

สารบัญ

บทนำ : การคิดแบบที่ปิดขวดไวน์ 11

ส่วนที่ 1 ความคิดสร้างสรรค์ในจุดที่คาดไม่ถึง

- ถึงเวลาแสดงละคร 17
- เมื่อปัญหาหลายอย่างรวมกันเป็นโอกาส 21
- เปลี่ยนสนามให้กับปัญหา 25
- ยิงปืนนัดเดียวได้นกสองตัว 29
- ลบเจอลบเป็นบวก 33
- ประวัติศาสตร์คืออนาคต 37
- ความกลัวคือเพื่อนแท้ของคุณ 41
- เปลี่ยนทริกให้เป็นทริต 45
- กระบวนการแบบนักล่า 49
- ถ้าคุณไม่สามารถหยุดยั้งบางสิ่งได้
ก็จงควบคุมทิศทางของมัน 53
- วิธีแก้ปัญหาคือการดมกลิ่น 57

ส่วนที่ 2 การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

- ใช้ไฟในมือให้เกิดประโยชน์สูงสุด 63
- ความจริงที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง
ร่างกายเปลือยเปล่า 67
- ความเป็นจริงคือสิ่งที่เรารังสรรค์ขึ้นมาเอง 71
- หน้าทีของนักคิดสร้างสรรค์
ไม่ใช่การสรุปสาระสำคัญ 75
- ลองเทียบกับวัตต์ดูลิ 79
- เปลี่ยนให้เป็นโอกาส 83
- สามัญสำนึกเหนือกว่าเหตุผล 86
- จะใช้ภาษาของใคร 90
- เบิร์กชิตกับเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม 94

ส่วนที่ 3 ผลลัพธ์ของการคิดอย่างสร้างสรรค์

- ใครกันที่แท้จริง 101
- อย่าพร่ำบอกให้คนอื่นเชื่อ
แต่จงพิสูจน์ให้พวกเขาเห็น 105
- อย่าหันปากกระบอกปืนเข้าตัว 109
- บรรทัดฐานที่ไม่เข้าท่า 113
- เหตุผลคืออารมณ์ความรู้สึก 117

• โฆษณาคือการหาเรื่อง	121
• เพราะคุณคือบุคคลที่ล้ำค่า	125
• การเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ที่แท้จริง เริ่มต้นจากความอึดอัดใจ	129
• การคิดอย่างสร้างสรรค์ในห้วงอวกาศ	133
• ความจริงที่สำคัญที่สุด	137
• วิธีแก้ปัญหาที่เรียบง่ายต้องอาศัย การก้าวข้ามความซับซ้อน	141

ส่วนที่ 4 การคิดสร้างสรรค์ที่ใช้ได้จริง

• การคิดแบบคัดกรอง	147
• หลักการพาเรโตกับมันฝรั่งทอด	151
• ปัญหาไม่มีไว้แก้	155
• คำตอบคือแล้วแต่สถานการณ์	159
• รสชาติของชัยชนะ	163
• ผู้แพ้กับผู้ชนะ	167
• พลิกเกม	171
• คุณจะไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้ หากไม่ลงมือเปลี่ยนแปลง	175
• ข้อมูลไม่มีสมอง	179

- คิดให้ไว 183
- ทำไมการรังสรรค์เรื่องราวจึงเป็นสิ่งสำคัญ 187
- แค่ทำประตู่ให้ได้สักลูก 191
- วงแหวนของคุณซิลลิง 195
- การตลาดคือการคิดสร้างสรรค์ 199

ส่วนที่ 5 เรื่องเหลือเชื่อของความคิดสร้างสรรค์

- ผลลัพธ์ที่กลับตาลปัตร 205
- ผู้คนกับความเป็นจริง 209
- กรุณาถือสายรอสักครู่ 213
- การคิดสร้างสรรค์ต้องอาศัยความกล้า 217
- ภัยพิบัตินำไปสู่สิ่งที่สร้างสรรค์ 221
- พระเจ้าช่วย! 225
- พลังของความเขลา 229
- ข้อมูลคือของร้อนที่ต้องระวัง 233
- น้ำดื่มพลังทำลายล้างสูง 237
- โรคภรรยาของประธานบริษัท 241

