคอตเลอร์เล่มนี้อธิบายว่าเหตุใดเราจึงควรหันไปมองดูที่เมืองต่างๆ มากกว่า สิ่งหนึ่งที่สนับสนุนเรื่องนี้ได้แก่ตรรกะใหม่ที่มีมองว่าการบริการเป็นมูลค่าจากการใช้ที่มีประสิทธิผลที่สุด โดยอาศัยการบูรณาการทรัพยากรและการให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการสร้างสินค้า เมืองต่างๆ เปรียบเสมือนเครือข่ายที่หนาแน่นและซับซ้อนที่สุดของเครือข่ายบริการที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นการรวมเอาผลงานของธุรกิจ รัฐบาล และประชาชนเข้าไว้ด้วยกัน วงการศึกษาและงานวิจัยของสถาบันศึกษาด้านธุรกิจควรจะเป็นผู้นำในด้านนี้”

– **เอเวิร์ต กัมเมสตัน**

*ศาสตราจารย์เกียรติคุณ คณะการจัดการด้านบริการและการตลาด,
คณะธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแห่งสตอกโฮล์ม สวีเดน*

“พิมพ์เขียวสำหรับผู้นำของเมืองหรือเทศบาลเมืองทุกแห่งที่ต้องการกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยเครื่องมือต่างๆ ที่หนังสือเล่มนี้มีให้”

– **แนนซี เบอริ์**

*นายกเทศมนตรีเมืองคอลเลจเดซัน มลรัฐเท็กซัส
ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเท็กซัสเอแอนด์เอ็ม*

“ฟิลิปและมิลตัน คอตเลอร์กำลังทำสงครามต่อต้านข้อจำกัดต่างๆ ในทางการตลาด และทั้งคู่เป็นผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมยิ่ง การลงทุนเพื่อให้ชาติเติบโตไม่ใช่เรื่องง่าย และถ้าคุณต้องการขยายอิทธิพลของตน หนังสือ Winning Global Markets จะให้แนวทางที่คุณควรจะใช้”

– **เอ.เจ.เอ็ม. มูแฮมมิล**

นายกเทศมนตรีเมืองโคลอมโบ ศรีลังกา

“เสนอมุมมองที่น่าทึ่งเกี่ยวกับเรื่องที่ว่า เหตุใดบริษัทต่างๆ จึงจำเป็นต้องจัดระเบียบขององค์กรธุรกิจโดยมุ่งเน้นไปที่เมืองธุรกิจของโลก มิใช่มุ่งเน้นที่ภูมิภาคหรือประเทศ แต่ละบทในหนังสือเล่มนี้ทำให้ผมต้องร้อง “อ้อ” และเกิดความคิดใหม่ๆ มากมาย”

– ดร. แจ็กดิช เอ็น. เซท

ศาสตราจารย์ด้านการตลาด ชาร์ลส์ เอช. เกลล์สตัดดี,
โรงเรียนธุรกิจกุกุชไอเอตา, มหาวิทยาลัยเอมอรี

“ด้วยฐานข้อมูลอ้างอิงบวกกับการคิดวิเคราะห์ที่แปลกใหม่ พี่น้องคอตเลอร์ได้แสดงให้เห็นถึงวิธีการที่บริษัทระดับโลกประเมินว่าเมืองใดที่เหมาะสมจะเข้าไปทำกำไร ซึ่งเป็นการตัดสินใจแบบมีวิจาร์ณญาณในหน้าฉากของโลกยุคใหม่”

– เดวิด อาเกอร์

รองประธานบริษัทโพรเฟท (Prophet),
ผู้เขียนหนังสือ Aaker on Branding

เอวิก อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ กำลังขยายธุรกิจด้านการค้าของเราไปทั่วโลก หลายเมืองในแอฟริกา, สหรัฐฯ, อเมริกาใต้ และที่อื่นๆ มุ่งตรงมาหาเราพร้อมกับเสนอโอกาสในการลงทุน ด้วย Winning Global Markets หนังสือเล่มใหม่ของสองพี่น้องคอตเลอร์นี้ ทำให้เรามีวิธีที่เป็นระบบในการเลือกเมืองที่จะเป็นตลาดใหม่ เพื่อเข้าไปทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ โรงแรม สนามบิน ห้างสรรพสินค้า และธุรกิจอื่นๆ”

– วุทวงควน

ซีอีโอของเอวิก อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้งส์
(AVIC International Holdings) กรุงเทพฯ ประเทศไทย

“หนังสือที่ยอดเยียมของพี่น้องคอตเลอร์เล่มนี้ ได้ให้มุมมองใหม่แก่หลายเมืองในประเทศจีน ในการที่เข้าไปผสานรวมกับนวัตกรรมระดับโลกของอุตสาหกรรม หนังสือเล่มนี้ได้จุดประกายให้เมืองอู่ฮั่นปรับตัวเองให้เป็นเมืองนานาชาติ”

