

ธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีไอเดียใหม่ แต่อยู่ที่การ “ทำในสิ่ง” ที่คู่แข่งมองข้าม

หนึ่งในความเข้าใจผิดที่ทำให้หลายคนไม่กล้าเริ่มต้นธุรกิจ คือความเชื่อว่าไอเดียที่ดีต้องเป็นสิ่งที่ “ไม่เคยมีใครทำมาก่อน” ต้องเป็นนวัตกรรมใหม่ที่โลกยังไม่เคยเห็น หรือเป็นตลาดที่ไม่มีคู่แข่งอยู่เลย แต่ในความเป็นจริง ธุรกิจจำนวนมากที่ประสบความสำเร็จไม่ได้เริ่มจากการคิดสิ่งใหม่ทั้งหมด พวกเขาเริ่มจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว เพียงแต่มองเห็น “ช่องว่าง” ที่คนอื่นมองข้าม และเข้าไปสร้างคุณค่าให้กับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้รับการดูแลอย่างเต็มที่ เพราะความสำเร็จของธุรกิจไม่ได้อยู่ที่ความใหม่ของไอเดีย แต่อยู่ที่ความสามารถในการ “จองพื้นที่เฉพาะ” ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่ทำ หรือ Cornering Market ให้ได้ “มีคนทำแล้ว” ไม่ใช่จุดจบ แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการวิเคราะห์ เมื่อพบว่าธุรกิจประเภทเดียวกันอยู่ในตลาด หลายคนมักหยุดคิดทันที เพราะมองว่าการแข่งขันเป็นสัญญาณว่าไม่ควรเข้าไปเล่น แต่การแข่งขันไม่ได้หมายความว่าตลาดเต็มเสมอไป ตรงกันข้าม การมีคู่แข่งจำนวนมากอาจเป็นหลักฐานว่าตลาดนั้นมีความต้องการจริง มีลูกค้าที่ยอมจ่ายเงิน และมีปัญหาที่ผู้คนกำลังมองหาทางแก้ไข คำถามสำคัญจึงไม่ใช่ “มีใครทำสิ่งนี้แล้วหรือยัง” เพราะคำตอบส่วนใหญ่คือ “มีแล้ว” คำถามที่สำคัญกว่าคือ “ใครกำลังได้รับการบริการที่ไม่ดีจากสิ่งที่มีอยู่ในตลาดตอนนี้” เพราะทุกแบรนด์ที่เติบโตขึ้นมักต้องเลือกกลุ่มลูกค้าหลักของตัวเอง บริษัทขนาดใหญ่เลือกเดินไปหาลูกค้ารายใหญ่ เพราะมีมูลค่าการซื้อสูงกว่า ขณะที่ลูกค้าขนาดเล็ก กลุ่มเฉพาะ หรือธุรกิจเฉพาะทางจำนวนมาก กลับถูกทิ้งไว้ด้านหลังและตรงนั้นเองคือโอกาสทางธุรกิจ ธุรกิจที่ชนะ ไม่จำเป็นต้องสร้างตลาดใหม่ แต่อาจสร้างคำตอบใหม่ให้ตลาดเดิม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือธุรกิจซอฟต์แวร์หลายประเภท ซึ่งเป็นตลาดที่มีผู้เล่นรายใหญ่จำนวนมากอยู่แล้ว ระบบจัดการลูกค้าหรือ Help Desk เป็นตลาดที่มีแบรนด์ใหญ่ระดับโลกเข้ามาครองพื้นที่

