



สิ่งแวดล้อมของการตลาดระดับโลก (Global Marketing Environment)

การที่ประเทศหนึ่งจะนำผลิตภัณฑ์เข้าไปจำหน่ายในอีกประเทศหนึ่งได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จทางธุรกิจ ได้แก่ **เงื่อนไขทางด้านภาษีอากร ข้อจำกัดทางการค้า วัฒนธรรมของสังคม และทัศนคติของคนในชาติ** ในสภาวะแวดล้อมปัจจุบันการขยายตัวทางธุรกิจไม่เพียงแต่แสวงหาลูกค้าใหม่เท่านั้น แต่ยังต้องหาพันธมิตรใหม่ด้วยเช่นกัน อาจเป็นตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนอำนวยความสะดวก เช่น บริษัทโฆษณาและสำนักงานกฎหมาย หรืออาจเป็นรัฐบาลประเทศอื่นหรือองค์การระหว่างประเทศด้วยก็ได้ ซึ่งมักจะเรียกรวมกันว่า พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) การมีความสัมพันธ์กับองค์การหรือหน่วยงานเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ทำให้การดำเนินธุรกิจราบรื่น นักการตลาดจึงถือว่ามีความสำคัญตั้งแต่ระดับประเทศจนถึงระดับโลก สิ่งแวดล้อมที่นักการตลาดควรให้ความสนใจ จำแนกออกเป็น 2 ประการหลักได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายนอก และสิ่งแวดล้อมภายใน สำหรับสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายระหว่างประเทศ



นอกจากนั้น นักการตลาดควรพิจารณาสีงแวดล้อมภายใน เพื่อทราบถึงข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ปัจจุบันที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ลักษณะของธุรกิจความชำนาญเฉพาะ วัตถุประสงค์และทรัพยากรของธุรกิจ ในบทนี้จะอธิบายเฉพาะสิ่งแวดล้อมภายนอก เนื่องจากเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระดับโลก

Table of Content

01. สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

02. สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

03. สิ่งแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายระหว่างประเทศ

สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

ปัจจุบันโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคโลกไร้พรมแดน (Boundary-less) ระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศกำลังเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ภายหลังจากการล่มสลายของลัทธิคอมมิวนิสต์ซึ่งมีสาธารณรัฐประชาชนจีนและสหภาพโซเวียตเป็นผู้นำ ทำให้ระบบเศรษฐกิจของโลกเปลี่ยนแปลงไปเหลือเพียงไม่กี่ระบบ ได้แก่ **ระบบทุนนิยม ระบบสังคมนิยม และระบบผสม** ดังนั้น การที่ประเทศหนึ่งจะเข้าไปดำเนินธุรกิจในอีกประเทศหนึ่งนั้น จะต้องทำการศึกษาถึงแนวทางระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ซึ่งจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันในบางประเด็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการแบ่งสรรและการเป็นเจ้าของทรัพยากร ตลอดจนการควบคุมการใช้ทรัพยากรนั้น

ระบบทุนนิยม (Capitalist)

ระบบทุนนิยม เอกชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เป็นผู้ใช้ทรัพยากร เป็นผู้ผลิตและเป็นผู้บริโภคสินค้าหรือบริการระบบการแบ่งสรรปัจจัยการผลิตและการกำหนดราคาจะเป็นไปตามกลไกของตลาด กลไกของตลาดขึ้นอยู่กับอุปสงค์ (Demand) คือ ความต้องการในสินค้าและบริการและอุปทาน (Supply) คือ ปริมาณสินค้าและบริการที่มีในท้องตลาด อุปสงค์และอุปทานจะเป็นกลไกในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ แรงงานจะถูกว่าจ้างในราคาที่ตกลงกัน ระบบทุนนิยมจัดเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยต่อการแข่งขันในตลาดโลก ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีจะอยู่ในตลาดได้นานและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ฮังการี เป็นต้น



การเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนระบบทุนนิยม

จุดแข็ง

การสร้างโอกาสใหม่ทางธุรกิจ

ความเท่าเทียมกันด้านการแข่งขัน

การแบ่งสรรปัจจัยการผลิตเป็นไปตาม
กลไกตลาด

คุณภาพเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ

สินค้ามีราคาถูกเนื่องจากเสรีภาพในการ
แข่งขันทางการค้า

จุดอ่อน

ความได้เปรียบเสียเปรียบของธุรกิจที่มีขนาด
แตกต่างกัน

ความสามารถทางเทคโนโลยีของทุกประเทศไม่
เท่ากัน

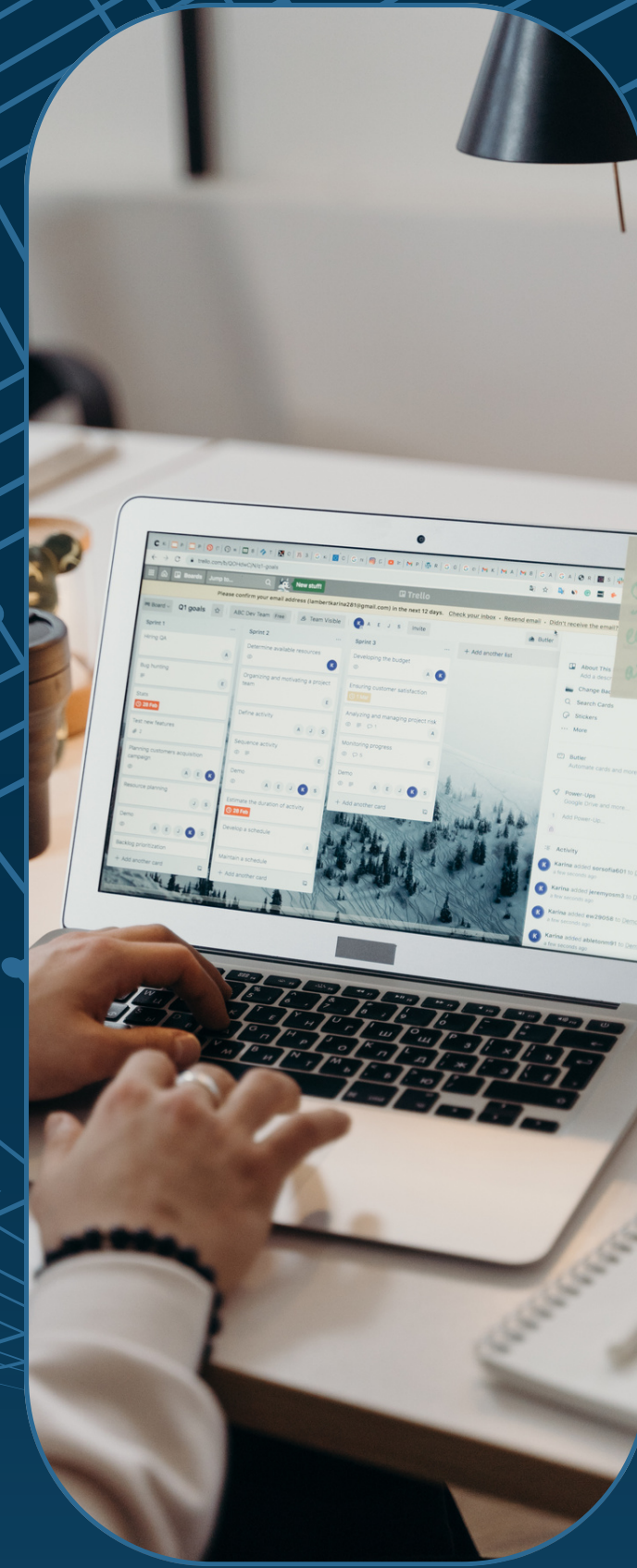
ก่อให้เกิดการผูกขาดทางการค้าของกลุ่ม
ผลประโยชน์

ประเทศใหญ่มักจะใช้สิทธิพลชั้นนำประเทศเล็ก

ความไม่จริยธรรมทางธุรกิจ

ระบบสังคมนิยม (Socialist)

