



พัฒนาคนทำงานให้มีความคิด Blue Ocean

โดย รัฐ คำรงค์ศรี

หลายท่านทั้งคงเคยได้ยินหรือได้อ่านหนังสือเชิงกลยุทธ์ที่เรียกว่าดังที่สุดในยุคนี้ “Blue Ocean Strategy” กันมาบ้างไม่มากก็น้อย ด้วยเนื้อหาสาระที่ว่าด้วยกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ที่ถามเราว่าทำไมเราต้องมาสู้แข่งขันกันทะเลเลือด (Red Ocean) ที่ตั้งเหนือและยากเย็นในการรบกับคู่แข่ง แต่ถ้าวเราสามารถสร้างทางเลือกด้วยการดำเนินธุรกิจใหม่ ---

Blue Ocean จะไม่ดีกว่าหรือ..... คำถามต่อมาก็คือ แล้วคุณจะสามารถทำได้อย่างไรละ รู้ได้อย่างไร ประเด็นเหล่านี้ทำให้เนื้อหาแนวคิด Blue Ocean นี้ โดนใจใครหลายคนเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะนักบริหารธุรกิจ หรือนักการตลาดที่จะได้นำหลักการวิเคราะห์ หลักกลยุทธ์ของ Blue Ocean Strategy นี้ไปใช้ ซึ่งผมคงจะไม่พูดถึงประเด็นนี้อีก เพราะเข้าใจว่าคงจะมีการพูดกันมากแล้ว แต่ประเด็นที่น่าสนใจอยู่ที่ว่าแนวคิด Blue Ocean เป็นแนวคิดที่ต้องมีแต่เฉพาะกับนักบริหาร หรือนักการตลาดเท่านั้นใช่หรือไม่ ซึ่งผมคิดว่าความน่าสนใจในปรัชญาที่มา ที่อยู่เบื้องหลังแนวคิด Blue Ocean นั้นเหมาะสมมากๆ กับคนทำงานในทุกๆ ส่วนขององค์กรยุคปัจจุบันครับ เหมาะอย่างไร? ผมเชื่อว่าการแข่งขันนั้นไม่ใช่เฉพาะการแข่งขันกับธุรกิจอื่นเท่านั้น แต่การแข่งขันก็เกิดขึ้นในการทำงานด้วยครับ หรือคุณว่าไม่จริง..... หลายๆ องค์กรรบกันเป็นทะเลเลือดเลยแหละ เนื่องจากการเติบโตก้าวอย่างสูงตำแหน่งที่สูงขึ้น ย่อมจะมีพื้นที่ที่ให้ยืนน้อยลงทุกที เปรียบได้กับยอดของปิรามิด ถ้าอย่างนั้นเราก็ต้องทำงานให้หนักกว่าคนอื่น? ขยันกว่าคนอื่น? เพื่อจะได้เป็นผู้ชนะในการแข่งขันสู่ยอดปิรามิด ใช่หรือไม่? เมื่อย้อนกลับไปคิดในประเด็นนี้ ปฏิเสธไม่ได้ครับว่าทุกองค์กรต้องการคนที่ขยัน คนที่ซื่อสัตย์ คนที่ภักดีกับองค์กร แต่ผมตอบได้เลยว่า องค์กรยุคการแข่งขันในปัจจุบัน ทรัพยากรมนุษย์ที่องค์กรยุคใหม่ต้องการมากที่สุดคือ “คนที่สร้าง Value ให้แก่องค์กร” คนที่สร้าง Value ให้แก่องค์กร เป็นบุคคลากรที่โดดเด่นเหนือใคร ทำในสิ่งที่เป็นคุณค่าแก่องค์กรที่คนอื่นๆ ทำไม่ได้ แล้วถ้าคุณทำอย่างนี้ได้ จะมีองค์กรไหนละ ที่จะไม่อยากได้คุณไว้ในองค์กร แต่การที่จะสร้าง Value ดังกล่าวได้นั้น คุณก็ต้องมีความสามารถ หรือมีจุดแข็งที่ผู้อื่นไม่มี นั่นก็ต้องค้นหาครับ ซึ่งก็เข้ามาถึงในปรัชญาแนวคิด Blue Ocean ที่ว่าเลยครับ เพราะรากความคิดของ Blue Ocean ก็คือเรื่อง Value Innovation ผมพอจะสรุปให้ฟังในเบื้องต้นได้พอเป็นสังเขปว่า ผู้ที่คิดแบบ Blue Ocean จะต้องมึมมองในการพัฒนาแนวคิดใน 3 ประการนี้เป็นสำคัญครับ

