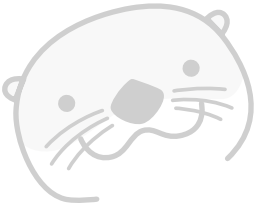


ทำทุกอย่าง
ให้ง่ายเข้าไว้
คือหัวใจของ
ความสำเร็จ



단單: 버리고, 세우고, 지키기

ลี้จ้ฮุน : เฮียน

ตรองสิริ ทองคำใส : แปลา

ทำทุกอย่างให้ง่ายเข้าไว้ คือหัวใจของความสำเร็จ

단짠: 버리고, 세우고, 지키기

AMARIN
HOW ▶ TO

ในเครือบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน)
378 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170
โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4964, 4969 โทรสาร 0-2434-3555, 0-2434-3777, 0-2435-5111
E-mail: info@amarin.co.th

KEEP IT SIMPLE

By Lee Ji Hoon

Copyright © 2015 Lee Ji Hoon

All rights reserved

Thai language copyright © 2019 Amarin Printing and Publishing Plc.
Thai language edition arranged with Munhakdongne Publishing Corp.
through Eric Yang Agency Inc.

สงวนลิขสิทธิ์หนังสือเล่มนี้ตามพระราชบัญญัติ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ.2559
ห้ามคัดลอกเนื้อหา ภาพประกอบ รวมทั้งดัดแปลงเป็นแบบฉบับที่กลึง ตีลบวดีตีพิมพ์
หรือเผยแพร่ด้วยรูปแบบและวิธีการอื่นใดก่อนได้รับอนุญาต

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ 978-616-18-3087-8
พิมพ์ครั้งแรก กันยายน 2562

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของศูนย์ข้อมูลอมรินทร์

ลิขสิทธิ์

ทำทุกอย่างให้ง่ายเข้าไว้ คือหัวใจของความสำเร็จ / ลีจีฮุน. เชียง; ตองสิริ ทองคำใส: แปล จาก
KEEP IT SIMPLE.— กรุงเทพฯ: อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง, 2562.
(12), 356 หน้า.

1. จิตวิทยาพัฒนาตนเอง. 2. จิตวิทยาการทำงาน. 3. ความสำเร็จ. 4. การเพิ่มประสิทธิภาพงาน.
I. ตองสิริ ทองคำใส, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

650.1 ล6ท6

DDC 650.1

ISBN 978-616-18-3087-8

เจ้าของ ผู้พิมพ์/ผู้โฆษณา บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน)
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ระวีณ อุทกะพันธุ์ ปัญจรุ่งโรจน์ • กรรมการผู้จัดการ อุษณีย์ วิรัตพันธ์
ที่ปรึกษาสายงานสำนักพิมพ์ในเครือ อองอาจ จิระอร • รองบรรณาธิการผู้อำนวยการ จตุพล บุญพริต, สิริกานต์ ผลงาม
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ทศพร สนิชวรณะ • บรรณาธิการสำนักพิมพ์ วิรัชฐา กาลามเกษตร์

บรรณาธิการ สิริวิภา แก้วป่อง • บรรณาธิการต้นฉบับ ชัชวรณะ ปัญญาแพทย์จาดิ • เลขานุการ สุภัฎญา จันทร์ศักดิ์
ผู้จัดการฝ่ายศิลปกรรม พีระพงศ์ โพลินธุ์, วรณา ตั้งแสงประทีป • ศิลปกรรม เกติพิบูล โหมตตาด
ผู้อำนวยการฝ่ายจัดการสำนักพิมพ์ ชัชฎา พรหมเลิศ • ผู้ตรวจทานต้นฉบับ จินดารัตน์ ธรรมรงค์อุทัย
พิสูจน์อักษร สุทธรีย์ ไกรวิจิตร • คอมพิวเตอร์ ทองเพ็ชร วรรณทอง
ผู้จัดการฝ่ายประสานงานสำนักพิมพ์ อมราลักษณ์ เขียวกลิ่น • ประสานงานสำนักพิมพ์ ชนิดฐา ศรีอินทร์
ผู้จัดการส่วนพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการขาย กุลพัฒน์ บัวละออ
ผู้จัดการส่วนดิจิทัลคอมเมิร์ซและคอนเทนต์ ธนพงษ์ โพธิ์บำรุง

แยกสีและพิมพ์ที่

สายธุรกิจโรงพิมพ์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน)

376 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170

โทรศัพท์ 0-2422-9000, 0-2882-1010 โทรสาร 0-2433-2742, 0-2434-1385

จัดทำโดย

บริษัทอมรินทร์บุ๊กเซ็นเตอร์ จำกัด

108 หมู่ที่ 2 ถนนบางกรวย-จنگlom ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
โทรศัพท์ 0-2423-9999 โทรสาร 0-2449-9222, 0-2449-9500-6 Homepage: <http://www.naiin.com>

ราคา 295 บาท

สารบัญ

คำนำสำนักพิมพ์ (10)

บทนำ เราต้องมี “จิตใจแบบถ้วยเปล่า” 1

บทที่ 1 คุณพร้อมที่จะเรียงร้อยหรือยัง 13

ควรรับมือกับ “ความซับซ้อนบนโลกที่แทบทนมไม่ไหว” อย่างไรดี 14

• จงทิ้งอสูรที่ชื่อ “มากขึ้นอีก” 18

• ความเรียบง่ายคือการลด “สิ่งสำคัญน้อย” เพื่อ “สิ่งสำคัญมาก” :
การ “สมัครใจไม่แตะคอมพิวเตอร์”
ของศาสตราจารย์จาเร็ด ไดมอนด์ 20

• คำพูดหวานหูแต่ปราศจากการเลือกอันเจ็บปวดไม่ถือเป็นกลยุทธ์ 27

• “อย่าซื้อสินค้าเรา” คำโฆษณาประหลาดจากบริษัทแห่งหนึ่ง :
“ธุรกิจแห่งศีลธรรม” ของอีวอน ชุนนาร์ด
ประธานบริษัทปาตาโกเนีย 38

• เศรษฐกิจโลกกำลังบินแบบ “สตอลส์สปีด” 42

เดิบท “อย่างแข็งแรง” ต่างจากเดิบท “อย่างอ้วนพี”	52
• จงฆ่า ฆ่า และฆ่าสิ่งที่ตนคิดว่ามีความหมาย	54
• ไฮไลต์ของจริงอยู่หลังดวงตาและหู	59
• ถ้าไม่แข็งแรง ก็ไม่ใช่ทั้งข้าวต้มและข้าวสวย : การตลาดแบบมีเรื่องราวของไฟรทาก เปลี่ยน “ขยะ” ให้เป็น “แบรนด์เนม”	67
• จีอบส์ “ทึ่ง” เป็น “ตั้ง” ชัดเจน และ “รักษา” อย่างเข้มงวด : กลยุทธ์ “Insanely Simple” ของเคน ซีกอลล์ ครีเอทีฟไดเรกเตอร์	75

บทที่ 2 ทิว 85

ชีวิตอนุญาตให้มี “เก้าอี้เพียงตัวเดียว”	86
• สิ่งไม่ปลูกเร้าใจคือสิ่งไม่จำเป็น : กลยุทธ์ “เปลือย” ของมาร์ก คอนสแตนติน ผู้ก่อตั้งบริษัทลัช	87
• “ชีวิตเหน้อยล้า” ไม่ได้มอบ “เงินเดือนสูง” ให้ : “วิธีประสบความสำเร็จอย่างชาญฉลาด” ของมาร์ติน บีแจการ์ด “เทพแห่งการสร้างธุรกิจ”	95
• ชีวิตไม่ใช่พอร์ตโฟลิโอ	99
• ความซับซ้อนฆ่าองค์กรโดยไร้ผู้เสี่ยง	107
• เหล่าบริษัทชั้นนำทั้งอะไรและอย่างไร : โปรเจกต์ที่ยืดหลักการ ทำให้เรียบง่ายของจีอี โดยต้า และอิกเกีย	119
• ออกจากณะต้องทิ้ง - สุนทรียศาสตร์จากหมากล้อม	128

มือสมัครเล่นเผยได้ มืออาชีพซ่อนเร้น	134
<ul style="list-style-type: none"> การรอดกลไกแก่ผู้บริโภคคือการกระทำของมือสมัครเล่น : “บริหารธุรกิจโดยใส่ใจผู้บริโภคเป็นหลัก” วิถีของโบส แบรนต์เครื่องเสียงพรีเมียม ให้เยอะแล้วดีจริงหรือ ลูกค้าเลือกความสะดวกมากกว่า : กลยุทธ์เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของดรูว์ ฮิวส์ตัน ผู้ก่อตั้งบริษัทรีอปบ็อกซ์ ชาวสุขนิยมตัวจริงพอใจกับ “สิ่งเล็กน้อย” : “เอพิควเรียน” แบบสตีเฟน กรีนบลัทท์ ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด จงใช้ชีวิตอย่างมีระเบียบและมีกฎเกณฑ์ เพื่อจะทุ่มเทกับงานได้มากขึ้น 	136 145 151 155

บทที่ 3 ตั้ว 167

เพราะสั่ง เพราะสนุก เพราะคลังคลัง คุณล่ะเป็นแบบไหน	168
<ul style="list-style-type: none"> “ดีน้อย” เหมือน “เลวมาก” และ “ดีมาก” เหมือน “ใจดำ” ใช้ “เพราะว่า” แทน “ทำตามฉันสิ” : ทฤษฎีวงกลมทองคำ ของไซมอน ชิเน็ค นักคิดด้านงานบริหาร จงเดินห่างจากเสียงปืน : ทฤษฎีไฟกัศ ของศาสตราจารย์เอ็ดเวิร์ด วิลสัน นักชีววิทยาวิวัฒนาการ อันตรายที่สุดคือไม่ยอมรับอันตราย 	171 177 185 189

- เพราะเลียนแบบ ก็สมควรถูกเลียนแบบกลับ 201

บริษัทที่เรียบง่ายจดจ่ออยู่กับแค่ห้าเรื่อง 213

- กลยุทธ์คือการเลือก “ที่จะไม่แข่ง” 215
- บริษัทที่ฉลาดเล่นงานแค่ “จุดเดียว” 225
- ค่าใช้จ่ายซ่อนเร้นเพิ่มตามความเยอะของสินค้า 235
- องค์กรใหญ่และหนักย่อมอู้ยอ้าย 245
- “วิธีแก้ปัญหามิมีทางเรียบง่ายแบบนี้”
ทัศนคติตายตัวที่กีดขวางการปฏิรูป 255

บทที่ 4 รักษา 261

ดอกผลไ้จะเกิดในวันเดียว 262

- การทำซ้ำที่ยิ่งใหญ่ : การบริหารที่มีความต่อเนื่อง
ของซากราดะ อัดลีซี แห่งมอสเบอร์เกอร์ 265
- ทุกแบรนด์มี “จิตวิญญาณ” : การบริหารอัตลักษณ์
ของแดนี ไรส์ ประธานแคนาดาแกูส 277
- “มาตรฐาน” จำเป็นต่อการรักษา 287
- จงเลี้ยงเลยเป้า : ธุรกิจแบบนักบวชของออกัสต์ ทูแรค 294
- คนยุคนี้ต้องการวิถีชีวิต “โลไฟ” 298

จงเปลี่ยนแปลงแต่ไม่เปลี่ยนไป 303

- หลุดพ้นจากจิตชั่วร้ายชื่อ “ถ้าไม่ ก ก็ ข”
แล้วตอบรับจิตวิญญาณของ “และ” : กลยุทธ์ “ดั้งเดิม + สร้างสรรค์”
ของอริซาเบล กุยโซต์ แห่งบาเลนเซียกา 304
- นักลงทุนที่ฉลาดรู้จักแยก “สัญญาณ” กับ “เสียงรบกวน” :
การบริหารเงินสดเงินของคาร์กิลล์
บริษัทจดทะเบียนนอกตลาดอันดับหนึ่ง 317
- ความยั่งยืนคือความศรัทธาต่อ “การเนาเปื่อย” 325
- แก่นแท้ของทุนนิยมไม่ใช่ “แบ่งทรัพยากร”
แต่คือ “การสร้างสรรค์” 340

บทส่งท้าย ความอึดใจลึกล้ำเมื่อว่างเปล่ากับทุกอย่าง 348

ขอขอบคุณ 351

ประวัติผู้เขียน 354

คำนำสำนักพิมพ์

ทุกวันนี้เราถูกโอบล้อมไปด้วยวัตถุ ข้อมูล กฎเกณฑ์ ความคิด และธรรมเนียมจำนวนมาก ความฟุ่มเฟือยเหล่านี้ล้วนผลักดันให้เราให้เดินออกเส้นทางเพราะมัวแต่สับสนและจดจ่ออยู่กับสิ่งที่ไม่ใช่เป้าหมาย การจะวกกลับสู่เส้นทางหลักได้นั้น เราต้องเปลี่ยนวิธีชีวิตสู่ “ความเรียบง่าย” ด้วยสูตรทั้ง ตั้ง รักษา

ทิ้งรายละเอียดที่ไม่สำคัญ

ตั้งอัตลักษณ์อย่างแข็งแกร่ง

รักษาไว้ไม่ให้ร่วงหล่น

หนังสือเล่มนี้จะตอบคำถามว่าต้องตั้ง ตั้ง รักษาอย่างไร จึงจะก้าวสู่ความเรียบง่ายขั้นสุดได้สำเร็จ ผ่านเรื่องราวการลองผิดลองถูกและความสำเร็จอันงดงามขององค์กรระดับโลก ซึ่งเป็นเครื่องพิสูจน์ว่าสูตรดังกล่าวให้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมขนาดไหน ไม่ว่าจะ

- **อินสตาแกรม** ไม่พัฒนาเว็บไซต์ให้มีลูกเล่นหลากหลายในระดับแค่ “โอเค” แต่เลือกทุ่มเทเฉพาะสิ่งสำคัญมาก ๆ ไม่ก็อย่างให้เป็นระดับ “สมบูรณ์แบบ”
- **ไฟรทาก** ถำรงอัตลักษณ์และคุณค่าที่ตั้งไว้แต่เดิม ไม่สั่นคลอนกับแรงยั่วยุหรือความหวั่นวิตก กระทั่งสามารถลอกคราบ “ชยะ” ให้เป็น “แบรนด์เนม” ได้สำเร็จ
- **แอปเปิล** ทั้งรูปแบบการบริหารแบบมีพิธีรีตอง ปรับระบบการใช้งานให้ง่าย และเลิกผลิตสินค้าที่ปราศจากจิตวิญญาณของแอปเปิล เพื่อสร้างอัตลักษณ์ตนเองให้ชัดเจนและสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อความ “มากล้น” เริ่มเกาะกินจิตวิญญาณ จงกลับสู่จุดเริ่มต้น แล้วชีวิตจะเป็นอิสระ ดังที่เฮนรี เดวิด ทอโร (Henry David Thoreau) กล่าวว่า “ชีวิตเราสิ้นเปลืองไปกับเรื่องไม่เป็นเรื่องหลายอย่าง จงเรียบง่าย เรียบง่าย และเรียบง่ายเข้าไว้!”

AMARIN
HOW ▶ TO

กันยายน 2562

เราต้องมี “จิตใจแบบถ้วยเปล่า”

นี่เป็นเรื่องที่เกิดตอนมัดสุชิตะ โคโนซุเกะ ดำเนินงานแห่งการธุรกิจญี่ปุ่น ผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็น “เทพนักบริหาร” เดินทางไปดูงานต่างจังหวัด สมัยเขายังมีชีวิตอยู่ เมื่อมีผู้เล่าว่าท้องถิ่นแห่งนั้นมีพระชราผู้หยั่งรู้และมีปัญญาแตกฉาน มัดสุชิตะจึงเดินทางไปพบ หมายถึงขอความรู้จากท่าน พอไปถึงเขาได้รับเชิญเข้าไปยังห้องที่พระชราเตรียมน้ำชาไว้ต้อนรับ หลังกล่าวทักทายกัน พระได้รินน้ำชาลงในถ้วยของมัดสุชิตะจนล้นถ้วย น้ำชาหกเจ็บนองจนพื้นผิวโต๊ะดูคล้ายทะเลย่อม ๆ กระนั้นท่านก็ยังไม่หยุดริน มัดสุชิตะจึงเอ่ยถาม

“พระอาจารย์ ชาล้นถ้วยแล้ว ทำไมยังรินต่ออีกล่ะครับ”

ทันใดนั้นพระชราอมยิ้ม กล่าวตอบว่า

“นั่นสินะ ทั้งที่ล้นปริ่มแล้ว จะใส่อะไรเพิ่มได้อีก”

มัดสุชิตะตะลึงกับคำตอบ ก่อนพยักหน้า แล้วกล่าวว่า

“ขอบพระคุณที่สอนบทเรียนล้ำค่าให้ผมครับ”

พระชราไม่ตอบว่าอะไร ท่านเพียงหัวเราะอย่างเมตตา

ทำไมพระชราถึงรินชาต่อทั้ง ๆ ที่ชาล้นถ้วยแล้ว ทำไมมัดสุชิตะถึงยกย่องคำพูดซึ่งดูไม่ได้พิเศษของพระชราว่าเป็นคำสอนล้ำค่า พระชรา

รูปนั้นได้สอนมัดสุชิตะให้ระลึกไว้ผ่านถ้วยชาที่น้ำชาเอ้อลั่นว่าท่านจะสอนสิ่งใดเพิ่มได้อีก ในเมื่อมัดสุชิตะคิดว่าสมองกับหัวใจตนเปี่ยมด้วยความรู้ และประสบการณ์บนโลกจนล้นปรี่อยู่ก่อนแล้ว

การจะเติมสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่า จำเป็นต้องมีพื้นที่ว่างเสียก่อน ถ้วยจะใช้ประโยชน์ได้ก็ต่อเมื่อมันว่างเปล่าไร้สิ่งบรรจุกีดขวางฉันใด การทำกายใจให้ว่างก็เป็นหนทางสร้างตัวเราที่สมบูรณ์อย่างแท้จริงฉันนั้น เล่าจื๊อเคยกล่าวไว้ว่า “ศึกษาวิชาทุกวันมีแต่เพิ่มพูน ศึกษาแต่ทุกวันมีแต่น้อยลงจริง ๆ แล้วมีไม่กี่คนหรอกที่จะทำตนให้ว่างเปล่าได้ พวกเราผู้อยู่ในโลกที่ “มากขึ้น เยอะขึ้นอีก” แม้เห็นชาล้นถ้วยก็ยังคงรินชาต่อไป เราตอนนี้จึงต้องมี “จิตใจแบบถ้วยเปล่า” หรือก็คือ “จิตใจแห่งความเรียบง่าย”

คำว่าสมบูรณ์แบบจะสมบูรณ์ได้ เมื่อไม่มีอะไรให้ “ตัด” อีก

ประสบการณ์ทำอาชีพนักข่าวมานานกว่า 20 ปีสอนผมว่า งานนักข่าวกับชีวิตทางโลกช่างคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะหลายปีล่าสุดซึ่งผมได้รู้จักและพูดคุยกับนักธุรกิจชื่อดังระดับโลกหลายท่าน ผมยิ่งคิดว่างานของนักข่าวคล้ายกับงานบริหารธุรกิจ สิ่งหนึ่งที่คล้ายกันมากที่สุดคือ ยังมีตำแหน่งสูง คุณค่าของ “ความเรียบง่าย” ก็ยิ่งได้รับการประเมินสูงไปด้วย ประเด็นนี้มีได้จำกัดเพียงในศาสตร์การบริหารธุรกิจ แต่ยังใช้ได้กับงานนักข่าว บริหาร กีฬา หรือศิลปะ สูดยอดทักชะผีมือล้นก่อนเกิดจากความเรียบง่าย มือสมัครเล่นจะทำเรื่องให้สลบซบซ้อไม่เป็นระเบียบ แต่มืออาชีพผู้ชำนาญจะเป็นระเบียบและไม่ซบซ้อ

ตัวอย่างเช่น ข่าวคุณภาพจะไม่มีเนื้อหาส่วนเกิน ซึ่งประเด็นชัดเจนและแม่นยำ อ่านสั้นไหล แสดงเอกลักษณ์ทางสำนวนแจ่มชัด โลกธุรกิจเอง

