

Haier Culture

แหล่งกำเนิด OEC Management

ก๊อบเกียรติ วีระฮาชากุล
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

กลับ จากที่บริษัท Haier ประสบความสำเร็จในประเทศแล้ว ก็รุกคืบเข้าสู่อเมริกาทันที ด้วยเหตุผลที่ว่า หากสามารถเจาะตลาดอเมริกาได้ ก็จะสามารถเจาะตลาดที่อื่นๆ ของโลกได้ ดังนั้น Haier จึงทุ่มทรัพยากรเข้าไปลงทุนในอเมริกา ตั้งโรงงานผลิตในหลายแห่ง จนประสบความสำเร็จ สามารถเจาะตลาดอเมริกาได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จนฝรั่งต้องหันมาเหลียวมอง จับตามดูความสำเร็จของ Haier

ซึ่งฝรั่งได้ทำการศึกษาคู่มือแล้วสรุปพื้นฐานความสำเร็จของ Haier มาจากวัฒนธรรมองค์กรของ Haier ที่สำคัญ 10 ประการดังนี้ คือ

1. **Haier spilit:** Haier สามารถปลุกฝังพนักงาน เหมือนกับการปลูกใจรักชาติ การทำให้บริษัท Haier เทียบเคียงบริษัทต่างประเทศได้ ทำให้ Haier สามารถปักธงลงในต่างประเทศได้ ก็ถือว่า ประเทศจีน ได้รับชัยชนะ Haier มีภาพลักษณ์ เป็นบริษัทที่เป็นตัวแทนของประเทศจีน ดังนั้น พนักงานที่ทำงานที่นี่ จึงรู้สึกถึงความภูมิใจต่องาน ทุ่มเทพลังใจ พลังกายเพื่อที่จะขับเคลื่อนองค์กร ให้เป็นที่ยอมรับของประเทศอื่นๆ ในโลก

2. **Haier work style:** Haier จะตอกย้ำพนักงานทุกส่วนงาน ให้ทำงานตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและคำนึงประสิทธิภาพในการทำงาน รวมถึงต้องทำได้เร็วพอที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด ซึ่งหากพนักงานผลิตสินค้าชั้นยอดได้ แต่ช้ากว่าคู่แข่งก็ไม่มีประโยชน์อันใด เพราะลูกค้าได้ซื้อสินค้าของคู่แข่งไปแล้ว

3. **Employee principle:** Haier ถือหลักว่า ผู้ที่เก่งกว่า ย่อมมีความก้าวหน้า ผู้ที่อ่อนแอ ย่อมด้อยลง ไม่พัฒนาจะต้องลงจากตำแหน่งและมอบตำแหน่งนั้นให้กับผู้ที่เหนือกว่า ด้วยวัฒนธรรมแบบนี้เอง ที่ทำให้พนักงานหนุ่ม สาว ไฟแรง ที่ต้องการความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทุ่มทำงานแบบถวายชีวิตให้กับ Haier ดังนั้นพนักงานส่วนใหญ่ของ Haier จึงมีแต่คนหนุ่มสาวที่มีพลังชีวิตสูง

4. **Quality focus:** ครั้งแรกที่จ้างลุยหมิ่น ได้รับมอบหมายให้มาฟื้นฟูบริษัทที่นั่น เขาได้ทำการซื้อคิวิตใจ พนักงานของโรงงานนี้ โดยการนำสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ มาทาบทิ้ง ต่อหน้าพนักงานทุกคน เพื่อตอกย้ำกับพนักงานว่าของที่ไม่ได้คุณภาพ แม้จะยังใช้ได้ เราก็จะไม่ให้มันหลุดรอดออกไปประจานตัวเราที่นอกโรงงานเป็นอันขาด ตั้งแต่นั้นมา พนักงานเหล่านี้ก็ถูกถ่ายทอดมายังพนักงานทุกๆ คน



ได้คุณภาพ ด้วยความเชื่อมั่นเอง จางลุยหมื่น จึงต้องการเอาชนะคำสบประมาทเหล่านี้ เขาได้ตอกย้ำอย่างต่อเนื่องว่า สินค้าของเราต้องเป็นเลิศ ต้องมีคุณภาพดี ต้องมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าคู่แข่ง เราจะต้องทำให้ต่างชาติมองสินค้าของจีนใหม่ เราต้องทำให้คนอื่นรู้ว่าสินค้าจีนก็มีดีเหมือนกัน

