

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเข้าสู่ตลาดและการเงินของธุรกิจ
สื่อแจ๊คเก็ตสำหรับצי้จ้กรยานยนต์เนวคลาสสิกที่เหมะสมกับสภาพอากาศร้อน
“HandleHigh”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเข้าสู่ตลาดและการเงินของธุรกิจเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วปี
จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน "HandleHigh"

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2558



นางสาวณิชา เขียรทนุกิจ
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีระสา

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

พันธุภัทร์ เสวตภาณุวงศ์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

กณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติชัย ราชมหา

M.Acc.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องเสื่อกี้อัจฉริยะสำหรับจับจีจรรย์านยนต์แนวคลาสสิกสำหรับสภาพอากาศร้อน “HandleHigh” ฉบับนี้ถูกลงไปได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล วิชาสา, อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาค้นคว้านี้ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บริษัท เมืองทองออสมิอิกส์ จำกัด ที่ให้ความสนับสนุนในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจนสำเร็จถูกลงไปได้ด้วยดี ตลอดจนถึงกลุ่มผู้จับจีจรรย์านยนต์แนวคลาสสิกที่ให้ความร่วมมือ เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อแสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำเพื่อใช้ในการพัฒนาแผนธุรกิจนี้

คณะผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของคณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่คณะผู้วิจัย ท้ายที่สุดนี้ทางคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางให้แก่ผู้สนใจที่จะทำการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

ฉนิชา เร็ชรทนุกิจ

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท แชนเคิลไฮ จำกัด เป็นธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน โดยบริษัทฯ จะเป็นผู้ผลิตและว่าจ้างให้ผู้รับจ้างผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของ HandleHigh ซึ่งผ่านการออกแบบและพัฒนาโดยทีมงานมืออาชีพ คัดสรรวัสดุอย่างดี ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ขั้วจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อนได้อย่างดีเยี่ยม

จุดเริ่มต้นของแนวคิดธุรกิจนี้เกิดขึ้นจากความชื่นชอบในการขั้วจักรยานยนต์แนวคลาสสิกของหนึ่งในผู้ถือหุ้น ซึ่งจากประสบการณ์การใช้งานจริงในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีสภาพอากาศร้อน ทำให้การระบายอากาศเป็นปัญหาสำคัญของผู้ขั้วขี่ รวมทั้งเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์คลาสสิกที่มีในตลาดต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ดูแลรักษายาก และมีราคาค่อนข้างสูง นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นอีกคนหนึ่งมีธุรกิจครอบครัวเป็นโรงงานสิ่งทอ ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป และมีประสบการณ์ยาวนานกว่า 50 ปี ทำให้มีความพร้อมทั้งการออกแบบและการผลิต

ในด้านความต้องการของตลาด กระแสการขั้วจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับแนวทางการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) ส่งผลให้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่มีความสวยงามแบบดั้งเดิมได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งในส่วนของจักรยานยนต์คลาสสิกดั้งเดิม และจักรยานยนต์แนวคลาสสิกสมัยใหม่ที่ถูกผสมเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพการใช้งานสูงขึ้น ดังนั้นกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์จึงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากขึ้น เห็นได้ชัดโดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้งานร่วมกันเช่น อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์ และ เครื่องแต่งกายสำหรับขั้วจักรยานยนต์ เป็นต้น

บริษัทฯ จะดำเนินธุรกิจโดยเป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างให้ผู้รับจ้างผลิตเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ HandleHigh ซึ่งคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ถูกออกแบบและพัฒนาขึ้นตามข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเสื้อแจ็กเก็ตรุ่นแรกจัดจำหน่ายในราคาตัวละ 4,800 บาท และอุปกรณ์ป้องกันราคาชุดละ 2,500 บาท

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

จากการที่ HandleHigh เป็นแบรนด์เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์รายแรกของประเทศไทย ดังนั้น บริษัทฯจึงต้องการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้แพร่หลายแก่ผู้ขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก โดยการเริ่มจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรงด้วยวิธีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก อีกทั้งยังมีกลยุทธ์ที่ใช้สำหรับสร้างการรับรู้และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุม ด้วยวิธีเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์ อีกทั้งยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายตามจังหวัดที่สำคัญภายในประเทศ

ในการจัดตั้งบริษัทฯ ใช้เงินทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 1,012,500 บาท และจัดสรรหุ้นเป็นจำนวน 101,250 หุ้นในราคาหุ้นละ 10 บาท เป็นเงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจที่มาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยบริษัทฯจะจัดสรรเงินทุนเป็นค่าใช้จ่ายด้านต่างๆในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ค่าผลิตสินค้า และเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น จากการลงทุนดังกล่าวทางบริษัทฯคาดการณ์และตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะสามารถขายสินค้าได้ 1,000 ตัว (รวมอุปกรณ์ป้องกัน) เป็นยอดขายทั้งสิ้นประมาณ 6,728,400 บาทคิดเป็นกำไรประมาณ 2,568,280 บาท ภายในปีแรก และจะมียอดขายเติบโตต่อเนื่องทุกปี ปีละ 20% จนถึงปีที่ 5 ซึ่งหากประเมินโครงการโดยใช้ค่า $k(i)$ เท่ากับ 7.5% แผนธุรกิจ HandleHigh จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10,962,840 บาท มีผลอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) เท่ากับ 268.59% และใช้ระยะเวลาคืนทุนโดยประมาณเพียง 4 เดือน 16 วัน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1	1
ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 ปัญหาในตลาดปัจจุบัน	2
1.3 โอกาสในตลาดปัจจุบัน	2
1.4 สรุปแนวคิด	5
1.5 ภาพรวมของบริษัท	5
1.6 รูปแบบธุรกิจ	6
1.7 ลักษณะของสินค้า	7
1.8 ลักษณะการบริการ	12
1.9 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและการบริการ	13
บทที่ 2	15
การกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด	15
2.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด	15
2.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายของแผนการตลาด	15
2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	16
2.3.1 กลุ่มลูกค้าหลัก (Primary Target customers)	16
2.3.2 กลุ่มลูกค้ารอง (Secondary Target customers)	16
2.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	17
2.5 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning)	18
2.6 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	19

สารบัญ (ต่อ)

	2.6.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	19
	2.6.2 กลยุทธ์ด้านราคา	20
	2.6.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	21
	2.6.4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (IMC)	26
บทที่ 3	การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	31
	3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	31
	3.2 โครงสร้างองค์กร	32
	3.2.1 กรรมการผู้จัดการ	32
	3.2.2 ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	33
	3.2.3 ผู้จัดการฝ่ายขาย	33
	3.3 นโยบายการบริหาร	34
	3.3.1 นโยบายการบริหารงานด้านบุคคล	34
	3.3.2 นโยบายการบริหารจัดการองค์กร	34
	3.3.3 นโยบายการดูแลลูกค้า	34
บทที่ 4	แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ	35
	4.1 ทำเลที่ตั้ง	35
	4.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน	36
	4.3 แผนปฏิบัติการ	39
บทที่ 5	สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	41
	5.1 นโยบายทางการเงิน	41
	5.2 การลงทุนเริ่มแรก	42
	5.3 ประมาณการรายได้	44
	5.4 ประมาณการต้นทุน	46
	5.5 ประมาณการค่าใช้จ่าย	47
	5.5.1 ค่าแรงในการขายและการบริหาร	47
	5.5.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	47
	5.5.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	48

สารบัญ (ต่อ)

5.6	การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ	49
5.7	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	50
5.8	ประมาณการงบกระแสเงินสด	51
5.9	ประมาณการงบดุล	52
5.10	วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน	53
บทที่ 6	บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน	54
บรรณานุกรม		56
ภาคผนวก		57
	ภาคผนวก ก การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค	58
	ภาคผนวก ข Body Armour Technical Report	61
	ภาคผนวก ค สถิติการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่โดยแยกเชื้อ	68
	ภาคผนวก ง ใบเสนอราคาสำหรับตัวแทนจำหน่าย	98
	ภาคผนวก จ การทดลอง Boost Post	100
ประวัติผู้วิจัย		103

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ช่องทางการจัดจำหน่าย	7
2	ราคาสินค้าของ HandleHigh	21
3	ตัวแทนจำหน่ายแบ่งตามภาค	25
4	รายชื่อผู้ร่วมทุน และสัดส่วนการถือหุ้น	31
5	ประมาณการกำลังการผลิต ปีที่ 1-5	46
6	แผนปฏิบัติการ	40
7	ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	42
8	เงินลงทุนแรกเริ่มในโครงการ	42
9	ประมาณการราคาของสินค้าที่ HandleHigh ได้รับ	44
10	ประมาณการยอดขาย ปีที่ 1-5	44
11	ประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5	45
12	ประมาณการต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	46
13	ประมาณการต้นทุนขาย	46
14	ประมาณการค่าแรงในการขายและการบริหาร	47
15	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	47
16	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	48
17	ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน	49
18	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	50
19	ประมาณการงบกระแสเงินสด	51
20	ประมาณการงบดุล	52
21	อัตราผลตอบแทน	53

