

## บทที่ 5 การค้าในวิถีการระหว่างประเทศ

เมื่อทราบโดยด่องแท้ว่า บริการคืออะไร ก็ควรจะรู้ว่าได้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วโลกกันว่า บริการนั้นเป็นตัวสินค้าที่มีการซื้อขายได้ ไม่เฉพาะแต่ภายในประเทศไทยเท่านั้น ยังสามารถจำหน่ายออกไปนอกประเทศไทยได้อีกด้วย ซึ่งก็คล้ายคลึงกับการส่งออกสินค้านั้นเอง

### การค้าบริการข้ามพรมแดน

การส่งอุตสาหกรรมการบริการออกไปยังต่างประเทศ กำลังเป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างมากเห็นได้จากประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ได้บุกเบิกด้วยการส่งผลิตภัณฑ์บริการ ซึ่งมีอยู่มาก ได้แก่ ความรู้ความสามารถทางวิชาการ วิศวกรรม การโฆษณา การประกันภัย ที่ปรึกษาทางธุรกิจ ฯลฯ รวมทั้งการส่งออกทางด้านการศึกษา เช่น การศึกษาทางไปรษณีย์ เป็นต้น บริการทั้งหลายเหล่านี้ได้นำเงินเข้าประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมากมาย นับวันก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสหรัฐฯได้คุ้มครองด้วยกฎหมายมากในการขยายบริการเหล่านี้ เพราะจะไปช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าสินค้าที่ทำอยู่กับต่างประเทศของสหรัฐฯลงได้

สหรัฐอเมริกา ได้ตั้งบริษัทส่งออกอุตสาหกรรมการบริการต่างๆ เหล่านี้มานานแล้ว เช่น ที่พาวเวอร์รูจกันดี คือ บริษัทอเมริกันเอกซ์เพรส (American Express Company) ซึ่งเริ่มเปิดสาขาต่างประเทศเป็นครั้งแรกที่ ปารีส ประเทศฝรั่งเศส เมื่อ ค.ศ. 1895 ทำหน้าที่เกี่ยวกับธนาคารส่งรับเงินและบริการห้องเชิงค่อนเมืองกันและยุโรป แต่ปัจจุบันออกจากระยะกับคนของตนแล้วยังขยายงานบริการออกไปให้คนในห้องกินด้วย เช่น บรูซิล อินเดีย ออสเตรเลีย และประเทศไทยฯ

เนื่องด้วยสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา ฯลฯ เป็นประเทศนำในด้านการบริหารงาน เป็นผู้เริ่มดำเนินงานธุรกิจมาก่อน การบริหารงานจึงมีมาตรฐาน จะเห็นได้ว่า

ขาวต่างประเทศทั่วโลกนิยมมาศึกษาหาความรู้ในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในเมืองนานแล้ว ผู้บริหารงานขาวอเมริกัน อังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา ฯลฯ ย่อมจะมีความเชี่ยวชาญชำนาญงานธุรกิจต่างๆ เป็นพิเศษ สามารถที่จะทำงานด้านปรึกษาทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี เท่าๆ กับงานทางด้านวิชากรรม หรืองานก่อสร้าง ประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายจึงจ้างที่ปรึกษาดังกล่าวเข้ามาช่วยงานของตน เพราะเหตุที่ประเทศที่กำลังพัฒนาเหล่านี้ได้ลองเลียนแบบธุรกิจในสหรัฐฯ เพื่อให้มีผลผลิตมากขึ้น การจ้างที่ปรึกษามาบริหารงานให้ จึงสามารถประยุกต์เทคนิคของการบริหารงานแบบอเมริกันมาใช้ด้วย เช่น นำที่ปรึกษามาช่วยในการผลิตโรงงานสร้างรถยนต์ของกลุ่มประเทศในยุโรป งานกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และควบคุมคุณภาพของโทรศัพท์มือถือในบริษัท งานจัดองค์การและวางแผนรูปแบบงานให้กับแผนกของตัวเครื่องบินของบริษัทการบินต่างๆ งานช่วยวางแผนการตลาดในการส่งสินค้าของบริษัทเนอโรล์แลนด์ไปขายที่เมริกาเหนือ งานติดตั้งโรงกลั่นน้ำมันในอสเตรเลีย งานจัดองค์การของแผนกวิศวกรรมในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตน้ำตาล รายของเบอโตริกัน และงานที่ปรึกษาอีกมากมายแล้วแต่ประเทศจะจะสั่งบริการที่ปรึกษานี้เข้าไปช่วยงานของตน เป็นต้น

การนำเข้าบริการที่ปรึกษาเข้าประเทศญี่ปุ่น นับว่าเป็นผลดีแก่ประเทศที่ไม่มีความชำนาญทางด้านอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก เพราะบริษัทที่ปรึกษาของสหรัฐอเมริกาจะนำความคิด วิธีการบริหารงาน และการจัดองค์การแบบอเมริกันที่ประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นไม่ได้ทำธุรกิจทางอุตสาหกรรมมาก่อน ได้เปลี่ยนแปลงวิธีดำเนินงานที่ไม่ถูกต้อง เช่น การไม่ให้เสรีภาพแก่คุณงาน หรือการบริหารงานแบบครอบครัวจะค่อยๆ จางหายไป เมื่อที่ปรึกษาได้นำเอาวิธีจัดองค์การแบบอเมริกันในด้านการจ่ายค่าชดเชยให้กับบุคลากรระดับสูง ค่าจ้างที่ดึงดูดใจ การจัดสถานที่ทำงานให้สวยงาม รวมทั้งการรักษาดูแลทุนที่ถูกและเหมาะสม อิทธิพลของบริการที่ปรึกษานี้จะทำให้โรงงานในประเทศไทยต่างๆ สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก และมีคุณภาพสูงขึ้น ส่วนทางด้านการศึกษา บริการที่ปรึกษายังช่วยทำให้มหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่น สามารถขยายหลักสูตรปริญญาทางการบริหารธุรกิจ หรือเศรษฐศาสตร์ได้อีกด้วย

## ความหมายของการค้าบริการระหว่างประเทศ (Trade - in - Service)

การค้าบริการระหว่างประเทศ หมายความถึง การค้าระหว่างประเทศที่เป็นบริการ หรือกิจกรรมแรงงานข้ามพรมแดนของประเทศ หรือภายในประเทศ (ที่เกิดขึ้นในระหว่างเจ้าของถินและคนต่างชาติ) เพื่อสนองความต้องการของผู้รับหรือผู้บริโภค นอกจากการสนองความต้องการทางด้านวัสดุ (แม้ว่าการซื้อสินค้าบางอย่างจะมาพร้อมกับการบริการ) การนำเข้ามาซึ่งผู้ผลิตการบริการและแรงงาน จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตของสินค้าและบริการของประเทศ

การประชุมประเทศไทยในภาคีแกตต์ ให้นิยามการค้าบริการว่า

"การค้าบริการ เป็นกิจกรรมหรือธุรกิจบริการระหว่างประเทศ (International Trade in Service) และอาจมีการจัดตั้งธุรกิจ หรือการลงทุนจากชาติต่างประเทศ (Foreign Direct Investment) เข้ามาเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ คำนิยามของการค้าบริการ ยังครอบคลุมถึงข้อตกลงทางด้านธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าถึงตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Access to a Market) ซึ่งบางครั้งจะหมายถึงการตั้งสถานที่ประกอบกิจการพาณิชย์ภายในประเทศ หรือการเข้ามายังบุคคล (ผู้แทน) ของผู้ให้บริการอย่างถาวรสหรือชั่วคราว และรวมถึงการขยายบริการข้ามพรมแดน และในการบริการตอบสนองของผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยที่ผู้ให้บริการเข้าไปอยู่ในประเทศนั้น

การเข้าไปขยายบริการใดๆ ในประเทศอื่น ตั้งแต่สมัยโบราณย่อมีขึ้นกับประเทศไทยเจ้าภาพ ซึ่งจะยอมให้เปิดตลาดการค้าของตนมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะประเทศที่ยังไม่พัฒนาหรือยังไม่ก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม มักจะไม่รู้ตัวเองว่าได้วางมาตรการควบคุมที่ค่อนข้าง

เมื่อก่อนนั้นก็หาประจันหน้าที่ทำให้มีการเกรงกลัวการลงทุนจากต่างชาติที่เป็นมหาอำนาจมีค่าน้ำมันคือ

1. เกรงว่าบริษัทที่เก่งกว่า เชี่ยวชาญกว่าและใหญ่กว่า เช่น บริษัทข้ามชาติของญี่ปุ่น หรือสหรัฐอเมริกาจะคุ้มชื่นหรือเข้ามาครอบครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ

2. เกรงว่าบริษัทจะเข้ามามีอำนาจและอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยวิธีการที่ได้เบรี่ยบต่างๆ อันจะเกิดกำไรมหาศาล

3. เกรงว่าบริษัทข้ามชาติของประเทศไทยอาจเหล่านี้ เข้ามามีอิทธิพลทางการเมืองอย่างลับๆ ที่จะทำให้หยุดยั้งความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย หรือทำให้อยู่ในสภาพเดิม โดยไม่เจริญก้าวหน้าต่อไป

4. เกรงว่าประเทศของบริษัทข้ามชาติ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาจะเข้ามาทำให้คนในชาตินิยมอเมริกัน หรือลงทะเบียนธรรมประเพณีเดิมที่ดีของชาติ ไปตามอเมริกากันหมด

การที่บริษัทได้จะเข้าไปค้าบริการข้ามประเทศได้นั้น มักจะเป็นบริษัทที่ทำการค้าอย่างมั่นคงในประเทศไทยของคนแล้ว ยังต้องการที่จะขยายงานหรือขยายตลาดออกไปยังประเทศอื่นๆ อีก

### ความแตกต่างของการค้าบริการและการค้าสินค้า

ตามที่ระบุแล้วว่า "บริการ" มีความแตกต่างกับ "สินค้า" อยู่ตรงที่

1. **เหตุการณ์การออกมานิรูปของนามธรรมมากกว่ารูปธรรม** ในสามารถเก็บสะสมหรือนับได้ เมื่อรูปมีคุณประสงค์ที่จะคุ้มครองผู้บริโภคทำให้มีกฎหมาย ระเบียบการและมาตรการมาใช้ควบคุมมากกว่าการผลิตสินค้า แต่ละบริการจะมีกฎหมาย ข้อบังคับในการผลิตบริการ ต่างกับการผลิตสินค้ามาก การควบคุมบริการจึงทำไม่ได้เหมือนกับการควบคุมสินค้าที่ผลิตแล้วตอนปลายทาง เพื่อให้รู้ว่าถูกต้องตามมาตรฐานหรือไม่ จะทำได้เฉพาะใช้กฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ บริการที่ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และลงใบควบคุมผู้ผลิตบริการโดยตรงเท่านั้น ฉะนั้น อุปสรรคของการค้าบริการส่วนใหญ่จะมาจากกฎหมาย ระเบียบการต่างๆ ที่ใช้ควบคุมการบริการเหล่านี้ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา นโยบายของชาติ ฯลฯ

นอกจากนี้ กฎระเบียบที่มีผลโดยตรงต่อสินค้าจะเป็นลิ๊งแண่อน หรือตายตัว ได้แก่ กฎเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี และอัตราค่าภาษีศุลกากร เป็นต้น

ความไม่สามารถเก็บสะสมได้ ทำให้การบริการจะถูกบริโภคในขณะที่ถูกผลิตออกมา จึงต่างกับการค้าสินค้าที่สินค้ามักถูกผลิตในประเทศไทย สามารถนำเข้ามาสู่ประเทศไทยของผู้บริโภคในเวลาต่อมา

2. **เหตุการณ์การเคลื่อนย้ายไม่ได้เหมือนสินค้า** ตั้งนั้น การค้าบริการจะเกิดขึ้น

ก็จะเป็นต้องมีการเคลื่อนย้ายผู้ผลิต หรือผู้บริโภคให้มีการติดต่อกัน เช่น การค้าบริการระหว่างประเทศ หรือที่เรียกว่า บริการข้ามชาตินั้น จึงต้องย้ายปัจจัยการผลิต ได้แก่ เงินทุน แรงงาน ข้อมูล ความรู้ทางเทคนิค อุปกรณ์การผลิต เข้าไปในประเทศซึ่งมีผู้บริโภคอยู่

การติดต่อโดยตรง (Interaction) ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการแม่ของกันได้เป็น 2 จำพวก คือ

2.1 การบริการที่จำเป็นต้องอาศัยการเข้ามาชิดใกล้ (Physical Proximity) ระหว่างผู้ใช้บริการ และผู้ผลิตบริการ เช่น การให้คำปรึกษา และการค้าแรงงาน

การติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ผลิตกับผู้ใช้บริการ อาจแยกออกได้ 3 จำพวก คือ

2.1.1 ผู้ผลิตเคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการไม่เคลื่อนที่ การค้าบริการประเภทนี้ต้องอาศัยผู้ผลิตเดินทางไปหาผู้ใช้บริการ ในขณะที่การเคลื่อนที่ในทางกลับกันจะไม่ทำให้มีการค้าการบริการเกิดขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น การค้าแรงงานกรรมกรในโครงการก่อสร้างที่ตั้งวันออกกลาง การค้าแรงงานจะเกิดขึ้นได้ ถ้าบริษัทจัดหางานส่งคนงานไทยไปยังประเทศไทยในตั้งวันออกกลาง เพื่อทำการก่อสร้าง

