

howto

สนามฝึกสมอง ของนักจัดระเบียบ ความคิด

頭のいい人になる
具体⇔抽象ドリル

กนโถ ยูทาเกะ
เจียน

ธัญ พลแสน
แปล

การอ่านคือรากฐานที่สำคัญ



คำนำสำนักพิมพ์

เคยไหม ยิ่งตั้งใจอธิบาย กลับยิ่งพาคนฟังหลงทิศหลงทาง

ทั้งที่ในหัวเหมือนคิดมาดีแล้วแท้ๆ แต่พอจะเรียบเรียงออกมา ข้อมูลทุกอย่างกลับตีกันยุ่งเหยิงไปหมด จนสุดท้ายไม่สามารถรวบรวมความคิดและนำเสนอออกมาได้ ทำได้แค่นั่งอึ้งต่อหน้าธารกำนัล หลายคนเหมารวมเอาเองว่า นี่คือปัญหาของ “คนคิดไม่เก่ง” แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่เลย สมongคุณไม่ได้มีปัญหาอะไรทั้งนั้น แค่คุณยังไม่รู้วิธี “จัดระเบียบ” ความคิดในหัวต่างหาก

กนก ฐาทกะ อดีตที่ปรึกษาระดับ “บ๊วย” ของบริษัทระดับโลก อย่างดีลอยท์ ก็เคยเป็นคนที่จัดระเบียบความคิดไม่ได้ แถมไอเดียต่างๆ ยังกระจัดกระจายไปหมด ส่งผลให้ทำงานผิดพลาดจนเกือบโดนไล่ออก ทว่าเมื่อเขาเริ่มสังเกตเทคนิคการทำงานของคนเก่งๆ ในบริษัท แล้วฝึก “การคิดแบบรูปธรรม ⇌ นามธรรม” และ “สร้างแผนภูมิพีระมิดขึ้นมาในหัว” ความคิดก็เป็นระเบียบขึ้น ส่งผลให้ชีวิตการทำงานพลิกจากหน้ามือเป็นหลังมือ

เขาเริ่มมองเห็นว่า เราสามารถแยกเรื่องซับซ้อนออกเป็นส่วนย่อยที่เข้าใจง่ายได้ ขณะเดียวกันก็สามารถรวมเรื่องจุกจิกน่าปวดหัวให้เป็นภาพใหญ่ได้เช่นกัน จากคนที่สื่อสารไม่รู้เรื่อง กลายเป็นคนที่คิดอย่างเป็นขั้นเป็นตอน และจากคนที่เคยล้าสนอยู่ในหัวตลอดเวลา กลายเป็นคนที่

จัดระเบียบความคิดได้อย่างชัดเจน ด้วยทักษะนี้เอง เขาจึงพลิกตัวเอง
ขึ้นมาเป็นบุคลากรระดับ “ท็อป 1%” ของบริษัทที่ปรึกษาอันดับโลกได้ใน
เวลาเพียงไม่กี่ปี

หนังสือเล่มนี้จึงเปรียบเสมือนคู่มือที่จะช่วยให้คุณฝึก “จัดระเบียบ
ความคิด” ผ่านแบบฝึกหัดพัฒนาสมอง 62 ข้อ ที่จำลองมาจากสถานการณ์
จริงที่คุณอาจต้องเจอ ทั้งในการทำงาน การสื่อสาร และชีวิตประจำวัน

คุณจะได้ฝึกสลับโหมดคิดทั้งในมุม “รูปธรรม” เพื่อซึมอินเห็น
รายละเอียดที่ชัดเจน และมุม “นามธรรม” เพื่อซูมเอาตีให้เห็นภาพรวม
และแก่นสำคัญของเรื่อง เพื่อเปลี่ยนคุณให้เป็นคน คิดอย่างเป็นระบบ
จับประเด็นได้เฉียบคม และสื่อสารได้ทรงพลังยิ่งขึ้น

เพราะสุดท้ายแล้ว ในโลกของการทำงานยุคนี้ คนที่ได้เปรียบ
ที่สุดอาจไม่ใช่คนที่เก่งที่สุด แต่คือคนที่จัดระเบียบความคิดและ
ถ่ายทอดสิ่งที่คิดออกมาให้ทุกฝ่ายเข้าใจตรงกันได้ดีที่สุดต่างหาก

howto

สารบัญ

อารัมภบท

คำว่า “คิดให้ดี” แท้จริงแล้วคือ

“การคิดเชิงรูปธรรม - นามธรรม”

คนหัวดีคือ คนที่มี “ทักษะการคิดเชิงรูปธรรม - นามธรรม”	2
คนหัวดีมี “แผนภูมิพีระมิด” อยู่ในหัว.....	3
เมื่อมีทักษะการคิดเชิงรูปธรรม - นามธรรม ชีวิตก็จะดีขึ้น.....	5
62 โจทย์ปัญหาในรูปแบบฝึกหัดที่ “พบได้ในชีวิตประจำวัน”	6

บทนำ

ทำไม “รูปธรรมและนามธรรม”

ถึงสำคัญ

“การคิดเชิงรูปธรรม” คืออะไร	10
“การคิดเชิงนามธรรม” คืออะไร.....	18
“การคิดแบบรูปธรรม ⇔ นามธรรม” คืออะไร.....	26
แท้จริงแล้ว “คนหัวดี” คือคนที่มี “ทักษะการคิด เชิงรูปธรรม - นามธรรม”	34

PART 1

แบบฝึกหัดการคิดเชิงรูปธรรม

การคิดแบบแยกส่วน 1 แยกคำออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

แยก “สิ่งมีชีวิต” ออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่ ★★★★★47

การคิดแบบแยกส่วน 2 ยกตัวอย่างเฉพาะเจาะจงได้ทันทีหรือไม่

งานที่ทำได้แม้ไม่มีอินเทอร์เน็ตมีอะไรบ้าง ★★★★★50

การคิดแบบแยกส่วน 3 แยกคุณลักษณะออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

ถ่ายทอดภาพในหัวออกมาได้หรือไม่ ★★★★★54

การคิดแบบแยกส่วน 4 แยกความกังวลออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

อยากเลี้ยงสัตว์ แต่กังวลว่าจะดูแลไม่ไหว ★★★★★57

การคิดแบบแยกส่วน 5 แยกองค์ประกอบออกมาได้หรือไม่

ทำไมถึงมีคำถามทะเลกกลับมาหลังจากที่ส่งอีเมลไป ★★★★★61

การคิดแบบแยกส่วน 6 แยกสิ่งที่อยากบอกออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

ถ่ายทอด “ข้อดีของญี่ปุ่น” ให้ชาวต่างชาติฟังได้หรือไม่ ★★★★★67

การคิดแบบหาความต่าง 7 ทำให้เห็นความแตกต่างได้หรือไม่

ไม่มีคนกดไลก์โพสต์ในโซเชียลมีเดียเลย ★★★★★73

การคิดแบบหาความต่าง 8 เปรียบเทียบสถานการณ์ได้หรือไม่

เพื่อนที่มีเสน่ห์ vs ตัวเองที่ไม่มีเสน่ห์ ★★★★★78

การคิดแบบหาความต่าง 9 แยกความต่างของสิ่งที่คล้ายกันได้หรือไม่

อธิบายความต่างระหว่างโทรทัศน์กับยูทูปได้หรือไม่ ★★★★★83

การคิดแบบหาความต่าง 10 เปรียบเทียบสิ่งที่มีความผันผวนได้หรือไม่ ทำไมช่วงนี้ถึงทำงานได้ไม่ค่อยดี ★★★★★	88
การคิดแบบวิเคราะห์ 11 วิเคราะห์ชีวิตประจำวันได้หรือไม่ จัดการงานบ้านได้ไม่ดี ★★★★★	93
การคิดแบบวิเคราะห์ 12 วิเคราะห์ความผิดปกติได้หรือไม่ ทำไมคนในครอบครัวถึงดูอารมณ์ไม่ดี ★★★★★	98
การคิดแบบวิเคราะห์ 13 วิเคราะห์จิตใจได้หรือไม่ ลูกน้องขาดแรงจูงใจ ★★★★★	103
การคิดแบบวิเคราะห์ 14 วิเคราะห์ความเร็วในการทำงานได้หรือไม่ จะตัดสินใจให้เร็วขึ้นได้อย่างไร ★★★★★	107
การคิดแบบวิเคราะห์ 15 วิเคราะห์จุดสำคัญได้หรือไม่ มีคนบอกว่า “คุณฟรีเซนต์ยาวเกินไป” ★★★★★	112
การคิดแบบวิเคราะห์ 16 วิเคราะห์การบริหารธุรกิจได้หรือไม่ เปลี่ยนร้านขาดทุนให้กลับมามีกำไร ★★★★★	118
การคิดแบบประมาณการ 17 ประมาณการสถิติใกล้ตัวได้ไหม ในญี่ปุ่นมีคนที่กำลังเรียนอยู่กี่คน ★★★★★	124
การคิดแบบประมาณการ 18 ประมาณการพรหมลิขิตได้หรือไม่ ผู้ชายวัย 30 ปี มีโอกาสแต่งงานได้มากน้อยเท่าไร ★★★★★	131
การคิดแบบประมาณการ 19 ประมาณการศักยภาพตลาดใหม่ ได้หรือไม่ การประมาณการขนาดตลาดเครื่องสำอาง สำหรับผู้ชาย ★★★★★	136

การคิดแบบประมาณการ 20 พืชในตลาดที่ไม่รู้จักด้วยตัวเลขได้หรือไม่
กาแฟกระป๋องญี่ปุ่นจะขายในแอฟริกาได้เท่าไร ★★★★★..... 141

PART 2

แบบฝึกหัดการคิดเชิงนามธรรม

การคิดแบบหาจุดร่วม 1 หาจุดร่วมได้หรือไม่
ถ้าพูดสั้นๆ นี่คืออะไร ★★★★★..... 153

การคิดแบบหาจุดร่วม 2 หาจุดร่วมระหว่างสิ่งมีชีวิตกับเทคโนโลยี
ได้หรือไม่
กิ้งก่าคาเมเลียนกับไซเซียลมีเดียมีอะไรที่เหมือนกัน ★★★★★..... 156

การคิดแบบหาจุดร่วม 3 ใช้เวทมนตร์แห่งถ้อยคำได้หรือไม่
เกมโซว์! เส้นทางสู่การเป็นแชมป์ปริศนาเปรียบเทียบ ★★★★★.. 160

การคิดแบบหาจุดร่วม 4 หาจุดร่วมของสิ่งที่ต่างหากากันได้หรือไม่
สมาร์ทโฟนกับคุณคูปะ ทาเคฟูสะ
มีอะไรที่เหมือนกัน ★★★★★..... 164

การคิดแบบหาจุดร่วม 5 มองทะลุแก่นแท้ของคำพูดได้หรือไม่
คำสั่งของหัวหน้าเปลี่ยนไปเปลี่ยนมา ★★★★★..... 169

การคิดแบบหาจุดร่วม 6 หาจุดร่วมที่คาดไม่ถึงได้หรือไม่
นักการเมืองกับพัดลมมีอะไรที่เหมือนกัน ★★★★★..... 174

การคิดแบบจัดหมวดหมู่ 7 จัดหมวดหมู่สิ่งของใกล้ตัวได้หรือไม่
จัดหมวดหมู่ผีเสื้อ เครื่องดูดฝุ่น เต้า และเตียงนอนให้ได้มากที่สุด
เท่าที่จะทำได้ ★★★★★..... 178

การคิดแบบจัดหมวดหมู่ 8 จัดระเบียบความอยากซื้อของได้หรือไม่ จัดหมวดหมู่เสื้อผ้าเพื่อเป็นนักช้อปปิ้งมือโปร ★★★★★	183
การคิดแบบจัดหมวดหมู่ 9 จัดหมวดหมู่อุปกรณ์ทำงานได้หรือไม่ กระเป๋ารักมาก ★★★★★	188
การคิดแบบจัดหมวดหมู่ 10 วิธีจัดหมวดหมู่ที่มีประสิทธิภาพคืออะไร เด็กที่เก็บของไม่เป็น ★★★★★	193
การคิดแบบจัดหมวดหมู่ 11 จัดระเบียบงานที่กองเป็นภูเขาได้หรือไม่ งานเยอะเกินไป ทำอย่างไรดี ★★★★★	200
การคิดแบบจับประเด็น 12 ตั้งหัวเรื่องอีเมลที่เหมาะสมได้หรือไม่ ① หัวเรื่องอีเมลนี้ควรตั้งว่าอะไร ① ฉบับเน้นความสำคัญ ★★★★★	205
การคิดแบบจับประเด็น 13 ตั้งหัวเรื่องอีเมลที่เหมาะสมได้หรือไม่ ② หัวเรื่องอีเมลนี้ควรตั้งว่าอะไร ② ฉบับเพิ่มอัตราการตอบกลับ ★★★★★	210
การคิดแบบจับประเด็น 14 ตั้งหัวเรื่องอีเมลที่เหมาะสมได้หรือไม่ ③ หัวเรื่องอีเมลนี้ควรตั้งว่าอะไร ③ ฉบับเพิ่มความน่าสนใจ ★★★★★	214
การคิดแบบจับประเด็น 15 มองทะลุเจตนาที่แท้จริงของคำสั่ง ได้หรือไม่ สรุปประเด็นสำคัญจากคำสั่งของหัวหน้ามา 3 ข้อ ★★★★★	218
การคิดแบบจับประเด็น 16 เชาวغدของการประชุม สรุปบทสนทนาใน “ประโยคเดียว” ★★★★★	224
การคิดแบบจับประเด็น 17 มองทะลุแก่นแท้ของความต้องการ ได้หรือไม่ สรุปความต้องการของลูกค้าให้เหลือ 3 ประเด็นหลัก ★★★★★	229

การคิดแบบหากฎเกณฑ์ 18 หากฎความสำเร็จได้หรือไม่ ①

มาสร้างขนมขายดี แล้วก้าวสู่การเป็นผู้สร้างสินค้ายอดนิยมนั่นแหละ ①
ฉบับเริ่มต้น ★★★★★ 242

การคิดแบบหากฎเกณฑ์ 19 หากฎความสำเร็จได้หรือไม่ ②

มาสร้างขนมขายดี แล้วก้าวสู่การเป็นผู้สร้างสินค้ายอดนิยมนั่นแหละ ②
ฉบับขั้นสูง ★★★★★ 249

การคิดแบบหากฎเกณฑ์ 20 หากฎการนอนหลับอย่างมีคุณภาพ ได้หรือไม่

กฎการนอนหลับอย่างมีคุณภาพคืออะไร ★★★★★ 257

การคิดแบบหากฎเกณฑ์ 21 หากฎความสำเร็จได้หรือไม่ ③

กฎที่ซ่อนอยู่ของหนังสือขายดี ★★★★★ 265

การคิดแบบหากฎเกณฑ์ 22 ค้นพบกฎการบรรลุ FIRE ได้หรือไม่

วิธีทำให้ความฝัน “อยาก FIRE ในสักวันหนึ่ง” กลายเป็นจริง
★★★★★ 272

การคิดแบบหากฎเกณฑ์ 23 วาดพิมพ์เขียวของความสำเร็จ

สร้างสินค้ายอดนิยมนับว่าใหม่จากความสำเร็จในอดีต ★★★★★ 280

PART 3

แบบฝึกหัดการคิดแบบบูรณาการ ⇔ นามธรรม

การคิดแบบเมแทคognition 1 มองตัวเองอย่างเป็นกลางได้หรือไม่

คนที่เรียกตัวเองว่า “รุ่นพี่ที่พึ่งพาได้” จริงๆ แล้วกลับถูกมองว่า
“น่ารำคาญ” ★★★★★ 296

การคิดแบบเมแทคognition 2 ระบุสิ่งที่ไม่เข้าใจให้ชัดเจนได้หรือไม่
ไม่ว่าตัวเองไม่รู้เรื่องอะไร ★★★★★ 301

การคิดแบบเมแทคognition 3 วิธีพิชิตเกมการเปลี่ยนงาน
สวมบทบาทเป็นตัวละครในเกม แล้วเคลียร์ภารกิจการทำงานใหม่
ให้สำเร็จ ★★★★★ 304

การคิดแบบเมแทคognition 4 เอาชนะความรู้สึกเกลียดตัวเอง
เกลียดตัวเอง ★★★★★ 311

การคิดแบบเมแทคognition 5 ฝ่าด่านการประเมินได้หรือไม่
พยายามเต็มที่แล้ว แต่กลับไม่ได้รับการยอมรับ ★★★★★ 317

การคิดแบบอธิบาย 6 เข้าใจความคิดของอีกฝ่ายได้หรือไม่
เปลี่ยนแผนหนุ่มแสนเซยให้ดูดีมีสไตล์ ★★★★★ 329

การคิดแบบอธิบาย 7 ชนะใจผู้ชมได้หรือไม่
ขายเครื่องดื่มเกลือแร่ในรายการทีวีซ้อปिंग ★★★★★ 335

การคิดแบบอธิบาย 8 แก้ไขความคลาดเคลื่อนในการรับรู้ได้หรือไม่
เอกสารนำเสนอโปรเจกต์ที่ลูกน้องทำดันออกมาไม่เหมือนที่คิดไว้
★★★★★ 343

การคิดแบบอธิบาย 9 ถ่ายทอดความน่าสนใจออกมาได้หรือไม่
จะปิดดีลอย่างไร ในเมื่ออีกฝ่ายไม่รู้เรื่องนั้นเลย ★★★★★ 353

การคิดแบบเปรียบเทียบ 10 อธิบายด้วยมุมมองของอีกฝ่ายได้หรือไม่
อธิบายความสะดวกของสมาร์ทโฟนให้คุณปู่ฟัง
ด้วยการเปรียบเทียบ ★★★★★ 361

**การคิดแบบเปรียบเทียบ 11 อธิบายให้เด็กอายุ 3 ขวบเข้าใจ
ได้หรือไม่**

ตอบคำถาม “พ่อทำงานอะไรเหรอ” ให้กระชับ ★★★★★ 365

การคิดแบบเปรียบเทียบ 12 เปรียบเทียบอารมณ์ความรู้สึกได้หรือไม่

เปรียบเทียบอารมณ์ความรู้สึกกับฤดูกาล ★★★★★ 369

**การคิดแบบเปรียบเทียบ 13 เปรียบเทียบกับงานอดิเรกของอีกฝ่าย
ได้หรือไม่ ①**

ใช้การเปรียบเทียบเพื่อให้ลูกน้อง “จุกคิด” ①

ระดับเริ่มต้น ★★★★★ 375

**การคิดแบบเปรียบเทียบ 14 เปรียบเทียบกับงานอดิเรกของอีกฝ่าย
ได้หรือไม่ ②**

ใช้การเปรียบเทียบเพื่อให้ลูกน้อง “จุกคิด” ② ระดับสูง ★★★★★ .. 379

การคิดแบบรูปธรรม → นามธรรม → รูปธรรม 15 นำไปสู่

การลงมือทำจริงได้หรือไม่

ทั้งที่พยายามแล้ว แต่ทำไมยังไม่ผอมสักที ★★★★★ 383

การคิดแบบรูปธรรม → นามธรรม → รูปธรรม 16 ปรับปรุง

ทั้งแผนกได้หรือไม่

นำกฎความสำเร็จมาใช้กับทีม ★★★★★ 389

การคิดแบบรูปธรรม → นามธรรม → รูปธรรม 17 นำพรสวรรค์มาใช้

ได้หรือไม่

ฝึกการสื่อสารอย่างชาญฉลาดแบบคนดัง ★★★★★ 397

การคิดแบบรูปธรรม → นามธรรม → รูปธรรม 18 เรียนรู้จาก

คนใกล้ตัวได้หรือไม่

เราจะฝึกทักษะการคิดแบบรูปธรรม ⇔ นามธรรมได้อย่างไร

★★★★★ 403

การคิดแบบรูปธรรม → นามธรรม → รูปธรรม 19 มองไปยัง
อนาคตได้หรือไม่

มาลองวาดพิมพ์เขียวในการพัฒนาตนเองกันเถอะ ★★★★★.....	410
บทส่งท้าย.....	419
เกี่ยวกับผู้เขียน.....	424

PART

1

แบบฝึกหัด
การคิดเชิงรูปธรรม

Concrete Thinking
Drills

การคิดเชิงรูปธรรม คือ การแยกแยะองค์ประกอบของคำ
หรือเรื่องราวที่คลุมเครือออกมาเป็นส่วนๆ ให้เห็นชัดเจน
คนหัวดีจะไม่ปล่อยให้สิ่งต่างๆ คลุมเครือ
พวกเขาจะเปลี่ยนคำพูดที่ฟังดูเลื่อนลอยหรือแนวคิดที่ดูเหมือนจะเข้าใจ
แต่ไม่ชัดเจนเหล่านั้นให้กลายเป็นสิ่งที่จับต้องได้ในแบบของตัวเอง
เพราะพวกเขารู้ดีว่า หากไม่ทำให้ความคิดนั้นชัดเจน
ก็จะรับมือได้ไม่ดีพอ

ในบทนี้ เราจะฝึกการคิดเชิงรูปธรรมอย่างรอบด้านผ่าน 4 ทักษะ ได้แก่

- การคิดแบบแยกส่วน
- การคิดแบบหาความต่าง
- การคิดแบบวิเคราะห์
- การคิดแบบประมาณการ

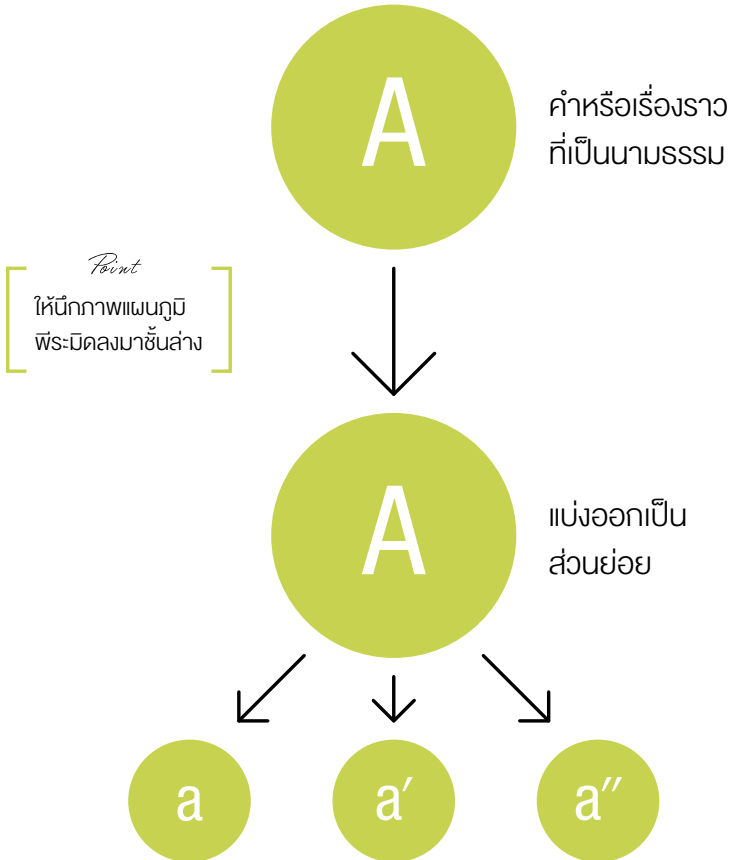
ผมได้เตรียม “เคล็ดลับการคิด” เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขข้อผิดพลาด

อันดับแรก อยากให้คุณลองดูเคล็ดลับเหล่านี้
เพื่อให้เห็นภาพคร่าวๆ ว่าต้องใช้ความคิดอย่างไร
แต่นี่เป็นแค่ตัวอย่างประกอบเท่านั้น ขอให้ใช้เป็นแนวทางก็พอ
อย่างที่บอกไปแล้วว่า วิธีคิดนั้นมียุ่่มากมายไม่จำกัด
ถ้าคิดออกมาไม่ตรงกับในหนังสือเล่มนี้เป๊ะๆ ก็ไม่ต้องหนักใจ
สิ่งสำคัญคือ คุณได้ “ลองทำ” และ “ได้ใช้ความคิด”
เท่านั้นก็ถือว่าเพียงพอแล้ว