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตราสินค้าของ HandleHigh	6
2	แผนผังกระบวนการทางธุรกิจของ HandleHigh	6
3	เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์เนวคลาสสิก HandleHigh รุ่น Field Jacket	8
4	อุปกรณ์ป้องกัน Forcefield Body Armour	10
5	เทคโนโลยี NITREX EVO® ของ Forcefield Body Armour	11
6	วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	12
7	Perceptual Map ของ HandleHigh	19
8	การใช้งานเสื้อแจ็กเก็ตของ HandleHigh	20
9	Facebook Fanpage ของ HandleHigh	22
10	Instagram ของ HandleHigh	23
11	Website ของ HandleHigh (www.handlehigh.com)	24
12	ตัวอย่างการติดต่อสื่อสารใน Facebook Fan Page ของ HandleHigh	26
13	ตัวอย่างการ Boost Post ใน Facebook Fan Page ของ HandleHigh	27
14	ตัวอย่างการใช้ Influential Marketing ใน Instagram ของ HandleHigh	28
15	ตัวอย่างนิตยสารที่เป็นช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	29
16	สังคมผู้ใช้งานจักรยานยนต์เนวคลาสสิก	30
17	โครงสร้างองค์กร	32
18	แผนที่แสดงที่ตั้งบริษัท แฮนด์ไฮส จำกัด	35
19	ขั้นตอนการดำเนินงานของ HandleHigh	36

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดและรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

“จักรยานยนต์แนวคลาสสิก” เป็นผลผลิตจากกลยุทธ์ทางการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) ที่ประสบความสำเร็จมากในปัจจุบัน ตัวจักรยานยนต์จะถูกออกแบบให้มีลักษณะและรูปทรงย้อนยุค แต่ผสมผสานกับเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดเป็นยานพาหนะที่มีความสวยงามและเต็มไปด้วยประสิทธิภาพ โดยจักรยานยนต์แนวคลาสสิกดังกล่าวกำลังเป็นที่นิยม และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตามกลุ่มสินค้าจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ (Big Bike) ที่มียอดขายเติบโตต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้กลุ่มสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกันอย่างเช่น อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์ และเครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์จึงมีแนวโน้มสามารถเติบโตไปพร้อมกัน

ความเป็นมาของธุรกิจนี้เกิดขึ้นจากความชื่นชอบในการขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งจากความชื่นชอบและการใช้งานจริงในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีสภาพอากาศร้อน ทำให้ตระหนักถึงปัญหาด้านการระบายอากาศและราคาที่ค่อนข้างสูงของเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่มีในตลาด ประกอบกับสมาชิกในกลุ่มอีกคนหนึ่งมีธุรกิจครอบครัวเป็นโรงงานสิ่งทอ ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป และมีประสบการณ์ยาวนานกว่า 50 ปี

ด้วยปัจจัยและเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ทางกลุ่มมีความสนใจในธุรกิจเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับการใช้งานในสภาพอากาศร้อน ทางกลุ่มจึงรวมตัวเพื่อศึกษาค้นคว้า และหาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ซึ่งพบปัญหาและโอกาสทางการตลาด (Problems & Opportunities) ดังต่อไปนี้

1.2 ปัญหาในตลาดปัจจุบัน (Problems)

1.1.1 ราคาเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาดค่อนข้างสูง

จากการสำรวจตลาดโดยการลงพื้นที่จริง พบว่าอุปกรณ์และเครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาดประเทศไทย ทั้งในส่วนร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ส่วนมากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศจึงมีราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในส่วนของเสื้อแจ็คเก็ต หากเป็นเสื้อแจ็คเก็ตจากแบรนด์ที่มีมาตรฐานและได้รับความนิยม ส่วนมากราคาจะเริ่มต้นที่ประมาณ 10,000 บาทขึ้นไป และมีราคาสูงสุดประมาณ 40,000 บาท

1.2.2 วัสดุและการออกแบบที่ไม่เหมาะสมกับประเทศไทย

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ส่วนมากถูกผลิตขึ้นเพื่อใช้ในประเทศที่มีสภาพอากาศหนาว ดังนั้นจึงมีวัสดุชั้นนอกที่หนา โดยส่วนมากมักจะใช้เป็นหนังหรือผ้าเนื้อหนา อีกทั้งยังมีซิปในหลายชั้น ซึ่งไม่เหมาะกับการใช้งานในประเทศเขตร้อน ที่มีสภาพอากาศร้อนเกือบตลอดทั้งปี อย่างประเทศไทย

1.2.3 ลักษณะการใช้งานไม่เหมาะกับการใช้ในชีวิตประจำวัน

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ส่วนมากที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เหมาะสมสำหรับการขี่ออกต่างจังหวัด หรือขี่ในระยะทางไกลๆ มากกว่าจะใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน เนื่องจากมีอุปกรณ์ป้องกันหนา มีน้ำหนักมาก อีกทั้งยังมีรูปทรงและการออกแบบที่ดูไม่เข้ากับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกอีกด้วย

1.3 โอกาสในตลาดปัจจุบัน (Opportunities)

1.3.1 การเติบโตของจำนวนผู้ใช้จักรยานยนต์ขนาดใหญ่ (Big Bike)

กระแสการขี่จักรยานยนต์ขนาดใหญ่ หรือที่เรียกกันว่า Big Bike กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก สังเกตได้จากยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาปีที่ผ่านมา โดยศูนย์วิจัยกสิกรคาดการณ์ว่าตลาด Big Bike มีแนวโน้มขยายตัวมากกว่า 10% ในปี 2015 ดังนั้นเสื้อแจ็คเก็ต

และอุปกรณ์ต่างๆซึ่งเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องและต้องใช้งานร่วมกันกับจักรยานยนต์ จะสามารถเติบโตสอดคล้องกับอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของ Big Bike ได้

1.3.2 แบรินด์จักรยานยนต์ชั้นนำหันมาลงทุนในจักรยานยนต์แนวคลาสสิก

ในปัจจุบันแบรินด์จักรยานยนต์ชั้นนำหลากหลายแบรินด์ กำลังให้ความสำคัญและตอบรับกับอุปสงค์ของผู้บริโภคทั่วโลกที่กำลังนิยมจักรยานยนต์แนวคลาสสิก ทำให้เกิดการลงทุนและออกแบบจักรยานยนต์แนวคลาสสิกเพื่อจำหน่ายมากขึ้นอย่างแพร่หลาย

โดยในประเทศไทย บริษัทและผู้จัดจำหน่ายจักรยานยนต์ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายของแบรินด์ชั้นนำเหล่านั้น จึงต้องหันกลับมาให้ความสำคัญในตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิกตามนโยบายของบริษัทแม่เช่นกัน และส่งผลให้มีผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.3.2.1 Triumph

ผู้นำในตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิก ย้ายฐานการผลิตหลักมาที่ประเทศไทย เป็นสาเหตุให้ตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยลดต้นทุนด้านการนำเข้า และสามารถปรับราคาลงได้กว่า 40% โดยจากเดิมราคาเริ่มต้นที่ 690,000 ลดลงเป็น 420,000 บาท รุ่น Bonneville, Bonneville T100, Thruxton และ Scrambler

1.3.2.2 Harley-Davidson

ผู้นำในตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่คนไทยนิยมมากที่สุดแบรินด์หนึ่ง หันมาผลิตมอเตอร์ไซค์ที่มีเครื่องยนต์ขนาดเล็กลง เพื่อลดต้นทุนการผลิต และตั้งราคาให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุน้อยได้มากขึ้น

1.3.2.3 Ducati

แบรินด์จักรยานยนต์แนวสปอร์ตระดับ High-End นำโมเดลเก๋ารุ่น Scrambler มาออกแบบและพัฒนาใหม่ในรูปแบบที่ยังคงความคลาสสิก อีกทั้งยังย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทย ทำให้ราคาเริ่มต้นค่อนข้างต่ำโดยเริ่มต้นที่ 369,900 บาท

1.3.2.4 Yamaha

แบรินด์จักรยานยนต์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น ได้นำโมเดลคลาสสิกยอดนิยมที่เคยจำหน่ายเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น รุ่น SR400 มาจำหน่ายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 270,000 บาท

1.3.2.5 Royal Enfield

แบรนด์จักรยานยนต์เนวคลาสสิกดั้งเดิมจากอังกฤษที่กำลังจะเข้ามาเปิดตลาดเพื่อแข่งขันในกลุ่มจักรยานยนต์เนวคลาสสิกที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย

1.3.2.6 Stallion

แบรนด์จักรยานยนต์ของประเทศไทยที่เน้นการตลาดในรุ่นคลาสสิก โดยมีระดับราคาของสินค้าค่อนข้างต่ำ เริ่มต้นที่ประมาณ 64,900 บาท

