

หน่วยที่ 1

ความเป็นสากล

หน่วยนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเตรียมความพร้อมผู้เรียนให้มีความรู้ ความเข้าใจ ถึงความเป็นสากลเพื่อสามารถดำเนินชีวิตได้ รวมทั้งเรียนรู้ PEST Model เพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต ด้วยปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลง และควบคุมไม่ได้ ได้แก่ P-Politic : การเมือง E-Economic : เศรษฐกิจ Social-cultural : สังคมและวัฒนธรรม และสุดท้าย T-Technology : เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่การเป็นพลเมืองที่สามารถดำเนินชีวิตได้ท่ามกลางความเป็นสากล โดยเนื้อหาของหน่วยนี้ ประกอบไปด้วย

- 1.1 ความหมาย และความสำคัญของความเป็นสากล
- 1.2 ความหมายของความเป็นนานาชาติ และโลกาภิวัตน์
- 1.3 การแบ่งพื้นที่ทวีปตามหลักสากล
- 1.4 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของโลก
- 1.5 ความเป็นสากลในการดำรงชีวิต
- 1.6 บทสรุป
- 1.7 คำศัพท์น่ารู้
- 1.8 คำถามฝึกคิดวิเคราะห์

1.1 ความหมาย และความสำคัญของความเป็นสากล

1.1.1 ความหมายของความเป็นสากล

สากล (อ่านว่า สา-กะ-ละ) เป็นคำวิเศษณ์ (adjective) ที่มีรากศัพท์มาจากคำภาษาบาลีสันสกฤต มีความหมายว่า “ทั่วไป, ทั้งหมด, ทั้งสิ้น” (ศูนย์สารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน, 2559) โดยมีความหมายได้ 3 ลักษณะ (ศูนย์สารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน, 2559; สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2559; "รู้ รัก ภาษาไทย", 2553) กล่าวคือ

ความหมายแรก สากล หมายถึง ทั้งหมด ทั้งทั้งหมด ทั้งสิ้น เช่น สากลโลก (อ่านว่า สา-กน-ละ-โลก) หมายถึง โลกทั้งหมด สากลจักรวาล (อ่านว่า สา-กน-จัก-กะ-วาน) หมายถึง ทั้งสิ้นของจักรวาล ศัพท์ภาษาอังกฤษในความหมายลักษณะนี้คือ คำว่า Universal

ความหมายที่สอง สากล หมายถึง สิ่งซึ่งมีความเป็นสากลแบบฝรั่ง ที่ยอมรับกันทั่วไป เช่น เครื่องแต่งกายชุดสากล ปฏิทินสากล ดนตรีสากล มวยสากล ศัพท์ภาษาอังกฤษ ทำหน้าที่เป็นคำนาม หรือ คำวิเศษณ์ (adjective) ของความหมายลักษณะนี้คือ คำว่า Cosmopolitan เป็นที่น่าสังเกตว่าเมื่อต้องการสื่อความหมายถึง ที่เป็นแบบตะวันออก จะเรียกเฉพาะแต่ละแบบ หรือแต่ละประเทศ ไม่มีคำเรียกรวม เช่น ปฏิทินจีน ดนตรีไทย รำไทย

ความหมายที่สาม มีการใช้คำว่า “สากล” แทนคำว่า “ระหว่างประเทศ” เพื่อสื่อความหมายถึง ซึ่งนานาชาติเป็นเจ้าของ ซึ่งนานาชาติรับรองด้วย เช่น ตำรวจสากล น่านน้ำสากล

มาตรฐานสากล สภาภาษาสากล ศัพท์ภาษาอังกฤษ ทำหน้าที่เป็นคำนาม ของความหมายลักษณะนี้ คือ คำว่า Internationalization

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า คำว่า สากล (Universal) หมายถึง ทั้งหมด ทัวทั้งหมด หรือ อาจใช้ คำว่า ความเป็นสากล (Cosmopolitan) เพื่อสื่อถึงสิ่งที่มียอมรับกันทั่วไป และสามารถ ใช้คำว่า สากล (Internationalization) แทนคำว่า “ระหว่างประเทศ” เพื่อสื่อถึงความหมายที่ว่า นานาชาติให้การรับรองได้ด้วย

1.1.2 ความสำคัญของความเป็นสากล

ความเป็นสากลนั้น มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ด้วยว่า โลกทุกวันนี้ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันเพียงภายในขอบเขตพรมแดนประเทศ แต่ด้วยสิ่งต่างๆ รอบตัวนั้นเกิดไม่มีข้อจำกัด ความเป็นสากลจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต ตัวอย่างเช่น

1.1.2.1 ด้านทางการเมือง เมื่อมีการเลือกตั้งที่ประเทศสหรัฐอเมริกา หลายประเทศให้ความสนใจ และติดตามข่าวสาร ทั้งนี้เพราะ ผลการเลือกตั้งย่อมส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับประเทศต่าง ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องนโยบายทางการทูต ความร่วมมือระดับรัฐบาลของระหว่างประเทศ รวมถึงการรวมกลุ่มต่างๆ ในระดับประชาคมโลก (ซึ่งจะได้เรียนในหน่วยต่อไป) เช่นเดียวกัน การเมืองการปกครองของประเทศไทยเองก็ควรจะมีความเป็นสากลเพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศในประชาคมโลก ดังนั้น การเมืองในระดับสากลจึงมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตในประเทศไทยด้วย

1.1.2.2 ด้านเศรษฐกิจ หลายครั้งที่ภาวะเศรษฐกิจของนานาประเทศในสากลมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของระดับสากลด้วย เช่น การปรับราคาทองคำของสหรัฐอเมริกา การปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารโลก ความผันผวนต่อค่าเงินหยวนของประเทศจีน รวมถึงวิกฤตการณ์ทางการเงินในเอเชีย ในปี พ.ศ. 2540 หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า วิกฤตต้มยำกุ้ง (Tom Yam Kung Crisis) เป็นช่วงวิกฤตการณ์เงินซึ่งส่งผลกระทบในวงกว้างไปยังนานาประเทศ ดังนั้น การดำเนินชีวิตอยู่ในประเทศไทยจึงอาจได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจของนานาประเทศในสากลได้

1.1.2.3 ด้านสังคม และวัฒนธรรม สภาพสังคม และวัฒนธรรมของนานาประเทศในสากลนั้นเป็นสิ่งที่สร้างโอกาสให้กับธุรกิจท่องเที่ยวของหลายประเทศในโลก เพราะเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้จำนวนมากจากสภาพสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้การท่องเที่ยวเป็นวิธีหนึ่งในการสร้างโอกาสเรียนรู้การดำเนินชีวิตอยู่ในสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บางคนอาจขยายโอกาสสร้างธุรกิจจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย ดังนั้น การดำเนินชีวิตอยู่ในประเทศไทยที่มีความผสมผสานกันของวัฒนธรรมในลักษณะ พหุวัฒนธรรมจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข

1.1.2.4 ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมการสื่อสาร จากความเจริญทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมการสื่อสาร ทำให้การดำเนินชีวิตทุกวันนี้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น เพราะปัจจุบันสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมาก เราสามารถสื่อสารกันได้ในระดับประเทศ ระดับนานาชาติ และระดับโลก เช่น การโทรคุยกับคนในครอบครัวที่อยู่ในต่างประเทศไทย การสมัครงานหางานได้จากสื่อออนไลน์ รวมถึงการทำธุรกิจออนไลน์ก็เติบโต ดังนั้น เยาวชนคนรุ่นใหม่ ควรมีวางแผนให้สามารถใช้ชีวิต

ท่ามกลางความเป็นสากลของเทคโนโลยี และนวัตกรรมการสื่อสารอยู่ด้วย เช่น ความสามารถด้านภาษาสากล ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ ความสามารถด้านสื่อสมัยใหม่ ทั้งการสืบค้นจาก search engine การติดต่อสื่อสารด้วย social media เป็นต้น

1.2 ความหมายของความเป็นนานาชาติ และโลกาภิวัตน์

ความหมายของความเป็นนานาชาติ

ความเป็นนานาชาติ (internationalization) นำไปสู่ความเป็นสากล ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ อาจถึง การมีความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ สามประเทศ หรืออาจหมายถึง ความสัมพันธ์กับนานาชาติประเทศที่อยู่ในโลกสากล นั้นหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ ผู้คน วัฒนธรรม สถาบัน (วิชาญ พานิช, 2555)

ความหมายของโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นความเชื่อมโยงถึงกันหมดของ แนวความคิด ทรัพยากร คน เศรษฐกิจ คุณค่า วัฒนธรรมที่อยู่บนโลกเดียวกัน และระบบกระแสโลกาภิวัตน์ นำไปสู่ วัฒนธรรมแข่งขัน และร่วมมือธุรกิจการค้า มีผลส่งเสริมการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนรัฐชาติ เกิดการ เจรจาข้อตกลงความร่วมมือด้านการค้าที่รวมเอาการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนที่เมื่อมีการดำเนินการ เข้มข้น ยิ่งทำให้โลกาภิวัตน์เข้มแข็งยิ่งขึ้นไปอีก

1.3 การแบ่งพื้นที่ทวีปตามหลักสากล

ภาคพื้นทวีป (Continent) ในโลกนี้มีหลายทวีป โดยทวีปต้องเป็นแผ่นดินพื้นกว้างขนาดใหญ่ ที่เชื่อมต่อกันบนพื้นโลก ไม่รวมพื้นที่ที่จมอยู่ใต้น้ำ และมีเขตแดนเด่นชัดทางภูมิศาสตร์ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558) การแบ่งทวีปในโลกไม่ได้มีมาตรฐานเดียว (สารานุกรมความรู้, 2557) โดยจำนวนทวีปที่แบ่งได้นั้น เปลี่ยนไปตามการจัดการรวมทวีปยุโรปกับทวีปเอเชียเป็นทวีปยูเรเชีย (Eurasia) การรวมทวีปอเมริกาเหนือกับทวีปอเมริกาใต้เป็นทวีปอเมริกา (America) และ นักภูมิศาสตร์บางส่วนได้รวมทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย และทวีปแอฟริกา เป็นทวีปยูราเฟรเชีย (Eurafrasia) (สารานุกรมความรู้, 2557 ; วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558) โดยการแบ่งพื้นที่ทวีป ตามหลักสากล สรุปดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 การแบ่งทวีปตามหลักสากล

4 ทวีป	แอฟโฟร-ยูเรเชีย		อเมริกา	แอนตาร์กติกา	ออสเตรเลีย		
5 ทวีป	แอฟริกา	ยูเรเชีย	อเมริกา	แอนตาร์กติกา	ออสเตรเลีย		
6 ทวีป	แอฟริกา	ยุโรป	เอเชีย	อเมริกา	แอนตาร์กติกา	ออสเตรเลีย	
6 ทวีป	แอฟริกา	ยูเรเชีย		อเมริกาเหนือ	อเมริกาใต้	แอนตาร์กติกา	ออสเตรเลีย
7 ทวีป	แอฟริกา	ยุโรป	เอเชีย	อเมริกาเหนือ	อเมริกาใต้	แอนตาร์กติกา	ออสเตรเลีย

ที่มา : วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558

แนวคิด 7 ทวีป โดยทั่วไปสอนในจีน อินเดีย ยุโรปตะวันตกบางส่วน และประเทศที่พูดภาษาอังกฤษส่วนมาก รวมทั้งสหรัฐอเมริกาด้วย ในขณะที่อเมริกาเหนือสอนว่ามี 6 ทวีป (รวมยุโรปกับเอเชียเป็นยูเรเชีย)

