

บันทึกการบรรยาย ดร. บุญเกียรติ โชควัฒนา
วิชา 459602 กลยุทธ์การประกอบการ (Entrepreneurial Strategies)
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ รุ่นที่ 3 มหาวิทยาลัยบูรพา
ครั้งที่ 3 วันเสาร์ที่ 30 สิงหาคม 2551 เวลา 9.00 – 16.00 น.

คิดบวก และจิตใต้สำนึก

วัตถุประสงค์ที่ ดร. บุญเกียรติ มาแนะนำนิสิตนี้ ก็เพื่อให้ นิสิตได้เรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ของท่าน ให้ได้มากที่สุด สำหรับตัวท่านเองสมัยก่อนท่านก็ขาดความมั่นใจในตัวเอง แต่พอคิดบวกมากขึ้น ชีวิตของท่านก็เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น เกิดความมั่นใจในตนเอง ดังนั้นหากนิสิตรับคำแนะนำต่าง ๆ แล้วนำไปคิดไปพิจารณา ประยุกต์ใช้ ก็จะทำให้เกิดประโยชน์ เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวนิสิตเองไปในทางที่ดีขึ้น

หนังสือ และภาพยนตร์เรื่อง The Secret ก็เป็นเรื่องของการคิดบวก และพลังของจิตใต้สำนึกทั้งนั้น ซึ่งก็ตรงกับที่ ดร.บุญเกียรติ แนะนำว่า จิตใต้สำนึกต้องการการการตอกย้ำ เวลาจะคิดอะไรต้องคิดบ่อย ๆ สิ่งที่เราคิดก็จะเกิดขึ้นกับตัวเรา ดังนั้นเราคิดเรื่องที่ดี เราก็จะพบกับเรื่องที่ดี แต่ถ้าเราคิดเรื่องที่ไม่ดี เราก็จะพบกับเรื่องที่ไม่ดี

การคิดบวกจึงสำคัญมาก เพราะเมื่อเราคิดย้ำถึงแต่เรื่องที่ดี ๆ เราก็จะได้ในสิ่งที่ดี ๆ ตามที่เราคิด คนไทยบางคนกลับคิดว่า การคิดว่าตนเองดีจะกลายเป็นคนกร่าง ซ้ำอวด ทำตัว Over ทำให้คนไทยไม่กล้าคิดดีกับตัวเอง เช่น มีคนชมว่าเราสวย/หล่อ เราก็จะถ่อมตัวตอบไปว่า “ไม่สวย/หล่อ” หรือมีคนชมว่าเล่นกีฬาเก่ง เราก็มักจะถ่อมตัวตอบว่าไม่เก่ง จึงกลายเป็นจุดอ่อนของคนไทย ยิ่งพูดถ่อมตัว จึงไม่สวย/หล่อ ไม่เก่งมากขึ้นทุกวัน ดังนั้นหากมีใครมาชื่นชมเรา ก็ให้เราตอบขอบคุณ โดยไม่ต้องไปพูดถ่อมตัวอีก เป็นการทำให้จิตของเราเป็นบวกตลอดเวลา ซึ่งเรื่องเล็ก ๆ อย่างนี้ แต่กลับเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก

สำหรับคนที่เชื่อตัวเลขมาก ๆ สนใจข้อมูลมาก ๆ สิ่งที่จะหายไป โดยจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามก็คือ ความละเอียดอ่อนในเรื่องคน เราจึงต้องคิดถึงเรื่องคนบ้าง เพราะพฤติกรรมของคนไม่ใช่ 1 + 1 เป็น 2 หรือเรียกว่าเป็นอะไรที่ไม่ตรงไปตรงมา มีความไม่แน่นอนสูงมาก การเข้าใจคนจึงไม่สามารถเข้าใจได้ด้วยตัวเลข แต่ต้องเข้าใจด้วยจิตใจของเราเอง

วินัยของการคิด (Disciplinary Thinking)

เป็นการคิดอย่างมีขั้นมีตอน บางคนคิดจากหัวไปหาง บางคนคิดจากหางไปหัว สับสนวนวายเป็นหมด ขาด Sequence ที่ถูกต้อง จึงไม่ได้คำตอบที่เหมาะสม แต่หากเราคิดอะไรเป็นขั้นเป็นตอน ความไม่ถูกต้องในทางวินัยของการคิดก็จะน้อยลง