1.3.2.7 Vespa

แบรนด์ Scooter ระดับพรีเมียมที่คนไทยรู้จักและให้ความนิยมนานยาวนาน กลับมาลงทุนและทำการตลาดในประเทศไทยโดยมีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ และได้รับความนิยมอย่างมาก

1.3.3 กระแสการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing)

กลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่กำลังเป็นที่นิยม โดยการเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆ ในอดีต เช่น วิถีชีวิต, แฟชั่น และวัฒนธรรม ผสมผสานและเพิ่มคุณค่ากับสินค้าและบริการ โดยกลุ่มสินค้าและบริการที่กำลังเป็นที่นิยมและพบเห็นได้มากในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องแต่งกาย, การตกแต่งภายใน และ ยานพาหนะ เป็นต้น

โดยจักรยานยนต์เนวคลาสสิกที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก ก็เป็นหนึ่งในสินค้าที่อยู่ในกลยุทธ์ดังกล่าว โดยเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์เป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกันกับจักรยานยนต์เนวคลาสสิก จึงเป็น โอกาสดีในการสร้างธุรกิจที่จะสามารถเติบโตสอดคล้องไปกับกระแสการตลาดแบบย้อนยุคที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

1.3.4 เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาดปัจจุบันยังไม่ตอบสนองผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร

ตลาดเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์สำหรับขี่จักรยานยนต์ในประเทศไทยในปัจจุบัน มีเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์มากมายให้เลือกซื้อ แต่ส่วนมากเป็นเสื้อแจ็คเก็ตรูปทรงที่เหมาะสมกับจักรยานยนต์แนวสปอร์ต ซึ่งไม่เข้ากับจักรยานยนต์เนวคลาสสิกที่กำลังมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องการระบายความร้อน, น้ำหนักที่มากเกินไป แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในตลาดที่ยังสามารถสร้างสินค้าที่จะสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ดีกว่าสินค้าในตลาดปัจจุบัน

1.4 สรุปแนวคิด

จากที่ทางกลุ่มได้ศึกษาค้นคว้าและหาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ซึ่งพบปัญหาและโอกาสในตลาดตั้งที่กล่าวมาเบื้องต้น ทำให้ทางกลุ่มสังเกตเห็น โอกาสและคิดผลิตภัณฑ์ “HandleHigh” เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก ช่วยแก้ปัญหาด้านการระบายอากาศ และออกแบบรูปทรงเหมาะสมเข้ากับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกมากกว่าสินค้าที่มีในตลาดทั่วไป อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานในทุกๆเส้นทางรถขี่

1.5 ภาพรวมของบริษัท

- ชื่อบริษัท : บริษัท แชนเดิลไฮ จำกัด
- ชื่อแบรนด์ : HandleHigh
- รูปแบบธุรกิจ : เป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างให้ผู้รับจ้างผลิตเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ HandleHigh
- สินค้าและบริการ : จัดจำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ
- วิสัยทัศน์ : HandleHigh ต้องการเป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ และเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย
- พันธกิจ : HandleHigh ต้องการออกแบบและจัดจำหน่ายเครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะได้ดีที่สุด และสามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง

เป้าหมายธุรกิจ : ในระยะเริ่มต้นต้องการขายเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับจักรยานยนต์
 แนวคลาสสิกของ HandleHigh ให้ได้ 1,000 ตัวภายในปีแรก และ
 ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องปีละ 20% จนถึงปีที่ 5

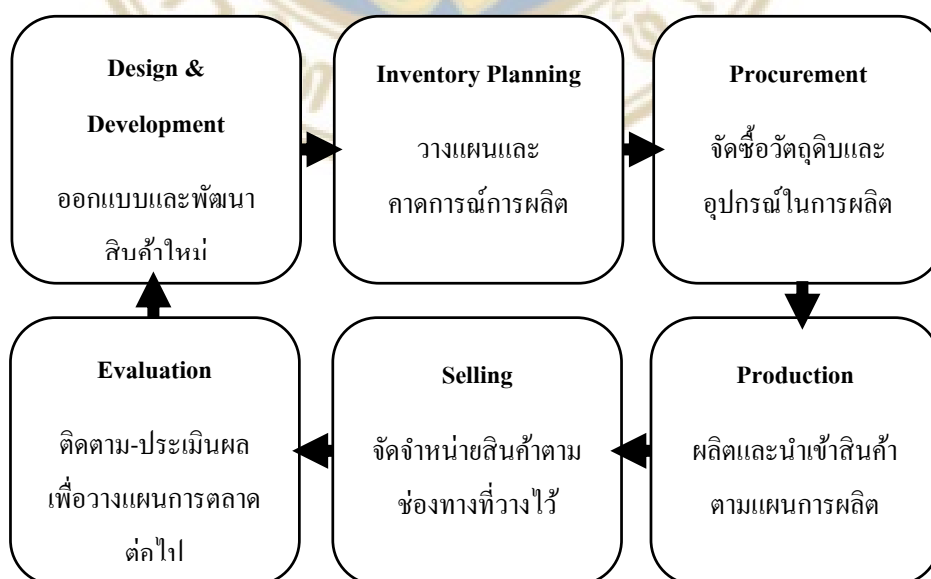


ตราสินค้า :

ภาพที่ 1 ตราสินค้าของ HandleHigh

1.6 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจหลักของ HandleHigh คือการจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง หรือ
 ที่เรียกกันว่า Business to Consumer (B2C) ซึ่งเน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักโดยไม่มี
 มีหน้าร้านเป็นของตนเอง และรูปแบบธุรกิจที่เป็นกลยุทธ์รองเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าคือ การ
 เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์ อีกทั้งยังมีการแต่งตั้ง
 ตัวแทนจำหน่าย (B2B) ตามจังหวัดที่สำคัญต่างๆภายในประเทศโดยคัดเลือกร้านที่มีศักยภาพเพียง
 พอที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายให้กับ HandleHigh



ภาพที่ 2 แผนผังกระบวนการทางธุรกิจของ HandleHigh

ตารางที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	รายละเอียด	สถานที่	รูปแบบ
E-Commerce	จัดจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้งานมากที่สุด	- Facebook - Line - Instagram - Website	B2C
งานแสดงสินค้า และงานกิจกรรมต่างๆ	งานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์	เปลี่ยนแปลงตามผู้จัดงานกำหนด	B2C
ตัวแทนจำหน่าย	คัดเลือกร้านจำหน่ายเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์สำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่มีศักยภาพ เพื่อแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	- Life and Kustom - 8080 Café - Race Kustom - Panda Rider - ฯลฯ	B2B

1.7 ลักษณะของสินค้า

จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) ทำให้พบคุณสมบัติสำคัญของเสื้อแจ็คเก็ตที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ทางกลุ่มจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบและพัฒนาเป็นเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกของ HandleHigh โดยมีลักษณะและส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1.7.1 เสื้อแจ็คเก็ต

เสื้อแจ็คเก็ตของ HandleHigh ออกแบบเพื่อตอบสนองการใช้งานกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิก และการขับขี่ในสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ



ภาพที่ 3 เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก HandleHigh รุ่น Field Jacket

คุณสมบัติและจุดเด่นของเสื้อแจ็คเก็ต HandleHigh

- รูปแบบและภาพลักษณ์

เสื้อแจ็คเก็ตของ HandleHigh ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ในอดีต ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1930 โดยนำต้นแบบมาพัฒนาให้ดูมีความร่วมสมัยเข้ากับยุคปัจจุบันมากขึ้น แต่ยังคงความดั้งเดิมสวยงามเข้ากับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในยุคปัจจุบันได้ดี

- การระบายความร้อน

เสื้อแจ็คเก็ตของ HandleHigh สามารถระบายความร้อนได้อย่างดีเยี่ยม ซึ่งโดยปกติแล้วเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์จากแบรนด์ต่างประเทศ วัสดุชั้นนอกและชั้นซับในจะเป็นวัสดุที่เหมาะสมสำหรับการป้องกันอากาศหนาว แต่ HandleHigh ได้มีการลดชั้นซับในดังกล่าวที่ไม่จำเป็นสำหรับประเทศที่มีอากาศร้อนออกไป โดยวัสดุชั้นนอกเปลี่ยนมาใช้ผ้าโพลีเอสเตอร์กันน้ำ และใช้ผ้าซับในเป็นผ้าฝ้าย 100% (Cotton) ทำให้ช่วยซับเหงื่อและระบายอากาศได้อย่างดี

- ขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสม

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ทั่วไปในตลาดล้วนเป็นสินค้านำเข้า ซึ่งแต่เดิมผลิตขึ้นสำหรับสัดส่วนชาวตะวันตก ขนาดจึงไม่ค่อยพอดีกับรูปร่างของชาวเอเชีย HandleHigh จึงออกแบบตัดเย็บเสื้อแจ็คเก็ตให้มีสัดส่วนเหมาะสมกับรูปร่างของชาวเอเชีย เมื่อสวมใส่จึงรู้สึกกระชับและพอดีตัว ตำแหน่งเครื่องป้องกันถูกต้อง อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมรูปร่างให้ดูดีขึ้นได้อีกด้วย

