

ประเด็นร่วมสมัย ของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*

ดร.ชัยวัฒน์ ใบไม้

อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของบทความนี้คือ การนำเสนอประเด็นร่วมสมัยที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน และแนะนำทฤษฎีใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจระหว่างประเทศเป็นศาสตร์ที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง และถือเป็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญด้านหนึ่งที่นักศึกษาด้านบริหารธุรกิจต้องเรียนรู้ วิวัฒนาการของการเปลี่ยนแปลงรวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นของศาสตร์นี้สามารถพิจารณาได้จากเนื้อหาที่อยู่ในหนังสือเรียนและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความนี้วิเคราะห์เนื้อหาเพื่อแยกแยะประเด็นที่น่าสนใจในปัจจุบันจากเอกสารและงานวิจัยดังกล่าว เพื่อกำหนดเป็นเนื้อหาที่ผู้สนใจศาสตร์ด้านนี้ควรจะได้รู้ จากการวิเคราะห์พบว่าธุรกิจระหว่างประเทศเป็นศาสตร์ที่มีลักษณะของความเป็นสหวิทยาการ นอกจากนี้ยังพบว่าทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศพื้นฐานแบบดั้งเดิมนั้นยังคงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นประเด็นที่กล่าวถึง ในหนังสือเรียนที่ใช้กันอยู่ทั่วไป แต่ในขณะเดียวกันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างที่น่าไปสู่การเกิดปรากฏการณ์ใหม่ๆ ที่สำคัญ เช่น การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศและตลาดเกิดใหม่ ดังนั้น พื้นฐานความรู้เดิมผนวกกับความรู้ใหม่เหล่านี้จึงมีความสำคัญ ซึ่งนักศึกษาและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศจำเป็นต้องเรียนรู้

คำสำคัญ: การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การวิเคราะห์เนื้อหา

* ผู้เขียนขอขอบคุณผู้ประเมินทั้งสองท่านเป็นอย่างสูง ที่ช่วยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการปรับปรุงบทความนี้ให้มีคุณภาพมากขึ้น ขอขอบคุณคณบดี รองคณบดีฝ่ายวิชาการและรองคณบดีฝ่ายวิจัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ให้การสนับสนุนโครงการวิจัยนี้ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจระหว่างประเทศทั้งสองท่านที่ช่วยคัดเลือกบทความที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ และขอขอบคุณนางสาวอัมมิกา ขวดชุม ที่ช่วยทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยวิจัย

Contemporary Issues in International Business Management*

Dr. Chaiwot Baimai

Lecturer of Department of Management
Faculty of Business Administration, Maejo University

ABSTRACT

The main objective of this article is to introduce contemporary issues to keep pace with changing business environment and to identify new research streams in international business management. International business is a field of study that has evolved over time and is considered as one of the most important subjects for students majoring in business administration. International business's evolution and the progress of knowledge can be recognized from contents embedded in textbooks as well as research articles. This study uses content analysis technique to examine the extent to which these academic outlets cover various components of the common body of knowledge in this field. The results show that international business is an interdisciplinary subject. Moreover, the analysis also revealed that classical trade theories have been the foundation of international business since most of the selected materials has repeatedly mentioned about these theories. However, as the field evolves, a number of newly significant phenomena have been emerged such as international entrepreneurship and emerging markets. Thus, the basic foundations together with the emerging issues are crucial for students and entrepreneurs dealing with international business management.

Keywords: International Business Management, Content Analysis

* The author would like to thank the two reviewers for their valuable comments to improve the quality of this article. I thank the Dean, Associate Dean for Academic Affairs and Associate Dean for Research, Faculty of Business Administration, Maejo University for supporting this research project. I thank the two experts in international business management for selecting the articles used in this survey. I also thank Ms. Auntika Chuadchum as a research assistant.

บทนำ

ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจถือเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความเป็นพลวัตสูง เนื่องจากบริบทต่าง ๆ ในโลกธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่วนหนึ่งเกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และการลดข้อจำกัดที่ทำให้การค้ามีความเสรีมากขึ้น (อารีย์ นัยพินิจและคณะ, 2557) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจระหว่างประเทศนั้นเกิดความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น การดำเนินนโยบายผ่อนคลายทางการเงินของสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อระบบการเงินโลก การจัดตั้งความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคของอาเซียน (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement: TPP) หรือการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของประเทศไทยที่นำมาสู่การเคลื่อนย้ายความมั่งคั่งจากซีกโลกตะวันตกมาสู่ซีกโลกตะวันออก เป็นต้น ปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศทั้งสิ้น แต่ปัญหาที่มักพบคือ ประเด็นที่สำคัญเหล่านี้ยังไม่ได้ถูกกล่าวถึงในบทความทางวิชาการมากเท่าที่ควร ดังนั้น วัตถุประสงค์ของบทความคือ การกำหนดเนื้อหาพร้อมสมัยของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งนักศึกษาด้านการบริหารธุรกิจและผู้ประกอบการจำเป็นต้องเรียนรู้ โดยนอกเหนือจากทฤษฎีพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ทฤษฎีแบบดั้งเดิม (Classical Theories) เนื้อหาที่ปรารถนาให้มีการเพิ่มเติมแนวคิดหรือทฤษฎีใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เพื่อให้นักศึกษาหรือผู้สนใจศาสตร์ด้านนี้ได้เข้าใจในมิติต่าง ๆ ของธุรกิจระหว่างประเทศอย่างครบถ้วน อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอประเด็นใหม่ ๆ ที่มักถูกมองข้าม แต่กำลังมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้ประกอบการของไทยได้ก้าวทันและสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงและการทำการค้าระหว่างประเทศของโลกธุรกิจในปัจจุบันด้วย โดยการพิจารณาเนื้อหาจะเริ่มจากการอธิบายความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ วิวัฒนาการของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือ และบทความทางวิชาการด้านธุรกิจระหว่างประเทศจากอดีตถึงปัจจุบัน แล้วนำเนื้อหาพร้อมสมัยที่สำคัญจากการวิเคราะห์มาอภิปรายต่อไป

ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ

การศึกษาด้านธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) มีมาอย่างยาวนาน โดยในช่วงแรกหนังสือที่เกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศยังใช้ชื่ออื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจระหว่างประเทศ เช่น “International Trade”, “International Management” หรือ “Global Business” ต่อมาเมื่อเป็นสาขาที่แพร่หลายขึ้นนักวิชาการจึงได้เริ่มให้คำนิยาม หรือความหมายเฉพาะของธุรกิจระหว่างประเทศ คำนิยามที่ถูกกำหนดก็มีหลายลักษณะที่แตกต่างกันไปตามมุมมองหรือภูมิหลังของผู้แต่งแต่ละคน เช่น สมชนก ภาสกรจิรัส (2556, หน้า 2) ได้ให้นิยามของธุรกิจระหว่างประเทศไว้ว่า หมายถึง การประกอบกิจกรรมทางธุรกิจที่มีขอบเขตการดำเนินงานมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป ซึ่งคล้ายคลึงกับความหมายที่ Ball and McCulloch (1996, p. 7) ให้ความหมายไว้ว่าคือ ธุรกิจที่มีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ (International Business is Business Whose Activities Involve the Crossing of National Boundaries.) ส่วน Daniels and Radebaugh (2001, p. 3) กล่าวถึงธุรกิจระหว่างประเทศไว้ว่า หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่มีธุรกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับสองประเทศหรือมากกว่า (International Business as all Business Transactions that Involve Two or More Countries.) หรือในอีกแง่มุมหนึ่ง สุโขทัยธรรมมาธิราช (2532, หน้า 3) กล่าวว่า ธุรกิจระหว่างประเทศหมายถึง ธุรกิจที่มีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกันข้ามอาณาเขตไปยังประเทศอื่น ๆ รวมทั้งยังกล่าวถึงความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าในเชิงลึกนั้นมิได้หมายถึงเฉพาะภาคการผลิตในต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงภาคบริการ เช่น การขนส่ง การท่องเที่ยว การธนาคาร การโฆษณา การศึกษา การค้าปลีก การค้าส่ง หรือการสื่อสารมวลชนด้วย ซึ่งหากพิจารณาถึงบทนิยามในแต่ละมิติแล้วจะเห็นว่าความหมายของคำว่าธุรกิจระหว่างประเทศมีความหมายที่แตกต่างกันไปอย่างไรก็ตาม เมื่อได้พิจารณาประเด็นสำคัญที่เป็นแก่นหลักของนิยามจากแหล่งต่าง ๆ ดังกล่าวมาข้างต้นแล้ว ผู้เขียนพบว่า

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศมีด้วยกัน 2 ประการคือ ความหมายในมิติเรื่องขอบเขต และความหมายในแง่ของทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้าย ดังนี้

1. ขอบเขต (Boundary) สิ่งสำคัญประการแรกที่ทำให้ศาสตร์ด้านธุรกิจระหว่างประเทศแตกต่างจากสาขาอื่นและเป็นเรื่องจำเป็นที่เป็นอัตลักษณ์ของศาสตร์ด้านนี้คือ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจทุกประเภทจากภายในประเทศข้ามพรมแดนออกไปยังประเทศอื่นมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป ด้วยเหตุนี้ประเด็นหลักของการจัดการของธุรกิจระหว่างประเทศจึงเป็นเรื่องของการกำหนดแนวคิดในการดำเนินธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างออกไปในแต่ละพื้นที่

2. ทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้าย (Resource Mobilization) เมื่อมีมิติหลักของธุรกิจระหว่างประเทศเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจข้ามพรมแดนทุกประเภท สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่สามารถสรุปจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องคือ ทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศต่าง ๆ ซึ่งทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้ายนี้อาจเป็นได้ทั้งสินทรัพย์ที่จับต้องได้ (Tangible Assets) เช่น เครื่องจักร เงิน ทรัพยากรบุคคล สินค้าสำเร็จรูป หรืออาจรวมถึงสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets) เช่น เทคโนโลยี ความรู้ ตราสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ในอดีตทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้ายส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของสินค้าสำเร็จรูป (Hill, 2011) แต่ปัจจุบันผลการวิจัยพบว่า หนึ่งในสี่ของทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนของประเทศต่าง ๆ นั้นเกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการบริการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่สำคัญบางประเภท เช่น ธนาคาร ประกันภัย หรือท่องเที่ยว โดยที่การเคลื่อนย้ายทรัพยากรในอุตสาหกรรมเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตด้วย (Cavusgil et al., 2014)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นว่าหากพิจารณาประเด็นเรื่องขอบเขตเพียงอย่างเดียว ธุรกิจระหว่างประเทศจะมีความหมายเพียงแค่การขยายการดำเนินการของบริษัทจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเท่านั้น แต่มิติของธุรกิจระหว่างประเทศยุคใหม่ลึกไปกว่านั้น กล่าวคือ นอกเหนือจากการขยายการดำเนินการข้ามพรมแดนแล้ว เรื่องของการค้าระหว่างประเทศยังมุ่งเน้นไปที่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันในขณะที่บริษัทกำลังขยายตัวด้วย (Bartlett & Ghoshal, 1995) ดังนั้น ทรัพยากรที่ถูกเคลื่อนย้ายจึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กันไป ซึ่งเมื่อพิจารณาทั้งสองประเด็นร่วมกันแล้วจะพบว่าวัตถุประสงค์ของการศึกษาด้านธุรกิจระหว่างประเทศเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยสิ่งที่แลกเปลี่ยนกันนั้นอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่จับต้องได้ เช่น เงิน ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น การบริการ ความรู้ หรืออุดมการณ์ ส่วนผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศอาจเป็นได้ทั้งเหตุผลในเชิงธุรกิจ (ผลกำไร) หรือเหตุผลที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ (เพื่อพัฒนาสังคม) (Peng et al., 2008) อาทิ องค์การสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ เช่น Greenpeace International จากทั้งหมดที่กล่าวมาผู้เขียนจึงได้นิยามความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่า “การเคลื่อนย้ายกิจกรรมทางธุรกิจทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป ทำให้เกิดสินค้าหรือบริการเพื่อผลกำไรทางธุรกิจหรือเพื่อพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น” จากความหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจระหว่างประเทศมีความหมายกว้างกว่าการขยายตัวของบริษัทจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) จะเป็นเพียงแค่ “บริษัท (Firm)” เท่านั้น แต่จากนี้เองก็จะพบว่าเรื่องของธุรกิจระหว่างประเทศเกี่ยวข้องกับสิ่งที่หลากหลายกว่า โดยหน่วยในการวิเคราะห์อาจเป็นได้ทั้ง “บุคคล (Individual)”, “กลุ่ม (Group)”, “บริษัท (Firm)”, “อุตสาหกรรม (Industry)” หรือ “ประเทศ (Nation)” และเนื่องจากความหลากหลายนี้เองจึงทำให้ความรู้เรื่องธุรกิจระหว่างประเทศมีอิทธิพลครอบคลุมในหลายมิติที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารธุรกิจ และทำให้ศาสตร์ด้านนี้กลายเป็นสาขาที่ได้รับความนิยมจนมีวิวัฒนาการขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

วิวัฒนาการของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศมีมาช้านาน โดยพัฒนามาต่อเนื่องตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ที่การเคลื่อนย้ายสินค้าเริ่มต้นด้วยการแลกเปลี่ยนสินค้านะหว่างกัน (Barter) มาจนถึงการทำการค้าขาย (Trade) ผ่านวิธีการที่ง่ายที่สุดคือ การส่งออกและนำเข้าสินค้าที่ตนเองผลิตไม่ได้ หรือผลิตได้แต่ต้นทุนสูงกว่า จนมาถึงการทำธุรกรรมที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น กิจการร่วมค้า (Joint Venture) หรือการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment (FDI)) เป็นต้น การทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศขยายตัวอย่างมากในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1960 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลกสูง และการเติบโตดังกล่าวก็ได้ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษาด้านบริหารธุรกิจด้วย (Maurice et al., 1959) เนื่องจากความซับซ้อนในการดำเนินธุรกรรมข้ามพรมแดนมาพร้อมกับโอกาสและปัญหาใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นมากมายโดยหลายสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถหาคำตอบได้จากทฤษฎีแบบดั้งเดิม ประกอบกับประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งถือว่าเป็นต้นกำเนิดของสาขาบริหารธุรกิจ ภาควิชาและระบบการศึกษามีความเชื่อร่วมกันว่า (Ball & McCulloch, 1996) กล่าวคือ เมื่อบริษัทขยายตัวออกไปยังต่างประเทศแล้วประสบปัญหาต่าง ๆ ที่ไม่สามารถอธิบายได้จากทฤษฎีที่มีอยู่หรือจากประสบการณ์จากธุรกิจภายในประเทศ ภาควิชาจึงย้อนกลับมาทบทวนการศึกษาค้นคว้าเพื่อเพิ่มความสนใจในมิติด้านระหว่างประเทศในสายธุรกิจให้มากขึ้น ในช่วงระยะเวลานี้จะเห็นได้ว่าแวดวงการศึกษาระบบและงานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศเกิดพัฒนาการที่ขยายตัวอย่างกว้างขวาง เช่น เกิดการก่อตั้ง Academy of International Business (AIB) ในปี ค.ศ. 1959 หรือการเริ่มมีการเพิ่มสาขาธุรกิจระหว่างประเทศเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันรับรองมาตรฐานการศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจและการบัญชีทั่วโลกคือ Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) ในปี ค.ศ. 1974 ซึ่งวิวัฒนาการต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนธุรกิจระหว่างประเทศได้ถูกพัฒนาเป็นสาขาหลักแขนงหนึ่งของการศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจในหลาย ๆ สถาบันการศึกษาในปัจจุบัน

การศึกษาด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศเป็นศาสตร์ที่ค่อนข้างใหม่เมื่อเทียบกับสาขาวิชาอื่นในสาขาการบริหารธุรกิจ ต้นกำเนิดของธุรกิจระหว่างประเทศเกิดจากแนวคิดพื้นฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นการอธิบายสาเหตุที่ทำให้เกิดความเข้าใจในการซื้อขายสินค้านะหว่างประเทศ (Rugman & Brewer, 2001) โดยเหตุผลหลักที่ทำให้เกิดการค้านะหว่างประเทศคือ ความแตกต่างของทรัพยากรและความชำนาญที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ ดังนั้น แนวคิดและทฤษฎีการค้านะหว่างประเทศหลักจึงมุ่งอธิบายความแตกต่างของปัจจัยต่าง ๆ ของแต่ละประเทศที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน เช่น ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิกเสนอว่า ธุรกิจระหว่างประเทศเกิดจากหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) จนเกิดความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization) ดังนั้น แต่ละประเทศจึงควรจะต้องผลิตสิ่งต่าง ๆ ตามที่ตนถนัดเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งทุกประเทศจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน (Smith, 1776) หรืออาจเกิดจากความแตกต่างของปัจจัยการผลิต (Factor Endowments) ของแต่ละประเทศ (Ohlin, 1933) ซึ่งทฤษฎีพื้นฐานเหล่านี้ล้วนประกอบขึ้นเป็นตำราเรียนด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศทั้งสิ้น นอกจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์แล้ว ในระยะต่อมาทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศยังถูกนำไปเชื่อมโยงกับแนวคิดของศาสตร์ด้านอื่น โดยเฉพาะด้านการจัดการ เช่น การอธิบายถึงการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง (Vernon, 1966) หรือ การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศ (Porter, 1998) เป็นต้น

เมื่อศาสตร์ด้านการธุรกิจระหว่างประเทศได้รับความสนใจมากขึ้น จากเดิมที่เป็นสาขาย่อยด้านหนึ่งของคณะบริหารธุรกิจ สถาบันการศึกษาหลายแห่งจึงได้แยกสาขาธุรกิจระหว่างประเทศออกมาเป็นภาควิชาหรือหน่วยงานอิสระ ในส่วนของผลงานทางวิชาการก็มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องออกมาอย่างต่อเนื่อง และเกิดวารสารเฉพาะด้านที่มุ่งเน้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศด้วย พัฒนาการจากสถาบันการศึกษาและงานวิจัยดังกล่าวส่งผลให้เกิดทฤษฎีใหม่ ๆ ที่เป็นที่ยอมรับมากมาย เช่น การกล่าวถึงการแสวงหาความได้เปรียบจากการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ (Eclectic Paradigm) (Dunning, 1981)

หรือกลยุทธ์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ (Bartlett & Ghoshal, 1989) จะเห็นว่าเมื่อธุรกิจระหว่างประเทศเริ่มกลายมาเป็นสาขาการศึกษาที่โดดเด่นและแยกออกมาเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งของกลุ่มวิชาการด้านการจัดการจึงเกิดการพัฒนาทฤษฎีใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ทฤษฎีเหล่านี้มีความหลากหลายครอบคลุมการดำเนินการในส่วนต่างๆ ของธุรกิจ เช่น การเงิน การตลาด หรือทรัพยากรบุคคล เป็นต้น และด้วยเหตุที่มีงานวิจัยใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องจึงเป็นที่มาของบทความนี้ เพื่อพิจารณาประเด็นใหม่ๆ ที่กำลังเป็นที่สนใจในการศึกษาวิจัยในปัจจุบัน ดังรายละเอียดที่จะได้กล่าวต่อไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การสำรวจนี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคในการแยกแยะลักษณะเฉพาะของเนื้อหาที่ต้องการศึกษาอย่างเป็นระบบ (Holsti, 1969) เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหามีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของงานวิจัยแต่ละชิ้น (Krippendorff, 2004) สำหรับการสำรวจนี้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์คุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูลแต่ละชุดแล้วนำมาเปรียบเทียบกันเพื่อหาลักษณะร่วมที่เหมือนกันหรือแตกต่าง (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) ในการสำรวจนี้เนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์มาจาก 2 แหล่งคือ หนังสือและบทความวิจัย/บทความวิชาการด้านธุรกิจระหว่างประเทศ การวิเคราะห์เริ่มจากกรแยกแยะเนื้อหาจากหนังสือเพื่อพิจารณาองค์ประกอบที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน และนำองค์ประกอบดังกล่าวมาสร้างเป็นโครงสร้างขององค์ความรู้จากตำราธุรกิจระหว่างประเทศ เมื่อได้โครงสร้างหลักแล้วจึงนำมากำหนดเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้น หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์บทความวิจัย และบทความวิชาการเพื่อพิจารณาหัวข้อใหม่ๆ ที่ได้รับความสนใจจากนักวิจัยในยุคปัจจุบัน เอกสารที่นำมาทำการวิเคราะห์ได้รับการคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การคัดเลือกเอกสารจากบรรณผลงานวิจัยที่ดำเนินการแล้วเสร็จในช่วงระยะเวลา 5-10 ปี (กวินธร เสถียร, 2555) หรืออาจคัดเลือกจากตัวอย่างอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง (อัจฉราวรรณ งามญาณ, 2554)

การวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือธุรกิจระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์เริ่มต้นด้วยการคัดเลือกหนังสือธุรกิจระหว่างประเทศที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางทั้งของไทยและต่างประเทศเพื่อนำมาแยกส่วนประกอบของเนื้อหาที่สามารถจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากศาสตร์ด้านธุรกิจระหว่างประเทศเป็นสาขาวิชาที่กว้างและครอบคลุมเนื้อหาในหลายมิติ ดังนั้น ชื่อของหนังสือที่เกี่ยวข้องจึงไม่มีชื่อที่จำเพาะเจาะจงแน่นอน ผู้แต่งแต่ละคนอาจใช้ชื่อหนังสือที่แตกต่างกันไปบ้างตามความเข้าใจและภูมิหลังของผู้เขียน สำหรับหนังสือของไทยส่วนใหญ่ใช้ชื่อหนังสือที่คล้ายคลึงกันคือ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ส่วนหนังสือของต่างประเทศใช้ชื่อที่หลากหลาย เช่น International Business, Global Business, International Management, Multinational Management เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หนังสือที่คัดเลือกมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาในการสำรวจนี้ได้คัดเลือกเบื้องต้นโดยใช้วิจารณ์ญาณของผู้เขียน ซึ่งถือเป็นกระบวนการคิดที่ช่วยให้การจำแนกข้อมูลและนำสิ่งที่วิเคราะห์มาช่วยในการตัดสินใจเบื้องต้น (Athanassiou & McNett, 2003) แต่ข้อเสียคือ การใช้วิจารณ์ญาณอย่างเดียวอาจเกิดอคติของตัวผู้วิจัยได้ (ทิพวัลย์ สัจจันทร์, 2546) ดังนั้นเพื่อลดความผิดพลาดดังกล่าว ขั้นตอนต่อไปจึงใช้การตรวจทานความแพร่หลายของหนังสือจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Jansen & Poodt, 2000) พิจารณาประกอบกันไปด้วย โดยการสืบค้นหาภาษาไทย “ธุรกิจระหว่างประเทศ” จากศูนย์หนังสือแห่งทางมหาวิทยาลัย และภาษาอังกฤษ “International Business” จาก <http://www.amazon.com> ผลจากการสืบค้นได้รายชื่อหนังสือธุรกิจระหว่างประเทศที่ได้รับความนิยมและจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: รายชื่อหนังสือธุรกิจระหว่างประเทศ

