

ความคิดสร้างสรรค์ ทางด้านการตลาด

พศ.ดร.สุทธชัย ปญญโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พะเยาโลก

www.drsuthichai.com



“จงคิดต่าง จงกล้าคิด และจงปลดปล่อยความคิดให้เป็นอิสระ แล้วความคิดเชิงสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นกับตัวของท่าน”

การคิดสร้างสรรค์ทางด้านการตลาดมีความสำคัญมาก องค์การใดองค์หนึ่งจะเจริญเติบโต ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งต้องใช้ความคิดในเชิงสร้างสรรค์เข้าช่วย โดยเฉพาะหน่วยงานธุรกิจจะทำอะไรได้อย่างต่อเนื่องจะต้อง สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง เช่น บริษัทแอปเปิล (Apple: Company Co-founder Steve Jobs Has Died)

บริษัทแอปเปิล ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และ Think Different หรือ คิดต่าง ในการเป็นเครื่องช่วยทำงาน สตีฟ จอบส์ (Steve Jobs) ผู้ก่อตั้งแอปเปิลคอมพิวเตอร์หรือบริษัทแอปเปิล (Apple: Company Co-founder Steve Jobs Has Died) เขาให้ความสำคัญมากๆ เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ และการคิดต่าง หรือ Think Different บริษัทถึงกับออกโฆษณาตามสื่อต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดนี้ และมีคนเคยถามว่า ทำไมเขาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคิดต่างหรือ Think Different แต่มีการวิจัยตลาดหรือการหาความต้องการของลูกค้าน้อยมาก

เขาตอบว่า ในบางครั้งลูกค้าก็ไม่ได้รู้ว่าตนเองต้องการอะไร พร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า สมัยของเฮนรี ฟอร์ด คนเรายังไม่มีรถยนต์ใช้ แต่ใช้ม้า ใช้ช้าง ใช้วัว ใช้เกวียน ในการเดินทาง ถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด ทำการวิจัยทางการตลาดว่า ลูกค้ามีความต้องการอะไร ลูกค้ามักจะตอบกลับว่า เขาต้องการม้าที่วิ่งได้ไวที่สุด เขาต้องการเกวียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถบรรทุกของได้เป็นจำนวนมากๆ

ดังนั้น ผู้ชนะคือผู้ที่กำหนดเกมส์ให้ผู้อื่นเล่น แต่ผู้พ่ายแพ้มักเล่นตามเกมส์ของผู้อื่นทำไมคนที่เขานักการตลาดจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ และความคิดต่างหรือ Think Different ก็เพราะการคิดต่าง และความคิดสร้างสรรค์จะทำให้เกิดสินค้าใหม่ๆ กลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ การแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ๆ จึงทำให้องค์กรของตนเองหรือหน่วยงานของตนเอง ก้าวหน้ามากกว่าที่จะทำตามหรือลอกเลียนแบบสินค้า กลยุทธ์การตลาดของบริษัทคู่แข่ง

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ บริษัท โซนี่ มีการสร้างสรรค์สินค้าผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ มากมาย เช่น การสร้าง Walkman แล้วมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจอยากซื้อ เพราะสินค้าสอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้น ด้วยการสร้างสรรค์ และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัท โซนี่ เติบโตอย่างต่อเนื่อง

เราสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้ดังนี้

1. **จงตั้งเป้าหมาย** ว่าตนเองต้องการสร้างสรรค์สิ่งใดบ้าง เพราะการตั้งเป้าหมายจะทำให้เราเกิดความอยากที่จะทำ เกิดความกระตือรือร้น และรู้ว่าเราจะเดินทางไปทิศทางใด อีกทั้งยังไม่ทำให้เรามีนิสัยผัดวันประกันพรุ่งอีกด้วย

2. **พัฒนาความคิดโดย** ต้องอ่านมาก ฟังมาก และออกไปดูงานที่มีคนอื่นเขาสร้างสรรค์สิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ให้มากๆ แล้วจึงเริ่มพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของตนเองขึ้นมา เพราะความคิดสร้างสรรค์บางอย่างเกิดจากสิ่ง 2 สิ่ง รวมกัน หรือหลายสิ่งรวมกัน แล้วเกิดสิ่งใหม่ เช่น บั๊มน้ำมัน ปตท. ในอดีตเราจะเห็นได้ว่า บั๊มน้ำมัน จะมีแต่การขาย

