

การทำธุรกิจ
ใน
ประเทศ

จีน

DOING BUSINESS IN
CHINA

วิธีทำกำไรในตลาด
ที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก



ดวงกมลพับลิชชิ่ง
นำเสนอหนังสือดี มีคุณค่า

e-BOOK

เขียน TED PLAFKER
แปล กนิษฐ์ ฉินสิน

การทำธุรกิจในประเทศจีน

วิธีทำกำไรในตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก



โดย Ted Plafker

คำแนะนำนักพิมพ์

‘การทำธุรกิจในประเทศจีน’ หนังสือที่จะเป็นตัวช่วยให้คุณมองเห็นและคว้าโอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดในตลาดที่กำลังเติบโตอย่างประเทศจีนได้อย่างชาญฉลาด แม้ว่าคุณจะได้วางแผนเข้าไปทำธุรกิจในประเทศจีนด้วยตัวเอง แต่ก็ยังควรค่าแก่ความเข้าใจว่าอะไรกำลังเกิดขึ้นที่นั่นบ้าง เพราะไม่ว่าคุณจะอยู่ในธุรกิจอะไร และไม่ว่าคุณจะทำอยู่ที่ไหน ก็มีโอกาสมากที่จีนจะมีผลกระทบต่อผลกำไรของคุณในระดับหนึ่ง ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม แม้วันนี้จะยัง แต่ก็คงอีกไม่นาน!!

จุดมุ่งหมายของหนังสือเล่มนี้ค่อนข้างจะแตกต่างออกไป จากข้อสมมติฐานว่าจีนมีความสำคัญต่อแวดวงธุรกิจของโลกและจะยังคงมีต่อไป หนังสือเล่มนี้จะเดินหน้าไปอีกขั้น โดยอธิบายอย่างกระชับ เจาะจง และอ่านง่าย ถึงวิธีการสังเกตเห็นและไขว่คว้าโอกาสทางธุรกิจดีๆ ในตลาดที่กำลังขยายตัวแห่งนี้ ตลอดจนวิธีการหลีกเลี่ยงหลุมพรางทั้งหลาย นอกจากนี้ในส่วนที่จำเป็นยังจะมีการอธิบายถึงเรื่องราวความเป็นมาที่เกี่ยวข้องซึ่งคุณจำเป็นต้องรู้เพื่อทำความเข้าใจได้อย่างถูกต้องด้วย

ทางสำนักพิมพ์ดวงกมลพับลิชชิง หวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะมีประโยชน์ในการช่วยให้คุณตัดสินใจและสร้างความได้เปรียบให้กับผู้อ่านในการทำธุรกิจในประเทศจีนได้อย่างราบรื่น ประสบความสำเร็จ และได้ผลกำไรสูงสุด

ด้วยความปรารถนาดี
สำนักพิมพ์ดวงกมลพับลิชชิง

สำหรับ Benjamin, Daniel และ Jonathan
“ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเมืองจีน” ที่อายุน้อยที่สุดในปักกิ่ง

และสำหรับ Roberta ซึ่งแน่นอนว่ามีความรู้มากกว่า
ที่ผู้เขียนจะมีวันรู้ได้ในชีวิตนี้
เกี่ยวกับการทำธุรกิจในประเทศจีน
และเกี่ยวกับทุกเรื่องที่สำคัญในชีวิต

บทนำ: หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณมองเห็นและคว้าโอกาสทางธุรกิจ
ที่ดีที่สุดในตลาดที่กำลังเติบโตของประเทศไทยได้อย่างไร

1

8 โอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุด-เจาะตลาดใหม่ที่น่าสนใจที่สุด

1

2

กฎหมาย กฎเกณฑ์ และกฎข้อบังคับ

45

3

ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและกฎกติการายาท

79

4

การขายและการตลาด

129

5

ขอข้อมูลหน่อย!

155

6

ราคาจีน

191

7

การใช้ชีวิตในต่างแดนและเรียนรู้ภาษาจีน

215

8

ข้อควรระวัง

257

บทสรุป

285

คำขอบคุณ

293

บรรณานุกรม

296

เกี่ยวกับผู้เขียน

299

ดัชนี

300

บทนำ

หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณ มองเห็นและคว้าโอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดใน ในตลาดที่กำลังเติบโตของประเทศไทยได้อย่างไร

โออาละ... คุณกำลังนึกถึงการทำธุรกิจในประเทศไทย เป็นเวลาหลายปีมาแล้วที่คุณได้อ่านเรื่องราวน่าตื่นเต้นทั้งหลายเกี่ยวกับการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของประเทศไทย ความหิวกระหายเงินลงทุน เทคโนโลยี สินค้าและบริการต่างๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด คุณได้ยินเรื่องราวไม่หยุดหย่อนเกี่ยวกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของภาคอุตสาหกรรมในจีน และการก้าวเข้าสู่ตลาดโลกอย่างมั่นคง มั่งคั่งกำลังร่ำรวย ยักษ์หลับกำลังตื่น โลกทั้งโลกสั่นเทาด้วยความตื่นตระหนก อย่างที่นั่นไปเลยนได้ทำนายเอาไว้เมื่อกว่าสองร้อยปีก่อน ถ้านำทั้งหมดที่กล่าวมารวมเข้าด้วยกัน บทสรุปที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ก็คือ: บริษัทใดๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะเล็กใหญ่หรือทำธุรกิจอะไร อย่างไรก็ต้องเข้าไปยังประเทศจีนให้ได้

ถ้าคุณลงมือหยิบหนังสือเล่มนี้ขึ้นมาอ่าน ก็น่าจะเดาได้ว่าคุณได้ข้อสรุปดังกล่าวด้วยตัวเองแล้ว แต่คุณคิดถูกแล้วหรือ? คุณจำเป็นต้องเข้าไปยังประเทศจีนจริงๆ หรือ?

และแม้ว่าคุณจะคิดทบทวนถึงคำถามนี้อย่างดีแล้วและตัดสินใจว่าคำตอบคือใช่ คุณก็อาจจะยังมีความกลัวอยู่ลึกๆ ว่าตนเองจะตกเป็น

เหยื่อของกระแสดามกันไปหรือเปล่า? ไม่ใช่ว่าทุกคนนี้ใครๆ ก็แห่ตามกันไปเมืองจีนหรือ? แล้วไม่ใช่ว่าการสวนกระแสแม้จะเป็นสิ่งที่ดีกว่าหรือ? ทำที่สุด ไม่ใช่ว่าผู้ชนะที่แท้จริงจะคอยมองดูว่าคนอื่นแห่กันไปทางไหน แล้วกลับเดินไปอีกทางหรือ?