1.7.2 อุปกรณ์ป้องกัน

HandleHigh เลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันคุณภาพสูง Forcefield จากประเทศอังกฤษ ผู้คิดค้นเทคโนโลยี NITREX EVO® ที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัย CE จากสหภาพยุโรป (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข) อีกทั้งยังได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรม

คุณสมบัติและจุดเด่นของอุปกรณ์ป้องกัน Forcefield

- การกระจายแรง

อุปกรณ์ป้องกันอื่นๆ ส่วนมากมักรับแรงกระแทก ณ จุดสัมผัสเพียงจุดเดียว แต่เทคโนโลยี NITREX EVO® ของ ForceField สามารถช่วยรับแรงกระแทกและกระจายแรงออกไปทั่วทั้งแผ่นอุปกรณ์ป้องกัน ดังนั้นจึงสามารถซึมซับแรงกระแทกได้ดีกว่าอุปกรณ์ป้องกันทั่วไป

- ความทนทาน

อุปกรณ์ป้องกันของ Forcefield ใช้ Repeat Performance Technology โดยเลือกใช้วัสดุพิเศษที่ค้นคว้าโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้มีความสามารถในการรับแรงกระแทกได้หลายครั้ง และทนทานกว่าอุปกรณ์ป้องกันทั่วไป

- การระบายความร้อน - น้ำหนักเบา

ด้วยวัสดุชนิดพิเศษ และการออกแบบให้มีช่องว่างคล้ายรังผึ้ง ทำให้อุปกรณ์ป้องกัน ForceField สามารถถ่ายเทอากาศได้มากเป็นพิเศษ มีส่วนช่วยในการระบายความร้อนขณะสวมใส่ อีกทั้งยังมีน้ำหนักเบากว่าอุปกรณ์ป้องกันทั่วไปที่เป็นยางขึ้นรูปแบบที่บดอัดด้วย

จากคุณสมบัติดังกล่าว ทำให้ อุปกรณ์ป้องกันForceField เหมาะสมเป็นอย่างมากที่จะนำมาใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh โดยเฉพาะคุณสมบัติ การระบายความร้อนที่ดีเยี่ยม และ น้ำหนักที่เบา อีกทั้งยังช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นแบรนด์สัญชาติอังกฤษ และมีมาตรฐาน CE อีกด้วย



ภาพที่ 4 อุปกรณ์ป้องกัน Forcefield Body Armour



FORCEFIELD
BODY ARMOUR

The World's Premier Protection

REPEAT PERFORMANCE TECHNOLOGY

NITREX EVO®
This protected technology offers protection evenly across its surface. Most other protectors performance will vary and be inconsistent. You never know where the impact will strike!

REPEAT PERFORMANCE TECHNOLOGY (RPT)
The specialist materials used offer Repeat Performance Technology (RPT) allowing multiple impacts with no loss of protective performance. Many protectors can withstand only one impact and must be discarded after a fall.

MULTI-DENSITY
By using a combination of specialised high-tech energy absorbing materials, the protectors are less bulky with a low profile whilst still offering unrivalled protection.

FLEXIBILITY AND 3D MOULDING
A combination of Nitrex Evo® and multi layer construction results in a system that offers both lightweight and flexible protectors. With a unique 3-Dimensional moulding characteristic the armour becomes part of the body for all day comfort with no restriction.

BREATHABILITY
The unique triangular Nitrex Evo® outer grid has been designed to allow maximum air flow and breathability whilst also reducing the weight and thickness.

www.forcefieldbodyarmour.com



WARM AIR

SHOCK OF IMPACT IS DISSIPATED THROUGH EACH LAYER

COOL AIR

CE All Forcefield Body Armour is fully CE approved

ภาพที่ 5 เทคโนโลยี NITREX EVO® ของ Forcefield Body Armour

1.8 ลักษณะการบริการ

การบริการของ HandleHigh คือการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ (ตารางที่ 1) โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความสะดวก ทั้งผ่านช่องทางออนไลน์, งานแสดงสินค้า หรือติดต่อทดลองสินค้าจริงและซื้อผ่านตัวแทนจำหน่าย

1.8.1 วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านสื่อออนไลน์ที่สะดวก ทั้ง Facebook, Line, Instagram และ เว็บไซต์ โดยมีวิธีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

1.8.2 วิธีการสั่งซื้อช่องทางอื่นๆ

เนื่องจาก HandleHigh ไม่มีหน้าร้านและเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้นหากลูกค้าต้องการเห็นและทดลองสินค้าก่อนทำการซื้อ ลูกค้าสามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายในบริเวณที่สะดวก หรือซื้อสินค้าในงานกิจกรรมและงานแสดงสินค้าต่างๆเกี่ยวกับจักรยานยนต์ที่ HandleHigh เข้าร่วม

1.9 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการ

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกของ HandleHigh สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าและบริการมีดังต่อไปนี้

ด้านการใช้งาน (Functional Benefits)

- รูปแบบและภาพลักษณ์

เป็นเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ที่มีรูปทรงเหมาะสมกับรถจักรยานยนต์แนวคลาสสิกโดยเฉพาะ ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพขณะขี่ และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดี มีความกลมกลืน และผสมผสานกันอย่างลงตัว

- การระบายความร้อน

เลือกใช้ผ้าที่เหมาะสมกับการใช้งานในประเทศที่มีภูมิอากาศร้อน ดังนั้นจะสามารถช่วยป้องกันแสงแดดและช่วยระบายความร้อนได้ดี อีกทั้งยังสามารถกันน้ำได้อีกด้วย

- ขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสม

ออกแบบและตัดเย็บเสื้อแจ็คเก็ตให้มีสัดส่วนเหมาะสมกับรูปร่างของชาวเอเชีย โดยเฉพาะ เมื่อสวมใส่จึงรู้สึกกระชับพอดีตัว ช่วยส่งเสริมรูปร่างให้ดูดีขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างความมั่นใจให้ได้อีกด้วย

- **มาตรฐานการป้องกัน**

ใช้อุปกรณ์ป้องกัน ForceField จากประเทศอังกฤษที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัย CE จากยุโรป โดยเลือกใช้ชนิดบางหรือที่นิยมเรียกกันว่า “การ์ดอ่อน” เพื่อลดน้ำหนักของเสื้อแจ็คเก็ต และช่วยในการระบายความร้อนได้ดี อีกทั้งยังทำให้เสื้อไม่ดูหนาเกินไปขณะสวมใส่ ด้วยคุณสมบัติเหล่านี้จึงสามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้

- **ราคาเหมาะสม**

ราคาต่ำกว่าสินค้าจากแบรนด์ต่างประเทศ โดยมีราคาเริ่มต้นเพียง 4,800 บาท ขณะที่สินค้าทั่วไปมักมีราคาเริ่มต้นที่ 10,000 บาทขึ้นไป แต่ยังคงรูปแบบที่มีความคลาสสิก คุณภาพผ้า และคุณภาพการเย็บที่ดีเยี่ยม อีกทั้งยังมีทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้ออุปกรณ์ป้องกันเพิ่มเติมตามความต้องการ และตามลักษณะการใช้งาน

ด้านจิตใจ (Insight & Emotional Benefits)

- **ภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)**

เนื่องจากการวางแผนธุรกิจและมีแผนการตลาดเป็นอย่างดี อีกทั้งสินค้ายังมีมาตรฐานสากล ทั้งในด้านความสวยงามและการใช้งาน ทำให้ภาพลักษณ์ของ HandleHigh โดดเด่น และดูดี มีความเป็นสากล

- **สร้างเสริมความมั่นใจ**

ด้วยคุณลักษณะ และคุณสมบัติของสินค้า HandleHigh ลูกค้าน่าจะสามารถใช้งานได้อย่างมั่นใจทั้งในด้านความปลอดภัย และด้านภาพลักษณ์

บทที่ 2

การกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด

การกำหนดกลยุทธ์และแผนทางการตลาดเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมทางเลือกซื้อเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ของผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิก เพื่อศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังมีการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) จากนั้นจึงนำผลการสำรวจและวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ HandleHigh เป็นแบรนด์ที่มีจุดเด่นทั้งในด้านภาพลักษณ์และคุณสมบัติ สามารถตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ทั้งด้านการใช้งานและความรู้สึกได้เป็นอย่างดี (Functional & Emotional benefits)

2.1 เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาด

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ทางการตลาดจะสอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ ดังนั้น วัตถุประสงค์ของ HandleHigh คือการเป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขั้วจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ และเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยสินค้าจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง โดยมีเป้าหมายในระยะเริ่มต้นของธุรกิจ คือ การสร้างยอดขายเสื้อแจ็กเก็ตได้ 1,000 ตัวภายในปีแรก และยอดขายเติบโตต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 20% จนถึงปีที่ 5

