

ทดลองอ่าน

ก า ร อ่ า น คื อ ร า ก รุ า น ที่ ส ำ ค ัญ

ฟัง ตั้งแกน เรียนรู้ และทบทวน...การปรับตัวนั้นเป็นเรื่องจำเป็น หากการปรับตัวที่ดีควรมาจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าทำไมถึงต้องปรับ ปรับให้เข้ากับตนเองและบริบทโดยรอบ มากกว่าปรับอย่างรวดเร็วเพียง เพราะกลัวตาย

CHANGE FROM WITHIN
ปรับจากข้างใน ก้าวไปข้างหน้า

จัดพิมพ์โดย

AMARIN
HOW ▶ TO

ในเครือบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
378 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4964, 4969 E-mail: info@amarin.co.th

สงวนลิขสิทธิ์หนังสือเล่มนี้ตามพระราชบัญญัติ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558
ห้ามคัดลอกเนื้อหา ภาพประกอบ รวมทั้งดัดแปลงเป็นแบบฉบับที่ก่อกวน ตลปวัติทัศน์
หรือเผยแพร่ด้วยรูปแบบและวิธีการอื่นใดก่อนได้รับอนุญาต

พิมพ์ครั้งแรก พฤษภาคม 2563

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของศูนย์ข้อมูลอมรินทร์

พชร สูงเด่น.

CHANGE FROM WITHIN ปรับจากข้างใน ก้าวไปข้างหน้า- กรุงเทพฯ: อมรินทร์ฮาวทู
อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง, 2563.

(16), 164 หน้า.

1. จิตวิทยาประยุกต์. 2. จิตวิทยาพัฒนาตนเอง. 3. ความสำเร็จ -- แกงจิตวิทยา.
4. การดำเนินชีวิต. I. ชื่อเรื่อง.

158.1 พ2๗7

DDC 158.1

ISBN 978-616-18-3915-4

เจ้าของ ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ระวี ฤทธิ์พันธุ์ ปัญจรุ่งโรจน์ • กรรมการผู้จัดการ ฤษณีย์ วิรัตพันธุ์
ที่ปรึกษาสายงานสำนักพิมพ์ในเครือ อองอาจ จิระอร • บรรณาธิการอำนวยการ สิริกานต์ ผลงาม
ผู้จัดการสำนักพิมพ์ รั้ววรรณ พัฒนรัชชอดุล

บรรณาธิการ ชมพูนุท ตีประวัตติ • ศิลปกรรม เกติทิบูล โหมตดาต
คอมพิวเตอร์ จิรณีย์ คำจันทร์ • พิสูจน์อักษร ธรรพ์ทิพย์ ศักดิ์เดชากุล
ฝ่ายการตลาด พนิดา ชัยศิริ, กุลพัฒน์ บั้วละขอ

แยกสีและพิมพ์ที่

สายธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
376 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
โทรศัพท์ 0-2422-9000, 0-2882-1010

จัดจำหน่ายโดย

บริษัทอมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด

108 หมู่ที่ 2 ถนนบางกรวย-จنگนอม ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
โทรศัพท์ 0-2423-9999 Homepage: <http://www.naiin.com>

ราคา 205 บาท

สนใจสั่งซื้อหนังสือจำนวนมาก

Info@oado ☎ 08-5661-4621

CHANGE FROM WITHIN

ปรับจากข้างใน
ก้าวไปข้างหน้า

เพชร สูงเด่น
เขียน

สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู
กรุงเทพมหานคร



หนังสือคุณภาพ
โดยอมรินทร์กรุ๊ป

สารบัญ

(6) คำนำสำนักพิมพ์

(8) คำนำผู้เขียน

1 **A**ssessment – ประเมินประมาณ

8 **B**eginner's Mind – ใจแรก

14 **C**hoices – ทางเลือก

18 **D**econstruct – รั้วโครงสร้าง

23 **E**nvironment – สภาพแวดล้อม

29 **F**ake It Till You Make It – แสร้งทำงานทำได้

34 **G**et It Done – ทำให้เสร็จ

40 **H**umble Confidence – มั่นใจอย่างอ่อนน้อม

45 **I**nfinite Game – เกมอนันต์

51 **J**oy – สุข

57 **K**iss: Keep It Simple and Stupid – อย่างเรียบง่ายและโง่เขลา

62 **L**ight and Lean – เบาและบาง

69 **M**omentum – แรงเคลื่อนที่

- 74 **N**etwork – เครือข่าย
- 81 **O**wnership – ความเป็นเจ้าของ
- 88 **P**rototype – แบบทดลอง
- 94 **Q**uality Over Quantity – คุณภาพเหนือปริมาณ
- 100 **R**outine – กิจวัตร
- 105 **S**torytelling – เล่าเรื่อง
- 111 **T**ransferable Skills – โยกย้ายทักษะ
- 117 **U**nplug – ถอดสาย
- 123 **V**alue – คุณค่า
- 131 **W**eird – แปลก
- 136 **X**functional – ข้ามสาย
- 143 **Y**elp For Help – ขอความช่วยเหลือ
- 149 **Z**oom-in – ใกล้เคียง
-

- 155 Ending Note
- 160 เกี่ยวกับผู้เขียน
- 162 ขอบคุณแซกรับเชิญ

คำนำสำนักพิมพ์

เราเริ่มจากอยากทำหนังสือเกี่ยวกับ WFH – Work From Home... ตามประสาคนทำหนังสือ เมื่อเกิดวิกฤตสำคัญที่เปลี่ยนแปลงสภาพชีวิตรุนแรง เราย่อมอยากทำหนังสือสักเล่มเกี่ยวกับเรื่องนั้น เหตุการณ์ระบาดของโควิด-19 ทำให้ทุกคนต้องเข้าสู่ภาวะ WFH ทั้งที่พร้อมและไม่พร้อม เราจึงเกิดไอเดียเบื้องต้นว่าอยากทำหนังสือที่เล่าเรื่อง WFH นำเสนอแนวทางและประสบการณ์จริงของคนในภาคธุรกิจบ้านเรา ถ่ายทอดโดยพร สูงเด่น หรือ “อิม” นักคิดนักเขียนที่แม่นยำการคิดวิเคราะห์ และมากด้วยประสบการณ์ อิมลงมือทำงานตามโจทย์ที่ได้รับในทันที ขณะเดียวกับที่เราทุกคนก็ใช้ชีวิตลุยไปบนหนทางใหม่ๆ โจทย์ใหม่ๆ ปัญหาใหม่ๆ ที่โควิด-19 ผลักเราไปเจอ

แล้วก็เหมือนกับชีวิตเรา วันหนึ่งระหว่างทางโจทย์ของเราก็เปลี่ยนไป เราเล็งเห็นว่า WFH เป็นประเด็นที่แคบเกินไปแล้ว วิธีของเราในวิกฤตนั้นเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถ้าเราจะใช้เวลาทำออกมาเป็นหนังสือทั้งที่ ควรจับประเด็นที่ “ลึก” และ “กว้าง” กว้างนั้น เรายังไม่กระจ่างชัดนักว่าประเด็นที่ลึก และกว้างนั้นคืออะไร ควรเรียกว่าอะไร กระนั้นเราก็ลงมือทำทันที เพราะบางความหมายสำคัญนั้นถูกค้นพบระหว่างทาง

อิมนัดสัมภาษณ์ พูดคุยกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และกลับมาเขียนเรียบเรียง แก๊ซ ทำใหม่ ครั้งแล้วครั้งเล่า ซึ่งผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ส่วนมากยินดีแชร์ประสบการณ์กับเราอย่างเปิดเผย ในขณะที่องค์กรขนาดใหญ่อยู่ในเงื่อนไขที่ยากกว่า และอาจต้องขบคิดหลายกระบวนการทำให้ไม่อาจเล่าได้ง่ายนัก-โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตที่ยังไม่มีที่ท่าว่าจะจบลงอย่างโควิด-19-เราจึงมุ่งเน้นเรื่องราวของนักธุรกิจเลือดใหม่ คนเหล่านี้ไม่เคยมองตัวเองเป็นแค่นักธุรกิจ แต่คือนักคิด นักเขียน นักแก้ปัญหา อีกสารพัดนัก คนเหล่านี้เองคือคนที่คนรุ่นใหญ่ทั้งหลายสมควรเรียนรู้ เพื่อจะมีพื้นที่ยืนต่อไปในโลกที่ดิสรรับต์แม้แต่การดิสรรับต์ครั้งสุดท้ายของตัวเอง

