



คิดอย่างมีกลยุทธ์

เขียนโดย : Yoshinori Saito
แปลโดย : ประวิติ เพ็ญเจริญ
ราคา : 225 บาท
สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.

ท่าม

กลางสภาพแวดล้อมในโลกธุรกิจที่ซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน หรือเรื่องใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน เรามักจะพบกับสถานการณ์ที่ต้องแก้ปัญหาอยู่เสมอ บ่อยครั้งที่เรารู้สึกทึ่งกับหัวหน้า เพื่อนร่วมงาน หรือคนใกล้ตัวบางคนที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทั้งยังสามารถแจกแจงประเด็นปัญหาออกมาอย่างมีระบบ ทำให้แก้ปัญหาได้ตรงจุดและยังสามารถถ่ายทอดความคิดของตนให้คนรอบข้างเข้าใจได้อย่างชัดเจนอีกด้วย คนที่สามารถคิดได้อย่างมีระบบ เช่นนี้เรียกว่าเป็นคนที่มีความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) ซึ่งทักษะแบบนี้เป็นที่ต้องการอย่างยิ่งในโลกของธุรกิจที่ต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลาภายใต้สภาพแวดล้อมและการแข่งขันที่มีแนวโน้มว่าจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมากขึ้นในทุกๆ วัน

ตอนที่เรทราบแล้วว่าความคิดเชิงกลยุทธ์นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการทำงาน แต่เมื่อชายตามองไปรอบตัวกลับพบว่าไม่ค่อยมีบทความ ตำรา หรือหนังสือเล่มใดที่จะสามารถอธิบาย “การคิดเชิงกลยุทธ์” ให้เข้าใจง่าย มองเห็นภาพชัดเจน ทั้งยังสามารถนำไปฝึกฝนได้ด้วยตนเองมากเท่าใดนัก ส่วนใหญ่มักจะพูดถึงการคิดเชิงกลยุทธ์ในแง่ของนามธรรมมากเกินไป หรือไม่ก็อธิบายเรื่องการคิดเชิงกลยุทธ์ในเชิงเศรษฐศาสตร์โดยอาศัยทฤษฎีเกม (Game Theory) หรือทฤษฎีอื่นๆ เป็นเครื่องมือ ทำให้คนทั่วไปเข้าใจผิดว่าการคิดเชิงกลยุทธ์เป็นทักษะ หรือศาสตร์สำหรับผู้บริหารระดับสูงที่นั่น ประชุมกันในวอร์รูมของบริษัทขนาดใหญ่เท่านั้น ส่วนตำราด้านการจัดการ หรือการตลาดก็มักจะหยิบยกแบบจำลอง (Model) หรือกรอบความคิด (Framework) ด้านการจัดการต่างๆ ที่นำเสนอโดยกูรูที่มีชื่อเสียงของโลกมาอธิบายการคิดเชิงกลยุทธ์ในรูปแบบของกระบวนการ (Process) จนนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจหลายคนเข้าใจผิดว่า แบบจำลอง หรือกรอบความคิดดังกล่าวเป็นสูตรสำเร็จในการวิเคราะห์ตลาด หรืออุตสาหกรรมที่สามารถนำไปใช้กำหนดนโยบายธุรกิจได้แบบเบ็ดเสร็จครบวงจร

หนังสือเรื่องคิดอย่างมีกลยุทธ์ หนังสือเล่มนี้แตกต่างจากหนังสือเล่มอื่นๆ ตรงที่ไม่ยึดติดกับแบบจำลอง (Management Model) หรือกรอบความคิดด้านการจัดการ (Management Framework) ใดๆ แต่จะแจกแจง “วิธีการคิดเชิงกลยุทธ์” ออกมาเป็นทักษะการคิดแบบง่ายๆ 4 ประการ คือ

- 1) ทักษะการตั้งกรอบเป้าหมาย (Framing Skill)
- 2) ทักษะการสร้างแนวคิด (Conceptual Skill)
- 3) ทักษะการคิดอย่างมีตรรกะ (Logical Thinking Skill)
- 4) ทักษะการวางตำแหน่งเชิงเปรียบเทียบ (Positioning Skill)

ผู้แต่งเริ่มต้นจากการชูด้านการแข่งขันทักษะทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภค

อย่างเราๆ ได้มีโอกาสสัมผัสอย่างใกล้ชิดในชีวิตประจำวัน อย่างเช่น เครื่องดื่ม ร้านอาหารและธุรกิจขนส่งพัสดุนั้นมา เพื่อจะบอกว่าประเด็นปัญหาในทางธุรกิจทั้งหลายล้วนแต่เป็นเรื่องของการกำหนดกลุ่มลูกค้า หรือผลิตภัณฑ์เป้าหมาย การค้นหาแนวคิดที่แหวกแนวและชัดเจน การคิดอย่างสมเหตุสมผล มีที่มาที่ไป รวมถึงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการในใจของผู้บริโภคทั้งสิ้นและการที่บริษัทใดๆ จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจผ่านการวางกลยุทธ์ที่แยบยลได้ ก็ต้องเริ่มจากการมีทักษะการคิดในเรื่องดังกล่าวที่ดีเลิศนั่นเอง จากนั้นผู้แต่งจะค่อยๆ อธิบายทักษะข้างต้นจากพื้นฐานไปทีละขั้น โดยยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ บริการ หรือบริษัทในตลาด รวมทั้งผลของการนำกลยุทธ์ที่เกิดจากการใช้ทักษะการคิดดังกล่าวไปปฏิบัติ ประกอบอยู่ตลอดเวลาและในตอนท้าย ผู้แต่งได้นำเอาทักษะพื้นฐานทั้ง 4 มาประสานและร้อยเรียงกันเป็น “วิธีการคิดเชิงกลยุทธ์” ที่นำไปสู่ “กลยุทธ์” หรือ “วิธีแก้ปัญหา” ที่ตรงจุด สร้างสรรค์ สมเหตุสมผล มีที่มาที่ไปและได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้อย่างน่าทึ่ง

สิ่งที่น่าสนใจสำหรับหนังสือเล่มนี้ คือการอธิบาย “ทักษะการคิด” ซึ่งปกติเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก ให้ผู้อ่านสามารถมองเห็นภาพและเข้าใจได้ง่ายๆ โดยอาศัยข้อมูลจริงในตลาด มีกรณีศึกษาที่ทั้งอ่านสนุกและเข้าใจง่าย รวมทั้งภาพประกอบมากมายตลอดทั้งเล่ม ทั้งนี้แม้ว่ากรณีศึกษาดังกล่าวจะเป็นตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือบริษัทในประเทศญี่ปุ่นซึ่งผู้อ่านบางท่านอาจจะรู้สึกไม่ค่อยคุ้นเคยเท่าไรนักเกี่ยวกับเรื่องนี้ผู้แต่งได้ปรึกษากับกองบรรณาธิการและได้หาข้อมูลเพื่ออธิบายเพิ่มเติมไว้ในหมายเหตุของแต่ละบทรวมทั้งในภาคผนวกรองรับไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อให้ผู้อ่านสามารถทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของญี่ปุ่นและเข้าใจเนื้อหาของสิ่งที่ผู้แต่งต้องการจะสื่อสารให้ทราบได้ง่ายยิ่งขึ้น **จากนี้ไป การคิดเชิงกลยุทธ์ คงไม่ใช่เรื่องไกลตัวอย่างที่หลายคนเคยคิด**

