

สิ่งเล็กๆ ที่ไม่ควรมองข้ามในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

jarupatp@exim.go.th

jarupatp@exim.go.th

เมื่อเศรษฐกิจของประเทศตะวันตกไม่สดใส ประเทศส่วนใหญ่มีปัญหาด้านกำลังซื้อถดถอยมาตั้งแต่วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ในสหรัฐอเมริกาต่อเนื่องมาถึงปัญหาเศรษฐกิจในสหภาพยุโรปปัจจุบัน แม้สหรัฐอเมริกาจะเริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ตลาดยุโรปยังไม่สามารถหาข้อสรุปของการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน ทำให้เศรษฐกิจโลกโดยรวมไม่เติบโตเท่าที่ควรมาเป็นเวลาหลายปี

ในระหว่างที่เศรษฐกิจตะวันตกไม่ดี ท่านผู้อ่านคงได้รับรู้ข่าวว่าเศรษฐกิจของเอเชีย โดยเฉพาะจีน อินเดียและประเทศเพื่อนบ้านของไทย ยังมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง และการเริ่มเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในปี 2558 ส่งผลดีต่อภาคการส่งออกของไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยย้ายมาอยู่ใกล้บ้านเราและตลาดเหล่านี้เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง ไม่เพียงเฉพาะด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้เท่านั้น แต่เมื่อดูเรื่องจำนวนประชากรประกอบไปด้วยแล้ว ตลาดนี้เป็นตลาดผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีกำลังซื้อที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี

อย่างไรก็ตาม ประเทศต่างๆ ในเอเชีย มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ทำให้มีความหลากหลายทางภาษา วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ประเพณีปฏิบัติ ดังนั้น การติดต่อธุรกิจการค้าการลงทุนจึงต้องระมัดระวังพฤติกรรมและการแสดงออก รวมทั้งปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม นอกจากนี้ควรศึกษาเรื่องมารยาทและปฏิบัติให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดช่องว่างความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างกันแล้ว ยังเป็นการสร้างความประทับใจแรกพบให้แก่คู่แข่งทางธุรกิจ แต่การขาดการเตรียมพร้อมที่ดีในการติดต่อและดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละตลาดเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่อาจทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จล้มเหลวในการเริ่มต้นติดต่อค้าขายหรือสูญเสียลูกค้าได้ ซึ่งเรื่องนี้มีนักวิจัยต่างประเทศได้ศึกษาไว้และพบว่านักธุรกิจชาวอังกฤษ 1 ใน 7 และประมาณร้อยละ 25 ของนักธุรกิจอเมริกันประสบความสำเร็จล้มเหลวในการทำธุรกิจระหว่างประเทศเนื่องจากความไม่เข้าใจในเรื่องวัฒนธรรมของประเทศที่ทำธุรกิจด้วย

การเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละประเทศที่ผู้ประกอบการต้องการไปทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการส่งออกหรือการเข้าไปลงทุน เป็นกุญแจสำคัญดอกหนึ่งที่จะช่วยให้สามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและกำหนดแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งในด้านประเภทสินค้า ลักษณะของสินค้า บรรจุภัณฑ์ การจัดทำโปรโมชั่น โฆษณาสินค้า เป็นต้น หรือแม้แต่การเริ่มต้นเจรจาธุรกิจ การเริ่มต้นด้วยการพูดคุยกับลูกค้าแบบสบายๆ เกี่ยวกับเรื่องรอบตัวของลูกค้า เช่น วัฒนธรรม กีฬา ประวัติศาสตร์ หรือความสนใจของชาตินั้นๆ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงบวกและสร้างความประทับใจต่อการติดต่อธุรกิจ แล้วจึงค่อยนำเสนอสินค้าและเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า

ในการเจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ ธรรมเนียมปฏิบัติ มารยาทต่างๆ เช่น การแต่งกาย การสื่อสารทางกาย ทำท่างและการแสดงออก การรักษาเวลา การแลกเปลี่ยนนามบัตร หรือแม้แต่มารยาทในการรับประทานอาหาร เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องระมัดระวังและเตรียมตัวอย่างดี โดยเฉพาะประเทศใน AEC นักธุรกิจในประเทศเหล่านี้ยังยึดถือเรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการเริ่มต้นเจรจาธุรกิจและติดต่อธุรกิจระหว่างกัน แม้ว่าผู้ประกอบการจะมีสินค้าที่ดี ราคาและเงื่อนไขต่างๆ ที่สามารถแข่งขันได้ แต่ไม่ได้หมายความว่าสามารถขายสินค้าได้เพียงเพราะตัวสินค้าและเงื่อนไขเสมอไป การสร้างความประทับใจที่เกิดจากมารยาทและการปฏิบัติที่ดีและถูกต้องตามวัฒนธรรมท้องถิ่นจะเป็นการเริ่มสายสัมพันธ์และจะเป็นพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน