

ทัศนศึกษามิติใหม่ หัวใจโมโนชูคุริ เชียงไฮ้-อู่ สัมผัสจริงธุรกิจนำเข้าสินค้าจากแหล่งต้นน้ำ

ต่อ จากฉบับที่แล้ว

เอกสิทธิ์ เข็มมวก
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (TNI)

การบูรณาการหลากหลายวิชาเพียงแค่วันเดียว พร้อมเรียนรู้

นอกจากความรู้เกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าจากจีนแล้ว เรายังได้เรียนอีกหลายวิชาเลยครับ เช่น เราเรียนวิชาประวัติศาสตร์จากการไปดูโชว์ราชวงศ์ชิงที่ห้องโถงที่มีความงดงามไปพร้อมๆ กับการสอดแทรกเกร็ดความรู้ทางประวัติศาสตร์ด้วย เราได้เห็นว่าผู้คนที่ไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 90 ล้วนเป็นคนจีน เราประจักษ์ด้วยสายตาเลยว่า เศรษฐกิจจีนพึ่งพาการบริโภคในประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งนี้เกี่ยวข้องกับวิชาเศรษฐศาสตร์ในแบบที่ตาเปล่ามองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมมากๆ เราได้เรียนรู้มารยาทการคุยธุรกิจบนโต๊ะอาหาร ซึ่งไกด์จีนได้บรรยายเทคนิคหลายต่อหลายอย่าง แต่พวกเขาตั้งใจเรียนมากเป็นพิเศษในหัวข้อ ไปจิว หรือเหล้าขาวที่ทุกการเจรจาจะขาดไม่ได้ มีความสำคัญกับการผูกมิตรสร้างสัมพันธทางการค้าที่เรียกว่า กวนซี ซึ่งปรากฏในตำราเรียนธุรกิจระหว่างประเทศทุกเล่ม แต่ไม่ได้ขยายความเช่นนี้ และยังมิมีวิชาจิตวิทยาผู้บริโภคที่เราได้เรียนรู้จากร้านขายสินค้าของรัฐบาลจีน พวกเขาขายสมุนไพรมะนาว ก๋วยเตี๋ยวหมัก ที่เขาจัดเอาเทคนิคการขายทุกรูปแบบมาใช้เล่นงานผู้ซื้อ โดยมีจุดอ่อนการทำงานของสมองมนุษย์เป็นเป้าในการโจมตี ยกตัวอย่างคลาสสิก เช่น Anchoring Effect หรืออคติการผูกติด มันหมายความว่าเมื่อเราไม่มีไอเดียของสิ่งหนึ่งควรมีราคาเท่าไร เราจะผูกติดราคาสินค้ากับค่าไปต่างๆ โดยที่เราไม่รู้ตัว เช่น เราไม่ทราบราคาก๋วยเตี๋ยวหมัก แต่มันติดราคาไว้ว่า 1,000 หยวน สมมติจะตีความทันทีว่าราคาก๋วยเตี๋ยวหมักนี้จะมีราคาราวๆ 1,000 หยวน เพราะฉะนั้นลูกค้าที่ไม่ทันคิดจะตกหลุมพราง และพยายามต่อราคาลงมาแถวๆ นั้น เช่น ขอต่อราคาลงมาเป็น 500 หรือ 600 หยวน ซึ่งราคาที่ซึ่งขายกันจริงๆ แบบที่พอให้ผู้ขายมีกำไรบ้างอาจจะแค่ 100 หรือ 200 หยวนเท่านั้น หรือยกตัวอย่างที่ร้านขายสมุนไพรมะนาวบรรยายสรรพคุณเกี่ยวกับยาแก้ไอว่าแช่แล้วสลายแก้ ไอหายปวดเมื่อย ผ่อนคลายอะไรต่างๆ นานา เมื่อเราลองแช่ดูพบว่าหายเมื่อยแก้ไอจริงๆ เราก็รู้สึกอยากซื้อขึ้นมาแบบนี้เรียกว่า Confirmation Bias หรือการปักใจเชื่อตั้งแต่แรกแล้วว่า ยานี้ดี เมื่อเราพบปรากฏการณ์หายเมื่อยมาคอนเฟิร์มความเชื่อของเรา เราจึงคิดไปเองว่ายานี้ดี แต่ไม่ได้คิดเลยว่าเราหายเมื่อยเพราะแช่น้ำร้อนต่างหาก โดยสรุปแล้ว คือ การดูงานครั้งนี้มีไฮไลท์

อยู่ที่เมืองอู่ก็จริง แต่ทุกๆ ที่ๆ เราไปเราก็ต้องได้เรียนรู้อะไรบางอย่างด้วย แม้ว่าจะเป็นโปรแกรมที่บริษัททัวร์ขอใส่ลงไป



จากการศึกษาดูงานเป็นเวลา 5 วันเต็ม ผลประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่ไปในทางเดียวกันว่า เป็นทริปที่คุ้มค่า มีประโยชน์อยากให้รุ่นน้องได้มาสัมผัส ตลอดจนอยากกลับมาอีกครั้ง น.ส.นุชวรา น้อยวินิจ นักศึกษาปีที่ 3 กล่าวว่า “การดูงานครั้งนี้ทำให้มองวิชาต่างๆ ได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น วิชาการตลาด วิชาการทำธุรกิจในจีน ตอนที่เรียนเราก็แค่อ่านหรือฟังจากที่อาจารย์สอน แต่ไม่นานก็จะลืม แต่การได้มาเรียนรู้ในสถานที่จริง ได้ประสบพบเจอด้วยตาของตัวเอง ทำให้ได้เรียนรู้และเข้าใจความเป็นไปและวัฒนธรรมของจีนมากขึ้น และยังได้ฝึกมุมมองให้เปิดกว้าง เรียนรู้ทักษะการเอาตัวรอดมากขึ้นด้วยค่ะ” ดังนั้นเราอาจสรุปได้ว่าทัศนศึกษามิติใหม่ หัวใจโมโนชูคุริสอดคล้องกับคำกล่าวของมาร์แชล พรูสท์ นักเขียนชาวฝรั่งเศสที่ว่า *การเดินทางเพื่อเรียนรู้สิ่งต่างๆ ไม่ใช่แค่การค้นหากิจกรรมที่ทัศนศึกษาใหม่ๆ แต่คือการมองเห็นเหล่านั้นด้วยมุมมองใหม่ต่างหาก* **TPA**