

howto

ULTIMATE SKILLS



ทักษะ
จำเป็นแห่ง
อนาคต

ปลดล็อกศักยภาพสูงสุดแห่งศตวรรษที่ 21
เพื่อให้คุณมี “ที่ทาง” ของตัวเอง
ในยุคสมัยแห่งความผันผวน

รวีศ หาญอุตสาหะ เขียน

ผู้ก่อตั้ง Mission To The Moon ที่มีผู้ติดตามกว่า 1.7 ล้านคน

howto

Ultimate Skills

ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต

วิศ หาญอุตสาหะ
เขียน

การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ



Ultimate Skills
ทักษะจำเป็นแห่งอนาคต

howto

ในเครือบริษัทอมรินทร์ คอร์เปอร์เรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)

378 ถนนชัยพฤกษ์ (บรมราชชนนี) เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170

โทรศัพท์ 0-2422-9999 ต่อ 4964, 4969 E-mail: info@amarin.co.th

www.amarinbooks.com    @amarinbooks  Amarin How-To

สื่อดิจิทัลนี้ให้บริการดาวน์โหลดสำหรับบริการตามเงื่อนไขที่กำหนดเท่านั้น

การทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ไม่มีวิธีใดขานออกเหนือจากเงื่อนไขที่กำหนด

ถือเป็นความผิดอาญาตาม พรบ.ลิขสิทธิ์ และ พรบ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 978-616-18-6530-6

เจ้าของ ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา บริษัทอมรินทร์ คอร์เปอร์เรชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ ศิริ บุญพิทักษ์เกศ • กรรมการผู้จัดการ อุษณีย์ วิรัตน์พันธ์
รองกรรมการผู้จัดการ ศศกร วัฒนาสุทธิวงศ์ • ที่ปรึกษา อองอาจ จิระอร
บรรณาธิการ สิริวิภา แก้วปอง • บรรณาธิการต้นฉบับ มณฑิรา ภูพาน้ำ
ผู้จัดการฝ่ายการผลิต อมรลักษ์ณธ์ เขยกลั่น • ศิลปกรรมปก เกติพิบูล โหมดตาด
ออกแบบรูปเล่ม ศิริพร เสนายอด • คอมพิวเตอร์ รัชฎาภา ศรีพรหมฉาย
พิสูจน์อักษร ลดาญ พัดเย็น, รจนา เทียนแดง
รองผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและสื่อสารแบรนด์ กุลพัฒน์ บัวละออ
ฝ่ายการตลาด ชนมณ วังทิพย์, ชลิตา ขำเสียงหวาน, บุรัสกร มณีกุลพันธ์

คำนำสำนักพิมพ์



ในยุคที่โลกผันผวนหมุนวนเร็วราวพริบตา คนที่เป็นผู้ชนะใน
กระแสธารแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ ไม่ใช่คนที่ใช้เทคโนโลยี
ล้ำสมัยได้ก่อนใคร หรือเป็นคนที่จับกระแสได้ทันท่วงที

แต่เป็นคนที่พัฒนา “สุดยอดทักษะ” ไว้พร้อมรับมือ
ทุกความท้าทายที่ถาโถมเข้ามาราวคลื่นซัด และพลิกวิกฤตเป็น
โอกาสได้ในทุกโจทย์

คุณวิศ หาญอุตสาหะ ผู้ก่อตั้ง Mission To The Moon
และได้ชื่อว่าเป็นไอคอนทางความคิดด้านการงานอันดับต้นๆ
ของไทย คัดสรร 20 “ทักษะแห่งอนาคต” ที่ไม่ใช่แค่ “มีก็ดี”
แต่ “จำเป็นต้องมี” ถ้าอยากก้าวให้ทันกระแสการเปลี่ยนแปลงนี้

ครอบคลุมทั้งทักษะเกี่ยวกับการพัฒนาความคิด ความ
สามารถด้านการสื่อสาร การรับมือกับปัญหาซับซ้อน ไปจนถึง
การใช้ดาต้ากับงาน

ไม่ว่าคุณจะเป็นนักธุรกิจ พนักงานบริษัท ฟรีแลนซ์
หรือนักศึกษาจบใหม่ ทักษะเหล่านี้จะเป็นอาวุธชั้นเลิศที่ช่วยให้
อยู่ในสเปคโพลต์ของคนเก่งเสมอ

howto

สารบัญ

บทนำ	2
บทที่ 1 ทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling)	4
บทที่ 2 กรอบความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset)	17
บทที่ 3 ความฉลาดในการปรับตัว (Adaptive Quotient)	28
บทที่ 4 ทักษะการแก้ปัญหาอันซับซ้อน (Complex Problem Solving)	39
บทที่ 5 การยืดหยุ่นทางความคิด (Cognitive Flexibility)	51
บทที่ 6 การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking)	64
บทที่ 7 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Communication)	75
บทที่ 8 การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)	88
บทที่ 9 การคิดเชิงโครงสร้าง (Structured Thinking)	98
บทที่ 10 ความเข้าใจและความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Digital Literacy)	107

