

# นักการตลาด กับสถานการณ์ แห่งการเปลี่ยนแปลง



**เรา** คงต้องยอมรับกันว่า ยุคนี้เป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว นักบริหาร และนักการตลาดที่เกิดในยุคนี้ และยุคในอนาคต จำเป็นจะต้องยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง และต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ในยุคก่อนหรือยุคอดีต ผู้บริหารหลายคน เมื่อมีการประชุมหรือแสดงความคิดเห็นก็มักจะใช้คำพูดว่า “ขอให้ทำของเก่าให้ดีเสียก่อน” แล้วค่อยคิดทำอะไรใหม่ ๆ ถ้าคิดอย่างนั้น คงใช้ไม่ได้ในยุคนี้

ธุรกิจฟิล์ม สมัยอดีต ฟิล์มสีโกดักโด่งดังมาก เป็นผู้นำในธุรกิจภาพถ่าย แต่เมื่อโลกเปลี่ยน ผู้บริหาร และนักการตลาดของฟิล์มโกดักไม่ยอมเปลี่ยน คิดแต่ว่า “**ต้องการพัฒนาของเดิมให้ดีขึ้นเสียก่อน**” แล้วเป็นอย่างไรครับ ฟิล์มสีโกดักจึงต้องล้มละลาย และสิ้นชื่อไปจากวงการตลาดไป ส่วนฟูจิฟิล์ม ยังมีการปรับตัวถึงแม้จะช้ากว่าคู่แข่งแต่ก็สามารถอยู่ในวงการต่อไปได้ แต่ก็สูญเสียการนำ และส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับคู่แข่งขั้นไปอย่างน่าเสียดาย

ดังนั้น การคิดเรื่องของ นวัตกรรม และสร้างอะไรใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เช่น เรื่องของ Think Different หรือ คิดต่าง มีความสำคัญมาก ๆ สำหรับคนที่ทำงานด้านการตลาด สตีเวน จอบส์ (Steve Jobs) ผู้ก่อตั้งแอปเปิลคอมพิวเตอร์หรือบริษัทแอปเปิล (Apple: Company Co-founder Steve Jobs

พศ.ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พะเยา  
www.drsuthichai.com

Has Died) เขาให้ความสำคัญมาก ๆ เกี่ยวกับการคิดต่าง หรือ Think Different บริษัทถึงกับออกโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวความคิดนี้ และมีคนเคยถามว่า ทำไมเขาให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคิดต่างหรือ Think Different แต่มีการวิจัยตลาดหรือการหาความต้องการของลูกค้าน้อยมาก

เขาตอบว่า ในบางครั้งลูกค้าก็ไม่ว้าวว่าตนเองต้องการอะไร พร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า สมัยของเฮนรี ฟอร์ด คนเรายังไม่มีรถยนต์ใช้ แต่ใช้ม้า ใช้ช้าง ใช้วัว ใช้เกวียน ในการเดินทาง ถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด ทำการวิจัยทางการตลาดว่า ลูกค้ามีความต้องการอะไร ลูกค้ามักจะตอบกลับว่า เขาต้องการม้าที่วิ่งได้ไวที่สุด เขาต้องการเกวียนที่มีประสิทธิภาพที่สามารถบรรทุกของได้เป็นจำนวนมาก ๆ

และถ้าหากเฮนรี ฟอร์ด สนองความต้องการของลูกค้า รถยนต์คันแรกของโลกก็จะไม่เกิดขึ้น ฉะนั้น สตีเวน จอบส์ จึงให้ความสำคัญกับการคิดที่แตกต่างเป็นอันมาก และ Think Different จึงเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของบริษัทแอปเปิล ที่นำเอามาใช้ในองค์กร จนองค์กรคือ บริษัทแอปเปิล ได้รับการยอมรับว่าเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลก และประสบความสำเร็จอย่างสูง ด้วยความคิดที่แตกต่าง สิ้นค้าตระกูล I จึงได้เกิดขึ้น (iPhone iPad iPod) ซึ่งมีหลายรุ่น



## Marketer คุณเป็นได้

หลายแบบ และหากเราตั้งข้อสังเกตจะเห็นได้ว่า สินค้าบางตัวเป็นสินค้าที่คิดมาก่อนบริษัทอื่น ๆ เมื่อออกมาขาย บริษัทบางแห่งถึงกับมีการลอกเลียนแบบสินค้าเพื่อนำไปขาย แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า สตีฟ จอบส์ จะไม่มีการทำการตลาดในตัวสินค้า แต่ตรงกันข้าม เขาก็มีทีมงานการตลาดของบริษัทเอง โดยที่ไม่จ้างนักการตลาดมืออาชีพหรือนักการตลาดที่มีชื่อเสียงมาจากภายนอกแต่จะใช้ทีมงานภายในบริษัทเอง

บริษัท แอปเปิล ได้สร้างวัฒนธรรมด้วยการคิดต่างหรือ Think Different ดังนี้ ส่งเสริมให้พนักงานคิดต่าง, ส่งเสริมเรื่องของคุณค่ามากกว่ากฎระเบียบ เช่น มองข้ามเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่คำนึงถึงเรื่องของการต้องเสร็จ พนักงานบางคนเดินเท้าเปล่า ๆ เข้าประชุม โดยไม่มีใครต่อว่า, ต้องริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ เสมอ เป็นต้น