สำหรับสหราชอาณาจักร และเม็กซิโก สอนว่ามี 5 ทวีป เช่นเดียวกันกับการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกที่สัญลักษณ์ห่วง 5 วง แบ่งภาคพื้นทวีปโลก แบ่งตามทวีปที่มีคนอาศัยอยู่ถาวร จึงไม่รวมทวีปแอนตาร์กติกาที่มีคนอยู่ชั่วคราว และรวมอเมริกาเหนือกับอเมริกาใต้เป็นทวีปอเมริกา

ประเทศในโลกส่วนใหญ่นิยมแบ่ง 6 ทวีปคือ ทวีปแอฟริกา ทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา ทวีปออสเตรเลีย และทวีปแอนตาร์กติกา ซึ่งโลกนี้มีถึง 193 ประเทศ ผู้เขียนจึงสรุปเพื่อให้ได้เรียนรู้ว่า การแบ่งทวีป 6 ทวีป ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนานาชาติประเทศส่วนใหญ่ในโลก มีประเทศใดอยู่ในแต่ละทวีปโดยสังเขป ดังนี้

1. ทวีปแอฟริกา ทวีปแอฟริกามีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 11,707,000 ตารางไมล์ มีประชากรประมาณ 380,000,000 คน จุดสูงสุดของทวีป คือ เทือกเขาคิลิมาจาโร สูงประมาณ 19,340 ฟุต อยู่ในประเทศแทนซาเนีย (สารานุกรมความรู้, 2557) ทวีปแอฟริกา มี 53 ประเทศ ได้แก่ 1.กานา 2.กาบอง 3.กินีบิสเซา 4.กินี 5.แกมเบีย 6.โกตดิวัวร์ 7.คองโก 8.คองโก 9.เคนยา 10.แคปเวิร์ด 11.แคเมอรูน 12.จิบูตี 13.ชาด 14.ซิมบับเว 15.ซูดาน 16.เซเชลส์ 17.เซเนกัล 18.เซาโตเม และปรินซิเป 19.เซียร์ราลีโอน 20.แซมเบีย 21.โซมาเลีย 22.ตูนิเซีย 23.โตโก 24.แทนซาเนีย 25.นามิเบีย 26.ไนจีเรีย 27.ไนเจอร์ 28.บอตสวานา 29.บุรุนดี 30.บูร์กินาฟาโซ 31.เบนิน 32.มอริเชียส 33.มอริเตเนีย 34.มาดากัสการ์ 35.มาลาวี 36.มาลี 37.โมซัมบิก 38.โมร็อกโก 39.ยูกันดา 40.รวันดา 41.ลิเบีย 42.เลโซโท 43.ไลบีเรีย 44.สวาซิแลนด์ 45.คองโก 46.แอฟริกากลาง 47.อิเควทอเรียลกินี 48.อีธิโอเปีย 49.เอธิโอเปีย 50.เอริเทรีย 51.แองโกลา 52.แอฟริกาใต้ 53.แอลจีเรีย

2. ทวีปยุโรป ทวีปยุโรปมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 4,056,000 ตารางไมล์มีประชากรประมาณ 660,000,000 คน จุดสูงสุดของทวีป คือ ยอดเขามองต์ปลัง สูงประมาณ 15,781 ฟุต อยู่ในประเทศฝรั่งเศส (สารานุกรมความรู้, 2557) ทวีปยุโรป มี 43 ประเทศ ได้แก่ 1.แอลเบเนีย 2.อันดอร์รา 3.ออสเตรีย 4.เบลารุส 5.เบลเยียม 6.บอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา 7.บัลแกเรีย 8.โครเอเชีย 9.เช็ก 10.เดนมาร์ก 11.เอสโตเนีย 12.ฟินแลนด์ 13.ฝรั่งเศส 14.เยอรมนี 15.กรีซ 16.ฮังการี 17.ไอซ์แลนด์ 18.ไอร์แลนด์ 19.อิตาลี 20.ลัตเวีย 21.ลิทัวเนีย 22.ลิกเตนสไตน์ 22.ลิทัวเนีย 23.ลักเซมเบิร์ก 24.มาซิโดเนีย 25.มอลตา 26.มอลโดวา 27.โมนาโก 28.เนเธอร์แลนด์ 29.นอร์เวย์ 30.โปแลนด์ 31.โปรตุเกส 32.โรมาเนีย 33.รัสเซีย 34.ซานมารีโน 35.สโลวาเกีย 36.สโลวีเนีย 37.สเปน 38.สวีเดน 39.สวิตเซอร์แลนด์ 40.ยูเครน 41.สหราชอาณาจักร 42.นครรัฐวาติกัน 43.เซอร์เบียและมอนเตเนโกร

3. ทวีปเอเชีย ทวีปเอเชียเป็นทวีปที่มีพื้นที่มากที่สุด มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 17,128,500 ตารางไมล์ เป็นทวีปที่มีประชากรมากที่สุดในโลก คือมีประมาณ 2,300,000 คน ยอดเขาเอเวอร์เรสต์ เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในโลก (สารานุกรมความรู้, 2557) ทวีปเอเชียนี้มี 48 ประเทศ ได้แก่ 1.อัฟกานิสถาน 2.อาร์เมเนีย 3.อาเซอร์ไบจาน 4.บาหลีเรน 5.บังกลาเทศ 6.ภูฏาน 7.บรูไนดารุสซาลาม 8.กัมพูชา 9.จีน 10.ไซปรัส 11.จอร์เจีย 12.อินเดีย 13.อินโดนีเซีย 14.อิหร่าน 15.อิรัก 16.อิสราเอล 17.ญี่ปุ่น 18.จอร์แดน 19.คาซัคสถาน 20.เกาหลีเหนือ 21.เกาหลีใต้ 22.คูเวต 23.คีร์กีซสถาน 24.ลาว 25.เลบานอน 26.มาเลเซีย 27.มัลดีฟส์ 28.มองโกเลีย 29.พม่า 30.เนปาล 31.โอมาน