บางทีก็เป็นเช่นนั้น และบางครั้งก็แน่นอนว่าการกระทำเช่นนั้นเป็นสิ่งที่ชาญฉลาด แต่บ่อยครั้ง กระแสก็ดำเนินไปอย่างรวดเร็วมากเพราะทุกคนกำลังมุ่งไปสู่อะไรบางอย่างที่ยิ่งใหญ่ ซึ่งเห็นได้ชัดว่ากรณีการเติบโตของเมืองจีนก็เป็นเช่นนั้นว่า ไม่ว่าจะเลือกมองที่เครื่องบ่งชี้ตัวไหน ไม่ว่าจะ เป็นอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รูปแบบการบริโภค มูลค่าการค้า หรือตัวเลขการลงทุน ก็เพียงพอที่จะบอกได้ว่าธุรกิจในประเทศจีนนั้นใหญ่โตและเติบโตอย่างรวดเร็วจริงๆ

แต่ขนาดไม่ใช่ทุกสิ่ง และเพียงแค่การมีขนาดใหญ่โตก็ไม่ได้หมายความว่า จะเหมาะกับทุกคนเสมอไป ข้อผิดพลาดที่พบได้บ่อยที่สุดอย่างหนึ่งของธุรกิจต่างชาติในประเทศจีนก็คือแนวโน้มที่จะคิดอะไรแบบเหมารวม ซึ่งเป็นสิ่งที่คุณต้องคอยระวังตลอดทุกขั้นตอน โดยเริ่มจากการตัดสินใจครั้งใหญ่ครั้งแรกเลยว่า คุณจำเป็นต้องเข้าไปในประเทศจีนจริงหรือ?

แล้วมีประเด็นหรือปัจจัยอะไรบ้างที่ต้องนำมาพิจารณา? จริงอยู่จีนกำลังเติบโต จริงอยู่ที่ว่าจีนกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และก็จริงที่ว่าอาจจะมีโอกาสดีสำหรับบริษัทของคุณที่จะหาแหล่งผลิต ขายสินค้า หรือนำเสนอบริการ ในตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดในโลกแห่งนี้ แต่อย่างไรก็ตาม คำตอบสุดท้ายไม่ใช่คำตอบที่ตายตัว และการตอบง่ายๆ เพียงว่า “ใช่เราต้องไปที่นั่น” ก็ไม่ใช่คำตอบที่ถูกต้องสำหรับทุกคนเสมอไป

หากพิจารณาถึงบรรยากาศในการทำธุรกิจที่ค่อนข้างปิดกั้น สภาพแวดล้อมทางสังคม กฎหมาย และการเมืองที่ซับซ้อนไม่เหมือนที่อื่น ตลอดจนการคอร์รัปชันอย่างแพร่ระบาด ประเทศจีนนับเป็นงานที่ยาก

การก่อตั้งกิจการต้องมีค่าใช้จ่ายสูง และความคืบหน้ามักจะล่าช้า ในหลายๆกรณี แม้ความคืบหน้าก็แทบจะหาไม่ได้เลย อย่างว่าแต่ผลกำไร มีบริษัทต่างชาติจำนวนมากได้พิสูจน์แล้วว่าความสำเร็จในประเทศจีนนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ แต่สำหรับคนที่มีความอดทน มุ่งมั่น ไม่ย่อท้อ และมีทรัพยากรมากพอที่จะกระทำงานสำเร็จเท่านั้น เพราะความสำเร็จไม่ได้มาอย่างรวดเร็วหรือได้มาถูกๆ

ในแทบจะทุกกรณี บริษัทที่ประสบความสำเร็จในประเทศจีนต้องใช้เวลาหลายปีในช่วงแรกๆ เพื่อการวางรากฐาน และต้องใช้เงินมากกว่าจะสร้างรายได้ ข้อเสนอแนะโดยทั่วไปในหมู่ที่ปรึกษาบางคนก็คือประเทศจีนนั้นเหมาะสำหรับบริษัทที่มียอดขายอย่างน้อย 20-30 ล้านดอลลาร์ต่อปี และมีพนักงานอย่างน้อย 200 คนเท่านั้น แน่่อนว่าข้อเสนอแนะกว้างๆ และง่าย ๆ เช่นนี้คงไม่สามารถใช้ได้กับทุกคน คุณคงต้องคำนวณเอาเองตามความรู้ความเข้าใจที่มีเกี่ยวกับบริษัทและธุรกิจของคุณ แต่อย่างไรก็ตาม นี่ก็จุดเริ่มต้นที่จำเป็น ตรงนี้เลยที่นับเป็น “ข้อหนึ่ง” ในรายการสิ่งที่你必须รู้ก่อนจะก้าวขาเข้าไป กล่าวคือ หากไม่มีเวลาและเงินมากพอที่จะเข้าไปได้อย่างเหมาะสม ประเทศจีนก็ไม่ใช่ที่สำหรับคุณ

มาถึงตรงนี้ คุณอาจจะตัดสินใจปิดหนังสือเล่มนี้เสียเลย แต่ช้าก่อน! แม้ว่า你可能ไม่ได้วางแผนเข้าไปทำธุรกิจในประเทศจีนด้วยตัวเอง แต่ก็ยังควรค่าแก่การทำความเข้าใจว่าอะไรกำลังเกิดขึ้นที่นั่นบ้าง เพราะไม่ว่าคุณ จะอยู่ในธุรกิจอะไร และไม่ว่าคุณจะทำอยู่ที่ไหน ก็มีโอกาสมากที่เงินจะมีผลกระทบต่อผลกำไรของคุณในระดับหนึ่ง ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม แม้วันนี้จะยัง แต่ก็คงอีกไม่นาน

อุปสงค์ในประเทศจีนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่เป็นตัวผลักดันราคาในตลาดโลกของสินค้าพื้นฐานที่สำคัญหลายอย่าง เช่น น้ำมัน ทองแดง ถ่านหิน แร่เหล็ก และอื่นๆ ให้สูงขึ้น ในขณะเดียวกัน อุปทานที่มีมากใน

ประเทศจีนก็เป็นสิ่งที่ถูกราคาสินค้าพื้นฐานอื่นๆ เอาไว้ เช่น แมกนีเซียม และแร่ธาตุในดินที่หายากอื่นๆ เป็นต้น

ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่ง จีนยังเป็นผู้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างราคาในตลาดโลกสำหรับสินค้าหลากหลายประเภทด้วย ในบทที่ 6 เราจะได้เห็นว่าประเทศจีนใช้แรงงานราคาถูกที่มีอยู่มากมายมหาศาล รวมถึงความได้เปรียบในการแข่งขันอื่นๆ ในการเอาชนะคู่แข่งและแย่งส่วนแบ่งจำนวนมากในตลาดต่างๆ ทั่วโลก ในหลายกรณี จีนแข่งขันกับธุรกิจของสหรัฐและเป็นฝ่ายชนะ และแม้ในกรณีอื่นๆ จีนก็มีผลกระทบต่อตลาดในทุกส่วนของโลก และกำลังแปลงโฉมสนามแข่งขันทางการค้าของโลกให้เปลี่ยนไป

ดังนั้น ไม่ว่าคุณจะวางแผนเอาไว้หรือไม่ และไม่ว่าคุณจะมองเห็นเหตุการณ์ดังกล่าวแล้วหรือยัง แต่ก็มีโอกาสมากกว่าสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในประเทศจีนจะมีผลกระทบต่อตัวคุณและธุรกิจของคุณด้วย

หากคุณยังคิดจะทำธุรกิจในประเทศจีนอยู่ หากคุณสามารถคำนวณแล้วและมั่นใจว่ามีทรัพยากรที่จำเป็นเพียงพอที่จะทำให้ได้ดี คุณก็มีสิทธิ์ที่จะเกิดความกระตือรือร้นเกี่ยวกับความคาดหวังในอนาคต แต่ทั้งนี้ก็ต้องคอยระมัดระวังให้รอบคอบด้วย

ผู้ที่ชำของประสบการณ์ในเมืองจีนมามาก กล่าวคือชาวต่างชาติที่ทำธุรกิจอยู่ที่นั่นมานานเกินกว่า 20 ปีแล้ว จะคุ้นเคยเป็นอย่างดีกับภาพเหมือนๆ กันอย่างหนึ่ง ก็คือแขกผู้มาเยือนเป็นครั้งแรกจากสำนักงานใหญ่ยื่นท่าตาค้าง คำพูดที่เป็นสีสันอย่างหนึ่งซึ่งคนเหล่านี้ใช้เรียกพวกแขกผู้มาเยือนเหล่านี้ก็คือ “เมาเมืองจีน (China Drunk)”

คนพวกนี้มักสังเกตเห็นได้ง่าย คือพวกเขาเพิ่งมาจากสำนักงานใหญ่ของบริษัท พอลงจากเครื่องบินมาก็มักจะตื่นตาตื่นใจกับสิ่งที่ได้พบเห็นที่แรกที่พวกเขาน่าจะได้เห็นก็คืออาคารผู้โดยสารใหม่เอี่ยมในสนามบิน

ที่ปักกิ่งหรือไม่กี่เซี่ยงไฮ้ จากนั้นก็เป็นการเดินทางเข้าเมืองผ่านถนนฟรีเวย์ระดับชั้นหนึ่งของโลก

รถลีมูซีนของสนามบินไม่น่าจะเป็น Audi ที่ผลิตในเมืองจีนหรือรถ Buick และเมื่อเข้ามาถึงตัวเมือง รถก็จะพาพวกเขาผ่านตึกกรมบ้านช่องใหม่ๆ ขนาดใหญ่โต และถนนหนทางที่เต็มไปด้วยแสงสี ภาพของร้านอาหารและร้านค้ามากมาย ประกอบกับผู้คนแต่งตัวดีๆ เดินกันขวกไขว้ ทำให้พวกเขารู้สึกสบายใจได้ทันทีว่าที่นี่จะต้องน่าอยู่เป็นที่สุดอย่างแน่นอน

แล้วรถลีมูซีนก็จะพาเขามาส่งที่โรงแรมระดับ 5 ดาว ตกแต่งอย่างหรูหราด้วยหินอ่อนส่งประกายระยิบระยับ และยังคงเต็มไปด้วยคนพื้นเมืองที่แต่งตัวดีๆ กำลังคุยเรื่องธุรกิจในโทรศัพท์มือถือไปพร้อมๆ กับการเพลิดเพลินอยู่กับชีวิตมีระดับที่บาร์ในล็อบบี้โรงแรม

ฉากแบบนี้อาจทำให้คุณถึงกับมึนเมาไปได้ทีเดียว แต่ก็เหมือนกับเหล่าจีนที่มักเสิร์ฟกันในงานเลี้ยงอาหารจีน ซึ่งสามารถทำให้คุณดื่มแล้วเผลอไป จากนั้นก็ตื่นขึ้นมาพร้อมกับอาการปวดศีรษะอย่างประหลาด ความทรงจำแย่ๆ ไม่ปะติดปะต่อกัน และคำถามลึๆ ในใจว่าเงินของคุณหายไปในไหนหมด

แต่ถ้าคุณค่อยๆ จิบอย่างระมัดระวัง มันก็จะกลายเป็นสิ่งที่น่ารื่นรมย์ได้ หินอ่อนและแสงไฟประดับประดา รวมถึงผู้คนที่น่าตื่นตาตื่นใจเหล่านั้น อันที่จริงก็มีอยู่จริง และไม่มีเหตุผลที่จะไม่ปล่อยให้ตัวคุณเองรู้สึก “หลงเมืองจีน” ไปสักหน่อยเมื่อได้เห็นภาพที่ดูดีเหล่านี้

ความจริงแล้ว ความกระตือรือร้นของผู้บริหารชาวต่างชาติเหล่านี้เอง ทั้งพวกที่ดื่มอย่างหนักและจิบอย่างระมัดระวัง เป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบที่มีค่าอีกประการหนึ่งให้ประเทศจีนได้เหนือไปกว่าตลาดใหม่อันน่าตื่นตาตื่นใจที่กำลังเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ผู้เขียนจะไม่เรียกสิ่งนี้ว่าเป็นการสร้างคำทำนายให้เป็นจริงด้วยตัวของมันเอง แต่คงไม่ผิดนัก

หากจะบอกว่ามุมมองของชาวต่างชาติซึ่งเกือบจะตรงกันทั้งโลก ที่มีต่อความสำคัญของประเทศจีนนั้น นำมาซึ่งผลประโยชน์สำคัญๆ หลายอย่าง