ส่วนที่ 6 ภาพลวงตาของการสร้างสรรค์

- รักข้างเดียว 247
- ถ้าอยากเป็นที่รู้จักก็ต้องทำให้คนอื่น
มองเห็นก่อน 251
- คลั่งไปตามกระแส 255
- มารยาทของเราหายไปไหน 259
- เมื่อการคิดอย่างมีเหตุผลทำให้เราไร้เหตุผล 263
- ปลายทางของเบาะแส 268
- แผนปล้นรถไฟที่ไม่เข้าท่า 272
- กลยุทธ์คือการตัดสินใจบางอย่างทิ้งไป 276
- ชนะกันแค่ปลายหมวด 280

ส่วนที่ 7 การคิดสร้างสรรค์ในชีวิตจริง

- ยานหลุดกับการโฆษณา 287
- มองโลกความเป็นจริงบ้าง 291
- สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นยอดเยี่ยมแค่ไหน 295
- ดึงลูกบ้าของคุณออกมา 299
- ทำอย่างไรโฆษณาจึงจะแพร่กระจาย
ไปอย่างรวดเร็ว 303

- ความเรียบง่ายไม่เคยทำให้ผิดหวัง 307
- ความสนุกทรงพลังกว่าข้อมูล 311
- คำแนะนำเบื้องต้นในการใช้เทคโนโลยี 315
- ทุกอย่างขึ้นอยู่กับประสบการณ์ 319
- ฉันจะเล่นก็ต่อเมื่อฉันจะชนะอย่างแน่นอน 323

ประวัติผู้เขียน

327

บทนำ :

การคิดแบบที่เปิดขวดไวน์

ในยามที่มีดมิดที่สุดของสงคราม วินสตัน เชอร์ชิลล์ กล่าวว่สิ่งเดียวที่จะช่วยให้เรารอดคือ “นักคิดแบบที่เปิดขวดไวน์”

คนที่คิดต่างจากคนอื่น

เรามีทหาร รถถัง เครื่องบิน และทรัพยากรทุกอย่าง น้อยกว่าศัตรู

ถ้ายังคิดเป็นเส้นตรงเหมือนเดิม เราต้องแพ้แน่

เราจึงต้องการคนที่ไม่ได้คิดเป็นเส้นตรง

เราต้องการคนที่คิดแบบที่เปิดขวดไวน์

คนที่เข้าใจปัญหาแบบเจาะลึก

คนที่มองว่าปัญหาคือโอกาส

ซึ่งก็คือคนที่เราเรียกว่านักคิดสร้างสรรค์ในทุกวันนี้

นักคิดแบบที่เปิดขวดไวน์ของเชอร์ชิลล์ก่อให้เกิดปฏิบัติการ เบลชต์ลีย์ พาร์ก ซึ่งสามารถถอดรหัสเครื่องอื่นกมาที่ขึ้นชื่อว่ “ไม่มีทางถอดรหัสได้” และนำไปสู่ชัยชนะในยุทธการ แห่งแอดแลนติก

พวกเขาคิดค้นปืนสแตนโดยตั้งต้นจากที่สูบลมจักรยาน และผลิตโดยโรงงานของเล่น

คิดค้นหุ่นระเบิดติดเรือซึ่งจมเรือรบญี่ปุ่นจำนวนมาก โดยอ้างอิงจากลูกกวาดก๊อบสต๊อปเปอร์

ใช้ไม้สร้างเครื่องบินทิ้งระเบิดที่ศัตรูไม่สามารถไล่ตามทัน สร้างกองทัพเป่าลมด้วยบอลลูนยักษ์เพื่อลวงเยอรมนี เกี่ยวกับสถานที่ยกพลขึ้นบกในวันดีเดย์

และจัดฉากด้วยการนำศพที่ปก “เอกสารลับ” ติดตัว มาด้วยไปปล่อยลงในทะเลเพื่อหลอกให้ศัตรูเคลื่อนทัพไปยัง จุดอื่น