2.1.2 ผู้ใช้บริการเคลื่อนที่ ผู้ผลิตบริการไม่เคลื่อนที่ การค้าบริการประเภทนี้จะต้องอาศัยผู้ใช้บริการเคลื่อนที่ไปหาผู้ผลิตบริการ เช่น การให้บริการทางด้านศัลยกรรมบางประเภท ที่คนไข้ต้องเดินทางไปหาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่โรงพยาบาลที่มีอุปกรณ์พัสดุพร้อม หรือการบริการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางจากประเทศของตนเข้าสู่ประเทศไทยของผู้ผลิตบริการ ในการบริการประเภทนี้ องค์ประกอบบางส่วนที่สำคัญในการผลิตไม่สามารถเคลื่อนที่ได้

2.1.3 ผู้ใช้บริการเคลื่อนที่ ผู้ผลิตบริการเคลื่อนที่ ในการค้าบริการประเภทนี้ ผู้เคลื่อนที่จะเป็นฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดก็ได้ เช่น การให้บริการด้านการให้คำปรึกษา การให้บริการตัดผม การขับส่ง ผู้ให้บริการอาจจะเคลื่อนที่ไปหาผู้ใช้บริการ หรือผู้ใช้บริการอาจจะเคลื่อนที่ไปหาผู้ผลิตบริการ ข้อแตกต่างนี้จะปรากฏอยู่ในราคากำไรบริการ

2.2 การบริการที่ไม่ต้องอาศัยการเข้ามาอยู่ใกล้ แต่ว่าการอยู่ไกลนี้อาจจะมีระยะชั้นต่อการบริการ การบริการประเภทนี้อาจจะเรียกว่า "การบริการระยะทางไกล" (Long Distance Service::)

การอยู่ใกล้กันระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้บริการอาจจะมีประโยชน์แต่ไม่เป็นสิ่งจำเป็น เช่น การบริการด้านโทรคมนาคม ทางโทรศัพท์ และทางโทรศัพท์ การให้บริการด้านประกันภัย โดยอาศัยการติดต่อทางโทรศัพท์ หรือไปรษณีย์ การให้บริการทางด้านธนาคารบางประเภท เช่น การใช้เครื่องติดต่อ ATM การค้า การก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีด้านระบบโทรคมนาคม อาจจะทำให้มีการค้าบริการหลายอย่างเกิดขึ้นได้ โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมีความใกล้ชิดระหว่างผู้ผลิต และผู้ใช้บริการ เป็นต้น

3. เหตุที่การบริการนี้ "ราคา" ไม่เป็นสิ่งสำคัญเท่ากับ "คุณค่า" คุณค่า ขึ้นอยู่กับสัมพันธภาพระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้บริการ เช่น การธนาคารที่ต้องมีความใกล้ชิดสนับสนุนของผู้จัดการธนาคารกับผู้ใช้บริการหรือลูกค้าที่ต้องการกู้เงิน หรือการประกันภัยทำได้รุ่งเรืองอยู่ที่ความเข้าใจและสัมพันธภาพอันดีของนายหน้ากับผู้เอาประกัน หรือการบริการด้านให้คำปรึกษาที่ต้องมีความสัมพันธภาพอันดีระหว่างนักวิจัยกับผู้จ้างงาน เป็นต้น นอกจากนี้สัมพันธภาพอันดี ยังมีส่วนช่วยให้ผู้ผลิตบริการมีความได้เปรียบสูงในด้านการแข่งขันด้วย

ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างการค้าบริการ และการเคลื่อนที่ของผู้ผลิตบริการ ส่วนมากทำให้การเจรจาเกี่ยวกับการค้าบริการเน้นหนักไปในทางการขอสิทธิในการเข้ามาตั้งกิจกรรมทางธุรกิจ (The Right to Establish) ในประเทศไทยของคนในชาติ สิทธินี้ หมายถึง ความสามารถที่จะเคลื่อนย้ายเงินทุน แรงงาน และปัจจัย การผลิตอื่นๆ เข้ามายังในประเทศไทยของคนในชาติอย่างต่อเนื่องกัน ซึ่งอาจหมายถึงความสามารถในการตั้งสาขาของธนาคารต่างชาติ ในประเทศไทย สิทธิในการจ้างคนต่างชาติเข้ามาทำงานระดับบริหาร และสิทธิ์รวมถึงบริษัท ก่อสร้างจากต่างประเทศสามารถเข้ามาประมูลงานในประเทศไทยเพื่อสร้างถนน ท่าเรือ ฯลฯ ดังบริษัทญี่ปุ่นที่นำเอาวิศวกร สถาปนิก ของคนเข้ามาทำงานในประเทศไทย สิทธิในการจัดตั้งธุรกิจ อาจจะรวมถึงการที่บริษัทที่ปรึกษาภูมายมาตั้งสำนักงานในกรุงเทพฯ โดยนำเอาผู้เชี่ยวชาญภูมายมาตั้งกิจธุรกิจหรือเมริค้าเข้ามาทำงานในประเทศไทย โดยให้คำปรึกษาแนะนำแก่คนไทยด้วย หรืออาจหมายถึง การจัดการโรงแรม หรือการท่องเที่ยว อาจจะเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้มีการเคลื่อนที่ของนักจัดรายการจากต่างประเทศในตำแหน่งต่างๆ เข้ามาให้บริการในประเทศไทย

เนื่องด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาทำให้ข้อแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการมีอยู่ลง โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่สามารถเปลี่ยนการบริการที่เป็นนามธรรมให้เป็นสินค้าที่เป็นรูปธรรมได้ และผู้ผลิตบริการใช้สินค้านี้เป็นเครื่องมือในการบริการที่เป็นรูปธรรมไปส่งให้ผู้ใช้บริการ เช่น การที่บริษัทที่ปรึกษาส่งข้อมูลให้ผู้ใช้บริการโดยใช้คอมพิวเตอร์สีเดียวกัน นอกจากรายงานวิจัย หรือการรับส่งข่าวสารหรือการบันเทิงโดยใช้สื่อโทรทัศน์ ซึ่งเก็บไว้ในม้วนวิดีโอ ซึ่งสามารถเคลื่อนย้ายและจับต้องได้เหมือนสินค้า เช่น การส่งข่าวสารในรูปของเอกสารจากเครื่องโทรสาร หรือโทรพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูงจำเป็นต้องมีบริการพ่วงด้วย เช่น การขายอุปกรณ์โทรคมนาคม ต้องรวมการติดตั้งการดูแลรักษาซ่อมแซม บางครั้ง เป็นการยากที่จะแยกบริการออกจากตัวสินค้า หรือคิตรากค่าบริการแยกจากสินค้าที่ห้อมูลงานบริการนั้นว่าการบริการที่แท้จริงนั้นมีมูลค่าเท่าไร ฉะนั้นการบริการจึงต้องถูกซื้อควบไปกับตัวสินค้า ซึ่งก็ช่วยให้การบริการสามารถ "ค้า" ได้ง่ายขึ้น และขยายไปยังที่ต่างๆ ได้กว้างขวางมากขึ้น

### **ก่อนการที่จะเข้าไปทำธุรกิจในประเทศไทย**

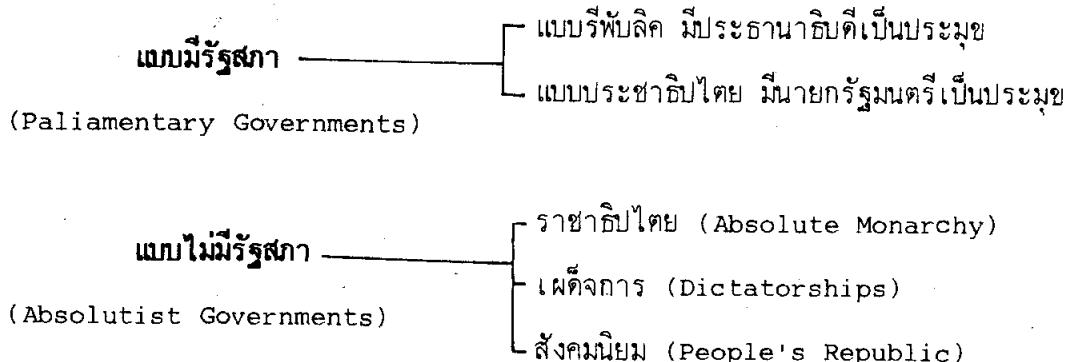
ก่อนที่บริษัทใดในประเทศไทยจะตกลงใจไปทำธุรกิจใดก็ตามในต่างประเทศ ควรจะต้องพิจารณาสิ่งต่อไปนี้ก่อน คือ

1. พิจารณารูปแบบของรัฐบาลในประเทศไทยเจ้าภาพ
2. รูปแบบและระบบของพระราชการเมืองในปัจจุบัน
3. ความมั่นคงของรัฐบาล และความมั่นคงของนโยบาย
4. การเลี่ยงภัยที่ไปลงทุนต่างประเทศว่า\_safe\_ลงทุนหรือไม่

#### **1. พิจารณารูปแบบของรัฐบาล**

ต้องประเมินหาค่าของบรรยายกาศทางการเมือง ด้วยการศึกษาอย่างละเอียด คือ โครงสร้างของรัฐบาลของประเทศไทยคืออย่างไร เช่น เป็นรัฐบาลแบบประชาธิปไตย เมืองราชอาชิปไตย สังคมนิยม หรือคอมมูนิสต์ รวมทั้งแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปมีการปกครองแบบใด เป็นต้น

การแยกรูปแบบของรัฐบาล อาจแยกออกเป็น การปกครองแบบชนิดมิรัฐสภा และแบบไม่มีรัฐสภា



## 2. คุณภาพและระบบของพระครการเมืองต่างๆ ในปัจจุบัน

ในรูปการปกครองแบบมิรัฐสภานั้น เป็นการถือความเห็นของประชาชนเป็นใหญ่ มหาชนมีบทบาทในการจัดตั้งนโยบาย พระครการเมืองต่างๆ มาจากผู้แทนราษฎร ซึ่งประชาชนของประเทศเป็นผู้เลือกตั้งขึ้นมา ผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจ หรือนักการตลาดหั้งลายจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องสนใจพระครการเมือง เพราะมีอิทธิพลต่อคุณธรรมรัฐบาลปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นผู้ออกกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ รวมทั้งธุรกิจของประเทศด้วย นอกจากนี้พระครการเมืองจะเป็นตัวจัดกลไกในการวางแผนนโยบายธุรกิจต่างประเทศ ซึ่งจะมีบทบาทต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ

### ระบบของพระครการเมือง

ประเทศที่มีพระครการเมือง อาจแยกออกได้เป็น 4 ชนิด คือ

ก. ประเทศที่มีพระครการเมือง 2 พระคร เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ มักจะมี 2 พระครที่ผลักกันแพ้ผลักกันขณะในการบริหารปกครองประเทศ ทั้ง 2 พระครต่างมีรัชญาการบริหารที่ผิดแยกแตกต่างกัน เมื่อพระครใดชนะได้ขึ้นรองประเทศ จึงมีผลกระทบต่อสัมพันธภาพระหว่างประเทศทางด้านธุรกิจ โดยเฉพาะบริษัทที่ต่างประเทศเป็นเจ้าของ แต่อย่างไรก็ได้ การตัดสินใจภายในพระครและนโยบายของพระครการเมืองแบบนี้ค่อนข้างมั่นคง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว หรือบุ่มบ่ายครั้ง

ข. ประเทศที่มีพรรคร่วมเมืองหลายพรรคร่วมกัน จันทร์ฯได้ระบุว่าในช่วงนี้ไม่สามารถจะคุณเสียงข้างมากในการจัดตั้งรัฐบาล จึงต้องทำแบบรัฐบาลผสม (Coalition Government) โดยประกอบด้วยหลายพรรคร่วมกัน ประเทศเหล่านี้มีผลกับแบบ ก. เพราะอาจจะต้องเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยครั้ง สาเหตุเกิดจากความไม่ร่วมมือกันระหว่างพรรคร่วม เมื่อเปลี่ยนบ่อย นโยบายธุรกิจจึงต้องเปลี่ยนตามและรวดเร็วมาก เช่น อิตาลี เยอรมัน ฝรั่งเศส เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

ค. ประเทศที่ใกล้แพ้การเลือกตั้ง ได้แก่ รัฐบาลที่มีพรรคร่วมเมืองเดียวที่แข็งแกร่งโดยที่พรรคร่วมอยู่อื่นๆ ไม่มีโอกาสที่จะได้รับการเลือกตั้งให้มีเสียงข้างมากได้เลย สภาพแบบนี้มักจะเกิดกับประเทศใหม่ ก่อนที่พัฒนาให้ระบบรัฐสภามาใช้ ประเทศที่มีพรรคร่วมเมืองแบบนี้อาจดีก็ได้ ถ้าพรรคร่วมเมืองนั้นดี ก็จะทำให้รัฐบาลมีเสถียรภาพที่มั่นคง และต่อเนื่องในการพัฒนาได้ เช่น เม็กซิโก พลิปปินส์ เป็นต้น

