

สร้างสุขเองได้แบบไม่ต้องรอใครคืน



Marketing Weapon

พ.ศ.ดร.กฤตย์ นัฏฐตบัสกร
สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทามกลางสถานการณ์นอกสิ้นขวัญแขวน เช่นในปัจจุบัน ทำให้หลายคนอาจรู้สึกหวาดวิตกใช้ชีวิตอย่างไม่ค่อยมีความสุขกันสักเท่าไร ขณะที่รัฐบาลพยายามหาทางคืนความสุขให้กับคนไทย ประชาชนเองก็คงต้องจัดการสร้างความสุขให้ตัวเองและครอบครัวด้วย โดยวิธีสร้างสุขมีกล่าวถึงในหลายสำนัก

วันนี้ขอประมวลเอา 3 กลวิธีหลักที่เห็นว่าเป็นประโยชน์จับต้องได้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในระดับบุคคลและองค์กร (เช่น ภาคธุรกิจ กับงานการตลาดที่มุ่งนำเสนอความสุข ความพึงพอใจให้กับลูกค้าผู้บริโภค เป็นต้น)

1. การฝึกคิดบวก ที่ต้องใช้คำว่าฝึกเพราะการคิดบวกไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นแบบเป็นธรรมชาติอัตโนมัติ โดยเฉพาะในสมมุตเรามีระบบการประเมินความเสี่ยงฝังอยู่ทำให้มีโอกาสที่เราจะมองหาเรื่องลบอยู่เรื่อยๆ ขณะที่การมองให้เห็นด้านบวกเป็นส่วนที่ต้อออกกำลังสมอง โดยมีตั้งแต่เรื่องที่เป็นบวกชัดเจนในตัว เช่น การได้รับของขวัญจากคนที่รัก ซึ่งสามารถนำความสุขมาขยายผลผ่านการแสดงออกถึงความยินดีปรีดา แทนที่จะแค่อมยิ้มเล็กๆ ตามความเคยชิน

ขณะที่บางเรื่องบวกอาจไม่ปรากฏชัดเจน เช่น เรื่องรอบตัวที่หลายคนมองข้าม อย่างการมีสุขภาพที่ดีไม่มีโรคภัย การมีครอบครัวที่พร้อมให้กำลังใจสนับสนุนเราในทุกช่วงเวลาของชีวิต การรู้จักชื่นชม (Appreciate) สิ่งเหล่านี้จะทำให้ความสุขเกิดขึ้นชัดเจนยิ่งขึ้น และเป็นพลังช่วยต้านทานความทุกข์ที่เกิดขึ้นได้

ขณะเดียวกันในเรื่องร้ายอาจมีเรื่องดีแฝงอยู่ ขึ้นอยู่กับวิธีการมองและการพลิกมุมให้เห็น เช่น คนอกหักบอกว่าเป็นโอกาสได้เริ่มต้นทำความรู้จักคนใหม่ๆ คนตกงานเห็นเป็นโอกาสได้กลับมาทบทวนชีวิตและปรับสมดุลในตัวเอง บางคนอาจมองว่าวิถีคิดดังกล่าวเป็นเพียงการหาข้ออ้าง แต่ถ้าคิดอย่างเป็นธรรมและมีเหตุผลแล้วก็นับว่าเป็นหนทางสร้างความสุขให้ตัวเองชนิดไม่ก่อความทุกข์ให้คนอื่นได้

เรื่องคิดบวกนี้ ปัจจุบันถูกนำมาใช้งานทางธุรกิจ เช่น การสร้างพฤติกรรมองค์กร

(Organization Behavior) และทางการตลาด เช่น การกำหนดบุคลิกแบรนด์ (Brand Personality) และการสื่อสาร ตัวอย่างจากแคมเปญโฆษณาของ Dove ที่ได้รับรางวัลจากเมืองคานส์ เมื่อปี 2013 ชื่อ **Dove Real Beauty Sketches** เป็นการต่อยอดจากแนวคิดที่ว่าผู้หญิงทุกคนมีความสุขแท้จริงในแบบของตัวเอง โดยไม่จำเป็นต้องเอาบรรทัดฐานสังคมที่ถูกกำหนดขึ้นจากสื่อมาชีวิต ในแคมเปญนี้ให้ผู้หญิงมานั่งบอกเล่าลักษณะหน้าตาของตัวเองและมีมือสเกตซ์ภาพมาวาดรูปประกอบ (โดยไม่เห็นหน้าเพียงฟังเอาจากคำบรรยาย)

