

แผนบริหารการสอนประจำบทที่ 1

หัวข้อเนื้อหาประจำบท

1. บทนำ
2. ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ
3. ความแตกต่างระหว่างธุรกิจในประเทศกับธุรกิจระหว่างประเทศ
4. ความจำเป็นของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ
5. วิวัฒนาการของธุรกิจระหว่างประเทศ
6. ความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศ
7. สาเหตุของการเกิดการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ
8. กระแสโลกาภิวัตน์ทางธุรกิจสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ
9. ข้อดี ข้อเสียของกระแสโลกาภิวัตน์
10. รูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศ
11. แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ
12. ความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ
13. บทสรุป
14. แบบฝึกหัดท้ายบท
15. เอกสารอ้างอิง

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทนี้แล้ว ผู้เรียนจะสามารถ

1. อธิบายถึงความหมาย ความแตกต่าง และความจำเป็นของธุรกิจระหว่างประเทศ
2. อธิบายถึงวิวัฒนาการ ความสำคัญ และสาเหตุของการเกิดการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ
3. อธิบายถึงกระแสโลกาภิวัตน์ ข้อดี ข้อเสียของกระแสโลกาภิวัตน์
อธิบายถึงรูปแบบ แนวทางการดำเนินงาน และความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

วิธีสอนและกิจกรรมการเรียนการสอนประจำบท

1. ศึกษาเนื้อหาในบทเรียนก่อนเข้าชั้นเรียน
2. บรรยายทางวิชาการจากอาจารย์ผู้สอน
3. อภิปรายแลกเปลี่ยนระหว่าง
 - 3.1 อาจารย์กับนักศึกษา
 - 3.2 นักศึกษากับนักศึกษา
4. ให้นักศึกษาค้นคว้าทำรายงานทั้งรายบุคคลและกลุ่มจากหัวข้อที่กำหนดให้
5. ทำแบบฝึกหัดในชั้นเรียน

สื่อการเรียนการสอน

1. เอกสารประกอบการสอนวิชา ความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจระหว่างประเทศ
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จากการนำเสนอด้วยโปรแกรม Power Point
3. หนังสือ เอกสาร วารสารที่เกี่ยวข้อง
4. อินเทอร์เน็ต
5. ใบงานกิจกรรมประจำกลุ่ม

การวัดผลและการประเมินผล

1. สังเกตความสนใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน
2. สังเกตคุณภาพของผลงานจากการทำรายงาน
3. ประเมินจากการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น
4. ประเมินจากการทำแบบฝึกหัดประจำบท

บทที่ 1

แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ

บทนำ

ปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจนั้น กระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดอุปสงค์ หรือเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการต่างๆ ขึ้นในแต่ละประเทศ ซึ่งเป็นการสื่อถึงวัฒนธรรม และความนึกคิดของพลเมืองจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่งในรูปของสินค้าและบริการแบบต่างๆ การดำเนินธุรกิจได้ขยายของเขตกว้างขึ้น ทั้งด้านแสวงหาแหล่งทรัพยากรการผลิต การถ่ายทอดและการเรียนรู้

เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในขั้นตอนกระบวนการผลิต และการเพิ่มยอดขายโดยรวมขององค์กร รวมทั้งการสร้างสภาพการแข่งขันระหว่างธุรกิจต่างๆ ภายใต้ระเบียบกติกาการค้าโลก

จากการที่การขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อัตราส่วนของการค้าระหว่างประเทศมีสัดส่วนที่สูงกว่าการค้าภายในประเทศ การเข้าใจถึงการดำเนินการของธุรกิจระหว่างประเทศ ผลการกระทบของการดำเนินการธุรกิจระหว่างประเทศ การเตรียมการเพื่อรับสถานการณ์ รวมถึงการมองเห็นโอกาสต่างๆของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทำให้เกิดการขยายตัวเติบโตของธุรกิจระหว่างประเทศจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมกับคู่แข่งในอนาคตได้

ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ

คำว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายทัศนะ ดังนี้

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2557) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง การดำเนินธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ไม่ว่าจะในด้านการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ การสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศ รวมถึงการลงทุนในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment หรือ FDI)”

สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส (2556) ได้กล่าวไว้ว่า “ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง การประกอบกิจกรรมทางธุรกิจที่มีขอบเขตการดำเนินงานมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป คือ หนึ่ง การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ซึ่งรวมถึงการนำเข้าและส่งออกสินค้า หรือบริการ เช่น การให้บริการในด้านการตลาด กฎหมาย การเงิน และคำแนะนำปรึกษาทางการบริหาร เป็นต้น สอง การลงทุนระหว่างประเทศ (International Investment) เช่น การตั้งโรงงานในต่างประเทศ หรือ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (Foreign Portfolio Investment) ก็ได้ อย่างไรก็ตาม ใด ๆ ก็ดี กิจกรรมทางธุรกิจระหว่างประเทศยังครอบคลุมกิจกรรมลักษณะอื่น ๆ อีกหลายประการ เช่น การผลิตตามใบอนุญาตของบริษัทต่างชาติ การอนุญาตให้สิทธิของตนกับบริษัทในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า เป็นต้น”

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศขององค์กรธุรกิจหรือองค์การภาครัฐที่กระทำข้ามเขตพรมแดนของประเทศตน โดยที่องค์กรดังกล่าวอาจทำการผลิต หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าหรือบริการของตนในต่างประเทศ องค์กรธุรกิจและประเทศต่าง ๆ ต่างมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ครอบคลุมตั้งแต่การผลิตสินค้า การให้บริการ เงินทุน เทคโนโลยี ทักษะความเชี่ยวชาญ และแรงงานระหว่างประเทศ”

Mason a. carpenter and Sanjyot p. dunung (2013) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ หรือทรัพยากรข้ามพรมแดนที่เกิดขึ้นมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป การแลกเปลี่ยนนี้เป็นการโอนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างประเทศที่นอกเหนือจากการโอนเงิน เช่น ทรัพยากรบุคคล, ทรัพย์สินทางปัญญา และสินทรัพย์หรือหนี้สินตามสัญญา

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น ธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนที่เกิดขึ้นมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป มีวัตถุประสงค์เพื่อหวังผล และไม่มุ่งหวังผลกำไรจากการดำเนินการ

ความแตกต่างระหว่างธุรกิจในประเทศกับธุรกิจระหว่างประเทศ

ธุรกิจภายในประเทศ เป็นนิติกรรมหรือสัญญาที่มีขึ้นมีขอบเขตอยู่ภายในประเทศหนึ่งเท่านั้น ใช้สกุลเงินของแต่ละประเทศ กฎหมายใช้เฉพาะในประเทศ วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม และทรัพยากรของในประเทศเท่านั้น แต่สำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นนิติกรรมหรือสัญญาข้ามชาติ การแลกเปลี่ยนค่าเงินมีการแปลงค่าเงินให้สมดุลกัน ความแตกต่างของกฎหมายของแต่ละประเทศ ความแตกต่างด้านวัฒนธรรม และมีการแบ่งปันสภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่นำมาใช้ร่วมกัน การดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ประกอบด้วยด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ การเงิน การบัญชี และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (สมชนก (คุ้มพันธ์) ภาสกรจรัส, 2556)

