

บทที่ 1

บทนำ

ขอบเขตของเนื้อหาเพื่อศึกษา

1. เหตุผลที่ต้องศึกษาสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ
2. ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ
3. วิวัฒนาการธุรกิจระหว่างประเทศ
4. วัตถุประสงค์การเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ
5. ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน
6. รูปแบบการขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศ
7. รูปแบบการเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

1.1 เหตุผลที่ต้องศึกษาสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ

จากสภาวะการณ์ในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ จึงมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งภายในและภายนอกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนทางการเมือง ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ของประเทศในภูมิภาคต่างๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ ไม่ทางบวกก็ทางลบ ซึ่งเป็นการยากที่ธุรกิจจะสามารถควบคุม คาดเดา หรือหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นการทำธุรกิจระหว่างประเทศให้ประสบผลสำเร็จ จำเป็นที่ผู้ประกอบการ ต้องทำการศึกษาสภาพแวดล้อม เพื่อจะได้ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว

1.2 ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ

ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) หมายถึง ธุรกิจการค้าที่บริษัท เอกชนหรือรัฐบาล เข้าไปเกี่ยวข้องกับดำเนินการทำธุรกิจในประเทศต่างๆ ตั้งแต่ 2 ประเทศ

ขึ้นไป อาจจะมุ่งหวังกำไรหรือไม่มุ่งหวังกำไรก็ได้ แต่ในการศึกษาธุรกิจระหว่างประเทศ จะศึกษากรณีธุรกิจมุ่งหวังกำไร

1.3 วิวัฒนาการธุรกิจระหว่างประเทศ

ธุรกิจระหว่างประเทศ ได้มีการวิวัฒนาการมาหลายยุคหลายสมัย จากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแต่ละยุคได้รับอิทธิพลจากแนวคิด และทฤษฎีทางการค้า มาเป็นแนวทางในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยนับตั้งแต่ยุคต้นๆ แต่ละประเทศต่างอยู่โดดเดี่ยว ใช้ระบบพึ่งพาอาศัยตนเอง (Autarky) ไม่สนใจติดต่อค้าขายกับประเทศอื่นๆ ทำการผลิตสินค้าบริโภคเฉพาะภายในประเทศของตนเอง ต่อมาเมื่อเข้าสู่ยุคล่าอาณานิคมของชาติมหาอำนาจทางยุโรป ที่ต้องการแสวงหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ และเพื่อความมั่งคั่งของประเทศ การติดต่อค้าขายระหว่างประเทศจึงเกิดขึ้น การติดต่อค้าขายในยุคนี้ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism) ซึ่งเป็นลัทธิมีหลักความเชื่อที่ว่าประเทศจะร่ำรวยมั่งคั่งได้เกิดจากการสะสมแร่โลหะที่มีค่า เช่น ทองคำ แร่เงิน ฯลฯ ที่ได้มาจากการส่งออกมากกว่าการนำเข้า จึงนับเป็นลัทธิที่มีการเอารัดเอาเปรียบ และแสวงหาผลประโยชน์จากประเทศที่ย่อนแอกว่า ลัทธิดังกล่าวจึงไม่ขยายตัว และเสื่อมสลายไปในช่วงปลายของศตวรรษที่ 18

ต่อมาได้มีนักเศรษฐศาสตร์สำนักต่างๆ ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีทางการค้า เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าระหว่างประเทศ ลดการเอารัดเอาเปรียบ การผูกขาดทางการค้า และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของแต่ละประเทศให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด นักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียง ได้แก่ อัดัม สมิท (Adam Smith) ได้เสนอกฎการค้าได้เปรียบสมบูรณ์ไว้ว่า "ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบ ในการผลิตสินค้าใดสินค้าหนึ่ง อย่างมีประสิทธิภาพ เหนือกว่าประเทศอื่นๆ ก็ควรให้ประเทศนั้นผลิตสินค้านั้น และส่งไปขายแลกเปลี่ยนกับประเทศอื่นๆ เพื่อให้เกิดผลดีของประสิทธิภาพรวมทั้งสูงสุดของโลก" จึงเป็นแนวคิดและทฤษฎีทางการค้าระหว่างประเทศ ที่ถือเป็นแบบฉบับตกทอดมาจนถึงปัจจุบัน และทฤษฎีการค้าได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของ เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศไว้ว่า "ถ้าประเทศใดมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้า 2 ชนิดขึ้นไป ประเทศนั้นควรเลือกผลิตสินค้านั้น และส่งออกสินค้าที่ตนเองได้เปรียบ เมื่อเปรียบเทียบกับมากที่สุด และขณะเดียวกันก็นำเข้าสินค้าที่ตนเองด้อยประสิทธิภาพกว่า ในเชิงเปรียบเทียบจากต่างประเทศ" และนอกจากนี้ยังมีทฤษฎีอื่นๆ อีก หลายทฤษฎี ที่ทำให้

