

# สิ่งมีชีวิตที่เรียกว่า “ผู้นำ”

วิเชียร ตรีสุภาพกุล  
Global Co., Ltd.



ต่อ จากฉบับที่แล้ว

**10. ลอกเลียนสิ่งที่คู่แข่งของคุณกำลังทำ เพื่อที่เราจะได้**  
**10. เป็นอันดับสอง** ฟังดูอาจแปลกๆ ทว่ากลยุทธ์นี้หลายๆ องค์การได้ลอกเลียนวิธีนี้ไปใช้ อาจจะไม่ปรับเปลี่ยน ปรับแต่งบ้าง แต่ที่สุดหลายองค์การก็ประสบความสำเร็จ ตัวอย่างมีอยู่มากมายในวงการผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ทั้งนี้หมายความว่า องค์การนั้นๆ จะต้องมีความจริงจังที่จะพัฒนาสินค้า บริการ หรืออื่นๆ ให้ทัดเทียม และมีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสู่ความเป็นหนึ่งให้ได้ในอนาคต ไม่ใช่แต่อันดับสองอย่างที่จะเป็น

**11. ขอให้หมกมุ่นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ใช้ เพื่อจะได้เข้าใจการทำธุรกิจ** ผู้นำที่จะนำพาองค์กรไปสู่ข้างหน้า จะต้องเป็นผู้ที่เอาใจใส่ และเก็บคำร้องบ่นของลูกค้าหรือผู้ใช้สินค้า โดยคิดเสมอว่าหากเราเป็นลูกค้าหรือผู้ใช้บริการขององค์กร เราต้องการให้องค์กรปรับปรุงอะไร ด้วยวิธีคิดเช่นนี้ จะเป็นเข็มทิศให้เราได้นำเอาประสบการณ์ของผู้ใช้สินค้าหรือบริการมาขบคิด เท่ากับเป็นการเข้าใจการทำธุรกิจขององค์กร และช่วยให้สามารถปรับปรุงการทำธุรกิจขององค์กรเพื่อสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้

**12. ถ้าคุณทำธุรกิจ นั่นคือคุณกำลังอยู่ในธุรกิจการแสดง** ทุกขณะที่คุณกำลังทำงาน หมายถึงว่า คุณกำลังยืนอยู่บนเวที เพราะฉะนั้นจะต้องแสดงให้เห็นที่สุดอย่างมืออาชีพ การทำธุรกิจนั้นต้องคำนึงถึงผู้รับบริการหรือบริโภคเป็นหลัก หากผู้บริโภคไม่พอใจในสินค้าและบริการ ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ผู้บริโภคหรือลูกค้าจะพอใจหากสินค้าและบริการสามารถสนองความต้องการของ

เขาได้ ดังนั้น เมื่อต้องมาอยู่ในสถานะเช่นนี้ จึงต้องวิริยะในการบริหาร และบริการลูกค้า เราอาจมีประสบการณ์ทำนองนี้ อาทิ เมื่อเราชมการแสดงละครเวทีหรือการแสดงดนตรี หากผู้ชมสามารถเล่นได้สมบทบาทหรือแสดงดนตรีได้อย่างยอดเยี่ยม ย่อมจะได้รับคำชมจากผู้ชมอย่างเหลือล้น เพราะฉะนั้น การทำธุรกิจก็เฉกเช่นเดียวกับธุรกิจการแสดงที่มีผู้ชม ผู้จับตา หน้าที่ของผู้เล่นหรือผู้ประกอบการจะต้องทำอย่างสุดฝีมือ อย่างมืออาชีพ และมีจริยธรรม การทำธุรกิจทุกอย่างต้องอาศัยบุคคลหลากหลายสาขาที่ต้องการเพื่อร่วมมือผลิตผลงาน อาจจะไม่ต่างกันในด้านที่ แต่เป้าหมายสุดท้ายก็คือผู้รับบริการหรือลูกค้า เพราะฉะนั้นไม่ว่าใครจะมีบทบาทการทำงานด้านใด จึงพึงตระหนักจุดนี้เสมอ