7. Service concept: ลูกค้าถูกเสมอ นี่เป็นสัจธรรมที่ Haier บอกให้ทุกคนรู้ แม้ว่าเราจะผลิตสินค้าที่ดีเลิศอย่างไรก็ตาม แต่หากลูกค้าบอกว่า มันไม่ได้เรื่อง เราก็ต้องเชื่อว่า มันไม่ได้เรื่อง เราต้องค้นหาว่า สิ่งที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามันไม่ดี คืออะไร แล้วเราก็ปรับให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จนกว่าลูกค้าจะมีความยินดีที่ได้ใช้สินค้าของเรา

8. Management accountability - 80/20 principle: ในการทำงาน หัวหน้ากับลูกน้องจะต้องร่วมมือกันเสมอ จึงจะทำให้งานลุล่วงไปได้ ดังนั้น หากผลงานออกมาดี หรือร้าย หัวหน้าจะต้องได้รับผลของสิ่งนั้น 80% ส่วนลูกน้องรับเพียง 20%

9. Team spirit -10/10 principle: ในการทำงาน หากองค์กรจะก้าวหน้าได้ ผู้บริหารจะต้องเสียสละเวลาตัวเองให้ความช่วยเหลือทีมงานระดับล่างอย่างน้อย 10% ของเวลาและขอให้พนักงานระดับล่างปรับปรุงงานของตนเอง 10% หากทำได้ทุกๆ วัน องค์กรก็จะสมานฉันท์และก้าวหน้าขึ้นทุกวัน

10. Haier should be like the sea: สูดหายใจที่ Haier อยากรจะเป็นก็คือ เป็นบริษัทที่ใจกว้าง เหนือชั้นเดียวกับ ท้องทะเล เพราะเราเป็นส่วนหนึ่งของโลกใบนี้และความมีน้ำใจของนักกีฬา ใจกว้างนี้สำคัญต่อความสมานฉันท์ของบริษัทเป็นอย่างมาก หากคนในองค์กรเป็นคนใจแคบ ด้วยระบบของบริษัทที่มีการแข่งขันกันสูงนั้น องค์กรจะแตกแยกอย่างง่ายดาย พลังงานของพนักงานที่ถูกส่งออกมา แม้จะมาก แต่หากส่งออกมา ไม่พร้อมเพรียงกัน Snowball ก็จะไม่มีความหมายขึ้นเขาได้แน่นอน



5. Sales motto: Haier มองว่า ทุกคน ทุกฝ่าย ทุกตำแหน่งงาน ต้องมีจิตวิญญาณของการเป็นนักขาย ต้องมีจิตใจดูแลเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าภายนอก หรือลูกค้าภายในก็ตาม ดังนั้น เพื่อที่จะผลักดันจิตวิญญาณนักขายสู่ตัวพนักงาน จึงกำเนิดระบบ SST ขึ้นมาเพื่อจำลองให้พนักงานทุกคนมีสภาพคล้ายนักขาย

6. Market competitive concept: ในสมัยก่อน หากมีการพูดถึงสินค้าของประเทศจีน ทั่วโลกจะกลัว จะเชื่อว่าเป็นของราคาถูกไม่



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology
泰日工業大学

สถาบันอุดมศึกษามิติใหม่
สไตล์ญี่ปุ่น แบบ MONOZUKURI



ปิติ กาญจนรักษ์

ศิษย์เก่า สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการอุตสาหกรรม (IM) ปัจจุบัน พนักงานตำแหน่ง Buyer บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟจเจอร์ จำกัด

“ดีใจครับที่ได้เรียนในสถาบันฯ ซึ่งให้ออกาสพมทั้งในด้านความรู้และความสามารถด้านภาษาญี่ปุ่นทำให้ผมได้เปรียบกว่าในการเข้าทำงานกับบริษัทญี่ปุ่น นอกจากนี้วิชาที่ได้ร่ำเรียนมาในหลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมก็สามารถนำไปปรับใช้กับการทำงานจริงได้ทุกวิชาครับ”



เปิดรับสมัครนักศึกษาในระดับปริญญาตรี
รับตรง-ชิงทุน , โควตาหลักสูตรใหม่ , ยื่น GAT-PAT , และระบบ ADMISSION กลาง
คณะบริหารธุรกิจ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