การคิดแบบแยกส่วน

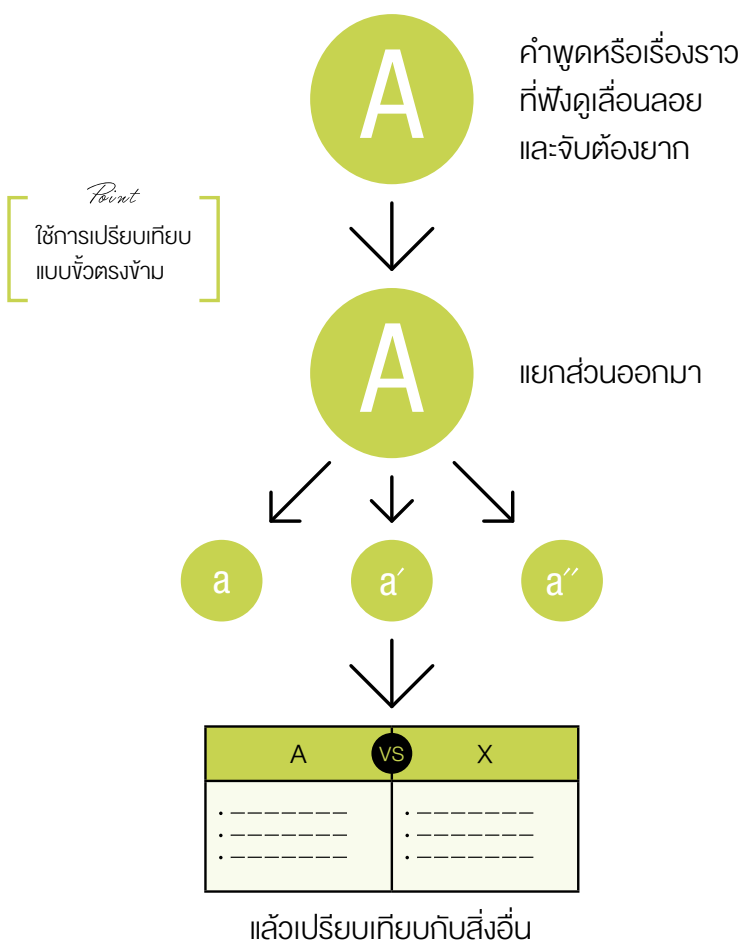
การแยกส่วนคำหรือเรื่องราวที่คลุมเครือให้ละเอียดและชัดเจนขึ้น

PART
1



การคิดแบบหาความต่าง

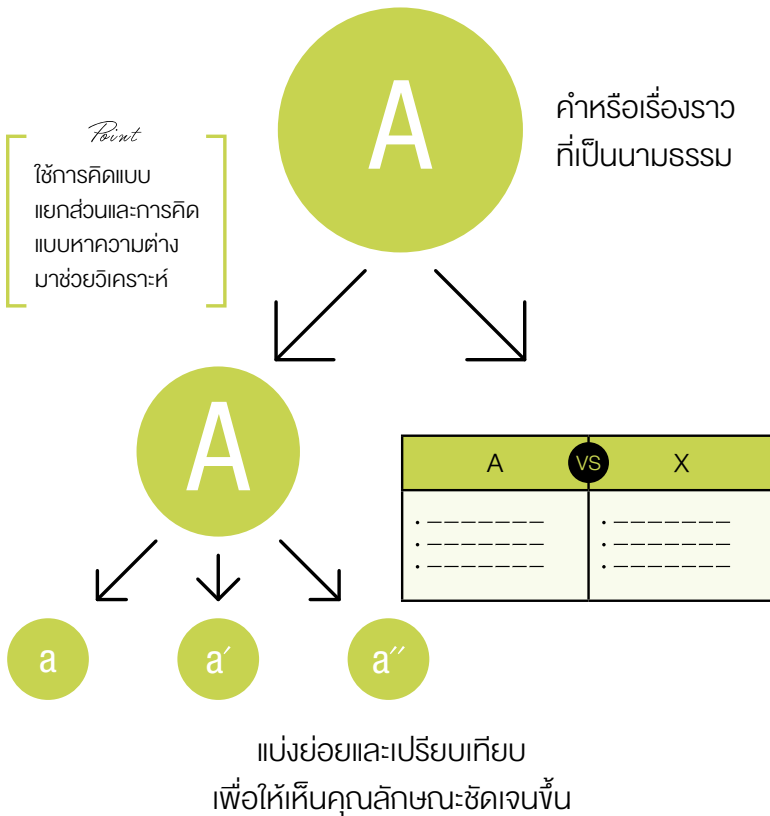
เมื่อมองสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพียงอย่างเดียวแล้วบอกจุดเด่นได้ยาก
การเปรียบเทียบกับสิ่งอื่นจะช่วยให้เห็นคุณลักษณะชัดเจนขึ้น



การคิดแบบวิเคราะห์

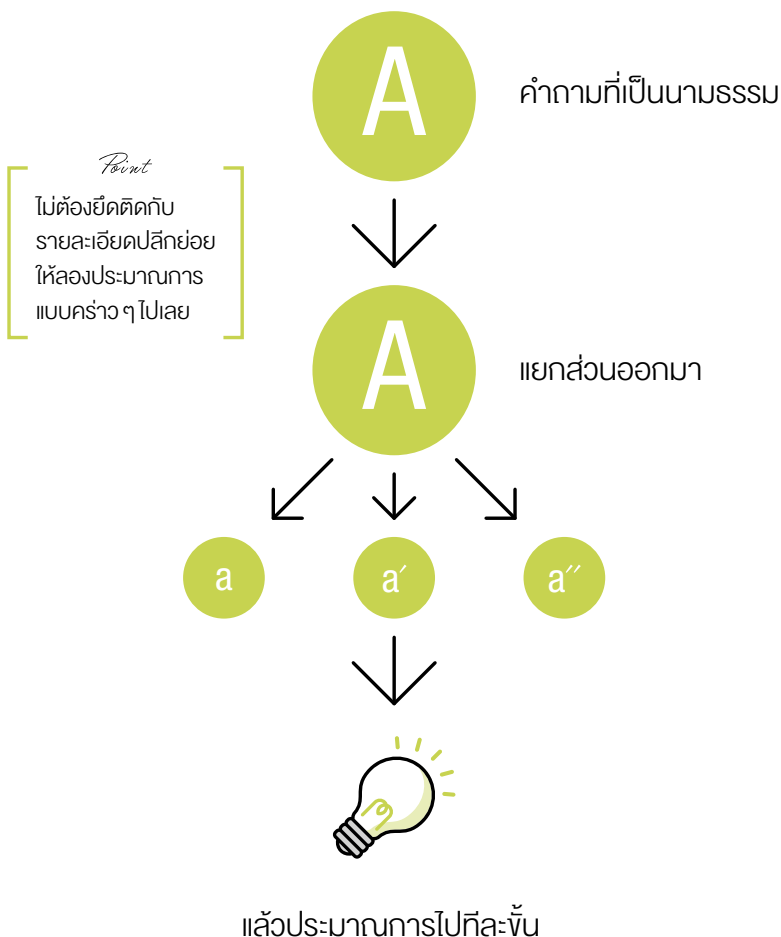
การแยกแยะสิ่งต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อย หรือเปรียบเทียบกับ
เพื่อให้เห็นองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ
ที่ต้องการวิเคราะห์ชัดเจนขึ้น

PART
1



การคิดแบบประมาณการ

การนำคำถามกว้างๆ หรือคำถามที่มีข้อมูลน้อย
มาสร้างภาพสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง โดยอาศัยการคาดเดา
และการตั้งสมมติฐาน



1

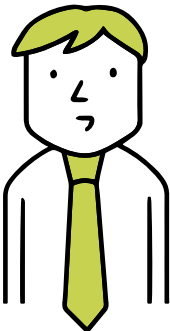
แยกคำออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

มาวอร์มอบอุ่นด้วยการฝึกให้คุ้นเคยกับการไล่ลงไปตามแผนภูมิพีระมิด
ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการคิดเชิงรูปธรรมกัน

แยก “สิ่งมีชีวิต” ออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

หากมีคน 3 คนพูดว่า ฉันชอบสัตว์ ฉันชอบสุนัข และฉันชอบ
ชีวาว่า คำพูดของใครเป็นรูปธรรมมากที่สุด ให้ลองสร้างแผนภูมิพีระมิด
โดยเริ่มจากคำว่า “สิ่งมีชีวิต” เพื่อให้เข้าใจว่า ทำไมคำพูดนั้นถึงเป็น
รูปธรรมมากที่สุด

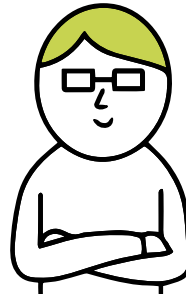
ฉันชอบสัตว์



ฉันชอบสุนัข



ฉันชอบชีวาว่า





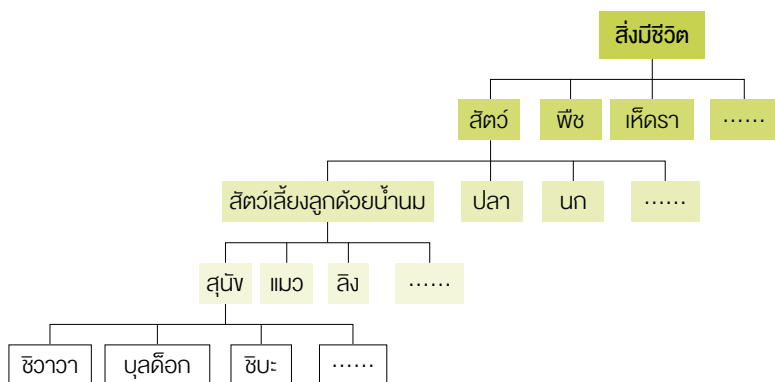
ไล่ลงไปตามแผนภูมิพีระมิดโดยคำนึงถึงลำดับชั้น

แยกสิ่งที่เป็นนามธรรมออกเป็นหมวดหมู่ต่างๆ

ผมคิดว่าคุณคงเข้าใจได้ง่ายๆว่า ในบรรดา 3 คนนั้น คำพูดที่เป็นรูปธรรมมากที่สุดคือ “ฉันชอบชีวาว่า” เพราะระบุชื่อเจาะจงลงไปเลย ที่นี้มาลองสร้างแผนภูมิพีระมิดจากคำว่า “สิ่งมีชีวิต” ไปจนถึงชื่อเฉพาะอย่าง “ชีวาว่า” กัน

สิ่งสำคัญคือ การคำนึงถึง “ลำดับชั้น” หากแยกคำว่า “สิ่งมีชีวิต” ออกเป็นส่วนย่อย เราจะแบ่งได้เป็นสัตว์ พืช เห็ดรา และ... จากนั้นถ้าแยกคำว่า “สัตว์” ลงไปอีกก็จะได้สัตว์เลี้ยงลูกด้วยน้ำนม ปลา นก และ...

ต่อมาแยกคำว่า “สัตว์เลี้ยงลูกด้วยน้ำนม” ก็จะได้เป็นสุนัข แมว ลิง และ... เนื่องจากชีวาว่าเป็นสายพันธุ์เฉพาะของสุนัข จึงจัดอยู่ภายใต้คำว่า “สุนัข” อีกทีหนึ่ง



สรุป

การแบ่งแนวคิดใหญ่ ๆ ออกเป็นลำดับชั้นและส่วนย่อยแบบนี้ จะช่วยให้มองเห็นรายละเอียดของสิ่งต่างๆ ได้ชัดเจนขึ้น

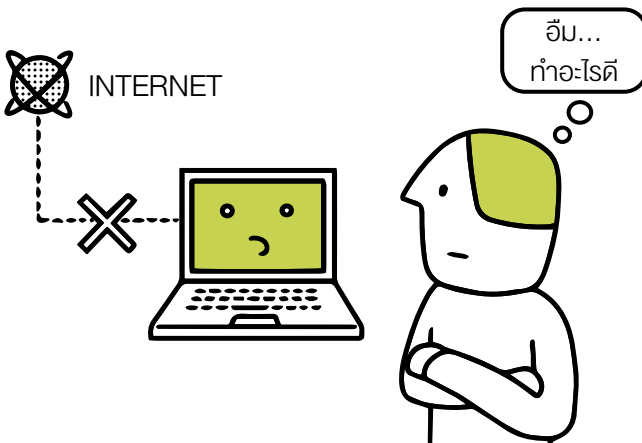
2

ยกตัวอย่างเฉพาะเจาะจงได้ทันทีหรือไม่

ในที่ประชุมหรือการระดมสมอง มักต้องยกตัวอย่างเฉพาะเจาะจงอยู่บ่อยๆ
มาฝึกไล่ลงไปตามแผนภูมิพีระมิดให้คล่องกัน

งานที่ทำได้แม้ไม่มีอินเทอร์เน็ตมีอะไรบ้าง

สมมติว่าคุณกำลังทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ในออฟฟิศ แล้วจู่ๆ อินเทอร์เน็ตก็ล่มกะทันหัน และคุณจะต้องใช้เวลาสักพักกว่าจะกลับมาใช้งานได้ คุณจึงตัดสินใจว่า ในระหว่างนี้จะทำงานที่ทำได้โดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตไปก่อน แล้วงานเหล่านั้นมีอะไรบ้าง





เริ่มคิดจากหมวดหมู่ใหญ่ ๆ ก่อน

เริ่มคิดจากหมวดหมู่ใหญ่

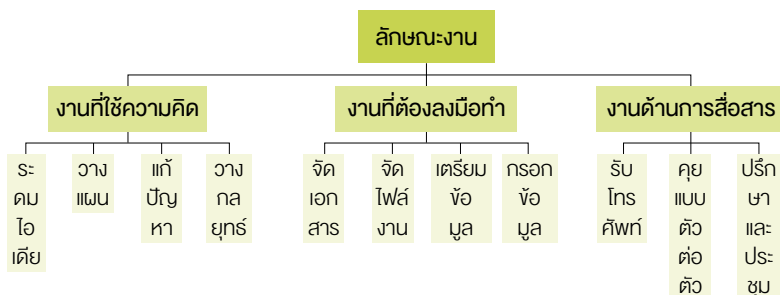
PART
1

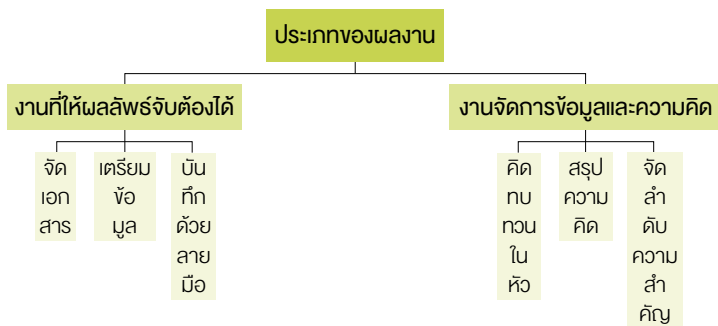
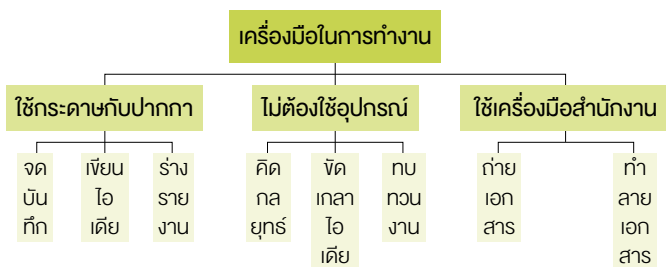
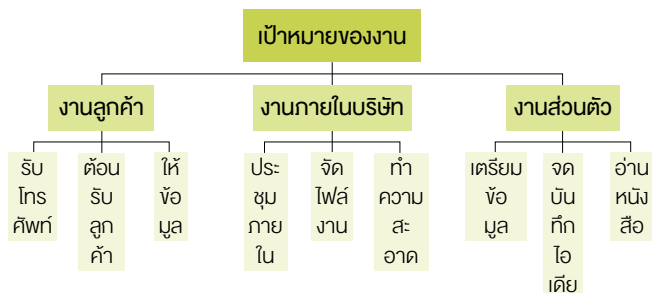
ลองแบ่งหมวดหมู่แบบคร่าว ๆ แล้วค่อยไล่ลงไปตามแผนภูมิพีระมิด เช่น ถ้าแบ่งตามหมวดหมู่ด้านล่างนี้ แต่ละหมวดจะมีอะไรอยู่ในนั้นบ้าง ลองแยกออกเป็น 3 ลำดับชั้น โดยให้หมวดหมู่ตามตัวอย่างด้านล่างเป็นชั้นที่ 1 แล้วสร้างแผนภูมิพีระมิดทั้งหมด 4 ชุด (เนื้อหาในแต่ละหมวดจะซ้ำกันบ้างก็ไม่ใช่ไร)

ตัวอย่าง → หมวดหมู่ (ชั้นที่ 1)

- ลักษณะงาน
- เป้าหมายของงาน
- เครื่องมือในการทำงาน
- ประเภทของผลงาน

ตัวอย่าง → แยกตามหมวดหมู่





ตัวอย่าง
คำตอบ

ระดมไอเดีย จัดเอกสาร ประชุมภายใน รับโทรศัพท์ ปรึกษาและ
ประชุม (เนื้อหาที่ได้จากแผนภูมิพีระมิด)

สรุป

แม้ในช่วงแรกจะนึกคำตอบกันก็ไม่ได้ แต่หากหมั่นฝึกฝนแบบนี้ไปเรื่อย ๆ
เมื่อถึงเวลาจำเป็น ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมก็จะผุดขึ้นมาในหัวได้เองตามธรรมชาติ

PART
1

Column

การกำหนดจำนวนจะช่วยให้หาคำตอบได้ง่ายขึ้น

ในการคิดแบบแยกส่วน **การกำหนดจำนวนเป็นเทคนิคที่มีประสิทธิภาพ** หากถูกบอกแค่ว่า “ลองยกตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมมาหน่อย” คุณอาจคิดได้แค่ 1-2 อย่าง แต่ถ้ากำหนดจำนวนไว้ เช่น “5 อย่าง” สมองก็จะพยายามค้นคำตอบออกมาให้ครบ 5 อย่างให้ได้

ยกตัวอย่าง ในแวดวงธุรกิจ ผมมีเพื่อนคนหนึ่งที่เป็นผู้จัดการซึ่งเคยพัฒนาธุรกิจการบริการมากมายที่บริษัทรีครูท (Recruit) และระคุเต็น (Rakuten) เขาเล่าว่า เวลาฝึกอบรมทีมงานในบริษัท เขาจะกำหนดตัวเลขที่ชัดเจนเสมอ เช่น “จงยกตัวอย่างตัวชี้วัดยอดขายมา 20 ข้อ”

แม้หัวใจของการคิดแบบแยกส่วนจะเน้นการสร้างลำดับชั้นลงไปตามแผนภูมิพีระมิด **แต่การฝึกยกตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดก่อน ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี** อาจเรียกได้ว่า เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากในการบ่มเพาะทักษะการคิดเชิงรูปธรรม

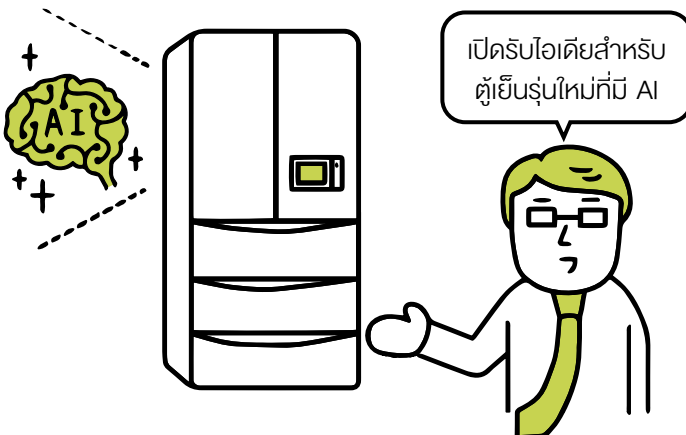
3

แยกคุณลักษณะออกเป็นส่วย่อยได้หรือไม่

บางทีเราก็มีภาพในหัวอยู่ร่าง ๆ แต่ถ่ายทอดออกมาให้ชัดเจนไม่ได้
ใจยกยอนี้จะช่วยจัด “ความยุ่งเหยิง” เหล่านั้น

ถ่ายทอดภาพในหัวออกมาได้หรือไม่

สมมติว่าคุณทำงานอยู่ในบริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่ และได้รับมอบหมายให้เสนอไอเดียในหัวข้อ “ตู้เย็นรุ่นใหม่ที่มี AI” แต่ในหัวของคุณกลับนึกออกแค่เรื่องล่องลอยอย่าง “ถ้ามี AI ก็น่าจะสะดวกดีนะ” ดังนั้นขอให้ลองคิดว่า “ควรใส่ฟังก์ชันอะไรลงไปบ้าง” เพื่อให้เห็นภาพได้ชัดเจนขึ้น (ไม่ต้องสนใจว่าจะทำได้จริงหรือไม่)





แยกส่วนคุณลักษณะกว้างๆ ให้เป็นฟังก์ชันที่ชัดเจน
โดยคิดถึงประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมซึ่งแต่ละฟังก์ชันจะมอบให้

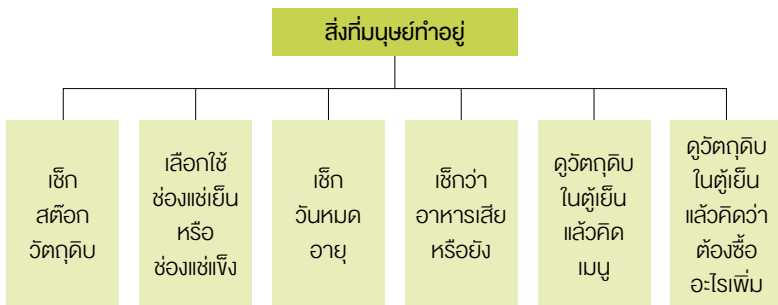
STEP 1 แยกส่วนคุณลักษณะ

- เก็บรักษาอาหาร
- ทำความเย็น
- ยืดอายุอาหาร
- รักษาความสดใหม่

จากพื้นฐานเหล่านี้ เราลองคิดกันว่า AI จะทำอะไรได้บ้าง
ตัวอย่างเช่น ลองคิดแบบนี้ “สิ่งที่ AI น่าจะทำได้” ก็คือ “ทำ
แทนมนุษย์” → “ทำให้สิ่งที่มนุษย์ทำกลายเป็นระบบอัตโนมัติ”

พูดง่ายๆ คือ **ทำให้ “สิ่งที่มนุษย์ทำอยู่” มีภาพชัดเจนขึ้น แล้ว
ลองคิดว่าให้ AI มาทำสิ่งนั้นแทน** ลองเขียนออกมาดูว่า ปกติแล้ว
มนุษย์ทำอะไรเกี่ยวกับตู้เย็นบ้าง

ตัวอย่าง → สิ่งที่มนุษย์ทำอยู่



STEP 2 ถ้า AI ทำให้สิ่งเหล่านั้นกลายเป็นระบบอัตโนมัติ จะเป็นอย่างไร

นำสิ่งที่เขียนไว้อย่างละเอียดใน STEP 1 มาคิดต่อว่า ถ้า AI ทำให้สิ่งเหล่านั้นกลายเป็นระบบอัตโนมัติจะแปลงเป็นฟังก์ชันอะไรได้บ้าง เช่น การเช็คสต็อกอาจแปลงเป็น “ฟังก์ชันจดจำวัตถุดิบและจัดการสต็อกอัตโนมัติ”

ตัวอย่าง ➡ การแปลงเป็นฟังก์ชัน AI

- เช็คสต็อกวัตถุดิบ → ฟังก์ชันจดจำวัตถุดิบและจัดการสต็อกอัตโนมัติ
- เลือกใช้ช่องแช่เย็นหรือช่องแช่แข็ง → ฟังก์ชันปรับอุณหภูมิตามประเภทของอาหารอัตโนมัติ
- เช็กวันหมดอายุ → ฟังก์ชันจัดการและแจ้งเตือนวันหมดอายุ

