

# Ny på det vietnamesiske marked

Selvhjælpesbog for forretningsfolk og firmaer, der er på vej til at etablere sig i Vietnam.  
På trods af mangler er bogen den bedste aktuelle introduktion

Af Niels Fink Ebbesen

Trods krisen på bogmarkedet er der flere genrer, der stadig klarer sig godt. Det gælder blandt andet alle håndte selvhjælpesbøger – fra tevandfilosofisk snik-snak om hvordan man skal håndtere sin uregerlige teenager over koge- og havebøger til mere eller mindre seriøse bud på managementværktøjer. Men man kan ind imellem få den fornemmelse, at den herskende elendighed og rådvildhed er så stor, at folk er villige til at tro på snart sagt hvem som helst, der udnævner sig selv til familieterapeut, coach eller virksomhedskonsulent.

Vietnam Business Guide af det amerikanske ægtepar Brian og Kimberley Vierra hører til blandt de mere seriøse selvhjælpesbøger. Den henvender sig først og fremmest til folk, der påtænker at drive forretning i Vietnam, men nogle afsnit vil også have interesse for andre, der står foran en professionel opgave i landet.

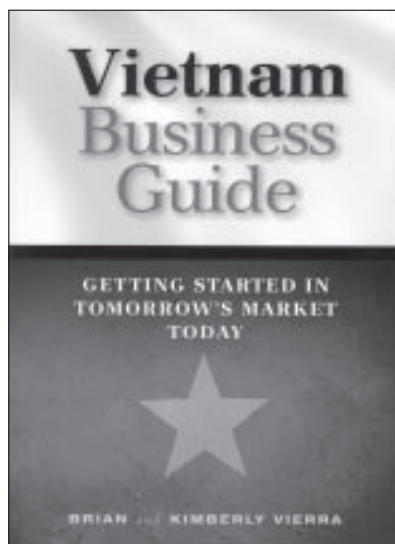
## Selvfølgheder og teknikaliteter

Det kan naturligvis ikke overraske, at bogen – som så mange andre selvhjælpesbøger – indeholder en pæn portion selvfølgheder: Vietnam ligner ikke andre lande (jaså), har en unik historie (nåda) og sin egen karakteristiske (forretnings)kultur (aha). Løgn er det selvfølgelig ikke, men det samme kan siges om alverdens lande og steder, for der er selvfølgelig forskel på at bo og arbejde i Malmø eller Madrid, Holte eller Harboøre.

Bogen falder i tre dele: Første del gennemgår grunde til at gøre forretning i netop Vietnam. De beskrives kort, men velovervejet, og det betones, at Vietnam ikke passer til alle, og at det heller ikke er hvem som helst fra firmaet, der er egnet til at blive udsendt til Vietnam. Hvad det sidste angår, bliver det desværre ikke til så meget andet, end at det skal være en tålmodig og fleksibel person. Her kunne man have ønsket sig en grundigere diskussion af andre parametre som fx alder, familie og erfaring, der mange steder i det konfucianske Vietnam tillægges særdeles stor betydning.

Samtidig understreger forfatterne fornuftigt nok, at det er af fundamental betydning, at en medfølgende ægtefælle og familiens børn også befinder sig godt. Men på denne "menneskelige" front er der desværre heller ikke meget at hente i bogen bortset fra et kort, overfladisk pligt afsnit om "living conditions", der får det til at lyde sværere end det er at bo i Vietnam – endda selv om bogen

## Vietnam Business Guide



Brian and Kimberley Vierra: *Vietnam Business Guide – Getting Started in Tomorrow's Market Today, Singapore* (John Wiley & Sons) 2010, 224 sider. £14,44 amazon.co.uk. 209,95 kr. på saxo.com.

W W W W W saxo.com



En af de mange skinnende nye bankfacader i Ho Chi Minh City

har et udtalt fokus på Ho Chi Minh Byen og til dels Hanoi.

