

มังกรแผ่อำนาจจักร

สู่ฝัน 'มิเดีย' แบรนต์โลก

ชนิตา ภระมรทัต chanita@nationgroup.com

เป้าหมายที่จะบุกตลาดเมือง
ไทยอย่างเอาจริงเอาจังของ 'มิเดีย' ยักษ์ใหญ่เครื่องใช้ไฟฟ้าครัวเรือน จากจีน ก็ไม่ได้ล้มหลักการ "เลือกคนที่ เหมาะกับงาน" หรือ "Put the right man on the right job"

ที่สำคัญยังเป็นการกระโดดข้ามปัญหา **Cross Cultural Management** อีกด้วย เพราะนอกเหนือการตลาดที่แสนเข้าใจ (ล่าสุดคือแคมเปญพาลูกค้าไปเที่ยว ออสเตรเลียฟรี!) มิเดียยังมีแม่ทัพที่ชื่อ **มร.เชววิน บิน** ซึ่งดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ไมเดีย เทรคตั้ง (ประเทศไทย) จำกัด

หากได้เห็นชื่อก็รู้แน่นอนไม่ใช่คนไทย แต่หากไม่ได้เห็นและได้มีโอกาสพูดคุยกัน ก็คงรู้สึกว้าวหาญคนไหนไม่ใช่คนอื่นคนไกล ด้วยคำพูดไทยๆ แบบชัดถ้อยชัดคำ มีหน้าเข้าเขายังมีนิคเนมให้เรียกง่ายๆ เป็นคำไทยๆ ว่า "ปลา"

"ผมเกิดที่มณฑลกว่างตุง ประเทศจีน แต่พออายุเก้าขวบก็มีโอกาสมาใช้ชีวิตในเมืองไทยที่จังหวัดลำปาง และก็กลับไปเมืองจีนเพื่อเรียนต่อระดับ มหาวิทยาลัย"

เขาให้ความรู้ซึ่งถึงที่มาที่ไปเพื่อความสงสัยว่าทำไมตัวเขาจึงไม่ "แปลกแยก" ในสังคมไทย

การที่ได้เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองไทยตั้งแต่เด็กๆ ถือเป็นความได้เปรียบโดยเฉพาะ เรื่องการ "ปรับตัว" ด้วยแล้วในวัยนี้จะเปิดตัวเองได้กว้างสามารถรับมือกับทุกความเปลี่ยนแปลง ทุกความแตกต่างได้เป็นอย่างดี อาจมีอุปสรรคเพียงเรื่องเดียวก็คือภาษาเท่านั้น แต่เมื่อผ่านพ้นไปใช้ชีวิตเขาก็แอบปีสูดๆ จนทำให้ตัวเองนั้นรู้สึกผูกพันและมีไลฟ์สไตล์ที่เหมาะสมกับเมืองไทยเป็นอย่างมาก

ชายหนุ่มสัญชาติจีนหัวใจไทยคนนี้ ตีไหนชีวิตว่าจะต้องก้าวเป็นนักธุรกิจในอนาคต (เจริญรอยตามบิดาซึ่งค้าขายไม้และ

นำยางพาราส่งออกจากไทยไปประเทศจีน) เขาก็เลือกที่จะเรียนต่อทางด้านเศรษฐศาสตร์และการค้าระหว่างประเทศ ที่มหาวิทยาลัยจิงหนาน ในเมืองกว่างเจา ซึ่งมีชื่อเสียงและมีอายุร่วมน้อยปีแล้ว

และเมื่อสำเร็จการศึกษาเขาก็สมัครเข้าเป็นคนของไมเดีย ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งองค์กรชั้นนำแห่งหนึ่งของประเทศจีน

"ที่จีนมิเดียถือว่าเป็นท็อปแบรนต์ เช่นเดียวกับไฮเออร์ แต่ต่างกันตรงที่เราจะเน้นกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็กในครัวเรือน ดังนั้นการได้ทำงานใน องค์กรนี้ สำหรับคนจีนก็ถือว่ามีหน้ามีตา ที่สำคัญยังเป็นโอกาสให้ผมได้กลับมทำงานในไทย เนื่องจากไมเดียเน้นเป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีสำนักงานและโรงงานผลิตกระจายไปทั่วโลก"

สำหรับส่วนงานแรกที่เขาได้ไปสัมผัสและเรียนรู้ในองค์กรแห่งนี้ก็คือ ส่วนสนับสนุนซึ่งทำหน้าที่วิเคราะห์พิจารณาว่าสินค้าประเภทไหนที่เหมาะสมกับตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนมากที่สุด และมีคู่แข่งเป็นใคร ใช้เวลาที่สุดที่เน้นพอสมควรจน "แม่" เรื่องโปรดักท์ในเวิร์ลด์แล้วเขาก็ถูกโยกไปทำในสวนงานการตลาดต่อ

"องค์กรจะสอนเราทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ คือจะมีผู้รู้มาสอนหลังจากนั้นเราจะถูกส่งตัวไปลงพื้นที่จริงเพื่อหาข้อมูลแล้วสรุปผลส่งให้คนที่ฝึกตรวจว่าถูกต้องหรือไม่"