ง. ประเทศที่แพ้การเลือกตั้ง ประเทศแบบนี้มักมีพรรคร่วมเดียวที่แข็งมาก อยู่กันนานๆ เพราะมีการพยายามล้มล้างพรรคร่วมเมืองอื่นๆ ไม่ให้เกิดขึ้น มีการปฏิวัติบอยโดยใช้กำลังทหารในด้านธุรกิจหรือด้านอื่นๆ ใจจะไม่ใช้การแข่งขันอย่างยุติธรรม ร้ายไปกว่านั้นการแข่งขันแบบเสรีก็จะผลอยู่ก็ห้ามเสียด้วยซ้ำ เช่น รัสเซีย ฟาร์ เป็นต้น

### 3. ศึกษาถึงความมั่นคงของรัฐบาล

จากปรัชญาและนโยบายของพรรคร่วมที่ได้รับเลือกเป็นรัฐบาลปกคลุมประเทศ รวมทั้งพรรคร่วมเมืองอื่นๆ ด้วย

นักธุรกิจข้ามชาติ จะต้องรู้จักรัฐบาลของประเทศที่ตนเข้าไปทำธุรกิจอยู่อย่างแน่ชัด จึงต้องศึกษาปรัชญาและทัศนคติของพรรคร่วมๆ ไว้ เพราะถ้ามีการเปลี่ยนแปลงก็จะได้รับนโยบายของผู้ที่จะเข้ามารับรัฐบาลแทน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจข้ามชาติเป็นอย่างมาก เช่น อิตาลี มีหลายพรรคร่วมเมือง แม้รัฐบาลอิตาลี ซึ่งพรรคร่วม Christian Democratic Party ถือครองอยู่ แต่พรรครัฐมนิยม (Socialist Party) ก็มีอิทธิพลหลักดันให้รัฐบาลยืดอุตสาหกรรม ผลิต กระแสไฟฟ้า ทั้งหมดเป็นของรัฐได้ เป็นต้น

นโยบายของแต่ละประเทศ ก็มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีการเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยๆ เพราะการเปลี่ยนแปลงจะค่อยเป็นค่อยไป ดังนั้น ถ้าหากธุรกิจข้ามชาติเตรียมตัวไว้ก่อนก็จะได้ประโยชน์มากกว่า

### ความไม่แน่นอนของนโยบาย เป็นผลมาจากการ 3 ประการ คือ

ก. การเปลี่ยนรูปแบบของรัฐบาล

ข. การเปลี่ยนผู้รัฐการเมืองให้มาดำรงตำแหน่งหัวหน้ารัฐบาลใหม่

ค. ความรู้สึกในลักษณะนิยมที่สูงขึ้นโดยฉบับลับ คือ เกิดความรักชาติอย่างรุนแรง ทำให้มองเห็นความไม่เป็นธรรมเกิดขึ้น เช่น นักศึกษาของมหาวิทยาลัย เดินขบวนไปขอความช่วยเหลือสถานทูตอเมริกา ในเรื่อง GSP เมื่อเร็วๆ นี้

### 4. การเสี่ยงภัยในการลงทุนข้ามประเทศ

มีบริการบางประเภทที่เป็นที่นิยมยินยอมให้ทำได้ เช่น บริการห้องเที่ยว บริการโรงแรม เป็นต้น แต่ก็มีบริการบางประเภทที่ไม่มีการยอมรับจากเจ้าของบ้าน จึงต้องป้องกันหรือทำการด้านการแข่งขันเพื่อให้กิจการล้มไป หรือกีดกันไม่ให้เข้า เช่น ญี่ปุ่นก่อรัฐประหาร เดินขบวนประท้วง หรือตั้งกฎระเบียบให้เข้มงวดขึ้น ใช้วิธีควบคุมราคา ตลอดจนยึดทรัพย์

#### ก. วิธีการกีดกัน มีหลายอย่าง เช่น

1. การควบคุมอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange Control) โดยฝ่ายที่เป็นเจ้าของประเทศอาจจะลดค่าเงินในการแลกเปลี่ยน จนทำให้ได้เงินของประเทศนั้นน้อยลง หรืออาจจำกัดจำนวนдолลาร์ที่จะนำออกนอกประเทศ โดยอ้างว่าประเทศต้องการเงินдолลาร์อเมริกันไว้เป็นทุนสำรอง เป็นการป้องกันไม่ให้เงินไหลออกไปนอกประเทศ

2. จำกัดจำนวนในการนำเข้า (Import Restriction) ของวัตถุดิบ เครื่องจักรและอื่นๆ วิธีนี้อาจเกิดปัญหา ถ้าประเทศไทยยังไม่มีวัตถุดิบพอเพียงหรือเครื่องจักรยังไม่มีสมรรถภาพที่ใช้ได้ดี ตลอดจนขาดทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้

3. ควบคุมราคา (Price Control) ปกติแล้วรัฐบาลมักจะควบคุมราคาสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ ได้แก่ยาสูบ น้ำมัน ยางรถ อาหารการกิน เพื่อให้ราคากลางและควบคุมที่ต่อเมื่อกำลังประสบปัญหาเงินเฟ้อ (Inflation) แต่ถ้ายังคงควบคุมอยู่ เมื่อภาวะค่าทางฯ ดังกล่าวผ่านพ้นไปแล้ว สินค้านั้นๆ ก็จะขาดแคลนได้

4. ควบคุมภาษีอากร (Tax Controls) การขั้นราชากำภาษีบ่อยๆ สำหรับบริษัท จำหน่ายน้ำมันจากต่างประเทศ และบางครั้งยังควบคุมราค้าด้วย เป็นตัวอย่างอันหนึ่ง ซึ่งนับว่า เป็นที่เกรงกลัวต่อบริษัทน้ำมันจากต่างประเทศที่เข้าไปจำหน่ายน้ำมันในประเทศไทยอยพัฒนาทั้งหลาย เป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างอื่น เช่น เรียกภาษีสูงเพื่อป้องกันการนำสินค้าฟุ่มเฟือยเข้าประเทศไทย

5. ป้อมทางแรงงาน นโยบายประเทศไทยสหภาพแรงงาน ซึ่งมีอำนาจในการต่อรอง เช่น การนัดหยุดงานของกรรมกรที่โภแลนด์ เพื่อขอขึ้นเงินค่าจ้าง สวัสดิการต่างๆ อันจะนำไปสู่ผลกำไรให้หน่วยลงของบริษัทหรือฝ่ายที่เข้าไปทำธุรกิจข้ามชาติ เช่น เม็กซิโก ห้ามเจ้าของบริษัท ปลูกองุกออกจากการ หรือประเทศไทยที่ต้องการให้คนในประเทศไทยมีงานทำ ก็ห้ามออกวีซ่าให้กับช่างเทคนิคที่มาจากการต่างประเทศ เป็นต้น

#### ๔. วิธีการยึดทรัพย์

เมื่อได้เกิดปฏิวัติเกิดสังคมนิยม หรือภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยเจ้าภาพ อยู่ในภาวะคับขันจนมีการจลาจล ต่อต้าน ขับไล่รัฐบาล ก็จะมีอีกกลุ่มนึงเข้ามายักไข่ กลุ่มนี้จะพูดถึงธุรกิจต่างชาติเป็นตัวทำลายเศรษฐกิจของประเทศไทย จึงเข้ายึดทรัพย์หรือธุรกิจของบริษัทต่างชาติ ซึ่งธุรกิจนี้ก็จะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ได้แก่ ธุรกิจสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ฯลฯ อุตสาหกรรมน้ำมัน อุตสาหกรรมเหมืองแร่ การธนาคารและสถาบันการเงินและทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ

การยึดทรัพย์นี้ เคยทำให้ธุรกิจข้ามชาติเกรงกลัวกันมาก และคิดระวังไว้จนเกิดความไม่สงบสันติสุนใจทำธุรกิจนี้ฯ ได้ แต่ปัจจุบันความคิดด้านการยึดทรัพย์สินของประเทศไทยอ่อนนิ่งอยลงด้วยเหตุ 3 ประการ คือ

1. ประเทศไทยขึ้นเริ่มมองเห็นว่า ธุรกิจเหล่านี้มักเป็นเส้นเลือดใหญ่ของประเทศไทย แม้เจ้าของจะเป็นนักธุรกิจต่างประเทศก็ตาม เมื่อยึดมาแล้วก็บริหารหรือดำเนินงานต่อไปให้ดีหรือมีกำไรมีได้ บางธุรกิจล้มลงไปก็มี จึงเริ่มตรุหนักว่าการลงทุนจากต่างชาติบางประเทศเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้น

2. ประเทศไทยถูกยึดทรัพย์สินหรือธุรกิจดังกล่าวไม่พอใจ จึงคื้อต้าน โดยไม่ทำ การค้าชายแดน หรือบีบคั้นทางการเมือง เพื่อจะหาทางเอาทรัพย์สินและธุรกิจที่ยึดไปนกลับคืน

มา ทำให้ประเทศเจ้าของบ้านได้รับความกดดันทางเศรษฐกิจ

3. ทำตัวเป็นมิตร ขณะที่ทำธุรกิจอยู่ในประเทศเจ้าของบ้าน เช่น ยอมให้คนท้องถินซื้อหุ้นของบริษัท ว่าจ้างคนท้องถินทำงาน และอาจจะให้โอกาสได้รับตำแหน่งสูงในบริษัท เช่นเดียวกับคนชาติตนและยังแบ่งส่วนของกำไรให้กับองค์การทางด้านลังค์ต่างๆ ในประเทศนั้น เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น

ปัจจุบัน รัฐบาลของประเทศไทย ตระหนักถึงความสำคัญในการเข้ามาลงทุนของคนต่างด้าว เพราะเป็นการทำให้ประเทศไทยมีศินค้าและบริการที่จำเป็นไว้ใช้อย่างพอเพียง โดยเฉพาะประเทศไทยไม่มีศินจะทำการเกษตรเพียงพอ ก็อาจจะต้องพึ่งพาประเทศที่ปลูกพืชเกษตรหรือประเทศที่ไม่มีน้ำมันใช้ก็อาจต้องง้อประเทศไทยที่มีน้ำมันเข้ามาทำธุรกิจ เพื่อให้มีน้ำมันใช้ภายในประเทศไทยของตน จึงไม่จำต้องต่อต้าน เพราะผลประโยชน์ที่ได้รับมีมากกว่าผลเสียที่จะเกิดหรือกลัวว่าจะเกิดเสียอีก เพียงแต่ว่าให้มีการควบคุมตรวจสอบอย่างเหมาะสมเท่านั้น

### สาเหตุของการขยายบริการระหว่างประเทศ

จากภูมิหลังของสหรัฐอเมริกาในด้านการค้าบริการนี้ ทำให้ทราบว่าการขยายอุดสาหกรรมการบริการออกม้าช้างนอกประเทศของตนนั้น ทำได้ 5 วิธี คือ

1. มีการแยกสาขาเข้าไปตั้งอยู่ในประเทศนั้นๆ เพราะมีลูกค้าในประเทศของตนไปทำการค้าระหว่างประเทศอยู่ จึงขยายสาขาตามไป จะเห็นว่าบริษัทลูกค้าเป็นตัวนำ หรือสาเหตุที่ทำให้ต้องขยายสาขาเข้าไป เท่ากับบริษัทลูกค้า ทำตนเป็นผู้บุกเบิกช่องทางการส่งบริการออกไปขายให้ แต่ก็มิใช่ว่าทำเฉพาะลูกค้าในประเทศไทยเท่านั้น ลูกค้าซึ่งเป็นคนไทยในประเทศที่สาขาไม่ตั้งอยู่จะต้องมาร่วมมือ หรือซื้อบริการด้วย เนื่องด้วยจากสาขางานธนาคารต่างๆ หรือบริษัทอเมริกันเอกซเพรส แรกเริ่มดำเนินงานด้วยการเข้าไปให้บริการแก่ทหารอเมริกันในค่ายทหารก่อน ต่อมาจึงขยายมาให้บริการแก่คนห้องถินด้วย ต่อมาก็ขยายสาขาออกไปนอกแคมป์มากกว่า 100 สาขา เป็นต้น

2. ขยายเพื่อบริการงานด้านวิศวกรรมให้ศัลล์และหัวถึงมากขึ้น เช่น งานโทรเลข โทรศัพท์การถ่ายทอดดาวเทียม งานบริการซ่อม อะไหล่ การก่อสร้างถนน สะพาน เป็นต้น

โดยอาจจะไปตั้งบริษัทสาขาอยู่ในประเทศนั้น ๆ หรือประเมินลงานก่อสร้าง งานโทรคมนาคม แต่บางครั้งก็ไม่จำเป็นต้องเปิดบริษัทสาขาเพียงแต่ใช้ตัวแทนของบริษัทห้องถินดำเนินงานให้ได้ โดยมีการแบ่งผลประโยชน์ตามอัตราที่ตกลงกัน

### 3. ขยายเพราะราคาในค่างประเทศสูงกว่าภายในประเทศ

4. ขยายเพื่อหวังที่จะได้ส่วนแบ่งของตลาด (Market Share) ที่สูงขึ้น เพราะได้ลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากลูกค้าในประเทศของตน ทำให้สินค้าที่ผลิตขายได้มากเป็นที่รู้จัก กว้างขวาง

5. เพื่อจะสร้างค่านิยม (Goodwill) ให้คืน บางครั้งยังสามารถเป็นทุตสั่นคลื่นไม่ตรึงใจในประเทศตั้งกล่าว เท่ากับทำงานช่วยสถานทูตได้เป็นอย่างดี