เกิดการค้ำระหว่างประเทศ ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของ เฮคเชอร์-โอล์ลิน (Heckscher-Ohlin theory) เป็นต้น

สำหรับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในปัจจุบัน นับวันแต่จะมีบทบาทต่อธุรกิจโลกในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านคมนาคม การติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว การลดข้อจำกัดและการเปิดการค้าเสรีของประเทศต่างๆ ทำให้มีการเคลื่อนย้ายเงินทุน แรงงาน และทรัพยากรระหว่างประเทศได้มากขึ้น ประเทศต่างๆ ที่ทำการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในตลาดภายในประเทศ เมื่อมีปริมาณคุณภาพเพียงพอ จึงได้หาแนวทางขยายตลาดไปยังผู้บริโภคต่างประเทศ โดยในระยะแรกๆ รูปแบบการค้าดำเนินธุรกิจนำสินค้าออกไปสู่ตลาดต่างประเทศเป็นรูปแบบที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนมากนัก เช่น การส่งออก การนำเข้าสินค้าและบริการ ต่อมาเมื่อธุรกิจเริ่มประสบผลสำเร็จในระยะหนึ่งแล้ว จึงค่อยๆ ปรับตัวเข้าไปในรูปแบบที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้นตามลำดับ เช่น การให้สิทธิในการผลิต (Licensing) การเข้าไปเป็นพันธมิตรทางกลยุทธ์ (Strategic Alliance) เช่น การเข้าไปร่วมทุน (Joint Venture) การเข้าไปลงทุนโดยตรง (Direct Investment) เป็นต้น และมีรูปแบบการค้าแบบใหม่ๆ เกิดขึ้น เช่น การค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เป็นการประกอบธุรกิจการค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่กำลังได้รับความนิยมแพร่หลายในปัจจุบัน

1.4 วัตถุประสงค์การเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ

การเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เบื้องต้นหลักๆ 4 ประการ ได้แก่

- 1) เพื่อเพิ่มยอดขาย (To expand sales)
 - 2) เพื่อแสวงหาแหล่งทรัพยากร (To acquire resources)
 - 3) เพื่อกระจายแหล่งของตลาดและแหล่งผู้จัดส่งวัตถุดิบ (To diversify sources of sales and supplies)
 - 4) เพื่อลดความเสี่ยงในการแข่งขันให้น้อยที่สุด (To minimize competitive risk)
- เพื่อเพิ่มยอดขาย (To expand sales)**

การเพิ่มยอดขายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญสำหรับธุรกิจ ที่จะก้าวออกไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากบริษัทข้ามชาติใหญ่ๆ ในโลก เช่นบริษัท Sony ของญี่ปุ่น บริษัท General Motor ของสหรัฐอเมริกา บริษัท Nokia ของฟินแลนด์ เป็นต้น บริษัทเหล่านี้ ยอดขายมากกว่าครึ่งหนึ่ง จะได้มาจากการทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

เพื่อแสวงหาแหล่งทรัพยากร (To acquire resources)

การแสวงหาแหล่งทรัพยากรอาจเป็นทั้งวัตถุดิบ หรือแรงงานในประเทศต่างๆ ที่มีต้นทุนต่ำ เช่น กรณีบริษัทในประเทศต่างๆ เคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศจีน ได้หวัน และเม็กซิโก เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงที่ต่ำ