การดำเนินธุรกิจทั้งสองลักษณะมีหลักพื้นฐานของการดำเนินงานที่เหมือนกัน แต่ธุรกิจระหว่างประเทศมีความยุ่งยากในแง่ของสภาวะแวดล้อมที่มีลักษณะที่แตกต่างออกไป โดยแบ่งออกได้เป็นสามประเภทใหญ่ๆ คือ

1. สภาวะแวดล้อมระดับประเทศ (National Environments)

สภาวะแวดล้อมระดับประเทศ ประกอบด้วยด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย และเศรษฐกิจ สภาวะแวดล้อมเหล่านี้เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable Factors) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านต่างๆไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ 2 ลักษณะด้วยกันคือ

1.1 ธุรกิจระหว่างประเทศต้องปรับเปลี่ยนหน้าที่หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจตามสภาวะแวดล้อม เช่น ในกรณีที่ไค้ก มีการปรับเปลี่ยนรสชาติเพื่อให้ถูกปากกับคนในท้องถิ่นต่างๆ หรือการเพิ่มสัดส่วนสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นของวอลมาร์ท (Wal Mart) ในประเทศจีน ตามข้อบังคับของรัฐบาลจีนต่อการลงทุนต่างชาติ เป็นต้น

1.2 ธุรกิจระหว่างประเทศไม่ปรับเปลี่ยนหน้าที่หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจตามสภาวะ

แวดล้อม การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศลักษณะนี้อาจเป็นตัวการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ต่อปัจจัยแวดล้อมในประเทศนั้นๆ แทน ตัวอย่างกรณีของบริษัทเดอเบียร์ ที่เข้าไปโฆษณาเพชรในเมืองจีนอย่างหนัก ทำให้คนจีนมีรสนิยมในการบริโภคอัญมณีเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เคยนิยมพลอยสี กลายเป็นนิยมเพชรเป็นอันดับหนึ่งแทน หรือ กรณีของบริษัทร้านขายปลีกของเล่นทอยอาร์อัซ (Toy “R” Us) ในประจวบที่สามารเปลี่ยนแนวทางการทำธุรกิจที่ผู้ผลิตขายผ่านผู้ค้าหลายชั้นกว่าจะถึงผู้ค้าปลีก เป็นการที่ผู้ค้าปลีกสามารถซื้อตรงจากผู้ผลิตบางรายได้เลย เป็นต้น

2. สภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ (International Environments)

สภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศเป็นสภาวะแวดล้อมที่มีระดับเหนือขึ้นไปกว่าสภาวะแวดล้อมระดับประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยรูปแบบของการค้าระหว่างประเทศ การที่รัฐบาลเข้ามาแทรกแซงในระบบการค้าระหว่างประเทศไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของกำแพงภาษีหรือข้อจำกัดอื่นๆ ที่มีใช้ภาษี รูปแบบของการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ การเข้าแทรกแซงของประเทศแม่หรือประเทศเจ้าบ้าน และระบบการเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากปัจจัยสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศดังกล่าวที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศแล้ว การจัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization) ซึ่งได้สร้างกฎกติกาต่อการค้าการลงทุนระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก ประกอบกับในปัจจุบันมีแนวโน้มของการเกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและในระดับทวีปที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือเป็นการสร้างกรอบการค้าดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มเติมจากบทบัญญัติขององค์การการค้าโลก

3. กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization Force)

กระแสโลกาภิวัตน์ หรือ “ความเป็นสากล” ในความหมายกว้างหมายถึง การติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างคนจากส่วนต่างๆ ของประเทศทั่วโลกโดยเฉพาะการเชื่อมโยงทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน เทคโนโลยีและคนเข้าไว้ด้วยกัน (Daniels, J.D. and Radebaugh, 2001) การเชื่อมโยงนั้นเป็นการเชื่อมโลกให้เป็นหนึ่งเดียวโดยพยายามเชื่อมโยงโดยใช้วิธีการลดข้อจำกัดต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคทางการค้า การลงทุน เทคโนโลยีและทรัพยากรบุคคล

กระแสโลกาภิวัตน์ในความหมายแคบ หมายถึง องค์การธุรกิจระหว่างประเทศที่ประกอบกิจกรรมทางธุรกิจระหว่างประเทศต่างๆ ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไปสู่การทำให้เกิดองค์การธุรกิจที่มีบริษัทระดับโลก (Global Company) เป็นการนำระบบเศรษฐกิจโลกไปสู่การรวมตัวกันระหว่างประเทศต่างๆ ทางด้านการตลาดและเทคโนโลยี (Griffin and Pustay, 2007) อันนำไปสู่ความได้เปรียบต่อบุคคล บริษัทและประเทศไปรอบโลกที่ไกลกว่า เร็วกว่า ลึกกว่าและถูกกว่าที่เคยเป็นมาในอดีต (Friedman, T.L., 2005) กระแสโลกาภิวัตน์แบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางคือ

1. โลกาภิวัตน์ทางการตลาด (Globalization of Markets)

โลกาภิวัตน์ทางการตลาด คือการที่ผู้บริโภคในประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มที่

จะมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าและบริการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันทั่วโลก ซึ่งมีผลจากการพัฒนาทางด้านการสื่อสารและคมนาคม ทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเผยแพร่ทั่วโลกในระยะเวลาอันสั้น ผู้บริโภคทั่วโลกเรียนรู้และรับสิ่งใหม่ๆได้ในเวลาเดียวกัน เช่น ความนิยมในการใช้สินค้าต่างๆของบริษัท Apple ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก เป็นต้น

2. โลกาภิวัตน์ทางการผลิต (Globalization of Production)

โลกาภิวัตน์ทางการผลิต คือการที่ธุรกิจย้ายฐานการผลิต หรือแสวงหาวัตถุดิบการผลิต หรือสินค้า หรือบริการจากแหล่งต่างๆทั่วโลกเพื่อให้ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนและคุณภาพของปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน พลังงาน ที่ดินและทุน เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำที่สุด มีคุณภาพมากที่สุด และเกิดมูลค่าสูงสุดให้กับบริษัท ตัวอย่างเช่น

สวอน ออติคอล (Swan Optical) บริษัทผลิตแว่นตาแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา เดิมมีรายได้เพียง 20 ถึง 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่บริษัทประสบความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการย้ายฐานการผลิตไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีค่าแรงที่ถูก และประเทศญี่ปุ่นที่มีการออกแบบดีไซน์ที่ดี ทำให้สินค้ามีคุณภาพที่ดีและราคาถูก