ระบบสังคมนิยมเป็นระบบที่รัฐเป็นผู้วางแผนควบคุม และกำหนดกิจกรรมต่างๆ เพื่อจัดสรรให้แต่ละหน่วยงานดำเนินการ เบ็ดเสร็จทั้งหมด ในประเทศที่ใช้ระบบนี้เต็มรูปแบบจะเป็นผู้กำหนดเป้าหมายไว้ในแผนระยะยาว โดยทั่วไปจะเป็นเวลาประมาณ 5 ปี และกำหนดแผนรายปีว่าจะผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการให้กับหน่วยงานใดเป็นจำนวนและเนื่องจากผลผลิตของหน่วยงานหนึ่งจะเป็นวัตถุดิบส่งไปให้อีกหน่วยงานหนึ่ง ความสำคัญจึงอยู่ที่การวางแผนเศรษฐกิจโดยรวมว่ามีความถูกต้องเหมาะสมเพียงไร ประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม เช่น รัสเซีย จีน เวียดนาม เป็นต้น



การเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนระบบสังคมนิยม

จุดแข็ง

ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการ
พัฒนาความเจริญทางเศรษฐกิจ

การกระจายรายได้เป็นไปอย่างเท่า
เทียมกันลดช่องว่างทางสังคม

การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมี
ประโยชน์สูงสุด

จุดอ่อน

ระบบเศรษฐกิจไม่เป็นไปตามความ
ต้องการของตลาดอย่างสมบูรณ์

ก่อให้เกิดปัญหาอุปสรรคในความร่วมมือ
ทางการค้าระหว่างประเทศ

การปิดรับความเจริญก้าวหน้าจากประเทศ
ที่มีอุดมการณ์แตกต่างกัน

ระบบผสม (Capitalist - Socialist)

ระบบเศรษฐกิจของประเทศที่ใช้รูปแบบผสม กล่าวคือ ไม่อยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งดังกล่าวข้างต้น ระบบเศรษฐกิจไม่ได้เป็นไปตามกลไกทางการตลาดอย่างสมบูรณ์มีบางส่วนที่รัฐวางแผนและเข้ามาควบคุม เช่น หน่วยงานสาธารณสุข โภค แนวโน้มของเศรษฐกิจแบบผสมมักจะเป็นแบบระบบทุนนิยมมากกว่าสังคมนิยม ประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบผสม เช่น อังกฤษ เยอรมนี สวีเดน ไทย เป็นต้น



การเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนระบบผสม

จุดแข็ง



1. ความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจสูง
2. ธุรกิจสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเมื่อเผชิญกับปัญหาหรือวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ
3. ประชาชนได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ในการบริโภคสินค้า ไม่มีลักษณะของการแสวงหากำไรทางธุรกิจโดยขาดจริยธรรมของผู้ประกอบการ

จุดอ่อน



1. ข้อจำกัดด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างล่าช้า
2. ลัทธิการปกป้องคุ้มครองทางการค้า
3. การผูกขาดโดยภาครัฐในหน่วยงานบางประเภท มีผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชน



การวิเคราะห์ความเจริญเติบโต และความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ
สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยดังต่อไปนี้



1. ขนาดของตลาด (Market Size)

ขึ้นอยู่กับศักยภาพของจำนวนประชากรในแต่ละประเทศโดยเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงโอกาสทางการตลาด
ที่ธุรกิจจะเจริญเติบโตหรือสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการในประเทศนั้น ๆ ถ้าขนาดของตลาดใหญ่ก็มี
โอกาสสูงที่จะจำหน่ายสินค้าและบริการในปริมาณมากกว่าการเลือกตลาดขนาดเล็ก

2. ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product : GNP) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP)



ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product : GNP) แสดงมูลค่ารวมของสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นโดยคนสัญชาติหนึ่งสัญชาติใดในรอบระยะเวลาหนึ่ง โดยทั่วไปกำหนดเป็นรอบปี

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) แสดงมูลค่ารวมของสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นในประเทศหนึ่งประเทศใดในรอบระยะเวลาหนึ่ง โดยทั่วไปกำหนดเป็นรอบปี