ขึ้นอยู่กับว่าคุณอยู่ในธุรกิจอะไร แต่คุณสามารถตั้งประเด็นที่น่าเชื่อถือได้อย่างง่ายดาย ถึงความจำเป็นที่บริษัทของคุณจะต้องเข้าไปในประเทศใดประเทศหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่นอินโดนีเซีย ประเทศอินโดนีเซียมีประชากรจำนวนมหาศาล กำลังก้าวเข้าสู่ความทันสมัยอย่างรวดเร็ว และมีทรัพยากรธรรมชาติเหลือเฟือ จึงน่าจะเป็นตัวเลือกที่ดีที่คุณจะให้ความสนใจ และบางทีอาจทำให้คุณเลือกลงทุนที่นี้ก็ได้ แน่แน่นอนว่าประเทศนี้ก็มีปัญหาและความเสี่ยงเหมือนๆ กับประเทศตลาดใหม่อื่นๆ เช่น การคอร์รัปชันในวงกว้าง และความเป็นไปได้ที่จะเกิดความไม่มั่นคงทางการเมืองและการเงินอยู่ตลอดเวลา ประเทศจีนก็มีปัญหาเหล่านี้เช่นกัน

แต่เพื่อให้เข้าใจถึงความแตกต่าง ลองถามคำถามง่ายๆ นี้กับตัวเอง ดู “มีบริษัทข้ามชาติใหญ่ๆ สักกี่บริษัทที่เชื่อว่าอินโดนีเซียเป็นหลักสำคัญสำหรับอนาคตของตน?” ที่นี้อาจเป็นตลาดที่มีศักยภาพน่าดึงดูด มีความเสี่ยงมาก แต่ก็มีด้านดีอีกมากเช่นกัน และบางทีหลังจากทำการตรวจสอบดีแล้วคุณอาจจะตัดสินใจเข้าไปที่นั่นจริงๆ ก็ได้ แต่ถ้าอะไรๆ เริ่มไม่เข้าที่เข้าทาง หากปัญหาการคอร์รัปชันขยายตัวเกินกว่าจะรับได้ หรือการเมืองสั่นคลอนมากจนเกินไป การตัดสินใจสละเรือก็เป็นเรื่องง่ายพอๆ กัน บทสรุปที่ชัดเจนก็คือ หากอินโดนีเซียของคุณเป็นความคิดที่ดี แต่สุดท้ายแล้วไม่คุ้มค่าเอาเสียเลย

แต่สำหรับประเทศจีน ตรงกันข้ามนั้นไม่สามารถนำมาใช้ได้ บริษัทขนาดใหญ่ที่สุดของโลกหลายแห่งได้ตั้งใจไว้แล้วว่าจีนเป็นหลักสำคัญสำหรับแผนและกลยุทธ์ระดับโลกในระยะยาวของพวกเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเกือบจะบอกได้ว่าเป็นความตั้งใจที่ถูกต้องอย่างแน่นอน ดังนั้นไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม พวกเขาจะต้องยังคงอยู่ในประเทศจีน และ

หลายๆ บริษัทก็ได้ลงทุนไปเป็นจำนวนมหาศาลจนกระทั่งการถอนตัวไม่สามารถกระทำได้อีกแล้ว

ความจริงข้อนี้เพียงอย่างเดียวก็เป็นกันชนแบบสำเร็จรูปอันมีค่าให้จีนได้แล้ว เนื่องจากบริษัทจำนวนมากมีความเชื่อเช่นนี้และลงมือกระทำตาม พวกเขาจึงได้เข้ามาในประเทศจีนและวางแผนที่จะอยู่ยาว จีนจึงได้รับการหลั่งไหลเข้ามาของเงินทุน เทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง

หากคุณกำลังวางแผนที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกระแสดังกล่าว หนังสือเล่มนี้จะให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับทำความเข้าใจประเทศจีนและเพิ่มโอกาสที่จะประสบความสำเร็จให้มากที่สุด ความจริงมีหนังสือดีๆ อยู่แล้วมากมายในตลาดที่จะสามารถบอกคุณได้ว่าประเทศจีนมีที่มาจากไหน และมาเป็นอย่างทุกวันนี้ได้อย่างไร นักเขียนอื่นๆ หลายคนพยายามที่จะค้นหาคำตอบว่า “ทั้งหมดนี้หมายความว่าอย่างไร?” แต่ก็ยังมีอีกหลายคนที่ยพยายามอย่างกล้าหาญที่จะทำนายอนาคตและสถานะบนเวทีโลกของจีน โดยมีตั้งแต่ *The Coming Collapse of China* ของ Gordon G. Chang ไปจนถึง *China, Inc.: How the Rise of the Next Superpower Challenges America and the World* ของ Ted C. Fishman ซึ่งคู่มือเรื่องนี้น่าจะคาดเดาถึงเนื้อหาได้

จุดมุ่งหมายของหนังสือเล่มนี้ค่อนข้างจะแตกต่างออกไป จากข้อสมมติฐานว่าจีนมีความสำคัญต่อแวดวงธุรกิจของโลกและจะยังคงมีต่อไป หนังสือเล่มนี้จะเดินหน้าไปอีกขั้น โดยอธิบายอย่างกระชับ เจาะจง และอ่านง่าย ถึงวิธีการเล็งเห็นและไขว่คว้าโอกาสทางธุรกิจดีๆ ในตลาดที่กำลังขยายตัวแห่งนี้ ตลอดจนวิธีการหลีกเลี่ยงหลุมพรางทั้งหลาย นอกจากนี้ในส่วนที่จำเป็นยังจะมีการอธิบายถึงเรื่องราวความเป็นมาที่เกี่ยวข้องซึ่งคุณจำเป็นต้องรู้เพื่อทำความเข้าใจได้อย่างถูกต้องด้วย

ด้วยความที่ประเทศจีนทวีความสำคัญขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงมีเคล็ดลับหรือคำแนะนำจาก “ผู้เชี่ยวชาญ” ตลอดจนสิ่งที่เรียกว่าสูตรสำเร็จเพื่อไปสู่ความสำเร็จผุดขึ้นมามากมาย โชคไม่ดีที่สิ่งเหล่านั้นส่วนมากมักมาจากคนที่ด่วนโอ้อวดเกินไปว่าเคยไปเมืองจีนมาที่ครั้งแล้ว แต่สิ่งที่พวกเขาแนะนำส่วนใหญ่กลับไม่สามารถผ่านบททดสอบขั้นต้นๆ ได้เลย

ส่วนคนที่รู้ดีที่สุดจริงๆ ว่าตนเองมาทำอะไรอยู่ที่นั่นนับจำนวนครั้งการเดินทางไปนานแล้ว ประเทศจีนเป็นที่อยู่อาศัยและที่ทำงานของพวกเขา เป็นสถานที่ที่เขารู้จักและเป็นงานที่เขาทำ ผู้เขียนอาศัยความรู้ความคิดจากคนเหล่านี้มากมาย ประกอบกับระยะเวลา 18 ปีที่ผู้เขียนเองได้มาอยู่และทำงานในประเทศจีน โดยทำหน้าที่รายงานข่าวทั้งเรื่องเล็กเรื่องใหญ่ และคอยลำดับเหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ๆ ที่เกิดขึ้นเรื่อยมา

