

การบรรยายพิเศษเรื่องการตลาด (Marketing)
หลักสูตร X-MBA มหาวิทยาลัยบูรพา ณ อาคารยูไนเต็ด
วันอาทิตย์ที่ 24 กุมภาพันธ์ 2551 เวลา 9.00 – 12.00 น.
โดย ดร.บุญเกียรติ โชควัฒนา

ในครั้งที่แล้ว ดร.บุญเกียรติ ได้แนะนำถึงการสอนตัวเอง การทบทวนตัวเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ท่านสรุปมาได้ไม่นาน เมื่อก่อนท่านก็ไม่ได้ทบทวนตัวเองอย่างสม่ำเสมอ แต่ระยะหลังนี้ท่านทบทวนตัวเองและสรุปเรื่องราวต่าง ๆ เป็นประจำ

การทบทวนตัวเอง คือ การที่เราทบทวนตัวเองว่าสิ่งที่เราทำไปนั้นดีหรือไม่ดี ถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง ใช่หรือไม่ใช่ ทบทวนตัวเองตลอดเวลา ต้องทำให้เป็นนิสัยเพราะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก แต่คนจำนวนมากเวลาทำอะไรไปกลับไม่ยอมทบทวนตัวเองว่าใช่หรือไม่ใช่ ควรทำหรือไม่ควรทำ

ในการทำอะไรสักอย่างหนึ่ง ดร.บุญเกียรติ จะถามตัวเองและตอบตัวเอง ซึ่งท่านเรียกว่า**การสอนตัวเอง** บางคนถามแต่ไม่ยอมตอบตัวเอง พุดแต่ว่าทำไม ๆ แต่ก็ไม่มีคำตอบใด ๆ สำหรับ ดร.บุญเกียรติ ไม่ว่าเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ท่านก็จะตอบตัวเองให้ได้ ซึ่งหลาย ๆ ครั้งก็มักจะพบคำตอบว่าเหตุที่ทำให้เกิดเรื่องต่าง ๆ นั้น ก็คือตัวเรานั้นเอง

ตัวอย่างคำถามเพื่อฝึกการสอนตัวเอง: ทำไมคนญี่ปุ่นจึงได้ขยันกว่าคนไทย ?

นิสิตตอบว่า เพราะคนญี่ปุ่นมีระเบียบ เพราะเป็นประเทศที่แพ้สงคราม และต้องฟื้นฟูประเทศ จึงมีแต่ความยากลำบาก ดร.บุญเกียรติ แนะนำว่า ที่คนของเขาขยันเพราะประเทศของเขามีภัยธรรมชาติเยอะมาก จึงทำให้คนมีความขยัน มีความคล่องตัวสูงกว่าประเทศที่คนอยู่กันอย่างสบาย ๆ สำหรับประเด็นแพ้สงครามที่นิสิตตอบก็ไม่ได้ผิด แต่ประเทศที่แพ้สงครามยังมีอีกหลายประเทศ แต่ถ้าเทียบความขยันแล้วก็คงยังสู้ญี่ปุ่นไม่ได้อยู่ดี คำตอบเหล่านี้ ดร.บุญเกียรติ ไม่ต้องไปถามใคร ท่านคิดแล้วก็ตอบตัวท่านเอง

คำถามต่อมา ทำไมคนในประเทศเดียวกันแต่อยู่กันคนละภูมิภาค ภูมิภาค เช่น ทางเหนือหนาวเย็นกว่าทางใต้มาก ๆ ก็ทำให้คนที่อยู่ทางเหนือซึ่งมีอากาศหนาวกว่าขยันกว่าคนที่อยู่ทางใต้ซึ่งมีอากาศที่อบอุ่นกว่า ?

นิสิตตอบว่า อาจเป็นเพราะช่วงเวลาในการทำงานไม่เท่ากัน คนที่อยู่ในอากาศที่หนาวกว่ามีช่วงเวลาในการทำงานสั้นกว่า และคนที่อยู่ในอากาศหนาวต้องทำให้ร่างกายเคลื่อนไหวให้มากไว้ ดร.บุญเกียรติ แนะนำว่า ทั้งสองคำตอบก็มีส่วนถูก แต่ยังไม่ถึงแก่นแก่นของเรื่องก็คือ อากาศที่หนาวทำให้คนไม่ขยันไม่ได้ ไม่ขยันก็ต้องตาย จึงทำให้เขามีระเบียบวินัย มีความขยันในการเตรียมตัว ในการวางแผน อากาศที่หนาวทำให้เวลาสั้น การที่เขาใช้เวลาไม่มากทำให้เขาต้องวางแผนมากกว่าคนที่ใช้เวลาเหลือเฟือ ต้องขยันคิด ขยันทำมากกว่า ก็เหมือนกับคนที่มีความยากลำบากก็จำเป็นที่จะต้องใช้สมองมากขึ้นเพื่อให้ตนเองอยู่รอด ต้องมีกลยุทธ์เพื่อให้ตัวเองอยู่รอดได้ ส่วนคนที่มีความเป็นอยู่สบาย ๆ อยู่อย่างไรก็รอดก็ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้สมองมากนัก

เหล่านี้คือตัวอย่างของการตั้งคำถามแล้วตอบตัวเอง และหากเราสังเกตดูดี ๆ จะพบว่าเกือบทุกอย่างจะสัมพันธ์กับดวงอาทิตย์ แม้แต่ในเรื่องเศรษฐกีกิจนักเศรษฐศาสตร์ก็บอกว่า เป็นผลมาจากดวงอาทิตย์เช่นกัน การที่โลกโคจรเข้าใกล้หรือออกห่างจากดวงอาทิตย์ล้วนมีผลกระทบต่อพืชไร่ ซึ่งพืชไร่เหล่านี้ก็มีผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจของโลก

ดร.บุญเกียรติ ได้แนะนำเรื่อง**ข้อมูล**และ**ความคิดสร้างสรรค์** ถ้าไปอ่านในหนังสือที่ ดร.บุญเกียรติเขียน ท่านจะกล่าวไว้ว่าคนที่เรียนมาทางการตลาดโดยเฉพาะ ถึงแม้จะสำเร็จระดับบัณฑิตหรือมหาบัณฑิตก็ตาม กลับไม่ค่อยได้เป็นอันดับ 1 ในองค์กร เพราะยึดติดกับข้อมูลมากเกินไป **การยึดติดข้อมูลทำให้ความคิดสร้างสรรค์หายไป**

เราควรต้องรู้ถึงความแตกต่างระหว่าง **"นึก"** กับ **"คิด"** ก่อน เวลาเราจะทำอะไรก็ตาม หากเรานำเอาข้อมูลเก่าที่เราเก็บสะสมไว้ตั้งแต่ในอดีตออกมาใช้ สิ่งนี้เรียกว่าเรานึก เรายังไม่ได้ใช้ความคิดเลย เมื่อเรายังไม่ได้ฝึกคิดเราก็จะไม่ชำนาญในการคิด แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าข้อมูลนั้นไม่ดี ดร.บุญเกียรติ ย้ำอยู่เสมอว่าข้อมูลเป็นสิ่งที่ดีแต่อย่านำไปใช้พร่ำเพรื่อจนเกินไป จนยึดติดอยู่กับข้อมูล ให้เราเชื่อความคิดของตัวเองบ้าง ไม่ใช่เวลาจะทำอะไรก็ต้องไปหาข้อมูลก่อน ข้อมูลที่เราหามาได้นี้ก็เป็นข้อมูลที่คนอื่นหามาได้เหมือนกัน แล้วเราจะมี Creativity แตกต่างหรือเหนือกว่าคนอื่นได้อย่างไร

ดังนั้นคนที่ทำการตลาดสำคัญมากที่จะต้อง**เชื่อว่าตนเองมี Creativity** สามารถทำอะไรที่ใหม่ ๆ แตกต่างจากคนอื่นได้ ส่วนคนที่เรียนหนังสือมาส่วนใหญ่จะทำอะไรก็ต้องมีข้อมูล จะคุยอะไรก็ต้องเอาเอกสาร เอาตัวเลขมาแสดงก่อน ทำให้ขาดความคิดสร้างสรรค์ เหตุนี้จึงทำให้คนที่เรียนการตลาดมาสู่คนที่ไม่ได้เรียนมาไม่ได้ คนที่เรียนการตลาดมาจึงมักต้องเป็นลูกน้องคนที่ไม่ได้เรียนมา เพราะคนที่ไม่ได้เรียนมามักจะไม่ยึดติดข้อมูล เขาจะใช้ความคิดมากกว่า สำหรับนิสิตที่กำลังเรียนอยู่ เรียนไปแล้วก็อย่าไปติดแต่ข้อมูล เพราะสิ่งที่สำคัญกว่าข้อมูลก็คือ**ความคิด**ของตัวเอง

เวลาที่ ดร.บุญเกียรติ มาบรรยาย ท่านจึงไม่ชี้หน้าว่าวิธีการต้องเป็นอย่างนั้น ต้องทำอย่างนี้ การบอกเป็นขั้นเป็นตอนแล้วให้นิสิตจำเอาเป็นแค่เพียงการนึกเท่านั้น ดังนั้นท่านจึงให้เป็น**แนวคิด** เป็น**หลักคิด**มากกว่า และคนที่คิดบ่อย ๆ ก็จะทำให้เกิดความชำนาญ มีความสามารถในการคิดที่เพิ่มขึ้น

เวลาจะทำอะไร ถ้าเราใช้ข้อมูลสิ่งที่ได้นั้นก็จะไม่สร้างสรรค์ ไม่แตกต่าง ดังนั้นเวลาเราสรุปได้แล้วว่าเราต้องการจะทำอะไร ก็ให้เราเริ่มทำไปเลย โดยระหว่างทางหากเราต้องการใช้ข้อมูลอะไร เราก็ค่อยหาข้อมูลเฉพาะตรงนั้นเท่าที่จำเป็น บางคนมีข้อมูลมากมาย แต่ไม่รู้ว่าจะใช้ข้อมูลไหน เพราะมีเยอะไปหมด เหมือนกับสำนวนที่ว่า "รู้มากยากนาน" บางสิ่งสำเร็จได้ง่าย ๆ กลับกลายเป็นสำเร็จได้ยาก เราจึงต้องทบทวนในสิ่งเหล่านี้

การตลาด (Marketing) ในมุมมองของ ดร.บุญเกียรติ จะมีคำจำกัดความว่า “ทำอะไรก็ได้หลาย ๆ อย่าง ที่ทำให้ลูกค้าพอใจจนซื้อสินค้าเรา และเรามีกำไร” ในเรื่องกำไรนี้เราอาจจะขาดทุนบ้างชั่วคราวชั่วคราวได้ แต่ถ้าขาดทุนไปเรื่อยเปื่อยติดต่อกันไปนาน ๆ ก็ไม่นับเป็นการตลาดแล้ว ควรจะเป็นการเติบโตมากกว่า

นอกจากนี้ยังพูดได้ว่าการตลาดเหมือนการแข่งขัน เหมือนการสู้รบ เหมือนการกีฬา และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือเราต้องอยากชนะ คนที่ทำการตลาดไปอย่างนั้นเอง ทำไปตามหน้าที่ ทำไปตามข้อมูล ทำไปตามข้อเท็จจริงก็จะไม่ส่งผลเท่าไร เป็นการทำให้แบบไปเรื่อย ๆ