Den anden og længste del gennemgår hvordan man kommer i gang, lovgivning, registrering af firma, arbejdstilladelser, fordele og ulemper ved partnerskaber, leje af kontor, oprettelse af bankkonto osv. Med andre ord en lang række teknikaliteter, hvor et af bogens bedste råd er: Lad være med at tro, at du som nyankommen kan klare det hele selv. Brug i stedet et lokalt baseret konsulent- og/eller advokatfirma, der er fortrolig med forholdene og ved, hvordan tingene skal gøres.

Korruption er også blandt emnerne. Forfatterne nævner, at man på den ene side ikke kan undgå korruption og bestikkelse, hvis man vil opnå succes i Vietnam, men at bestikkelse på den anden side er forbudt, såvel i Vietnam som i hjemlandet. Og hvordan klarer I så den situation, spørger man som læser. Er det her de lokale konsulentfirmaer kommer ind?

I tredje del af bogen behandler forfatterne ikke mindst skatteforhold, men også outsourcing til Vietnam, salg af varer til det vietnamesiske marked og (manglen på) immaterielle rettigheder som fx ophavsret.

## Mange cases og interview

I forhold til mange af de tidligere bøger om Vietnam, der har henvendt sig til forretningsfolk, er en af bogens formidlingsmæssige styrker de relativt mange cases og interview. Bl.a. med en tidligere direktør i det danske firma ScanCom, der sammen med Ikea er en af de allerstørste eksportører af møbler fra Vietnam. Firmaet opdagede, at en af de ansatte fyldte tasken med toilettejpapir og rengøringsmidler, inden hun gik hjem. Hun blev fyret, men ScanCom blev alligevel tvunget til at genansætte hende. For selv om firmaet havde retten på sin side, havde man ikke været opmærksom at følge den korrekte procedure i afskedigelsessager. Den type problemstilling er nok mere overraskende for de amerikanske forfattere end for os danskere, for ligesom Vietnam har vi trods alt stadig en betydelig beskyttelse af arbejdskraften.

Bogen har også underholdende eksempler på de kreative måder, som ansatte og forretningspartnere nogle gange benytter sig af for at få det maksimale ud af et job eller et partnerskab. Vil firmaet have en retsgyldig kvittering, så man kan trække udgiften fra i skat, koster det ikke sjældent 10 procent ekstra i butikken, et beløb der så deles mellem ekspedienten og firmaets indkøber. Til bogens eksempel kan man tilføje mange andre, fx er det heller ikke

usædvanligt, at hoteller betaler kommission til ansatte i firmaer, ngo'er og på ambassader, der står for bestilling af værelser til udenlandske gæster.

## Human resources

Når det gælder human resources (personale), er der en del fornuftige betragtninger at hente i bogen. Men også her fokuserer man meget på teknikaliteter. Fx kunne man have sparet den gennemgang af regler for ferie og overarbejde og andre lavpraktiske regulativer, der kan vise sig at være forældede og ubrugelige, inden en bog går i trykken. Til gengæld har forfatterne fornuftigvis forsynet bogen med henvisninger til et pænt udvalg af websteder, hvor man kan blive opdateret eller få rådgivning.

Det skulle de nok have holdt sig til. Og i stedet gjort meget mere ud af, hvordan man konkret håndterer problemstillinger som fx den konstante gennemstrømning af veluddannet arbejdskraft, som mange firmaer oplever. "Job hopping" er uhyre udbredt, men ærlig talt: Der er ingen grund til at blive forarget over, at folk skifter job, når der er stor efterspørgsel efter veluddannet arbejdskraft og ikke mindst rift om folk, der har potentiale til

at blive ledere eller mellemledere. Som forfatterne selv er inde på, er det nødvendigt, at et firma gør noget ekstra, så de ansatte ikke så nemt fristes af andre tilbud. Men det drejer sig ikke alene om løn. Personlige relationer, arbejdsklima, respekt, hensyn og tillid er ligesom løbende efteruddannelse ikke overraskende nogle af nøgleordene.

Det samme er firmaernes sociale ansvar, corporate social responsibility, som det hedder på nudansk. Fx kunne det danske firma Mascot for kort tid siden indvie en ældre bolig i nærheden af fabrikken. Den havde kostet firmaet den uhyre sum af 11.000 kr. og gav firmaet presse og goodwill for et langt større beløb. Firmaets danske direktør har også for længst forstået, hvornår det er på sin plads at købe is til de 800 ansatte.

Men han er også en af de få danske expats, der kan vietnamesisk. Og den pointe glemmer forfatterne, nemlig at sprog er en fundamental nøgle til succes. Vietnamesisk er ikke det nemmeste sprog at lære, men det er ikke værre end at træne sig op til et DHL-løb. Til gengæld er udbyttet stort i form af påskønnelse for selv nogle beskedne brokker, og den vietnamesiske befolkning er heldigvis langt

mere overbærende, når man begår fejl, end vi er herhjemme, hvor man som udlænding kun må tale med accent, hvis man er (kvindeligt) medlem af kongehuset.

Bogen understreger, at mens den vietnamesiske arbejdskraft har høj teknisk kunnen, så er det et behov for at dygtiggøre sig med hensyn til "bløde færdigheder" som fx kreativ problemløsning og kommunikation. Det er dog næppe kreativitet og evnen til problemløsning, der mangler, snarere et spørgsmål om at vietnamesiske ansatte får lov til at udfolde begge dele. Og tør gøre det. På baggrund af den konfucianske opdragelse er det naturligvis ikke lige sin sag, og den kræver stor indføling, kulturel forståelse og omstillingsparathed – fra begge sider.

I det hele taget giver bogen ikke nok, til at man kan forstå den kulturelle baggrund for, at folk handler som de gør. Og desværre heller ikke så mange staldtips, når det gælder udvælgelse og ansættelse af folk (hvad enten det er vietnamesere eller udlændinge). Men det er modigt af forfatterne at tage fat på spørgsmålet om ansættelse af oversøiske vietnamesere, viet kieu, typisk børn af vietnamesiske flygtninge. Selv om forfatterne udtrykker sig forsigtigt, har de tydeligvis deres forbehold. For mange firmaer kan det være fristende at ansætte en internationalt uddannet kandidat, der kan sproget, men bogen peger bl.a. på et problem i den kulturelle afstand, der selvfølgelig må være der, når man har tilbragt størstedelen af sit liv i et andet land og en anden kultur. Og man kunne også tilføje den sproglige afstand, for det vietnamesiske sprog har på mange måder gennemgået betydelige ændringer siden 1975 – nok endnu større end det danske i samme periode.

## Unødvendigt spin

Der er altid grund til stor og sund skepsis, hvad enten man bliver præsenteret for selvhjælpsbøger eller guruer, der tilbyder en ny opskrift på verdens frelse. Denne bog er langt fra blandt de ringeste på markedet, men havde forfatterne ikke ventet til bogens sidste side med at skrive, at "vi drømte om at hjælpe Vietnam", så var jeg stæet af med det samme. En "business guide" – og også denne – handler naturligvis om at hjælpe sig selv og sin egen forretning. Det er en uhyre ærlig sag, men at påstå at man er drevet af filantropi er rent spin.

Men alt i alt en af de bedre introduktioner til det firma eller den ansatte, der for første gang giver sig i kast med Vietnam.

*Niels Fink Ebbesen, konsulent, cand. mag. og forfatter til bl.a. 'Turen går til Vietnam' fra Politikens Forlag.*

*Redaktionen: Bogen kan suppleres med den udmærkede: 'Vietnam - Culture Smart! The Essential Guide to Customs & Culture', 2005. 168 sider. £5.56 . Kr. 89,95 på saxo.com*



Foto: Wilfred Gluud

*Ben Thanh marked i Ho Chi Minh byen, er både byens vartegn og symbol på Vietnams voksende handel*