## การขยายธุรกิจการผ่านตัวแทนในต่างประเทศ

### การขยายผ่านตัวแทนในต่างประเทศ มีอยู่ 6 อย่าง คือ

1. เลือกบริษัทของคนห้องถินเป็นนายหน้า (Agent) ทำหน้าที่ติดต่อหาลูกค้าในนามของบริษัทใหญ่

ก. ทำสัญญาตกลงกับตัวแทนในห้องถิน ว่าจะเข้ามาประกอบธุรกิจอะไร โดยการให้ค่าธรรมเนียม (Commission) แต่ไม่ต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งบริการ การเก็บรักษาบริการและการชำระค่าบริการ

ข. ให้ลูกค้าของตนในประเทศนั้น ๆ ตั้งบริษัทขึ้น และบริษัทแม่หรือสำนักงานใหญ่จะให้คำปรึกษาแนะนำต่าง ๆ รวมทั้งการโฆษณา

ค. มีการยินยอมให้บริษัทด้วย หรือบริษัทลูกค้ามีสิทธิเป็นตัวแทนของบริษัทนั้น ๆ ด้วย แม้จะเป็นบริษัทคู่แข่งขันของตนก็ตาม

2. ตั้งบริษัทด้วยนำมาย (Distribution) บริษัทนี้เป็นผู้ที่สั่งบริการจากผู้ส่งออกหรือสำนักงานใหญ่มาเก็บรักษาไว้ แล้วขยายบริการนั้นต่อให้กับลูกค้าเพื่อหากำไรอีกต่อหนึ่ง โดยต้องรับผิดชอบในการจัดจำหน่ายเอง การเก็บรักษา การส่ง และชำระค่าบริการเองทั้งหมด

ในทางปฏิบัติแล้ว ผู้ส่งออกจะเลือกนายหน้า หรือตัวแทนจำหน่ายย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตและบริการ สำหรับตัวแทนแม้ว่าจะรับผิดชอบดูแลการจำหน่าย และการเรียกเก็บเงินก็ตาม แต่ตัวแทนจำหน่ายก็จะบอกค่าใช้จ่ายสูงกว่านายหน้า

สำหรับธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งเริ่มต้นเป็นผู้ส่งออก จะพบกับความลำบากที่จะหาตัวแทนจำหน่าย เพราะคุณภาพ และชื่อเสียงยังไม่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป แต่การตั้งนายหน้านั้น ก็พึงต้องระวังอย่างมากอย่าปล่อยมือให้ นายหน้าทำหน้าที่ เป็นผู้หลอกค้าให้อย่างเดียว เพราะนายหน้าผู้นั้นอาจจะเป็นนายหน้าให้หลาย ๆ บริการก็ได้ ดังนั้น จะต้องอยู่ติดตามดูแลการจำหน่ายหน้าที่นายหน้าให้ใกล้ชิด พร้อมทั้งกระตุ้นให้เขามีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น ถึงอย่างไรก็ตามการจะพิจารณาเลือกตัวแทนหรือนายหน้า ควรจะได้ปรึกษา และขอคำแนะนำจากศูนย์บริการส่งออกหรือหุ้น-partner ไทยที่ประเทศลูกค้าเป้าหมาย เสียก่อน

อนึ่ง ถ้ามีโอกาสไปเยี่ยมตลาดหรืองานแสดงสินค้า จะต้องเตรียมตัวในการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้า เช่น กำลังการผลิต ระยะเวลาในการส่งมอบ เส้นทาง และอัตราในการขนส่งบริการ วิธีการชำระค่าบริการและให้ส่วนลด ถ้าชำระล่วงหน้าหรือเงินสด และบริการที่ให้มากับสินค้า เพราะการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกนั้นเป็นการเสี่ยง เพราะผู้ซื้อยังไม่รู้จักความมั่นคง และชื่อสักย์ของเรา จึงต้องทำให้ผู้ซื้อเกิดประทับใจและเชื่อถือก่อน

3. ตั้งบริษัทซึ่งเดียวกันในประเทศไทย โดยการเข้าร่วมกับงานสัมมูลค่า และงบประมาณไปจากบริษัทสำนักงานใหญ่ วิธีนี้ต้องใช้เงินมาก

4. เข้าไปซื้อสิทธิ์ของบริษัทที่ทำงานอย่างเดียวกันในห้องถินมาเป็นสาขาของตน

5. ตั้งบริษัทคู่แทนใหญ่ร่วมกันทำงาน อาจบริษัทเดียวหรือหลายบริษัทก็ได้แบบ JOINT VENTURE และร่วมกันแบ่งผลประโยชน์ที่จะพึงได้ เริ่มตั้งแต่ร่วมซื้อหุ้นกับคนในห้องถิน ซึ่งรู้ความสามารถจะกำหนดส่วนแบ่งหุ้นให้ ว่าจะต้องมีคนห้องถินกี่เปอร์เซ็นต์ ร่วมกันทำงานใช้ความรู้ทางเทคนิค ตลอดจนค้นหาวัสดุดีที่มีอยู่ในสองประเทศ หรือประเทศไทย อีกในราคาน้ำหนึ่งจะเป็นผลในการลดต้นทุนการผลิต และเกิดประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองหรือสามบริษัทแล้วแต่กรณีไป

การโฆษณาร่วมกัน จะช่วยให้คนในห้องถังได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ผลิตในอเมริกา เช่น บริษัทโคลาโคเล่า หรือเบปปีโคล่า คำโฆษณาจะมีห้องภาษาอเมริกัน และภาษาห้องถัง ถ้ามีสาขาอยู่หลายประเทศ ก็จะมีภาษาหลายภาษา มีทำข้อความให้สหราชอาณาจักรซึ่งเป็นเจ้าของผู้ขายบริการ เป็นต้นที่รู้จักดีในต่างประเทศ

6. สำนักงานใหญ่ขายลิขสิทธิ์ ยี่ห้อ หรือชื่อบริษัท (Franchising) เช่น ร้านแมคโดนัลด์ เคนหากี้ โรงแรมฮิลตัน เชอร์ตัน เป็นต้น ในอดีตนั้น บริษัทจำนวนมากไม่เคยคิดว่าจะสามารถขายลิขสิทธิ์ไปยังประเทศต่างๆ ได้ เพราะเกรงว่าเป็นการยากที่จะต้องครอบครัวจตุรากาศให้มารถฐานคงที่อย่างเดียว กับบริษัทแม่ และหากต่อการให้การอบรมปฏิบัติงานแก่บุคลากรต่างๆ แต่ในปัจจุบันนี้ปรากฏว่า กลับเป็นสิ่งง่ายและทำการขยายลิขสิทธิ์กันเป็นจำนวนมาก เช่นพายแชนเบอร์เกอร์ของแมคโดนัลด์ นี้ ก็อบทุกเมืองใหญ่ๆ ในประเทศไทยต่างๆ ทั่วโลก โดยมีการประกาศโฆษณาว่า เนื้อที่ทำแชนเบอร์เกอร์นั้นมาจากวัวพันธุ์ในอเมริกา เป็นต้น

และยังมีตัวอย่างอีกจากบริษัท MUZAK ซึ่งตั้งแผนกต่างประเทศขึ้น เพื่อขยายเครือข่ายเสียงตามสายที่จะต่อเข้าไปตามสำนักงาน ภัตตาคาร และโรงงาน ในตลาดต่างประเทศด้วยวิธีขายลิขสิทธิ์กับบริษัทตัวแทน (Dealer) และเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือน ปัจจุบันมีตัวแทนอยู่ในประเทศไทย อังกฤษ แคนาดา อาร์เจนตินา เบลเยียม บรัสเซล ออสเตรเลีย เม็กซิโก โคลัมเบีย เปรู พินแลนด์ และฟิลิปปินส์

ตัวอย่างอีกอันหนึ่งของการขยายลิขสิทธิ์ คือ กิจกรรมเช่า คือ บริษัท HERTZ AMERICAN EXPRESS INTERNATIONAL Ltd. ปัจจุบันได้ดำเนินธุรกิจในเมืองต่างๆ มากกว่า 400 เมือง ของ 58 ประเทศ

การเลือกวิธีขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศ สรุบได้ว่า มีแนวทางอยู่ 6 วิธี ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งควรต้องพิจารณาว่าวิธีใดจะเหมาะสมที่สุด

## การรวมกิจการ

ปัจจุบัน มีวิธีการขยายกิจการที่นักธุรกิจภายในประเทศไทยคำนึงถึง เพื่อทำให้เกิดรายได้ขามชาติ คือ การรวมกิจการค้าห้ามลักษณะกันเข้าด้วยกัน การรวมกิจการมีหลาย

ประเภท ยังไม่มีคำโดยเฉพาะในภาษาไทย จึงควรศึกษาวิธีรวมกิจการ 4 ประเภทตามความหมายในภาษาอังกฤษ ดังนี้

1. **Merger** คือ การที่สองบริษัทกลุ้งกันว่าจะรวมกิจการเข้าด้วยกัน เป็นการรวมธุรกิจที่ทุกฝ่าย คือผู้管บริหาร (Management) และผู้ถือหุ้น (Shareholders) ของทั้งสองบริษัทเห็นด้วย อาจไม่เห็นด้วยทั้งหมด 100% แค่ 51% หรือ 90% ก็สามารถรวมกิจการกันได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับกฎหมายและเงื่อนไขที่ระบุในหนังสือปริญัติ (M&A Agreement)

บริษัท A + บริษัท B = บริษัท A หรือ B

บริษัท A + บริษัท B = บริษัทใหม่ คือ C

บริษัทในเครือ A + บริษัท B = บริษัทในเครือ A

ฯลฯ เป็นต้น

2. **Acquisition of Assets** เป็นการรวมโดยขึ้นสินทรัพย์บางส่วน เช่น บริษัท A ขึ้นสินทรัพย์บางส่วนจากบริษัท B

3. **Acquisition of Stocks** คือ การรวมบริษัทโดยการขึ้นหุ้น ปรากฏว่ามีหุ้นของหลายกิจการที่มีทุนจดทะเบียนยังไม่มาก และเป็นกิจการที่ดี หรือเป็นกิจการประเภทใดๆ ขาด หรือกิจการที่จะต้องได้รับอนุญาตจากการของรัฐบาล มักจะได้รับความสนใจของบริษัทใหญ่ๆ ในต่างประเทศที่จะเข้ามาร่วมกิจการหรือยึดครอง (Take over) โดยใช้วิธีการเข้ามาขึ้นหุ้นในราคากูกในตลาดหุ้นที่ยังเล็กมาก เช่นตลาดหุ้นไทย เป็นต้น

นอกจากนี้ บางแห่งยังเป็นไปในรูปของการเก็บกำไรหุ้นที่จะสูงขึ้น โดยจะรอข้อในระยะที่หุ้นนั้นกำลังคงคืบถึงขีดสุด เพราะมันได้ใช้ศักยภาพทางด้านบริการหรือทรัพยากรบุคคลอย่างเต็มที่ การที่มีผู้ยอมขึ้นหุ้น เพราะเล็งเห็นการณ์ใกล้ๆ ถ้าได้รับการปรับปรุงบ้างก็จะสามารถพื้นตัวและราคาหุ้นก็จะสูงขึ้นได้

วิธีนี้กล่าวโดยสรุป คือ การข้อมูลจะครอบคลุมกิจการและการบริหารอาจขึ้นโดย

3.1 **Tender offer** ประกาศผ่านสื่อต่างๆ รับข้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นโดยทั่วไป มีการกำหนดราคาหุ้น จำนวน และระยะเวลา

3.2 **Open Market Purchase** คือ การซื้อหุ้นในตลาดหุ้น โดยเลือกซื้อเฉพาะหุ้นของบริษัทตน ๆ

3.3 **Negotiated Purchase** คือ การซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เช่น กรณีสูง จันทร์ศรีชวาลา ซื้อหุ้นธนาคารแมล摸หอง เป็นต้น

4. **Hostile Take Over** วิธีการนี้รวมบริษัทโดยที่ผู้บริหารไม่เห็นด้วย จึงต้องต่อสู้กันระหว่างบริษัทที่จะเข้าไป Take Over

การที่งานบริการได้ขยายตัวทางด้านรวมตัวสูงในปัจจุบัน เนื่องจากเศรษฐกิจมีการขยายตัวสูง การลงทุนมาก ทำให้เกิดสภาพคล่องภายในประเทศ

### เทคนิคการป้องกันถูก Take Over

บริษัทที่มีแนวโน้มว่าจะถูกบริษัทอื่นครอบกิจการ จะมีวิธีป้องกันตัวเองได้หลายวิธี คือ

- **Cyanide Capsule** คือ การที่บริษัทจะต้องรับป้องกันโดยไปยึม ภัยเงินจากสถาบันการเงินมาลงทุน ก็จะทำให้บริษัทที่จะมาครอบกิจการต้องคิดหนัก และที่สำคัญคือต้องไปรับอาหนี้สินของเขามาด้วย

- **Safe Harbour** คือ รับป้องกันโดยไปข้อกิจการที่บริษัทจะเข้ามาครอบกิจการไม่ชอบ จึงไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวด้วย

- **Shark Repellent** คือ การปรับตัวทางด้านกฎหมาย ทำให้การเข้ามาครอบกิจการเป็นไปได้ยาก เช่น กำหนด Super Majority ให้สูงเข้าไว้ในตอนจดหนังสือบริษัทสนธิ หรือถ้าเป็นในต่างประเทศก็จะเลือกไปตั้งบริษัทที่อยู่ในรัฐที่กำหนด Super Majority ไว้สูง