ผู้อ่านจะไม่ได้เห็นเคล็ดลับการทำเงินอย่างง่ายๆ หรือทางลัดไปสู่ความสำเร็จอย่างรวดเร็ว แต่จะได้เห็นความพยายามอย่างสุดความสามารถของผู้เขียนในการกลั่นกรองเอาประสบการณ์และความรู้ความเข้าใจของตนเองออกมาเป็นข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติให้ผู้อ่านสามารถนำไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบให้ตนเองได้มากที่สุด สำหรับการทำธุรกิจในประเทศจีนอย่างราบรื่น ประสบความสำเร็จ และได้ผลกำไรสูง

๘ โยทาสทางธุรกิจที่ดีที่สุด เขาจะตลาดใหม่ที่น่าสนใจที่สุด

ปากที่เคยได้อ่านและได้ยินได้ฟังมามากเกี่ยวกับการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของประเทศจีน อาจพาให้คุณคิดไปว่าเพียงแค่เดินทางไปที่ปักกิ่งหรือเซี่ยงไฮ้ เลือกธุรกิจอะไรสักอย่าง แล้วก็จะสามารถเริ่มเจรจาทำธุรกิจได้เลย ก็จริงอยู่ที่ธุรกิจหลายแขนงต่างกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศจีน

จะว่าไปแล้วไม่ว่าจะนึกถึงสินค้าหรือบริการอะไรขึ้นมา คุณก็สามารถขุดหาตัวเลขที่แสดงการเจริญเติบโตที่น่าตกตะลึงในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้ทั้งนั้น และแม้กระทั่งหลังจากได้คัดเอาการคาดการณ์เกี่ยวกับอนาคตของประเทศจีนที่เกินจริงและน่าตื่นตาตื่นใจออกไปหมดแล้ว คุณก็ยังคงเหลือคำคาดการณ์อย่างมั่นคงมั่นใจอีกมากมาย ซึ่งแน่นอนว่ามีความเป็นไปได้สูง ถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงอนาคตที่เรามองเห็นได้

พูดสั้นๆ ก็คือ แม้บางครั้งการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของประเทศจีนจะเป็นเรื่องที่พูดกันไปเกินจริงอยู่บ้าง แต่ก็ไม่ใช่เรื่องที่ถูกลืมมาแต่อย่างใด ลองดูตัวอย่างตัวเลขดีๆ ที่น่าสนใจซึ่งคุณมักจะเห็นดังต่อไปนี้:

- ♦ เมื่อเร็วๆ นี้ จีนได้จัดสรรงบประมาณสำหรับการติดตั้งเครื่องกำเนิดพลังงานไฟฟ้าแห่งใหม่เป็นจำนวนถึง 81 กิกกาวต์ ภายในเวลาปีเดียว การเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตจากเดิมที่มีอยู่ของจีนในครั้งนี้ คิดเป็นปริมาณสูงกว่าขีดความสามารถในการผลิตที่มีอยู่ทั่วประเทศสหราชอาณาจักรเสียอีก
- ♦ หลังจากเพิ่มมา 18% ในปี 2005 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศจีนเพิ่มขึ้นอีก 23% ในปี 2006 ในช่วงต้นปี 2006 ปริมาณผู้ใช้งานกล่าวได้ทะลุเกิน 137 ล้านคนไปแล้ว ซึ่งสูงกว่าจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศญี่ปุ่นไปมากและประมาณได้พอๆ กับจำนวนประชากรของฝรั่งเศสและอียิปต์รวมกัน แต่ทั้งนี้ก็ยังคิดเป็นแค่ 10.5% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศเท่านั้น
- ♦ และสำหรับตัวเลขที่น่าตื่นตาตื่นใจอย่างแท้จริง ลองดูอันนี้: ประเทศจีนมีจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือถึง 461 ล้านเครื่องแล้ว ถูกค่าของผู้ประกอบการเพียงรายเดียว ได้แก่ China Mobile ใช้จ่ายเงินสำหรับการส่งข้อความทางโทรศัพท์มือถือถึงราว 203 พันล้านข้อความในครึ่งปีแรกของปี 2006
- ♦ ถ้าคุณคิดว่ามีแต่เรื่องไฮเทคเท่านั้น คุณคิดผิดแล้ว ในปี 2005 อุตสาหกรรมปุ๋ยเคมีของจีนมีกำไรพุ่งสูงขึ้นถึง 64% และปริมาณของสินค้าอื่นๆ อย่างถั่วเหลืองที่จีนนำเข้าจากบราซิลเพิ่มสูงขึ้นกว่า 10,000% ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

เมื่อได้เห็นตัวเลขประเภทนี้ ซึ่งมีอยู่มากมายเต็มไปหมด คุณก็อาจลุ่มหลงไปได้ง่าย ๆ แต่นอกเหนือจากเรื่องของขนาดและอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจใดๆ ก็ตามแล้ว ยังมีสิ่งอื่นๆ ด้วยที่คุณต้องนำมาพิจารณา เช่น บางธุรกิจนั้นค่อนข้างจะอิ่มตัวแล้ว จึงมีพื้นที่หรือส่วนแบ่งตลาดเหลือสำหรับผู้มาใหม่เพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ในบางธุรกิจที่อิ่มตัวแล้ว แม้การเข้ามาใหม่จะยังเปิดกว้างอยู่ แต่สงครามการแข่งขันด้านราคาอย่างดุเดือดก็ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อผลกำไรอย่างเฉียบพลัน และถึงขั้นรับไม่ได้ทีเดียวสำหรับผู้ประกอบการบางราย

ส่วนในธุรกิจอื่นๆ ก็มีอุปสรรคที่สร้างความเสียเปรียบให้กับบริษัทต่างชาติให้เห็นได้ชัด แม้ว่าหลังการเจรจาในระดับนานาชาติอย่างล่าบากยากเย็นมาเป็นเวลานานกว่าทศวรรษ ในที่สุดจีนก็เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) เมื่อปลายปี 2001 และได้ให้คำมั่นที่จะเปิดเสรีตลาดแล้วก็ตาม

ยกตัวอย่างเช่นในธุรกิจค้าปลีก จีนได้ปฏิบัติตามคำมั่นเป็นส่วนมากในระดับชาติ โดยอนุญาตให้บริษัทต่างชาติสามารถเปิดร้านค้าที่ใดก็ได้ตามต้องการ แต่เจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่นจำนวนมากยังคงรักษานโยบายการวางแผนและพัฒนาของตนเอง และสามารถตั้งข้อกำหนดที่ไม่ชัดเจนหรือตามอำเภอใจขึ้นมาอย่างไรก็ได้

