

การติดต่อธุรกิจกับชาวญี่ปุ่น

พื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อวิถีทางในการติดต่อสื่อสารกับชาวญี่ปุ่น

พฤติกรรมตามสถานการณ์

ในวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่นนั้น พฤติกรรมจะเกิดขึ้นตามสถานการณ์ โดยพฤติกรรมที่เหมาะสมจะผูกติดกับปัจจัยต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ ตำแหน่ง หรือสถานะของผู้เกี่ยวข้อง และความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ การทำความเข้าใจว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างไรต่อพฤติกรรมอาจช่วยให้นักธุรกิจชาวต่างประเทศ หลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดได้

ตัวอย่างเช่น ชาวต่างประเทศที่ทำธุรกิจร่วมกับคนญี่ปุ่น มักจะบ่นเสมอว่าไม่ค่อยได้รับความคิด หรือความเห็นเท่าไรนัก ผู้จัดการฝ่ายการตลาดชาวตะวันตกของบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์เดินทางมาญี่ปุ่นและบ่นว่าผู้จัดการขายคนหนึ่ง “ไม่มีกลยุทธ์” ต่อมาจึงพบว่าเขาเกิดความคิดเช่นนี้ขึ้น เมื่อถามผู้จัดการขายซึ่งกำลังขับรถพาเขาไปพบกับลูกค้าที่สำนักงานใหญ่ว่า “บริษัท X เป็นอย่างไรบ้าง?” และผู้จัดการชาวญี่ปุ่นเพียงแต่ตอบว่า “ทุกอย่างไปได้ดี” ภายหลังผู้จัดการชาวญี่ปุ่นคนนั้นรู้สึกงงอย่างยิ่งที่ได้ทราบว่าผู้จัดการชาวตะวันตกต้องการให้เขาเล่ารายละเอียดคร่าวๆ ระหว่างทางไปพบลูกค้า โดยถามข้อมูลด้วยการคุยเล่น ซึ่งเขาก็ได้รับเพียงคำตอบกว้างๆ เท่านั้น

การใช้ *honne* และ *tatemae* ซึ่งได้กล่าวไปแล้วในเรื่อง “สังคมที่เน้นความสัมพันธ์แบบรวมกลุ่ม” เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามสถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจของญี่ปุ่น คนที่นับถือศาสนาคริสต์บางครั้งอาจจะรู้สึกว่า *tatemae* เป็นความไม่ซื่อสัตย์อย่างหนึ่ง และรู้สึกว่าคนญี่ปุ่น “ตีสองหน้า” แต่ในญี่ปุ่น *tatemae* ถือเป็นน้ำมันหล่อลื่นที่ช่วยให้ชาวญี่ปุ่นรักษาความปรองดองภายในสังคมไว้ได้