แต่เมื่อธุรกิจเหล่านี้พัฒนาไปสู่ระดับองค์กรขนาดใหญ่ เครื่องมือเหล่านั้นกลับซับซ้อนและมีราคาสูงเกินไปสำหรับทีมเล็ก โอกาสจึงไม่ได้อยู่ที่การสร้าง Help Desk ตัวใหม่ทั้งหมด แต่อยู่ที่การสร้าง “ระบบจัดการลูกค้าสำหรับทีมเล็กกว่า 20 คน” ที่ใช้งานง่ายกว่า ราคาเข้าถึงง่ายกว่า และเข้าใจปัญหาของธุรกิจขนาดเล็กมากกว่า เช่นเดียวกับธุรกิจอาหารที่เห็นได้ชัดในประเทศไทย ที่แม้จะมีกลุ่มอาหารประเภทหนึ่งครองตลาดมานาน แต่ก็ยังมีกลุ่มคนที่ถูกทิ้งไว้ข้างหลัง เช่นกลุ่มคนทำงานเล็กตึก ทำให้มีแบรนด์ที่สามารถเข้ามาจับจองตลาดตรงนี้ได้ทันที นี่คือเหตุผลว่าทำไมธุรกิจจำนวนมากไม่ได้ชนะด้วยการสร้างสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน แต่ชนะด้วยการเข้าใจลูกค้ากลุ่มเล็กอย่างลึกซึ้งกว่าคู่แข่ง การสร้างตลาดใหม่มีต้นทุน แต่การเจาะตลาดเฉพาะมีความได้เปรียบ ไอเดียที่ใหม่มาก ๆ มักมีความท้าทายที่ซ่อนอยู่ นั่นคือธุรกิจต้องอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจก่อนว่าปัญหามีอยู่จริง แปรนดต้องสร้างการรับรู้ สร้างความดีใจ และการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งทั้งหมดต้องใช้เวลาและเงิน จำนวนมาก หลายธุรกิจไม่ได้ล้มเหลวเพราะสินค้าไม่ดี แต่ล้มเหลวเพราะต้องใช้ทรัพยากรมากเกินไปในการทำให้ตลาดเข้าใจว่าทำไมสิ่งนี้ถึงสำคัญ ในทางกลับกัน ธุรกิจที่เลือกเข้าไปในตลาดที่มีอยู่แล้ว แต่เลือกกลุ่มลูกค้าเฉพาะ จะมีข้อได้เปรียบมากกว่า เพราะลูกค้ามีความเข้าใจในสินค้าหรือบริการอยู่แล้ว และรู้ว่าตัวเองมีปัญหาคืออะไรที่แตกต่างจากกลุ่มใหญ่ หน้าที่ของแบรนด์ไม่ใช่การสร้างความดีใจใหม่ แต่คือการนำเสนอทางเลือกที่ตอบโจทย์ดีกว่าเดิม

(ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศแปรสภาพห้างหุ้นส่วนเป็นบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด พระเอกโกลด์ ทะเบียนเลขที่ 0103559015366 ด้วยผู้เป็นหุ้นส่วนใน ห้างหุ้นส่วนจำกัด พระเอกโกลด์ ได้ตกลงยินยอมให้แปรสภาพ ห้างหุ้นส่วนจำกัด พระเอกโกลด์ ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 255/3 หมู่ที่ 5 ต.ควนชะลิก อ.หัวไทร จ.นครศรีธรรมราช เป็นบริษัทจำกัด ตามบันทึกข้อตกลงยินยอม ลงวันที่ 06 สิงหาคม 2569 ห้างหุ้นส่วนฯ จึงขอประกาศให้ทราบทั่วกันว่า หากท่านมีความประสงค์ จะคัดค้านขอให้ส่งคำคัดค้านไปยังห้างหุ้นส่วนฯ กำหนด 30 วัน นับจากวันประกาศนี้เป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 02 ตุลาคม 2569 (นาย อุดร หนูเกตุ) หุ้นส่วนผู้จัดการ	ประกาศเลิกห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด รื่นรวยพาณิชย์ ทะเบียนเลขที่ 0123564004768 ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมผู้เป็นหุ้นส่วน ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด รื่นรวยพาณิชย์ ได้ตกลงให้เลิกห้างหุ้นส่วนนี้ ตั้งแต่วันที่ 28 กันยายน 2569 เป็นต้นไป จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของห้างหุ้นส่วนฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้ หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ เลขที่ 209/672 หมู่ที่ 3 ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 02 ตุลาคม 2569 (นางสาว ลักขิกา ภู่อาลี) ผู้ชำระบัญชี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุวัตร เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

