

# ปั้น แบรนด์ ให้ดัง ด้วย ตุงค์ มาเอง



.....  
แบรนด์ที่แข็งแกร่ง  
ต้องไม่หยุดนิ่ง...  
ต่อ ยอดได้จริงไม่อิงตำรา  
มากกว่าประสบการณ์ 26 ปี  
อยู่กับแบรนด์ดังทำให้เห็น  
กลยุทธ์การตลาดของ  
แบรนด์ชั้นนำทุก  
มุมมองของความสำเร็จ  
.....

27  
ป



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ห้องสมุดสาขาโชติเวช



201018654

สุรินทร์ พูลสวัสดิ์

# คำนำสำนักพิมพ์

การปั้นแบรนต์ให้เติบโต เป็นเรื่องที่ต้องทำและมีความจำเป็นมาก สำหรับการทำการค้าในยุคนี้ กระบวนการในการปั้นแบรนต์ไม่มีอะไรที่เป็นสูตรตายตัว ทุกอย่างอยู่ที่บริบทและแนวทางของสินค้าแต่ละประเภทแต่ละชนิด แม้ผมจะพอมีความรู้ในเรื่องของการปั้นแบรนต์อยู่บ้าง แต่เมื่อนำเอามาเทียบกับประสบการณ์ของคุณสุรินทร์ พูลสวัสดิ์ ต้องบอกได้ว่าผมแค่มวยวัด หัวใจในการปั้นแบรนต์นั้นทำอย่างไร ที่จะทำให้เกิดและอยู่อย่างยั่งยืนนี้ต่างหากเป็นสิ่งสำคัญ

ผมอ่านต้นฉบับเรื่องนี้หลายรอบ อ่านด้วยใจระทึกและชื่นชอบ ทำให้ผมมองเห็นเลยว่า มีโอกาสที่เขาทำกันอย่างไร โดยเฉพาะในพิสัยของการสร้างแบรนต์ร้านอาหาร แต่เทคนิคต่างๆ ที่คุณสุรินทร์เล่ามานั้นบอกได้ว่าสามารถนำไปปรับกระบวนการทำเป็นกลยุทธ์ใช้ได้กับทุกรูทกิจเลยทีเดียว

**จุดหนึ่ง...**ที่ผมต้องมาสะดุดหยุดคิดอยู่นานกับงานเล่มนี้ คือเรื่องของชื่อหนังสือ ทีมงานและคนอื่น ๆ เสนอมาประมาณ 10 ชื่อ เห็นครั้งแรกผมก็ได้แต่บอกว่า มัน out ไปหมดแล้ว...ผมต่อสายคุยกับคุณสุรินทร์ถึงจุดประสงค์ของคนนิยมสร้างแบรนต์จากประสบการณ์ของเขาว่า เพื่ออะไร คำตอบคือ ต้องการได้เงิน



สมองไม่รอช้า...สั่งการทันที ด้วยผมพูดออกไปว่า...

“ปิ่นแบรนต์ให้ตั้งเดี่ยวตั้งค์มาเอง”

ชอบไหมครับ...สั้น ๆ จากเสียงปลายสาย...

“คิดได้ไงนี่...ชอบมาก”

ผมก็เชื่อว่า ทุกคนต้องชอบเหมือนกันครับ

 ราช รามัญ

บรรณาธิการ

## คำนำผู้เขียน

ในโลกแห่งการค้ายุคใหม่ การเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการสร้างสินค้าใหม่ให้เกิดการรับรู้ และเป็นที่ยอมรับหรือที่คนทั่วไปเข้าใจและเรียกกันว่า “ปั้นแบรนด์” ผมได้ตั้งใจถ่ายทอดเรื่องราวประสบการณ์ในการทำงานของผมเกี่ยวกับการปั้นแบรนด์เพื่อให้ได้เห็นถึงกระบวนการที่แท้จริงว่าเขาสร้างกันอย่างไร 13 ปี ในการทำงานที่แมคโดนัลด์ กระทั่งมีโอกาสได้ไปเรียนต่อที่อเมริกาในคลาสสั้นๆ ของมหาวิทยาลัยแฮมเบอร์เกอร์ และอีก 13 ปี ในประสบการณ์การทำงานและได้เรียนรู้เพิ่มเติมจากคุณตัน ภาสกรนที (ตัน อีชิตัน) ตั้งแต่สมัยเริ่มทำโออิชิ จนถึงแบรนด์ อีชิตัน