– นายกเทศมนตรีตั้งเหลียนจี

เมืองอู่ฮั่น ศูนย์กลางด้านการค้าในภาคกลางของจีน
ซึ่งมีประชากร 10 ล้านคน

“นี่คือหนังสือที่ต้องอ่านสำหรับผู้บริหารสูงสุดทุกคนในบริษัทข้ามชาติ ที่ต้องการเติบโตและขยายตัวในไตรภาคแรกของศตวรรษที่ 21 พี่น้องคอตเลอร์ชี้ให้เราเห็นถึงแนวโน้มสำคัญสองอย่างของโลก นั่นคือเศรษฐกิจโลกที่มุ่งเน้นเมืองใหญ่และการเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งสองอย่างนี้คือชื่อโอของธุรกิจต่างๆ จะต้องปรับตัวให้ทันเพื่อที่จะสามารถนำพาองค์กรให้รุ่งเรืองได้ในศตวรรษใหม่”

– เดวิด ฮูล

นักอนาคตศาสตร์ ผู้เขียนหนังสือ *Entering the Shift Age*

“พี่น้องคอตเลอร์ให้คำชี้แนะที่วิเศษสุดทั้งสำหรับเมืองใหญ่ (ซึ่งจะเป็นผู้บริหารกลุ่มใหญ่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ) และบริษัทใหญ่ๆ ของโลก (ซึ่งจะเป็นผู้จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการเหล่านั้น) ในโลกของวันพรุ่งนี้ที่กำลังเปลี่ยนไป”

– มาร์แชล โกลด์สมิท

ผู้เขียนหนังสือขายดีติดอันดับนิวยอร์กไทมส์ *MOJO*
และ *What Got You Here Won't Get You There*

“ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในเชิงประชากรและสิ่งแวดล้อม เป็นเรื่องท้าทายสำหรับองค์กรธุรกิจ ประเทศ และเมืองต่างๆ ให้นำมาทบทวนตัวเอง และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่จะขยายตัวและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ขณะที่ผู้จัดการและผู้นำของเมืองและองค์กรมองหาทางออกสำหรับข้อเรียกร้องที่ไม่เคยหยุดนิ่ง พวกเขาจำเป็นต้องเข้าไปสู่เขตแดนที่ไม่คุ้นเคยและเส้นทางที่ไม่ค่อยมีคนใช้ หนังสือเล่มนี้นำเสนอข้อเท็จจริงมากมาย รวมถึงความคิดที่ลึกซึ้งและแนวทางที่ทำให้คุณคิดทั้งหมดนี้จะทดสอบและเปลี่ยนโฉมแนวคิดเดิมๆ นำไปสู่การพัฒนาและการใช้วิธีการใหม่ๆ ที่สร้างสรรคส์สำหรับความท้าทายที่รออยู่เบื้องหน้า ผมเชื่อว่าหนังสือเล่มนี้เป็นคู่มือที่จะขาดไม่ได้เลยสำหรับนักกลยุทธ์ของบริษัทและนักการตลาดของเมืองต่างๆ เพื่อที่จะใช้เป็นคู่มือนำทางองค์กรของพวกเขาไปสู่ความมั่งคั่งยิ่งกว่าเดิม”

– อะมัล แคมป์รัล

อดีตประธาน/ซีอีโอของยูนิลีเวอร์ ศรีลังกา
กรรมการบริษัท จอห์น คีลส์ โฮลดิ้งส์ (John Keels Holdings)
ธนาคารแฮตตัน (Hatton National Bank)
ซีลอน เบฟเวอเรจ โฮลดิ้งส์ (Ceylon Beverage Holdings)
ไลออน เบรเวอรี ซีลอน (Lion Brewery Ceylon)

“เมืองคือหน้าต่างที่จะเข้าไปสู่เศรษฐกิจที่กำลังพัฒนา และเป็นประตูที่ดีที่สุดในการเข้าไปสู่ตลาดที่กำลังเติบโต ฟิลิปและมิลตัน คอตเลอร์ได้ให้ภาพที่ชัดเจนของเมืองแก่นักการตลาด พร้อมกลยุทธ์และคำแนะนำที่ไม่อาจจะเลยได้เกี่ยวกับวิธีการเลือกเมืองต่างๆ ตลอดจนวิธีที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ในที่เหล่านั้น”

– จอร์จ เคย์

อาจารย์อาวุโสวิทยาลัยเวอร์ตัน มหาวิทยาลัยแห่งเพนซิลวาเนีย,
ผู้เขียนหนังสือ *Strategy from Outside In: Profiting from Customer Value*

“บริษัทระดับโลกจะต้องระมัดระวังอย่างยิ่งในการตัดสินใจเลือกเมืองต่างๆ ทั่วโลกที่จะนำทรัพยากรไปลงทุนและฝากอนาคตไว้ หนังสือเล่มนี้เป็นเครื่องมือที่เยี่ยมในการช่วยให้บริษัทต่างๆ ได้เข้าใจเมืองทั่วโลกและประเมินว่าตนควรเลือกเข้าไปที่ใด”

– ฮาร์ช มารีวาลา

ประธานบริษัทมาริโค ประเทศอินเดีย (Marico Ltd.)

“ผมมีประสบการณ์ 20 ปีในการวางกลยุทธ์เพื่อขยายธุรกิจให้กับบริษัทต่างๆ ในประเทศจีน ผมรู้ดีว่าความเข้าใจระบบเศรษฐกิจของเมืองต่างๆ นั้นเป็นสิ่งสำคัญเพียงใด บริษัทต่างๆ จะต้องเลือกเมืองที่จะทุ่มเททรัพยากร แนวคิดการตลาด และฝากอนาคตไว้ กระนั้น การตระหนักว่าเมืองที่ตนเลือกคือที่มาของการเติบโต เป็นหัวข้อที่โรงเรียนสอนธุรกิจต่างๆ ยังไม่เข้าใจ หนังสือเล่มนี้ทำหน้าที่ได้ดียิ่งในการช่วยให้บริษัทธุรกิจเข้าใจเมืองต่างๆ ทั่วโลก และสามารถประเมินได้ถูกต้องว่าตนควรไปอยู่ที่ใด”

– เอส.วาย. ลอ

รองประธานฝ่ายบริหารอาวุโสบริษัทเท็นเซ็นต์ โฮลดิ้ง

(Tencent Holding Company)

เซินเจิ้น ประเทศจีน

“ผมประทับใจข้อมูลที่ว่าเมือง 600 เมืองเป็นที่มาของ GDP โลกถึงร้อยละ 67 ของบริษัทระดับโลกขนาดใหญ่จะต้องเข้าไปปักหลักในเมืองเหล่านี้ให้ได้”

ดร.เจินปิน

ซีอีโอ คอนติเนนทอล กรุ๊ป (Continental Group)

เฉิงตู ประเทศจีน

“Winning Global Markets เป็นหนังสือที่เข้ากับสถานการณ์ยิ่ง เนื่อง จากทุกวันนี้ประชากรโลกส่วนใหญ่อาศัยในเมือง เมืองใหญ่เป็นสิ่งที่กำหนด วิถีชีวิตและวิถีการที่เราติดต่อกับผู้อื่น หนังสือเล่มนี้แสดงให้เห็นวิธีการที่ นักการตลาดจะเข้าไปมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงที่วุ่นวายนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ญี่ปุ่นซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากประชากรในเมืองใหญ่ๆ ของ โลก ฟิลิปและมิลตัน คอตเลอร์ได้อธิบายบทบาทของเมืองใหญ่ต่างๆ ซึ่ง ช่วยให้เรามองเห็นความร่วมมือของภาคเอกชนและภาครัฐ ในการที่จะ ลงทุนเพื่อสร้างอนาคตและสร้างคุณค่าในระยะยาวสำหรับธุรกิจและสังคม ในเวลาเดียวกัน”

– โคโซ คากาโอกา

ประธานและซีอีโอบริษัทเนสท์เล่ (Nestle)

ประเทศญี่ปุ่น

“เจ้าของกิจการและนายกเทศมนตรีเมืองต่างๆ ห้ามพลาดหนังสือ เล่มนี้ด้วยประการทั้งปวง สองพี่น้องคอตเลอร์ช่วยเราได้อย่างมหาศาลราว ที่เราทำนคมอุตสาหกรรมการบิน ผมเชื่อว่าหนังสือเล่มใหม่ของทั้งคู่จะเป็น ประโยชน์อย่างยิ่งยวดในด้านการตลาด”

– จินเกียนเซง

ผู้อำนวยการอุตสาหกรรมการบินไชน่า (หยานเหลียง)

(China (Yanliang) Aviation Industry Base)

สารบัญ

คำนำสำนักพิมพ์	12
คำนำผู้เขียน	14
กิตติกรรมประกาศ	23
1 อำนาจของเมืองเศรษฐกิจโลก	31
2 เมืองสำคัญในภูมิภาคต่างๆ จะใช้อะไรมาสู้กับคู่แข่ง ในเศรษฐกิจระดับโลก	75
3 ที่มาของความมั่งคั่ง การลงทุนของบริษัทข้ามชาติระดับโลก	108
4 บริษัทข้ามชาติใช้วิธีใดในการเลือกตลาดต่างประเทศ ที่จะขยายธุรกิจ	133
5 เมืองแข่งกันเพื่อดึงดูดบริษัทข้ามชาติขนาดกลาง และขนาดใหญ่ได้อย่างไร	179
6 ประเทศจะช่วยเศรษฐกิจของเมืองได้อย่างไร	244
7 ความรับผิดชอบของเมืองและบริษัท	277
8 นักการตลาดจะจัดการเศรษฐกิจระดับโลกที่มุ่งเน้นเมือง เป็นศูนย์กลางได้อย่างไร	293
บรรณานุกรม	308
ข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติม	343
เกี่ยวกับผู้เขียน	360