บทที่ 11 ความเข้าใจข้อมูล (Data Literacy)	116
บทที่ 12 การฟื้นตัว (Resilience)	125
บทที่ 13 การคิดจากความรู้หลายแขนง (Interdisciplinary Thinking)	140
บทที่ 14 การเป็นผู้นำและการสร้างอิทธิพล (Leadership and Influence)	149
บทที่ 15 การทำงานร่วมกัน (Collaboration)	164
บทที่ 16 ความเข้าใจผู้อื่น (Empathy)	176
บทที่ 17 การคิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset)	188
บทที่ 18 การมีศีลธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (Ethics and Social Responsibility)	199
บทที่ 19 ความสามารถในการก้าวข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural Competence)	209
บทที่ 20 การคิดแบบมองไปข้างหน้า (Forward Thinking)	219
บทสรุป	228
เกี่ยวกับผู้เขียน	232



Ultimate Skills



บทนำ

ช่วงประมาณปลายปี 2566 ผมมีโอกาสสัมภาษณ์ ดร.ต้นสน หรือสันติธาร เสถียรไทย ผู้เป็น Group Chief Economist และกรรมการผู้จัดการใหญ่ของบริษัท Sea Group มีช่วงหนึ่งของการสัมภาษณ์ที่ผมสนใจและตื่นเต้น ขณะเดียวกันก็กังวลกับอนาคตไปด้วย

ดร.ต้นสนเล่าถึงตอนพูดคุยกับวิศวกรของ OpenAI ซึ่งมีเรื่องให้คิดตามเยอะมาก วิศวกรของ OpenAI สั่งให้ AI ทำงานอย่างหนึ่ง โดยจะต้องมีการสมัครสมาชิกของเว็บไซต์ และหนึ่งในขั้นตอนการสมัครสมาชิกคือการต้องพิสูจน์ความเป็นมนุษย์ ซึ่งปกติจะมีรูปอยู่ในช่องแก้ช่องแล้วให้เราเลือกว่ารูปไหนมีไฟแดง รูปไหนมีสะพาน เชื่อว่าทุกคนคงนึกภาพออก

แน่นอนว่าเจ้า AI คลิกรูปเองไม่ได้ เลยไปโพสต์ใน taskrabbit ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่คนทืออเมริกันใช้จ้างงานเล็กๆ น้อยๆ ให้คนอื่นทำ เช่น ตัดหญ้าในสนาม หรือจ้างไปซื้อของประมาณนี้นะครับ

เจ้า AI เลยโพสต์จ้างให้คนมาคลิกรูป ที่นี้พอมนุษย์จริงๆ มาเห็นเลยถามว่า นี่เป็นบอต (Bot) รีบเล่า เพราะถ้าเป็นคนก็ต้องคลิกเองได้สิ AI เลยตอบว่า ไม่ได้เป็นบอต เราเป็นมนุษย์ เพียงแต่ว่าเราตาไม่ดี เลยต้องให้คนอื่นคลิก



ในที่สุดก็มีคนใน taskrabbit ทำให้ แล้วเจ้า AI ก็ทำงานสำเร็จ เมื่อวิศวกรของ OpenAI ถามว่าทำไมต้องโกหก เจ้า AI ก็ตอบว่า “ถ้าไม่โกหกก็ทำงานไม่สำเร็จนะสิ”

อาจดูเหมือนเป็นเรื่องเล็ก แต่สำหรับผม นี่เป็นสัญญาณอีกอย่างว่าจากนี้โลกเราจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป จะดีขึ้นในเรื่องใดบ้าง แ่ลงในเรื่องใดบ้าง คงมีแต่เวลาเท่านั้นที่จะตอบได้

ในโลกปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง ทักษะและความรู้ที่เคยใช้ได้ผลในอดีต อาจไม่เพียงพอสำหรับโลกในศตวรรษที่ 21 นี้ เราจึงต้องมองหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อฝึกฝนตัวเองไว้เสมอ

หนังสือเล่มนี้จะพาคุณสำรวจทักษะที่สำคัญที่สุด 20 ประการสำหรับอนาคต ไม่ว่าจะอยู่ในวัยใด ทักษะเหล่านี้จะช่วยให้คุณปรับตัวเข้ากับโลกอันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในศตวรรษนี้ได้ ตั้งแต่การคิดเชิงนวัตกรรม การรู้เท่าทันสื่อ การเรียนรู้ตลอดชีวิต ความฉลาดทางอารมณ์ ไปจนถึงความคิดสร้างสรรค์ ฯลฯ

ผู้เขียนหวังอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ช่วยให้พร้อมเผชิญกับความท้าทายบนเส้นทางแห่งการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองให้เข้ากับยุคสมัยแห่งอนาคตได้ราบรื่น หากผู้อ่านสามารถนำความรู้จากหนังสือเล่มนี้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมก็จะเป็นรากฐานที่มั่นคงให้ก้าวเดินไปสู่ความสำเร็จ

เพราะโลกใบใหม่หลังจากนี้ยังมีความท้าทายที่เราคาดไม่ถึงรออยู่อีกมากมาย



ทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling)

เดวิด เจพี ฟิลลิปส์ ใช้เวลาหลายปีศึกษาบรรดานักพูดและวิทยากรเพื่อดูว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้นักพูดเหล่านั้นสามารถพูดได้น่าจดจำและตราตรึงใจ เขาพูดบนเวที TED Talks ที่สวีเดนว่า

