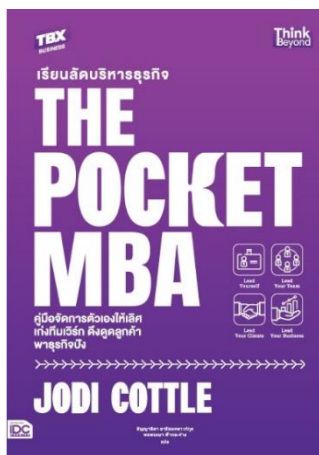


บทปริทัศน์หนังสือ (Book Review)



เรียนลัดบริหารธุรกิจ The Pocket MBA

คู่มือจัดการตัวเองให้เลิศ เก่งทีมเวิร์ก ดึงดูดลูกค้าพาธุรกิจปัง

เขียนโดย โจดี้ ค็อตเทิล (Jodi Cottle)

แปลโดย ชัญญูธิดา อารีสงเคราะห์กุล และ พรพรรณ ฟ้ากระจำง

(2567, Think Beyond)

บทวิจารณ์โดย

ไพโรจน์ เหมือนสอาด¹

หนังสือเรียนลัดบริหารธุรกิจ The Pocket MBA โดย Jodi Cottle เป็นคู่มือที่รวบรวมกรอบแนวคิดและทฤษฎีด้านการบริหารธุรกิจอย่างกระชับแต่ครอบคลุมครบถ้วน ผู้เขียนนำเสนอเนื้อหาโดยผสมผสานทฤษฎีทางการบริหารแบบดั้งเดิมกับแนวคิดสมัยใหม่ พร้อมแทรกประสบการณ์จากชีวิตจริงในฐานะนักธุรกิจหญิงที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ หนังสือแบ่งเนื้อหาออกเป็นสี่ส่วนหลัก ได้แก่ การเป็นผู้นำตนเอง การเป็นผู้นำทีม การเป็นผู้นำลูกค้า และการเป็นผู้นำธุรกิจ ซึ่งทุกส่วนมีการอธิบายที่ลึกซึ้งและสามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในหลากหลายบริบท

ส่วนที่ 1 การเป็นผู้นำตนเอง

เนื้อหาในส่วนนี้มุ่งเน้นการพัฒนาภาวะผู้นำส่วนบุคคล โดยเฉพาะ โมเดล VACAS (Visionary, Authentic, Coaching, Authoritative, Servant) เป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยพัฒนาภาวะผู้นำในหลายมิติ โดยมุ่งเน้นการเป็นผู้นำที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและสนับสนุนทีมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ Visionary หมายถึงการสร้างวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางองค์กร Authentic คือการเป็นผู้นำที่ซื่อสัตย์และจริงใจ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี

email: 6701436500001@ptu.ac.th

Coaching เน้นการช่วยเหลือและพัฒนาทีมงานให้เติบโต **Authoritative** คือความสามารถในการตัดสินใจที่มั่นคงและแน่วแน่ และ **Servant** เน้นการให้บริการและสนับสนุนทีมงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างความสมดุลระหว่างความสามารถในการชี้นำและการสนับสนุนผู้อื่น โมเดลนี้เหมาะสมสำหรับการนำไปปรับใช้ในองค์กรยุคใหม่ที่ต้องการความยืดหยุ่นและประสิทธิภาพ การเปรียบเทียบกับโมเดลภาวะผู้นำอื่น เช่น **Transformational Leadership** ซึ่งเน้นการสร้างแรงบันดาลใจและการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและทีม แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างที่โดดเด่น โดย VACAS มุ่งเน้นความหลากหลายในบทบาทของผู้นำที่ตอบสนองความต้องการของสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ในขณะที่ Transformational Leadership มักมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงเชิงลึกในวัฒนธรรมและพฤติกรรมของทีมงาน ตัวอย่างเช่น การใช้ Transformational Leadership ในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรขนาดใหญ่ เช่น บริษัท Unilever เพื่อสร้างความยั่งยืนผ่านการพัฒนาค่านิยมองค์กรที่เน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยเสริมความแตกต่างจาก VACAS ที่มีการนำเสนอในบริบทที่ยืดหยุ่นมากกว่า นอกจากนี้ หนังสือยังได้กล่าวถึง **Imposter Syndrome** หรือความรู้สึกไม่มั่นใจในความสามารถของตนเองในหมู่ผู้นำ ซึ่งเป็นประเด็นที่ทันสมัยและถูกนำเสนอพร้อมแนวทางจัดการเชิงปฏิบัติที่ชัดเจน การเชื่อมโยงประเด็นนี้กับการใช้โมเดล VACAS ช่วยสร้างแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาความมั่นใจในตนเองของผู้นำ

