

หนังสือชื่อ “100 หนังสือบริหารธุรกิจที่ต้องอ่าน” เขียนโดย Jack Covert และ Todd Sattersten แปลโดย ดร.รัชนีพร พุคยาภรณ์ พุกกะมาน เป็นหนังสือที่น่าสนใจ ผมขอนำหนังสือเล่มหนึ่งที่อยู่ใน 100 เล่มนี้มาสื่อสารต่อ

เล่มนี้ก็คือ “The Tipping Point” ของ Malcolm Gladwell

“...” หนังสือ The Tipping Point เริ่มต้นด้วยเรื่องการก้าวขึ้นมาเป็นกระแสแฟชั่นยอดนิยมของรองเท้า Hush Puppies ยุคแห่งความเฟื่องฟูของเบรนต์ เกิดขึ้นในช่วงต้นทศวรรษ 1990 เมื่อวัยรุ่นกลุ่มเล็กๆ ในย่านอีสต์วิลเลจของนิวยอร์กซิตี้ เริ่มสวมใส่มัน ปลายปี 1994 ดีไซน์เนอร์แฟชั่นแนวฮิปโซ่เริ่มประกอบไซร์ของพวกเขา แล้วจู่ๆ เบรนต์รองเท้าที่ไม่น่าสนใจก็กลายเป็นที่นิยม ทั้งๆ ที่จูเลียส โรเจอร์ส ผู้ผลิตรองเท้าคิดที่จะเลิกสายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเพราะยอดขายไม่ดี

แล้วรองเท้าที่ไม่น่าสนใจนี้ไหลเข้ามาอยู่ในฉากได้อย่างไร?

เพื่อผู้อ่านเข้าใจปรากฏการณ์ของ Hush Puppies และตัวอย่างอื่นๆ ที่เขาพูดถึง

เกลดเวลล์อธิบายว่า “แนวคิด ผลิตภัณฑ์ ชาวสารและพฤติกรรมแพร่กระจายออกไปเหมือนเชื้อไวรัส” และเมื่อเราเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับไวรัสแล้ว ก็จะเข้าใจการแพร่ระบาดดังกล่าวเช่นกัน

สำหรับในส่วนบทนำนั้น เกลดเวลล์บอกเราว่า การแพร่ระบาดนั้นมีกฎอยู่สามข้อด้วยกันคือ การติดต่อสิ่งเล็กน้อยก่อให้เกิดผลกระทบยิ่งใหญ่ และการเปลี่ยนแปลงไม่ได้เกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปแต่เกิดขึ้นในชั่วขณะ เพื่อให้เห็นภาพว่าการแพร่ระบาดมีการเติบโตและเพิ่มขึ้นแบบอนุกรมเรขาคณิต เกลดเวลล์ใช้ปริศนาต่างๆ เพื่อให้เราเข้าใจการเติบโตแบบทวีคูณ

เขาบอกว่าถ้าคุณเอากระดาษแผ่นใหญ่มากมาพับทบตัวมันเองห้าสิบครั้ง กระดาษที่พับแล้วแทบจะไม่ถึงดวงอาทิตย์ได้เลยทีเดียว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้คนเราจะเป็นักเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดยธรรมชาติอยู่แล้ว แต่นั่นก็ไม่ใช่วิธีการแพร่ระบาดของไวรัส

“ถ้าจะเข้าถึงพลังแห่งการแพร่ระบาดแล้วละก็ เราต้องทิ้งความคาดหวังเรื่องความได้สัดส่วนไปเลย เราต้องเตรียมตัวเองให้พร้อมรับความเป็นไปได้ว่าบางครั้งการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เกิดขึ้นภายหลังเหตุการณ์เล็กๆ และบางครั้งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ก็เกิดขึ้นได้เร็วมากๆ”

ในส่วนของการแพร่ระบาดทางสังคมนั้น เกลดเวลล์บอกว่ามีปัจจัยสำคัญสามประการด้วยกันคือ

กฎแห่งส่วนน้อย

ปัจจัยที่ติดแน่น (ระดับของการติดง่าย)