เราโชคดีมากเพราะดูเหมือนว่าฝ่ายตรงข้ามจะไม่มีนักคิด แบบที่เปิดขวดไวน์

แถมยังมองว่าไม่จำเป็นต้องมีนักคิดแบบนั้นด้วย

แต่การคิดแบบที่เปิดขวดไวน์หรือการคิดสร้างสรรค์ คืออาวุธลับที่แท้จริงของเรา

แล้วคุณจะหานักคิดแบบที่เปิดขวดไวน์ได้จากที่ไหน คุณสามารถจ้างคนเหล่านั้นหรือเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีคิดนี้ ได้ไหม

คำตอบคือคุณทำได้เสมอหากต้องการ เพราะวิธีคิดนี้ ก็เหมือนกับความสามารถอื่น ๆ

ความคิดสร้างสรรค์อยู่รอบตัวเรา

และเราสามารถเลือกที่จะมองหาหรือมองข้ามมันไป

ก็ได้

เราสามารถบริหารกล้ามเนื้อด้านการคิดสร้างสรรค์ได้
เหมือนกล้ามเนื้ออื่น ๆ

หากขาดการบริหาร กล้ามเนื้อนี้ก็จะมีฝ่อและตายไป
ในที่สุด

แต่หากเราบริหารกล้ามเนื้ออย่างสม่ำเสมอ มันก็จะ
แข็งแรงขึ้นเรื่อย ๆ

สิ่งที่เราต้องทำคือเรียนรู้ที่จะมองหาความคิดสร้างสรรค์
รอบตัวเสมอไม่ว่าจะอยู่ที่ใด

ทั้งในที่ทำงาน บนรถไฟ ระหว่างกินมื้อเช้า บนท้องถนน
ตอนกินมื้อเย็น และในร้านค้า

เมื่อเริ่มมองหา เราก็จะเห็นความคิดสร้างสรรค์ในทุกที่
เราสามารถพูดคุย ถกเถียง โต้แย้ง หรือตีความ
ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ได้

ในไม่ช้าความคิดสร้างสรรค์ก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งใน
บทสนทนาของเรากับผู้คนรอบตัว

แล้วเราก็จะกระตุ้นคนอื่นให้สังเกตเห็นความคิดสร้างสรรค์
เช่นกัน

ทุกคนมีกล้ามเนื้อด้านการคิดสร้างสรรค์อยู่แล้ว
หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณใช้กล้ามเนื้อดังกล่าวได้ดีขึ้น
คุณสามารถคิดสร้างสรรค์ด้วยสารพัดวิธีและค้นพบ
ความคิดสร้างสรรค์จากสารพัดแห่ง

แต่ความคิดสร้างสรรค์ที่แท้จริงไม่ได้อยู่ในหอคิวลิป

มันไม่ได้อยู่ในพิภพภณฑ์เฉพาะด้านสำหรับงานศิลปะ
แสนเจ็ดขีด

ความคิดสร้างสรรค์ที่แท้จริงคือสิ่งที่มีชีวิตชีวาซึ่งเกิดขึ้น
ในทุกที่รอบตัวเราอยู่ทุกวัน

นักคิดแบบที่เปิดขวดไวน์จึงเป็นอาวุธลับที่แท้จริงของ
วินสตัน เชอร์ชิลล์

สวอนบิลล์ เบิร์นบาค ก็กล่าวไว้ว่า “ความคิดสร้างสรรค์
นับเป็นแต้มต่อที่เหนือชั้นที่สุดที่คุณจะหยิบมาใช้ได้เพื่อเอาชนะ
คู่แข่งอย่างใสสะอาด”

ทันทีที่คุณรู้วิธีมองหา มัน ความคิดสร้างสรรค์ก็จะ
กลายเป็นแต้มต่อที่เหนือชั้นที่สุด

