



ความคิดทางการตลาด ยิ่งไต่ยิ่งได้ ของมหาเศรษฐีโลก

มหาเศรษฐีโลกเป็นจำนวนมากมักมีความคิดทางการตลาดที่คล้ายๆ กันหลายๆ อย่าง ซึ่งหากเรามีโอกาสที่เข้าไปศึกษาถึงชีวิต และแนวความคิดของบุคคลเหล่านี้ เราก็จะได้ประโยชน์อย่างมากมายมหาศาล กระผมเองก็เป็นคนหนึ่งที่ต้องการประสบความสำเร็จ และต้องการรู้ จึงได้มีโอกาสเข้าไปศึกษา และอ่านประวัติของมหาเศรษฐีโลกเป็นจำนวนมาก ซึ่งพอที่จะสรุปแนวความคิดที่เกี่ยวกับการตลาดได้ดังนี้

ยิ่งให้ยิ่งรวย มหาเศรษฐีโลกเป็นจำนวนมาก มักเป็นผู้ให้มากกว่าเป็นผู้รับ พวกเขาจะมีความสุขจากการให้มากกว่าการรับ และเป็นสิ่งที่แปลกประหลาดอย่างหนึ่ง มหาเศรษฐีโลกเหล่านี้ชอบที่จะบริจาคเงินที่ตนเองหามาได้เป็นจำนวนมากๆ แก่สาธารณกุศล แต่ยิ่งให้แทนที่ทรัพย์สินเหล่านั้นจะหมดไป พวกเขาเหล่านั้น กลับได้ทรัพย์สินเงินทองคืนมาจากแหล่งอื่นๆ รวมทั้งทำให้พวกเขาเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

➢ บิลล์ เกตส์ อดีตมหาเศรษฐีที่ร่ำรวยที่สุดในโลก จากการ

ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.แพทยโลก

www.drsuthichai.com

จัดอันดับของนิตยสาร “ฟอร์บส์” เมื่อหลายปีก่อน เขาคือผู้ก่อตั้งไมโครซอฟท์ เมื่อเขาร่ำรวยที่สุดในโลกแล้ว เขาก็ได้ก่อตั้งมูลนิธิบิลล์เกตส์กับภรรยาของเขา โดยเขาได้บริจาคเงิน 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งยังบริจาคเงินมากกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อช่วยเหลือเด็กๆ ที่ทุกข์ทรมานจากเอชไอวี อีกทั้งยังได้บริจาคเงิน 750 ล้านดอลลาร์สหรัฐแก่กองทุนเพื่อช่วยเหลือผู้กับโรคต่างๆ การบริจาคเงิน และให้การช่วยเหลือผู้อื่น ทำให้เขาเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก อีกทั้งเป็นแบบอย่างให้มหาเศรษฐีคนอื่นๆ ได้ทำตามเขา เช่น

➢ วอร์เรน บัฟเฟตต์ ได้บริจาคเงินก้อนใหญ่เข้ากองทุนของเขา จึงทำให้กองทุนของบิลล์ เกตส์และภรรยา เป็นองค์กรการกุศลที่ใหญ่ที่สุดในโลกและมีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย

➢ คาร์ลอส สลิม มหาเศรษฐีที่เคยติดอันดับที่ร่ำรวยที่สุด

ในโลก ได้บริจาคเงินให้กับบิลล์ เกตส์ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อเข้ากองทุนโดยเงินเหล่านั้นจะถูกนำไปช่วยเหลือคนยากจนในละตินอเมริกา

☞ เจียงหลง ก็เป็นอีกคนหนึ่งที่ได้ตัดสินใจเข้าโครงการ “กิปฟิง เฟลด์จ์” ของ บิลล์ เกตส์ ซึ่งโครงการนี้จะต้องมอบเงินมากกว่าครึ่งให้กับสาธารณกุศลต่างๆ หลังจากที่ตนเองเสียชีวิต

มหาเศรษฐีชาวไทยก็มีหลายคนที่มีแนวความคิดนี้ เช่น คุณตัน ภาสกรนที, คุณบุญชัย เบญจรงค์กุล, คุณวิกรม กรมดิษฐ์, คุณทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ และคุณธนินท์ เจียรวนนท์ บุคคลเหล่านี้ได้บริจาคเงินช่วยเหลือการกุศล บางคนก็ได้ตั้งมูลนิธิของตนเองขึ้นมาเพื่อให้การช่วยเหลือสังคม และประเทศชาติ

ถามว่าทำไมมหาเศรษฐีเหล่านี้ถึงได้ **ให้** สิ่งต่างๆ กับบุคคลเป็นจำนวนมากซึ่งการให้นี้ ยังรวมไปถึงการให้เงิน การให้งาน การให้การเป็นแบบอย่างของชีวิต เพราะ **การให้** ทำให้มหาเศรษฐีเหล่านี้มีความสุขอย่างแท้จริง **การให้** ยังทำให้เขาได้รับสิ่งต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกมากมาย เช่น ได้เพื่อน ได้การยอมรับ ได้รับชื่อเสียง ได้รับการช่วยเหลือ และได้รับความร่ำรวย