ตัวอย่าง คำตอบ

ทำให้สิ่งที่มนุษย์ทำกลายเป็นระบบอัตโนมัติโดย AI เช่น ฟังก์ชันจดจำวัตถุดิบและจัดการสต็อกอัตโนมัติ ฟังก์ชันปรับอุณหภูมิตามประเภทของอาหารอัตโนมัติ ฟังก์ชันจัดการและแจ้งเตือนวันหมดอายุ ฟังก์ชันคาดการณ์ความสดใหม่ของอาหาร ฟังก์ชันแนะนำเมนูอาหาร ฟังก์ชันสร้างรายการซื้อของอัตโนมัติ เป็นต้น

สรุป

เราได้ฝึกแยกภาพที่คลุมเครือในหัวให้กลายเป็นไอเดียที่ชัดเจนไปแล้ว คราวนี้เป็นการฝึกพื้นฐานง่าย ๆ ในการระดมไอเดีย แต่การจะยกระดับไอเดียเหล่านั้นให้ไปถึงขั้นจัดการทำเอกสารนำเสนอ จำเป็นต้องระบุประโยชน์ที่ผู้ใช้งานจะได้รับให้ชัดเจน เพราะสิ่งที่ลูกค้าอยากรู้จริง ๆ ไม่ใช่แค่ฟังก์ชัน แต่เป็นคำตอบของคำถามที่ว่า “สินค้านี้จะช่วยให้ชีวิตหรือการทำงานของฉันดีขึ้นอย่างไร” ซึ่งการจะตอบคำถามนี้ได้ คุณจำเป็นต้องมีทักษะการคิดเชิงนามธรรมด้วย

4

แยกความกังวลออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

“รู้สึกกังวลอย่างบอกไม่ถูก” เมื่อเจอสถานการณ์ที่คลุมเครือเช่นนี้
เราจะแยกแยะและคิดออกมาให้เป็นภาพที่ชัดเจนได้อย่างไร

อยากเลี้ยงสัตว์ แต่กังวลว่าจะดูแลไม่ไหว

สมมติว่าคุณทำงานบริษัทมา 3 ปี และอาศัยอยู่คนเดียว ใจจริง
คุณอยากเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมาก แต่เพราะงานยุ่ง จึงกังวลขึ้นมว่าจะดูแล
ไม่ไหว คุณกำลังลังเลอยู่ระหว่าง “ความปรารถนาที่อยากเลี้ยงสัตว์”
กับ “ความเป็นจริงที่งานยุ่ง” แล้วคุณจะมีวิธีคิดอย่างไรเพื่อหาข้อสรุป
ให้กับเรื่องนี้





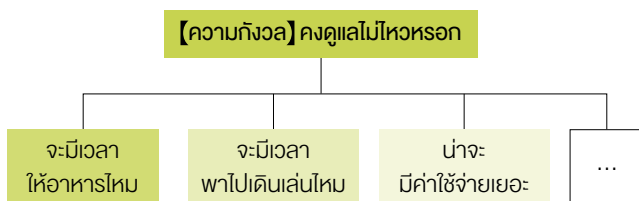
แยกความอยากออกจากความกังวลที่ยังคลุมเครือให้เป็นองค์ประกอบย่อยอย่างชัดเจน พร้อมทั้งพิจารณาจังหวะชีวิตและสภาพแวดล้อมของตัวเองอย่างเป็นกลาง

STEP 1 แยกความกังวลออกมาให้เป็นรูปธรรม

หลายคนคงรักสัตว์และอยากเลี้ยงมาก แต่ก็ต้องตัดสินใจเพราะคิดว่า “งานยุ่ง คงดูแลไม่ไหวหรอก” การตัดสินใจว่าจะเลี้ยงสัตว์หรือไม่นั้นเป็นเรื่องยาก

เนื่องจากตัดสินใจด้วยความรู้สึก “ชอบ” หรือ “ไม่ชอบ” เพียงอย่างเดียวไม่ได้ แต่ถ้าลองแยกความกังวลที่คลุมเครือว่า “คงดูแลไม่ไหวหรอก” ออกมา เราอาจพบทางออกและมีความสุขร่วมกับสัตว์เลี้ยงก็ได้ มาแยกความกังวลที่คลุมเครือออกมาว่า จริงๆ แล้วกำลังกังวลเรื่องอะไรอยู่กันแน่

ตัวอย่าง ➡ แยกความกังวล

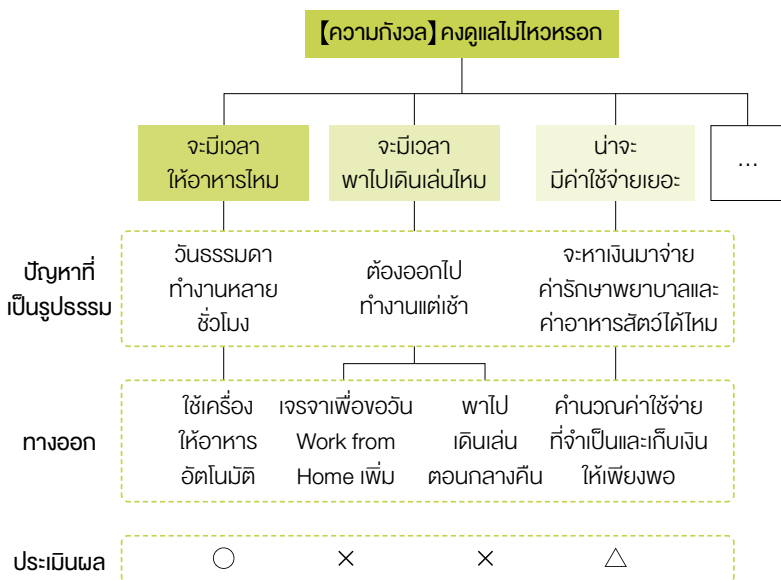


การแยกความรู้สึกที่คลุมเครือออกเป็นองค์ประกอบที่ชัดเจนในลักษณะนี้จะช่วยให้เห็นแก่นของปัญหาชัดเจนและรับมือได้ง่ายขึ้น แต่กลับกัน หากตัดสินใจโดยมองแค่ด้านอารมณ์ความรู้สึกว่า “เหนื่อยจากงาน คงไม่ไหวหรอก” หรือ “เหนื่อยจากงานก็จริง แต่น่าจะพอไหวนะ” จะทำให้เรามองข้ามปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ และนำไปสู่ความล้มเหลวได้ง่าย จึงต้องระวังในจุดนี้

STEP 2 พิจารณาโดยเปรียบเทียบกับสภาพแวดล้อมของตัวเอง

ลำดับต่อไป เราจะนำองค์ประกอบที่แยกไว้มาเปรียบเทียบกับ จังหวะชีวิตและสภาพแวดล้อมของตัวเอง เพื่อพิจารณาปัญหา รวมถึง ทางออกที่เป็นรูปธรรม

ตัวอย่างเช่น ลองพิจารณาปัญหาที่ชัดเจนจากความกังวลที่ว่า “จะมีเวลาให้อาหารไหม” อาจนึกย้อนเห็นปัญหาว่า “วันธรรมดาทำงาน หลายชั่วโมง” จากนั้นก็คิดวิธีแก้ปัญหานั้นดู แล้วจะพบทางออก เช่น “ใช้เครื่องให้อาหารอัตโนมัติ” การค่อย ๆ กำจัดความกังวลไปที่ละอย่าง เพื่อพิจารณาว่าวิธีนี้ทำได้จริงหรือไม่ ถือเป็นเรื่องที่ดี



หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ○ แปลว่า ใช้ได้

สัญลักษณ์ × แปลว่า ใช้ไม่ได้

สัญลักษณ์ △ แปลว่า พอใช้ได้

ตัวอย่าง
คำตอบ

ตอนนี้ยังไม่พร้อมเรื่องเงิน แต่จะเริ่มวางแผนการเก็บเงินตั้งแต่เดือนนี้เป็นต้นไป เพื่อรวบรวมค่าใช้จ่ายเบื้องต้นให้ได้ภายใน 1 ปี และจะเริ่มเลี้ยงสัตว์ในเดือน...ของปีหน้าให้ได้!

สรุป

เป็นอย่างไรบ้างครับ พอแยกความกังวลที่คลุมเครือออกมาให้ชัดเจนแล้วก็น่าจะช่วยให้คุณรับมือกับปัญหาได้ง่ายขึ้นใช่ไหม แบบฝึกหัดนี้เรานำไปใช้ในการแยกองค์ประกอบของ “ความกังวล” แต่ในความจริงแล้ว การแยก “ความอยาก” ว่าทำไมถึงอยากเลี้ยงสัตว์ก็เป็นแนวทางที่ดีมากเช่นกัน เพราะอาจเจอทางออกใหม่ๆ ได้

ตัวอย่างเช่น

อยากผ่อนคลาย ← ปลุกต้นไม้ก็ได้นี่นา

อยากหายเหงา ← นัดไปเที่ยวกับเพื่อนให้บ่อยขึ้น

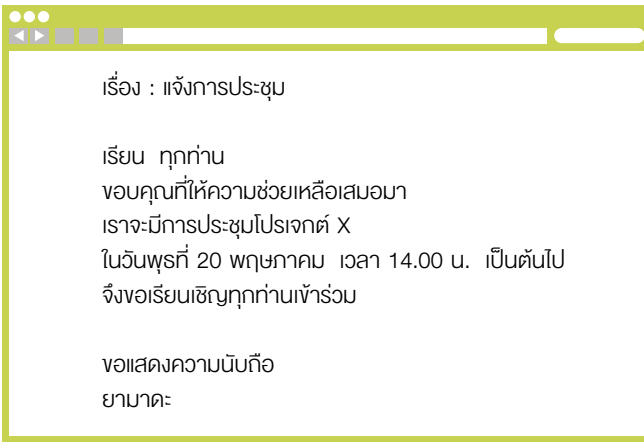
5

แยกองค์ประกอบออกมาได้หรือไม่

หลังจากส่งอีเมลเชิญประชุมไป ปรากฏว่ามีคำถามและข้อสงสัยจากหัวหน้า รวมถึงเพื่อนร่วมงานเป็นจำนวนมาก มีข้อบกพร่องตรงไหนกันแน่

ทำไมถึงมีคำถามทะลักกลับมาหลังจากที่ส่งอีเมลไป

สมมติว่าคุณเป็นพนักงานใหม่ปีแรก และได้รับคำสั่งจากหัวหน้าให้ส่งอีเมลแจ้งนัดการประชุมที่จะจัดขึ้นในสัปดาห์นี้ไปยังผู้เกี่ยวข้อง เมื่อคุณส่งอีเมลออกไป (ตามด้านล่าง) กลับมีคำถามและข้อสงสัยจากคนที่ได้รับอีเมลทะลักเข้ามาไม่ขาดสาย คุณคิดว่าตัวเองบกพร่องตรงไหน



เรื่อง : แจ้งการประชุม

เรียนทุกท่าน

ขอบคุณที่ให้ความช่วยเหลือเสมอมา

เราจะมีการประชุมโปรเจกต์ X

ในวันพุธที่ 20 พฤษภาคม เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป

จึงขอเรียนเชิญทุกท่านเข้าร่วม

ขอแสดงความนับถือ

ยามาตะ

ตัวอย่าง
คำตอบ

จัดระเบียบข้อมูลโดยคำนึงถึง 5W1H และวางข้อมูลสำคัญที่สุดไว้ส่วนต้น ตามด้วยรายละเอียดในส่วนท้าย จากนั้นก็คาดการณ์คำถามที่อาจเกิดขึ้นไว้ล่วงหน้า แล้วใส่ข้อมูลดังกล่าวในอีเมลเลย

แยกองค์ประกอบที่จำเป็นออกมา

ในการเขียนอีเมลแจ้งนัดประชุม การบอกแคว้น เวลา และสถานที่นั้นยังไม่พอ สิ่งสำคัญคือ ต้องแจ้งข้อมูลทั้งหมดที่ผู้เข้าร่วมจำเป็นต้องรู้ให้เข้าใจอย่างครบถ้วน ที่จริงแล้วองค์ประกอบที่จำเป็นในอีเมลนั้นแทบจะเหมือนกันทุกฉบับ ซึ่งทำให้บรรลุผลได้โดยการ**คำนึงถึง 5W1H**

[5W1H]

Who (ใคร)

What (อะไร)

When (เมื่อไร)

Where (ที่ไหน)

Why (ทำไม)

How (อย่างไร)

เหตุผลสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเรื่องนี้คือ **ถ้าผู้ส่งไม่เข้าใจภาพรวมของการประชุมก็จะให้ข้อมูลที่เหมาะสมแก่ผู้รับไม่ได้** เพื่อให้บรรลุจุดนั้น สิ่งสำคัญคือ ต้องรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชุมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ไว้ล่วงหน้า

รูปแบบที่มักเกิดความผิดพลาดได้ง่ายคือ การส่งต่อข้อมูลที่ได้รับจากหัวหน้าไปต่อๆ โดยไม่ผ่านการกลั่นกรอง ลองนึกถึง 5W1H ในหัว หากพบว่ายังขาดข้อมูลอะไรไปก็ต้องรวบรวมข้อมูลให้ชัดเจน เพื่อทำความเข้าใจภาพรวมทั้งหมดให้ดีเสียก่อน

เอาละ ต่อจากนี้มาลองคิดกันว่า ถ้านำ 5W1H มาใช้กับอีเมล
แจ้งเตือนประชุมครั้งนี้ แต่ละหัวข้อจะมีเนื้อหาอย่างไรบ้าง

ตัวอย่าง → 5W1H ที่ใช้ในอีเมล

Who (ใคร)	ผู้เข้าร่วม ผู้จัด
What (อะไร)	วาระการประชุม
When (เมื่อไร)	วัน เวลา ระยะเวลาที่ใช้ประชุม
Where (ที่ไหน)	สถานที่ กรณีประชุมออนไลน์ต้องบอกวิธี เข้าร่วมด้วย
Why (ทำไม)	วัตถุประสงค์หรือที่มาของการประชุม ความสำคัญ
How (อย่างไร)	รูปแบบการดำเนินการ สิ่งที่ต้องเตรียม

หากคุณทำให้ข้อมูลชัดเจนได้ขนาดนี้ จำนวนคำถามก็น่าจะลดลง
ไปเยอะเลยใช่ไหม ถึงแม้จะส่งข้อมูลตามนี้ไปเลยผู้รับก็ย่อมเข้าใจได้ แต่
ถ้าจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล แล้วค่อยเขียนอีเมล ผู้รับก็จะอ่านได้
โดยไม่เครียด ถ้าอย่างนั้นมาลองทำกันต่อเถอะ

จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล แล้วเรียงลำดับให้เข้าใจง่าย

ลองนำข้อมูลที่ทำให้ชัดเจนขึ้นด้วย 5W1H มาเรียงลำดับใหม่ตาม
ความสำคัญ โดยแบ่งเป็น 4 ระดับคือ ลำดับที่สูงสุด ลำดับที่สาม ลำดับที่สี่
และข้อมูลเพิ่มเติม

ตัวอย่าง

สำคัญที่สุด

วัตถุประสงค์และที่มาของการประชุม วัน เวลา
สถานที่

สำคัญ

ผู้เข้าร่วม วาระการประชุม

รายละเอียด

รูปแบบการดำเนินการ สิ่งที่ต้องเตรียม

ข้อมูลเพิ่มเติม

ที่มาของการประชุม ช่องทางติดต่อสอบถาม

“ใครต้องถามข้า” กันคุณะ

ตัวอย่าง
คำตอบ

(เรื่อง) **【ต้องเข้าร่วม】** ประชุมรายงานความคืบหน้าของโปรเจกต์ X
(20/5 เวลา 14.00-16.00 น.)

(เนื้อหา) เรียนทุกท่าน

ตามรายละเอียดด้านล่างนี้

รบกวนขอเรียนเชิญให้ทุกท่านเข้าร่วม

วันเวลา : วันพุธที่ 20 พฤษภาคม เวลา 14.00-16.00 น.

สถานที่ : ห้องประชุม A (ชั้น 10)

ผู้เข้าร่วม : หัวหน้าแต่ละแผนก

ปัญหาที่พบ กำหนดแนวทางในอนาคต

(กรุณาส่งภายในวันที่ 18 พฤษภาคม เวลา 17.00 น.)

การเข้าร่วมออนไลน์ : เข้าร่วมผ่าน Zoom ได้ (จะนำส่งลิงก์ให้ภายหลัง)

หากมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อสอบถามได้ที่รายละเอียดด้านล่างนี้

ติดต่อ : yamada@example.com (ยามาดะ)

สรุป

เป็นอย่างไรบ้างครับ หลายคนมักเผลอคิดว่า “แค่เจ้านัดประชุมไม่เห็นจะยากเลย” แต่การเขียนอีเมลที่ตอบใจความต้องการของผู้รับได้ครบถ้วนนั้นยากกว่าที่คิด อย่างไรก็ตาม หากทำข้อมูลให้เป็นรูปธรรมก่อน แล้วค่อยจัดโครงสร้างเนื้อหา ดังที่กล่าวไป ไม่ว่าใครก็เขียนอีเมลเจ้านัดประชุมที่มีประสิทธิภาพได้

ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งนี้ไม่เพียงทำให้คุณเขียนอีเมลเก่งขึ้น แต่ยังฝึกทักษะการมองสิ่งต่างๆ จากหลายมุมด้วย การหมั่นตั้งคำถามอยู่เสมอว่า “อีกฝ่ายอยากรู้อะไร” หรือ “ข้อมูลแบบไหนที่จำเป็น” จะช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารในภาพรวมของการทำงานได้

สิ่งสำคัญคือ การคิดจากมุมมองของผู้รับเสมอ เพราะสิ่งที่เราคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดาอาจเป็นข้อมูลใหม่สำหรับอีกฝ่ายก็ได้ นอกจากนี้ การจัดระเบียบข้อมูลและลำดับความสำคัญจะทำให้ผู้รับเข้าใจอีเมลของคุณง่ายขึ้น

หากทำได้ก็ถือว่าเป็น “มือโปร” เคล็ดลับการเขียนอีเมล

แม้ว่าตัวอย่างคำตอบข้างต้นอาจถือว่าดีพอแล้ว แต่ถ้าคุณอยากให้อีเมลสมบูรณ์แบบยิ่งขั้นก็ควรยื่นในมุมมองของผู้รับสาร แล้วตรวจสอบว่ามีข้อมูลอะไรที่ด้อยใส่เพิ่มอีกหรือไม่ เพราะข้อมูลที่ผู้ส่งคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดาอาจเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับผู้รับ

รูปแบบที่มักจะผิดพลาดได้ง่ายคือ การใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเองเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูล จนขาดการใส่ใจพนักงานใหม่หรือผู้เข้าร่วมครั้งแรก ฉะนั้นลองพิจารณาตามสถานการณ์ของผู้เข้าร่วมและเนื้อหาการประชุม แล้วใส่ข้อมูลดังต่อไปนี้ด้วย

ตัวอย่าง ➡ ข้อมูลที่อาจจำเป็นในบางกรณี

- หากเป็นสถานที่ที่ผู้เข้าร่วมเพิ่งเคยไปครั้งแรก ให้ใส่แผนที่หรือเส้นทาง
- หากเป็นการประชุมออนไลน์ ให้ใส่รายละเอียดเครื่องมือที่ใช้และวิธีเข้าร่วม
- หากต้องส่งเอกสารล่วงหน้า ให้ระบุวันกำหนดส่งและปลายทางที่จะให้ส่ง
- ระบุผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการประชุมในครั้งนี้

6

แยกสิ่งที่ยากบอกออกเป็นส่วนย่อยได้หรือไม่

แม้จะรู้สึกรู้ว่า “อยากบอกเรื่องสำคัญ”

แต่ถ้าไม่ได้เตรียมข้อมูลมาอย่างละเอียดก็ไมอาจกลั่นกรองออกมาเป็นคำพูดได้
ซึ่งโจทย์ในครั้งนี้คือปัญหาในลักษณะนั้น

ถ่ายทอด “ข้อดีของญี่ปุ่น” ให้ชาวต่างชาติฟังได้หรือไม่

สมมติว่าคุณเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เก่งภาษาอังกฤษ เมื่อ
นักศึกษาแลกเปลี่ยนชาวอเมริกันถามว่า “ช่วยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
ในญี่ปุ่นให้หน่อยสิ แล้วพาไปด้วยนะ”

แม้ในหัวจะมีความคิดแวบขึ้นมาบ้าง แต่คุณกลับพูดไม่ออก แถม
ยังนำเสนอแบบชัดเจนไม่ได้ ในสถานการณ์นี้จะทำอย่างไรดี





ลองแยก “ข้อดีของญี่ปุ่น” ออกเป็นส่วนย่อยๆ เช่น วัฒนธรรม
อาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว

แยก “ข้อดีของญี่ปุ่น” ออกเป็นส่วนย่อย

คนที่เกิดและใช้ชีวิตอยู่ในญี่ปุ่นมาโดยตลอด บางครั้งอาจไม่ทัน
สังเกตว่าญี่ปุ่นดีอย่างไร ด้วยเหตุนี้ เมื่อถูกชาวต่างชาติถามว่า “มีอะไร
แนะนำในญี่ปุ่นบ้างไหม” จึงอีกอีกจนพูดไม่ออก

ในเวลาแบบนั้น ให้ลองแยกย่อย “ข้อดีของญี่ปุ่น” ออกมาเป็น
ส่วนๆ

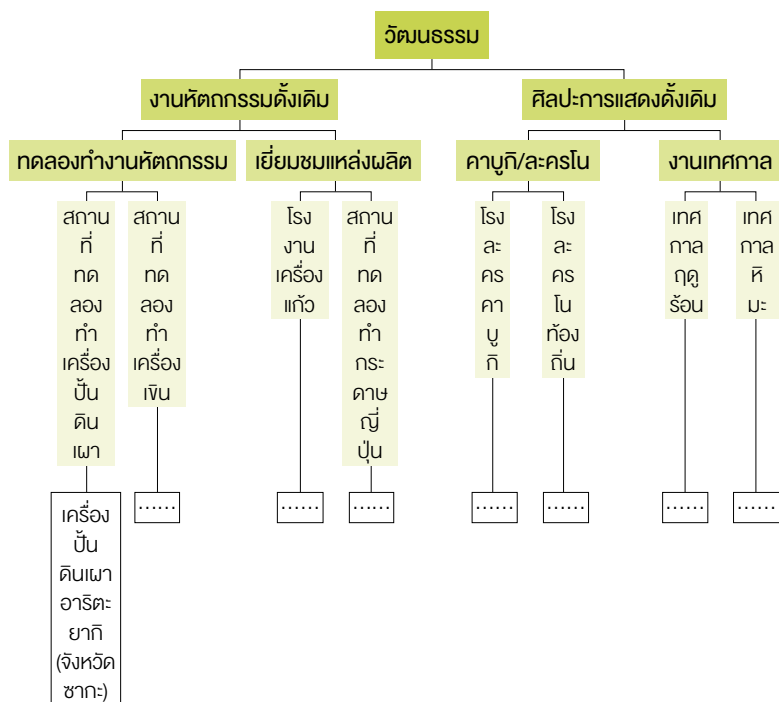
คุณจะแยกออกมาเป็นรูปแบบไหนได้บ้าง

ตัวอย่าง ➡ แยกข้อดีของญี่ปุ่น

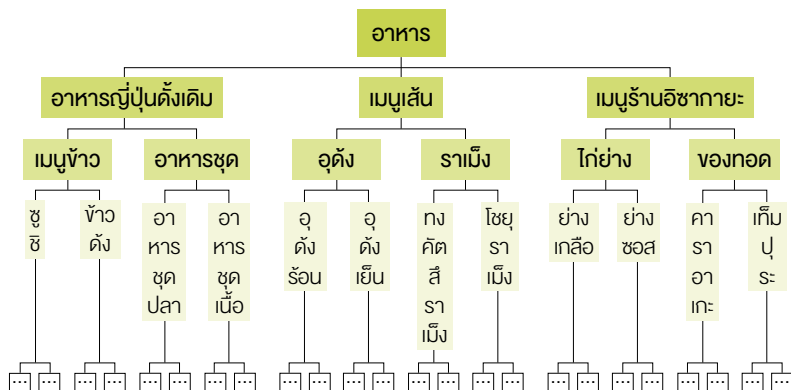
- วัฒนธรรม
- อาหาร
- สถานที่ท่องเที่ยว

ลองใช้หัวข้อเหล่านี้เป็นขั้นที่ 1 แล้วสร้างแผนภูมิพีระมิดของแต่ละ
หัวข้อ โดยตั้งเป้าหมายให้แตกย่อยลงไปให้ได้ถึง 5 ขั้น

