

เคล็ดลับการตลาดที่ทำให้
"ขายดี" จนผลิตไม่ทัน

ทางลัด
เพิ่มยอดขาย
1,000%

ที่รันทุกความสำเร็จ
มาไว้ตรงหน้า



ดร.แสงสุข พิทยานุกุล

CEO ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Smooth-E และ DENTISTE'
ผู้ก่อตั้งสถาบัน IESA และโครงการบ่มเพาะธุรกิจ BIS
กูรูการตลาด ผู้ "ปลดล็อก" ผู้ประกอบการรุ่นใหม่
ให้เติบโตแบบก้าวกระโดดระดับ 10x

SOLD OUT

**เคล็ดลับการตลาด
ที่ทำให้ขายดีจนผลิตไม่ทัน**

ชื่อหนังสือ : Sold out เคล็ดลับการตลาดที่ทำให้ขายดีจนผลิตไม่ทัน
เรื่อง : ดร.แสงสุข พิทยานุกุล

สำนักพิมพ์พรีเมายด์

พิมพ์ครั้งที่ 1 เมษายน 2567

ราคา 295 บาท

ISBN 978-616-403-114-2



สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

และฉบับเพิ่มเติม โดย บริษัท พรีเมายด์ พับลิชซิ่ง จำกัด

ห้ามลอกเลียนแบบไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้

นอกจากจะได้รับอนุญาตจากผู้จัดพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษร

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

แสงสุข พิทยานุกุล.

Sold out เคล็ดลับการตลาดที่ทำให้ขายดีจนผลิตไม่ทัน. -- กรุงเทพฯ : พรีเมายด์,
2567. 240 หน้า.

1. การตลาด. 2. การจัดการตลาด. 3. การบริหารธุรกิจ. I. กุลธวัช เจริญผล,
ผู้วาดภาพประกอบ. II. ชื่อเรื่อง.

658.81

ISBN 978-616-403-114-2

บรรณาธิการที่ปรึกษา	กฤษฎาพร ชุมสาย ณ อยุธยา
บรรณาธิการบริหาร	सानุพันธ์ ชุมสาย ณ อยุธยา
บรรณาธิการ	อิศวเรศ ตโมณฑ
พิสูจน์อักษร	ศศรัถย์ พิพัฒน์นรพงศ์
ศิลปกรรม/ออกแบบปก	ธนรัตน์ มุทาพร
ภาพประกอบ	กุลธวัช เจริญผล

จัดทำโดย

บริษัท ฟรีมายด์ พับลิชซิง จำกัด

27/33 ซอยศรีบำเพ็ญ ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ
10120 โทรศัพท์ 0-2286-2414 โทรสาร 0-2286-2417

www.freemindbook.com  freemindbook  @freemindbook

พิมพ์ที่

บริษัท กรีน ไลฟ์ พรินติ้ง เฮาส์ จำกัด

68 ซอยเทียนทะเล 20 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน
กรุงเทพฯ 10150 โทรศัพท์ 0-2892-1940-2 โทรสาร 0-2892-1940 กต 9

จัดจำหน่ายโดย

บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

1858/87-90 ถนนเพชรตัดน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ 0-2826-8000 โทรสาร 0-2826-8356-9

www.se-ed.com

หากพบว่าหนังสือมีข้อผิดพลาดหรือไม่ได้มาตรฐาน
โปรดส่งหนังสือกลับมาที่สำนักพิมพ์ (ทางไปรษณีย์)
ทางเรายินดีเปลี่ยนเล่มใหม่ให้ท่านทันที



หนังสือเล่มนี้มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งสิ้น 3,579.439 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และได้ดำเนินการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ นับเป็นการดำเนินการภายใต้จิตสำนึกที่ดีเพื่อการสะท้อนการเป็นองค์กรที่ "ใส่ใจสิ่งแวดล้อม" ทั้งนี้บริษัทยังเลือกใช้วัสดุพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการผลิตงาน ด้วยกระดาษรีไซเคิล ใช้หมึกพิมพ์แก้วเหลือง และกระบวนการผลิตที่รักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์

