



VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN

1. Văn hóa kinh doanh

Xã hội Nhật Bản có cấu trúc, phân cấp và định hướng theo nhóm. Người Nhật rất coi trọng việc duy trì sự phối hợp lẫn nhau và tránh đối đầu trực tiếp. Các chuẩn mực xã hội và văn hóa của Nhật Bản có xu hướng định hướng theo nhóm hơn là tập trung vào cá nhân.

Xây dựng và duy trì mối quan hệ là một phần cơ bản của văn hóa kinh doanh Nhật Bản. Mọi người thường mong đợi và mong muốn có những mối quan hệ đối tác lâu dài. Người Nhật có xu hướng muốn biết thông tin nhiều về đối tác của mình, đây có thể là một phần của cách tiếp cận lâu dài này của người Nhật. Để thiết lập mối quan hệ, đối tác người Nhật cũng có xu hướng giao lưu bên ngoài văn phòng, đặc biệt là các hoạt động như mời dùng nước buổi tối hoặc ăn tối.

Về văn hóa kinh doanh, khi gặp gỡ đối tác Nhật lần đầu tiên, doanh nghiệp Việt Nam cần mang theo danh thiếp, cataloge, hồ sơ giới thiệu công ty, hàng mẫu... cần đảm bảo đúng giờ và giữ lời khi đã hứa hẹn một việc gì đó với đối tác. Thông thường thiết lập quan hệ hợp tác kinh doanh với doanh nghiệp Nhật Bản không đơn giản, nhiều trường hợp phải có sự giới thiệu của bên thứ ba uy tín thì doanh nghiệp Nhật mới tin tưởng.



2. Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh

Tại Nhật Bản khi gặp gỡ người nước ngoài trong bối cảnh kinh doanh, người Nhật có thể chọn cách bắt tay. Khi gặp đối tác kinh doanh lần đầu tiên, bạn nên sử dụng danh xưng trang trọng. Ở Nhật Bản, mọi người thường được gọi bằng họ và danh xưng. Bạn nên chào hỏi từng người trong phòng riêng lẻ, bất kể quy mô của nhóm.

Trong giao dịch kinh doanh, luôn phải sử dụng hình thức kính ngữ họ + san. Người Nhật tôn trọng thói quen sử dụng tên riêng của người phương Tây nhưng họ sẽ theo sau bằng cách kính ngữ “san”, ví dụ như John-san như một dấu hiệu của sự tôn trọng. Hoặc họ có thể gọi bạn bằng cách gọi theo hình thức phương Tây là Ông/Bà/Cô + họ.



3. Gặp gỡ, đàm phán

Sự đồng thuận là nền tảng trong văn hóa kinh doanh của Nhật Bản. Điều này có nghĩa là các cuộc họp và đàm phán có thể mất khá nhiều thời gian vì sự đồng thuận được xây dựng giữa các bên liên quan. Sự kiên nhẫn là rất quan trọng trong quá trình đàm phán với đối tác Nhật Bản. Trong các doanh nghiệp lớn của Nhật Bản cũng như trong các tổ chức và dịch vụ khác như chính phủ, sự đồng thuận được nhấn mạnh là cách chính để đưa ra quyết định. Quyết định được hiểu là tổng hợp của tất cả các đóng góp. Vì lý do này, vai trò của người quản lý hoặc nhà lãnh đạo thường là người tạo điều kiện xây dựng sự đồng thuận.

Bạn nên mang theo tờ rơi giới thiệu sản phẩm và hồ sơ công ty khi đến thăm một công ty Nhật Bản lần đầu tiên.

Khi bạn được mời đến phòng họp, hãy đợi được sắp xếp chỗ ngồi vì ở Nhật có phong tục về việc mọi người ngồi ở đâu dựa trên vị trí của họ trong công ty. Người Nhật có xu hướng ghi chép nhiều trong các cuộc họp vì điều này được coi là phép lịch sự trong xã giao kinh doanh. Điều này cho thấy sự quan tâm đến những gì bên kia đang nói.

Người Nhật có xu hướng không sử dụng thỏa thuận ngầm mà không được báo trước, nhưng nếu bạn cần một thỏa thuận được ký, hãy gửi trước cuộc họp. Nếu bạn đưa ra các thỏa thuận ngầm khi bắt đầu cuộc họp hoặc đàm phán, phía Nhật Bản sẽ cảm thấy không thích, có thể từ chối ký cho đến khi được xem xét về mặt pháp lý (có thể mất nhiều tuần).



4. Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh

Ngôn ngữ quốc gia của Nhật Bản là tiếng Nhật (Nihongo) và được sử dụng trên khắp cả nước. Tiếng Anh là môn học bắt buộc ở các trường trung học phổ thông Nhật Bản và là ngôn ngữ nước ngoài được biết đến rộng rãi nhất ở Nhật Bản. Thư từ và đàm phán kinh doanh quốc tế ở Nhật Bản hầu như luôn được thực hiện bằng tiếng Anh. Hầu hết người Nhật, bao gồm cả giám đốc điều hành doanh nghiệp, đều có hiểu biết hạn chế và khả năng nói tiếng Anh, mặc dù tất nhiên cũng có một số trường hợp ngoại lệ. Nhiều giám đốc điều hành và người ra quyết định người Nhật không nói được tiếng Anh, mặc dù họ có thể chào đón khách bằng tiếng Anh và đọc tài liệu sản phẩm tiếng Anh liên quan đến chuyên môn kinh doanh hoặc ngành của họ. Do đó, nên có một phiên dịch viên chuyên nghiệp có năng lực đi cùng trong tất cả các cuộc họp kinh doanh, đặc biệt là cuộc tiếp xúc ban đầu khi bạn có thể không chắc chắn về trình độ tiếng Anh của đối tác.



5. Cách trao danh thiếp

Tại Nhật Bản, danh thiếp thường được trao khi gặp ai đó lần đầu. Cách một người đối xử với danh thiếp nhận được được coi là biểu hiện của sự tôn trọng và cân nhắc mà họ dành cho người đó và doanh nghiệp của họ. Theo nguyên tắc chung, hãy đối xử với danh thiếp của bạn và của người khác một cách tôn trọng và cẩn thận.

Khi đưa danh thiếp, bản thân danh thiếp phải ở trong tình trạng tốt. Đưa danh thiếp bằng cả hai tay và hơi cúi đầu. Tay của bạn không được che bất kỳ chữ viết nào trên danh thiếp và chữ viết trên danh thiếp phải hướng về phía người nhận. Không chuyển danh thiếp như chơi bài vì điều này có thể bị hiểu là bất lịch sự.

Khi nhận danh thiếp, hãy dùng cả hai tay và hơi cúi đầu để nhận danh thiếp. Cảm ơn người đã đưa danh thiếp và dành thời gian để xem xét kỹ lưỡng. Đặt danh thiếp trước mặt bạn trên bàn cho đến khi mọi người đã ngồi vào chỗ. Không gấp danh thiếp hoặc để vào túi quần sau. Tương tự như vậy, không được viết lên danh thiếp trừ khi được chỉ dẫn làm như vậy.

Các doanh nghiệp nước ngoài nên dịch danh thiếp của họ sang tiếng Nhật để họ có danh thiếp hai mặt, một mặt bằng tiếng Anh và mặt còn lại bằng tiếng Nhật. Điều này không bắt buộc nhưng có thể là một lợi thế.



6. Trang phục trong kinh doanh

Trang phục công sở của nam giới theo truyền thống là trang trọng với bộ vest màu xanh, đen hoặc xám. Tránh mặc áo sơ mi trắng với cà vạt đen bên trong vì điều này phổ biến hơn trong đám tang.

Đối với phụ nữ, quần áo màu trung tính như xanh, đen, xám và nâu là phổ biến. Các lựa chọn phổ biến là váy hoặc bộ đồ công sở với áo cánh và váy hoặc quần dài phù hợp. Quần áo thường không bó sát hoặc không tay.

Đối với cả hai giới, điều quan trọng là phải đi giày mũi kín có thể dễ dàng tháo ra bằng tất sạch và được bảo quản tốt, trong trường hợp bạn có thể được yêu cầu cởi giày. Bạn cũng nên cởi áo khoác và đeo trên tay trước khi vào tòa nhà. Thường có giá treo áo khoác để treo áo khoác khi vào bên trong.

Có những kỳ thị xã hội liên quan đến hình xăm. Hãy cân nhắc việc che giấu bất kỳ hình xăm nào nếu có thể.



7. Cách tặng quà cho đối tác

Việc tặng quà được mong đợi trong một số dịp kinh doanh ở Nhật Bản. Chất lượng món quà là quan trọng, nhưng món quà không nhất thiết phải đắt tiền, điều quan trọng là tình cảm và mối quan hệ ẩn chứa trong món quà chứ không phải giá trị nội tại của nó. Do đó, bao bì của món quà cũng quan trọng như chính món quà và nên được thực hiện một cách chuyên nghiệp. Ở Nhật Bản, bộ 4 món quà được coi là không may mắn (số 4 được phát âm giống như từ chỉ cái chết). Những món quà có thể chia sẻ giữa một nhóm là phù hợp.

Việc tặng quà và duy trì thư từ là một khía cạnh quan trọng để duy trì mọi loại mối quan hệ kinh doanh ở Nhật Bản. Quà tặng thường được trao đổi khi gặp mặt lần đầu. Một món quà chất lượng tốt thể hiện sự độc đáo hoặc chu đáo sẽ đủ, đặc biệt là một món quà từ quốc gia của bạn, chẳng hạn như đặc sản ẩm thực địa phương. Tránh tặng hàng hóa của công ty vì điều này có thể bị coi là hình thức khuyến mại sản phẩm. Cố gắng gói quà đẹp mắt và tặng một cách khiêm tốn bằng cả hai tay, vì hành động tặng quà thường được nhấn mạnh hơn bản thân món quà.