

sample sample s

# SOLD OUT

sample sample

เคล็ดลับการตลาด  
ที่ทำให้ขายดีจนผลิตไม่ทัน

sample

sample sample

e

ชื่อหนังสือ : Sold out เคล็ดลับการตลาดที่ทำให้ขายดีจนผลิตไม่ทัน  
เรื่อง : ดร.แสงสุข พิทยานุกุล

สำนักพิมพ์ฟรีมายด์

พิมพ์ครั้งที่ 1 เมษายน 2567

ราคา 295 บาท

ISBN 978-616-403-114-2



สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

และฉบับเพิ่มเติม โดย บริษัท ฟรีมายด์ พับลิชซิ่ง จำกัด

ห้ามลอกเลียนแบบไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้

นอกจากจะได้รับอนุญาตจากผู้จัดพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษร

#### ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

แสงสุข พิทยานุกุล.

Sold out เคล็ดลับการตลาดที่ทำให้ขายดีจนผลิตไม่ทัน. -- กรุงเทพฯ : ฟรีมายด์,  
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	ศศรัณย์ 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 ถนนเพชรตัดใหม่ แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0-2826-8000 โทรสาร 0-2826-8356-9

www.se-ed.com

หากพบว่าหนังสือมีข้อผิดพลาดหรือไม่ได้มาตรฐาน

โปรดส่งหนังสือกลับมาที่สำนักพิมพ์ (ทางไปรษณีย์)

ทางเรายินดีเปลี่ยนแปลงใหม่ให้ท่านทันที



หนังสือเล่มนี้มีค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งสิ้น 3,579.439 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และได้ดำเนินการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจกลุทธิเป็นศูนย์ นับเป็นการดำเนินการภายใต้จิตสำนึกที่ดีเพื่อการสะท้อนการเป็นองค์กรที่ "ใส่ใจสิ่งแวดล้อม" ทั้งนี้บริษัทยังเลือกใช้วัสดุพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการผลิตงาน ด้วยกระดาษครีโอฟีน ใช้หมึกพิมพ์แก้วเหลือง และกระบวนการผลิตที่รักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์

## คำนำสำนักพิมพ์

ในยุคนี้ที่คนส่วนใหญ่ต้องเผชิญปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง เกิดหนี้ครัวเรือน หนี้นอกระบบ ฯลฯ จนทำให้ทุกคนต้องดิ้นรนต่อสู้ แข่งขันกันในทุกรูปแบบเพื่อให้อยู่รอด ในภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก ของประเทศก็เช่นกัน ด้วยความที่ใครทำอะไรสำเร็จ ก็มักจะมีคนเข้ามา แย่งชิงส่วนแบ่ง จนกลายเป็นสมรภูมิรบที่สู้กันดุเดือด และหากใครเก่งพอ ก็อยู่รอดได้ ใครอ่อนแอ ก็แพ้ไป ซึ่งแม้จะมีผู้ประกอบการเกิดขึ้นใหม่ทุกๆ วัน แต่ก็มักจะมีอีกมากมายที่ต้องปิดตัวไป

มีหลายข้อได้สรุป “องค์ประกอบของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ” ไว้ 3 อย่างด้วยกัน คือ 1. ความเป็น “นักสู้” (แม้จะผ่านความล้มเหลว มากแค่ไหน ก็ยืนหยัดที่จะสู้จนสำเร็จ) 2. การมีมายด์เซตที่ดี 3. การมี องค์ความรู้ที่ถูกต้อง ซึ่งสำหรับสองข้อแรกนั้น เป็นเรื่องเฉพาะตัวที่แต่ละคน จะต้องหาวิธีบ่มเพาะมันขึ้นมาด้วยตัวเอง ส่วนข้อ 3 นั้น เป็นอีกหนึ่ง “กุญแจสำคัญ” ที่หากใครรู้ก่อน ก็มักจะสำเร็จก่อน เช่น การเห็นโอกาส การเริ่มต้นและการวางแผนอย่างเหมาะสม กลยุทธ์การตลาดที่ดี การสร้างทีม การขยายธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งแม้ว่าเราอาจจะใช้เวลาศึกษาและเรียนรู้ได้ แต่ เชื่อว่า เราจะได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าหลายเท่าตัวมาก หากเราได้พบกับองค์ความรู้ ที่ถูกต้องและเหมาะกับยุคนี้จริงๆ

เป็นเรื่องน่าเศร้าที่ว่า คนไทยส่วนใหญ่มักไม่มีโอกาสได้เรียนรู้เรื่อง เหล่านี้จากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เพราะโดยทั่วไปแล้วมักเป็นการเรียนรู้ ผ่านหนังสือ (ที่ถูกเขียนมาแล้วหลายปี) และมักจะเป็นการเรียนรู้แบบท่องจำ จากครู/อาจารย์ ที่อาจไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ซึ่งกว่าจะรู้ว่า เรามีองค์ความรู้ที่ไม่ถูกต้องก็อาจจะสายเกินไป (ธุรกิจไม่สามารถไปต่อได้แล้ว) ทั้งๆ ที่เรามีต้นแบบนักธุรกิจไทยที่ประสบความสำเร็จอยู่มากมาย ให้เราได้เรียนรู้ ไม่แพ้ประเทศยักษ์ใหญ่เลย

**ดร.แสงสุข พิทยานุกุล** คือผู้ที่สังเกตเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้ ในฐานะที่ท่านเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ตลอดหลายสิบปีให้คนรุ่นใหม่ ท่านจึงได้ก่อตั้งสถาบัน IESA\* รวมทั้งโครงการบ่มเพาะธุรกิจ BIS\*\* ขึ้นมา ในรูปแบบที่ฝึกกฎการศึกษาไทยแทบจะทั้งหมด 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!

## สำนักพิมพ์ปรมาัย

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

\*\* โครงการบ่มเพาะธุรกิจ บีไอเอส (Business Incubation Service Program, BIS) ในกำกับของ IESA เป็นหลักสูตรระยะสั้น ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเจ้าของกิจการ (Owner) ผู้การเป็นผู้ประกอบการ (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 ไม่จำเป็นต้องเริ่มที่หลักสุตรราคาหลักหมื่นหรือหลักแสน

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 หนังสือเล่มนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับคนทำธุรกิจหลายๆ 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 **"nnn"** 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

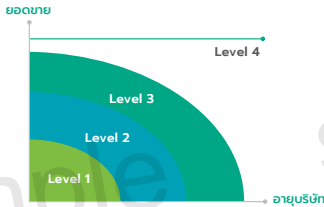
4 Persistence





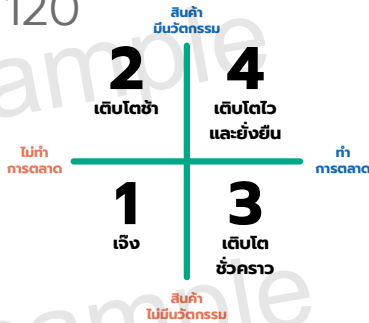
**5** ความลับของ  
สินค้า 4 ระดับ  
ที่ทำให้ขายดี  
ไม่มียอดตก

Page  
91



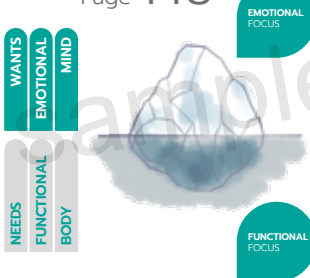
**7** ความแตกต่างของ  
สินค้า "ขายดี" กับ  
สินค้า "ขายดีมาก"

Page  
120



**9** ความลับของสินค้า  
ที่ขายดีตลอดกาล

Page 148



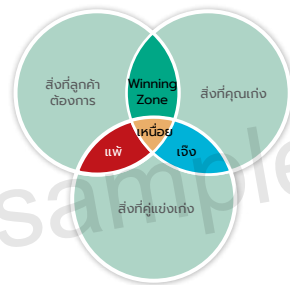
**6** วิธีขยายธุรกิจ  
แบบยั่งยืนที่ SMEs  
ส่วนใหญ่ไม่ได้อำนาจ

Page  
100



**8** ขายง่าย  
แม้งบการตลาดน้อย  
ด้วย Winning Zone

Page  
135



**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

**ความลับของการขายของดั่งขนาดตลาด**

2.1 ตรวจสอบ DNA 32

จุดแข็งในการทำธุรกิจของตัวเอง

2.2 3M โมเดล สำหรับเจ้าของธุรกิจ 46

ที่ต้องการเพิ่มยอดขาย 1,000%

**CHAPTER 3 : MOTIVATION** 50

**แรงจูงใจ**

3.1 Never Give up : เลิกก่อน ล้มเหลวก่อน 52

3.2 No Pain, No Gain : เคยล้ม = รู้มากกว่าคนอื่น 61

3.3 Spirit : จุดไฟให้ตัวเอง ด้วยโมเดล 5P 68

**CHAPTER 4 : MAKE THINGS BETTER** 84

**ทำให้ดีกว่าเดิม**

4.1 Product : ความลับของบริษัทที่สิ้นค้าขายดี 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 (ยืดเปล่า) 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 “จะต้องคุ้มค่างักราคาที่จ่ายไป”

**“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**

# 11

## 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 สร้างสินค้าที่คนทั้งโลกยินดีต่อคิวข้ามคั้น เพื่อจะได้เป็นเจ้าของบ้าง

จะเป็นอย่างไร  
ถ้าสินค้าไทยถูกใช้  
และกล่าวถึงโดย  
ดารา นักแสดง  
นักร้อง ระดับโลก  
หรือแม้แต่กระทั่ง  
ในภาพยนตร์



รถมอเตอร์ไซค์ BMW  
ในภาพยนตร์เรื่อง  
Mission Impossible

บริษัทที่ทำได้จะมีรายได้ดีจนสามารถจ้าง  
แรงงานได้จำนวนมาก ดึงเศรษฐกิจชุมชนให้คึกคัก  
คนมีกำลังใช้จ่ายใช้สอย รัฐบาลได้ภาษีมหาศาล  
ไปปรับปรุงระบบสาธารณสุข โภค 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



“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”**

ก่อนทิ้งท้ายแบบถอนอมน้ำใจเจ้าบ้านที่หน้าเจื่อนไปแล้วว่า

**“แต่ก็ไม่ใช้ความผิด  
ของพวกคุณเลย**

**มันเป็นของมันอย่างนั้นแหละ”**

วันนั้นผมตั้งคำถามว่า ถ้าเรายังให้สิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายนอก  
เป็นคำตอบแก้ตัว เราคงเปลี่ยนประเทศ เปลี่ยนสังคม ไม่ได้ เราต้อง  
เปลี่ยนความเชื่อของคนไทยเสียก่อน