น้ำมันอย่างเดียว แต่ปัจจุบัน บัมน้ำมันสมัยใหม่ เช่น ปตท. ภายในบัม ก็จะมีร้านค้า และสินค้าต่างๆ วางขายอีกด้วย (ร้าน 7-11, Café Amazon, ร้านขนมไข่มุก “เพิร์ลลี่”) อีกทั้งยังมีพื้นที่ให้เช่า ทำให้ดึงดูดผู้คนเข้ามาใช้บริการที่เราเห็นกันเกือบทุกบัมของ ปตท. จะมีร้านขายของกิน ร้านผลไม้ แพนโซลอาหารต่างๆ (ร้านลูกชิ้นวราวัณ, ร้านส้มตำติดแอร์ อาหารอีสาน, สลากกินแบ่งรัฐบาล)

3. จดบันทึก ในบางครั้ง ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นเร็วมาก และก็ลืมเร็วอีกต่างหาก บางคนเกิดความคิดสร้างสรรค์ในเวลานอน บางคนบอกพุงนี้เข้าก่อนค่อยคิดต่อว่าจะทำอะไร ปรากฏว่าลืม ดังนั้น ควรหาสมุด และปากกา ติดตัวไว้ด้วย เมื่อเกิดความคิดสร้างสรรค์หรืออยากทำอะไรจะได้จับจดเอาไว้

4. ต้องรู้จักให้รางวัลตนเองบ้าง เมื่อคิดอะไรใหม่ๆ ได้ ก็ควรให้รางวัลตัวเอง เพราะเป็นสิ่งล่อใจหรือเป็นการกระตุ้นให้เราได้ทำงาน หรือมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น การให้รางวัลตัวเองไม่จำเป็นจะต้องให้รางวัลอะไรที่มันแพงๆ อาจจะเป็น อาหารหรือเครื่องดื่มหรือสิ่งที่เราชอบ

5. ใช้เครื่องมือ PDCA มีดังนี้

P (Planning) การวางแผน เป็นกิจกรรมลำดับแรก ที่ต้องกำหนดเพื่อไปสู่เป้าหมาย ตัวอย่าง ภายในหนึ่งเดือนเราต้องการสร้างสรรค์ผลงานกี่ชิ้น ใช้เวลาเท่าไร (โดยต้องมีการกำหนดเป้าหมาย วันเวลา จำนวนให้ชัดเจน) การวางแผนจึงเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกๆ ในการทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์

D (Do) การลงมือทำการปฏิบัติตามแผน เมื่อมีการวางแผนงานแล้ว แต่ขาดซึ่งการลงมือทำ แผนที่วางเอาไว้ก็นิ่งสนิท ดังนั้น การลงมือทำจึงเป็นสิ่งที่ทำให้แผนการที่วางเอาไว้เกิดเป็นรูปธรรมขึ้นมา คนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาตนเอง จะไม่ปล่อยให้เวลาเสียไปเปล่าๆ เขาจะไม่เป็นคนที่รอคอยโชคชะตา แต่เขาจะเป็นคนกำหนดโชคชะตาของตนเอง ด้วยการลงมือ “ทำทันที หรือ ททท.”

C (Check) ตรวจสอบ และประเมินตนเอง เมื่อเราลงมือกระทำตามแผนการที่วางเอาไว้ เมื่อเวลาผ่านไป เราต้องมีการตรวจสอบ และประเมินตนเอง ตามแผนที่วางไว้ ว่าสิ่งที่เราทำนั้นหรือสิ่งที่เราอยากสร้างสรรค์เป็นไปตามแผนหรือไม่ หรือมีสิ่งใดที่เราทำไม่ได้ทำ

A (Action) การปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา เมื่อมีการตรวจสอบ และประเมินตนเองแล้ว เราควรหาวิธีการในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนา สิ่งที่เราได้ทำเอาไว้ โดยการนำเอา C (Check) มาตรวจสอบปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ดังนั้น ถ้าอยากประสบความสำเร็จ อยากที่จะเติบโต และมีกำไรอย่างต่อเนื่อง และขยายตลาดอย่างไม่หยุดยั้ง สิ่งที่เราขาดไม่ได้ก็คือ การมีความคิดสร้างสรรค์ทางด้านการตลาด

“จงคิดต่าง จงกล้าคิด และจงปลดปล่อยความคิดให้เป็นอิสระ แล้วความคิดเชิงสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นกับตัวของท่าน”



CREATIVE
THINKING