คำนำสำนักพิมพ์

ในยุคนี้ที่คนส่วนใหญ่ต้องเผชิญปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง เกิดหนี้ครัวเรือน หนี้นอกระบบ ฯลฯ จนทำให้ทุกคนต้องดิ้นรนต่อสู้ แข่งขันกันในทุกรูปแบบเพื่อให้อยู่รอด ในภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของประเทศก็เช่นกัน ด้วยความที่ว่า ใครทำอะไรสำเร็จ ก็มักจะมีคนเข้ามา แย่งชิงส่วนแบ่ง จนกลายเป็นสมรภูมิรบที่สู้กันดุเดือด และหากใครเก่งพอ ก็อยู่รอดได้ ใครอ่อนแอ ก็แพ้ไป ซึ่งแม้จะมีผู้ประกอบการเกิดขึ้นใหม่ทุกๆ วัน แต่ก็มักจะมีอีกมากมายที่ต้องปิดตัวไป

มีหลายๆ สื่อได้สรุป “องค์ประกอบของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ” ไว้ 3 อย่างด้วยกัน คือ 1. ความเป็น “นักสู้” (แม้จะผ่านความล้มเหลวมากแค่ไหน ก็ยืนหยัดที่จะสู้จนสำเร็จ) 2. การมีมายด์เซตที่ดี 3. การมีองค์ความรู้ที่ถูกต้อง ซึ่งสำหรับสองข้อแรกนั้น เป็นเรื่องเฉพาะตัวที่แต่ละคนจะต้องหาวิธีปมเพาะมันขึ้นมาด้วยตัวเอง ส่วนข้อ 3 นั้น เป็นอีกหนึ่ง “กุญแจสำคัญ” ที่หากใครรู้ก่อน ก็มักจะสำเร็จก่อน เช่น การเห็นโอกาส การเริ่มต้นและการวางแผนอย่างเหมาะสม กลยุทธ์การตลาดที่ดี การสร้างทีม การขยายธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งแม้ว่าเราอาจจะใช้เวลาศึกษาและเรียนรู้ได้ แต่เชื่อว่า เราจะได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าหลายเท่าตัวมาก หากเราได้พบกับองค์ความรู้ ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับยุคนี้จริงๆ

เป็นเรื่องน่าเศร้าที่ว่า คนไทยส่วนใหญ่มักไม่มีโอกาสได้เรียนรู้เรื่องเหล่านี้จากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เพราะโดยทั่วไปแล้วมักเป็นการเรียนรู้ผ่านหนังสือ (ที่ถูกเขียนมาแล้วหลายปี) และมักจะเป็นการเรียนแบบท่องจำ จากครู/อาจารย์ ที่อาจไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ซึ่งกว่าจะรู้ว่าเรามีองค์ความรู้ที่ไม่ถูกต้องก็อาจจะสายเกินไป (ธุรกิจไม่สามารถไปต่อได้แล้ว) ทั้งๆ ที่เรามีต้นแบบนักธุรกิจไทยที่ประสบความสำเร็จอยู่มากมาย ให้เราได้เรียนรู้ ไม่แพ้ประเทศยักษ์ใหญ่เลย

ดร.แสงสุข พิทยานุกุล คือผู้ที่สังเกตเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้ ในฐานะที่ท่านเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ตลอดหลายสิบปีให้คนรุ่นใหม่ ท่านจึงได้ก่อตั้งสถาบัน IESA* รวมทั้งโครงการบ่มเพาะธุรกิจ BIS** ขึ้นมา ในรูปแบบที่ฉีกกฎการศึกษาไทยแทบจะทั้งหมด เป็นการเรียนที่จำลองสถานการณ์จริงในการทำธุรกิจ จากบรรดาผู้เชี่ยวชาญและนักธุรกิจชั้นนำตัวจริงเสียงจริงที่เต็มเปี่ยมด้วยประสบการณ์ เพื่อให้ผู้มาเรียนได้เข้าใจแบบทะลุปรุโปร่ง ซึ่งปัจจุบันมีลูกศิษย์ที่เป็นผู้ประกอบการมากมายออกมาคอนเฟิร์มเป็นเสียงเดียวกันว่า ดร.แสงสุข คือ ผู้ที่ปลุกปั้นให้ธุรกิจของพวกเขาเติบโตแบบก้าวกระโดด 10-100 เท่า ภายในเวลาอันรวดเร็ว