เพื่อกระจายแหล่งของตลาดและแหล่งผู้จัดส่งวัตถุดิบ (To diversify sources of sales and supplies)

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจ ย่อมจะต้องประสบกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) จะมีช่วงที่รุ่งเรือง และตกต่ำ ดังนั้นการขยายตลาดไปต่างประเทศ ในช่วงรุ่งเรือง และตกต่ำไม่ตรงกันจะช่วยลดความเสี่ยง และการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบสำรองในต่างประเทศ จะทำให้สามารถจัดหาวัตถุดิบมาใช้ได้ทันเวลา ในช่วงที่ประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ก็จะช่วยลดความเสี่ยงอีกทางหนึ่งเช่นเดียวกัน

เพื่อลดความเสี่ยงในการแข่งขันให้น้อยที่สุด (To minimize competitive risk)

หลายบริษัทเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อสกัดกั้นคู่แข่ง และสร้างความได้เปรียบใน การแข่งขัน คือถ้าหากปล่อยให้คู่แข่ง เข้าไปในตลาดต่างประเทศโดยลำพัง ธุรกิจ อาจจะสูญเสียตลาดในประเทศนั้นไป ดังนั้นจำเป็นต้องขยายไปตลาดต่างประเทศ เพื่อต้องการลดความเสี่ยงในการแข่งขันให้น้อยที่สุด

1.5 ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศเจริญเติบโตรวดเร็ว และมีบทบาทสำคัญ ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ การคมนาคมสะดวก รวดเร็ว การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย เช่นการใช้เครื่องโทรสาร การใช้ Internet การใช้ E-mail เป็นต้น

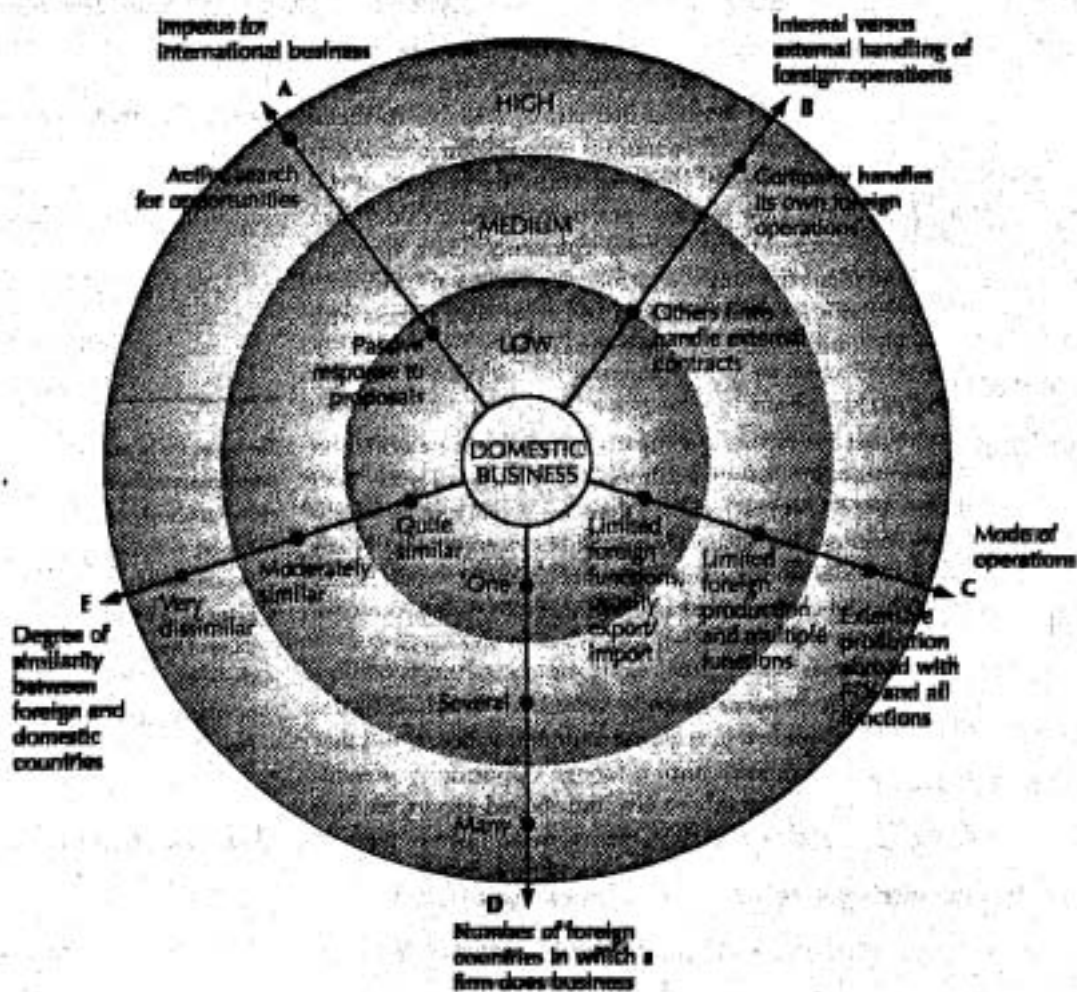
2) การเปิดเสรีทางการค้าของประเทศต่างๆ ทำให้การขนส่งเคลื่อนย้ายสินค้า ทรัพยากร และการให้บริการต่างๆ ข้ามพรมแดนได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