นักการตลาดจึงต้องมีเป้าหมายว่าจะทำให้บรรลุอะไร ที่ดีที่สุดคือชนะคู่แข่ง สมมติเราเป็น Brand เล็ก ส่วนคู่แข่งเป็น Brand ใหญ่ ถ้าใช้ข้อมูลทางการตลาด เราคงจะบอกได้เพียงว่าเราไม่มีทางที่จะชนะคู่แข่งได้ คนที่คิดอย่างนี้ก็จะทำแบบขอไปที ทำไปแบบเรื่อยเปื่อย ถ้าจะเป็นนักการตลาดที่ดี ที่เก่ง ต้องคิดว่าถึงจะไม่ชนะวันนี้ พรุ่งนี้ต้องชนะ คิดอย่างนี้จึงจะเป็นคำตอบของความสำเร็จ

การคิดเอาชนะคู่แข่งนี้ไม่ต้องไปกลัวว่าจะไปทำให้ใครเดือดร้อน หรือไปทำให้ใครตาย เปรียบได้กับการเล่นกีฬาที่ต้องมีผู้แพ้และผู้ชนะ แต่เกมนี้เราจะเป็นผู้ชนะ เมื่อเราคิดที่จะชนะ ความคิดของเราก็จะกว้างขวางกว่า จะนำศักยภาพที่ตนเองมีออกมาใช้มากกว่าคนที่ไม่คิดจะเอาชนะมากมาย

วิธีการคิดเช่นนี้เราสามารถนำมาประยุกต์คิดกับเรื่องอื่น ๆ ได้ด้วย อย่างเรื่องทั่ว ๆ ไป ในสำนักงาน เวลาเราทำงานเราก็ต้องคิดว่าเราจะต้องเป็นที่ 1 ในงานในองค์กร ซึ่งจะทำให้เราเริ่มใช้ความคิดเช่นจะต้องวางตัวอย่างไร จะมีจุดยืนแบบไหน ต้องวางภาพลักษณ์ของตัวเอง บทบาทของตัวเองอย่างไร ไม่เช่นนั้นเราก็จะทำงานไปเรื่อย ๆ ไปวัน ๆ

ดังนั้นคนที่ทำการตลาดต้องมีความอยากเป็นที่ 1 คนที่คิดจะทำไปอย่างนั้นเองจะไม่ค่อยประสบความสำเร็จ ความอยากเป็นที่ 1 จึงสำคัญมาก ๆ และเมื่อเป็นที่ 1 แล้วเราต้องคิดต่อว่า เราต้องทิ้งคู่แข่งให้ขาดลอย ทิ้งให้ไม่เห็นฝุ่น

ดร.บุญเกียรติ ได้พูดถึงเรื่อง **บทบาท ทำดี และภาพลักษณ์** ซึ่งคนเราต้องทบทวนตลอดเวลาว่า เรามีทำดีเป็นอย่างไร ถูกต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ของตัวเองหรือไม่ ตอนนีเราต้องเล่นบทบาทอะไร สองสิ่งนี้จะสะท้อนให้เห็นว่า**ภาพลักษณ์**ของเราเป็นอย่างไร อย่างเวลาลูกน้องเดือดร้อน เราก็ต้องมีทำดีที่จะช่วยเขา ถ้าเราทำเฉย ๆ ลูกน้องก็คงจะไม่รัก คงจะเป็นหัวหน้าที่ดีไม่ได้ หัวหน้าที่ดีจึงต้องมีทำดีที่จะช่วย ต้องมีความกระตือรือร้นที่จะช่วย ซึ่งลูกน้องก็จะเกิดความประทับใจ หัวหน้าก็จะเป็นผู้นำที่ดีได้

ผู้นำ จะต้องมียุทธศาสตร์ 3 อย่างคือ

- เป็นผู้ให้: ให้การช่วยเหลือ ให้ความคิด ให้ความรู้ ให้อภิบาล ให้เงินทอง ฯลฯ
- เป็นตัวอย่างที่ดี: เป็นต้นแบบให้คนอื่นอยากทำตาม
- เป็นผู้เสียสละ: สามารถสละสิ่งที่เป็นของตนเองให้ลูกน้องได้ สละเวลา สละทรัพย์ของตัวเอง ฯลฯ

ดร.บุญเกียรติ ได้แนะนำเรื่อง Mindset ว่า ทุกคนตั้งแต่เด็กมาก็จะมี Mindset หลาย ๆ อย่างเกิดขึ้นมาในตัวเอง Mindset หนึ่งในที่ ดร.บุญเกียรติ อยากกล่าวถึงคือ "เราทำอะไรไม่ได้ ถ้าไม่มีข้อมูล" เพราะบางคนที่เรียนมาเยอะ ๆ ก็จะเริ่มติดข้อมูล เวลาไม่มีข้อมูลก็จะทำอะไรไม่ถูก บางเรื่องก่อนไปเรียนมายังทำได้อยู่เลย แต่พอไปเรียนกลับมากลับทำไม่ได้เพราะไม่มีข้อมูล สำหรับ Mindset ที่ไม่ก่อให้เกิดผลดีกับตัวเองเช่นนี้ ให้เราปลดออก แล้วสร้าง Mindset ใหม่ที่ดีและมีประโยชน์ขึ้นมาแทนเช่น "ไม่มีข้อมูลก็ทำงานสำเร็จได้" แต่ที่ ดร.บุญเกียรติ พูดนี้ไม่ใช่ว่าต่อไปนี้ไม่ให้ใช้ข้อมูล ท่านเพียงเตือนให้อย่าไปติดกับข้อมูลมากเกินไป

