

Chapter 2

Global Business Environment and International Business Risk

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโลกและความเสี่ยงทางธุรกิจระหว่างประเทศ

ผศ.ดร. ปุณชญา หิรัญฤทธิกร
INB2203 การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

CHAPTER 2

Global Business Environment and International Business Risk



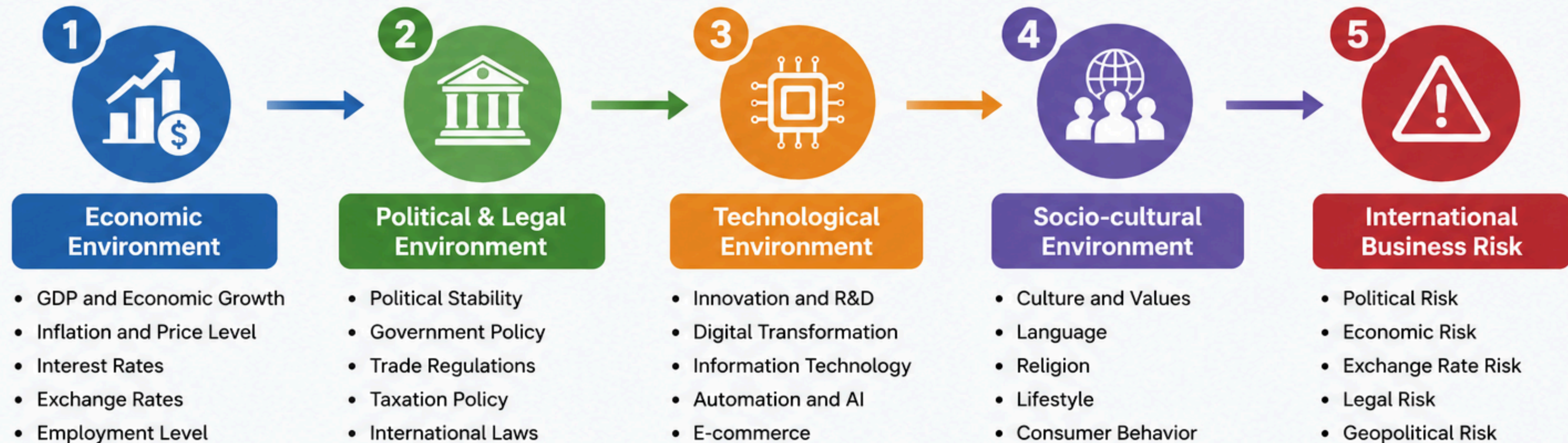
CHAPTER OVERVIEW

TOPICS COVERED

- Economic Environment
- Political and Legal Environment
- Technological Environment
- Socio-cultural Environment
- International Business Risk

Understanding the global environment is essential for making informed decisions and managing risks in international business.

ROADMAP DIAGRAM



LEARNING OBJECTIVES

After studying this chapter, students will be able to:

1



Explain the major components of the global business environment.

อธิบายองค์ประกอบสำคัญของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโลกได้

2



Analyze the impact of economic, political, legal, technological, and socio-cultural environments on international business.

วิเคราะห์ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และสังคมวัฒนธรรมต่อธุรกิจระหว่างประเทศได้

3



Identify major risks in international business operations.

ระบุความเสี่ยงสำคัญในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้

4



Evaluate how global environmental factors influence business decisions.

ประเมินผลกระทบของปัจจัยแวดล้อมระดับโลกต่อการตัดสินใจทางธุรกิจได้

5



Apply concepts learned to real-world international business cases.

ประยุกต์ใช้แนวคิดที่เรียนในการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางธุรกิจระหว่างประเทศได้

LEARNING JOURNEY



1

Understand Global Environment



2

Analyze Economic Environment



3

Evaluate Political & Legal Factors



4

Assess Technology & Culture



5

Identify International Business Risks



By the end of this chapter,

you will have a comprehensive understanding of the global business environment and be able to recognize and assess the risks that affect international business success.



OPENING QUESTION

ทำไมบริษัทเดียวกัน
จึงประสบความสำเร็จในประเทศหนึ่ง
แต่ล้มเหลวในอีกประเทศหนึ่ง?



EXAMPLES

1. Starbucks ในจีน



CHINA



Success

- ✓ ปรับเมนูให้เข้ากับท้องถิ่น (เช่น ชาวม, Red Bean)
- ✓ เน้นประสบการณ์ลูกค้าและดิจิทัล (Mobile Order)
- ✓ ขยายสาขาในเมืองรองและย่านท่องเที่ยว
- ✓ เข้าใจพฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคจีน

2. Walmart ในเยอรมนี



GERMANY



Failed

- ✗ ไม่เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเยอรมัน
- ✗ รูปแบบร้านและราคาสินค้าไม่สอดคล้องกับตลาด
- ✗ การแข่งขันสูงจากค้าปลีกท้องถิ่น
- ✗ ต้องปิดกิจการและถอนตัวออกจากตลาด

3. Tesla ในยุโรป



EUROPE



Mixed Results

- ✓ ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า
- ✓ นโยบายสนับสนุนรถยนต์ไฟฟ้าในหลายประเทศ
- ✗ การแข่งขันสูงจากแบรนด์ยุโรปและจีน
- ⚠ โครงสร้างพื้นฐานการชาร์จยังไม่ครอบคลุมในบางประเทศ

DISCUSSION



1. ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้บริษัทเดียวกันมีผลลัพธ์ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ?



2. บริษัทควรเตรียมตัวอย่างไรก่อนเข้าไปทำธุรกิจในต่างประเทศ?



3. การปรับกลยุทธ์ให้เข้ากับท้องถิ่น (Localization) สำคัญอย่างไร?



4. จากตัวอย่างข้างต้น คุณคิดว่าอะไรคือกุญแจสู่ความสำเร็จในตลาดโลก?



Economic Environment