1

อำนาจของเมืองเศรษฐกิจโลก



ธุรกิจต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นบริษัทขนาดกลางหรือบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ (MNCs) จำเป็นต้องรู้แหล่งที่ตั้งชัดเจนว่าจะขายสินค้าหรือบริการของตนที่ใด สำหรับตลาดภายในประเทศเอง ธุรกิจจะต้องตัดสินใจเลือกที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ สำนักงานท้องถิ่น รวมทั้งโรงงานผลิตกระจายสินค้า และบริหารการขายสินค้าให้ได้ ธุรกิจจะต้องเลือกเมืองอันเป็นที่ตั้งเหล่านี้ให้เหมาะสม เพราะข้อได้เปรียบที่เกิดจากเมืองที่ธุรกิจตั้งอยู่นั้นสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจยิ่งกว่าข้อได้เปรียบจากประเทศที่ธุรกิจตั้งอยู่เสียอีก

เวลาที่ธุรกิจย้ายที่ตั้งไปต่างประเทศก็ต้องตัดสินใจเลือกว่าจะผลิตสินค้าที่ประเทศใดและขายในประเทศใด รวมทั้งเลือกที่ตั้งสำนักงานที่ดูแลด้านการบริหาร โรงงานผลิต แหล่งกระจายสินค้า และสำนักงานขาย หากเลือกจะขายสินค้าในประเทศจีนแล้วจะตั้งสำนักงานใหญ่ประจำประเทศในเมืองใด จะตั้งที่ปักกิ่ง, เซี่ยงไฮ้, ฮองกง

หรือเมืองอื่นๆ ที่มีให้เลือกอีกหลายสิบเมือง และในแต่ละเมืองธุรกิจ ก็จำเป็นต้องพัฒนาตัวเองให้เป็นที่รู้จักในเมืองนั้นๆ ด้วย เหตุนี้เอง การเลือกที่ตั้งที่เหมาะสมในบรรดาเมืองต่างๆ ทั่วโลกจึงเป็นงานใหญ่มหึมาที่ส่งผลต่างอย่างยิ่งยวดต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ในทุกประเทศมีข้อจำกัดของกลุ่มเมืองตรงที่ความสำคัญของเมือง ประชากร และการเชื่อมโยงสู่โลกภายนอกที่แตกต่างกัน เมืองเหล่านี้บางแห่งมีเนื้อที่ใหญ่มากกว่าบางประเทศเสียอีก ในปี ค.ศ. 2007 มหานครโตเกียวซึ่งมีเนื้อที่ 13,500 ตารางกิโลเมตรนั้นมีประชากรทั้งสิ้น 35 ล้านคน เกือบจะเท่ากับประชากรทั้งประเทศของแคนาดา และมากกว่าประชากรทั้งประเทศของมาเลเซีย, เนเธอร์แลนด์ และซาอุดีอาระเบีย¹ เมืองใหญ่อื่นๆ ได้แก่ เซี่ยงไฮ้, ปักกิ่ง, มุมไบ, เดลี, นิวยอร์กซิตี, ลอสแอนเจลิส, ลอนดอน, เม็กซิโกซิตี, เซาเปาโล, บัวโนสไอเรส, รีโอเดจาเนโร, ดั๊กกา, ลากอส, มอสโก, ไคโร และอิสตันบูล เมืองเหล่านี้ล้วนแต่มีจำนวนประชากรมากกว่าประชากรของหลายประเทศ และเป็นผู้สร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มูลค่าสูงมากให้กับประเทศตน โดยมีความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมกับเมืองอื่นๆ และประเทศอื่นๆ อย่างกว้างขวาง

เราขอยืนยันว่าการเติบโตของประเทศเหล่านี้โยงโยแน่นอนแพ้นกับการเติบโตของเมืองเศรษฐกิจสำคัญๆ ของตน เมืองสำคัญระดับแนวหน้านั้นมีอัตรา GDP ที่เติบโตเร็วกว่าอัตราการเติบโตของ GDP ของประเทศที่เมืองตั้งอยู่ จึงกล่าวได้ว่าเมืองเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาของความร่ำรวยของประเทศ หากใช้ประเทศเป็นแหล่งก่อเกิดความร่ำรวยของเมืองไม่ เมืองสำคัญๆ ของประเทศคือแหล่งที่เกิดการลงทุน การค้า และการบริโภคต่างๆ