ตัวอย่างของ Mindset อีกอันหนึ่งคือ บางคนตอนเด็ก ๆ รับประทานปลาแล้วกางปลาติดคอ บางคนเจอเหตุการณ์อย่างนี้ก็ยึดติดเกิดเป็น Mindset ที่ไม่ดี ไม่ยอมกินปลาอีกต่อไป เขาไม่ได้คิดที่จะปลด Mindset หรือประสบการณ์ที่ไม่ดีออกไป บางคนจึงต้องติดอยู่กับ Mindset อย่างนี้ไปตลอดชีวิต ดร.บุญเกียรติ ก็เคยรับประทานปลาแล้วกางปลาติดคอ แต่ท่านจะคิดว่า "ครั้งนี้ติดคอ ครั้งหน้าไม่ติดคอแล้ว เพราะจะระวังมากขึ้น" คิดเพื่อปลดประสบการณ์ที่ไม่ดีเหล่านี้ทิ้งไป

เราต้องทบทวน Mindset ของเราว่าอันไหนดี อันไหนไม่ดี และต้องพยายามปลด Mindset ที่ไม่ดีของเราทิ้งไป ส่วน Mindset ที่ดี ๆ ก็พยายามนำมาใส่ตัวเรา Mindset ที่ดี ๆ ตัวอย่างเช่น กลัวบาป ไม่อยากทำบาป ไม่อยากฆ่าสัตว์ตัดชีวิต อยากถือศีล ตัวเราเองก็จะเป็นคนดีขึ้นเรื่อย ๆ จิตของเราก็จะพัฒนาสูงขึ้นเรื่อย ๆ

นักการตลาดที่มี Mindset ว่าตนเองคิดเรื่อง Creative ไม่เป็น คิดแต่ว่าเรื่อง Creative เป็นเรื่องของมืออาชีพ Mindset เช่นนี้เราต้องปลดทิ้งไป และต้องคิดว่า "เราก็คิด Creative เป็น คิด Creative เก่ง" และจริง ๆ ในการทำสินค้าหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เยอะมาก สำหรับคนที่คิดได้ก็จะคิดได้เยอะแยะไปหมด คนอื่น ๆ ก็ได้แต่ชมว่าเขาเก่ง แต่ตัวเองคิดไม่เป็น ซึ่งเป็นการคิดลบ จึงต้องเปลี่ยนความคิดเป็นว่า "เขาทำได้เราก็ทำได้" "เขาเจริญเราก็เจริญได้และดีกว่าเขาด้วย" ซึ่งเป็นการคิดบวก

เวลาเราจะทำอะไร เราต้องคิดว่าเราทำได้ ซึ่งจะทำให้เราเกิดพลังมหาศาล โดยเราต้องเริ่มคิดบวกกับตัวเองก่อน เราต้องคิดบวกอย่างไม่มีเงื่อนไข ต้องมุ่งมั่นอย่างไม่มีเงื่อนไข แม้แต่เราคิดบวกเพียงคนเดียวก็ยังสามารถทำงานของเราให้สำเร็จได้

สำหรับความมุ่งมั่นนี้เกิดขึ้นจากการตั้งเป้าหมาย เมื่อตั้งเป้าหมายแล้วเรามีความปรารถนาอย่างสูงส่งที่จะให้ได้ตามเป้า ความมุ่งมั่นก็จะเกิดขึ้น ส่วนคนที่ตั้งเป้าอย่างเลื่อนลอยก็จะไม่เกิดความมุ่งมั่น คนที่ตั้งเป้าแล้วคิดว่าจะต้องทำได้จนเกิดความมุ่งมั่นเหล่านี้คือคนที่คิดบวก เป็นความมุ่งมั่นอย่างไม่มีเงื่อนไข ซึ่งเราควรจะกลับไปทบทวนตัวเองว่าถ้าเราจะทำให้เกิดความมุ่งมั่นนี้กับตัวเอง เราจะต้องทำอย่างไร

การตั้งเป้าหมายที่ดี จะต้องตั้งให้เป็นเป้าหมายที่ถูก ที่ดีสำหรับตนเอง เป็นเป้าหมายที่มากพอ สูงพอ และจะยิ่งดีขึ้นไปอีกถ้าเป้าหมายนั้นทำให้คนอื่นดีขึ้นด้วย

บางคนตั้งเป้าหมายแล้วก็บอกตัวเองว่า ถึงเป้าหรือไม่ถึงก็ได้ คิดอย่างนี้ก็จะไม่มีพลัง เราต้องคิดว่าเราต้องถึงเป้า ต้องได้ตามเป้า คิดบ่อย ๆ

การตั้งเป้าหมายให้กับลูก ดร.บุญเกียรติ มักจะแนะนำให้ตั้งเป้าให้ลูก "ดี เก่ง รวย" เพราะการตั้งเป้าเช่นนี้จะสามารถครอบคลุมสิ่งต่าง ๆ ได้ทั้งหมด เป็นเป้าหมายระดับสูงสุดที่อยากจะให้ลูกเป็นจริง ๆ การตั้งเป้าหมายนี้ไม่ควรคิดตั้งเป้าเป็นขั้น ๆ เช่น คิดให้ลูกจบปริญญาตรีก่อน พอจบแล้วก็คิดให้ลูกจบปริญญาโทต่อ แต่คนที่จบปริญญาโทก็อาจจะไม่เก่งก็ได้ ส่วนคนที่เก่งไม่จำเป็นต้องจบปริญญาโทก็ได้ นอกจากนี้การจบระดับสูง ๆ ก็ไม่ได้เป็นตัวชี้ชะตาว่าเขาจะรวย ดังนั้นให้เราคิดไปเลยว่าลูกจะ เก่ง รวย ดี พร้อมกันไปเลยจะดีกว่า

