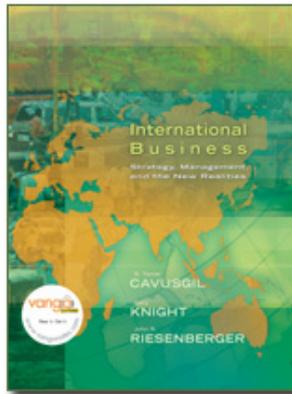


ธุรกิจระหว่างประเทศ : กลยุทธ์ การบริหารและความเป็นอธิบ

International Business : Strategy, Management,  
and the New Realities

ผศ.ดร.ศุภรา คภะสุวรรณ

Asst.Prof. Dr.Supara Kapasuwat



โลกาภิวัตน์และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านคมนาคมและการสื่อสารได้ทำให้การทำธุรกิจในปัจจุบันสามารถขยายขอบเขตครอบคลุมตลาดต่างๆ ในนานาประเทศทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศจึงเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจอย่างมากจากนักวิชาการ นักศึกษาและผู้บริหารองค์กรต่างๆ ทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐ เมื่อเร็วๆ นี้ Professor Dr. S.Tamer Cavusgil Associate Professor Dr.Gary Knight และ John R. Riesenberger ได้ร่วมกันเขียนหนังสือ International Business: Strategy, Management, and the New Realities ซึ่งเป็นหนังสือด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีรูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นและแตกต่างจากเล่มอื่นๆ หนังสือเล่มนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน คือ 1) แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ 2) สภาพแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศ 3) กลยุทธ์และการประเมินโอกาสในการทำธุรกิจในสภาพแวดล้อมตลาดระหว่างประเทศ 4) การเข้าสู่ตลาดและการดำเนินกิจการในตลาดระหว่างประเทศ และ 5) ความเป็นเลิศในการบริหารจัดการด้านต่างๆ ได้แก่ การตลาด การจัดการทรัพยากรบุคคล การเงินและการบัญชีในธุรกิจระหว่างประเทศ

สำหรับเนื้อหาในส่วนแรก หนังสือได้ปูพื้นความรู้ให้แก่ผู้อ่านเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศ และได้อธิบายให้เข้าใจตั้งแต่ต้นว่า ธุรกิจระหว่างประเทศแตกต่างจากธุรกิจในตลาดภายในประเทศอย่างไร โดยสรุปภาพรวมของความเสียหายในด้านต่างๆ ทั้งด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความเสี่ยงด้านการเมืองเช่นนโยบายและเสถียรภาพของรัฐบาลของประเทศที่จะเข้าไปลงทุน ความเสี่ยงด้านกฎหมายต่างๆ ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนและการเงิน และความเสี่ยงในการทำธุรกิจต่างๆ เช่น ความเสี่ยงที่เกิดจากการมีผู้ร่วมลงทุนที่ขาดความรู้ ความชำนาญ ช่วงเวลาของการเข้าตลาด ระดับความรุนแรงของการแข่งขัน ฯลฯ ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้มีผลกระทบต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งได้อธิบายประเภทของธุรกิจที่ทำธุรกิจระหว่างประเทศ ที่มีทั้งบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ (Multinational Enterprises หรือ MNEs) บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises หรือ SMEs) และยังให้ความสำคัญแก่บริษัทที่ทำธุรกิจระหว่างประเทศตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการหรือหลังจากเริ่มตั้งกิจการภายในระยะเวลาอันรวดเร็วที่เรียกกันว่า born global firms อีกด้วย โดยผู้เขียนได้สอดแทรกกรณีศึกษาการทำธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่เป็น born global firms ไว้ในเนื้อหาของหนังสือตลอดทั้งเล่ม ซึ่งไม่ค่อยพบในหนังสือการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศเล่มอื่น นอกจากนี้ยังได้สอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ เช่น บริษัทค้าปลีกออนไลน์ ในส่วนของทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศนั้น นอกจากจะอธิบายทฤษฎี