- **Sweet Heart Deal** คือ การขยายกิจการของบริษัทในส่วนที่ทำเงินได้สูงให้กับบริษัทอื่น

ปัจจุบันธุรกิจยักษ์ใหญ่หลายแขนงสาขา ต่างพากันเริ่มหรือขยายแผนการแบ่งหุ้นส่วนของบริษัทให้กับพนักงาน (Employee Stock Ownership Plans... "ESOPs")

ส่วนหนึ่งก็เพื่อเป็นการให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่พนักงานอีกรูปแบบหนึ่ง แต่เหตุผลที่สำคัญไม่แพ้กัน ก็คือ วิธีการดังกล่าวเป็นแผนการขั้นเบบยลที่จะบังคับคนของจากการถูกเทคโนโลยี อย่างที่บริษัทโพลารอยด์ยอมแบ่งหุ้นของบริษัท 14% ให้กับพนักงานของตน เพื่อสกัดกั้นการที่บริษัทแข่งรือกไฮลิติงส์ พยายามเข้าเทคโอลลารอยด์ เมื่อปี 1988 ตัวอย่างธุรกิจที่เริ่มแผนการแบ่งหุ้นส่วนของบริษัทให้กับพนักงาน

บริษัท	เบอร์เซ็นต์ของหุ้นที่แบ่งให้
อันเชาเชอร์บูช	4
เจเนรัลมิลล์	2
ไอทีที	8
ล็อกซีต	18
แมคโถนล็ด	3
พีจี อินดัสตรีส์	14
พรอดเตอร์แอนด์เกเบิล	21
เควากे�อร์ โวทล์	3

## ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise)

"แฟรนไชส์" เป็นชื่อคลงที่จะประกอบธุรกิจ โดยใช้ภาพพจน์ของธุรกิจซึ่งจัดตั้งอยู่แล้ว และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดี ผู้ขายแฟรนไชส์ (Franchise) จะเป็นผู้ขายรูปแบบในการทำธุรกิจนั้น ๆ ตลอดจนถึงวิธีการหรือสไตร์ในการดำเนินงานให้กับผู้ซื้อแฟรนไชส์ Franchise หรือผู้ร่วมลงทุน ที่คลงจะรักษามาตรฐาน สไตล์ และระบบการดำเนินงานให้เหมือนกับกิจการต้นแบบ

ผู้ขายแฟรนไชส์ จะขายสูตรสำเร็จในการทำธุรกิจนี้ให้กับผู้ซื้อชื่อ และจะให้การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมพนักงาน การให้คำแนะนำและงานโฆษณา โดยผู้ซื้อแฟรนไชส์จะได้สูตรสำเร็จในการทำธุรกิจที่มีความเสี่ยงน้อยลงกว่าที่จะเริ่มกิจกรรมตามลำพังโดยไม่มีผู้ช่วยเหลือ หรือให้คำแนะนำ



แมคโดนัลด์  
อร่อยสุด อร่อยสุด

**Good Times,  
Great Taste.**

ในสหรัฐอเมริกา มีกิจกรรมประเพณีไซส์กว่า 4,000 แห่ง ทำรายได้ให้กับบรรดาผู้ขายเฟรนไชส์เหล่านี้ถึง 650,000 ล้านдолลาร์ต่อปี ขณะที่ผู้ขายเฟรนไชส์ในอังกฤษ มีอยู่ราว 400 ราย ทำรายได้สูงถึง 3,500 ล้านдолลาร์ต่อปี และจำนวนผู้ขายเฟรนไชส์ในยุโรปต่อวันตกก็สูงถึงประมาณ 2,200 ราย

การจะประสบความสำเร็จในธุรกิจเฟรนไชส์ได้นั้น จะต้องมีการฝึกอบรมในแต่ละชั้นตอนให้ตรงกับลักษณะของบริษัทต้นแบบมากที่สุด แต่สิ่งที่ควรระวังก็คือ ความแตกต่างในเรื่องของกฎหมายและวัฒนธรรมของห้องถินแต่ละแห่ง อย่างความกฎหมายของสหรัฐฯ ผู้ทำธุรกิจเฟรนไชส์จะถูกตรวจสอบในเรื่องผลประกอบการอย่างละเอียดถี่ถ้วน ส่วนอิตาลีจะมีระบบควบคุมธุรกิจเฟรนไชส์ที่เข้มงวด เป็นต้น

นอกจากหักห้ามความชำนาญและประสบการณ์ที่จะต้องเหมาะสมกับธุรกิjinนั้นๆ แล้ว หักผู้ขายเฟรนไชส์และผู้ซื้อเฟรนไชส์จะต้องตัดความเป็นอิสระส่วนตัวออกไปด้วย พร้อมกับหันหน้าเข้าหากันเพื่อสื่อสารกันอย่างเปิดกว้างในการที่จะพัฒนาธุรกิจเฟรนไชส์นั้นให้เติบโตด้วยดี โดยเฉพาะในส่วนของผู้ซื้อเฟรนไชส์ จะต้องหาเลี้นเบ่งระหว่างความเป็นอิสระส่วนตัวหรือการเป็นเจ้าของกิจการของคนเอง กับส่วนที่จะต้องขึ้นต่อบริษัทแม่หรือผู้ขายเฟรนไชส์ให้ได้ เพื่อป้องกันการซัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในภายหลัง

### ตัวอย่างการทำธุรกิจเฟรนไชส์ในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยนี้ มีวิธีที่เอกชนเข้าเป็นผู้ซื้อเฟรนไชส์หลายกิจการ จากบริษัทมัคช์ใหญ่ในสหรัฐอเมริกา เช่น แมคโดนัล์ เคนทักกี้ ดันกินโคนัท ฯลฯ และอีกมาก และก็มีการทำรูปแบบขยายธุรกิจเฟรนไชส์ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อในประเทศไทย ตัวอย่าง คือ บริษัท ยูเอฟเอ็ม ใช้เฟรนไชส์เบเกอรี่ เอ็กซ์เพรส เป็นหัวหอกขยายสาขาสู่ต่างจังหวัด

เมื่อปี 2504 ยูเอฟเอ็ม หรือบริษัทญี่ปุ่นเต็็มพลาวมิล์ จำกัด ได้ดำเนินกิจการ ทำเงินจากการผลิตและจำหน่ายเบิงสาลี ภายใต้การส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล เพื่อทดสอบการนำเข้าเบิงสาลีจากต่างประเทศ ทั้งๆ ที่เบิงสาลีไม่ใช่อาหารหลักของคนไทย การดำเนินธุรกิจนี้จึงนับว่าท้าทายและค่อนข้างเสี่ยง แต่หลังจากก่อสร้างโรงงานเสร็จเมื่อ 2507 ยูเอฟเอ็ม จึง

เริ่มผลิตแบงกอกสูตรลดา โดยมีกำลังผลิตในช่วงแรกวันละ 150 ตัน ต่อมาได้เพิ่มกำลังผลิตมาเป็นลำดับ นับตั้งแต่ปี 2520 เป็นต้นมา ยูเอฟเอ็มใช้กลยุทธ์คงโรงเรียนสอนทำขันมอบมาตรฐานเพื่อขยายตลาดแบงกอลีให้เกิดการบริโภคให้มากขึ้น โดยกำหนดให้โรงเรียนสอนทำขันมอบ ทำหน้าที่เผยแพร่ความรู้และคำแนะนำในการทำขันให้ถูกต้องและแบบหนึ่งจากการสอนปกติ เช่น การพิมพ์ตำราทำขันมอบ การสาธิตการทำขันมอบทางโทรทัศน์ และการสาธิตการทำขันมอบนอกสถานที่ทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด จนกระทั่งกำลังการผลิตแบงกอลีเพิ่มขึ้นจาก 150 ตันต่อวันเป็น 250 ตันต่อวัน และปัจจุบันมีกำลังการผลิตเกือบ 500 ตันต่อวัน

ในปี 2523 ยูเอฟเอ็มได้ดำเนินการขยายสาขาโรงเรียนจากกรุงเทพฯไปยังภาคเหนือ เปิดเป็นศูนย์ฝึกทำเบเกอรี่และศูนย์รวมขนมอบ และเพื่อดำเนินธุรกิจแบงกอลีขยายตัวมากขึ้น ปี 2528 จึงก่อตั้งเป็นบริษัทยูเอฟเอ็ม พีค เชน เทอร์ จำกัด เพื่อขยายฐานให้มากครอบคลุมด้านอาหารเพิ่มขึ้นอีกเป็นอย่างมาก ที่มีหน้าที่ส่งเสริมการขายแบงกอลีให้แก่ร้านแม่ย่าง มีประสิทธิภาพ

ทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด ได้วางจุดขายกว่า 20 จุด คือ นำเข้ารูปแบบขยายธุรกิจระบบแฟรนไชส์มาใช้กับยูเอฟเอ็ม หลักการของแฟรนไชส์เบเกอรี่เช้าส์ เป็นการปรับระบบให้เข้ากับลักษณะของสินค้าและตลาด โดยสามารถแบ่งขายได้เป็น 2 ส่วน คือ ผู้ร่วมทุนในกรุงเทพฯเป็นผู้ห้ามขายเอง และเสียลิขสิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจเบเกอรี่ภายใต้ชื่อยูไนเต็ดพลาสมิลล์ ผู้ดูแล เชน เทอร์ จำกัด จะเป็นผู้จัดส่งขนมอบชนิดต่างๆ ด้วยคุณภาพและมาตรฐานเดียวกันให้ทุกวันในอัตราลดพิเศษ และพร้อมที่จะรับคืน ถ้าจำหน่ายไม่หมด

ส่วนแฟรนไชส์ในต่างจังหวัด มีหลักการเหมือนแฟรนไชส์ในกรุงเทพฯ เกือบทุกขั้นตอนยกเว้นส่วนแตกต่างคือ ยูเอฟเอ็มจะจัดส่งแบงกอลีรูปสูตรเดียวแก่พ่อครัวผู้จัดการ ผลิตให้ นอกจากราคา ยังจัดส่งถุงและกล่องบรรจุเบเกอรี่ให้ใช้ตลอดเวลาสัญญา ฝึกพนักงานขาย และให้เครดิตการชำระเงินเป็นระยะเวลา 30 วัน

หลักการขยายธุรกิจระบบแฟรนไชส์ของบริษัทยูไนเต็ดพลาสมิลล์ จำกัด จึงเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในต่างจังหวัด ที่ประสงค์จะลงทุนด้วยต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก และสามารถมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของตลาดในทันที ตั้งแต่เริ่มต้น เนื่องจากการอาศัยชื่อเสียงของผู้ขายสิทธิ์เป็นทางลัดสู่การประกอบการที่มั่นคง

จากกลยุทธ์การขยายตลาดเป็นสาลีของบริษัทในเด็พลา้มิลล์ จำกัด กำหนดเป็น

## 2 ขั้นตอน โดย

1. การตั้งโรงเรียนสอนทำখนมอบ เพื่อกรุงศรีฯ การบริโภคเป็นสาลีในตลาดให้สูงขึ้นแล้ว
2. ยังนำระบบแฟรนไชส์มาขยายธุรกิจเบเกอรี่ให้กว้างออกไป ซึ่งเป็นผลคือการบริหารต้นทุนบุคคล เป็นต้น และยังเป็นส่วนส่งเสริมการขยายตัววัดดีบ คือเป็นสาลี และเบเกอรี่ควบคู่กันไปอย่างได้ผล

นับว่าเป็นตัวอย่างการขยายธุรกิจที่ได้ผลในทศวรรษนี้

## คำแนะนำสำหรับผู้ขายและผู้ซื้อแฟรนไชส์

### ผู้ขายแฟรนไชส์

ผู้ประกอบการที่ต้องการขยายกิจการโดยการขายแฟรนไชส์ ควรพิจารณาให้รอบคอบ เลี่ยงก่อนว่า สินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถเข้าตลาดได้หรือไม่ ข้อเสียและภาพพจน์ของสินค้า หรือบริการนั้นสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้หรือเปล่า ตลอดรวมไปถึงโครงสร้างการบริหารและเงินทุนสำหรับการบริการกิจกรรมที่เพียงพอหรือไม่

### สิ่งที่จะทำในขั้นตอนแรก

1. ศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ของการประกอบกิจการ
2. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมายและการเงิน
3. ทำแผนโครงสร้างธุรกิจแฟรนไชส์ พร้อมกับทดสอบความเป็นไปได้ ค้นหาปัญหา และวิธีการแก้ไขเพื่อสร้างมาตรฐานขึ้นชุดหนึ่ง
4. ร่างสัญญาการขอซื้อแฟรนไชส์ กำหนดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ
5. เลือกผู้ซื้อซื้อแฟรนไชส์ที่มั่นใจได้ว่าจะปฏิบัติตามข้อตกลงที่วางไว้ในสัญญา
6. ก่อนจะขยายเครือข่ายออกไปยังประเทศต่าง ๆ ควรสำรวจวิจัยห้องถูนให้ดีเสียก่อน
7. เตรียมพร้อมสำหรับการสนับสนุนช่วยเหลือแก่ผู้ซื้อซื้อแฟรนไชส์ทั้งในด้านค้าแนะนำ ขั้นพละยสินค้า และการฝึกอบรมที่ทันสมัย