และหนังสือเล่มนี้คือการแพ็คเกจรวมองค์ความรู้ที่สำคัญทั้งหมดจาก ดร.แสงสุข ส่งตรงถึงมือคุณผู้อ่าน เสมือนอยู่ในคลาสเรียนจริงๆ ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้ง **“เคล็ดลับการตลาด”** ยุคใหม่ พร้อมกับการปรับจูนมายด์เซตที่ถูกต้องในการทำธุรกิจ ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย มีภาพประกอบ 4 สี อัดแน่นด้วยทฤษฎี หลักการ แนวคิด และกรณีศึกษา ที่คุณผู้อ่านสามารถนำไปปรับใช้ในธุรกิจของตัวเองได้จริง

หนังสือเล่มนี้พร้อมแล้วที่จะปลุกความเป็น **“นักสู้”** ในตัวคุณ จนอยากจะลุกขึ้นมาทำอะไรสักอย่างให้สำเร็จ!

สำนักพิมพ์ปรมาภัย

* สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งไอชโยธา (Institute of Entrepreneurial Science Ayothaya) หรือ IESA เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท) มุ่งเน้นที่การบ่มเพาะความเชี่ยวชาญ สรรค์สร้างบัณฑิตเพื่อเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

** โครงการบ่มเพาะธุรกิจ บีไอเอส (Business Incubation Service Program, BIS) ในกำกับของ IESA เป็นหลักสูตรระยะสั้น ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเจ้าของกิจการ (Owner) ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เพื่อธุรกิจที่เติบโตและยั่งยืน

คำนำผู้เขียน

“ผมอยากให้ผู้ประกอบการไทย ก้าวไปได้ไกลกว่านี้”

หนังสือเล่มนี้เกิดขึ้นจากความตั้งใจที่อยากจะช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทย ไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือขนาดกลางที่มีปัญหาในเรื่องของยอดขาย กำไร หรืออยากเติบโต ซึ่งตามตัวเลขของกระทรวงพาณิชย์ ที่มีถึง 3.3 ล้านราย (แม้ว่าจะมีเพียง 1 ล้านราย ที่มีการจดทะเบียนไว้แล้ว) ผมมองเห็นว่า ประเทศไทยเต็มไปด้วยคนเก่ง แถมยังพร้อมไปด้วยทรัพยากร ผู้ประกอบการไทยจึงยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

จากประสบการณ์ในการเรียนด้านการบริหารธุรกิจ (ทั้งปริญญาโท และปริญญาเอก) ประสบการณ์ในการทำงานกว่า 40 ปี ที่เริ่มต้นจากเงินเพียงไม่กี่หมื่นบาทจนมาเป็น Smooth-E และ DENTISTE' ที่มียอดขายทั่วโลก และประสบการณ์ในการสอนผู้ประกอบการหลายพันราย ผมนวกกับการได้พบปะพูดคุยกับนักธุรกิจตั้งแต่ระดับประเทศไปจนถึงระดับโลก ผมได้รวบรวมสิ่งที่ดีที่สุด ทั้งจากสิ่งที่ผมเคยผิดพลาดล้มเหลวและสิ่งที่ประสบความสำเร็จ ตกผลึกและถอดบทเรียนออกมาเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ ได้มีทางลัดสู่ความสำเร็จโดยเร็ว... เพราะเวลาของโอกาสหมดเร็วเสมอ

หนังสือราคาไม่ถึง 300 บาท ที่กำลังอยู่ในมือคุณขณะนี้ เป็นราคาที่ต้องได้ ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นจุดเริ่มต้นที่คนทำธุรกิจสามารถเริ่ม ณ จุดนี้ได้ ไม่จำเป็นต้องเริ่มที่หลักสูตรราคาหลักหมื่นหรือหลักแสน

หนังสือที่จะพลิกชีวิต พลิกธุรกิจของคุณ แบบที่คุณไม่เคยคาดคิดมาก่อน **เพียงแค่คุณอ่าน แล้วคลิก!** (ค่าที่โดนคุณ แล้วเอาไปใช้กับธุรกิจคุณ) ซึ่งผมเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า แค่เพียง 1 คลิก คุณก็ Turn around

– ความคิดเปลี่ยน การกระทำเปลี่ยน รูปแบบการทำธุรกิจเปลี่ยน แน่นอน ว่ากำไรก็เปลี่ยน เพราะมันจะเพิ่มขึ้นเป็นหลักแสน เป็นหลักล้าน!