และความสำคัญหรือพลาสมาแห่งบริษัทกฎแห่งส่วนน้อยแนะนำเราให้รู้จักกลุ่มทางสังคมสามกลุ่ม คือ ผู้รู้ (mavens) นักประสาน

อาหารสมอง
วีรกร ตรีเศศ

หนังสือธุรกิจดีที่นำอ่าน

(connectors) และนักขาย (salesmen) โดยผู้รู้เปรียบได้ตั้ง “คลังข้อมูล” เป็นคนฉลาดปราดเปรื่องที่เร้ามักขอคำตอบ

นักประสานคือ “กาวประสานสังคม” เป็นคนที่รู้จักคนเยอะแยะ

ส่วนนักขายคือคนที่ “ทักษะในการจูงใจ เราเวลาที่เราไม่แน่ใจในสิ่งที่ได้ยินมา และมีบทบาทสำคัญต่อการแพร่ระบาดของคำพูด ปากต่อปากเช่นเดียวกับคนสองกลุ่มแรก”

สำหรับปัจจัยตัวที่สองหรือปัจจัยที่ติดแน่นนั้น เกลดเวลล์อธิบายโดยยกตัวอย่างที่พูดถึงรายการโทรทัศน์สุดโปรดของผมด้วยคือ Blue’s Clues (บลูคลูส์ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นเรื่องราวของสุนัขช็อกบลู) ซึ่งต้องการให้รายการเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม นักวิจัยจึงทดสอบรายการก่อนออกอากาศ ทุกครั้งถึงสามครั้งด้วยกัน มีการประชุมร่วมกับเด็กก่อนวัยเรียน ทุกสัปดาห์เพื่อการปรับแก้ไขสคริปต์รายการ

ผมชอบแนวคิดของการเข้าถึงผู้ชมของคุณโดยตรงและใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่จดจำได้ง่าย แม้การเปลี่ยนแปลงจะเป็นเรื่องเล็กน้อยก็ตาม

ส่วนทฤษฎีหน้าต่างแตก (Broken Windows Theory) คือตัวอย่างของปัจจัยที่สามคือ พลังแห่งบริบท ซึ่งเสนอว่าการแพร่ระบาดไม่ได้เกิดจากสัญญาณ โดยสมมติฐานว่าถ้าหน้าต่างของอาคารแห่งหนึ่งแตกหรือถูกปล่อยทิ้งไว้ คนก็จะถือว่าไม่มีใครสนใจ ไม่มีใครรับผิดชอบ ด้วยเหตุนี้จึงมีหน้าต่างแตกมากขึ้น นำไปสู่การเกิดอาชญากรรมในละแวกใกล้เคียงมากขึ้น

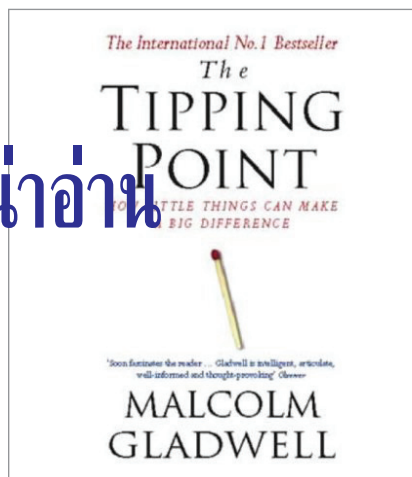
ทั้งนี้ เกลดเวลล์ได้ยกตัวอย่างผลงานการดูแลโครงการปรับปรุงระบบรถไฟใต้ดินเมืองนิวยอร์กของ เดวิด กันน์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการพลิกผันกระแสนี้กล่าว

กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษ 1980 นครนิวยอร์กมีอัตราการเกิดอาชญากรรมสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ ระบบรถไฟใต้ดินอยู่ในสภาพล้นสนอลหม่าน ตัวรถไฟถูกพ่นข้อความต่างๆ คนไม่กล้าใช้รถไฟ

สิ่งแรกที่ เดวิด กันน์ ทำคือวางแผนทำความสะอาดลบข้อความต่างๆ ออกจากตัวรถและป้องกันไม่ให้เกิดเหตุอีก และแล้วพนักงานขนส่งก็เริ่มซึมซาบกับการกำจัดข้อความที่ถูกพ่นใส่ตัวรถ ไม่มีการปล่อยรถที่มีข้อความออกมาวิ่งเด็ดขาด