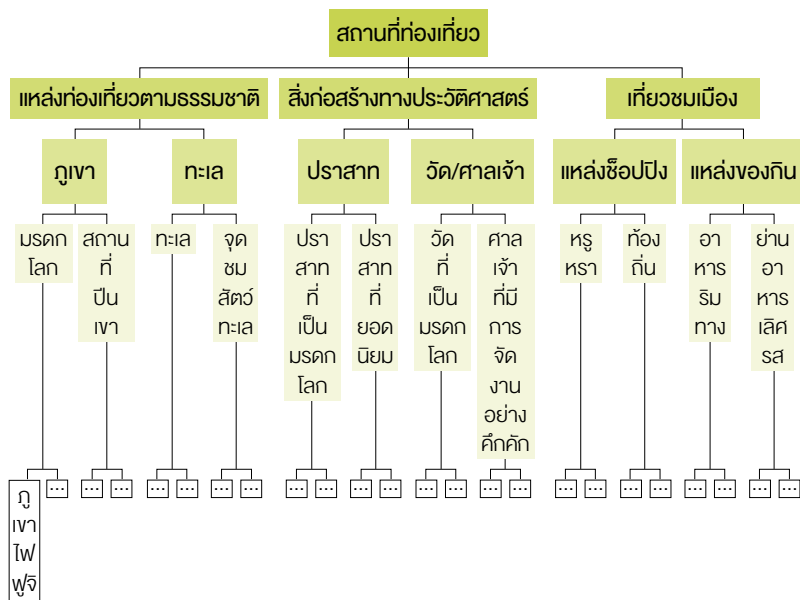
ตัวอย่าง ➔ ด้านวัฒนธรรม



ตัวอย่าง ➡ ด้านอาหาร



ตัวอย่าง ➡ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว



จำกัดขอบเขตคำแนะนำให้แคบลง

เมื่อได้องค์ประกอบต่างๆ ออกมาแล้วก็ถึงเวลาจำกัดขอบเขตของ “คำแนะนำ” ให้แคบลง เนื่องจากสิ่งที่เราชอบจะสื่อสารไปยังอีกฝ่ายได้ดีกว่า

ดังนั้นให้คุณเลือกสิ่งที่คุณชอบจากองค์ประกอบทั้งหมดที่แยกออกมา ในขณะเดียวกันก็ถามความชอบของอีกฝ่ายด้วย หากพิจารณาปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและงบประมาณไปด้วยก็จะยิ่งดี

ตัวอย่าง
คำตอบ

“ญี่ปุ่นมีภูเขาหลายแห่งที่สัมผัสได้ถึง 4 ฤดูกาล แต่ถ้าเป็นช่วงนี้ก็แนะนำภูเขาทาคาโอะ และใกล้ๆ นั้นยังมีร้านซูชิด้วย ไว้ลองไปที่นั่นกัน”

สรุป

เมื่อต้องการจะผูกมิตรกับผู้ที่ไม่มีพื้นเพ ประเทศ หรือวัฒนธรรมที่ต่างกัน การรับรู้และทำความเข้าใจสิ่งที่เป็นเรื่องธรรมดาสำหรับเรานั้น บางครั้งอาจยากกว่าที่คิด แต่ถ้าลองแยกสิ่งที่คุณคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดาออกมาดูใหม่ก็จะทำได้ค้นพบมุมมองใหม่ๆ

ที่ปรึกษาเก่ง ๆ คือปรมาจารย์ด้าน “การคิดแบบแยกส่วน”

เหล่าที่ปรึกษาเก่ง ๆ ที่ผมเจอสมัยอยู่บริษัทดีลอยท์นั้น จะไวต่อคำพูดลอย ๆ ที่ดูเป็นนามธรรมของลูกค้ามาก และพวกเขาจะยิงคำถามเพื่อแยกแยะประเด็นนั้นออกมาให้ชัด

ตัวอย่างเช่น ในระหว่างคุยเรื่ององค์กร ลูกค้าอาจบ่นออกมาว่า “ช่วงนี้หาคนมาทำงานยากจังเลย” ที่ปรึกษาเก่ง ๆ จะไม่ปล่อยผ่านคำพูดนี้ไป การแยกส่วนแบบง่าย ๆ คือ ถามว่า “อะไร” (What) เช่น “อยากได้คนแบบไหน” “อยากได้คนมีประสบการณ์ เด็กจบใหม่ หรือพนักงานพาร์ทไทม์”

แต่ที่ปรึกษาที่เหนือกว่านั้นจะตั้งคำถาม “ทำไม” (Why) ในใจว่า “ทำไมถึงต้องรับคนเพิ่ม” แล้วถามต่อว่า “ตอนนี้งานยุ่งมากเลยใช่ไหม” พอได้คำตอบว่า “ใช่เลย” ก็จะเริ่มแยกย่อยประเด็นต่อในหลายแง่มุมเพื่อหา “ปัญหาที่แท้จริง” และถามต่อว่า “ถ้าอย่างนั้น ปัญหาคือคนไม่พอ หรือเป็นเพราะทำงานได้ไม่มีประสิทธิภาพ จนทำให้รู้สึกเหมือนขาดคนอยู่ตลอดเวลา” ซึ่งนี่คือวิธีที่ค่อย ๆ แยกย่อยปัญหาผ่านมุมมองต่าง ๆ เพื่อหาคำตอบที่ตรงจุดที่สุด

7

ทำให้เห็นความแตกต่างได้หรือไม่

จากตรงนี้เป็นโจทย์เกี่ยวกับ “การคิดแบบหาความต่าง”
มาทำให้การเพิ่มยอด “ไลก์” ในโซเชียลมีเดียมีแนวทางที่ชัดเจนกัน

ไม่มีคนกดไลก์โพสต์ในโซเชียลมีเดียเลย

สมมติว่าคุณโพสต์ลงในโซเชียลมีเดียว่า “กาแฟร้านนี้อร่อยมาก!”
และอุตสาหกรรมโพสต์อยู่เรื่อย ๆ แต่แทบไม่มีใครกดไลก์เลย ในขณะที่
เพื่อนของคุณได้ยอดไลก์กล่มกลายอยู่เสมอ สถานะบัญชีก็เป็นผู้ใช้ทั่วไป
เหมือนกันแท้ ๆ แล้วอะไรทำให้โพสต์ของคุณกับเพื่อนต่างกัน

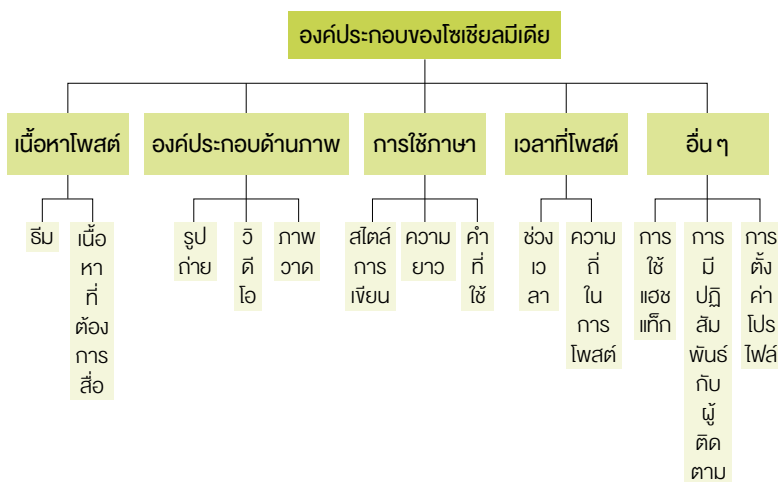




สังเกตจากหลายๆมุมมอง ทั้งเนื้อหาโพสต์ รูปแบบ และช่วงเวลา
ที่โพสต์ ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่วัดผลได้ เช่น ตัวเลขสำคัญ
จุดเด่นของโพสต์ รวมถึงระดับการมีปฏิสัมพันธ์และการตอบสนองจากผู้ติดตาม

STEP 1 แยกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความนิยมของโพสต์

ก่อนอื่นมาแยกดูว่า มีองค์ประกอบอะไรบ้างที่น่าจะส่งผลต่อความ
นิยมของโพสต์ในโซเชียลมีเดีย ลองสร้างแผนภูมิพีระมิด 3 ชั้น โดยให้
“องค์ประกอบของโซเชียลมีเดีย” เป็นชั้นที่ 1 แล้วลองใส่องค์ประกอบเหล่านี้
ในชั้นที่ 2 ได้แก่ เนื้อหาโพสต์ องค์ประกอบด้านภาพ การใช้ภาษา
เวลาที่โพสต์ และอื่นๆ



STEP 2 ทำให้คุณลักษณะเป็นรูปธรรม

นำแต่ละองค์ประกอบที่แยกย่อยจากแผนภูมิพีระมิดมาเขียนว่า “ในโซเชียลมีเดียของเพื่อนเป็นอย่างไร” จุดสำคัญคือพยายามอธิบายให้ชัดเจนที่สุด รวมถึงใช้ตัวเลขประกอบ เมื่อทำแบบนี้แล้วอาจพบสิ่งต่างๆ เช่น

[เนื้อหา] โพสต์เกี่ยวกับการค้นพบหรือความประทับใจในชีวิตประจำวัน

[องค์ประกอบด้านภาพ] มากกว่า 90% ของโพสต์แนบรูปโทนสว่างมาด้วย

[การใช้ภาษา] ไม่เกิน 50 ตัวอักษร และใช้โมจิอย่างน้อย 3 ตัวขึ้นไป

[เวลาที่โพสต์] โพสต์อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ตอนเจ็ดโมงเช้า และสามทุ่มของวันธรรมดา

[แฮชแท็ก] ใช้ 3-5 แฮชแท็กในทุกโพสต์

[การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม] ตอบคอมเมนต์ภายใน 24 ชั่วโมง

STEP 3 หาจุดที่ต่างจากตัวเอง

จากองค์ประกอบที่พบใน STEP 2 ลองนำมาเปรียบเทียบระหว่างตัวเองกับเพื่อนดู การรับรู้ความแตกต่างจะช่วยให้คุณหาแนวทางในการปรับปรุงได้ง่ายขึ้น

	ตัวเอง	VS	เพื่อน
เนื้อหาโพสต์	เน้นข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกของตัวเอง		การค้นพบหรือความประทับใจในชีวิตประจำวัน
องค์ประกอบด้านภาพ	โทนมืด บางครั้งมีเงาติดมาด้วย		มากกว่า 90% ของโพสต์แบบรูปโทนสว่างมาด้วย
การใช้ภาษา	เขียนอธิบายยาวเหยียด		ไม่เกิน 50 ตัวอักษร และใช้อีโมจิอย่างน้อย 3 ตัวขึ้นไป
เวลาที่โพสต์	ไม่แน่นอน		โพสต์อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ตอนเจ็ดโมงเช้าและสามทุ่มของวันธรรมดา
อื่นๆ	แทบไม่ใช้แฮชแท็ก และไม่คอยตอบคอมเมนต์		ใช้ 3 - 5 แฮชแท็กในทุกโพสต์ และตอบคอมเมนต์ภายใน 24 ชั่วโมง

STEP 4 คาดเดาว่า “ทำไมถึงได้รับความนิยม”

สุดท้ายให้ลองคาดเดาว่า คุณลักษณะโซเชียลมีเดียของเพื่อนที่ทำให้ได้ยอดไลก์เยอะคืออะไร เช่น เพื่อนมักโพสต์เกี่ยวกับ “การค้นพบหรือความประทับใจในชีวิตประจำวัน” จากตรงนี้เราคาดเดาอะไรได้บ้าง อาจเป็นเพราะการแชร์เรื่องราวใหม่ๆ ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมหรือรู้สึกใกล้ชิดได้ง่าย ลองใช้แนวคิดนี้กับองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมกันดู

ตัวอย่าง → เหตุผลที่โซเชียลมีเดียของเพื่อนได้รับความนิยม

การค้นพบหรือความประทับใจในชีวิตประจำวัน → ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมหรือรู้สึกใกล้ชิดได้ง่าย

รูปโทนสว่าง → ดึงดูดสายตา ให้ความรู้สึกในแง่บวก

ข้อความสั้นกับอีโมจิ → อ่านง่าย ดูเป็นกันเอง

โพสต์สม่ำเสมอ → เพิ่มความคาดหวังของผู้ติดตาม

ใช้แฮชแท็ก → ช่วยเพิ่มโอกาสได้ผู้ติดตามใหม่

ตอบคอมเมนต์อย่างแข็งขัน → สร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตาม

ตัวอย่าง
คำตอบ

ปัจจัยที่ทำให้โพสต์ของเพื่อนได้ยอดไลก์เยอะคือ เนื้อหาเป็นการค้นพบหรือความประทับใจในชีวิตประจำวันซึ่งทำให้ผู้ติดตามเกิดความรู้สึกร่วมได้ง่าย โดยใช้รูปโทนสว่างและข้อความสั้นที่อ่านง่าย พร้อมทั้งโพสต์อย่างสม่ำเสมอ จึงเพิ่มความคาดหวังของผู้ติดตาม

นอกจากนี้ ยังใช้แฮชแท็กเพื่อเพิ่มผู้ติดตามใหม่ และตอบคอมเมนต์อย่างแข็งขัน ทำให้ความสัมพันธ์กับผู้ติดตามแน่นแฟ้นขึ้น ซึ่งลักษณะเหล่านี้ช่วยดึงดูดความสนใจและก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

สรุป

เป็นอย่างไรบ้างครับ สิ่งสำคัญคือการแยกสิ่งที่คุณเรียกว่า “ความนิยม” หรือ “การตอบรับที่ดี” ออกเป็นคุณลักษณะเฉพาะและพฤติกรรมที่ชัดเจน จากนั้นให้สังเกตอย่างเป็นกลาง เมื่อมีทักษะการคิดเชิงรูปธรรมแล้วก็จะแก้ไขปัญหาคือคุณเครื่องมือในชีวิตประจำวัน เช่น “ทำไปทั้งเป็นแบบนี้” หรือ “เหมือนจะเป็นแบบนี้แต่ก็ไม่แน่ใจ” ได้ง่ายขึ้น หากทำได้แบบนี้ ชีวิตประจำวันและการทำงานก็จะสนุกขึ้นด้วย



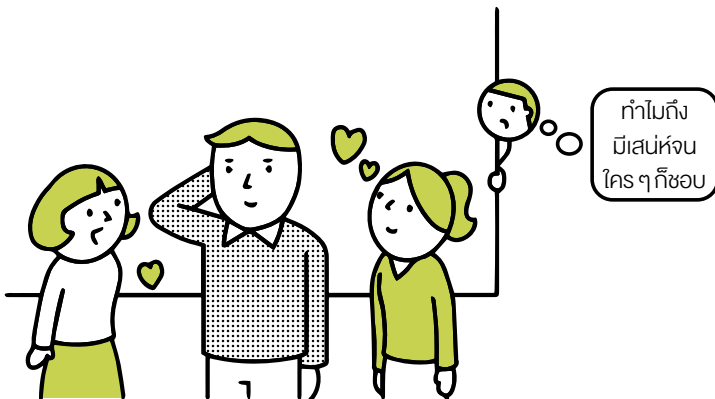
เปรียบเทียบสถานการณ์ได้หรือไม่

เคยเจอคนที่ดูเฟี้ยว ๆ ก็ธรรมดา แต่กลับมีคนชอบเยอะมากไหม
 ใจทงนี้เราจะมาลองทำให้ “การมีเสน่ห์” ที่ดูคลุมเครือชัดเจนขึ้น
 แล้วนำมาเปรียบเทียบกัน

เพื่อนที่มีเสน่ห์ vs ตัวเองที่ไม่มีเสน่ห์

คุณมีเพื่อนคนหนึ่งที่มีหน้าตาธรรมดา ๆ แต่กลับเป็นคนมีเสน่ห์
 มากกว่าคนอื่นอย่างเห็นได้ชัด

คุณแอบอิจฉาเพื่อนคนนั้นอยู่ลึก ๆ จนอยากไขความลับว่า
 ทำไมเขาถึงมีเสน่ห์ และอยากพัฒนาตัวเองให้เป็นคนแบบนั้นบ้าง แล้ว
 “คุณลักษณะ” หรือ “พฤติกรรม” อะไรของเพื่อนที่ดึงดูดคนอื่นได้ทันแน่



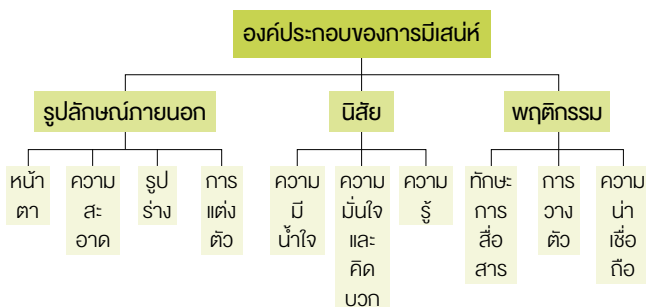


ไม่ได้มองแค่รูปลักษณะภายนอก แต่ให้สังเกตภาพกว้างๆ รวมถึง พฤติกรรมและนิสัย โดยโฟกัสไปยังคำพูดหรือการกระทำที่เป็น รูปแบบ พร้อมทั้งวิธีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นและบรรยากาศรอบตัว

STEP 1 ทำให้องค์ประกอบของ “การมีเสน่ห์” เป็นรูปแบบ

ก่อนอื่น ลองระบุงค์ประกอบต่างๆที่น่าจะส่งผลต่อเสน่ห์ของคน ให้ได้มากที่สุด สิ่งสำคัญคือ อย่ายึดติดแค่รูปลักษณะภายนอก แต่ควร คิดจากมุมมองที่หลากหลาย มาลองสร้างแผนภูมิพีระมิด 3 ชั้น โดยให้ “องค์ประกอบของการมีเสน่ห์” เป็นชั้นที่ 1 ดู

ตัวอย่าง → องค์ประกอบของการมีเสน่ห์

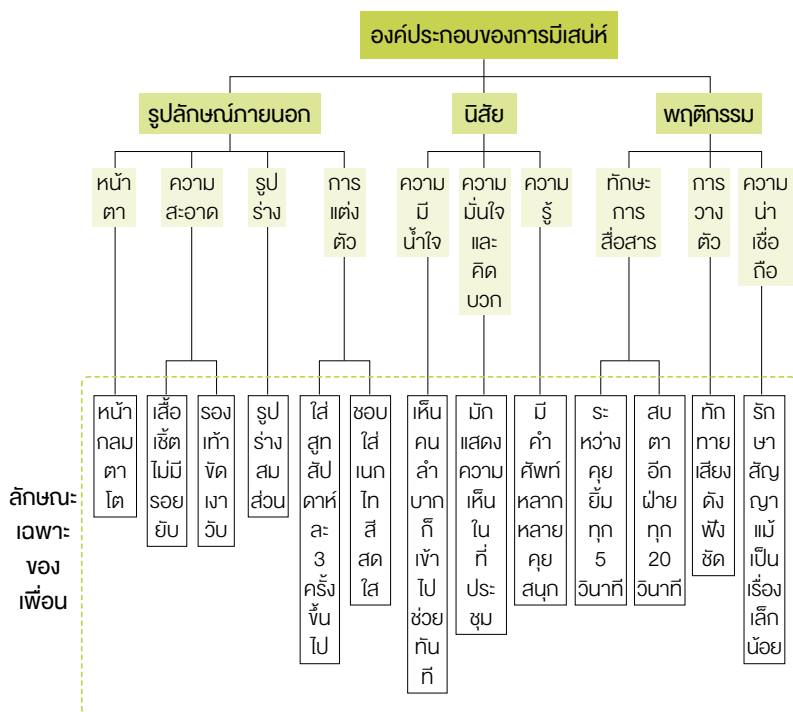


STEP 2 อธิบายคุณลักษณะของแต่ละองค์ประกอบให้เป็นรูปแบบ

สำหรับแต่ละองค์ประกอบที่แยกใน STEP 1 ให้เขียนคุณลักษณะของเพื่อนออกมาให้ละเอียด

โดยหลีกเลี่ยงคำอธิบายที่เป็นความรู้สึกส่วนตัวหรือคลุมเครือ พยายามอธิบายด้วยตัวเลขและพฤติกรรมที่จับต้องได้อย่างเป็นกลาง

ตัวอย่าง ➔ คุณลักษณะของเพื่อน



STEP 3 ตรวจสอบความแตกต่าง

จากนั้นให้นำคุณลักษณะของเพื่อนที่แยกออกมาได้ มาลองเปรียบเทียบกับตัวเอง เมื่อทำแบบนี้ก็จะเห็นได้ชัดเจนว่า อะไรที่เพื่อนมี แต่ตัวเองไม่มี

	เพื่อนที่มีเสน่ห์	VS	ตัวเอง
รูปลักษณ์ ภายนอก	• หน้ากลม ตาโต • เสื้อยืดไม่มีรอยยับ • ร่องแก้มชัดเจน • รูปร่างสมส่วน • ใส่สูทสัปดาห์ละ 3 ครั้งขึ้นไป • ชอบใส่เนกไทสีสดใส		• หน้าแบบญี่ปุ่นแท้ๆ • โทนหนวดแล้ว ผิวเรียบเนียน • ใส่เสื้อโปโลบ่อย (อาจจะดูยับนิดๆ) • สูง 173 ซม. หนัก 65 กก.
นิสัย	• เห็นคนลำบากก็เข้าไปช่วยทันที • มักแสดงความเห็นในที่ประชุม • มีคำศัพท์หลากหลาย คอยสนุก		• รอให้คนอื่นเข้าหา • ในที่ประชุมมักดูง่วงๆ • มีความรู้เยอะ (แต่ไม่ค่อยแสดงออก)
พฤติกรรม	• ระหว่างคุยยิ้มทุก 5 วินาที • สบตาอีกฝ่ายทุก 20 วินาที • กักตุนเสียงดังฟังชัด • รักษาสัญญาณเป็นเรื่องราวเล็กน้อย		• ยิ้มเมื่อมีเรื่องตลกจริงๆ เท่านั้น • สบตาแค่ตอนแรก หลังจากนั้นแทบไม่มอง • กักตุนปกติ • รักษาสัญญาณ

STEP 4 คิดถึงผลลัพธ์จากคุณลักษณะที่สังเกตได้

สุดท้าย ให้ลองพิจารณาความแตกต่างระหว่างเพื่อนกับตัวเอง ที่เห็นชัดเจนแล้ว โดยมองในแง่บวก และลองคาดเดาว่าทำไมสิ่งเหล่านั้น ถึงดูมีเสน่ห์

【ตัวอย่างการคาดเดา】

- หน้ากลม ตาโต → ให้ความรู้สึกอ่อนโยน น่ารัก
- เสื้อยืดไม่มีรอยยับ → ให้อารมณ์ที่ดูสะอาด เป็นคนดูแลตัวเอง จึงสร้างความประทับใจ
- ชอบใส่เนกไทสีสดใส → ดูเป็นคนเปิดเผย เข้าหาง่าย
- มักแสดงความเห็นในที่ประชุม → ดูเป็นคนมั่นใจ มีภาวะผู้นำ

- มีคำศัพท์หลากหลาย คุ้นหู → ดึงดูดความสนใจของคนอื่น
ทำให้คนอยากเข้ามาหาโดยธรรมชาติ
- ระหว่างคุ้ยเขี่ยทุก 5 วินาที → ทำให้อีกฝ่ายรู้สึกเป็นกันเองและ
สบายใจ
- สบตาอีกฝ่ายทุก 20 วินาที → สร้างความไว้วางใจ และเป็นจุดเริ่มต้น
ของความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด

ตัวอย่าง
คำตอบ

เหตุผลที่เพื่อนเป็นคนมีเสน่ห์และมีคนชอบเยอะคือ เามีใบหน้ากลม
และตาโต ซึ่งให้ความรู้สึกอ่อนโยน น่ารัก อีกทั้งยังสวมเสื้อเชิ้ต
ที่ไม่มีรอยยับ จึงมีภาพลักษณ์ที่ดูสะอาดสะอ้าน นอกจากนี้ เนกโกสึดใส
ยังช่วยให้ดูเป็นคนเปิดเผย เข้าหาง่าย อีกทั้งการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม
รวมถึงการยิ้มและการสบตาบ่อยๆ ก็ล้วนเป็นปัจจัยที่ดึงดูดผู้คน

สรุป

การทำให้แนวคิดเรื่อง “การมีเสน่ห์” เป็นรูปธรรม และนำคุณลักษณะนั้นๆ
มาเปรียบเทียบ ทำให้เราคาดเดาเหตุผลได้ว่า “เพื่อนมีเสน่ห์เพราะอะไร” การได้ข้อสังเกต
ใหม่ๆ จะเป็นแรงผลักดันให้ลงมือทำ อีกทั้งการคิดแบบหาความต่าง ยังช่วยให้มองเห็น
จุดที่แตกต่างได้ชัดเจนขึ้น และค้นพบข้อสังเกตใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น

9

แยกความต่างของสิ่งที่คล้ายกันได้หรือไม่

การทำโจทย์นี้จะช่วยฝึกทักษะการมองเห็น
คุณลักษณะของสิ่งที่แตกต่างกันอย่างเป็นกลาง
และพัฒนาความสามารถในการอธิบายข้อดี - ข้อเสียของแต่ละสิ่งได้ชัดเจน

อธิบายความต่างระหว่างโทรทัศน์กับยูทูปได้หรือไม่

สมมติว่าคุณเป็นผู้จัดการในบริษัทเอกชนซึ่งมีเงินถึงรายใหญ่ และดูแลศิลปินคนหนึ่งชื่อ คุณ A ซึ่งเป็นนักแสดงอาวุโสที่ปรากฏตัวในรายการโทรทัศน์เป็นประจำ

อยู่มาวันหนึ่ง มีข้อเสนอให้คุณ A ไปออกรายการในช่องยูทูป ยอดนิยม แต่คุณ A กลับปฏิเสธว่า “ไม่มีวันยอมไปออกรายการยูทูปหรอก” อย่างไรก็ตาม คุณมองว่า ในอนาคตอาจจะสร้างช่องยูทูปให้คุณ A ด้วย ดังนั้นคุณจึงจำเป็นต้องอธิบายความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์กับยูทูป รวมถึงข้อดีของแต่ละแพลตฟอร์มอย่างชัดเจน เพื่อนำมาให้คุณ A เห็นด้วย แล้วคุณจะอธิบายอย่างไร





เปรียบเทียบคุณลักษณะของโทรทัศน์กับยูทูปจากหลายๆมุมมอง
อาจจะเริ่มจากมุมมองของศิลปินว่า มีข้อดี-ข้อเสียอะไรบ้าง จากนั้น
ก็อธิบายโดยใช้ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมและตัวเลขประกอบ

STEP 1 ทำให้ “คุณลักษณะของสื่อ” เป็นรูปธรรมมากขึ้น

ในการอธิบายความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์กับยูทูปเพื่อโน้มน้าว
ศิลปินได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเข้าใจคุณลักษณะของสื่อทั้ง
สองแบบอย่างลึกซึ้ง ลองสร้างแผนภูมิพีระมิด 3 ชั้น โดยให้ “คุณลักษณะ
ของสื่อ” เป็นชั้นที่ 1 กัน

ตัวอย่าง ➔ **คุณลักษณะของสื่อ**



STEP 2 เปรียบเทียบ

นำคุณลักษณะที่ชัดเจนมาเปรียบเทียบระหว่างโทรทัศน์กับยูทูป

ตัวอย่างเช่น ลองคิดเรื่องการผลิตคอนเทนต์ กรณีของโทรทัศน์จะมีทีมงานจากสถานีโทรทัศน์หรือบริษัทผลิตรายการคอยสนับสนุนเป็นหลัก ส่วนยูทูบโดยพื้นฐานแล้วต้องวางแผน ผลิต และตัดต่อคอนเทนต์ด้วยตัวเอง ลองเปรียบเทียบคุณลักษณะอื่นๆ ในลักษณะเดียวกันนี้ดู

ตัวอย่าง → ความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์กับยูทูบ

	โทรทัศน์	VS	ยูทูบ
สังกัดและสัญญา	สังกัดค่ายใหญ่หรือบริษัทโปรดักชัน		ทำงานอิสระ เลือกสัญญาได้แบบยืดหยุ่น
โอกาสในการออกฉัชน	มีการออกฉัชนเป็นประจำ การแข่งขันสูง		สร้างโอกาสเองได้ผ่านการผลิตและอัปโหลดคอนเทนต์
ความมั่นคงในอาชีพ	ได้งานที่มั่นคง		มีความไม่แน่นอนจนกว่าจะประสบความสำเร็จ
ทักษะการแสดง	เน้นทักษะการแสดงและต้องผ่านการฝึกฝนเฉพาะทาง		ต้องมีทักษะการผลิตและตัดต่อวิดีโอด้วย
การผลิตคอนเทนต์	มีทีมงานช่วยสนับสนุนเป็นหลัก		ต้องคิด วางแผน ถ่ายทำ และตัดต่อเอง
ทักษะการตลาด	มีทีมงานมืออาชีพช่วยโปรโมต		ต้องใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดเพื่อเพิ่มแฟนคลับด้วยตัวเอง
การสร้างตัวตน	ภาพลักษณ์มักถูกกำหนดโดยบริษัท		แสดงตัวตนและสไตล์ของตัวเองได้อย่างอิสระ
ความสัมพันธ์กับแฟนคลับ	ค่อนข้างมีระยะห่างกับผู้ชม		สื่อสารโดยตรงผ่านคอมเมนต์และการไลฟ์สด
การสร้างรายได้จากหลายช่องทาง	รายได้หลักมาจากค่าตัวและสปอนเซอร์		มีหลากหลายช่องทาง เช่น รายได้จากโฆษณา สปอนเซอร์ และการขายสินค้า

STEP 3 ทำให้ “ความเสี่ยงและมาตรการรับมือ” เป็นรูปธรรม

จากการเปรียบเทียบในหลายมุมมอง ทำให้เราเห็นความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์กับยูทูบอย่างชัดเจน

แม้จะเริ่มเห็นข้อดีของการไปออกรายการยูทูบ แต่แค่นี้ไม่พอที่จะโน้มน้าวคุณ A ได้ เพราะเขาอาจต่อต้านว่า “ถ้าไปออกรายการยูทูบเดี๋ยวก็มีคอมเมนต์แฉลบ ไม่เอาด้วยหรอก” จึงควรพิจารณาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการทำยูทูบและมาตรการรับมือที่ชัดเจนไว้ล่วงหน้า แล้วมีอะไรที่พอคิดได้บ้าง

ตัวอย่าง → ความเสี่ยงและมาตรการรับมือ

- คอมเมนต์แฉลบ → ใช้ฟังก์ชันกรองคอมเมนต์และมีทีมงานดูแลโดยเฉพาะ
- ความเสี่ยงในการเกิดดราม่า → ตรวจสอบเนื้อหาล่วงหน้าและจัดทำคู่มือรับมือกรณีเกิดปัญหา
- การปกป้องความเป็นส่วนตัว → จัดทำแนวทางการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
- ปัญหาลิขสิทธิ์ → ตรวจสอบสิทธิ์การใช้งานล่วงหน้า

หากวางแผนและเตรียมการถึงระดับนี้ก็จะช่วยลดความกังวลของคุณ A และทำให้เขาเปิดใจกับการทำยูทูบมากขึ้น

ตัวอย่าง
คำตอบ

“คุณ A ครับ ยูทูปมีเสน่ห์ที่แตกต่างจากโทรทัศน์นะครับ เพราะเราเชื่อมต่อกับผู้ชมได้โดยตรง และยังเป็นโอกาสในการแสดงความสามารถใหม่ๆ ด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นการต่อยอดชื่อเสียงที่สั่งสมมาจากรายการโทรทัศน์ พร้อมทั้งแสดงออกได้อย่างอิสระมากขึ้น

แน่นอนว่ามีความเสี่ยงอยู่บ้าง แต่เราลดความเสี่ยงเหล่านั้นให้น้อยที่สุดด้วยมาตรการที่เป็นรูปธรรม เช่น การจัดการคอมเมนต์และการตรวจสอบเนื้อหาล่วงหน้า ลองเริ่มจากวิดีโอสั้นๆ เป็นการทดลองก่อนไหมครับ ทางเราจะสนับสนุนคุณอย่างเต็มที่เลย”

สรุป

ในการอธิบาย หากใช้ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมและตัวเลขแทนคำพูดที่เป็นนามธรรมจะช่วยให้ความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังมีพลังในการโน้มน้าวมากขึ้น การคิดแบบหาความต่างใช้ได้หลายสถานการณ์ เช่น การเปรียบเทียบบริการหรือเทคโนโลยีเก่ากับใหม่ ลองฝึกนิสัยการเปรียบเทียบสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จะช่วยให้คุณนำเสนอไอเดียได้อย่างมีน้ำหนักมากขึ้น

10

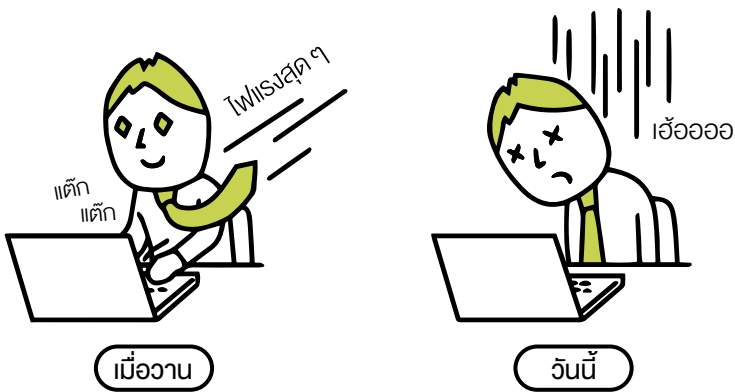
เปรียบเทียบสิ่งที่มีความผันผวนได้หรือไม่

การทำใจแบบนี้จะช่วยฝึกทักษะการวิเคราะห์สภาพของตนเองอย่างเป็นกลาง
และพัฒนาความสามารถในการระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ
การทำงานได้ชัดเจน

ทำไมช่วงนี้ถึงทำงานได้ไม่ค่อยดี

สมมติว่าคุณเริ่มสังเกตว่า ช่วงหลังๆ มาประสิทธิภาพการทำงาน
ของตัวเองไม่สม่ำเสมอ มีทั้งวันที่ทำได้ดีและวันที่ทำไม่ได้ดี แล้วจะทำ
อย่างไรให้รักษาสภาวะที่ดีไว้ได้อย่างต่อเนื่อง

มาลองวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง “วันที่ทำได้ดี” กับ “วันที่ทำ
ไม่ได้” เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ตอนที่ทำงานได้ด้อยลงละเอียดยกกัน





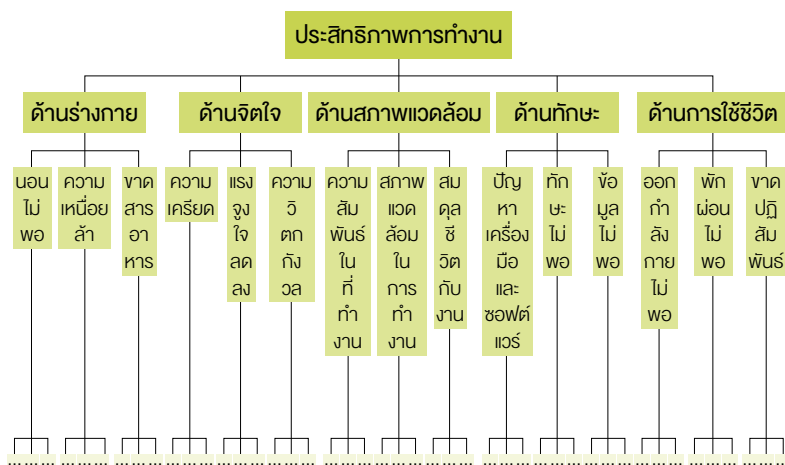
พิจารณาปัจจัยด้านร่างกาย จิตใจ และสภาพแวดล้อมให้กว้าง

โดยอธิบายออกมาเป็นพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมหรือตัวเลข ลองใส่ดู
การใช้ชีวิตตลอดหนึ่งวันตามลำดับเวลา

STEP 1 ทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เป็นรูปธรรม

ก่อนอื่นให้แยกแนวคิดที่คลุมเครืออย่าง “ประสิทธิภาพการทำงาน”
ออกเป็นองค์ประกอบที่ชัดเจน จากนั้นก็สร้างแผนภูมิพีระมิด โดยกำหนด
ให้ “ประสิทธิภาพการทำงาน” เป็นชั้นที่ 1 และเป้าหมายคือทำให้ได้
ทั้งหมด 4 ชั้น

ตัวอย่าง → ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน



STEP 2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง “วันที่ทำได้” กับ “วันที่ทำไม่ได้”

นำปัจจัยที่ได้ระบุไว้ก่อนหน้านี้มาเปรียบเทียบระหว่าง “วันที่ทำได้” กับ “วันที่ทำไม่ได้” จุดสำคัญคือ พยายามเลี่ยงการอธิบายแบบกว้างๆ แล้วแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมและตัวเลขแทน

ตัวอย่าง → เปรียบเทียบด้านร่างกาย

	วันที่ทำได้	VS	วันที่ทำไม่ได้
การนอนหลับ	หลับภายใน 5 นาที		ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมงกว่าจะหลับ
ตื่นกลางดึก	ไม่ตื่นกลางดึก		ตื่นกลางดึกทุก ๆ 3 วัน
เวลานอน	7 ชั่วโมง		6 ชั่วโมง
อาการปวดเมื่อย	มีบ้าง		หนักไหล่แล้วมีเสียงกรอบแกรบ
อาการตาล้า	ไม่รู้สึกว่าล้า		เริ่มล้าตอนเย็น
อาการอ่อนเพลีย	แทบไม่รู้สึกเหนื่อย		ตื่นมาก็รู้สึกเหนื่อยแล้ว
สมดุลอาหาร	เน้นอาหารญี่ปุ่น		กินฟาสต์ฟู้ดบ่อย
พอง่วง	กินแบบพอดี		ต้องกินขนมก่อนนอน เช่น มันฝรั่งทอด
การดื่มน้ำ	ชั่วโมงละครั้ง		2-3 ชั่วโมงครั้ง

ลองนำองค์ประกอบที่เลือกมาเปรียบเทียบเช่นเดียวกันนี้ด้วย

STEP 3 คิดวิธีทำให้กลับมาอยู่ในสภาวะที่ดี

PART
1

จากผลลัพธ์ใน STEP 2 ให้ลองคิดมาตรการปรับปรุงที่ชัดเจน เพื่อรักษาสภาวะที่ดีเอาไว้

ตัวอย่าง → มาตรการปรับปรุง

- ตั้งนาฬิกาปลุกตอนสี่ทุ่มทุกคืน เพื่อเริ่มเตรียมตัวเข้านอน
- วางขวดน้ำไว้บนโต๊ะทำงานและดื่มน้ำทุกชั่วโมง
- กำหนดเวลาจับ 15 นาทีหลังมือเพียง
- วางรองเท้าไว้หน้าประตูบ้าน เพื่อวิ่งจ็อกกิ้งหลังกลับบ้านจนเป็นนิสัย

※ ข้อควรระวัง อย่าตั้งมาตรการที่ฝืนตัวเองมากเกินไป เพราะจะทำให้ต่อเนื่องได้ยาก

สิ่งสำคัญคือความสม่ำเสมอ จึงควรเริ่มจากเลือกสิ่งสำคัญ 1 อย่าง แล้วตัดสินใจว่า “ทำแค่นี้ก่อน” จากนั้นก็ลงมือทำอย่างต่อเนื่องจะให้ผลดีกว่า (ผมเป็นคนโลภมาก จนบางครั้งก็เผลอฝืนร่างกายอยู่บ่อยๆ)

ตัวอย่าง
คำตอบ

วันที่ทำได้ดีคือ จะตื่นนอนหลังจากได้นอนอย่างน้อย 7 ชั่วโมง และเริ่มงานสำคัญภายในเก้าโมงเช้า หลังมือเที่ยงก็จะงีบ 15 นาที เพื่อรักษาสมาธิในตอนบ่าย เมื่อกลับถึงบ้านก็ออกไปวิ่งจ็อกกิ้ง 30 นาที เพื่อรีเฟรชอารมณ์

หากต้องการทำให้เป็นนิสัย ควรเริ่มจากปรับปรุงพฤติกรรมที่เป็น รุปรกรรมก่อน เช่น ตั้งนาฬิกาปลุกเพื่อเตรียมเข้านอน วางขวดน้ำไว้บนโต๊ะทำงาน กำหนดเวลางีบกลางวัน และวางรองเท้าวิ่งไว้หน้าประตูบ้าน

สรุป

เมื่อทำได้แบบนี้ คุณก็จะเข้าใจความแตกต่างของสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่าง เป็นกลาง และนำไปสู่การปรับปรุงได้ง่ายขึ้น

สิ่งสำคัญคือ การนำความรู้สึกที่คลุมเครือมาแยกออกเป็นองค์ประกอบที่ ชัดเจน แล้วเปรียบเทียบแต่ละองค์ประกอบอย่างเป็นกลาง จากนั้นเชื่อมโยงผลการ วิเคราะห์ไปสู่การลงมือทำจริง เมื่อทำได้เช่นนี้ก็จะปรับปรุงได้อย่างยั่งยืน

หากนำวิธีนี้ไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือการทำงาน พร้อมค่อยๆ ปรับปรุง ที่ละน้อยก็จะช่วยดึงศักยภาพของตัวเองออกมาได้สูงสุด ลองค้นหา “สภาวะที่ดีที่สุด ของตัวเอง” และรักษาไว้ให้ได้

11

วิเคราะห์ชีวิตประจำวันได้หรือไม่

จากตรงนี้เป็นโจทย์เกี่ยวกับ “การคิดแบบวิเคราะห์”
 คนทำงานที่ย่งมามากมักจะผัดวันประกันพรุ่งเรื่องงานบ้าน
 ครั้งนี้เรามาแก้ปัญหานี้กัน

จัดการงานบ้านได้ไม่ดี

สมมติว่าช่วงนี้คุณงานยุ่งมากจนไม่มีเวลาจัดบ้าน ทำอาหาร
 ก็ไม่ไหว ผ้าที่ต้องซักก็กองพะเนิน ตู้เย็นก็ว่างเปล่า ถ้าปล่อยไว้แบบนี้
 คงใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพดีไม่ได้ แล้วควรทำอย่างไรให้ทำงานบ้านได้อย่าง
 มีประสิทธิภาพ แทนใช้ชีวิตได้ราบรื่น





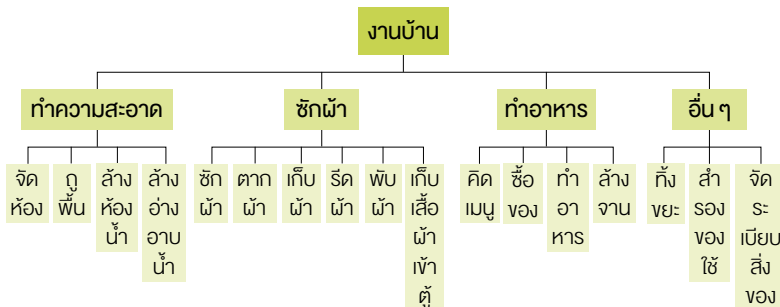
ทำให้องค์ประกอบของ “งานบ้าน” ชัดเจนขึ้น แล้วลองพิจารณาความแตกต่างระหว่างตอนที่ทำงานบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพกับตอนที่ทำได้ดู พร้อมทั้งทบทวนการใช้เวลาและการจัดลำดับความสำคัญ

STEP 1 แยกองค์ประกอบของ “งานบ้าน”

แม้จะคิดว่า “ต้องพยายามทำงานบ้าน” แต่ถ้ายังไม่รู้ว่า “งานบ้าน” ประกอบด้วยอะไรบ้าง และมีงานอะไรที่ต้องทำอย่างเป็นรูปธรรมก็จะไม่รู้ว่าควรเริ่มอย่างไร ดังนั้นขั้นแรกให้ลองแยกงานบ้านออกเป็นส่วนย่อย

สร้างแผนภูมิพีระมิด 3 ชั้น โดยให้ “งานบ้าน” เป็นชั้นที่ 1 และลองเขียนด้วยว่า แต่ละงานใช้เวลาประมาณเท่าไร

ตัวอย่าง ➡ งานบ้าน



STEP 2 เปรียบเทียบตอนที่จัดการงานบ้านได้ดี vs ตอนที่จัดการงานบ้านได้ไม่ดี

ต่อไปให้ลองพิจารณาความแตกต่างระหว่างตอนที่ทำงานบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพกับตอนที่ทำได้ดู เช่น หากช่วงนี้ผ้าที่เก็บเข้ามา

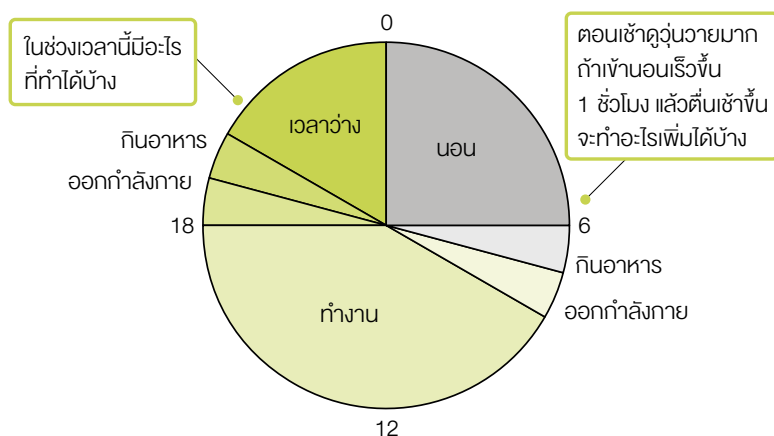
กองพะเนินอยู่บนโซฟา อาจหมายความว่า ตอนที่เราจัดการได้ดี เราเคยซักผ้าบ่อยๆ ทำให้ผ้าไม่เยอะและเก็บได้เร็ว

ตอนที่จัดการงานบ้านได้ดี	VS	ตอนที่จัดการงานบ้านได้ไม่ดี
• ทำทีละนิดอย่างสม่ำเสมอ • อุปกรณ์และพื้นที่จัดเก็บเป็นระเบียบ • ทำเป็นกิจวัตร • แบ่งหน้าที่กับคนในครอบครัว • มีเวลาเหลือ		• พยายามทำทีเดียวเลยกองสะสม • หาอุปกรณ์ที่ต้องใช้ไม่เจอ • แก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปเรื่อยๆ • แบกรับไว้คนเดียว • เวลากระชั้นชิด

STEP 3 วิเคราะห์การใช้เวลา

วิเคราะห์ว่าใน 1 วัน เราใช้เวลาไปกับอะไรบ้าง แล้วดูว่าเรามีเวลาพอที่จะแบ่งมาทำงานบ้านได้ไหม โดยแบ่งเวลาออกเป็นหมวดต่างๆ ได้แก่ นอน กินอาหาร เดินทาง ทำงาน เวลาว่าง แล้วทำออกมาเป็นแผนภูมิวงกลมดู

