

# โครีศวอดซ์

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา  
(kulachatrakul@gmail.com)  
Chief Marketing Officer  
บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อีกไซด์

## การตลาดเพื่อความสุข

ได้อ่านหนังสือที่เยี่ยมยอดอีกเล่มของผศ.ดร.กฤตินี ณัฏฐวุฒิลิขิต อาจารย์ด้านการตลาดของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เขียนได้น่าอ่านและตรงใจผมเป็นที่สุด จึงพยายามรวบรวมประเด็นสำคัญ เอาไว้ในบทความชิ้นนี้ คาดหวังว่าผู้ที่สนใจจะได้นำไปวิเคราะห์ปรับใช้ในชีวิตส่วนตัวและธุรกิจที่ต้องปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่ง ณ วินี้นิยมรับว่าแนวคิดทางการตลาดแหวกแนวและได้ล่องลวงผู้คนไปในทิศทางที่เห็นแก่ตัวเห็นแก่ได้กันมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็เอาการตลาดนำและเข้าใจกันไปผิดๆ ว่าเงินคือเครื่องมือที่นำมาซึ่งความสุข ตามสมการมันก็เท่ากับว่าการตลาดนำมาซึ่งเงิน แล้วเงินก็นำพามาสู่ความสุข

แต่ “การตลาดเพื่อความสุข” (Merry Marketing) ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อปรับกระบวนทัศน์ความคิดใหม่นำมาซึ่งความสุขอย่างยั่งยืนที่มวลมนุษย์ต่างแสวงหาชั่วชีวิตของตนซึ่งปราศจากเงินตรา เงินเป็นเพียงองค์ประกอบให้ชีวิตดำเนินอยู่ได้เท่านั้นหาใช่ที่สุดไม่ หากผู้คนหลงระเหิงไปกับภาวะทางการตลาดจนหลงทางแล้วจะนำมาซึ่งผลร้ายอย่างเจ็บปวด

เมื่อได้ยินคำว่าตลาด คนส่วนใหญ่คงคิดถึงอูบายที่ธุรกิจใช้หลอกล่อให้เงินไหลออกจากกระเป๋าผู้บริโภค ซึ่งเป็นความสุขแบบบริโภคนิยมด้วยกลยุทธ์ต่างๆ นานา เพื่อล่อให้ผู้บริโภคมาติดกับ ซึ่งทำให้เราต้องเผชิญกับปัญหาที่เป็นผลข้างเคียงจากการพัฒนาอย่างมากและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งปัญหาทางสังคม คุณธรรมที่ถดถอย ตลอดจนความเหลื่อมล้ำทางรายได้ การศึกษา ทรัพยากรธรรมชาติ ที่ถูกใช้อย่างไม่เหลือवलหลังเหยี่ยวยา นำไปสู่สังคมที่ปะปลกปะเปลี่ยนและเปราะบางขึ้นทุกวัน จึงปฏิเสธไม่ได้เลยว่าต้นเหตุสำคัญมาจากแนวคิดทางการตลาดทั้งสิ้นที่สามารถสร้างแรงจูงใจ

และกำหนดพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ของสังคม

การตลาดเพื่อความสุขจึงให้มุมมองแนวคิดการตลาดอย่างสร้างสรรค์และครอบคลุมทุกบริบททางสังคม หลายประเด็นเป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่คาดไม่ถึง เพราะคนเราให้คุณค่าและตีกรอบค่าว่าการตลาดเป็นแค่เครื่องมือสำหรับภาคธุรกิจเท่านั้น โดยผู้เขียนได้สะท้อนมุมมองของการตลาดที่เหนือกว่าการสร้างความมั่งคั่งทางธุรกิจด้วยการสร้างสรรค์สิ่งดีๆ แก่สังคม สามารถกระตุ้นการปลุกจิตสำนึกของผู้คนในสังคม มีความคิด และการกระทำที่ดีมีวินัยเพื่อการสร้างพื้นฐานที่ดีให้กับสังคมเพื่อนำไปพัฒนาประเทศชาติให้มีรากฐานที่เข้มแข็ง เช่น การปลุกการตลาดเพื่อความพอเพียงเป็นกระแสหลัก ลด ละ เลิก การทำการตลาดที่หลงมัวเมา เอาเงินในอนาคตมาใช้ นำการตลาดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อแก้ปัญหาทางการศึกษาและการศึกษาจนชั่วชีวิต หรือแม้แต่การดึงศักยภาพของเด็ก สตรี และคนชรา เพื่อต่อยอดด้านธุรกิจและพัฒนาประเทศชาติเตรียมตัวรองรับสังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงทิศทางต่างๆ ของสังคมที่ “การตลาด” สามารถเข้าไปเป็นตัวช่วย อาทิ เกี่ยวกับประเทศชาติและประชาชน อาทิเพื่อสำหรับการสร้างชาติ การตลาดกับวัฒนธรรมนำไทย รวมถึงการตลาดแบบคนละไม้คนละมือ การช่วยเหลือกันของคนมีชื่อเสียง แนวคิดเรื่องธุรกิจเพื่อสังคม เพื่อนำพาสังคมไทยให้พบกับความสุขอย่างสม่ำเสมอ

การตลาดที่ดีนั้นต้องวิเคราะห์ความต้องการพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย แล้วปรับเปลี่ยนเป็นกลยุทธ์ผลิตสินค้าหรือบริการตรงตามที่ต้องการ ซึ่งก็ได้เป็นตัวเงินมูลค่ามหาศาลมาแล้ว ทำไมเราไม่เปลี่ยนแนวคิดใช้การตลาดในการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามสู่สังคม ถ้าเรารวบรวมนักการตลาดต่างๆ ทุกสาขาอาชีพในประเทศไทย มารวมสมองให้มีแนวคิดร่วมกันในการวิเคราะห์และออกแบบเป้าหมายใหม่ คือ คนในสังคมและใช้แรงบันดาลใจบวกกับศักยภาพเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนในการทำประโยชน์ให้ประเทศชาติได้ดียิ่งขึ้น

การตลาดเพื่อความสุขจะทำให้ผู้อ่านเห็นแนวทางที่จะใช้การตลาดตอบโจทย์ของสังคม รวมทั้งจะช่วยให้ธุรกิจเห็นแนวคิดและตัวอย่างของการคิดดีและคิดไกล ร่วมมือกันใช้เครื่องมือการตลาดสร้างความสุขให้สังคมไทยได้อย่างยั่งยืนต่อไป อย่างน้อยก็เห็นในมุมที่ดีๆ ของการตลาดที่ก่อประโยชน์ในเชิงสังคมบ้างไม่ใช่ผู้ร้ายในวงการธุรกิจเสมอไป ■