โจทย์ฝึกซ้อมความคิด

สำหรับบริษัท จะต้องมีการเติบโตทุกปี เพราะพนักงานต้องการเงินเดือนขึ้นทุกปี เราจะทำให้เขามีเงินเดือนขึ้นทุกปีได้ ก็เมื่อยอดขายของเราเพิ่มขึ้นทุกปี พนักงานจะได้เจริญไปพร้อมกับองค์กรได้ ดังปรัชญาของ ดร.เทียม โชควัฒนา ที่กล่าวว่า “แค่หยุดอยู่กับที่ ก็กลายเป็นผู้ล้าหลัง” ท่านแนะนำไม่ให้ทำธุรกิจที่เสี่ยงเกินไป เพราะถ้าธุรกิจเกิดล้มเหลว พนักงานก็จะเดือดร้อนไปด้วย นอกจากนี้ยังต้องทำธุรกิจให้โตขึ้นเรื่อย ๆ ขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ พนักงานจะได้มีเงินเดือนขึ้น

สมมุติสินค้าของเรา ยอดขายเริ่มทรงตัว ไม่ค่อยขึ้นแล้ว เราจะทำอย่างไรให้ยอดขายขึ้น ? ให้ นิสิต ต้องคำถามแล้วหาคำตอบให้กับตัวเอง (Zero base) และให้คิดแบบ Conceptual Thinking

นิสิตช่วยกันแสดงความคิดเห็น ร่วมกับ ดร.บุญเกียรติ แนะนำวิธีการต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

- ให้ความรู้ จัดอบรมพนักงาน
- เพิ่มโฆษณา
- เปลี่ยนภาพลักษณ์สินค้า
- เพิ่มช่องทางการจำหน่าย
- ปรับกลยุทธ์ให้เข้ากับสถานการณ์
- ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแก้ไข
- สนับสนุนให้พนักงานคิดบวก
- Sampling แจกตัวอย่างให้ทดลองใช้
- ขึ้นราคาสินค้า ถ้าจำนวนชิ้นไม่ตกก็เท่ากับยอดขายขึ้นแล้ว
- ปรับลดปริมาณการบรรจุ โดยไม่เพิ่มราคา แต่กรณีนี้ยอดขายอาจไม่สูงขึ้นก็ได้ แต่ได้กำไรมากขึ้น
- เปลี่ยนช่องทางมาจำหน่ายเอง และเพิ่มความเอาใจใส่
- วิจัยผู้บริโภค เพื่อให้โดนใจผู้บริโภคมากขึ้น
- ขยายกลุ่มลูกค้า โดยต้องดู Target Consumer ประกอบด้วย
- เปลี่ยน Volume
- สร้าง Value Added
- เปลี่ยนชื่อสินค้า (Re-brand)
- ส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ

คำถามนี้เป็นการฝึกให้คิดแบบ Zero base เป็นการคิดถึงวิธีการ โดยใช้การตั้งคำถาม แล้วหาคำตอบ และที่ไม่จำเป็นต้องรู้ว่าเป็นสินค้าอะไร จะได้ฝึกคิดอย่างไม่มีกรอบ

วิธีคิดแบบต่าง ๆ

Conceptual Thinking (คิดเชิงมโนทัศน์)

เป็นการคิดโดยไม่ยึดติดกับของจริง คิดโดยไม่มีกรอบ ทำให้เรามองเป็นภาพกว้าง คิดเป็น Concept จะเจอวิธีการใหม่ ๆ มากกว่า เวลาเราทำงานจริง ๆ แม้ว่าเราจะรู้ว่าสินค้าที่เราจะคิดนี่คืออะไร แต่เราก็ควรคิดแบบ Conceptual ก่อนโดยยังไม่ต้องนำสินค้ามาเป็นตัวตั้ง เพราะถ้าไม่ทำเช่นนี้ก็เท่ากับเราไป ตั้งกรอบในการคิด แล้วเราก็มักจะไม่มีพบวิธีการใหม่ ๆ