ตัวอย่าง → การใช้เวลาใน 1 วัน



STEP 4 กำหนดลำดับความสำคัญ

สุดท้าย ให้กำหนดลำดับความสำคัญของงานบ้าน โดยใช้ “ความถี่” เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา เพราะงานบ้านที่ต้องทำบ่อย ยิ่งปล่อยไว้ก็ยิ่งส่งผลให้จัดการงานบ้านได้ไม่ดี

ลองแบ่งความถี่เป็น สูง-ปานกลาง-ต่ำ แล้วนำงานบ้านที่แยกไว้ใน STEP 1 มาจัดเข้ากลุ่มตามความถี่เหล่านี้

ตัวอย่าง ➔ ลำดับความสำคัญของงานบ้าน

งานบ้านที่ต้องทำทุกวัน (ความถี่สูง)	• จัดห้อง • ทำความสะอาดพื้น (ถูพื้นหรือถูพื้นแบบง่าย ๆ) • ซักผ้า (ตามความจำเป็น) • ตากผ้า • เก็บผ้า • พับผ้า • เก็บเสื้อผ้าเข้าตู้ • คัดเมนู • ทำอาหาร • สรงจาน • ทิ้งขยะ
งานบ้านที่ต้องทำเป็นระยะ (ความถี่ปานกลาง)	• ถูพื้นแบบจริงจัง (เป็นเรื่องเป็นราว) • ส้างห้องน้ำ • ส้างอ่างอาบน้ำ • รััดผ้า (ตามความจำเป็น) • ส้างรองของใช้ (ตามความจำเป็น) • จัดระเบียบสิ่งของ
งานบ้านที่ทำเมื่อมีเวลาว่าง (ความถี่ต่ำ)	• จัดห้อง (ในส่วนของปกติไม่ได้ทำ) • ส้างรองของใช้ (เช็กและเติมสต็อกขวดเดียว) • จัดระเบียบสิ่งของครั้งใหญ่ (ย้ายเฟอร์นิเจอร์ หรือปรับการเก็บของ)

เมื่อกำหนดลำดับความสำคัญได้แล้ว ให้นำไปเทียบกับการใช้เวลาในแต่ละวัน แล้วพิจารณาใหม่ว่า “ช่วงเวลาไหนทำอะไรได้บ้าง”

ตัวอย่าง
คำตอบ

จากการวิเคราะห์พบว่า การทำอาหารและการซักผ้าเป็นปัญหาหลัก โดยสาเหตุคือเวลาไม่พอ อีกทั้งยังไม่ได้ทำเป็นกิจวัตร

มาตรการแก้ไขคือ ใช้แอปพลิเคชันช่วยวางแผนเมนูล่วงหน้าในช่วงสุดสัปดาห์ และสร้างรายการซื้อของอัตโนมัติ นอกจากนี้ ยังใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์แบบส่งประจำ เพื่อให้ส่งวัตถุดิบพื้นฐานมาที่บ้าน โดยอัตโนมัติ เมื่อกลับถึงบ้านก็เปิดเครื่องซักผ้าทันที โดยใช้เวลาระหว่างรอเตรียมมือเย็นง่าย ๆ

พอถึงช่วงสุดสัปดาห์ก็เตรียมวัตถุดิบไว้ล่วงหน้ารวดเร็ว เพื่อลดเวลาทำอาหารในวันธรรมดา ส่วนการทำความสะอาดบ้านก็ใช้หุ่นยนต์ดูดฝุ่น หรือหากต้องทำเองก็ใช้วิธี “ทำนิด ๆ หน่อย ๆ” ครึ่งละ 5 นาที เพื่อไม่ให้งานสะสม จากนั้นก็ประเมินผลสัปดาห์ละครั้งและปรับวิธีการให้เหมาะสม

สรุป

หากวิเคราะห์สาเหตุที่จัดการงานบ้านได้ไม่ดีและค่อย ๆ ปรับปรุงได้ ชีวิตก็จะสบายขึ้นมาก ไม่จำเป็นต้องพยายามทำให้สมบูรณ์แบบ แค่ใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ จากนั้นก็หาวิธีที่เหมาะสมกับตัวเองก็พอ

12

วิเคราะห์ความผิดปกติได้หรือไม่

คุณเคยรู้สึกว่ามีอะไรผิดปกติ แต่ไม่รู้จะเริ่มแก้อย่างไร
เลยไม่ได้ลงมือทำอะไรสักทีบ้างไหม โจทย์นี้จะนำไปสู่การแก้ปัญหา นั่น

ทำไมคนในครอบครัวถึงดูอารมณ์ไม่ดี

สมมติว่าคุณเป็นคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่เพียงลำพัง และช่วงหลัง
มานี้ เมื่อกลับบ้านไปเยี่ยมครอบครัว มักสังเกตได้ว่าแม่ดูอารมณ์ไม่ดี
พูดอะไรไปก็ไม่เข้าหู แม้จะคิดว่า “ทำไมถึงดูอารมณ์ไม่ดีขนาดนั้นะ” แต่
ก็ไม่ว่าปัญหาที่แท้จริงคืออะไร เลยรู้สึกสับสนจนไม่รู้จะจัดการอย่างไร
เราจะ “วิเคราะห์สถานการณ์นี้” และทำความเข้าใจอย่างไรดี





นำสิ่งที่คลุมเครืออย่าง “อารมณ์ไม่ดี” มาแยกออกเป็นคำพูดและพฤติกรรมที่ชัดเจน แล้วพิจารณาสาเหตุให้กว้าง รวมถึงพฤติกรรมของตัวเอง และการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์รอบข้าง อย่าพึ่งพาแค่การคิดไปเองหรือการคาดเดา แต่ให้วิเคราะห์จากข้อเท็จจริงที่เป็นกลาง

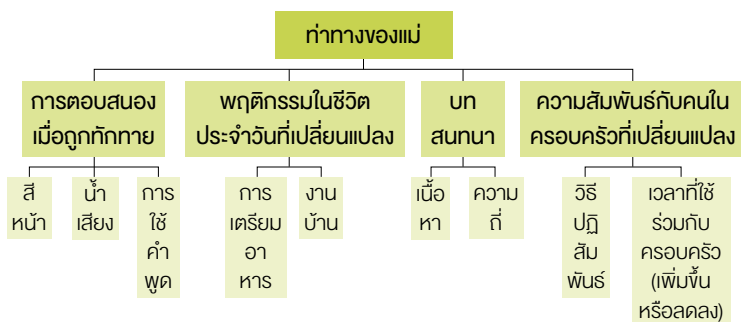
STEP 1 สังเกตสถานการณ์และวิเคราะห์ “อารมณ์ไม่ดี”

เคยไหม ทั้งที่นึกไม่ออกว่าไปทำอะไรผิด แต่อีกฝ่ายกลับดูอารมณ์ไม่ดี

ในกรณีของครอบครัว อาจถามตรงๆ ได้ว่า “ทำไมดูอารมณ์ไม่ดี” แล้วก็จบเรื่อง แต่ถ้าเป็นเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนสนิท บางครั้งก็ถามตรงๆ ลำบาก หากนำสถานการณ์ที่เป็นนามธรรมเช่นนี้มาแยกเป็นองค์ประกอบที่ชัดเจนก็จะนำไปประยุกต์ใช้กับปัญหาความสัมพันธ์ต่างๆ ได้

ก่อนอื่นให้นำสถานการณ์ที่จับต้องยากอย่าง “อารมณ์ไม่ดี” มาแยกว่า จริงๆ แล้ว “อารมณ์ไม่ดี” ที่ว่า แสดงออกมาแบบไหนบ้าง โดยสังเกตพฤติกรรมของแม่ จากนั้นสร้างแผนภูมิพีระมิดให้ “ท่าทางของแม่” เป็นขั้นที่ 1 แล้วแบ่งเป็น 3 ชั้น

ตัวอย่าง → จุดสังเกต



STEP 2 หยิบยกสาเหตุที่เป็นไปได้ขึ้นมา

จากสถานการณ์ที่สังเกตได้ ให้ลองเขียนสาเหตุที่เป็นไปได้ของ “อารมณ์ไม่ดี” ขึ้นมา

ลองคิดโดยใช้ “การตอบสนองเมื่อถูกทักทาย” เป็นตัวอย่าง เช่น สิ้นหน้าปกติ น้ำเสียงต่ำ การใช้คำพูดก็ปกติ แบบนี้ดูแล้วไม่น่าโกรธอะไร จึงสันนิษฐานได้ว่า “เหนื่อยหรือเปล่า” หรืออาจเป็นผลจากวัยทอง (ฮอร์โมนเปลี่ยนแปลง) ให้ใช้แนวคิดแบบนี้ในการคาดเดาสาเหตุจากพฤติกรรมอื่นๆ ด้วย

STEP 3 ค้นหาสาเหตุที่น่าจะใช้ที่สุด

จากสาเหตุที่เขียนไว้ใน STEP 2 ให้ลองคัดออกมาว่า “ข้อไหนน่าจะเป็นสาเหตุที่แท้จริงมากที่สุด” อย่างไรก็ตาม วิธีคัดเลือกมีอยู่หลายแบบ แต่ลองตั้งเกณฑ์ในการพิจารณาแบบนี้ดูดีไหม

ตัวอย่าง ➡ เกณฑ์การค้นหาสาเหตุ

- ความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่สังเกตได้ (สิ้นหน้าดูโกรธ น้ำเสียงต่ำ ใช้คำพูดรุนแรง → เราทำอะไรผิดหรือเปล่า)
- ความเชื่อมโยงกับเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงล่าสุด (พ่อเพิ่งเกษียณและอยู่บ้านตลอด → ความเครียดจากงานบ้านที่เพิ่มขึ้นหรือเปล่า)
- เปรียบเทียบกับเหตุการณ์ที่คล้ายกันในอดีต (เมื่อหลายปีก่อน ตอนพ่อพักงานก็เคยเป็นแบบนี้ → อาจเป็นเพราะความเครียดจากงานบ้านที่เพิ่มขึ้นหรือเปล่า)

เมื่อจับเทียบกันแบบนี้ก็จะเริ่มเห็นว่า “อาจเป็นเพราะสาเหตุนี้” จากนั้นลองพูดคุยกันกับคนในครอบครัว เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระงานบ้านของแม่

ตัวอย่าง
คำตอบ

จากการพิจารณาความเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ และการเปลี่ยนแปลงล่าสุด รวมถึงการเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ที่คล้ายกันในอดีต จึงคาดว่า “ความเครียดจากงานบ้าน” น่าจะเป็นสาเหตุหลัก ดังนั้นมาตรการแก้ไขคือ แบ่งหน้าที่งานบ้านกันภายในครอบครัว หรือซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกเพื่อปรับปรุงสถานการณ์ให้ดีขึ้น

สรุป

การวิเคราะห์แบบนี้ ไม่ได้ใช้ได้แค่กับความสัมพันธ์ในครอบครัว แต่รวมถึงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนด้วย

สิ่งสำคัญคือ การนำความรู้สึกส่วนตัวมาวิเคราะห์โดยอิงจากข้อเท็จจริงที่เป็นกลาง และพิจารณาสาเหตุจากหลายมุมมอง จากนั้นก็ตั้งสมมติฐาน แล้วนำไปตรวจสอบ ก่อนจะลงมือทำ

เมื่อใช้วิธีนี้ซ้ำ ๆ จะช่วยพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาความสัมพันธ์ได้แน่นอน ลองนำไปใช้ในชีวิตประจำวันดูนะครับ

Column

“การคิดเชิงรูปธรรม” ที่เกิดขึ้นใน “สมาคมศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยเคโอ”

ที่มหาวิทยาลัยเคโอ มีสมาคมศิษย์เก่าชื่อ “เวนเจอร์ มิตะไค” (Venture Mitakai) ซึ่งก่อตั้งขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และเป็นพื้นที่สำหรับปรึกษาเรื่องธุรกิจหรือการเริ่มต้นกิจการ โดยไม่ยึดติดกับผลประโยชน์

ในกลุ่มนั้นมีทั้งผู้บริหารบริษัทจดทะเบียน ไปจนถึง นักศึกษาที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจมารวมตัวกัน ผมเองก็เป็นหนึ่งใน กรรมการของสมาคม โดยจะมีการประชุมกรรมการเดือนละครั้ง และมีผู้เข้าร่วมประมาณ 20 คน

การประชุมของที่นี่น่าสนใจมาก เนื่องจากเต็มไปด้วย ชุมทรัพย์ของทักษะ “การคิดเชิงรูปธรรม - นามธรรม” อาจเป็น เพราะผมกำลังเขียนหนังสือเล่มนี้อยู่ เลยทำให้สังเกตได้มากขึ้น แต่เมื่อฟังสิ่งที่ทุกคนพูดดี ๆ จะรู้สึกได้เลยว่า มีทั้งการคิดเชิงรูปธรรม การคิดเชิงนามธรรม และการคิดแบบรูปธรรม $\Leftrightarrow$ นามธรรม เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

ตัวอย่างของการคิดเชิงรูปธรรม เช่น มีคนถามว่า “สรุป แล้วอาหารในงานเลี้ยงครั้งก่อนเหลือไหมนะ” ฟังดูอาจเป็นแค่ การคุยเล่นเรื่องอาหาร แต่จริงๆ แล้วนี่คือ “การคิดเชิงรูปธรรม” ตอนที่ผมได้ยินคำพูดนี้ ถึงกับตกใจว่า “ผู้บริหารที่ดูแลบริษัทซึ่ง มียอดขายระดับหมื่นล้านเยน ยังให้ความสำคัญกับการควบคุม ต้นทุนอย่างละเอียดถึงขั้นไม่ปล่อยให้สูญเสียแม้แต่ 1 เยน เลยเหรอ!”

เพราะพวกเขาใส่ใจรายละเอียดเล็กๆ แบบนี้ จึงตัดรายจ่าย ที่ไม่จำเป็นได้ และนำไปใช้ในทางที่ดีกว่า เช่น การสนับสนุน นักศึกษาที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากมองเห็นรายละเอียดที่ ชัดเจนแบบนี้ จึงทำให้พวกเขาสร้างผลลัพธ์จนนำบริษัทเข้าสู่ ตลาดหลักทรัพย์ได้

13

วิเคราะหจิตใจไดหรือไม

จิตใจเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จึงทำความเข้าใจไดยาก
ในกรณีแบบนี้ มาลองใชการคิดแบบวิเคราะหเพื่อแยกขั้นตอนในการคิดกัน

ลูกน้องขาดแรงจูงใจ

สมมติว่าคุณเป็นหัวหน้าแผนกในบริษัทขนาดกลางแห่งหนึ่ง และ
ชวงหลังกนี้ คุณรูสึกว่าลูกน้องคนหนึ่งชื่อ A มีแรงจูงใจในการทำงาน
ลดลง ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดต่ำลงไปดว้ย แตมยั้งเริ่ม
กระทบตองานโดยรวม แลวคุณจะทําอยางไรเพื่อเพิ่มแรงจูงใจใหกับ
คุณ A แลจะนําทงเขาไดอยางเหมาะสม





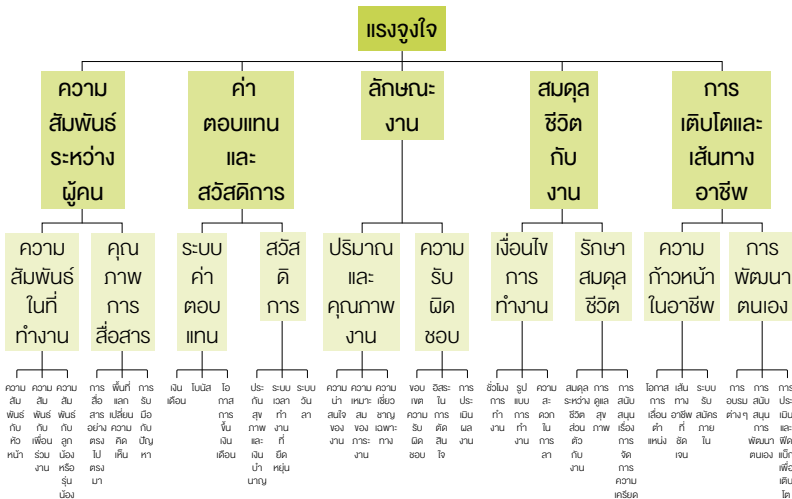
วิเคราะห์องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ

STEP 1 แยกองค์ประกอบของ “แรงจูงใจ” ออกเป็นส่วนย่อย

ตัวคุณเองก็มีทั้งช่วงที่แรงจูงใจสูงและต่ำ แล้ว “ความผันผวนของจิตใจ” เช่นนี้ เกิดขึ้นได้อย่างไร ก่อนอื่นให้ลองแยกองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจออกมา

ลองสร้างแผนภูมิพีระมิดที่กำหนดให้ “แรงจูงใจ” เป็นขั้นที่ 1 โดยมีเป้าหมายคือแยกย่อยให้ได้ 4 ขั้น

ตัวอย่าง ➡ แรงจูงใจ



STEP 2 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง

ต่อไปให้ลองวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้แรงจูงใจของคุณ A ต่ำลง โดยนำองค์ประกอบที่แยกไว้ใน STEP 1 มาทำเป็นตาราง แล้วเปรียบเทียบระหว่างอดีตของคุณ A (แรงจูงใจสูง) กับปัจจุบัน (แรงจูงใจต่ำ) ในส่วนที่แสดงเป็นตัวเลขได้ เช่น จำนวนเงินเดือนก็ควรใช้ตัวเลข เพื่อตัดสินอย่างเป็นกลางมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม อย่าตัดสินจากตัวเลขหรือสถานการณ์เพียงอย่างเดียว แต่ควรพูดคุยตัวต่อตัวเพื่อรับฟังความรู้สึกของคุณ A อย่างจริงจังด้วย

STEP 3 ระบุสาเหตุที่แท้จริง

สุดท้าย จากข้อมูลที่ได้ใน STEP 2 และจากการพูดคุยกับคุณ A ให้ลองระบุว่าอะไรคือ “สาเหตุที่แท้จริง” ซึ่งทำให้แรงจูงใจลดลง หากพบว่าคุณ A รู้สึก “ไม่ประสบความสำเร็จ” การให้กำลังใจว่า “มาพยายามรู้สึกถึงความสำเร็จกันเถอะ!” แทบจะไม่ช่วยอะไรเลย เพราะสาเหตุที่แท้จริงอาจลึกกว่านั้น เช่น หัวหน้า (ตัวเอง) บริหารงานได้ไม่ดี หรืองานที่มอบหมายไม่ตรงกับความสามารถหรือความสนใจ

สิ่งสำคัญคือ ต้องคิดให้ลึกถึง “สาเหตุที่แท้จริงของปัญหา” และช่วยชี้แนะเส้นทางที่เหมาะสมให้กับคุณ A

ตัวอย่าง
คำตอบ

จากการสังเกตพฤติกรรมของคุณ A พบว่า สาเหตุหลักคือ “การไม่ประสบความสำเร็จ” ทำให้รู้สึกสูญเสียความหมายในการทำงาน จึงควรกำหนดเป้าหมายเล็กๆ ที่บรรลุได้ในระยะสั้น เพื่อให้คุณ A สัมผัสประสบการณ์จากความสำเร็จ พร้อมกันนั้นก็สื่อสารให้ชัดเจนว่างานของคุณ A มีส่วนช่วยองค์กรในภาพรวมอย่างไร

นอกจากนี้ ควรมีการพูดคุยตัวต่อตัวกับคุณ A เป็นประจำ เพื่อตรวจสอบความคืบหน้าและการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึก พร้อมทั้งให้การสนับสนุนตามความเหมาะสม

สรุป

มนุษย์ไม่อาจมองเห็นจิตใจของคนอื่น จึงต้องวิเคราะห์อย่างรอบคอบและเข้าใจพวกเขาให้มากที่สุด อีกทั้งยังต้องปรับวิธีให้เหมาะกับบุคลิก รวมถึงสถานการณ์ที่แต่ละคนกำลังเผชิญ

ทั้งนี้ อาจลองใช้ระบบสนับสนุน เช่น ให้อุทิศคนที่สามช่วยสอบถาม หรือ รับฟังความคิดเห็นตามสถานการณ์ เป็นต้น

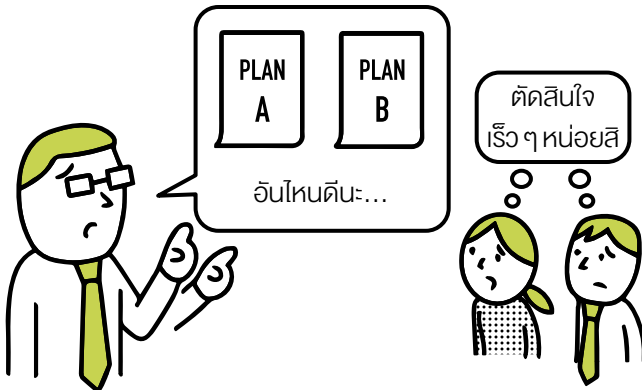
14

วิเคราะห์ความเร็วในการทำงานได้หรือไม่

“เลือก A หรือ B ดี แต่ตัวเลือก C ก็น่าสนใจ”
การตัดสินใจอย่างรวดเร็วและแม่นยำเป็นเรื่องยากใช่ไหม
ถ้าอย่างนั้นเราควรทำอย่างไรดี

จะตัดสินใจให้เร็วขึ้นได้อย่างไร

สมมติว่าคุณเป็นหัวหน้าแผนกในบริษัทขนาดกลางแห่งหนึ่ง ช่วง
หลังมานี้คุณรู้สึกว่าคุณตัดสินใจช้าจนสร้างความลำบากให้ทีม แล้ว
จะทำอย่างไรเพื่อให้ตัดสินใจได้เร็วขึ้น





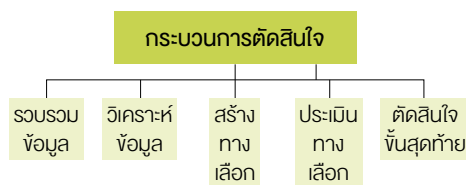
แยกกระบวนการตัดสินใจออกเป็นส่วนย่อย แล้วเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง “การตัดสินใจช้า” กับ “การตัดสินใจเร็ว” จากนั้นก็พิจารณาแยกปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในออกจากกัน

STEP 1 แยกปัญหา “การตัดสินใจช้า” ออกเป็นส่วนย่อย

ทำไมถึงตัดสินใจช้า อาจมีหลายเหตุผล เช่น อยากคิดให้ถี่ถ้วน หรือไม่รู้ว่าจะแนวทางไหนดีที่สุด

สิ่งสำคัญในการค้นหาสาเหตุคือ การแยกปัญหาที่คลุมเครืออย่าง “การตัดสินใจช้า” ออกเป็นองค์ประกอบที่ชัดเจน แล้วกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยอะไรบ้าง เราลองแยกออกเป็น 5 ส่วนดูครับ

ตัวอย่าง ➡ กระบวนการตัดสินใจ



แค่แยกแบบนี้ก็น่าจะเดาได้คร่าวๆ แล้วว่า ความล่าช้าเกิดจากอะไร

STEP 2 เปรียบเทียบการตัดสินใจเร็ว vs การตัดสินใจช้า

ต่อไปให้ลองพิจารณาว่า การตัดสินใจเร็วกับการตัดสินใจช้าแตกต่างกันตรงไหน ลองเปรียบเทียบจาก 3 มุมมอง ได้แก่ ความรวดเร็ว ความสามารถในการรับมือ และทัศนคติต่อความเสี่ยง

	การตัดสินใจเร็ว	VS	การตัดสินใจช้า
ความรวดเร็ว	เด็ดขาด		ระมัดระวัง
ความสามารถในการรับมือ	ยืดหยุ่น		ยึดความสมบูรณ์แบบ
ทัศนคติต่อความเสี่ยง	ยอมรับได้		หลีกเลี่ยง

STEP 3 จำแนกปัจจัย

สุดท้าย ให้ลองจำแนกปัจจัยที่ทำให้การตัดสินใจช้าออกเป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน เพราะการตัดสินใจช้าไม่ได้เกิดจากตัวบุคคลเพียงอย่างเดียวเสมอไป เช่น ข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องไม่เพียงพอ ทำให้ขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ หรือต้องผ่านการอนุมัติหลายขั้นตอน ส่งผลให้ใช้เวลานานกว่าจะตัดสินใจได้

