

شرکت سانپو، توشیو ایو

شاید مهمترین و اصلی‌ترین ویژگی شخصیتی بنیانگذار شرکت سانپو، توشیو ایو را بتوان این نکته را در نظر گرفت که با وجود اتفاق ازدواج کونوسوکی ماتسوشیتا بنیانگذار شرکت ماتسوشیتا با خواهرش و اشتغال به کار در شرکت آنها و همکاری و همراهی در ارتقای جایگاه شرکت ماتسوشیتا، هیچگاه استقلال شخصیت خود را از دست نداد و با وجود بحرانهای بزرگی که در زندگی شخصی و کاری برایش پیش آمد، شرکت مستقل سانپو را تأسیس کرد. نقش و تاثیر عملیاتی و مدیریتی او تا سال 1947 که کارخانه های سانپو را تأسیس و 1950 که آن را به شرکت تبدیل کرد، در شرکت ماتسوشیتا انکارناپذیر است. این اعترافی است که خود ماتسوشیتا کرده است. توشیو ایو با داشتن آن روحیه مصمم و تنوع طلب، گرچه از تولید لامپ‌های دوچرخه آغاز کرد، اما بسرعت در حوزه های بسیار متنوع لوازم الکتریک خانگی، نیمه‌هادیها و بویژه حوزه فناوری انرژی‌های نوین نظیر باتریهای مختلف وارد شد و در این حوزه اخیر جایگاه قابل اعتنایی در جهان به دست آورد. سانپو اکنون در آغازین سالهای هزاره سوم، با انجام پروژه تحول ساختاری و ترسیم چشم‌انداز جدید برای شرکت، امید دارد که در سال 2010 بتواند جایگاه مناسبی در میان شرکتهای هم‌تراز کسب کند.

تاریخچه

این موضوع قابل پیش بینی نیست که اگر کونوسوکی ماتسوشیتا، کارآفرین بزرگ ژاپنی و بنیانگذار و مدیرعامل شرکت ناسیونال / پاناسونیک، با یکی از خواهران توشیو ایو ازدواج نمی کرد سرنوشت بنیانگذار شرکت سانپو، توشیو ایو اکنون چه بود. او به حرف داماد خانواده خود گوش داد و در سال 1917 زمانی که 15 سال داشت، به همراه خواهرش و ماتسوشیتا به اوزاکا رفت و در یک خانه اجاره‌ای به همراه آنان سکنی گزید تا روزها کار کند و شبها به تولید سرپیچهای لامپ و سوکت‌های الکتریک مشغول شود. پس از مدتی، با اجازه و تشویق ماتسوشیتا، تصمیم گرفت برای افزایش دانش خود در زمینه الکترومکانیک درس بخواند. دو سال متوالی، عصرها پس از اتمام کار به تحصیل پرداخت. در سال 1920 با موافقت ماتسوشیتا، دفتر فروش محصولات شرکت را در توکیو راه انداخت و با استفاده از روش فروش خانه به خانه به توفیق بزرگی دست یافت. توشیو ایو بسرعت مراحل ترقی را در شرکت ماتسوشیتا طی می کرد. در سال 1935 پست‌های عالی را در زیرمجموعه‌های شرکت ماتسوشیتا به عهده داشت. با ریاست او بر یکی از این مجموعه‌ها در سال 1943، او شرکت ساخت کشتی راه انداخت و ایده‌اش آن بود که اجزا را در جا مونتاژ کند. بلافاصله پس از جنگ جهانی دوم به فکر راه انداختن کسب و کار مستقل افتاد. ماتسوشیتا در این زمینه نیز به او کمک کرد و پیشنهاد داد که کار تولید لامپ‌های رومیزی و لامپ‌های دوچرخه و چراغ قوه‌های خانگی را در یکی از کارخانه های زیرمجموعه شرکت او پی بگیرد. این اتفاق در سال 1947 روی داد و کارخانه های سانپو شروع به کار کرد. اولین محصول این کارخانه ها، تولید انبوه لامپ دوچرخه بود که توسط دینام دوچرخه روشن می شد و تحت نام تجاری ناسیونال و توسط شرکت ماتسوشیتا فروخته می شد.