จากนั้นให้อีกคนหนึ่ง (ซึ่งก่อนเข้ามามีการจัดให้นั่งรออยู่พร้อมกับเจ้าของหน้า) เข้ามาบรรยายลักษณะของคนที่เราั่งรออยู่ด้วย และให้มือสเกตซ์วาดภาพตามไป ปรากฏว่าภาพที่ออกมาเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วเห็นได้ชัดว่ารูปที่ถูกบรรยายโดยคนอื่นออกมามีความเป็นบวกสูงกว่ารูปที่บรรยายตัวเอง ซึ่งมักบอกเล่าถึงลักษณะเชิงลบที่คิดว่าตัวเองมีอยู่ แคมเปญของ Dove เป็นตัวอย่างการกระตุ้นให้คนหันมาคิดบวก โดยเฉพาะกับตัวเองที่เรามักชอบเอามาตรฐานวัดต่างๆ มาคอยตัดสิน และแน่นอนเมื่อคิดบวกก็ย่อมออกมาเป็นความสุข และเมื่อมีความสุขก็สวยได้เองตรงคอนเซ็ปต์แบรนด์ "Real Beauty"

2. การเล็งเห็นโอกาสและความเป็นไปได้ ในการจะฝึกสมองให้คิดบวกได้ดังที่กล่าวมาข้างต้น มักมาจากความสามารถเล็งเห็นโอกาสจากสิ่งต่างๆ โดยมาจากการฝึกทักษะการสังเกตให้เห็นถึงสิ่งเล็กๆ รอบตัว และรู้จักนำมาวิเคราะห์ตีความต่อไป โดยเฉพาะจากเรื่องที่เกิดในชีวิตประจำวันซึ่งอาจถูกมองข้ามแต่ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต เช่น คนที่ต้องผจญรถติดเลือกเปลี่ยนวิถีเดินทางมาใช้รถไฟฟ้าแทน เพราะเล็งเห็นว่านอกจากเป็นการประหยัดเวลาบนท้องถนนแล้วยังเป็นโอกาสได้ออกกำลังเดินเท้าอีกด้วยไลฟ์สไตล์นี้เหมาะกับคนเมืองที่ชีวิตวุ่นวายจะหาเวลาออกกำลังที่ฟิตเนสก็ยากเย็น ผัดผ่อนไปเรื่อย อยากระนั้นเลยเอาการออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตเสียเลยดีกว่า คิดได้อย่างนี้ความสุขจะมีมากขึ้น เพราะความเหนื่อยจากการต้องออกแรงไม่ใช่สิ่งที่ต้องแลกกับความสะดวกจรรยาเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสสร้างประโยชน์ด้านอื่น เช่น การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

วิถีคิดดังกล่าวถูกต่อยอดอย่างสูงในกระบวนการทำธุรกิจ โดยเฉพาะการสร้างผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ที่ต้องมีคุณสมบัตินี้เป็นพื้นฐานสำคัญ แต่ส่วนใหญ่มักเอาเรื่อง

