

การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางการค้าโลกแบบ PEST

สำหรับบรรดาผู้ที่มีความต้องการที่จะเข้าสู่ตลาดการค้าระดับโลกแล้ว กิจกรรมที่ถือว่าสำคัญที่สุดก่อนที่จะดำเนินการทางการค้าใด ๆ นั้นก็คือ การที่จะต้องวิเคราะห์ตลาดโลกให้ได้ข้อมูลในระดับที่เพียงพอเสียก่อนที่จะลงมือทำกิจกรรมอื่นๆตามมา โดยปกติแล้วการวิเคราะห์ตลาดโลกของแต่ละองค์กร จะต้องกระทำเป็นการเป็นลำดับขั้นตอนใน 3 ขั้นตอน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในทุกๆ ด้านก่อนจะลงมือทำการตลาด ทำการค้าขาย หรือแม้กระทั่งการลงทุนในขั้นสุดท้าย

ขั้นตอนการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางการตลาดของทุกองค์กรมักจะเริ่มที่

1. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายในองค์กร (**Internal Environment Analysis**) เช่น การรู้ว่าองค์กรของเรามีจำนวนพนักงานเท่าไร มีเครื่องมือเครื่องมือเพียงพอหรือไม่ การจัดหาเงินทุนหมุนเวียนสำหรับองค์กรเป็นอย่างไร เป็นต้น จากนั้นจึงตามมาด้วย
2. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมแบบจุลภาค (**Micro-Environment Analysis**) เช่น การที่จะต้องรู้ว่าลูกค้าภายนอกเป็นใคร อยู่ที่ไหน มีเขตหรือไม่มีเขต รวมถึงการพิจารณาถึงคู่แข่งด้วยว่าเป็นอย่างไร มากน้อยแค่ไหน
3. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมในระดับมหภาค (**Macro-Environment Analysis**) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่ใหญ่ที่สุด และถือกันว่ามีความสำคัญที่สุด เนื่องจากผลการวิเคราะห์ที่สมบูรณ์และถูกต้องจะนำไปสู่การตัดสินใจดำเนินการทางการค้าระดับโลกให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลคุ้มค่า

การวิเคราะห์ในระดับมหภาคนี้เองที่เรียกว่า **PEST** โดยย่อมาจาก

P = ปัจจัยหรือองค์ประกอบทางการเมือง (Political Factors)

E = ปัจจัยหรือองค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors)

S = ปัจจัยหรือองค์ประกอบด้านสังคม (Social-Cultural Factors)

T = ปัจจัยหรือองค์ประกอบด้านเทคโนโลยี (Technology factors)

ปัจจัยหรือองค์ประกอบทางการเมืองจะถือว่าเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศ เนื่องจากกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือระเบียบทางการค้าต่างๆจะต้องถูกกำหนดหรือออกโดยรัฐบาลของแต่ละประเทศ นโยบายด้านการค้าและการลงทุนของแต่ละประเทศก็จะไม่เหมือนกัน ถ้ารัฐบาลไหนมีความเข้มแข็งหรือมีเสถียรภาพทางการเมืองที่มั่นคงถาวร โอกาสที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายก็เป็นเรื่องยาก ดังนั้นบรรยากาศของการค้าขายหรือการลงทุนก็จะจะเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เพราะฉะนั้นนโยบายด้านการค้าและการลงทุน รวมไปถึงนโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในสถานการณ์การค้าเสรีทั่วโลกในปัจจุบัน จึงเป็นเรื่องที่นักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศจะต้องดำเนินการวิเคราะห์และตีโจทย์ให้แตกเป็นอันดับแรก

ปัจจัยหรือองค์ประกอบทางเศรษฐกิจถือได้ว่าเป็นตัวชี้วัดตัวหนึ่งที่มีความสำคัญรองลงมาจากปัจจัยด้านการเมือง ซึ่งโดยปกติแล้วปัจจัยหรือองค์ประกอบทางเศรษฐกิจก็มักจะมีความผันแปรไปตามปัจจัยหรือความเข้มแข็งทางการเมือง กล่าวคือถ้าการเมืองมีเสถียรภาพ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจก็จะพลอยมีเสถียรภาพตามไปด้วย หรือถ้าการเมืองไม่เข้มแข็งมีการปฏิวัติรัฐประหาร หรือการจลาจลบ่อยครั้ง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจก็มักจะพลอยแย่ไปโดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางเศรษฐกิจที่นักลงทุนหรือนักค้าขายระหว่างประเทศจะต้องพิจารณา เช่น อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ระดับของอัตราเงินเฟ้อ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรในประเทศนั้นๆ มูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ รวมทั้งดัชนีการบริโภคภายในประเทศ เป็นต้น