การทำทำความสะอาดรถไฟแสดงให้เห็นผู้ใช้บริการรู้วาระระบบ “หน้าต่างแตก” ได้รับการแก้ไขและโมเมนตัมหรือแรงเคลื่อนไหวของอาชญากรรมได้หยุดลงแล้ว

ในขณะที่คนเราพยายามก้าวให้ทันกับภูมิทัศน์ธุรกิจที่มีวิวัฒนาการอย่าง



รวดเร็วอยู่นั้น พวกเขาจะหันไปหาหนังสือที่เขียนโดยนักหนังสือพิมพ์ที่สามารถทำให้ภาพใหญ่กลายเป็นจุดสนใจ เช่น หนังสือ The World is Flat ของ โทมัส ฟริดแมน Blink หนังสือเล่มถัดมาของเกลดเวลล์ และ Freakonomics ของ สตีเวน เลอวิตต์ และ สตีเฟน ดับเนอร์ ซึ่งไม่เพียงแต่มีเนื้อหาที่ค่อนข้างครอบคลุมเท่านั้น แต่การเขียนก็อ่านง่ายด้วย

เครื่องเคียงอาหารสมอง

อาจารย์พรหม หรือพระวิสุทธิสังวรเถร เป็นชาวอังกฤษ เป็นลูกศิษย์หลวงปู่ชา ก่อนจะไปก่อตั้งวัดป่าโพธิญาณใกล้เมืองเพชร ที่ออสเตรเลีย

ช่วงก่อตั้งวัดป่าโพธิญาณเมื่อปี 2526 พระอาจารย์พรหมเล่าว่า หลังจากซื้อที่ดินแล้วเงินก็แทบไม่เหลือ ต้องสร้างวัดด้วยมือของตัวเอง ตั้งแต่ผสมปูนจนถึงการก่อกำแพงอิฐ...

ท่านเล่าว่า... ตอนที่ยังไม่มีทำก็รู้สึกว่าได้ทำอย่างประณีตที่สุดจนกระทั่งกำแพงอิฐเสร็จสิ้นลง... แต่พอถอยออกมายืนดูก็พบว่าก่ออิฐพลาดไป 2 ก้อน...!! อิฐกำแพงเรียงเรียบสวย แต่มีอยู่ 2 ก้อนที่เอียงๆ ... พระอาจารย์พรหมขอเจ้าอาวาสทุบกำแพงทิ้งเพื่อก่อใหม่ แต่เจ้าอาวาสไม่ยอม...

จากนั้นเป็นต้นมา... ทุกครั้งที่พระอาจารย์พรหมพาแขกเยี่ยมวัด ท่านจะพยายามหลีกเลี่ยงพาแขกเดินผ่านกำแพงบริเวณนี้... เพราะอายุที่ก่ออิฐผิดพลาดไป 2 ก้อน... จนกระทั่งวันหนึ่ง... พระอาจารย์พรหมกำลังเดินกับผู้มาเยี่ยมวัดคนหนึ่ง... เขาเห็นกำแพงอิฐนี้แล้วก็เปรยขึ้นมาว่า “กำแพงนี้สวยดี”... พระอาจารย์พรหมถามด้วยอารมณ์ขันว่า...

“คุณลืมแว่นสายตาไว้ที่รถหรือเปล่า คุณไม่เห็นหรือว่ามีอิฐ 2 ก้อนที่ผิดพลาดจนกำแพงดูไม่ดี”

แต่แล้วผู้มาเยี่ยมชมคนนั้นก็เอ่ยประโยคที่ทำให้พระอาจารย์พรหมเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งหมดที่เคยมีต่อกำแพงนี้พร้อมกับเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อชีวิต...