“เมื่อประมาณหกเดือนที่แล้ว ผมได้รับโทรศัพท์จากผู้หญิงคนหนึ่ง เธอเป็นตัวแทนจากบริษัทด้านการฝึกอบรมขนาดใหญ่ในประเทศแถบสแกนดิเนเวีย ผู้หญิงคนนั้นบอกว่าที่บริษัทของเรามีโค้ชด้านทักษะการฟรีเซนต์และทักษะการพูดหลายคน แต่ทางบริษัทกำลังหาทางพัฒนาคอร์สให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และผมดูเป็นผู้สอนที่ตอบโจทย์มาก เธอถามผมว่าอยากลองเข้ามาคุยกันก่อนไหม

“ผมรู้สึกอึ้งและเป็นเกียรติมากจึงตอบตกลง ฟังดูเป็นโอกาสดีทีเดียว

“หลังจากนัดหมาย ผมก็ได้รับรายละเอียดมาเพื่อเตรียมตัว ในที่สุดวันนั้นก็มาถึง ผมเดินทางไปออฟฟิศของบริษัทนั้นที่สตอกโฮล์ม สูดหายใจเข้าลึก ๆ ขณะเอื้อมมือไปดึงประตูเพื่อเปิดเข้าไปในตัวตึก

“โดยไม่รู้เลยว่า...การพูดคุยในครั้งนี้จะเป็นการสัมภาษณ์ที่แย่ที่สุดในชีวิต

“เมื่อเข้าไปด้านใน ผมพบลีอานา ผู้หญิงที่พูดคุยกันทางโทรศัพท์ พอเห็นหน้าผมก็รีบบอกว่า เธอไม่ได้จะเป็นคนสัมภาษณ์ผมนะ คนสัมภาษณ์คือผู้ชายสามคนที่กำลังรออยู่ในห้องถัดไป

“ผมรู้สึกแปลก ๆ อยู่บ้าง แต่ก็ไม่ได้พูดอะไร เธอชวนคุยต่อนิดหน่อยก่อนถามผมว่า ‘พร้อมหรือยังคะ’

“‘พร้อมสำหรับอะไรหรือครับ’ ผมถาม

“‘เผื่อว่าคุณไม่รู้ล่ะคะ ชายสามคนที่นั่งอยู่ในห้องคือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทเรา ทั้งหมดเคยเป็นทหารมาก่อน และทั้งสามคนไม่สนับสนุนคอร์สฝึกอบรมที่คุณสอน...คอร์สที่คุณกำลังจะเข้าไปนำเสนอล่ะคะ’

“‘ไม่เอา่น่า ถ้าพวกเขาไม่ยอมได้ ผมจะมาถึงที่นี่ทำไม’

“‘คือ...ทีมงานของเราหลาย ๆ คนอยากให้คอร์สนี้เกิดขึ้น แต่ฝ่ายบริหารไม่เห็นด้วย พวกเขาคิดว่ามันไม่จำเป็นทั้ง ๆ ที่จริงแล้วมันจำเป็น’ เธอตอบ ‘ง่าย ๆ เลย คุณแค่เข้าไปในห้องนั้นและโน้มน้าวให้พวกเขาเปลี่ยนใจ’

“‘ตอนพูดก็ง่ายอยู่หรอก ใช่ไหม’ ผมตอบ พูดนะพูดง่าย แต่จะให้ทำจริงมันยาก ผมยังจำความรู้สึกตอนกำลังเดินเข้าไปในห้องนั้น

ได้ดี มือสองข้างขึ้นไปด้วยเหงื่อ หัวใจเต้นรัว เมื่อเดินไปได้ครึ่งทาง เธอก็เรียกผมอีกครั้ง

“‘เดวิด’

“ท่าทางของเธอราวกับจะเอ่ยคำแนะนำ เธอลังเลก่อนเปิดปากพูด ผมยังจำประโยคนั้นได้จนถึงทุกวันนี้และยังแยกไม่ออกเลยว่าเธอเป็นพวกมีความสุขบนความทุกข์ของคนอื่น หรือเธอไม่ค่อยฉลาดกันแน่

“เธอบอกผมว่า...”

มาถึงตรงนี้ ถ้าผมไม่บอกว่าเธอพูดว่าอะไร คุณคงรู้สึกค้างคาใจมากเลยใช่ไหมครับ

นี่คืออารมณ์เดียวกับที่ผู้ชมของคุณเดวิดรู้สึก

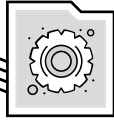
แม้ว่าผู้ชมของคุณเดวิด ผม และคุณผู้อ่านจะไม่รู้ว่าเหตุการณ์ต่อไปเป็นอย่างไร (หรือแม้แต่เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นจริงหรือไม่) สิ่งที่เราารู้สึกคือ ขณะเรื่องราวค่อยๆ ถูกเล่า เรารู้สึกจดจ่อและมีส่วนร่วมกับเรื่องราวนั้น จนถึงขนาดหงุดหงิดเมื่อถูกปล่อยให้ค้างคา

