

เปลี่ยนวัฒนธรรมไทย ให้กลายเป็นจุดแข็งทางธุรกิจ

หน้าต่างความคิด



● เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย
ม.ธุรกิจบัณฑิต

ภาพยนตร์เรื่อง “Gung Ho นายดีดลูกจ้างแสบ”

เปิดตัวในอเมริกาเมื่อปี พ.ศ. 2529 เป็นเรื่องของชาวอเมริกันในเมืองเล็กๆ ชื่อว่า แฮตลีย์วิลล์ รัฐเพนซิลเวเนียเมืองนี้กำลังเจอปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำ เนื่องจากโรงงานผลิตรถยนต์ ซึ่งเป็นแหล่งจ้างงานหลักของเมืองได้ปิดตัวลงมานานกว่า 9 เดือนแล้ว โรงงานนี้เป็นของบริษัทฮัลล์มอเตอร์ ประเทศญี่ปุ่น บริษัทแม่ตัดสินใจปิดโรงงานเพราะปัญหาด้านวัฒนธรรมการทำงาน เนื่องจากผู้บริหารชาวญี่ปุ่นต้องการให้โรงงานแห่งนี้ทำงานด้วยวิธีการและวัฒนธรรมที่เหมือนกับโรงงานในประเทศญี่ปุ่น แต่ถูกต่อต้านจากคนงานชาวอเมริกัน จนเกิดความขัดแย้งมีการประท้วงกันนานปลายจนถึงขั้นปิดโรงงานในที่สุด

อันท์ สตีเวนสัน ซึ่งเคยเป็นหัวหน้าคนงานของโรงงานแห่งนี้เดินทางไปพบกับกลุ่มผู้บริหารระดับสูงที่บริษัทแม่ในประเทศญี่ปุ่น

เพื่อขอรับรองให้เปิดโรงงานอีกครั้ง ผู้บริหารชาวญี่ปุ่นยอมตกลงด้วย แต่มีข้อแม้ว่า ต้องไม่มีสภาพแรงงาน คนงานต้องยอมรับค่าแรงที่ต่ำลง เพราะทำงานได้ในตอนนี้อย่างต่ำกว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้สำหรับคนงานในโรงงานที่ญี่ปุ่น คนงานทุกคนต้องหมุนเวียนกันทำงานในตำแหน่งต่างๆ เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของกระบวนการผลิตทั้งหมด นอกจากนี้ ทุกเข้าคนงานทุกคนต้องมาเข้าแถวหน้าโรงงานเพื่อออกกำลังกายและท่องคำขวัญของบริษัท เหมือนกับคนงานในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย

แม้ว่าเงื่อนไขเหล่านี้จะดูไม่เป็นธรรมในมาตรฐานของคนอเมริกัน แต่ถ้าเทียบกับ

การล่มสลายทางเศรษฐกิจของเมือง พวกเขา ก็ไม่มีทางเลือกอื่น นอกจากจะยอมรับเงื่อนไขเหล่านี้ สิ่งที่ยืนยันหนักใจที่สุดคือเงื่อนไขด้านคุณภาพ ที่ทางญี่ปุ่นกำหนดไว้สูงจนแทบจะเป็นเรื่องเหลือเชื่อในสายตาของชาวอเมริกัน อย่างเขา

อัลลันมอเตอร์ส่งผู้บริหารชาวญี่ปุ่นชื่อว่า **คาซุฮิโระ** มาดูแลโรงงาน สาเหตุที่ส่งคาซุฮิโระมา เพราะบริษัทต้องการย้ายเขาออกจากบริษัทแม่ เนื่องจากในสายตาของผู้บริหาร เขาเป็นคนที่ไม่ดีพอ เพราะใจอ่อนและเป็นมิตรกับผู้ที่บังคับบัญชามากเกินไป พฤติกรรมแบบนี้เป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ในสายตาผู้บริหารระดับสูง

เรื่องราวส่วนที่เหลือของภาพยนตร์แสดงให้เห็นความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมการทำงานของคาซุฮิโระกับคนงานอเมริกัน จนนำไปสู่การหยุดงาน โรงงานเกือบถูกปิดอีกครั้ง เหตุการณ์นี้เองที่ทำให้คาซุฮิโระและอันท์คิดได้ว่า **โอกาสรอดมีเพียงทางเดียว นั่นคือทั้งสองฝ่ายต้องปรับตัวเข้าหากัน เรียนรู้วิธีคิดและวัฒนธรรมของอีกฝ่ายหนึ่ง** เพราะถ้ามีการปิดโรงงานอีกครั้ง ก็จะเป็นการปิดอย่างถาวร และนั่นก็หมายถึงจุดจบของเมืองแฮตลีย์วิลล์ ส่วนคาซุฮิโระเองก็ถูกตราหน้าว่าเป็นคนไม่เอาไหนตลอดกาล