ส่วนที่ 1

ความคิด
สร้างสรรค์
ในจุดที่คาดไม่ถึง

SAMPLE

ถึงเวลาแสดงละคร

ในปี 1985 สิ่ง que ทุกคนในวอชิงตัน ดี.ซี. ต้องการมากที่สุด คือตัวขมการแข่งขันของทีมออเมริกันฟุตบอลวอชิงตัน เรดสกินส์ แพน ๆ ต้องลงชื่อรอซื้อตั๋วล่วงหน้าถึง 25 ปี แต่บริษัทเคเบิลทีวีแห่งหนึ่งสร้างโอกาสให้ตัวเองจากความขาดแคลนนี้

โดยสุ่มเลือกผู้โชคดีจำนวนหนึ่งแล้วส่งจดหมายเชิญเข้าขมการแข่งขันของทีมอวอชิงตัน เรดสกินส์ แบบฟรี ๆ

ทุกคนที่ได้รับจดหมายต่างรู้สึกวตัวเองโชคดีสุด ๆ โชคดีจนไม่น่าเชื่อเลยทีเดียว

จดหมายเชิญนั้นถูกส่งมาจากบริษัทแฟล็กชิป อินเตอร์เนชันแนล สपोर्टส์ เทเลวิชั่น พร้อมลายเซ็นของเจ้าของบริษัทคือไอ. เอ็ม. เดตนาว

โดยสาธยายถึงงานสังสรรค์อันหรูหราด้วยการกินมือสลายที่ศูนย์การประชุมวอชิงตัน จากนั้นก็นั่งรถบัสไปขมการแข่งขันที่สนามกีฬา

แน่นอนว่าผู้โชคดีต้องนำบัตรประจำตัวประชาชนมายืนยันตัวตนด้วย

เมื่อมาถึงศูนย์การประชุม บรรดาผู้โชคดีก็พบบรรยากาศแสนครึกครื้นที่เต็มไปด้วยเสียงเชียร์ เสียงโห่ร้อง และการแปะมือทักทายกัน

แถมยังได้รับอ้อมกอดต้อนรับจากเชียร์ลีดเดอร์สวย ๆ ด้วย

จากนั้นพนักงานต้อนรับในชุดทักซิโด้รวมทั้งชุดที่เป็นสัญลักษณ์นำโชคประจำทีม ซึ่งก็คือชายที่สวมหมวกขนนกแบบชนพื้นเมืองอเมริกันและมาสคอตไก้ก็นำทางผู้โชคดีไปยังห้องจัดงาน

แล้วหัวหน้าฝ่ายการตลาดของบริษัทก็ก้าวขึ้นไปบนเวทีเพื่อกล่าวต้อนรับผู้โชคดี

เขากล่าวว่า “สุขภาพสตรีและสุขภาพบุรุษทุกท่าน เรามีเซอร์ไพรส์สุดพิเศษจะมอบให้พวกคุณ...ตอนนี้พวกคุณถูกจับแล้ว หมอบลงกับพื้นเดี๋ยวนี้”

ตำรวจหลายสิบคนพร้อมปืนในมือเปิดประตูห้องแล้วพุ่งเข้ามาอย่างรวดเร็ว

จากนั้นผู้โชคดีทุกคนก็ถูกจับใส่กุญแจมือ

แท้จริงแล้วงานนี้คือกลลวงของตำรวจโดยมีเป้าหมายเพื่อล่อลวงออกจากถ้ำ

ผู้โชคดีทั้งหมดคือผู้หลบหนีคดีซึ่งไม่เคยรู้จักกันมาก่อน พนักงานทุกคนคือตำรวจและเจ้าพนักงานบังคับคดีของกระทรวงยุติธรรมแห่งสหรัฐอเมริกา

ไล่ตั้งแต่พนักงานต้อนรับในชุดทักซิโด้ คนที่อยู่ในชุดมาสคอต ไปจนถึงเชียร์ลีดเดอร์

โดยเจ้าพนักงานบังคับคดีที่รับบทเชียร์ลีดเดอร์กอดต้อนรับผู้โชคดีแต่ละคนเพื่อตรวจหาอาวุธต่างหาก

