

คู่มือพัฒนากทักษะผู้นำ จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด



การเขียน เชิงธุรกิจ

WRITING FOR
BUSINESS

POCKET MENTOR

การเขียนเชิงธุรกิจ

แปลและเรียบเรียงจาก *Writing for Business*

โดย *Deborah Dumaine*

ราคา 120 บาท

แปลและเรียบเรียงโดย : สนิทธี อิศรเสนา

พิมพ์ครั้งที่ 1 : มีนาคม 2554

สงวนลิขสิทธิ์โดย : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

Pocket Mentor Series Writing for Business

Original work Copyright © 2006 Harvard Business School Publishing Corporation

Published by arrangement with Harvard Business School Press.

จัดพิมพ์และ

จัดจำหน่ายโดย : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด
2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถ. เพชรบุรีตัดใหม่
บางกะปิ ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)
แฟกซ์ : 0-2718-1831, 0-2318-4809
<http://www.expnetbooks.com>
e-mail: public@expnetbooks.com

พิมพ์ที่ : บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด
โทร. 0-2215-7220, 0-2215-7698

ข้อมูลทางบรรณานุกรมหอสมุดแห่งชาติ

ดูเมน, เด็บโบราห์.

การเขียนเชิงธุรกิจ--กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2554.

128 หน้า.

1. การเขียนทางธุรกิจ. 2. การเขียนเพื่อการสื่อสาร. 3. การสื่อสารทางธุรกิจ.

I. สนิทธี อิศรเสนา, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

808.06665

ISBN 978-974-414-177-4

พิมพ์บน
กระดาษรีไซเคิล
www.greenread.

 **Green
Read** อ่านได้เน่น
by SCO Paper

“คู่มือพัฒนาทักษะผู้นำ” จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (The Pocket Mentor Series)

คู่มือฉบับกะทัดรัด เนื้อหากระชับเข้มข้นเล่มนี้เป็นชุดคู่มือที่ทาง Harvard Business School ได้พัฒนาขึ้นมา เพื่อเป็นที่พึ่งพาแก่คนทำงาน และนักบริหารในทุกสถานการณ์ และทุกสถานที่

ด้วยเครื่องมือที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้โดยง่ายและได้ผล พร้อมแบบทดสอบตนเองและตัวอย่างจากชีวิตจริงที่จะเอื้อต่อการฝึกฝนและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ทั้งที่โต๊ะทำงาน โต๊ะประชุม หรือแม้กระทั่งระหว่างการเดินทาง

สำหรับบุคคลที่จะก้าวเข้าสู่โลกของการบริหารจัดการและโลกธุรกิจยุคใหม่นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้และทักษะผู้นำจากฮาร์วาร์ดในชุดนี้ไว้เป็นคู่มือ



สารบัญ

หน้า

คำนำสำนักพิมพ์ 3

บทนำ : การเขียนเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิผล 11

ส่วนที่ 1 : การเขียนเชิงธุรกิจ : หลักการพื้นฐาน 13

บทที่ 1 การเขียนที่มีประสิทธิผล 15

**หลักเกณฑ์พื้นฐานที่จะทำให้การเขียนของคุณ
บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ**

* อธิบายวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน 16

* ยึดผู้อ่านเป็นศูนย์กลาง 18

* เน้นข้อความสำคัญอย่างชัดเจน 20

* พยายามเขียนให้สั้นและเรียบง่าย 20

* ทบทวนกลยุทธ์ในการส่งสาร 22

บทที่ 2 กำหนดขอบเขตงานเขียนของคุณ 27

**การกำหนดความกว้างและความลึกของหัวข้อ เพื่อให้คุณ
และผู้อ่านประหยัดทั้งเวลาและแรงงานที่ไม่จำเป็น**

* ขอบเขตที่กว้างและขอบเขตที่แคบ 28

บทที่ 3 กลยุทธ์เพื่อเริ่มต้นการเขียน 31

**กลยุทธ์ที่คุณสามารถนำไปใช้เพื่อเริ่มต้นการเขียน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

- * การตั้งคำถาม 32
- * โครงร่างแบบธรรมเนียมนิยม 33
- * โครงร่างแบบระดมความคิด 35
- * การเขียนแบบอิสระ 37