มร.เชววิน บิน ยอมรับว่าปัจจุบัน ไมเดียยังไม่ถือเป็น "โกลบอลคอมปะนี" เนื่องจากแบรนต์มิเดียยังก้าวไม่ถึงระดับ "อินเตอร์" ดังนั้นเป้าหมายที่ต้องการ บรรลุ นั่นคือ "วันหนึ่งเราจะ เป็นมิเดียของโลก" ทำให้วันนี้มีเดียวางแผนเดินทางบุกตลาดอย่างหนักหน่วง โดยเล็งตลาดเอเชียเป็นลำดับแรก เพราะหากว่าผาดานนี้ได้สำเร็จ จะถือเป็นใบเบิกทางไปสู่ประเทศอื่นๆ ทั่วมุมโลก

มิเดียเน้นเป็นแบรนต์ที่ก้าวสู่ตลาดไทย มาแล้วถึง 5 ปี สินค้าในช่วงบุกเบิกก็คือ เครื่องปรับอากาศ หากแต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากตลาดนี้มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีอินเตอร์แบรนต์ที่ครองตลาดอยู่แล้วทำให้มิเดียปรับแนวรบใหม่โดยหันมาทำตลาดสินค้ากลุ่มแอชเอแทน เป็นการมุ่งเน้นเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นเล็ก อาทิ พัดลม เตาแม่เหล็กไฟฟ้า หม้อหุงข้าว เตapotไมโครเวฟ เครื่องทำน้ำร้อนน้ำเย็น โดยเฉพาะพัดลมนั้นมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D) สินค้าในกลุ่มนี้จริงจังและต่อเนื่องเพื่อให้สินค้าได้มาตรฐานสากลมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ

อย่างไรก็ดี ศักยภาพ "คน" เป็นเรื่อง ที่องค์กรแห่งนี้ให้ความสำคัญมากเพราะเชื่อว่าเป็นปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ

องค์กรนี้คร่ำครึในคำว่า **capability** หรือ ความสามารถ ก็เพราะการบรรยายสี ในทุกครั้งใช้จะเป็นศิลปะ ทุกเมล็ดพันธุ์ใช้ จะเติบโตเป็นต้นกล้า หรือทุกการสำรวจใช้ จะค้นพบได้หากขาดคำคำนี้ไป

"องค์กรของเราเน้นเรื่อง **เอ็มพาเวอร์** หรือ กระจายอำนาจ เป็นการให้อำนาจคนที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและ คล่องตัว ไมเดียนำเอาวิธีการบริหารจัดการของโลกตะวันตกมาปรับใช้ มีการเทรนนิ่งพัฒนาความรู้ความสามารถให้บุคลากรตลอดเวลา ผมเชื่อว่าเป็นอะไรที่หลายๆ องค์กร ธุรกิจ ไม่มีหรือมองข้ามไป"

นอกเหนือจากนั้นคนในองค์กรแห่งนี้ ยังต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติของคำว่า **Active** และ **Responsible** และ **Excel - lent** อีกด้วย

"คนในองค์กรของเรามีอายุระหว่าง 23-35 ปี เพราะยังเป็นคนรุ่นหนุ่มสาว มีไฟ และสู้ ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่านั้นจะเห็น มีน้อยมาก ยกเว้นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถจริงๆ ก็จะได้รับแต่งตั้งให้เป็นที่ปรึกษา"

สำหรับตัวเขาเองนั้นบอกว่าการก้าวมาถึงจุดนี้ได้ถือว่าเป็นเรื่องปกติขององค์กร ไม่ใช่เป็นการก้าวเร็วไปหรือช้าไป แต่เป็นชีวิต

ความสามารถที่มีอยู่ นั่นคือ 1. ภาษา

2. แม็คกราวด์ธุรกิจของครอบครัว

“เวลาทำงานจริงๆ ก็เจอปัญหาบ้าง โดยเฉพาะการโง่งานกับคนอื่นๆ ก็ต้องใช้ เวลา ทำความเข้าใจ และอดทนสูง ผมถือหลักว่าจะให้คนอื่นเหมือนกับเราทุกอย่าง เป็นไปไม่ได้ ต่างคนต้องยอมรับซึ่งกันและกัน ใจกว้าง ยอมรับในสิ่งที่คนอื่นทำและพูด ผมอาจจะเลือกรื้อเวลาทำแผนการตลาด แต่ทั่วไปแล้วผมใจเย็นไม่เชือดถามคนร่วมงานคนอื่นได้”

เขาสรุปว่าตัวเขานั้นโชคดีที่มีคนพ่อ เป็นแบบอย่างที่ดี คือมีความใจเย็น ไม่รีบร้อน คิดหน้าคิดหลัง ไม่ตัดสินใจคนที่การกระทำ แต่จะอดทนพิจารณาไปสักระยะหนึ่ง จึงค่อยสรุป และเมื่อพบว่ามิอะไรผิดพลาด ก็เร่งแก้ไข

ตรงข้ามกับข้อครหาที่ว่าคนรุ่นใหม่ไม่ค่อยสู้งาน **หนุ่มเลือดมังกรคนนี้มีความอดทน มุ่งมั่นและรักความท้าทาย** ที่สำคัญก็คือประเทศจีนล้วนอุดมไปด้วยคนที่มีดีเอ็นเอแบบเดียวกันจึงไม่น่ากังขาว่าเส้นทางก้าวเป็นเบอร์หนึ่งของโลกจะเป็นไปได้หรือไม่?