เมื่อเราคิดแบบ Conceptual Thinking แล้ว ต่อไปเราก็ต้องมาลงรายละเอียด โดยพิจารณาว่าสิ่งที่คิดได้นี้ หัวข้อไหนประยุกต์ใช้แล้วเกิดประโยชน์กับสินค้าของเรา อาจจะมี 10 หัวข้อที่เรานำมาใช้ได้ อย่างการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เรามีอยู่แล้ว 50,000 ช่องทาง ก็ต้องมาพิจารณาว่าน้อยหรือมากโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่น กลุ่มผงซักฟอก 50,000 ช่องทางถือว่ายังน้อย แต่ถ้าเป็นรองเท้า 50,000 ช่องทางถือว่ามากแล้ว

นอกจากนี้สำหรับหัวข้อที่ไม่เหมาะกับเราก็อย่าเพิ่งละเลย ถ้าเราคิดสัก ๆ แล้วพบว่าไม่มีใครเคยทำเลย คู่แข่งก็ไม่ทำ หากเราทำสินค้าของเรา ก็จะโดดเด่นขึ้นมาในทันที

สมัยก่อนมักจะไม่ค่อยได้ทำการวิจัย การวิจัยนี้จะทำให้เราเข้าใจผู้บริโภค สมัยก่อนที่ไม่ได้ทำการวิจัยเพราะเขาเอาตัวเราเองมาเป็นตัวแทนของผู้บริโภค นึกแต่ว่าถ้าเราชอบอันนี้ผู้บริโภคก็ต้องชอบด้วย

แต่ตอนนี้คู่แข่งมีมากมาย ดังนั้นความแม่นยำในด้านความต้องการของผู้บริโภคทำให้เรามีโอกาสสำเร็จได้มากกว่า ยิ่งโดนใจผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นยิ่งเสียเงินในการทำการตลาดน้อยลง การทำการตลาดเราต้องพยายามทำอะไรที่แตกต่าง หรือก็คือ Creative นั่นเอง

ความแตกต่างก็มีอยู่ 2 อย่างคือ แตกต่างที่ไม่โดนใจ ผู้บริโภครู้สึกเฉย ๆ กับแตกต่างที่โดนใจ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคไม่เคยคิดเลย ที่ผู้บริโภครู้สึกได้ว่าใช่เลย ทำให้อยากซื้อสินค้าในทันที ความแตกต่างที่ผู้บริโภคไม่ได้คิดถึง หรือไม่รู้ว่าเขาเองต้องการ แต่เราไปจุดประกายเขา ภาษาทางการตลาดจะเรียกว่า Unmet Needs

Unmet Needs คือความต้องการที่ลึก ๆ อยู่ในใจของผู้บริโภค ที่ยังไม่ได้ถูกสนอง ปัจจุบันถึงแม้จะมี Supply มากกว่า Demand เราจึงต้องหา Unmet Needs ให้ได้ อย่างเช่น คอนโดมิเนียมที่มีอยู่มากมาย แต่ละแห่งก็ Design พอ ๆ กัน แต่ถ้าใครมีอะไรเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ผู้บริโภคโดนใจ เช่น มีโถส้วมขนาดใหญ่เป็นพิเศษ ก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจ ซึ่งก็เป็น Unmet Needs ได้ Unmet Needs อาจเป็นสิ่งที่เล็ก ๆ น้อย ๆ จนบางที่เรานึกไม่ถึงเลยก็ได้

Systematic Thinking (คิดเป็นระบบ)

จากตัวอย่างข้างต้น ที่ ดร.บุญเกียรติ ให้เราพิจารณาหัวข้อจากเกือบ 20 ข้อ มาเหลือ 10 ข้อ เช่นนี้เรียนกว่า Systematic Thinking คือแทนที่เราจะคิดได้เพียงเรื่องเดียวแล้วทำเลย หรือ “คิดปืบทำปืบ” ซึ่งคนส่วนมากทำเช่นนี้ เขาเหล่านั้นไม่ได้ดำเนินไปตามขั้นตอนของการคิด จะถูกหรือผิด ได้ผลมากหรือน้อยก็ไม่ว่า ออกแรงไปตั้งมากแต่ได้ผลกลับมานิดเดียว และที่คนไทยส่วนใหญ่เป็นกันอยู่อย่างนี้ก็เพราะ

- ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง คิดว่าตนเองไม่มี Creative
- พ่อแม่ส่วนใหญ่จะห้ามไม่ให้ลูกฝึกลงกลางวัน ห้ามไม่ให้ลูกคิดมาก

จึงทำให้สุดท้ายคนส่วนใหญ่จึงไม่ค่อยคิด

ดังนั้นเวลาเราคิดเราต้องคิดทีละเรื่อง แต่ต้องคิดให้ได้หลาย ๆ เรื่อง และทำพร้อมกันได้ทีละหลายๆ เรื่อง (คำสอนของ อ.ปริญญา ต้นสกุล)

Lateral Thinking (คิดเชื่อมโยง)

อย่างบางคนคิดถึงเรื่องหนึ่ง แล้วก็สามารถโยงเรื่องนี้ไปคิดอีกเรื่องหนึ่งได้ ซึ่งคนที่คิดเชื่อมโยงเป็น จะสามารถเรียนรู้ได้ดีกว่าคนที่ไม่สามารถคิดเชื่อมโยงได้ อย่าง “ข้าง” กับ “มด” มีอะไรเหมือนกันบ้าง

- เป็นสัตว์เหมือนกัน
- มีขาเหมือนกัน
- มีปากเหมือนกัน
- อยู่กันเป็นฝูงเหมือนกัน

คนที่คิดเชื่อมโยงบ่อย ๆ จะคิดได้มากกว่า คิดได้เก่งกว่า คนที่ไม่คิดเชื่อมโยง และคนที่ประสบความสำเร็จในการทำงานมักจะเป็นผู้ที่ใช้ความคิดเชื่อมโยงอยู่เป็นประจำ โดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม เช่น การได้ราคาไม่เท่ากันของการให้เช่ารถยนต์ กับโรงแรมที่ให้อัตราค่าที่พักไม่เท่ากัน

Intuitive Thinking (คิดโดยใช้ปัญญาญาณ)

เป็นสิ่งที่เรารู้สึกได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องมีข้อมูล เป็นการรู้โดยใช้ปัญญาญาณ ซึ่งสังสรรค์ประสบการณ์มาตั้งแต่ในอดีตชาติ แต่คนที่เรียนมาสูง ๆ หรือเชื่อแต่ข้อมูล จะทำให้ความสามารถนี้หายไป

แต่ก็ไม่ใช่ว่าให้เราห้ามเชื่อข้อมูล ข้อมูลก็เชื่อไป แต่ต้องเชื่อด้วยที่เราทุกคนมีปัญญาญาณ และเราสามารถใช้อปัญญาญาณนี้ได้

ความเชื่อบางอย่างก็ไม่ต้องพิสูจน์ พระพุทธเจ้าทรงเคยตรัสไว้ว่า "อย่าเชื่อ จนกว่าจะได้พิจารณาด้วยตัวเราเอง" เราจึงควรใช้สติปัญญาของเราเอง พิจารณาเรื่องต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ นอกจากนี้พระองค์ยังตรัสถึง "อจินไตย" ก็คือสิ่งที่ให้เราเชื่อไปเลยโดยไม่ต้องคิด ไม่ต้องพิจารณา ไม่ควรพิสูจน์ ซึ่งมีด้วยกัน 4 เรื่องคือ

- พุทธวิสัยของพระพุทธเจ้าทั้งหลาย
- ฌานวิสัยของผู้ได้ฌาน
- วิบากแห่งกรรม
- ความคิดเรื่องโลก

พระพุทธเจ้าทรงสอนสิ่งต่าง ๆ ตามหลักของวิทยาศาสตร์ เป็น Logic เป็นเหตุเป็นผล ถึงกระนั้นก็ยังตรัสว่าบางอย่างก็ให้เชื่อไปเลย สำหรับคนที่ไม่ยอมเชื่ออะไรเลย ไม่ยอมเรียนรู้อะไรเลย จะเป็นคนที่เรียนรู้ช้ามาก และที่คนสมัยนี้ไม่ยอมเชื่ออะไรง่าย ๆ ก็เพราะกลัวจะมงาย