اما مشکلات متعدد و بحرانهای گوناگون بر سر راه او ظاهر شد. توشیو ایو با اراده ای آهنین مشکلات مربوط به ضعف نور و شکستن کاسه لامپ را به مرور مرتفع کرد. آتش گرفتن کارخانه و خاکستر شدن آن نیز تاثیری بر عزم او در تداوم راهی که برگزیده بود، نگذاشت. در یکی دو حادثه انفجار و تصادف نیز جان سالم به دربرد. سه سال بعد، در 1950 توشیو ایو شرکت سانپوالکتریک را تأسیس کرد و خود به عنوان مدیرعامل آن کار را تداوم بخشید. فرزندش ساتوشی ایو نیز کم‌کم در کنارش قرار گرفت و در مدیریت کارخانه به او کمک می کرد. در سال 1952 اولین مدل رادیو از جنس پلاستیک توسط شرکت سانپو عرضه شد. سال بعد اولین گام برای الکتریکی ساختن لوازم خانگی ازسوی شرکت برداشته و اولین مدل ماشین لباسشویی ارائه شد. قبل از آن نیز مدل صنعتی این نوع لباسشویی ساخته شده بود. در همین سال

اولین مدل تلویزیون سیاه‌وسفید توسط سانپو ساخته شد. ارتباط خوب سانپو و سونی در پشتیبانی از نوار بتاماکس ویدئویی سونی تا اواسط دهه 1980 ادامه داشت. در سال 1956 اولین مدل رادیویی ترانزیستوری تولید شد. سال بعد یخچال و سال پس از آن، تهویه مطبوع و جاروبرقی به محدوده تولیدات شرکت افزوده شد. در سال سانپو، 1960 اولین مدل ضبط صوت و فریزر و تلویزیون رنگی را به بازار عرضه و در 1961 اولین مرکز تحقیق و توسعه شرکت را راه‌اندازی کرد و اولین مدل سیستم تهویه مطبوع جدا شونده خانگی را ارائه کرد. در سالهای بعد، سیر تولیدات شرکت ادامه یافت و سپس اولین مدل آب سردکن، لامپ اضطراری، ریش تراش قابل شارژ، باتری قابل شارژ نیکل - کادمیم، اولین مدل مایکروویو تجاری و جاروبرقی با مخزن جداشونده گردوغبار روانه بازار شد. در دهه 1970، شرکت، فناوری فراوری ضایعات پلاستیک را توسعه داد. در این دهه اولین مدل تلویزیون رنگی با کنترل از راه دور، اولین مدل فریزر از نوع جذبی، اولین ماشین بسته بندی اتوماتیک، سیستم رایانه ای برای پذیرش هتل‌ها، ماشین حساب نازک با باتری لیتیم و اولین باتری‌های سیلیسی خورشیدی توسط شرکت عرضه شد و سانپو سرمایه گذاری زیادی در طرح توسعه فناوریهای انرژی خورشیدی و هیدروژنی انجام داد. در دهه 1980، اولین لامپ LED کاملاً رنگی، دستگاه پخت الکترومغناطیسی، اولین سلول سوختی اسیدفسفریک، اولین باتریهای نیکل - کادمیمی برای ماهواره‌ها و اولین سیستم فریزر از نوع شیمیایی توسط شرکت به بازار آمد. در 1989 شعار شرکت چنین تعیین شد: ما مراقب انسانها و زمین هستیم. در دهه پایانی قرن پیش نیز سانپو اولین سلول سوختی اسید فسفریکی قابل حمل را ساخت. همچنین ساخت فریزر با کمترین دمای ممکن درجهان (C 152 -)، اولین دوچرخه الکتریک، دوربین دیجیتال، منبع قدرت 26 هزار کیلوواتی، ماشین لباسشویی فراصوتی، اولین اجاق فولادی ضدزنگ خانگی را نیز انجام داد و به بازار کسب و کار تلفن ماهواره‌ای نیز وارد شد. در سال 2000 همزمان با پنجاهمین سالگرد تأسیس شرکت، سانپو با تولید پنج میلیارد باتری نیکل - کادمیم برترین تولیدکننده این محصول در جهان محسوب می شد.

در آغاز قرن جدید، سانپو برای تأمین سیستم باتریهای هیبریدی نیکل - فلزی خودروهای هیبریدی با شرکت فورد قراردادی منعقد کرد. در همین سال علاوه بر افتتاح موزه یادبود سانپو، اولین ماشین لباسشویی بدون نیاز به شوینده عرضه شد. در سال 2003، سانپو یک شبکه توسعه یافته فناوری را در زمینه محصولات نظیر ماشین لباسشویی، فریزر، یخچال، تهویه مطبوع و سایر لوازم خانگی با همکاری شرکتهای شارپ، توشیبا و میتسوبیسی راه اندازی کرد. در سال 2004، یک میلیارد باتری لیتیمی - یونی توسط شرکت تولید شد. سال 2005 نیز برای سانپو نقطه عطفی بود، زیرا در این سال پروژه تحول سانپو اعلام و چشم انداز جدید شرکت تعیین شد.