แต่กระนั้นนักเศรษฐศาสตร์ด้านการพัฒนาที่ใช้เวลาเกือบ 70 ปี

ที่ผ่านมามุ่งเน้นไปที่การสร้างชาติและสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของชาติแทนที่จะมุ่งเน้นที่การเติบโตในระดับเมือง ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 องค์การสหประชาชาติ ธนาคารโลก และองค์การการเงินระหว่างประเทศ (IMF) มีอิทธิพลมาก เช่นเดียวกับประเทศมหาอำนาจอย่างสหรัฐฯ และสหภาพโซเวียต ต่างก็ดำเนินนโยบายพัฒนาและขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยแนวทางสร้างเศรษฐกิจระดับชาติ การสร้างชาตินั้นเกี่ยวข้องกับนโยบายและโครงสร้างของรัฐบาลกลาง การปรับปรุงกองทัพให้ทันสมัย, การวางแผนทางสังคม, โครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่, ข้อตกลงว่าด้วยการค้า, การบูรณาการด้านการเงินระดับโลก และการสนับสนุนภาคการเกษตร

เมื่อนักวางแผนในส่วนกลางของรัฐบาลโซเวียต จีน อินเดีย และประเทศอื่นๆ เสนอนโยบายแบบรวมศูนย์ออกมา และกำกับควบคุมการเคลื่อนไหวในระดับท้องถิ่นอย่างเคร่งครัด เมืองใหญ่หลายเมืองในประเทศเหล่านี้ต่างก็ประสบความถดถอยทางเศรษฐกิจ, คุณภาพสิ่งแวดล้อม และเสถียรภาพทางสังคม สหภาพโซเวียตถดถอยเนื่องจากเมืองใหญ่ๆ ถดถอย กล่าวได้ว่ากำลังมีสัญญาณเตือนอย่างเดียวกันเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา ถึงอย่างนั้นรัฐบาลกลางสหรัฐฯ ก็แทบจะไม่แฉการเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองสำคัญๆ ในประเทศ กลับปล่อยให้เมืองเหล่านี้เสื่อมถอยลงไปพร้อมๆ กับการขยายตัวของเขตพื้นที่ชานเมือง ภาระหนี้ กลลวงทางสังคม (social engineering) ธุรกิจและบรรดาคนเก่งๆ พวกนี้เคลื่อนย้ายไปยังเมืองอื่นหรือไปต่างประเทศ เมืองถูกมองเป็นเพียงสถานที่ที่จะพัฒนาความเป็นอยู่ของคนยากจนให้ดีขึ้น มิใช่ที่ตั้งของธุรกิจที่จะขยายตัวเติบโต ยุโรปเองก็กำลังประสบกับสถานการณ์เช่นเดียวกันนี้เพียงแต่ไม่รุนแรงเท่า

ผลลัพธ์สุดท้ายก็คือ ระบบราชการที่ยืดเยื้อของรัฐบาลกลาง

ที่มีแต่จะใช้เงินให้หมดไป, เศรษฐกิจขยายตัวเชื่องช้า, การแบ่งขั้วทางการเมือง, การคอร์รัปชันระดับมโหฬาร และความไม่สงบที่เกิดขึ้นอย่างไม่หยุดหย่อน แหล่งทรัพยากรของประเทศก็ถูกนโยบายทางการเมืองแบ่งสรรไปตามภูมิภาคต่างๆ โดยแทบไม่สามารถนำมารวมกันไว้ในเมืองเศรษฐกิจใหญ่ๆ เพื่อให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็วและส่งผลต่อรายได้ของชาติในสัดส่วนที่มากขึ้น การแบ่งสรรทรัพยากรไปให้กับบางภูมิภาคด้วยเหตุผลทางการเมืองเป็นหนึ่งในปัจจัยคุกคามเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็ชาติประชาธิปไตยหรืออสังหาริมทรัพย์ก็ตาม

สหรัฐอเมริกาและอินเดียเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องนี้ โครงการให้เงินทุนช่วยเหลือแก่มลรัฐและเมืองต่างๆ ของสหรัฐฯ ได้กระจายทรัพยากรไปทั่วประเทศตามเกณฑ์ “ความเป็นธรรม” ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับความศักยภาพด้านการผลิตของเมืองนั้นๆ แต่เงินเหล่านั้นน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับจำนวนผู้รับ และแน่นอนว่าไม่พอที่จะกระตุ้นให้เศรษฐกิจขยายตัว พรรคคองเกรสแห่งชาติอินเดีย (National Congress Party) ได้ยกเลิกนโยบายที่ออกมาก่อนหน้านี้ซึ่งเลือกลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในบางพื้นที่เพื่อกระตุ้นการลงทุนในภาคเศรษฐกิจ หันมาใช้นโยบายรับประกันรายได้และการลดราคาข้าวในพื้นที่ชนบท (ที่ร้อยละ 10 ของราคาตลาด) ผลคือการเติบโตของ GDP ลดลงจาก 9.3% (ปี ค.ศ. 2010-2011) เหลือแค่ 5% (ปี ค.ศ. 2012-2013)² เนื่องจากรัฐบาลกลางโดยส่วนใหญ่ไม่สามารถลงทุนทรัพยากรในเมืองสำคัญๆ ได้ รัฐบาลท้องถิ่นและเมืองใหญ่จึงถูกบีบให้ต้องลุกขึ้นมาดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมการลงทุนด้วยตัวเอง