แต่บิดาของ ดร.บุญเกียรติ คือ ดร.เทียม โชควัฒนา ท่านกลับไม่อยากให้ลูกรวย เพราะคิดว่ารวยแล้วจะไม่ขยัน ท่านจึงไม่เคยคิดไม่เคยสอนเพื่อให้ลูกรวยเลย แต่จะสอนให้ลูก ๆ มีความรับผิดชอบต่อทุกอย่างที่ตัวเองทำ ซึ่งสูตรของ ดร.บุญเกียรติ คำว่า "ดี" ก็ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบอยู่แล้ว

การตั้งเป้าหมายในการทำงาน ในการทำการตลาด ก็ต้องตั้งไปในทางบวก ตั้งด้วยความมั่นใจว่าเราจะได้ตามเป้านั้น อย่าตั้งเป้าแบบเลื่อนลอยต้องระบุลงไปเลย เช่นจะมียอดขาย 200 ล้านบาท ภายใน 5 ปี จากยอดขายเดิม 50 ล้านบาท คนที่ตั้งเป้าทำทนายเช่นนี้ก็จะเริ่มใช้สมองคิดในสิ่งต่าง ๆ มากมายเพื่อให้ได้ตามเป้า แต่ถ้าไม่ได้ตั้งเป่าก็คงจะไม่คิดอะไรมากมาย ทำอะไรไปแบบเดิม ๆ ไม่มีอะไรเกิดขึ้น

ดร.บุญเกียรติ พูดถึงช่วงวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ทำให้คนไทยต้องเปลี่ยนแปลงความคิด ก่อนหน้านั้นเราไปรับเทคโนโลยีจากคนอื่นมา เขาบอกให้เราทำอะไรเราก็ทำ ทำเป็นก็ดีใจแล้ว แต่ตอนนี้เราต้องคิดว่าเราต้องไปสอนคนอื่นได้ ไปขาย Knowhow ได้ เราต้องคิดว่าเราต้องเป็นใหญ่ในโลกได้ คิดอย่างนี้เราถึงจะเกิด

แต่คนไทยกลับมาพูดกันว่าเราแพ้จีน แพ้เวียดนาม พูดบ่อย ๆ ก็คงไม่ทำให้เราชนะเขา บางคนพูดอีกว่าถ้าเมืองจีนทำอะไร เวียดนามทำอะไร เราต้องหนีไปทำอย่างอื่นที่เขาไม่ทำ คิดอย่างนี้แล้วเมื่อไรเราจะเจริญ นักวิชาการชอบคิดอย่างนี้เพราะได้ข้อมูลมาเช่นนี้ นอกจากนี้คนไทยเราสบายกันจนชิน ไม่คิดจะสู้ใคร

นิสิตถามถึงกลยุทธ์ในการวางสินค้า เช่น เครื่องแต่งกาย Lacoste ในแต่ละห้างจะวางสินค้า Style ที่แตกต่างกันหรือไม่ ?

ดร.บุญเกียรติ กล่าวว่าเรื่องการวาง Style ของสินค้าแต่ละห้างไม่เหมือนกันนั้นมีส่วนอยู่บ้างแต่มีไม่มากนัก อย่างเซ็นทรัลจะขายดีมาก เราจึงพิถีพิถันในการป้อนสินค้าเข้าไปให้ครบ รวมถึงเขามีพื้นที่ที่จะโชว์สินค้าเยอะด้วย อย่างร้านในต่างจังหวัดบางที่ก็มีพื้นที่ในการโชว์สินค้าน้อย นอกจากนี้เซ็นทรัลยังมีความสามารถในการให้แสงไฟที่โดดเด่นกว่าห้างอื่น ซึ่งแสงก็มีบทบาทอย่างมากที่จะทำให้สินค้าดูดีน่าซื้อ ส่วนร้านเล็ก ๆ ก็จะมุ่งแต่ประหยัดไฟเลยทำให้สินค้าดูไม่ค่อยดี

โดยสรุปแล้วจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้บริโภคและร้านที่จำหน่าย เพราะถึงจะเป็นร้านของ Lacoste ด้วยกันเอง ก็ยังมีการแบ่งแยกโดยคนทำงานเอง เพราะปรกติร้านที่มียอดขายสูงกว่าก็จะได้รับการสนใจและดูแลมากกว่า ยิ่งสนใจก็ยิ่งทำให้ร้านนั้นดูดี การทำการตลาด จะต้องมีการเอาใจใส่ ต้องมีการติดตาม และต้องมี Response Time ที่ดี

นิสิตถามถึงเรื่องสินค้าเลียนแบบ ว่าบริษัทมีวิธีจัดการอย่างไร ?

ดร.บุญเกียรติ อธิบายว่า เรามีการจับมาโดยตลอด เรื่องนี้เป็นปัญหาโลกแตก จับอย่างไรก็ไม่หมดเราจึงต้องเข้าใจ แล้วทำไปพร้อมกันทั้งสองอย่างคือ ส่วนที่ขายเราก็ขายกันไป ส่วนที่จับเราก็จัดการกันไป บางคนไปคิดแต่ว่าต้องรอให้จัดการให้หมดก่อนแล้วค่อยมาขายซึ่งก็ไม่ใช่

อย่างตอนที่ทาง Lacoste มาเสนอให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเมื่อ 20 ปีที่แล้ว ตอนนั้นมีของปลอมเยอะมาก ดร.บุญเกียรติ บอกเลยว่าไม่เคยทำสินค้าที่มีของปลอมเยอะขนาดนี้มาก่อน ฝรั่งเศสยังรบเร้าให้เราทำโดยบอกว่าจะช่วยเหลือเราในการจัดการกับของปลอมด้วย เราจึงรับที่จะทำ