การเพิ่มขึ้นของ GNP และ GDP จะก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของความต้องการในการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการ

3. รายได้ประชาชาติถัวเฉลี่ยต่อหัว (Per Capita Income)

เป็นดัชนีชี้วัดที่ดีสำหรับคุณภาพของตลาด รายได้ประชาชาติถัวเฉลี่ยต่อหัวแสดงถึงรายได้โดยเฉลี่ยของประชากรในประเทศนั้นๆ บ่งบอกถึงอำนาจซื้อของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ ประเทศที่มีรายได้ประชาชาติถัวเฉลี่ยต่อหัวสูง เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สวีเดน ย่อมเหมาะที่จะส่งสินค้าที่มีคุณภาพและราคาสูงไปจำหน่าย ขณะที่ประเทศที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่ำ เช่น ประเทศในกลุ่มกำลังพัฒนาและกลุ่มด้อยพัฒนา สินค้าที่จะส่งไปจำหน่ายควรเป็นสินค้าที่ราคาและคุณภาพไม่สูงมาก เพราะผู้บริโภคจะมีอำนาจซื้ออยู่ในขีดจำกัด



ภาวะเงินเฟ้อ คือ ภาวะที่ระดับราคาสินค้าและบริการโดยทั่วไปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งหากระดับที่เพิ่มขึ้นไม่สูงมากนักก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค แต่ในกรณีที่เพิ่มขึ้นเร็วกว่าการเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเดือน ผู้บริโภคย่อมมีรายได้แท้จริงลดลง สำหรับผู้ผลิตจะได้รับผลกระทบทางด้านภาระต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นทำให้ผลกำไรลดลงจนถึงขั้นขาดทุนและปิดบริษัทได้ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2544 : 259)

สรุปได้ว่า ภาวะเงินเฟ้อจะส่งผลกระทบต่อ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน ต้นทุนค่าครองชีพ รวมถึงความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจของประเทศ เช่น ประเทศในทวีปอเมริกาใต้ส่วนมากมีอัตราเงินเฟ้อสูงทำให้เป็นการยากสำหรับธุรกิจในการวางแผนพัฒนาและบริหารงาน บริษัทผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคอาจต้องเปลี่ยนราคาสินค้าทุกวันเพื่อให้มีกระแสเงินสดเข้ามามากเพียงพอที่จะซื้อสินค้าคงคลังและดำเนินการต่อไปได้ นอกจากนั้นภาวะเงินเฟ้อยังทำให้มูลค่าของเงินลดลงและก่อให้เกิดความไม่มั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนั้นๆ ได้

4. ภาวะเงินเฟ้อ (Inflation)





5. อัตราดอกเบี้ย (Interest Rates)

เป็นปัจจัยสำคัญที่นักลงทุนจะต้องพิจารณา ถ้าอัตราดอกเบี้ยสูง ต้นทุนในการลงทุนซื้อเครื่องจักร การปลูกสร้างโรงงานและการซื้ออุปกรณ์ก็จะสูงตามไปด้วย ในอดีตประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น อัตราดอกเบี้ยมักอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ในสภาพการณ์ปัจจุบันอัตราดอกเบี้ยของประเทศต่างๆ ทั่วโลกเริ่มปรับตัวในอัตราที่ใกล้เคียงกันกว่าในอดีต ถ้ากฎระเบียบของรัฐบาลเอื้อให้กู้เงินจากต่างประเทศมาลงทุนได้ นักธุรกิจในประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า อาจพิจารณากู้เงินจากต่างประเทศที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่ามาลงทุน แต่การกู้จากต่างประเทศนั้นต้องระวังเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราด้วย เนื่องจากการต้องใช้เงินสกุลต่างประเทศก่อให้เกิดความเสี่ยงในการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นสกุลต่างประเทศ เช่น การกู้จากญี่ปุ่นจะทำให้กู้ได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่ากู้ภายในไทย แต่ก็ทำให้เกิดความเสี่ยงในการแลกเปลี่ยนเงินบาทเป็นเงินเยนของญี่ปุ่นเวลาใช้คืนเงินกู้ ซึ่งเงินเยนของญี่ปุ่นอาจจะมีอัตราแลกเปลี่ยนที่สูงขึ้นมากกว่าตอนที่กู้ยืมมาก็ได้ อันเนื่องมาจากความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น