32.ปากีสถาน 33.ฟิลิปปินส์ 34.กาตาร์ 35.ซาอุดีอาระเบีย 36.สิงคโปร์ 37.ศรีลังกา 38.ซีเรีย 39.ทาจิกิสถาน 40.ไทย 41.ตุรกี 42.เติร์กเมนิสถาน 43.สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ 44.อุซเบกิสถาน 45.เวียดนาม 46.เยเมน 47.ติมอร์เลสเต และ 48.ไต้หวัน (แต่สหประชาชาติไม่รับรองเป็นประเทศ)

4. ทวีปอเมริกา ทวีปอเมริกามีพื้นที่ประมาณ 16,248,700 ตารางไมล์ มีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 550,000,000 คน จุดสูงสุดที่สุดของทวีป คือ ยอดเขาอะคอนคา กัว สูงประมาณ 23,034 ฟุต อยู่ระหว่าง ประเทศชิลีกับอาร์เจนตินา (สารานุกรมความรู้, 2557) โดยอเมริกาเหนือมี 22 ประเทศ อเมริกาใต้ มี 13 ประเทศ ทั้งทวีปอเมริกา มี 35 ประเทศ ได้แก่ 1.กัวเตมาลา 2.เกรเนดา 3.คอสตาริกา 4.คิวบา 5.แคนาดา 6.จาเมกา 7.เซนต์คิตส์และเนวิส (เซนต์คริสโตเฟอร์เนวิส) 8.เซนต์ลูเชีย 9.เซนต์วินเซนต์และเกรนาดีนส์ 10.โตมิเนียกา 11.บาร์เบโดส 12.นิการากัว 13.บาฮามาส 14.เบลีซ 15.ปานามา 16.เม็กซิโก 17.สหรัฐอเมริกา 18.โตมิเนียกัน 19.เอลซัลวาดอร์ 20.แอนติกาและบาร์บูดา 21.ฮอนดูรัส 22.เฮติ 23.กายอานา 24.โคลอมเบีย 25.ชิลี 26.ซูรินาเม 27.ตรินิแดดและโตเบโก 28.บราซิล 29.โบลิเวีย 30.ปารากวัย 31.เปรู 32.เวเนซุเอลา 33.อาร์เจนตินา 34.อูรุกวัย 35.เอกวาดอร์

5. ทวีปออสเตรเลีย ทวีปออสเตรเลียเป็นทวีปที่มีพื้นที่น้อยที่สุด คือ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 2,987,900 ตารางไมล์ มีประชากรประมาณ 14,000,000 คน จุดที่สูงที่สุดคือ ยอดเขาคอสเซียสโค มีความสูงประมาณ 7,374 ฟุต (สารานุกรมความรู้, 2557) ทวีปออสเตรเลียมี 14 ประเทศ ได้แก่ 1.ออสเตรเลีย 2.ฟีจี 3.คิริบาตี 4.หมู่เกาะมาร์แชลล์ 5.ไมโครนีเซีย 6.นาอูรู 7.นิวซีแลนด์ 8.ปาเลา 9.ปาปัวนิวกินี 10.ซามัว 11.หมู่เกาะโซโลมอน 12.ตองกา 13.ตูวาลู 14.วานูอาตู

6. ทวีปแอนตาร์กติกา ทวีปแอนตาร์กติกาที่มีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 5 ประมาณ 6,000,000 ตารางไมล์ เป็นทวีปที่ไม่มีประชากรอาศัยอยู่เลย ตั้งอยู่บริเวณขั้วโลกใต้ (สารานุกรมความรู้, 2557) แอนตาร์กติกา (Antarctica) หรือ "ทวีปสีขาว" (White Continent) อยู่รอบขั้วโลกใต้ของโลกล้อมรอบด้วยมหาสมุทร มีตำแหน่งอยู่ตรงข้ามกับเขตอาร์กติก ที่อยู่ใกล้ขั้วโลกเหนือ พื้นที่เกือบทั้งหมดปกคลุมด้วยน้ำแข็ง อากาศจึงหนาวเย็นที่สุดในโลก เทือกเขาทรานส์แอนตาร์กติกา (transantarctic mountains) แบ่งตัวทวีปออกเป็นสองส่วน และยังมีเป็นดินแดนร้างแล้ง (desert) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทวีปนี้เป็นที่ตั้งของสถานีวิจัยกระจายอยู่ทั่วทวีป นอกจากนี้ยังเป็นทวีปที่มีระดับความสูงเฉลี่ยสูงสุด ความชื้นเฉลี่ยและอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำที่สุดในโลก โดยอุณหภูมิต่ำสุดที่วัดได้ คือ ลบ 82 องศาเซลเซียส ในฤดูหนาวตัวอย่างเช่น "สถานีวิจัยวอสต็อก" (Vostok Station) ในทวีปแอนตาร์กติกา เคยวัดอุณหภูมิได้ต่ำสุดในโลกถึง - 89.2 องศาเซลเซียส วัดเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2526 สิ่งมีชีวิตพื้นถิ่นได้แก่ เพนกวิน แมวน้ำ และสาหร่าย แต่ไม่มีมนุษย์ตั้งรกรากอยู่อาศัยถาวร

1.4 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของโลก

ในโลกที่มีความหลากหลายของประชากรเกือบสองร้อยประเทศ ที่กระจายอยู่ตามภาคพื้นทวีปทั้ง 6 ทวีปนั้น มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมต่างๆ อย่างมากที่ไม่สามารถควบคุมได้ PEST Model เป็นตัวแบบหนึ่งนิยมนำมาใช้เพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

1.4.1 PEST Model เป็นการวิเคราะห์ภาพรวม แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ PEST Model เป็นตัวแบบหนึ่งที่หลายหน่วยงานนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ภาพรวม และแนวโน้มด้านทางธุรกิจทางการตลาด ตลอดจนปัจจัยภายนอกที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรในอนาคต (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555 ; ینگค์ควิตต์, 2559) บางครั้งจึงเรียกว่า PEST Analysis

