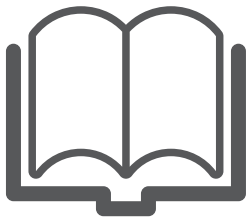


## Book Review โดย.. *ดร.อุกค สุลวิธ*



ศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการปฏิบัติการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการหรือพนักงานหรือผู้บริหารประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและการทำงานก็คือ การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล ซึ่งในปัจจุบันมีหนังสือหลายเล่มที่กล่าวถึงเรื่องนี้ แต่หนึ่งในหนังสือที่เขียนเรื่องนี้ไว้อย่างน่าสนใจคือ หนังสือที่ชื่อว่า The New Brand You



**Book Review: The New Brand You**

**Publisher: Nicholas Brealey**

**Publication Year: 2022**

**Author: Catherine Kaputa**

**Language: English**

**Number of Pages: 115**

หนังสือเล่มนี้เขียนโดย Catherine Kaputa ซึ่งเป็นนักเขียน นักพูด และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล หนังสือเล่มนี้มีความหนา 115 หน้า โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ การสร้างตัวตนในโลกการทำงานยุคใหม่ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ใน 10 รูปแบบ และการทำให้แบรนด์ส่วนบุคคลของเราน่าประทับใจ

ในส่วนแรกคือ การสร้างตัวตนในโลกการทำงานยุคใหม่นั้น หนังสือได้ให้นิยามของคำว่า แบรนด์ส่วนบุคคลไว้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการทำให้คนอื่นตัดสินใจเลือกเราจากความแตกต่างของเราที่ตอบโจทย์คน ๆ นั้น โดยการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลนั้นเราต้องเลือกที่จะโดดเด่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ ไม่ใช่พยายามเป็นทุกอย่างสำหรับทุกคน โดยคนที่สร้างแบรนด์ส่วนบุคคลได้นั้น จะต้องรู้ว่าเราทำสิ่งนั้นไปทำไม เราทำสิ่งนั้นได้แตกต่างจากคนอื่นอย่างไร และเราจะทำสิ่งนั้นให้สำเร็จอย่างไร นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันนี้การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล ไม่ใช่เพียงแค่ข้อแนะนำที่ควรทำ แต่กลายเป็นสิ่งสำคัญมาก ๆ ที่ไม่อาจละเลยได้

สำหรับในส่วนที่สองของหนังสือเล่มนี้คือ คำแนะนำในการเลือกสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล ซึ่งมีทั้งหมด 10 ทางเลือก ได้แก่ การเป็นนักรบ การเป็นผู้นำ การเป็นผู้สวนกระแส การมุ่งเน้นในสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมั่นคง การเป็นผู้สร้างหรือปรับปรุงกระบวนการ การเป็นผู้เชี่ยวชาญ การมุ่งเน้นในกลุ่มเป้าหมายใดกลุ่มเป้าหมายหนึ่ง การเป็นชนชั้นสูง การเป็นผู้สืบทอดตำนาน และการเป็นผู้ช่วยเหลือคนอื่น โดยในแต่ละประเภทนั้น หนังสือเล่มนี้ได้อธิบายลักษณะเด่น และสิ่งที่ควรทำไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านลองพิจารณาตัวเองว่าตัวเองมีลักษณะคล้ายแบบใด เพื่อที่จะได้สร้างแบรนด์ส่วนบุคคลในแบบนั้นได้อย่างชัดเจน

ในส่วนสุดท้ายของหนังสือเล่มนี้นั้นเป็นเรื่องของการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลของเราให้น่าประทับใจ โดยมุ่งเน้นในการสื่อสารทำให้คนอื่นมองภาพของเราได้ตรงกับที่เราต้องการ เช่น ถ้าอยากให้คนอื่นมองเราเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ เราก็ควรทำอะไรต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นว่าเรามีความคิดสร้างสรรค์ เพราะถ้าเราสื่อสารอย่างหนึ่ง แต่มีพฤติกรรมที่ไม่ตรงกับแบรนด์ที่เราพยายามสื่อสาร คนอื่น ๆ ก็จะไม่รู้สึกสงสัยและเกิดความสับสนได้ง่าย ในส่วนนี้ยังพูดถึงแนวทางในการสื่อสาร ทั้งเรื่องการใช้น้ำเสียง การตั้งชื่อ การเล่าเรื่อง การทำการตลาด การเขียน การใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อโปรโมทแบรนด์ของเรา รวมทั้งมีขั้นตอนต่าง ๆ ที่ผู้อ่านสามารถนำไปปรับใช้เพื่อสร้างแบรนด์ของตัวเองได้