6. ปัญหาหนี้สิน (Debt Problem)



ประเทศที่เผชิญกับวิกฤติการณ์เกี่ยวกับหนี้สินมักมีปัญหาค้างคั่งตามมา คือ อำนาจการซื้อของประเทศลดลง ทำให้ต้องส่งออกมากขึ้นเพื่อนำไปจ่ายค่าดอกเบี้ย การเกิดปัญหาประเทศมีมูลเหตุสำคัญหลายประการ เช่น การที่พลเมืองของประเทศใช้จ่ายฟุ่มเฟือย นิยมใช้สินค้าต่างประเทศที่มีราคาแพง การสั่งซื้อพลังงาน เชื้อเพลิง และเครื่องจักร จากการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศมาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ทำให้ต้องเสียเงินตราต่างประเทศในการชำระคืนแต่ละงวดตามกำหนด ดังนั้น ประเทศที่ปลดภาระหนี้สินย่อมมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจมากกว่าประเทศที่ติดภาระหนี้สิน ยิ่งไปกว่านั้นยังได้รับความเชื่อมั่นจากนานาชาติมาก

7. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา (Exchange Rate)

อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราจากสกุลหนึ่งไปเป็นเงินอีกสกุลหนึ่งย่อมเป็นไปตามค่าเงินของสกุลนั้น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศและทองคำสำรองที่แต่ละประเทศมีอยู่ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นต้นทุนโดยตรงที่ธุรกิจระดับโลกจะต้องคำนึงถึงในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ รวมทั้ง การตกลงเรื่องระยะเวลาในการชำระเงิน ในปัจจุบันธุรกิจแสวงหากำไรจากวิธีการทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า การกำหนดราคาล่วงหน้าที่นักธุรกิจระดับโลกกระทำกันเพื่อที่จะลดความเสี่ยง หรือลดต้นทุนในการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงในอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีผลกระทบกับธุรกิจน้อยที่สุด



8. การออม (Saving)

การออมแสดงถึงความมั่งคั่งและมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศประเทศที่มีเงินออมสูงแสดงถึงศักยภาพทางด้านการเงินรัฐบาลสามารถนำเงินออมไปปล่อยกู้ให้แก่ภาคเอกชน เพื่อขยายธุรกิจให้เจริญเติบโตต่อไป เช่น ไทยและสหรัฐอเมริกามีเงินออมต่ำกว่าญี่ปุ่นแสดงถึงศักยภาพในการลงทุนของญี่ปุ่นมีมากกว่าไทยและสหรัฐอเมริกา นอกจากนั้น ประเทศที่มีเงินออมสูงจะมีศักยภาพรับมือกับภาวะฉุกเฉินได้ดีกว่าไม่ว่าจะเป็นภาวะสงคราม ภาวะราคาน้ำมันเพิ่มสูง ธุรกิจที่ประกอบการในประเทศซึ่งมีเงินออมสูงย่อมมีความเสี่ยงน้อยเมื่อเกิดการผันผวนทางเศรษฐกิจ และการเมืองเมื่อเทียบกับประเทศที่มีเงินออมต่ำ แต่อย่างไรก็ตามการออมที่มากเกินไปอาจทำให้เกิดภาวะเงินฝืดได้

ภาวะเงินฝืด (Deflation) คือ ภาวะที่ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคแต่หันไปออมเงินแทน แต่มักจะเกิดขึ้นในช่วงที่ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจและไม่มั่นใจรายได้ของตนในอนาคต ซึ่งมีผลทำให้ระดับราคาสินค้าและบริการทั่วไปลดต่ำลงอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตชะลอการลงทุนและขยายการประกอบการ หรืออาจรุนแรงถึงปิดดำเนินการ



9. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

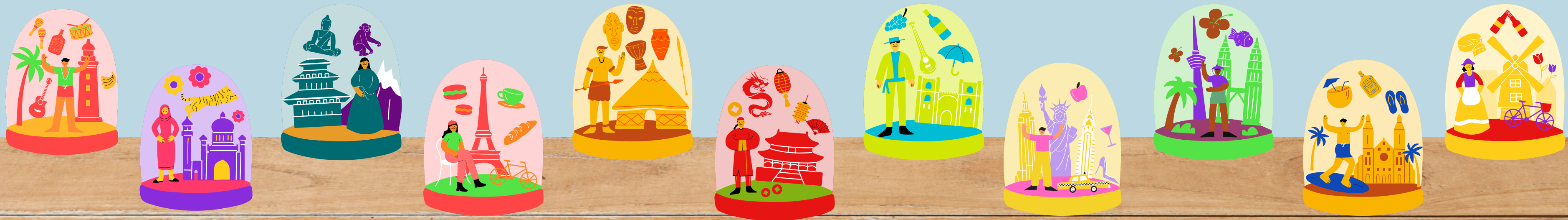
หมายถึง สิ่งจำเป็นพื้นฐานที่ประเทศจะเอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาลงทุน เพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในประเทศนั้น ได้แก่ การขนส่งทางบก รถไฟ น้ำ อากาศ พลังงาน และการสื่อสาร การสื่อสารในยุคโลกไร้พรมแดนนี้มีความสำคัญไม่น้อยกว่าการขนส่ง เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ สื่อกระจายเสียง สื่อการพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

อินเทอร์เน็ต นับเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นและมีความทันสมัยมากที่สุดในปัจจุบันช่วยเปิดแนวทางการตลาดรูปแบบใหม่สู่การตลาดแบบไร้พรมแดนที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการที่หน้าจอเครื่องคอมพิวเตอร์ในบ้าน ห้องนอน ที่ทำงานหรือจากจุดใดก็ได้ทั้งในประเทศและต่างแดน ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบดั้งเดิมที่ผู้บริโภคต้องเดินทางจากบ้านไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ



สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม

และสังคม



สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลกระทบการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์แต่ละชุมชนจะมีลักษณะทางกายภาพ ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อที่แตกต่างกัน ธุรกิจระดับโลกควรตระหนักและทำความเข้าใจเรื่องความหลากหลายของวัฒนธรรมเพราะจะทำให้คุณประโยชน์และสร้างความได้เปรียบในการกำหนดกลยุทธ์วางแผนการตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ทั้งในระดับประเทศจนถึงระดับโลก



สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม



สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

ประกอบด้วย

- ภาษา
- ศาสนา
- ค่านิยมและทัศนคติ
- ขนบธรรมเนียมประเพณี
 - ระดับการศึกษา
 - สถาบันทางสังคม
 - การเคารพกฎระเบียบ



สิ่งแวดล้อมทาง การเมืองและ กฎหมายระหว่าง ประเทศ

1. กฎระเบียบระหว่างประเทศ (International Regulations)

ในประเทศต่าง ๆ จะมีกฎระเบียบ ข้อบังคับของตนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น กฎหมายเกี่ยวกับค่าจ้างขั้นต่ำ กฎหมายเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยในท้องถิ่น ในบางประเทศกำหนดให้มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อป้องกันสิ่งแวดลอม มีผลให้ต้นทุนของบริษัทสูงขึ้นต้องตั้งราคาสินค้าแพง อย่างไรก็ตามยังมีกฎระเบียบบางอย่างที่ปกป้องคุ้มครองบริษัทระหว่างประเทศ เช่น มาตรการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเนื่องจากในบางประเทศมีการทำสินค้าปลอม (Counterfeit) ซึ่งมีคุณภาพต่ำทำให้ชื่อเสียงของประเทศที่เป็นเจ้าของสินค้าเสียหาย ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทคิดค้นเป็นรายแรกได้ถูกลอกเลียนแบบทำให้ไม่สามารถทำกำไรได้ ซึ่งแก้ไขได้โดยการ จดลิขสิทธิ์ (Copyright) หรือ สิทธิบัตร (Patent) นอกจากนี้ ในบางประเทศทำการลดอุปสรรคทางการค้า หรือเพิ่มโอกาสทางการค้าผ่านการเจรจาต่อรองสองฝ่ายหรือหลายฝ่ายช่วยเพิ่มบรรยากาศของการค้าเสรีในตลาดโลก