และถ้าทุกๆ 1 รอบที่คุณอ่าน คุณได้ 2-3 คลิก ถ้าคุณอ่าน 10 รอบ คุณก็จะได้ 20-30 คลิก แล้วแต่ละคลิกทำเงินให้คุณหลักแสนหลักล้าน ลองคิดเล่นๆ ดูสิว่า ธุรกิจคุณจะพลิกโฉมไปเพียงใด!

ความตั้งใจของผมนั้น หนังสือเล่มนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นจุดเริ่มต้น สำหรับคนทำธุรกิจหลายๆ คน แต่ผมยังตั้งมั่นว่าจะให้หนังสือเล่มนี้เป็นสะพานเชื่อมให้ทุกคนได้มาพบเจอกัน มาแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น มาเชื่อมต่อสายสัมพันธ์กัน เพราะเราแต่ละคนต่างมีจุดเด่น มีความเก่ง เฉพาะตัว ไม่ได้สมบูรณ์พร้อมในคนคนเดียว ดังนั้นแล้ว ในอนาคต สิ่งที่ดีที่สุดในการทำธุรกิจคือทุกคนต้อง Collaborate กัน เพราะในอนาคต จะไม่มีใครอยู่คนเดียวได้ และที่สำคัญไปกว่านั้นคือการที่ได้ผู้ประกอบการไทย ได้ร่วมกันขยายธุรกิจไปทั่วโลก เพราะสิ่งนี้คืออีกหนึ่งความฝันของผมที่อยาก ทำให้ SMEs ไทยได้เป็นที่รู้จักในระดับโลก เพราะจริงๆ แล้วประเทศไทย ไม่ได้แพ้ชาติใดเลย

คนที่ได้อ่านหนังสือเล่มนี้ จะมีไฟในการทำธุรกิจทันที เหมือนคำที่ผม มักพูดอยู่ตลอด คือ **“gnn”** ทำทันที เห็นผล รวดเร็ว

ผมเห็นเงินในอากาศ ผมเห็นโอกาสในธุรกิจ และผมอยากให้คุณ เห็นมันเช่นกัน

ดร.แสงสุข พิกยานุกุล

CEO ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Smooth-E และ DENTISTE'
ผู้ก่อตั้งสถาบัน IESA และโครงการบ่มเพาะธุรกิจ BIS

10 ไฮไลต์

ของหนังสือเล่มนี้



1 หลักคิดที่นักธุรกิจผู้เริ่มจากศูนย์จนมียอดขายพันล้านใช้จริง

Page 16

2

BOSI DNA
ตรวจสอบจุดแข็ง
ในการทำธุรกิจ
ของตัวเอง

Page 32



Ren Zhengfei

ผู้ก่อตั้ง
Huawei

Builder

Richard Branson

ผู้ก่อตั้ง
Virgin Group

Opportunist



Bill Gates

ผู้ร่วมก่อตั้ง
Microsoft

Specialist



Steve Jobs

ผู้ร่วมก่อตั้ง
Apple

Innovator

3 3M โมเดล
สำหรับเจ้าของธุรกิจ
ที่ต้องการเพิ่ม
ยอดขาย 1,000%

Page
46

Motivation



**Make Things
Better**



Marketing



4 สรุป 5P คุณสมบัติ
ของผู้ประกอบการ
ที่จุดไฟให้ตัวเอง
ได้เสมอ

Page
75

5 Perseverance

New
Passion

2 Practice

3 Patience

1 Passion

4 Persistence

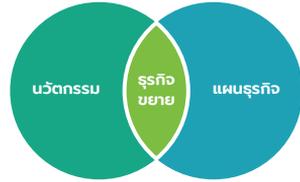


5 ความลับของ
สินค้า 4 ระดับ
ที่ทำให้ขายดี
ไม่มียอดตก

Page
91



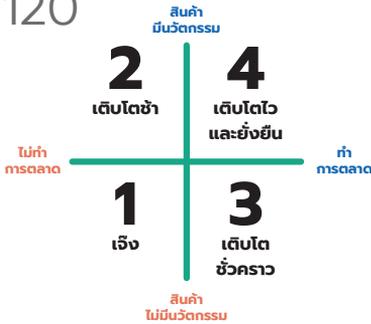
6 วิธีขยายธุรกิจ
แบบยั่งยืนที่ SMEs
ส่วนใหญ่ไม่ได้อำทำ