บริษัทต่างชาติในธุรกิจอื่นๆ จะพบกับความยากลำบากในการตั้งรากฐานให้มั่นคง ไม่ใช่เป็นเพราะอุปสรรคที่เลือกกีดกันการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่อย่างเห็นได้ชัด แต่เป็นเพราะลักษณะของพื้นที่นั้นเอื้ออำนวยต่อคู่แข่งชาวท้องถิ่นเองมากกว่า บริษัทของจีนมักมีข้อได้เปรียบอย่างมหาศาลในเรื่องการเข้าถึงที่ดิน สินเชื่อธนาคาร หรือแม้กระทั่งแหล่งพลังงานและน้ำซึ่งเป็นสิ่งขาดแคลน ผ่านทางความสัมพันธ์ที่มีกับเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น

นอกจากนี้อุปสรรคยังอาจเกิดได้ในธุรกิจที่รัฐบาลมองว่ามีความสำคัญเป็นพิเศษ ตัวอย่างที่ดีที่สุดในเรื่องนี้จะเป็นธุรกิจการสื่อสาร ด้วยความวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยสำหรับสิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในสาธารณูปโภคพื้นฐานระดับชาตินี้ รัฐบาลจีนจึงเปิดเสรีตลาดและลดกฎระเบียบควบคุมการสื่อสารอย่างเชื่องช้า ผลที่ตามมาก็คือหน่วยงานที่ควบคุมธุรกิจนี้แต่เพียงในนามยังคงมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ทำให้บริษัทอื่นๆ ทั้งของชาวจีนเองและบริษัทต่างชาติ มีสถานะที่ไม่สู้ดีนักในการพยายามแข่งขันกับเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของพวกเขายู่ด้วย

ธุรกิจที่ดีและมีผู้ทางสดใสที่สุด

ในบทนี้จะพูดถึง 8 ประเภทธุรกิจที่มีศักยภาพสูงสุดในประเทศจีน กล่าวคือ เป็นธุรกิจที่ดูแล้วแน่นอนว่าจะมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังมีโอกาสทำกำไรได้สำหรับบริษัทต่างชาติด้วย บางธุรกิจที่กล่าวถึงในที่นี้ เช่น การสื่อสารและสื่อ ต้องประสบกับข้อด้อยบางอย่างดังที่กล่าวมาแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงขนาดและศักยภาพในทางบวกแล้ว ก็ยังนับว่ามีคะแนนสูงอยู่ดี

ในทำนองเดียวกันก็ยังมีโอกาสการทำเงินในธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย เช่น สินค้าการเกษตรและอาหารสามารถติดอันดับรายการได้อย่างง่ายดาย บริการทางการศึกษาก็กำลังเป็นที่นิยม เช่นเดียวกับธุรกิจเดินทาง และการท่องเที่ยว ในธุรกิจเหล่านี้และอื่นๆ อีกมากมาย บริษัทต่างชาติสามารถเข้าถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญๆ เหนือคู่แข่งที่เป็นบริษัทท้องถิ่น และประสบผลสำเร็จในด้านยอดขายในตลาดอันใหญ่โตของประเทศจีนได้ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอื่นๆ อีกมากมายที่หากบริษัทต่าง

ชาติเข้ามาดำเนินการกิจการในประเทศจีนแล้วจะสามารถลดต้นทุนไปได้มากในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบหรือในกระบวนการแปรรูป

บางเรื่องที่พูดถึงในบทนี้ในบริบทของธุรกิจหนึ่งสามารถนำไปใช้กับธุรกิจอื่นๆ ได้ด้วย ตัวอย่างหนึ่งได้แก่ในส่วนของการเทคโนโลยีชีวภาพซึ่งพูดถึงข้อดีข้อเสียบางประการของการย้ายส่วนปฏิบัติงานด้านวิจัยและพัฒนาไปยังประเทศจีน ข้อควรพิจารณาที่พูดถึงหลายข้อสามารถนำไปใช้ได้เช่นกันสำหรับผู้ที่กำลังทำการตัดสินใจในลักษณะเดียวกันในธุรกิจเคมีหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ

ธุรกิจอีก 2 ประเภท ได้แก่ การค้าปลีกและการผลิต ก็ติดอันดับธุรกิจที่มีศักยภาพสูงสุดเช่นกัน แต่เนื่องจากการพูดถึงทั้ง 2 ประเภทโดยละเอียดแล้วในบทที่ 4 เรื่อง “การขายและการตลาด” และบทที่ 6 เรื่อง “ราคาจีน” ตามลำดับ จึงไม่จำเป็นต้องพูดถึงในบทนี้อีก

เมื่อนำมารวมเข้าด้วยกัน ธุรกิจเหล่านี้ครอบคลุมแวดวงธุรกิจในประเทศจีนเกือบทั้งหมด ดังนั้นไม่ว่าธุรกิจของคุณจะจัดอยู่ในขอบข่ายเหล่านี้โดยตรงหรือไม่ก็ตาม ก็น่าจะเป็นการคุ้มค่าแก่เวลาที่ คุณจะเรียนรู้ให้มากขึ้นเกี่ยวกับธุรกิจเหล่านี้ รวมถึงเกี่ยวกับความแปลกเฉพาะตัวของแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็นในทางบวกหรือทางลบ

สุดท้าย แม้ไม่น่าจำเป็นจะต้องบอก แต่ก็ขอบอกเอาไว้ ณ ที่นี้ว่าธุรกิจที่กล่าวถึงในบทนี้ไม่ได้มีการรับประกันว่าเป็นขุมทองแต่ประการใด มีบริษัทต่างชาติจำนวนมากที่เคยพยายามและล้มเหลวมาแล้วในแต่ละประเภท แต่อย่างไรก็ตาม ทั้ง 8 ประเภทธุรกิจนี้เป็นตัวแทนของโอกาสที่ดีที่สุดที่บริษัทต่างชาติจะฉกฉวยเอาไว้ได้ ถ้าเริ่มจากการวางตำแหน่งตัวเองได้อย่างเหมาะสม และถ้าดำเนินการได้อย่างถูกต้อง คือ ด้วยความระมัดระวัง อย่างสมเหตุสมผล และเพียบพร้อมไปด้วยความรู้ความเข้าใจที่จำเป็น