3) มีการพัฒนาสถาบันที่รับรองธุรกรรมต่างๆ โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานต่างๆ ใน ภาครัฐ เพื่ออำนวยความสะดวก และลดความเสี่ยงแก่ผู้ประกอบการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เช่นการเปิดธนาคารเพื่อการนำเข้า-ส่งออก (Exam Bank) เป็นต้น

4) การแข่งขันของธุรกิจได้ขยายไปสู่ตลาดโลกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศ ทำให้บางธุรกิจจำเป็นต้องก้าวออกไปหาตลาดใหม่ๆ มารองรับปริมาณสินค้า ที่ผลิตเกินความต้องการภายในประเทศ ประกอบกับปัจจุบันการขยายออกไปสู่ตลาดต่างประเทศทำได้ง่าย เพราะมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการขนส่งที่สะดวก สามารถขนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งได้อย่างรวดเร็ว

1.6 รูปแบบการขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศ

การขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศ มีการขยายตัวตามแกนต่างๆ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศ (The Usual Pattern of Internationalization)

ที่มา : Daniels and Radebaugh, 2001 : 18.

แกน A การขยายตัวในเชิงรับและเชิงรุก (Impetus for international business)

การขยายตัวในเชิงรับ เป็นการขยายตัวของบริษัทตั้งใหม่ ๆ มักจะผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายในประเทศเท่านั้น ยังไม่กล้าจะขยายตัวออกไปตลาดต่างประเทศ เนื่องจากยังขาดประสบการณ์ และมีความเสี่ยง จึงผลิตสินค้าขายภายในประเทศเท่านั้น

สำหรับการขยายตัวเชิงรุก เป็นลักษณะการขยายตัวในลักษณะมีตัวแทน หรือลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศนำสินค้าออกไปแนะนำผู้บริโภคในต่างประเทศ เมื่อสินค้าเป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยม ชื่นชมจากลูกค้าต่างประเทศ บริษัทก็เริ่มใช้กลยุทธ์การขยายตัวจากเชิงรับไปสู่เชิงรุกต่อไป

แกน B การดำเนินธุรกิจจากภายในองค์กรสู่ภายในองค์กร (Internal versus external handling of foreign operations)

เป็นการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศด้วยผู้อื่นช่วยดำเนินการ ได้แก่ตัวแทนหรือคนกลางที่เข้าใจ รู้ข้อมูลสภาพแวดล้อมของประเทศนั้น ๆ เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นวิธีการขยายตัวของบริษัทในระยะแรก ๆ เพื่อต้องการลดความเสี่ยง จึงต้องอาศัยบริษัทตัวแทนในต่างประเทศที่เข้าใจข้อมูลสภาพแวดล้อมของประเทศนั้น ๆ เมื่อประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดีแล้ว จึงค่อยเข้าไปดำเนินการด้วยตนเอง