2. การห้ามส่งสินค้าและการงดการอนุญาตให้ทำการค้า (Embargoes and Sanctions)

เป็นการสร้างข้อกำหนดเพื่อกีดกันทางการค้าส่วนใหญ่มักจะกระทำกับประเทศคู่สงครามซึ่งอาจเป็นลักษณะประเทศต่อประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศกับประเทศหนึ่ง เช่น กรณีสงครามโลกครั้งที่ 1- 2 สงครามตะวันออกกลาง (พ.ศ. 2533) การที่สมาชิกสันนิบาตชาติต่าง ๆ ใช้มาตรการนี้เป็นหนทางในการบีบบังคับให้ประเทศที่ทำสงครามคืนสู่ความสงบ





3. การควบคุมการส่งออก (Export Controls)

ประเทศโดยส่วนใหญ่มักจะมีระบบควบคุมการส่งออกโดยมีข้อยกเว้น มากกว่าที่จะควบคุมโดยการใช้กฎหมาย รัฐจะเทียบเคียงสินค้าที่จะส่งออกกับรายชื่อสินค้าสำคัญ เพื่อตรวจสอบรายการสินค้าที่เสี่ยงต่อความมั่นคงของประเทศจากนั้นจึงเทียบเคียงสินค้านั้นกับประเทศปลายทางและบริษัทผู้รับของแล้วจึงออกใบอนุญาตส่งออกให้ สินค้าส่วนใหญ่ที่รัฐควบคุมมิให้มีการส่งออก เช่น พันธ์ุไม้หรือสัตว์บางชนิด อาหารที่ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศหรือสินค้าที่อาจเป็นยุทธปัจจัยของประเทศคู่กรณีที่เกิดข้อพิพาท

4. การควบคุมการนำเข้า (Import Controls)

มีประเทศหลายประเทศสร้างข้อจำกัดในการควบคุมสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีเหตุผลหรือจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน เช่น การป้องกันการขาดดุลการค้า สินค้าฟุ่มเฟือย ยาเสพติด ของเล่นเด็กที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ รวมทั้งวัตถุดิบพิษต่างๆ ในกรณีที่ประเทศดังกล่าวมีปัญหาขาดดุลการค้าหรือปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน ประเทศเหล่านี้ไม่ว่าจะมีการนำเข้าทั้งหมดหรือบางส่วน สินค้านำเข้าจะถูกควบคุมโดยกำแพงภาษีหรือระบบโควตา ในบางช่วงเวลาประเทศต่าง ๆ จะจำกัดการนำเข้าสินค้าบางเพื่อกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในท้องถิ่น



5. กฎระเบียบของพฤติกรรมธุรกิจระหว่างประเทศ (Regulation of International Business Behavior)

ในกรณีที่ประเทศหนึ่งมีความสงสัยหรือหากระแวงการดำเนินธุรกิจของบริษัทจากต่างประเทศในประเทศตน ก็อาจใช้กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติพิเศษเพื่อให้แน่ใจว่า พฤติกรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปภายใต้ขอบเขตของศีลธรรมและจรรยาบรรณที่เหมาะสม เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันการผูกขาด การออกกฎหมายเพื่อควบคุม การติดสินบนและคอร์รัปชัน หรือกฎหมายค้าปลีกที่ประเทศไทยต้องการปกป้องธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่



6. มาตรการการคว่ำบาตร (Boycotts)