ผู้เยี่ยมชมคนนั้นบอกว่า... “ผมเห็นอิฐที่วางไม่ดี 2 ก้อนนั้น แต่ผมก็ได้เห็นด้วยว่า... มีอิฐอีก 998 ก้อนที่ก่อไว้อย่างสวยงาม”

นับเป็นครั้งแรกในรอบ 3 เดือน ที่อาตมาสามารถมองเห็นอิฐก้อนอื่นๆ บนกำแพงนั้น นอกเหนือจากเจ้า 2 ก้อนที่เป็นปัญหา... ไม่ว่าจะเป็นอิฐที่อยู่ด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้ายและด้านขวาของเจ้าอิฐ 2 ก้อนนั้น ล้วนแต่เป็นอิฐที่ก่อไว้อย่างดีไม่มีที่ติ... ยิ่งไปกว่านั้นจำนวนอิฐที่ดีมีมากกว่าเจ้าอิฐไม่ดี 2 ก้อนนั้น”

ช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา... สายตาของพระอาจารย์พรหมเฝ้ามองแต่อิฐ 2 ก้อนนั้น ท่านยอมรับว่าสายตาของท่านมีขอบเขตต่อสิ่งอื่นๆ ... ท่านอยากทำลายกำแพง เพราะมองเห็นแต่อิฐ 2 ก้อนที่ผิดพลาด...!! แต่ทันทีที่ความรู้สึกเปิดกว้าง มองเห็นอิฐก้อนดีๆ จำนวนมากบนกำแพงนี้ กำแพงเดิมที่ยากทำลาย ก็กลับงดงามขึ้นมาทันที...

“ใช่... กำแพงนี้สวยดี” พระอาจารย์พรหมหันไปบอกกับผู้มาเยี่ยมคนนั้น จนถึงวันนี้... พระอาจารย์พรหมก็ยังไม่ออกแล้วว่า... อิฐก้อนที่ผิดพลาด 2 ก้อนนั้นอยู่ตรงไหนของกำแพง “ทัศนคติ” ในการมองโลกที่เปลี่ยนแปลงทำให้อิฐ 2 ก้อนนั้นเลือนหายจากความทรงจำ พระอาจารย์พรหมเปรียบเปรยว่า ชีวิตที่ติดลัมพันธ์หรือหย่าร้างกันก็เพราะทั้งคู่เฝ้ามองแต่ “อิฐที่ไม่ดี 2 ก้อน” ในตัวคู่วิตของเขา...

คนที่คิดท้อแท้ อยากฆ่าตัวตายก็เพราะเรามองเห็นแต่ “อิฐ 2 ก้อน” ในตัวเราเองทั้งที่ในความเป็นจริง นอกจาก “อิฐ 2 ก้อน” ที่ผิดพลาดแล้ว ยังมี “อิฐก้อนที่ดี” และ “อิฐก้อนที่ดีจนไม่มีที่ติ” มากมายอยู่ในตัวเรา เพียงแต่เรามองไม่เห็นเท่านั้น

ท่านอาจารย์พรหมเตือนสติว่า... อย่าให้ความผิดพลาดของ “อิฐที่ไม่ดี” เพียง “2 ก้อน” ทำให้เราต้องทำลายกำแพงดีๆ จนพัง...

น้ำจิ้มอาหารสมอง :

Inability to tell good from evil is the greatest worry of man's life.

(Cicero นักปราชญ์โรมัน 106BC-43BC)

ความสามารถแยกแยะความดีความเลวได้ เป็นสิ่งที่น่ากังวลที่สุดในชีวิตของมนุษย์

“The Tipping Point” คือหนังสือที่เริ่มกระแสดังกล่าว หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการแพร่ระบาดของมันก็ได้ การแพร่ระบาดนี้ยังคงดำเนินไปในฐานะหนังสือที่ดีที่สุดเล่มหนึ่ง...

นอกจากหนังสือเล่มนี้แล้ว Malcolm Gladwell ยังมีหนังสือขายดีระดับโลกอีก เช่น Blink/Outliers และ What the Dog Saw เรื่องของเขาน่าสนใจเพราะเกี่ยวกับนิสัยของงานวิจัยทางสังคมวิทยาที่คาดไม่ถึง เช่น เรื่องรองเท้า Hush Puppies กระฉกแตก การพนันข้อความบนตัวรถไฟใต้ดิน ฯลฯ

หนังสือของ Gladwell ให้ความรู้ในเรื่องแปลกๆ มากมายอย่างเต็มไปดด้วยอารมณ์ขัน และเนื้อหาเชิงวิชาการ