แกน C ความสลับซับซ้อนของวิธีดำเนินการ (Mode of operations)

การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในระยะแรก ๆ บริษัทมักจะเริ่มต้นทำธุรกิจรูปแบบที่มีความเสี่ยงน้อย จึงมักจะทำธุรกิจจำกัดเฉพาะการส่งออก และนำเข้า และเมื่อธุรกิจประสบผลสำเร็จระดับหนึ่ง จากการส่งออกและนำเข้า สินค้าเป็นที่ต้องการในตลาดเป้าหมาย จึงได้ขยายการลงทุนที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น เช่นการสร้างฐานการผลิต ไปถึงการลงทุนโดยตรง และจัดจำหน่ายเอง

แกน D การดำเนินธุรกิจจากน้อยประเทศไปสู่หลายประเทศ (Number of Foreign countries in which a firm does business)

การเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศในระยะเริ่มแรก บริษัทมักจะจำกัดเพียง 1 ประเทศก่อน แล้วค่อยขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และเมื่อมีความคุ้นเคย และสะสมประสบการณ์ในระดับหนึ่งแล้ว จึงขยายตัวกว้างขวางไปสู่ระดับโลก

แนก E การดำเนินธุรกิจจากสภาพแวดล้อมที่คล้ายคลึงกัน ไปสู่สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน (Degree of similarity between foreign and domestic countries)

รูปแบบการขยายตัวลักษณะนี้ โดยบริษัทที่เริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ๆ มักจะขยายตัวไปทำธุรกิจกับประเทศใกล้เคียง ที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันก่อน เช่นประเทศเพื่อนบ้าน จากนั้นค่อยๆ ขยายตัวไปยังภูมิภาคต่างๆ ที่ห่างไกล ที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม และสังคมแตกต่างออกไป

1.7 รูปแบบการเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

รูปแบบการเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศมีหลายรูปแบบ ผู้ประกอบการที่จะเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ สามารถพิจารณาตัดสินใจเลือกรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีหลายรูปแบบ จากรูปแบบที่ง่าย ไม่สลับซับซ้อน ไปยังรูปแบบที่ยุ่งยาก และมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นตามลำดับ ดังนี้

1. การส่งออก (Exporting) เป็นรูปแบบที่ง่าย ไม่สลับซับซ้อน เหมาะสำหรับ ผู้ที่มีประสบการณ์ไม่มากนัก เป็นการส่งออกสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน (Tangible goods) เช่น เสื้อผ้า ข้าวสาร อาหารแปรรูปต่างๆ เป็นต้น และการส่งออกด้านบริการ (Service Export and Import) เป็นการส่งออกสินค้าที่ไม่เป็นตัวตน คือไม่สามารถจับต้องได้ (Invisibles) เป็นลักษณะการให้บริการ เช่น การท่องเที่ยว การขนส่ง และการโรงแรม เป็นต้น

วิธีการส่งออก สามารถแบ่งออกได้ 2 วิธีใหญ่ๆ ได้แก่

1.1 การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) เป็นวิธีการส่งออกที่ผู้ขายสินค้า หรือผู้ผลิต ทำการติดต่อซื้อขายสินค้า กับผู้ซื้อในต่างประเทศโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือผ่านตัวแทน ช่วยดำเนินการแทน

1.2 การส่งออกโดยตรง (Direct Exporting) เป็นวิธีการที่ผู้ผลิตสินค้า ทำการติดต่อซื้อขาย กับผู้ซื้อในต่างประเทศ โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบทำหน้าที่ติดต่อลูกค้า ทำหน้าที่ขนส่งสินค้า ตลอดจนการติดต่อผู้จัดจำหน่าย (Supplier) ในต่างประเทศเอง

2. การให้สิทธิในการผลิต (Licensing)

เป็นการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ ที่ผู้ให้สิทธิ (Licensor) ในประเทศหนึ่ง อนุญาตให้บริษัทอีกประเทศหนึ่ง เป็นผู้รับสิทธิ (Licensee) ใช้กรรมวิธีในการผลิต หรือ