ปัจจัยหรือองค์ประกอบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมก็เป็นอีกตัวหนึ่งที่นักค้าขายและนักลงทุนระหว่างประเทศจะมองข้ามเสียมิได้ เนื่องจากปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมักจะแยกแยะจากวิถีชีวิตของประชากรในประเทศนั้นๆ ไม่ออก และส่วนใหญ่จะมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคภายในประเทศนั้นๆ ปัจจัยที่สำคัญอย่างเช่น การนับถือศาสนา ค่านิยมในการบริโภคสินค้าหรือบริการจากต่างประเทศ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร บทบาทและความเท่าเทียมกันหรือความต่างกันของผู้หญิงและผู้ชายในสังคมนั้นๆซึ่งจะมีผลกระทบต่อธุรกิจของเรา

หรือไม่ การให้ความสำคัญต่อเด็กและเยาวชนเป็นอย่างไร สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจแก่นักลงทุนหรือนักค้าขายระหว่างประเทศจำเป็นต้องรับทราบอย่างละเอียดก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการทางธุรกิจใดๆ

ปัจจัยหรือองค์ประกอบสุดท้ายได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะเป็นส่วนเสริมสำคัญที่ทำให้การค้าระหว่างประเทศนั้นๆเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ก่อนที่เราจะตัดสินใจลงทุนในประเทศใดๆก็ตาม การพิจารณาถึงโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง รวมทั้งเทคโนโลยีด้านการสื่อสารในประเทศนั้นๆเป็นเรื่องที่มีความสำคัญไม่แพ้การพิจารณาในเรื่องอื่นๆเลย เนื่องจากโลกเราทุกวันนี้เป็นโลกแห่งความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี การสื่อสารที่ไร้พรมแดน ถ้าประเทศใดขาดซึ่งศักยภาพทางด้านนี้ก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันบนเวทีการค้าโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ความสำคัญของการใช้ระบบการวิเคราะห์แบบ **PEST** นี้มีความสำคัญหลายประการได้แก่

1. ช่วยให้นักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศได้มีโอกาสศึกษาข้อมูลและรับทราบสถานการณ์ทางการเมืองของแต่ละประเทศก่อนที่จะไปทำการค้าขายด้วย ว่ารัฐบาลของประเทศนั้นๆมีความมั่นคงหรือไม่ ให้การดูแลนักลงทุนต่างชาติอย่างไร มีนโยบายสนับสนุนเช่นไร และมีความศักดิ์สิทธิ์ทางด้านตัวบทกฎหมายอย่างไร
2. ช่วยให้นักลงทุนหรือนักค้าขายระหว่างประเทศมีการเตรียมตัว หรือมีแผนสำรองกรณีเกิดความผันผวนทางด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น การหาทางประกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น
3. ช่วยให้นักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศได้รับทราบข้อดีและข้อเสียของสภาพสังคมและวัฒนธรรมของประเทศสนใจจะไปลงทุน อันจะเป็นการเพิ่มความสะดวกในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการให้สอดคล้องไปกับวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้นๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. ช่วยให้นักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศตระหนักถึงความสำคัญในการแสวงหาผลประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์การค้าโลกในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุปคือ การใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยสถานะแวดล้อมทางการตลาดระดับโลกแบบ **PEST** จะช่วยให้นักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศมีการเตรียมตัวก่อนลงมือปฏิบัติการด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ หรือระดับโลกด้วยความรอบคอบและรัดกุมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตัวทฤษฎีได้ออกแบบมาครอบคลุมปัจจัยที่สำคัญไว้สำหรับการวิเคราะห์อย่างเบ็ดเสร็จก่อนเข้าสู่เวทีการค้าโลก ดังนั้นหากนักค้าขายหรือนักลงทุนระหว่างประเทศพิจารณาข้อวิเคราะห์ต่างๆอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว เชื่อว่า จะมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