บริษัทภาคการบริการ มีการจัดตั้งศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ขึ้นในบางประเทศเช่น อินเดีย หรือมาเลเซีย เพื่อเป็นฐานการให้บริการ เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีความได้เปรียบที่มีค่าแรงในราคาที่ถูกลง และประชากรของประเทศมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

ความจำเป็นของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

เหตุผลที่ธุรกิจตอบโต้หรือตอบรับกับสถานะแวดล้อมภายนอก (Reactive Reasons) คือหากธุรกิจไม่ปรับตัวตาม อาจไม่สามารถอยู่รอดได้ ประกอบด้วย

1. การติดตามลูกค้าไปในต่างประเทศ

เกิดขึ้นในกรณีที่ลูกค้าของบริษัทได้ขยายกิจการไปในต่างประเทศ บริษัทอาจพิจารณาขยายการดำเนินงานของตนไปยังประเทศนั้นๆ ด้วย เพราะมีฉะนั้นอาจสูญเสียลูกค้าให้กับบริษัทในท้องถิ่นได้ เช่น บริษัททางบัญชี ที่ปรึกษาทางกฎหมายหรือการจัดการ ซึ่งลูกค้านิยมใช้บริการจากธุรกิจเดิมที่ใช้บริการมานานอยู่แล้ว เพราะมีความเชื่อใจ และไม่เสียเวลาในการอธิบายระบบดำเนินงานต่างๆ ให้กับบริษัทที่ปรึกษารายใหม่ผู้บริการสามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการให้บริการลูกค้ารายใหม่ ส่วนผู้ให้บริการก็สามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการให้บริการให้กับลูกค้ารายเดิม

2. ข้อกีดกันทางการค้าที่เพิ่มขึ้น

ในบางครั้งบริษัทอาจมีการทำธุรกิจกับต่างประเทศอยู่แล้ว เช่น การส่งออก แต่หากประเทศเจ้าบ้านมีการกำหนดข้อกีดกันทางการค้าที่เพิ่มขึ้น เช่น การกำหนดกำแพงภาษีเพิ่มขึ้น การกำหนดโควตานำเข้า ออกนโยบายที่รุนแรงทำให้ประชาชนซื้อของที่ผลิตในประเทศ เป็นต้น ก็อาจส่งผลให้บริษัทพิจารณาการทำธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบใหม่ เช่น การลงทุนในต่างประเทศ เนื่องจากการที่รัฐบาลของประเทศเจ้าบ้านกำหนดข้อกีดกันทางการค้าที่เพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าที่ส่งออกไปยังประเทศเจ้าบ้านนั้นให้มีราคาสูงขึ้น จึงอาจทำให้ธุรกิจเห็นโอกาสในการขยายการลงทุนไปตั้งโรงงานในประเทศนั้นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงที่จะไม่ต้องประสบกับปัญหาการกีดกันการนำเข้า เช่น บริษัทรถยนต์ในประเทศญี่ปุ่นไปตั้งโรงงานในยุโรป เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการกีดกันการนำเข้ารถยนต์ญี่ปุ่นของประเทศยุโรป เป็นต้น

3. การตามคู่แข่งไปในต่างประเทศ

ในบางกรณี หากคู่แข่งของบริษัทได้ขยายกิจการไปต่างประเทศ การขยายการดำเนินงานไปต่างประเทศก็เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเป็นการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ เช่น โค้ก และ เป๊ปซี่ จะมีการตามไปทุกที่ที่อีกฝ่ายหนึ่งได้เข้าไปก่อน

4. โอกาสหรือความบังเอิญ

โอกาสหรือความบังเอิญที่เกิดขึ้นอาจเป็นเหตุผลในการตัดสินใจดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้ เช่น การได้มีโอกาสพบกับนักธุรกิจต่างชาติในงานเลี้ยง หรือบนเครื่องบิน ซึ่งเขาอาจกำลังมองหาผู้ร่วมทุนในโครงการต่างประเทศ เป็นต้น

วิวัฒนาการของธุรกิจระหว่างประเทศ

วิวัฒนาการของธุรกิจระหว่างประเทศถูกแบ่งออกเป็น 6 ยุค ได้แก่ ยุคแรก, ยุคพาณิชย์, ยุคนโยบายการค้าแบบกีดกัน, ยุคการค้าเสรี, ยุคธุรกิจระดับโลก และ ยุคตลาดดิจิทัล

1. ยุคแรก การทำการค้าระหว่างประเทศสมัยกรีก-โรมัน (first era)

เป็นยุคที่มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน เกิดระบบนำสินค้ามาแลกกัน เรียกว่า ระบบของแลกของ (barter system) การพัฒนาไปสู่ยุคที่ใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนโดยเงินที่ใช้ในยุคแรก คือ เปลือกหอย หิน

2. ยุคพาณิชย์นิยม (mercantilism era)

เกิดขึ้นช่วงระหว่างศตวรรษที่ 16-18 เริ่มจากการพัฒนาการทำธุรกิจในประเทศ เพื่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เกิดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน “การล่าอาณานิคม” (colonialism)

3. ยุคนโยบายการค้าแบบกีดกัน (protectionism era)

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำแผ่ขยายไปกว้างขวางทั่วโลกเกิด

เป็นภาวะการณ์เรียกว่า เศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ “great depression” ประเทศต่าง ๆ ออกนโยบาย เพื่อเป็นการปกป้องเศรษฐกิจของประเทศตนและสร้างความได้เปรียบทางการค้า การตั้งกำแพง ภาษีให้สูง การกำหนดโควตาการนำเข้า จนถึงมาตรการห้ามการนำเข้า นโยบายและมาตรการกีดกันทางการค้าถูกนำมาใช้ตอบโต้กัน

4. ยุคการค้าเสรี (free trade era)

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ ทุกประเทศต้องการกอบกู้และบูรณะฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศ “การค้าเสรี” (free trade) เพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้า กำแพงภาษี ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการค้า การลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ได้อย่างอิสระ การพัฒนาธุรกิจเสรีในรูปแบบ บริษัทข้ามชาติ (Multinational Corporations : MNCs)

5. ยุคธุรกิจระดับโลก (global business era)

เป็นยุคแห่งการพัฒนาสู่ธุรกิจโลกเป็นกระบวนการที่ธุรกิจมีสาขากระจายอยู่ในส่วน ต่างๆของโลก ธุรกิจระดับโลกมีลักษณะการดำเนินการที่มองตลาดโลกเป็นตลาดเดียว โดย เคลื่อนย้ายสินค้าเคลื่อนย้ายทุน ทรัพยากรต่าง ๆ ข้ามสาขาธุรกิจที่ตั้งกระจายอยู่ทั่วโลก

6. ยุคตลาดดิจิทัล (digital market era)

ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 หรือ ตั้งแต่ ค.ศ. 2000 รูปแบบการทำธุรกิจในปัจจุบันกำลัง ได้รับความนิยมและมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นการประกอบธุรกิจการค้าบนเครือข่าย อินเทอร์เน็ต

ความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศ

ธุรกิจระหว่างประเทศก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและ เศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้บริโภคของธุรกิจระหว่างประเทศ ประกอบด้วย