ดังนั้นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์สาเหตุคือ ควรมองปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกควบคู่กันไป

ตัวอย่าง ➡ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

	ปัจจัยภายนอก	VS	ปัจจัยภายใน
รวบรวมข้อมูล	มีหลายฝ่ายที่ต้องให้ข้อมูล ทำให้ต้องรอการประสานงาน		กังวลว่าข้อมูลไม่พอ จนหาข้อมูลมากเกินไป
วิเคราะห์ข้อมูล	ข้อมูลจากหลายฝ่ายกระจัดกระจาย ทำให้วิเคราะห์ยาก		วิธีวิเคราะห์และเกณฑ์ไม่ชัดเจน ทำให้เสียเวลาในการตั้งมาตรฐาน
สร้างทางเลือก	ต้องได้รับการอนุมัติจากหลายฝ่าย ทำให้ใช้เวลารับฟังความเห็นนาน		คิดไอเดียสร้างสรรค์ไม่เก่ง ทำให้ใช้เวลานานในการสร้างทางเลือก
ประเมินทางเลือก	ข้อมูลการประเมินความเสี่ยงจากหลายฝ่ายกระจัดกระจาย ทำให้ใช้เวลาวิเคราะห์นาน		พยายามหาตัวเลือกที่ไม่มีความเสี่ยงเลย จนผัดวันประกันพรุ่ง
ตัดสินใจขั้นสุดท้าย	ความเห็นหรือนโยบายของผู้บริหารเปลี่ยนบ่อย ทำให้เกณฑ์การตัดสินใจไม่แน่นอน		กังวลว่าจะตัดสินใจผิด จนขาดความมั่นใจในการตัดสินใจ

เป็นอย่างไรบ้างครับ เมื่อจำแนกปัจจัยต่างๆ ให้ “มองเห็นได้ชัดเจน” ก็น่าจะช่วยให้รู้ว่าควรโฟกัสตรงไหน

จาก STEP 1-3 ลองสมมติว่าได้ข้อสรุปออกมาประมาณนี้

[รวบรวมข้อมูล] อาจใช้เวลานานในการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็น

[วิเคราะห์ข้อมูล] อาจใช้เวลานานในการตีความข้อมูล

[สร้างทางเลือก] อาจสร้างทางเลือกไม่เพียงพอ

[ประเมินทางเลือก] อาจใช้เวลาในการประเมินความเสี่ยงของแต่ละตัวเลือกล้าน

[ตัดสินใจขั้นสุดท้าย] อาจเลื่อนการตัดสินใจออกไปเพราะกลัวล้มเหลว

ตัวอย่าง
คำตอบ

สาเหตุหลักที่ทำให้การตัดสินใจล่าช้า ได้แก่ ข้อมูลไม่เพียงพอ ขาดทักษะในการตีความข้อมูล การสร้างทางเลือก และการประเมินความเสี่ยง รวมไปถึงกลัวล้มเหลว

ฉะนั้น หากปรับปรุงกระบวนการรวบรวมข้อมูลกับเพิ่มความสามารถในการยอมรับความเสี่ยงก็จะช่วยให้การตัดสินใจรวดเร็วขึ้น

สรุป

เมื่อคุณฝึกวิธีวิเคราะห์แบบนี้แล้วก็จะจัดการปัญหาที่ซับซ้อนได้เป็นระบบ จนนำไปสู่การแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญคือ การตั้งคำถามว่า “ทำไม” อยู่เสมอ และเข้าถึงสาเหตุที่แท้จริง เมื่อทำเช่นนี้จะช่วยพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาได้แบบก้าวกระโดด

15

วิเคราะห์จุดสำคัญได้หรือไม่

หลายคนคงรู้สึกว่ “ไม่ถนัดการพรีเซนต์งาน” ใช่ไหม
ลองใช้ใจกัยนี้เพื่อวิเคราะห์ว่ การพรีเซนต์งานที่มีประสิทธิภาพควรทำอย่างไร

มีคนบอกว่า “คุณพรีเซนต์ยาวเกินไป”

สมมติว่คุณได้รับมอบหมายให้พรีเซนต์สินค้าใหม่ จึงเตรียมตัวมา
อย่างดี แต่พื่อนำเสนองบ ห้วนหน้ากลับพูดสั้น ๆ ว่ “พรีเซนต์ยาวเกินไป”
แล้วจะนำเสนออย่างไรให้กระชับและเข้าใจง่ายขึ้น



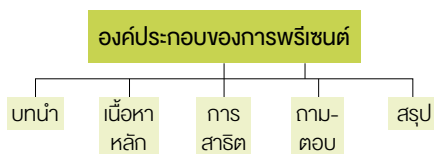


แยกโครงสร้างของการพรีเซนตงานออกเป็นส่วนย่อย แล้วลองเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการพรีเซนตที่ยาวกับการพรีเซนตที่กระชับ จากนั้นให้มองในมุมผู้ฟังเพื่อแยกแยะว่า ข้อมูลไหนจำเป็น และข้อมูลไหนไม่จำเป็น

STEP 1 แยกองค์ประกอบของการพรีเซนตงาน

จะอย่างไรถ้าต้องการพรีเซนตงานให้ผู้ฟังไม่รู้สึกลัวพูดยาวเกินไปจนน่าเบื่อ โดยที่ยังสื่อสารเรื่องสำคัญได้อย่างน่าประทับใจ ลองแยกองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการพรีเซนตงานที่กระชับและเข้าใจง่ายดู

ตัวอย่าง → องค์ประกอบของการพรีเซนตงาน



STEP 2 ใช้การคิดแบบหาความต่างมาเปรียบเทียบ

ต่อไปให้ลองเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง “การพรีเซนตที่พูดยาวเกินไป” กับ “การพรีเซนตที่กระชับและเข้าใจง่าย”

การพรีเซนตที่ยาวเกินจำเป็น	VS	การพรีเซนตที่กระชับและเข้าใจง่าย
• อธิบายรายละเอียดมากเกินไป • ใช้หลายตัวอย่าง • ใช้ศัพท์เทคนิคเยอะ • สื่อที่เป็นรูปภาพซับซ้อน		• อธิบายตรงประเด็น • ใช้แค่ตัวอย่างที่สำคัญ • ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย • สื่อที่เป็นรูปภาพเรียบง่าย

จากการเปรียบเทียบนี้ เราจะเห็นได้ว่าสาเหตุที่ทำให้พรีเซนต “ยาวเกินจำเป็น” มีอะไรบ้าง

ตัวอย่างเช่น อาจสรุปได้ว่า มีคำอธิบายที่ละเอียดและซับซ้อนเกินไป โดยเฉพาะการอธิบายรายละเอียดเยอะนั้นมักพบในคนขยัน เพราะเข้าใจเนื้อหาอย่างลึกซึ้ง จึงเห็นรายละเอียดที่ชัดเจนมากเกินไป จนเผลอใส่ทุกอย่างลงไปในการนำเสนอ

STEP 3 มองในมุมมองผู้ฟังแล้วจัดประเภทข้อมูล

สุดท้าย ให้แบ่งเนื้อหาที่จะพรีเซนตออกเป็นข้อมูลที่สำคัญและไม่สำคัญสำหรับผู้ฟัง

ข้อมูลที่จำเป็น	VS	ข้อมูลที่ไม่จำเป็น
• คุณสมบัติหลักของสินค้า • ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ • ความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง • ราคาและวิธีซื้อ		• รายละเอียดของกระบวนการพัฒนาสินค้า • รายละเอียดปลีกย่อยทางเทคนิคที่ลึกเกินไป • ข้อมูลสถิติที่ไม่เกี่ยวข้อง • เรื่องเล่าส่วนตัว

บทนำ : ระบุนวัตกรรมประสงคืให้ชัดเจน และตั้งคำถามง่าย ๆ เพื่อ
ดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง

เนื้อหาหลัก : เน้นประเด็นสำคัญ จากนั้นก็อธิบายอย่างกระชับถึง
ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง ราคาและวิธีซื้อ

การสาธิต : สาธิตเฉพาะฟังก์ชันที่น่าประทับใจที่สุด

ถาม-ตอบ : เตรียมคำตอบสั้น ๆ สำหรับคำถามที่คาดว่าจะถูกถาม

สรุป : ทบทวนประเด็นสำคัญอีกครั้ง และเสนอขั้นตอนถัดไป
อย่างชัดเจน

สรุป

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ขอยกตัวอย่าง “การพรีเซนต์ที่ยาวเกินจำเป็น”
กับ “การพรีเซนต์ที่กระชับและเข้าใจง่าย” ไว้ดังต่อไปนี้ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิง
โดยสถานการณ์คือ “นักขายของบริษัทเครื่องครัวกำลังพรีเซนต์สินค้าเพื่อให้
ซูเปอร์มาร์เก็ตรับหม้อรุ่นใหม่ไปวางขาย”

【การพรีเซนต์ที่ยาวเกินจำเป็น】

ไม่จำเป็น
(รายละเอียด
ของกระบวนการ
พัฒนาสินค้า)

วันนี้ผมขอแนะนำ “หม้อที่จะช่วยให้แม่บ้านหลุดพ้นจากการงานบ้าน” ครับ
จริงๆแล้ว กว่าหม้อใบนี้จะถือกำเนิดขึ้นมา ต้องผ่านกระบวนการพัฒนา
อันยาวนาน
โดยทีมงานได้ลองผิดลองถูกมาอย่างต่อเนื่อง
แนวคิดของสินค้านี้ เริ่มผุดขึ้นมาครั้งแรกตั้งแต่ฤดูใบไม้ร่วงปี 2018
จากนั้นต้องใช้เวลาทดลองและปรับปรุงประมาณ 2 ปี จึงได้สเปกในปัจจุบัน

ไม่จำเป็น
(รายละเอียด
ของกระบวนการ
พัฒนาสินค้า)

หม้อใบนี้เคลือบด้วยเทฟลอนรุ่นใหม่ล่าสุด ทำให้อาหารไม่ติดกระทะ และนำอาหาร
ออกมาได้ง่าย
ในการพัฒนาหม้อใบนี้ เราได้ทดลองใช้วัสดุถึง 3 ชนิด ได้แก่ A, B และ C
พร้อมทั้งผ่านการทดสอบความทนทานมากกว่า 10 ครั้ง
นอกจากนี้ ดีไซน์สายหันท่อนก็ถูกพัฒนาต้นแบบถึง 15 ครั้ง โดยปรับปรุง
เดือนละครั้งจนสำเร็จเป็นสินค้าที่สวยงามน่าใช้

ไม่จำเป็น
(รายละเอียด
ผลิตภัณฑ์ทาง
เทคนิคที่ลึกเกินไป)

ความหนาของหม้อใบนี้ ถูกกำหนดไว้ที่ 3 มิลลิเมตร
ซึ่งคำนวณอย่างแม่นยำผ่านการทดลองหลายร้อยครั้งในขั้นตอนการผลิต
ความหนานี้ได้รับการยืนยันว่า มีประสิทธิภาพในการให้ความร้อนที่ดีที่สุด
นอกจากนี้ วัสดุของหม้อใช้โลหะผสมพิเศษ A ที่พัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
การนำความร้อนสูงสุด
ซึ่งโลหะผสมยังทนต่อการกัดกร่อนได้ดี เลยช่วยยืดอายุการใช้งานของหม้อ
ยิ่งไปกว่านั้น โลหะผสมนี้ยังมีน้ำหนักเบากว่าโลหะทั่วไป แต่มีความแข็งแรงสูง
จึงมีประสิทธิภาพในการใช้งานประจำวัน
ส่วนด้านจับเคลือบซิลิโคนทนความร้อนพิเศษ ซึ่งเป็นวัสดุที่ไม่เป็นอันตราย
ต่อร่างกาย ทำให้ใช้งานได้อย่างปลอดภัย แม้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีอุณหภูมิสูง
ก็ยังจับถนัดมือ เพราะออกแบบมาโดยคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก

ไม่จำเป็น
(ข้อมูลสถิติที่ไม่
เกี่ยวข้อง)

เวลาในการทำอาหารที่บ้านมีแนวโน้มลดลงทุกปี จากการสำรวจในปี 2019 พบว่า
คนใช้เวลาทำอาหารเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5 ชั่วโมง แต่ในปี 2022 ลดลงเหลือประมาณ
4.5 ชั่วโมง
การใช้หม้อใบนี้ จึงคาดว่าจะช่วยลดเวลาทำอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ไม่จำเป็น
(เรื่องเล่าส่วนตัว)

คุณทานากะ หัวหน้าทีมพัฒนา ใช้หม้อใบนี้ที่บ้านจริงๆและบอกว่า “ลูกๆชอบมาก
แถมยังเริ่มกินผักมากขึ้นด้วย” นอกจากนี้ เมื่อการงานบ้านลดลงก็ทำให้ได้ใช้เวลา
ร่วมกับครอบครัวมากขึ้นด้วย

สรุป

ทั้งหมดนี้คือเสน่ห์ของหม้อที่จะช่วยให้แม่บ้านหลุดพ้นจากการงานบ้าน
ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ทุกท่านจะเข้าใจคุณค่าของหม้อใบนี้
ผ่านคุณสมบัติของสินค้า เบื้องหลังทางเทคนิค ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
และเรื่องเล่าส่วนตัวของผู้รับผิดชอบการพัฒนาครับ

【การเปรียบเทียบที่กระชับและเข้าใจง่าย】

บท
นำ

วันนี้ผมขอแนะนำ “หม้อที่จะช่วยให้แม่บ้านหลุดพ้นจากภาระงานบ้าน” ครับ

PART
1

เนื้อหา
หลัก

คุณสมบัติ
หลักของ
สินค้า

ก่อนอื่นขอแนะนำคุณสมบัติหลักของสินค้า หม้อใบนี้เคลือบด้วย
เทฟลอนรุ่นใหม่ล่าสุด
ทำให้อาหารไม่ติดกระทะและนำอาหารออกมาได้ง่าย นอกจากนี้ ยังมี
สายหันท่อนสวยงามน่าใช้

ประโยชน์
ที่ลูกค้า
จะได้รับ

ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับคือ ทำอาหารได้สิ้นเปลือง แล้วยังดูแลรักษาง่าย
ทำให้การทำอาหารในทุกวันสะดวกสบายขึ้น อีกทั้งยังใช้วัสดุที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม
จึงช่วยลดผลกระทบต่อธรรมชาติ ถือเป็นทางเลือกที่ยั่งยืน

ความ
แตกต่าง
จากสินค้า
คู่แข่ง

เมื่อเทียบกับหม้ออื่นๆ แล้ว หม้อใบนี้เคลือบด้วยเทฟลอน จึงทนทาน
และใช้งานได้นานกว่า
 อีกทั้งการเคลือบสายหันท่อนยังช่วยให้มีความสวยงามและใช้งานง่าย
ไปพร้อมกัน
เรามอบทั้งคุณภาพไปจนถึงดีไซน์ที่ไม่อาจหาได้จากสินค้าคู่แข่ง

ราคา
และวิธีซื้อ

ราคาจำหน่ายอยู่ที่ 5,000 บาท
หาซื้อได้ตามร้านค้าออนไลน์ และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำทั่วประเทศ

การ
สาร
ธิต
และ
ถาม-
ตอบ

※ การสารธิตและถาม-ตอบ

สรุป

สุดท้ายนี้ ขอให้ทุกท่านลองพิจารณาจุดเด่นที่ได้นำเสนอในวันนี้
ไม่ว่าจะเป็นการเคลือบเทฟลอน ดีไซน์สายหันท่อน วัสดุที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อม และความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง
ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ทุกท่านจะพิจารณาเลือกหม้อของเราเป็นหนึ่งใน
ตัวเลือกสำหรับสินค้าตัวถัดไป ขอขอบคุณครับ

16

วิเคราะห์การบริหารธุรกิจได้หรือไม่

สำหรับคนที่ทำธุรกิจของ ปัญหา “ขาดทุน” ถือเป็นเรื่องที่ร้ายแรงมาก การทำใจเรื่องนี้จะช่วยให้คุณมีทักษะการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ของธุรกิจได้อย่างรอบด้าน

เปลี่ยนร้านขาดทุนให้กลับมามีกำไร

สมมติว่าคุณเป็นเจ้าของร้านอิชากายะ แม้จะพยายามอย่างเต็มที่ทั้งลดราคาและออกเมนูใหม่ แต่เงินทุนก็ร่อยหรอลงเรื่อยๆ คุณจะปรับปรุงสถานการณ์นี้อย่างไร



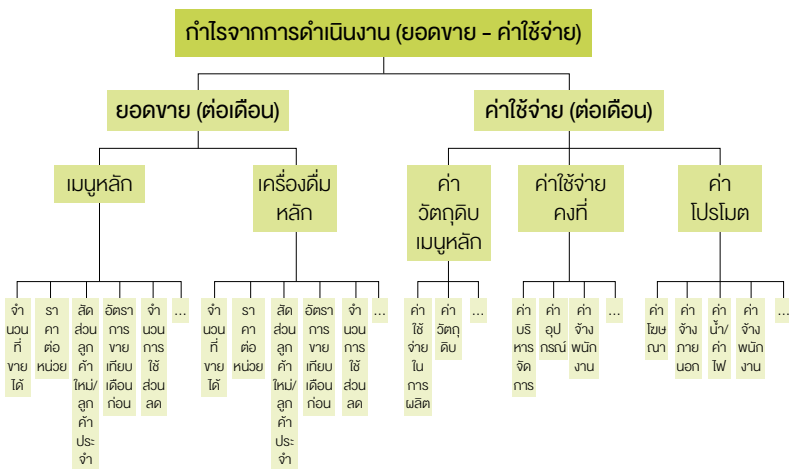


เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันด้วย “ตัวเลข” และวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากตัวเลขด้วย เช่น การบริการ หรือบรรยากาศ

STEP 1 ตรวจสอบสถานะธุรกิจด้วยตัวเลข

เมื่อธุรกิจไปได้ไม่ดี หลายคนมักใจร้อนและอยากลองทำทุกอย่างเท่าที่นึกออก เช่น ลดราคา ออกเมนูใหม่ กระทบไปหมดตามช่องทางต่างๆ แต่ในสถานการณ์ที่ร้ายแรงแบบนี้ สิ่งสำคัญคือ ต้องคิดอย่างมีสติ อย่าใช้แค่ความรู้สึก แต่ให้วิเคราะห์จาก “ตัวเลข” เพื่อให้เห็นภาพธุรกิจจากหลายมุมมอง ลองสร้างแผนภูมิพีระมิดเพื่อคำนวณกำไรจากการดำเนินงานในปัจจุบัน (ยอดขาย - ค่าใช้จ่าย) โดยกำหนดให้กำไรจากการดำเนินงานเป็นขั้นที่ 1 และแยกออกเป็นทั้งหมด 4 ขั้น

ตัวอย่าง ➔ กำไรจากการดำเนินงาน



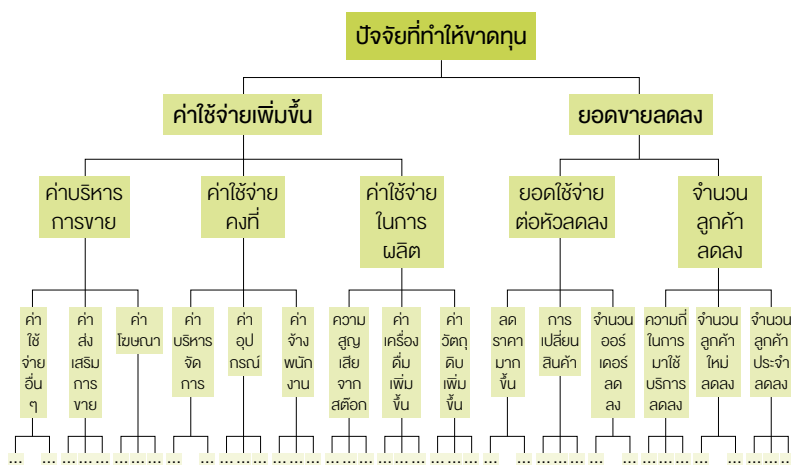
จากแผนภูมิพีระมิดข้างต้น หากนำมาคำนวณยอดขายและค่าใช้จ่ายแล้วก็จะเข้าใจสถานะธุรกิจในปัจจุบันได้ นอกจากนี้ ควรลองคำนวณตัวชี้วัดสำคัญ เช่น ยอดใช้จ่ายต่อหัว จำนวนลูกค้า รวมถึงจำนวนรอบที่โต๊ะถูกใช้งาน (ต่อวัน) หากติดตามแนวโน้มจำนวนลูกค้าได้ก็จะรู้ว่า ช่วงเวลาไหนหรือวันไหนที่คนเยอะ ซึ่งช่วยให้วางแผนการบริหารร้านได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

STEP 2 กำไรถึงขนาดทุน

เมื่อรู้แล้วว่าขาดทุนเดือนละเท่าไรก็มาวิเคราะห์สาเหตุกันว่า “ทำไมถึงขาดทุน” แม้จะมีหลายมุมมองในการวิเคราะห์ แต่ในที่นี้จะใช้ยอดขายลดลงและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นหลัก

ลองเขียนแผนภูมิพีระมิดเพื่อวิเคราะห์ว่า ควรเจาะลึกเรื่องอะไรบ้าง โดยให้ปัจจัยที่ทำให้ขาดทุนเป็นชั้นที่ 1 มุมมองการวิเคราะห์เป็นชั้นที่ 2 แล้วแบ่งออกเป็น 4 ชั้น

ตัวอย่าง ➔ **ปัจจัยที่ทำให้ขาดทุน**



STEP 3 มาตรการการปรับปรุง

จากปัจจัยที่วิเคราะห์ใน STEP 2 ให้นำมาคิดมาตรการปรับปรุงที่ชัดเจน เช่น

【ตัวอย่างมาตรการปรับปรุง】

- ปรับเมนู (พัฒนาสินค้าที่ทำกำไรสูง)
- ควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเข้มงวด (ทบทวนแหล่งจัดซื้อ ลดการทิ้งของเสีย)
- ยกระดับคุณภาพการบริการ (อบรมพนักงาน จัดทำคู่มือการบริการ)
- ปรับปรุงบรรยากาศร้าน (ปรับปรุงภายในและดูแลความสะอาดอย่างจริงจัง)
- กำหนดกลุ่มลูกค้าใหม่และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสม
- ทบทวนค่าใช้จ่ายคงที่ (เจรจาขอลดค่าเช่า ปรับปรุงการใช้พลังงานให้คุ้มค่า)
- กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (หาคอนเซปต์เฉพาะตัว เมนูที่โดดเด่น)

แยกสิ่งที่ทำได้ทันทีและสิ่งที่ต้องใช้เวลา แล้ววางแผนงานที่ชัดเจน โดยนำเทคนิค PDCA มาใช้ คือ Plan (วางแผน) Do (ลงมือทำ) Check (ตรวจสอบ) Act (ปรับปรุง)

ตัวอย่าง
คำตอบ

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน พบปัญหาหลายอย่าง นอกเหนือจากราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสูง คุณภาพการบริการ ไม่สม่ำเสมอ บรรยากาคร้านล้าสมัย และกลุ่มลูกค้าไม่ชัดเจน

ในระยะสั้นจะปรับเมนูและอบรมพนักงาน ส่วนระยะกลางถึงระยะยาว จะปรับปรุงร้าน พร้อมกับกำหนดกลุ่มลูกค้าใหม่ ตั้งเป้าตัวเลขที่ชัดเจน เช่น อัตรากำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น X% ภายใน 3 เดือน และติดตามความคืบหน้ารายสัปดาห์/รายเดือน รวมถึงนำความคิดเห็นของลูกค้ามา ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

PART
1

สรุป

เมื่อธุรกิจไปได้ไม่ดี การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและวางมาตรการปรับปรุงแบบนี้ ไม่ได้ใช้แค่กับการบริหารร้านอิชากายะเท่านั้น แต่ยังประยุกต์ใช้กับการแก้ปัญหาในธุรกิจต่างๆ ได้ด้วย