อิมเป็นนักเขียนประเภทที่เมื่อคุณมอบหมายหน้าที่แล้ว คุณก็ "ลืม" เธอไปได้เลย ไม่ต้องคอยกังวล ไม่ต้องคอยตาม เมื่อถึงเวลาที่นัดหมาย เธอจะกลับมาหาคุณเอง พร้อมอะไรบางอย่างที่ลึกซึ้ง ทรงพลัง ละเอียดอ่อน และเปลี่ยนคุณได้ สิ่งนั้นคือต้นฉบับชิ้นนี้ วันที่มันเสร็จสมบูรณ์ อิมส่งมอบต้นฉบับพร้อมคอนเซ็ปต์ที่ครั้งหนึ่งเคยเลือกราง แต่วันนี้ถูกปรับไฟกัสจนชัดเจน เธอตั้งชื่อมันว่า "Change From Within" เพราะระหว่างที่เธอเขียนมัน เธอก็ได้เรียนรู้จากมัน และมันก็เปลี่ยนแปลงเธอ...จากภายใน

เรื่องราวของผู้ประกอบการและการเปลี่ยนแปลงของพวกเขาปรับเปลี่ยนบางอย่างในตัวเราได้ ไม่ว่าเราจะทำธุรกิจหรือไม่ก็ตาม เพราะนี่คือเรื่องราวของการค้นหาตัวเอง เสี่ยงของตัวเอง หัวใจของตัวเอง หนทางของตัวเอง และเกิดใหม่อีกครั้ง และอีกครั้ง

AMARIN
HOW ▶ TO

พฤศจิกายน 2563

คำนำผู้เขียน

(1)

ตั้งแต่จำความได้ เมื่อย่างเข้าปี ค.ศ. 2000 คำว่า “digital disruption” ก็เป็นคำที่คนเริ่มพูดกันจนชินปากในแทบทุกวงการ ดิสรัปชันที่ไม่ใช่เพียงการเปลี่ยนแปลงภายนอก แต่นัยของคำนี้ตะโกนบอกให้เราต้องปรับตัวให้เร็ว ใครต่อใครว่ากันว่ามันจะเปลี่ยนแปลงชีวิตเราไปตลอดกาล

แต่ถึงแม้เราจะได้ยินคำนี้มานาน หลายครั้งเราก็ยังนวนายาต ไม่ได้ทำอะไรที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เหมือนการเปลี่ยนจากยามกลางวันไปเป็นยามเย็น จากเย็นไปเป็นยามค่ำคืน ฟ้าค่อยๆ เปลี่ยนสีทำให้เราไม่ทันรู้ตัว ความเปลี่ยนแปลงไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นฉับพลัน ทว่าพอรู้ตัวอีกที ฟ้าก็มีดสนิท โดยเฉพาะในบางวันกลางคืนก็มาเร็วเหลือเกิน

(2)

“ตอนที่ผมเป็นเด็ก หายนะที่เรากลัวกันมากที่สุดคือสงครามนิวเคลียร์ นั่นเป็นเหตุว่าทำไมเรามีถึงหน้าต่างแบบนี้ที่ได้ถุ่นบ้านเรา เต็มไปด้วยอาหารกระป๋องและน้ำ หากเราถูกโจมตีด้วยอาวุธนิวเคลียร์เมื่อใด เราควรที่จะต้องลงไปชั้นล่าง นั่งพิบขา และกินของที่อยู่ในถังพวกนั้น

“วันนี้ ความเสี่ยงต่อหายนะที่รุนแรงระดับโลกไม่ได้มีหน้าตาแบบนั้นอีกแล้ว...ถ้ามีอะไรที่จะฆ่าคนมากกว่าสิบล้านคนในเวลาไม่กี่สัปดาห์ เป็นไปได้ว่ามันจะเป็นไวรัสที่ติดต่อกันได้รวดเร็วมากกว่าที่จะเป็นสงคราม ไม่ใช่ชิปนาซุค หากเป็นจุลชีพ เราลงทุนไปมากกับการยับยั้งอาวุธนิวเคลียร์ แต่เราลงทุนน้อยมากกับการหยุดแพร่กระจายเชื้อโรค เราไม่พร้อมสำหรับการระบาดครั้งถัดไป”

ส่วนหนึ่งจาก TED Talk “The Next Outbreak: We’re Not Ready” โดยบิล เกตส์ เมษายน ปี 2015 ได้รับปรบมือเสียงในห้องส่งในระดับ “แค่พอเป็นพิธี” ยอดวิวไม่ล้นหลาม เพราะนั่นคือปี 2015 เขาออกมาพูดถึงสงครามครั้งต่อไปของโลกที่ไม่ใช่ชิปนาซุคขนาดใหญ่ แต่คือไวรัสเล็กเกินตาเห็น คำทำนายของบิล เกตส์ ที่บอกว่า “ถ้าเรามีไข้หวัดระบาดไปทั่วโลก ความมั่งคั่งของโลกจะลดลงไปประมาณสามล้านล้านดอลลาร์ และเราจะมีคนตายเป็นล้านๆ” ในวันนั้นฟังดูเป็นพล็อตหนังไซไฟ ดูเหลือเชื่อเกินจะเกิดขึ้นได้จริง

เรื่องเหลือเชื่อมันมักจะดูเหลือเชื่อเสมอ จนกระทั่งมันเกิดขึ้นจริงนั้นแหละ

ใครต่อใครต่างบอกว่าโรคระบาดครั้งนี้เป็นเหตุสุดวิสัยที่ไม่มีใครคาดการณ์ได้ แต่แท้จริงแล้วนอกจากบิล เกตส์ เอง ก็ยังมีนักวิทยาศาสตร์ นักวิจัยอีกหลายคนที่ได้ออกมาเตือนถึงการระบาดครั้งใหญ่ที่พวกเขาก็ไม่รู้ว่ามันจะมาถึงเมื่อไร แต่มันจะมาถึงแน่นอน และแจ็กพ็อตแตก! มันมาถึงในปี 2020 นี้เอง

ต้นปี 2019 เรายังคุยกันเรื่องสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐฯ การประท้วงในฮ่องกง (และความน่าจะเป็นประท้วงในบ้านเราเอง) เหตุบ้านการเมือง ความเหลื่อมล้ำ สตาร์ทอัพ ฯลฯ ทุกเรื่องล้วนอยู่ในความสนใจของเรา ยกเว้นเรื่องเดียวคือโรคระบาด จบจนกระทั่งปลายปี 2019 ที่ข่าว “โคโรนาไวรัส” ในเมืองอู่ฮั่นเริ่มถูกนำเสนอทุกวัน เราก็ยังคิดว่ามันเป็นเรื่องไกลตัว ภาพผู้คนในอู่ฮั่นที่ถูกล็อกตัวนอนอยู่ในห้องของตัวเอง ผู้คน

ส่งเสียงร้อง “อู๋อั้นเจียโฮยว!” (อู๋อั้นอู๋ๆ) ให้กำลังใจก็ดูเป็นอีกชาวต่างประเทศ ที่ดูห่างไกล จนกระทั่งต้นปี 2020 ที่ข่าวเริ่มรายงานว่าไวรัสชนิดนี้กระจาย ออกนอกอู๋อั้น ออกนอกจีน...

รู้ตัวอีกทีก็เป็นพวกเราเสียเองที่ต้องตะโกนร้อง “ทีมแพทย์พยาบาล อู๋ๆ” ให้กำลังใจทีมแพทย์พยาบาลและให้กำลังใจกันเองในยามเย็นวันหนึ่งในกรุงเทพมหานคร...

รู้ตัวอีกทีโลกทั้งโลกก็เป็นเหมือนอู๋อั้น การเปลี่ยนแปลงที่จะว่าจะ กะทันหันก็ไม่ได้ เพราะไวรัสค่อยๆ แพร่กระจายออกไป คล้ายแสงอาทิตย์ ยามเย็นที่แสงค่อยๆ จางไป รู้ตัวอีกทีฟ้าก็มีดสนิท จากกลางวันกลายเป็น กลางคืน



ทดลองอ่าน

(3)

หากทบทวนไทม์ไลน์การปฏิวัติอุตสาหกรรมที่ผ่านมา จะเห็นว่าทุกการเปลี่ยนแปลงล้วนมี “disruptor” เป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลงทุกครั้ง และดูเหมือนว่าอัตราการปฏิวัติจะเร็วขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 1 ในปี 1760 ที่ถูกกระตุ้นด้วย เครื่องจักรไอน้ำและถ่านหิน ที่มาทดแทนแรงงานคนและสัตว์จนเร่ง กระบวนการผลิตได้เร็วขึ้น มนุษย์ใช้เวลารวม 100 ปีกว่าจะเข้าสู่การ ปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 ในปี 1870 ที่เปลี่ยนจากการใช้พลังงาน ถ่านหินมาสู่การใช้พลังงานไฟฟ้าด้วยก๊าซและน้ำมัน จนสามารถเร่ง กระบวนการผลิตได้อย่างมหาศาล

จากนั้นอีกประมาณ 70 ปี ในปี 1946 มนุษย์สามารถคิดค้น คอมพิวเตอร์ได้เป็นเครื่องแรก สามารถทำให้เกิดกระบวนการผลิตอัตโนมัติ (automation) ที่รวดเร็ว แม่นยำ ประหยัดแรงงาน จนโลกเข้าสู่ยุคปฏิวัติ

อุตสาหกรรมครั้งที่ 3 ในปี 1969 จากนั้นอีกประมาณ 40 ปี โลกก็เคลื่อนเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 จาก disruptor อย่างอินเทอร์เน็ตที่เปลี่ยนชีวิตเราไปตลอดกาล ตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดดิจิทัลเทคโนโลยีเกิดการเชื่อมต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน

เห็นได้ว่าระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิวัติเร็วขึ้นเรื่อย ๆ จาก 100 ปี เหลือ 70 ปีและ 40 ปีตามลำดับ และตัว “disruptor” ในการเปลี่ยนแปลงก็มีตั้งแต่เครื่องทอผ้า (1.0) หลอดไฟ (2.0) คอมพิวเตอร์ (3.0) อินเทอร์เน็ต (4.0) และ...โควิด-19 (4.5)? ถึงแม้การระบาดของไวรัสไม่ได้นำไปสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรม แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่านี่เป็น disruptor ที่กระตุ้นการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ในเวลาที่สั้นลงจากระยะเวลาร้อยปีหลายสิบปี ให้เหลือเพียงในเวลาไม่กี่เดือนไม่กี่วัน และไม่ได้ค่อย ๆ เกิดทีละจุดในโลก แต่เกิดขึ้นอย่างพร้อมเพรียงกันทั่วโลก เรียกร้องให้ทุกประเทศ ทุกวงการต้องปรับใหม่ เปลี่ยนใหม่แบบไม่มีวันหวนกลับ

ในขณะที่ disruptor อื่นๆ ที่ผ่านมา มนุษย์เป็นคนสร้างขึ้นมาเอง เรากลับไม่เคยระแคะระคายเลยว่ายังมี biological disruptor ที่ยิ่งใหญ่และไม่ได้เกิดจากการดีไซน์ของเราเช่นโรคระบาด ที่ทำให้มนุษย์ต้องคุกเข่าศิโรราบ ยอมรับ และปรับตัว

(4)

เมื่อแรกเริ่มศตวรรษที่ 21 บริษัทขนาดใหญ่ที่สุดของโลกที่ติดอันดับฟอร์จูน 500 นั้นหายไปกว่าครึ่งหนึ่ง World Economic Forum บอกว่านี่เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของ “การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมครั้งที่สี่” เท่านั้น เมื่อนวัตกรรมต่าง ๆ ถูกพัฒนาขึ้นจากดิจิทัลให้มีความฉลาด ฉับซ็อน และเปลี่ยนกระบวนการผลิตมากขึ้นเรื่อยๆ จนใครต่อใครต่างพูดกันว่านี่จะ

เป็นการปฏิวัติครั้งใหญ่ที่รวดเร็วกว่าครั้งไหนๆ ถึงขั้นมีการพูดกันว่า 95 เปอร์เซ็นต์ของบริษัทขนาดใหญ่ในฟอร์จูน 500 อาจหายไปในปี 2025 หากไม่สามารถปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้

และแม้เราจะไม่สามารถกำหนดได้ว่า การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเมื่อไร แต่เราเลือกได้ว่า จะรับมือ ปรับตัวต่อจากนี้ได้อย่างไร เราเองที่กำหนดได้ว่า “การระบอบาโตใหญ่” ครั้งนี้จะเป็นหายนะ หรือจะเป็นโอกาสครั้งใหญ่ที่ทำให้เราได้แก้ไขสิ่งที่เคยพลาด และปรับเปลี่ยนคุณภาพชีวิตของทั้งมนุษย์และสิ่งมีชีวิตอื่น

“เมื่อสิบเจ็ดปีที่แล้ว ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด หลังการระบอบาโตของซาร์ส เราเชื่อว่าความยากลำบากจะตามมาด้วยการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภค และธุรกิจจะตามมาด้วยโอกาสมหาศาล”

แดเนียล จาง ซีอีโอผู้สืบทอด Alibaba จากแจ็ก หม่า ได้กล่าวถึงจุดเปลี่ยนของพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังการระบอบาโตของซาร์สที่เรียกได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ Alibaba ก้าวกระโดด

ในขณะที่วาทกรรม “การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว” “โลกจะไม่กลับไปเหมือนเดิม” ที่ครอบงำโลกอยู่ในขณะนี้ อาจทำให้ใครต่อใครหวาดกลัวกัน แต่หากเรายังมองไม่เห็นอนาคตว่าจะเปลี่ยนไปอย่างไร การมองอดีตย้อนหลังอาจช่วยได้ไม่น้อย เพื่อให้เข้าใจว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดขึ้นอยู่แล้วทุกวัน จะเร็วหรือช้าก็เท่านั้น ความสำคัญจึงไม่ใช่การเปลี่ยนแปลง แต่คือท่าทีของเราต่างหาก ดังเช่นที่ Alibaba ม้ามืดที่มองเห็นว่าในทุกปัญหาย่อมตามมาด้วยความต้องการ และตอบสนองต่อความต้องการนั้น จนพลิกเกม เป็นผู้เล่นหน้าใหม่ที่กลายมาเป็นผู้นำได้ ไม่ใช่เพียงเพราะพวกเขาสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา หากเพราะ “เข้าใจ” ว่าผู้คนต้องการอะไร

แล้วผู้คนต้องการอะไร

ในบทความ “COVID-19: 5 New Human Truths” บริษัท Accenture ที่ปรึกษาทางธุรกิจระดับโลกวิเคราะห์ว่าสถานการณ์ครั้งนี้ไม่ได้เปลี่ยนเพียงแค่รูปแบบการทำงาน แต่เปลี่ยนไปถึงจิตใจผู้คนเลยทีเดียว และนั่นหมายความว่า ผู้คนไม่ได้เพียงมองหาธุรกิจที่เปลี่ยน “รูปแบบ” แต่พวกเขามีความต้องการทางด้านจิตใจบางอย่าง ซึ่งหนึ่งใน 5 ความต้องการที่ Accenture กล่าวถึงนั่นคือ ความไว้วางใจ (trust) และความเชื่อมั่น (confidence) เมื่อผู้คนเพิ่งผ่านสภาวะผันผวน Accenture ได้ให้คำแนะนำเบื้องต้นว่าในช่วงเวลานี้ ธุรกิจจำเป็นที่จะต้อง “listen, pivot, learn, reassess” ฟัง ตั้งแกน เรียนรู้ และทบทวน ซึ่งต่างจากความเข้าใจที่เคยมีมาว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นคือการทำสิ่งใหม่ให้ไว หากคำแนะนำของ Accenture คือให้เรากลับมาตั้งหลักกับตัวเองอีกครั้ง ฟังความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ไม่ใช่เพียงลูกค้า หากคือผู้คนที่เกี่ยวข้องทั้งหมด) และที่สำคัญคือการ “ฟัง” ตัวคุณเอง ฟังเพื่อทบทวนคุณค่าที่แท้จริง ไม่ใช่แค่กำลังทำอะไร หากคือทำอะไร และทำไปทำไม

ฟัง ตั้งแกน เรียนรู้ และทบทวน...

ไม่ใช่เพราะกลัวตามคำพูดที่เคยได้ยินว่าในช่วงการเปลี่ยนแปลงนั้น มนุษย์ต้อง “ปรับตัวหรือตาย” (adapt or die) อย่างที่วาทกรรมทั้งหลายมักว่ากัน จริงอยู่ว่าการปรับตัวนั้นเป็นเรื่องจำเป็น หากการปรับตัวที่ต้นนั้นควรมาจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าทำไมถึงต้องปรับ ปรับให้เข้ากับตนเองและบริบทโดยรอบ มากกว่าปรับอย่างด้นรน ปรับอย่างรวดเร็วเพียงเพราะกลัวตาย หากเป็นการปรับอย่างเข้าใจตัวเองอย่างถ่องแท้จากภายใน และเปลี่ยนด้วยความเข้าใจสถานการณ์ภายนอกไปพร้อม ๆ กัน

“Necessity is the mother of invention.”

“ความจำเป็นคือบ่อเกิดของนวัตกรรม”

A ความต้องการ contact-free products ในวันที่เกิดการระบาดของ
 ซาร์สทำให้เกิด Alibaba และแพลตฟอร์มการค้าใหม่ในรูปแบบ
 อีคอมเมิร์ซ ความต้องการแรงงานเพื่อใช้ในการผลิตตอบสนองจำนวน
 ประชากรที่เติบโตขึ้น ทำให้มนุษย์คิดเครื่องทุ่นแรงต่างๆ ทั้งเครื่องจักร
 ไอน้ำและถ่านหิน ความต้องการความสะดวก ผลิตซ้ำจำนวนมากได้
 ทำให้คอมพิวเตอร์ถูกพัฒนาขึ้นและเปลี่ยนชีวิตมนุษยชาติไปตลอดกาล

ความจำเป็นล้วนเป็นมารดาของการก่อเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และ
 เมื่อมองในแง่นี้ ในช่วงเวลาที่โลกเต็มไปด้วยความจำเป็นในการประดิษฐ์
 คิดค้นสิ่งใหม่เพื่อรับมือกับปัญหา ความท้าทายใหม่ๆ ที่เรากำลังเผชิญอยู่
 ก็น่าจะเป็นช่วงเวลาสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาเช่นกัน—หลายครั้ง
 เมื่อหันมองย้อนกลับไป เราอาจนึกไม่ออกเลยว่าที่ผ่านมาเราอยู่โดยมี
 วิธีชีวิตอีกแบบหนึ่งได้อย่างไร

ไม่ว่าจะเป็นการทำงานจากที่บ้าน การทำงานจากระยะไกล
 การไม่มีตาราง 9-5 การถูกไล่ออกจึงได้ทำงานที่มีความหมาย ธุรกิจ
 ที่ใส่ใจผู้คนและโลกไม่น้อยไปกว่าผลกำไร นวัตกรรมที่ใช้เพื่อแก้ปัญหา
 สังคมไม่ใช่เพียงหวังผลกำไร ฯลฯ ไม่น่ว่ารูปแบบการใช้ชีวิตและทำ
 ธุรกิจที่เปลี่ยนไปล้วนเกิดจากช่วงเวลานี้ที่เราเห็นแล้วว่าวิถีชีวิตวิถีนิยม
 สุดทางมีแต่ทำให้เราเห็นทางกันและไม่ส่งผลดีต่อใคร นี่คือเวลาที่เรา
 จะได้เริ่มกลับลำเรือหันไปหาทิศทางใหม่ที่ตอบโจทย์เราทุกคนได้มาก
 กว่าเดิม

บิล เกตส์ ให้สัมภาษณ์กับแดเนียล รอท บรรณาธิการบริหารของ
 LinkedIn ในรายการ “This Is Now Working” ถึงมุมมองของโลก

การทำงานที่จะเปลี่ยนไปหลังโควิด-19 โดยในช่วงท้ายเขาได้ย้ำชัดว่าถึงเวลาแล้วที่จะ “push things digitally” ผลักดันธุรกิจให้เป็น “ดิจิทัล” ที่ไม่ใช่ทางเลือก แต่คือความจำเป็นในการอยู่รอด

การเข้าสู่ถนนดิจิทัลอย่างเต็มตัว ไม่ใช่แค่เรื่องของการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ มีเว็บไซต์ มีการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่รวมถึงการมองและคิดโดยใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือ เช่น ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วน ทั้งลูกค้า ผู้ถือหุ้น ไปจนถึงคนทำงานในองค์กรเอง พูดอีกอย่างคือ ดิจิทัลนั้นเป็นเครื่องมือ แต่ไม่ใช่เป้าหมายในตัวของมันเอง และในการที่จะใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ ย่อมอาศัยการทำงานแบบใหม่ การคิดแบบใหม่ ไม่ใช่แค่อาศัยเครื่องมือใหม่ในการทำงานอย่างเดียว

เกตส์ย้ำชัดว่าสถานการณ์ติดตาม เฝ้าระวังโรคระบาดนี้จะอยู่กับเราอีกช่วงเวลานึง แต่มันเปล่าประโยชน์ที่จะตั้งคำถามว่า เมื่อไรสถานการณ์จะกลับไปเหมือนเดิม เมื่อไรเราจะกลับไปใช้ชีวิตได้เหมือนเดิม เพราะมันแน่ชัดแล้วว่า โลกจะไม่กลับไปสู่จุดเดิม แต่ชาวดีก็คือ ใครปรับตัวได้เร็วเท่าไรในช่วงเวลานี้ โอกาสที่จะรอดนั้นก็เพิ่มสูงขึ้นด้วยซ้ำ

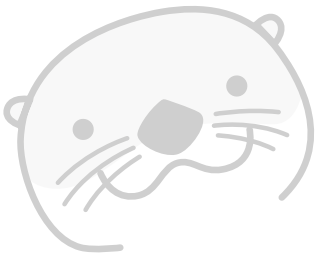
“วิกฤตนี้ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของประวัติศาสตร์โลกในศตวรรษที่ 21 แต่จะออกมาเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของพวกเรามันไม่ใช่สิ่งที่ถูกกำหนดไว้แล้ว และไม่ใช่สิ่งที่เลี่ยงไม่ได้”

ยูวาล โนอาห์ ฮาลารี ให้สัมภาษณ์ว่า นี่คือจุดเปลี่ยนสำคัญของประวัติศาสตร์หน้าใหม่ ที่ผู้กำหนดไม่ใช่ใครที่ไหน นอกจากการตัดสินใจทำ-หรือไม่ทำอะไรของเราในช่วงเวลานี้ ที่จะกำหนดว่า “new normal” วิถีปกติใหม่ที่ใครก็พูดกันจะเป็นอย่างไร-new normal อาจหมายถึงการสิ้นสุดลงของโลกาภิวัตน์ ผู้คนหวาดกลัวจนต้องกระชับพื้นที่ เพิ่มความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยให้กับตัวเอง ยอมแลกความเป็นส่วนตัวกับการแทรกแซงของภาครัฐ ความเหลื่อมล้ำขยายถ่าง คนรวยรวยมากขึ้น

คนจนยิ่งจนลง ฯลฯ หรือ new normal อาจหมายถึง การนิยามความหมายคำว่า “พัฒนา” ใหม่ ให้ความก้าวหน้านั้นไม่ใช่เพียงเรื่องของเศรษฐกิจ หากเป็นเรื่องของจิตใจ สิ่งแวดล้อม ใ้บทบาทของเทคโนโลยีนั้นมาช่วยเสริมวิถีชีวิตให้มีประสิทธิภาพ ไม่ใช่มาแทรกแซงบทบาทความเป็นมนุษย์

new normal ไม่ใช่สิ่งที่เราต้องทำนาย เพราะฉากใหม่ล้วนขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของเราในเวลานี้

เราจะหันมองชีวิตด้วยความเสียดายหรือความยินดี ก็ขึ้นอยู่กับทางเลือกในแต่ละวัน แต่ละช่วงขณะที่



ทดลองอ่าน

ASSESSMENT

.....
ປຣະໂມັມປຣະມາດ



เราต่างเคยได้ยินวลีคลาสสิกที่ว่า “change is permanent” การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งแน่นอน วาทกรรมการเปลี่ยนแปลงที่ใช้ศัพท์แสงต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็น change, transform, shift, disrupt หรือ reinvent คำที่ฟังเผิน ๆ ไม่มีอะไรต่างกันในภาษาไทย หากในภาษาอังกฤษการเลือกใช้คำว่า reinvent นั้นดูจะมีนัยบางอย่างต่างออกไป

ง่ายที่สุดในการทำความเข้าใจความหมาย คือการกลับไปอ้างอิงจากดิคชันนารีที่บัญญัตินิยามคำต่าง ๆ เอาไว้ จนพบว่าคำที่ดูจะเป็น synonym (คำไวพจน์ใช้แทนหรือสลับกันได้) มีความหมายที่ต่างกันอยู่

“change”: to make or become different
การทำให้ต่างหรือการกลับกลายเป็นต่างไปจากเดิม

“transform”: to make completely the character or appearance of something in order to improve it

การทำให้คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของบางสิ่งเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงเพื่อที่จะทำให้นั้นดีขึ้น

“shift”: to move or change from one position or direction to another

การเคลื่อนย้าย หรือการเปลี่ยนจากตำแหน่ง ทิศทางหนึ่งไปสู่ อีกจุดหนึ่ง

“reinvent”: to produce something new that is based on something that already exists

การสร้างสิ่งใหม่ที่อยู่บนฐานของสิ่งที่มีอยู่แล้ว

ความหมายที่ต่างกันไปใน Cambridge Dictionary นั้นคล้ายกับที่ เจมส์ อัลทซ์เซอร์ เขียนไว้ในหนังสือ *Reinvent Yourself* ที่เขากล่าว ถึงการ “reinvent” ตัวเองเอาไว้ว่า มันคือการสร้าง “ความเป็นอยู่ที่ดีจากข้างใน” (well being from within) ในขณะที่ change, transform, shift นั้นมีความหมายในการเคลื่อน เปลี่ยนไปสู่สิ่งใหม่ “reinvent” นั้น ต่างไปตรงที่มันไม่ใช่การลบล้าง ปฏิเสธสิ่งที่เคยมีมาก่อนไปโดยสิ้นเชิง หากเป็นการกอบประสิ่งใหม่จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว และชวนให้เรากลับมาแสวงหาคำตอบจากภายใน สร้างสิ่งใหม่ขึ้นจากสิ่งที่เรามี

ทุกวันนี้มีคำแนะนำมากมายไปหมดว่าเราจะ “reinvent” ตัวเองได้อย่างไร แต่หนึ่งในคำแนะนำที่คล้ายกันก่อนที่จะขยับปรับเปลี่ยนใดๆ คือการกลับมาประเมิน ทบทวนตัวเองก่อนว่าทำไมเราถึงควรเปลี่ยนแปลงอะไรที่ควรรักษาไว้ และอะไรที่ควรทิ้งไปได้แล้ว

Little, but often.

น้อยแต่บ่อย

ประเมินให้น้อย แต่ประเมินให้ต่อเนื่อง แทนที่จะประเมินปีละครั้ง นั่งเผชิญหน้า เจ้านายถาม ลูกน้องตอบ หรือสอบปลายภาคสุดหินเมื่อสิ้นเทอมการศึกษา ลองเปลี่ยนมาเป็นพูดคุยกันสม่ำเสมอ มีการ “ฟีดแบ็ก” กันอยู่เรื่อยๆ เพื่อช่วยให้ปรับตัวได้ทัน แก้ได้ถูกจุด แทนที่จะรอปลายปี แล้วบอกรว่าสิ่งที่ทำควอร์เตอร์ที่สองนั้นไม่เวิร์คเอาซะเลย...

“มิลเลนเนียลไม่ต้องการการประเมินรายปี พวกเขาต้องการบทสนทนาสม่ำเสมอ วิธีการที่มิลเลนเนียลสื่อสารกันคือการส่งข้อความ ทวิต หรือแชต ที่รวดเร็วทันเวลา พฤติกรรมนี้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพวกเราที่ทำให้พวกเขาคุ้นชิน และต้องการรูปแบบการสื่อสารที่ทันท่วงทีสม่ำเสมอ”

ข้อค้นพบหนึ่งจากรายงาน “How Millenials Want to Live and Work” จาก Gallup บริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านธุรกิจระดับโลก แสดงให้เห็นว่าชาวมิลเลนเนียล (หรือคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1981 - 1996 หรือกลุ่มแรงงานหลักในปัจจุบัน) ไม่ได้ต้องการการทำงานเพื่อเอาตัวรอดไปวันๆ แต่พวกเขาอยากได้งานที่ท้าทายพอจะทำให้เขาเรียนรู้และเติบโตไปพร้อมกับงานได้ ซึ่งหนึ่งในการจะทำเช่นนั้นได้ก็คือการฟีดแบ็ก การสื่อสารที่สม่ำเสมอ การทำให้พวกเขารู้ว่าพวกเขาทำอะไรได้ดี และจะทำให้ดีขึ้นอีกได้อย่างไร

เอาเข้าจริงก็คงไม่ใช่แค่มิลเลนเนียลหรอก พวกเราทุกคนต่างก็ต้องการความรู้สึกท้าทาย มีเจตย์ให้เรารู้สึกได้ก้าวข้าม ฟีดแบ็กที่บอกว่าเราทำได้ในส่วนไหน และตรงไหนที่ยังทำได้ดีกว่านี้ ความเห็นที่เป็นทั้งกำลังใจและเป็นแรงจูงใจไปพร้อมๆ กันทั้งนั้น

แต่ในขณะที่เราต่างต้องการคำแนะนำเพื่อรู้ตัวและทำให้ดีขึ้นกว่าเดิม รายงานของ Gallup บอกว่า มากกว่าครึ่งหนึ่งของคนทำงานนั้นไม่ค่อย

ได้พูดคุยกับหัวหน้าอย่างเปิดใจ การประเมินผลแบบดั้งเดิมเลยมักเป็นการ “ค่อยไปคุยกันทีเดียวปลายปี” เป็นหนึ่งในเช็กลิสต์ที่ต้องทำ และหลายครั้งก็สายไปแล้วด้วยซ้ำ จนทำให้ผลการประเมินที่ออกมาเป็นคำตำหนิมากกว่า คำแนะนำ

การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง หรือ continuous assessment เป็นคำตอบต่อคำถามว่า การประเมินผลจำเป็นจริงหรือไม่ ทำไปเพื่ออะไร และควรทำอย่างไร เพื่อช่วยให้องค์กรหันทางเสียปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ ในขณะที่เดียวกันก็ตอบรับกับความต้องการของคนทำงานที่ต้องการคำแนะนำเพื่อความก้าวหน้าของพวกเขาด้วย ไม่ใช่แค่เพียงวัดผลเพื่อผลประกอบการ เพื่อรายงานประจำปีขององค์กร

จูลี แจนเซน นักแนะแนวด้านอาชีพ ผู้เขียนหนังสือ *I Don't Know What I Want, But I Know It's Not This: A Step by Step Guide to Finding Gratifying Work* ที่บทแรก “assess yourself and make a plan” ได้เสนอชุดคำถามหลากหลายที่ใช้ในการทบทวนตัวเองหลาย ๆ มิติ ทั้งในแง่ความสามารถ ความท้าทาย และคุณค่า ด้วยคำถามคำถามง่าย ๆ ที่ถามได้เรื่อยๆ ว่า อะไรคือสิ่งที่เราทำได้ดี (achievement) อะไรคือสิ่งที่ควรทิ้งไป (abandon) และอะไรที่เป็นความต้องการอย่างแท้จริง (aspiration)

Celebrate Achievement

“เคมีในสมองของลีโอปสเตอร์ที่แพ้นั้นต่างจากสมองของลีโอปสเตอร์ที่ชนะอยู่มาก และมันก็สะท้อนให้เห็นในท่าทางของมันเช่นกัน ท่าของลีโอปสเตอร์จะสง่าผ่าเผยหรือทำตัวหดหอนั้นขึ้นอยู่กับสัดส่วนของเคมีในสมองสองตัว : เซโรโทนินและออกโทพามีน ที่ทำหน้าที่เป็นสารสื่อประสาทในสมอง การชนะนั้นเพิ่มสัดส่วนของสารตัวแรกให้สูงขึ้น และ

ลือบสเตอร์ที่มีสารเซโรโทนินสูง ออกโทพามีนต่ำนั้นก็มักจะขยายตัวใหญ่ ไม่ยอมแพ้ง่ายๆ เวลาลงสนามต่อสู้”

จอร์แดน ปีเตอร์สัน กล่าวถึงลือบสเตอร์ในบทที่หนึ่งของหนังสือ 12 กฎที่ได้ตลอดชีวิต (12 Rules for Life) ว่าสมองของสัตว์ดึกดำบรรพ์ อย่างลือบสเตอร์นี้มีความคล้ายกับสมองมนุษย์ ตรงที่ทั้งลือบสเตอร์ และคนต่างก็มี “เซโรโทนิน” สารสื่อประสาทที่ควบคุมความวิตกกังวล คลายเครียด และสารนี้ก็ทำหน้าที่ไม่ต่างกันในสมองของลือบสเตอร์ และมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นเอฟเฟกต์ของมันต่อสมองหรือวิธีที่สารนี้ถูกกระตุ้น

ปีเตอร์สันเล่าว่า เซโรโทนินนั้นถูกกระตุ้นได้หลายวิธี แต่หนึ่งในนั้น คือการบรรลุความท้าทายบางอย่างไปได้ลุล่วง เช่น ลือบสเตอร์เพศผู้ที่ ลงสนามกัดคอเอาชนะตัวอื่นได้บ่อยๆ มักจะเอาชนะตัวอื่นต่อไปได้เรื่อยๆ ไม่ใช่เพราะร่างกายมันใหญ่ขึ้นทุกครั้งหรอก แต่เพราะเซโรโทนินนั้น ถูกกระตุ้นทุกครั้งที่มีมันทำกิจกรรมบางอย่างสำเร็จต่างหาก คล้ายกันกับ เวลาที่คนเราทำอะไรสักอย่างสำเร็จลุล่วงไปได้ จิตใจก็ดูจะเบิกบานขึ้น ทันตาเห็น และความรู้สึกเช่นนั้นก็จะยิ่งไปกระตุ้นให้เซโรโทนินสูงขึ้นตาม ความมั่นใจในตัวเองก็จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนส่งผลต่อศักยภาพในการรับมือ กับความท้าทายครั้งต่อไป ไม่ว่าจะใจหทัยจะยากแค่ไหน เขาจะเชื่ออยู่ลึกๆ ข้างในว่าทำได้—เพราะเขาเคยทำได้แล้วจริงๆ

การเปลี่ยนแปลงมักนำมาซึ่งความกลัว ความกลัวที่มีรากมาจาก ความไม่รู้และความไม่แน่ใจ ถ้าเช่นนั้นแล้ว สิ่งแรกที่พอจะช่วยรับมือ กับความกลัวได้อีกครั้งก็คือการตั้งความมั่นใจกลับคืนมา

และความมั่นใจที่ดีที่สุดก็คงไม่มีอะไรดีไปกว่าการได้เห็นประจักษ์ จากผลงานในอดีตที่ผ่านมาว่าเราทำได้ เราจะทำมันได้อีก และเราจะทำมัน ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

การเริ่มต้นการประเมินด้วยการเฉลิมฉลองสิ่งที่สำเร็จ (celebrate “achievement”) หรือสิ่งที่ทำได้ดี นอกจากจะสร้างแรงจูงใจ สร้างกำลังใจ

ด้วยผลงานที่แท้จริงแล้ว ยังช่วยให้เห็นความสามารถ จุดแข็ง ว่าอะไร เป็นสิ่งที่ทำได้ดีและควรจะทำต่อไป

Abandon What's No Longer Necessary

“สิ่งที่เหตุการณ์ครั้งนี้มันสอนเรามาก ๆ เลยคือ never again ที่จะเอาไข่ใส่ตะกร้าใบเดียว ธุรกิจต้องกระจายช่องทาง คนทำงานเอง ก็ต้องกระจายความสามารถของตัวเองด้วย ที่เคยคิดว่าทำสิ่งนี้อย่างเดียว รอดแล้ว มันเสี่ยงไป อีกเรื่องคือ ตัดสิ่งที่ไม่จำเป็น ทั้งเมนูที่มากเกินไป เวลาที่ใช้พัฒนาสูตรนานเกินไป หรือแม้แต่จำนวนสาขาที่เคยคิดว่าต้องมีเพิ่มเรื่อยๆ มันก็กลับมาทบทวนว่าจำเป็นจริง ๆ หรือเปล่า”

วรรตต์ วิจิตรวาทการ เล่าถึงจุดเปลี่ยนกะทันหันของร้าน Roast, ร้านกาแฟ Roots และสถานที่แองเจิลด์สตูดิโออย่าง The Commons ทองหล่อ ที่ต่างได้รับผลกระทบไปเต็ม ๆ จากโควิด-19 นี้ จากที่ปีที่แล้ว มุ่งหน้าขยายกิจการ รับพนักงานเพิ่มมากขึ้น ทุกอย่างกลับต้องหยุดชะงัก จนทำให้เขาต้องชะลอความเร็ว และประเมินตนเอง ที่มงาน และกิจการ ที่ทำอยู่กันใหม่ว่าอะไรที่ทำได้ดี และอะไรที่ไม่จำเป็น

คงไม่ใช่แค่วรรตต์เท่านั้นที่หันกลับมาถามว่า ที่ผ่านมามีอะไรที่ทำ เพราะความจำเป็นจริง ๆ เป็นเป้าหมายของเราจริง ๆ หรือมีอะไรที่ทำไป เพียงเพราะความไวของชีวิต หรือจังหวะของธุรกิจผลักดันให้ทำ แต่เรา หลาย ๆ คนคงรู้สึกเช่นกันในช่วงที่ผ่านมา ความช้าลงทำให้เราเห็นว่า เวลาที่ใช้ไป ภาระรายจ่ายอะไรที่ไม่ต้องมีก็ได้ อะไรที่เราผลลออกไป เพียงเพราะความเคยชิน แต่ไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นจริง ๆ เป็นสิ่งที่ตัดไปก็ไม่ได้ ทำให้อะไรเสียหาย มีแต่จะทำให้คล่องตัวมากขึ้น ง่ายต่อการปรับเปลี่ยน ด้วยซ้ำ

Mark Your Aspiration

“ไม่รู้อะไรทำให้ปีที่แล้วเราคิดว่ามันต้องโตขึ้นเรื่อย ๆ ตอนนี้อยู่ไม่แน่ใจนะว่าคิดอย่างนั้นหรือเปล่า เราอาจเชื่อในการทำงานน้อยลง แต่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ใช่แค่ตั้งคำถามเรื่องวิธีการ แต่มันทำให้เราต้องมาตั้งหลักกับที่ใหม่เลยว่าเราทำธุรกิจนี้ไปเพื่ออะไรกันแน่”

“เพื่ออะไร” คำถามที่รวดเร็วได้กลับมาทบทวนตัวเอง หลังจากใช้ชีวิตอยู่กับการเติบโตรวดเร็วมานาน ทำตามความเคยชิน จนลืมนัดประสงค์แรกเริ่มว่าเราทำทั้งหมดนี้ไปเพื่ออะไร และหากจะมีแ่งามอะไรบ้างในวิกฤตแต่ละครั้ง ก็คงเป็นการที่มันทำให้เราหันกลับมาตั้งหลักกับตัวเองได้ว่าที่ผ่านมาเราทำอะไร “เพื่ออะไร” อะไรที่เป็นความปรารถนาที่แท้จริง อะไรเป็นสิ่งที่เราทำได้ดีและจะทำต่อไป และอะไรเป็นสิ่งที่ไม่ต้องทำแล้วก็ได้

การประเมินตัวเองด้วยการถามตัวเองอยู่เรื่อย ๆ สม้าเสมอว่าเราทำอะไรได้ดี มีอะไรที่น่าขอบคุณ น่าเฉลิมฉลองบ้างในแต่ละวัน มีอะไรที่ไม่จำเป็นแล้วสลัดทิ้งไปได้บ้าง และเรายังอยู่ในเส้นทางที่เราารู้สึกว่ามีคุณค่าที่จะใช้เวลาของชีวิตเดินต่อไปหรือเปล่า การประเมินตัวเองเช่นนี้ไม่ต้องรอให้เกิดวิกฤตแล้วค่อยถาม แต่เป็นสิ่งที่ถามได้...

น้อยๆ แต่บ่อยๆ ในทุกๆ วัน



BEGINNER'S MIND



ใจใหม่



“**ปู่** ปู่มีคำว่า โฉะชิน (初心) หัวใจดวงแรก เป็นการเตือนไม่ให้ลืม หัวใจดวงแรกของเรา เวลาคนทำงาน บางทีจะเกิดอึดใจว่าเรารู้แล้ว เราชินแล้ว แต่หัวใจดวงแรกทำให้เราไม่ลืมตัวเองว่าทำไมเราถึงเลือกทำงานนี้ตั้งแต่แรก ลองกลับไปนึกถึงวันแรกที่เริ่มทำงานว่ารู้สึกอย่างไร ตอนนี้เรายังรู้สึกแบบนั้นหรือเปล่า เช่น ถ้าเราเป็นเซลล์วันแรกที่เราต้องไปเจอลูกค้า เราเตรียมตัวอย่างดี แต่งตัวให้เกียรติองค์กร ตอนนี้เรายังทำแบบนั้นอยู่หรือเปล่า”

อาจารย์เกด “เกตุวดี Marumura” (ดร.กฤตินี พงษ์ธนเลิศ) เล่าถึงคำว่าโฉะชิน (shoshin) หรือ “beginner’s mind” คอนเซ็ปต์ที่ซุสูกิ ชุนริว ธรรมอาจารย์พุทธนิทายเซนกล่าวไว้ในหนังสือ *จิตใหม่ หัวใจเซน (Zen Mind, Beginner’s Mind)* ประโยค “ในจิตของผู้เริ่มต้น เรามีความเป็นไปได้มากมาย แต่จิตของผู้เชี่ยวชาญ มีความเป็นไปได้ไม่มากนัก” เป็นหนึ่งในคำสอนที่ทำให้ผู้คนจดจำธรรมอาจารย์ท่านนี้

beginner’s mind จิตของผู้เริ่มต้น ไม่ใช่เป็นเพียงแนวคิดทางศาสนา หากในทางวิทยาศาสตร์ก็มีการยืนยันถึงความสำคัญของแนวคิดนี้ ในเอกสารจากวารสารการทดลองทางจิตวิทยาสังคมชิ้นหนึ่งในปี 2015 ศาสตราจารย์วิคเตอร์ อ็อตตาติ มหาวิทยาลัยในซิดคาโก รายงานถึงการ

ทดลองต่อเนื่องของเขาที่แสดงให้เห็นว่า “ยิ่งผู้เชี่ยวชาญมีภาพจำเกี่ยวกับตัวเองชัดเจนเท่าไร เขายังมีความสามารถในการเรียนรู้ลดน้อยลงเท่านั้น” กล่าวอีกอย่างก็คือ คนที่คิดว่าตนเป็นผู้เชี่ยวชาญ ชำนาญแล้วนั้นมักจะเรียนรู้สิ่งใหม่ น้อยลง

และมีนักวิทยาศาสตร์อีกหลายคนก็ออกมาบอกว่า มุมมองเชิงจิตวิญญาณ ศาสนา หรือปัญญาญาณนั้นแหละที่มีส่วนช่วยให้เขาค้นพบแง่มุมสำคัญเชิงวิทยาศาสตร์ได้ ซึ่งส่วนหนึ่งนั้นก็มาจากความสามารถในการเปิดใจ มองทุกอย่างเป็นสิ่งใหม่ ไม่ยึดติดกับการหาความรู้หรือปัญญาจากศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งเท่านั้น

วอลเตอร์ ไอแซคสัน ผู้เขียนหนังสือชีวประวัติของสตีฟ จ๊อบส์ ได้เล่าถึงช่วงหนึ่งที่จ๊อบส์เดินทางในอินเดีย และเรียนรู้กับคำสอนของศาสนาต่าง ๆ รวมทั้งพุทธนิกายเซน เขาได้ทดลองสมาธิภาวนาในช่วงทศวรรษ 1970 ที่คำสอนศาสนาพุทธยังไม่เป็นที่นิยมในตะวันตกด้วยซ้ำ ในช่วงหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ วอลเตอร์เล่าว่าสตีฟได้พบกับซุสูกิ ชุนริว (มีผู้อธิบายเพิ่มว่าธรรมาจารย์เซนของจ๊อบส์ไม่ใช่ซุสูกิ หากคือโอดองวะ โคบุเน) จนเป็นที่มาของคำกล่าวของจ๊อบส์ที่พูดถึงแนวคิด beginner's mind ว่ามีส่วนช่วยให้เขา “เรียนรู้ที่จะเชื่อในสัญชาตญาณ ความสงสัย แทนที่จะใช้การวิเคราะห์หรือพิจารณาจากสิ่งที่รู้มาก่อนหน้าแล้วเท่านั้น”

อาจดูน่าแปลกใจที่ผู้ทรงอิทธิพลในวงการนวัตกรรม เทคโนโลยีระดับโลกอย่างเขาจะพูดถึงเรื่องทางศาสนา แต่ก็ไม่น่าแปลกใจเท่าไร หากคิดว่าการจะสร้างสรรค์ “นวัตกรรม” ไม่ว่าจะเป็้นโทรศัพท์ไร้สาย มือถือไร้ปุ่ม รถไร้คนขับ ฯลฯ ล้วนอาศัยสมองที่ไม่ยึดติดกับสิ่งเก่าและความคิดที่เปิดกว้างต่อความเป็นไปได้ ไม่ว่าจะมันจะฟังดูแปลกประหลาดในตอนที่ยึดติดมากแค่ไหนก็ตาม

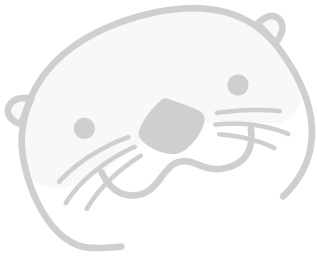
ในหนังสือ *Primal Teams: Harnessing The Power of Emotions to Fuel Extraordinary Performance* แจ็กกี้ บาร์เรตตา ผู้เขียนกล่าวถึงวิธีการหนึ่งที่ใช้เมื่อต้องการระดมสมองกับทีม ซึ่งอาจตรงกันข้ามกับแนวทางปฏิบัติของคนทั่วไป คือเธอจะให้ผู้เชี่ยวชาญ รุ่นพี่ หัวหน้าทีม เป็นคนสุดท้ายที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการระดมสมอง เพราะการที่มีผู้เชี่ยวชาญหรือหัวหน้าอยู่นั้น นอกจากอาจทำให้ผู้เข้าร่วมคนอื่น ๆ รู้สึกถูกกดดันหรือรู้สึกด้อยกว่าแล้ว ในขณะที่เดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญก็มัก (โดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ) แสดงความเห็นที่มาจากความรู้ ประสบการณ์ ความเข้าใจที่มี จนอาจปิดกั้นไอเดียดีๆ จากคนอื่นได้

คำแนะนำของบาร์เรตตาดูคล้ายกับเทคนิค “easy high impact” ที่ Creative Huddle บริษัทที่ปรึกษา ได้นำหลักกระบวนการกลุ่มมาใช้ ในการแก้ปัญหา พวกเขาจะออกแบบพื้นที่และชวนให้ผู้เข้าร่วมทุกคนได้จินตนาการ (ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ) ว่าองค์ประกอบของพวกเขาไม่ได้แบ่งเป็นฝ่ายต่าง ๆ ไม่มีตำแหน่งใดสูงไปกว่ากัน ไม่มีสิ่งที่เคยทำสำเร็จโดยไม่เคยทำพลาดมา พวกเขาจะคิดถึงโจทย์ที่ได้รับในวันนี้ การ “prime” บรรยากาศ เช่นนี้ก่อนจะช่วยปลดปล่อยทุกคนให้เป็นอิสระ ทั้งกฎระเบียบ ข้อบังคับ ข้อจำกัดต่าง ๆ ที่พวกเขาเคยยึดไว้ และทำให้ผู้เข้าร่วมทุกคนกลายเป็น beginners เท่ากันหมด

และไม่ใช่ว่าแค่กระบวนการกลุ่มเท่านั้นที่เราสามารถนำหลัก beginner’s mind มาใช้ได้ แต่กลับไปหาคำถามของอาจารย์เถิดว่า ในวันที่เราเริ่มรู้สึกตัน ใจไม่สั่นไหวกับการทำงาน ให้ลองกลับไปนึกถึง วันแรกที่เริ่มงานว่าทำไมเราถึงทำงานนี้ วันนั้นรู้สึกอย่างไร วันนี้เรายังรู้สึกแบบนั้นหรือเปล่า ถ้าใจยังไม่ปรับไม่ได้ ลองปรับกายให้เหมือนวันแรก ได้ไหม แต่งตัวราวกับจะไปทำงานวันแรกในทุกวัน เตรียมพร้อมราวกับงานนี้เป็นงานแรก หรือลองสลัดสิ่งที่เคยรู้มา ประสบการณ์ที่มีจนคิดไปว่า มันต้องเป็นแบบนี้สิ แบบนี้สิ ลองโยนกรอบใด ๆ ทิ้งไป สวมหมวก

เป็นเด็กใหม่ที่เพิ่งเข้ามา กล้าขอความช่วยเหลือจากคนอื่นอย่างไม่เขินอาย
มองพี่ดแบ็กเป็นคำแนะนำ เปลี่ยนจากความกลัวผิดพลาดเป็นความตื่นเต้น
ที่ได้ลอง

และหากเราทำได้ จิตใจใหม่อาจไม่ช่วยแค่ให้เราเป็นคนใหม่ แต่
ทำให้ทุกวันเป็นวันใหม่



ทดลองอ่าน

CHOICES

ทางเลือก



“ตอนจะเข้าประถม สอบติดกรุงเทพคริสเตียนกับอัสสัมชัญแล้ว ต้องเลือก แม่ถามว่าจะเลือกที่ไหน ตอนนั้นคิดแค่ว่าจะเลือกคนละที่กับพี่ชาย แล้วแม่ก็ยอม เขาอาจมีเหตุผลอื่นนะ แต่มันทำให้เราจำเลยว่า เออ ชีวิตเราเลือกเองได้นี่หว่า”

กวีวุฒิ เต็มภูวภัทร หัวหน้าทีมนวัตกรรม SCB10X เล่าถึงความทรงจำแรกๆ ในวัยเด็กที่พ่อแม่ปล่อยให้เลือกโรงเรียนเอง เขาเล่าว่า แม่ฐานะทางบ้านไม่ตีมากในช่วงนั้น ภาพที่จำได้คือ นั่งซ้อนท้ายมอเตอร์ไซด์ พ่อกับแม่และพี่ๆ รวมกันห้าคน แต่การที่พ่อแม่ตัดสินใจว่าจะลงทุนกับการศึกษาของลูกมากที่สุดนับเป็นความโชคดีของเขา และการที่เขาได้ตัดสินใจเลือกเล็กๆ น้อยๆ ตั้งแต่ยังเล็กก็ปลุกฝังเขาเสมอมาว่าชีวิตนั้นเลือกได้

“แม้บางครั้งเหมือนจะเลือกไม่ได้เอาซะเลย อย่างตอนอยากไปเรียนต่อ MBA ต่างประเทศ ตอนนั้นมีโจทย์สองอย่างคือ ถ้าจะไปต้องได้เรียนอยู่ที่ที่ดีที่สุดและต้องได้ทุน เพราะรู้ว่าพ่อแม่ไม่มีตังค์ ที่ทำงานตอนนั้นก็บอกว่าไม่มีทุนด้านนี้ เราก็เอวะ สอบไปก่อนแล้วกัน จนสอบติดยูที่อปๆ ที่อยากได้ แล้วค่อยเอาไปยื่นเรื่อง ยื่นทั้งที่เขาบอกว่าไม่มีทุนให้แน่แหละ แต่ครั้งนี้เรามีหลักฐานแล้วไงว่าเราสอบได้ จากที่ไม่มี ไม่ให้รอบนี้ง่ายเลย

“หลังจากนั้นเรายังเชื่อสนิทใจว่า เราเลือกได้ แต่บางครั้งเราต้องสร้างโอกาสเอง หรือต่อให้เขาปฏิเสธแต่แรก แต่เรามีสิทธิ์ที่จะลองขอ ถ้าเขาบอกว่าไม่มี แล้วคุณหยุด ไม่ทำอะไรต่อ ไม่แสดงความตั้งใจอะไรเลย ใครเขาจะหันมามอง”

ถ้าหากกวีวุฒิตัดสินใจหยุดแค่นั้นหลังจากได้ยืนยันว่าไม่มีทุนด้านที่เขาอยากเรียน ถ้าหากเขาไม่ลองต่ออีกสักนิดในการไปสอบเองก่อน ลองหาช่องทางอื่นๆ ก่อน เราก็คงจะไม่มีบุคคลสำคัญอีกคนที่นำความรู้ด้าน design thinking มาเผยแพร่ในไทย และอาจไม่มีเพจและพ็อดแคสต์ “แปดบรรทัดครึ่ง” ที่คอยนำความรู้ด้านธุรกิจและการทำงานมาให้พวกเรา ได้ติดตามอ่านและฟัง

C - critical thinking

C - can-do attitude

C - call-to-action

หลายคนอาจเคยได้ยินถึงการศึกษายาวนานที่สุด ทำกันต่อเนื่องกว่า 75 ปีจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ที่สำรวจสุขภาพร่างกายของผู้คนตั้งแต่ปี 1939 จนถึงปี 2014 กับกลุ่มประชากรเกือบพันคนที่มีฐานะเศรษฐกิจสังคมต่างกันไป และค้นพบว่าปัจจัยของการมีชีวิตที่ดีนั้นคล้ายกันไม่ว่าจะมาจากฐานะใด นั่นก็คือ การมีความสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้เรารู้สึกดีกับชีวิต (adultdevelopmentstudy.org)

แล้วสิ่งใดกันที่เป็นตัวตรงข้ามกับปัจจัยการมีชีวิตที่ดี บางคนอาจบอกว่า ถ้าการมีความสัมพันธ์ที่ดีคือสิ่งที่ทำให้เรามีชีวิตที่ดี มันก็ต้องเป็นการไม่มีความสัมพันธ์ที่ดี หรือติดอยู่ในความสัมพันธ์แย่ๆ สิ่งที่ทำให้คุณภาพชีวิตเราแย่

คำถามคือ เมื่อเราต่างรู้ว่าอะไรคือปัจจัยส่งเสริมการมีชีวิตที่ดี อาจไม่ใช่แค่เรื่องความสัมพันธ์ แต่รวมถึงการงาน สุขภาพ ฯลฯ แล้วทำไมบางครั้งเราถึงทำไม่ได้สักที ก็กลับมาที่การเลือกทำหรือไม่ทำในแต่ละวัน หลายครั้งที่เราคิดว่าเราไม่มีทางเลือก—อาจเคยถูกใครปฏิเสธ เช่นที่กวีวุฒิฎกปฏิเสธว่าไม่มีทุนในสาขาที่เขาอยากเรียนในวันนั้น และก็หยุดอยู่แค่นั้น—หรืออาจจะมีทางเลือกมากมายเต็มไปหมดจนเลือกไม่ได้เสียที อย่างที่สตีเวน คิง ว่าไว้ว่า การ “kill your darling” นั้นยากที่สุดในการเขียน และก็เป็นโจทย์ยากในการใช้ชีวิตเช่นกัน เมื่อหลายครั้งเรามีทางเลือก A B C จนเลือกไม่ได้สักที หรือพอจะเลือก ทางเลือกนั้นก็จากเราไปแล้ว

ไม่ว่ามันจะเป็นการเลือกง่ายๆ ในแต่ละวัน เลือกโทร.กลับบ้านคนที่บ้านหรือเล่นมือถือนต่อไป เลือกตื่นเข้ามาทำสิ่งที่อยากทำให้เสร็จก่อนไปทำงานหลักในแต่ละวันหรือนอนต่อ เลือกที่จะหาแพลงน B เมื่อใครบางคนบอกว่าแพลงน A นั้นเป็นไปได้

“เลือกทางยาก ชีวิตง่าย เลือกทางง่าย ชีวิตยาก”

—เจอร์รี เกรกอรี

เราจะหันมองชีวิตด้วยความเสียดายหรือความยินดี ก็ขึ้นอยู่กับทางเลือกในแต่ละวัน แต่ละชั่วขณะนาที่