1.1 มีปริมาณสินค้าและประเภทสินค้าให้เลือกซื้อมากขึ้น เนื่องจากการค้าระหว่าง ประเทศ ทำให้มีการส่งสินค้าไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ตามอุปสงค์ของสินค้าแต่ละชนิด จึง ทำให้จำนวนสินค้าอุปโภคและบริโภคมีจำนวนมากขึ้นทั้งปริมาณและประเภทของสินค้า ส่งผลให้ อุปทานของสินค้าเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ถ้าอุปสงค์ไม่เปลี่ยนแปลง แต่อุปทานของสินค้าที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ระดับราคาสินค้ามีแนวโน้มลดลง ทำให้เป็นผลดีกับผู้บริโภคที่จะได้มีโอกาสซื้อสินค้าใน ราคาที่ถูกลงอีกด้วย

1.2 ได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงขึ้น เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นย่อมมีการแข่งขันกันส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อแสวงหาส่วนครองตลาดให้สูงขึ้น ทำให้มีการแข่งขันด้านการผลิตมากขึ้น ผู้ผลิตรายใดที่สามารถทำการผลิตโดยเสียต้นทุนต่ำแต่คุณภาพสูงขึ้น ย่อมได้เปรียบคู่แข่ง ด้วยเหตุนี้ทำให้ ผู้ผลิตและผู้ส่งออกต้องเข้มงวดในด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ก้าวหน้าและทันสมัย ซึ่งผลจากการแข่งขันทางการค้านี้ได้ส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งเป็นผลดีกับผู้บริโภคที่จะได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

2. ความสำคัญต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนี้

2.1 ทำให้ได้มาซึ่งทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำเพื่อผลิตสินค้าและบริการ เนื่องจาก ปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรการผลิตที่ต้องการไม่มีในประเทศหรือขาดแคลนไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้ ธุรกิจระหว่างประเทศจึงสามารถผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าใช้ทรัพยากรในประเทศ

2.2 ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศอาจเกิดขึ้นได้จากการที่ธุรกิจทำการผลิตสินค้าเพื่อสนองความต้องการของตลาดในประเทศ แต่เมื่อตลาดในประเทศไม่สามารถ ดูดซับสินค้าที่ธุรกิจผลิตได้ทั้งหมด เพราะตลาดอาจจะถึงจุดอิ่มตัว ธุรกิจจำเป็นต้องขยายตลาดออกไปยังตลาดต่างประเทศ การที่ธุรกิจขยายตลาดไปต่างประเทศ นอกจากทำให้ยอดขายของสินค้าเพิ่มขึ้นแล้ว ธุรกิจยังต้องขยายการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ทำให้การผลิตเกิดการประหยัดต่อขนาดเป็นผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง

2.3 ทำให้เกิดเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจะเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ทั้งที่เป็นผู้สนับสนุนธุรกิจระหว่างประเทศโดยตรงและโดยอ้อม เช่น ศูนย์กระจายสินค้าต่าง ๆ สถาบันการเงิน คลังสินค้า ธุรกิจขนส่ง การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ เหล่านี้ เมื่อมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเพราะต่างฝ่ายต่างเอื้อประโยชน์ให้แก่กัน เมื่อธุรกิจขยายตัวมากขึ้นย่อมทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ เป็นผลให้ธุรกิจมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในที่สุด

2.4 ทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการจัดการ จากการศึกษาที่บริษัทขนาดใหญ่ในต่างประเทศ ต้องการขยายตลาดสินค้าและบริการของธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้น จึงดำเนินการลงทุนในต่างประเทศด้วยวิธีการต่าง ๆ ซึ่งวิธีการลงทุนในต่างประเทศอาจทำได้โดยวิธีการให้เข้าสิทธิในการผลิตซึ่งประเทศเจ้าของผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตให้กับประเทศผู้ได้รับสิทธิทำให้ผู้ประกอบการในประเทศผู้ได้รับสิทธิได้รับประโยชน์ได้เรียนรู้วิธีการผลิตและการจัดการการผลิตด้วย

2.5 ทำให้แสดงความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องการผลิตสินค้า เนื่องจากบางประเทศมีทรัพยากรที่แตกต่างจากประเทศอื่น จึงเกิดการได้เปรียบทางด้านทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต ซึ่งสามารถผลิตได้โดยเสียต้นทุนที่ต่ำกว่า และเมื่อผลิตเป็นจำนวนมากย่อมทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าชนิดนั้น

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนี้

3.1 ทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัว ประเทศกำลังพัฒนาโดยทั่วไป ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมีฐานะยากจน ตลาดภายในประเทศแคบ จึงเป็นอุปสรรคต่อการค้าขาย ด้วยเหตุนี้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งประชากรมีรายได้สูง ตลาดในประเทศพัฒนาแล้วกว้างขวางมาก มีผลให้ความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการจากประเทศกำลังพัฒนามากขึ้น เพราะฉะนั้นการพึ่งพาอาศัยตลาด ต่างประเทศจึงเป็นทางออกที่สำคัญในระยะเริ่มแรกของการพัฒนาประเทศ

3.2 มีผลต่อการกระจายรายได้และการจ้างงาน การค้าระหว่างประเทศย่อมมีผลให้รายได้และการจ้างงาน ภายในประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความต้องการสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ธุรกิจระหว่างประเทศจะทำให้ประเทศได้รับรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในต่างประเทศ ซึ่งมีผลให้กระแสหมุนเวียนของรายได้ในระบบเศรษฐกิจขยายตัวสูงขึ้น ธุรกิจมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ทำให้รายได้ของบุคคลกลุ่มอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และเมื่อรวมรายได้ ของบุคคลที่เพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจ จะเห็นว่ารายได้ประชาชาติก็จะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนสูงกว่ารายได้รับจากธุรกิจระหว่างประเทศเป็นหลายเท่าและผลจากการเพิ่มของรายได้ประชาชาตินี้เอง ทำให้รายได้และการจ้างงานภายในประเทศเพิ่มขึ้น

สาเหตุของการเกิดการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

1. แสวงหาโอกาสเติบโตจากการขยายตลาดไปสู่ตลาดใหม่

การขยายตลาดไปสู่ตลาดใหม่ในต่างประเทศ ธุรกิจจะได้รับประโยชน์จากการเติบโตและเพิ่มยอดขายเพื่อกำไรที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในระดับความก้าวหน้าของการพัฒนาเศรษฐกิจ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี อีกทั้ง ช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของสินค้าหรือบริการหนึ่ง ๆ จะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เช่น ซีเรียลเป็นอาหารเข้าหลักของคนอเมริกันอยู่ในช่วงเติบโตเต็มที่หรือลดลงในสหรัฐอเมริกา แต่ขณะเดียวกันในประเทศแถบเอเชียยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นเท่านั้น หรือคนในแต่ละประเทศอาจใช้สินค้าเดียวกันเพื่อวัตถุประสงค์ต่างกัน เช่น ชาวอังกฤษใช้เครื่องทำความอุ่น (Heater) เพื่อสร้างความอบอุ่นในตัวอาคารในฤดูหนาว ในขณะที่ชาวจอร์แดนใช้เครื่องนี้ไว้ต้มน้ำเพื่ออาบน้ำในตอนดึก และบราซิลใช้ออบกาแพให้แห้ง รวมถึงการที่บริษัทนำสินค้าหรือบริการเข้าไปเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าใน

