

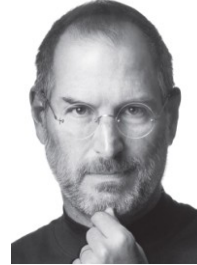


Book Review

ดร.ลำสัน เลิศกุลประหยัด

เรื่อง:	สตีฟ จ๊อบส์
ผู้เขียน:	วอลเตอร์ ไอแซคสัน
บรรณาธิการ:	สุทธิชัย หยุ่น
ผู้แปล:	ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และคนอื่นๆ
สำนักพิมพ์:	เนชั่นบุ๊คส์
จำนวนหน้า:	720

สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs)



หนังสือเล่มนี้เป็นวรรณกรรมเล่มโปรดที่สุดเล่มหนึ่งของผู้วิจารณ์ ซึ่งมีเนื้อหาในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่านที่ต้องการสร้างธุรกิจเป็นของตนเองและความแตกต่างจนถึงขั้นเปลี่ยนแปลงโลก หนังสือเล่มนี้เป็นความงามทางสุนทรียศาสตร์ในด้านวรรณกรรมที่มีความโดดเด่นทั้งเนื้อหาและการเรียบเรียง ซึ่งแตกต่างจากหนังสือเล่มก่อนๆ ที่กล่าวถึงอัตชีวประวัติของสตีฟ จ๊อบส์ และการทำงานที่ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งของเขา ซึ่งส่วนมากมักเขียนถึงผลงานของจ๊อบส์อย่างย่อๆ และไม่มีที่มาที่ไปอย่างชัดเจน รวมถึงเน้นแต่ด้านดีของผู้นำการเปลี่ยนแปลงโลกคอมพิวเตอร์ผู้หนึ่งเท่านั้น โดยไม่กล่าวถึงความจริงที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ

แม้หนังสือเล่มนี้แม้จะมีเนื้อหายาวถึง 668 หน้า (จากทั้งหมด 720 หน้า) โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 41 บท ปกอ่อนราคา 395 บาท และปกแข็งราคา 495 บาท ซึ่งออกจะแพงไปสักนิดสำหรับนิสิตนักศึกษา แต่เมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้อ่านจะได้รับต่อนับว่าคุ้มค่าเป็นอย่างยิ่ง โดยเนื้อหาทุกอย่างจะมีการจัดเรียบเรียงเป็นขั้นเป็นตอนเริ่มจากวัยเยาว์ของพอมดคอมพิวเตอร์อย่าง สตีฟ จ๊อบส์ ไปถึงเกือบวาระสุดท้ายของชีวิต ความประณีตในเนื้อหารวมถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับจ๊อบส์ โดยเขียนเป็นบทสนทนาได้อย่างน่าสนใจ ทำให้ผู้อ่านสามารถจินตนาการภาพได้ รวมถึงการอธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ผู้อ่านทั่วไปอาจไม่เข้าใจ (ซึ่งจัดทำโดยผู้แปล) สามารถทำได้ยอดเยี่ยม เป็นหนังสือนอกเวลาที่ไม่ควรพลาดสำหรับนักบริหารธุรกิจ นักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจทุกระดับชั้น

เริ่มต้นด้วยคำนิยามของหนังสือ “คนที่บ้าพอที่จะคิดว่าตัวเองพลิกโลกได้ คือ คนที่ทำได้จริงๆ” จากหนังสือโฆษณาชุด “Think Different” ของ Apple ปี 1997 เป็นประโยคที่ลึกซึ้งอย่างยิ่ง หากยิ่งได้ตีหนังสือชิ้นนี้จะยิ่งเข้าใจซึ่ง คนทั่วไปส่วนใหญ่มักคิดว่า เราเป็นแค่ส่วนหนึ่งของสังคมที่ต้องเดินตามกระแสสังคมเท่านั้น หลายคนคิดว่าแค่คนๆ เดียวจะไปเปลี่ยนแปลงอะไรได้ แต่เชื่อหรือไม่ คนๆ เดียวตามตัวอย่างในโฆษณานี้ เปลี่ยนแปลงโลกได้ ทั้งๆ ที่เป็นคนธรรมดา แต่มีแนวคิดที่ยิ่งใหญ่ ทำในสิ่งที่แตกต่าง มุ่งมั่นที่จะตามฝันของตนเองและ สักวันหนึ่งเขาเหล่านั้นก็ทำได้สำเร็จ นี่เป็นแค่แรงบันดาลใจเริ่มต้นของหนังสือเล่มนี้ซึ่งผู้อ่านต้องชอบอย่างยิ่ง