2.2 แนวทางการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายของแผนการตลาด

HandleHigh เป็นผู้ประกอบการรายแรก (First-mover) ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ที่เหมาะสมสำหรับสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่สร้างภาพลักษณ์แห่งความเป็นผู้นำในตลาด โดยเน้นการสร้างการรับรู้ในแบรนด์โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง อีกทั้งยังต้อง

เน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เกิดความภักดีต่อแบรนด์ เพื่อให้เกิดการบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth) ในสังคมผู้จับจี้จักรยานยนต์คลาสสิกอีกด้วย

2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติการใช้งานค่อนข้างเฉพาะเจาะจง คือการใช้งานสำหรับการจับจี้จักรยานยนต์เนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อน ดังนั้นการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงชัดเจนละเอียดง่าย โดยแบ่งกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

2.3.1 กลุ่มลูกค้าหลัก (Primary Target customers)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของ HandleHigh คือผู้ใช้งานจักรยานยนต์เนวคลาสสิกในประเทศไทย โดยประมาณการจำนวนจากสถิติการจดทะเบียนจักรยานยนต์ใหม่โดยแยกยี่ห้อของกรมการขนส่งทางบก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2558 (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ค) ซึ่งมีจำนวนเพียงพอต่อการเติบโตของธุรกิจ โดยกลุ่มลูกค้าหลักมีลักษณะและพฤติกรรมที่มีนัยสำคัญดังต่อไปนี้

- เพศชาย
- ชาวเอเชีย อาศัยอยู่ในประเทศที่มีภูมิอากาศร้อน
- ชื่นชอบและใช้งานจักรยานยนต์เนวคลาสสิก
- ชื่นชอบและให้ความสำคัญกับการแต่งกาย
- ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการจับจี้
- ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ

2.3.2 กลุ่มลูกค้ารอง (Secondary Target customers)

กลุ่มลูกค้ารองของ HandleHigh คือผู้ที่ชื่นชอบและนิยมการแต่งกายของผู้จับจี้จักรยานยนต์เนวคลาสสิก แต่ไม่มีจักรยานยนต์เป็นของตนเอง เช่น

- ผู้ชายที่กำลังวางแผนจะซื้อจักรยานยนต์เนวคลาสสิกในอนาคต
- ผู้ชายที่ยังไม่มีกำลังในการซื้อจักรยานยนต์ แต่ชอบการแต่งกายรูปแบบนี้
- ผู้หญิงที่ต้องการซื้อให้คนรักหรือสามีในโอกาสพิเศษต่างๆ
- ผู้หญิงที่เป็นคู่รักของผู้จับจี้จักรยานยนต์เนวคลาสสิก ที่ต้องการสวมใส่เสื้อแจ็กเก็ตขณะนั่งซ้อนไปด้วยกัน

2.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) โดยใช้วิธีสังเกตและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานจักรยานยนต์เนวคลาสสิกจำนวน 30 คน สามารถสรุปและวิเคราะห์ลักษณะและแนวความคิดสำคัญ โดยแบ่งตามหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

Profile & Life style

- 1.) อยู่ในช่วงอายุ 30-40ปี
- 2.) ชื่นชอบสินค้าสไตล์คลาสสิก เช่น เสื้อผ้า ยานพาหนะ การตกแต่งบ้าน เป็นต้น
- 3.) กิจกรรมประจำวันคือการทำงาน และ ขับขี่จักรยานยนต์เมื่อมีเวลาว่าง
- 4.) รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์มากที่สุด เช่น Website, Facebook, Line และ Instagram โดยรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆเช่น โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร น้อยมาก-ไม่เลย
- 5.) เคยซื้อของออนไลน์ โดยของส่วนมากของที่ซื้อคือ อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์ และ เสื้อผ้า เป็นต้น

Product

- 6.) เสื้อแจ็คเก็ตมีความสำคัญมากในการขับขี่จักรยานยนต์ เพราะ ช่วยกันแดด กันลม กันฝน และช่วยป้องกันการเสียดสีเวลาล้ม
- 7.) ปกติแล้วชอบสวมใส่เสื้อแจ็คเก็ตขณะขับขี่ แต่บางครั้งรู้สึกว่เสื้อร้อนเกินไปจึงไม่ใส่
- 8.) ชอบแต่งกายแนวคลาสสิก เรียบง่าย เช่น เสื้อยืด-กางเกงยีนส์
- 9.) คิดว่าการแต่งกายให้สอดคล้องกับรูปแบบจักรยานยนต์ที่ขับขี่นั้นเป็นเรื่องจำเป็นมาก เพราะจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และบุคลิกภาพให้ดูดี
- 10.) คุณสมบัติของเสื้อแจ็คเก็ตที่ต้องการ เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ
 1. ดีไซน์สวยงาม ใช้งานได้จริงตามความเหมาะสม
 2. ระบายอากาศได้ดี สวมใส่แล้วไม่ร้อน
 3. คุณภาพของวัสดุดีและมาตรฐานการตัดเย็บ
- 11.) อุปกรณ์ป้องกันมีความสำคัญในการขับขี่จักรยานยนต์ เพราะสามารถสร้างความมั่นใจ และช่วยป้องกันอุบัติเหตุได้ในบางกรณี เช่น ป้องกันได้เพียงในความเร็วในระดับที่ไม่สูงมาก ดังนั้นการป้องกันที่ดีที่สุดคือการขับขี่ในความเร็วที่เหมาะสมและไม่ประมาท

- 12.) สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันเฉพาะเวลาขับขี่ทางไกล เช่นขี่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด เป็นต้น
 13.) อุปกรณ์ป้องกันต้องไม่หนาและไม่ร้อนเกินไป

Price

- 14.) ราคาที่ยินดีจ่ายสำหรับเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่มีในตลาด อยู่ที่ประมาณ 8,000 บาท ขึ้นไป โดยตัดสินใจตามคุณภาพและลักษณะการใช้งาน
 15.) ส่วนมากไม่ได้สนใจว่าเป็นแบรนด์ไทยหรือต่างประเทศ แต่จะดูที่คุณภาพและรูปแบบของเสื้อแจ็คเก็ต ซึ่งคิดว่าราคาที่ย่อยต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในช่วง 4,000 – 10,000 บาท

Place

- 16.) ปกติสวมเสื้อแจ็คเก็ตเป็นประจำเวลาขับขี่จักรยานยนต์ แต่จะใส่เสื้อแจ็คเก็ตที่มีอุปกรณ์ป้องกันเวลาเฉพาะเวลาขี่ไปต่างจังหวัดและเดินทางไกล
 17.) โดยปกติการซื้อเสื้อผ้าและอุปกรณ์ต่างๆ จะซื้อออนไลน์ต่อเมื่อสินค้าถูกใจและต้องการจริงๆ แต่ไม่สะดวกไปพบผู้ขาย และมักจะไปซื้อที่ร้านเมื่อเป็นสินค้าทั่วไป เพราะสามารถทดลองสวมใส่ได้

2.5 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning)

จากการที่เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนของ HandleHigh เป็นผู้เล่นรายเดียวในตลาด ทำให้ภาพลักษณ์ของ HandleHigh ชัดเจนและโดดเด่นกว่าคู่แข่งในตลาดจึงต้องการมีตำแหน่งทางการตลาดคือ

“แบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนที่โดดเด่นและมีคุณภาพที่สุด”

โดยจากการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดดังกล่าว จะสามารถช่วยให้ HandleHigh กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในขั้นตอนต่อไปได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังสามารถวางแผนการดำเนินงานในระยะต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม สอดคล้องกับแผนธุรกิจและเป้าหมายที่กำหนดไว้อีกด้วย



ภาพที่ 7 Perceptual Map ของ HandleHigh

2.6 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

จากเป้าหมายทางการตลาด การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ดังต่อไปนี้

2.6.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

HandleHigh นำข้อมูลและผลสำรวจ จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าของ HandleHigh สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

- Core Product : เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับจักรยานยนต์แนวคลาสสิก
- Expected Product : เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับการสวมใส่ในสภาพอากาศร้อน เนื่องจากใช้วัสดุชั้นนอกและชั้นในที่ช่วยระบายความร้อนได้ดี อีกทั้งยังมีการตัดเย็บให้มีสัดส่วนเหมาะสมกับชาวเอเชียอีกด้วย
- Augmented Product : มีอุปกรณ์ป้องกันคุณภาพสูงนำเข้าจากต่างประเทศได้รับมาตรฐานCE

เป็นอุปกรณ์เสริมให้เลือกซื้อเพิ่มเติม



ภาพที่ 8 การใช้งานเสื้อแจ็คเก็ตของ HandleHigh

2.6.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักค่อนข้างมีฐานะและมีกำลังซื้อ เห็นได้จากการเลือกใช้จักรยานยนต์ที่มีราคาค่อนข้างสูง อีกทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักยังเห็นความสำคัญในการใช้งานเสื้อแจ็คเก็ตขณะขับขี่จักรยานยนต์ โดยมักจะพิจารณาราคาที่เหมาะสมตามคุณภาพและลักษณะการใช้งาน โดยมีช่วงราคาที่สะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ที่ 4,000-10,000 บาท