ถ้าคุณไปค้นหาค้นหาบทความทางธุรกิจในอินเทอร์เน็ตจะพบว่า  
มีการพูดถึงประเทศไทยไว้แบบนี้

## “ถ้าใครจะเริ่มต้นทำธุรกิจในปี 202x เราแนะนำประเทศไทย”

สำหรับคุณอาจจะคิดว่ามันคือคำชม แต่สำหรับผมมันคือ การดูถูกศักยภาพคนไทยแบบอ้อมๆ เหตุผลก็คือถ้าใครก็ทำธุรกิจ ในประเทศไทยได้เพราะมันง่าย แปลได้อีกอย่างว่าการแข่งขันของ บริษัทในไทยน้อยจนใครก็สามารถเอาชนะธุรกิจที่อยู่มาก่อนได้ เหมือนคนไทยถูกมองว่ายังมีความเป็นผู้ประกอบการไม่มากพอ

อยากให้ลองนึกถึงว่าถ้าจะไปเปิดหรือทำธุรกิจสักประเทศ ที่คุณชื่นชมคนบ้านเมืองเขา คุณน่าจะคิดคล้ายผมว่ามันยาก โอกาสที่จะอยู่รอดจนชนะมีน้อยแน่นอน

จากวันนั้นผมก็เริ่มสนใจในการสอนคนไทยทำธุรกิจ อย่างจริงจังจน ณ วันที่เขียนต้นฉบับเล่มนี้ ผมเปิดโรงเรียนสอนธุรกิจ อย่าง IESA มา 8 ปี ผมกับทีมงานเข้มข้นกับเรื่องธุรกิจจนได้คำตอบ หลายอย่าง ได้มีโอกาสสอนเจ้าของธุรกิจกว่า 2,000 คน และมีคนที่ทำยอดขายเพิ่มขึ้นได้ 1,000% ใน 2 ปี

**คนคนเดียวเอาชนะ  
คำดูถูกจากภายนอกไม่ได้  
เราต้องช่วยกันทำให้ต่างชาติรู้ว่า  
ผู้ประกอบการเมืองไทย  
ก็ไม่ใช่ธรรมดา**





## ใครก็เพิ่มยอดขาย 1,000% ได้ ถ้ารู้วิธี

นายแพทย์ยุวพงศ์ สุทธินันท์ เจ้าของแบรนด์ Siam Comfort เริ่มต้นทำธุรกิจขายเครื่องมือแพทย์ เดิมมียอดขายรวม 15 ล้านบาท ต่อปี มีพนักงานอยู่ 3 คน

หลังจากรุ่นพี่ชักชวนให้เข้ามาเรียนกับผมก็ค้นพบไอเดียที่เพิ่มยอดขาย กลายเป็น 2,000 ล้านบาท และมีพนักงานขาย 180 คน ได้ในเวลาไม่ถึง 3 ปี

ถ้าคิดเป็นสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของยอดขายจาก 15 ล้านบาท เป็น 2,000 ล้านบาท ก็มากกว่า 100 เท่า เกิน 1,000% เสียอีก

ช่วงโควิด 19 ที่ผ่านมา หมอพงศ์ขายสินค้าแบรนด์ Siam Comfort อุปกรณ์การแพทย์สำหรับคนทั่วไปที่มีปัญหาสุขภาพ เช่น ปวดหลัง ปวดไหล่ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้เก่ง เป็นจุดแข็งของแบรนด์ ที่ลูกค้ายอมรับ

แต่ปัญหาของธุรกิจที่หมอพงศ์เลือกอย่างเครื่องมือแพทย์คือ

### การมีขนาดตลาด (Market Size) ที่ไม่ใหญ่

น่าจะราว 300 ล้านบาทต่อปี โดยขายตรงให้ผู้บริโภค หรือที่เราเรียกว่า B2C (Business to Customer)

สมมติว่า ถ้าหมอพงค์แย่งลูกค้ามาจากคู่แข่งรายอื่นได้หมด เขาอาจทำยอดขายเพิ่มได้สูงสุดที่ 300 ล้านบาท (20 เท่า จากของเดิม) ซึ่งเป็นไปได้ยากมาก

หมอพงค์มีคลินิกเสริมความงามของตัวเองด้วย ซึ่งพอถามว่า ตลาดเครื่องมือแพทย์ด้านเสริมความงามนั้นมีขนาดเท่าไร ก็ได้คำตอบว่าราว 20,000 ล้านบาท โดยธุรกิจนี้จะขายอุปกรณ์อย่างเครื่องยิงเลเซอร์กระชับรูขุมขนใบหน้าให้โรงพยาบาล หรือคลินิกเสริมความงามที่มีกำลังซื้อสูง หรือที่เรียกว่า B2B (Business to Business)

การนำเข้าอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์เครื่องมือเสริมความงามนั้น สามารถใช้พนักงานกลุ่มเดิมและทักษะความรู้เดิมต่อยอดได้ทันที ทำให้หมอพงค์มียอดขายก้าวกระโดดในเวลา 3 ปี ด้วยการเปลี่ยนไปสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้น

เคล็ดลับคือ  
**เขาเข้าใจจุดแข็งของตัวเอง  
สิ่งที่ลูกค้าต้องการ  
และโอกาสในตลาดที่ใหญ่ขึ้น**

เพราะการเพิ่มยอดขายจาก 15 ล้านบาท ในตลาดขนาด 300 ล้านบาท (ส่วนแบ่ง 5%) กับการเพิ่มยอดขายเป็น 2,000 ล้านบาท ในตลาดขนาด 200,000 ล้านบาท (ส่วนแบ่ง 1%) เราจะพบว่าแบบหลังมีความเป็นไปได้ง่ายกว่า และมีศักยภาพในการเติบโตสูงกว่า