## **ปัญหาที่พึงระวัง**

- การประเมินการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการประกอบกิจการต่อไป การประเมินต้นทุนค่าใช้จ่ายต่อไป หรือจำนวนตอบแทนของการลงทุนผิดพลาด
- ผู้ขอเชื้อเพرنไชส์อาจปิดบังรายได้แท้จริง เพราะต้องการจ่ายค่าธรรมเนียมลดลงหรืออาจจะลดมาตรฐานของสินค้าลง
- การรักษาโครงสร้างการให้การสนับสนุนแก่ผู้ขอเชื้อเพرنไชส์อาจเป็นเรื่องที่ยากลำบาก

## **ผู้ขอเชื้อเพرنไชส์**

### **สิ่งที่พึงระวังทำคือ**

- พิจารณาให้ดีก่อนตัดสินใจเลือกธุรกิจเพرنไชส์ โดยศึกษาข้อมูลให้ละเอียด
- ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นให้ละเอียดเสียก่อนที่จะตัดสินใจประกอบธุรกิจเพرنไชส์
- หากข้อมูลเกี่ยวกับกิจการที่สนใจมากที่สุด อาจใช้วิธีเจรจา บริษัทกับผู้ขอเชื้อเพرنไชส์อยู่แล้ว
- ต้องแน่ใจเสียก่อนว่าธุรกิจนั้นจะไปได้สวยอย่างที่โฆษณาหรือแจ้งไว้ในเอกสารจริงๆ
- ระวังไว้เสมอว่า ธุรกิจเพرنไชส์ที่ประสบความสำเร็จแล้วเท่านั้นที่มีเชื่อถือได้ การลงทุนในกิจการประเภทใหม่ อาจจะดูเหมือนว่าจะประสบความสำเร็จได้แต่ที่จริงแล้วยังมีความเสี่ยงอยู่สูง
- ขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจเพرنไชส์ โดยเฉพาะข้อตกลงในสัญญา เช่น สิทธิในการขายหรือโอนกิจการให้ผู้อื่น ข้อกำหนดในการประกอบธุรกิจ และการให้ความร่วมมือเป็นส่วนตัว การสืบสุดสัญญา การยกเลิกหรือริเริ่มทำสัญญา และข้อกำหนดในการซื้อสินค้าและวัสดุต่างๆ
- ขอคำปรึกษาจากผู้จัดการแผนกเพرنไชส์ ซึ่งจะมีอยู่ตามธนาคารต่างๆ
  - ตกลงกันให้ชัดเจนแต่เริ่มแรกเกี่ยวกับการชำระค่าธรรมเนียม อาย่าโ้อ้วกว่าสถานะทางการเงินของคุณเป็นเยี่ยม แต่ให้แจ้งตรงต่อความเป็นจริง โดยเฉพาะในเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุน

9. คิดให้ถี่ว่าความชำนาญ และทักษะส่วนตัวของคุณเหมาะสมสมกับธุรกิจนี้หรือไม่
10. ตรวจสอบการฝึกอบรมพนักงานและสิงiliar ความสะอาดหรือการสนับสนุนประ-  
เกทใหม่ๆ ที่จะให้กับผู้ชื่อแฟรนไชส์
11. ศึกษาให้ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิ์ที่นัก เนื่องจากข้อตกลงในสัญญา และหาข้อบกพร่องใน  
การประกอบกิจการ

### **ปัญหาที่พึงระวังสำหรับผู้ชื่อแฟรนไชส์**

1. ผู้ชื่อแฟรนไชส์อาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากความล้มเหลวของธุรกิจนี้ ร่วมกับ  
ผู้ขายแฟรนไชส์ ซึ่งจะทำให้ผู้ชื่อแฟรนไชส์ต้องแบกรับภาระในด้านงานโฆษณา  
ชั้นพลาสติก้า และการสนับสนุนด้านอื่นเพิ่มขึ้น
2. ผู้ขายแฟรนไชส์อาจพยายามเร่งให้กิจการของตนเติบโตอย่างเร็วเกินไป และ  
อาจไม่ได้ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ชื่อแฟรนไชส์มากเพียงพอ
3. เมื่อผู้ชื่อแฟรนไชส์จะสามารถทำกำไรจากขอบเขตของกิจการนอกเหนือจากที่  
ตกลงในสัญญากับผู้ขายแฟรนไชส์ แต่บางครั้งบริษัทแม่เองอาจจะเป็นคู่แข่งกับผู้ชื่อ  
แฟรนไชส์เสียเองก็ได้ในบางเรื่อง

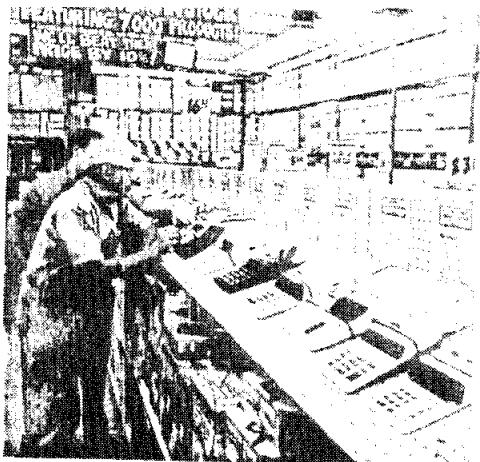
นอกจากนี้ ยังมีวิธีขยายงานอีกแบบหนึ่งโดยใช้เทคนิคการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ที่น่า  
จับตามองคือ การรวมตัวกันของธุรกิจขายปลีก เช่น มิจุดขายตรงที่เป็นโซน (Chain) ห้างหุ้น  
ขายเฉพาะสินค้าที่ใช้ในสำนักงาน ได้แก่ "สเตเบิล" "ออฟฟิศ ดีพอท" "ออฟฟิศคลับ" นับว่า  
เป็นห้างค้าปลีกอุปกรณ์ภายในสำนักงานชั้นนำของสหรัฐอเมริกา ที่สำคัญคือขายในราคายี่ห้อมาก  
ราคាត่ำกว่าปกติถึง 20% ถึง 75% และสามารถที่มีบัตรประจำตัวสินค้าได้ในราคากลางกว่าเดิมอีก  
อุปกรณ์สำนักงานเหล่านี้ได้แก่ คลิปติดกระดาษ ของจดหมาย กระดาษ ปากกา ฯลฯ  
สามารถอุปกรณ์สำนักงานแห่งชาติได้สำรวจว่า พนักงานในสำนักงานแต่ละคนใช้อุปกรณ์  
สำนักงานคิดเป็นตัวเงินถึงคนละ 500 ดอลลาร์ต่อปี ถ้าคุณจำนวนพนักงานในแต่ละสำนักงาน ก็  
จะเป็นเงินมากถายมหาศาล เคลื่อนลับที่ เช่นห้างหุ้นขาย คือ การเหมาชื่อสินค้าดังกล่าวจาก  
โรงงานผลิตโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และนำมาย้ายแก้ลูกค้าในราคากลาง เป็นพิเศษ ตาม  
เช่นของแต่ละห้าง บัจจุบัน "ออฟฟิศดีพอท" มีสาขา 39 แห่ง ออฟฟิศคลับมี 21 แห่ง และสเต  
เบิล มี 27 แห่ง

เฉพาะออฟฟิศคลับ มีสมาชิกอยู่ถึง 150,000 คน โดยเรียกเก็บค่าสมาชิก 10 ดอลลาร์สำหรับสมาชิกทั่วไป และ 50 ดอลลาร์สำหรับสมาชิกพิเศษ ขณะที่ "สเตเบล" สามารถทำยอดขายได้ถึง 150,000 ดอลลาร์ต่อสัปดาห์

ห้างเหล่านี้จะรวบรวมพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าต้องการสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษ เพื่อประโยชน์ในการสั่งซื้อสินค้าคราวต่อไป และการจัดจำหน่ายด้วย



เขต "สเตเบล" ในรัฐนิวเจอร์ซี



เขต "ออฟฟิต ติพอก" ในรัฐเท็กซัส

อย่างไรก็ได้ การขายสินค้าเฉพาะอย่างดังกล่าวข้างต้น ควรจะได้ทราบถึงวิธีการแข่งขันของร้านค้าปลีกที่ต้องแข่งขันไม่เฉพาะแต่ร้านค้าปลีกด้วยกันเท่านั้น แต่ยังต้องแข่งขันกับห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ด้วย

#### บริการร้านค้าปลีก

หมายถึง ร้านค้าปลีกรายย่อยทุกประเภทที่มีขนาดกลางหรือเล็ก ไม่ได้จำกัดเฉพาะร้านขายของชำทั่วไปตามความเข้าใจส่วนใหญ่ แต่จะรวมถึงร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างด้วย เช่น ร้านขายหนังสือ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป และร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ มีทัศนคติที่แตกต่างกันไปในเรื่องเกี่ยวกับลักษณะและคุณสมบัติของร้านค้าปลีก ที่สำคัญ คือ

1. การมีสินค้าทุกชนิดให้เลือก สินค้าบางชนิดมีแต่ในห้างนั้นก็และรูปร่างของสินค้า

ไม่สะดวกต่อการซื้อกลับ เช่น ข้าวสาร ถ่าน ไม้กวาด เป็นต้น การมีสินค้ามากชนิดก็เท่ากับเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น ซึ่งจะสามารถเลือกสินค้าได้หลายอย่างด้วย

2. ความสะอาดของร้านค้ารวมทั้งตัวสินค้า ผู้บริโภคจะชอบเข้าร้านค้าปลีกที่กว้างขวางไม่รกรุงรัง สะอาดในการมองหาสินค้าที่ต้องการเพิ่มเติมได้ง่าย ตัวสินค้าก็ต้องมองดูใหม่ใช้สินค้าเก่าหรือค้างสต็อก

3. การหาสินค้าง่าย การจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ แต่ละกลุ่มจะทำให้ขายง่าย รวมทั้งการจัดโชว์สินค้าให้เห็นได้ชัดเจน ถือเป็นการกระตุ้นการอยากรู้ใจได้ด้วย

4. ราคากูก ร้านค้าปลีกต้องอาศัยเทคนิคการขายเข้ามาช่วย เช่น สินค้านางชนิดที่ลดราคาไปบ้าง อาจลดพิเศษให้ลูกค้าประจําเพื่อให้ผู้บริโภค มีความรู้สึกว่าร้านค้าปลีกขายราคานี้ไม่แพงเสมอไป

เป็นที่น่าสังเกตว่าตามความคิดของผู้บริโภค ร้านค้าปลีกไม่จำเป็นต้องเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในพลาซ่าหรืออาเขต หรือเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีร้านขายสินค้าประเภทเดียวกันอยู่หลายร้าน แต่ผู้บริโภคก็คิดว่าร้านค้าควรอยู่ใกล้ที่พักอาศัย หรือทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางไปมาสะดวก เป็นสิ่งจำเป็นมากกว่า นอกจากนี้ แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้บริการคนเองก็ไม่ใช่สิ่งสำคัญ พฤติกรรมการซื้อยังขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้า และเจาะจงชนิดสินค้ามากกว่า ผู้บริโภคจะถือเอาความสำคัญของคนขายให้บริการที่เป็นกันเองมากที่สุด หั้งขาวยและ humili ในทุกช่วงอายุ

ปัจจุบันร้านร้านค้าปลีกหลายร้านได้ปรับปรุงร้านให้ดีขึ้น โดยเปลี่ยนเป็นミニมาร์เก็ต หรือชูปเบอร์มาร์เก็ตขนาดย่อม โดยใช้ร้านเพียง 1-2 คูหา ก็ดำเนินงานได้ เพียงแต่เน้นการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่มีระเบียบ ใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด สะดวกในการหยิบซื้อและดูทันสมัย เพราะผู้บริโภคเริ่มคุ้นเคยกับการซื้อสินค้าในชูปเบอร์มาร์เก็ตนั่นเอง

ข้อดีของร้านค้าปลีก คืออยู่ใกล้บ้าน ทำให้จำนวนครั้งและโอกาสการใช้บริการมีมากกว่า

## การได้เปรียบเสียเปรียบของวิธีข้ามชาติ

ตามที่ได้กล่าวแล้วว่า การค้าบริการ (TRADE - IN - SERVICES) นั้นอาจช่วยแก้ไขการเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศได้ ดังเช่น สหรัฐอเมริกาขณะนี้เสียเปรียบดุลการค้าทางด้านสินค้ากับประเทศไทย แต่กลับได้เปรียบดุลการค้าทางด้านบริการกับประเทศไทยแทน

เหตุที่ประเทศไทยเสียเปรียบดุลการค้าทางด้านบริการกับสหรัฐอเมริกา เพราะธุรกิจการส่งสินค้าออกของประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น และการขยายตลาดยังไม่กว้างขวางถึงขนาดเป็นธุรกิจข้ามประเทศ นอกจากนี้ การค้าบริการยังเป็นเรื่องใหม่ที่ยังไม่มีการศึกษาไว้มากนัก

การบริการที่รู้จักกันดี คือ บริการท่องเที่ยว ประเทศไทยเริ่มต้นตัว หรือรู้จักการบริการจากรายได้ที่มามายจากการท่องเที่ยวจนเข้ามาแทนที่สินค้าออกที่สำคัญของไทย คือชาว

