



1. ความรู้ทั่วไปทางธุรกิจระหว่างประเทศ	3
ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ	4
ความเป็นสากล	4
ปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดแนวโน้ม	6
ความเป็นสากล	
แนวโน้มและทิศทางการขยายตัวของ	9
ธุรกิจระหว่างประเทศ	
แนวโน้มในเอเชีย	9
แนวโน้มในยุโรปตะวันออก	12
แนวโน้มในกลุ่มสหภาพยุโรป	14
แนวโน้มในอเมริกากลาง-อเมริกาใต้	15
แนวโน้มในทวีปอเมริกาเหนือ	15
แนวโน้มในแอฟริกา	16
บริษัทข้ามชาติ	16
ความหมายของบริษัทข้ามชาติ	17
2. สภาพแวดล้อมในการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	29
สภาพแวดล้อมทางการเมือง	29
ระบบการปกครอง	30
ผลทางการเมืองที่มีต่อการดำเนิน	33
ธุรกิจระหว่างประเทศ	
การพิจารณาความเสี่ยงทาง	36
การเมือง	
ระบบการเมืองสากล	38
สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย	39
กฎหมายสำคัญระหว่างประเทศ	40
การแก้ไขข้อพิพาท	42
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	43
ระบบเศรษฐกิจ	43
การปรับองค์การของรัฐเป็นเอกชน	45
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ	50
ระดับของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ	52
เขตความร่วมมือทางเศรษฐกิจ	54
สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี	62
3. องค์การการค้าโลกและเขตการค้าเสรีอาเซียน	67
องค์การการค้าโลก	68
พันธกรณีของประเทศไทยต่อ	70
ข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก	

ผลของข้อตกลงกับองค์การการค้า	72
โลกต่อประเทศไทย	
เขตการค้าเสรีอาเซียน	73
4. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ	81
ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ	81
สิทธิการค้านิยม	82
ทฤษฎีการค้าเปรียบโดยสมบูรณ์	82
ทฤษฎีความได้เปรียบเปรียบเทียบ	85
ทฤษฎีเอกเธอร์-ออลแลง	87
ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	89
ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน	90
ระหว่างประเทศ	
ชนิดของอุปสรรคทางการค้า	95
อุปสรรคจากภาษีและโควตา	96
อุปสรรคจากปัจจัยที่ไม่ใช่ภาษี	97
5. บทบาทของวัฒนธรรมกับการจัดการระหว่างประเทศ	103
วัฒนธรรม	103
ค่านิยม	104
ความสำคัญที่วัฒนธรรมมีต่อการ	105
บริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	
ทฤษฎีทางวัฒนธรรม	106
องค์ประกอบของวัฒนธรรมในสังคม	114
วัฒนธรรมกับการค้าระหว่างประเทศ	124
วัฒนธรรมกับการจัดการ	126
วัฒนธรรมกับพฤติกรรมผู้บริโภค	131
6. กลยุทธ์ในการเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ	137
กลยุทธ์การออกสู่ตลาดต่างประเทศ	138
การส่งออก	139
การแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่าง	142
ประเทศ	
การทำสัญญาการผลิต	143
การมอบใบอนุญาต	145
การให้สัมปทาน	148
การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ	152
การทำธุรกิจเฉพาะโครงการ	156
ความแตกต่างของวิธีการเข้าสู่ธุรกิจ	157
ระหว่างประเทศ	
การเลือกวิธีเข้าสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ	158

7. กลยุทธ์การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ	165
การจัดการเชิงกลยุทธ์	165
วิสัยทัศน์	167
ภารกิจ	167
เป้าหมายและวัตถุประสงค์	169
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	169
นโยบาย	172
การวางแผนกลยุทธ์	173
กระบวนการในการจัดการเชิงกลยุทธ์	175
ของธุรกิจระหว่างประเทศ	
การวิเคราะห์กลยุทธ์ในระดับนานาชาติ	176
การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก	177
การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน	182
การกำหนดกลยุทธ์ในระดับนานาชาติ	185
การกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท	185
การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ	194
การดำเนินกลยุทธ์ระดับหน้าที่	196
การประเมิน ควบคุมและปรับกลยุทธ์	197
กลยุทธ์ในการจัดการของบริษัทข้ามชาติ	198
รูปแบบระหว่างประเทศ	198
รูปแบบที่ปรับเข้าหาท้องถิ่น	198
รูปแบบที่มุ่งสร้างความเป็นสากล	199
รูปแบบข้ามชาติ	199

8 โครงสร้างองค์การของบริษัทข้ามชาติ	209
โครงสร้างองค์การของบริษัทข้ามชาติ	210
การจัดเป็นแผนกส่งออก	211
การจัดตั้งฝ่ายต่างประเทศ	212
การจัดโครงสร้างโดยยึดหลัก	213
ผลิตภัณฑ์แบบสากล	
การจัดโครงสร้างโดยยึดหลักพื้นที่	215
การจัดโครงสร้างโดยยึดหลักหน้าที่	217
การจัดโครงสร้างแบบผสม	218
การจัดโครงสร้างแบบแม่บทวิภังค์	219

9. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติ	225
การใช้บุคลากรในตำแหน่งบริหารในต่างประเทศ	228
บุคลากรจากสำนักงานใหญ่	228
บุคลากรจากประเทศที่ไปลงทุน	230
บุคลากรจากประเทศที่สาม	232