การวิเคราะห์แบบนี้เราเริ่มจากการใช้สิ่งที่เรียกว่า Winning Zone ซึ่งมาจากการผสมกันของ 1. สิ่งที่เราเก่ง 2. สิ่งที่ถูกค่าต้องการ 3. สิ่งที่คุณแข่งเก่ง โดยที่

**Winning Zone (สีเขียว)** คือสิ่งที่เราเก่ง กับสิ่งที่ลูกค้าอยากได้ ซึ่งคู่แข่งไม่มี

**Lost Zone (สีแดง)** เป็นสิ่งที่ลูกค้าอยากได้ และคู่แข่งเก่งกว่าเรา

ส่วน **Dumb Zone (สีน้ำเงิน)** เป็นสิ่งที่เรา และคู่แข่งเก่ง แต่ลูกค้าไม่ต้องการ



หนังสือเล่มนี้ถอดเคล็ดลับในการทำธุรกิจ วิธีคิดที่มูลค่าไม่แพ้ ยอดขายที่ผมทำได้จาก Smooth-E, DENTISTE'

หากคุณตั้งใจอ่าน อ่านมากกว่า 1 รอบ ย้อนกลับมาดูคำพูด ไฮไลต์ในหนังสือซ้ำๆ และกล้าที่จะลงมือทำตาม อย่างจริงจัง ผมเชื่อว่าธุรกิจของคุณจะดีขึ้นอย่างรวดเร็ว ประสบความสำเร็จไวตามที่ต้องการ



**ความฝันของผมคือ**  
**อยากให้คนที่ได้อ่านหนังสือเล่มนี้**  
**มียอดขายเพิ่มขึ้น 1,000%**  
**เป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างบริษัท**  
**ระดับยูนิคอร์น**  
**บริษัทไทยที่มีแบรนด์ติดอันดับโลก**





ธุรกิจ **ไม่ใช่** การเรียนหนังสือ

แบบ **ท่องจำ**

แต่เป็นการเรียนรู้แบบ **ต้องทำ**

เรียนเฉพาะสิ่งที่เอาไปใช้ได้จริง  
สิ่งที่ไม่ได้ใช้ *ไม่ต้องเรียนหรอก*



- ดร.แสงสุข พิทยานุกุล -

## CHAPTER 2



**Secret**

**ความลับ  
ของการขายของดี  
จนขาดตลาด**

## 2.1

# ตรวจสอบ DNA จุดแข็งในการทำธุรกิจ ของตัวเอง

ถ้านึกถึงคนที่ทำธุรกิจประสบความสำเร็จระดับโลก มีน้อยคน  
ที่จะไม่รู้จัก 4 คนนี้



**Ren  
Zhengfei**  
ผู้ก่อตั้ง  
Huawei

**Richard  
Branson**

ผู้ก่อตั้ง  
Virgin Group



**Bill  
Gates**

ผู้ร่วมก่อตั้ง  
Microsoft



**Steve  
Jobs**

ผู้ร่วมก่อตั้ง  
Apple



คุณว่าใน 4 คนนี้ เวลาประชุม ใครน่าจะดูดีที่สุด  
ใครน่าจะใจเย็น ใครน่าจะพูดน้อยที่สุด ใครน่าจะเป็นเจ้าพ่อนวัตกรรม  
ใครน่าจะเป็นคนเก็บตัว



แม้ในบรรดาคนที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ  
คุณจะพบว่าแต่ละคนก็มีลักษณะนิสัย แนวทางการทำงาน  
ที่ไม่เหมือนกัน นั่นเป็นเพราะว่าพวกเขา มี DNA ทางธุรกิจ  
ที่แตกต่างกัน

ปี 2008 Joe Abraham ผู้เชี่ยวชาญด้านการเป็น  
พี่เลี้ยงผู้ประกอบการ ได้คิดค้นแฟรมเวิร์กที่ชื่อว่า BOSI DNA  
ขึ้น เขาใช้เวลาทำวิจัยและทดลองกับผู้ประกอบการต่อเนื่อง  
อีก 2 ปี ก่อนจะเขียนหนังสือชื่อ Entrepreneurial DNA  
ตีพิมพ์โดย McGraw-Hill ในปี 2011

BOSI DNA พูดยถึงการใช้จุดแข็งของเจ้าของธุรกิจ  
มาต่อยอดให้ได้ประโยชน์สูงสุด ขณะเดียวกันก็ทำให้รู้ว่า  
ควรจะเป็นพาร์ทเนอร์กับใคร หรือจ้างทีมงานแบบไหน  
เข้ามาเพื่อปิดจุดอ่อนของตัวเอง

**Joe Abraham แบ่ง DNA ของ  
ผู้ประกอบการออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้**

## Ren Zhengfei B = Builder



คนที่มี **B DNA** แข็งแกร่ง จะมีคุณสมบัติสำคัญคือเป็นนักสร้าง ฟุ้งเป้าไปที่ผลลัพธ์ ยอดขาย และการขยายตัวอย่างยั่งยืนได้รวดเร็ว สามารถก่อตั้งธุรกิจที่มียอดขายกว่า 5 ล้านเหรียญสหรัฐ และเติบโต ไปเป็นบริษัทที่ทำยอดขายได้กว่า 100 ล้านเหรียญสหรัฐ ก่อนที่จะ ย้ายตัวเองไปก่อตั้งบริษัทใหม่แบบ ไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย

**Builder** สามารถดึงดูดเงินทุน นักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ ให้มาร่วมสร้างธุรกิจกับเขาได้ ให้ความสำคัญเรื่องการควบคุมและสร้าง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อธุรกิจ จึงไม่ค่อยกังวลที่จะจ้างพนักงาน ที่มงานเก่งๆ มาทำงานให้ แม้จะมีต้นทุนสูงก็ตามมา

จุดอ่อนของคนที่มีลักษณะ DNA นี้ คือ การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างผู้คนที่เขาดึงดูดเข้ามา โดย Builder จะให้ความสำคัญ กับผลลัพธ์ทางธุรกิจ ไม่เกี่ยวข้องที่จะต้องจ้างทีมงานเก่ง ค่าแรงสูง เพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ เขาจึงคาดหวังให้ทีมงานทำงานได้ตามเป้าหมาย ของบริษัท และมองข้ามเรื่องการสร้างความผูกพันของคนในองค์กร

Richard Branson

## O = Opportunist

ผู้ประกอบการที่มี **O DNA** สูง เป็นคนที่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ของชีวิตมากกว่าผลลัพธ์ทางธุรกิจ

วิธีสร้างธุรกิจของคนกลุ่มนี้คือมองหาเทรนด์หรือโอกาสทางธุรกิจที่ทำเงินได้อย่างรวดเร็ว เมื่อจุดติดแล้วก็เร่งขยายผล และทันทีที่ธุรกิจโตเต็มที่ก็ขายทำกำไร จากนั้นก็เลือกไปใช้ชีวิตและมองหาโอกาสครั้งถัดไป



สำหรับ **Opportunist** ธุรกิจเปรียบเหมือนยานพาหนะที่พาเขาไปยังจุดหมายที่ต้องการ เขาจึงไม่ค่อยผูกพันกับตัวธุรกิจ หากมียานพาหนะที่ทำให้ถึงปลายทางได้ไวกว่า พวกเขาก็ไม่ลังเลที่จะเปลี่ยน

พวกเขายังเป็นคนที่มองโลกในแง่ดีเวลาทำธุรกิจต่างๆ การสูญเสียเงินจากข้อตกลงใดๆ หลายล้านเหรียญ ไม่ทำให้พวกเขาท้อถอยและเลิกมองหาสิ่งที่ดีกว่า

Opportunist สร้างธุรกิจที่แข็งแกร่งได้จากการให้ผลตอบแทนเมื่อพนักงานขายทำยอดขายได้ตามเป้า (Incentive) พวกเขาใช้แรงจูงใจในการทำให้สำเร็จเป็นตัวขับเคลื่อนยอดขาย

ผู้ประกอบการที่มี O DNA สูง ให้ความสำคัญกับการมีรายได้หลายทาง เพราะพวกเขามีวิสัยทัศน์ที่ดีในการมองหาโอกาสทำกำไรจากสิ่งรอบตัว และรายได้จากหลายทางก็ช่วยเร่งความเร็วให้พวกเขาเดินทางถึงเป้าหมายได้เร็วขึ้น

จุดอ่อนของคนกลุ่มนี้คือการโฟกัสให้เกิดความสม่ำเสมอ การที่กระโดดเข้าไปลุยทุกโอกาสบางครั้งก็กำไรมหาศาลและบางที่ก็ขาดทุนหนักได้ เราจะเห็นผลกำไรของธุรกิจของผู้ประกอบการ O มีความผันผวนสูง บางครั้งก็มีสินทรัพย์เต็มพอร์ต แต่ไม่มีเงินสด หรือตรงข้าม มีเงินสดท่วมพอร์ต แต่ไม่มีธุรกิจ在手เลย

Bill Gates

**S = Specialist**

ผู้ประกอบการ **S DNA** มักมีรากฐานมาจากการเรียนหรือทำงานในสาขาวิชาชีพเฉพาะทางอย่าง หมอ วิศวกร นายความ เป็นต้น



**Specialist** ใช้จุดแข็งทางวิชาชีพของตนเองทำธุรกิจอุตสาหกรรมที่พวกเขาได้เปรียบและมีแนวโน้มที่จะอยู่กับธุรกิจเดียวไปตลอดชีวิต พวกเขาใช้สัญชาตญาณในการทำธุรกิจน้อยกว่ากลุ่ม B และ O

คุณจะได้เห็นว่าในทุกการตัดสินใจจะมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถี่ถ้วน ซึ่งมักใช้เวลาานกว่ากลุ่มอื่น หลีกเลี่ยงความเสี่ยงสูง ชอบทำทุกอย่างให้เป็นระบบ

ตัวชี้วัดทางธุรกิจของพวกเขาไม่ใช่ยอดขาย แต่คือรายได้ส่วนบุคคลอย่าง เงินเดือนกรรมการ เงินปันผล หรือการเติบโตของมูลค่าหุ้นที่ถือครอง ปีที่ดีของคนที่มี S DNA สูง คือปีที่รายได้หลังหักภาษีส่วนบุคคลของพวกเขาสูงขึ้น

และตราใบที่ธุรกิจของคนกลุ่มนี้ยังคงให้ผลลัพธ์ที่ดีต่อเนื่องก็เป็นเรื่องยากมากที่พวกเขาจะตัดสินใจเปลี่ยนธุรกิจหรือระบบการทำงาน

วิธีการสร้างรายได้ที่ S DNA ชอบ คือการสร้างเครือข่าย หรือการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก (Referral) เพราะพวกเขาไม่ใช่นักขาย

จุดอ่อนของคนที่มี DNA แบบนี้คือ การสร้างความต้องการให้เกิดขึ้น (อาจหมายถึงไม่เก่งการตลาด และการกำหนดแผนส่งเสริมการขาย)

# Steve Jobs

## I = Innovator



**IDNA** คือผู้ประกอบการนักประดิษฐ์ ที่คิดค้นสินค้า บริการใหม่ๆ ให้โลก ส่วนใหญ่ เริ่มต้นจากความหลงใหลในบางสิ่ง โดยธุรกิจ เป็นสิ่งที่เข้ามาทีหลังโดยคำแนะนำของใครบางคน

เหล่า **Innovator** (นักประดิษฐ์) มักไม่คิดว่าตัวเองจะทำธุรกิจได้ ในช่วงแรกเริ่ม พวกเขาไม่ได้ต้องการอยู่กับเครื่องคิดเงินและปัญหาจุกจิก

IDNA อยากใช้ชีวิตในโลกแห่งจินตนาการและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ จุดเริ่มต้นของธุรกิจคนเหล่านี้มักจะเป็นในห้องทดลอง หรือการทดสอบอะไรเล็กๆ เช่น Apple ของ Steve Jobs, Facebook ของ Mark Zuckerberg

จุดมุ่งหมายหลักในการทำธุรกิจของพวกเขาคือ การสร้างความเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ไม่ใช่เรื่องเงิน

การสร้างรายได้ของ IDNA คือการสร้างนวัตกรรม การจดสิทธิบัตร ที่ทำให้พวกเขาได้ค่าลิขสิทธิ์จากไอเดียตัวเอง

จุดอ่อนของคนที่มี IDNA สูง คือ พวกเขาไม่มีโลกส่วนตัวสูง ชอบเก็บตัว ไม่สูงส่งกับใคร จึงเป็นการยากที่จะทำธุรกิจด้วยตัวเอง เพราะไม่รู้จะเริ่มต้นอย่างไร แคมยังไม่มีความต้องการจะจ้างหรือไล่ใครออกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการที่มี IDNA สูง จำเป็นต้องมีทีมงานที่รับมือกับเรื่องธุรกิจได้ดี มาสนับสนุน

# สรุป BOSI DNA



**Builder**

**B**

## BUILDER

- ★ บริหารทรัพยากรเก่ง
- 💰 ความยิ่งใหญ่ของอาณาจักร
- 🚧 เปิดบริษัทใหม่
- ⊖ ความสัมพันธ์ในองค์กร



**Opportunist**

**O**

## OPPORTUNIST

- ★ การมองหาโอกาสทางธุรกิจ
- 💰 ความสำเร็จของชีวิต
- 🚧 ผลตอบแทนจากการขาย
- ⊖ ความไม่สม่ำเสมอของกำไร



**Specialist**

**S**

## SPECIALIST

- ★ ทำในสิ่งที่เชี่ยวชาญ
- 💰 รายได้ส่วนบุคคล
- 🚧 การสร้างเครือข่าย
- ⊖ การตลาดและการขาย



**Innovator**

**I**

## INNOVATOR

- ★ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่
- 💰 การสร้างความเปลี่ยนแปลง
- 🚧 สิทธิบัตร
- ⊖ การทำธุรกิจด้วยตัวเอง

สามารถทำแบบทดสอบ BOSI DNA ได้ที่ <https://bosidna.com/assessment>  
(หรือค้นหาคำว่า BOSI DNA ในเสิร์ชเอนจิน)

## ลักษณะธุรกิจที่แต่ละ DNA มักทำได้

- B** ▶ ธุรกิจตามกระแส ต้องการเกิดเร็ว เปลี่ยนแปลงเร็ว
- ▶ ธุรกิจที่ต้องมีหลาย Party เป็นโครงการใหญ่
- ▶ ธุรกิจที่เริ่มจากคอนเน็กชันแล้วทำให้เป็นมาตรฐาน
- ▶ ธุรกิจที่ลุยไปข้างหน้าโดยมีคนประเภท S ดูหลังบ้านให้

- O** ▶ เป็นคนกลาง นายหน้า
- ▶ ธุรกิจที่มีนายทุน เราเป็นตัวกลางประสานผลประโยชน์
- ▶ งานยากที่ยังไม่เคยมีใครทำ แต่เรามองเห็นโอกาส
- ▶ งานที่ต้องมีคนประเภท B และ S มาวางระบบงานให้

- S** ▶ ธุรกิจขนาดเล็ก ที่มงานน้อย ทุนจำกัด ใช้ความระมัดระวัง
- ▶ สินค้าที่มีมาตรฐาน สเปกชัดเจน รายละเอียดสูง
- ▶ ธุรกิจที่ต้องการความถูกต้อง มีกฎหมายกำกับ
- ▶ ควรมีคนประเภท B และ O ช่วยขยายธุรกิจ

- I** ▶ สินค้าบริการที่ Made to Order ไม่ใช่ Finish Product
- ▶ สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร
- ▶ สินค้าที่ต้องลักษณะเฉพาะในการออกแบบ เช่น หนังสือ
- ▶ ต้องการ B, O ช่วยขยายงาน และ S ช่วยวางระบบ



ในประเทศไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นตัว S เหตุผลคือวัฒนธรรมการหล่อหลอมตั้งแต่เกิด เช่น เราต้องเชื่อฟังพ่อแม่ เราต้องเชื่อฟังครูอาจารย์ แต่ถ้ายังไม่จบปริญญาตรีหรือปริญญาโท ยังไม่เคยทำงาน อาจจะมีตัว I โผล่ขึ้นมาบ้าง

ของผมเป็นตัว O ผมควรจะอยู่ในแง่ของการลุยตลาด ขยายตลาดไปเรื่อยๆ

วันหนึ่งผมเดินเข้าโรงงาน ซึ่งเป็นตัว S ในแง่ของการผลิตไม่รู้เรื่อง จะรู้สึกเบื่อมาก ผมเดินเข้าโรงงาน ดูการผลิตยา ดูการผลิต DENTISTE' ดูๆ เสร็จแล้วไม่ถึง 15 นาที รู้สึกหงุดหงิดอย่างไรไม่รู้ อยากจะกลับบ้านแล้ว เพราะมันเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ทางของผม

ขณะที่ Bill Gates เป็นตัว S นี้ก็รวย Steve Jobs เป็น I Richard Branson เป็นตัว O ก็รวยได้ เพราะเขาทำสิ่งที่ถนัด สิ่งที่เป็นธรรมชาติของเขา

คือไม่ใช่ว่าทำงานหนักอย่างเดียวแล้วมันจะได้ การมีพันธมิตร (Network) ที่ส่งเสริมกันก็จำเป็นมากต่อธุรกิจ

ในธุรกิจปัจจุบัน การทำงานร่วมกัน (Collaborate) จำเป็นมาก คุณทำคนเดียวไม่ได้ คือเหตุผลที่เราตรวจ DNA เพราะว่าถ้าคุณเป็นตัว O คุณต้องมีพันธมิตรกับคนตัว I คุณต้องสานสัมพันธ์กับคนตัว S คุณต้องมีเครือข่ายกับคนตัว B คนละลายพันธุ

**ใน 1 องค์กร ต้องมี DNA ทั้ง 4 ตัว ผมเชื่อว่าบางคนเป็นตัว B, O, S, I ซึ่งถ้าเกิดองค์กรไหนขาดตัวไหน ให้หาคนที่มีความรู้จากที่อื่น (Outsource) หรือไปจ้างมา**



กฎข้อหนึ่งที่ผมยึดมั่นคือ  
ไม่ว่าคุณจะเป็น B, O, S, I  
ก็มีโอกาสประสบความสำเร็จได้  
ในแบบของคุณ  
แต่...

**อย่าคิดจะทำเองทั้งหมด**  
**ทุกด้านด้วยตัวคนเดียว**

เพราะความคิดแบบนี้คือ  
เจ้าของธุรกิจ (Business Owner)

**ยังไม่ใช่ผู้ประกอบการ**



ถ้าคุณมีความเป็น B หรือนักบริหารทรัพยากร หน้าที่การมองภาพใหญ่ สร้างทีม อย่าได้คิดไปทำงานละเอียดหรือคิดค้นนวัตกรรมแข่งกับเจ้าของธุรกิจที่มีความเป็น I เด็ดขาด แพ้ลูกเดียว คุณควรใช้จุดแข็งของคุณคือ **สร้างทีม สร้างธุรกิจ แล้วปล่อยให้ทีมงานมืออาชีพที่จ้างมาจัดการ**

ถ้าคุณเป็น S ที่เริ่มต้นมาจากใจรักในสิ่งที่ทำ เวลาการทำธุรกิจแล้วไม่ชอบการบริหารทีม ก็ควรจ้างคนที่มีความเป็น B สูง ๆ มาดูแล เคยมีนักเรียนของ BIS รุ่นหนึ่งที่เป็นคนชอบทำอาหารมากมาเปิดร้านอาหารแล้วก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ เมื่อทำสำรวจ BOSI DNA แล้วพบว่าตัวเองเป็น S สูงมาก เธอจึงจ้างนักบริหารมืออาชีพมาในธุรกิจของเธอ แล้วผันตัวเองเป็นแม่ครัวใหญ่ในร้านคอยควบคุมรายละเอียดของเมนู รสชาติ ต้นทุน แล้วปล่อยให้เรื่องการตลาดการเงิน การบริหารทีม เป็นหน้าที่ของมืออาชีพ ก็ปรากฏว่าได้ดี

อีกเคล็ดลับหลังทำแบบทดสอบ BOSI DNA คือคุณจะรู้ว่า คุณเหมาะกับการคิดหรือการลงมือทำ B, O เหมือนส่วนหัว เหมาะกับการคิดและหากคนมาช่วยทำ S, I เหมือนส่วนลำตัว แขนขา เหมาะกับการปฏิบัติที่ชอบรายละเอียด ไม่ควรทำงานภาพใหญ่ เพราะจะไม่ตรง DNA ของตัวเอง

ตัวอย่างของคนที่น่าจะมีความเป็น S กับ I สูงในประเทศไทยที่ผมรู้จักคือ คุณปลา - อัจฉรา บุรารักษ์ เจ้าของแบรนด์ iberry ที่มีแบรนด์อาหารย่อยน้สลิบร้านอย่าง กับข้าวกับปลา ฟ้าปลาทานหรือแม้แต่ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อชื่อดังอย่าง ทองสมิทซ์

ส่วนตัวคุณปลาเป็นนักคิด ชอบอยู่กับการคิดสูตรทำอาหาร จะเห็นได้ว่าในช่วงแรกๆ ของการทำธุรกิจ คุณปลาสามารถคิดสูตร ไอศกรีม iberry ได้กว่า 100 สูตร ฟังสัมภาษณ์รายการต่างๆ ที่ไปออก ก็จะพบว่าเธอให้ความสำคัญกับมาตรฐานของสูตรและรสชาติ