ปัจจุบันผมเปิดร้านอาหารเล็กๆ เป็นของตัวเอง และได้ทำงานให้กับ ส.ขอนแก่นด้วย หลากหลายประสบการณ์ของชีวิตที่ผ่านมาทำให้ผมได้เข้าใจถึงคำว่า **แบรนด์** อย่างลึกซึ้ง แม้ว่าไม่ได้จบมาจากทางสายการตลาดแต่เพราะชีวิตได้เข้าไปคลุกคลีกับเรื่องของการตลาดจึงทำให้มองเห็นหลายมุมมองทั้งแบบคนเอเชียและคนตะวันตก จึงหยิบยกเอามาถ่ายทอดในหนังสือเล่มนี้ครับ

ขอบคุณ คุณเดช แมคโดนัลด์ คุณตัน อีชิตัน  
คุณเจริญ ส.ขอนแก่น ที่ทำให้ผมมีวันนี้ครับ

สุรินทร์ พูลสวัสดิ์

# สารบัญ

---

ศักราชภาพ...คุณเติมได้ด้วยตัวเอง [10]  
ไปอเมริกา...เรียนมหาวิทยาลัยแฮมเบอร์เกอร์ [19]  
ไปทำงานที่ไออิชิ กับ ต้น ภาสกรนที [32]  
ไปพบคุณต้นครั้งที่สอง [39]  
เอา...สู้ก็สู้...เป็นไงเป็นกัน [43]  
เปลี่ยนหมวกใบใหม่...ใส่หมวกไออิชิ [47]  
ล้างหนี้...ให้ลูกน้อง [59]  
ยิ่งใกล้ยิ่งคม สมชื่อ ต้นที่ไม่เคยตัน [65]  
หลักคิดในการทำงานแบบ...คุณต้น อิชิตัน [70]  
การสร้างแบรนด์ [83]  
คิดใหญ่ได้...แต่อย่าใจใหญ่ [90]  
สร้างแบรนด์ต้องทำทั้งระบบ [99]  
การพัฒนาแบรนด์ [111]  
การสืบหาข้อมูลจากลูกค้า [117]  
จุดเปลี่ยน...กับการก้าวใหม่ [123]  
ปรัชญาธุรกิจร้านอาหารยุคใหม่ [129]  
ปัจจุบัน ทำ ส.ขอนแก่นด้วย [134]  
ปั้นแบรนด์ให้ดัง [138]  
ท้ายเล่ม [156]





หลักคิดในการทำงานแบบ...

คุณต้น อีชีตัน



สุดๆ ชาจากใจ  
สุดๆ ของสุดพิม

สุดๆ ชาจากใจ  
สุดๆ ของสุดพิม

G-Force

สุดๆ ชาจากใจ

G-Force





หลักคิดมากมายหลายอย่างที่ผมได้มา ซึ่งบางอย่างก็จดเก็บเอาไว้เพื่อเตือนตนสอนตนมาโดยตลอดอย่างเช่นทั้ง 10 ข้อนี้ แม้ว่าจะเป็นการพูดการสอนต่างกรรมต่างวาระ แต่ผมก็เอามารวบรวมไว้ครับ

## (1) กล้าคิด กล้าทำ ไม่เหมือนใคร

คุณต้นเป็นผู้ริเริ่มการใช้กลยุทธ์ Spider web คือการใช้ธุรกิจในเครือข่ายช่วยเหลือธุรกิจในเครือข่ายเดียวกัน อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างในตลาดสินค้าในไทยที่เน้นลูกเล่นความน่ากินของสินค้ามากกว่าคู่แข่ง

## (2) เมื่อล้มเหลวแล้วต้องลุกได้ใหม่

คุณต้นเคยทดลองทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แต่ก็ล้มเหลวเนื่องจากขาดทุนในช่วงที่ฟองสบู่แตก แต่ก็ไม่เกิดความย่อท้อ เพราะยังทดลองทำธุรกิจต่างๆ มากมายเพื่อหวังสร้างโอกาสอีกครั้ง

## (3) มองเห็นอนาคตทางธุรกิจ

เป็นคนแรกๆ ที่นำเอาไอเดียใหม่ๆ มาเพิ่มสีสันให้กับธุรกิจในเมืองชล เช่น การใช้เครื่องเก็บเงิน การติดป้ายราคาสินค้า (ห้ามต่อรองราคา) จนถึงการติดแอร์ในร้าน และเขายังเป็นคนแรกที่กล้าขายกาแฟแก้วละ 15 บาท ขณะที่ตอนนั้นโอเลี้ยงถุงละ 3 บาท...มองเห็นความเป็นไปได้ในการใช้การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ เพื่อกำไรที่มากขึ้น



