



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

14 ธันวาคม 2563

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

“ความหลากหลาย”

การใช้ชีวิตในกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตแบบเดียวกัน ย่อมเป็นเรื่องง่าย แต่ที่จะสามารถพัฒนาตัว ขยายโอกาสด้านนวัตกรรม และให้มีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเรื่องดังกล่าว เป็นเรื่องที่ทราบกันดีในเวลานี้ โดยมีตัวเลข และงานวิจัยจำนวนมาก

ออกมายืนยันว่า ในทางทฤษฎี ก็ไม่ใช่เรื่อง

ยาก ในการจัดการกับด้านความหลากหลายทางเพศ (gender diversity) และลดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างชายและหญิง ในภาคเศรษฐกิจของเยอรมัน แต่สิ่งที่ควรเกิดขึ้น ก็ยังไม่เกิดขึ้น แม้ว่าจะมีการเสนอโครงการโดยภาครัฐ “โครงการสร้างความเท่าเทียมกัน” ของรัฐบาลนาย Schröder ในปี 2001 อย่างไรก็ตาม โครงการก็ทำให้เกิดการสนทนาเกี่ยวกับด้านความหลากหลายทางเพศ ในกระแสหลัก (Mainstream) ของสังคม และกลายมาเป็นเครื่องมือทางการตลาดของบริษัท ไปเรียบร้อยแล้วจำนวนหนึ่ง เวลานี้ ในเยอรมนี มีผู้ได้รับมอบหมายให้ดูแลด้านความหลากหลายทางเพศ และมีสมาคมสตรีเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก มีการส่งแนวความคิดริเริ่ม ที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศ อย่างเช่น #stayonboard (ร่วมเป็นผู้บริหาร) #ichwill (ดิฉันต้องการ) ที่ส่งแนวทางแก้ปัญหาอย่างเป็นรูปธรรมออกมา ให้สื่อสาร และรับทราบได้อย่างทั่วถึง แต่สัดส่วนของผู้บริหารที่เป็นสตรี ของบริษัทดัชนีหุ้น DAX ก็ลดลง อยู่ที่เพียงร้อยละ 12.8 เท่านั้น ซึ่งต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยระดับนานาชาติ โดยข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในรายงานการตรวจสอบของสมาคม Allbright Stiftung บริษัท DAX กว่า 11 บริษัท ไม่มีผู้บริหารที่เป็นสตรี และใน 100 บริษัท SMEs แบบครอบครัวชั้นนำของประเทศ มีสตรีทำงานในระดับผู้บริหารเพียงร้อยละ 7 เท่านั้น



นักจิตวิทยาเชิงเศรษฐกิจ ก็ไม่ได้รู้สึกประหลาดใจกับผลการตรวจสอบ ซึ่งก็มีการพยายามที่เรียกร้องให้สลายสถานะสบาย (Comfort zone) ที่ถูกสร้างไว้ในกลุ่มผู้บริหารระดับสูงลง ต้องการให้มี

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างอย่างจริงจังมากขึ้น กว่าที่จะเห็นว่าดูดี และนำมาใช้ในการโฆษณาเชิงการตลาดเพียงเท่านั้น โดยข้อมูลและตัวเลขทางสถิติเชิงวิทยาศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงข้อดีของความหลากหลาย (diversity) ในทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็ด้านสังคมหรือด้านเศรษฐกิจ โดยล่าสุด McKinsey ก็ได้เรียกความสนใจ ผ่านงานวิจัย “Diversity Wins - How inclusion Matters” ได้เป็นอย่างดี โดยในรายงาน แสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายกับความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ ผ่านตัวเลขในรายงานอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะผลการทำกำไรที่สูงขึ้น การขยายส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น และการสร้างนวัตกรรมกับความคิดสร้างสรรค์ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการขยายความหลากหลายในบริษัทออกไป สามารถเพิ่มกำลังการผลิตขึ้น การทำกำไรเพิ่มขึ้น และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้เพิ่มขึ้น แต่แน่นอนที่ ความหลากหลาย ไม่ใช่สิ่งที่จะจบลงได้ในตัวเอง แต่ต้องทำให้ความหลากหลาย กลายมาเป็นเรื่องที่เราเรียกว่าเป็นเรื่องธรรมดา และไม่ต้องใช้เหตุผลเชิงกำไร มาเป็นประเด็นในการโต้เถียง เพราะหากไม่มีความหลากหลายในโลกแล้ว เราจะสามารถจัดการกับโลกในอนาคตที่มีความซับซ้อนสูง ได้อย่างไร