**13. จงเป็นหัวหน้าช่างฝีมือ โดยการใช้สูตรปฏิบัติ + ปฏิบัติ + ปฏิบัติ** ช่างฝีมือที่มีความสามารถนั้น ล้วนได้เข้าจากการเรียนรู้ลงมือปฏิบัติ ยิ่งทำมากก็ยิ่งได้ประสบการณ์มาก ประสบการณ์อาจมิได้หมายถึงความสำเร็จเท่านั้น แม้ความผิดพลาด ความล้มเหลวก็เป็นบทเรียนอันมีค่าแก่การเรียนรู้ จดจำ และเป็นเครื่องเตือนใจไม่ให้ผิดซ้ำซาก เพราะฉะนั้น จึงไม่แปลกที่ในระดับตำแหน่งสูงขึ้นไปนั้น ประสบการณ์เป็นเรื่องสำคัญมาก เปรียบไปเหมือนกับทหารนักรบที่โชกโชนต่อการทำศึก มีร่องรอยบาดแผล หรือแผลเป็นมากมายที่เป็นเครื่องเตือนใจ ผู้บริหารในระดับสูงหรือระดับหัวหน้านั้น ย่อมจะต้องมีความรู้ ประสบการณ์พอสมควรที่จะทำให้งานลุล่วงได้ การเป็นหัวหน้าคนหรือในระดับบังคับบัญชาจึงย่อมมีสายตาในการมองเห็นปัญหา แก้ปัญหา และป้องกันปัญหาได้ เหล่านี้ล้วนเกิดจากการปฏิบัติอย่างหนักหน่วง บ่มเพาะเคี่ยวกรำตนเองจนมีความสามารถ สิ่งนี้เป็นสิ่งที่องค์กรทุกแห่งปรารถนา บางแห่งถึงกับแย่งตัวกันเลยทีเดียว

**14. จงสดชื่นแข็งแรงเหมือนมาดอนนามาบนเวที** บนเวทีหรืออาชีพการแสดง คือ การให้ความสุขแก่ผู้ชม เช่นเดียวกันการเป็น

หัวหน้าคนหรือผู้บริหาร ก็จะต้องมีพลังกาย พลังใจในการทำงานอย่างทุ่มเท สำหรับข้อคิดนี้ก็คือ นอกจากจะต้องมีความรู้ความสามารถในการทำงานแล้ว คุณสมบัติข้อหนึ่งก็คือ ความมีชีวิตชีวา คุณสมบัติอย่างหนึ่งของนักแสดงมืออาชีพก็คือ เมื่อขึ้นเวทีการแสดงแล้ว จะต้องเล่นให้เต็มฝีมือ มีพลังเต็มที่ในการแสดง อย่างที่มักมีคำกล่าวที่ว่า The show must go on ลองสังเกตนี้ร้องนักแสดงมืออาชีพ เวลาแสดงบนเวทีต่อหน้าผู้ชมร่วมหมื่นร่วมแสน เขาเหล่านั้นจะแสดงอย่างสุดจิตสุดใจ มอบความสุขแก่ผู้ชม เช่นเดียวกันผู้บริหารก็ต้องมีความเข้มแข็ง สดชื่นมีชีวิตชีวา เมื่อนั้นบรรยากาศในการทำงานย่อมสนุกสนาน และผลิตผลงานได้อย่างดี

**15. จงอ่านนิตยสารหรือวารสารที่ปกติคุณไม่เคยอ่านเลย พูดคุยกับคนที่คุณไม่เคยคุยด้วยมาก่อนเลย ไปสถานที่ที่คุณไม่เคยไป** สลัดความคิดแย่ๆ ออกไป จนเหลือแต่ความคิดสดใหม่ + ทิวกระหาย + เจิดจรัส กล่าวกันว่า เรื่องของความคิดนั้นสำคัญมาก เพราะหากยึดติด จมปรักอยู่กับความคิดเก่าๆ โดยไม่เปิดหูเปิดตาดูความเป็นไปในสังคมรอบข้างแล้ว เท่ากับปิดขังตัวเองอย่างน่าเสียดาย ผู้บริหารหลายคนเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่แก้ไม่ตก วุ่นวาย และวนเวียนอยู่กับกรอบความคิดเดิมๆ บางครั้งก็แก้ปัญหาไม่ตกอย่างที่เราเรียกว่าเหมือนลิงแก้แห ยิ่งแก้ยิ่งพันตัว แต่หากปลดปล่อยตัวเองให้ผ่อนคลาย แล้วลองเปลี่ยนทัศนคติมุมมองเสียใหม่ ไปสัมผัสกับสิ่งที่ยอยู่นอกกรอบ หลายคนมักได้ความคิด หรือแนวทางแก้ปัญหาจากมุมมองนี้ ดังนั้น เมื่อไรเราไปสัมผัสกับบรรยากาศอื่นๆ หรือใหม่ๆ บ้าง มันก็ช่วยให้เกิดความคิดใหม่ๆ ได้มาก

อุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงในอดีตที่เคยโด่งดังนั้น มีหลายแห่งที่ปิดตัวลงเพียงเพราะตามไม่ทันความเป็นไปของโลกสมัยใหม่ หรือบ้างก็ยืนหยัดอยู่กับของเดิมอย่างทรนงเกินไป ซึ่งที่สุดก็ไปไม่รอดจนต้องปิดฉาก แต่หลายแห่งที่ยังคงผดุงอยู่ได้ ก็เพราะรู้จักปรับตัว ลองสังเกตอย่างรถยนต์ของตะวันตก บางแห่งหายไปจากวงจรอุตสาหกรรมรถยนต์ แต่บางแห่งก็กลับมาเด่นสง่าพร้อมกับรูปโฉมใหม่ เหล่านี้คือความสามารถของผู้นำองค์กรที่รู้จักปรับตัว กระหายเรียนรู้ของใหม่ๆ ซึ่งก็ทำให้องค์กรเจริญ

**16. จงจำไว้ว่าสิ่งที่ทำให้ธุรกิจยิ่งใหญ่ เสียส่วนหนึ่งเกิดจากรายละเอียดที่ดูแล้วเหมือนไม่สำคัญ จึงได้แต่ทิ้งมันไป** อันที่จริงเรื่องทำนองนี้น่าคิดไม่น้อย ทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่าเมื่อใดที่เราครุ่นคิดอยู่กับอะไร เราจะมุ่งมั่น และเพ่งอยู่กับเรื่องนั้นๆ จริงอยู่เรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องเลยอาจถูกละทิ้งไป แต่ในบางรายละเอียดที่หลุดกรอบออกไปจนเหมือนกับเป็นเรื่องอื่น บางครั้งแม้เราอาจดูว่าไม่ใช่ทางรอด แต่อาจเป็นทางเลือกหรือในทางกลับอาจไม่ใช่ทางเลือก แต่อาจเป็นทางรอดก็ได้ ฉะนั้น รายละเอียดของเรื่องบางเรื่อง อาจแลดูไม่สำคัญ ณ ขณะนั้น แต่ก็ไม่ควรทิ้ง ใครจะล่วงรู้ว่าสักวันอาจจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจก็ได้



**17. คำว่า "ดีพอ" ไม่ได้หมายถึงว่า ดีพอ** ในโลกธุรกิจปัจจุบันหรือในทางการบริหารเอง ไม่มีสิ่งใดที่ "ดีที่สุด" หรือ "ดีที่ที่สุด" จะมีก็แต่ "ดีกว่า" สิ่งเดียวกัน ณ เวลาหนึ่งอาจจะเหมาะสม และ "ดีพอ" ที่จะสร้างความเด่นให้แก่สินค้าและบริการ แต่ไม่ได้หมายความว่ามันจะดีที่สุดหรือดีกว่าหรือดีพอ เพราะในขณะที่เห็นว่าดีพอนั้น คู่แข่งอาจพัฒนาสิ่งที่ดีกว่าขึ้นมาเทียบ เป็นการช่วงชิงความเหนือกว่าเพราะฉะนั้น ในทางการบริหารจัดการแล้วหลายๆ องค์การจึงอดมิได้ที่จะพัฒนาสินค้าและบริการอยู่อย่างสม่ำเสมอ ผู้นำหรือผู้บริหารในองค์การจึงไม่ควรชะล่าใจว่าสถานะของสินค้าและบริการดีพอแล้ว เพราะหากหยุดนิ่งเมื่อใด ก็อาจสูญเสียความเป็นผู้นำเนื่องจากเราจะไม่ "ดีพอ" นั่นเอง

**18. เรื่องดีๆ จะเกิดขึ้นเมื่อคุณปฏิบัติด้วยดีกับลูกค้าทุกคน** เรื่องของการบริการลูกค้าถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมาก สินค้าและบริการในปัจจุบันอาศัยการโฆษณากันอย่างหนักหน่วง ต้องยอมรับว่ายอดขายหรือบริการเพิ่มขึ้นก็มาจากการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ แต่ปัญหาจะไม่เกิดขึ้น หากสามารถรักษาระดับการบริการให้คงเส้นคงวา และปฏิบัติด้วยดีกับลูกค้า หลายๆ องค์การต้องเพลี่ยงพล้ำเพียงเพราะการบริการที่ไม่สมกับราคาคุยอย่างที่โฆษณา ทำให้เกิดการพูดปากต่อปาก บอกต่อถึงความบกพร่องของบริการที่มีต่อลูกค้า เพียงเท่านั้นภาพลักษณ์ก็ด้อยลงไปแล้ว ฉะนั้น หากจะให้เรื่องดีๆ เกิดขึ้นกับองค์กร ผู้นำจึงต้องละเอียดอ่อนต่อการปฏิบัติกับลูกค้า ซึ่งก็คือสิ่งมีชีวิตจิตใจ ไม่ควรลืมนึกว่าเพียงอารมณ์ชั่ววูบเดียวลูกค้าอาจเปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่งก็ได้ หากเราไม่สามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า