ดังนั้น HandleHigh จึงวางกลยุทธ์ด้านราคาตามหลักการต่อไปนี้

- Value-Based Pricing : ตั้งราคาตามคุณภาพและคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ
- Penetration Pricing : ตั้งราคาให้อยู่ในระดับต่ำกว่าสินค้าแบรนด์ต่างประเทศเพื่อเจาะตลาดและสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ
- Optional Pricing : การตั้งราคาตามสินค้าที่เลือกซื้อ เพื่อสร้างโอกาสในการเลือกซื้อตามลักษณะการใช้งานของลูกค้า โดยขายอุปกรณ์ป้องกันการเป็นสินค้าเสริม

ตารางที่ 2 ราคาสินค้าของ HandleHigh

สินค้า	ราคา (บาท/หน่วย)
เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์	4,800
เครื่องป้องกัน Forcefield Body Armour	2,500

2.6.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

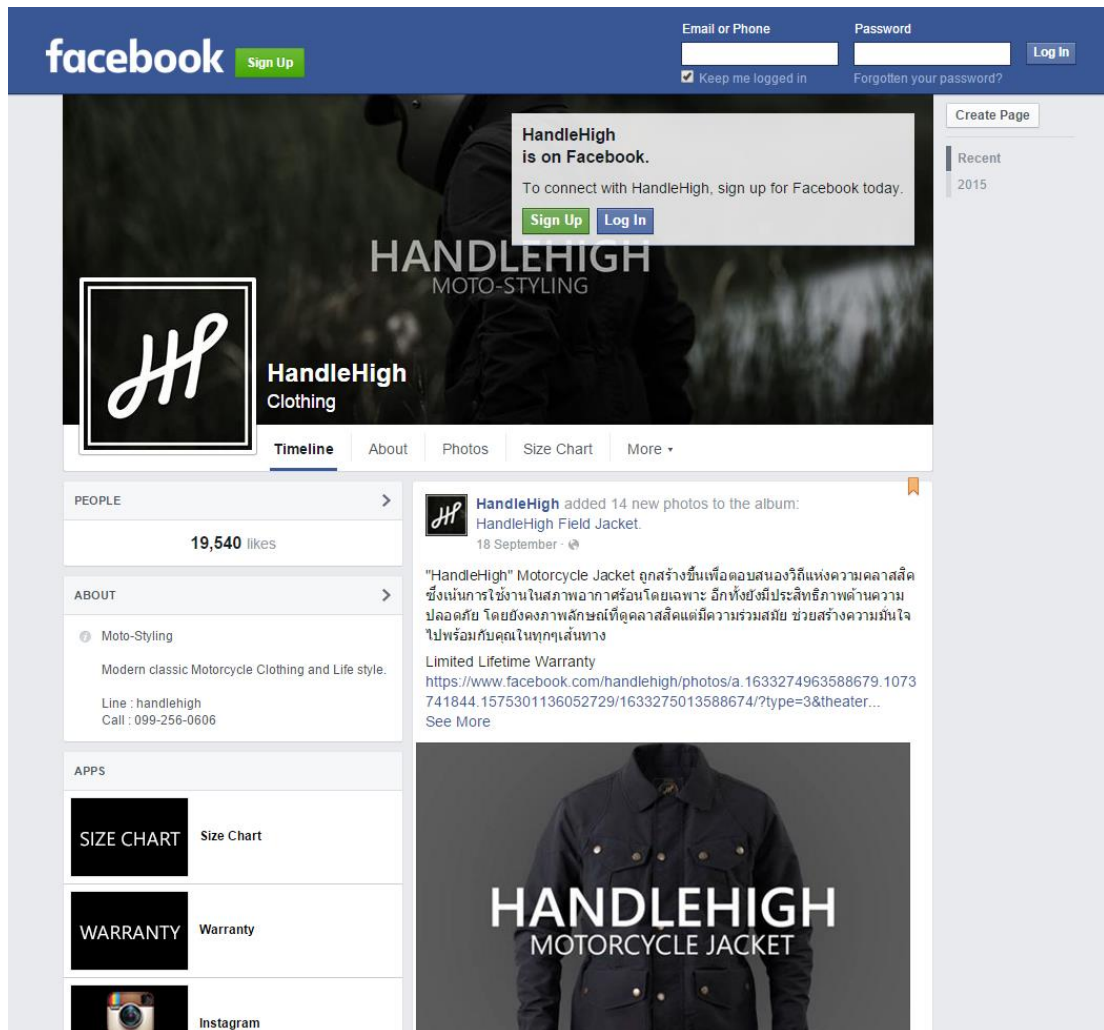
เนื่องจากสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก อีกทั้งจากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Line, Instagram และ เว็บไซต์ เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลและติดต่อสื่อสาร ดังนั้น HandleHigh จึงเน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย และออกงานแสดงสินค้า เพื่อเป็นการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง อีกด้วย

2.6.3.1 การจัดจำหน่ายผ่าน E-Commerce

เนื่องจากสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก อีกทั้งจากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Line, Instagram และ เว็บไซต์ เป็นช่องทางหลักในการรับข้อมูลและติดต่อสื่อสาร HandleHigh จึงเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ E-Commerce ซึ่งสามารถช่วยประหยัดต้นทุนได้มาก อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่สามารถโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดในยุคปัจจุบันอีกด้วย

- Facebook Fanpage

จากผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่า Facebook เป็นสื่อออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้บ่อยที่สุด ถึง 92% (ที่มา :<http://www.positioningmag.com/content/61175>) ดังนั้น Facebook Fanpage จึงเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักอีกด้วย



ภาพที่ 9 Facebook Fanpage เพจ HandleHigh

- LINE

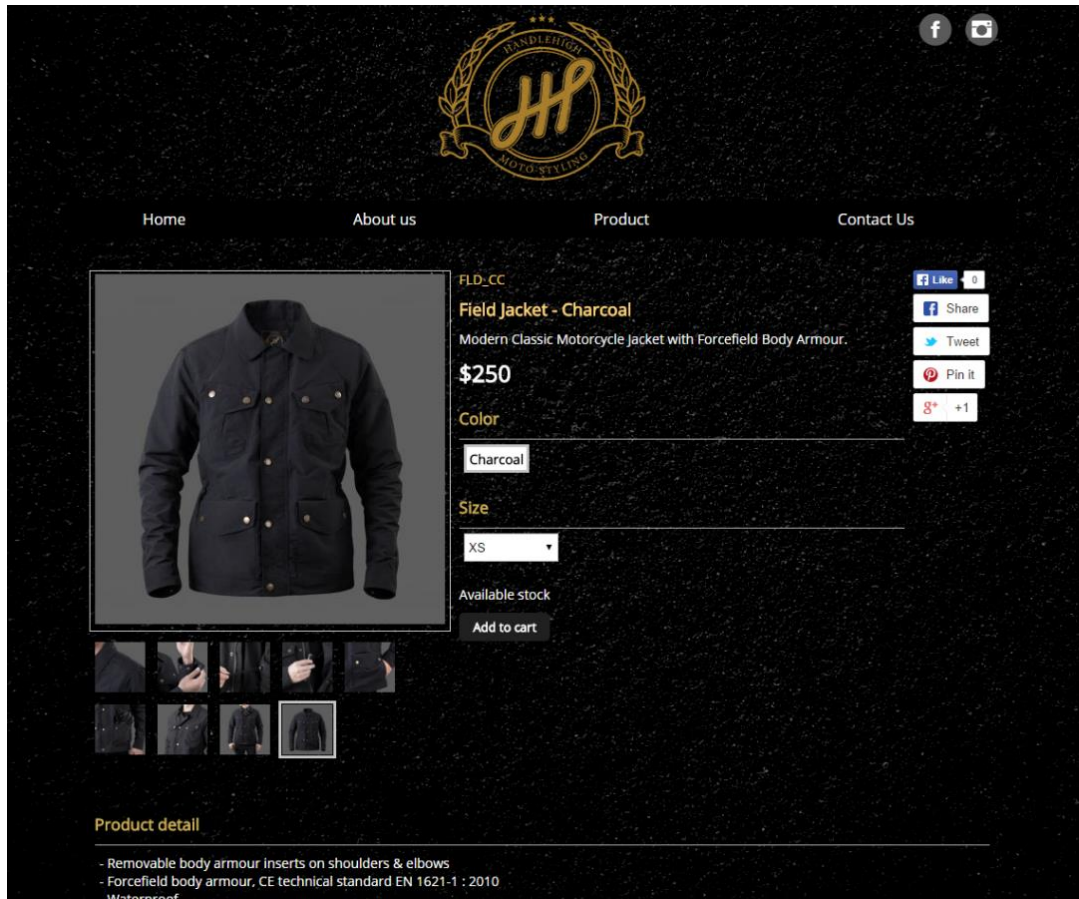
แอปพลิเคชันสำหรับการติดต่อสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้สามารถพูดคุยติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การดูแลและบริการลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 10 Instagram ของ HandleHigh