ช่างน่าอัศจรรย์ใจที่บรรดาผู้หลบหนีคดีไม่นึกอะใจเลยสักนิด แถมยังโผล่มาร่วมงานกันอย่างคับคั่ง

ความยั่วยวนใจของตัวฟรีในการเข้าชมการแข่งขันของทีมวอลเลย์บอล เรตสกินส์ เอาชนะสัญญาตัญญาณการระวางตัวของพวกเขา

หัวหน้าหน่วยสืบสวนกล่าวว่านั่นเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดมากเนื่องจากผู้โชคดีพากันโทรศัพท์มาสอบถามรายละเอียดทันที

และเมื่อเจ้าหน้าที่แจ้งว่า “คุณต้องนำบัตรประจำตัวประชาชนมาแสดงด้วยนะ ไม่งั้นเราจะยกตัวของคุณให้คว่ำต่อไป”

ผู้หลบหนีคดีทุกคนล้วนตอบว่า “ห้ามเอาตัวของฉันให้คนอื่นเด็ดขาด งานนี้ฉันไม่พลาดแน่”

หัวหน้าชุดปฏิบัติการบอกสมาชิกในทีมว่าแผนนี้จะสำเร็จก็ต่อเมื่อพวกเขาใช้มารยาและลำทับว่า “ปกติเราจะไม่ยืมให้พวกคุณเลย แต่วันนี้เราต้องเล่นงานพวกมันด้วยรอยยิ้ม”

ปฏิบัติการนี้ทำให้ตำรวจจับกุมผู้หลบหนีคดีได้ 119 คน และนำไปสู่การพิพากษา 101 คดี โดยมีทั้งฆาตกร โจรลักทรัพย์ อาชญากรในคดีอุกฉกรรจ์ และคนร้ายคดีข่มขืน

ปกติแล้วการไต่ถามผู้หลบหนีคดีตัวแสบหนึ่งคนต้องใช้เงินหลายล้านดอลลาร์

แต่ปฏิบัติการนี้มีค่าใช้จ่ายเพียง 22,000 ดอลลาร์

แถมเจ้าหน้าที่ทุกคนยังสนุกกับการทำงานครั้งนี้ด้วย

บริษัทเคเบิลทีวีที่พวกเขาอุปโลกนขึ้นมาคือแฟล็กชิปอินเตอร์เนชันแนล สปอร์ตส์ เทเลวิชั่น (Flagship International Sports Television)

ซึ่งมาจากชื่อทีมที่รับผิดชอบปฏิบัติการนี้คือ F.I.S.T. โดยย่อมาจาก Fugitive Investigative Strike Team (ทีมสืบสวนเชิงรุกเพื่อไล่ล่าผู้หลบหนีคดี)

ส่วนผู้บริหารที่ลงชื่อในจดหมายเชิญคือไอ. เอ็ม. เดตนาว (I. M. Detnaw)

ซึ่งเกิดจากการสลัดตัวอักษรของประโยคที่ว่า I. M. Wanted (ฉันทูกหมายหัว)

หัวหน้าชุดปฏิบัติการนี้กล่าวว่า “กลลวงนี้คือวิธีที่ปลอดภัยในการจับกุมผู้หลบหนีคดี พวกเขาตั้งตัวไม่ทันและกำลังเคลิบเคลิ้มกับบรรยากาศแสนครึกครื้น”

ต่อมาหัวหน้าชุดปฏิบัติการนี้ก็ได้รับตำแหน่งผู้บัญชาการกรมตำรวจนิวยอร์กและทำงานให้กับนายกเทศมนตรีจูลิอานี

สิ่งที่ตำรวจเหล่านี้ทำก็เหมือนกับกิจกรรมการสร้างสรรค์ต่าง ๆ

และปฏิบัติการครั้งนี้คือตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงกฎข้อแรกของการคิดสร้างสรรค์ที่แท้จริง

นั่นคือเราควรระลึกไว้เสมอว่าสิ่งสำคัญไม่ได้มีเพียงการเข้าใจในงานที่ทำ

แต่รวมถึงการเข้าใจผู้คนด้วย