ต่างประเทศ อาทิ Unilever, Siemens หรือ Sony ที่ใช้เหตุผลข้อนี้ในการขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศ

2. สร้างผลกำไรและกำไรต่อหน่วยให้สูงขึ้น

เมื่อการแข่งขันของสินค้าและบริการในตลาดภายในประเทศเป็นไปอย่างรุนแรง ทำให้อัตราผลตอบแทนจากยอดขายและเงินลงทุนอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมากแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้บริโภค ธุรกิจจึงพยายามขยายกิจการไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดที่ยังคงมีการแข่งขันน้อย เพื่อมุ่งหวังสร้างผลกำไรจากยอดขายหรือผลตอบแทนที่ได้รับมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งธุรกิจมักจะเลือกประเทศที่กำลังพัฒนาหรือเป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีเศรษฐกิจเติบโตดีและผู้บริโภคมีกำลังซื้อ

3. แสวงหาแนวคิดใหม่ ๆ

เป็นวิธีที่จะช่วยให้บริษัทมีความคิดในการพัฒนาสินค้า บริการ รวมถึงวิธีการทำธุรกิจ เนื่องจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละประเทศ นำไปสู่การเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงได้เรียนรู้กลยุทธ์ต่าง ๆ ของบริษัทอื่น ๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันนำมาใช้ในตลาดต่างประเทศ ทำให้สามารถนำโอกาสจากการเรียนรู้ในตลาดต่างประเทศนี้ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ภายในประเทศให้ทันสมัยก่อนคู่แข่งภายในประเทศที่ไม่มีโอกาสเข้าไปเรียนรู้ในตลาดต่างประเทศโดยตรง

4. ติดตามลูกค้าไปยังต่างประเทศ

เมื่อลูกค้าของบริษัทได้ขยายกิจการ หรือย้ายฐานการดำเนินธุรกิจไปในต่างประเทศ บริษัทอาจพิจารณาขยายการดำเนินงานติดตามลูกค้าไปยังประเทศนั้น ๆ ด้วย มิฉะนั้น บริษัทอาจสูญเสียลูกค้าสำคัญให้กับบริษัทคู่แข่งหรือบริษัทท้องถิ่นที่มีกิจการตั้งอยู่ในประเทศนั้น ๆ แล้ว ซึ่งการติดตามลูกค้าไปยังต่างประเทศสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถสานต่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจให้ต่อเนื่องยาวนานได้ต่อไปกับลูกค้ารายเดิมที่มีความไว้วางใจเป็นทุนเดิม

5. ต้องการทรัพยากรเพิ่มเติม

เมื่อธุรกิจไม่สามารถจัดการทรัพยากรการผลิตหรือวัตถุดิบ ตลอดจนแรงงาน เทคโนโลยี หรือเงินทุนได้ภายในประเทศ บริษัทจำเป็นต้องจัดหาทรัพยากรดังกล่าวจากต่างประเทศ โดยอาจจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีทรัพยากรที่บริษัทต้องการ เช่น การลงทุนในประเทศจีน หรือแถบอินโดจีน ซึ่งมีแรงงานอยู่เป็นจำนวนมาก การไปลงทุนทำเหมืองเพชรในประเทศแถบแอฟริกา นอกจากนี้บริษัทบางแห่งต้องการความยืดหยุ่นในการจัดการวัตถุดิบและได้ประโยชน์จากการซื้อวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์ต่างๆ

6. การเข้าถึงแหล่งที่ต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า

ต้นทุนการผลิตเป็นปัจจัยในการผลิตที่ประกอบด้วย วัตถุดิบ ค่าแรง ค่าขนส่ง หรือ

ต้นทุนของเงินทุน ในต่างประเทศอาจมีราคาถูกกว่าต้นทุนในประเทศ อันเนื่องมาจากข้อกีดกันทางการค้าที่ลดลงและมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้ธุรกิจสามารถเลือกลงทุนในประเทศที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดเมื่อเทียบกับต้นทุนโดยรวม เช่น ในปัจจุบันต้นทุนด้านค่าแรงที่ความแตกต่างกันค่อนข้างสูง ค่าจ้างแรงงานคนงาน 1 คนในสิงคโปร์ มีค่าเท่ากับจ้างคนงาน 3 คนในมาเลเซีย หรือคนงานไทย 8 คน หรือคนงานถึง 13 คนในจีนและอินเดีย เป็นต้น

7. แสวงหาประโยชน์ที่ได้รับจากการประหยัดอันเนื่องมาจากขนาด

การเข้าถึงแหล่งต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า จะช่วยให้ต้นทุนต่อหน่วยถูกลง หรือเรียกว่า การประหยัดอันเนื่องมาจากขนาด (Economies of Scale) เป็นผลมาจากเมื่อธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มียอดการผลิตที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ลดลง ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบด้านราคาขายต่อคู่แข่ง ทั้งนี้การประหยัดอันเนื่องมาจากขนาดนี้ มักเกิดกับบริษัทที่มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่ค่อนข้างสูง อาทิ อุตสาหกรรมผลิตยา อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ หรืออุตสาหกรรมที่มีผลผลิตสินค้าเทคโนโลยีสูง

8. ต้องการเผชิญหน้าหรือกีดกันการเติบโตในประเทศของคู่แข่ง

การเข้าสู่ตลาดภายในประเทศของคู่แข่ง เป็นกลยุทธ์ที่สร้างแรงกดดันต่อคู่แข่ง ทำให้คู่แข่งต้องทุ่มทรัพยากรต่าง ๆ ในการป้องกันส่วนแบ่งการตลาดภายในประเทศของตน ส่งผลให้คู่แข่งถอยทัพกลับไปป้องกันตลาดในประเทศของตนแทนเช่น การที่โกดัก (Kodak) พบว่าตนถูกแรงกดดันจากฟูจิ (Fuji) ในตลาดสหรัฐอเมริกา ทำให้โกดักเริ่มเห็นว่าควรขยายกิจกรรมทางการตลาดของตนออกไปในประเทศญี่ปุ่นบ้าง เพื่อจะได้ให้ฟูจิกลับไปปกป้องตลาดในประเทศตน

9. สร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรในต่างประเทศ

การที่ธุรกิจขยายกิจการไปสู่ตลาดต่างประเทศ เป็นการสร้างเครือข่ายธุรกิจในต่างประเทศระยะยาว โดยเฉพาะการร่วมทุนเพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจในต่างประเทศลง