ส่วนที่ 2 การเป็นผู้นำทีม

ในส่วนนี้ หนังสือให้ความสำคัญกับการพัฒนาทีมงาน โดยเน้นการเลือกบุคลากรที่เหมาะสม การโค้ชทีมงานผ่าน **GROW Model** เป็นแนวทางในการโค้ชที่มีโครงสร้างชัดเจน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ **Goal (เป้าหมาย)** การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ เพื่อสร้างทิศทางและแรงบันดาลใจในการพัฒนาทีมงานหรือบุคคล **Reality (ความเป็นจริง)** การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันอย่างตรงไปตรงมาเพื่อระบุจุดแข็งและจุดที่ต้องพัฒนา **Options (ทางเลือก)** การระดมความคิดและสำรวจวิธีแก้ปัญหาที่เป็นไปได้ที่หลากหลาย เพื่อสร้างแผนปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุด **Way Forward (แนวทางต่อไป)** การตัดสินใจและวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน พร้อมกำหนดกรอบเวลาและผู้รับผิดชอบ โมเดลนี้เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้นำสามารถสนับสนุนทีมงานในการแก้ปัญหาและบรรลุเป้าหมายได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การใช้ GROW Model ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรเพื่อเพิ่มทักษะเฉพาะทาง และสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานร่วมกันในทีม และการเสริมสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการพัฒนาาร่วมกัน ตัวอย่างเช่น กรณีศึกษาจาก **Muffin Break** ที่ชี้ให้เห็นถึงการบริหารทีมงานอย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่น และการส่งเสริมศักยภาพของพนักงานในทุกระดับ โมเดลเหล่านี้ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจถึงความสำคัญของการเป็นผู้นำที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและพัฒนาทีมงานได้อย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 3 การเป็นผู้นำลูกค้า

กรอบแนวคิด **Sustainable Competitive Advantage (SCA)** เป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จทางการแข่งขันที่องค์กรสามารถรักษาไว้ได้ในระยะยาว โดย SCA ประกอบด้วยสามองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ **คุณค่าที่แตกต่าง (Unique Value)** การสร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การเพิ่มนวัตกรรม เทคโนโลยี หรือการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าและเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง **ทรัพยากรที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ (Imitability)** การพัฒนา

ทรัพยากรหรือความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย เช่น ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ลิขสิทธิ์ หรือวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ **การจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Organizational Capability)** ความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการทรัพยากรและการดำเนินงาน เพื่อสร้างและรักษาความได้เปรียบเหล่านี้ในระยะยาว SCA เป็นแนวคิดสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจมีความมั่นคงและสามารถปรับตัวได้ในสภาพแวดล้อม การแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง ตัวอย่างที่เด่นชัด ได้แก่ **Apple** ซึ่งสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ รวมถึง **M-Pesa** ที่ใช้เทคโนโลยีมือถือในแอฟริกาเพื่อให้บริการทางการเงินที่ครอบคลุมผู้ใช้ในพื้นที่ห่างไกลได้อย่างยั่งยืน เป็นกรอบแนวคิดที่เน้นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย สามองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ **คุณค่าที่แตกต่าง (Unique Value)** ที่ทำให้สินค้าและบริการโดดเด่น **ทรัพยากรที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ (Imitability)** เพื่อป้องกันคู่แข่งไม่ให้ง่ายต่อการทำซ้ำได้ง่าย และ **การจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Organizational Capability)** ที่ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบนี้ได้ในระยะยาว ถูกนำเสนอในส่วนนี้เพื่อช่วยให้ธุรกิจสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน หนังสือยกตัวอย่างจาก **Z Energy** ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงกับลูกค้าในตลาดที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างจาก **Tesla** ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผ่านการให้บริการหลังการขายที่โดดเด่น หนังสือยังชี้ให้เห็นว่าการบริหารลูกค้าไม่เพียงแค่การตอบสนองความต้องการ แต่ยังรวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ให้กับลูกค้าในระยะยาว การเพิ่มตัวอย่างที่หลากหลายช่วยแสดงให้เห็นว่าแนวคิด SCA สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในหลายอุตสาหกรรม เช่น การบริหารธุรกิจในประเทศที่มีตัวอย่างจากบริษัท **Samsung** ในการสร้างความยั่งยืนผ่านการลงทุนในนวัตกรรมเทคโนโลยีล้ำสมัย และกรณีศึกษาจาก **M-Pesa** ในแอฟริกาที่ใช้เทคโนโลยีมือถือเพื่อสร้างระบบการชำระเงินที่ครอบคลุมและยั่งยืนในตลาดที่ไม่เคยเข้าถึงบริการทางการเงินมาก่อน