ปัจจุบันนี้ ดร.บุญเกียรติ มีกลยุทธ์โดยใช้ Concept แบบไทย ๆ โดยให้คนไปขอร้องไม่ให้เขาขายของปลอม เป็นการใช้จิตวิทยา ซึ่งคนไทยก็น่ารักมาก พอมีคนมาขอร้องเขาก็ยอมเก็บของปลอมไม่ขาย การขอร้องนี้ได้ผลมากกับคนไทย แต่ก็ไม่ได้ผลอย่างถาวร สักพักก็นำออกมาขายอีก คนที่ไปขอร้องจึงต้องไปขอร้องเขาบ่อย ๆ จนทำให้ตอนนี้ของปลอมหายไปเยอะ

นิสิตถามว่า หากจะออกสินค้าใหม่ในตลาด เราควรจะต้องวางแผนการตลาดอย่างไร ?

ดร.บุญเกียรติ แนะนำว่าต้องไปทำวิจัยก่อนว่าปัจจุบันใครอยู่ตรงไหน อย่างไรก็ตามเราต้องตั้งวิสัยทัศน์ให้กับ Brand ของเราก่อนได้ เช่น ตั้งว่าเราจะเป็นที่ 1 นั้นตั้งได้เลยโดยไม่ต้องไปวิจัย แล้วเราจึงมาวิจัยว่าขณะนั้นในตลาดมีใครอยู่บ้าง แล้วใครมีความใกล้เคียงกับเรา แล้วค่อยไล่จากอันดับที่เล็กที่สุดก่อนว่ามีส่วนแบ่งการตลาดเท่าไร แล้วตั้งใจที่จะชนะ Brand ที่เล็กก่อน สมมติเรามีส่วนแบ่งการตลาด 10% ให้เราตั้งเป้าเลยว่าอีก 2 ปีเราจะแข่ง 10% โดยมีเป้าหมายสุดท้ายว่าเราจะเป็นที่ 1 คนที่คิดแบบนี้จึงจะมีโอกาสเป็นที่ 1 และเมื่อเป็นที่ 1 ในเมืองไทยแล้ว ก็ให้เราคิดถึงการเป็นที่ 1 ระดับโลก เช่นตอนนี้เรามีร้าน Lacoste ที่ใหญ่ที่สุดในโลกอยู่ที่ Central World

ดร.บุญเกียรติ ยังได้ยกตัวอย่าง บริษัท MTI ซึ่งเป็นสถาบันแต่งหน้าในเครือสหพัฒน์ เทียบไปแล้วบริษัทนี้ใหญ่กว่าที่ Hollywood เสียอีก เพราะได้ทำการอบรมช่างแต่งหน้าในประเทศไทยมากกว่า Hollywood จึงนับว่าเราเป็นอันดับ 1 ในโลก

วิธีการที่เราจะเอาชนะคนอื่นได้นั้นเราต้องเจียบ ๆ เหมือนเสือที่กำลังจะจับเหยื่อ เสือต้องหมอบคลานเข้าไป ต้องเจียบ ๆ เพราะถ้าเข้าไปอย่างโจ่งฉ่างเหยื่อก็จะรู้ตัวหนีไปก่อน ดังนั้นถ้าเราต้องการชนะเขา เราก็ต้องเจียบ ๆ ให้เหมือนกับเสือ แล้วสาเหตุที่เสือต้องเจียบ ๆ เพราะเสือเองก็เป็นสัตว์ที่ตัวใหญ่เกินไปถ้าอยู่ในป่ารก ๆ แล้วเข้าไปโจ่งฉ่างก็มีโอกาสที่จะติดต้นไม้กิ่งไม้ เหยื่อที่มีขนาดเล็กกว่าก็จะหนีไปได้ ถึงแม้จะเป็นทุ่งโล่งเหยื่อก็มักจะวิ่งไวกว่าเสือ ถ้ามาแบบโจ่งฉ่างสุดท้ายก็คงไล่เหยื่อไม่ทัน จึงต้องเข้าหาเหยื่อแบบเจียบ ๆ แม้แต่เสือซีต้าที่วิ่งเร็วที่สุดในโลกก็วิ่งได้เร็วเพียงพักเดียว และยังเลี้ยวไม่เก่งสู้เหยื่อไม่ได้อีกต่างหาก

นิสิตถามว่า ถ้าเราได้รับภารกิจอันท้าทาย แต่ผู้นำไม่มีคุณสมบัติทั้ง 3 ข้อที่ ดร.บุญเกียรติ แนะนำ เราควรจะทำอย่างไร ?

ดร.บุญเกียรติ แนะนำให้เราทำตัวเป็นผู้นำที่มีคุณสมบัติทั้ง 3 ข้อ คือ เป็นตัวอย่างที่ดี เป็นผู้ให้ และเป็นผู้เสียสละ โดยนำในสิ่งที่เรานำได้ ในสิ่งที่เราดูแลอยู่ ทำอย่างตั้งอกตั้งใจ แล้วหัวหน้าของเราก็จะค่อย ๆ สังเกตเรา อาจจะยกตำแหน่งผู้นำให้เราเลยก็ได้

นิสิตถามถึงเรื่องการบริหารเวลา เพราะผู้บริหารระดับสูงงานจะเยอะ มักจะไม่ค่อยมีเวลา ?