#### (4) กล้าเสี่ยงและกล้าลอง

แม้ว่าจะมีธุรกิจหลายอย่างที่ไม่เคยทดลองทำมาก่อน แต่เมื่อมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจแล้ว คุณต้นก็ยิ่งกล้าเสี่ยงที่จะทำธุรกิจใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

#### (5) เชื่อมมั่นในโอกาสที่สามารถสร้างได้

เมื่อเห็นว่าหากจะขายสินค้าให้คนไทยแต่ไม่สามารถใช้แบรนด์จากประเทศไทยได้ และกระแสนิยมความเป็นญี่ปุ่นแรงมาก คุณต้นจึงได้พลิกโอกาสนี้มาสร้างแบรนด์ภายในภาพลักษณ์ญี่ปุ่นแทน

#### (6) ลงมือเพื่อเป็นตัวอย่างแก่ลูกน้องเสมอ

ช่วงแรกที่เปิดร้านโออิชิใหม่ๆ คุณต้นยังเคยซ่อมก๊อกน้ำ หรือขัดห้องน้ำด้วยตัวเอง เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีแก่ลูกน้องด้วย

#### (7) ทำงานหนักและทุ่มเท

คุณต้นเป็นคนสู้งาน ทำงานวันละเกือบ 20 ชั่วโมง เขาสามารถ

ทำงานเกินหน้าที่ แม้จะไม่ได้เงินมากขึ้น แต่สิ่งที่ได้คือความรู้และประสบการณ์ ซึ่งสามารถเปลี่ยนเป็นเงินจำนวนมากได้ในอนาคต

### [8] ทุกปัญหามีทางออกเสมอ

คนทั่วไปเห็นปัญหาเป็นอุปสรรค คนฉลาดเห็นปัญหาเป็นโอกาส คุณตันอาศัยจังหวะและโอกาสสร้างธุรกิจขึ้นมาได้จนประสบผลสำเร็จ ซึ่งคนที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงโอกาสที่เข้ามาให้เป็นความสำเร็จได้ มีเพียงผู้ที่เตรียมตัวให้พร้อม และคอยมองหาโอกาสอยู่เสมอเท่านั้น

### [9] ใบนต์มีเสีย ใบนต์มีดี

บางเรื่องราววันนี้เกิดขึ้นมันอาจจะดูไม่ค่อยดี แต่ไม่แน่ว่าเรื่องเดียวกันนี้ในอนาคตอาจจะกลายเป็นสิ่งที่ดีก็ได้เสมอ เพราะในโลกใบนี้อะไรๆ ก็ไม่แน่ว่ามันจะเป็นอย่างนั้น

### [10] การตลาดที่สวนกระแส

อย่ากังวลเรื่องราคาน้ำมันสูง หรือรัฐบาลจะเป็นใครก็ตาม อย่ารอเศรษฐกิจดี เพราะจะไม่ทันสถานการณ์แล้ว เช่น ตอนที่ยี่หมู



ราคาสูงคิดว่าดี พอลงทุนเลี้ยงหมูโต ราคาหมูตกพอดี

เพราะฉะนั้น การเลือกลงทุนธุรกิจ  
เลือกทำในช่วงที่เป็นขาลงของธุรกิจ

แต่เตือนว่าไม่มีสูตรสำเร็จหรือเป็นเรื่องถูกผิดทั้งหมด ต้องยอมรับ  
ว่าธุรกิจรุ่นก่อนใช้ความอดทน ขยัน ซื่อสัตย์ และประหยัด จะ  
สามารถอยู่รอดได้ แต่สมัยนี้คุณสมบัติแบบนั้นไม่พอที่จะทำให้  
รวยได้ จะต้องมึ่วิธีคิดที่ดีด้วย

คุณต้นเคยเล่าให้ฟังในเชิงการมองเห็นปัญหาแล้ว  
นำมาแก้ไขว่า...