ในหนังสือเล่มนี้มีเกร็ดเล็กน้อยอีกหลายอย่างที่อยากจะเล่าถึง อย่างในหน้า 163 “Don't compromise” เป็นแนวทางการบริหารที่ต้องจดจำ อะไรที่ยังไม่ใช่ยังไม่ถึงที่สุดอย่ายอมแพ้ ทำต่อไปทำแบบดีบ้างเลวบ้างเพื่อเป้าหมายที่ฝัน นักบริหารที่จะก้าวไปเป็นที่หนึ่งต้องไม่ยอมจำนนต่ออะไรง่าย ๆ เช่น ถ้าต้องการสร้างสินค้าให้ดียอดเยี่ยมต้องใส่ใจในทุกรายละเอียด และไม่ยอมให้อุปสรรคเป็นสิ่งที่กีดขวาง และอีกคำหนึ่ง “The journey is the reward” หมายถึง การเดินทาง คือรางวัลอันยิ่งใหญ่ ถ้าอยากทำอะไรที่เหนือกว่าคนอื่น ๆ ดึกว่าทุกสิ่งทีคนอื่นเคยทำมา ต้องผ่านช่วงเวลาที่น่าลำบาก เครียดสุดๆ จึงจะได้มองย้อนกลับไปและหัวเราะอย่างมีความสุข เป็นคำสำคัญที่ให้อ่านคิดว่า ทำอะไรแล้วจะสำเร็จได้ต้องผ่านความยากลำบากอย่างแสนเข็น ในช่วงที่บริษัท Apple เริ่มต้นนั้น ทุกฝ่ายมีความห่อเหี่ยวอย่างแท้จริงที่จะสร้างคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างและมีความเชื่อในทีมทั้งหมดอยู่เสมอว่า ทีมผู้สร้างทั้งหมด คือ อัศจรรย์ที่ได้รับภารกิจที่สูงส่ง

ในบทที่ 12 หน้า 165 กล่าวถึง การคิดนอกกรอบที่ทีมงานของจ็อบส์ระลึกอยู่เสมอว่า “It is better to be a pirate than to join the navy.” เป็นโจรสลัดดีกว่าเป็นทหารเรือ ในใจความนี้ จ็อบส์ ต้องการปลุกฝังให้ทีมงานกล้า ภูมิใจที่จะคิดนอกกรอบ และทำงานรวดเร็วเพื่อให้งานสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับบทที่ 8 ซึ่งเขียนไว้ว่า “คิดปิ่นที่ยิ่งใหญ่ขโมย” หมายถึง ความสำเร็จในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างๆ ตามจินตนาการจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากทีมงานมัวแต่ค่อยๆ คิดอะไรใหม่ๆ โดยไม่มองสิ่งทีคนอื่น ๆ ทำไว้แล้ว ในหลายครั้งที่ทีมงานของ จ็อบส์ ต้องไปดูและขอซื้อเทคโนโลยีจากบริษัทอื่นๆ และกล้าที่จะคิดนอกกรอบนำมาทดลองใช้กับงานที่สร้างสรรค์ของตนเองเพื่อให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น แนวคิดนี้ปัจจุบันเรียกว่า Innovation by open technology การเปิดรับแนวคิดที่หลากหลายทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากแนวคิดนอกกรอบที่จ็อบส์ปลุกฝังให้กับทีมงานของ Mac มีอุดมการณ์ร่วมกันแล้วนั้นในหนังสืออัตชีวประวัติเล่มนี้ยังมีเรื่องที่น่าสนใจอีกมากมายอาทิ เช่น การเอาใจใส่รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ดังตัวอย่างในหน้า 254 จ็อบส์ ได้ทาบตาม พล แรนต์ กราฟิกดีไซเนอร์วัย 71 ปี มาออกแบบโลโก้ Next (โลโก้บริษัทใหม่ที่จ็อบส์ต้องการจะสร้างหลังจากถูกขับออกจากบริษัท Apple) เขาเริ่มต้นด้วยการอธิบายวิสัยทัศน์ที่เขาต้องการและโน้มน้าวให้แรนต์ออกแบบโลโก้ได้สำเร็จ เป็นแบบที่ไม่ดูเคร่งขรึม เป็นกันเอง มีความเอียงในมุมที่เหมาะสมและมีอำนาจเหมือนตราประทับ ซึ่งเป็นรายละเอียดที่มีเฉพาะคนที่รักในความสมบูรณ์แบบเท่านั้น จึงจะสามารถเข้าใจในสิ่งเหล่านี้ได้ ซึ่งไม่รวมถึงตัวอย่างอีกอันในหน้า 152 ที่จ็อบส์ได้รับการถ่ายทอดจากพ่อ ที่เป็นช่างฝีมือที่ใส่ใจในทุกรายละเอียดของงาน ทำให้ตัว จ็อบส์เองก็ให้ความสำคัญแม้กระทั่งแผ่นวงจรพิมพ์ที่ยึดกับตัวชิปและอุปกรณ์อื่นๆ ซึ่งต้องจัดเรียงอย่างสวยงามและเป็นระเบียบ แม้ลูกค้าส่วนใหญ่จะไม่เคยเปิดออกมาดูเลยก็ตาม จากบทเรียนนี้สอนให้นักการตลาดและนักออกแบบผลิตภัณฑ์ควรใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ แม้ลูกค้าจะไม่สังเกตเห็น แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ควรจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้สวยงามหมดจดทั้งภายนอกและภายใน