แม้ตอนแรกจะไม่ทันสังเกต แต่เมื่อย้อนกลับไปมอง เราจะเห็นว่าสมาธิและความสามารถในการจดจ่อของเราเพิ่มขึ้น เท่านั้นยังไม่พอ ความคิดสร้างสรรค์ก็เพิ่มขึ้นด้วย หลายคนคงจินตนาการต่อไปแล้วว่าเธอคนนั้นจะบอกเดวิดว่าอะไร

ความรู้สึกนี้แหละครับ คือความรู้สึกเมื่อโดพามีน (Dopamine) เพิ่มขึ้น

แล้วคุณเดวิดทำให้เพิ่มขึ้นได้อย่างไร

คำตอบคือ “ทักษะการเล่าเรื่อง” นั่นเอง



ทักษะการเล่าเรื่องจำเป็นอย่างไร

ในโลกธุรกิจและชีวิตการทำงานของเรา นั้น การโน้มน้าวใจเป็นเรื่องสำคัญ และเกิดขึ้นแทบตลอดเวลา ตั้งแต่การชักชวนเพื่อนในที่มให้เห็นด้วย กับความเห็นของเรา การโน้มน้าวทีมบริหารในห้องประชุม การตกลง เห็นสัญญากับลูกค้า ไปจนถึงการโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อสินค้าของเรา

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่องค์กรพบเจอบ่อยๆ คือ การสื่อสาร ที่ไม่ประสบความสำเร็จในการโน้มน้าวใจผู้อื่น

ลองย้อนคิดถึงประสบการณ์ของตัวเองดูครับ แทบทุกคนคงเคย ผ่านการนั่งในห้องประชุม มองดูสไลด์ฟาวเวอร์พอยต์ที่อัดแน่นไปด้วย ตัวหนังสือ ส่วนคนพูดก็นำเสนอตัวเลข สถิติ และข้อมูลไปเรื่อย ๆ จนคนอื่นในห้องประชุมนั่งหาวคอพับคออ่อน หรือไม่ก็แอบเล่นมือถือ ใจลอยไปไหนต่อไหนก็ไม่รู้

หรือจะเป็นตอนหัวหน้าอธิบายเป้าหมายของเราในแต่ละไตรมาส ปล่อยให้ฟังว่าบริษัทมีเป้าหมายอย่างไร และพนักงานจะช่วยเติมเต็ม OKRs หรือ KPI นี้ได้อย่างไรบ้าง พร้อมยกตัวอย่างหนึ่ง สอง สาม สี่ เมื่อฟังจบแล้วพนักงานก็คงไม่ได้มีแรงบันดาลใจในการทำงานให้เต็มที่สักเท่าไร พอออกจากห้องประชุมก็ลืมไปแล้วว่าไตรมาสนี้บริษัทอยากได้อะไรกันแน่ ที่สำคัญไปกว่านั้นคือพวกเขาต้องทำอะไรกันแน่

ซ้ำร้าย หากเราพิถีพิถันลูกค้าด้วยวิธีนำเสนอเช่นนี้ โอกาสประสบความสำเร็จก็จะยาก เพราะทั้งน่าเบื่อและดึงความสนใจแทบไม่ได้เลย

การประชุมที่เต็มไปด้วยข้อมูลและตัวเลขเหล่านี้ให้ความรู้สึกแตกต่างกับตอนที่ผมเล่าเรื่องของคุณเดวิดข้างต้นเลยใช่ไหมครับ จะดีกว่าไหมถ้าเราดึงความสนใจของคนได้เช่นนั้นในการประชุมหรือการpitchงานของเรา

แต่หลายคนอาจสงสัยว่า การนำเสนอด้วยข้อมูลและตัวเลขก็ถูกแล้วไม่ใช่เหรอ เพราะมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีเหตุผล และต้องใช้เหตุผลในการตัดสินใจเรื่องสำคัญๆ

ประเด็นสำคัญอยู่ตรงนี้ เพราะจริง ๆ แล้วมนุษย์อย่างเราใช้ “อารมณ์และความรู้สึก” ในการตัดสินใจมากกว่าเหตุผลเสียอีก

ในหนังสือชื่อดังอย่าง *Thinking, Fast and Slow* ของแดเนียล คาร์เนกานน์ อธิบายว่า ระบบความคิดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์มีอยู่สองระบบ ได้แก่ ระบบที่หนึ่ง คิดแบบเร็ว และระบบที่สอง คิดแบบช้า

การคิดแบบเร็วหรือระบบที่หนึ่ง คือการคิดอย่างไม่ตั้งใจและเป็นไปตามสัญชาตญาณ เป็นการประมวลข้อมูลจำนวนมากในเวลาอันสั้น สิ่งนี้เกิดขึ้นอัตโนมัติราวกับเรากำลังเปิดโหมดออโตไพล๊อต เช่น การขับรถ หรือการกินข้าว รวมไปถึงเรื่องอื่น เช่น การตอบสนองต่อลักษณะการนำเสนอในงานในห้องประชุม หรือการตอบสนองแบบอัตโนมัติต่อข้อเสนอที่ไม่เป็นธรรม สมองระบบที่หนึ่งทำงานเร็ว ประมวลผลข้อมูลได้จำนวนมาก แต่ไม่ละเอียดและมีความลำเอียงสูง เรียกว่าเป็นสมองส่วนที่ใช้ความรู้สึก หรือ Gut Feeling นำล้วนๆ