องค์ประกอบของ PEST Model นั้น ประกอบด้วย การวิเคราะห์ถึงข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก 4 ปัจจัยหลัก (สอาด บรรเจิดฤทธิ์ เกศสิริ ปันธุระ และกานต์มณี ไวยครุฑ, 2558 ; ینگค์ควิตต์, 2559) ที่มีผลต่อการวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ ได้แก่

- P – Politic: การเมือง
- E – Economic: เศรษฐกิจ
- S – Socio-cultural: สังคมและวัฒนธรรม
- T – Technology: เทคโนโลยี

จากการที่ปัจจุบันให้ความเคารพต่อกฎหมายระหว่างประเทศ และความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม จึงมีปรับประยุกต์ เป็น PEST(LE) Model (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555) โดยเพิ่มปัจจัยภายนอกอีกสองปัจจัย คือ

- L – Legal กฎหมาย
- E – Environmental สิ่งแวดล้อม

1.4.2 ปัจจัยทางการเมือง (Politic Factor) คือ ประเด็นเกี่ยวข้องกับการเมืองที่เปลี่ยนแปลงตามสภาพของรัฐบาล และนโยบายของรัฐ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ ในช่วงเวลาที่นำมาใช้วิเคราะห์ ตัวอย่างประเด็นที่ควรนำมาประกอบในการวิเคราะห์ PEST Model (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555; อาทิตมา แป้นธัญญานนท์ และเกศสิริ ปันธุระ, 2559, ینگค์ควิตต์, 2559) ได้แก่

สถานะความมั่นคง และรูปแบบของรัฐบาล

นโยบายการเมืองภายในประเทศ เช่น การเลือกตั้ง การงบประมาณ และกฎหมายด้านต่างๆ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม การละเมิดลิขสิทธิ์ สิทธิมนุษยชน เป็นต้น

นโยบายของรัฐที่จะส่งผลกระทบต่ออิสระและเสรีภาพในการทำธุรกิจ เช่น การควบคุมการนำเข้า และการส่งออก ข้อตกลง ข้อกฎหมายทางการค้า กฎระเบียบปฏิบัติ และข้อห้าม การเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมและภาษี

ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ รวมถึงภาวะสงคราม ความขัดแย้ง หรือการก่อการร้าย การโจรกรรมข้ามชาติ

กลุ่มคนท้องถิ่น ระดับชาติ/นานาชาติที่อาจมีอิทธิพลต่อนโยบายรัฐบาล

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมือง เพื่อความเข้าใจเป็นอย่างดี ผู้เรียนควรศึกษาเพิ่มเติมได้จากหน่วยการเรียนรู้ที่ 4 การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในโลกยุคปัจจุบัน

1.4.3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) คือ ประเด็นเกี่ยวข้องกับการปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ ในช่วงเวลาที่นำมาใช้วิเคราะห์ สภาพทางเศรษฐกิจนั้นสำคัญเพราะเป็นสิ่งที่กำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และกำหนดตลาดขนาดใหญ่

ระดับประเทศ สามารถช่วยให้วางแผนตัดสินใจดำเนินการเป็นระยะสั้น หรือระยะยาวจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคตอีกด้วย ตัวอย่างประเด็นที่ควรนำมาประกอบในการวิเคราะห์ PEST Model (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555; อาทิตมา แป้นธัญญานนท์ และเกศสิรี ปันธุระ, 2559, อิงค์ควิต์, 2559) ได้แก่

ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันภายในประเทศ เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี อัตราแลกเปลี่ยน ภาวะเงินฝืด ภาวะเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ย

แนวโน้มเศรษฐกิจภายใน กำลังซื้อของผู้คนในประเทศ เพดานราคาสินค้า วงจรของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนตลาดหุ้นของประเทศ

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ เช่น เศรษฐกิจพอเพียง รายได้ อัตราค่าแรงขั้นต่ำ และอัตราการว่างงาน

แนวโน้มเศรษฐกิจต่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศ เช่น อัตราส่วนการนำเข้า/ส่งออก รวมถึง การลงทุนในตลาดหุ้น

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ เพื่อความเข้าใจเป็นอย่างดี ผู้เรียนควรศึกษาเพิ่มเติมได้จากหน่วยการเรียนรู้ที่ 5 การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในโลกยุคปัจจุบัน

1.4.4 ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (Socio-cultural Factor) คือ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม คุณภาพชีวิตการเป็นอยู่ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชน เสรีภาพทางสื่อ และสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องคุณภาพชีวิตการเป็นอยู่ ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ ในช่วงเวลา ที่นำมาใช้วิเคราะห์ ตัวอย่างประเด็นที่ควรนำมาประกอบในการวิเคราะห์ PEST Model (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555; อาทิตมา แป้นธัญญานนท์และเกศสิรี ปันธุระ, 2559, อิงค์ควิต์, 2559) ได้แก่

การเปลี่ยนแปลงลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อัตราการเพิ่มหรือลดจำนวนประชากร อายุเฉลี่ย เชื้อชาติ ขนาดครอบครัว ชาติพันธุ์ และการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของประชากร

สุขภาพของประชากร สังคมวิถีชีวิตของสังคมเมือง และสังคมชนบท ระดับการศึกษาเฉลี่ย การเข้าถึงทางการแพทย์ได้ง่ายและเพียงพอ รวมถึงสุขภาพทางใจด้วย

คุณภาพชีวิตการเป็นอยู่ เช่น โอกาสเข้าสู่ตลาดแรงงาน ทักษะคติในการทำงาน การรักความอิสระ และมาตรฐานการครองชีพ รวมถึงทัศนคติต่อกิจกรรม ผลิตภัณฑ์/บริการที่มีในสังคม และการทำงานกับบริษัทจากนานาประเทศ

รูปแบบในการดำเนินชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน ทักษะคติของประชาชนทางสังคม การแบ่งชนชั้นวรรณะ ข้อห้ามทางสังคมต่างๆ และการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่

ค่านิยมภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตราการย้ายเข้า/ออกของคนในชุมชน การใช้สินค้าท้องถิ่นของชุมชน กิจกรรมสันทนาการที่เป็นที่นิยมในสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมชุมชน

เสรีภาพทางสื่อ โดยเฉพาะการรับข่าวสาร การบอกต่อ การนำเสนอข้อมูลข่าวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง การเผยแพร่สื่ออย่างรู้เท่าทันสื่อ

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อความเข้าใจเป็นอย่างดี ผู้เรียนควรศึกษาเพิ่มเติมจากหน่วยการเรียนรู้ที่ 6 ที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมในโลกยุคปัจจุบัน

1.4.5 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) คือ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีต่อการดำเนินชีวิต เพราะบางชุมชนสามารถอาศัยอยู่โดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยี บางชุมชนสามารถอาศัยอยู่โดยพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก รวมไปถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และอาจส่งผลกระทบต่อการตลาด ในวงเวลาที่นำมาใช้วิเคราะห์ ตัวอย่างประเด็นที่ควรนำมาประกอบในการวิเคราะห์ PEST Model (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2555; อาทิตมา แป้นธัญญานนท์ และเกศสิรี ปั้นธูระ, 2559, อิงค์ควิต์, 2559) ได้แก่

เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานหน่วยงานใช้ในปัจจุบัน ในการผลิตและบริการจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงหรือไม่ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้านพลังงาน และเชื้อเพลิงใหม่ที่ใช้ในการผลิตและบริการ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น สัญญา อนุญาต สิทธิบัตร ทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงระดับเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมในชุมชน

การวิจัย และพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี การประดิษฐ์ และการค้นพบใหม่ๆ ปริมาณนักสร้าง/นักพัฒนา โอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ และการถ่ายทอดด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ

เทคโนโลยีการสื่อสาร ผลของระบบอินเทอร์เน็ต ชุมชนออนไลน์ และเครือข่ายการสื่อสารด้วยระบบการติดต่อสื่อสารแบบมีสายและแบบไร้สาย และเทคโนโลยีควบคุมจากระยะไกล



ภาพที่ 1.1 หลักการสื่อสาร 9 ประการของการสร้างชุมชนในสังคมออนไลน์

ที่มา : <http://www.slideshare.net/.../9-ideas-for-marketing-in-an-online-community>

1.5 ความเป็นสากลในการดำรงชีวิต

1.5.1 ความเป็นสากลของมนุษย์ (Human Universal)

มนุษย์ทุกคนมีชีวิตจิตใจเหมือนกัน มนุษย์ในส่วนต่างๆ ของโลกต่างมีภาษาพูดที่ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกัน ภาษาพูดของมนุษย์ประกอบด้วยคำซึ่งอาศัยหลักไวยากรณ์เพื่อสร้างความหมายของคำพูด โดยมนุษย์มีการประดิษฐ์ภาษาที่เป็นเสียงและภาษาท่าทาง ภาษาจึงเป็นสิ่งที่มนุษย์มีเหมือนกัน ไม่ว่าจะอาศัยอยู่ในภาคพื้นทวีปใด แม้จะอาศัยอยู่ในที่แตกต่างกัน มีการอบรมเลี้ยงดู การใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน จึงเกิดคำถามว่า อะไรคือความเป็นสากลของมนุษย์

ประเด็นเรื่องความเป็นสากลของมนุษย์ เว็บไซต์ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร องค์การมหาชน ได้เผยแพร่บทความ (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2551 อ้างจาก David Levinson and Melvin Ember, 1996) ว่า นักมานุษยวิทยามีความเชื่อว่ามนุษย์มีสมองเหมือนกัน ทำให้สามารถทำสิ่งต่างๆ เหมือนกัน การปรับตัวให้เข้ากับภูมิอากาศคือสิ่งที่มนุษย์มีเหมือนกัน เพราะร่างกายมนุษย์มีโครงสร้างและส่วนประกอบเหมือนกัน ระบบความคิดของมนุษย์ที่แบ่งแยกคู่ตรงข้ามคือสิ่งที่เหมือนกัน ระบบความคิดนี้ทำให้เกิดสัญลักษณ์ มนุษย์ต้องมีพัฒนาการของการใช้ภาษาตั้งแต่วัยเด็ก และการเรียนรู้ภาษาก็ขึ้นอยู่กับเพศ และวัยที่ต่างกัน

แนวคิดตามหลักทฤษฎีภาษาศาสตร์ที่มีผลต่อนักมานุษยวิทยาเป็นเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบทางภาษา มอริช บล็อก เขาเชื่อว่ามนุษย์มีการกระทำที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ซึ่งก่อให้เกิดความเป็นสากล เช่น การสร้างความรู้ และโครงสร้างสังคม จึงอาจกล่าวได้ว่ามนุษย์มีความเป็นสากลตรงที่มีสมองซึ่งเป็นอวัยวะเพื่อการคิดเหมือนกัน กลไกสมองของมนุษย์นั้น มีความซับซ้อนมากมายหลายศาสตร์มีองค์ประกอบดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 กลไกสมองที่แสดงความเป็นสากลของมนุษย์

ที่มา : yingthaiuai.blogspot.com

กลไกการทำงานของสมองมนุษย์จึงทำให้มนุษย์รู้จักแสดงอารมณ์ ความรู้สึก มีการกระทำ และสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ความเป็นสากลของมนุษย์จำเป็นต้องเข้าใจจากการศึกษาเปรียบเทียบทาง