ดร.บุญเกียรติ เองก็มีงาน มี Project ต่าง ๆ เยอะมาก ท่านจึงให้เลขาช่วยบริหารท่านในเรื่องเวลา ดังนั้นหากใครจะถามว่าท่านว่างช่วงไหนท่านก็จะให้ไปถามเลขา และถ้ามีเวลาว่างไม่ว่าจะเป็นในหรือนอกเวลางาน ใครนัดมาท่านก็จะรับนัดทั้งหมด แต่ก็ยังมีบางคนบ่นว่านัดท่านไม่ได้ คนพวกนี้มักจะนัดท่านตอนที่เขาเองสะดวก สำหรับคนพวกนี้ท่านก็จะบอกเขาไปว่าท่านมีเวลา 24 ชั่วโมง ทำให้เขาไม่มีข้ออ้างต้องเลิกบ่นไป สำหรับช่วงเวลาส่วนตัวของท่านก็คือช่วงที่ไม่มีนัด ซึ่งก็ยังเหลืออีกตั้งมาก แต่ถ้าว่างท่านก็จะดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ เขียนหนังสือ ฯลฯ รวมถึงเวลานอนหลับท่านก็ถือรวมเป็นเวลาพักของท่านด้วย

นิสิตถามว่าสินค้าในเครือสหพัฒน์มีมากมายหลาย Brand สำหรับสินค้าบางอย่างที่ชนกันมีวิธีจัดการอย่างไร และในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา หรือที่กำลังจะมาถึงนี้ มีวิธีบริหารจัดการอย่างไร ?

ดร.บุญเกียรติ อธิบายว่า มีคนตั้งข้อสังเกตไว้เหมือนกันว่าทำไมเราจึงทำสินค้า 2 - 3 อย่างที่มี Position เดียวกัน ทำมาสู้กันทำไม ทำไมไม่ทำแค่ Brand เดียวจะได้ไม่เปลืองแรง แต่ถ้าเราคิดในแง่บวกคิดว่าสู้กันเองแต่ก็เจริญทั้งหมด เพราะในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคมี Brand เยอะมาก ถ้าเรามี 1 Brand ไปรบกับอีก 10 Brands ก็เท่ากับเราต้องไปรบ 1:10 แต่ถ้าเรามี 3 Brands ก็เท่ากับเรารบ 1:3 เท่านั้นเอง ทำให้เรามีโอกาสที่จะเป็นเจ้าตลาดที่ง่ายกว่า

นอกจากนี้การรบกันเอง ทำให้เกิดการพัฒนาตัวเอง ก็เหมือนกับการเล่นกีฬา การฝึกซ้อมหรือการเล่นกันเองนี้ก็ทำให้เราเก่งขึ้นได้

ดังนั้นการที่เรามี Brand เยอะ ๆ ทำให้เรามีความแข็งแกร่งมากขึ้น

ส่วนในกรณีที่มีสินค้าที่ขายไม่ดี เช่น พวกเสื้อผ้าที่ต้องมี Size ที่หลากหลายทำให้ขายไม่หมด เราจึงต้องทำการ Sale อยู่เป็นประจำ เพื่อทำการบริหารของที่ค้างสต็อกให้เหลือในจำนวนที่เหมาะสม

ส่วนที่ถามถึงช่วงวิกฤต เราต้องคิดว่ามีวิกฤตก็ต้องมีโอกาสมันมีตักก็ต้องมีขึ้น ยิ่งตกเร็วก็ยิ่งขึ้นสูง ดร.บุญเกียรติ จะใช้ Concept เช่นนี้ เวลานั้นข่าวมาถามท่านว่าอนาคตเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร ท่านก็จะตอบว่า "ดีขึ้น" อยู่ตลอด ซึ่งเป็นการคิดบวก แล้วเหตุการณ์ต่าง ๆ ก็ดีขึ้นจริง ๆ

ถ้าสถานการณ์แย่ เราไปคิดลบเราก็จะแย่ไปตามสถานการณ์ แต่ถ้าเราคิดบวก คิดว่าถึงสถานการณ์จะแย่อย่างไรแต่เราจะดี ต้องคิดอย่างนี้ก่อนแล้วสิ่งอื่น ๆ ก็จะตามมาเอง และด้วยความคิดเช่นนี้ทำให้เครือข่ายพัฒนาผ่านพ้นวิกฤติโดยใช้เวลาเพียง 3 ปีเท่านั้น ซึ่งก็เกิดจากความเชื่อมั่นและมุ่งมั่นที่จะดีขึ้นนั่นเอง

สมัยก่อนคนที่ทำธุรกิจยังไม่ต้องเข้าใจเรื่องการตลาดสักเท่าไร เพราะสมัยก่อนเป็นตลาดของผู้ขาย หรือ seller Market หรือ Supplier Market ก็ได้ คือขอให้มีสินค้าอย่างไรก็ขายได้ แต่ตอนนี้ เป็น Buyer Market เป็นช่วงที่ Demand น้อยกว่า Supply คนที่จะขายของมีมากกว่าคนที่ซื้อของ จึงเริ่มเกิดการแข่งขัน การตลาดจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ใครที่อ่อนแอทางการตลาดจะต้องค่อย ๆ เลื่อนหายไป

นิสิตถามว่า อย่าง Lacoste การ Design สินค้าในประเทศจะแตกต่างจากสินค้าต่างประเทศหรือไม่ ?