เครื่องหมายการค้า ตรา หรือ ยี่ห้อ ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง นำไปดำเนินการหาผลประโยชน์ โดยผู้ให้สิทธิจะได้รับค่าธรรมเนียมน (Royalty) เป็นค่าตอบแทน

3. การให้สิทธิทางการค้า (Franchising)

เป็นระบบการทำธุรกิจ ระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ได้แก่ผู้ให้สิทธิทางการค้า (Franchisor) ยินยอมให้ผู้รับสิทธิทางการค้า (Franchisee) ใช้เครื่องหมายการค้า ตรา หรือ ยี่ห้อ ไปดำเนินการหาผลประโยชน์ทางการค้า โดยผู้ให้สิทธิทางการค้า จะเป็นผู้จัดรูปแบบ การจัดการ การบริหาร และการวางแผนการขายให้ ซึ่งจะเป็นรูปแบบและมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ผู้รับสิทธิจะตัดแปลงคุณภาพสินค้าหรือการให้บริการตามใจชอบไม่ได้ ผู้ให้สิทธิจะได้รับค่าตอบแทนในรูปค่าธรรมเนียมน (Royalty) เป็นค่าตอบแทน มักจะนิยมในอุตสาหกรรม การบริการด้านต่างๆ เช่น ธุรกิจโรงแรม และอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด เป็นต้น

4. การร่วมทุน (Joint-Venture)

คือการที่มีบริษัทต่างชาติ เข้าไปลงทุนทำธุรกิจในต่างประเทศร่วมกัน หรือ บริษัทต่างชาติ ร่วมลงทุนกับบริษัทในประเทศเจ้าของบ้าน โดยการเข้าร่วมเป็นเจ้าของ ควบคุมการบริหารจัดการ ปกติมักเป็นบริษัทใหญ่ร่วมทุนกับบริษัทเล็กในท้องถิ่น เนื่องจากบริษัทในท้องถิ่นรู้สภาพแวดล้อมได้ดี และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เร็วกว่าที่บริษัทใหญ่ จะไปลงทุนเองโดยตรง เช่นบริษัทเอกชนของญี่ปุ่นร่วมกับบริษัทเอกชนของไทย ร่วมทุนผลิตสินค้าในประเทศไทย จัดจำหน่ายในประเทศและตลาดต่างประเทศ แล้วแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน หรือเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทเอกชนกับรัฐบาลก็ได้

ข้อดี-ข้อเสีย ของการร่วมทุน (Joint - Venture)

ข้อดี

1. หุ้นส่วนแต่ละคนระดมทุนเต็มที่ และนำเทคโนโลยีหลายด้านมารวมกัน ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพได้ดีกว่าบริษัทหนึ่งบริษัทใดดำเนินการโดยลำพัง
2. การแสวงหาแหล่งเงินทุนทำได้ง่าย เพราะมี 2 บริษัทสนับสนุน
3. มักจะรวมกันระหว่างบริษัทใหญ่กับบริษัทเล็ก

ข้อเสีย

1. เป็นการยากที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ เนื่องจากหุ้นส่วนแต่ละหุ้นส่วนมีเป้าหมาย และวิธีการดำเนินการตลอดวัฒนธรรมและรูปแบบการทำงานที่แตกต่างกัน
2. ขาดความคล่องตัวในการบริหารและการตัดสินใจ เนื่องจากจะต้องมีหุ้นส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องในการบริหาร