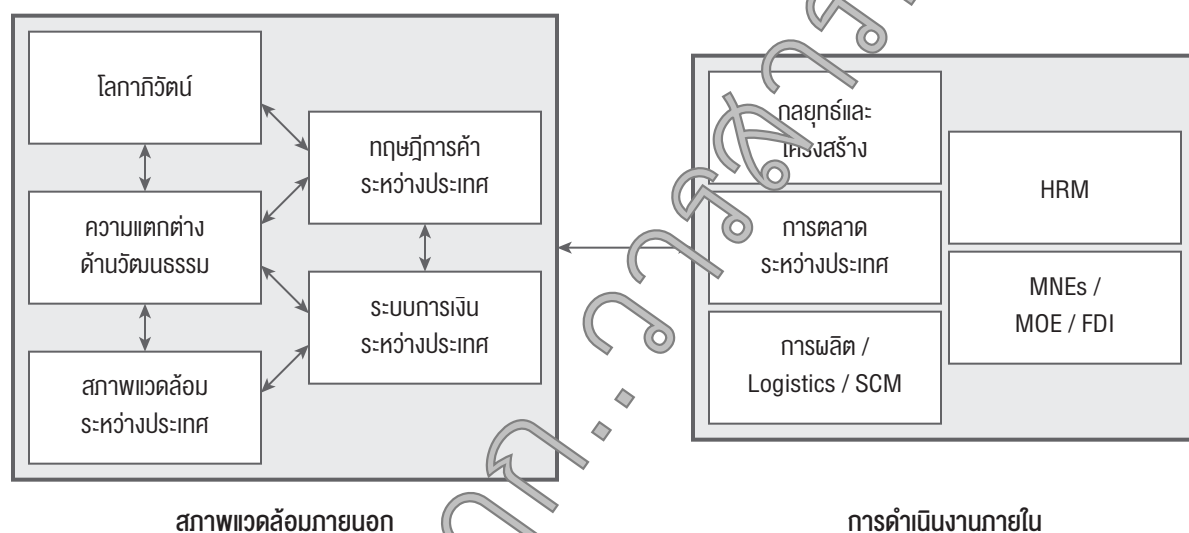
ชื่อหนังสือ		ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)
1	การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	ชนงกรณ์ กุณชาลบุตร (2552)
2	ธุรกิจระหว่างประเทศ	ณัฏฐ์ กุลิสร (2554)
3	หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	สมชนก ภาสกรจรัส (2556)
4	International Business	Ball et al. (2010)
5	International Business: Competing in the Global Marketplace	Hill (2011)
6	International Business: Environments & Operations	Daniels et al. (2013)
7	International Business: The Challenges of Globalization	Wild & Wild (2014)

หลังจากคัดเลือกหนังสือที่จะนำมาวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การวิเคราะห์แยกส่วนประกอบของข้อมูลแต่ละชุดโดยพิจารณาว่าจะแยกส่วนประกอบของข้อมูลเป็นกี่ส่วนจากคุณสมบัติในข้างต้น ขั้นตอนนี้ผู้เขียนจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือทั้งหมดที่คัดเลือกมาเพื่อหาส่วนประกอบของเนื้อหาที่เหมือนกัน หรือมีความคล้ายคลึงกันเพื่อนำมารวบรวมและสรุปเป็นโครงสร้างหลักหรือกรอบแนวคิดพื้นฐานในการสำรวจ การวิเคราะห์แยกส่วนประกอบทำการพิจารณาความมากมายของเนื้อหาโดยการนับความถี่ (Frequency) ของเนื้อหาที่สนใจศึกษา คือ จำนวนหน้าและอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละของเนื้อหาในแต่ละเรื่องจากหนังสือที่คัดเลือกมา ซึ่งหากเนื้อหาที่มีความถี่มากก็สามารถตีความได้ถึงความสำคัญตลอดจนความหมายโดยนัยของผู้เขียนได้ (Kassarjian, 1997) ผลจากการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2: จำนวนหน้าและอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละของเนื้อหาในหนังสือ

	ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)	สภาพแวดล้อมภายนอก					การดำเนินงานภายใน					
		โลกาภิวัตน์	ความแตกต่างด้านวัฒนธรรม	สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ	ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ	ระบบการเงินระหว่างประเทศ	กลยุทธ์และโครงสร้าง	การตลาดระหว่างประเทศ	การผลิต / Logistics / SCM	ทรัพยากรบุคคลระหว่างประเทศ	MNEs, Mode of Entry, FDI	การเงินธุรกิจ
1	ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2552)	7.69	9.74	15.38	6.15	4.62	17.95	14.87	4.62	10.77	8.21	-
		N	38	60	24	18	70	58	18	42	32	-
2	ณัฏฐ์ กุติสร (2554)	9.25	10.25	25.75	8.25	7.25	6.75	6.50	5.50	6.00	16.50	-
		N	33	103	33	29	27	26	22	24	66	-
3	สมชนก ภาสกรจรัส (2556)	5.52	8.79	22.76	8.97	5.52	10.17	8.28	5.52	4.66	15.17	4.66
		N	51	132	52	32	59	48	32	27	88	27
4	Ball et al. (2010)	5.46	6.78	22.41	5.27	9.98	11.49	6.03	6.97	5.46	16.01	4.14
		N	36	119	28	53	61	32	37	29	85	22
5	Hill (2011)	5.96	5.64	18.50	6.11	14.11	10.64	5.47	4.23	6.58	19.59	3.45
		N	36	118	39	90	8	42	27	42	125	22
6	Daniels et al. (2013)	4.41	5.97	13.37	15.79	9.96	11.81	5.55	5.26	5.69	16.36	5.83
		N	42	94	111	70	83	39	37	40	115	41
7	Wild & Wild (2014)	9.25	7.79	25.79	5.84	12.41	5.35	12.17	4.87	4.38	12.17	-
		N	32	106	24	51	22	50	20	18	51	-

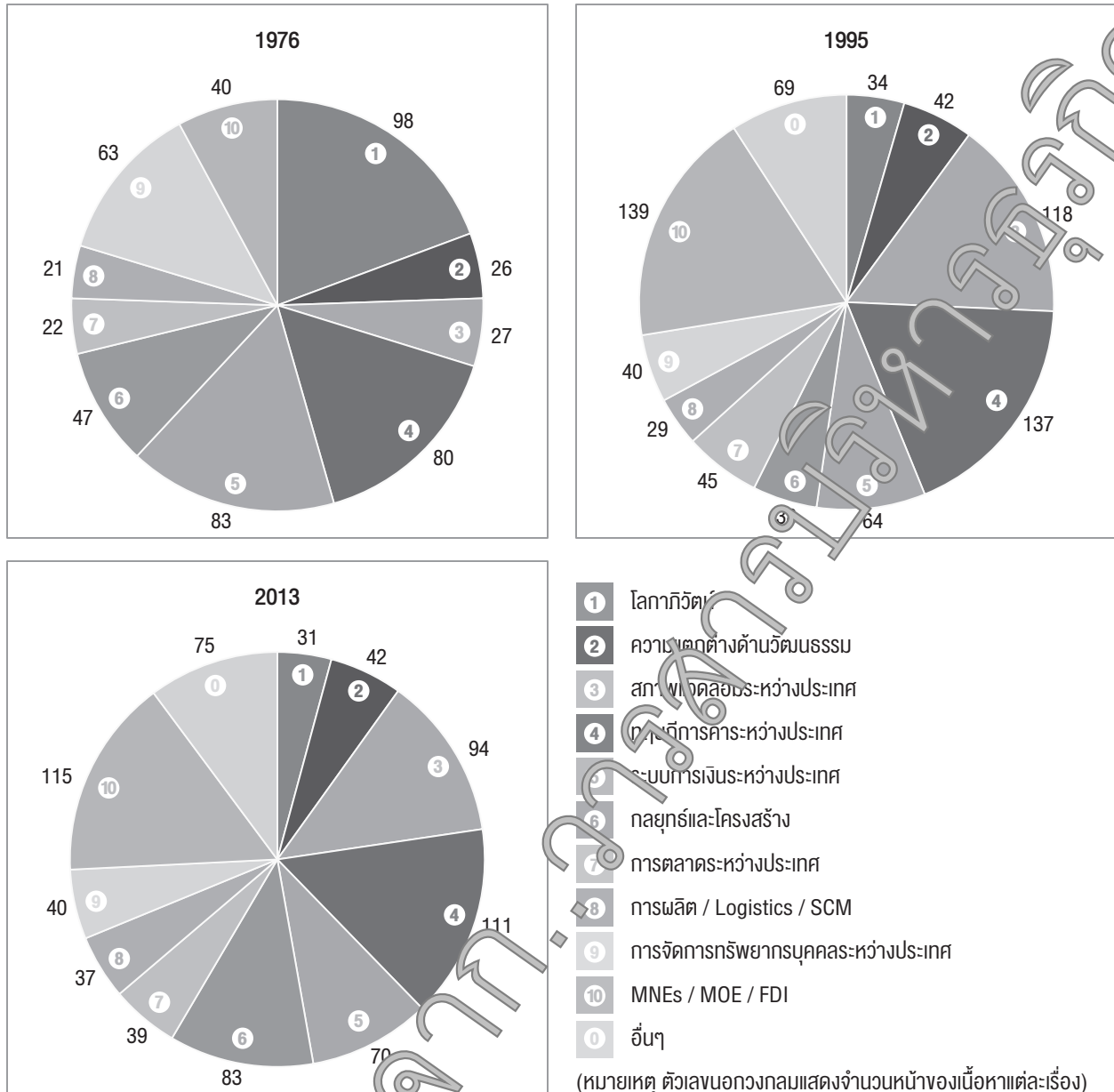
จากตารางที่ 2 พบว่าหนังสือที่คัดเลือกมาจากกลุ่มตัวอย่างหนังสือทั้ง 7 เล่มนี้มีเนื้อหาส่วนใหญ่ที่มีลักษณะเหมือนกัน ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) และการดำเนินงานภายใน (Internal Operations) เนื้อหาของสภาพแวดล้อมภายนอกมีจำนวนเนื้อหา 2,450 หน้า คิดเป็นร้อยละ 67.07 และเนื้อหาของการดำเนินงานภายในมีจำนวนเนื้อหา 1,203 หน้า คิดเป็นร้อยละ 32.93 ตามลำดับ โดยในส่วนของสภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วยเนื้อหาต่าง ๆ คือ 1) โลกาภิวัตน์ 2) ความแตกต่างด้านวัฒนธรรม 3) สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ 4) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ 5) ระบบการเงินระหว่างประเทศ และในส่วนของการทำงานภายใน ประกอบด้วยเนื้อหาต่าง ๆ คือ 6) กลยุทธ์และโครงสร้างของธุรกิจระหว่างประเทศ 7) การตลาดระหว่างประเทศ 8) การผลิตและการดำเนินงาน / ระบบการจัดการการส่งสินค้า (Logistics) / การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) 9) การจัดการทรัพยากรบุคคลระหว่างประเทศ (HRM) และ 10) บริษัทข้ามชาติ (Multinational Enterprises: MNEs) รูปแบบต่าง ๆ ของการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Modes of Entry: MOE) และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) (ตารางที่ 2) ซึ่งเนื้อหาที่เหมือนกันดังกล่าวนี้ถือเป็นโครงสร้างองค์ความรู้จากตำราธุรกิจระหว่างประเทศ และโครงสร้างดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการสำรวจได้แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: โครงสร้างขององค์ความรู้จากตำราธุรกิจระหว่างประเทศ (กรอบแนวคิดเบื้องต้นในการสำรวจ)

เนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงไปของ Daniels et al. (1976, 1995, 2013)