چشم انداز

با اعلام پروژه تحول شرکت در سال 2005، چشم انداز جدید سانپو نیز با عنوان THINK GAIA عنوان شد: سانپو با زمین به عنوان یک موجود زنده برخورد می کند و محصولاتی کاملاً همخوان با آن عرضه می دارد. برای رسیدن به این مقصود، شرکت، یک رویکرد سه وجهی در حوزه های زیست‌محیطی، انرژی و سبک زندگی ارائه داده است. در هر یک از این حوزه ها، سانپو، ایده‌های سنتی را باز تعریف کرده است و با نگاهی جدید، از منابع متمایز فناوری استفاده می کند تا بتواند شرکت را به سمتی ببرد که زندگی و زمین را از خود راضی نگه دارد. این چشم انداز سبب می شود زمینی زیبا برای نسل آینده وجود داشته باشد. هدف سانپو تبدیل شدن به شرکتی متمایز است که در زندگی و در اجتماع انسانی سهمی ایفا کند.

ارزشها و فرهنگ سازمانی

اصول اخلاقی و ارزشهای شرکت سانپو عبارت‌اند از:

1 - صداقت؛ ما با صداقت کار می کنیم:

- غرور و هیجان؛ احترام به قوانین و قواعد رقابت؛ چشم انداز جهانی.

2 - مشتری مداری؛ ما می خواهیم مشتریان خود را راضی نگه داریم:

- کاری که انتظارات را برآورده سازد؛ کار با کیفیت بالا؛ کاری که اعتماد مشتریان را جلب کند.

3 - خلاقیت؛ ما حوزه های جدید را بر روی خود می گشاییم:

- با خلق بازارهای جدید؛ با سرآمدی و هدف گذاری والا؛ با نوآوری.

4 - اعتماد متقابل؛ ما محیط کاری ایجاد می کنیم که نقطه نظرات آزادانه طرح شوند:

- با محیط کاری بانشاط و باز؛ با محیط کاری شوق انگیز؛ با انجام درست وظیفه.

5 - تعهد اجتماعی؛ ما بازده خود را در مدیریت کسب و کار و توزیع سود عادلانه به حداکثر می رسانیم:

- با حضور موثر و قوی در اجتماع؛ با گشودگی؛ هماهنگ، همخوان با محیط زیست.

تحقیق و توسعه

اولین مرکز تحقیق و توسعه شرکت در سال 1961 افتتاح شد. مرکز توسعه محصول نیز در سال 1970 و مرکز تحقیقات انرژی های نوین برای دستیابی به نسل جدید باتری ها در سال 2002 به فعالیت مشغول شد. زمینه های اصلی تحقیق و توسعه در شرکت عبارت است از:

1 - انرژی نرم شامل فناوری سلول های خورشیدی، باتری های شیمیایی نسل جدید، مواد نوین؛

2 - شبکه و ارتباطات راه دور شامل ارتباطات و توزیع مطمئن و ایمن محتوای دیجیتال؛

3 - دستگاهها شامل دستگاههای فرکانس بالا، سیستمها بر روی یک تراشه، دستگاههای فوتونی؛

4 - میکاترونیک شامل فناوریهای رباتیک؛

5 - انرژی حرارتی شامل سلول های سوختی، فناوری کاربرد CO2 و الکترونیک؛

6 - فناوری زیستی شامل فناوری آبرسانی و فناوریهای محیط زیست؛

7 - ارتباط انسانی شامل شبکه های خانگی، اطلاعات صوتی، فناوری پردازش عکسها؛

8 - فناوری دیجیتال شامل دوربینهای دیجیتال و تلفن های همراه.

منابع انسانی

سانپو فلسفه مدیریت خود را چنین تعریف کرده است: ما متعهد شده ایم که به یک مؤلفه ضروری در زندگی مردم سراسر دنیا تبدیل شویم. شرکت سانپو می خواهد با توسعه فناوریهای متمایز و ممتاز و عرضه و ارائه محصولات و خدمات عالی، به شرکتهای قابل اعتماد و اطمینان تبدیل شود و مثل خورشید، برای همه مردم جهان ضروری جلوه کند. این سخن برگرفته از کلام بنیانگذار سانپو، توشیو ایو است که گفته بود: ما می خواهیم شرکتهایمان باشیم که مثل خورشید، به سیاه و سفید و هر نژاد و قبیله و سرزمین بتابیم. اسمی نیز که بنیانگذار شرکت انتخاب کرده بود، سانپو به معنای سه اقیانوس است: اطلس، آتلانتیک و هند، یعنی همه دنیا.