ผู้ชนะคือ ผู้ที่กำหนดเกมสให้ผู้อื่นเล่น แต่ผู้พ่ายแพ้มักเล่นตามเกมสของผู้อื่น ทำไมคนที่เป็นนักการตลาดจะต้องมีความคิดต่างหรือ Think Different ก็เพราะการคิดต่างจะทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ กลยุทธ์การตลาดใหม่ ๆ การแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ ๆ จึงทำให้องค์กรของตนเองหรือหน่วยงานของตนเอง ก้าวหน้ามากกว่าที่จะทำตามหรือลอกเลียนแบบ สินค้า กลยุทธ์การตลาดของบริษัทคู่แข่ง

หากอยากเป็นผู้นำตลาด ก็ไม่ควรลอกเลียนแบบ เพราะคนลอกเลียนแบบมักจะเป็นผู้ตามวันยังค่ำ ตรงกันข้ามคนที่คิดต่างหรือ Think Different มักมีโอกาสเป็นผู้นำตลาดอยู่เสมอ แต่ความยากที่สุดก็คงอยู่ที่ว่า นักการตลาดสมัยใหม่ กล้าหรือเปล่าที่จะคิดต่าง และมีความกล้าหรือเปล่าที่จะนำความคิดนั้นไปใช้เพราะความคิดใหม่ ๆ มักต้องเผชิญกับทั้งความล้มเหลวหรือต้องเผชิญกับเสียงตำหนิ เสียงดูต่ำ การเสียดสี



การพูดในเชิงดูถูก แต่หากว่าความคิดต่างหรือ Think Different ประสบความสำเร็จ คุณก็มีโอกาสโด่งดังมากกว่าคนที่ทำอะไรตาม ๆ คนอื่นเขา

**Make THE Difference** เมื่อคิดต่างแล้ว นักการตลาดที่ดีก็ควรลงมือทำให้เกิดความแตกต่างด้วย ซึ่งพลังในตัวของนักการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงโลกให้ดีขึ้นได้ นักการตลาดสามารถสร้างสรรค์ สร้างคุณค่าให้แก่ตัวของสินค้า บริการ ใหม่ ๆ ได้ ซึ่งการสร้างสรรคนี้ก็จะส่งผลกระทบต่อตนเอง คนรอบข้าง และสังคมอีกด้วย จงกล้าที่จะคิด พูด ทำ ในสิ่งที่ “แตกต่าง” เพื่อการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองทำให้ดีขึ้น จงเริ่มต้นที่ตัวของคุณเอง

เอ็ดิสัน ผู้คิดต่างหรือ Think Different มีแนวคิดที่แตกต่างไปจากคนยุคเดียวกัน เขาคิดว่าเขาต้องการคิดหลอดไฟฟ้าดวงแรกของโลก ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีใครใช้ คนทุก ๆ คนในสังคมสมัยนั้นไม่เห็นภาพว่าหลอดไฟฟ้าคืออะไร ด้วยความคิดที่แตกต่าง หลอดไฟฟ้าดวงแรกจึงเกิดขึ้น อีกทั้งการลงมือทำที่แตกต่าง ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่เป็นของเขา มีคนตั้งคำถามเขาว่า หากว่าทำสองพันกว่าวิธียังไม่สำเร็จ ทำไมไม่เลิก นี่คือนิยามความคิดของคนทั่วไป แต่เอ็ดิสันมีความคิดต่างหรือ Think Different เขาตอบกลับว่า ถึงแม้เขาจะยังไม่สำเร็จ แต่อย่างน้อย เขาก็ได้ค้นพบสองพันกว่าวิธีที่ไม่เหมาะสมที่จะผลิตได้หลอดไฟฟ้า ดังนั้น หลอดไฟฟ้าดวงแรกจึงเกิดขึ้น

คุณสมบัติของนักการตลาดในยุคดิจิทัล จึงต้องมีคุณสมบัติที่ คิดต่าง ทำต่าง เพื่อนำสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ มาสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อสินค้า บริการใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาก ๆ ก็จะทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต การจ้างงานเกิดขึ้น รายได้จากแรงงานเกิดขึ้น คนมีกำลังซื้อมากขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวมก็จะดีขึ้น

สรุป นักบริหาร และนักการตลาดของยุคปัจจุบัน มีความจำเป็นจะต้องไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และของธุรกิจ แนวความคิดเรื่องของ Think Different หรือ คิดต่าง เป็นแนวคิดหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และหากว่าท่านต้องการเป็นนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ท่านจำเป็นต้องคิดต่างจากนักการตลาดด้วยกัน แต่ถ้าหากท่านไม่คิดอะไรมาก ทำเหมือน ๆ คนอื่น ๆ ความสำเร็จในการทำงานด้านการบริหาร และทางด้านการตลาดของท่านก็อยู่ในระดับปกติมาตรฐานนักการตลาดด้วยกัน ทั้งนี้ ท่านจะประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเป็นนักการตลาดหรือไม่ คงไม่ได้อยู่ที่ใคร อยู่ที่โทษสิ่งต่าง ๆ แต่จงโทษตัวของตนเอง จงกล้าคิดต่าง แล้วท่านจะประสบความสำเร็จ ขอให้ท่านโชคดี