บทที่ 4 การจัดโครงสร้างการเขียนอย่างเป็นระบบ 39

**การนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุ
วัตถุประสงค์ในการเขียน**

- * หลักการจัดเรียงตามลำดับความสำคัญ 41
- * หลักการจัดเรียงตามลำดับเหตุการณ์ 41
- * หลักการเขียนแบบขั้นตอนและกระบวนการ 42
- * หลักการสร้างแผนที่ความคิด 43
- * หลักการเปรียบเทียบความเหมือน
และความแตกต่าง 44

6 การเขียนเชิงธุรกิจ

	หน้า
* หลักการเขียนจากหัวข้อเจาะจงไปสู่หัวข้อทั่วไป หรือจากหัวข้อทั่วไปสู่หัวข้อเจาะจง	45
* หลักการวิเคราะห์	47
บทที่ 5 การเขียนร่างเอกสารครั้งแรก	53
รวบรวมประเด็นสำคัญและความคิดหลักที่จะนำเสนอทั้งหมด	
* เริ่มต้นด้วยความผ่อนคลาย	55
* เริ่มเขียนในแต่ละส่วน	55
* ข้อเสนอแนะสำหรับการเขียนเอกสารด้านเทคนิค	58
บทที่ 6 การจัดโครงสร้างย่อหน้า	61
การเขียนย่อหน้าที่ดี เพื่อนำไปสู่หัวข้อและใจความที่สำคัญ	
* จำกัดจำนวนหัวข้อในแต่ละย่อหน้า	62
* เชื่อมโยงย่อหน้าอย่างสอดคล้อง	63

บทที่ 7 ปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา 67

**วิธีการปรับปรุงเนื้อหา โครงสร้าง ตรรกะ และข้อความ
เพื่อให้งานเขียนมีประสิทธิภาพ**

- * ควบคุมข้อความให้ตรงประเด็น 68
- * ทบทวนเพื่อความชัดเจน 69
- * ลำดับข้อความสำคัญอย่างมีกลยุทธ์ 70
- * ลองตอบคำถามของผู้อ่านด้วยการตั้งคำถาม
กับตัวเองว่า “ทำไม ” 70

บทที่ 8 แก้ไขอย่างมีสไตล์ 73

ปรับงานเขียนให้โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

- * การออกแบบเพื่อให้ส่งผลต่อการอ่าน 74
- * ปรับโทนของคุณเพื่อให้เหมาะสมกับผู้อ่าน 78
- * ตรวจสอบให้สิ้นกระชับ 79
- * ให้ใช้ประโยคเชิงรุก 79
- * ตรวจสอบแก้ไขเพื่อความถูกต้อง 80

บทที่ 9 การเขียนอีเมล 85

วิธีการเขียนอีเมลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

- * ปัญหาที่พบบ่อย 86
- * เริ่มจากหัวข้ออีเมล 87
- * พยายามให้มีเพียงหนึ่งหัวข้อต่ออีเมลหนึ่งฉบับ 88
- * ทำให้วัตถุประสงค์ของข้อความมีความชัดเจน 90
- * เขียนอีเมลให้กระชับ และใช้การแนบเอกสารเพิ่มเติม 90
- * ตระหนักว่าผู้อ่านเป็นใคร 91
- * คงรูปแบบอีเมลให้เรียบง่าย 91
- * อ่านบททวนนโยบายการรับ-ส่งอีเมลของบริษัท 91
- * รู้ว่าเมื่อไรไม่ควรใช้อีเมล 92

