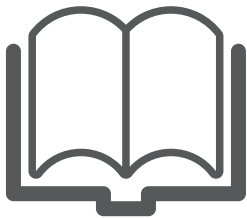


## Book Review โดย.. *ดร.อุกค สุลวิธ*



รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารการปฏิบัติการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ในปัจจุบันการเขียนนับเป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้บริหาร ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาหลายท่านอาจจะเข้าใจว่า คนที่ควรจะมีทักษะในการเขียนนั้นจะมีเพียงแค่นักเขียนเท่านั้น แต่โดยแท้จริงแล้ว ในการทำงานทุกวันนี้ เราจะต้องผ่านการเขียนไม่มากก็น้อย ไม่ว่าจะเป็นการเขียนจดหมายทางการเพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร การเขียน email เพื่อติดต่อทางธุรกิจ หรือการเขียนข้อความที่ใช้ในการจูงใจลูกค้า หรือเพื่อเพิ่มชื่อเสียงขององค์กร แม้กระทั่งการทำการตลาดในปัจจุบันนี้ ลูกค้าเริ่มที่จะเบื่อการโฆษณาแบบเดิม ๆ เช่นการลดแลกแจกแถม หรือการชักชวนผ่านการโฆษณาแบบเก่า ๆ แต่กลับไปให้ความสำคัญกับการอ่านบทความประกอบการตัดสินใจ หรือไปติดตามคนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจของเราที่เราเรียกกันว่า Influencer จนกระทั่งเริ่มมีการทำการตลาดผ่านงานเขียนต่าง ๆ หรือที่เรามักจะเรียกว่า Content Marketing เป็นต้น



### **Book Review: Everybody Writes**

**Publisher: John Wiley & Sons.**

**Publication Year: 2014**

**Author: Ann Handley**

**Language: English**

**Number of Pages: 298**

ถึงแม้ว่าการเขียนจะเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่ผู้บริหารหลายท่านก็ยังมีจุดอ่อนในเรื่องนี้ และหากเราไปศึกษาตลาดหนังสือสิ่งที่น่าสนใจคือ เรากลับมีหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับการเขียนไม่เยอะมากนัก หนังสือส่วนใหญ่ที่เขียนเรื่องการเขียนก็มักจะมีลักษณะเฉพาะทาง เช่น วิธีการเขียน email ธุรกิจ วิธีการเขียนหนังสือ และอื่น ๆ แต่จะหาหนังสือที่เขียนเรื่องการเขียนที่ครบถ้วนสมบูรณ์ได้ค่อนข้างยาก จะมีก็ออกจะไปทางเทคนิคการเขียนแนวตำราอะไรทำนองนั้น มากกว่าจะเป็นการเขียนที่จะเชื่อมโยงกับธุรกิจ

หนังสือเรื่อง Everybody writes: Your go-to guide to creating ridiculously good content ซึ่งเขียนโดย Ann Handley จึงเป็นหนังสือเพียงไม่กี่เล่มในตลาดปัจจุบันที่เขียนเรื่องเกี่ยวกับการเขียนได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และมีการเชื่อมโยงให้เห็นกับการทำงานหรือการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี ผู้แต่งหนังสือเล่มนี้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการเขียนในเชิงธุรกิจเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการดำรงตำแหน่ง Chief Content Officer ซึ่งเป็นผู้บริหารที่ดูแลเรื่อง Content ทั้งหมดของบริษัท หรือเป็นนักเขียนให้นิตยสารชื่อดังทางด้านธุรกิจ ที่ชื่อว่า Entrepreneur และยังเป็นนักเขียนระดับ Best Seller ในหัวข้อเกี่ยวกับ Content Marketing อยู่ด้วย จึงเห็นได้ชัดว่าความรู้และทักษะการถ่ายทอดของผู้แต่งหนังสือเล่มนี้ อยู่ในระดับไม่ธรรมดาเลย

หนังสือเล่มนี้ มีความหนาทั้งสิ้น 298 หน้า แบ่งออกเป็น 6 ส่วนหลัก ๆ ซึ่งในแต่ละส่วนจะมีเทคนิคย่อย ๆ อีกหลายเทคนิคมาประกอบกัน ในส่วนที่ 1 จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับกฎของการเขียน ซึ่งประกอบด้วย 28 หัวข้อ ซึ่งกฎการเขียนอันนี้เป็นหลักการกว้าง ๆ เช่น การคิดก่อนเขียน การวางแนวทางการเขียน หรือแม้กระทั่งคำแนะนำให้สังเกตการเขียนที่เราเคยเรียนมาในโรงเรียน

หนังสือเล่มนี้ อาจจะไม่ใช้หนังสือที่จะเน้นในเรื่องของหลักการเขียนภาษา  
ที่เราอาจจะเคยเรียนมาในโรงเรียน หรือไม่ใช้หนังสือที่สอนเรื่องการเขียนเชิงวิชาการ  
แต่เป็นหนังสือที่ได้รวบรวมเอาเทคนิคต่าง ๆ ที่ผู้เขียนซึ่งมีประสบการณ์สูงได้นำมาใช้ในงานเขียน  
หรือเรียบเรียงเอามาจากแหล่งความรู้อื่น ๆ จำนวนมาก