Page 100

7 ความแตกต่างของ
สินค้า "ขายดี" กับ
สินค้า "ขายดีมาก"

Page
120



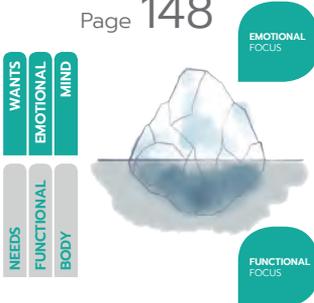
8 ขายง่าย
แม้งบการตลาดน้อย
ด้วย Winning Zone

Page 135



9 ความลับของสินค้า
ที่ขายดีตลอดกาล

Page 148



10 เคล็ดลับสร้างยอดขาย
หลักร้อยล้านต่อปีจาก
เจ้าของธุรกิจตัวจริง

Page 181



สารบัญ

Prologue : สิ้นค้าหลักร้อย คุณค่าหลักล้าน	12
CHAPTER 1 : WHY	14
ทำไมต้องขายดี	
1.1 เหตุผลที่ต้องขายดี	16
1.2 สิ่งที่ทำให้ธุรกิจคนไทยยังไปได้ไม่ไกล	19
1.3 ใครก็เพิ่มยอดขาย 1,000% ได้ ถ้ารู้วิธี	25
CHAPTER 2 : SECRET	30
ความลับของการขายของดีจนขาดตลาด	
2.1 ตรวจสอบ DNA จุดแข็งในการทำธุรกิจของตัวเอง	32
2.2 3M โมเดล สำหรับเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องการเพิ่มยอดขาย 1,000%	46
CHAPTER 3 : MOTIVATION	50
แรงจูงใจ	
3.1 Never Give up : เลิกก่อน ล้มเหลวก่อน	52
3.2 No Pain, No Gain : เคยล้ม = รุ่มมากกว่าคนอื่น	61
3.3 Spirit : จุดไฟให้ตัวเอง ด้วยโมเดล 5P	68
CHAPTER 4 : MAKE THINGS BETTER	84
ทำให้ดีกว่าเดิม	
4.1 Product : ความลับของบริษัทที่สินค้าขายดี	86
4.2 People : วิธีสร้างคนให้เป็นกำลังสำคัญขององค์กร	92
4.3 Process : ระบบการทำงานที่ธุรกิจใหญ่ใช้ แต่ SMEs ไม่ทำ	100

CHAPTER 5 : MARKETING 114

การตลาดที่แท้จริง

- 5.1 ทำไมต้องทำการตลาด 117
- 5.2 ความแตกต่างของการทำและไม่ทำการตลาด 120
- 5.3 ความหมายที่แท้จริงของการตลาด และวิธีการทำการตลาดแบบรวบรัด 125
- 5.4 ขายง่าย แม้งบการตลาดน้อย ด้วย Winning Zone 130
- 5.5 จะขายดี ต้องมี 10 WOW 139
- 5.6 ความลับของสินค้าที่ขายดีตลอดกาล 148
- 5.7 Unmet Needs ขายดีแบบไม่ต้องทำการขายและไม่ต้องการตลาด 168

CHAPTER 6 : CASE STUDY 180

ตัวอย่างธุรกิจที่เพิ่มยอดขายได้ 1,000%

- 6.1 VING 182
- 6.2 39 Ramen 192
- 6.3 OTA Engineering 202

CHAPTER 7 : สถาบัน IESA 212

และ Testimonials จากโครงการบ่มเพาะธุรกิจ BIS

- 7.1 สถาบัน IESA 214
- 7.2 Siam Comfort 224
- 7.3 YUEDPAO (ยี่ดเป่า) 231

เกี่ยวกับผู้เขียน 238

Prologue

สินค้าหลักร้อย คุณค่าหลักล้าน

ไม่ว่าจะซื้อหรือทำอะไรในทางธุรกิจ แนวคิดของผมคือสิ่งของหรือกิจกรรมนั้นๆ ต้องคุ้มค่างับราคาและเวลาที่ผมจ่าย หากหนังสือที่ผมซื้อมา รวมค่าเดินทาง รวมเวลาอ่านแล้ว มีมูลค่าเท่าไร ผมต้องรู้สึกคุ้มค่าหรือได้รับมากกว่านั้นเสมอ

เมื่อขายสินค้า ผมก็ใช้หลักคิดนี้เช่นกัน

ถ้าหนังสือเล่มนี้ราคา 295 บาท มีค่าเดินทาง 200 บาท ค่าตัวของคุณในฐานะเจ้าของธุรกิจอยู่ที่ชั่วโมงละ 10,000 บาท หากคุณใช้เวลาอ่านหนังสือเล่มนี้ 3 ชั่วโมง ก็ 30,000 บาท หมายความว่าผมต้องมั่นใจว่าคุณจะได้รับคุณค่ากลับไปมากกว่า 31,000 บาท เป็นอย่างน้อย

ไม่ใช่แค่มั่นใจจรรยาบรรณา เพราะผมคิดว่าถ้าคุณอ่านอย่างตั้งใจ และลงมือทำอย่างถูกต้อง ความรู้ในหนังสือเล่มนี้จะเปลี่ยนแปลงธุรกิจคุณจากหน้ามือเป็นหลังมือ ภายในเวลา 1-2 ปี ได้แน่นอน

ถ้าธุรกิจของคุณมียอดขายหลักสิบล้านต่อปี ผมมั่นใจมากกว่า คุณจะพาธุรกิจของคุณไปจุดที่ทำยอดขายหลักร้อยล้าน ได้อย่างรวดเร็วและง่ายกว่าที่คิดไว้มาก

ถ้าธุรกิจของคุณมียอดขาย 100 ล้านบาทต่อปี เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ จะช่วยให้คุณขายดีเพิ่มได้ 2-10 เท่า กลายเป็น 200 ถึง 1,000 ล้านบาท ได้ (มีคนทำตามจนสำเร็จแล้วหลายคน)

ที่มั่นใจมากเพราะผมพิสูจน์มาแล้วกับธุรกิจของตัวเองผ่านแบรนด์ Smooth-E และ DENTISTE' ที่ปัจจุบันทำยอดขายหลักพันล้านบาทต่อปี

รวมไปถึงมีนักเรียนอีกหลายร้อยคนในหลักสูตร BIS ที่นำไปใช้แล้ว ได้ผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว ซึ่งคุณก็สามารถทำแบบเดียวกับพวกเขาได้เช่นกัน

ธุรกิจไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว แต่ก็มีแก่นแท้ของมัน ขอแค่คุณรู้ว่า อะไรคือสิ่งที่ถูกต้อง และลงมือทำอย่างไม่ย่อท้อ ใครๆ ก็ประสบความสำเร็จ อย่างรวดเร็วได้โดยไม่จำเป็นต้องมีทุนตั้งต้นเยอะ (ผมก็เริ่มต้นจากการเป็น ลูกจ้างมาก่อน)

ถ้าตัดสินใจแล้วว่า จะเปลี่ยนชีวิตตัวเอง ลงมือทำธุรกิจให้โตแบบ ก้าวกระโดด ชนิดที่ไม่ว่าใครเห็นก็ต้องประหลาดใจ ผมขอให้คุณใช้เวลา อ่านหนังสือเล่มนี้โดยคิดและบอกตัวเองว่า “จะต้องคุ้มค่าง่กว่าราคาที่จ่ายไป”

**“First, think. Second, believe.
Third, dream. And finally, dare.”**

**หนึ่ง คิด - สอง เชื่อมั่น -
สาม ฝัน - และสุดท้าย กล้าหาญ (ที่จะทำ)**

- Walt Disney -

CHAPTER 1

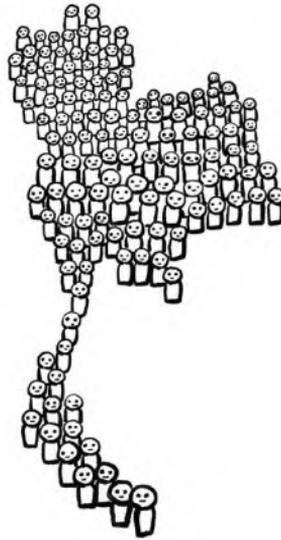


Why

**ทำไมต้อง
ขายดี**

1.1

เหตุผลที่ต้องขายดี



ประเทศไทยมีจำนวนประชากรอันดับ 20 ของโลก แต่มี GDP (Gross Domestic Product) หรือมูลค่าตลาดของสินค้าและบริการ อยู่อันดับต่ำกว่า 20 นั่นหมายความว่าเรายังสามารถเติบโตได้มากกว่านี้อีกในแง่เศรษฐกิจและการค้า



ประเทศไทยมี SMEs
ราว 3,300,000 ราย
แต่มีเพียง 3,000 ราย
หรือคิดเป็น 0.1% เท่านั้น
ที่มียอดขายเกิน 500 ล้านบาทต่อปี



“ลองคิดว่า ถ้าเราเปลี่ยนตัวเลขจาก 3,000 เป็น 300,000 ได้ คนไทยจะมีรายได้เพิ่มขึ้นเท่าไร”

ถ้าลองนึกสินค้าที่เคยยอมต่อคิวนานๆ เพื่อได้เป็นเจ้าของ ยอมเก็บเงินหลายเดือนเพื่อจะได้มาครอบครอง บางทีก็ถึงกับยอมผ่อนชำระหลายเดือนดู

จะพบว่าน้อยมากที่เป็นสินค้าแบรนด์คนไทย

อ้างอิงจากบทความ The Top 100 Most Valuable brands in 2022 ใน Visual Capitalist บอกว่า ในบรรดาแบรนด์ที่โด่งดังและมีมูลค่าทางการตลาดสูงสุด 100 อันดับแรกนั้น มีบริษัทจากประเทศกลุ่มเอเชียถึง 37 บริษัท แต่กลับไม่มีบริษัทของประเทศไทยติดอันดับเลยแม้แต่บริษัทเดียว (<https://www.visualcapitalist.com/top-100-most-valuable-brands-in-2022/>)



จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าคนไทยเราสามารถ สร้างสินค้าที่คนทั้งโลกยินดีต่อคิวข้ามคืน เพื่อจะได้เป็นเจ้าของบ้าง

จะเป็นอย่างไร
ถ้าสินค้าไทยถูกใช้
และกล่าวถึงโดย
ดารา นักแสดง
นักร้อง ระดับโลก
หรือแม้แต่กระทั่ง
ในภาพยนตร์



รถมอเตอร์ไซค์ BMW
ในภาพยนตร์เรื่อง
Mission Impossible

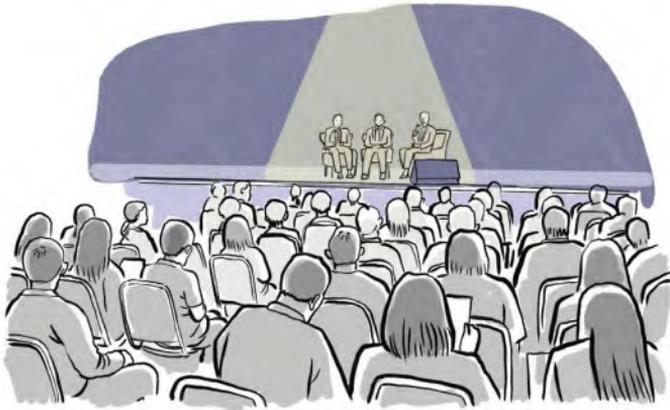
บริษัทที่ทำได้จะมีรายได้ดีจนสามารถจ้าง
แรงงานได้จำนวนมาก ดึงเศรษฐกิจชุมชนให้คึกคัก
คนมีกำลังใช้จ่ายใช้สอย รัฐบาลได้ภาษีมหาศาล
ไปปรับปรุงระบบสาธารณสุขไปโรค ความเป็นอยู่
ของคนไทยจะดียิ่งขึ้น ก้าวข้ามคำว่าประเทศ
กำลังพัฒนาได้เสียที หลังจากที่ใช้คำนี้มานาน

เจ้าของธุรกิจอย่างคุณคงได้รับการยกย่อง
ชื่นชมจากทั้งประเทศว่ามีส่วนร่วมพัฒนาชาติ
ให้เจริญไม่น้อยหน้าใคร และการที่ธุรกิจของคุณ
ขายดี ไม่เพียงแค่ว่าชีวิตของคุณจะดีขึ้น แต่ครอบครัว
ทีมงาน สังคม ก็ได้ประโยชน์ไปด้วย

เพียงแค่นี้ก็เป็นเหตุผลมากพอแล้วว่า
เพราะอะไรเราจึงควรทำธุรกิจให้ขายของดี

12

สิ่งที่ทำให้ธุรกิจคนไทย ยังไปได้ไม่ไกล



หลายปีก่อน ผมได้ไปสัมมนาเพื่อเรียนกับผู้เชี่ยวชาญด้าน
การตลาดระดับโลกอย่าง Philip Kotler ผู้เขียนหนังสือการตลาด
อย่าง Marketing 1.0 - 6.0