ความสำเร็จมาเป็นปัจจัยผลักดัน ขณะที่ความสุข
อันเกิดจากการได้เห็นโอกาสและลงมือทำกลับเป็นที่
พูดถึงกันน้อยแม้ว่าทางทฤษฎี Entrepreneurship
จะระบุว่าแรงกระตุ้นภายในจากการทำเพราะชอบ
หรือเพราะอยากทำมีผลมากกว่าการคาดหวัง
ความสำเร็จปลายทางก็ตาม ทำให้นึกถึงพระบรม
ราชาบาทสมเด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตอนหนึ่ง
ที่พระราชทานแก่ข้าราชการในวันข้าราชการพลเรือน
ปี 2533 “ในการปฏิบัติราชการนั้น ขอให้ทำหน้าที่
เพื่อหน้าที่ อย่างนึกถึงบำเหน็จรางวัลหรือผล
ประโยชน์ให้มาก ขอให้ถือว่าการทำหน้าที่ได้สมบูรณ์
เป็นรางวัลและประโยชน์อย่างประเสริฐ จะทำให้บ้าน
เมืองของเราอยู่เย็นเป็นสุขและมั่นคง”

3.การตั้งเป้าหมายที่ไปได้ถึง ในยามชีวิตดูจะ
ยุ่งเหยิงทำอะไรก็ไม่ออกอย่างที่หวังผลไว้แถมยังมี
เรื่องแทรกมากมายให้ต้องวุ่นวายใจ การกำหนด
เป้าเล็กๆ ที่ไปถึงได้ไม่ยากจะช่วยให้รู้สึกว่าการ
ควบคุมชีวิตกลับมาอยู่ในมือตัวเองได้อีกครั้ง
ช่วยนำมาซึ่งความสุขท่ามกลางความสับสน สำหรับ
บางคนอาจอยู่ในรูปการกำหนดกิจกรรมย่อย
บางอย่างเช่น เคยออกกำลังกาย 20 นาทีเลิก เปลี่ยนเป็น
ออกให้นานขึ้นเป็น 25 นาที แล้วขยับขึ้นไป หรือ
ที่เคยนั่งจมองงานคิดเท่าไรก็คิดไม่ออก อาจหยุด
แล้วหันมาจัดห้องทำงานใหม่ ความรู้สึกของการไป
ถึงเป้าบางอย่างที่ไม่ต้องใหญ่โตอะไร จะเป็นเชื้อเพลิง
ช่วยให้ทำเรื่องอื่นที่ยากและยุ่งกว่าต่อไปได้อีก

ทางการตลาดนำแนวคิดนี้มาใช้ตลอดเวลา
เพราะเป็นการไต่บันไดความต้องการของมนุษย์
เริ่มจากสิ่งเล็กๆ เข้าถึงได้ก่อน เช่น แบรินดร์รถยนต์
มีออกมาหลายรุ่นตั้งแต่เหมาะกับคนเพิ่งเริ่มต้น
สร้างฐานะไปจนถึงรุ่นแพงขึ้นที่คนมีเงินสะสม
อยากซื้อหามาใช้ตอบโจทย์ที่มากกว่าการขับขีแต่
เป็นสัญลักษณ์สะท้อนสถานะสังคมอีกด้วย อย่างไรก็ตาม
ก็ดีการสร้างสุขด้วยวิธีนี้ต้องบอกว่าเป็นเพียง
ระยะสั้น เพราะมนุษย์ผู้มีกิเลสเมื่อบรรลุเป้าหนึ่ง
ก็ย่อมอยากไปถึงอีกเป้า ทำให้อาจเกิดความทุกข์
จากอาการเติมไม่เต็มต่อไปการนำแนวคิดนี้มาใช้จึง
เน้นไปที่การเรียกความมั่นใจคืนมาในช่วงที่หวั่นไหว
มากกว่าการกำหนดเป็นวิธีดำรงชีวิตในระยะยาวๆ

3 ข้อที่กล่าวมาเป็นการสกัดมาจากหลายๆ วิธี
โดยเป็นเรื่องหลักที่จะนำไปสู่การสร้างสุขด้วยตัวเอง
ได้ทั้งในระดับบุคคลและองค์กรชนิดที่ไม่ต้องรอ
ให้ใครไปตามหาเอาความสุขมาคืนให้ เมื่อสุขแล้ว
ก็อย่าลืมแบ่งปันความสุขกันต่อไปด้วยเพราะ
การจะสุขให้ยั่งยืนยาวนานต้องสุขไปด้วยกัน **M**