ด้านบริการผิดกับด้านผลิตสินค้า ตรงที่รัฐบาลมักจะลงลงทุนที่จะวางแผนนโยบายที่นำเสนอใจไว้โดยเฉพาะบริการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการบริการ รัฐมักจะเน้นความสำคัญที่จะนำเข้ามาเป็นนโยบายของประเทศไทย ประเทศไทยเพิ่งมีการยอมรับงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อไม่นานมานี้เอง

รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นงานบริการที่มองไม่เห็น และดุลบริการซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายรับ ประเภทนั้น ค่าประกันภัย จะช่วยกู้สถานะอันเลวร้ายของการขาดดุลชำระเงินของประเทศไทยเป็นอย่างมากมายที่เดียว และนับว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา หรือผ่อนคลายการเสียเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

## ตัวอย่างประวัติบริษัทต่างชาติในไทย

### สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำในการค้าบริการ

ระบบเศรษฐกิจของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย และการบริการเข้ามามีส่วนเป็นการค้า ซื้อขายกันหนาตา ในสหรัฐอเมริกากำลังอยู่ในยุคของ "งานบริการ" ขณะที่ประเทศไทยครรภ์ เช่น ประเทศไทย เพิ่งจะเริ่มต้นจากการเกษตรมาเป็นยุคอุตสาหกรรม

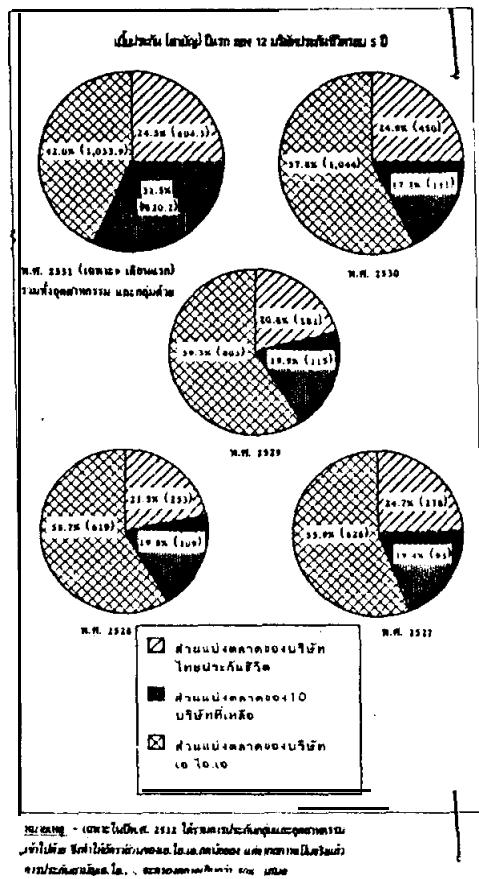
สหรัฐได้เริ่มทำการค้าบริการด้านการห่องเที่ยว วิศวกรรม การให้คำปรึกษา การธนาคาร การซื้อขาย การพาณิชย์ การประกันภัย การมีสาขาข้ามประเทศ การก่อสร้าง การโฆษณา และการสื่อสารกับประเทศอื่นๆ จำนวนมาก จนมีกำไรมากมาย ในปี ค.ศ. 1984 สหรัฐได้ขาดดุลการค้าทางด้านสินค้าถึง 123 ล้าน แต่กลับได้เบรียบดุลการค้าทางด้านบริการถึง 142.4 ช่วงลดปัญหาการขาดดุลการค้าสินค้าระหว่างประเทศของตนลงได้

ต่อไปนี้จะได้ยกตัวอย่าง 2 บริษัท ซึ่งเป็นธุรกิจข้ามชาติของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น

### ประวัติของบริษัทประกันภัย เอ.ไอ.เอ. ของสหรัฐอเมริกาในไทยเมื่อ 50 ปีที่แล้ว

เป็นบริษัทเอกชนประกันภัยใหญ่มากของอเมริกาในประเทศไทย เริ่มตั้งในประเทศไทยเป็นรายแรกเมื่อ 50 ปีมาแล้ว ผู้ดูแลประกันภัย คือสำนักงานประกันภัยในกรุงเทพฯ เพียงแห่งเดียว ฉะนั้น การคุ้มครองความกฎหมาย หรือการที่สำนักงานประกันภัยจะต้องทำตนเป็นคนกลางให้ความยุติธรรมกับบริษัทประกันชีวิตของไทยเอง สำนักงานประกันภัยจึงต้องทำการไก่เกลี้ย หรือประนีประนอมข้อพิพาทต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างระมัดระวัง เพราะเกรงว่าจะเป็นผลเสียแก่ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

ยกตัวอย่าง เช่น สำนักงานตัวแทนของการประกันชีวิตในต่างจังหวัด ตามกฎหมาย เอ.ไอ.เอ. เป็นบริษัทประกันภัยสาขาจากต่างประเทศ ย่อมไม่มีอำนาจหรือสามารถเปิดสาขาแห่งอื่นได้อีก นอกจากสาขาที่กรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติแล้ว เอ.ไอ.เอ. มีสำนักงานอยู่เกือบทั่วทุกจังหวัดก็ว่าได้ แต่จะใช้ข้ออ้างว่าเป็นสำนักงานตัวแทน ซึ่งเรื่องนี้เป็นหมายเหตุของสำนักงานประกันภัยอย่างมาก จึงพยายามหาวิธีการอоворะเบียนต่างๆ เพื่อยุติยัง ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2531 สำนักงานประกันภัยได้ออร์องให้ตัวแทนไม่ใช้ชื่อ เอ.ไอ.เอ. อีกวันเด่นชัด และขอร้องว่าอย่าได้เปิดเพิ่มมากกว่าที่เป็นอยู่



ເອ.ໄກ.ເອ. ເຊັ່ນມາໃນປະເທດໄທຢ້າຍໄດ້ວ່າງໄວ

เมื่อ 50 ปีก่อนนั้น หรือรากฐานสังคมโลกครั้งที่ 2 ธุรกิจประกันชีวิตได้รับความนิยมมากในกลุ่มประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ความจริงนั้นธุรกิจประกันชีวิตนับเป็นธุรกิจที่ทำกำไรให้อย่างมาก ดีกว่าธนาคารเสียอีก เนื่องจากธนาคารนั้นจะถอนเงินจำนวนเพิ่มได้ตลอดเวลา ส่วนประกันชีวิตเมี้ยจะถอนได้ แต่ผู้ถือ券ไม่ได้เงินจำนวนเต็ม ต้องโอนปริษท์หักค่าใช้จ่าย และการซื้อขายต้องรอให้ประกันหรือลูกค้าเสียชีวิตเท่านั้น

ส่วนประเทศไทยนั้น อุรุกิจประกันชีวิตดูจะไม่สำคัญเหมือนประเทศอื่นๆ เนื่องจากคนไทยเราไม่ค่อยยึดถือความเป็นความตายกันมากนัก และโดยเฉพาะเรายังยกจนดังต่อไปนี้เป็นปกตินะครับ

ต่างประเทศเข้ามาเปิดธุรกิจนี้ คือ บริษัท เอ.ไอ.เอ. จากสหรัฐเมริกาที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทยถึง 50 ปีเต็ม จนกลายเป็นเสื่อนอนกิน ชนิดซึ่งทำให้บรรดาบริษัทประกันชีวิตที่เป็นของคนไทยอีก 11 แห่งที่เพิ่งเห็นประกายและเพิ่งเปิดธุรกิจนี้ต่างโวยวายกันหัวในปัจจุบัน

ในบุคคลและการทำงานของ เอ.ไอ.เอ. ต้องต่อสู้กับการรังเกียจการทำประกันชีวิตของคนไทยและใช้เวลา\_r ว\_m 10 ปีจึงทำได้ เรียกว่าสามารถสร้างความเชื่อถือและค่านิยมจากคนไทยในบุคคลเรื่อยมา นอกจากนี้ยังข้าเป็นบริษัทต่างประเทศเพียงประเทศเดียวเข้ามาดังนี้ไม่มีคู่แข่งขันเลย และคนไทยในสมัยนั้นยังชอบมองโลกจึงเป็นธรรมชาติที่จะต้องเลือกเอาบริษัทนี้ ถ้าคิดว่าจะประกันชีวิตมากกว่าบริษัทไทยทั้งหลาย

ในช่วงปี 2527 เรื่อยมา ธุรกิจประกันชีวิตเริ่มรุ่งโรจน์ขึ้น โดยที่แต่ละบริษัทไทยหลายแห่งเริ่มนิ่งไว้มากขึ้น ที่เป็นปัญหาคือ บุคลากร เพราะพนักงานขายบริการย่อมแตกต่างไปจากการขายสินค้าธรรมชาติ ในการที่ต้องมีความชำนาญ และความสามารถอย่างมากในการขักจูงให้คนมาซื้อบริษัทชีวิต บริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยาได้เริ่มดึงนักขายจาก เอ.ไอ.เอ. เกือบ 100 คน เข้าสู่บริษัท เพราะเห็นว่า เอ.ไอ.เอ. ครองตลาดมากที่สุด การอบรมนักขายก็ทำนานนาน การกระทำการนี้ ถือเป็นการจุดพลุของการเปิดศึกระหว่างบริษัทคนไทย ชั้น เอ.ไอ.เอ. ถือว่าเป็นบริษัทพื้นเมือง เพราะบริษัทนี้ฯ ถูก 10 บริษัท เริ่มมอง เอ.ไอ.เอ. มากขึ้น ในการที่เป็นยักษ์ใหญ่ต่อเดียวในแผ่นดินสยามแห่งนี้ วิธีต่อสู้ คือ เมื่อเดือนกันยายน 2531 บริษัทไทยประกันชีวิตได้ออกโฆษณาของบริษัทชั้นหนึ่งโดยใช้ชื่อว่า "บริษัทของคนไทย" โดยพยายามจะให้ผู้ฟังเข้าใจว่าการประกันชีวิตกับบริษัทต่างประเทศนั้นอาจเสียหายแก่คนไทยเมื่อเข้าหนีกลับไปในช่วงสงคราม เป็นต้น การโฆษณาขึ้นนั้นเป็นการเปิดศึกอย่างเปิดเผยของบริษัทไทยกับบริษัทจากต่างประเทศ บรรดาพนักงานส่วนมากของ เอ.ไอ.เอ. ต่างไม่พอใจ และเริ่มโศกโศก ด้วยจดหมาย และวิธีต่างๆ และได้นำเข้าประชุมต่อต้าน เอ.ไอ.เอ. ในสมาคมประกันชีวิตไทย คือขับไล่ เอ.ไอ.เอ. ซึ่งเป็นของคนต่างชาติออกจากสมาคม ซึ่งแม้หลายบริษัทจะเห็นด้วยก็ตาม แต่นายกสมาคมหรือกรรมการบริหารต่างๆ ก็ไม่กล้าออกมารัดลินเรื่องนี้ได้ เนื่องจากที่ผ่านมานั้น เอ.ไอ.เอ. เสียค่าบำรุง หรือค่าใช้จ่ายให้สมาคมเป็นจำนวนมาก เมื่อไม่ผิดผลก็ออกมาว่าไม่สามารถบังคับ เอ.ไอ.เอ. ได้ นอกจากจะลาออกจากองค์กรนี้ไม่ถาวรแล้วต้องเดินของบรรดา

นักขายประกัน บริษัท เอ.ไอ.เอ. ก็ค่าวาระวันนี้ไปครองกว่า 70% ของผู้ได้หันหมกทุกๆปี ทำให้เป็นที่ไม่พอใจของบริษัทประกันไทยเป็นอันมาก จึงถึงกับเลิกพิจารณาจ้างร่างวัล TWQA และร่างวัล PAA 1 ปี คือ พ.ศ. 2532 เพื่อจะช่วยกันวางแผนมาตรการที่จะเปิดโอกาสให้ตัวแทนทั้ง 11 บริษัทประกันชีวิตไทยได้มีโอกาสเข้ารับรางวัลมากขึ้น มิใช่ตอกย้ำกัน เอ.ไอ.เอ. เสียส่วนใหญ่อย่างเช่นที่ผ่านมา

ส่วน เอ.ไอ.เอ. นั้น ในช่วงครึ่งศตวรรษมานี้จะไม่สนใจด้านการประชาสัมพันธ์เลย ดังนั้น ในช่วงเดือนพฤษจิกายน 2531 นี้ จึงเริ่มประมวลการเสนอแบบโฆษณาให้กับบริษัท เหตุที่คิดจะมีโฆษณาไว้ได้อ้างว่าเป็นการครบ 50 ปีของการก่อตั้งบริษัท ซึ่งก็นับว่าเป็นเรื่องที่จะต้องคุ้มครอง เพราะไม่ว่ากำลังคนหรือกำลังเงิน เอ.ไอ.เอ. ย่อมมีพร้อมสมบูรณ์ หากยังสามารถเติบโตได้อีกในคลาดเมืองไทยมีหวังบริษัทประกันชีวิตไทยคงต้องขับเคลื่อนกันเอง