จากการถอดบทเรียนหลายอย่างที่ได้จากหนังสือเล่มนี้ นอกจากที่กล่าวมาแล้วนั้น สิ่งที่สำคัญเป็นแก่นแท้ของความสำเร็จของ สตีฟ จ๊อบส์ คือ การไม่ได้เริ่มต้นจากทุนหรือเงินที่ต้องการในการทำธุรกิจ แต่เริ่มต้นที่ความฝันหรือวิสัยทัศน์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงโลกอย่างแท้จริง ซึ่งแน่นอนหากไม่ก้าวผ่านข้อจำกัดหรือกรอบทางความคิดที่เราทุกคนมี เราก็ไม่สามารถคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้ การต้องการแสวงหาสิ่งใหม่ มองสิ่งรอบข้างอย่างเบื่อบ่อยและอยากมุ่งไปข้างหน้าสู่สิ่งที่ดีกว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลง และที่สำคัญ Don't give up อย่ายอมแพ้เดินไปข้างหน้าด้วยความยากลำบาก และจะได้รางวัลอย่างงามเป็นผลตอบแทน

ด้วยการวิเคราะห์มุมมองอันสูงส่งคมและธุรกิจไทยในปัจจุบัน เราเบื่อบ่อยหรือยังกับการเลียนแบบและทำธุรกิจซ้ำๆ กับของคนอื่นๆ ที่เคยประสบความสำเร็จหรือไล่ตามผลิตภัณฑ์ที่มีคู่แข่งอย่างมากมาย ถึงเวลาหรือยังที่จะคิดนอกกรอบโดยการสร้างตลาดของตนเอง กล้าหรือยังที่จะแสวงหาความไม่รู้และเดินบนเส้นทางใหม่ที่ยังไม่มีผู้ประกอบการใดเคยค้นพบ บทเรียนของหนังสือเรื่อง “สตีฟ จ๊อบส์” เป็นแนวปฏิบัติของคนรุ่นต่อไปที่ต้องการเป็นโจรสลัดและสร้างสรรค์นอกกรอบ ทำผลงานใหม่ๆ ที่โลกจะไม่เคยลืม

สุดท้ายขอให้ สตีฟ จ๊อบส์นอนหลับอย่างสงบสุขอยู่บนสรวงสวรรค์ ประวัติศาสตร์โลกจะจารึกไว้ว่า โลกนี้เคยมีนักประดิษฐ์ที่ยิ่งใหญ่ ซีอีโอที่เก่งและนักการตลาดที่ไม่มีใครเสมอเหมือน ผู้ซึ่งเป็นผู้นำในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมมนุษย์อย่างแท้จริงในศตวรรษที่ 21