วันนั้นมีนักธุรกิจระดับประเทศและ
ผู้สนใจเข้าร่วมกว่า 1,500 คน ในช่วงท้าย
มีผู้ดำเนินรายการตั้งอย่างคุณสุทธิชัย หยุน
มาอำนวยความสะดวกให้ Kotler ได้ตอบคำถาม
ผู้เข้าสัมมนา

ผมเป็นหนึ่งคนที่ส่งคำถามขึ้นไป โดยตั้งใจว่าจะต้องเขียน
คำถามที่ทำให้คุณสุทธิชัยหยิบขึ้นมาถาม Kotler ให้ได้ และผมก็ทำ
สำเร็จ ด้วยคำถามที่ว่า

***“ประเทศไทยเพียบพร้อมไปด้วย
ทรัพยากรทางธรรมชาติ คนเก่ง แต่ทำไม
เราถึงไม่มีแบรนด์ดังระดับโลกอย่าง Apple
หรือ Microsoft เลยสักแบรนด์เดียว”***

เมื่อ Kotler ฟังจบก็ตอบกลับมาว่า



“นี่เป็นคำถามที่หลายประเทศถามผมเช่นกัน

**“คำตอบของผม มีเพียงประเทศเดียว
ที่นำไปใช้อย่างจริงจัง
นั่นคือประเทศไอซ์แลนด์”**

“คำตอบที่ผมจะตอบให้ประเทศไทยมี 2 แบบ แบบแรกคือแบบที่ผมตอบให้ประเทศอื่นๆ และอีกแบบจะเป็นคำตอบเฉพาะของประเทศไทย”

คำตอบทั่วไปของ Kotler สำหรับทุกประเทศคือ

“คุณต้องมีกระทรวงการตลาดที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าและธุรกิจของประเทศไทยให้โลกได้รู้จักโดยเฉพาะ

“เพราะการที่แบรนด์หนึ่งๆ จะโด่งดังทั่วโลกได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายอย่างมาก”

ส่วนคำตอบเฉพาะของประเทศไทยที่ Kotler พูด ทำให้ผู้เข้าสัมมนา นักธุรกิจชั้นนำของประเทศ ถึงกับต้องหน้าชาไปตามๆ กัน

“ประเทศไทยเป็นประเทศที่มี Comfort Zone กว้างใหญ่มาก พวกคุณเกิดมาในประเทศที่มีทุกอย่างเพียบพร้อมไม่ว่าจะเป็นทรัพยากร โอกาส และช่องทางต่างๆ

“พวกคุณไม่เคยต้องลำบากในการทำธุรกิจ ไม่มีข้อจำกัดมากมายเหมือนหลายๆ ประเทศทั่วโลก”



สหรัฐอเมริกา
ทอร์นาโด



Top 100 Brand 47 บริษัท



จีน
ประชากรเยอะ
อากาศหนาว



Top 100 Brand 23 บริษัท



ญี่ปุ่น
แผ่นดินไหว
สึนามิ



Top 100 Brand 7 บริษัท



ไทย
อากาศดี
อาหารสมบูรณ์



Top 100 Brand 0 บริษัท

**“ตรงนี่เองคือเหตุผลว่าทำไมประเทศไทย
ถึงยังไม่มีแบรนด์ระดับโลก พวกคุณไม่มี
แรงผลักดัน ไม่มี Passion มากพอ”**

ก่อนทิ้งท้ายแบบถอนใจเจ้าบ้านที่หน้าเฉือนไปแล้วว่า

**“แต่ก็ไม่ใช้ความผิด
ของพวกคุณเลย
มันเป็นของมันอย่างนั้นแหละ”**

วันนั้นผมตั้งคำถามว่า ถ้าเรายังให้สิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายนอก
เป็นคำตอบแก้ตัว เราคงเปลี่ยนประเทศ เปลี่ยนสังคม ไม่ได้ เราต้อง
เปลี่ยนความเชื่อของคนไทยเสียก่อน

ถ้าคุณไปค้นหาบทความทางธุรกิจในอินเทอร์เน็ตจะพบว่า
มีการพูดถึงประเทศไทยไว้แบบนี้