การต่อสู้ระหว่างบริษัทไทยกับ เอ.ไอ.เอ. นี้มองเห็นชัดว่า ถ้าไทยสามารถล้ม เอ.ไอ.เอ. ได้ ตลาดกว่า 50% ก็จะสามารถนำมายังกันในกลุ่มบริษัทไทยทั้ง 11 บริษัทแต่การจะล้ม เอ.ไอ.เอ. คงทำได้ยาก เพราะชื่อเสียงของ เอ.ไอ.เอ. ที่สะสมมานานกว่า 50 ปี พร้อมทั้งการบริการด้วยความรวดเร็ว และมีตัวแทนที่เป็นมืออาชีพกว่า 4,000 คน ถูกเป็นเหมือนหัวใจของ เอ.ไอ.เอ. โอกาสที่จะล้มเหลวนั้นจะต้องใช้เวลาอีกไกล ทราบได้คุณไทยยังชอบของนอก เช่นนี้ ขณะเดียวกันบรรดาบริษัทประกันของไทยจะต้องพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพ ใกล้เคียง หรือต้องดีกว่าการทำงานของ เอ.ไอ.เอ. จึงจะสามารถแย่งชิงตลาดกลับมาได้

ความหวังของบริษัทประกันชีวิตไทย ก็คงจะอยู่ที่รัฐบาลจะต้องออกกฎหมายปกป้อง เพราะถ้ารัฐไม่คำสั่ง เอ.ไอ.เอ. จะต้องห้ามตาม แต่การที่รัฐบาลจะขึ้นไม่ได้ เอ.ไอ.เอ. นั่นคงยาก เพราะอาจส่งผลกระทบถึงด้านความสัมพันธ์ของรัฐบาลสหรัฐกับรัฐบาลไทย โดยเฉพาะในช่วงนี้การต่อต้านและการกีดกันด้านสินค้าของกันและกันได้กล้ายเป็นปัญหาระดับชาติ โอกาสของกระทรวงพาณิชย์จะทำอย่างไรกับ เอ.ไอ.เอ. คงเป็นไปไม่ได้ สิ่งที่พอทำได้คงเพียงการออก ระเบียบเล็กๆน้อยๆ เพื่อป้องกันการขยายตัวของ เอ.ไอ.เอ. อथิ เรื่องสานักงานตัวแทน การลงทุนและการควบคุมตัวแทนเท่านั้น

## ประวัติของบริษัทมิตซู จำกัด ของประเทศไทยในไทยเมื่อ 70 ปีมาแล้ว

ถ้าคุณประวัติที่บริษัทมิตซู ประเทศไทยมีภูมิประเทศญี่ปุ่นเข้ามาทำธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย คงแต่รัชสมัยรัชกาลที่ 5 อันเป็นช่วงที่ขามูโรถูกยกเลิก เท่าที่มีหลักฐานระบุปี 2463 ในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยนำสินค้าอุตสาหกรรมเข้ามา และมีบทบาทในการค้าส่งออกข้าวของไทย หลังสังคมโลกครั้งที่ 1 มีตชุย มีบทบาทในการค้าข้าวของไทย 1 ใน 5 รายใหญ่ โดยเฉพาะสมัยจอมพล พ. พิบูลสงคราม เพราะรัฐบาลในสมัยนั้นเริ่มสร้างสัมพันธ์ไมตรีกับรัฐบาลญี่ปุ่น

ต่อมาสมัยหลังสังคมโลกครั้งที่ 2 ข้าวไทยไม่อาจรายไปขายต่างประเทศได้ง่าย จอมพล พ. พิบูลสงคราม จึงตั้งบริษัทข้าวไทย เพื่อดำเนินการผูกขาดค้าข้าวกับญี่ปุ่น โดยได้รับการช่วยเหลือจากบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มนิตชุยรวมอยู่ด้วย

ครั้นเมื่อญี่ปุ่นพ่ายแพ้สังคมโลกครั้งที่ 2 กลุ่มนิตชุยจึงต้องถอยหัวออกจากประเทศไทยไป แต่ก็ยังคงทิ้งร่องรอยความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มนิตชุยให้ไว้ การเข้ามาอย่างเป็นทางการของมิตชุย เริ่มต้นอีกครั้ง เมื่อ พ.ศ. 2502 ในช่วงรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ซึ่งมีอีกหลายบริษัทเข้ามายังญี่ปุ่น เพราะรัฐบาลเริ่มวางแผนพัฒนาประเทศไทยและส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เช่น โยโย เมนกา ชุมมิโตโน่ โนบุระ เทรค์ เป็นต้น

บริษัทมิตชุยมุกขันไกชา (ประเทศไทย) ได้จดทะเบียนด้วยเงิน 3 ล้านบาท เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2502 และเน้นในการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่ๆ ในประเทศไทย นับว่าเป็นผู้นำเบิกอุตสาหกรรมหลายชนิดร่วมกับคนไทย ตั้งบริษัทแผ่นเหล็กวิลลส์ไทย บริษัทสังกะสีไทย (พ.ศ. 2503) และบริษัทไทยแอลกอฮอล์โอนเวิร์ค (พ.ศ. 2503) ตอนนั้นมิตชุยเข้ากือหุ้นผู้สมพسانกับกลุ่มญี่ปุ่นบ้าง หากกรณีถือหุ้นรายเดียวจำนวนเปอร์เซ็นต์จะมากขึ้น

มองเห็นฯ ประหนึ่งว่า มิตชุยร่วมทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ๆ ในประเทศไทย แต่แท้ที่จริงแล้ว มิตชุยทำหน้าที่บริษัทการค้าระหว่างประเทศในอีกความหมายหนึ่ง เป็นตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มนักลงทุนไทยกับเจ้าของเทคโนโลยีในญี่ปุ่น หรือระหว่างนักลงทุนไทยไปสู่การซื้ออุปกรณ์ เครื่องจักรหั้งลายหั้งปวงจากญี่ปุ่นนั้นเอง

ในเวลาเดียวกันมิตชุยก็มีสายตาやりไกลต์อนาคตอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยใช้เงินที่ลงทุนเป็นเงินไข่ไปสู่เป้าหมาย เพราะกิจการเหล่านี้เป็นอุตสาหกรรม ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาลไทย กล่าวคือได้สิทธิ์ทางภาษี และมีลักษณะผูกขาดด้วย

ให้สั่งเกตว่าในช่วง 15 ปี คือ พ.ศ. 2502 – 2517 มิตรชัยมุ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมไทยในลักษณะเคลื่อนย้ายอุตสาหกรรมเก่าจากญี่ปุ่นมาด้วย นอกจาก 3 บริษัทที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังเปิดบริษัทโรงงานน้ำตาลกุมภาปี (พ.ศ. 2506) อุตสาหกรรมสิ่งทอ บริษัทโทเรินล่อนไทย (พ.ศ. 2506) บริษัทสยามเพกซ์ไฮล์ และเคนีกัปต์ (พ.ศ. 2507) และบริษัทไทยพลาสติกและเคนีกัปต์ (พ.ศ. 2509) นับว่ามิตรชัยเป็นกลุ่มธุรกิจการค้าของญี่ปุ่นที่ลงทุนมากที่สุดในประเทศไทยในช่วงนั้น

เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2512 มิตรชัยเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น บริษัทมิตรชัยแอนด์คอมแพนี (ประเทศไทย) และเพิ่มทุนเป็น 5 ล้านบาท อีก 2 ปีต่อมาเพิ่มทุนอีกรึ่งเป็น 30 ล้านบาท

พ.ศ. 2512 มีบริษัทตั้งใหม่ชื่อ มิตรสยามอินเตอร์เนชันแนล ทำหน้าที่เป็นโปรด-เกอร์ในการซื้อขายสินค้าประเภทไฮ-เทคโนโลยี ครั้งแรกมิตรชัยต้องการจะซื้อหุ้นทั้งหมด แต่กฎหมายเกี่ยวกับการลงทุนของไทย ยอมให้อีกได้เพียง 49% (ที่จริงแล้วส่วนที่เหลือก็คงเป็นกลุ่มเดียวกัน) มิตรชัยจึงสามารถครอบครองการบริหารไว้ในมืออย่างลึกลับ เชิง เหมือนบริษัทญี่ปุ่นอื่น ๆ ในประเทศไทย มิตรสยามจะเข้ารับงานด้านสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะกับกระทรวงคมนาคม อันเป็นระยะที่ประเทศไทยกำลังพัฒนาการสื่อสารมวลชน จึงถือเป็นจังหวะก้าวที่สำคัญมาก

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กลุ่มนี้เข้าร่วมใน 3 เป้าหมาย คือ

1. เข้าร่วมกลุ่มกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด ในโครงการเก็บกำไรมหาโยธา โครงการอาทิเช่น โครงการพัฒนาที่ดิน

2. เข้าสู่อุตสาหกรรมฐานใหม่ของประเทศไทย ที่ขยายผังทางเศรษฐกิจ โครงการบิโตรเคนีแห่งชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะที่ 2 เพื่อขยายตลาดเคลื่อนย้ายอุตสาหกรรมไปต่อเคนีของมิตรชัยในญี่ปุ่นซึ่งถูกอุตสาหกรรมซีกโลกตะวันตกที่สนใจอยู่ในขอบเขตทั่วโลกเป็นเป้าหมายหนึ่ง และเมื่อสร้างฐานะอุตสาหกรรมต่อเนื่องในประเทศไทยที่มิตรชัยถือหุ้นอยู่ นั้นคือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ

3. เข้ายึดครองงานสื่อสารของประเทศไทย โดยใช้สินค้าญี่ปุ่นหลากหลายที่ห้อมาต่อสู้กับยูโรป อาทิ เอ็นเอช ซึ่งก็ได้รับความสำเร็จในหลายโครงการท่องเที่ยวต่างประเทศ หรือโครงการจัดหาดาวเทียมมูลค่า 119 ล้านบาท ให้กระทรวงคมนาคม ในปี 2517

นอกจานนี้ ธนาคารมิตซูย ยังเป็นธนาคารญี่ปุ่นแห่งแรกที่เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทยหลังสัมภาระที่ 2 ในปี 2495 ตั้งสำนักงานอยู่ที่หัวถนนสุรังษ์ เจริญกรุง จนกระทั่งปี 2500 ก็ย้ายไปอยู่ข้างขอยไบรทฟลีดลาง ถนนเจริญกรุง จนปี 2517 ย้ายอีกครั้งมาอยู่ที่อาคารบุญมิตร สลิม ชั้นบีชมิตซูยถือหุ้นในฐานะเจ้าของอาคารด้วย

ในปี 2515 ธนาคารมิตซูย ร่วมมุนกับผู้ลงทุนต่างๆ ในการก่อตั้ง บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มิตรไทยยูโรพาร์ทเทอร์ ดำเนินธุรกิจการเงินอีกแห่งหนึ่ง

ในประเทศไทยแล้ว กลุ่มมิตซูยมีแข็งข่าย ครอบคลุมในการดำเนินธุรกิจ จนกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มธุรกิจญี่ปุ่นที่ใหญ่ที่สุดก็ว่าได้

สรุป ความน่ากลัวของมิตซูย ที่มีสายสัมพันธ์อันแน่นหนาถึง 65 ปี ในประเทศไทย ก็คือตัวแทนบริษัทการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น ซึ่งใช้ประเทศไทยเป็นสนามในการต่อสู้กับกลุ่มธุรกิจ ยุโรปและสหรัฐ เพื่อช่วงชิงตลาดทั้งปัจจุบันและอนาคต ว่ากันว่าปัจจุบันหรือเฉพาะหน้านั้น กลุ่มญี่ปุ่นได้ขยายไปแล้ว ตอนนี้กลุ่มญี่ปุ่นกำลังทำสิ่งการค้าต่อไปอย่างไม่หยุด ถ้าตอนใดเกิดมีข้อเสียเบรียบด้านสินค้าหรือคุณภาพสินค้า ก็จะได้จัดเอาประโภชน์ทดสอบความเสียเบรียบที่หากเพียรทำไว้โดยใช้สายสัมพันธ์กับประเทศไทยถึง 65 ปี เป็นทรัพย์สินรองรับไว้ต่อสู้กับกลุ่มธุรกิจยุโรปและสหรัฐในอนาคตได้ การเตรียมพร้อมเช่นนี้ย่อมเป็นที่แน่นอนว่าญี่ปุ่นจะต้องเป็นผู้ชนะเสมอ

เมื่อถูกตัวอย่างมิตซูยที่น่าเกรงขามแล้ว ประเทศไทยควรจะระมัดระวังตัวบ้าง ไม่ใช่ปล่อยปละละเลยจนเสียหายแล้วจึงคิดกำหนดห้ามโน่นห้ามนี้ทั้ง

ปัจจุบันจะได้ยินข่าวการข้อที่คืนข้ามประเทศไทย ซึ่งเป็นเรื่องปกตียังกันมาก แม้รัฐบาลจะต้องการให้ประเทศไทยอุดสาหกรรมต่างๆ เข้ามาลงทุนในประเทศไทยตาม แต่พอเข้ามาลงทุนกันมากมายจริง รัฐบาลก็จะเกิดเกรงใจต่างๆ นานา และคิดว่าจะต้องวางแผนกฎระเบียบให้รัดกุม เพราะถ้าปล่อยใบโดยไม่มีวินัย ก็จะกลายเป็นสังคมรุกเงียบ ตัวอย่างเช่น มีข่าวคนญี่ปุ่นบุกเข้าข้อที่คืนในรัฐชราวย แม้ประเทศไทย ทางกรมที่คืนก็ออกข่าวที่จะไม่ยินยอมให้ญี่ปุ่น ให้หวั่นซึ่งกัน ก็จะทำให้ประเทศไทยของเราถูกมองเป็นประเทศราชทางการค้าของมหาอำนาจได้