- Instagram

แอปพลิเคชันถ่ายภาพและแต่งภาพที่คนทั่วโลกนิยมใช้ เนื่องจากสามารถนำเสนอภาพถ่ายของตัวเองได้อย่างรวดเร็วและสวยงาม Instagram จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนอสินค้าของ HandleHigh ที่สามารถช่วยสร้างการรับรู้ของตราสินค้า (Brand Awareness) ให้กับกลุ่มเป้าหมายในสังคมออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว



ภาพที่ 11 Website ของ HandleHigh (www.handlehigh.com)

- Website

เว็บไซต์เป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน โดย HandleHigh สามารถนำเสนอข้อมูลต่างๆทั้งในด้านสินค้าการบริการ และโปรโมชั่นผ่านหน้าเว็บไซต์ อีกทั้งหากมีการทำ Search Engine Optimization (SEO) ให้ดี จะสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ่านการใช้ Search Engine ได้อีกด้วย

2.6.4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (IMC)

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (PR & Advertising)

กิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดในระยะเริ่มต้นก็คือการสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ โดยผ่านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดย HandleHigh เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้

- สื่อออนไลน์ (Online Media)

เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงและใช้งบประมาณค่อนข้างต่ำ อีกทั้งยังเหมาะสมกับแผนธุรกิจ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของ HandleHigh ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ

- Facebook Fan Page

สร้างสังคมออนไลน์ของผู้ใช้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกผ่าน Facebook Fanpage เพื่อเป็นศูนย์กลางของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก โดยทีมงาน HandleHigh จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิก และข้อมูลของ HandleHigh ไปพร้อมๆกัน



ภาพที่ 12 ตัวอย่างการติดต่อสื่อสารใน Facebook Fan Page ของ HandleHigh

- Facebook Boost Post

โปรแกรมสำเร็จรูปของ Facebook ที่ช่วยในการโฆษณาข้อมูลข่าวสารที่เราต้องการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียด เช่น เพศ, อายุ, ที่อยู่อาศัย และ ความสนใจหรืองานอดิเรก เป็นต้น ซึ่งการใช้โปรแกรมนี้จะช่วยในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆจาก HandleHigh ไปถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง เช่น โปสเตอร์สินค้าล่าสุดของ HandleHigh หรือแจ้งโปรโมชั่นต่างๆให้ทราบ เป็นต้น

Post Details Reported stats may be delayed from what appears on posts X

HandleHigh added 14 new photos to the album: HandleHigh Field Jacket.
Published by Boonchart Boonchusanong [?] · 18 September at 22:01 ·

"HandleHigh" Motorcycle Jacket ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองวิถีแห่งความคลาสสิก ซึ่งเน้นการใช้งานในสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพด้านความปลอดภัย โดยยังคงภาพลักษณ์ที่ดูคลาสสิกแต่มีความร่วมสมัย ช่วยสร้างความมั่นใจไปพร้อมกับคุณในทุกๆเส้นทาง

Limited Lifetime Warranty
<https://www.facebook.com/handlehigh/photos/a.1633274963588679.1073741844.1575301136052729/1633275013588674/?type=3&theater...>
See More

68,464 People Reached

935 Likes, Comments & Shares

811 Likes	811 On Post	0 On Shares
76 Comments	76 On Post	0 On Shares
48 Shares	48 On Post	0 On Shares

18,387 Post Clicks

16,985 Photo views	48 Link clicks	1,354 Other Clicks
------------------------------	--------------------------	------------------------------

NEGATIVE FEEDBACK

2 Hide Post	1 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page

HANDLEHIGH
MOTORCYCLE JACKET

FIELD JACKET

+11

68,464 people reached View Results

811 Likes 31 Comments 48 Shares

Like Comment Share

ภาพที่ 13 ตัวอย่างการ Boost Post ใน Facebook Fan Page ของ HandleHigh



ภาพที่ 14 ตัวอย่างการใช้ Influential Marketing ใน Instagram ของ HandleHigh

- Instagram

แอปพลิเคชันนำเสนอภาพถ่ายที่คนทั่วโลกนิยมใช้ จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนอสินค้าของ HandleHigh ที่สามารถช่วยสร้างการรับรู้ของตราสินค้า (Brand Awareness) ให้กับกลุ่มเป้าหมายในสังคมออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว โดยอาจใช้วิธี Influential Marketing ให้ผู้มีอิทธิพลในกลุ่มสังคมของผู้ใช้จักรยานยนต์เนวคลาสสิกลงรูปหรือโพสต์ข้อความเกี่ยวกับสินค้าของ HandleHigh เป็นต้น

- Website

เว็บไซต์เป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน โดย HandleHigh สามารถนำเสนอข้อมูลต่างๆทั้งในด้านสินค้าการบริการและโปรโมชั่นผ่านหน้าเว็บไซต์ อีกทั้งหากมีการทำ Search Engine Optimization (SEO) ได้เหมาะสม จะสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ่านการใช้ Search Engine ได้อีกด้วย

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น นิตยสารแฟชั่น – ไลฟ์สไตล์ของ
 สุภาพบุรุษ และนิตยสารจักรยานยนต์ ซึ่งจะสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูมีความ
 น่าเชื่อถือในวงกว้าง ทั้งในผู้ใช้งานจักรยานยนต์ และบุคคลทั่วไปที่สนใจเกี่ยวกับแฟชั่นอีกด้วย



ภาพที่ 15 ตัวอย่างนิตยสารที่เป็นช่องทางกรโฆษณาและประชาสัมพันธ์

การใช้พนักงานขายและการตลาดทางตรง (Personal Selling & Direct Marketing)

เนื่องจากทีมงาน HandleHigh มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิก อีกทั้งยังอยู่ในสังคมผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิกอยู่แล้ว จึงสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆเช่น โทรศัพท์, อีเมลล์, Facebook, Instagram และ Line เป็นต้น



ภาพที่ 16 สังคมผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิก

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

HandleHigh จะมีการส่งเสริมการขายตามความเหมาะสม โดยจะปรับเปลี่ยนตามทิศทางการตลาด และสถานการณ์ของธุรกิจ เช่น การลดราคาสินค้ารุ่นเก่าเพื่อลดสินค้าคงคลัง, การสะสมคะแนนจากการซื้อสินค้าเพื่อลดราคาสินค้าในครั้งต่อไป, การสะสมคะแนนเพื่อรับสินค้าสัมมนาคุณ เป็นต้น

บทที่ 3 การจัดตั้งและบริหารองค์การธุรกิจ

3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

HandleHigh จะดำเนินการจัดตั้งเป็น บริษัท แฮนด์เคิลไฮ จำกัด (HandleHigh co., Ltd.) ซึ่งมีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 1,012,500 บาท และจัดสรรหุ้นเป็นจำนวน 101,250 หุ้นในราคาหุ้นละ 10 บาท โดยในช่วง 5 ปีแรก บริษัทฯ ไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น เพื่อนำกำไรสะสมที่ได้ไปใช้ในการลงทุนสำหรับขยายกิจการในอนาคต

ตารางที่ 4 รายชื่อผู้ร่วมทุน และสัดส่วนการถือหุ้น

หน่วย : บาท

ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	บุญชาติ บุญชูสนอง	50,625	50%	506,250
2	ณิชา เขียรทนุกิจ	50,625	50%	506,250
	รวม	101,250	100%	1,012,500

คณะกรรมการบริหาร (Board of Director) มีจำนวน 2 คน ตามรายชื่อผู้ถือหุ้น ดังตารางที่ 6 ที่ปรึกษาทางธุรกิจ มีจำนวน 1 คน คือ นายจรัส เขียรทนุกิจ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็น กรรมการผู้จัดการ บริษัท เมืองทองอาร์คิเทค จำกัด

3.2 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของบริษัท แชนเคิลไฮ จำกัด ในระยะเริ่มต้นมีลักษณะเป็นองค์กรขนาดเล็ก ไม่ซับซ้อน โดยสามารถแบ่งการบริหารและจัดการองค์กรตามโครงสร้างองค์กรดังต่อไปนี้



ภาพที่ 17 โครงสร้างองค์กร

3.2.1 กรรมการผู้จัดการ

มีหน้าที่เป็นผู้บริหารและจัดการองค์กร ควบคุมการปฏิบัติงานของทุกฝ่ายให้ดำเนินไปตามเป้าหมายและนโยบายตามที่คณะกรรมการผู้จัดการบริษัทได้กำหนด และเป็นผู้ประสานงานฝ่ายต่างๆให้ดำเนินงานไปอย่างราบเรียบและสอดคล้องกัน รวมถึงดูแลรับผิดชอบตรวจสอบความเรียบร้อยภายในบริษัททั้งหมด