1. ธุรกิจยานยนต์
2. ธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพและการแพทย์
3. ธุรกิจเคมี
4. ธุรกิจก่อสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐาน
5. ธุรกิจพลังงาน
6. ธุรกิจการเงิน
7. ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
8. ธุรกิจสื่อและบันเทิง

คิดเรื่องได้แล้ว: ธุรกิจยานยนต์

เป็นการยากที่จะคิดว่ามีธุรกิจอื่นใดอีกที่มีผลกระทบทั้งในทางดีและทางร้ายต่อประเทศจีนได้มากเท่าธุรกิจยานยนต์ ทุกวันนี้มีถนนซูเปอร์ไฮเวย์สายใหม่พาดผ่านไปทั่วแผ่นดินจีน รถยนต์โดยสารอันแน่นเต็มท้องถนนตามเมืองใหญ่ๆ (ในขณะที่แน่นอนว่าไอเสียจากรถยนต์เหล่านั้นก็อัดแน่นอยู่ในอากาศเช่นกัน)

การได้เป็นเจ้าของรถยนต์สักคันกลายเป็นความฝันที่มีเหมือนกันของชนชั้นกลางชาวจีนที่กำลังก่อตัวขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในโซ่วรูมหรือใจกลางเมืองหรือตลาดรถกลางแจ้งขนาดใหญ่ตามชานเมือง คุณจะเห็นภาพการเขยว่นเกิดขึ้นต่อหน้าต่อตา เมื่อครอบครัวชาวจีนที่เพิ่งสร้างฐานะขึ้นมาใหม่ๆ เดินไปรอบๆ พร้อมชื่นชมกับเส้นสายบนตัวรถ ลองตะป่ที่ยางตรวจสอบการตกแต่งภายใน และใช้มือพลิกไปตามหน้าโบริวัวร์สีสันสดใส่ คนจีนยุคใหม่กำลังค้นพบความตื่นเต้นเร้าใจจากการเดินทางไปทำงานในเมืองและความสนุกสนานจากการขับรถเที่ยวในวันหยุด จักรยานที่เคยพบเห็นได้ทั่วทุกหนทุกแห่งกำลังกลายเป็นสิ่งล้าสมัย ช่องหน้าต่างสำหรับขับรถผ่านเพื่อสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ด ซึ่งครั้งหนึ่งไม่เคยมีใครนึกถึง

ว่าจะเป็นไปได้ ก็กำลังคืบคลานเข้ามา พูดย่างๆ ก็คือ “วัฒนธรรมคนขับรถยนต์” กำลังเบ่งบานอย่างเต็มที่ในประเทศจีน เป็นการเปิดโอกาสอันมากมายมหาศาลให้กับธุรกิจจากต่างชาติ

ชาวตะวันตกจำนวนมากที่คุ้นเคยเป็นอย่างดีกับด้านมืดของวัฒนธรรมคนขับรถยนต์ต่างพากันสงสัยว่าทำไมจีนจึงเลือกที่จะเดินทางนี้ แทนที่จะทำผิดพลาดอย่างเดียวกันกับที่หลายๆ ประเทศได้เคยทำมาแล้ว จะไม่เป็นการดีกว่าหรือหากจีนจะเลือกลงทุนกับระบบขนส่งสาธารณะแทนที่จะสร้างถนนไฮเวย์? ให้เมืองต่างๆ (และชนเมือง) ในประเทศจีนสนับสนุนให้ผู้คนใช้จักรยานกันต่อไปอย่างที่ทำกันมานานหลายสิบปีจะไม่ดีกว่าหรือ? เมื่อได้เห็นตัวอย่างแล้วว่าประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศที่แออัดรับวัฒนธรรมคนขับรถยนต์เกิดภาวะต้องพึ่งพาน้ำมัน เกิดมลพิษในอากาศ และการขยายตัวของเมืองใหญ่ จีนจะอยากเป็นเช่นนั้นตามไปทำไม?

ความจริงคือรัฐบาลกลางก็มีเหตุผลและแผนการของตนเองอยู่ ผู้วางนโยบายเหล่านี้เข้าใจเป็นอย่างดีว่าความก้าวหน้าของธุรกิจยานยนต์จะพลิกโฉมหน้าของประเทศจีน แต่พวกเขาก็รู้ว่าธุรกิจนี้มีอำนาจที่จะพลิกเศรษฐกิจของประเทศด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการอย่างแท้จริง ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1990 รัฐบาลกลางของจีนจึงตัดสินใจกำหนดให้การผลิตรถยนต์เป็นสิ่งที่เรียกกันว่า “อุตสาหกรรมเสาหลัก” กล่าวคืออุตสาหกรรมที่จะใช้ตัวเองทำหน้าที่เป็นเครื่องสนับสนุนหลักสำหรับอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกมากมาย

ด้วยการตัดสินใจเพียงครั้งเดียวที่จะพุ่มพักอุตสาหกรรมยานยนต์ และสนับสนุนให้การเป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนตัวกลายเป็นที่แพร่หลายนี้ จีนคาดหวังที่จะให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงาน และขยายการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมอื่นๆ อย่างเช่นเหล็ก กระจก ยาง พลังงาน และก่อสร้าง ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ก็ถูกคาดหวังว่าจะช่วยกระตุ้นให้เกิด

อุปสงค์สำหรับการถลุงและแปรรูปวัตถุดิบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้นต่อไปอีก เช่น แร่เหล็ก อลูมิเนียม ซีเมนต์ และอื่นๆ และเหนือสิ่งอื่นใดคือ จะเกิดภาคธุรกิจบริการเกี่ยวกับรถยนต์ขึ้นตามมาอีกทั้งหมด ตั้งแต่สถานีบริการน้ำมัน อู่ซ่อมรถ บริการล้างรถ ไปจนถึงเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ และธุรกิจสินเชื่อและประกันภัยสำหรับรถยนต์ด้วย

ตรรกะดังกล่าวดูเหมือนจะสมเหตุสมผลดีในขณะนั้น และใช้ได้ผลเป็นอย่างดีในช่วงหลายๆ ปีแรก ปัจจุบันจีนได้กลายเป็นตลาดรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 3 ของโลกไปแล้ว โดยตามหลังเพียงสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ซึ่งอันดับนี้ยังได้มาด้วยอัตราส่วนผู้มียานยนต์ที่ยังค่อนข้างต่ำอีกด้วย ในปี 2006 จีนมีจำนวนรถยนต์ส่วนตัวเพียง 8 คันต่อประชากร 1,000 คนเท่านั้น ซึ่งเทียบไม่ได้กับอัตราส่วนตั้งแต่ 400-600 คันต่อประชากร 1,000 คนในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