ดร.บุญเกียรติ อธิบายว่า ส่วนใหญ่จะเหมือนกัน แต่ทาง Lacoste เขาเปิดโอกาสให้เราเสนอ Design ของเราได้ด้วย แต่เขาจะต้อง approve ก่อน

นิสิตถามถึงเรื่องปัญญาญาณที่ ดร.บุญเกียรติ พูดไปในครั้งที่แล้ว ดร.บุญเกียรติ จึงอธิบายเพิ่มเติมว่า คนทุกคนมีปัญญาญาณ (Intuition) เพราะเราเกิดกันมาคนละหลาย ๆ ชนิดแล้ว ปัญญาญาณนี้เป็นสิ่งที่เราสั่งสมกันมา อยู่ในจิตใต้สำนึก เหมือนกับบางคนที่มีการพรสวรรค์ในการทำอะไรบางอย่างมาตั้งแต่เกิด เป็นความเข้าใจหรือความรู้ที่ไม่ได้มาจากข้อมูล ปัญญาญาณนี้บางคนก็เรียกว่า Sixth Sense

ดร.บุญเกียรติ จึงแนะนำให้เราเชื่อตัวเองบ้าง เอาสิ่งที่เราเชื่อมาเป็นบรรทัดฐานที่ 1 ก่อน แล้วค่อยมาพิจารณาดูว่าใช่หรือไม่

ดร.บุญเกียรติ เน้นว่าปัจจุบันการวิจัยผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สำคัญมาก คนที่ทำวิจัยต้องเน้นทำวิจัยเพื่อให้เข้าใจความรู้สึกของผู้บริโภค ว่าเขาชอบหรือไม่ชอบสินค้าของเรา การบริการของเรา ฯลฯ ซึ่งละเอียดอ่อนมาก ผู้ทำวิจัยต้องมีความชำนาญ ต้องทำบ่อย ๆ เพราะถ้าเราเข้าใจผู้บริโภคจะส่งผลให้เราทำธุรกิจได้ดี

หลังการวิจัยด้วยวิธีต่าง ๆ เราก็จะได้ผลของการวิจัยกลับมา เรายังต้องสามารถตีความผลของการวิจัยได้ด้วย แต่คนปัจจุบันกลับตีความไม่เป็น นำเสนอได้เพียงผลของการวิจัยเท่านั้น ถ้าถามต่อว่าผลเพิ่มขึ้นเช่นนี้จะทำอย่างไร ก็จะตอบไม่ได้ ยังไม่สามารถประยุกต์ผลจากการวิจัยให้เป็นวิธีการที่จะต้องทำได้

แม้แต่เราเห็นว่าตัวเลขของเราขึ้นแต่ของคู่แข่งลง เรายังต้องรู้ด้วยว่าเพราะอะไร และเราจะต้องทำอะไรต่อ ต้องตอบได้อย่างชัดเจน

คนส่วนใหญ่มาเรียนหนังสือเพื่อมาหาความรู้ ซึ่งไม่พอ รู้เดี๋ยวก็ลืม ต้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ดร.บุญเกียรติ จะใช้คำว่า "เรียนรู" คือเข้าใจในสิ่งที่เราได้รู้มา และหากจะให้ถึงขั้นนำไปประยุกต์ใช้ได้ ดร.บุญเกียรติ จะใช้คำว่า "รับเรียนรู" ซึ่งเป็นศัพท์ของ

ดร.บุญเกียรติ เอง เป็นการรับเข้าไปในจิตใจของเราเพื่อให้เราเปลี่ยนวิธีคิดของเราให้สอดคล้องกับสิ่งที่ดี ๆ ที่เราเรียนรู้มา วิธีการรับเรียนรู้ก็ต้องเรียนรู้ก่อน คือนำสิ่งที่รู้มาทบทวนทำความเข้าใจก่อน คนเรายังคิดยิ่งเข้าใจมากขึ้น ต่อมาคือกระบวนการรับเรียนรู้ ดูว่าสิ่งที่เราเข้าใจแล้วนี่อันไหนมาประโยชน์ต่อตัวเรา เราก็จะรับหลักคิดนั้นเอาไว้ในจิตใจของเรา ให้จิตใจของเราเชื่อว่าอันนี้ดี เป็นการบันทึกเก็บเอาไว้ก่อน การที่จะทำให้ไม่ลืมเราต้องคิดบ่อย ๆ พุดบ่อย ๆ เอาไปสอนคนอื่น ก็จะได้จำได้แม่นยำ

และเมื่อเราสอนเรื่องดี ๆ ให้กับคนอื่น ก็เท่ากับดอกหญ้าให้ตัวเราเองต้องทำตามนั้นด้วย รวมถึงหนังสือ "หลักคิดและปรัชญาการทำงาน บุญเกียรติ โชควัฒนา" ที่ได้แจกให้กับนิสิตไปแล้วนั่นก็คือหลักคิด ซึ่งส่วนใหญ่ก็มาจาก ดร.เทียม โชควัฒนา บิดาของท่านเอง แต่ละข้อในหนังสือ ดร.บุญเกียรติ ได้รับเรียนรู้เพื่อนำมาใช้ในการทำงาน นิสิตสามารถนำไปพิจารณา หากคิดว่าข้อไหนดี มีประโยชน์ ก็สามารถรับเรียนรู้นำไปใช้ได้

ดร.บุญเกียรติ ได้แนะนำเรื่อง**สมองซีกซ้าย-ซีกขวา** เป็นเรื่องสุดท้าย สมองซีกซ้ายจะเกี่ยวข้องกับข้อมูล ข่าวสาร เทคโนโลยี ส่วนสมองซีกขวาก็เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก คุณธรรม มโนธรรม ศิลปะทั้งหลาย **Creativity** รวมถึงการ**คิดบวก**ด้วย คนที่คิดบวกคือคนที่เจออะไรที่ดีหรือไม่ดีเราก็ยังคิดบวกได้ ซึ่งสำคัญที่วิธีคิดที่เป็นบวกนั่นเอง ส่วนคนที่ใช้ข้อมูลมาก ๆ จะใช้สมองซีกขวาไม่เป็น นักการตลาดที่ต้องการจะประสบความสำเร็จจึงต้องฝึกใช้สมองซีกขวาไว้ให้มาก