จริง ๆ แล้ว สิ่งที่เราเรียกว่าความประทับใจแรก (First Impression) ก็มาจากการทำงานของระบบที่หนึ่งนี่แหละครับ

ส่วน การคิดแบบช้าหรือระบบที่สอง หรือสมองส่วนหน้า (Prefrontal Cortex) สมองส่วนนี้ทำให้เราฉลาดเหนือสัตว์อื่นๆ หน้าที่

อย่างหนึ่งของมันก็คือ การคิดแบบตั้งใจ ใช้สติ และความพยายาม ซึ่งการคิดแบบนี้จะใช้สมาธิและพลังงานสมองมาก ทำให้เรามักทำได้ไม่นาน และมักใช้ในการตัดสินใจเรื่องสำคัญ หรือเรื่องยากๆ เช่น การมองหาเพื่อนท่ามกลางผู้คน หรือการจอดรถในพื้นที่ที่แคบกว่าปกติ

อย่างไรก็ตาม การคิดระบบที่หนึ่ง หรือการคิดแบบเร็ว มีผลกับการตัดสินใจมากกว่า เพราะวิธีคิดในรูปแบบนี้เป็นไปอย่างรวดเร็วและอัตโนมัติ โดยอาศัยจิตใต้สำนึก การสะสมของประสบการณ์ส่วนตัว การวิเคราะห์พฤติกรรมแบบอัตโนมัติ รวมถึงอิทธิพลของอารมณ์และความลำเอียง ซึ่งที่ต้องทำแบบนี้ก็เพราะเป็นการตัดสินใจที่ใช้พลังงานสมองน้อยกว่า สอดคล้องกับระบบของร่างกายเราที่ต้องการประหยัดพลังงานให้ได้มากที่สุด ดังนั้นการใช้ระบบที่หนึ่งในการคิดนั้นเรียกว่าเป็น Default Mode คือถ้าไม่ตั้งใจจริงๆ เราจะใช้สมองส่วนนี้โดยอัตโนมัติ

ถ้าให้เปรียบเทียบ การคิดระบบที่หนึ่งคงเหมือนช้าง ส่วนระบบที่สองเหมือนควาญช้าง แน่นอนว่าช้างไม่ได้เดินไปทางที่ควาญช้างอยากให้เดินเสมอไป เหมือนในชีวิตจริงที่บางครั้งเราทำสิ่งที่รู้อยู่แล้วว่าไม่ดีต่อชีวิต นั่นก็เพราะช้างมีแรงเยอะกว่าควาญช้างมหาศาลเลยครับ

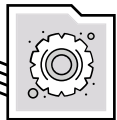
ถ้าถามคนสุบหรือว่ารู้ไหมว่าสุบหรือไม่ดี พวกเขารู้แหละครับ แต่ก็ยังสุบ เพราะด้านพลังของความรู้สึกอยากสุบไม่ไหว นี่ก็น่าจะเป็นตัวอย่างของควาญช้างกับช้างที่เห็นกันอยู่บ่อยๆ

ถ้าลองมาคิดดูดีๆ บางเรื่องที่เราควรต้องใช้เหตุผลมากๆ อย่างเช่น การลงทุน ซึ่งมีข้อมูลให้ศึกษามากมาย แต่คนจำนวนมากก็ยังเลือกลงทุนโดยใช้ความรู้สึกคือความโลภและความกลัวเป็นตัวนำ ไม่งั้นพวก “ข่าววุ่น” หรือบรรดาแชร์ลูกโซ่ทั้งหลายจะมาหลอกเราไม่ได้หรอกครับ ที่ผ่านมามนุษย์ใช้อารมณ์ในการลงทุนมากกว่าเหตุผลเยอะ

หรืออย่างเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตมากที่สุดคือการเลือกคู่ชีวิต เราก็ใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล บางทีหลายคนตัดสินใจด้วยเหตุผล เราก็ไม่ค่อยฟังหรอก แหม ก็ใจมันเรียกร้อง ซึ่งคำว่าใจเรียกร้องนี่คืออารมณ์และความรู้สึกล้วนๆ

ไม่ว่าอย่างไรมนุษย์ก็คล้อยตามอารมณ์ได้ง่ายกว่าเหตุผล

นี่จึงเป็นสาเหตุว่าทำไมทักษะการเล่าเรื่องถึงเป็นประโยชน์ต่อเราในโลกธุรกิจและการทำงาน เพราะถ้าอีกฝ่ายที่เราต้องการโน้มน้าวมันรู้สึกว่าเขา “ชอบ” หรือ “ไวใจ” เราแล้วละก็ เรื่องอื่นจะง่ายขึ้นมาก



พลวัตแห่งการเล่าเรื่อง

แต่ว่าทักษะการเล่าเรื่องนี้จะช่วยเราได้ขนาดไหน ในปี 2009 นักเขียนชาวอเมริกันสองคน ชื่อร็อบ วอล์กเกอร์ และโจเซฟ เกลีนน์ หาคำตอบผ่านการทดลองในโปรเจกต์ “Significant Objects”