กลุ่มผู้อ่านที่น่าจะได้ประโยชน์อย่างยิ่งจากหนังสือเล่มนี้มีสองกลุ่ม  
กลุ่มแรกคือ ผู้ประกอบการ ซึ่งหากสามารถสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลได้ดี  
ก็จะส่งผลโดยตรงต่อความน่าสนใจของสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการนำเสนอ  
ซึ่งจะทำให้โอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจจะมีมากขึ้น  
อีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มผู้บริหารหรือพนักงานประจำที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ  
ถึงแม้ว่ากลุ่มนี้จะไม่ได้ทำธุรกิจโดยตรง แต่การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลก็จะเป็นการ  
เพิ่มโอกาสให้กับตัวเองในเรื่องความก้าวหน้าทางตำแหน่งหน้าที่การงาน



ถึงแม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะไม่ได้มีความยาวมากนัก และเขียนในรูปแบบของหนังสือ How-to ที่ไม่ได้มีทฤษฎีทาง  
วิชาการมาสนับสนุนมากเหมือนกับตำรา แต่ก็ยังเป็นข้อดีอย่างหนึ่งคือ สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่ายมาก ประกอบกับผู้เขียน  
เป็นผู้เชี่ยวชาญโดยตรงทางด้านนี้จึงทำให้สามารถคัดเลือกเรื่องราวที่เป็นประโยชน์และตรงประเด็นเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์  
ส่วนบุคคลได้ดี

จุดเด่นมาก ๆ ของหนังสือเล่มนี้จะอยู่ในส่วนที่ 2 ที่ผู้เขียนได้นำเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์ทั้ง 10 แนวทาง  
ที่ผู้อ่านสามารถหยิบนำไปใช้ได้เลย อย่างไรก็ตาม หนังสือเล่มนี้อาจจะเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของคนที่สนใจในการสร้างแบรนด์  
ส่วนบุคคล ดังนั้นในแต่ละแนวทางของการสร้างแบรนด์นั้น ในหนังสือยังไม่ได้ลงละเอียดลึกมากนัก เช่น การสร้างแบรนด์  
ในรูปแบบของนวัตกรรม อาจจะมีการใช้สื่อ การใช้ข้อความ หรือแม้กระทั่งการทำการตลาดที่แตกต่างจากการสร้างแบรนด์  
ในรูปแบบของผู้ค้า ซึ่งเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้อาจจะไม่ได้ลงรายละเอียดไปถึงขนาดนั้น

กลุ่มผู้อ่านที่น่าจะได้ประโยชน์อย่างยิ่งจากหนังสือเล่มนี้มีสองกลุ่ม กลุ่มแรกคือ ผู้ประกอบการ ซึ่งหากสามารถ  
สร้างแบรนด์ส่วนบุคคลได้ดีก็จะส่งผลโดยตรงต่อความน่าสนใจของสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการนำเสนอ ซึ่งจะทำให้  
โอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจจะมีมากขึ้น อีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มผู้บริหารหรือพนักงานประจำที่ทำงานในองค์กรต่าง ๆ  
ถึงแม้ว่ากลุ่มนี้จะไม่ได้ทำธุรกิจโดยตรง แต่การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับตัวเองในเรื่องความ  
ก้าวหน้าทางตำแหน่งหน้าที่การงาน หนังสือเล่มนี้จึงเป็นหนังสือเล่มหนึ่งที่น่าอ่านและสามารถนำไปใช้ปรับใช้ให้เกิด  
ประโยชน์กับชีวิตการทำงานได้อย่างแน่นอน

## REFERENCES

Kaputa, C. (2022). *The New Brand You: How to Wow in the New World of Work*. Boston: Nicholas  
Brealey.