กระแสโลกาภิวัตน์ทางธุรกิจสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ

คำว่า “โลกาภิวัตน์” หมายถึง การแพร่กระจายไปทั่วโลก (ของข่าวสาร) การที่ประชาคมโลกไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดสามารถรับรู้ สัมผัส หรือ รับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง สืบเนื่องมาจากการพัฒนาระบบสารสนเทศ ดังนั้นยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นยุคข้อมูลข่าวสาร (Information Age) ที่ไร้พรมแดน อันเป็นยุคที่มีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทางด้านเทคโนโลยีสื่อสารและคมนาคม ทำให้ประเทศต่าง ๆ ได้เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น กระแสโลกทั้งในรูป

ของทุนและข้อมูล รวมทั้งค่านิยมบางประการ เช่น สิทธิมนุษยชนและสิ่งแวดล้อม ได้ขยายตัวครอบคลุมไปทั่วโลก

ลักษณะสำคัญของโลกาภิวัตน์ จึงเป็นความหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการกระจายกิจกรรมการดำเนินงาน ซึ่งแต่เดิมอาจจะผูกขาดอยู่ ณ ศูนย์หรือแหล่งไม่กี่แห่งในโลก ออกไปยังท้องถิ่นหรือศูนย์ใหม่ๆ หลากหลายมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่า สังคมยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นโลกที่มนุษย์สามารถข้ามพรมแดนของประเทศและสามารถทะลุกาลเวลาได้ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ไร้พรมแดน โลกในสายตาของผู้ที่อาศัยเทคโนโลยี จึงเป็นโลกใบเล็กที่สามารถติดต่อถึงกันได้ง่ายและรวดเร็ว

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี อันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจการเมืองโลก มีผลทำให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น โลกที่เคยกว้างใหญ่กลับเล็กลง ดินแดนแต่ละประเทศที่อยู่ห่างไกลกันสามารถติดต่อกันได้ภายในเวลาเสี้ยววินาที ประดุจเป็นหมู่บ้าน (Global Village) ภูเขาและทะเลซึ่งเป็นพรมแดนธรรมชาติ ที่เคยเป็นอุปสรรคในการติดต่อไปมาหาสู่ ดูเสมือนเลื่อนหายไปจนกลายเป็น “โลกไร้พรมแดน”

โลกาภิวัตน์นำมาซึ่งการเปิดมุมมองระดับท้องถิ่นและชาตินิยมให้เป็นมุมมองที่กว้างมากขึ้น โดยการเชื่อมโยงและพึ่งพากันทั่วโลกผ่านทาง การเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้า และบริการข้ามพรมแดนของประเทศ ทำให้เกิด “โลกไร้พรมแดนทางธุรกิจ” ในปัจจุบัน ทั้งนี้โลกาภิวัตน์แบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางคือ

1. โลกาภิวัตน์ทางการตลาด (Globalization of Markets)

โลกาภิวัตน์ทางการตลาด คือการที่ผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันทั่วโลก ซึ่งมีผลจากการพัฒนาทางการสื่อสารและคมนาคม ทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเผยแพร่ทั่วโลกในระยะเวลาอันสั้น ผู้บริโภคทั่วโลกเรียนรู้และรับสิ่งใหม่ๆ ได้ในเวลาเดียวกัน เช่น ความนิยมในการใช้สินค้าต่างๆ ของบริษัท Apple ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก เป็นต้น

2. โลกาภิวัตน์ทางการผลิต (Globalization of Production)

โลกาภิวัตน์ทางการผลิต คือการที่ธุรกิจย้ายฐานการผลิต หรือแสวงหาวัตถุดิบการผลิต หรือสินค้า หรือบริการจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลกเพื่อให้ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนและคุณภาพของปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน พลังงาน ที่ดินและทุน เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำที่สุด มีคุณภาพมากที่สุด และเกิดมูลค่าสูงสุดให้กับบริษัท ตัวอย่างเช่น

สวอน ออติคอล (Swan Optical) บริษัทผลิตแว่นตาแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา เดิมมีรายได้เพียง 20 ถึง 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเท่านั้น แต่บริษัทประสบความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการย้ายฐานการผลิตไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีค่าแรงที่ถูก และประเทศญี่ปุ่นที่มีการออกแบบดีไซน์ที่ดี ทำให้สินค้ามีคุณภาพที่ดีและราคาถูก

บริษัทภาคการบริการ มีการจัดตั้งศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) ขึ้นในบางประเทศเช่น อินเดีย หรือมาเลเซีย เพื่อเป็นฐานการให้บริการ เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีความได้เปรียบที่มีค่าแรงในราคาที่ถูก และประชากรของประเทศมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

ข้อดี ข้อเสียของกระแสโลกาภิวัตน์

ข้อดีจากกระแสโลกาภิวัตน์

1. ลูกค้าหรือผู้บริโภคมีสินค้าและบริการที่หลากหลายจากทั่วมุมโลกให้เลือกซื้อ
2. สินค้าและบริการมีความทันสมัยเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
3. ธุรกิจหรือผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ อันเป็นผลมาจากการความสามารถในการเลือกฐานการผลิตในประเทศที่มีค่าครองชีพหรือค่าแรงงานถูก
4. แรงงานในประเทศด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย, เวียดนาม, ลาว มีอัตราการถูกจ้างงานเพิ่มขึ้น รวมทั้งอัตราค่าจ้างก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน
5. ผลพวงจากการการพัฒนาหน่วยงาน เช่น WTO ที่ทำให้การแข่งขันทั่วโลกเกิดขึ้น จึงทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ในราคาถูก

ข้อเสียจากกระแสโลกาภิวัตน์

1. ช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนมากขึ้น
2. ปัญหาการกดขี่แรงงานหรือเอาเปรียบแรงงานในประเทศด้อยพัฒนาเกิดขึ้น เช่น การใช้แรงงานเด็ก
3. สินค้าหรือบริการขาดคุณภาพ อันเป็นผลมาจากการใช้แรงงานที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือแรงงานขาดทักษะและความชำนาญในการผลิต สินค้า เนื่องจากแรงงานเหล่านั้นอยู่ในประเทศด้อยพัฒนา

4. แรงงานในประเทศพัฒนาแล้ว เกิดปัญหาการว่างงานมากขึ้น เนื่องจากฐานการผลิตถูกย้ายไปตั้งอยู่ในประเทศที่แรงงานถูกกว่า

5. การหายไปของวัฒนธรรม ประเพณี ภาษาดั้งเดิมในประเทศ อันเป็นผลมาจากความล้ำหน้าของเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต

6. มลภาวะทั่วโลกเพิ่มขึ้น รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติเริ่มหมดไป โดยไม่มีการสร้างขึ้นมาทดแทน

รูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศ

รูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศสามารถจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ การค้าระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ และการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศรูปแบบอื่น

1. การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ประกอบด้วย การส่งออกและการนำเข้าสินค้า (Merchandise Exports & Imports) และ การส่งออกและการนำเข้าบริการ (Services Exports & Imports)