สุดท้ายแล้ว การที่ทั้งสองคนนี้สามารถก้าวข้ามความแตกต่างทางความคิด เปิดกว้างรับเอาส่วนดีของกันและกัน โดยยึดเอาความอยู่รอดของบริษัทเป็นเป้าหมายหลักจนกลายเป็นแรงบันดาลใจให้พนักงานคนอื่นคล้อยตามผลิตของโรงงานก็เพิ่มขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของบริษัทแม่ จึงทำให้พวกเขาสามารถรักษาโรงงานไว้ได้ในที่สุด ภาพยนตร์เรื่องนี้จึงเป็นตัวอย่งที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อความสำเร็จก้าวหน้าของธุรกิจ (และมีผลต่อความสำเร็จก้าวหน้าของสังคมอีกด้วย)

ผลการศึกษาของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) พบว่า **จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้เพิ่มขึ้นจาก 1.5 ล้านคนในปี พ.ศ.**

2542 เป็น 18.3 ล้านคนในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นถึง 12.2 เท่าหรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ คนกลุ่มนี้คือผู้ที่มีโอกาสสัมผัสกับวัฒนธรรมต่างชาติมากกว่าคนรุ่นก่อน จึงพร้อมจะเปิดรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของสังคมไทยได้ง่ายกว่า แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าวัฒนธรรมของไทยจะถูกวัฒนธรรมอื่นกลืนหายไปจนหมด

แม้จะเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 คนไทยก็ยังคงยกมือไหว้กัน คนไทยยังคงรักสนุก คนไทยยังคงพูดมึงทาสี คนไทยยังนับถือผู้อาวุโส คนไทยยังพร้อมจะประณิษยนอม คนไทยยัง

คงเกรงใจกัน คนไทยยังมีความเป็นห่วงเป็นใยให้กับคนรอบข้าง คนไทยยังคงรู้จักให้อภัย เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของวัฒนธรรมไทยที่สั่งสมกันมาหลายชั่วคน มีการส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเรื่องยากที่จะถูกวัฒนธรรมอื่นกลืนหายไปจนหมดสิ้น ภายใตยระยะเวลาอันสั้น

การที่วัฒนธรรมไทยยังคงอยู่ในสังคมไทย แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมนั้นเป็นประโยชน์ต่อสังคม ความเป็นไทยจึงไม่ใช่ความล้าหลัง ในทางตรงข้าม ความเป็นไทยที่ให้ความสำคัญกับการประณิษยนอม ความเกรงอกเกรงใจ เห็นความสำคัญของคนรอบข้าง การให้ความเคารพผู้อื่น รู้จักให้อภัย ไว้เนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน คือสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นคล่องตัว นั่นหมายความว่า หากมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมก็จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวได้เร็วกว่าคู่แข่ง

ที่ผ่านมา ความเป็นไทยดูเหมือนจะเป็นจุดอ่อน หากให้มาตรฐานการจัดการ

ของประเทศพัฒนาแล้วมาวัด นั่นก็เพราะวัฒนธรรมของประเทศเหล่านั้นไม่ได้ถูกสร้างขึ้นมาจากฐานเดียวกับประเทศไทย ในความเป็นจริงแล้ววัฒนธรรมไทยคือจุดแข็งของเรา หากมองในแง่ของโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมแบบไทยเข้ากัน

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530
Ad Rate: 1,500

Section: First Section/ทัศนะวิจารณ์

วันที่: ศุกร์ 4 เมษายน 2557

ปีที่: 27

ฉบับที่: 9325

หน้า: 11 (กลาง)

Col.Inch: 57.90

Ad Value: 86,850

PRValue (x3): 260,550

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: หน้าต่างความคิด: เปลี่ยนวัฒนธรรมไทยให้กลายเป็นจุดแข็งทางธุรกิจ

ได้ดีกับธุรกิจที่บริหารด้วยแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบขององค์กรที่แบนราบ การให้อำนาจในการตัดสินใจ การส่งเสริมการจัดการความรู้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยที่เป็นชีวิตของธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ที่จำเป็นต้องเรียนรู้และปรับตัวอยู่ตลอดเวลา

ความท้าทายของผู้บริหารที่ต้องนำพาองค์กรเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 คือ การตระหนักว่า วัฒนธรรมไทยใช้ตัวถ่วงความก้าวหน้าของธุรกิจ ตรงกันข้าม วัฒนธรรมแบบไทย หากรู้จักปรับใช้อย่างเหมาะสมย่อมเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ แทนที่จะปฏิเสธสิ่งเหล่านี้ เราควรมองมุมกลับมากกว่า ว่าทำอย่างไรจึงจะเปลี่ยนวัฒนธรรมไทยให้กลายเป็นขี้นิวเลียงทางธุรกิจ เพราะสิ่งที่เรามีแต่คู่แข่งลอกเลียนแบบไม่ได้ ก็คือ จุดแข็งที่แท้จริงของเรานั่นเอง

หมายเหตุ : "Gung Ho" เป็นภาษาจีน แปลว่า
การทำงานร่วมกันอย่างสมัครสมานสามัคคี