สำหรับการพิจารณาประเด็นเนื้อหาที่เริ่มเป็นที่รู้จักหรือได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นในระยะหลังจะเริ่มวิเคราะห์จากหนังสือที่ได้รับความนิยมต่อเนื่องยาวนาน โดยพิจารณาจากเนื้อหาในหนังสือของ Daniels et al. ซึ่งเป็นหนังสือการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่เริ่มใช้มาตั้งแต่ ค.ศ. 1976 และได้รับการปรับปรุงเนื้อหาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วง 37 ปีในหนังสือของ Daniels et al. (1976, 1995, 2013)



ภาพที่ 2: เนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศของ Daniels et al. (1976, 1995, 2013)

จากภาพที่ 2 พบว่าส่วนใหญ่เนื้อหาหลัก ๆ นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1976 ถึง 2013 มีความคล้ายคลึงกันมาก อย่างไรก็ตามสิ่งที่แตกต่างคือ หนังสือที่เขียนในปี ค.ศ. 1976 มีเนื้อหาที่กล่าวถึงโลกาภิวัตน์มากเนื่องจากเป็นเรื่องที่ใหม่ในยุคนั้น ปัจจุบันโลกาภิวัตน์ถือว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหญ่ทราบอยู่แล้วจึงมีเนื้อหาในส่วนนี้ลดลงตามระยะเวลาที่ผ่านมา ส่วนเนื้อหาที่เพิ่มขึ้นมาในปี ค.ศ. 1995 คือ มีการแยกการเงินธุรกิจออกมาต่างหากและจัดอยู่ในส่วนของการดำเนินงานภายใน (รวมอยู่ในหมวด “อื่นๆ”) ส่วนหนังสือในปี ค.ศ. 2013 ได้เพิ่มเนื้อหาบางส่วนจากปี ค.ศ. 1995 เนื้อหาที่เพิ่มขึ้นมาใหม่นี้แยกออกมาเป็นบทต่างหากคือ เรื่อง Globalization and Society ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การคอร์รัปชัน จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้เนื้อหาที่เพิ่มขึ้นมาในการพิมพ์ครั้งล่าสุดยังรวมเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของแต่ละประเทศด้วย

การวิเคราะห์เนื้อหาจากบทความวิจัยหรือบทความวิชาการ

ในปัจจุบันมีแนวโน้มว่างานวิจัยกับการเรียนการสอนนั้นจะมีการบูรณาการกันมากขึ้น (Cazurra et al., 2013) ในประเทศไทยการบูรณาการที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งสืบเนื่องจากนโยบายการส่งเสริมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีการจัดระบบ และกลไกที่สามารถส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงงานวิจัยกับเนื้อหาต่าง ๆ ในหลักสูตรการศึกษามากขึ้น (มณฑุสสุนทร และคณะ, 2557) นอกจากนี้ยังพบว่าทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวในหนังสือเรียนส่วนใหญ่ได้รับการพัฒนามาจากงานหนึ่งขงงานวิจัยที่ทำขึ้นมาก่อนหน้านั้น (Pingel, 1999) ดังนั้น ผลจากงานวิจัยจึงมักมีความก้าวหน้ามากกว่าเนื้อหาที่อยู่ในหนังสือเรียนทั่วไป (Birnberg, 2000: Griffith et al., 2008) นอกเหนือจากการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือธุรกิจระหว่างประเทศหลัก ๆ ที่ใช้กันโดยทั่วไปแล้ว การพิจารณาเนื้อหาร่วมสมัยจึงได้รวมเนื้อหาจากงานวิจัยในการสาารชั้นนำด้านธุรกิจระหว่างประเทศเข้าไปด้วย แต่เนื่องจากงานวิจัยด้านธุรกิจระหว่างประเทศในระดับนานาชาติมีจำนวนมาก ในทางปฏิบัติจึงเป็นไปได้ยากที่จะนำงานวิจัยทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องมาพิจารณา ดังนั้น วารสารในระดับชาติที่ตีพิมพ์ธุรกิจระหว่างประเทศที่ถูกใช้ในการวิเคราะห์คือ วารสารที่มีความน่าเชื่อถือและมีค่า Impact Factor สูงคือ Journal of International Business Studies (JIBS) (Impact Factor 3.594) (Thomson Reuters, 2014) สำหรับในประเทศไทยยังไม่มีวารสารวิชาการที่นำเสนอานวิจัยด้านธุรกิจระหว่างประเทศโดยเฉพาะ เนื้อหาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศส่วนใหญ่มักจะเป็นหัวข้อหนึ่งในวารสารด้านการบริหารธุรกิจ ดังนั้น การวิเคราะห์เนื้อหาจึงพิจารณาจากวารสารบริหารธุรกิจชั้นนำที่ได้รับการยอมรับภายในประเทศและอยู่ใน TCI กลุ่ม 1 ได้แก่ วารสารบริหารธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม การคัดเลือกบทความเป็นการตัดสินใจจากวิจารณญาณของผู้คัดเลือก ฉะนั้นเพื่อป้องกันอคติที่เกิดจากการคัดเลือกบทความ การวิเคราะห์เนื้อหาที่เหมาะสมจะใช้ข้อมูลที่มีตั้งแต่สองชุดขึ้นไป (สุภางค์ จันทวนิช, 2552: Lombard et al., 2002) การวิเคราะห์จึงใช้ผู้คัดเลือกบทความที่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจระหว่างประเทศจำนวน 2 คน โดยที่ผู้คัดเลือกแต่ละคนจะทำการพิจารณาบทความอย่างเป็นอิสระต่อกัน ก่อนทำการวิเคราะห์เนื้อหาผู้คัดเลือกทั้ง 2 คนจะทำความเข้าใจร่วมกันถึงความหมายและการวิเคราะห์เนื้อหาที่ต้องการพิจารณาแล้วทำการทดสอบเบื้องต้นว่ามีความเข้าใจตรงกัน ขั้นตอนต่อไปคือ การนำข้อมูลที่ได้จากผู้คัดเลือกทั้ง 2 คนมาหาค่าความน่าเชื่อถือของกระบวนการคัดเลือกด้วยการวัดความสอดคล้องกัน (Measure of Agreement) ซึ่งสามารถหาได้โดยใช้ค่าสถิติ Cohen's Kappa Coefficient หรือสัมประสิทธิ์ Kappa¹ ค่า Kappa นี้เป็นค่าทางสถิติที่วัดทดสอบความสอดคล้องกันของข้อมูล 2 กลุ่มที่ต้องการเปรียบเทียบ และค่าที่คำนวณได้จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการตัดสินใจที่เหมือนกันโดยไม่ได้เกิดจากความบังเอิญ (Chance Corrected Agreement) (พรพิศ ยัมประยูร, 2551) การคำนวณสัมประสิทธิ์ Kappa จะพิจารณาค่าความเหมือนในการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจริง (Observed Agreement) และความเหมือนในการตัดสินใจที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ (Chance Agreement) ผลการคัดเลือกบทความจากผู้คัดเลือกทั้ง 2 คนแสดงในตารางที่ 3 และจากตารางสามารถคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Kappa ได้เท่ากับ 0.818 และมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.00 ซึ่งบ่งชี้ว่าการตัดสินใจเลือกบทความเดียวกันของบุคคลทั้ง 2 ตรงกันค่อนข้างสูง (Landis & Koch, 1977) ส่วนใบารณี่ที่เกิดการตัดสินใจในการเลือกบทความไม่เหมือนกัน เช่น กรณีที่คนหนึ่งเลือกแต่อีกคนหนึ่งไม่เลือกบทความนั้น ก็จะนำบทความดังกล่าวมาพิจารณาร่วมกันอีกครั้งหนึ่งเพื่อหาข้อสรุปว่าควระเลือกบทความนั้นหรือไม่ ส่วนบทความที่จัดเลือกว่าเหมาะสมแล้วก็นำมาสรุปผลร่วมกันว่ามีหัวข้อหลักของการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง ตารางที่ 4 แสดงเนื้อหาของบทความวิจัยและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

¹ $Kappa = \frac{P(A) - P(E)}{1 - P(E)}$ โดยที่ $P(A) = \text{Observed Agreement}$
 $P(B) = \text{Chance Agreement}$

ตารางที่ 3: ความสอดคล้องกันของบทความวิชาการที่ได้รับการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ 2 คน

		ผู้คัดเลือกคนที่ 2		
		ไม่เลือก	เลือก	รวม
ผู้คัดเลือก คนที่ 1	ไม่เลือก	304	6	310
	เลือก	1	17	18
	รวม	305	23	328

ตารางที่ 4: บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

	ชื่อบทความ	ผู้แต่ง	เนื้อหาหลักของงานวิจัย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
1	Service Marketing Strategy Model of Thai Halal Restaurant for Preparation to AEC	Sirikul Prasertsomboon & Ream Saijam (2015)	- International Marketing	- Service Marketing Strategy - Halal Food - AEC
2	ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถขององค์กร: สร้างความเป็นนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร	ชลธิชา มธุระเมธา (2557)	- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	- การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ - SMEs
3	Human Resources Management and the Salient Issues during Cross-Border Alliances: A Case Study of MNCs in Thailand	Sumida Popaitoon (2014)	- International Human Resource Management	- Cross-Cultural Management - MNCs
4	ทุนมนุษย์-ปัจจัยเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน	ชนมณัฐชา กังวานศุภพันธ์ (2557)	- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	- การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ - SMEs - AEC
5	การสร้างทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ SMEs ของไทยเพื่อจับ AEC	ชลธิศ ดาราวงษ์ (2557)	- การตลาดระหว่างประเทศ	- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - SMEs - AEC
6	การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนกะหล่ำปลีของเกษตรกรลาวภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรีในระบอบพันธะสัญญาไทย-ลาว	สุภาวดี ขุนทองจันทร์ (2556)	- การเงินธุรกิจ	- เกษตรกรลาว - AEC

ตารางที่ 4: บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ (ต่อ)

	ชื่อบทความ	ผู้แต่ง	เนื้อหาหลักของการวิจัย	ประเด็นที่เกี่ยวข้อง
7	การบริหารพนักงานข้ามชาติในยุคการค้าเสรีอาเซียน	ชลธิศ ดาราวงษ์ (2556)	- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	- การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ - พนักงานข้ามชาติ - MNCs / TNC
8	การเปิดเสรีการเงิน AEC และต้นทุนเงินทุนของประเทศสมาชิกอาเซียน	อัญญา ชันฉวีรักษ์ (2556)	- การเงินระหว่างประเทศ	- AEC
9	การเลือกท่าเรือที่เหมาะสมเป็นท่าเรือศูนย์กลางการขนถ่ายตู้สินค้าระหว่างลำเรือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	จินต์ พันธุ์ชัย และสถาพร โอภาสานนท์ (2554)	- โลจิสติกส์	- การเลือกท่าเรือ
10	ห้าสิ่งที่หายไป: บทเรียนที่สหรัฐฯ (และไทย) ได้จากจีน	พัฒน์นรี ศรีสุขโอฬาร (2553)	- ตลาดเกิดใหม่	- ประเทศจีน
11	เรียนรู้ HR Practices ของบริษัทข้ามชาติ (MNCs) ในประเทศไทย	จตุรงค์ นภาพร (2553)	- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	- MNCs
12	ประโยชน์ของการลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ระหว่างประเทศจากมุมมองของนักลงทุนไทย	พรชัย ชุนหจินดา (2548)	- การเงินระหว่างประเทศ	- การกระจายการลงทุนในกลุ่มหลักทรัพย์ระหว่างประเทศ
13	โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว 골프ในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา	สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548)	- การตลาดระหว่างประเทศ	- กลยุทธ์การตลาด (การท่องเที่ยว)
14	โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา	สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548)	- การตลาดระหว่างประเทศ	- กลยุทธ์การตลาด (การท่องเที่ยว)
15	ความท้าทายของ Logistics ระหว่างประเทศ ในประเด็นที่เกี่ยวกับการกระจายสินค้าในสหภาพยุโรป โดยใช้ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center): ตัวอย่างตลาดยุโรป	สันติชัย คชรินทร์ (2547)	- โลจิสติกส์	- Distribution Center
16	Gender Issues in Buying Behavior: A Cross-Country Analysis	Kritika Kongsompong (2004)	- International Marketing	- พฤติกรรมผู้บริโภค - Cross-Country Analysis