หากว่าเราโยงเรื่องของ **การให้ การบริจาค** กับเรื่องทางการตลาด **การให้** ของมหาเศรษฐีโลก ก็คงไม่แตกต่างกับที่ บริษัทต่างๆ ทำ CSR หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม การช่วยเหลือสังคม ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรม และการบริหารงานที่ดี เพราะหากว่าลูกค้าหรือประชาชนทั่วโลกได้เห็นคุณงามความดีของมหาเศรษฐีที่ได้ทำไป ประชาชนทั่วโลกก็จะซื้อสินค้า และอุดหนุนสินค้าหรือบริการด้วยความพอใจ อีกทั้งยังช่วยสนับสนุน ส่งเสริม สินค้าต่างๆ ของมหาเศรษฐีอีกด้วย จึงเท่ากับว่าสิ่งที่มีมหาเศรษฐีได้ให้ไป ก็ได้ส่งผลมาเป็นการซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

☞ เจียงหลง ได้บริจาค และได้ช่วยเหลือคนเป็นจำนวนมากทั่วโลก เมื่อเจียงหลง ได้สร้างภาพยนตร์เรื่องใหม่ คนทั่วโลกก็อยากที่จะอุดหนุน และอยากที่จะไปดูการแสดงของเขาเพิ่มขึ้น การบริจาคจึงทำให้เกิดแฟนคลับที่มากขึ้นหรือทำให้เกิดแฟนคลับที่เพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

☞ คุณธนินท์ เจียรวนนท์ เจ้าของ และผู้บริหารเครือเจริญโภคภัณฑ์ ซึ่งเป็นมหาเศรษฐีที่ร่ำรวย

ที่สุดในประเทศไทย และเป็นมหาเศรษฐีโลก จากการจัดอันดับของ “ฟอร์บส์” เขาก็ได้มีแนวความคิดเรื่องการให้ เขาได้บริจาคเงินเพื่อการกุศลมากมาย เช่น การมอบทุนการศึกษา การสร้างวัด มอบเงินช่วยเหลือบุคคลเป็นจำนวนมาก ทั้งมอบด้วยตนเองหรือมอบผ่านบริษัทของเขา

☞ คุณตัน ภาสกรนที ก็เป็นอีกผู้หนึ่งที่ได้ให้การช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ เขาโด่งดังอย่างมากจากแบรนด์ “ตัน โออิชิ” ปัจจุบันเขาเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไม่นัน จำกัด ซึ่งผลิตชาเขียวตราโออิชิตัน จากการช่วยเหลือสังคมอย่างมาก เขาจึงได้ตัดสินใจก่อตั้ง มูลนิธิ “ตันบัน” เพื่อช่วยเหลือด้านการศึกษา

สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

การช่วยเหลือบุคคลเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนที่ได้ทราบหรือได้เห็น จึงอยากที่จะช่วยเหลือเขา ยิ่งปลายปี 54 โรงงานผลิตชาเขียว “โออิชิตัน” ที่ลงทุนถึง 3,000 ล้านบาท ต้องจมน้ำเนื่องจากน้ำท่วม ก็ยิ่งทำให้คนอยากที่จะช่วยเหลือเขา โดยผ่านทาง การซื้อสินค้าของเขา

ฉะนั้นเราจะเห็นได้ว่า **แนวความคิด ยิ่งให้ยิ่งได้** จึงเป็นแนวความคิดทางการตลาดอย่างหนึ่งในการทำ CSR ให้แก่ตัวเอง และบริษัทของตัวเอง อีกทั้งแนวความคิด ยิ่งให้ยิ่งได้ ยังได้สร้างแบรนด์ส่วนตัวของทั้งตัวเอง และแบรนด์ของบริษัทให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

สำหรับแนวความคิด ยิ่งให้ยิ่งได้ ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำธุรกิจได้อีกด้วย ดังเช่น 7-11 เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มแรกเปิดให้บริการ 7 โมงเช้าถึง 5 ทุ่ม ซึ่งตอนแรกๆ ได้ขายแต่น้ำแข็ง แต่เจ้าของ 7-11 มีหัวใจของการให้คือ อยากที่จะให้บริการสินค้าที่มากกว่านี้แก่ลูกค้าจึงได้เพิ่มสินค้าเข้าไปอีกมากมาย เช่น ขนม ยาสีฟัน ปากกา สบู่ แชมพู ฯลฯ ต่อมาด้วยความต้องการอยากที่จะให้บริการที่มากกว่านี้ เจ้าของจึงได้มีการเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นจากการเปิดร้านวันละ 16 ชั่วโมงเป็น 24 ชั่วโมง ภายหลังเจ้าของ 7-11 อยากที่จะให้บริการแก่ชาวอเมริกาเพิ่มขึ้น จึงได้ขยายสาขาไปทั่วอเมริกา ภายหลังเจ้าของ 7-11 ต้องการอยากให้ร้าน 7-11 ได้ให้บริการแก่คนทั่วโลก จึงได้ทำการขายแฟรนไชส์แก่ผู้ที่ต้องการเปิดร้าน 7-11 เกือบทุกประเทศ เพื่อให้ร้าน 7-11 ได้ให้บริการแก่คนทั่วโลก

ฉะนั้น หากว่าท่านต้องการที่จะประสบความสำเร็จทางการตลาดเหมือนดังมหาเศรษฐีหลายๆ คน การทำการตลาดจากแนวความคิด ยิ่งให้ยิ่งได้ จะเป็นแนวความคิดหนึ่งที่จะส่งเสริมให้การทำการตลาดของท่านประสบความสำเร็จและสร้างความร่ำรวยให้กับท่านได้มากขึ้น 