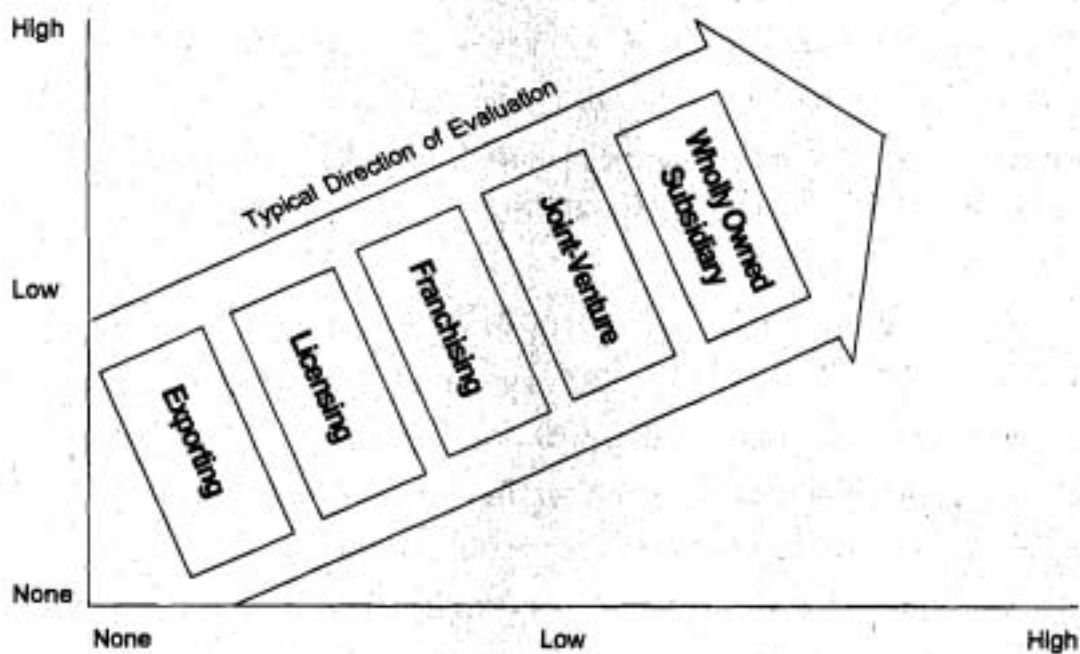
5. การลงทุนเองทั้งหมด (Wholly Owned Subsidiary) เป็นการลงทุนของบริษัทต่างชาติ ที่เข้าไปทำการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ มีอำนาจในการบริหาร การจัดการ และการตลาดเองทั้งหมด ซึ่งอาจดำเนินการโดย การบุกเบิกกิจการใหม่ หรือการซื้อบริษัทท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมมาดำเนินการต่อ

6. สัญญาอื่นๆ

- สัญญาเหมาเบ็ดเสร็จ (Turnkey Operation) ผู้ลงทุนทำสัญญาเข้าไปดำเนินการโครงการต่างๆ ในระยะแรก เช่น การก่อสร้างโรงงาน การติดตั้งเครื่องจักร การฝึกอบรมบุคลากร ฯลฯ และเมื่อดำเนินการเสร็จแล้ว ก็โอนให้เจ้าของโครงการดำเนินการต่อไป

- สัญญาจ้างบริหารและดำเนินการ (Management Contracts) เป็นสัญญาที่ผู้ลงทุนได้ส่งบุคลากรเข้าไปให้ความช่วยเหลือ แนะนำด้านบริหาร และการดำเนินการในต่างประเทศ จนกว่าผู้บริหารกิจการในประเทศนั้น สามารถบริหารเองได้

- สัญญาการผลิต (Contract Manufacturing) เป็นสัญญาที่ผู้ลงทุน ทำสัญญากับผู้ผลิตในต่างประเทศ ให้ผลิตสินค้าให้ แล้วผู้ลงทุนดำเนินการทำตลาดเอง ทั้งนี้เพื่อต้องการลดต้นทุน เช่นการจัดตั้งโรงงานการผลิต การขนส่ง เป็นต้น



ภาพที่ 2 รูปแบบกลยุทธ์การเข้าไปดำเนินการธุรกิจระหว่างประเทศ (จัดระดับตามความสลับซับซ้อนของวิธีดำเนินการ)