ส่วนที่ 4 การเป็นผู้นำธุรกิจ

ส่วนสุดท้ายของหนังสือครอบคลุมมิติที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ รวมถึงการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการบริหารการเงิน ตัวอย่างจาก **Strong Pilates** แสดงให้เห็นถึงการวางแผนการเงินและกลยุทธ์ที่ชัดเจนซึ่งช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลางสามารถสร้างความสำเร็จได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดย Strong Pilates ได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเชิงลึกเพื่อออกแบบแผนธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นถึง 25% ในช่วงปีแรกของการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้ถึง 15% ผ่านการใช้เทคโนโลยีในการจัดการทรัพยากร ส่วนนี้ยังเน้นความสำคัญของการบริหารธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ตอบสนองต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

การเสริมสร้างบทบาทของผู้หญิงในโลกธุรกิจ

หนังสือเล่มนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่แหล่งความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ แต่ยังเป็นจุดเริ่มต้นที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่านในการศึกษาต่อหนังสือเล่มอื่น ๆ โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างบทบาทของผู้หญิงในโลกธุรกิจ Jodi Cottle ได้นำเสนอ VACAS และ SCA เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้หญิงในสายงานบริหาร ตัวอย่างเช่น การสร้างกลยุทธ์เพื่อแข่งขันในตลาดระดับโลก และการเจรจาในสภาพแวดล้อม

ที่หลากหลายทางวัฒนธรรม เนื้อหาในส่วนนี้ไม่ได้เพียงแค่สร้างแรงบันดาลใจ แต่ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจถึงมุมมองที่กว้างขึ้นในระดับสากล

แม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะครอบคลุมเนื้อหาในหลากหลายมิติ แต่ข้อมูลเชิงลึกด้านเทคนิค เช่น การบริหารการเงินขั้นสูง หรือการจัดการองค์กรขนาดใหญ่ อาจไม่ถูกขยายในรายละเอียดมากนัก ทำให้เหมาะสำหรับองค์กรขนาดเล็กถึงกลางที่ต้องการแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที อย่างไรก็ตาม ผู้อ่านที่ต้องการศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม สามารถศึกษาหนังสือ เช่น “Good to Great” โดย Jim Collins หรือ “The Lean Startup” โดย Eric Ries ซึ่งจะช่วยเสริมมุมมองด้านเทคนิคและกลยุทธ์ในบริบทที่กว้างขึ้น กรณีศึกษาที่น่าสนใจใน เรียบลัดบริหารธุรกิจ ช่วยให้ผู้อ่านมองเห็นภาพการบริหารธุรกิจในระยะสั้นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้หนังสือเล่มนี้เป็นคู่มือที่เหมาะสมสำหรับการเริ่มต้นในเส้นทางธุรกิจ หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับ **ผู้ประกอบการมือใหม่ ผู้บริหารระดับต้นถึงกลาง และนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา** นอกจากนี้ยังเหมาะสำหรับ **ผู้หญิงที่ต้องการพัฒนาภาวะผู้นำและความมั่นใจในสายงานบริหาร** เนื้อหาที่ครอบคลุมตั้งแต่ การพัฒนาตนเอง การบริหารทีม และการสร้างกลยุทธ์เชิงธุรกิจทำให้หนังสือเล่มนี้มีคุณค่าในฐานะคู่มือที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ที่ต้องการปรับตัวในโลกธุรกิจยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เรียบลัดบริหารธุรกิจ The Pocket MBA คือหนังสือที่สามารถเปลี่ยนแปลงมุมมองของคุณเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ด้วยการผสมผสานกรอบแนวคิดที่ชัดเจนและกรณีศึกษาที่จับต้องได้ หนังสือเล่มนี้ไม่เพียงช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจแนวคิดการบริหารแบบดั้งเดิม แต่ยังชี้แนะวิธีการปรับตัวในโลกธุรกิจยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ จุดเด่นของหนังสืออยู่ที่การสร้างภาวะผู้นำที่หลากหลาย การพัฒนาทีมอย่างมีกลยุทธ์ และการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า แม้จะมีข้อจำกัดในเชิงลึกด้านเทคนิค แต่เนื้อหาที่น่าสนใจจะสร้างแรงบันดาลใจและแนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองและก้าวสู่ความสำเร็จในเส้นทางธุรกิจ