ประการแรก การคิดหา Blue Ocean --- การวิเคราะห์ และการค้นหาเป็นเรื่องที่สำคัญมากๆ ครับ เหมือนกับที่เราหาทางเลือกใหม่ว่า Blue Ocean นั้นอยู่ตรงไหนเหมือนกับที่นักการตลาดมองหาความต้องการของผู้ซื้อใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครตอบสนอง พื้นที่การตลาดใหม่ ที่ไม่มีการแข่งขัน ฉะนั้นใครก็ตามที่เราเป็นผู้ที่ทำงานในองค์กร เราก็คิดวิเคราะห์หา Value มองหาความต้องการขององค์กรใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครตอบสนองเช่นกัน เช่น ผู้บริหาร สร้างกระบวนการทำงานใหม่ที่มีประสิทธิภาพกว่าให้แก่บริษัท, คนดูแลด้านการขนส่ง มองหาขั้นตอนการส่งของส่งสินค้าวิธีใหม่ๆ ที่รวดเร็วทันใจ, พนักงานบริการลูกค้า กำหนดรูปแบบการบริการให้ได้แบบเกินความคาดหวังของลูกค้า, ส่วนงาน Operation คิดวิธีการลดต้นทุนแบบใหม่, คุณเป็นนักพัฒนาธุรกิจ มองหาแหล่งการลงทุนใหม่ หรือองค์กรต้องการลดความเสี่ยงทางธุรกิจ คุณเป็นคนที่ทำตรงนี้ได้ เป็นต้น หากคุณสามารถหาและทำงานใหม่ๆ ที่สร้างคุณค่าแก่องค์กรดังกล่าวแล้ว ผมมั่นใจและเรียกได้เลยว่าคุณเป็นคนที่มีคุณค่าต่อองค์กรอย่างแน่นอนครับ ยิ่งถ้างานเหล่านี้ คุณสามารถหาจุดเหมาะเจาะตรงกับจุดแข็งของคุณยิ่งดีใหญ่เลยครับ



Learn Master Strategy with

พัฒนาคณาการทำงานให้มีความคิด Blue Ocean (ต่อ)

โดย รัฐ คำรงค์ศรี

ประการที่สอง คือ คุณต้องรู้ตัวว่า คิดจะทำอะไร ไม่คิดจะทำอะไร ขยายความตามคาถา 4 คำคือ “ ขจัด ลด ยก สร้าง ” (Eliminate, Reduce, Raise, Create) เน้นอนว่าการทำงานของเราต้องมีข้อจำกัดในเรื่องเวลา ฉะนั้น...อย่าทำอะไรที่ไม่สร้าง Value ครับ ไม่ทำหรือลดการทำงานที่ไม่มีคุณค่าซะ แล้วหันมาเน้นทำงานในส่วนที่เรามองหาแล้วว่าเป็นคุณค่าเพิ่มขึ้น (ยก) หรือถ้าไม่มีสิ่งนั้นอยู่ ก็สร้างใหม่..... พุดง่าย แต่ทำยากครับ เพราะสิ่งนี้ต้องเกิดจากการคิดสร้างความแตกต่าง และคิดนอกกรอบเสียก่อน นอกจากจะมีความคิดสร้างสรรค์แล้ว คุณก็ต้องกล้าที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงขึ้นด้วย เนื่องจากเรากำลังพูดถึง การทำงานในสิ่งที่อาจจะไม่เคยมีใครในองค์กรเคยทำมาก่อนครับ

ประการที่สาม การคิดในการสร้างทางเลือก สร้างสิ่งใหม่ การสร้าง Value นั้น แนวคิด Blue Ocean ได้แนะนำวิธีดังนี้ครับ การคิดสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องหมายถึงสิ่งใหม่ๆ เสมอไป เราอาจจะปรับประยุกต์ใช้จากสิ่งรอบตัวได้ สำคัญว่าเราจะรู้จักหรือหยิบใช้ปัจจัยสำเร็จใด โดยเราอาจมองข้ามไปดูในองค์กรอื่นๆ ที่คล้ายเราดูบ้างก็ได้ มองข้ามไปดูงานหรือวิธีการทำงานของส่วนงานอื่นๆ ที่อาจมีบางอย่างคล้ายเราดูบ้างดีไหม หรืออาจจะมองความขามเวลาไปเลย มองผ่านความต้องการขององค์กรในปัจจุบัน ไปสู่ความต้องการขององค์กรในอนาคตที่กำลังจะมาถึง ยกตัวอย่างอย่างนี้ครับ การทำงานในโรงพยาบาล อาจกำลังมองการสร้างคุณค่าด้านการบริการแบบโรงแรม 5 ดาว ถ้าคุณทำงานโรงพยาบาลแล้วสามารถสร้างการบริการตามแนวทางดังกล่าวได้ก็รุ่งแน่ๆ ครับ หรือในอนาคตองค์กรของคุณจะโกอินเตอร์ คุณสร้างคุณค่าในการทำงานของคุณรองรับไว้เลย ผมว่ามันแหละใช่เลย คุณอ่านทางเลือกและสร้างทางเลือกให้ถูกต้องก็แล้วกันครับ