ตัวอย่างที่ดีในกรณีนี้ได้แก่สิ่งที่นายกรัฐมนตรีไมเคิล ฮาร์. บลูมเบิร์ก ได้ลงมือทำเพื่อเพิ่มการเติบโตทางเศรษฐกิจของนครนิวยอร์ก

นั่นเอง ต่อไปนี้เราได้ขยายความเรื่องโครงการเพื่อเสริมสร้างบทบาทของนครนิวยอร์กในเศรษฐกิจโลกที่นายกเทศมนตรีบิลรัมเซเฟลย์ได้ทำไว้ให้ละเอียดยิ่งขึ้น หลังจาก 11 ปีที่นั่งเก้าอี้นายกเทศมนตรี นายกเทศมนตรีบิลรัมเซเฟลย์ได้สร้างกลุ่มที่ปรึกษาาระดับสุดยอดเพื่อที่จะใช้ทรัพยากรสินมหาศาลของตนมาช่วยปรับปรุงพัฒนาเมืองต่างๆ ทั่วโลก เขามองเมืองใหญ่เป็นเสมือนห้องทดลองขนาดมหึมาสำหรับดำเนินการทดลองด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ การสาธารณสุข และการศึกษารวมทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อม³

แนวคิดการให้ความสำคัญกับเมืองใหญ่ที่ส่งผลต่อการเพิ่ม GDP ของประเทศยังเป็นสิ่งที่ประธานาธิบดีบารัค โอบามานึกถึงเช่นเดียวกัน เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม ค.ศ. 2013 โอบามาได้พบกับนายกเทศมนตรีใหม่และนายกเทศมนตรีจากการเลือกตั้งกว่าสิบคนแล้วบอกแก่คนเหล่านั้นว่า “เมืองใหญ่ของประเทศเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลต่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ” และบอกว่าเขาต้องการ “ร่วมงานกับบรรดานายกเทศมนตรีเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ทำให้(เมือง)กลายเป็นศูนย์กลางของการสร้างงาน”⁴

มีเหตุผลที่มีน้ำหนักมากกว่า ทำไมบริษัทระดับโลกจะต้องเน้นการลงทุนไปยังเมืองที่กำลังขยายตัวในโลกที่กำลังพัฒนา เมืองใหญ่ในสหรัฐฯ และยุโรปกำลังอยู่ในภาวะถดถอยทางประชากร เป็นเหตุให้การบริโภค การค้า และการลงทุนอ่อนแรงลงเรื่อยๆ เมืองเหล่านี้ไม่สามารถพึ่งพาบริษัทข้ามชาติในการสร้างตลาดที่ใหญ่เพียงพอสำหรับการขยายธุรกิจและสร้างรายได้ที่ดีให้แก่ผู้ถือหุ้นแต่เพียงอย่างเดียว เมืองที่ขยายตัวเร็วที่สุดนั้นอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในทวีปเอเชียและอเมริกาใต้ ซึ่งมีชนชั้นกลางและชนชั้นร่ำรวยที่กำลังเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ที่นั่นคือแหล่งทำเงินซึ่งบริษัทข้ามชาติทั้ง

ในประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้งธุรกิจขนาด
ใหญ่ในประเทศเองต่างก็กำลังใช้เป็นโอกาสแสวงหาผลประโยชน์กัน
อยู่ บริษัทข้ามชาติตะวันตกจะต้องรีบขยับตัวอย่างจริงจังมากกว่านี้
มิฉะนั้นจะถูกบริษัทข้ามชาติจากประเทศกำลังพัฒนาแซงหน้าไปได้⁵

เราขอกล่าวย้ำอีกครั้งว่า เมืองขนาดกลางและขนาดใหญ่ใน
ประเทศกำลังพัฒนานั้น โดยปกติแล้วมักจะมีอัตราการเติบโตสูงกว่า
อัตราการเติบโตของประเทศที่เมืองนั้นตั้งอยู่⁶ รายได้รวมของเมือง
สำคัญๆ จะประกอบกันเป็นมูลค่าส่วนใหญ่ของ GDP ทั้งประเทศ ใน
ประเทศพัฒนาแล้ว เมืองสำคัญๆ จะเป็นแหล่งสร้าง GDP มากถึง
80% ของประเทศ ในสหรัฐฯ เมืองสำคัญๆ เป็นแหล่งสร้าง GDP ถึง
79% ของ GDP รวม ในประเทศกำลังพัฒนาตัวเลขจะอยู่ที่ 40-60%
สำหรับประเทศจีน ตัวเลขอยู่ที่ 60% และ 85% ของอัตราการขยายตัว
GDP ของประเทศ ในปี ค.ศ. 2013 เพียงแค่เมืองสำคัญ 35 เมืองของ
จีนก็เป็นแหล่งสร้าง GDP รวมเกือบ 50% ของประเทศแล้ว⁷