منابع انسانی شایسته در کنار فناوریهای نوین و محصولات و خدماتی عالی، اصلی ترین داراییهای شرکت محسوب می شود. در سال 2006 تعداد کارکنان شرکت به 106389 نفر رسید که 53 درصد آنها زن و 47 درصد مرد هستند. از این تعداد، 60 درصد در آسیا، (32 درصد در ژاپن) و بقیه در اروپا، آمریکای شمالی و سایر نقاط هستند. مرکز آموزش شرکت در سال 1978 در شهر کوبه افتتاح شد. اخیراً شرکت برای کارکنان تازه استخدام شده خود شرایط ویژه ای در نظر گرفته است. آنها در یک دوره پنج ماهه در مرکزی که شرکت تدارک دیده است، در کنار هم زندگی می

کنند و همه چیز را از نیازمندیهای اولیه شغلی تا انتظارات سازمانی و راه تعالی را یاد می گیرند. آنها همواره این سخن بنیانگذار را فراروی خویش می بینند که گفته است: شما باید قلب و روح خود را در انجام وظیفه خویش به کار گیرید. فرق نمی کند که شما در خط تولید کار کنید یا در فروش، شما باید همواره با بالاترین بازده در دسترس باشید، به روش علمی کار کنید، دقیق باشید و بیشترین توجه را به کوچکترین جزئیات کاری معطوف دارید.

فروش

درآمد شرکت در سال 2006 به 21/1 میلیارد دلار رسید و از این لحاظ در رتبه 300 فهرست 500 شرکت برتر جهان جای گرفت. در حوزه صنعت الکترونیک نیز، شرکت در جایگاه 13 و پس از شرکتهای زیمنس، هیتاچی، سامسونگ، ماتسوشیتا، سونی، LG، توشیبا، میتسوبیسی و شارپ قرار گرفته است.

بنیانگذار

توشیو ایو بنیانگذار سانئو در 1902 در خانواده ای فقیر متولد شد. در 13 سالگی پدرش را از دست داد و در مغازه عمویش به کار مشغول شد. پس از ازدواج یکی از خواهرانش با کونوسوکی ماتسوشیتا بنیانگذار شرکت ناسیونال / پاناسونیک، به توصیه او به شرکتش پیوست تا او را در کسب و کار کوچک وسایل الکتریک خانگی یاری دهد. او در کمک به ماتسوشیتا از هیچ کوششی دریغ نوزید و پشتکار و استحکام اراده خود را در این راه نشان داد. زمانی که برای سربازی به شهر دالیان چین رفت، عاشق دختر یک مغازه دار تنباکو فروش شد و به او پیشنهاد داد تا مغازه اش را در اختیار فروش محصولات ماتسوشیتا قرار دهد. اما او نپذیرفت و آن وصلت سرنگرفت. 70 سال بعد یکی از شعبه های اصلی سانئو در شهر دالیان چین تأسیس شد. پس از برگشت به ژاپن ازدواج کرد، اما خیلی زود همسرش فوت کرد و بحرانهای فردی و کاری طاقت فرسایی برای او پیش آمد که با عزم و اراده قابل تحسین همه را پشت سر گذاشت. پس از جنگ جهانی دوم، کسب و کار خود را با صلاحدید ماتسوشیتا جدا و شرکت سانئو را تأسیس کرد. وقتی در 1947 اولین کارخانه اش را در زمینه تولید لامپهای دنیای دوچرخه راه انداخت، خطاب به کارکنان محدودش گفت: اگر تصور کنیم که نیمی از مردم دنیا دوچرخه سوار می شوند، بیش از یک میلیارد مشتری خواهیم داشت. پس تقاضا برای این محصول زیاد است. رؤیای من آن است که نیمی از تمام دوچرخه های جهان از لامپهای ما استفاده کنند. توشیو ایو در 1968 درگذشت. ماتسوشیتا در جریان بزرگداشت او گفت: من بیش از هرکس دیگر با او زندگی کرده ام؛ از 14 سالگی که مدرسه را ترک گفت و نزد من شروع به کار کرد. او یک روحیه فوق العاده قوی داشت. همه چیز شرکت ماتسوشیتا نتیجه کار سخت توشیو است، زمانی که با شرکت ما کار می کرد.

آینده

سانئو در سال 2005، پروژه تحول شرکت و چشم انداز جدید خود را اعلام کرد. پورتفوی کسب و کار سانئو برای سال 2010 عبارت است از:

- کسب مزیت رقابتی در بازار؛
- رشد پایدار در بازار؛
- توانایی پایدار نگهداشتن سود؛
- کسب فناوریهای نوین؛
- کسب ظرفیتهای بازار؛
- تجدید ساختار؛

- افزایش ظرفیتهای حرفه ای‌گری.

تحول ساختاری شرکت شامل سه مرحله آماده سازی، تجدید ساختار و رشد است. مدیرعامل جدید شرکت سی ایشیرو سانو که چندماهه است به این سمت برگزیده شده است، می گوید: قصد دارم تمامی کارکنان را در جهت واحدی حرکت دهم تا بتوانند توقعات سهامداران را برآورده سازند و ارزشهای سازمانی را ارتقا دهند. آنها را تشویق می کنم که هر یک مستقل عمل کنند و تحول ساختاری را به انجام رسانند.

منابع

www. sanyo. Com - 1

www. fortune.com - 2

منبع:مجله تدبیر-شماره ۱۸۸