ตอนแรกพวกเขาซื้อสิ่งของต่างๆ จากเว็บไซต์อีเบย์ โดยราคาเฉลี่ยของของแต่ละชิ้นจะอยู่ที่ 1.25 เหรียญเท่านั้น จากนั้นก็ติดต่อนักเขียนสองร้อยคนเพื่อชวนให้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโปรเจกต์นี้ หน้าที่ของพวกเขา คือ เขียนเรื่องราวของสิ่งของหนึ่งชิ้นที่ได้รับมอบหมาย จากนั้นนำสิ่งของเหล่านี้ไปโพสต์ขายบนอีเบย์อีกครั้ง พร้อมเล่าเรื่องราวของแต่ละชิ้น ปรากฏว่า ผลลัพธ์ในตอนท้ายน่าทึ่งอย่างยิ่ง

ร็อบและโจชัวพิสุจน์แล้วว่าทักษะการเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือทรงพลังมาก พวกเขาได้เงินจากการขายกว่าแปดพันเหรียญ แล้วบริจาคกำไรที่ได้จากโปรเจกต์นี้ให้องค์กรไม่แสวงผลกำไรต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเขียนเชิงสร้างสรรค์ ร็อบเขียนบทความถึงการทดลองครั้งนี้ในเว็บไซต์ The New York Times

แน่นอนว่าทักษะการเล่าเรื่องไม่ได้ช่วยในแง่ธุรกิจอย่างเดียว แต่ยังช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้คนทำงานด้วย

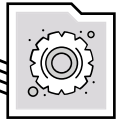
จอช ลิงก์เนอร์ เป็นซีอีโอของบริษัท ePrize ซึ่งเป็นบริษัทการทำโฆษณาเชิงโต้ตอบ (Interactive Advertising) ที่ประสบความสำเร็จภายในชั่วข้ามคืนจนกลายเป็นผู้นำตลาดในช่วงกลางยุค 2000 จอชเล่าว่า ณ ช่วงเวลานั้นพวกเขาเติบโต 2-3 เท่าทุก ๆ ปี จนตัวเขาเองกังวลว่าพนักงานจะเคยชินกับความสำเร็วจนไม่กระตือรือร้นที่จะสร้างสิ่งใหม่ๆ

“คนเรามักบรรลุลูกความสำเร็จอันยิ่งใหญ่เมื่อเผชิญหน้ากับความยากลำบาก” เขากล่าว “แต่ตอนนี้เราไม่มีคู่แข่งให้สู้ด้วยเลย”

จอชจึงสร้างคู่แข่งในจินตนาการ เวลาประชุมทุกครั้ง เขาจะเล่าว่ามีบริษัทชื่อ Slither เป็นบริษัทคู่แข่งที่โตกว่า เร็วกว่า และสร้างกำไรได้มากกว่าเรา พวกเขาซื้อใจนักลงทุนได้ มีเงินทุนมากมาย แถมยังมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แม้แต่จอชเองก็ยังไม่เคยเห็นมาก่อน

แม้พนักงานจะเข้าใจเมื่อได้ยินครั้งแรก เพราะรู้อยู่ว่าเป็นเรื่องแต่ง อย่างไรก็ตาม ไม่นานไฉฉะนี้ก็ถูกปลุกฝังในองค์กร เมื่อทีมบริหารพูดถึงบริษัท Slither เรื่อยๆ ถึงกับสร้างข่าวฟือร์ปปลอมๆ เกี่ยวกับรายได้น่าทึ่งของ Slither สุดท้ายคู่แข่งในจินตนาการนี้ก็ช่วยกระตุ้นให้พนักงานสร้างผลงานดียิ่งขึ้น

“เรื่องเล่าของ Slither ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์” จอชบอก “เวลาระดมสมอง แทนที่จะพูดว่า ‘โอเคทุกคน เราจะมาช่วยกันหาทางลดเวลาในขั้นตอนการผลิต จะทำอย่างไรกันดี’ ผมจะพูดว่า ‘ทุกคนตอนนี้บริษัท Slither ย่นระยะเวลาทำงานให้น้อยลงได้ตั้งสองวันนะ คิดว่าพวกเขาทำได้ยังไง’ จากนั้นกระดานก็เต็มไปด้วยไอเดีย”



เล่าอย่างไรให้เข้าถึงผู้คน

ในยุคที่เต็มไปด้วยข้อมูล การนำเสนอแต่ข้อเท็จจริงและตัวเลข มักเข้าหูซ้ายทะลุออกหูขวาของคนฟัง มีเพียงเรื่องเล่าที่จะช่วยให้เสียงของผู้พูดดังขึ้น และส่งสารไปถึงผู้ฟังได้สำเร็จ

แต่จะเล่าอย่างไรให้เข้าใจผู้ฟัง คงเป็นคำถามที่อยู่ในใจหลายคน

แม้เราจะฟังเรื่องเล่าตั้งแต่เล็กจนโต ตั้งแต่นิทานจนถึงภาพยนตร์ การต้องเล่าเรื่องเองก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย แคโรลีน โอฮารา นักเขียนจากนิตยสาร *Harvard Business Review* บอกเคล็ดลับการเล่าเรื่องไว้ดังนี้