ตารางที่ 4: บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ (ต่อ)

	ชื่อบทความ	ผู้แต่ง	เนื้อหาหลักของการวิจัย	ประเด็นที่เกี่ยว
17	การโยกย้ายทุนออกจากประเทศภูมิภาคเอเชียและผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ	พรชัย ชุนหจินดา (2547)	- การเงินระหว่างประเทศ	- การโยกย้ายเงินทุน - วิกฤตเศรษฐกิจ
18	การคัดเลือกบุคลากรตามวิธีการของนานาชาติ	พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ (2546)	- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	- การคัดเลือกบุคลากร - MNCs

จากตารางที่ 4 พบว่ามีบทความวิจัยและบทความวิชาการนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ถึงปี พ.ศ. 2558 (ไม่รวมบทวิจารณ์หนังสือ บทความปริทัศน์ และคอลัมน์ประจำ) ที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศจำนวน 18 บทความ จากทั้งหมด 328 บทความ คิดเป็นร้อยละ 7.46 โดยบทความที่เกี่ยวข้องมีเนื้อหาหลักของการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 หมวดคือ 1) การตลาดระหว่างประเทศ 5 บทความ คิดเป็นร้อยละ 27.78 2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ 6 บทความ คิดเป็นร้อยละ 33.33 3) การจัดการการเงินระหว่างประเทศและการเงินธุรกิจ 4 บทความ คิดเป็นร้อยละ 22.22 4) การบริหาร Logistics 2 บทความ คิดเป็นร้อยละ 11.11 และ 5) ตลาดเกิดใหม่ 1 บทความ คิดเป็นร้อยละ 5.56 เป็นที่น่าสังเกตว่าในแต่ละบทความนอกจากประเด็นหลักในการวิจัยแล้วยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาหลักที่ผู้เขียนให้ความสนใจประกอบกันไปด้วย ซึ่งประเด็นที่เกี่ยวของนี้อาจมีเนื้อหาที่ทับซ้อนกันบ้าง หัวข้อที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาได้แก่ 1) AEC 2) MNCs 3) SMEs 4) วิจัยเชิงเปรียบเทียบ 5) หมวดอื่นๆ (อาหาร Halal พลังงานข้ามชาติ การเลือกท่าเรือ จีน E-Services การท่องเที่ยว Distribution Center และวิกฤตเศรษฐกิจ)

สำหรับวารสารในระดับนานาชาติ การวิเคราะห์เนื้อหาจะพิจารณาจากบทความใน JIBS ซึ่งบทความทุก ๆ เรื่องล้วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องทำการคัดเลือกบทความ อย่างไรก็ตาม จุดมุ่งหมายหลักของการวิเคราะห์เนื้อหาจากวารสารชั้นนำในระดับนานาชาติเพื่อศึกษาเนื้อหาที่เป็นที่สนใจในระยะหลัง และเป็นเนื้อหาที่อยู่นอกเหนือจากองค์ความรู้เดิม หรือกรอบแนวคิดเบื้องต้นที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้น การบันทึกข้อมูลจึงแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ประเด็นหลักคือ 1) ประเด็นเนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม (Classical Issues) และ 2) ประเด็นเนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศเกิดใหม่ (Emerging Issues) จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากผู้อ่านทั้ง 2 คนได้ผลดังแสดงในตารางที่ 5 สำหรับผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ Kappa จำนวนได้เท่ากับ 0.794 และมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งชี้ว่าการตัดสินใจเลือกบทความเดียวกันของบุคคลทั้ง 2 คนสูง (Landis & Koch, 1977) ผลจากการวิเคราะห์งานวิจัยใน JIBS นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 ถึงปี ค.ศ. 2015 (รวม Advance Online Publication สืบค้น ณ วันที่ 11 กรกฎาคม 2558) จำนวน 204 บทความ สรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 6 และ 7

ตารางที่ 5: ความสอดคล้องกันของบทความที่ได้รับการคัดเลือกจาก JIBS

		ผู้คัดเลือกคนที่ 2		
		ไม่เลือก	เลือก	รวม
ผู้คัดเลือก คนที่ 1	ไม่เลือก	154	6	160
	เลือก	8	36	44
	รวม	162	42	204

ตารางที่ 6: เนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม

เนื้อหาหลัก (Classical issues)	ตัวอย่างประเด็นที่ถูกกล่าวถึง	จำนวนบทความ (เรื่อง)	จำนวนบทความ (%)
1. Globalization	Internationalization, Degree of globalization, Convergence across countries	7	3.43
2. Culture	Cultural dimensions, Cultural differences, Multiculturalism, Cultural intelligence	17	8.33
3. Environment	Intellectual property rights, Political risk	7	3.43
4. Trade Theory	Adam Smith's theory	1	0.49
5. Int'l Monetary System	Sovereign wealth funds	1	0.49
6. Strategy and Structure	Location choices, Effects on geographic diversification, Mitigating strategies	7	3.43
7. Global Marketing	Sustainable products, Market segmentation, Consumer ethnocentrism, Consumer-brand identification	8	3.92
8. Operations Mgt./Logistics	Business process outsourcing, Business process offshoring, Supplier firms adaptability	3	1.47
9. HRM	Leadership, Strategic human capital	12	5.88
10. MNEs / Modes of entry / FDI	Alliances, Joint ventures, Mergers and acquisitions, Licensing, Outsourcing	97	44.12
รวม		160	78.43

ตารางที่ 7: เนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศเกิดใหม่

เนื้อหาหลัก (Emerging issues)	ตัวอย่างประเด็นที่ถูกกล่าวถึง	จำนวนบทความ (เรื่อง)	จำนวนบทความ (%)
1. Emerging Markets	BRICS	2	0.98
2. International Entrepreneurship	Entrepreneurial firms (e.g. SMEs, Born global, Start-up firms, Venture capital, International new ventures)	9	4.41
3. Technological Innovation	R & D, Knowledge transfer, Technology spillovers, Absorptive capacity	2	1.47
4. Language	External reporting language, Translation in the international business, Role of language in international business, Brain drain (consequences of foreign language)	8	3.92
5. Article Writing	Peer review process, Research writing	3	1.47
6. CSR / Ethics	Firms' CSR behavior, Corporate social performance	3	1.47
7. Global IT	Networking, Business process outsourcing	2	0.98
8. Other	Developing new constructs (e.g. Psychic distance), Corruption, Competitiveness	14	6.86
รวม		44	21.57

จากตารางที่ 6 และ 7 พบว่าเนื้อหาวิจัยและบทความวิชาการจากวารสาร JIBS ระหว่างปี ค.ศ. 2012-2015 จำนวน 204 บทความ โดยมีเนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม 160 บทความ คิดเป็นร้อยละ 78.43 และเนื้อหาเกิดใหม่ 44 บทความ คิดเป็นร้อยละ 21.57 ตามลำดับ โดยเนื้อหาแบบดั้งเดิมขึ้นไปตามกรอบแนวคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ส่วนเนื้อหาเกิดใหม่เป็นประเด็นที่อยู่นอกเหนือจากกรอบแนวคิดเดิมที่กำหนดไว้ จากเนื้อหาที่ถูกแยกแยะออกมาพบว่าธุรกิจระหว่างประเทศเป็นศาสตร์ที่เปี่ยมวิทยาการ (Interdisciplinary) กล่าวคือ เป็นการนำเอาความรู้จากหลายสาขาวิชา มาประกอบกัน คลอบคลุมในทุกภาคส่วนของการดำเนินธุรกิจ จึงเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในปัจจุบันว่าพื้นฐานด้านธุรกิจระหว่างประเทศเป็นกรอบพื้นฐานที่ช่วยพัฒนาแนวคิด ทฤษฎี และแนวปฏิบัติที่เชื่อมโยงกับหน้าที่หลักด้านอื่นๆ ของธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน เป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติของข้อมูลทั้งหมดตามส่วนประกอบโดยพิจารณาความเหมือนและความแตกต่างของเนื้อหาแล้วสามารถอภิปรายผลได้ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

อภิปรายผล

เนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม

ผลจากการวิเคราะห์ส่วนประกอบจากหนังสือและงานวิจัยด้านธุรกิจระหว่างประเทศพบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ยังคงเป็นแนวคิดแบบดั้งเดิม โดยเนื้อหาที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินธุรกรรมของบริษัทข้ามชาติ (MNEs) ซึ่งมีความสำคัญในฐานะเป็นผู้เล่นสำคัญรายใหญ่ในระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (Janardhan, 1997; Stopford, 1999) เนื่องจาก MNEs ต้องขยายตัวออกสู่ต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ (Modes of Entry) โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI) ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่ามูลค่าของ FDI มีสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย (UNCTAD, 2015) การลงทุนจาก FDI มีความสำคัญเพราะมักเป็นเงินทุนระยะยาวที่ช่วยเพิ่มการสะสมทุนในระบบเศรษฐกิจมากเมื่อเทียบกับการลงทุนแบบอื่น อีกทั้งยังช่วยก่อให้เกิดการจ้างงาน การผลิต และรายได้ในระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งสร้างโอกาสให้เกิดการถ่ายทอดและยกระดับเทคโนโลยีในประเทศผู้รับการลงทุนด้วย อย่างไรก็ตามท่ามกลางการยอมรับว่า MNEs เป็นกลไกสำคัญในระบบการค้าโลกภายใต้ระบบทุนนิยม และการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ก็มิกระแสวิจารณ์ถึงผลกระทบด้านลบของ MNEs และ FDI ต่อประเทศผู้รับการลงทุน โดยเฉพาะต่อประเทศกำลังพัฒนาอย่างกว้างขวาง (Braunstein & Epstein, 2002; Hansen & Rand, 2006) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า FDI ผ่าน MNEs เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาอย่างลึกซึ้งสำหรับผู้ศึกษาด้านธุรกิจระหว่างประเทศ ผลจากการขยายสู่ต่างประเทศของ MNEs คือการเคลื่อนย้ายงานออกจากประเทศที่บริษัทแม่อยู่ (Offshoring) ซึ่งอาจรวมถึงการโอนงานบางส่วนให้กับคู่สัญญาในประเทศอื่นทำแทน (Outsourcing) สำหรับประเทศไทยการขยายตัวดังกล่าวส่งผลต่อธุรกิจภายในประเทศ เนื่องจากธุรกิจจำนวนมากของไทยเป็น SMEs ที่เป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทใหญ่ (Original Equipment Manufacturer: OEM) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของความสำเร็จของ SMEs อยู่ที่การสร้างเครือข่าย (Coviello, 2006) ดังนั้น การสร้างความสัมพันธ์หรือเครือข่ายกันจึงส่งผลอย่างยิ่งต่อการก้าวไปข้างหน้าเป็นนานาชาติของ SMEs ไทย ส่วนการสร้างเครือข่ายนั้นทำได้หลายวิธี แต่รูปแบบหนึ่งที่พบมากในยุคหลังคือ การร่วมเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนมุมมองใหม่ของการดำเนินธุรกิจจากเดิมที่มักเน้นผลในเชิงเศรษฐศาสตร์ว่าธุรกิจคือการแข่งขัน และผู้ที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันนั้นคือคู่แข่ง เปลี่ยนเป็นการมองว่าคู่แข่งนั้นเป็นพันธมิตรที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกันได้ในอนาคต