วัฒนธรรม และควรราศาสตร์อื่นๆ ช่วยอธิบาย เพราะกลไกการทำงานของสมองมนุษย์มีความหลากหลาย ทั้งการออกแบบ (Design) ภาวะเศรษฐกิจ (Economics) ผู้ซื้อ (clients) สภาพแวดล้อม (Environment) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความพิเศษ (exclusivity) เทคนิคในการก่อสร้าง (Construction Techniques) ความรับผิดชอบ (Responsibility) การจัดการ (Management) การจัดความสำคัญ (Priority) กฎหมาย (Law) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

1.5.2 สัญลักษณ์สากล (Symbol Universal)

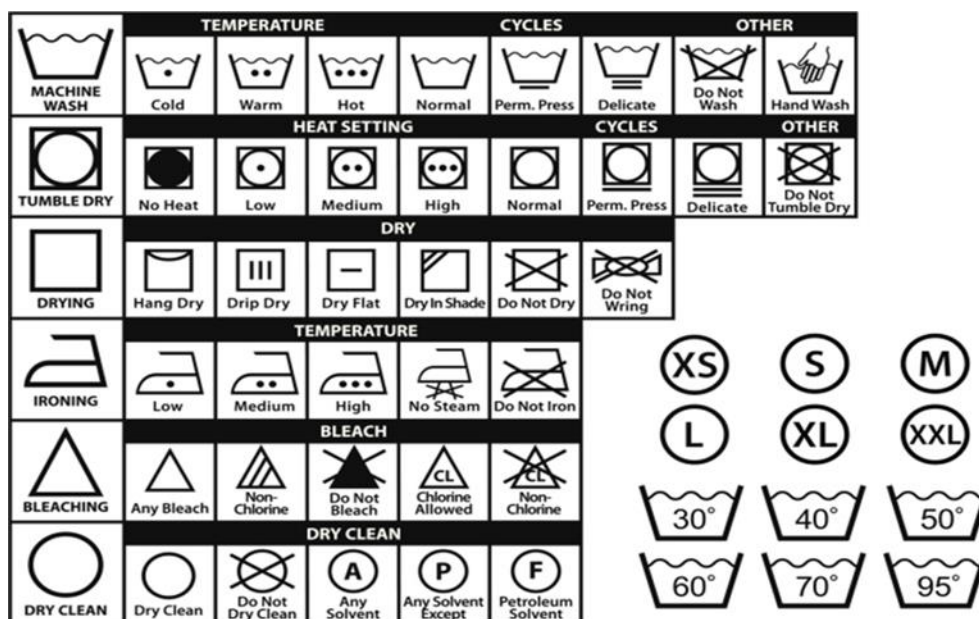
ความเป็นสากลในการดำรงชีวิตอย่างเป็นสากล มีความจำเป็นต้องเข้าใจสัญลักษณ์สากลที่นำมาใช้สื่อความหมาย การสื่อความหมายของมนุษย์ มีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ในอดีตมีการใช้ภาษามือ ส่งภาษาสำหรับคนหูไม่ได้ หรือ การใช้กิริยาท่าทางซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน และการขีดเขียนลงบนวัตถุเรียบต่างๆ โดยเฉพาะบนแผ่นหินหรือแผ่นดินเผา การขีดเขียนเป็นการทำเครื่องหมายด้วยเส้นอย่างง่ายๆ เพื่อให้ความเข้าใจตรงกัน และมีหลักฐานเป็นรอยจารึกไว้ ต่อมาเครื่องหมายเหล่านั้นมีพัฒนาการให้สลับซับซ้อนขึ้น เพื่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจตรงกันในสังคมหมู่ มาก ด้วยเครื่องหมายที่เป็นสากล จึงได้เรียกว่า สัญลักษณ์ นั่นเอง



ภาพที่ 1.3 สัญลักษณ์สากล

ที่มา : www.edu.nu.ac.th

สัญลักษณ์ (Symbol) คือ รูปแบบการสื่อความหมายที่ให้นมนุษย์ในสังคมเข้าใจร่วมกัน ในแนวทางเดียวกัน หรือเข้าใจอย่างเป็นสากล โดยการออกแบบ เป็นรูปสัญลักษณ์ต่าง ๆ ด้วยภาพลายเส้น การเขียนสัญลักษณ์ อาจใช้การเลียนแบบธรรมชาติ คิดจินตนาการแล้วแต่งเติมให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น กากบาทสีแดง สื่อถึงการห้าม การไม่อนุญาตให้ทำ เป็นต้น สัญลักษณ์สากลมีหลายรูปแบบ อาจเป็นได้ทั้ง สัญลักษณ์การจราจร สัญลักษณ์ห้องน้ำ สัญลักษณ์การดูแลเสื้อผ้า ดังภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 สัญลักษณ์สากล สำหรับการดูแลเสื้อผ้า
ที่มา : club.sanook.com

สัญลักษณ์ มีบทบาทในชีวิตประจำวันมาก สรุปประโยชน์ของสัญลักษณ์ได้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ใช้สื่อสารได้รวดเร็ว เพราะมีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย
2. สัญลักษณ์ใช้พื้นที่น้อยกว่าข้อความหรือวลี
3. ขนาดของสัญลักษณ์สามารถย่อขนาดเล็กลง หรือขยายใหญ่ ได้ตามขนาดที่ต้องการ
4. สัญลักษณ์สามารถนำไปใช้สื่อสารได้อย่างสากล
5. สัญลักษณ์ลดปัญหาความไม่เข้าใจภาษาท้องถิ่นของ นักท่องเที่ยวหรือคนต่างถิ่นได้
6. สัญลักษณ์สามารถสื่อความหมายได้ทั้งการอนุญาตและการห้าม

1.5.3 ปลั๊กไฟสากล (Plugs Universal)

การดำรงชีวิตในสากลของหลายคน อาจมีความจำเป็นต้องเดินทางไปประเทศในทวีปต่างๆ ซึ่งนานาประเทศมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันไปตามแต่ลักษณะของประเทศนั้นๆ หรือ กลุ่มประเทศในประชาคมโลก จึงมีความจำเป็นที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกในการใช้งานอย่างเป็นสากล มีความยืดหยุ่นสูง ได้รับการออกแบบมาเป็นพิเศษสามารถปรับให้เข้ากับนานาประเทศได้ ตัวอย่างเช่น การใช้ปลั๊กไฟที่แตกต่างกัน