1.1 การส่งออกและการนำเข้าสินค้า (Merchandise Exports & Imports)

เป็นการส่งออกสินค้าที่มีตัวตนออกนอกประเทศ และนำเข้าสินค้าที่มีตัวตนเข้าประเทศ องค์การการค้าโลกแบ่งกลุ่มสินค้าตามเกณฑ์มาตรฐานสินค้า (Standard International Trade Classification หรือ SITC) ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ ๑) สินค้าเบื้องต้น (Primary Products) ได้แก่ สินค้าเกษตรกรรมและสินค้าเหมืองแร่ ๒) สินค้าอุตสาหกรรม (Manufacturer Products) ได้แก่ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนประกอบรถยนต์ เป็นต้น และ ๓) สินค้าอื่นๆ (Other Products) เช่น ทองคำและอาวุธสงคราม

การส่งออกและการนำเข้าสินค้าถือเป็นรายได้และรายจ่ายหลักของบางประเทศ และเป็นการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศที่มีปริมาณมากที่สุด เป็นก้าวแรกของการเข้าสู่การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เนื่องจากมีความซับซ้อนในการดำเนินการน้อยที่สุดและมีความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศรูปแบบอื่นๆ

1.2 การส่งออกและการนำเข้าบริการ (Services Exports & Imports)

เป็นการส่งออกและนำเข้าสิ่งที่ไม่มีความเคลื่อนไหว แต่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า องค์การการค้าโลกจัดประเภทของบริการที่มีการค้าขายกันระหว่างประเทศเป็น ๓ กลุ่ม คือ 1) การขนส่ง (Transport) ซึ่งรวมการขนส่งทุกรูปแบบทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และทางอวกาศ ๒) การเดินทาง (Travel) ครอบคลุมบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของปัจเจกบุคคล เช่น บริการด้านโรงแรมและที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการการศึกษา และ

บริการด้านสุขภาพ เป็นต้น และ ๓) บริการด้านอื่น ๆ (Other Services) เช่น บริการด้านการสื่อสาร ด้านการก่อสร้าง ด้านการประกันภัย และด้านการเงิน เป็นต้น

2. การลงทุนระหว่างประเทศ (Foreign Investment) เป็นการเคลื่อนย้ายเงินทุนจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การลงทุนระหว่างประเทศทางตรง (Direct Investment หรือ FDI) และ การลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศ (Portfolio Investment)

2.1 การลงทุนระหว่างประเทศทางตรง (Direct Investment หรือ FDI)

เป็นการลงทุนที่ผู้ลงทุนเคลื่อนย้ายเงินทุน รวมถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าชั้นกลาง (Intermediate Products) เช่น ความสามารถในการจัดการเทคโนโลยี ทักษะของผู้ประกอบการ โครงสร้างแรงจูงใจในวัฒนธรรมองค์กร โอกาสในการเข้าถึงตลาด รวมถึงทรัพยากรบุคคล ไปดำเนินธุรกิจไปอีกประเทศหนึ่ง องค์การการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund หรือ IMF) ให้คำจำกัดความว่าเป็นการลงทุนที่ผู้ลงทุนจะมีอำนาจในการควบคุม หรือการกำหนดทิศทางในการบริหารกิจการซึ่งตั้งอยู่ในอีกประเทศหนึ่ง

การลงทุนระหว่างประเทศทางตรง ผู้ลงทุนจะต้องมีอำนาจในการควบคุม หรือการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจในต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนทั้งหมด หรือมีความสามารถในการควบคุมสิทธิการออกเสียงในกิจการนั้น ๆ (Voting Power) ทั้งนี้ในกรณีที่มีธุรกิจมากกว่า 2 บริษัทร่วมลงทุนทางตรงกัน จะเรียกว่าเป็นกิจการร่วมค้า (Joint Venture) ถ้าธุรกิจเอกชนร่วมมือกับภาครัฐบาลจะเรียกว่า (Mixed Venture)

2.2 การลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศ (Portfolio Investment)

เป็นการลงทุนที่ผู้ลงทุนไม่เข้าไปควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจในต่างประเทศที่ตนเข้าไปลงทุน แต่ต้องการได้รับผลตอบแทนทางการเงิน เงินปันผลหรือกำไรที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเหล่านั้น เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดต่างประเทศ การลงทุนอนุพันธ์ทางการเงิน หรือการลงทุนในกองทุนรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

3. การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศรูปแบบอื่น คือรูปแบบของธุรกิจระหว่างประเทศที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น เช่น การอนุญาต การให้สิทธิทางการค้าการทำสัญญาการจัดการ และการดำเนินการแบบเบ็ดเสร็จ เป็นต้น

แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ

ธุรกิจข้ามชาติ (Multinational Enterprise หรือ MNE) เป็นบริษัทที่มีการดำเนินงานทางการผลิตและการตลาดทั่วโลก ซึ่งสามารถแบ่งแนวทางการดำเนินงานออกได้ ๓ ประเภท ดังนี้

1. การดำเนินงานตามแนวทางของบริษัทแม่ทุกประการ (Ethnocentric Orientation)

เป็นการดำเนินงานโดยไม่แบ่งแยกตลาดต่างประเทศออกจากตลาดภายในประเทศ เสนอผลิตภัณฑ์เดียวกันในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีมาตรฐานเดียวกันในทุกตลาด หรือ ทุกสาขา ยึดถือแนวทางของบริษัทแม่เป็นแนวปฏิบัติ ทั้งนี้ในบางครั้งบริษัทแม่ขยายกิจการไปยังประเทศอื่นเพียงเพื่อระบายสินค้าที่มีมากเกินไปเกินความต้องการในตลาดแม่เท่านั้น

2. การดำเนินงานแตกต่างกันในแต่ละประเทศ (Polycentric หรือ Multidomestic Orientation)

เป็นการดำเนินงานโดยปรับให้เข้ากับประเทศที่กิจการเข้าไปลงทุน มีการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์และแนวทางการดำเนินงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องเหมาะสมกับแต่ละตลาดโดยปรับตัวให้เข้ากับท้องถิ่น ภายหลังจากมีการศึกษาสภาพแวดล้อมของแต่ละตลาดอย่างรอบคอบ

3. การดำเนินงานด้วยแนวคิดศูนย์กลาง (Geocentric Orientation)

เป็นการดำเนินงานที่เกิดจากการผสมผสานแนวทางบริษัทแม่กับกลยุทธ์แบบท้องถิ่น โดยมีนโยบายผสมผสานความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละตลาด และสร้างกลยุทธ์สากลที่สามารถใช้ได้ในทุก ๆ ประเทศ ซึ่งเป็นแนวทางที่ธุรกิจระหว่างประเทศนิยมใช้มากที่สุดในปัจจุบัน

ความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

ความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 4 ด้านดังนี้

1. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและด้านการเงิน

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องเกี่ยวข้องกับเงินตรามากกว่าหนึ่งสกุล ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนหรือมูลค่าเงินตราสกุลหนึ่งจะส่งผลกับเงินตราสกุลอื่น ๆ เนื่องจากความเชื่อมโยงที่เพิ่มขึ้นทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั้งนี้ความผันผวนของสกุลเงินจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของสินทรัพย์หนี้สินของบริษัท รวมถึงกำไรจากการดำเนินงานที่อาจลดลงได้ นอกจากนี้อัตราเงินเฟ้อ และสภาพทางเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ที่เกิดขึ้นในประเทศหนึ่ง อาจจะมีผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนได้เช่นกัน

2. ความเสี่ยงด้านการพาณิชย์

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความสูญเสียหรือล้มเหลวจากการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจ วิธีการ รวมถึงแนวทางที่ผิดพลาด เช่น ผู้บริหารอาจเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ จังหวะเวลาการเข้าสู่ตลาด การกำหนดราคา ลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมการขายทางการตลาดที่ไม่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ผลที่ตามมาของความล้มเหลวดังกล่าวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศจะสร้างความเสียหายอย่างมากแก่ธุรกิจมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินการในประเทศ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจในประเทศ บริษัทอาจจะสามารถบอกเลิกสัญญาการแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายได้ในทันที แต่สำหรับธุรกิจที่ดำเนินการในต่างประเทศ การที่จะบอกเลิกสัญญาดังกล่าวเป็น

เรื่องที่สำคัญ เนื่องจากมีกฎการปกป้องบริษัทท้องถิ่น รวมถึงการที่บริษัทใช้กลยุทธ์ทางการตลาดไม่เหมาะสม หรือจำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการบริการหลังการขายที่ไม่เพียงพอ ก็อาจจะมีผลกระทบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการดำเนินกิจการระหว่างประเทศของบริษัทในวงกว้างได้

3. ความเสี่ยงด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ

เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากสภาพการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดจากการสื่อสารที่ผิดพลาดที่ผู้สื่อสารมีความเข้าใจในภาษา วิถีชีวิต ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี และศาสนาที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ ความแตกต่างดังกล่าวมีอิทธิพลต่อทัศนคติ พฤติกรรมการทำงานของพนักงาน รวมถึงพฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกัน การขาดความเข้าใจดังกล่าว ส่งผลต่อการสื่อสารที่ไร้ประสิทธิภาพ ซึ่งอาจนำไปสู่การวางกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่เหมาะสม ตลอดจนนำไปสู่ความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ขาดประสิทธิภาพได้

4. ความเสี่ยงเกี่ยวกับประเทศหรือความเสี่ยงทางการเมือง

เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการเมือง กฎหมาย และเศรษฐกิจในต่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานและผลกำไรของธุรกิจระหว่างประเทศ ตัวอย่างเช่น รัฐบาลในต่างประเทศอาจจำกัดการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจต่างชาติในประเทศของตน กำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ ของธุรกิจต่างประเทศที่เข้ามาลงทุน รวมถึงกำหนดปริมาณรายได้ที่บริษัทต่างประเทศจะสามารถนำกลับประเทศจากการเข้ามาดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้รัฐบาลในแต่ละประเทศจะมีระดับการกีดกันแทรกแซงที่แตกต่างกัน เห็นได้จากการดำเนินธุรกิจในประเทศสิงคโปร์ และประเทศไต้หวันจะมีอิสรภาพจากการแทรกแซงของรัฐบาลมากกว่าบริษัทที่ดำเนินการในประเทศจีนหรือประเทศรัสเซีย ความเสี่ยงเกี่ยวกับประเทศยังครอบคลุมถึงกฎหมาย ข้อบังคับที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจในแต่ละประเทศ เช่น การถือครองทรัพย์สิน การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ความรับผิดชอบในสินค้าและนโยบายภาษีอีกด้วย

บทสรุป

ธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนที่เกิดขึ้นมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป มีวัตถุประสงค์เพื่อหวังผล และ ไม่มุ่งหวังผลกำไรจากการดำเนินการ การดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ประกอบด้วยด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ การเงิน การบัญชี และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ แต่ธุรกิจระหว่างประเทศมีความยุ่งยากในแง่ของสถานะแวดล้อม ได้แก่ สถานะแวดล้อมระดับประเทศ สถานะแวดล้อมระหว่างประเทศ และกระแสโลกาภิวัตน์ ความจำเป็นของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

เนื่องจากธุรกิจตอบโต้หรือตอบรับกับสภาวะแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การติดตามลูกค้าไปในต่างประเทศ ข้อกีดกันทางการค้าที่เพิ่มขึ้น การตามคู่แข่งไปในต่างประเทศ และ โอกาสหรือความบังเอิญ โดยธุรกิจระหว่างประเทศมีวิวัฒนาการ 6 ยุค โดยในยุคปัจจุบันคือยุคตลาดดิจิทัล ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องก่อเกิดประโยชน์แก่ทั้งแก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม สาเหตุของการเกิดการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เนื่องจากการแสวงหาโอกาสเติบโตจากการขยายตลาดไปสู่ตลาดใหม่ สร้างผลกำไรและกำไรต่อหน่วยให้สูงขึ้น แสวงหาแนวคิดใหม่ๆ ติดตามคู่แข่งไปยังต่างประเทศ ต้องการทรัพยากรเพิ่มเติม การเข้าถึงแหล่งที่ต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า แสวงหาประโยชน์ที่ได้รับจากการประหยัดอันเนื่องมาจากขนาด ต้องการเผชิญหน้าหรือกีดกันการเติบโตในประเทศของคู่แข่ง และการสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรในต่างประเทศ ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งในด้านการตลาด และการผลิตของธุรกิจระหว่างประเทศ

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. ธุรกิจระหว่างประเทศมีความหมายว่าอย่างไร
2. จงอธิบายความแตกต่างระหว่างธุรกิจในประเทศ กับธุรกิจระหว่างประเทศ
3. จงอธิบายกระแสโลกาภิวัตน์ทางธุรกิจสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
4. จงอธิบายข้อดี ข้อเสียของกระแสโลกาภิวัตน์
5. จงอธิบายความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

ชนงกรณ์ กุณพลบุตร. (2557). **การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2555). **การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

อินโดไชน่า.

สมชนก (คัมพันธุ์) ภาสกรจรัส. (2556). **หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : แมค

กรอ-ฮิล.

Daniels, J.D. and Radebaugh, L.H. (2001). **International business: Environment and**

Operations. 8th ed. New York: Prentice-Hall Inc.

Friedman, T.L. (2005). **The world is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century.**

New York: Farrar, Straus and Giroux.

Griffin, R.w. and Pustay, M.W. (2002). **International business: A Managerial Perspective.** 3th ed. New York: Prentice-Hall Inc.

Mason a. carpenter and Sanjyot P. Dunung. (2013) **International business:**

Opportunities and Challenges in a Flattening World. Irvington, N.Y. : Flat World Knowledge.