บทสรุป

ธุรกิจระหว่างประเทศ ได้มีการวิวัฒนาการมาหลายยุคหลายสมัย โดยเริ่มจากยุคต้นๆ ที่แต่ละประเทศต่างอยู่โดดเดี่ยว ทำการผลิตสินค้าเพื่อบริโภคเฉพาะภายในประเทศของตนเอง ต่อมาได้เข้าสู่ยุคล่าอาณานิคมของชาติมหาอำนาจทางยุโรป การติดต่อค้าขายระหว่างประเทศจึงเกิดขึ้น แต่การติดต่อค้าขายในยุคนั้น ไม่ขยายตัวเพราะประเทศที่อ่อนแอกว่า มักจะถูกเอารัดเอาเปรียบจากประเทศมหาอำนาจ ต่อมาเพื่อให้การค้าระหว่างประเทศของประเทศคู่ค้า มีความเป็นธรรมมากขึ้น มีนักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียง ได้เสนอทฤษฎีทางการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญๆ ไว้หลายทฤษฎี ได้แก่ อัดัม สมิท (Adam Smith) ได้เสนอทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) ได้เสนอ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ Eli Heckscher และ Bertil Ohlin ได้เสนอทฤษฎีการจัดสรรปันส่วนของปัจจัยการผลิต เป็นต้น จนกระทั่งถึงปัจจุบันเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) การค้าระหว่างประเทศ ได้เจริญรุดหน้าไปตามลำดับ โดยไม่จำกัดเฉพาะการส่งออกและนำเข้าเท่านั้น แต่มีรูปแบบใหม่ๆ เช่น การให้สิทธิในการผลิต (Licensing) การเข้าไปร่วมทุน (Joint Venture) การเข้าไปลงทุนโดยตรง (Direct Investment) การค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) และ การค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นต้น

วัตถุประสงค์การเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์หลักๆ 4 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อเพิ่มยอดขาย (To expand sales) 2) เพื่อแสวงหาแหล่งทรัพยากร (To acquire resources) 3) เพื่อกระจายแหล่งของตลาดและแหล่งผู้จัดส่งวัตถุดิบ (To diversify sources of sales and supplies) และ 4) เพื่อลดความเสี่ยงในการแข่งขันให้น้อยที่สุด (To minimize competitive risk)

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ 1) ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี 2) การเปิดเสรีทางการค้าของประเทศต่างๆ 3) มีการพัฒนาสถาบันที่รับรองธุรกรรมต่างๆ และ 4) การแข่งขันของธุรกิจได้ขยายไปสู่ตลาดโลกมากยิ่งขึ้น ทำให้บางธุรกิจจำเป็นต้องก้าวออกไปหาตลาดใหม่ๆ มารองรับปริมาณสินค้า ที่ผลิตเกินความต้องการภายในประเทศ ของตน

วิธีการขยายตัวของธุรกิจระหว่างประเทศ มีการขยายตัวตามแกนต่างๆ คือ แกน A การขยายตัวในเชิงรับและเชิงรุก (Impetus for international business) แกน B การดำเนินธุรกิจจากภายนอกองค์กรสู่ภายในองค์กร (Internal versus external handling of foreign

operations) แขนง C ความสลับซับซ้อนของวิธีดำเนินการ (Mode of operations) แขนง D การดำเนินธุรกิจจากน้อยประเทศไปสู่หลายประเทศ (Number of foreign countries in which a firm does business) และ แขนง E การดำเนินธุรกิจจากสภาพแวดล้อมที่คล้ายคลึงกันไปสู่สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน (Degree of similarity between foreign and domestic countries)

รูปแบบการเข้าไปดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ มีหลายรูปแบบได้แก่ การส่งออก (Exporting) การให้สิทธิในการผลิต (Licensing) การให้สิทธิทางการค้า (Franchising) การร่วมทุน (Joint-Venture) การลงทุนเองทั้งหมด (Wholly Owned Subsidiary) และสัญญาอื่นๆ เช่น สัญญาเหมาเบ็ดเสร็จ (Turnkey Operation) สัญญาด้านบริหารและดำเนินการ (Management Contracts) และสัญญาการผลิต (Contract Manufacturing)

คำถามท้ายบท

1. จงอธิบายถึงการวิวัฒนาการของธุรกิจระหว่างประเทศ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มาพอสังเขป
2. การเข้าไปทำธุรกิจระหว่างประเทศมีวัตถุประสงค์หลักๆ อะไรบ้าง จงอธิบาย
3. รูปแบบการเข้าไปดำเนินการทำธุรกิจระหว่างประเทศมีหลายรูปแบบ ได้แก่ อะไรบ้าง และแต่ละรูปแบบมีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร จงอธิบาย