อีกประเด็นหนึ่งที่ถูกกล่าวถึงอย่างมาคือ เรื่องวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ (HRM) เมื่อ MNEs มักขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ ผลที่ตามมาคือ ปัญหาเรื่องการจัดการต่อวัฒนธรรมที่ต่างออกไป ดังนั้นพนักงานที่จะไปปฏิบัติงานในต่างประเทศจำเป็นต้องรู้จักการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมต่างถิ่น จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าหนังสือและงานวิจัยส่วนใหญ่จะอ้างอิงถึงทฤษฎีทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1980) เป็นหลัก แต่เนื่องจากทฤษฎีของ Hofstede ได้รับการพัฒนามาเมื่อประมาณปี ค.ศ. 1990 โดยในช่วงแรกมีมิติทางวัฒนธรรมเพียง 4 ด้าน ต่อมาทฤษฎีดังกล่าวได้ถูกอ้างอิงอย่างแพร่หลาย และมีการปรับปรุงโดยการเพิ่มมิติทางวัฒนธรรมด้านอื่นเข้าไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นจุดที่ผู้ศึกษาควรจะต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การสำรวจยังพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมหลายชิ้นอ้างอิงถึงแนวคิดและทฤษฎีของโครงการวิจัยที่ใหม่กว่าคือ GLOBE (House et al., 2004) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่ช่วยอธิบายความแตกต่างและอิทธิพลทางด้านวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี แต่ทฤษฎีนี้มักไม่ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง จึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ศึกษาควรทำความเข้าใจด้วยการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมนั้นเกี่ยวข้องกับความแตกต่างด้านมุมมองของบุคคลแต่ละเชื้อชาติ งานวิจัยหลายชิ้นจึงเชื่อมโยงความแตกต่างด้านวัฒนธรรมกับ HRM ในหลายมิติ จากการสำรวจพบว่างานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่าความก้าวหน้าของแนวปฏิบัติด้าน HRM ส่งผลในเชิงบวกต่อองค์กร โดยทำให้มีผลการปฏิบัติงานดีขึ้น (Huselid, 1995; Kotter & Heskett, 1992) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในมิติต่างๆ เช่น การศึกษา (Herrmann & Datta, 2005)

การฝึกฝนประสบการณ์จากต่างประเทศ (Barkema & Vermeulen, 1998) รวมถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) ล้วนเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งต่อความเป็นนานาชาติของธุรกิจ (ชลธิชา บรรณมาธ 2557) นอกจากนี้ทฤษฎีของ Hofstede และ GLOBE แล้วยังมีตัวแปรนามธรรม (Construct) ใหม่ที่ถูกนำมาเชื่อมโยงกับงานวิจัยธุรกิจระหว่างประเทศคือ ปัญญาทางวัฒนธรรม (Cultural Intelligence) ซึ่งโดยนิยามแล้วหมายถึงความสามารถของผู้ใช้ในการทำความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายได้ (Earley & Ang, 2003) ตัวแปรนี้จึงเป็นมุมมองใหม่ซึ่งถือว่าเป็นทักษะและความสามารถพิเศษที่ผู้นำระหว่างประเทศยุคใหม่จำเป็นต้องเรียนรู้

เนื้อหาธุรกิจระหว่างประเทศเกิดใหม่

จากการวิเคราะห์พบว่าเนื้อหาเกิดใหม่ที่มีจำนวนบทความมากที่สุดคือ เรื่องเกี่ยวกับภาษาซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหลักประการหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานระหว่างประเทศ ดังนั้น การวิจัยนับเป็นตัวแปรนามธรรม (Construct) ซึ่งเป็นหลักการหนึ่งที่มีความสนใจเพิ่มขึ้นในงานวิจัยด้านธุรกิจระหว่างประเทศ (Gannan, 2014) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เนื้อหาที่ได้รับความสนใจมากในระยะหลังคือ การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของ MNEs และอิทธิพลจากการใช้ภาษาอังกฤษต่อการดำเนินธุรกิจลักษณะต่าง ๆ ของ MNEs เช่น ผลกระทบของความแตกต่างด้านภาษาต่อการสร้างความเชื่อมั่นของทีมงานในบริษัทข้ามชาติ (Tenzer et al., 2014) เมื่อภาษามีความสำคัญเพิ่มขึ้นในการทำธุรกิจยุคใหม่ในเชิงปฏิบัติผู้ประกอบการไทยจึงควรเพิ่มความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อขยายโอกาสในการทำธุรกิจข้ามชาติให้เพิ่มมากขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์

อีกประเด็นหนึ่งที่นักวิจัยให้ความสนใจคือ เรื่อง “การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ” (International Entrepreneurship) อย่างที่กล่าวมาแล้วว่ารูปแบบของการดำเนินการธุรกิจระหว่างประเทศนับจากอดีตถึงปัจจุบันมี MNEs เป็นกลไกหลัก โดยพบว่าในหลาย ๆ กรณีกิจกรรมระหว่างประเทศของ MNEs มีวิวัฒนาการขยายตัวสู่ตลาดต่างประเทศแบบค่อยเป็นค่อยไป (Johanson & Vahlne, 1977) แต่ในระยะหลังพบว่ามีบริษัทจำนวนมากที่เข้าสู่ตลาดต่างประเทศโดยเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงขนาดกลาง (SMEs) ที่ก่อตั้งขึ้นมาในระยะเวลาไม่นาน ปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดใหม่ของผู้ประกอบการระหว่างประเทศ (McDougall, 1989) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าแนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นทั่วโลก และงานวิจัยในหัวข้อดังกล่าวก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Coviello, 2015; Cavusgil et al., 2014; Knight, 2015) สำหรับประเทศไทยเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ประมาณ 2.74 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 98.5) เป็นธุรกิจ SMEs (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) และ SMEs เหล่านี้มีเป็นจำนวนมากที่ดำเนินการส่งออกสินค้าสู่ต่างประเทศ โดยที่มูลค่าการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 27.23 ของมูลค่าการส่งออกรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557) ประเด็นเรื่องการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศจึงมีความสำคัญและสมควรที่จะศึกษาเพิ่มขึ้นด้วย ถึงแม้ว่าหัวข้อดังกล่าวจะมีงานวิจัยออกมาอย่างกว้างขวางทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ แต่ก็มีความแตกต่างกันบ้างในประเด็นที่ศึกษา กล่าวคือ งานวิจัยของไทยมักจะเน้นไปที่หน่วยวิเคราะห์ระดับปัจเจกชน เช่น ทุนมนุษย์ (Human Capital) เพราะ SMEs ของไทยมักมีลักษณะเป็นแรงงานฝีมือ (Skilled Worker) ความสามารถของบุคคลจึงมีผลมากต่อการดำเนินธุรกิจ ส่วนงานวิจัยระดับนานาชาติมักเน้นไปที่หน่วยวิเคราะห์ระดับองค์กร คือ การหาแหล่งเงินทุนแก่ธุรกิจใหม่ หรือ “ธุรกิจเงินร่วมลงทุน” (Venture Capital) เนื่องจากธุรกิจต่างชาติเหล่านี้มักเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีชีวภาพ หรือนาโนเทคโนโลยี ซึ่งมีความเสี่ยงสูงแต่ก็ให้ผลตอบแทนสูงด้วย (High Risk, High Return) ดังนั้น ธุรกิจเหล่านี้มักไม่สามารถกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ทั่วไปได้ จึงต้องการเงินลงทุนจากภายนอกเพื่อจัดตั้งเป็น “ผู้ประกอบการของธุรกิจใหม่” (Start-up Company) นอกจากนี้งานวิจัยหลายชิ้นได้แยกผู้ประกอบการอีกประเภทหนึ่งออกมาเป็นพิเศษ โดยเรียกว่า “Born Global” ซึ่งเป็นบริษัทที่เน้น

ตลาดโลกตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการก่อตั้งกิจการ และจากการสำรวจพบว่า Born Global นั้นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และถือเป็นส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ (Cavusgil & Knight, 2015) การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศแบบรวดเร็วทันนี้เกิดประโยชน์อย่างมากในหลายแง่มุม เช่น ช่วยให้สามารถเข้าไปนำเสนอสินค้าหรือบริการได้ก่อนคู่แข่ง ช่วยเพิ่มยอดขายได้รวดเร็ว และช่วยให้เข้าไปครองส่วนแบ่งในตลาดระหว่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ เป็นต้น ดังนั้น SMEs ของไทยจึงไม่จำเป็นต้องจำกัดกลุ่มลูกค้าตัวเองเฉพาะในประเทศเท่านั้น บริษัทใหม่ๆ ขนาดเล็กก็สามารถเป็น Born Global ที่เน้นตลาดโลกตั้งอยู่ช่วงเริ่มต้นกิจการ และสร้างประโยชน์จากความรวดเร็วนี้ได้ อีกประเด็นหนึ่งที่พบจากการทบทวนบทความคือ งานวิจัยหลายชิ้นได้อ้างอิงถึงฐานข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการทั่วโลกคือ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) เช่น Autio et al., (2013) แหล่งข้อมูลดังกล่าวจึงถือเป็นข้อมูลสถิติภูมิที่เป็นประโยชน์ และไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักศึกษา ผู้ประกอบการ และผู้สนใจทั่วไปด้วย

อีกประเด็นหนึ่งที่ถูกกล่าวถึงมากเช่นกันคือ “ตลาดเกิดใหม่” (Emerging Markets) ในช่วงหนึ่งอำนาจทางเศรษฐกิจจะมีการเคลื่อนย้ายจากประเทศในซีกโลกตะวันตกมาสู่ซีกโลกตะวันออกมากยิ่งขึ้น จนอดีตการค้าทั่วโลกต่างมุ่งไปในประเทศมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น จึงทำให้ศูนย์กลางของเศรษฐกิจโลกกระจุกตัวอยู่เพียงไม่กี่ประเทศ แต่ระยะหลังการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศมหาอำนาจในซีกโลกตะวันตกเริ่มชะงักดิ่งลง และตกต่ำลงจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในสหรัฐ หรือที่รู้จักกันในนามวิกฤตการณ์แฮมเบอร์เกอร์ (Hamburger Crisis) ในช่วงกลางปี ค.ศ. 2007 รวมถึงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในยุโรปในปี ค.ศ. 2009 และการชะลอตัวของเศรษฐกิจในญี่ปุ่น ซึ่งทำให้ประเทศมหาอำนาจเหล่านี้มีความเข้มแข็งทางการเงินลดลง ส่งผลให้นักลงทุนเริ่มหันไปมองตลาดเกิดใหม่ ๆ ที่มีความเสี่ยงต่ำ แต่ให้ผลตอบแทนที่น่าดึงดูดใจมากกว่าคือ ตลาดเกิดใหม่ โดยเฉพาะประเทศกลุ่มผู้นำตลาด หรือ BRICS (บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน แอฟริกาใต้) ประเทศที่โดดเด่นมากในกลุ่มนี้คือ จีน เนื่องจากมี GDP เป็นอันดับสองของโลก รวมทั้งมีประชากรและเงินทุนสำรองระหว่างประเทศมากที่สุดในโลก อีกทั้งรัฐวิสาหกิจ (State-Owned Enterprise) ของจีนนั้นถือว่าเป็นกิจการที่องค์กรของรัฐบาลเป็นผู้จัดตั้งและควบคุมการบริหารงาน จึงถือว่าเป็นกลไกหลักที่สำคัญด้านหนึ่งของเศรษฐกิจจีน ดังนั้น นักวิจัยจึงให้ความสนใจเกี่ยวกับรัฐวิสาหกิจของจีนมากขึ้น นอกจากกลุ่ม BRICS แล้ว ยังมีอีกหลายประเทศในทวีปเอเชีย โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่จัดว่าอยู่ในตลาดเกิดใหม่ด้วย โดยกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและมีมูลค่าการค้าขายกับประเทศไทยสูงคือ กลุ่มที่เรียกว่า CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม) ดังนั้น กลุ่มประเทศเหล่านี้จึงมีโอกาสนับได้ทั้งแหล่งผลิตและตลาดใหม่ที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยในอนาคต

เนื้อหาส่วนอื่นที่ถูกกล่าวถึงคือ วัฒนธรรมและเทคโนโลยี ความตื่นตัวด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเริ่มมีมากขึ้น นับจากการเกิดกรณีล้มละลายจากความไม่โปร่งใสในการบริหารของบริษัท Enron ในช่วงปลายปี ค.ศ. 2001 จนเกิดความตื่นตัวอย่างมากในแวดวงธุรกิจและนักวิชาการ จนเกิดกระแสเรียกร้องให้เพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับหลักบรรษัทภิบาลในการบริหารภายในองค์กร (Corporate Governance) และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม เช่น การคอร์รัปชัน ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เข้าไปในหลักสูตร บริหารธุรกิจด้วย (Carson, 2003) ส่วนเรื่องผลกระทบจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่อธุรกิจระหว่างประเทศนี้มี 2 ประการหลักคือ 1) การถ่ายโอนเทคโนโลยี (Technology Transfer) ได้แก่ การถ่ายทอดวิทยาการที่ก้าวหน้ากว่าจาก MNEs ไปยังสาขาย่อยผ่านช่องทางเข้าสู่ตลาดต่างประเทศรูปแบบต่าง ๆ และ 2) การจัดการกับเทคโนโลยี (Technology Management) ได้แก่ การบริการการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนั้น ในเชิงวิชาการควรมีการเสริมทฤษฎีที่สำคัญในการจัดการเทคโนโลยี เช่น S-curve (Rogers, 1962) และทฤษฎี Crossing the Chasm (Moore, 1999) ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารเพราะช่วยอธิบายทิศทางของการพัฒนาสินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีแบบเดิมและแบบใหม่ ส่วนในเชิงปฏิบัตินั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้

ในการบริหารจัดการธุรกิจของตน โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นช่องทางในการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ผ่านเครือข่ายสังคมหรือชุมชนออนไลน์ (Social Network) เพราะไม่มีค่าใช้จ่ายและเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวางในยุคปัจจุบัน

ส่วนประเด็นอื่นที่ถูกกล่าวถึงไม่มากนัก แต่ผู้เขียนเห็นว่ามีสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศคือ วิกฤตเศรษฐกิจ ดังเป็นที่รับรู้โดยทั่วไปว่าวิกฤตเศรษฐกิจที่รุนแรงและส่งผลกระทบต่อประเทศไทยและระบบเศรษฐกิจโลกคือ วิกฤตเศรษฐกิจช่วงกลางปี พ.ศ. 2540 หรือ “วิกฤตต้มยำกุ้ง” ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินภายในประเทศและระบบการเงินโลก หลังจากนั้นมาก็ได้เกิดวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น วิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาช่วงปี ค.ศ. 2007–2008 หรือ “วิกฤตหนี้ด้อยคุณภาพ” (Sub-Prime Crisis) ที่เกิดจากปัญหาการบริหารจัดการสินเชื่อสำหรับทรัพย์สินที่ผิดพลาด รวมถึงวิกฤตเศรษฐกิจยุโรปในปี ค.ศ. 2009 โดยเกิดจากปัญหานี้สาธารณะ (Public Debt) และการขาดดุลงบประมาณ (Budget Deficits) เป็นต้น วิกฤตที่กล่าวมาข้างต้นล้วนส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น นักศึกษา และผู้ประกอบการจึงควรเรียนรู้สาเหตุและถอดบทเรียนจากข้อผิดพลาดในอดีต เพื่อเตรียมรับมือกับปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นอีกในอนาคตด้วย สำหรับประเด็นที่ยังไม่พบจากงานวิจัยแต่กำลังมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคือการเกิดข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับการร่วกลุ่มทางเศรษฐกิจ หรือการรวมกลุ่มการค้า (Trading Block) ทั้งในระดับภูมิภาค เช่น AEC ที่เริ่มต้นใช้แล้ว หรือระดับโลก เช่น TPP ซึ่งถือว่าเป็นเขตการค้าเสรีใหญ่สุดในโลกแต่ประเทศไทยยังไม่ได้เข้าร่วม เป็นต้น การรวมกลุ่มในระดับภูมิภาคมีแนวโน้มจะเกิดมากขึ้นในอนาคต และปรากฏการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการระหว่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ในทางวิชาการจึงควรให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับงานวิจัยในหน่วยวิเคราะห์ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลาย ๆ ประเทศ (Supranational Level of Analysis) เพราะในเชิงกลยุทธ์ การเตรียมความพร้อมที่ดี การวางตำแหน่งทางธุรกิจที่ชัดเจน และการวางแผนธุรกิจที่เหมาะสมจะส่งผลในเชิงบวกต่อผลประกอบการ (Performance) และขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ (Ricart et al., 2004) ส่วนผู้ประกอบการก็ควรศึกษาผลกระทบจากการรวมกลุ่มที่จะเกิดขึ้นต่อธุรกิจของตนเองอย่างลึกซึ้ง เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับโอกาสใหม่ ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น รวมไปถึงการรับมือกับภัยอันตรายต่าง ๆ ที่อาจมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงนี้ด้วย

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การสำรวจนี้มีข้อจำกัดบางประการที่อาจนำไปสู่การศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต เนื่องจากการคัดเลือกบทความวิจัยนั้น ได้คัดเลือกจากวารสารชั้นนำทั้งในประเทศไทยและในระดับนานาชาติเพียงอย่างละหนึ่งฉบับ จึงอาจทำให้ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีข้อจำกัดอยู่บ้าง ในการสำรวจครั้งต่อไปจึงอาจเพิ่มแหล่งข้อมูลให้มีความหลากหลายกว่าเดิม โดยทำการคัดเลือกวารสารชั้นนำจากหลายแหล่งมากขึ้น และอาจใช้เอกสารวิชาการอื่น ๆ เช่น วิทยานิพนธ์ รวมเข้าไปในการวิเคราะห์เนื้อหาด้วย นอกจากนี้ ควรทำการสำรวจความก้าวหน้าขององค์ความรู้ในระยะเวลายาวเพื่อศึกษารูปแบบและทิศทางของความเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้ทราบอัตราและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่องด้วย

สรุป

ความรู้พื้นฐานของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่นักศึกษาด้านบริหารธุรกิจ และผู้ประกอบการโดยทั่วไปต้องเรียนรู้ สภาพแวดล้อมของการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น นักศึกษาบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการ และผู้สนใจทั่วไปจึงควรที่จะติดตามและรู้ทันการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจระหว่างประเทศเป็นศาสตร์ที่มีลักษณะของความเป็นสหวิทยาการสูง ผู้ที่ศึกษาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศจึงต้องรู้ลึกในแก่นสาระที่ถือว่าเป็นพื้นฐาน (เนื้อหาแบบดั้งเดิม) ของวิชานี้ และในขณะเดียวกันก็ควรมีความสามารถที่จะประยุกต์และบูรณาการความรู้ใหม่ ๆ (เนื้อหาเกิดใหม่) ทั้งเรื่องธุรกิจระหว่างประเทศและศาสตร์สาขาอื่น ๆ เพื่อไปความรู้ไปปรับใช้ในสภาพการเปลี่ยนแปลงในชุมชน สังคม และโลกได้อย่างเท่าทัน การวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือและบทความพบว่า เนื้อหาดั้งเดิมที่เป็นพื้นฐานของศาสตร์นี้ยังคงเป็นสิ่งที่จำเป็นและควรได้รับการกล่าวถึงอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม ยังมีแนวคิดและทฤษฎีใหม่ ๆ ที่ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น พื้นฐานความรู้เดิมผนวกกับความรู้ใหม่จึงเป็นเนื้อหา ร่วมสมัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งความรู้เหล่านี้ถือว่ามีความจำเป็นในการให้การค้าระหว่างประเทศยุคใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญและนำความรู้ไปปรับใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมในโลกธุรกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กวินธร เสถียร. (2555). แนวทางการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการเขียนวิทยานิพนธ์ด้านสังคมศาสตร์: สภาพปัญหาและหลักการทบทวนวรรณกรรม. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 2, 45-66.
- จตุรงค์ นภธร. (2553). เรียนรู้ HR Practices ของบริษัทข้ามชาติ (MNCs) ในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 126, 8-27.
- จินต์ พันธุ์ชัย และ สถาพร โอภาสานนท์. (2554). การเลือกทำเรื่องที่เหมาะสมเป็นทำเรื่องศูนย์กลางการขนส่งผู้โดยสารระหว่างลำเรือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 129, 9-23.
- ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2552). *การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนมณัฐชา กังวานศุภพันธ์. (2557). ทุมนุชย์-ปัจจัยเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 142, 1-15.
- ชลธิชา มธุระเมธา. (2557). ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถขององค์กร : สร้างความเป็นนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 144, 22-33.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2557). การสร้างทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ SMEs ของไทย เพื่อตอบรับ AEC. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 144, 53-66.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2556). การบริหารพนักงานข้ามชาติในยุคการค้าเสรีอาเซียน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 138, 28-39.
- ณัฏช์ กุลิสร์. (2554). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพวัลย์ สีสันต์. (2546). *การคิดและการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- พรชัย ชุนหจินดา. (2548). ประโยชน์ของการลงทุนในกลุ่มหลักทรัพ์ระหว่างประเทศจากมุมมองของนักลงทุนไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 107, 13-34.
- พรชัย ชุนหจินดา. (2547). การโยกย้ายเงินออกจากประเทศภูมิภาคเอเชียและผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ. *วารสารบริหาร ธุรกิจ*, 101, 1-44.
- พรพิศ ยัมประยูร. (2555). บางลักษณะซึ่งสถิติของการวัดความเห็นพ้องต้องกันระหว่างสองผู้ประเมิน. *SDU Research Journal of Social Science and Humanities*, 5, 139-154.
- พัฒน์นรี ศรีศุภโอฬาร. (2553). คำสั่งที่หายไป: บทเรียนที่สหรัฐฯ (และไทย) ได้จากจีน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 127, 50-58.
- พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ. (2546). การคัดเลือกบุคลากรตามวิธีการของนานาชาติ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 100, 37-56.
- มณฑา ชุ่มสุคนธ์ โฉมณี พัทธกิจ และอังคณา ตุงคะสมิต. (2557). การพัฒนาการเรียนการสอนแบบบูรณาการในรายวิชาของสาขาวิชาสังคมศึกษา ระดับปริญญาตรีที่ส่งเสริมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 1, 423-435.
- สมนึก วาณิชจรัส. (2556). *หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

- สมิตี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2548). โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวออลฟ์ในประเทศไทย : กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 107, 35–58.
- สมิตี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2548). โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทย : กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 105, 1–26.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ พักตร์ผจง วัฒนสินธ์ อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คูปรัดน์. (2553). นวัตกรรม ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 128, 49–65.
- สันติชัย คชรินทร์. (2547). ความท้าทายของ Logistics ระหว่างประเทศ ในประเด็นที่เกี่ยวกับการกระจายสินค้าในตลาดต่างประเทศ โดยใช้ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center): ตัวอย่างตลาดยุโรป. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 104, 32–50.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2556. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/knowledge-center>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). รายงานสถานการณ์ SMEs เดือนมกราคม 2557. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/news1/257-smes-2557>
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. (2532). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจต่างประเทศ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี ขุนทองจันทร์. (2556). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนกะหล่ำปลีของเกษตรกรลาว ภายใต้ข้อตกลงการผลิตในระบบพันธะสัญญาไทย-ลาว. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 140, 56–70.
- อัจฉรวรรณ งามญาณ. (2554). อันเนื่องมาแต่สูตรของยามาเน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 131, 46–60.
- อัญญา ชันธวิทย์. (2556). การเปิดเสรีการเงิน AEC และต้นทุนเงินทุนของประเทศสมาชิกอาเซียน. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 137, 8–23.
- อารีย์ นัยพินิจ, ภัทรพงษ์ เกริกสกุล, และจิรพร พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2557). การปรับตัวภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 1, 1–12.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการพัฒนาศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 1, 17–29.

