

การจัดการข้ามวัฒนธรรม
Cross Cultural Management

บทที่ 1 วัฒนธรรมและวัฒนธรรมข้ามชาติ

วัฒนธรรม (Culture)

- วัฒนธรรมเกิดจากผลรวมของ การเรียนรู้ ความเชื่อ ค่านิยม และ ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ใน สังคมหนึ่ง วัฒนธรรมจึงเป็น ระบบคุณค่าและบรรทัดฐานร่วมกันของกลุ่มบุคคลที่จะ นำไปสู่รูปแบบของการดำรงชีวิต



- การเรียนรู้ (Learning)
- ความเชื่อ (Beliefs)
- ค่านิยม (Values)
- ขนบธรรมเนียมประเพณี (Customs)

วัฒนธรรม (Culture)

เมื่อมนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาแล้วจึงอบรมสั่งสอนให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้หรือไปปฏิบัติ และกำหนดเป็นค่านิยมขึ้นใน วัฒนธรรม ค่านิยมนี้จึงมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งจะ ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรต่างๆ

วัฒนธรรมข้ามชาติ (Cross - cultural)

ความพยายามที่จะเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภค ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไปว่าความคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมข้ามชาติมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร

องค์กรธุรกิจที่ขาดความตระหนักทางวัฒนธรรม อาจทำบางสิ่งบางอย่างที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด จนลูกค้าในต่างประเทศต้องขึ้นเคือง จนเกิดผลเสียหลายต่อองค์กรและเป้าหมายของธุรกิจที่วางไว้

ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business)

- ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ กิจการที่มีการก้าวไปสู่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น ภาษา ค่านิยม หัตถ์คติ ความเชื่อ การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ หรือบรรทัดฐานของคนในสังคมในต่างประเทศ ความแตกต่างเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ คือความเสี่ยงของธุรกิจระหว่างประเทศประการหนึ่ง

ความเสี่ยงของวัฒนธรรมข้ามชาติ (Cross - cultural risk)

- สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดการเข้าใจผิดทางด้านวัฒนธรรม ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในประเทศ เช่น การสื่อสารที่ผิดพลาดที่เกิดจากความเข้าใจผิด ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมขององค์กรธุรกิจ หรือเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในต่างประเทศ หรือการนำเอาวัฒนธรรมของชาติตนเองมาเป็นบรรทัดฐานในการทำธุรกิจในต่างประเทศ

ความเสี่ยงของวัฒนธรรมข้ามชาติ (Cross - cultural risk)

- ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้และพัฒนาตนเองหรือองค์กรธุรกิจ在不同ประเทศให้มีการปรับตัวในสอดคล้องกับวัฒนธรรมของประเทศที่ไปทำธุรกิจ
- ผู้บริหารต้องเปิดใจยอมรับความคิดใหม่ๆ วิเคราะห์และเรียนรู้ ถึงวัฒนธรรมที่แตกต่าง และหลีกเลี่ยงการมองวัฒนธรรมของ ชาติอื่นว่าด้อยกว่าวัฒนธรรมของตนเอง

ความสำคัญของการเข้าใจวัฒนธรรมข้ามชาติ

ปัจจุบัน องค์กรธุรกิจระหว่างประเทศมากมายให้ความสำคัญกับการบริหารวัฒนธรรมข้ามชาติอย่างมากโดยจัดให้มีการพัฒนาทักษะและถ่ายทอดการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างให้แก่ผู้บริหาร ที่ต้องไปปฏิบัติงาน在不同ประเทศโดยให้ทราบถึงวิธีการ บริหารบุคลากร การทำการตลาดสินค้าหรือบริการ หรือ แม้แต่ วิธีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือคู่ค้า在不同ประเทศ ทำให้ธุรกิจ ในต่างประเทศมีโอกาสประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น

สุนทรียศาสตร์ (Aesthetics)

- สุนทรียศาสตร์จะสะท้อนถึงความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมและของศิลปะ จินตนาการที่เกิดจากการรับรู้ทางอารมณ์ และการรับสัมผัส เช่น การเลือกใช้สีให้ตรงกับสุนทรียภาพในวัฒนธรรมสำหรับ ในด้านการโฆษณา บรรจุภัณฑ์ของสินค้า หรือชุดเครื่องแบบ พนักงาน ซึ่งส่งผลทำให้การมองเห็นถึงความสวยงามและ รสนิยมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

ค่านิยมและทัศนคติ (Values and Attitudes)



- ค่านิยม หมายถึง รูปแบบทางความคิด ความเชื่อ และ ประเพณี ปฏิบัติที่สมาชิกของสังคมยึดถือ หรือจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และค่านิยมทางด้านวัตถุ
- ทัศนคติ เป็นการประเมินความพอใจหรือไม่พอใจ ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความคิดใดความคิดหนึ่ง เช่นชาวอเมริกันและชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญต่อการตรงต่อเวลา

มารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติ (Manners and Customs)

- มารยาทเป็นพฤติกรรมอันเหมาะสมที่แสดงออกทางกาย วาจา และการแต่งกาย
- ธรรมเนียมปฏิบัติ หมายถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่แสดงในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง และมีการถ่ายทอดส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น
- เช่น การมอบของขวัญของที่ระลึกสำหรับคู่ค้าทางธุรกิจถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติทั่วไป แต่ความเหมาะสมของชนิดของขวัญย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม

โครงสร้างทางสังคม (Social structure)

- โครงสร้างทางสังคมมีขอบเขตครอบคลุมถึงระบบความสัมพันธ์ของสถาบันต่างๆ ในสังคม ลำดับชั้นในสังคม ความสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่มีบรรทัดฐานของสังคมร่วมกัน
- เช่น ชนชั้นของคนในสังคมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในบางประเทศ ธุรกิจจึงพยายามทำการตลาดสินค้าหรือบริการของตนให้สอดคล้องกับระดับของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในแต่ละประเทศ

ศาสนา (Religion)

- ความแตกต่างของการนับถือศาสนา มีผลกระทบต่อนโยบายที่แตกต่างในการทำงาน การอดออม และวัฒนธรรม ความเชื่อ ดังกล่าว ส่งผลต่อกลยุทธ์ในการทำธุรกิจด้วย
- เช่น ศาสนาคริสต์ มีผู้นับถือมากที่สุดในโลก ส่งผลต่อนโยบายทางธุรกิจของประเทศนั้นๆ
- ศาสนาอิสลาม มีกฎเกณฑ์เข้มงวดมาก ส่งผลต่อการห้ามจำหน่ายสุราและการให้บริการแก่ผู้บริโภคมุสลิม เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื้อหมู

ศาสนา (Religion)

- ศาสนาฮินดู มีข้อห้ามบริโภคหรือทำร้ายสิ่งมีชีวิต ห้ามบริโภค เนื้อวัวเพราะเป็นสัตว์ต้องห้าม ซึ่งส่งผลต่อร้านแมคโดนัลด์ต้อง เปลี่ยนจากส่วนประกอบหลักในการผลิตโดยการใช้เนื้อแกะแทน เนื้อวัวในการประกอบอาหาร
- ศาสนาพุทธ มีอิทธิพลต่อแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ส่วนใหญ่มาจากเกาหลีที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมแบบ ขงจื้อ เช่น การจัดวางโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน การเคารพนับถือบุคคลตามลำดับชั้นอำนาจหน้าที่ มีความเคารพอาวุโส

ภาษาและการติดต่อสื่อสาร (Language and Personal Communication)

ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อความเข้าใจกันของคนในสังคม ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีงาม สร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคม ภาษา แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

- วัจนภาษา ภาษากายคำ ดังนั้น การรู้ภาษาของชาติอื่นช่วยในการเจรจาทางธุรกิจและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น
- อวัจนภาษา การสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำ มนุษย์ใช้สื่อสารโดยใช้ท่ากัปกริยา

ภาษาและการติดต่อสื่อสาร (Language and Personal Communication)

- จะเห็นได้ว่าการรู้ภาษาที่หลากหลายเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้บริหารที่มีความรู้ในภาษาอื่นๆ มักมีข้อได้เปรียบในการได้รับคัดเลือกหรือโอกาสในการทำงานที่ดีกว่าผู้อื่นหรือมีโอกาสประสบความสำเร็จในการเจรจาทางธุรกิจกับประเทศอื่นๆ มากกว่านั่นเอง

สภาพแวดล้อมทางกายภาพและวัสดุ (Physical and Material environments)

- เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งแตกต่างกันไปตามความเจริญทางเทคโนโลยีและทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ เช่น ฟินแลนด์มีภูเขาสูงและหิมะปกคลุมยาวนานทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันทำได้ยาก จึงได้พัฒนาโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น บริษัทโนเกีย (Nokia)

คำถามท้ายบท

1. กรุณาอธิบายถึงความหมายและความสำคัญวัฒนธรรมข้ามชาติ
2. นักศึกษาคิดว่าความเสี่ยงของวัฒนธรรมข้ามชาติเกิดจากอะไรบ้าง กรุณาอธิบายและยกตัวอย่าง
3. องค์ประกอบของวัฒนธรรมในสังคมได้แก่อะไรบ้าง อธิบายพร้อมยกตัวอย่าง
4. นักศึกษาคิดว่าเพราะเหตุใดผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจระหว่างประเทศต้องทำความเข้าใจถึงวัฒนธรรมของประเทศที่จะเข้าไปทำธุรกิจ