ก็ไม่ต่างกัน ผู้บริหารผู้ขาดความมั่นใจจะต้องใช้ทั้งเอกสารวางแผนงาน กองโตกับสไลด์จำนวนมาก ส่วนผู้บริหารตัวจริงจะไม่ทำงานอย่างวุ่นวาย ผู้บริหารส่วนใหญ่มักกังวลว่าหากทำสิ่งต่างๆ ให้เรียบง่าย คนอื่นจะมองว่า ตนไม่มีที่น แต่ความจริงไม่ใช่เลย นักปฏิบัติผู้ตรงประเด็นจะทำงานให้ เรียบง่ายที่สุด

เช่นเดียวกับการจัดท่าของนักกีฬาเมื่ออาชีพเก่งๆ ไม่ให้มีส่วนเกิน เช่น วงสะวิงของคิมฮโยจู นักกอล์ฟหญิง ไม่มีท่วงท่าที่ไม่จำเป็นเลยสักนิด เธอเคลื่อนไหวอย่างกระชับ เน้นใช้กล้ามเนื้อและขยับตัวน้อยที่สุด ยาม เคลื่อนไหวจึงดูสวยงามเป็นธรรมชาติยังกับสายน้ำไหล หัวใจสำคัญของ การว่ายน้ำก็คือการ “ตัดแรงที่ไม่จำเป็น” หากออกแรงหัวไหล่มาก ผู้ว่ายน้ำ จะเหนื่อยเร็ว ว่ายน้ำได้ไม่ถนัด เนื่องจากร่างกายกับน้ำไม่เป็นหนึ่งเดียวกัน ครูสอนว่ายน้ำถึงแนะนำว่าให้นึกถึงท่าว่ายน้ำของปลาโลมา ซึ่งประสาน เป็นหนึ่งเดียวกับสายน้ำ ดูเป็นธรรมชาติ ไม่น่าเหน็ดเหนื่อยเลยสักนิด

ท่าว่ายน้ำที่เรียบง่ายที่สุดจึงถือว่ามีประสิทธิภาพสูงสุด แม้แต่ศาสตร์ วิทยาศาสตร์ชั้นสูงก็ยังเอ่ยถึงความเรียบง่าย ดังที่ศาสตราจารย์เอดเวิร์ด วิลสัน (Edward Wilson) นักชีววิทยาวิวัฒนาการ (evolutionary biologist) ชื่อดังของโลก อธิบายว่า “นักวิทยาศาสตร์แสวงหาความเป็นไปได้ทาง เศรษฐกิจ (economic feasibility) เราพยายามกำหนดสาระสำคัญของ ข้อมูลโดยทำให้มันเรียบง่ายที่สุด ขณะเดียวกันก็สวยงามในเชิงสุนทรียะ มากที่สุด”

องตวน เดอ แซงเตก-ซูเปรี (Antoine de Saint-Exupéry) เคย กล่าวว่ “คำว่าสมบูรณ์แบบไม่ใช่การเพิ่มเติมสิ่งใด แต่เป็นการไม่ต้อง มีอะไรให้ตัดอีก” ตรงจุดนี้กล่าวถึงนิยามแรกของความเรียบง่าย นั่นคือ “ตัดสิ่งไม่จำเป็นทิ้งทั้งหมด คงเหลือไว้เพียงหัวใจสำคัญอันเป็นสภาพสมบูรณ์ ที่สุดที่ไม่มีส่วนไหนให้ลดทอนได้อีก”

ความเรียบง่ายคือเครื่องมือ ที่ช่วยให้ได้ทำ "งานสำคัญ" อันแท้จริง

โลกทุกวันนี้มี "สิ่งที่ต้องตัดทิ้ง" มากเหลือเกิน คุณเคยยืนงงตรงหน้าชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ตเพราะไม่รู้ว่าจะเลือกซื้อยาสีฟันชิ้นไหนไหมครับ สาเหตุที่เราเิ่งงันเมื่อเห็นกองสินค้าส่วนใหญ่ที่หน้าตาคล้ายกันไปหมดมาจากอาการทางระบบประสาทที่ชื่อ "ตาบอดซ้ำ" (Repetition Blindness) กล่าวคือ เมื่อสายตามองวัตถุคล้ายกัน สมองจะจดจำอย่างคร่าว ๆ ว่ากล่องยาสีฟันเหล่านั้นมีรูปทรงกับขนาดเหมือนกันหมด เมื่อปี ค.ศ. 1949 สินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตเคยมีเพียง 3,750 กว่ารายการ แต่ปัจจุบันมีสินค้าแข่งกันฉูดฉาดมากกว่า 45,000 รายการแล้ว

ด้านปริมาณข้อมูลเองก็ล้นจนท่วมท้นไม่แพ้กัน คนที่ทำอาชีพนักข่าวมา 20 กว่าปีอย่างผมเห็นว่าการเรามีข้อมูลข่าวสารฟุ้งเฟ้อมากขึ้นเรื่อย ๆ แด่หนังสือพิมพ์ *เดอะนิวยอร์กไทมส์* ทุกวันนี้ฉบับเดียวกับบรรจุข้อมูลปริมาณมากกว่าที่ชาวอังกฤษในศตวรรษที่ 17 รับรู้มาตลอดชีวิตเสียอีก¹ สื่อสิ่งพิมพ์เอเย อินเทอร์เน็ตเอเย ไหนจะข้อมูลข่าวสารผ่านกาเกาทอล์ค เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ ซึ่งอัปเดตกันเร็วเป็นหน่วยวินาที ปริมาณมีแต่เพิ่มเป็นเท่าทวี แต่กลับย้อนแย้งตรงที่ว่าไม่ค่อยมีเนื้อหาสำคัญจริง ๆ มากนัก

รอล์ฟ โดเบลลี (Rolf Dobelli) ผู้เขียนหนังสือ 52 วิธีคิดให้ได้ อย่างเฉียบคม (*The Art of Thinking Cleary* หรือ *Die Kunst des klaren Denkens*) และ *Die Kunst des klugen Handelns* ซึ่งกล่าวถึงการรวบรวมข้อผิดพลาดทางด้านความคิด พฤติกรรม และนิสัยของคนยุคปัจจุบัน โดเบลลีโด่งดังเรื่องไม่ดูข่าวจากโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ เขาอธิบายเหตุผลว่า

¹จากหนังสือ *Management in Ten Words* โดยเทอร์รี่ ลีฮีย์ (Terry Leahy)

“ยุคนี้เต็มไปด้วยข่าวสารฟุ่มเฟือย หากผู้คนใช้ชีวิตโดยผูกมัดตัวเองกับข่าวสารก็อาจมองได้ว่าเป็น ‘ความผิดพลาด’ อย่างหนึ่ง นั่นคือเชื่อว่ายังมีข้อมูลมากก็ยิ่งช่วยให้ตนคิดอ่านและตัดสินใจได้ถูกต้อง แต่ผลวิจัยเปิดเผยว่า หากเราบ่อนข้อมูลใส่สมองมากเกินไปจนเกินจุดรับไหว ความสามารถในการตัดสินใจจะลดลง อิทธิพลของข่าวต่อจิตใจก็เหมือนอิทธิพลของน้ำตาลต่อร่างกาย ซึ่งกระตุ้นเราได้จริง แต่ไม่ดีต่อสุขภาพ”

โดเบลลีไม่ได้บอกว่าข่าวคือสิ่งไม่ดี “ข่าวแย่” ในความหมายของเขา คือ “ข่าวด่วนที่ถูกรายงานสั้นๆ” รวบรวมในคราวเดียว เช่น เกิดระเบิดในเมืองเบรุต หรือเหตุเครื่องบินตกในรัสเซีย โดเบลลีเห็นว่าข่าวด่วนรายงานรวบรวมทำได้เพียงกระตุ้นความรู้สึกและปลุกฝังการรับรู้ผิดๆ แก่ผู้เสพข่าว อย่างไรก็ตาม ข่าวที่ดีก็ยังมีอยู่เช่นกัน

“ข่าวคุณภาพดีที่ควรค่าแก่การอ่านไม่ใช่ข่าวด่วนสั้นๆ แต่เป็นข่าวที่มีการใคร่ครวญถึงมูลเหตุ เช่น รายงานข่าวเชิงลึกที่มีรายละเอียดครบครัน มีพลังแห่งการวินิจฉัย ทุกวันนี้สื่อบุคคลข่าวด่วนพิเศษเกือบไร้ความหมาย เพราะเมื่อเกิดเหตุ เรื่องราวก็แพร่กระจายในทวีตเตอร์ภายในสามสิบนาทีอยู่แล้ว ถ้าผมเป็นหัวหน้าบรรณาธิการ ผมจะไม่ให้รายงานข่าวรายวันถึงเรื่องที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียวหรอก แต่จะให้ชุดค้นสาเหตุต่างๆ ที่อยู่เบื้องหลังการเกิดเหตุและรายงานเป็นรายสัปดาห์แทน”

ผมเห็นด้วยกับโดเบลลีอย่างยิ่ง ยุคนี้เป็นยุคที่ “โolds” (Olds) หรือปัญญาอันไม่ตกยุคตามกาลเวลาจำเป็นกว่า “นิวส์” (News)

ปริมาณวัตถุกับข้อมูลที่มากเกินไปนั้นจะฉกฉวย กัดกร่อน และลดทอนเนื้อแท้ในตัวเรา คุณธรรมในยุคที่ “วุ่นวายเกินจะทน” จึงไม่ใช่การเพิ่ม หากแต่เป็นการลด ผู้คนในโลกซึ่งถูกความ “มาก” (more) ยึดครอง กำลังต้องการสิ่งที่ “น้อย” (less) แทน พวกเขาอยากหาอิสระจากความรีบเร่งท่ามกลางท้องทะเลแห่งความต้องการที่มากเกินไป เจกเช่นคำพูดของลุดวิก มิส ฟาน เดอร์ โรห์ (Ludwig Mies van der Rohe) สถาปนิก

ระดับโลก กล่าวไว้ว่า “น้อยคือมาก (Less is more.)”

นักธุรกิจที่ฉลาดจะจับคุณค่าของความเรียบง่ายมาหลอหลอมใส่สินค้า กล้องถ่ายรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าเพียงกล่องเดียวบนหน้าเว็บก็เกิดช่วยพาเราเข้าถึงข้อมูลบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ๆ โบส (Bose) ซึ่งถูกเรียกว่า “แอปเปิลแห่งอุตสาหกรรมเครื่องเสียง” ดำรงสโลแกน “กดปุ่มเดียวก็ได้ฟังสุดยอดดนตรี” มาตลอด 50 ปี หลังก่อตั้งบริษัท สตีฟ จ๊อบส์ เองก็ย้ำถึงหลักการทำงานของแอปเปิลว่า “ความเรียบง่ายคือศาสตร์ลึกซึ้งขั้นสุด”

ปัจจุบันนี้การทำให้เรียบง่าย (simplify) คือประเด็นสำคัญของวงการธุรกิจ เจฟฟรี อิมเมลต์ (Jeffrey Immelt) อดีตประธานบริหารบริษัทจีอี (General Electric) หนึ่งในบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ระดับโลกเน้นประเด็น “การทำให้เรียบง่าย” ในรายงานประจำปีเดือนมีนาคม ค.ศ. 2014 ของบริษัทว่า “ความก้าวหน้าของจีอีจะก้าวขึ้นได้ด้วยการทำให้เรียบง่าย” เขายังเคยให้สัมภาษณ์กับ BBC เมื่อเดือนตุลาคม ค.ศ. 2013 ว่า

“การเติบโตขององค์กรมาพร้อมกับการทำงานไม่สำคัญที่เพิ่มมากขึ้น การทำให้เรียบง่ายช่วยให้พนักงานรับมือกับงานไม่สำคัญ ขณะเดียวกันก็ช่วยให้พวกเขาได้ทำงานที่สำคัญจริง ๆ ซึ่งช่วยสร้างองค์กรที่คล่องตัวมากขึ้น พร้อมทั้งลดระบบบริหารที่มีพิธีรีตอง (Bureaucracy) มากเกินไป เพื่อให้จดจ่อกับตลาดได้เต็มที่”

ด้วยเหตุนี้ บริการที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของบริษัทให้คำปรึกษาทางธุรกิจทั่วโลกในปัจจุบันจึงเป็นบริการให้คำปรึกษาเรื่อง “การจัดการความซับซ้อน (Complexity Management) กล่าวคือ บริษัทที่มีปัญหาเรื่องการทำงานต่าง ๆ ให้เรียบง่าย จะมาขอความช่วยเหลือจากบริษัทให้คำปรึกษา งานวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจจอร์จ (Warwick Business School) ระบุว่า บริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ 200 รายจากการจัดอันดับของนิตยสาร *ฟอร์จูน* (Fortune) สูญเสียเงินโดยเปล่าประโยชน์

ทุกปีเพราะประสบปัญหาเรื่องความซับซ้อน ซึ่งคิดเป็นเงินถึง 1,000 ล้านดอลลาร์ต่อบริษัท ไชมอน คอลลินสัน (Simon Collinson) ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม อธิบายว่า “กระบวนการขยายการเติบโตของบริษัทจะทำให้ลำดับชั้นในองค์กร สายการผลิตใหม่ และตลาดใหม่ซับซ้อนมากขึ้นจนเกินจุดที่ประเมินไหว ส่งผลให้กีดกันผลกำไรตามมา”

หากอยากลดความยุ่งยากซับซ้อน เราจำเป็นต้องวิเคราะห์สินค้า บริการ และผลงานในตลาดทั้งหมดเสียใหม่ องค์กรที่ซับซ้อนกว่าจะผลิตสินค้ามากมายป้อนตลาดเป้าหมายที่ตั้งไว้หลายหลากเกิน อีกประเด็นคือต้องพิจารณากระบวนการทำงาน กล่าวคือ ต้องตัดหน้าที่การงานอันเป็นวิถีปฏิบัติที่คุ้นชินแต่ไม่สำคัญทิ้งไป ไม่ว่าจะเป็นการรับส่งอีเมลมากมาย การจัดประชุมบ่อยเกินไปโดยไม่จำเป็น ตลอดจนระบบบริหารที่มีพิธีรีตองมากเกินไป นิยามอีกข้อของความเรียบง่ายจึงเป็น “รับมือกับสิ่งไม่สำคัญ เพื่อจดจ่อสิ่งสำคัญ”

ความสำคัญของความเรียบง่ายไม่ได้จำกัดอยู่แค่มีดีส่วนบุคคลหรือองค์กรทางธุรกิจ หากแต่ครอบคลุมมิติที่กว้างไปถึงระดับโลกด้วย โลกเราเข้าสู่ยุคแสวงหาความเรียบง่ายอย่างเข้มข้น วิกฤติการณ์การเงินเมื่อปี ค.ศ. 2008 ได้ตั้งคำถามย้ำแก่เราว่า ควรปล่อยให้ระบบทุนนิยมที่ผลิตและบริโภคกันปริมาณมหาศาลดำเนินต่อไปอย่างนั้นหรือ นับจากเกิดเหตุการณ์เลห์แมนช็อก (Lehman Shock²) ก็ผ่านมากกว่า 6 ปีแล้ว ทว่าเศรษฐกิจโลกก็ยังไม่หลุดพ้นจากภาวะเติบโตอย่างชบเซา (low growth) แม้จะมีความพยายามแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจมากมาย ประหนึ่งจะทำหายทักชะ คิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ แต่ก็ให้ผลได้ไม่นาน เศรษฐกิจยังคงชบเซาเรื้อรังต่อเนื่อง

² การประกาศล้มละลายของกลุ่มบริษัทเลห์แมนบราเธอร์ส (Lehman Brothers) - ผู้แปล

นี่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างมากกว่าปัญหาวัฏจักรเศรษฐกิจ (economy cycle) ซึ่งเราจะอธิบายอย่างละเอียดในภายหลัง ปัญหาดังกล่าวมีความสัมพันธ์อย่างละเอียดอ่อนกับเศรษฐกิจที่เพิ่งเกิด เช่น จีนได้ถูกจัดเข้าในตลาดเสรี (free market economy) ส่งผลให้มีแรงงานใหม่จำนวนกว่า 1,700 ล้านคนเข้าสู่ตลาดแรงงานในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันระบบอัตโนมัติในเครื่องจักรกลก็ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แรงงานกับเครื่องจักรกลมากมายยังคงผลิตสินค้าสักอย่างจนถึงตอนนี้ สวนทางกับสภาพอุปสงค์มีผลหรืออุปสงค์ที่เกิดขึ้นจริง (effective demand) ซึ่งการซื้อสินค้าลดลง การพยายามแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างด้วยมุมมองจากวัฏจักรเศรษฐกิจจึงเปรียบเสมือนการเกี่ยวแฝกมุงป่าที่เป็นเรื่องของแม่แบบ (paradigm) ทางเศรษฐกิจ เป็นปัญหาที่ทำให้เราต้องทบทวนวิธีคิดครั้งใหญ่

ผมพบกุญแจสำคัญจากความเรียบง่าย ซึ่งก็คือการหลุดพ้นจากมายาคติว่าต้อง “มากขึ้น เยอะขึ้นอีก” เราต้องนิยามความสุขเสียใหม่ ไม่ใช่ “มากขึ้น” แต่ยกให้ “คุณค่าเฉพาะของฉัน” เป็นมาตรฐานของความสุขกับความสำเร็จ นิยามของความเรียบง่ายข้อสามก็คือ “การกรองคุณค่าหรือมาตรฐานในแบบคนอื่นออกแล้วตั้งคุณค่าเฉพาะของตัวเอง”

ทิว ทิว รักษา สูตรแห่งความเรียบง่าย

โลกเต็มไปด้วยวัตถุ ข้อมูล กฎเกณฑ์ ความคิด และธรรมเนียม เมื่อถูกรายล้อมด้วยสิ่งเหล่านี้ ชีวิตเราจึงซับซ้อนอลหม่านเป็นที่สุด การจะรักษาตัวให้รอดจากโลกอันวุ่นวายสับสน เราต้องทำตนให้เรียบง่าย นี่เป็นวิธีเดียวที่จะเอาชนะความยุ่งยากซับซ้อน แต่ก็ขางย้อนแย้งนัก เพราะทำที่สุดแล้ว กระบวนการทำให้เรียบง่ายกลับไม่ง่ายเอาเสียเลย

เราต้องคิดพิจารณามากมาย ต้องกล้าตัดสินใจ และรู้จักลงมือทำจริงจึงจะสร้างรากฐานคอยสนับสนุนให้ตัวเราโผล่พ้นขึ้นจากบึงแห่งความซับซ้อนได้สำเร็จ

ถ้าเช่นนั้นเราจะแสวงหาความเรียบง่ายได้อย่างไร ประเด็นนี้ทำให้ผมรู้สึกถึงความเชื่อมโยงลึกๆระหว่างงานนักข่าวกับวิถีชีวิตบนโลก ประสบการณ์อาชีพนักข่าวยาวนานช่วยให้ผมตระหนักว่า เนื้อหาข่าวที่ดีเป็นผลพวงมาจากพฤติกรรม 3 ประการ คือ ทิ้ง ตั้ง รักษา

ข่าวดีรายงานมาจากการนำข้อเท็จจริงซึ่งมีอยู่มากมายมาตักฟองออก กรองเนื้อหาหลงตา “ทิ้ง” ไป จากนั้นหาหัวใจหลักกับบรรดรรสจากถ้อยความ โดยมองประเด็นต่างๆ ให้ปรี๊ดโปร่งแล้ว “ตั้ง” ประเด็นสำคัญปิดท้ายด้วยการ “รักษา” มุมมองกับตัวตนของผู้เล่าเรื่องอย่างเรา ธุรกิจเองก็เช่นกัน นักธุรกิจที่เก่งจะทิ้ง ตั้ง รักษา เหตุผลที่สตีฟ จ๊อบส์ เขียนประวัติศาสตร์หน้าใหม่ฝากไว้ในแวดวงธุรกิจได้ก็เพราะเขา “ทิ้ง” เป็น “ตั้ง” สิ่งที่คุณควรได้แจ่มชัด และ “รักษา” สิ่งนั้นไว้อย่างพากเพียร หลักนี้เองที่ช่วยให้จ๊อบส์สร้างความเรียบง่ายขั้นสุดซึ่งลอกเลียนแบบไม่ได้ “สูตรแห่งความเรียบง่าย” มีดังนี้

ข้อแรก ทิ้ง หมายถึง ทิ้งสิ่งสำคัญน้อยกว่าเพื่อสิ่งสำคัญแท้จริง จดจ่อกับประเด็นหลัก โดยทิ้งความคิดประเภท “เพิ่มอีก” เนื่องจากการทิ้งคือข้อแรกของสูตรแห่งความเรียบง่าย

ข้อสอง ตั้ง หมายถึง เราต้องตั้งปณิธานว่าทำไมเราถึงทำงาน ตั้งอัตลักษณ์ของตัวเองว่าเราเป็นใคร ตั้งหนทางว่าต้องไปทางไหน แล้วเราจะแสวงหาความเรียบง่ายได้อย่างมั่นคง ไม่คลอนแคลนง่ายๆ การตั้งคือข้อสองของสูตรแห่งความเรียบง่าย

ข้อสาม รักษา หมายถึง เมื่อสร้างความเรียบง่ายได้แล้ว เราต้องรักษาให้คงอยู่เนิ่นนาน ไม่ว่าจะพบอุปสรรคหรือหลุมพรางใดๆ เพราะหัวใจ

สำคัญของความเรียบง่าย คือ การคงอยู่อย่างต่อเนื่อง ส่วนความเรียบง่ายที่เป็นเพียงคำขวัญหรือกลยุทธ์ชั่วคราวนั้นไม่มีพลังเลย การรักษาจึงเป็นทั้งข้อสามในสูตรแห่งความเรียบง่ายและเป็นข้อสุดท้ายด้วย

“สูตรแห่งความเรียบง่าย” อันประกอบไปด้วยทั้ง ตั้ง รักษา ต่างเกี่ยวโยงกันและกันอย่างใกล้ชิด เช่นเดียวกับดนตรีซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ความสูงต่ำ ความกว้าง และคุณภาพเสียง หรือสีสันทันทีประกอบจาก 3 ปัจจัย คือ สีสัน ความเข้มข้น และความสว่างมีดี เราต้องทิ้งสิ่งไม่จำเป็นเสียก่อน ถึงจะตั้งสิ่งจำเป็น และรักษาไว้ให้อยู่ยาวนานได้ ต้องทิ้งจิตใจที่ชอบเปรียบเทียบตัวเองกับคนอื่น และใจชอบยึดติดกับเรื่องแพะชนะไปก่อน เราถึงจะตั้งมั่นกับการเป็นตัวเองได้อย่างแท้จริง ยิ่งตั้งได้ชัดเจนก็ยิ่งมองเห็นหนทาง พอแบ่งปันสิ่งที่ตั้งไว้ชัดเจนแก่สมาชิกในองค์กร การทิ้งกับการรักษาก็เป็นเรื่องง่ายขึ้น

“สูตรแห่งความเรียบง่าย” ทั้ง 3 ข้อไม่ใช่เรื่องง่าย แต่เมื่อนำทั้ง 3 ข้อไปปฏิบัติร่วมกัน เราจะเก็บเกี่ยวดอกผลจากความเรียบง่ายอันแท้จริงได้แน่นอน

หากทำอย่างเดียว ตั้งไม่ได้ แบบนี้ไม่ถือเป็นความเรียบง่าย แต่เป็นเพียงความเรียบง่ายจอมปลอม ความว่างเปล่า หรือความหยาบกระด้างชั้นเลวเท่านั้น

หากไม่ทิ้งเลย เอาแต่ตั้งและรักษา ก็ถือว่าโลภ รั้น และใจแคบเหมือนคำปราศรัยหาเสียงหวานจ้อยที่ไม่มีใครอยากฟัง

หากทั้ง ตั้ง ทวารักษาไม่เป็น เราก็ไม่อาจเก็บเกี่ยวดอกผล ไม่อาจเรียนรู้วิธีพัฒนาตัวเอง และไม่เป็นที่จดจำของคนอื่น เหมือนเป็นเพียงคำสัญญาลมๆ แล้งๆ

หนังสือเล่มนี้กล่าวถึง “สูตรแห่งความเรียบง่าย” เป็นพื้นฐาน คุณจะ
จะได้เรียนรู้ว่าต้องทิ้ง ตั้ง รักษาอย่างไร จึงจะก้าวสู่ความเรียบง่ายขั้นสุด
ได้สำเร็จ

ความสุขที่แท้จริงของชีวิตมาจากความเรียบง่าย การมีวัตถุมากเกินไป
หรือความคิดที่มากจนล้น ล้วนเบียดขับเราออกจากเนื้อแท้อันบริสุทธิ์
สะอาด และเจิดจรัสภายใน เมื่อจัดการสิ่งไม่จำเป็นกับการประดิษฐ์
ฟุ่มเฟือยได้สำเร็จ รอบตัวเราจะสงบ ไม่มีแม้เพียงเศษฝุ่นให้ระคาย ดั่ง
คำจารึกบนหลุมฝังศพของนิกอส คาซันท์ซาคีส (Nikos Kazantzakis)
ผู้เขียนหนังสือเรื่อง *Zorba the Geek* ว่า

ข้าพเจ้าไม่หวังสิ่งใด

ข้าพเจ้าไม่หวังสิ่งใด

ข้าพเจ้าจึงเป็นอิสระ³

หวังว่าหนังสือเล่มนี้จะช่วยให้ผู้อ่านทุกท่านใคร่ครวญถึงความเรียบง่าย
ให้ลึกซึ้งมากขึ้น และเข้าใจความสุขที่แท้จริงซึ่งเรียกว่าอิสระขึ้นอีกสักกนิ
ดก็ยิ่งดี

มกราคม ปี ค.ศ. 2015

ลิจิฮุน

³มาจากท่อน I hope for nothing. I fear nothing. I am free. – ผู้แปล

ความสุขที่แท้จริงของชีวิตมาจากความเรียบง่าย
การมีวัตถุประสงค์มากเกินไป หรือความคิดที่มากจนล้น
ล้นเบียดขับเราออกจากเนื้อแท้อันบริสุทธิ์ สะอาด
และเจิดจรัสภายใน

บทที่ 1

คุณพร้อม
ที่จะเรียบง่าย
หรือยัง



ควรรับมือกับ "ความซับซ้อนบนโลก ที่แทบทนไม่ไหว" อย่างไรดี

ก่อนเข้าเรื่อง ผมขอถาม 3 ข้อ

ข้อหนึ่ง ทำไมมิยาซากิ ฮายาโอะ ผู้กำกับภาพยนตร์แอนิเมชันผู้ยิ่งใหญ่แห่งญี่ปุ่นจึงไม่สร้างภาพยนตร์ด้วยระบบสามมิติ

ข้อสอง ทำไมถึงเกิดอาชีพ "ที่ปรึกษาด้านการจัดระเบียบบ้าน"

ข้อสาม ขอดถามว่า ผลงานที่มีชื่อว่า "นกในอวกาศ" (Bird in Space) ของศิลปินชื่อคอนสแตนติน แบริงคูซี (Constantin Brancusi) คือประติมากรรมรูปอะไร

มากล่าวถึงข้อสามกันก่อน คำตอบคือ "นก" หากแต่มองหาเท่าไร คุณก็ไม่มีทางพบปีกนก อยากรู้ว่าแต่ปีกนกเลย ประติมากรรมนี้แทบไม่มีส่วนหัวหรือจะจอยปากด้วยซ้ำ เรียกได้ว่ามองไม่เห็นเป็นรูปร่างนกเลย

ความจริงแล้วผลงานชิ้นนี้มีแก่นแท้ของนกอัดแน่นอยู่ นั่นคือ "การบิน" ครับ แบริงคูซีกล่าวว่า "ตลอดชีวิต ผมทำเพียงสิ่งเดียวคือแสวงหาเนื้อแท้ของการบิน การได้บินมันมีความสุขแค่ไหนหนอ"

แบรังกูซีสร้างสรรคผลงานชุด “นก” ต่อเนื่องกัน 3 ชิ้น เริ่มจาก “Maiastra” (ค.ศ. 1910 - 1915) ต่อด้วย “Golden Bird” (ค.ศ. 1916 - 1923) และ “Bird in Space” (ค.ศ. 1923 - 1941) รูปผลงานที่นำมาเป็นหนึ่ง ใน สามชิ้นคือ “Bird in Space” ยิงนานวันผลงานของแบรังกูซีก็ยิ่งสื่อถึง ความเรียบง่ายออกมาได้อย่างชัดเจน โดยผลงาน “Bird in Space” แสดงถึง ความเรียบง่ายและสมบูรณ์แบบได้อย่างไรที่ติ เพราะเมื่อพิจารณา “Bird in Space” แล้ว เราจะเห็นว่าไม่มีส่วนใดที่ไม่จำเป็นอยู่เลย เมื่อดูแล้วจะรับรู้ ได้ทันทีว่าเป็นประติมากรรมที่เรียบง่ายอย่างที่สุด

แบรังกูซีใช้เวลาสร้างสรรคผลงานชิ้นนี้ถึง 21 ปี งานที่ต้องทอนออก เห็นน้อยกว่างานที่เพิ่มเข้าเสมอ เวลาเล่นฟุตบอลแล้วถูกฝ่ายตรงข้าม บุกเจาะอย่างง่ายดาย เรามักบอกว่าในทีมมีผู้เล่นที่เป็ด “ช่อง” ให้ฝ่าย ตรงข้าม แต่ผลงานของแบรังกูซีไม่มีช่องดังกล่าว เราใช้คำว่า “ช่องว่าง” กับจุดบกพร่องในฟอร์มการเล่นของทีมฟุตบอล ซึ่งทำให้ฝ่ายตรงข้าม ใช้เป็นโอกาสจะทำประตู ทว่าผลงานของแบรังกูซีมอบความรู้สึก บริบูรณ์พร้อมโดยไร้ช่องว่าง ลักษณะดังกล่าวราวกับว่าหากมีเพียงส่วนใด ส่วนหนึ่งถูกดึงออกไป ผลงานทั้งชิ้นจะพังทลายลง

ย้อนกลับไปยังคำถามแรก เมื่อปี ค.ศ. 2013 หนังสือพิมพ์ *Weekly BIZ* สัมภาษณ์มียาซากิ ฮายาโอะ ว่าทำไมเขาถึงไม่ยอมสร้างภาพยนตร์ สามมิติ ทั้ง ๆ ที่แอนิเมชันปัจจุบันมักใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกสามมิติ แต่ สตูดิโอจิบลิ (Studio Ghibli) ของเขากลับยังคงยึดมั่นในการสร้างภาพยนตร์ แอนิเมชันสองมิติเหมือนเดิม มียาซากิเปิดเผยว่า ในอนาคตเขาก็ไม่มีแผน จะทำภาพยนตร์สามมิติ โดยพื้นฐานของเหตุและผลนั้นอยู่บนปรัชญา ของเขาซึ่งเน้นความเรียบง่าย มียาซากิกล่าวว่า “ภาพยนตร์ทุกวันนี้มีแต่ ส่วนเกิน” ก่อนอธิบายไว้ดังนี้

“การเพิ่มขึ้นตอนให้มีจำนวนมากไว้ก่อน โดยบอกว่าเป็นขั้นตอนของ การทำงานให้ละเอียดนั้นไม่ใช่เรื่องดี ภาพเคลื่อนไหวในโทรทัศน์ปัจจุบัน

เปลี่ยนเป็นระบบ HD ที่ทั้งใหญ่และเห็นรายละเอียดทุกซอกมุม แต่ผมไม่อยากจะดูละเอียดถึงขนาดนั้น ไม่อยากเห็นหน้าผู้ประกาศข่าวที่ใหญ่ยิ่งกว่าหน้าผมเอง ผมจึงค่อย ๆ กลายเป็นคนไม่ดูโทรทัศน์ แอนิเมชันขนาดสั้นที่ฉายเฉพาะในพิพิธภัณฑ์จิบลิเรื่อง *Treasure Hunting* ไม่ได้ใส่เสียงลงไปเลย พอลดทอนขั้นตอนลงเรื่อย ๆ จึงกลายเป็นว่า ‘บทพูดก็ไม่จำเป็น’ หลังจากทำแบบนี้แล้ว ผมรู้สึกหัวใจตัวเองเบาลง และคิดว่า ‘แค่นี้ก็ดีพอ’ (...) ปัญหาวัฒนธรรมในญี่ปุ่นตอนนี้คือ ‘มากจนล้น’ ปริมาณมากเกินไปคือตัวแปรผันคุณภาพ แม้แต่หนังสือทุกวันนี้ก็ผลิตกันมากขึ้น ผลที่ตามมาจึงไม่เพียงสูญเสียคุณค่าของแต่ละเล่ม แต่ยังทำให้เราละเลยการอ่านแบบตีพิมพ์ลึกซึ้ง สิ่งสำคัญในตอนนี้เป็นคือ เราต้องใคร่ครวญให้ดีเสียก่อนว่าสิ่งไหนจำเป็นอย่างแท้จริง”

มาถึงคำถามข้อสุดท้าย นักข่าวชาวออนซอก รุ่นน้องของผม เคยสัมภาษณ์คนโตะ มารีเอะ ผู้เขียนหนังสือ *ชีวิตดีขึ้นทุก ๆ ด้านด้วยการจัดบ้านแค่ครั้งเดียว* ซึ่งมียอดขายกว่าล้านเล่มในญี่ปุ่น อาชีพของเธอมีชื่อว่า “ที่ปรึกษาการจัดระเบียบบ้าน” ตอนอ่านต้นฉบับจากนักข่าวชเว ผมยังนึกสงสัยว่ามีอาชีพนี้ด้วยหรือ และคิดว่าคงเป็นอาชีพที่มีเฉพาะในญี่ปุ่นประเทศที่มีสารพัดสาขาอาชีพอยู่แล้ว

ผมอยากรู้จึงลองค้นคำว่า “ที่ปรึกษาการจัดระเบียบบ้าน” ในเว็บท่า (web portal) และก็แปลกใจมากเมื่อพบว่ามียุทธศาสตร์และเว็บไซต์เกี่ยวกับอาชีพนี้จำนวนมาก ทั้งยังมีงานประชาสัมพันธ์จากบริษัทให้คำปรึกษาการจัดระเบียบบ้านจำนวนมากด้วย นิตยสารเล่มหนึ่งยังเขียนแนะนำในคอลัมน์ “อาชีพทั่วโลก” ว่าเป็นอาชีพหนึ่งที่มาแรงล่าสุด ตลอดจนมีการอบรมหลักสูตรที่ปรึกษาการจัดระเบียบบ้าน และมอบประกาศนียบัตรเป็นเรื่องเป็นราวด้วย เหตุผลที่เกิดอาชีพนี้คงเป็นเพราะโลกเรารุ่นวายซับซ้อนมากขึ้นทุกวัน จนบางคนไม่อาจจัดระเบียบสิ่งรอบตัวได้เอง ถึงต้องขอความช่วยเหลือจากคนอื่น คนโตะ มารีเอะ อธิบายว่า

“คนยุคใหม่ถูกรายล้อมไปด้วยสิ่งของที่ไม่ทำให้ใจตัวเองเต็มแรงจนสิ้นเปลืองพลังงานมากมาย คุณต้องมองหาสิ่งรอบตัวอย่างช้าๆ เลือกรับแต่สิ่งที่ปลุกเร้าให้ใจเต็มแรงไว้ แล้วคุณจะมีสมาธิกับสิ่งที่อยากทำจริง”

เธอยังเล่าว่า “ลูกค้าหลายรายของฉันเป็นนักธุรกิจ” และ “หลายท่านเล่าว่าหลังจัดระเบียบโต๊ะทำงานแล้ว พวกเขาใช้ความคิดวิเคราะห์ได้เร็วขึ้น” เท่ากับว่าการจัดระเบียบบ้านทำให้คนเราเข้าใจแก่นแท้ของประเด็นที่ขบคิดง่ายขึ้นว่า ทำอย่างไรถึงจะดีต่อบริษัท ลูกค้า และการสร้างรายได้

สุดท้ายหัวใจในคำตอบของคำถามทั้งสามจึงเป็น “ความเรียบง่าย” แปรงคู่อันแสวงหาความเรียบง่ายขั้นสุดเพื่อแสดงแก่นแท้ของนก มียาซากิ ฮายาโอะ รักษาความเรียบง่ายไว้เพื่อต่อกับปริมาณงานที่มากขึ้นซึ่งเป็นที่ถ่วงดุลคุณภาพ ส่วนคนโคะ มารีเอะ ก็แนะนำวิธีสร้างสิ่งแวดล่อม หรืออีกนัยที่กว้างไปกว่านั้นก็คือ การสร้างชีวิตที่เรียบง่ายโดยพยายามให้ผู้คนจดจ่ออยู่กับสิ่งที่สำคัญจริงๆ เท่านั้น

ไม่ใช่เรื่องบังเอิญที่ยุคสมัยแห่งการพัฒนาวิทยาการรุดหน้ารวดเร็ว เช่นนี้ กำลังต้องการความเรียบง่ายมากขึ้น คนเรามีแนวโน้มที่จะแสวงหารูปแบบเรียบง่ายอยู่ตลอดเวลา แต่มักเคยปรากฏบ่อยๆ ในยุคทองที่พลังวัฒนธรรมรุ่งเรืองถึงขีดสุด เช่น แม้สถาปัตยกรรมในยุคเรอแนซองซ์ ซึ่งวัฒนธรรมตะวันตกเจริญสูงสุดจากยุคกลางนั้นจะถูกสร้างเมื่อ 500 ปีก่อน แต่ก็ยังคงดูเรียบง่ายและทันสมัยอย่างไม่น่าเชื่อ ในเกาหลีใต้ก็เช่นกัน ยุคที่พลังของวัฒนธรรมรุ่งเรือง เช่น ยุคแพ็กเจ ยุครวมซิลลา ยุคโครยอ ยุคการปกครองของพระเจ้าเซจงมหาราช หรือพระเจ้ายอนโจกับพระเจ้าซองโจ¹ ในยุคโชซอน ล้วนมีรูปแบบความเรียบง่ายหล่อหลอมอยู่ในกระแสหลัก

¹ เป็นกษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่ลำดับที่ 21 และ 22 แห่งราชวงศ์โชซอน มักเรียกคู่กันว่ายุคของ/ของโจ โดยพระเจ้ายอนโจทรงเป็นพระอัยกาหรือปู่ของพระเจ้าซองโจ - ผู้แปล

ตามหนังสือ *พงศาวดารสามก๊ก*² ของคิมบูซิก เมื่อปีที่ 15 รัชกาลพระเจ้าอนโจ มีบันทึกถึง “ซินจ๊กกุงซิล” หรือลักษณะความงามของพระราชวังสร้างใหม่ โดยบรรยายด้วยอักษรจีนแปดตัวว่าต้อง “เรียบง่ายแต่ไม่ซอมซอ โอ้อ้อแต่ไม่ฟุ้งเฟ้อ”

ถ้าอยากรักษาตัวรอดในโลกที่ซับซ้อนขึ้นทุกวัน ถ้าอยากจจดอยู่กับงานที่สำคัญกว่า และถ้าอยากสร้างอัตลักษณ์ตนเองให้แตกต่าง เราต้องเรียบง่ายเข้าไว้ โดยความเรียบง่ายนี้แบ่งพิจารณาได้ทั้งในมิติส่วนบุคคลองค์กร และโลก แน่แน่นอนว่าความเรียบง่ายทั้งสามมิติล้วนสัมพันธ์กัน

วงทิวสุรที่ชื่อ “มากขึ้นอีก”

เราจะเริ่มอธิบายความเรียบง่ายในมิติส่วนบุคคลกันก่อน เฮนรี เดวิด ทอโร (Henry David Thoreau) กล่าวถึงประเด็นนี้มานานแล้วว่า “ชีวิตเราสิ้นเปลืองไปกับเรื่องไม่เป็นเรื่องหลายอย่าง จงเรียบง่าย เรียบง่าย และเรียบง่ายเข้าไว้!” เขายังกล่าวถึงความเรียบง่ายอีกว่า “เราต่างพยายามเพื่อจะมีมากขึ้นตลอดเวลา กระทั่งลืมเรียนรู้ที่จะพอใจกับสิ่งเล็กน้อยอยู่หรือเปล่า แต่บางครั้งก็ควรเรียนรู้ที่จะพอใจกับอะไรที่น้อยลงด้วยมิใช่หรือ”

ทอโรจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เขาไม่ฝึกฝนความสำเร็จทางโลก แต่แสวงหาเส้นทางแห่งความเสรี ไม่สังกัดที่ใดไปตลอดชีวิต ทอโรหันหลังให้อารยธรรมเป็นเวลากว่า 2 ปี แล้วหันไปสร้างบ้านไม้ริมทะเลสาบวอลเดน ชานเมืองบอสตัน สหรัฐอเมริกา เขาลงมือทำอะไรก็เอา ใช้ชีวิตด้วยการพึ่งพาตัวเอง โดยกล่าวว่า “ฉันอยากเผชิญหน้าเฉพาะความจริงแท้ของชีวิต จะไม่ใช่ชีวิตที่ไม่เป็นชีวิต” หนังสือเล่มดังของเขา *คืนชีวิตสู่*

²ในที่นี้หมายถึง สามก๊กเกาหลี หรือยุคราชอาณาจักรทั้งสาม ประกอบด้วย โคกูรยอ แพ็กเจ และชิลลา-ผู้แปล

ห้วงสงบภายใน (Walden) เป็นบันทึกชีวิตในป่า ซึ่งพระพิอบจง³ ถือติดมือไม่ขาด กระทั่งละสังขาร ทอโรटकเตือนผู้คนผ่านหนังสือเล่มนี้ว่า อสุรที่ชื่อ “การมี” คือตัวกีดกันคนเราจากแก่นสำคัญแท้จริงในชีวิต หรือก็คือ “สิ่งที่ไม่เลื่อมไปตามกาลเวลา”

“หากคุณมองคนเป็น เมื่อพบใครสักคน คุณจะเห็นว่าเขามีทั้งของ ที่ตัวเองเป็นเจ้าของจริงๆ และแสร้งว่าเป็นเจ้าของ รวมถึงเครื่องใช้ไม้สอย ในครัวกับขยะทั้งหลายที่ไม่กล้าเผาทิ้ง เขาแบกมันและพยายามเดินไป (...) ฉันเคยพบผู้อพยพที่เดินชวนเซแบกสัมภาระที่ใส่สมบัติทั้งหมดของเขา (ซึ่ง ดูเหมือนมีก้อนเนื้ออกยักษ์โผล่มาที่บริเวณคอ) แล้วก็รู้สึกสมเพช ไม่ใช่ เพราะเขามีสมบัติแค่นั้น แต่เพราะเขาต้องแบกของทั้งหมดนั้นไว้กับตัว หากฉันต้องแบกกับดักของตัวเองบ้าง ฉันจะพยายามทำให้มันเบา และ ระวังไม่ให้มันบั่นทอนร่างกายของฉัน ไม่สิ การไม่เหย่มือเข้าไปในกับดักนั้น ตั้งแต่แรกต่างหากถึงจะฉลาดที่สุด”

ทอโรสร้างบ้านชุงริมทะเลสาบวอร์ดและเริ่มเขียน *คืนชีวิตสู่ห้วงสงบภายใน (Walden)* เมื่อประมาณ 170 ปีก่อน ในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน นักคิดแห่งฝรั่งเศสชื่ออเล็กซิส เดอ ท็อกเกอวิลล์ (Alexis de Tocqueville) เดินทางไปสหรัฐอเมริกาครั้งแรก และเขียนบันทึกว่า

“ข้าพเจ้าได้พบผู้คนที่มิเงื่อนไขพร้อมสรรพสำหรับการมีความสุขที่สุด เป็นอิสระเสรีที่สุด และได้รับการศึกษาดีที่สุดในสหรัฐอเมริกา ทว่าในสายตาของข้าพเจ้ากลับมองเห็นเมฆดำทะมึนตรงกลางระหว่างคิ้วของพวกเขาอยู่ตลอดเวลา พวกเขาไม่เพียงไม่สุขใจ แต่ยังดูแย่กว่านั้นคือ สลดใจ เพราะพวกเขาช่วยทุกอย่างไว้ได้แต่กลับไม่เคยถือให้มัน พอรีบไล่ตามความยินดี ชมชอบใหม่ ๆ จึงพลาดทำสิ่งที่ถืออยู่ก่อนหล่นรื้อยไป⁴”

³ พระภิกษุญาณโชเก โดงดงในเรื่องการถือธรรมอวิหยาณะ หรือการตระหนักในความว่างเปล่าของสรรพสิ่ง และมีผลงานเขียนความเรียงจำนวนมากเกี่ยวกับธรรมะนี้ - ผู้แปล

⁴ จากหนังสือ *The Art of Choosing* โดยชีนา ไยเนการ์ (Sheena Iyengar)

ท่าที่ที่ฉวยจับทุกอย่างไว้แต่ไม่อาจจับสิ่งใดได้มั่นคงของผู้คนเมื่อ 170 ปีก่อน ยังคงปรากฏชัดกับคนยุคใหม่ ไม่สิ ท่าที่ของผู้คนยุคปัจจุบัน หลังจากผ่านไป 170 ปี กลับดูดีด้อยกว่าในอดีตเสียอีก เราถือสิ่งต่างๆ ไว้มากมาย แต่กลับตื่นรู้ขึ้นน้อยนัก เสียงตะโกนเตือนจากทอโรว่า เราต้องทิ้งอสูรชื่อ “มากขึ้นอีก” เพื่อสิ่งสำคัญแท้จริงได้ทวีความสำคัญยิ่งในปัจจุบัน กระนั้นเสียงจากทอโรก็ยังคงทำได้เพียงลอยวนอยู่ในอากาศ ดีเอ็นเอของมนุษย์ที่ไม่ยอมเปลี่ยนแปลงดูท่าจะยังคงทำให้สถานการณ์เป็นเช่นนี้ต่อไป

ความเรียบง่ายคือการลด “สิ่งสำคัญน้อย” เพื่อ “สิ่งสำคัญมาก” : การ “สับครีโงไม่แตะคอมพิวเตอร์” ของศาสตราจารย์จาเร็ด ไดมอนด์

ชีวิตของศาสตราจารย์จาเร็ด ไดมอนด์ (Jared Diamond) ผู้เขียน *ปืน เชื้อโรค และเหล็กกล้า* กับ *ชะตากรรมของสังคมมนุษย์* (*Guns, Germs and Steel*) หนังสือขายดีระดับโลก สอนให้เราว่าสิ่งใดควรลดหรือเพิ่ม ศาสตราจารย์ไดมอนด์เป็น “คนไม่แตะคอมพิวเตอร์” เขาไม่เรียนรู้การใช้คอมพิวเตอร์เลยทั้งชีวิต

นักข่าวรุ่นน้องที่สัมภาษณ์เขาแล้วว่า ในห้องวิจัยของศาสตราจารย์ ไม่มีคอมพิวเตอร์ มีเพียงเครื่องบันทึกเสียงเก่าๆ กับกองเทปคาสเส็ตเปล่า ตอนเขาเขียนหนังสือก็ไม่พิมพ์ลงคอมพิวเตอร์ แต่ใช้ปากการ่างต้นฉบับลงสมุดเปล่า แล้วอัดเนื้อหาที่ร่างลงเครื่องบันทึกเสียง จากนั้นให้เลขาฯ แกะเสียงจากเทปแล้วพิมพ์ลงคอมพิวเตอร์ ศาสตราจารย์ไดมอนด์อธิบายข้อดีของการไม่ใช้คอมพิวเตอร์ว่า

“คอมพิวเตอร์ทำให้เราเสียเวลามาก แน่แน่นอนว่าหากไม่มีเลขาฯ ผมคงต้องใช้คอมพิวเตอร์อย่างเสียดายไม่ได้ แต่โชคดีที่ผมมีเลขาฯ เก่ง เลย

ไม่ต้องคอยเช็คเมล ไม่ต้องคอยลบสแปมเมล หรือดูโฆษณาว่าอากร้า
ไม่ต้องมานั่งเช็คคำเชิญจากแต่ละประเทศที่ขอให้ทำสิ่งนั้นสิ่งนี้ เพราะเลขาฯ
จะคัดเลือกเฉพาะเมลสำคัญจริงๆ แล้วพรีนตมาให้ผม อีกทั้งพอภรรยาผม
กลับถึงบ้านตอนค่ำ เธอจะใช้เวลาชั่วโมงครึ่งนั่งหน้าคอมพิวเตอร์ คอยเช็ค
นูนนี่ให้ทุก ๆ วัน”

ถ้าเช่นนั้นศาสตราจารย์โดมอนตีใช้เวลาที่ได้เพิ่มไปกับอะไรละ
คำตอบของเขาฟังดูดีมาก

“ผมก็ได้อ่านหนังสือเพิ่มอีกสักนิด ได้พูดคุยกับพวกลูก ๆ ด้วย”

ฟังดูแล้วก็น่าเป็นห่วงว่าเขาจะตามไม่ทันการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย
แต่ศาสตราจารย์โดมอนตีกลับบอกว่า “ตรงกันข้ามเลย” ผลงานของเขา
มีมากกว่าพวกเพื่อนร่วมงานที่เล่นอินเทอร์เน็ตเสียอีก เขาอธิบายว่าเมื่อ
นั่งหน้าคอมพิวเตอร์ เวลาที่สูญเสียไปโดยเปล่าประโยชน์นั้นมีมากกว่าเวลา
ที่มีสมาธิทำงาน

เคล็ดลับของศาสตราจารย์โดมอนตีคือถือครองข้อดีของคอมพิวเตอร์
และหลีกเลี่ยงข้อเสียให้มากที่สุด เช่น หากต้องค้นหาข้อมูล เขาจะให้เลขาฯ
ทำแทน แนวคิดของศาสตราจารย์โดมอนตีอธิบายให้เข้าใจง่าย ๆ ได้ว่า เป็น
การลดงานหยาบหยาบเพื่อเพิ่มงานที่สำคัญกว่า หรือก็คืองานที่ไม่เสียเวลามากตาม
กาลเวลา ศาสตราจารย์โดมอนตียังกล่าวว่า เขาไม่เห็นดีเห็นงามกับโซเชียล
มีเดียและสมาร์ทโฟนก็เพราะเหตุผลเดียวกันนี้

“ผมคิดว่าโซเชียลมีเดียกับสมาร์ทโฟนไม่ดีต่อการพัฒนามนุษย์สัมพันธ์
เวลาพูดคุยกับคนอื่นต่อหน้า โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่น พวกเขาจะใช้เวลา
ส่วนใหญ่ไปกับการก้มหน้ามองจอสมาร์ทโฟนหรือไอพ็อด พฤติกรรมนี้
ทำให้เจ้าตัวแยกแยะไม่ออกว่ากำลังคุยกับใครกันแน่ เพราะนี่ไม่ใช่การ
สนทนาระหว่างคนกับคน แต่ส่วนมากเป็นการสนทนาระหว่างคนกับอุปกรณ์
อิเล็กทรอนิกส์ เวลาเราพูดคุยกับคนด้วยกัน ถ้าไม่มีสมาธิ ก็จะมองไม่เห็น
สัญญาณที่มนุษย์ใช้เข้าสังคม และไม่อาจประเมินความคิดกับเจตนาของ

คู่สนทนาด้วยการอ่านสีหน้า คำพูด และสายตาได้”

กุญแจสำคัญในการใช้ชีวิตของชองมยองฮุน วาทยกรและนักเปียโน ชื่อก้องโลกคือ “ความเรียบง่าย” เหมือนกัน เขาไม่ใช้ทั้งสมาร์ทโฟนและอีเมล ถ้าอยากติดต่อเขาซึ่งอาศัยอยู่ต่างประเทศ จะต้องโทรศัพท์ข้ามประเทศ หรือส่งแฟกซ์ไปเท่านั้น นอกจากดนตรีแล้ว ชองมยองฮุนจะใช้เวลาที่เหลือไปกับครอบครัว การทำอาหาร และศาสนา เรียกว่าเขาใช้ชีวิตอย่างเข้มข้น ด้วยการทำสิ่งที่ตัวเองมองว่ามีความหมายและคุณค่าจริง ๆ ชองมยองฮุน กล่าวว่า เขาได้รับแรงบันดาลใจและทักษะศาสตร์ทางดนตรีอย่างลึกซึ้ง ก็ด้วยวิถีชีวิตเรียบง่ายนี้

ผมไม่ได้ห้ามทุกท่านใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต หรือโซเชียลมีเดีย เพียงแต่อยากชวนให้ลด “สิ่งสำคัญน้อยกว่า” เพื่อ “สิ่งสำคัญมากกว่า” ในชีวิต ความเรียบง่ายในมิติส่วนบุคคลจึงหมายถึงการรักษา “สิ่งสำคัญ” ด้วยการลด “สิ่งไม่สำคัญ” เพื่อสร้างชีวิตที่อุดมด้วยคุณค่า

จุดบอดของมัลติทาสกิ้ง

วิถีเซนสอนว่า “เมื่ออยู่เบื้องหน้าซา จงดื่มซา เมื่ออยู่เบื้องหน้าข้าว จงกินข้าว” หรือก็คือเวลาที่ดื่มซา อย่าอ่านหนังสือพิมพ์ เวลากินข้าว อย่าดูโทรทัศน์ไปกินไป วิถีเซนเตือนเราว่า นิสัยที่ชอบทำหลายอย่างพร้อมกัน ซึ่งเรียกมัลติทาสกิ้ง (Multitasking) นั้น เป็นเหตุให้ใจสับสนอลหม่าน

หากแต่ผู้คนจำนวนมากกลับมองว่ามัลติทาสกิ้งเป็นของขวัญแห่งอารยธรรมที่มาจากการพัฒนาเทคนิคกลไกก้าวไกล หรือถ้าให้คำให้ยิ่งใหญ่หน่อยก็คือ เทคนิคกลไกทุกวันนี้ช่วยให้เราทำงาน (หรือเข้าใจไปเองว่าได้ทำงาน) มากถึง 57 อย่างในเวลาเดียว แน่ละ มัลติทาสกิ้งเป็นสิ่งจำเป็นระดับหนึ่ง เช่น หากพนักงานในร้านอาหารไม่เสิร์ฟไปพร้อม ๆ กับรับออเดอร์ ระยะเวลารับรองลูกค้าจะนานขึ้น หากคู่สามีภรรยาซึ่งทำงานทั้งคู่ ทำงาน

บริษัทแล้วไม่รับสายโทรศัพท์ของลูก ๆ หรือคุณครูที่สถานรับเลี้ยงเด็กเลย ความสงบสุขในครอบครัวก็จะพังทลาย อย่างไรก็ตาม เรากำลังมองหาผลพวงจากมัลติทาสกิ้งกันอยู่ เซเนกา (Seneca) เคยกล่าวไว้ไม่ใช่หรือว่า “ผู้ที่อยู่ทุกที่คือผู้ที่ไม่อยู่ที่ใดเลย”

ผลวิจัยของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดเมื่อปี ค.ศ. 2009 เผยให้เห็นถึงสิ่งที่เราเสียไปเพราะมัลติทาสกิ้งอย่างชัดเจน คณะวิจัยได้แบ่งนักศึกษา 100 คนเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งให้ทำงานแบบมัลติทาสกิ้ง โดยใช้อินเทอร์เน็ตกับโทรศัพท์มือถือ ส่วนอีกกลุ่มไม่ให้ใช้วิธีทำงานดังกล่าว จากนั้นก็ทดสอบความสามารถด้านความรู้และความคิด (cognitive ability) ผลวิจัยชี้ชัดว่ากลุ่มที่ทำงานแบบมัลติทาสกิ้งได้ผลวัดความสามารถดังกล่าวลดลงในทุกรูปแบบการทดสอบ พวกเขาแยกแยะระหว่างข้อมูลสำคัญกับข้อมูลปลีกย่อยไม่ได้ ทั้งยังจัดเก็บและจัดระเบียบข้อมูลไม่ได้ ชำร่วยแม้แต่งานมัลติทาสกิ้งต่าง ๆ พวกเขาทำไม่ได้ไม่ดี ทั้งยังไม่อาจปรับเปลี่ยนจากงานหนึ่งไปทำงานอีกอย่างให้เร็วและดีพอ

ในการทดสอบแรก คณะวิจัยแสดงรูปภาพอย่างง่าย ๆ บนจอภาพเป็นรูปสี่เหลี่ยมสีแดง 2 ครั้ง โดยครั้งที่สองมีรูปสี่เหลี่ยมสีน้ำเงิน 2-6 รูปปรากฏรอบ ๆ รูปสี่เหลี่ยมสีแดงด้วย คณะวิจัยสั่งให้ผู้เข้าทดสอบ “ไม่ต้องสนใจสี่เหลี่ยมสีน้ำเงิน แต่ให้ดูว่าสี่เหลี่ยมสีแดงเปลี่ยนตำแหน่งหรือไม่” กลุ่มนักศึกษาที่ไม่ทำงานแบบมัลติทาสกิ้งตอบโจทย์กันได้สบาย แต่กลุ่มที่ทำงานแบบมัลติทาสกิ้งกลับมัวแต่ใส่ใจรูปสี่เหลี่ยมสีน้ำเงินด้วย ทำให้ไม่มีสมาธิจนทดสอบได้คะแนนต่ำ

การทดสอบที่สองคือให้ผู้เข้าทดลองมองตัวอักษรแอลฟาเบตหลาย ๆ ตัว บนหน้าจอที่ปรากฏขึ้นต่อเนื่องแล้วนับว่าตัวแอลฟาเบตที่เหมือนกันนั้นปรากฏซ้ำกี่ครั้ง นักศึกษาปกติตอบได้ดีเยี่ยม ในขณะที่พวกมัลติทาสเกอร์ (multitasker) นั้นยิ่งทดสอบก็ยิ่งได้คะแนนต่ำ สำหรับการทดสอบที่สาม คณะวิจัยแสดงตัวอักษรแอลฟาเบตกับตัวเลขต่อเนื่องบนจอภาพ โดยระบุว่า

หากสั่งให้ “มองเฉพาะตัวเลข” หมายความว่าให้ผู้เข้าทดสอบตอบว่าตัวเลขนั้น เป็นเลขคู่หรือเลขคี่ ส่วนหากสั่งให้ “มองเฉพาะตัวอักษร” หมายความว่าให้ตอบว่าตัวอักษรแอลฟาเบตที่เห็นเป็นพยัญชนะหรือสระ

พูดง่าย ๆ คือ นี่เป็นการทดสอบความสามารถในการเปลี่ยนความคิด ซึ่งเหล่ามัลติทาสเกอร์ยังคงไม่อาจตั้งสมาธิและได้คะแนนทดสอบต่ำเช่นเดิม

คณะวิจัยตกตะลึงกับผลวิจัยมาก เพราะไม่ว่าจะพยายามเท่าไร ก็หา การทดสอบที่พวกมัลติทาสเกอร์ทำได้ดีไม่เจอ ปัญหาของมัลติทาสเกอร์คือ ตั้งสมาธิไม่ได้ แม้พวกเขาจะรับข้อมูลทั้งหมดตรงหน้า แต่กลับไม่อาจ จดจ่อกับงานเหล่านั้นได้แม้แต่อย่างเดียว

ผู้บริหารยุคปัจจุบันล้วนมีลักษณะของมัลติทาสเกอร์ ทอม ปีเตอร์ส (Tom Peters) เคยกล่าวอย่างเหยียดหยันในบทสัมภาษณ์ลง แมคคินซีควอเตอร์ลีย์ (McKinsey Quarterly) วารสารออนไลน์ของบริษัทแมคคินซี (McKinsey & Company) ว่า “ผู้บริหารเดี่ยวนี้อยู่หมัดกับงานเกือบทุกอย่าง ทำสิ่งนี้อยู่ดี ๆ ก็เปลี่ยนมาทำอีกอย่าง ยิ่งกับเด็กสมาธิสั้นอายุ 12 ปีที่มัวแต่ รับข้อมูลไม่หยุดหย่อน” ปีเตอร์สมักเน้นย้ำความสำคัญของการบริหารเวลา ในระดับที่เรียกได้ว่าดุเดือดแก่เหล่าผู้บริหาร ว่าเมื่อไรที่เขาเริ่มพูดถึงเกี่ยวกับการจัดการเวลา พวกผู้บริหารมักไม่พอใจ “ฉันโตแล้ว มีสมองคิดได้เอง ช่วยพูดอะไรที่สำคัญกว่านี้เถอะ” แต่ปีเตอร์สบอกว่าไม่มีอะไรสำคัญกว่า อีกแล้ว เพราะ “เวลาเป็นทรัพยากรสำคัญที่เรามีอยู่น้อยนิด แต่คนกลับ ชอบคิดว่าตนมีเวลาไม่จำกัดอยู่เรื่อย”

มัลติทาสก์ของคนยุคใหม่ส่วนใหญ่เกิดในโลกออนไลน์ พวกเราวนเวียน อยู่กับอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนไม่หยุดหย่อน กระทบกระวายเป็นระลอกอีเมล ข้อความแจ้งเตือน และข้อความในกาเททอล์ครวากับสิ่งเหล่านี้จะพยากรณ์ เรื่องที่พลิกโลกได้ เราเข้าเว็บไซต์เพื่อค้นข้อมูลบางอย่าง แต่พอเปิดลิงก์นั้น แล้วย้ายไปลิงก์นี้ ก็ลืมกระทั่งสิ่งที่ตั้งใจจะค้นในตอนแรก

นิโคลัส คาร์ (Nicholas Carr) นักคิดศาสตร์การบริหาร แสดงความเคลือบแคลงต่อสถานการณ์ดังกล่าวอย่างมาก คาร์วิตกว่ากลไกการทำงานของสมองถูกเปลี่ยนตั้งแต่มนุษย์เริ่มคุ้นชินกับเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จนทำให้สมองขาดสมรรถภาพ ไม่อาจตั้งสมาธิได้นานหลายนาทีเมื่อทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คาร์ยังเตือนผ่านหนังสือของเขาชื่อ *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains* ว่าอินเทอร์เน็ตเปลี่ยนโครงสร้างสมองคนเราได้จริง ยิ่งสมองปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้เท่าไร ประสิทธิภาพความคิดวิเคราะห์ของคนเราก็ก็นั่นเขิน

“เมื่อก้าวเข้าสู่โลกออนไลน์ ก็เท่ากับเราขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่จูงใจให้เราคิดอ่านแบบฉาบฉวย และเรียนรู้แบบผิวเผิน ในโลกออนไลน์ เราจะลืมเรื่องต่างๆ ที่เกิดรอบตัว ขณะที่เรารับการบำบัดของแรงกระตุ้นและสัญญาณผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ภาพของโลกจริงจะค่อยๆ เลือนราง อินเทอร์เน็ตทำให้ความวอกแวกกลายเป็นลักษณะของมนุษย์อย่างหนึ่งโดยสมบูรณ์ ซึ่งรุนแรงยิ่งกว่าที่บรรพบุรุษของเราเคยเป็นมาเสียอีก”

หนังสือ *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains* กล่าวถึงกระบวนการเกิดคำว่า “มัลติทาสกิ้ง” ด้วย กลางทศวรรษ 1970 ศูนย์วิจัยพาโลอัลโต (Palo Alto Research Center: PARC) ซึ่งรังสรรค์ประวัติศาสตร์อันยาวนานของซีร็อกซ์ (Xerox) ได้จัดงานบรรยายเทคโนโลยีล้ำสุดซึ่งอยู่ระหว่างการพัฒนา โดยเชิญเหล่านักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ชื่อดังมาร่วมงาน ซีร็อกซ์นำเสนอระบบทำงานใหม่ที่ช่วยให้ทำงานแบบมัลติทาสกิ้งได้ง่ายดาย ซึ่งต่างจากระบบเดิมที่ทำงานได้คราวละอย่างเดียว เพราะสกรีนบนระบบใหม่สามารถแยก “หน้าต่าง” ได้หลายบาน ช่วยให้ผู้ใช้ทำงานอื่นๆ ในหน้าต่างแต่ละบานได้ วิทยาการของซีร็อกซ์แสดงตัวอย่างโดยทำเป็นว่าขณะเขากำลังเขียนโปรแกรมซอฟต์แวร์ในหน้าต่างหนึ่ง พอมิเมลเข้า เขาสามารถคลิกเปิดอีกหน้าต่าง อ่านและตอบเมลกลับได้ว่องไว ก่อนจะกลับมาทำงานเขียนโปรแกรมซอฟต์แวร์ในหน้าต่างเดิมต่อ

ผู้เข้าร่วมในงานบรรยายหลายคนชอบใจ แต่บางคนก็ต่อต้าน นักวิทยาศาสตร์คนหนึ่งพูดโกรธ ๆ ว่า “ให้ตายเถอะ ทำไมเราต้องเช็กเมล ตอนเขียนโปรแกรมด้วยล่ะ ปล่อยให้คนทำงานถูกรบกวนสมาธิจนวอกแวก เนี่ยนะ” นิโคลัส คาร์ ซีอีโอเห็นว่า แม้คำถามจากนักวิทยาศาสตร์คนนี้จะเคยถูกมองข้ามว่าไม่มีค่าพอให้เก็บมาคิดในสมัยนั้น แต่ก็ยังเป็นคำถามสำคัญยิ่ง แม้ปัจจุบันจะผ่านมากกว่า 40 ปีแล้ว คณะวิจัยของซีร็อกซ์ ก็ต้องการให้บุคลากรทำงานหลายประเภทในเวลาเดียวกันจนเกือบเหมือน เล่นกายกรรมอยู่รวมร่อ แต่นักวิทยาศาสตร์คนนั้นก็กลับมองว่าการทำงาน เป็นกิจกรรมที่เราควรปฏิบัติเสีย ๆ อย่างมีสมาธิ

แน่ละ เราไม่อาจพูดแบบฟันธงได้ว่ามัลติทาสกิงดีหรือแย่ พนักงาน บริษัทคนไหน ๆ ต่างก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงการทำงานหลายอย่างพร้อมกันใน เวลาเดียวได้ ปัญหาจึงเป็นระดับความสมดุลมากกว่า เราต้องปกป้องและ ควบคุมตัวเองไม่ให้เผลอทำงานสะดุดเพราะเจอปริมาณข้อมูลที่ท่วมท้น ไม่หยุดหย่อนจากอีเมล สมาร์ทโฟน และอินเทอร์เน็ต เกิร์ด ก็เกอเรนเซอร์ (Gerd Gigerenzer) นักจิตวิทยา กล่าวว่า “ถ้าหน้าจอบคอมพิวเตอร์ของผม มีหน้าต่างคอยแจ้งเตือนอยู่เรื่อย ๆ ผมคงคิดอะไรไม่ออก” เขาเสริม “ผม เช็กอีเมลแค่วันละครั้ง และถ้าไม่โทรศัพท์ไปไหนก็จะปิดมือถือไว้”

สิ่งสำคัญที่สุดคือ เราต้องระมัดระวังไม่ให้พลาดสิ่งสำคัญจริง ๆ ใน ชีวิตเพราะมัลติทาสกิง ถ้ามีวาระว่งเช็กอีเมลหรือข้อความแจ้งเตือนในโซเชียล มีเดียบ่อย ๆ ทั้งที่เช็กวันละครั้งก็พอ จนไม่สนใจ ไม่พูดคุยกับครอบครัว หรือเพื่อนร่วมงานที่อยู่ใกล้ตัวในชีวิตจริง เท่ากับว่าเราพลาดสิ่งสำคัญ แท้จริงในชีวิต อาเรียนนา ฮัฟฟิงตัน (Arianna Huffington) ผู้ก่อตั้ง เดอะฮัฟฟิงตันโพสต์ (The Huffington Post) เล่าเรื่องถึงคุณแม่ของเธอ และชี้ปัญหาของมัลติทาสกิงว่า

“ครั้งสุดท้ายที่คุณแม่โกรธฉันคือตอนฉันคุยกับลูก ๆ พูลางเปิดจดหมาย อ่าน คุณแม่เกลียดการทำอะไรหลายอย่างในคราวเดียวค่ะ ท่านคิดว่าการทำ

แบบนั้นทำให้เราพลาดเวลาในชีวิต ซึ่งเป็นของขวัญที่จะได้รับต่อเมื่อจดจ่อกับทุกช่วงเวลาเต็มร้อยเปอร์เซ็นต์”

ดังเช่นที่เกอเธ่ (Goethe) เคยกล่าวว่า “ท่านทั้งหลาย ชีวิตคนเราสั้นนัก เมื่อเทียบกับจิตวิญญาณ” ดูเผิน ๆ เหมือนมัลติทาสกิ้งจะช่วยให้เราประหยัดเวลา แต่จริงๆ แล้วนี่อาจกลายเป็นไวรัสที่ทำให้เราสูญเสียเวลาอันมีค่าก็ได้

คำพูดหวานหูแต่ปราศจากการเลือกอันเจ็บปวด ไม่ถือเป็นกลยุทธ์

ถ้าเช่นนั้นทำไมความเรียบง่ายจึงจำเป็นต่อมิดิระดับองค์กร คำตอบคือเพราะสภาพขององค์กรในยุคสมัยที่มีสินค้า บริการ และข้อมูลข่าวสารมากจนล้น อันนำไปสู่ภาวะ “ตาบอดซ้ำ” ดังที่กล่าวไปก่อนหน้านี้ ลักษณะเช่นนี้คล้ายคลึงกับสภาพของจิตรกรในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 เมื่อครั้งกล้องถ่ายภาพประดิษฐ์ขึ้น

ก่อนหน้านี้จิตรกรรมหมายถึงการวาดภาพคนหรือวัตถุเป็นหลัก ต่อมาเมื่อมีคนสร้างกล้องถ่ายภาพก็ผลักดันให้เหล่าศิลปินก้าวสู่เส้นทางผจญภัยใหม่ๆ เมื่อมีสิ่งประดิษฐ์ที่ “ทำได้ดีกว่า แถมราคาถูกกว่า” จนคนเราไม่จำเป็นต้องใช้ภาพวาด จิตรกรจึงต้องเสาะแสวงหาทักษะที่เทคนิคถ่ายภาพไล่ตามไม่ทัน กลไกดังกล่าวส่งผลให้ศิลปะในช่วงศตวรรษที่ 20 เกิดรูปแบบใหม่ๆ ที่ฉีกจากเดิม

ปอล โกแวง (Paul Gauguin) ไม่เพียงวาดตามวัตถุต้นแบบ แต่ยังสร้างจุดสนใจด้วยการคงเอกลักษณ์ในวัตถุนั้น ขณะที่องรี มาติส (Henri Matisse) เปลี่ยนแปลงรูปทรงของมนุษย์อย่างอิสระ ส่วนภาพ “หวีด” (The Scream) ของเอ็ดวาร์ด มุงค์ (Edvard Munch) ก็ก้าวพ้นจากแนวสัจนิยม

(Realism) มาเป็นผลงานตัวแทนของลัทธิสำแดงพลังอารมณ์ (Expressionism) อย่างเต็มตัว หรือภาพ “Celebes” ของแมกซ์ เอิร์นสต์ (Max Ernst) ก็เป็นจุดกำเนิดลัทธิเหนือจริง (Surrealism) หากปราศจากการประดิษฐ์กล้องถ่ายรูป ก็คงปราศจากศิลปะยุคใหม่ไปด้วย

อุปทานส่วนเกิน (Oversupply) ในปัจจุบันก็เหมือนการสร้างกลไกถ่ายรูปในอดีต วัตถุทุกวันนี้มีมากเกินไปเพราะอุปทานส่วนเกินซึ่งเหมือนกับ “การลอกแบบ” ที่มีมากจนเฉื่อยเพราะรูปถ่าย เรากำลังอยู่ในโลกที่สินค้าและแบรนด์ทุกอย่างล้วนมีสภาพทดแทนกันได้ ถ้าอยากครอบครองพื้นที่ว่างในใจ (mind space) ของผู้บริโภคท่ามกลางวัตถุหลากหลาย ฦ ตอนนี้อาจจำเป็นต้องค้นคว้าและทดลอง ผู้บริโภคกำลังอยู่ภายใต้กระแสหลากหลายของสินค้าและข้อมูล หรือพูดให้แค่ง่ายคือพวกเขา กำลังตกที่นั่งลำบากเพราะสิ่งเหล่านั้น มิเชล ทัวร์เนียร์ (Michel Tournier) นักเขียนนิยายชาวฝรั่งเศส ได้บรรยายสภาพการณ์ดังกล่าวได้สมจริงไว้ในงานเขียนของเขาเรื่อง *Petites Proses*

“ภาพสะท้อนทั้งหมดล้วนเฟื่อนเฟือ นิตยสาร ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ต่างป้อนภาพแก่ตาเราจนอึด และทำให้ประสาทสัมผัสส่วนอื่น ๆ ของมนุษย์กลายเป็นสิ่งไร้ประโยชน์ มนุษย์ทุกวันนี้ตกอยู่ในสภาพปากถูกอุดและแขนด้วน เคื่องคว้าง สะเปะสะปะ ภายในพระราชวังอันเต็มไปด้วยสิ่งลวงตา”

ประสาทสัมผัสของมนุษย์รับข้อมูล 11 ล้านข้อมูลทุก ๆ วินาที ทว่าสมองทั้งสองซีกจัดการกับข้อมูลได้เพียง 40 ข้อมูลต่อวินาทีเท่านั้น สาเหตุที่เราหาพื้นที่ว่างในใจของผู้บริโภคได้ยากมากภายใต้ปริมาณบ่าล้นของสินค้าและข้อมูล สัมพันธ์กับประเด็นนี้ แบรินด์หนึ่ง ๆ ทำสินค้าครบทุกหมวด แบรินด์ที่มีอยู่ก่อนหน้าก็จำแนกรายละเอียดขยับย่อยยังกับคอมแพ็คดีดีส์ (compact disc) พื้นที่ว่างในใจผู้บริโภคเลยหายากและมีค่ามหาศาลเหมือนอสังหาริมทรัพย์เกรดเอใจกลางเมือง บริษัทต้องทั้งความหน้ามิดตามัวอยาก “เพิ่มอีก” ถ้าต้องการครอบครองพื้นที่ว่างในใจของผู้บริโภคซึ่งนับวัน

ยังมีน้อยนิด ลูกค้าในยุคที่ทุกสิ่งอย่างล้วนมากล้น ไม่ต้องการสิ่งอื่นนอกจาก
ปรารถนาจะได้ “เลือก” สิ่งที่มีความหมายต่อตนจริงๆ พุฒอีกอย่างคือ ลูกค้า
ต้องการให้บริษัทเป็นภัณฑารักษ์ (curator) ของพวกเขา

การหลุดพ้นจาก “เพิ่มอีก” หลายครั้งใช้วิธี “พิเศษขึ้น” ก่อนคนเราจะ
จะประดิษฐ์กล้องถ่ายรูปได้ การวาดภาพตัวเองจำกัดอยู่แต่ในหมู่มนุษย์ชั้นสูง
เช่น กษัตริย์ ขุนนาง และเศรษฐี แต่เมื่อกำลังถ่ายรูปกำเนิดขึ้น อภิสถิติ
ที่ชั้นชั้นสูงเคยมีจึงหมดสิ้นไป เพราะใครๆ ก็ถ่ายรูปตัวเองได้ทั้งนั้น ความหมาย
ของภาพทิวทัศน์ก็เปลี่ยนไปครั้งใหญ่เช่นกัน ลองเข้าไปโซเชียลมีเดียดูสิ แค่
เวลาไม่ถึง 0.1 วินาที ก็มีรูปทิวทัศน์สวยชนิดลืมหายใจจากทั่วโลกถูก
อัปโหลดให้ดูอยู่ตลอด

ก่อนเกิดกลไกถ่ายภาพ รูปวาดถือเป็นทักษะ เดิมทีคำศัพท์ “art”
ก็เคยใช้ในความหมายถึงทักษะและเทคนิค ตอนนี้ก็ยังคงใช้ในความหมายนั้น
อยู่ แต่รูปวาดช่วงหลังเกิดรูปถ่ายได้รับการยกระดับเป็นศิลปะไปแล้ว นี่
เป็นปฏิริยาต่องานถ่ายภาพที่มีมากจนเกร่อ เราจึงยืนอยู่บนทางแยกแห่ง
การเลือกว่าการทำธุรกิจในตอนนั้นมี “มากจนเกร่อ” เหมือนกัน เราจะพัฒนา
จนได้รับการยกระดับเป็นศิลปะหรือจะยอมอุกอุ้อยู่ในวังดักแด้เช่นเดิม

“เหตุผลเดียวที่คุณเป็นผู้บริหารคือเพื่อเลือกให้ต่าง”

นวัตกรรมใหม่ที่แท้จริงของยุคนี้คือสิ่งสร้างความเรียบง่าย ผู้บริหาร
ธุรกิจเก่งกาจเข้าใจถึงคุณงามความดีของความเรียบง่าย เควิน ซิสตรอม
(Kevin Systrom) ผู้ก่อตั้งอินสตาแกรม เว็บไซต์แบ่งปันรูปถ่ายซึ่งโด่งดัง
ในฐานะธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จสูงในสหรัฐอเมริกา กล่าวว่า
“ความเรียบง่ายเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จ” เฟซบุ๊กแถลงการณ์
ซื้อกิจการอินสตาแกรมในเดือนเมษายน ค.ศ. 2012 เป็นเงินมูลค่าประมาณ
1,000 ล้านดอลลาร์ เรียกว่าเป็นข่าวใหญ่ที่แม้แต่ในซิลิคอนแวลลีย์

ซึ่งมีข่าวการควบรวมและการซื้อกิจการ M&A⁵ อยู่เรื่อยๆ ยังตกตะลึง เพราะถึงแม้ต่อนั้นอินสตาแกรมจะกำลังมาแรง โดยมีผู้ใช้งานถึง 30 ล้านคน แต่ก็ยังเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพที่เพิ่งก่อตั้งได้เพียง 2 ปี และมีพนักงานแค่ 12 คน

เควิน ชิสตรอม เกิดปี ค.ศ. 1983 เขาเปิดตัวอินสตาแกรม ซึ่งเป็นบริการให้ผู้ใช้แบ่งปันรูปถ่ายจากสมาร์ทโฟนกันกับเพื่อน ๆ เมื่อ ค.ศ. 2010 จุดเด่นของอินสตาแกรมคือผู้ใช้สามารถเพิ่มแต่งสีสันทับกับเอฟเฟกต์ลงรูปของตนด้วยฟิลเตอร์ต่าง ๆ ฐานข้อมูล ค.ศ. 2013 ระบุว่า มีรูปถ่ายถูกอัปโหลดลงอินสตาแกรมทั้งสิ้น 16,000 ล้านรูป และเพิ่มขึ้นทุกวัน วันละ 45 ล้านรูป จากจำนวนผู้ใช้งานรวม 130 ล้านคน เป็นที่รู้กันว่าชิสตรอมรวยและหลังขายหุ้นบริษัทแก่เฟซบุ๊กมูลค่า 400 ล้านดอลลาร์ เขาก็ดำรงตำแหน่งซีโอโอเพื่อบริหารบริษัทต่อ เขาเล่าถึงเคล็ดลับที่นำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จทั้งหมดที่มีพนักงานเพียง 12 คนว่าคือ “การจดจ่อ”

“เราทำอินสตาแกรมด้วยการทุ่มเฉพาะสิ่งสำคัญมาก ๆ ไม่ใช่อย่างแทนที่จะพยายามคุมเรื่องหยุ่มหยุิมทุกอย่าง เรื่องที่เราจดจ่อ เช่น อินสตาแกรมต้อง ‘ใช้เวลาอัปโหลดรูปน้อยที่สุด’ หรือ ‘ใช้งานง่าย ใคร ๆ ก็ใช้ได้’ วิธีนี้ช่วยให้เราประสบความสำเร็จครั้งใหญ่ทั้งที่มีบุคลากรน้อย”

ชิสตรอมย้ำว่า เบื้องหลังการใช้งานง่ายของอินสตาแกรมนั้น มี “ความอุตสาหะที่ตามองไม่เห็น” แฝงตัวอยู่มากมาย เช่น พวกเขาใช้เวลาประมาณ 8 สัปดาห์ตอนสร้างอินสตาแกรมเวอร์ชันแรก โดยเวลา 3 สัปดาห์ในนั้นคือการทุ่มเทหาและตัดสินใจเลือกระดับความเร็วในการเลื่อนหน้าจอขึ้นลง (scroll) ให้เหมาะสมที่สุด พวกเขาใส่ใจและคิดกันนานทีเดียวว่าจะสร้างโปรแกรมให้ผู้ใช้เลื่อนและหยุดหน้าจอได้โดยไม่รู้สึกรัดขัด

“วิดีโออินสตาแกรม (บริการแบ่งปันภาพเคลื่อนไหว) ก็เหมือนกัน ผมบรรยายไม่ถูกเลยว่าวิศวกรของเราพยายามกันมากแค่ไหนกว่าจะพัฒนา

⁵ ย่อมาจาก mergers and acquisitions – ผู้แปล

แอปพลิเคชันที่ใช้ง่ายเพียงปลายนิ้วคลิกอย่างเป็นธรรมชาติ เหมือนพวกเขา
ควบคุมแอปพลิเคชันได้ด้วยตัวเอง”

ซิสตรอมเปิดเผยปรัชญาในการพัฒนาว่า เขาจดจ่ออยู่กับ 3 สิ่ง คือ
เรียบง่าย (simplicity) รวดเร็ว (fast) และงดงาม (beauty) เขาอธิบายว่า
“แทนที่จะทำหลาย ๆ สิ่งในระดับ ‘ก็โอเค’ ผมเลือกจะจดจ่อกับ 3 สิ่งนี้ให้บรรลุ
ถึงระดับ ‘สมบูรณ์แบบ’ แทน”

ว่าแต่ทำไมพวกเราถึงทำสิ่งต่าง ๆ ให้เรียบง่ายไม่ค่อยเป็นกันล่ะ ทำไม
ร้านขายชokolong ทั้ง (ต้มกระดูกวัว) ถึงต้องขายกระทิงทังคัตตี (หมูทอด)
กับคัลกุกซู (ก๋วยเตี๋ยวน้ำข้น) ทำไมคู่มือแนะนำผลิตภัณฑ์ของธนาคาร
ถึงต้องเขียนให้ซับซ้อนขนาดนั้น เหตุผลก็คือเพราะคนเราเกลียดการเลือก
เอ. จี. ลาฟลีย์ (A. G. Lafley) อดีตซีอีโอและประธานบริหารแห่งบริษัท
P&G เคยกล่าวเชิงตติงไว้ว่า

“ประสบการณ์บริหารธุรกิจ 40 กว่าปีทำให้ผมทราบว่าผู้นำส่วนใหญ่
ไม่ชอบการเลือก พวกเขาต้องการให้มีตัวเลือกมาก ๆ เพราะการเลือกบีบให้
พวกเขาทำสิ่งต่าง ๆ ได้น้อยลง กระดิกกระเดี้ยตัวไม่ได้ และมีโอกาสเสี่ยง”

ร้านชokolong ทั้งไม่แน่ใจว่าลูกค้ายากกินทังคัตตีหรือเปล่า พอคิดว่า
มีโอกาสพลาดลูกค้ายกลุ่มนี้ ร้านจึงปรุงทังคัตตีขายด้วย ส่วนคู่มือแนะนำ
ผลิตภัณฑ์ ธนาคารก็ใส่คำอธิบายอย่างละเอียดเพราะรู้ว่าพวกเขาใช้สิ่งนี้เพื่อ
หลีกเลี่ยงคำชักใช้ประเภท “ทำไมไม่เห็นอธิบาย...ด้วยละ” ซึ่งลูกค้ายมีโอกาส
ถามได้ในอนาคต พุดอีกอย่างคือ คู่มือเหล่านี้ช่วยหลีกเลี่ยงให้พวกเขา
ไม่ต้องรับผิดชอบ โลกเราจึงยิ่งซับซ้อน และอีกมุมหนึ่งของความซับซ้อนนี้
ก็ได้ซุกซ่อนเจตนาที่ว่า “ทำอย่างไรถึงจะไม่ต้องรับผิดชอบ” แฝงอยู่ด้วย

การไม่ยอมเลือกคือการละทิ้งหน้าที่ของผู้บริหาร เพราะหน้าที่ของ
ผู้บริหารก็คือการเลือก แจ็ก เวลช์ (Jack Welch) อดีตประธานบริหาร

บริษัทอี เคียว่า “บริหาร” เป็นคำศัพท์เดียวกับคำว่า “สร้างความแตกต่าง” (Differentiation) เวลช์กล่าวว่า “บริหารคือการจำแนกแยกแยะ ค่าพัฒนา และวิจัยควรตั้งไว้เท่าไรและใช้กับที่ไหน งบประมาณการตลาดควรเป็นเท่าไร พนักงานคนไหนเก่งมาก คนไหนเก่งปานกลาง คนไหนไม่ได้เรื่อง พุดงายๆ คือ การสร้างความแตกต่าง” เขาสรุป “เหตุผลเดียวที่คุณทำงานเป็นผู้บริหารคือเพื่อเลือกให้ต่าง”

ความเรียบง่ายจึงมีความหมายเดียวกับการเลือก สุนทรพจน์หนึ่งของสตีฟ จ๊อบส์ ใน “งานสัมมนาสำหรับนักพัฒนาโปรแกรมทั่วโลกของแอปเปิล” (Worldwide Developer Conference: WWDC) เมื่อ ค.ศ. 1997 ได้อธิบายไว้อย่างน่าฟังว่า

“คำว่าจดจ่อหมายถึงการตอบ ‘ไม่’ ให้กับไอเดียที่ดูเหมือนจะเข้าท่า คุณต้องเลือกให้รอบคอบจริงๆ แล้วผมภูมิใจกับสิ่งที่ไม่ได้เลือกมากเท่าๆ กับสิ่งที่เลือกทำเลยแหละ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่นั้นมักเกิดจากการบอก ‘ไม่’ ให้แก่สิ่งอื่นนับพัน”

ทิม คุก (Tim Cook) ซีอีโอคนปัจจุบันของแอปเปิล สานต่อเจตนารมณ์นี้ของจ๊อบส์ “เราเชื่อในความเรียบง่ายมากกว่าความซับซ้อน เราบอก ‘ไม่’ กับโปรเจกต์นับร้อยพัน เพื่อจดจ่อเฉพาะสิ่งที่มีความหมายแท้จริง” ส่วนไดอานา วรีแลนด์ (Diana Vreeland) อดีตบรรณาธิการนิตยสารแพฟชั่น ไว้ก มักกล่าวว่า

“ความเก๋คือการปฏิเสธ (Elegance is refusal.)”

ความแข็งแกร่งกว่าสุขุมพอจะตอบ “ไม่” กับสิ่งที่ยังไม่ “ดีที่สุด” ถึงแม้ว่าสิ่งเหล่านั้นจะฟังดูดีแค่ไหน และการตัดสินใจปฏิเสธสิ่งไม่สำคัญคือปัจจัยที่ช่วยให้องค์กรเรียบง่ายขึ้น และนำไปสู่การทำให้แตกต่างได้ในท้ายที่สุด

“ความกลัวที่จะตัด” คือตัวจุดริ้วความสำเร็จ

ผมเพิ่งรู้ไม่นานมานี้เองว่า ใบขับซีในเกาหลีได้มีรูปถ่าย 2 รูป และได้รูปใบเล็กกว่ามีตัวเลข 4 ตัวและตัวอักษรภาษาอังกฤษ 2 ตัวกำกับอยู่ ผมมารู้ตอนที่พนักงานศูนย์บัตรเครดิตตามตัวเลขกับตัวอักษรดังกล่าว ตอนนั้นบัตรเครดิตผมใช้จ่ายค่าโดยสารระบบขนส่งสาธารณะไม่ได้ ผมเลยไปธนาคารเพื่อขอทำบัตรใหม่ พนักงานธนาคารบอกว่าทางศูนย์บัตรเครดิตจะตรวจสอบข้อมูลส่วนตัวของผู้ถือบัตรก่อนโดยลูกค้าต้องโทร.ไปศูนย์บัตรเครดิตเอง ผมจึงโทร.ติดต่อตอนอยู่ในธนาคารนั้นละ พนักงานปลายสายขอทั้งที่อยู่ หมายเลขใบขับซี และยังขอตัวเลขกับตัวอักษรได้รูปถ่ายใบเล็กในใบขับซีด้วย ทั้ง ๆ ที่การเข้าไปติดต่อกับธนาคารและนั่งประจันหน้ากับพนักงานธนาคารโดยตรงน่าจะช่วยให้ธนาคารตรวจสอบข้อมูลได้ชัดเจนกว่าแท้ ๆ แล้วทำไมพวกเขาต้องทำงานให้ซับซ้อนขนาดนี้ด้วย

อีกนัยหนึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความซับซ้อนที่เกิดขึ้นนี้แฝงไว้ด้วยการปิดความรับผิดชอบ “ไม่ว่าอย่างไรเราก็จะไม่รับผิดชอบ” (ธนาคารกับศูนย์บัตรเครดิต) “ขึ้นไม่มีข้อจำกัดเลย ถ้าเกิดเรื่องขึ้นมาเราอ่วมแน่ ต้องตั้งข้อจำกัดให้มาก ๆ จะได้ไม่เกิดปัญหา” (หน่วยงานด้านการเงิน)

คุณคิดว่าลักษณะปกป้องตัวเองแบบนี้มีอยู่แค่ในงานธนาคารเท่านั้นหรือเปล่า 99 เปอร์เซ็นต์ในหนึ่งแสนปีที่เผ่าพันธุ์มนุษย์ดำรงชีพอยู่บนโลกเป็นไปในลักษณะการยังชีพแบบผู้ล่าสัตว์และผู้หาอาหาร (hunter-gatherer) พอไม่รู้ว่าเมื่อไรตนจะกลายเป็นผู้ถูกล่า มนุษย์จึงรู้สึกว่าจะต้องทำทุกวิถีทางเพื่อป้องกันตัวเอง ซึ่งในสังคมทุกวันนี้ สัญชาตญาณที่ว่าได้เปลี่ยนเป็นลักษณะจิตใจที่ไม่อาจตัดทอนสิ่งใด ๆ ออกได้เลย เพราะไม่มั่นใจว่าจะมีอะไรทำลายตนให้ผิดพลาดหรือเปล่า คาริน มอกก์ (Karin Mogg) นักจิตวิทยา กล่าวว่า ความรู้สึกดังกล่าวคือ “ความกลัวที่จะตัด” เป็นความหวาดหวั่นต่อจำนวนไอเดียที่มีน้อย เพราะคนเรารู้สึกว่าหากมีเพียงไอเดียเดียวแล้วเกิดล้มเหลวก็เป็นอันจบสิ้น

ปัญหาคือ “ความกลัวที่จะตัดเพราะเกรงว่าจะไม่สำเร็จ” นี่ละคือ สิ่งจู้จี้จุกจิกไม่ให้สำเร็จเสียเอง บางทีนี่อาจเป็นความคิดกึ่งๆว่า “ไม่ว่าอย่างไร เราก็ก็น่าไม่รับผิดชอบ” ไม่นิ หากพิจารณาสภาพการณ์ทั่วโลกทุกวันนี้ หลายกรณีไม่ใช่แค่อยู่กึ่งๆ ด้วยซ้ำ เราต้องพิชิตจิตใจอยากปิดความรับผิดชอบให้ได้ก่อน ถึงจะขึ้นเป็นอันดับหนึ่งได้เหมือนที่ริชาร์ด พี. รูเมลต์ (Richard P. Rumelt) ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์บริหารและศาสตราจารย์คณะบริหารธุรกิจแอนเดอร์สัน มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ลอสแอนเจลิส กล่าวไว้ว่า “คำพูดหวานหูแต่ปราศจากการเลือกอันเจ็บปวดไม่ถึงเป็นกลยุทธ์”

หนังสือ *Simple* โดยอลัน ซีเกิล (Alan Siegel) และไอรีน เอทซ์คอร์น (Irene Etzkorn) วิจัยพบว่า ระบบกฎหมายทำให้คนกลัวที่จะตัด บางรายละเอียดกึ่งๆ และยังเป็นตัวการใหญ่ทำสังคมวุ่นวายซับซ้อน นักเขียนแสดงความเห็นว่า “ภายใต้ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่ออนาคต บริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนรัฐบาล คือความคิดฝั่งหัวของพวกทนายความที่คิดว่า ต้องใช้ศัพท์แสงกับคำศัพท์เฉพาะให้เข้าใจยากเข้าไว้ ถ้าอยากหาหนทางเตรียมรับมือออกทุกช่องโหว่”

ความกลัวที่จะตัดที่ความรุนแรงจากเหตุการณ์สุดโต่งซึ่งมีโอกาสเกิดน้อยมาก เช่น เมื่อไม่กี่ปีก่อนมีเรื่องนำขนลูกในสหรัฐอเมริกาว่ามีคนใส่แมวดำตัวเปียกๆ ในไมโครเวฟเพื่ออบให้ขนแห้งจนแมวตายคาเตา เจ้าของแมวฟ้องร้องบริษัทผู้ผลิตเตาไมโครเวฟขอหาไม่ยอมระบุค่าเตือนในคู่มือการใช้งานให้ชัดเจนว่า “การใส่สัตว์เลี้ยงอบในเตาไมโครเวฟเป็นเรื่องอันตราย” แม้จะเป็นเพียงเรื่องสมมติจากอาจารย์โรงเรียนกฎหมายแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา เพื่ออธิบายกฎหมายว่าด้วยความรับผิดของผู้ผลิตต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าไม่ปลอดภัย (Product Liability Law) แต่เหตุการณ์ดังกล่าวก็มีสิทธิ์เกิดขึ้นได้จริงเช่นกัน

เมื่อหลายปีก่อนบริษัทดงบูแดอูอิเล็กทรอนิกส์ (Dongbu Daewoo Electronics) เพิ่มคำเตือนว่า “กรุณาอย่าแช่เวทริกซ์ (เช่น ยารักษาโรค

และสินค้าผสมสารเคมี) ในตู้เย็นกิมจิ⁶!” เนื่องจากเคยมีคนแช่ยาเกิน
เครื่องสำอาง และสารเคมีทดสอบในห้องทดลองในตู้เย็นกิมจิจริง ๆ
ผู้เกี่ยวข้องของบริษัทดงบูแดอูเล็กทรอนิกส์เล่าว่า

“เมื่อสองปีก่อนเคยมีลูกค้าแช่อาหารที่จะใช้เป็นวัตถุดิบทำวิทยานิพนธ์
ในตู้เย็นกิมจิแล้วคุณภาพอาหารนั้นเกิดเสื่อม เลยมารีวิวร้องค่าเสียหายกับ
บริษัท” และเสริมว่า “การเพิ่มค่าเตือนไว้ล่วงหน้าช่วยให้เราไม่ต้องรับผิดชอบ”
บริษัททั้งหลายที่ไม่อยากจ่ายค่าเสียหายก้อนโตให้กับคำพิพากษาเมื่อเกิด
เหตุการณ์ไม่คาดฝัน จึงพากันระบุข้อความยับยั้งลงในคู่มือแนะนำการใช้
สินค้า

“การจับเตารีดขณะยังร้อนจะทำให้เกิดบาดแผล”

“ทรายรีเป่าผมเป่าลมร้อน โปรดใช้อย่างระมัดระวัง”

“อย่าพยายามจับมีดขณะหล่น” (คู่มือมีดทำครัว)

“กรุณาย่านำไปใช้เพื่อการเดินเรือ” (คู่มือกระดาดาชืดปากพิมพ์ลาย
แผนที่โลก)

“เสื้อผ้าชุดนี้ใส่แล้วบินไม่ได้” (คู่มือคอสมูซูดชูเปอร์แมน)

ไม่แน่อนอนาคตอาจมีค่าเตือน “กรุณาย่านหยุดหายใจ เนื่องจากจะ
เป็นเหตุให้ขาดอากาศจนเสียชีวิต” ก็ได้ ปัญหาคือ วิธีสื่อสารที่เตรียม
หาทางหนีทีไล่ในทุกกรณีเช่นนี้ ดันกลายเป็นตัวก่อกำจัดการสื่อสารเสียเอง
คู่มืออธิบายการใช้ตู้เย็นของบริษัทแห่งหนึ่งยาว 55 หน้า ซึ่งหนาพอ ๆ กับ
อนุสารเลย ส่วนคู่มือการใช้โทรทัศน์สามมิติก็หนาถึง 197 หน้า ซึ่งพอ ๆ กับ

⁶ ชาวเกาหลีนิยมกินกิมจิเป็นเครื่องเคียงเกือบทุกมื้ออาหาร ทุกบ้านจึงมีกิมจิติดบ้านไว้
แต่เนื่องจากเป็นอาหารหมักดองที่มีกลิ่นแรง หลายครอบครัวจึงซื้อตู้เย็นขนาดเล็กสำหรับแช่
กิมจิแยกโดยเฉพาะ – ผู้แปล

หนังสือนิยาย เป้าหมายของคู่มือการปฏิบัติงานพวกนี้คือเลี้ยงความรับผิดชอบ ไม่ใช่การสื่อสารกับลูกค้า

ตอนทำประกัน คุณเคยอ่านกรมธรรม์กันครบทุกบรรทัดไหมครับ เคยสังเกตเอกสารกำกับยาตัวเท่าเมล็ดงาบนขวดยาสักครึ่งหรือเปล่า เคยอ่านคู่มือการใช้รถยนต์อย่างสนุกสนานกันหรือไม่ ทั้งกรมธรรม์ เอกสารกำกับ และคู่มือการใช้ ทั้งหมดนี้ควรเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “ใบประกาศแสดงความไม่รับผิดชอบ” เสียมากกว่า

เมื่อ ค.ศ. 2012 สำนักข่าวโซซอนรายวัน (Chosun Ilbo) เคยลงซีรีส์ข่าวต่อเนื่องเรื่อง “เงินบำนาญคุณปลอดภัยอยู่ไหม” โดยตีแผ่เบื้องลึกของความซับซ้อนในบริษัทการเงิน ซึ่งเริ่มมาจากการขาดความสามารถที่จะเห็นอกเห็นใจผู้บริโภค (empathy ability) อย่างหนัก หลายคนเชื่อด้วยซ้ำว่าบริษัทประกันจงใจเขียนเนื้อหาให้ซับซ้อนและอ่านยาก คงไม่เกินจริงนัก หากจะกล่าวว่าคุณมีอธิบายผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกันภัยใช้ศัพท์คล้ายข้อความเข้ารหัสลับซึ่งผู้บริโภคทั่วไปอ่านไม่เข้าใจ เหมือนประกาศว่า “ห้ามอ่าน”

เป็นต้นว่า ข้อความด้านล่างสุดในหน้าสุดท้ายของคุณมีอธิบายผลิตภัณฑ์ระบุว่า “ค่าประกันที่ผู้ทำประกันจ่ายจะนำไปใช้เป็นค่าต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการบริหารบริษัทประกันภัย ซึ่งหากเกิดความเสียหายหรือมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาประกัน ผู้ทำประกันอาจได้เงินประกันน้อยกว่าหรือไม่ได้คืนเลย” ทั้งๆ ที่เป็นเนื้อหาสำคัญ แต่บริษัทประกันภัยกลับเลือกใช้ตัวอักษรเล็กจิ๋วแค่ 2 มิลลิเมตร จนน่าสงสัยว่าจงใจไม่ให้ลูกค้าเห็นหรือเปล่า

เมื่อหลายปีก่อน ขนาดชื่อใบบริษัทการเงินที่ซื้อกิจการบริษัทประกันภัยรายหนึ่งยังเคยแสดงความเคลือบแคลงว่า คำศัพท์เฉพาะของงานประกันภัยดูจงใจทำให้เข้าใจยาก

“ผมบริหารบริษัทการเงินมานาน แต่ก็ยังไม่ค่อยเข้าใจโครงสร้างที่ซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ประกันภัยเท่าไรหรอก ไม่รู้เพราะจงใจให้คำอธิบายผลิตภัณฑ์ประกันภัยฟังยากเข้าใจ คุณจะได้ไม่กล้าสมัครประกันกันเองโดยไม่ผ่านนายหน้าขายประกันหรือเปล่า เพราะถ้าสมัครผ่านคนเหล่านั้น เขาจะได้ค่าคอมมิชชั่น”

ความคิดอยากเลี่ยงความรับผิดชอบไม่ได้เป็นปัญหาในระบบกฎหมายหรือแวดวงการเงินเท่านั้น เหตุผลที่บริษัทผู้ผลิตทั้งหลายประคองกลไกหลากหลายลงในสินค้าเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ก็เพราะมีความคิดอยากเลี่ยงความรับผิดชอบชุกชอนอยู่ เมื่อประธานบริษัทถามว่า “ทำไมไม่มีฟังก์ชันนี้” ก็จะได้ใช้ฟังก์ชันที่เตรียมไว้มาแก้ตัวว่า “ก็อยู่ตรงนี้ไงครับ” ไกลส์ คอลบอร์น (Giles Colborne) กรรมการผู้จัดการซีเอกซ์พาร์ทเนอร์ส (CXpartners) บริษัทที่ปรึกษาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงผู้ใช้เป็นหลัก (UX⁷) เคยตำหนิว่า

“ถ้าเคยทำตาม ‘คำกะเกณฑ์ของคนกลุ่มหนึ่ง’ (design by committee) สักครั้ง คุณจะรู้ว่าการโต้เถียงว่าสิ่งไหนไม่จำเป็นบ้างนั้นไม่มีทางทำได้เลย พอคุณเริ่มเสนอว่าให้ตัดฟีเจอร์อะไรบ้าง จะมีคนคอยแก้ต่างให้แต่ละฟีเจอร์ว่า ‘แต่ถ้าผู้ใช้งาน...ละ’”

การจะทำให้บริษัทเรียบง่ายขึ้น เราต้องทิ้งความหวาดหวั่นที่เรียกว่า “แต่ถ้าหากว่า” เสียก่อน ต้องหลุดพ้นจากความเปล่าประโยชน์ที่เกิดการประคองสิ่งไม่จำเป็นเพราะหวั่นใจว่าอาจเกิดเรื่องไม่คาดคิดในอนาคต คำว่าความเรียบง่ายสำหรับมิติขององค์กรจึงหมายถึงการเลือกแค่บางสิ่ง โดยยอมรับความเสี่ยงและพร้อมที่จะรับผิดชอบ

⁷User Experience หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้งานตั้งแต่ขั้นพัฒนา เพื่อเก็บข้อมูลและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบเจตย์ผู้ใช้งานมากที่สุด - ผู้แปล

“อย่าซื้อสินค้าเรา” คำโฆษณาประหลาด จากบริษัทแห่งหนึ่ง : “ธุรกิจแห่งศีลธรรม” ของอิวอน ซูนาร์ด ประธานบริษัทปาตาโกเนีย

มีบริษัทที่ใช้คำโฆษณาว่า อย่าซื้อสินค้าของเราด้วยหรือ

คำตอบคือมีจริงครับ เจ้าของวลีดังกล่าวคือปาตาโกเนีย (Patagonia) บริษัทธุรกิจเครื่องนุ่งห่มสำหรับทำกิจกรรมกลางแจ้ง เมื่อ ค.ศ. 2011 บริษัทนี้เคยเรียกความสนใจของผู้คนจากโฆษณาลง *เดอะนิวยอร์กไทมส์* ด้วยคำโปรยว่า “อย่าซื้อแจ็กเก็ตตัวนี้” (Don't buy this jacket) เพราะปาตาโกเนียต้องการให้ผู้คนลดการบริโภคที่ไม่จำเป็นเพื่อลดการทำลายสิ่งแวดล้อม ปาตาโกเนียยังเคยจัดโครงการรณรงค์ให้ผู้คนซ่อมแซมเสื้อผ้าเก่าและนำกลับมาใช้ด้วย

บริษัทปาตาโกเนียก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 1973 โดยมีปณิธานสูงสุดคือเพื่อ “สิ่งแวดล้อม” สินค้าเครื่องนุ่งห่มทุกชิ้นของบริษัททำจากผ้าที่ปลูกแบบออร์แกนิกไร้ยาฆ่าแมลง และตัดเย็บจากกระดาษรีไซเคิล ก่อสร้างร้านด้วยวัสดุรีไซเคิลและตกแต่งด้วยสีที่เป็นมิตรกับธรรมชาติเท่านั้น เรียกว่าอุทิศจิตวิญญาณให้กับ “สิ่งแวดล้อม” ระดับ “สุดโต่ง” เลยทีเดียว มินน้ำชาในทุก ๆ ปีบริษัทยังบริจาคเงินหนึ่งเปอร์เซ็นต์ของยอดขายให้กับองค์กรพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย และเมื่อเป็นหนึ่งในเปอร์เซ็นต์ของยอดขายไม่ใช่นับเปอร์เซ็นต์ของกำไรสุทธิ จึงมีมูลค่ามหาศาล

พูดง่าย ๆ คือ ปาตาโกเนียเป็นบริษัทที่สวนกระแสกับนิยมการเติบโตทางธุรกิจอื่น ๆ ที่ว่า “มากขึ้นอีก” ถึงแม้ปาตาโกเนียจะทำเรื่องแปลกประหลาดอย่างการแนะนำให้ลูกค้าอย่าซื้อสินค้าตน ทว่าบริษัทนี้กลับครองสัดส่วนในตลาดเครื่องนุ่งห่มสำหรับกิจกรรมกลางแจ้งของสหรัฐอเมริกาสูงเป็นอันดับสอง (12.7 เปอร์เซ็นต์) รองจากเดอะนอร์ธเฟซ (The North Face)

ตามสถิติเมื่อเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2013 ข้อเท็จจริงที่ว่าบริษัทแบบนี้ อยู่จริง ๆ แถมยังได้รับความรักจากผู้บริโภคเสียด้วย ช่วยหล่อเลี้ยงจิตใจเรา ได้เป็นอย่างดี พอที่จะกลายเป็นต้นแบบเพื่อชี้ทิศทางที่ธุรกิจสมควรดำเนินไป ในยุคอันซับซ้อนวุ่นวายนี้ เมื่อปี ค.ศ. 2011 อีวอน ชูนาร์ด (Yvon Chouinard) ประธานบริหารและผู้ก่อตั้งบริษัทปาตาโกเนีย เคยให้สัมภาษณ์ กับ *Weekly BIZ* ถึงเหตุผลที่ปาตาโกเนียเลือกโฆษณาเช่นนั้นใน *เดอะ นิวยอร์กไทมส์* นักข่าวถามว่าเป็นเพราะยอมแพ้ต่อวัตถุประสงค์ในการ ดำเนินธุรกิจอย่างการแสวงหากำไร หรือเพราะใช้เป็นการตลาดรูปแบบหนึ่ง ชูนาร์ดตอบไว้ดังนี้

“ถ้าพิจารณาให้ดีจะเห็นว่าไม่มีสินค้าไหนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แค่กระบวนการผลิตและบริโภคสินค้าก็ส่งผลร้ายต่อโลกแล้ว มนุษย์ใช้ ทรัพยากรอันมีจำกัดอย่างสิ้นเปลือง เราเป็นเผ่าพันธุ์ที่ทำร้ายโลกมากที่สุด ถ้างั้นต้องทำอะไรละ หากอยากช่วยโลกซึ่งกำลังย่าแย่ ก็ต้องไม่ผลิต สินค้าอะไร แต่ถ้าทำไม่ได้จริงๆ การใช้แต่น้อยคือคำตอบ คนเราชอบซื้อ สิ่งของที่ไม่ว่าเป็น หลายครั้งเราซื้อเพราะสนุก เพราะแก้เซ็ง หรือซื้อเพราะ นักเทนนิสคนดังใช้”

ชูนาร์ดกล่าวว่า ภารกิจของปาตาโกเนียคือการ “ทำให้ผู้คนรู้สึกว่าการบริโภคอย่างฟุ่มเฟือยนั้นเหี้ย” (uncool) เขาย้ำว่า “ต่อไปต้องเป็นยุคที่ การสวมกางเกงเก่า ๆ ย้วย ๆ เป็นเรื่องเท่” ปรัชญาทำธุรกิจของชูนาร์ดคือ ต่อต้านการเติบโตและความฝันแบบอเมริกัน (American Dream) “รากเหง้า ของปัญหาสิ่งแวดล้อมเกิดจากบริษัทธุรกิจแสวงหากำไรเติบโตกันไม่หยุดหย่อน” ชูนาร์ดแสดงความคิดเห็นว่า

“บริษัทซึ่งเข้าตลาดหลักทรัพย์จะต้องเติบโตให้มากกว่าช่วงเวลา เดียวกันกับเมื่อปีก่อน 15 เปอร์เซ็นต์ ในทุก ๆ ปีบริษัทจึงวางแผนการ เติบโตด้วยการกระตุ้นอุปสงค์ที่ไม่จำเป็น ทุกคนคิดว่าการเติบโตเป็นเรื่องดี แต่การเติบโตอย่างมีสุขภาพดีกับการเติบโตอย่างอ้วนพินันต์แตกต่างกันมาก

ในขณะที่สารัตถะของบริษัทซึ่งเข้าตลาดหลักทรัพย์มีเพียงต้อง ‘เติบโต’ ให้ได้ จึงแสวงหาการเติบโตจนก้าวข้ามความเป็นเหตุเป็นผล ทว่าธุรกิจนั้นยิ่งได้ไว ก็ยิ่งตายไว เพราะโฟกัสกับแผนการระยะยาวไม่ได้”

ชนวนที่จุดประกายให้ชุนนาร์ตหันมาศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัญหา ลิงแหว่งอย่างจริงจังนั้น ต้องเล่าย้อนไปสมัยที่เขายังผลิตอุปกรณ์ปีนเขาก่อนจะก่อตั้งบริษัทปาตาโกเนีย เมื่อชุนนาร์ตเห็นว่าหมุดโลหะ (piton) ทำจากเหล็กสำหรับใช้ไต่เขาที่ตนผลิต สร้างความเสียหายแก่ผิวน้ำผา เขาจึงพัฒนาตัวใช้กียัด⁸ อะลูมิเนียมขึ้นมาใช้ทดแทน

ต่อมาชุนนาร์ตได้กลายเป็นผู้เผยแพร่ความสำคัญของ “คลีนไคลมบิง” (Clean Climbing) หรือวิธีปีนเขาแบบไม่ทำลายธรรมชาติ ยอดขายใช้กียัดอะลูมิเนียมก็เพิ่มขึ้น และความสนใจต่อสิ่งแหว่งล้นนี้ก็กลายเป็นภารกิจ และคำประกาศเจตนารมณ์พิเศษของปาตาโกเนียในอีก 20 ปีให้หลัง

“เราจะผลิตสิ่งจำเป็นด้วยคุณภาพที่ดีที่สุด กระบวนการผลิตสินค้าของเราจะไม่ทำลายสิ่งแหว่งล้น เราจะมุ่งมั่นปฏิบัติจนค้นพบหนทางแก้ไข วิกฤตสิ่งแหว่งล้น และจะเผยแพร่ให้ผู้คนรับรู้โดยทั่วกัน”

เราพบแง่คิดใหญ่สามประการของบริษัทที่ได้รับความสนใจจากผู้คน เช่นนี้ คือ

ประการแรก การเปลี่ยนผ่านของยุคสมัย ผมงกล่าวไปแล้วว่า ยุคของการผลิตมากบริโภคมากนั้นเติบโตจนมาถึงขีดจำกัด ผู้คนจึงแสวงหาแม่แบบทางเศรษฐกิจใหม่ หรือถ้าพูดให้กว้างกว่านั้นก็คือ แสวงหาวิถีกับปรัชญาชีวิตใหม่ วิกฤตการณ์การเงินได้ตอกย้ำความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงไว้อย่างเจ็บแสบ ชุนนาร์ตวิเคราะห์ว่า “โลกปัจจุบันเป็นสังคมช่วงหลังยุคแห่งการบริโภค (post-consumerism) ซึ่งเข้าสู่รอยต่อของสังคมต่อต้านบริโภคนิยม (anti-consumerism)” ผู้บริโภคเริ่มรู้สึกด้วยตัวเองแล้ว

⁸ chock อุปกรณ์ยึดติดกับหน้าผา ใช้ร้อยกับสายโรยตัว-ผู้แปล

ว่าการมีวัตถุประสงค์มากเกินไป ขยายมาก บริโภคมาก เป็นสิ่งน่ารังเกียจ

ประการที่สอง พลังแห่งการตลาดแบบมีเรื่องราว (story marketing) โฆษณาหลายสิบตัวเลือกใช้คิมยอนา⁹ เป็นพรีเซ็นเตอร์ ทว่าผู้คนจดจำสินค้าที่เธอโฆษณาไม่ได้เลยด้วยซ้ำ ท่ามกลางกระแสบาทวึมของสารสนเทศเช่นนี้ เรื่องราวปรารถนียม¹⁰ และการมีใจอุทิศเพื่อสาธารณประโยชน์ของปาตาโกเนีย ซึ่งโฟกัสกับการรักษาสีงแวดล้อม เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ปาตาโกเนีย แตกต่างจนถึงขั้นโดดเด่นกว่าบริษัทอื่นและไปไกลถึงระดับ “ความต้องการ ความสมบูรณ์ของชีวิต” (self-actualization) อันเป็นลำดับขั้นสูงสุดจาก ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ในใจของผู้บริโภคเลยทีเดียว ชูনারด์ย้ำว่า “วัยรุ่นไม่เชื่อคำโฆษณาและไม่ดูโทรทัศน์ พวกเขาสื่อสารกับเพื่อนๆ โดยตรงผ่านโซเชียลมีเดีย”

ประการที่สาม แรงจูงใจของพนักงาน ชูনারด์กล่าวว่า “เหตุผลที่พนักงานของปาตาโกเนียตั้งใจทำงานไม่ใช่แค่รักงานของตน แต่พวกเขายังรู้ว่าตนช่วยเหลือโลกได้ด้วยการทำงานกับเรา” และอธิบายเพิ่มว่า “เมื่อสองสิ่งนี้มาผสานกัน เราจึงทั้งดึงศักยภาพเยี่ยมยอดของมนุษย์ออกมา พร้อม ๆ กับสร้างความสำเร็จในเชิงธุรกิจขนาดใหญ่ ผลคือบริษัททำสำเร็จ ทั้งสองอย่าง” ความรับผิดชอบทางสังคมเชิงบรรษัท (Corporate Social Responsibility: CSR) ของบริษัทธุรกิจทั่วไปยกให้การแสวงหากำไรมาก่อนเป็นอันดับหนึ่ง และการตอบแทนสังคมจากผลกำไรที่เหลือเป็นอันดับสอง แต่ปาตาโกเนียกลับยกสาธารณประโยชน์เป็นอันดับหนึ่ง ส่วนการแสวงหากำไรเป็นอันดับสองแทน

บริษัทของทุกท่านดำรงอยู่เพื่ออะไรครับ เดวิด แพคการ์ด (David Packard) ผู้ร่วมก่อตั้งคนหนึ่งของบริษัทฮิวเลตต์-แพคการ์ด (Hewlett-Packard) เคยพูดถึงเหตุผลการดำรงอยู่ของบริษัทว่า

⁹ นักกีฬาสเกตน้ำแข็งหญิงชื่อดังของเกาหลีใต้ - ผู้แปล

¹⁰ altruism ความไม่เห็นแก่ตัว - ผู้แปล

“หลายคนเข้าใจผิดว่าบริษัทธุรกิจมีอยู่เพื่อหาเงินอย่างเดียว การแสวงหาผลกำไรเป็นเหตุผลสำคัญต่อการดำรงอยู่ของบริษัทก็จริง แต่เราต้องใคร่ครวญถึงความหมายการดำรงอยู่ที่แท้จริงให้ลึกซึ้งขึ้นด้วย”

การทบทวนและใคร่ครวญความหมายการดำรงอยู่ที่แท้จริงของบริษัทให้ลึกซึ้งขึ้นนั้น คือกระบวนการจำเป็นต่อการผลักดันองค์กรให้เข้าสู่ความเรียบง่าย

เศรษฐกิจโลกกำลังบินแบบ “สตอลล์สปีด”

ยังมีอีกเหตุผลสำคัญกว่านั้นที่ทำให้ผมคิดว่าความเรียบง่ายเป็นเรื่องจำเป็น นั่นคือความเรียบง่ายในมิติของโลก นักวิชาการหลายท่านต่างเปรียบเทียบเศรษฐกิจโลก ณ ขณะนี้กับเครื่องบินที่บินด้วย “สตอลล์สปีด” (ระดับความเร็วต่ำสุดที่เครื่องบินจะต้านแรงโน้มถ่วงและลอยอยู่กลางอากาศได้) ว่า เศรษฐกิจโลกปัจจุบันอยู่ในจุดสุ่มเสี่ยงจะเกิดอันตรายหากระดับความเร็วลดลงอีกเพียงนิดเดียว เรียกได้ว่า กำลังยืนอยู่ปากเหวดังที่ผมกล่าวไปก่อนหน้านี้ว่า นี่ไม่ใช่เพียงปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ แต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง

ระบบทุนนิยมที่ผลิตและบริโภคกันปริมาณมหาศาลนั้นพึ่งพาอุปสงค์มีผล หรือก็คือพึ่งพาผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อ ทว่าอุปสงค์มีผลได้หมดสิ้นไปแล้ว ทั้งเกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และจีน ต่างประกาศเรื่องการส่งออก ในเมื่อประเทศตนไม่มีอุปสงค์มีผล ก็ต้องไปหาจากต่างประเทศ แต่ปัญหาคือ ไม่มีที่ไหนมีอุปสงค์มีผลเลย

ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ (Great Depression) เมื่อทศวรรษ 1930 ได้ตีแผ่ให้โลกรู้ว่า “กฎของเซย์” (Say’s Law) ที่ว่าด้วย “อุปทาน

ก่อให้เกิดอุปสงค์ในตัวเอง” เป็นเรื่องลวง ต่อมาเคนส์ (Keynes) เข้ามา มีบทบาทและเสนอให้แก้ไขปัญหาโดยให้รัฐบาลสร้างอุปสงค์ที่มีผลขึ้นมา แทนเอกชน ช่วงเกิดวิกฤติการณ์การเงินก็มีการนำวิธีของเคนส์มาใช้

รัฐบาลแต่ละประเทศระดมทุนกู้ยืมธุรกิจแทนภาคเอกชนซึ่งร่วงอยู่ใน กองหนี้เพื่อจะสร้างอุปสงค์ที่มีผล แต่กระทั่งวิธีแก้ปัญหาดังกล่าวก็ยังมี ขีดจำกัด เพราะประเทศต่างๆ ในยุโรปหรือแม้แต่สหรัฐอเมริกาต่างก็เป็นหนี้ มหาศาล ส่งผลให้ความเชื่อถือของตลาดตกถวบ เกิดวิกฤติการณ์การเงิน สภาพ ทางด่วนโล่งโล่งกับสนามบินสร้างไม่เสร็จในจีน เผยให้เห็นทางตันของการ สร้างอุปสงค์ที่มีผลด้วยวิธีหนุ่จากรัฐบาลได้เป็นอย่างดี

ถ้าแก้ปัญหาด้วยการพิมพ์ธนบัตรเพิ่มละ ถึงจะต้องยอมเสี่ยงกับ สภาพการเงินฟ้อ แต่ก็จะมีเม็ดเงินใหม่อัดฉีดเข้าไปซึ่งช่วยเพิ่มอุปสงค์ที่มีผล แถมยังลดภาระจากหนี้สินได้จริงด้วย วิธีแก้ปัญหานี้เคยถูกนำไปใช้แล้ว วิธีแก้ปัญหานี้คิดผกเช่นนี้ เคยถูกนำไปใช้แล้วในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น [ในชื่อ “มาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณทางการเงิน” (Quantitative Easing: QE)]

ที่ว่ากลับได้ผลไม่ชัดเจนนัก เมื่อความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจมีสูง ญี่ปุ่นในอดีตจะเพิ่มธนบัตร แต่ผู้คนน้อยนักจะยอมเปิดกระเป๋าตังตัวเอง จ่าย ซ้ำร้ายนโยบายนี้ยังสร้างผลกระทบใหญ่ต่างๆ เช่น ภาวะฟองสบู่ ราคาสินทรัพย์พุ่งสูง ความเหลื่อมล้ำระหว่างคนรวยคนจนขยายขึ้น นอกจากนี้ ภาวะประชากรผู้สูงอายุ (Population Ageing) เพิ่มขึ้นทั่วโลกก็เป็นปัจจัย ที่ไม่เอื้อต่อการสร้างอุปสงค์ที่มีผล

ถึงโลกเราจะมีสินค้าจางล้น ผู้ผลิตก็ยังคงผลิตสินค้าต่อไปเพื่อบริหาร โรงงานและคงการว่าจ้างแรงงาน แต่ถ้าไม่มีอุปสงค์ที่มีผลที่จะมาช่วยซื้อสินค้า เหล่านั้นละ แลร์รี่ ซัมเมอร์ส (Larry Summers) ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัย ฮาร์วาร์ด เสนอว่า รัฐบาลแต่ละประเทศควรปล่อยเงินหนุ่จางอีกครั้งแม้จะ ก่อนหน้านี้เพิ่มอีก แต่วิธีนี้จะได้ผลจริงหรือ (โดยเฉพาะหากคำนึงถึงระดับความ

สามารถและความน่าเชื่อถือของการเมืองในแต่ละประเทศด้วยแล้ว) อีกทั้ง เรายังเดาไม่ออกด้วยว่าจะเกิดผลกระทบใดบ้างหากทำเช่นนั้น

ในเมื่อสถานการณ์ยากเกินรับมือ เราต้องเปลี่ยนปรัชญาและวิธีคิดใหม่ พวกเราเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต ในมุมมองผู้บริโภค เราสามารถลดการบริโภคได้ ถึงแม้จะไม่สะดวกสบายไปบ้าง แต่การมีน้อย ใช้น้อย ก็เพียงพอแล้ว เราปวดหัวเวลาเห็นสินค้าสารพัดเรียงรายบนชั้นวางของห้างสรรพสินค้าอยู่แล้ว ฉะนั้นหากมีตัวเลือกน้อยลง เราอาจมีความสุขมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหายังคงอยู่ เพราะหากการบริโภคลดลง โรงงานผลิตก็ต้องปิดตัว ส่งผลให้เกิดการว่างงาน พวกเราต่างรู้กันดีว่าโลกที่ไม่มีงานให้ทำนั้นนำชนหัวลูกแค้ไหนจากวิกฤติการณ์การเงินของเอเชียในยุค IMF

สรุปคือ “ระบบที่ห้ามหยุดบริโภค” กับ “อุปสงค์มีผลที่ไม่เพิ่มขึ้น” ได้สร้างความขัดแย้งจนถึงจุดวิกฤติแล้ว ถึงเวลาวิจัยเกี่ยวกับแม่แบบใหม่ๆ เพื่อรับมือกับความขัดแย้งนี้ โดยต้องตรวจสอบใหม่ไปจนถึงรากเหง้าของเจตคติเกี่ยวกับการบริโภค แรงงาน และการแบ่งปันรายได้ เช่น วิธีแบ่งปันตำแหน่งงาน (job sharing) หรือการที่ทุกคนทำงานน้อยลงแต่มีงานทำกันครบ และวิธีสร้างอุปสงค์มีผลใหม่ๆ ผ่านการเพิ่มอำนาจซื้อของประเทศยากจนกับกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำด้วยการปรับปรุงการจัดสรรรายได้

นักเศรษฐศาสตร์และผู้มีอำนาจทางการเมืองต่างเคยทำพลาดเรื่อง การป้องกันวิกฤติการณ์การเงินและวิกฤตินี้สัาธารณะยุโรปมาแล้ว ถึงเวลาแก้ไขความทับซ้อนของระบบทุนนิยมในยุคที่อุปสงค์มีผลสูญพันธุ์ โดยช่วยกันระดมสมองเพื่อนำพาให้เศรษฐกิจโลกดำเนินต่อไปได้

ยุคอุปทานส่วนเกิน

หากอุปสงค์มีผลขาดแคลนคือด้านหัวของเหรียญ ก็กล่าวได้ว่า ด้านก้อยของเหรียญคืออุปทานส่วนเกิน แดเนียล อัลเพิร์ต (Daniel Alpert)

แห่งธนาคารเพื่อการลงทุนเวสต์วูดแคปิตอล (Westwood Capital) เคยแสดงความเห็นในหนังสือ *The Age of Oversupply* ว่า ปัญหาหลักที่เศรษฐกิจโลกในปัจจุบันกำลังเผชิญอยู่คืออุปทานส่วนเกิน ไม่ว่าจะเป็นอุปทานด้านแรงงาน อุปกรณ์เครื่องจักรกลการผลิต และต้นทุน ล้วนเกินล้นเมื่อเทียบกับอุปสงค์ การอัดฉีดเงินด้วยมาตรการผ่อนคลายนเชิงปริมาณทางการเงินและนโยบายกระตุ้นการเติบโตจึงแทบใช้ไม่ได้ผลในยุคที่ต้นทุนราคาต่ำมีกลาดเกลื่อนและอุปทานส่วนเกินมีล้น ไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงานหรืออุปกรณ์การผลิต

อัลเฟิร์ตชี้ว่า จีนและประเทศเกิดใหม่เป็นบ่อเกิดของปัญหาอุปทานส่วนเกิน เขามองว่าเศรษฐกิจโลกเกิดจุดเปลี่ยนเมื่อคณะกรรมการกลางพรรคคอมมิวนิสต์จีนครั้งที่สามของสมัยที่สิบเอ็ดในปี ค.ศ. 1978 ภายใต้การนำของเติ้งเสี่ยวผิงได้ประกาศนโยบาย “ปฏิรูปเปิดประเทศ” เมื่อวันที่ 18-22 ธันวาคม รวมเป็น 5 วัน และในปีเดียวกัน สหภาพโซเวียตได้มีคาอิล กอร์บาชอฟ (Mikhail Gorbachev) มาดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร

7 ปีต่อมา กอร์บาชอฟได้เป็นเลขาธิการพรรคคอมมิวนิสต์ และผลักดันประชากรกว่า 400 ล้านคนในสหภาพโซเวียตและยุโรปตะวันออกที่เคยอยู่ภายใต้การปกครองของพรรคคอมมิวนิสต์ให้เข้าสู่ตลาดเสรีโลก การเปลี่ยนแปลงในอินเดียเริ่มต้นใน ค.ศ. 1991 แม้จะช้ากว่าจีนและสหภาพโซเวียตมาก แต่ก็ส่งผลให้มีแรงงานวัยผู้ใหญ่เกือบ 500 ล้านคนหลังไหลสู่เวทีเศรษฐกิจโลกเช่นกัน

ข้อมูลของแมคคินซีระบุว่า ระหว่างปีค.ศ. 1980-2010 มีแรงงานใหม่กว่า 1,700 ล้านคนไหลสู่ตลาดแรงงานโลก โดยส่วนใหญ่เป็นอุปทานจากกระบวนการเปลี่ยนผ่าน “จากเกษตรสู่อุตสาหกรรม” ของประเทศกำลังพัฒนา ปัจจุบันโลกเรามีแรงงานเกินกว่า 3,000 ล้านคน ครึ่งหนึ่งอยู่ในจีน อินเดีย และอดีตประเทศสมาชิกสหภาพโซเวียต และมีแรงงานอีก

จำนวนมากกำลังแก่งแย่งตำแหน่งงานในสาขาต่าง ๆ ซึ่งตรงกับสาขาที่
แรงงานในประเทศพัฒนาแล้วทำอยู่

อัลเฟิร์ตแสดงความเห็นว่าหากเราเพิกเฉยคลื่นแรงงานจำนวน
มหาศาลดังกล่าว ก็คงไม่มีทางอธิบายได้ว่าทำไมคนหนุ่มสาวสมัยนี้ถึง
หางานทำยากยิ่งกว่าค่าเดือนดาว ทำไมชีวิตการทำงานนับวันยิ่งแร้นแค้น
โหดร้าย และทำไมบริษัทธุรกิจต่าง ๆ ถึงลี้ภัยกับการลงทุน

โดยทั่วไประบบเครือข่ายแห่งความปลอดภัยทางสังคม (Social
Safety Net) หรือระบบบำนาญในประเทศเกิดใหม่มักยังไม่สมบูรณ์ แรงงาน
ในประเทศเกิดใหม่จึงเก็บออมรายได้เป็นส่วนสูงส่งกว่าแรงงานในประเทศ
พัฒนาแล้ว ฉะนั้นการคาดการณ์เรื่องอุปสงค์หรือความต้องการซื้อสินค้า
ของแรงงานใหม่จำนวน 1,700 ล้านคนที่เพิ่มมาบนเวทีเศรษฐกิจโลกนั้น
จึงเป็นเรื่องมืดมนห็นต์

ผลสุดท้ายอุปทานก็ขยายตัวจนมากเกินไป ไม่สมดุลกับอุปสงค์
ส่วนอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการในประเทศพัฒนาแล้วก็หยุดชะงัก ดังนั้น
แม้แต่บริษัทธุรกิจที่ทำเงินได้มากที่สุดก็ยังไม่ยอมลงทุนซื้ออุปกรณ์ใหม่
รวมถึงไม่จ้างพนักงานใหม่ด้วย

อีกเรื่องที่ต้องให้ความสนใจคือข้อเท็จจริงที่ว่า การเพิ่มแรงงานมหาศาล
ก่อให้เกิดอุปทานส่วนเกินในทุนสำรอง เพราะประชากรหลายร้อยล้านคน
เปลี่ยนจากเกษตรกรรมมาเป็นแรงงานและเริ่มเก็บรายได้ส่วนหนึ่งเป็นเงินออม
ประเทศเกิดใหม่ต่างสะสมเม็ดเงิน เมื่อ ค.ศ. 2000 ทุนสำรองเงินตรา
ระหว่างประเทศ (Foreign Exchange Reserves) ของจีนมีเพียง 25,000
ล้านดอลลาร์

แต่ในปี ค.ศ. 2008 เพิ่มขึ้นไปถึง 2 ล้านล้านดอลลาร์ และปี ค.ศ. 2013
ก็ทะลุไปถึง 3 ล้านล้านดอลลาร์แล้ว ทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศ
ของประเทศเกิดใหม่ทั้งหมดใน ค.ศ. 2000 มีเกณฑ์อยู่ประมาณ 7 แสนล้าน

ดอลลาร์ แต่เมื่อเข้าปี ค.ศ. 2012 ก็พุ่งพรวดมาเกือบ 7 ล้านล้านดอลลาร์ ไม่เคยมีครั้งไหนเลยที่การเก็บออมเงินตราจะเพิ่มมากมายถึงเพียงนี้ในระยะเวลานั้นๆ

อัลเฟิร์ตตำหนิว่า นับแต่เกิดวิกฤติการณ์การเงินมา 6 ปี ผู้นำทั่วโลกก็ยังไม่เคยหลายจําเลยว่าจะไรกันแน่ที่เป็นปัญหาแท้จริง พวกเขาไม่เคยตระหนักว่าอุปทานส่วนเกินคืออุปสรรคใหญ่ที่สุดต่อการรีสตาร์ทเครื่องยนต์แห่งการเติบโต แม้จะมีแรงงานจำนวน 1,700 ล้านคนกับเงินมูลค่ากว่า 6 ล้านล้านดอลลาร์ปรากฏบนเวทีโลกอยู่ทันใด เหล่าผู้ร่างนโยบายส่วนใหญ่ยังคงมองข้ามพลังน่ากลัวที่เขย่าโลกนี้ได้อยู่ดี

มีสำนวนสุภาษิตว่า “ซีข้างจับตักแตน” แต่ในทางตรงกันข้าม การ “ซีตักแตนจับข้าง” ดูท่าจะก่อปัญหาใหญ่ยิ่งกว่า เช่นเดียวกับการปฏิเสธปัญหาเชิงโครงสร้างแล้วแก้ไขในมุมมองของวัฏจักรเศรษฐกิจ ซึ่งจะก่อผลเสียตามมา แม้จะน่าเจ็บปวด แต่เราต้องระดมสมองหานโยบายแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้าง ซึ่งคือเวิร์ดของนโยบายแก้ปัญหาลักษณะดังกล่าวก็คือ “ความเรียบง่าย” ถึงเวลาแล้วที่เราต้องประกาศให้ “น้อยลง” แทน “มากขึ้น”

สารพันสิ่งที่สร้างเพื่อทิว

การให้แรงงานกว่า 3,000 ล้านคนผลิตสินค้าสักอย่างไม่หยุดหย่อน สิ่งแวดล้อมบนโลกยอมรับไม่ไหว โลกไม่ใช่บ่อน้ำที่ขุดลึกลงไปเท่าไรก็ไม่เป็นไร แต่เป็นบ่อน้ำที่ขุดไปเรื่อยๆ ก็จะเจอก้นบ่อเปล่าๆ เข้าสักวัน หนังสือ *Natural Capitalism* โดยพอล ฮอว์เคน (Paul Hawken) เอมอรี เลอวิงส์ (Amory Lovins) และฮันเตอร์ เลอวิงส์ (Hunter Lovins) กล่าวว่า ชยะจากการสร้างชิปเซมิคอนดักเตอร์¹¹ ขึ้นเดี๋ยวมี่ปริมาณหนักกว่าชิปถึงแสนเท่า ส่วนชยะจากการสร้างไนต์บู๊กก็มีมากกว่าน้ำหนักของไนต์บู๊กประมาณ

¹¹ semiconductor chip หมายถึง ชิปคอมพิวเตอร์-ผู้แปล

4,000 เท่า การผลิตน้ำส้มลิตรเดียวจะต้องใช้น้ำมันเบนซิน 2 ลิตรกับน้ำ 1,000 ลิตร การผลิตกระดาษหนึ่งตันต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อีกถึง 98 ตัน

หนังสือยังบอกว่า “หากทุกคนบนโลกใช้ชีวิตแบบเดียวกับผู้คนในอเมริกาเหนือ ต้องมีโลกสองใบถึงจะพอ และหากประชากรโลกเพิ่มเป็นสองเท่าจากปัจจุบัน ก็ต้องมีโลกสามใบถึงจะพอ”

คนส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องมีสิ่งของใหม่สักเท่าไร หากแต่ระบบเศรษฐกิจของเราซึ่งหมกมุ่นอยู่กับการเติบโตอย่างเหลือเกินได้ล้างสมองผู้คน และตอกย้ำเรื่องวัตถุนักหนา หนังสือ *Bon Pour La Casse*¹² ของ เซิร์จ ลาตูช (Serge Latouche) นักเศรษฐศาสตร์ชาวฝรั่งเศส กล่าวถึงปัญหานี้อย่างแยบคาย โดยประเด็นย่อยในหนังสือว่าด้วย “รายงานความบ้าคลั่งของการง้อใจออกแบบให้ตกุ่น”

“แผนกำหนดอายุสินค้าหรือการง้อใจออกแบบให้ตกุ่น” (Planned Obsolescence) คือการย่นอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อกระตุ้นการเกิดอุปสงค์ใหม่ ๆ พูดอีกอย่างคือ “สร้างเพื่อทิ้ง” เช่น บริษัทหนึ่งมีใบรับรองความสามารถในการผลิตใบมีดโกนที่ไม่สึกกร่อน แต่บริษัทก็เลือกจะไม่ผลิต “เพราะคุณสมบัติที่ยั่งยืนของสินค้าคืออวสานแห่งการผลิต” กล่าวคือ สินค้าจะต้องเสื่อมลงเพื่อให้การผลิตยังคงมีต่อไป

ลาตูชกล่าวว่า ระบบเศรษฐกิจที่หมกมุ่นอยู่กับการเติบโตอย่างหนัก มีจุดเริ่มต้นมาจากแผนกำหนดอายุสินค้า ไม่ว่าจะต้องการหรือไม่ เราต่างได้รับแรงกระตุ้นให้ผลิตและบริโภคมากขึ้นอย่างไม่หยุดหย่อน ถ้าอยากเพิ่มการว่าจ้างงาน มีเงินจ่ายบำนาญ และรักษาสุขภาพจ่ายสาธารณะ (public expenditure) ไปได้ จะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

¹² ก้าวข้ามสังคมฟุ่มเฟือย – ผู้แปล

สภาพเช่นนี้จึงเป็นการเติบโตเพื่อจะเติบโต ไม่ใช่การเติบโตเพื่อความจำเป็นที่ชัดเจนซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้คนบริโภคและเกิดความต้องการใหม่ๆ ที่ไร้ขอบเขตเพื่อขยายการผลิตที่ไร้ขอบเขตเสมอกัน และธรรมชาติก็ต้องแบกรับผลกระทบจากพฤติกรรมเหล่านี้เต็มๆ นี่เป็นการชุดรีดธรรมชาติอย่างไร้เมตตาของมนุษย์

ลาตูซียกตัวอย่างกรณีที่เรียกว่า “ข้อกำหนดหนึ่งพันชั่วโมง” (1,000 hours life committee) ว่าเป็นเหตุการณ์แรกเริ่มของยุคกำหนดอายุสินค้า เมื่อทศวรรษ 1880 หลอดไฟดวงแรกที่เอ็ดสันประดิษฐ์มีอายุการใช้งาน 1,500 ชั่วโมง ต่อมาอายุการใช้งานของหลอดไฟก็เพิ่มเป็น 2,500 ชั่วโมง ในทศวรรษ 1920 บริษัทใหญ่เช่นจีอีไม่อาจยินยอมให้สินค้ามีอายุการใช้งานยาวนานขนาดนั้น

เมื่อถึงปี ค.ศ. 1924 บริษัทจีอีรวมถึงผู้เกี่ยวข้องรายต่างๆ ในธุรกิจผลิตหลอดไฟได้สร้าง “ข้อกำหนดหนึ่งพันชั่วโมง” ที่เมืองเจนีวา (Geneva) โดยจำกัดอายุการใช้งานของหลอดไฟให้ไม่เกิน 1,000 ชั่วโมง และเมื่อมีการกำกับดูแลจากคณะกรรมการ เป้าหมายดังกล่าวจึงสัมฤทธิ์ผลในช่วงทศวรรษ 1940

ความมหัศจรรย์ของการตลาดเป็นตัวช่วยเอื้อต่อแผนการกำหนดอายุสินค้า เพราะโฆษณาและกระแสแอบสร้างแรงจูงใจลับๆ ที่กระตุ้นให้ผู้คนคิดเรื่องสินค้าตกยุคด้วย เมื่อ ค.ศ. 1928 จัสตัส จอร์จ เฟรเดริก (Justus George Frederick) นักโฆษณา ยอมรับประเด็นนี้ซึ่งมีอยู่ในข้อความโฆษณาตามนิตยสารอย่างตรงไปตรงมาว่า

“เราต้องพยายามทำให้ผู้บริโภคซื้อซ้ำหรือซื้อแล้วทิ้ง เพื่อจะได้ซื้อใหม่มากกว่าพยายามทำให้พวกเขาซื้อไปใช้จริง ๆ”

ผู้คนส่วนใหญ่ในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 ยังคิดว่า เศรษฐศาสตร์หมายถึงความประหยัดอยู่เลย แต่แล้วหลังจากเคนส์ยกเรื่อง “ความขัดแย้ง

ของการมัธยัสถ์” (Paradox of Thrift) ความหมายของการมัธยัสถ์และอดออมก็เปลี่ยนเป็นเลวร้ายทันที ถ้าเช่นนั้นทางเลือกของเราก็คือนำภารกิจนี้เสีย “เพิ่มขึ้นอีก” มาสร้างเป็นแม่แบบใหม่ แม้ยังไม่รู้คำตอบที่แน่ชัดแต่เราจะมัวเวียนเฉยอยู่อย่างเดียวไม่ได้

มิคาเอล เบราน์การ์ท (Michael Braungart) นักเคมีและนักทฤษฎีด้านอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Industrial Ecology) ชื่อดังชาวเยอรมัน ได้เสนอทางเลือกว่ากระบวนการผลิต และบริโภคควรเป็นไปแบบหมุนเวียนให้คล้ายคลึงกับระบบนิเวศธรรมชาติ หรือก็คือการสร้าง “ระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน” (Circular Economy) ธรรมชาติไม่สร้างขยะ ทุกสิ่งจากธรรมชาติล้วนหมุนเวียนกลับมาใช้ได้ใหม่

โครงการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industrial Complex) ที่คาลุนด์บอร์ก (Kalundborg) ประเทศเดนมาร์ก ลองเลียนแบบหลักการนี้ โดยใช้ผลพลอยได้หรือสิ่งเหลือทิ้งจากบริษัทแห่งหนึ่งเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตของอีกบริษัท นับเป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดจากวิสัยคิดหาใช่เพียงวิธีผลิตและบริโภคอย่างเดียว เอพิคิวรัส (Epicurus) เคยกล่าวว่า “คนผู้ไม่อาจพอใจในสิ่งเล็กน้อย ย่อมไม่อาจพอใจในสิ่งอื่นได้เช่นกัน”

ปัญหาของโลกเนื่องจากอุปทานส่วนเกินท่วมทับไปด้วยสิ่งของและข้อมูล ล้วนเป็นเพราะการค้นพบและรักษาสิ่งจำเป็นและมีความหมายแท้จริงนั้นเป็นเรื่องยาก พวกเราต่างตะเกียกตะกายอยู่ภายใต้กระแสหลากท่วมของข้อมูลไร้แก่นสาร ถูกแย่งชิงเวลามากมายไปกับงานอันไร้ความหมาย ตกหลุมลึกของความคิดว่า “ชอรวดเร็วไว้ก่อน” จนเพิกเฉยการใส่ใจคุณภาพและความสมบูรณ์ที่แท้จริง นี่จึงเป็นเหตุผลที่ยุคปัจจุบันต้องการความเรียบง่าย

ความเรียบง่ายหาใช่การมีสิ่งของน้อยชิ้นหรือความง่ายดายเท่านั้น แต่คือความตื่นรู้ มองเห็นสิ่งมีประโยชน์ มีความหมายท่ามกลางสิ่งไร้ความหมายต่างๆ คือเจตจำนงที่จะรักษาสิ่งสำคัญเหล่านั้น คือความ

กล้าที่จะบอก “ไม่” เพื่อลดการสูญเสียเวลาในโมงยามที่ทุกคนต่างตอบ “ได้”
อย่างไร้ความรับผิดชอบ คือความซื่อตรงที่จะตั้งมั่นในอัตลักษณ์ของตน
ด้วยสิ่งที่ไม่มีความล้มเหลวต่อให้วันเวลาบนโลกเปลี่ยนผ่านไปเท่าไรก็ตาม

คุณมุ่งมั่นที่จะเรียบง่ายแล้วหรือยังครับ



ทดลองอ่าน