แต่จุดเปลี่ยนในมุมมองของผมที่ทำให้อาณาจักร iberry ของเธอเติบโตเพราะการได้พาร์ทเนอร์นักการตลาดที่มองขาดว่า สูตรต่างๆ ที่เธอคิด เหมาะจะทำเป็นร้านอาหารประเภทใด จนนำมาสู่ร้านอาหารแนวใหม่อีกมากมาย ที่ล้วนมีชื่อเสียงอย่าง เบิร์นบุชบา ฟ้าปลาทาน เจริญแกง ฯลฯ

**นอกจากนี้ผมยังพบว่า B, S คือคนที่เด่นในด้านตรรกะ เหมาะทำงานเชิงคิดวิเคราะห์ ส่วน O, I เป็นคนที่เด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ เหมาะที่จะทำงานที่เกี่ยวข้องกับไอเดีย นวัตกรรม วิสัยทัศน์**

ในผลทดสอบ เขาจะบอกว่าอะไรคือ DNA หลักและรองของคุณ ลองสังเกตตัวเอง อ่านคำแนะนำ และวางกลยุทธ์ธุรกิจให้เหมาะสม

**กล่าวโดยสรุป คนที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจมักรู้จักแข็ง จุดอ่อน ของตัวเอง และสร้างทีมให้สอดคล้องกับสิ่งที่ตัวเองเป็น ลองทำแบบทดสอบกันดู**

2.2

## 3M โมเดล สำหรับเจ้าของธุรกิจที่ต้องการ เพิ่มยอดขาย 1,000%

อะไรคือความต่างระหว่างผู้ประกอบการที่สร้างยอดขาย  
ได้เกิน 500 ล้านบาทต่อปี กับเจ้าของธุรกิจเล็กๆ ที่ยอดขายไม่ถึงเป้า

จากประสบการณ์ตรงที่เจอนักธุรกิจระดับประเทศ นักเรียน  
IESA ที่ทำธุรกิจกว่าพันคน ผมสรุปว่า คนที่ทำยอดขายได้สูงล้วนมี  
3M โมเดลในการทำงาน

Motivation



Make Things  
Better



Marketing



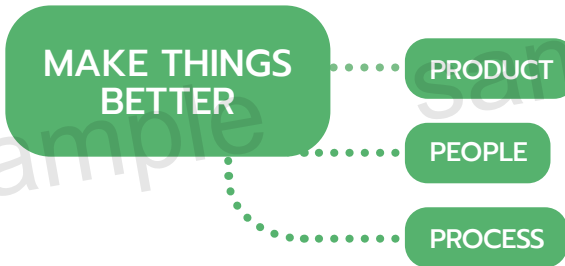
# 1. Motivation

แรงจูงใจ สำคัญมากในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะถ้าคุณไม่บ้าพอ คุณก็จะไม่กล้าพอ และเมื่อคุณไม่กล้าพอ คุณก็จะยอมแพ้เวลาเจออุปสรรค ซึ่งใน Motivation ยังแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้



# 2. Make Things Better

และต่อให้คุณมีไฟ มีแรงจูงใจที่ดี แต่ถ้าคุณไม่สามารถสร้างระบบ พัฒนาคคน และสินค้าให้ประกอบเป็นธุรกิจได้ ก็ยังไม่สามารถสร้างยอดขายที่ยั่งยืนได้ และยิ่งถ้าอยากสำเร็จมากกว่าคู่แข่ง คุณก็ต้องทำให้ดีกว่า ว้าวกว่า



### 3. Marketing

และต่อให้คุณจะมีแรงบันดาลใจ มีระบบ คน สินค้า ที่ว่ากว่าคู่แข่ง เป็นที่ต้องการของลูกค้าแน่นอน แต่โลกใบนี้และคนที่น่าจะเป็นลูกค้าของคุณได้ กลับไม่มีใครรู้เลยว่ามีสินค้าหรือบริการนั้นอยู่ ยอดขายก็คงไม่เติบโต การตลาด (Marketing) จึงเป็นเรื่องที่สำคัญไม่แพ้ Motivation และ Make Things Better

ในบทนี้มีเทคนิคที่ทำให้สินค้าดีของคุณมีคนจำนวนมากต้องการโดยที่คุณแทบไม่ต้องขาย แถมลูกค้าไม่ต่อรอรราคาอีกด้วย



ในบทถัดไป ผมจะชวนคุณไปจุดไฟให้ตัวเอง พออ่านจบแล้วคุณอาจจะนอนไม่หลับ คิดแต่เรื่องของการทำยอดขาย สร้างระบบพัฒนาสินค้า คุณจะกลายเป็นคนบ้า ที่กล้าลงมือทำมากขึ้น

ถามว่าทำไมผมถึงอยากให้คุณเป็นคนบ้าในสิ่งที่คุณจะทำ





เพราะในเกมส์ธุรกิจ เวลาผมแข่งกับใคร

**ผมไม่กลัวคนเก่ง**

**ผมกลัวคนบ้า**

เพราะคนบ้า เขาสู้ทุกรูปแบบ  
สู้แบบไม่มีรูปแบบ

**คุณจะชนะคนบ้าไม่ได้**

**ถ้าคุณไม่บ้า**

**และกล้ากว่าพวกเขา**