อย่างไรก็ตาม ถึงจะวิเคราะห์ปัญหาและคิดวิธีแก้ได้ชัดเจนแค่ไหน สิ่งสำคัญที่สุดคือ “การลงมือทำ” เพราะทักษะการคิดเชิงรูปธรรมจะมีประโยชน์ ก็ต่อเมื่อลงมือทำจริง ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากเรื่องใหญ่ เริ่มจากเรื่องเล็กๆ ก่อนก็ได้

17

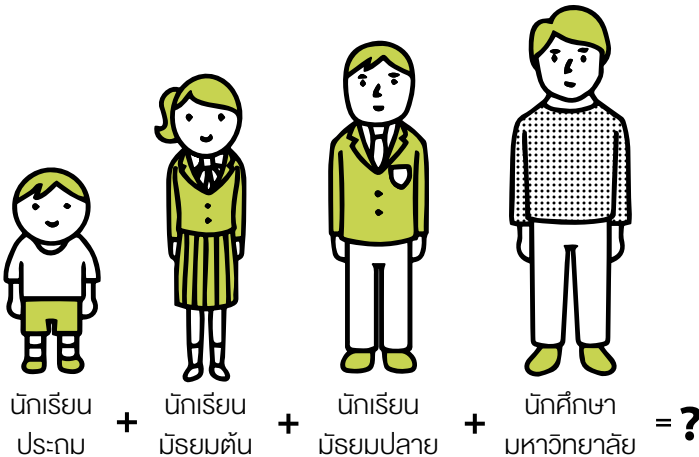
ประมาณการสถิติใกล้ตัวได้ไหม

การ “คำนวณคร่าว ๆ แล้วลงมือทำ” เป็นทักษะที่ขาดไม่ได้ในการขับเคลื่อนงาน มาลองทำโจทย์การคิดแบบประมาณการ (ประมาณการตัวเลขจากเหตุผล) กัน

ในญี่ปุ่นมีคนที่กำลังเรียนอยู่กี่คน

สมมติว่าคุณต้องการวางแผนบริการด้านการศึกษาใหม่ แต่จำเป็นต้องรู้ “จำนวนคนที่กำลังเรียนอยู่ในญี่ปุ่น” ก่อน

กว่าตอนนี้ยังไม่มีข้อมูลสถิติแบบละเอียดให้ใช้กันก็ จึงต้องประมาณการด้วยตัวเอง แล้วจะหาจำนวน “คนที่กำลังเรียนตั้งแต่ประถมถึงมหาวิทยาลัยในญี่ปุ่น” ได้อย่างไร





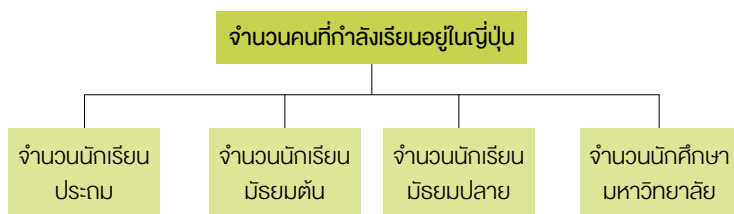
แยกภาพรวมออกเป็นองค์ประกอบย่อย โดยใช้ข้อมูลใกล้เคียง หรือ ตัวเลขเป็นเกณฑ์คร่าว ๆ ให้พอเดาได้ แล้วประมาณการเป็นขั้นตอน

STEP 1 แยกองค์ประกอบ

PART
1

ก่อนอื่นมาแยกภาพรวมอย่าง “จำนวนคนที่กำลังเรียนอยู่ในญี่ปุ่น” ออกเป็นส่วนย่อย แม้จริง ๆ จะมีหลายกลุ่ม เช่น นักศึกษาอาชีวะ นักศึกษาปริญญาโท-เอก แต่เพื่อให้ง่าย เราจะพิจารณาแค่ 4 กลุ่มคือนักเรียนประถม นักเรียนมัธยมต้น นักเรียนมัธยมปลาย และนักศึกษามหาวิทยาลัย

ตัวอย่าง → จำนวนคนที่กำลังเรียนอยู่ในญี่ปุ่น



STEP 2 ตั้งตัวเลขเป็นเกณฑ์สำหรับประมาณการ

จาก STEP 1 จะได้สูตรดังต่อไปนี้

จำนวนคนที่กำลังเรียนอยู่ในญี่ปุ่น = จำนวนนักเรียนประถม + จำนวนนักเรียนมัธยมต้น + จำนวนนักเรียนมัธยมปลาย + จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัย

แต่ปัญหาคือ ตอนนีเราไม่รู้จำนวนของแต่ละกลุ่ม
ในเวลาแบบนี้ แนะนำให้ตั้ง “ตัวเลขเป็นเกณฑ์สำหรับประมาณ-
การ” โดยใช้จำนวนประชากรทั้งหมดของญี่ปุ่นเป็นเกณฑ์

ประชากรทั้งหมดของญี่ปุ่น : 124,885,175 คน (ปี 2024)

ง่าย ๆ ว่า “ประมาณ 120 ล้านคน” ก็พอ

STEP 3 ประมาณการสัดส่วนจำนวนคนในแต่ละระดับการศึกษา

ต่อไปให้เปรียบเทียบความแตกต่างของประถม มัธยมต้น มัธยม
ปลาย และมหาวิทยาลัย

เนื่องจากตอนนี้เป้าหมายคือ การประมาณการจำนวนคน จึงให้
ตัวเลขในการเปรียบเทียบ เช่น ถ้าเปรียบเทียบจำนวนปีของแต่ละระดับ
การศึกษา วิธีนี้จะช่วยให้ประมาณการสัดส่วนจำนวนคนของประชากร
ทั้งหมดได้

	ประถม	มัธยมต้น	มัธยมปลาย	มหาวิทยาลัย
จำนวนปี	6 ปี	3 ปี	3 ปี	4 ปี

STEP 4 ประมาณการเป็นขั้นตอน

จริงๆ แล้วมีรายละเอียดที่ต้องปรับ เช่น แผนภูมิพีระมิดประชากรของญี่ปุ่น และอัตราการเกิดที่ลดลง แต่ในที่นี้จะประมาณแบบคร่าวๆ เป็นขั้นตอน มาทบทวนสูตรที่ได้จาก STEP 2 กันอีกครั้ง แล้วคิดว่า “ต้องรู้อะไรเพิ่ม” ถึงจะคำนวณได้

【สูตรคำนวณจำนวนคนที่กำลังเรียนอยู่ในญี่ปุ่น】

จำนวนนักเรียนประถม + จำนวนนักเรียนมัธยมต้น + จำนวนนักเรียนมัธยมปลาย + จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัย

เราอยากรู้จำนวนของแต่ละระดับการศึกษาใช่ไหม ดังนั้นจะเริ่มประมาณการไปเป็นขั้นตอน

【การประมาณการจำนวนนักเรียนประถม】

นักเรียนประถมเป็นการศึกษาภาคบังคับ สมมติว่าอัตราการเข้าเรียนเกือบ 100% ถ้าอายุเฉลี่ยของคนญี่ปุ่นคือ 80 ปี สัดส่วนนักเรียนประถมในคนญี่ปุ่นคือ $6/80$ จะได้ $6 \div 80 = 0.075 = 7.5\%$

ประชากรทั้งหมดของญี่ปุ่น 120 ล้านคน $\times 7.5\% = 9$ ล้านคน หรือปัดง่าย ๆ เป็น 10% จะได้ $120 \text{ ล้านคน} \times 10\% = 12 \text{ ล้านคน}$

【การประมาณการจำนวนนักเรียนมัธยมต้น】

นักเรียนมัธยมต้นก็เป็นการศึกษาภาคบังคับเหมือนกัน สมมติว่าเข้าเรียนเกือบ 100% และเนื่องจากจำนวนปีที่เรียน (3 ปี) เป็นครึ่งหนึ่งของประถม (6 ปี) จึงสมมติว่าจำนวนนักเรียนมัธยมต้นเป็นครึ่งหนึ่งของนักเรียนประถมคือ $9 \text{ ล้านคน} \div 2 = 4.5 \text{ ล้านคน}$

หากสมมติว่านักเรียนมัธยมต้นมีสัดส่วน 5% ของประชากรญี่ปุ่น (ครึ่งหนึ่งของนักเรียนประถม) จะได้ $120 \text{ ล้านคน} \times 5\% = 6 \text{ ล้านคน}$

[การประมาณการจำนวนนักเรียนมัธยมปลาย]

แม้ว่าการศึกษาระดับมัธยมปลายจะไม่ใช้การศึกษามากับระดับ แต่สมมติว่าอัตราการศึกษาต่อสูงมาก (100%) เหมือนประถมกับมัธยมต้น ก็ให้ถือว่ามีส่วน 3/80 ของประชากรทั้งหมด ($3 \div 80 = 0.0375 = 3.75\%$ ประชากรทั้งหมดของญี่ปุ่น $120 \text{ ล้านคน} \times 3.75\% = 4.5 \text{ ล้านคน}$) จึงประมาณการว่า 4.5 ล้านคน ถ้าสมมติว่าประมาณ 5% ของประชากรญี่ปุ่นเป็นนักเรียนมัธยมปลาย จะได้ $120 \text{ ล้านคน} \times 5\% = 6 \text{ ล้านคน}$

[การประมาณการจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัย]

ในกรณีศึกษามหาวิทยาลัย สมมติว่าอัตราการศึกษาต่อประมาณ 50% จะประมาณการได้ว่า $4 \text{ ปี} \div 80 \text{ ปี} \times 50\%$ (อัตราการการศึกษาต่อ) $= 2.5\%$ ของสัดส่วนประชากรทั้งหมดของญี่ปุ่น $120 \text{ ล้านคน} \times 2.5\% = 3 \text{ ล้านคน}$ จึงประมาณการว่า มีนักศึกษามหาวิทยาลัย 3 ล้านคน จากนั้นก็บวกตัวเลขที่ประมาณการไว้ตั้งแต่นักเรียนประถมถึงนักศึกษามหาวิทยาลัย

อีกวิธีหนึ่งคือ จำนวนนักเรียนมัธยมปลาย $\div 3$ (จำนวนต่อชั้นปี) $\times$ อัตราการศึกษาต่อ (สมมติประมาณ 50%) $\times 4$ (ส่วนในอุดมวิทยาลัยเรียน 4 ปี) จะได้ $4.5 \text{ ล้านคน} \div 3 \times 50\% \times 4 = 3 \text{ ล้านคน}$

จากนั้นก็แค่นำมาบวกกัน

ก็จะได้ประมาณ 27 ล้านคน ($12 \text{ ล้านคน} + 6 \text{ ล้านคน} + 6 \text{ ล้านคน} + 3 \text{ ล้านคน}$)

แม้จะคำนวณตัวเลขคร่าวๆ ได้แล้ว แต่ก็ยังไม่ได้สะท้อนแนวโน้มอัตราการเกิดที่ลดลงของญี่ปุ่น

※ การประมาณการนี้ ตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า ทุกช่วงอายุมีจำนวนประชากรเท่ากัน

นอกจากนี้ หากต้องการให้แม่นยำมากขึ้น ยังมีวิธีตรวจสอบโดยคำนึงถึงว่า จำนวนเด็กเกิดใหม่ในญี่ปุ่นช่วงหลังอยู่ที่ประมาณ 700,000 - 800,000 คนต่อปี

- สมมติว่าคนอายุต่ำกว่า 20 ปีมีประมาณ 1 ล้านคนต่อปี
- นักเรียนประถม $800,000 \text{ คน} \times 6 \text{ ชั้นปี} = 4.8 \text{ ล้านคน}$
- นักเรียนมัธยมต้น $800,000 \text{ คน} \times 3 \text{ ชั้นปี} = 2.4 \text{ ล้านคน}$
- นักเรียนมัธยมปลาย $800,000 \text{ คน} \times 3 \text{ ชั้นปี} = 2.4 \text{ ล้านคน}$
- นักศึกษามหาวิทยาลัย $800,000 \text{ คน} \times 4 \text{ ชั้นปี} \times 50\% = 1.6 \text{ ล้านคน}$

รวม 11.2 ล้านคน (4.8 ล้านคน + 2.4 ล้านคน + 2.4 ล้านคน + 1.6 ล้านคน)

ดังนั้นค่าประมาณน่าจะอยู่ที่ 27 ล้านคน (กรณีที่ประชากรทุกช่วงอายุเท่ากัน) และ 11.2 ล้านคน (กรณีคำนึงถึงอัตราการเกิดลดลง) ในที่นี้ เพื่อให้ได้คำตอบของการประมาณแบบคร่าว ๆ จะใช้ค่ากลางที่ 19.1 ล้านคน (อาจมีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามโครงสร้างแผนภูมิพีระมิดประชากร)

ตัวอย่าง
คำตอบ

คำตอบ 19.1 ล้านคน

สรุป

การประมาณการทางสถิติ สิ่งสำคัญว่าตัวเลขที่แม่นยำคือ “วิธีคิด” สองเฟือง
ให้มีความรู้สึกรู้ว่า “น่าจะประมาณนี้แหละ” ให้มากขึ้น

Column

แนวคิดเรื่อง “ตัวเลขสมมติ” ที่ใช้ในการคิดแบบประมาณการ

ในโจทย์ครั้งนี้ เราสมมติว่าจำนวนนักเรียนประถมและ
มัธยมต้นเป็น 7.5% ของประชากรญี่ปุ่น บางคนอาจรู้สึกว่าการ
ตั้ง “ตัวเลขสมมติ” อย่าง 7.5% นี้เป็นเรื่องยาก แต่จริงๆ มีวิธีคิด
อยู่หลายแบบ

วิธีที่ 1 คือคิดแบบคร่าวๆ ก่อน

ลองมองแบบง่าย ๆ โดยไม่ต้องสนใจรายละเอียดอย่างอายุ
ประชากรในแต่ละช่วงไม่เท่ากัน สมมติว่าคนมีอายุถึงประมาณ
80 ปี และในจำนวนนั้น นักเรียนประถมมี 6 ชั้นปีก็คิดเป็น 6/80
ของประชากร ลองตั้งมุมมองแบบง่าย ๆ ตามสะดวกไปก่อนเพื่อ
ให้เริ่มคำนวณได้ หลังจากนั้นค่อยพิจารณาสิ่งที่ตกหล่นไป เช่น
อายุประชากรในแต่ละช่วงไม่เท่ากัน

วิธีที่ 2 คือใช้ความรู้สึกจากประสบการณ์

อิงจากสิ่งที่เรารู้สึกในชีวิตประจำวัน เช่น คุณรู้สึกกว่า “เด็ก
ประถมเยอะ” หรือ “ไม่ค่อยเห็นเด็ก” แล้วกำหนดตัวเลขคร่าว ๆ
แน่นอนว่าถ้ามีข้อมูลจริงให้ใช้ก็ใช้ข้อมูลนั้นจะดีที่สุด

18

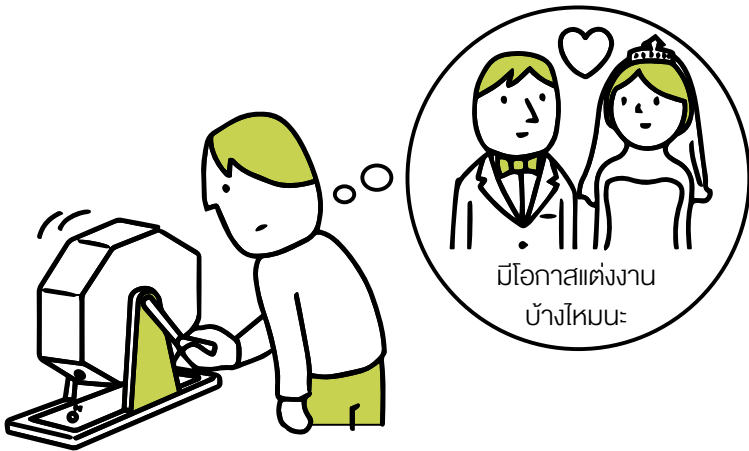
ประมาณการพรหมลิขิตได้หรือไม่

เวลาที่คิดว่า “อยากมีคนรู้ใจจังเลย”

ปัญหาในชีวิตประจำวันแบบนี้ ก็ใช้การคิดแบบประมาณการได้เหมือนกัน

ผู้ชายวัย 30 ปี มีโอกาสแต่งงานได้มากน้อยเท่าไร

สมมติว่าคุณเป็นผู้ชายวัย 30 ปี ทำงานบริษัท และไม่มีแฟนมาหลายปี จึงเริ่มลังเลว่า “จะสมัครบริษัทจัดหาคู่ดีไหม” ถึงอย่างนั้นก็ยังหวังการ “แนะนำจากเพื่อน” หรือจะปล่อยให้ “เป็นไปตามพรหมลิขิต” ดันลองใช้การคิดแบบประมาณการ เพื่อประเมินว่าแต่ละวิธีมีโอกาสแต่งงาน (สำเร็จ) มากแค่ไหน





คำนวณโอกาสในการพบเจอ แล้วค่อยๆ สะสมการประมาณการ เป็นขั้นตอน จากนั้นก็เปรียบเทียบกับอัตราสำเร็จขั้นสุดท้าย

การประมาณการ “อัตราการแต่งงานสำเร็จ” ของบริษัท จัดหาคู่

ในกรณีนี้สมัครบริษัทจัดหาคู่ เราคาดหวังได้ว่าจะได้พบคนที่เงื่อนไขตรงกันในระดับหนึ่งผ่านที่ปรึกษาเฉพาะทางหรือระบบจับคู่

สมมติว่าเจอเดือนละคน และมีโอกาสเจอ 12 คนต่อปี (ถือว่าโอกาสได้เจอ = 100%)

ต่อไปมาประมาณการโอกาสที่จะพัฒนาเป็นการคบหา สมมติว่า 30% ของคนที่เจอจะพัฒนาเป็นการคบกัน ดังนั้น $12 \text{ คน} \times 30\% = 4 \text{ คน}$ ที่จะได้พัฒนาเป็นการคบหา

จากนั้นมาคำนวณ “อัตราการแต่งงานสำเร็จ”

ในบรรดา 4 คนที่เริ่มคบกัน สมมติว่าโอกาสที่จะไปถึงการแต่งงานคือ 30% ก็จะได้อัตราส่วนคนที่แต่งงานสำเร็จ $4 \text{ คน} \times 30\% = 1.2 \text{ คน}$

ถ้าคิดในภาพรวมเป็นสมาชิก 100 คน อัตราส่วนคนที่แต่งงานสำเร็จคือ $100 \text{ คน} \times (1.2 \div 12 \text{ คน}) = 10\%$

จากผลการคำนวณนี้ อัตราการแต่งงานสำเร็จอยู่ที่ประมาณ 10% อย่างไรก็ตาม สำหรับคนที่ทำกิจกรรมอย่างเข้มข้น หรือมีเงื่อนไขตรงกันดี คาดว่าอัตราการแต่งงานสำเร็จจะยิ่งสูงขึ้น จึงประมาณการได้ว่า อยู่ในช่วง 10 - 15%

สรุป : อัตราการแต่งงานสำเร็จคือ 10 - 15%

การประมาณการ “อัตราการแต่งงานสำเร็จ” จากการแนะนำของเพื่อน

เงื่อนไขที่จำเป็นในการไปถึงขั้นแต่งงานมีอะไรบ้าง ลองคิดออกมาเป็น 3 ข้อดู

PART
1

ตัวอย่าง → เงื่อนไขที่จำเป็นในการไปถึงขั้นแต่งงาน

- ① โอกาสที่จะได้เจอกันจริงจากการแนะนำของเพื่อน
- ② โอกาสที่ทั้งสองฝ่ายจะสนใจกันและพัฒนาเป็นการคบหาหลังจากเจอกันแล้ว
- ③ โอกาสที่การคบหาจะนำไปสู่การแต่งงาน

เมื่อนำ 3 ข้อนี้มาคูณกันก็จะหาอัตราการแต่งงานได้

ลองสมมติตัวเลขดังนี้

- ① โอกาสที่จะได้เจอกันจริง : สมมติว่าโอกาสที่จะได้เจอเพศตรงข้ามจากการแนะนำของเพื่อนคือ 50%
- ② โอกาสที่จะพัฒนาเป็นการคบหา : สมมติว่าโอกาสที่ทั้งสองฝ่ายจะสนใจกันและพัฒนาเป็นการคบหาหลังจากเจอกันแล้วคือ 40%
- ③ โอกาสที่จะแต่งงานสำเร็จ : สมมติว่าโอกาสที่การคบหาจะนำไปสู่การแต่งงานคือ 30%

เมื่อคูณกันแล้วจะได้

$$\text{อัตราการแต่งงานสำเร็จ} = 50\% \times 40\% \times 30\% = 6\%$$

สรุป : อัตราการแต่งงานสำเร็จคือ 6%

การประมาณการ “อัตราการแต่งงานสำเร็จ” กรณีปล่อยให้เป็นไปตามพรหมลิขิต

ลองคิดอัตราการแต่งงานสำเร็จภายใต้เงื่อนไขง่าย ๆ ว่าเป็นผู้ชายวัย 30 ปีที่ “ไม่ทำอะไรเป็นพิเศษ” เงื่อนไขที่จำเป็นในการไปถึงการแต่งงานมี 3 ข้อดังนี้

- ① โอกาสที่จะได้เจอกันโดยธรรมชาติ
- ② โอกาสที่จะพัฒนาเป็นการคบหา
- ③ โอกาสที่จะแต่งงานสำเร็จ

เมื่อคุณสิ่งเหล่านี้เข้าด้วยกันก็จะหาอัตราการแต่งงานสำเร็จได้

ลองสมมติตัวเลขดังนี้

① โอกาสที่จะได้เจอกันโดยธรรมชาติ : แม้ไม่ได้ทำอะไรเป็นพิเศษ ก็มีความเป็นไปได้ที่จะเจอเพศตรงข้ามจากงานหรือชีวิตประจำวัน

ถ้าเป็นผู้ชายวัย 30 ปีที่มีงานทำก็มีความเป็นไปได้ที่จะเจอเพื่อนร่วมงานหรือคู่ค้า สมมติว่าโอกาสนี้อยู่ที่ประมาณ 10%

② โอกาสที่จะพัฒนาเป็นการคบหา : สมมติว่าโอกาสที่จะพัฒนาจากการพบกันไปสู่การคบกันคือ 30%

③ โอกาสที่จะแต่งงานสำเร็จ : สมมติว่าโอกาสที่การคบหาจะนำไปสู่การแต่งงานคือ 30% (เหมือนกรณีอื่นๆ)

เมื่อคูณกันแล้วจะได้

$$\text{อัตราการแต่งงานสำเร็จ} = 10\% \times 30\% \times 30\% = 0.9\%$$

สรุป : อัตราการแต่งงานสำเร็จคือ 0.9%

ตัวอย่าง
คำตอบ

อัตราการแต่งงานสำเร็จของแต่ละวิธีคือ กรณีสมัครบริษัท
จัดหาคู่ 10 - 15% กรณีเพื่อนแนะนำ 6% และกรณีปล่อยให้เป็นไปตามพรหมลิขิต 0.9%

สรุป

ตัวเลขที่ใช้ในการประมาณการข้างต้นเป็นตัวเลขสมมติ คราวนี้เราใช้เงื่อนไขง่ายๆ คือ “ผู้ชายวัย 30 ปี” ในการคำนวณ แต่หากนำรายได้หรือที่อยู่อาศัยมาพิจารณาด้วยก็จะประมาณการได้แม่นยำขึ้น

สิ่งสำคัญคือ หลังจากประมาณการแล้ว ต้องลงมือทำจริง และนำไปเปรียบเทียบกับผลลัพธ์จริง เริ่มจากกรณีสมัครบริษัทจัดหาคู่ ต่อด้วยกรณีเพื่อนแนะนำ โดยนำตัวเลขเชิงปริมาณ เช่น อัตราการพัฒนาความสัมพันธ์ รวมถึงเงื่อนไขเชิงคุณภาพ เช่น ความชอบพอมาพิจารณาร่วมกัน แล้วค่อยวางกลยุทธ์หาคู่ต่อไป

PART

1