ด้วยตัวเลขดังที่เห็น จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ของโลกเกือบทุกรายได้ขยับเข้าไปในประเทศจีนกันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยบางรายถึงกับวางเดิมพันเป็นจำนวนเงินหลายพันล้านเหรียญสหรัฐสำหรับสถานะของตนในตลาดแห่งนี้ ตรรกะเรื่อง “ต้องไปเมืองจีน” ดูเหมือนจะนำคล้อยตามที่สุด ในธุรกิจนี้มากกว่าธุรกิจใดๆ

เมื่อบริษัทรายใหญ่ของโลกพากันจับคู่จัดตั้งบริษัทร่วมทุนกับผู้ผลิตท้องถิ่นที่ใหญ่ที่สุดและดีที่สุดของจีน มาตรฐานด้านคุณภาพและระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมจึงเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้อุปสงค์ที่มีเพิ่มมากขึ้นยังบังคับให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานด้านคุณภาพสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนของจีนอีกด้วย เหตุการณ์เป็นเช่นนี้มากเสียจนกระทั่งบริษัทต่างชาติที่ก่อนหน้านี้ยังลังเลที่จะจัดซื้อชิ้นส่วนภายในประเทศจีน อันเนื่องมาจากความกังวลในเรื่องคุณภาพควรจะพิจารณาใหม่ได้แล้ว

ผลกระทบโดยตรงอีกประการหนึ่งที่เกิดจากความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นก็คืออุตสาหกรรมยานยนต์ของจีนที่มีการกระจายเป็นรายย่อยมากมายกำลังเผชิญกับแรงกดดันอย่างหนักให้ต้องรวมตัวเข้าด้วยกัน เมื่อสิ้นปี 2005 ในประเทศจีนมีบริษัทผู้ผลิตรถยนต์อยู่ถึง 145 ราย และผู้ผลิตชิ้นส่วนอีกมากกว่า 4,300 ราย นอกจากนี้ยังมีบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับยานยนต์ เช่น ผลิตเครื่องยนต์หรือดัดแปลงรถยนต์อีกเกือบ 1,800 ราย ซึ่งจำนวนดังกล่าวเมื่อก่อนยังสูงกว่านี้ด้วยซ้ำ แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา บรรดาบริษัทที่มีประสิทธิภาพด้อยกว่าต่างพากันล้มสลายหรือถูกควมรวมกิจการเข้าไป ทุกวันนี้ จำนวนของบริษัทที่ยังขาดขนาดของกิจการเงินทุน หรือความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการหรือทางเทคนิคที่จำเป็นต่อการประสบความสำเร็จ ยังมีสัดส่วนที่สูงมาก จึงไม่น่าสงสัยเลยว่าภายในเวลาไม่กี่ปีนับจากนี้ จะเกิดการลดจำนวนบริษัทลงอีกอย่างมหาศาล

ดังนั้น ขั้นตอนแรกที่สำคัญมากสำหรับบริษัทต่างชาติใดๆ ก็ตามที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจยานยนต์ในประเทศจีนก็คือการมองไปยังผู้ที่จะมาเป็นซัพพลายเออร์หรือหุ้นส่วนทั้งหมดอย่างตรงตามความเป็นจริงและอย่างระแวดระวัง พุดง่าย ๆ ก็คือ พวกเขามีศักยภาพเพียงพอที่จะอยู่รอดจากกระบวนการคัดสรรขนานใหญ่ที่กำลังเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้หรือไม่? คำตอบที่ถูกต้องสำหรับคำถามนี้ตั้งแต่แรกจะสามารถช่วยคุณหลีกเลี่ยงการเริ่มต้นอย่างผิดพลาดหรือเหตุการณ์สะอึกในระหว่างทาง ซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่ายจำนวนมากได้

ผลลัพธ์อย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการมีผู้ประกอบการมากจนเกินไปในอุตสาหกรรมยานยนต์ของจีน ซึ่งสามารถคาดเดาได้ไม่ยาก ก็คือราคาที่ตกต่ำลงและสัดส่วนกำไรที่ลดน้อยลงไปด้วย ศักยภาพในระยะยาวที่ไม่อาจปฏิเสธได้ของตลาดแห่งนี้ แปลว่าบริษัทต่างชาติทั้งหลายที่พากันแห่เข้ามาคงจะคิดถูกแล้วเมื่อตอนที่ตัดสินใจว่าตนเองจำเป็นต้องเข้ามา



“Ted Plafker ได้รับรู้ถึงเรื่องราวความสำเร็จ รวมถึงความล้มเหลวครั้งใหญ่ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับการเข้าไปของต่างชาตินับตั้งแต่จีนเปิดประเทศสำหรับธุรกิจอีกครั้งเมื่อช่วงทศวรรษที่ 1980 เวลา 20 ปีแห่งการต่อสู้ เจรจาต่อรอง และ [ใช้ชีวิตอยู่] ร่วมกับชาวจีน ทำให้เขามีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงวิถีคิดและวิธีการทำธุรกิจของคนเหล่านั้น ผู้อ่านจึงเป็นผู้รับผลประโยชน์ไปเต็มๆ จากความรู้อันมากมายมหาศาลนี้ จงนำหนังสือเล่มนี้ติดตัวขึ้นเครื่องไปด้วย เก็บไว้ในกระเป๋าเอกสาร และเปิดอ่านบ่อยๆ”

- Scott D.Seligman ผู้เขียน *Chinese Business Etiquette*

“เป็นคำแนะนำให้รู้จักสภาพแวดล้อมการทำธุรกิจภายในตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดในโลกปัจจุบันได้อย่างสมดุลและใช้ได้ในทางปฏิบัติ ... สมควรเป็นหนังสือที่จำเป็นต้องอ่านสำหรับทุกบริษัทที่กำลังวางแผนจะไปทำธุรกิจในประเทศจีน”

- Patrick Powers, Vice President, China Mundoro Mining

“เป็นคู่มือที่อ่านง่าย และใช้ได้ผลดี ... ควรมีไว้บนชั้นวางหนังสือในระดับสายตา และควรหยิบขึ้นมาเปิดดูทุกครั้ง ที่ต้องการทำความเข้าใจเรื่องอะไรก็ตาม ตั้งแต่การหาเงินทุนทำโครงการไปจนถึงมารยาทการดำเนินธุรกิจ นับเป็นหนังสือเล่มแรกที่ดีที่สุดในเรื่องการทำธุรกิจในประเทศจีนที่มีอยู่ในท้องตลาด”

- Anne Stevenson-Yang เจ้าของธุรกิจอินเทอร์เน็ตของจีน