แม้ว่าในช่วงศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมา ประเทศกำลังพัฒนาหลาย
ประเทศอยู่ในช่วงวิกฤติซึ่งเป็นอุปสรรคของการลงทุน แต่หลังจากนั้น
สถานการณ์ของประเทศต่างๆ เริ่มเข้าสู่สภาวะเสถียรและเริ่มดึงดูด
เม็ดเงินลงทุนเข้าประเทศได้ ในตะวันออกกลางถนนไปสู่การขยายตัว
ทางเศรษฐกิจยังคงลุ่มๆ ดอนๆ รวมทั้งบางส่วนของอเมริกาใต้และ
เอเชีย แต่เมืองหลักสำคัญๆ ในจีน อินเดีย บราซิล แอฟริกาใต้ ซิลิ
โคลอมเบีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ เม็กซิโก สิงคโปร์ เวียดนาม และ
ที่อื่นๆ ยังคงเปิดกว้างสำหรับธุรกิจเช่นเดิม

ที่ผ่านมามีการสร้างชาติตะวันตกมีแนวคิดพื้นฐานว่า การพัฒนา
ทางเศรษฐกิจนั้นมีที่มาจากสถาบันต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในระบอบประชาธิปไตย
แม้ชาติประชาธิปไตยอย่างเกาหลีใต้ ไต้หวัน อินเดีย บราซิล และ

แม้ช็อกโกจะมีพัฒนาไปได้ด้วยดี แต่ประเทศอิตาลีก็โตอย่างรวดเร็ว เช่น จีน สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ก็ยังไปได้ดีพอๆ กัน โดยไม่ต้องมีประชาธิปไตย แม้กระทั่งรัสเซียซึ่งระบอบประชาธิปไตย ยังคงนำเคลือบแคลงสงสัยก็เริ่มจะลืมหืมตาอ้าปากได้แล้ว

หากความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจไม่จำเป็นต้องมาจากการมีระบอบประชาธิปไตยแล้วมันมาจากที่ใด? ภายใต้เปลือกนอกของการสร้างชาตินั้น เศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาได้ขยายตัวผ่านการเจริญเติบโตของเมืองใหญ่ๆ และจากการขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว การพัฒนาอุตสาหกรรม การค้า การบริโภค และการศึกษา เมืองต่างๆ ได้ขยายตัวโดยอาศัยการลงทุนทั้งภายในและภายนอก อุตสาหกรรมต่างประเทศที่ย้ายเข้ามา อุตสาหกรรมดั้งเดิม การดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาลกลางในด้านการลงทุนและธุรกิจ การปฏิบัติงานที่พัฒนาปรับปรุงแล้ว และทักษะการตลาด รวมทั้งจิตวิญญาณและพรสวรรค์ของผู้ประกอบการดั้งเดิมในพื้นที่

มีบางกรณีที่ตั้งถิ่นฐานต่างๆ ในระดับประเทศเข้ามามีบทบาทอำนวยความสะดวกในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงการค้าและการบริโภค แต่โดยทั่วไปถิ่นฐานเหล่านี้มักมีบทบาทในเชิงยับยั้งการลงทุนเสียมากกว่า ผู้นำและองค์กรธุรกิจในเมืองขนาดมหึมา และเมืองใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนาถือเป็นเครื่องจักรขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจท้องถิ่นของประเทศ ซึ่งก่อเกิดรายได้เพิ่มเติมให้แก่รัฐบาลกลาง ประเทศจึงมิได้เป็นแหล่งกำเนิดความร่ำรวย อย่างดีที่สุดก็ทำหน้าที่เพียงอำนวยความสะดวกให้เกิดการขยายตัวของเมืองเท่านั้น เมืองต่างหากที่เพิ่มความร่ำรวยให้แก่ประเทศ ประเทศจึงได้รับผลดีจากเศรษฐกิจของเมือง แต่มีโชที่มาจากเศรษฐกิจของเมือง

จากข้อมูลของสถาบันแมคเคนซี (McKinsey Global Institute) ในปี ค.ศ. 2011 เมืองสำคัญๆ ของโลก 600 เมือง มีประชากรนับรวมกัน ได้คิดเป็น 20% ของประชากรโลก สร้างรายได้ 34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นมูลค่าเศรษฐกิจมวลรวมโลก (GWP) เกือบครึ่งของทั้งหมด ภายในปี ค.ศ. 2025 คาดว่าเมือง 600 เมืองนี้จะมีมูลค่า GDP เพิ่มขึ้นสองเท่า เท่ากับ 65 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็น 67% ของ GWP⁸