ปัญหาการไม่ยอมรับความเปลี่ยนแปลง ที่เป็นปัญหาหลักของเยอรมนี โดยรายงาน “Getting to equal” ของ Accenture แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของผู้บริหารระดับสูงว่า มีการจัดลำดับความสำคัญกับอะไร อย่างไรบ้าง ซึ่งในการจัดลำดับความสำคัญในการบริหาร เช่น ความหลากหลาย และวัฒนธรรมขององค์กร แทบจะไม่มีมีความสำคัญเลย จะมีความสำคัญมากกว่าหัวข้อ อย่างเช่น การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการสร้างมลภาวะจาก Co2 เพียงเล็กน้อย เท่านั้น ซึ่งสถานะดังกล่าวนี้ เป็นผลที่เกิดจาก “Mini me Effect” ซึ่งสามารถอธิบายในด้านจิตวิทยาเชิงเศรษฐกิจได้ว่า ความโน้มเอียงส่วนบุคคลที่ให้ความสำคัญ กับความคล้ายคลึงในการตัดสินใจ การคัดสรรคน และการตัดสินใจด้านประสบการณ์เรื่องต่างๆ ซึ่งพฤติกรรมนี้ โดยปกติแล้ว จะไม่สามารถเลิกทำได้เองอย่างสมัครใจ เพราะเป็นพฤติกรรมที่มักจะเกิดขึ้นภายใต้จิตสำนึก (unconscious Bias) จึงทำให้ความหลากหลาย กลายมาเป็นความท้าทายส่วนบุคคล ที่จะกล้าตั้งคำถามว่า กล้าที่จะสลายพื้นที่การทำงานแบบสภาวะสบาย (Comfort zone) ได้หรือไม่ เพราะแน่นอน การใช้ชีวิตในสภาวะสบาย (Comfort zone) ย่อมง่ายกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงอะไร โดย “Mini me Effect” เป็นตัวอธิบายว่า ทำไมความหลากหลายในองค์กรเยอรมัน จึงยังไม่พัฒนาไปถึงไหน เพราะใครต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเอง หากไม่มีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลง หรือไม่ถูกกดดัน อย่างแท้จริง ซึ่งหมายความว่า “ความหลากหลายทางเพศ” ก็เป็นหนึ่งใน

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



ในหัวข้อสำคัญในการพัฒนาส่วนบุคคลของทุกคน โดยเฉพาะในโลกการทำงานแห่งอนาคต (New work achievement) ที่สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม ในปัจจุบัน เช่น การบริหารจัดการด้านเวลาทำงานแบบไม่เต็มเวลา การพักร้อนในฐานะบิดามารดา Co-Leadership หรือการยืดหยุ่นด้านเวลาในการปรากฏตัวในสถานที่ทำงาน

เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ เป็นเรื่องที่มีเหตุผลเท่าเทียมกัน สำหรับทั้งหญิงและชาย ซึ่งจะช่วยลดพฤติกรรม Mini me Effect ลง จนแทบจะไม่พบเห็นเลย เมื่อบริษัทต่างเห็นว่า ความหลากหลาย ไม่เป็นเพียงแค่เครื่องมือทางการตลาดเพียงอย่างเดียว และหาทางที่จะทำให้เกิดความหลากหลายในองค์กรเกิดขึ้น ในทุกระดับของการทำงาน ก็ไม่มีความจำเป็น ที่จะต้องใช้ความหลากหลายมาเป็นจุดขายพิเศษแต่อย่างใด เพราะองค์กร ได้ใช้ชีวิตกับความหลากหลาย และเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอย่างแท้จริง

จาก Handelsblatt 14 ธันวาคม 2563

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด