

Forum : พงศกร นกรชัย

ความคิดสร้างสรรค์ และการปรับตัวของ

การที่กระทรวงการคลังเน้นการบริหารผลงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการสร้างรายได้ที่จะทำให้รัฐวิสาหกิจสามารถยืนหยัดโดยการพึ่งพาตนเองได้ ในฐานะการเงิน กระตุ้นให้รัฐวิสาหกิจแทบทุกแห่งหล่อหลอมตนเอง ขึ้นเป็นรูปร่างใหม่ที่อาจแตกต่างไปจากเดิมได้อย่างมีนัยสำคัญ

แรงขับเคลื่อนดังกล่าวทำให้ผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจมีวิสัยทัศน์ ในการสร้างสายผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ขึ้นมากมาย ตัวอย่าง ที่เกิดขึ้นแล้ว อาทิเช่น ไปรษณีย์ไทย ที่ปรับตัวเองสู่บริการ Logistic และบริการทางการเงิน ส่วนการส่งจดหมายซึ่งเป็นบริการดั้งเดิม ได้ถูกแย่งส่วนแบ่งตลาดไปอันเนื่องมาจากวิวัฒนาการของไปรษณีย์ ทางอิเล็กทรอนิกส์ในโลกดิจิทัลซึ่งปัจจุบันพัฒนามาเป็น Social Media ทำให้การสื่อสารทางไปรษณีย์และรายได้จากแสตมป์ลดน้อยลง ในการนี้ไปรษณีย์ไทยได้ผลิตแสตมป์เป็นรูปของผู้ส่งโดยมีราคา หน้าแสตมป์ดวงละ 3 บาท แต่สามารถขายได้ในราคาดวงละ 10 บาท ซึ่งนอกจากเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มหลายเท่าตัวให้กับ แสตมป์แล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ซื้ออยากส่งจดหมายติดแสตมป์ มากขึ้น

นอกจากนี้รัฐวิสาหกิจอื่น ๆ ยังมีโครงการในอนาคตที่วางไว้อย่าง น่าสนใจ อาทิเช่น การเคหะแห่งชาติสร้างหมู่บ้านที่มีหลังคา รับพลังงานจากแสงอาทิตย์ บริษัทลูกของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค นำระบบ Smart Grid ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านระบบดิจิทัลส่งสัญญาณ มายังบ้านให้อุ่นอาหารก่อนกลับถึงบ้านได้ และยังมีตัวริเริ่มเรื่อง Eco Town ที่ประหยัดพลังงานและรักษาสภาพแวดล้อมโดยมีระบบ บำบัดน้ำเสียที่นำปฏิพลตามบ้านมาผลิตพลังงานสำหรับใช้ในหมู่บ้าน หรือแม้แต่องค์การสุราที่คำนึงถึงการผลิต Ethanol สำหรับ ทำเชื้อเพลิง และโครงการของ บขส. ที่จะปรับสถานีขนส่งให้ได้ มาตรฐานใกล้เคียงระดับสนามบินและผลักดันให้มีจุดเชื่อมต่อกับ รถไฟฟ้า นอกจากนี้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคยังมีเคเบิลใยแก้วเป็น Back Bone ที่สามารถผลิตรองรับเนื้อหา (Content) เพื่อส่งออกไป ทั่วประเทศที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับองค์กรได้ และ ยังสอดคล้องกับนโยบายการศึกษาในกรุงเทพและชนบท ในโครงการ รัฐวิสาหกิจยังสามารถมีโอกาสสร้าง Synergy ระหว่างกันได้ หลายโครงการ ซึ่งแน่นอนโครงการเหล่านี้ย่อมมีอุปสรรคในการผลักดัน และยิ่งขึ้นกับตัวแปรทางด้านสังคมและการเมือง และกฎระเบียบต่างๆ



ที่ต้องตามปรับปรุงและแก้ไขกันไป

แต่สาระสำคัญอยู่ที่แนวความคิดที่ออกนอกกรอบมากขึ้นและ ความพยายามจะผลักดันให้ความคิดใหม่ๆ เหล่านี้เป็นจริงขึ้นมา ความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้มาจากสภาพแวดล้อมที่กดดันให้ รัฐวิสาหกิจต้องมีรายได้เชิงพาณิชย์เพื่อลดภาระงบประมาณของ ประเทศ ความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้เกิดจากความสามารถในการ จินตนาการซึ่งเป็นปัจจัยในการสร้างสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมา ความคิด สร้างสรรค์ไม่ใช่การเฝ้าฝันสิ่งต่างๆ ให้เกิดขึ้นได้ หากแต่เป็นการสร้าง ความคิดใหม่ๆ ขึ้นมาจากการนำความคิดที่มีอยู่เดิมมาผสมผสานใหม่ มาดัดแปลง หรือมาใช้ด้วยวิธีการใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์ บางประเภทอาจเป็นความคิดที่ล้ำเลิศและน่าพิศวง ในขณะที่ความคิด สร้างสรรค์บางประเภทเป็นเพียงความคิดดี ๆ ที่ธรรมดาและสามารถ ปฏิบัติได้ทั่วไปมาประยุกต์ใช้ เพียงแต่ยังไม่มีใครคิดถึงมัน

ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้อย่างไร? วิธีการพื้น ๆ ง่ายๆ อาจทำได้จากการฝึกฝนเอาสิ่งที่ไม่มีความสัมพันธ์กันเลยมาออกแบบ ให้อาศัยซึ่งกันและกันได้ ตัวอย่างเช่นผู้ก่อตั้งบริษัทผลิตรองเท้า เลือผ้าและเครื่องกีฬาแห่งหนึ่งชื่อ Bill Bowerman ได้พยายามที่จะ ผลิตรองเท้ากีฬารุ่นใหม่ที่พื้นมีลักษณะเป็นปุ่มยางเพื่อเพิ่ม

รัฐวิสาหกิจไทยในยุคหน้า

ความสามารถในการเกาะยืดอกสู่ตลาด อยู่มาวันหนึ่งขณะที่นั่งอยู่ในครัวเขานั่งมองเครื่องอบขนมลักษณะตะแกรง (Waffle) ของภรรยา เขาได้ทดลองเอาน้ำยางราดและอบในแม่พิมพ์เหล็กของเครื่องอบ Waffle นาย Bowerman ได้ผลิตพื้นรองเท้าวิ่งซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ในโลกกีฬาให้กับบริษัทเขาซึ่งคือ Nike ที่ต่อมาได้มีการผลิตตามอย่างและใช้กันอย่างแพร่หลาย ความคิดสร้างสรรค์อาจเกิดวิธีการฝึกฝนการคิดแบบนอกกรอบในสิ่งที่เป็นชีวิตประจำวัน อาทิเช่นจะเกิดอะไรขึ้นหากโลกไม่มีแรงโน้มถ่วง ผลลัพธ์ต่าง ๆ จะถูกออกแบบที่แตกต่างไปอย่างไร หรือหากในวันพรุ่งนี้เป็นวันสุดท้ายของโลกแล้ว จะเกิดอะไรขึ้นบ้าง?

อะไรเป็นอุปสรรคขวางกั้นความคิดสร้างสรรค์?

1. แะแล้วเกิดปัญหา: คนมักมีปฏิกิริยาต่อปัญหาที่ก่อให้เกิดปัญหามากกว่าเป็นตัวปัญหาเอง มีคนจำนวนมากที่หลบเลี่ยงปัญหาจนกระทั่งมันสายเกินแก้ ทั้งนี้มักเกิดจากการที่เราไม่ได้เรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อปัญหาทางด้านอารมณ์ อย่างเหมาะสม นิยามของปัญหาคือ (1) ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่กับสิ่งที่ต้องการจะมี (2) ตระหนักหรือเชื่อว่ามีสิ่งหรือสถานการณ์ที่ดีกว่าปัจจุบัน และสามารถทำให้ดีกว่านั้นได้ คนที่มีความสุขจะยอมรับปัญหา และเผชิญกับปัญหาโดยเห็นว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและเห็นโอกาสในการปรับปรุงให้ดีขึ้นเป็นสิ่งท้าทาย การแสวงหาปัญหามิใช่สร้างความเชื่อมั่นและสร้างความรู้สึกลึกซึ้งที่จะสามารถควบคุมชีวิตได้ดีขึ้น

2. ฉันทำอะไรไม่ได้: นี่คือการพ่ายแพ้ที่มาก่อนการต่อสู้ ซึ่งเป็นการให้อำนาจแก่ปัญหานั้นมากกว่าที่มันมี หากเราไม่แก้ไขเนื่องด้วยกลัวความยากลำบาก ความเป็นไปไม่ได้ก็จะอยู่นานขึ้น

คนมักคิดว่า (1) ฉันไม่ฉลาดพอ (2) ฉันไม่ใช่วิศวกร (3) ฉันเป็นคนไม่กล้า อย่างไรก็ตามดิบดีบุคคลในอดีตแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตเครื่องบินคนแรกเป็นช่างจักรยาน (Wright Brothers) ผู้ผลิตปากกาลูกกลิ้งเป็นนักฟิสิกส์ฮังการี (Ladislao Biro) ผู้ที่เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อการพัฒนาเรือดำน้ำเป็นเสมียน (G.W. Garrett) หรือแม้แต่ Abraham Lincoln ก็เคยเป็นเจ้าของนาฬิกาที่ทำนาฬิกาไปรษณีย์และเป็นผู้ด้อยโอกาสเนื่องจากสภาพครอบครัวที่ยากจน

3. ฉันไม่มีความคิดสร้างสรรค์: มนุษย์ทุกคนมีความคิดสร้างสรรค์ในตัวแต่อาจถูกเก็บกดจากการศึกษาอย่างเป็นทางการหรือกฎระเบียบต่างๆ

4. มันเป็นความคิดแบบเด็ก ๆ: ความพยายามที่จะดูเหมือนเป็นผู้ใหญ่และผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ความคิดสร้างสรรค์กลายเป็นเรื่องตลกเล่นๆ ไร้สาระ แต่อย่าลืมนะว่าคนที่คนหัวเราะ อาจเป็นเพราะเขาเห็นสิ่งตลกขบขัน หรืออาจเป็นเพราะเขาไม่มีความเข้าใจและไร้ซึ่งความคิดสร้างสรรค์

5. คนอื่นจะคิดอย่างไร: แรงกดดันจากสังคมทำให้เราต้องจำนนต่อสิ่งที่เป็ปกติธรรมดา (Ordinary) และไม่สร้างสรรค์ได้

6. ฉันอาจล้มเหลว: โรเบิร์ต เอ็ดดิสันผู้ผลิตไส้หลอดไฟ ทดลองทุกอย่างรวมทั้งลองใช้โครงของเพื่อน เขาทดลอง 1,800 อย่าง ล้มเหลว 1,000 ครั้ง ครั้นเมื่อมีคนถามว่าเขาไม่ท้อถอยกับความล้มเหลวแล้วครั้งเล่าหรือ เขาตอบประมาณว่า เขาได้ความรู้จากการทดลอง อย่างน้อยรู้มามากมายว่ามีความคิดอะไรบางอย่างที่ใช้การไม่ได้

ความกลัวที่จะล้มเหลวเป็นอุปสรรคอันสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหา เราควรเปลี่ยนทัศนคติเสียว่าในความพยายามนั้นย่อมมีความล้มเหลวและยอมรับได้หากเกิดขึ้นเพราะมันเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ไปสู่ความสำเร็จ ความล้มเหลวเป็นสัญญาณของความพยายามซึ่งดีกว่าไม่พยายาม คนที่ไม่พยายามไม่เคยล้มเหลวและจะไม่เคยความรู้สึกลึกซึ้งถึงชัยชนะแห่งการบรรลุเป้าหมายจากความพยายามอันต่อเนื่องยาวนาน

ขอเอาใจช่วยให้รัฐวิสาหกิจทุกแห่งประสบความสำเร็จในความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศชาติต่อไป **B**



พุดทิพร นครชัย
ผู้จัดการโครงการอาวุโส ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา
สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่การเบรคสิ่งต่างๆให้เกิดขึ้นได้
หากแต่เป็นการสร้างความคิดใหม่ๆ ขึ้นมาจากการนำความคิด
ที่มีอยู่เดิมมาผสมผสานใหม่ มาดัดแปลง
หรือมาใช้ด้วยวิธีการใหม่ๆ
ความคิดสร้างสรรค์บางประเภทอาจเป็นความคิดที่ล้ำเลิศ
และน่าพิศวง ในขณะที่ความคิดสร้างสรรค์บางประเภท
เป็นเพียงความคิดตื้นๆที่ธรรมดาและสามารถปฏิบัติได้ทั่วไป
มาประยุกต์ใช้ เพียงแต่ยังไม่มีใครคิดถึงมัน