GDP ในบริบทความเท่าเทียมของอำนาจซื้อ (PPP) ของเมืองกำลังพัฒนาเหล่านี้ก้าวหน้าไปตามอำนาจซื้อของตะวันตกไปอย่างรวดเร็ว ทุกวันนี้มาตรฐานการครองชีพในเมืองเซินเจิ้น ประเทศจีน อยู่ในระดับเดียวกับซิดนีย์และมีจำนวนครอบครัวชนชั้นกลางสูงกว่าด้วยซ้ำ⁹ ค่าครองชีพในเซี่ยงไฮ้และปักกิ่งสูงกว่าค่าครองชีพในนครนิวยอร์ก นับจากปี ค.ศ. 2007 ถึงปี ค.ศ. 2010 ตัวเลข GDP ของเมืองใหญ่หลายเมืองในประเทศจีนเพิ่มขึ้นจาก 20% เป็น 37% ของ GDP ของเมืองใหญ่ในสหรัฐฯ¹⁰

คาดว่าภายในปี ค.ศ. 2025 สัดส่วนที่มาของ GWP ในประเทศพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนามีแนวโน้มจะกลับกันกับตอนนี้ ภายในปี ค.ศ. 2015 Paris School of Economics คาดการณ์ว่าตัวเลข GDP ของจีนจะเป็นอันดับสองรองจากสหรัฐฯ โดยคิดเป็น 2 ใน 3 ของ GDP ของสหภาพยุโรป (EU) และเป็นครึ่งหนึ่ง GDP สหรัฐฯ¹¹ เศรษฐกิจจีนในปี ค.ศ. 2010 นั้นเทียบเท่ากับเศรษฐกิจสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2000 และยังคงคาดการณ์อีกว่าภายในปี ค.ศ. 2025 จีนเดียวจะเป็นเศรษฐกิจใหญ่อันดับหกของโลก โดยมี GDP เท่ากับฝรั่งเศส¹² ศูนย์กลางของเศรษฐกิจโลกจะย้ายจากเมืองใหญ่ในประเทศพัฒนาแล้วไปยังเมืองใหญ่ของประเทศกำลังพัฒนาแทน

ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น? เหตุใดการพัฒนาเศรษฐกิจของเอเชียและประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ จึงหลุดพ้นการครอบงำทางเศรษฐกิจของตะวันตกไปได้? ประเทศตะวันตกนั้นคาดหวังว่าจะยังคงดำรงตำแหน่งผู้นำทางด้านเมืองและเศรษฐกิจอยู่ภายหลังสิ้นสุดสงครามเย็นกับสหภาพโซเวียต มิได้เฉลียวใจเลยว่ายักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาจะผยองขึ้นมาท้าทายสถานะผู้นำดังกล่าวของอเมริกา

คำตอบง่ายนิดเดียว หลังจากประเทศต่างๆ เข้มแข็งขึ้นในศตวรรษที่ 19 การเปรียบเทียบทางการเมืองและทางเศรษฐกิจก็ตั้งอยู่บนพื้นฐานข้อมูลระดับประเทศ ประเทศต่างๆ ถูกเปรียบเทียบด้วยตัวเลข GDP ไม่ใช่ GDP PPP หรืออัตราการเติบโตของ GDP ข้อมูล GDP เปรียบเทียบก็เช่นเดียวกัน ตัวเลข GDP นั้นคำนวณด้วยมูลค่าดอลลาร์สหรัฐฯ แทนที่จะใช้ตัวเลข PPP กล่าวคือ เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการครองชีพด้วยไลฟ์สไตล์ที่คล้ายคลึงกันของประเทศต่างๆ ตัวเลข GDP ในประเทศพัฒนาแล้วเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ ขณะที่อัตราการเติบโตของ GDP PPP คือพลังอำนาจที่แท้จริงในยุคปัจจุบัน

ข้อมูลประเทศไม่ได้สะท้อนถึงความแตกต่างระหว่าง GDP ของเมืองต่างๆ ในประเทศเดียวกัน หรือสะท้อนที่มาของตัวเลข GDP ที่มาจากแต่ละเมือง ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 2011 สิบห้าเมืองสำคัญในประเทศอินเดียมีส่วนต่อ GDP คิดเป็น 56% ของทั้งประเทศ แต่กลับมีประชากรคิดเป็นแค่ 7.5% ของประชากรทั้งประเทศ¹³ กล่าวอีกอย่างได้ว่า GDP ทั้งหมดของประเทศตามหลัง GDP ของเมืองอยู่เมืองต่างๆ กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วยิ่งกว่าประเทศของตน จึงทำให้เมืองเป็นตลาดที่น่าดึงดูดยิ่งกว่าประเทศที่เมืองนั้นตั้งอยู่ เมืองเหล่านี้เป็นที่มาของพลังทางเศรษฐกิจของประเทศ