ส่วนที่ 2 : เคล็ดลับและเครื่องมือสำหรับการเขียนเชิงธุรกิจ 95

บทที่ 10 เครื่องมือสำหรับการเขียนเชิงธุรกิจ 97

**ตารางเชิงปฏิบัติการที่จะช่วยคุณในการเขียนเชิงธุรกิจ
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

หน้า

บทที่ 11 แบบทดสอบความเข้าใจเกี่ยวกับการเขียนเชิงธุรกิจ	111
--	-----

นี่คือการทบทวนหลักการที่เป็นประโยชน์ที่ได้ถูกนำเสนอ
ในหนังสือเล่มนี้ให้คุณทำแบบทดสอบนี้ก่อนและหลัง
การอ่านหนังสือเพื่อดูว่าคุณได้เรียนรู้มากเพียงใด

* คำตอบสำหรับแบบทดสอบ	117
-----------------------	-----

แหล่งความรู้เพิ่มเติม	121
-----------------------	-----

รายชื่อบทความและหนังสืออ่านเพิ่มเติม
หากคุณต้องการศึกษาบางหัวข้ออย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

แหล่งข้อมูลอ้างอิง	127
--------------------	-----

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ให้ความรู้ในการพัฒนาหนังสือเล่มนี้

เกี่ยวกับผู้เขียน	128
-------------------	-----

ส่วนที่

1

การเขียนเชิงธุรกิจ :
หลักการพื้นฐาน

POCKET
MENTOR

WRITING FOR
BUSINESS

“ส่วนที่ยากของงานเขียนก็คือ
ไม่ใช่เพียงเพื่อส่งผลกับผู้อ่านเท่านั้น
แต่ควรเป็นผลตรงตามที่คุณเขียนต้องการอีกด้วย”

โรเบิร์ต หลุยส์ สตีเวนสัน (Robert Louis Stevenson)

นารเขียนเชิงธุรกิจ (business writing) อย่างมีประสิทธิภาพนั้น
อาศัยหลักพื้นฐานเพียงไม่กี่ประการ ซึ่งหากคุณสามารถนำ
มาปฏิบัติ คุณก็จะสามารถจัดการกับงานเขียนรูปแบบต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาได้

อธิบายวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน

ในการตั้งต้นเขียนเอกสารเชิงธุรกิจ สิ่งแรกที่คุณควรทำคือถาม
ตัวเองว่า “เราเขียนเอกสารนี้ขึ้นมาทำไม ?” โดยงานเขียนเชิงธุรกิจนั้น
เกิดขึ้นก็เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หลายประการ ดังนี้

- ๕ เพื่ออธิบายหรือให้เหตุผล “เนื่องจากราคาประมูลทุกรายการที่ผู้ขายปัจจุบันของเราเสนอมาล้วนสูงเกินไป เราจึงไม่เลือกใครและสรรหาผู้ประมูลรายใหม่แทน”
- ๕ นำเสนอข่าวสาร “ฝ่ายบริหารต้องการแจ้งให้พนักงานทุกท่านทราบว่า ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราในไตรมาสนี้ทำได้เกินเป้า”
- ๕ มีอิทธิพลต่อผู้อ่าน “ฝ่ายวิศวกรรมทำงานได้เสร็จตามกำหนด”
- ๕ นำเสนอข่าวสารทั้งด้านดีและร้าย “โชคไม่ดีที่ว่าเหตุเพลิงไหม้เครื่องยนต์ที่ท่านรายงานเกิดขึ้นหนึ่งวันหลังจากวันหมดอายุประกัน”
- ๕ เพื่อให้เกิดการกระทำ “ฝ่ายออกแบบควรทำงานให้เสร็จและส่งมอบข้อกำหนดสินค้าทุกรายการ ภายในวันที่ 1 พฤษภาคม”

ดังนั้น ให้คุณตั้งเป้าหมายงานเขียนไว้ในใจเสมอขณะเริ่มเขียน มีนักเขียนหลายคนที่มีวุ่นวายกับการเตรียมเอกสาร จนลืมว่าตนเอง**ตั้งใจจะเขียนอะไร** โดยวิธีหนึ่งที่จะหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าวก็คือ ให้เขียนวัตถุประสงค์ของการเขียนไว้แต่แรก และกลับไปเทียบดูเสมอเวลาทำงาน เมื่อคุณเขียนร่างงานเขียนเสร็จแล้วก็ให้ทบทวนเพื่อให้แน่ใจว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้แต่แรกอย่างแท้จริง