เป็นการปฏิบัติของประเทศหนึ่งที่ย่ำแย่รุนแรงต่ออีกประเทศหนึ่ง เช่น กรณีประเทศอาหรับต่าง ๆ เรียกร้องให้ประเทศหรือบริษัทที่ทำการค้าด้วย รับประกันแหล่งสินค้าที่ซื้อจะต้องไม่มาจากประเทศอิสราเอลและบริษัท ไม่ได้ทำธุรกิจใด ๆ กับอิสราเอล บริษัทที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับอาจถูกบังคับให้ต้อง สูญเสียธุรกิจหรืออาจเสียค่าปรับ หรือการที่ประเทศสมาชิกสหประชาชาติลง มติคว่ำบาตรประเทศที่ถูกพิจารณาว่าเป็นผู้ก่อให้เกิดสงคราม เช่น กรณี สงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอังกฤษกับอิรัก (พ.ศ. 2545) ต่อมาเมื่อ สงครามยุติ สหประชาชาติมีมติยกเลิกการคว่ำบาตรอิรักเมื่อเดือนพฤษภาคม 2546

7. ปฏิบัติการทางการเมืองและความเสี่ยง (Political Action and Risk)



การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศใดหากเกิดขึ้นบ่อยครั้งก็จะทำให้เกิดสถานการณ์ที่ไม่น่าไว้วางใจแก่บริษัทที่เข้าไปทำธุรกิจที่เรียกว่า ความเสี่ยงทางการเมือง (Political Risk) ระดับความเสี่ยงจะแตกต่างกันไป ประเทศที่มีประวัติความมั่นคงที่ยาวนานมักจะมีความเสี่ยงในอัตราที่น้อยกว่าประเทศที่ไม่มี ความมั่นคงทางประวัติศาสตร์การเมือง ความเสี่ยงทางการเมือง เช่น การปฏิวัติรัฐประหาร การเปลี่ยนแปลงรัฐบาล ลัทธิชาตินิยม การก่อการร้าย นับเป็นความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจข้ามชาติในหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อยครั้ง การปฏิวัติอาจก่อผลให้มีการเปลี่ยนแปลงในรัฐบาลเป็นอย่างมาก รัฐบาลใหม่อาจโจมตีบริษัทข้ามชาติโดยการทำลาย ยึดครองธุรกิจ หรือใช้มาตรการบีบบังคับการดำเนินธุรกิจของต่างชาติ เป็นต้น

8. อิทธิพลของการเมืองและกฎหมายระหว่างประเทศ (The Influencing of Politics and Laws)



สิ่งแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมายระหว่างประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในตลาดโลกและมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ กฎหมายระหว่างประเทศเป็นเรื่องที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ กฎหมายใหม่อาจเข้ามาแทนที่กฎหมายเก่า ในฐานะนักการตลาดระหว่างประเทศมีทางเลือกอยู่หลายประการ เช่น ใช้วิธีمينเฉยต่อกฎเกณฑ์ที่มีอยู่และพยายามหลีกเลี่ยงการใช้วิธีนี้เป็นกลยุทธ์ที่เสี่ยงมากเพราะมีโอกาสที่จะถูกคัดค้านหรือถูกฟ้องร้อง หรือเลือกทางเลือกดั้งเดิมซึ่งปฏิบัติกันตามเงื่อนไขของประเทศนั้นๆ โดยคาดว่าจะมีการแก้ปัญหาในรูปแบบของการเจรจาต่อรองหลายฝ่ายได้แต่เป็นวิธีที่ใช้ระยะเวลานาน มิฉะนั้นอาจใช้วิธีการรวมกลุ่มเพื่อจูงใจนักกฎหมายและนักการเมืองให้ทำการพิจารณาและเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดบางประการที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ ทางเลือกนี้น่าจะเป็นคำตอบที่ดีที่สุดสำหรับนักการตลาดระดับโลก แต่ต้องอาศัยการเชื่อมโยงโดยตรงและประโยชน์ที่ชัดเจนต่อนักกฎหมายและนักการเมือง และอาจมีผลเสียในแง่การสนับสนุนใช้อิทธิพลทางการเงินและการเอื้ออำนวยให้เกิดปัญหาการคอร์รัปชันขึ้น