“เวลาเราติด label ซาเขียวแต่ละแพ็ค ต้องติดสติ๊กเกอร์ใช้คนติด  
20 คนต่อวัน เราบอกไม่ไหวนะ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น มีคนหนึ่งเสนอ  
มา ต้องให้รางวัลเขาเลย เขาเสนอว่า แล้วทำไมเราต้องติด label  
เล่า เราก็เอา label ไปพิมพ์ใส่พลาสติกที่แพ็คซาเขียวสิ ตอนนั้นไม่  
ต้องใช้คนสักคนเดียว แค่คุณคิดนิดเดียว ก็คือ พิมพ์ label ใน  
พลาสติกนั้นแหละ แล้วทำไมเพิ่งมาคิดได้วันนี้ ก็เพราะวันนี้มี  
วิกฤต เห็นใช่ไหม”

## เหมือนกับเรื่องของการลงทุนสินค้า... คุณต้นพูดเสมอว่า

ถ้ามีใครถามผมว่า คุณต้นรู้ได้อย่างไรว่า อะไรน่าลงทุน คุณต้นไม่เคยทำ แล้วคุณต้นรู้ได้อย่างไรว่า น่าลงทุน น่าเสี่ยง ทั้งๆ ที่คู่แข่งเยอะ

เวลามองธุรกิจต้องมีการเรียนรู้ คือจะต้องมองสิ่งไหน สินค้าไหน กำลังอินเทรนด์ อย่าแห่ทำตาม

เพราะแสดงว่าสิ่งนั้นกำลังจะ Out

เราต้องเดินก่อนคนอื่นหนึ่งก้าวเสมอ อันนี้คือ สำคัญมาก แต่การจะเดินก่อนหน้าคนอื่นหนึ่งก้าวจะรู้ได้อย่างไร อันนี้สิยาก พุดง่ายทำยาก เพราะฉะนั้นเราจะรู้ได้อย่างไร เราต้องเป็นคนที่หมั่นเรียนรู้ หมั่นดู จับตลาดให้เห็น แล้วก็ดูเวลาและโอกาสให้เหมาะสม

## วันนี้ตลาดเปลี่ยน...



คุณตันเคยพูดเรื่องการตลาดสอนเอาไว้ว่า...**ตลาด  
เปลี่ยนหลักคิดเราต้องเปลี่ยนตาม**

วันนี้ธุรกิจเปลี่ยนแล้วนะ ยกตัวอย่างคุณชายกึ่ง  
คุณอย่าเอากึ่งมาขายผม ขายไม่ได้หรอก ผมไม่มี  
นโยบายนะครับว่า ถ้าคุณชายกึ่งถูกกว่าเจ้าที่ผมซื้อ  
ผมจะซื้อคุณ ไม่ใช่ครับ

คุณเสนอราคาถูกกว่า ผมก็จะไปบอกเจ้าที่ผมซื้ออยู่  
นาย ก. ชาย 50 คุณชาย 51 คุณลดได้ไหม เขาก็ลด  
คุณก็ขายไม่ได้

แต่ถ้าคุณเสนอกึ่ง พร้อมสูตรอาหารที่ผมกินแล้ว  
โห! อร่อยมาก ถ้าผมมาใส่ในได้เกี่ยวชำผมเนี่ย

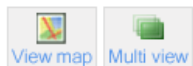
ผมรวบแ่ง นั่นที่ผมต้องการไม่ใช่กึ่ง ผมอยากได้สูตร  
พร้อมกึ่งต่างหาก ครั้นผมจะเอาแต่สูตรอย่างเดียว  
มันก็ไม่ได้หรอกนะ ผมก็ต้องซื้อกึ่งเพื่อเอาสูตรกึ่ง  
ฉะนั้น วันนี้คุณต้องเปลี่ยนความคิดแล้วนะว่า คุณ  
จะขายอะไร อย่าขายเหมือนเดิม ๆ ที่คุณเคยขายอยู่  
ขายมา 50 ปี ก็ยังจะขายอีก **ไม่ใช่ครับ วันนี้  
ขายของต้องคิดธุรกิจให้เขาด้วย**

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib

<http://lib.rmutp.ac.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00098823>



**Title** บันแบรดให้ตั้งด้วยตัวเอง / สุรินทร์ พูลสวัสดิ์.  
**Author** สุรินทร์ พูลสวัสดิ์  
**Publication** กรุงเทพฯ : Mass publishing, 2559  
**Edition** พิมพ์ครั้งที่ 1  
**Detail** 155 หน้า : ภาพประกอบ ; 21 ซม  
**Subject** ชื่อตราผลิตภัณฑ์.(+)  
ตราสินค้า.(+)  
การตลาด.(+)  
การสร้างชื่อตราผลิตภัณฑ์.(+)  
**Location** CHL



**Review**

Member reviews (0)

[Add Your Review](#)

**My List**

Sign in for save My list.

**Share**

[+](#) Share | [f](#) [t](#) [G](#)

"สำหรับเพื่อการศึกษาและอาชีพเท่านั้น"