ยัดผู้อ่านเป็นศูนย์กลาง

บริษัทต่างๆ คงไม่สามารถผูกสัมพันธ์กับลูกค้าได้หากไม่เข้าใจความต้องการและมุมมองของลูกค้าของตน คุณเองก็คงไม่สามารถสื่อถึงผู้อ่านได้หากไม่เข้าใจในตัวผู้อ่าน ความปรารถนา และวิธีการที่พวกเขาเลือกกับข้อมูลข่าวสาร

การคิด การวางร่าง การจัดการและแก้ไขงานเขียนในมุมมองของผู้อ่าน จะช่วยให้เกิดความชัดเจนและส่งผลให้เกิดการกระทำ หากผู้อ่านเข้าใจข้อความที่คุณต้องการจะสื่อ และคิดตามได้ว่าขั้นตอนต่อไปจะเป็นอย่างไร งานของพวกเขา ก็จะง่ายขึ้นมาก

แล้วทำไมการให้ผู้อ่านเป็นศูนย์กลางจึงสำคัญ ? ลองคิดถึงเหตุการณ์จริงของบริษัทแห่งหนึ่งซึ่งล้มเหลวในการวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสาร เมื่อบริษัทจัดพิมพ์ไปรษณียบัตรรายๆ เพื่อแจ้งเปลี่ยนแปลงที่อยู่สำนักงาน โดยลืมคิดในมุมมองของคนอ่าน บริษัทลืมให้ข้อมูลสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในประกาศนี้ นั่นคือวันที่บริษัทจะเริ่มเปลี่ยนใช้ที่อยู่ใหม่ แม้ลูกค้าจะรู้ที่ติดต่อใหม่ แต่ก็ไม่ทราบว่าจะเมื่อไรจึงจะควรติดต่อมาตามที่อยู่ใหม่นี้



ถ้าเป็นคุณ คุณจะอย่างไร ?

กรณีศึกษา : ทำอย่างไรให้คนสนใจอ่าน

โรเจอร์จะต้องส่งบันทึกไปให้ฝ่ายขายภาคสนามเพื่ออธิบายถึงแผนการที่ทางแผนกจะออกแค็ตตาล็อกประจำฤดูใบไม้ผลิ ซึ่งจะประกอบด้วยรายละเอียดสินค้าใหม่และสินค้าปัจจุบัน เขาอยากเตือนพนักงานถึงวันที่แค็ตตาล็อกจะจัดพิมพ์เสร็จและวันที่จัดส่ง โรเจอร์อยากเตือนให้ฝ่ายขายส่งรายชื่อ ที่อยู่ของลูกค้าที่สมควรได้รับแค็ตตาล็อกมาให้ แต่ตอนนี้เขากำลังติดขัดเกี่ยวกับโครงร่างของบันทึกที่จะเขียน

เขาควรจะเริ่มต้นด้วยย่อหน้าแสดงวัตถุประสงค์ของการจัดทำแค็ตตาล็อกนี้ อธิบายจุดสำคัญๆ คุณลักษณะเด่น และสุดท้ายเขาอยากเตือนพนักงานขายซึ่งเป็นผู้อ่านบันทึกนี้ ให้ส่งรายการที่อยู่ของลูกค้าทั้งหมดภายในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ “คงต้องเขียนสักครึ่งหน้าหรือราวๆ นั้นเพื่อจะเล่าเรื่องทั้งหมดนี้” เขาคิด “สงสัยจ้ะว่าคนอ่านจะอ่านจริงๆ สักกี่บรรทัด ?”

ถ้าเป็นคุณ คุณจะอย่างไร ? คุณสามารถหาคำตอบได้ในหัวข้อ “สิ่งที่คุณสามารถทำได้”