English

- Athanassiou, N., & McNett, J. M. (2003). Critical thinking in the management classroom: Bloom's taxonomy as a learning tool. *Journal of Management Education*, 27, 533–555.
- Autio, E., Saurav, P., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 44, 334–362.
- Brill, D., & McCulloch, W. (1996). *International Business* (6th Ed.). Boston: Irwin.

- Ball, D., Geringer, M., Minor, M., & McNett, J. (2010). *International Business* (12th Ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Barkema, H. G., & Vermeulen, F. (1998). International expansion through start-up or acquisition: A learning perspective. *Academy of Management Journal*, 41, 7–26.
- Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1989). *Managing across Borders*. Boston: Harvard Business School Press.
- Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (1995). *Transnational Management* (2nd Ed.). Irwin, Chicago, Ill.
- Birnberg, J. G. (2000). The role of behavioral research in management accounting education in the 21st century. *Issues in Accounting Education*, 15, 713–728.
- Brannen, M., Piekkari, R., & Tietze, S. (2014). The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance. *Journal of International Business Studies*, 45, 495–507.
- Braunstein, E., & Epstein, G. (2002). Bargaining power and foreign direct investment in China: Can 1.3 billion consumers tame the multinationals? New School University Center for Economic Policy Analysis Working Paper No. 2002–13.
- Carson, T. L. (2003). Self-interest and business ethics: Some lessons of the recent corporate scandals. *Journal of Business Ethics*, 43, 389–394.
- Cavusgil, T., & Knight, G. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46, 3–16.
- Cavusgil, T., Knight, G., & Riesenberger, J. (2014). *International Business-The New Realities*. Boston: Pearson Prentice Hall.
- Cazurra, A., Caligiuri, P., Andersson, U., & Brannen, M. (2013). From the editors: How to write articles that are relevant to practice. *Journal of International Business Studies*, 44, 285–289.
- Coviello, N. (2015). Re-thinking research on born globals. *Journal of International Business Studies*, 46, 17–26.
- Coviello, N. (2006). The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 37, 713–731.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *International Business* (15th Ed.). Essex, England: Pearson.
- Daniels, J., & Radebaugh, L. (2001). *International Business* (9th Ed.). New York: Prentice-Hall.
- Daniels, J., & Radebaugh, L. (1995). *International Business* (7th Ed.). Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Daniels, J., Organski, W., & Radebaugh, L. (1976). *International Business* (1st Ed.). Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Denning, J. H. (1981). *The Eclectic Theory of the MNC*. London: Allen and Unwin Press.

- Earley, P. C. & Ang, S. (2003). *Cultural Intelligence: Individual Interactions across Cultures*. Stanford CA: Stanford University Press.
- Griffith, D. A., Cavusgil, S. & Xu, S. (2008). Emerging Themes in International Business Research. *Journal of International Business Studies*, 39, 1220–1235.
- Hansen, H., & Rand, J. (2006). On the causal links between FDI and growth in developing countries, *World Economy*, 29, 21–41.
- Herrmann, P., & Datta, D. (2005). Relationship between top management team characteristics and international diversification: An empirical investigation. *British Journal of Management*, 16, 69–78.
- Hill, C. (2011). *International Business (8th Ed.)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hill, CA: Sage.
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Huselid, M. A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of Management Journal*, 38, 635–672.
- Janardhan, V. (1997). Globalisation of capital, multinational corporations and labor: Towards a perspective. *Economic and Political Weekly*, 32, 2–9.
- Jansen, B. J., & Pooch, U. (2000). A review of web searching studies and a framework for future research. *Journal of the American Society of Information Science and Technology*, 52, 235–246.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm – A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8, 25–34.
- Kassarjian, H. (1997). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 4, 8–18.
- Kongsompong, K. (2004). Gender Issues in Buying Behavior: A Cross-Country Analysis. *Journal of Business Administration*, 10, 61–83.
- Kotter, J., & Heskett, J. (1992). *Corporate Culture and Performance*. New York: The Free Press.
- Knight, G. (2015). Born Global Firms: Evolution of a Contemporary Phenomenon, in Shaoming Zou, Hui Xu, Linda Hui Shi (ed.) *Entrepreneurship in International Marketing (Advances in International Marketing, Volume 25)* Emerald Group Publishing Limited, pp. 3–19.

- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd Ed.). Thousand Oaks CA: Sage.
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159–174.
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: Assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28, 581–604.
- Maurice, Y., Root, F., & Kramer, R. (1959). *International Trade: Theory, Policy, Practice*. Nashville: South-Western Publishing.
- McDougall, P. P. (1989). International versus domestic entrepreneurship: new ventures' strategic behavior and industry structure. *Journal of Business Venturing*, 4, 387–400.
- Moore, G. A. (1999). *Crossing the Chasm*. New York: Harper Collins.
- Ohlin, B. (1933). *Interregional and International Trade*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Peng, M., Wang, D., & Jiang, Y. (2008). An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. *Journal of International Business Studies*, 39, 920–936.
- Pingel, F. (1999). *UNESCO Guidebook on Textbook Research and Textbook Revision*. Hannover, Verlag Hahnsche Buchhandlung.
- Popaitoon, S. (2014). Human Resources Management and the Salient Issues during Cross-Border Alliances: A Case Study of MNCs in Thailand. *Journal of Business Administration*, 143, 53–75.
- Porter, M. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Prasertsomboon, S., & Saijam, R. (2015). Service Marketing Strategy Model of Thai Halal Restaurant for Preparation to AEC. *Journal of Business Administration*, 145, 65–81.
- Ricart, J. E., Enright, M. J., Ghemawat, P., Hart, S. L., & Khanna, T. (2004). New frontiers in international strategy. *Journal of International Business Studies*, 35, 175–200.
- Rogers, E. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press of Glencoe.
- Rugman, A., & Brewer, T. (2003). *The Oxford Handbook of International Business*. New York, Oxford University Press.
- Smith, A. (1776). *The Wealth of Nations*. Edited by Edwin Cannan, 1904. Reprint edition 1937. New York, Modern Library.
- Stopford, J. (1990). Multinational Corporations. *Foreign Policy*, 113, 12–24.
- Tenzer, Z., Rudelko, M., & Harzing, A. (2014). The impact of language barriers on trust formation in multinational teams. *Journal of International Business Studies*, 45, 508–535.

Thomson Reuters (2014). Journal Citation Reports. Retrieved from <http://thomsonreuters.com/en/products-services/scholarly-scientific-research/research-management-and-evaluation/journal-citation-reports.html>

UNCTAD (2015). *World Investment Report 2015*, UN Publications, New York, NY and Geneva.

Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190–207.

Wild, J., & Wild, K. (2014). *International Business*. Essex, England: Pearson.

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

Chumsukon, M., Pitak, N., & Tungkasmit, A. (2014). The development of integrated instruction for the courses in the social studies, undergraduate level, in enhancing the student-centered instruction. *Veridian E-Journal: Humanities, Social Sciences and Arts*, 1, 426–435.

Chunhajinda, P. (2005). Benefits of international portfolio diversification from Thai perspectives. *Journal of Business Administration*, 107, 13–34.

Chunhajinda, P. (2004). Capital movement out of Asian and the effects of the financial crisis. *Journal of Business Administration*, 101, 1–44.

Darawong, C. (2014). Building new product development teams for Thai SMEs in coping with AEC. *Journal of Business Administration*, 141, 22–33.

Darawong, C. (2013). Expatriate management for the era of ASEAN free trade. *Journal of Business Administration*, 138, 28–39.

Gulid, N. (2011). *International Business*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Hongpaisarnviwat, S. (2005). Opportunities and marketing strategies for health tourism in Thailand: A case study from Asians, Europeans, and Americans. *Journal of Business Administration*, 107, 35–58.

Hongpaisarnviwat, S. (2005). Opportunities and marketing strategies for golf tourism in Thailand: A case study from Asians, Europeans, and Americans. *Journal of Business Administration*, 105, 1–26.

Juntwanich, S. (2009). *Analysis in Qualitative Research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Khanthavit, A. (2013). An econometric assessment of the impacts of AEC financial liberalization on ASEAN countries' costs of capital. *Journal of Business Administration*, 137, 8–23.

Kodcharin, S. (2004). Challenges of international logistics using distribution center: A case study of European markets. *Journal of Business Administration*, 104, 32–50.

Kungwanuparhan, C. (2014). Human capital-accelerated factors for international entrepreneurship in the ASEAN free trade era. *Journal of Business Administration*, 142, 1–15.

- Kunthongjun, S. (2013). Cost and benefit analysis of cabbage production of Lao farmers under Thai - Laos contract farming. *Journal of Business Administration*, 140, 56-70.
- Kuntonbutr, C. (2009). *International Business Administration*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Lincharearn, A. (2012). Qualitative data analysis techniques. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University*, 1, 17-29.
- Maturameta, C. (2014). Human resource readiness, market orientation, and organizational capability: Building the SMEs internationalization in Thailand – A resource based approach. *Journal of Business Administration*, 144, 22-33.
- Naipinit, A., Kroeksakul, P., & Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2014). Adjustment under globalization. *Songkhla Rajabhat University Academic Journal*, 1, 1-12.
- Napatorn, J. (2010). HR practices of MNCs in Thailand. *Journal of Business Administration*, 126, 8-27.
- Nyamyarn, A. (2011). Yamane's formula. *Journal of Business Administration*, 131, 46-60.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2013). OSMEP report 2013. Retrieved from <http://www.sme.go.th/th/index.php/knowledge-center>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2014). SMEs Report: January, 2014. Retrieved from <http://www.sme.go.th/th/index.php/news1/257-smes-2557>
- Passakonjaras, S. (2013). *Principles of International Business Management*. Bangkok: McGraw-Hill.
- Punchai, J., & Opasanon, S. (2011). Selections of hub port location for container transshipment in Southeast Asia. *Journal of Business Administration*, 129, 9-23.
- Satean, G. (2012). Literature review guidelines for social sciences thesis writing: Problem and principle of literature review, *Journal of Humanities Naresuan University*, 2, 45-66.
- Srijun, T. (2005). *Thinking and Decision Making*. Bangkok: Suan Dusit Universit Press.
- Srisuppaoran, P. (2010). Five things the U.S. can learn from China. *Journal of Business Administration*, 127, 50-58.
- Sukhothai Thammathirat University (1989). *International Business Course Packet (Department of Management, Sukhothai Thammathirat University)*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University Press.
- Uthailert, P. (2001). International uses of selection methods. *Journal of Business Administration*, 100, 37-56.
- Yimprayoon, P. (2012). Some statistical aspects of measuring agreements between two raters. *SDU Research Journal of Social Science and Humanities*, 5, 139-154.