หากต้องมีการเดินทางไปหลายประเทศ คงต้องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่อพ่วงปลั๊กไฟอุ่นววย เพราะมีหลายรูปแบบ และมีการใช้กระแสไฟฟ้าที่ต่างกันอีกด้วย มีหลักฐานปรากฏถึงแบบปลั๊ก และกระแสไฟฟ้าที่ใช้ในประเทศต่างๆ มีหลายลักษณะ (“แบบปลั๊กและกระแสไฟฟ้าในประเทศต่างๆ” , 2558) ดังภาพที่ 1.5



ภาพที่ 1.5 ลักษณะปลั๊กประเภทต่าง ๆ

ที่มา : <http://www.meetawee.com/home/travel-guide/plug.html>

ปลั๊กไฟแบบ A และปลั๊กไฟแบบ B ส่วนใหญ่ใช้ในอเมริกาเหนือ อเมริกากลาง และญี่ปุ่น
 ปลั๊กไฟแบบ C ใช้ในสหภาพยุโรป (EU) ทั้งหมด ยกเว้นไอร์แลนด์, ไชปรัส และมอลตา
 ปลั๊กไฟแบบ D ใช้ในประเทศอินเดีย ศรีลังกา เนปาล และนามิเบีย
 ปลั๊กไฟแบบ E ใช้เป็นหลักในฝรั่งเศส, เบลเยียม, โปแลนด์, สโลวาเกีย, สาธารณรัฐเช็ก, ตุนิเซีย และโมร็อกโก (France (Continental Europe))
 ปลั๊กไฟแบบ F ใช้เป็นหลักในเยอรมนี, ออสเตรีย, เนเธอร์แลนด์, สวีเดน, นอร์เวย์, ฟินแลนด์, โปรตุเกส, สเปน และยุโรปตะวันออก (Germany (Continental Europe))
 ด้วยเหตุนี้ จึงมีการพัฒนาสินค้าที่มีความเป็นสากล เพื่ออำนวยความสะดวกผู้บริโภคให้ใช้ได้
 ในนานาประเทศออกมา และนิยมเรียกสินค้านั้นต่อด้วยคำว่าสากล เช่นกรณีที่ยกตัวอย่างนี้เรียกว่า
 “ปลั๊กไฟสากล” เป็น ปลั๊กไฟที่สามารถใช้งานเสียบกับปลั๊กได้ทั่วโลก UK, USA, EURO, AUS, ASIA
 Africa etc. สะดวกพกพาได้ ใช้งานได้มากกว่า 150 ประเทศทั่วโลก มีลักษณะดังภาพที่ 1.6



ภาพที่ 1.6 ปลั๊กไฟสากล (Universal Plugs)

ที่มา : <http://www.pb-pac.com/ปลั๊กไฟฟ้าระดับสากล>

1.6 บทสรุป

สากล (Universal) หมายถึง ทั้งหมด ทัวทั้งหมด อาจใช้ว่าความเป็นสากล (Cosmopolitan) เพื่อสื่อถึงสิ่งที่มียอมรับกันทั่วไป และใช้คำว่าสากล (Internationalization) แทนคำว่า “ระหว่างประเทศ” เพื่อสื่อถึงความหมายที่ว่า นานาชาติให้การรับรอง ได้ด้วย ความเป็นสากลนั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตทั้งด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรมและด้านเทคโนโลยี

การแบ่งพื้นที่ทวีปตามหลักสากล โลกนี้มีถึง 193 ประเทศ ส่วนใหญ่นิยมแบ่ง 6 ทวีป คือ ทวีปแอฟริกา 53 ประเทศ ทวีปยุโรป 43 ประเทศ ทวีปเอเชีย 48 ประเทศ ทวีปอเมริกา 35 ประเทศ ทวีปออสเตรเลีย 14 ประเทศและทวีปแอนตาร์กติกา (Antarctica) ไม่มีประชากรอาศัยอยู่

แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของโลก นิยมใช้ 1 PEST Model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ภาพรวม และแนวโน้มทางธุรกิจการตลาด ตลอดจนปัจจัยภายนอกที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรในอนาคต PEST Model มี 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ P-Politic: การเมือง E-Economic: เศรษฐกิจ S-Socio-cultural: สังคมและวัฒนธรรม และ T-Technology: เทคโนโลยี

ความเป็นสากลในการดำรงชีวิต มีประเด็นที่ศึกษา 3 ประเด็นคือความเป็นสากลของมนุษย์ (Human Universal) สัญลักษณ์สากล (Symbol Universal) และปลั๊กไฟสากล (Plugs Universal)

1.7 คำศัพท์น่ารู้

Cosmopolitan, Universal หมายถึง สากล

Internationalization หมายถึง สากล หรือ ความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ ผู้คน วัฒนธรรม สถาบันซึ่งนานาชาติรับรอง

Globalization หมายถึง โลกาภิวัตน์ เป็นความเชื่อมโยงถึงกันหมดของ แนวความคิด ทรัพยากร คน เศรษฐกิจ คุณค่า วัฒนธรรมที่อยู่บนโลกเดียวกัน

PEST Model หมายถึง เครื่องมือในการวิเคราะห์ภาพรวมและแนวโน้มปัจจัยภายนอกที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรในอนาคต มีสี่ปัจจัยหลักคือ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี

Human Universal หมายถึง มนุษย์มีความเป็นสากลตรงที่มีโครงสร้างร่างกาย โดยเฉพาะสมอง ซึ่งเป็นอวัยวะเพื่อการคิด จึงสามารถกระทำที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ซึ่งก่อให้เกิดความเป็นสากล เช่น การสร้างความรู้ และโครงสร้างสังคม