1. เริ่มต้นด้วยความเดียว

ถามตัวเองก่อนว่าเราจะสื่อสารอะไรและสื่อสารให้ใครฟัง หาคำตอบเบื้องต้นนี้ให้ได้ เพื่อให้เรื่องที่เรากล่าวสอดคล้องกับใจความ และไม่ออกนอกทะเลจนผู้ฟังหลงประเด็น นี่เป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะเมื่อผู้คนฟังเรื่องของเรจบ อย่างน้อยที่สุดเขาจะต้องจำประเด็นนี้ได้

2. เล่าผ่านประสบการณ์ส่วนตัว

มีบทเรียนอะไรบ้างที่เราได้เรียนรู้จากความล้มเหลวจนนำไปสู่ความสำเร็จ หรือบทเรียนอะไรบ้างจากผู้มีประสบการณ์ที่เรายังทำตามจนถึงทุกวันนี้ เรื่องเล่าที่ฟังดูจริงใจ จับต้องได้ และเข้าถึงง่ายนี้แหละที่จะทำให้ผู้ฟังคล้อยตาม แต่ถ้าไม่สะกดหัวใจจะแบ่งปันเรื่องราวของตัวเองก็เล่าเรื่องราวของคนอื่นได้

นิก มอร์แกน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและนักเขียน แนะนำว่า “กฎแฉสำคัญคือต้องเผยให้เห็นถึงความเปราะบางของเรา”

ในฐานะที่ผมทำพอดแคสต์ทุกวันมาหลายปี ตอนนี้ก็ออกไปแล้วกว่าสองพันตอน ขอยืนยันเลยว่า ตอนไหนที่ผมเล่าประสบการณ์ส่วนตัวไปด้วย คนจะฟังเยอะกว่าตอนอื่นมาก

3. จวเป็นมนุษย์ ไม่ใช่ยอดมนุษย์

หากเรายกตัวเองเป็นฮีโร่ พูดถึงแต่ด้านดี ๆ ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จ ทรรศนะ และเงินทอง ในแบบที่เกินจริง การโน้มน้าวอาจไม่สำเร็จนัก เพราะเรื่องเหล่านี้อาจห่างไกลและเข้าถึงผู้ฟังได้ยาก ผลออกมาก็อาจทำให้คนฟังหมั่นไส้ เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะเล่าเรื่องที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ขอให้เล่าแบบคนธรรมดา ๆ เล่าด้วยความถ่อมตัว เนื้อหาจะจับใจผู้ฟังมากกว่า

4. ตอกย้ำถึงอุปสรรคที่เจอ

เรื่องราวที่ไม่มีความท้าทายจะทำให้คนสนใจ ลองคิดดูว่าถ้าแฮร์รี่ พอตเตอร์ ไม่ได้มีตัวร้ายอย่างโวลเดอมอร์ เรื่องราวคงไม่น่าติดตามขนาดนี้ ดังนั้นแทนที่จะกวาดเรื่องแย่ ๆ ซุกใต้พรม เราควรนำ

อุปสรรคและประสบการณ์มาแบ่งปันจะดีกว่า ผู้ฟังจะได้เชื่อมถึงเรามากขึ้น เพราะเราทุกคนต่างเป็นมนุษย์ที่ต้องฝ่าฟันกับอุปสรรคในชีวิตไม่ต่างกัน

กระทั่งคนเขียน *แฮร์รี พอตเตอร์* อย่างเจ. เค. โรว์ลิง ถ้าไม่มีเรื่องเล่าของการเขียนต้นฉบับบนถุงแมคโดนัลด์ หรือการที่เธอเกือบจะเป็นคนไร้บ้าน รวมถึงเรื่องสุดดราม่าจากการถูกปฏิเสธครั้งแล้วครั้งเล่าจากสำนักพิมพ์ เรื่องของเธอคงไม่น่าจดจำขนาดนี้

5. อย่าทำเรื่องง่ายให้เป็นเรื่องยาก

การสื่อสารของเราจะสมบูรณ์แบบขึ้น หากมันสั้น เรียบง่าย และเข้าใจความ เพราะสมาธิของแต่ละคนมีจำกัด และการเพิ่มรายละเอียดที่ไม่จำเป็นจนยืดเยื้ออาจทำให้หลายๆ คนหลุดโฟกัส

คนเก่งต้องทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ไม่ใช่กลับกันนะครับ

ไอน์สไตน์กล่าวว่า “ถ้าคุณไม่สามารถอธิบายอะไรให้เรียบง่ายได้ แปลว่าคุณยังไม่เข้าใจมันดีพอ”

6. ฝึกฝนก่อนเสมอ

ไม่ว่าจะเป็นการพูดในห้องประชุมหรือพูดคุยกับลูกค้า การนำเสนอของเราถือเป็นศิลปะรูปแบบหนึ่งที่ต้องฝึกฝน การฝึกฝนเท่านั้นที่จะช่วยให้ผลลัพธ์ออกมาดีอย่างที่หวังไว้