บุคลากรจากต่างประเทศมาบริหารงานที่สำนักงานใหญ่	235
แนวทางการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์	236
ของธุรกิจข้ามชาติ	
เกณฑ์คัดเลือกผู้บริหารในต่างประเทศ	239
การเตรียมบุคลากรเพื่อไปปฏิบัติงานที่ประเทศอื่น	244
การให้ผลตอบแทนในต่างประเทศ	246
รูปแบบการปรับตัวในต่างประเทศ	249

10. การตลาดระหว่างประเทศ	261
การเลือกประเทศ	261
การคัดเลือกเบื้องต้น	263
การประมาณศักยภาพทางการตลาด	264
ตลาด	
การประมาณการยอดขาย	265
การกำหนดส่วนแบ่งในตลาด	267
เป้าหมาย	
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อนโยบายการขยายตลาดระหว่างประเทศ	268
การบริหารการตลาดระหว่างประเทศ	269
การบริหารผลิตภัณฑ์	271
การบริหารราคาในตลาดโลก	283
การจัดจำหน่าย	292
การโฆษณาและการส่งเสริมการจำหน่าย	296

11. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	313
ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	313
ระบบอินเทอร์เน็ต	315
ขั้นตอนในการเข้าสู่กระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	317
อิเล็กทรอนิกส์	
การกำหนดแนวคิดของการจัดระบบและการนำเสนอเว็บไซต์	317
การกำหนดนโยบายการจัดตั้งเว็บไซต์และการบริหารเว็บไซต์	318
การนำเว็บไซต์สู่เครือข่ายทั่วโลก	318
การรับคำสั่งซื้อ	318
การจัดส่งสินค้า	320
การรับชำระค่าสินค้า	320
การให้บริการหลังการขาย	321



12. กระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	327
การวิจัยและพัฒนาของบริษัทข้ามชาติ	328
งานวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	329
งานวิจัยเพื่อพัฒนาตลาด	332
งานวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการผลิต	334
การปรับปรุงกระบวนการผลิต	335
การย้ายฐานการผลิต	336
แหล่งวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนต่างประเทศ	338
13. การบริหารการเงินของกิจการข้ามชาติ	345
การบริหารทางด้านภาษี	345
การบริหารอัตราแลกเปลี่ยน	348
ความเสี่ยงทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการบริหารอัตราแลกเปลี่ยน	348
ความเสี่ยงจากรายการค้า	349
ความเสี่ยงจากสถานการณ์	353
เศรษฐกิจ	
ความเสี่ยงจากการแปลงค่าเงิน	354
ระบบธนาคารระหว่างประเทศ	357
14. การเจรจาทางธุรกิจระหว่างประเทศ	363
กลยุทธ์การเจรจาระหว่างประเทศ	363
เข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรม	364
เข้าใจวัฒนธรรมประเพณีของคู่เจรจา	364
เข้าใจความคาดหวังของคู่เจรจา	368
เข้าใจความต้องการของบริษัท	369
การพิจารณาข้อสรุปในการตกลง	369
การกำหนดกลยุทธ์ในการเจรจา	369
กลยุทธ์การเจรจาของประเทศต่างๆ	372
15. ภาวะผู้นำและการจูงใจของกิจการข้ามชาติ	377
ภาวะผู้นำในการบริหารงานต่างประเทศ	377
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้นำของมหาวิทยาลัยไอโอไอโอ	378
ทฤษฎีประสิทธิภาพและ	379
ความสัมพันธ์ของผู้นำแบบญี่ปุ่น	
ตัวแบบลักษณะผู้นำสามประเภท	381
แนวคิดผู้นำยุคปัจจุบัน	382
การจูงใจบุคลากรระหว่างประเทศ	383

ทฤษฎีการจูงใจ	385
ทฤษฎีการจูงใจเอเชียตะวันออก	387
เฉียงใต้	
16. การควบคุมการบริหารงานสาขา	391
การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจ	391
นโยบายในการควบคุมสาขา	392
การควบคุมสาขา	394
การกระจายความเป็นเจ้าของ	394
การควบคุมนโยบาย	394
การควบคุมทางตรง	395
การควบคุมทางอ้อม	395
กระบวนการประเมินประสิทธิภาพใน	399
การบริหารงาน	
การกำหนดมาตรฐาน	399
การพัฒนาเครื่องมือประเมิน	400
การสรุปผลการประเมิน	401
การใช้ประโยชน์จากผลการประเมิน	403
17 จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ	407
ความรับผิดชอบต่อประชาคมโลก	409
แนวคิดทางจรรยาบรรณธุรกิจ	409
การให้สินบนกับการทุจริต	413
18. ข้อมูลพื้นฐานของประเทศต่างๆ	419
ประเทศสหรัฐอเมริกา	419
ประเทศญี่ปุ่น	421
ประเทศเยอรมนี	423
ประเทศฝรั่งเศส	424
ประเทศอังกฤษ	425
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	426
ประเทศมาเลเซีย	428
ประเทศเกาหลีใต้	429
ประเทศเวียดนาม	430
ประเทศอินเดีย	431
ประเทศกัมพูชา	432
หนังสืออ้างอิง	434
เว็บไซต์ธุรกิจระหว่างประเทศ	437