ส่วนที่ 2 ของหนังสือเล่มนี้ประกอบด้วยหัวข้อทั้งหมด 12 หัวข้อ เป็นเรื่องเกี่ยวกับเรื่องไวยากรณ์ล้วน ๆ ถึงแม้ว่า  
มันจะเป็นหลักการใช้ภาษาอังกฤษ แต่หลาย ๆ กฎก็สามารถนำไปปรับใช้ได้กับการเขียนในภาษาไทยได้เช่นกัน เช่น เราควร  
หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ที่มาจาก Website ต่าง ๆ หรือที่บางคนเรียกว่าภาษาวิบัติ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ประกอบด้วยหัวข้อ 4 หัวข้อ เป็นส่วนที่เน้นในเรื่องของ “การเล่าเรื่อง” ซึ่งจะทำให้งานเขียนนั้นมีความ  
น่าสนใจเพิ่มขึ้นอย่างมาก เช่น เราควรเล่าเรื่องราว งานเขียนเราสามารถเปลี่ยนโลกได้อย่างไร หรือเราควรเขียนเล่าเรื่อง  
ที่มีแต่เราเท่านั้นที่เขียนได้ เป็นต้น ส่วนถัดมาคือ ส่วนที่ 4 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการตีพิมพ์ผลงานเขียน ซึ่งประกอบไปด้วยเทคนิค  
ต่าง ๆ ใน 15 หัวข้อ เช่น การตรวจสอบข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้ประกอบการเขียน รวมถึงการอ้างอิงที่มาของข้อมูลอย่าง  
ถูกต้อง

ส่วนที่ 5 ของหนังสือเล่มนี้ ประกอบด้วย 15 หัวข้อ เนื้อหาในส่วนนี้นับเป็นจุดเด่นที่หาอ่านได้ยากในหนังสือ  
การเขียนเล่มอื่น ๆ คือ เป็นเรื่องการเขียนสำหรับนักการตลาดโดยเฉพาะ โดยส่วนนี้จะมีการแนะนำเรื่องการเขียนลง Twitter  
การใช้ Hashtag ประกอบการเขียน การเขียนลง Facebook LinkedIn เทคนิคการเขียน Email รวมถึงการเขียนใน Website  
ต่าง ๆ และการเขียนลง Blog สำหรับ Part สุดท้ายของหนังสือเล่มนี้คือ Part ที่ 6 นั้นจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับเครื่องมือต่าง ๆ  
ที่ใช้ประกอบการเขียน ซึ่งผู้เขียนได้แนะนำเครื่องมือที่เป็นประโยชน์อย่างมาก เช่น เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานวิจัย  
เพื่อใช้ประกอบการเขียน เครื่องมือในการปรับแก้งาน หรือแม้กระทั่งเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการเขียน หรือการหา  
ความคิดใหม่ ๆ ในการเขียน

หนังสือเล่มนี้ อาจจะไม่ใช้หนังสือที่จะเน้นในเรื่องของหลักการเขียนภาษาที่เราอาจจะเคยเรียนมาในโรงเรียน หรือ  
ไม่ใช้หนังสือที่สอนเรื่องการเขียนเชิงวิชาการ แต่เป็นหนังสือที่ได้รวบรวมเอาเทคนิคต่าง ๆ ที่ผู้เขียนซึ่งมีประสบการณ์สูง  
ได้นำมาใช้ในงานเขียน หรือเรียบเรียงเอามาจากแหล่งความรู้อื่น ๆ จำนวนมาก จุดเด่นของหนังสือเล่มนี้จึงอยู่ที่ความครบถ้วน  
สมบูรณ์ของหลักการเขียนสมัยใหม่ และตัวอย่างที่มีให้เห็นตลอดในหนังสือเล่มนี้

หนังสือเล่มนี้จึงเหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง สำหรับผู้บริหารโดยเฉพาะผู้ที่ต้องรับผิดชอบ “งานเขียน” ขององค์กร เช่น  
นักการตลาดที่ต้องสร้างงานเขียนเพื่อจูงใจลูกค้า นักประชาสัมพันธ์ที่ต้องเขียนเพื่อสร้างชื่อเสียง หรือผู้บริหารที่ต้องการเขียน  
เพื่อสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนผู้ที่สนใจอยากเป็นนักเขียน หรือเป็นนักเขียนอยู่แล้ว ที่จะสามารถเลือกเอา  
เทคนิคต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอในหนังสือเล่มนี้ไปใช้ให้ก่อให้เกิดประโยชน์ได้ต่อไป

## REFERENCES

Handley, A. (2014). *Everybody writes: Your go-to guide to creating ridiculously good content*. New Jersey:  
John Wiley & Sons.