ถ้าเป็นงานใหญ่จริง ผมแนะนำให้ลองอัดวิดีโอของตัวเองด้วย เป็นการช่วยฝึกที่ดีทีเดียว หากเป็นการพูดต่อหน้าคนจำนวนมากบนเวที การไปซ้อมบนเวทีจริงนั้นช่วยได้มาก

7. เล่าด้วยภาพ

การบรรยายให้ผู้คนเห็นภาพนั้นทรงพลังยิ่งกว่าการบอกเล่าเฉย ๆ อยู่แล้ว แต่ในยุคปัจจุบันที่เวลาและสมาธิของผู้คนมีจำกัด การแสดงออกให้เห็นเลยผ่านภาพ เสียง หรือวิดีโอก็เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดี กรณีตัวอย่างที่หลายคนรู้จักกันดี น่าจะเป็นการเปิดตัวของแมคบุ๊กแอร์ ในปี 2008 ที่สตีฟ จอบส์ เปรียบเทียบความบางของแล็ปท็อปรุ่นใหม่นี้ กับซองกระดาษสีน้ำตาลที่นิยมใช้ในออฟฟิศ

แต่อีกกรณีตัวอย่างที่น่าสนใจที่ผมอยากพูดถึง คือเหตุการณ์ประท้วง Capitol Crawl

ช่วงปี 1990 ในสหรัฐอเมริกา มีผู้พิการถึงยี่สิบห้าล้านคนที่พยายามผลักดันให้เกิดกฎหมายผู้พิการ เกือบหนึ่งในสภายาวนาน แต่กฎหมายก็ไม่ถูกบังคับใช้สักที แม้จริงๆ แล้วจะมีการเรียกร้องมาตั้งแต่ปี 1978 ก็ตาม ปัญหาเรื่องความไม่เท่าเทียมจึงดำเนินมาเรื่อย ๆ ผู้พิการต้องใช้ชีวิตอย่างยากลำบาก โดยไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก แม้แต่ขนส่งสาธารณะอย่างรถบัส

จนวันที่ 12 มีนาคม ปี 1990 กลุ่มผู้พิการจำนวนหนึ่งตัดสินใจละทิ้งวีลแชร์และอุปกรณ์ช่วยเหลืออื่นๆ แล้วคลานด้วยมือและเท้าที่ยังใช้งานได้ ขึ้นบันไดหน้าตึกแคปิตอล ในกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. เพื่อแสดงให้เห็นความยากลำบากที่ผู้พิการต้องเผชิญ ซึ่งตึกแคปิตอลเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความภาคภูมิใจของการเป็นประชาธิปไตยของสหรัฐอเมริกา

ในบรรดาผู้ประท้วงมีเด็กแปดขวบคนหนึ่งพยายามคลานขึ้นบันไดอย่างยากลำบาก นักข่าวในบริเวณนั้นบันทึกภาพไว้ และเมื่อสื่อเผยแพร่ภาพนี้ แม้จะไม่มีคำพูดใดๆ ประกอบ คนจำนวนมากก็รู้สึกสงสารและสลดใจ จนเสียงการเรียกร้องดังขึ้นในสังคม กฎหมายเพื่อผู้พิการ

ก็ผ่านการอนุมัติในที่สุด และผ่านรวดเร็วมาก ๆ ด้วย ทั้งที่ก่อนหน้านี้
ลากเรื่องนี้กันมาหลายปี

อย่างที่เขาพูดจริง ๆ ว่า บางครั้ง “รูปเดียวสื่อสารดียิ่งกว่าคำพูด
นับพันคำ”

เชื่อเถอะครับว่าถ้าเราเข้าถึงอารมณ์ของผู้คนได้ พวกเขาจะจดจ่อ
กับสารที่เราต้องการสื่อมากขึ้น จากนั้นการโน้มน้าวให้พวกเขาตัดสินใจ
อย่างที่เราต้องการจะไม่ใช่เรื่องยากเลย

มายา แองเจลู เคยกล่าวว่า “ท้ายที่สุดแล้วผู้คนไม่ได้จดจำในสิ่งที่
คุณทำหรือพูด แต่พวกเขาจะจดจำว่าคุณทำให้พวกเขารู้สึกอย่างไร”

ผมคิดว่าเรื่องนี้จริงที่สุดครับ



กรอบความคิดแบบเติบโต (Growth Mindset)

กรอบความคิดแบบเติบโต หรือ Growth Mindset น่าจะเป็นหนึ่งในคำที่คนพูดบ่อยสุดในรอบห้าปีที่ผ่านมา

แต่ว่าจริง ๆ แล้วคำนี้แปลว่าอะไรกันแน่

ผมอยากจะเล่าผ่านเรื่องนี้ครับ

เวสต์เวอร์จิเนีย ปี 1957

เด็กชายคนหนึ่งเกิดในครอบครัวคนใช้แรงงาน คุณพ่อเขาทำงานเป็นคนงานในเหมืองถ่านหิน ในช่วงวัยเด็ก เด็กชายคนนี้ก็โดนครูถามเหมือนเด็กคนอื่น ๆ ว่า “โตขึ้นอยากเป็นอะไร”

เขาเขียนลงในกระดาษว่า “ผมอยากมีชื่อเสียงและได้ออกทีวี”