หลักๆ เช่น ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของชาติแล้ว ก็ยังได้อธิบายทฤษฎีอื่นๆ เพิ่มเติมอีกมากมาย ทั้งทฤษฎีว่าด้วยการกระบวนการหรือวิวัฒนาการในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ทฤษฎีว่าด้วยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในโซ่คุณค่าด้วยตัวบริษัทเอง ทฤษฎีการสังเคราะห์ที่ปัจจัยการลงทุนหรือ eclectic paradigm และยังได้อธิบายการทำธุรกิจระหว่างประเทศโดยมีรากฐานมาจากการใช้เครือข่ายความสัมพันธ์ต่างๆ อีกด้วย

ส่วนที่สองของหนังสือเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ในธุรกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ สภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรม การเมืองและระบบกฎหมายต่างๆ นโยบายของรัฐบาลและการแทรกแซงจากรัฐบาลของประเทศต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจซึ่งทั้งหมดนี้ไม่แตกต่างจากหนังสือเล่มอื่นๆ หากแต่สิ่งที่ทำให้หนังสือเล่มนี้มีความโดดเด่นคือการสอดแทรกแบบฝึกหัดให้ผู้อ่านได้ค้นคว้าหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตโดยผ่านทางเว็บไซต์หลักคือ <http://globalEDGE.msu.edu> ซึ่งเป็น knowledge portal ที่รวบรวมเว็บไซต์แหล่งข้อมูลต่างๆ มากมายที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ โดยผู้อ่านจะได้อ่านโจทย์ที่มีความน่าสนใจและนำไปสู่การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตแล้วนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ และนอกจากนี้หนังสือยังมีเนื้อหาที่พิเศษกว่าเล่มอื่นในส่วนที่เรียกว่า Management Skill Builder ซึ่งเป็นการกำหนดหรือจำลองสถานการณ์ต่างๆ แล้วให้ผู้อ่านฝึกการคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา

และนำเสนอวิธีการต่างๆ ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และหนังสือได้เน้นความสำคัญของการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศต่างๆ ซึ่งอยู่ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ หรือประเทศเศรษฐกิจใหม่ (Emerging Markets) และการพิจารณาดัชนีต่างๆ ที่ชี้วัดศักยภาพของตลาดอีกด้วย

เนื้อหาส่วนที่สามของหนังสือที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากหนังสือการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศเล่มอื่นๆ คือส่วนที่เกี่ยวกับการประเมินโอกาสในตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้ให้คำแนะนำอย่างเป็นขั้นตอนและสามารถนำไปใช้ได้จริงในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ตั้งแต่การประเมินความพร้อมของกิจการในการที่จะเริ่มทำธุรกิจระหว่างประเทศ การประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จะนำไปขายในตลาดต่างประเทศ การคัดเลือกประเทศเป้าหมายการทำธุรกิจ การประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมที่จะเข้าไปลงทุน การเลือกคู่ค้าหรือผู้ร่วมลงทุนทำธุรกิจ และการประมาณการ

ยอดขาย โดยผู้เขียนได้อธิบายรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนและการหาข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆ อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาส่วนที่สี่เกี่ยวกับวิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ และท้ายสุดเป็นเรื่องเกี่ยวกับบริหารจัดการด้านต่างๆ ทั้งการตลาด การจัดการทรัพยากรบุคคลซึ่งมีความสลับซับซ้อนในการจ้างบุคลากรจากประเทศแม่ของบริษัทหรือบุคลากรท้องถิ่นในประเทศ เป้าหมายการลงทุน หรือบุคลากรจากประเทศอื่นๆ รวมทั้งการจัดการด้านการเงินและการบัญชีในธุรกิจระหว่างประเทศ

โดยสรุปแล้วหนังสือ International Business: Strategy, Management, and the New Realities ไม่เพียงแต่เป็นตำราเรียนทรงคุณค่าสำหรับนักศึกษาในสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังเหมาะสำหรับผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการที่ต้องการศึกษาหาความรู้และทำความเข้าใจธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจจริงอีกด้วย