คุณสมบัติ

- การศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาโทขึ้นไป
- มีความรู้ด้านการบริหารและดูแลผู้ใต้บังคับบัญชา
- มีความเป็นผู้นำสูง
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

3.2.2 ผู้จัดการฝ่ายการผลิต

มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลด้านการผลิตสินค้า ตั้งแต่การออกแบบและพัฒนาสินค้า จัดหาวัตถุดิบ ตลอดจนถึงประสานงานติดต่อกับโรงงาน เพื่อให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

คุณสมบัติ

- การศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการออกแบบเสื้อผ้า หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- มีความรู้ด้านการออกแบบเป็นอย่างดี
- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- เป็นผู้ได้บังคับบัญชาที่ดี
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- หากมีความชื่นชอบในจักรยานยนต์แนวคลาสสิกจะพิจารณาเป็นพิเศษ

3.2.3 ผู้จัดการฝ่ายขาย

มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลด้านการขาย โดยมีหน้าที่หลักคือติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าผ่านช่องทางการขายต่างๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ และ โทรศัพท์ รวมทั้งช่วยควบคุมดูแลตรวจสอบคลังสินค้า ตลอดจนถึงช่วยจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการขาย เพื่อจะได้นำข้อมูลไปพัฒนาธุรกิจต่อไป

คุณสมบัติ

- การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
- มีใจรักด้านงานขายและการบริการ
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี
- เป็นผู้ได้บังคับบัญชาที่ดี
- หากมีความชื่นชอบในจักรยานยนต์แนวคลาสสิกจะพิจารณาเป็นพิเศษ

จากโครงสร้างองค์กรดังกล่าว บุคลากรของบริษัท แชนเคิลไฮ จำกัด ต้องปฏิบัติงาน 6 วันต่อสัปดาห์ และได้รับผลตอบแทนเป็นค่าจ้างรายเดือน ตามที่กฎหมายกำหนด สวัสดิการของบริษัทที่จะมอบให้คือวันหยุดประจำปี การลาพักร้อน ประกันอุบัติเหตุ และค่ารักษาพยาบาลในกรณีได้รับอุบัติเหตุระหว่างการทำงาน โดยบุคลากรทุกคนในบริษัทจะได้รับสิทธิ์ความคุ้มครองตามกฎหมายแรงงานทุกประการ

3.3 นโยบายการบริหาร

3.3.1 นโยบายการบริหารงานด้านบุคคล

- ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของพนักงานภายในองค์กร ทั้งการพัฒนาด้านขีดความสามารถการทำงาน และ การพัฒนาด้านจิตใจ

- สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ มีพนักงานกล้าแสดงออกทั้งในด้านความคิด และการกระทำ ไม่ปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ แต่จะช่วยส่งเสริมแนวความคิดที่เหมาะสมและถูกต้องของพนักงาน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานและความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรอีกด้วย

- มีการประเมินผลการทำงานของพนักงาน มีการให้รางวัลเพื่อเป็นกำลังใจในการทำงานและพัฒนาตนเองต่อไป

3.3.2 นโยบายการบริหารจัดการองค์กร

- มีแนวทางปฏิบัติขององค์กรอย่างชัดเจน ซึ่งพนักงานต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มีวินัยและรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง

- ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่างๆ ตลอดจนถึงการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงาน

- มีการตรวจสอบและประเมินผลการทำงานอย่างเป็นระบบระเบียบ และสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาองค์กรต่อไป

3.3.3 นโยบายการดูแลลูกค้า

- ดูแลลูกค้าอย่างจริงใจ ตั้งใจ และเข้าใจ

- บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว และแม่นยำ และต้องไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

บทที่ 4

แผนการปฏิบัติการในการตั้งธุรกิจ

4.1 ทำเลที่ตั้ง

บริษัท แชนเคิลไฮ จำกัด มีที่อยู่ตามทะเบียนบริษัทที่ 69-69/1 ซอยสุขุมวิท42 (แยกซอย รุเบีย) ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตำแหน่งที่ตั้งเดียวกับ บริษัท เมืองทองอาร์มส์จำกัด (โรงงานสิ่งทอของครอบครัว) ทำให้สามารถควบคุมการผลิต และจัดเก็บสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของการจำหน่าย เนื่องจาก HandleHigh เน้นการจัดจำหน่ายแบบ E-Commerce เป็นหลัก ดังนั้นจึงไม่มีส่วนของหน้าร้าน โดยทำเลที่ตั้งปัจจุบันของบริษัทฯ ยังอยู่ใกล้กับไปรษณีย์ ในระยะทางประมาณ 100 เมตร จึงทำให้ง่ายต่อการกระจายสินค้าอีกด้วย

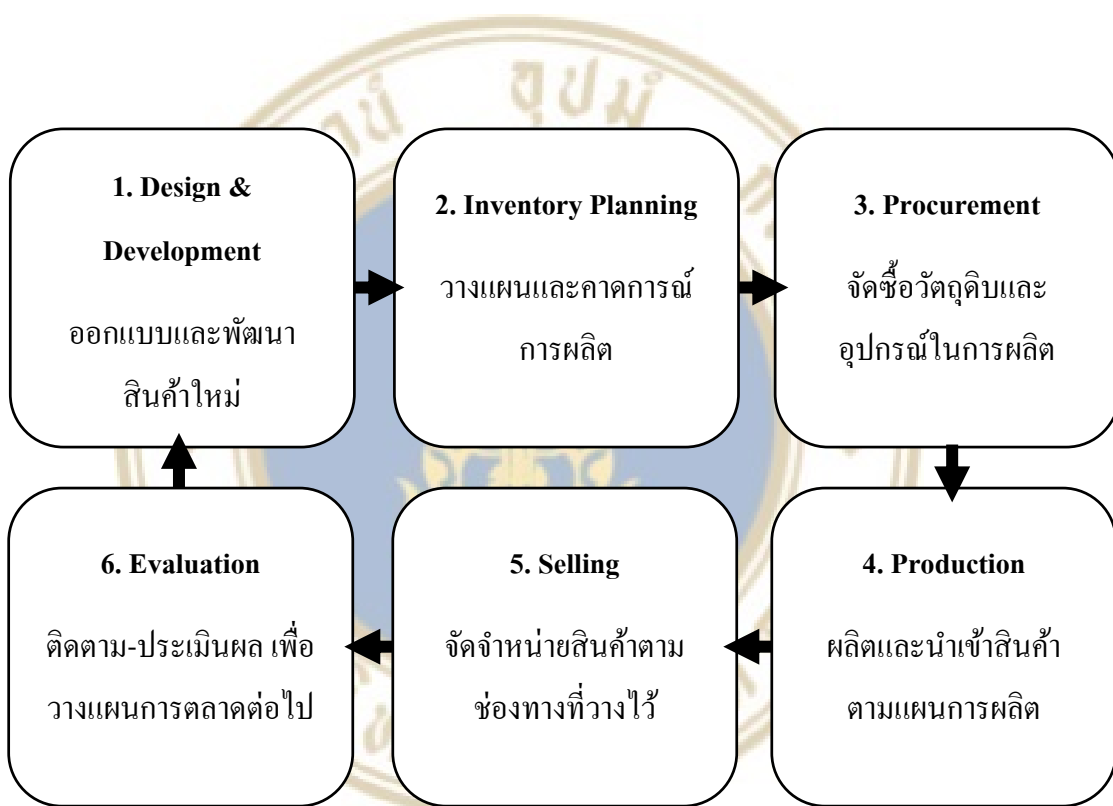


ภาพที่ 18 แผนที่แสดงที่ตั้งบริษัท แชนเคิลไฮ จำกัด

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานของ HandleHigh จะสอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ และเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้ ซึ่งเน้นไปที่การผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค โดยที่จะต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้เพื่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ จึงมีการวางแผนการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานจริง แต่ก็สามารถปรับรายละเอียดของแผนตามสถานการณ์และปัจจัยภายนอกที่อาจเข้ามามีผลกระทบต่อการค้าปลีกธุรกิจ โดยมีขั้นตอนหลักดังต่อไปนี้



ภาพที่ 19 ขั้นตอนการดำเนินงานของ HandleHigh

4.2.1 การออกแบบสินค้าและพัฒนาสินค้า (Design & Development)

การออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh นับเป็นหัวใจหลักในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก สินค้าจะต้องมีรูปลักษณ์และคุณสมบัติการใช้งานที่เหมาะสมตรงความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งมีเสน่ห์ตามแบบฉบับของ HandleHigh โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.2.1.1 การกำหนดแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนแรกของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือการกำหนดแนวคิดและทิศทางการออกแบบ เพื่อจะได้ทราบถึงลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมและวางพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าสู่ขั้นตอนต่อไปอีกด้วย โดยเสื้อแจ็กเก็ตของ HandleHigh ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ในอดีต ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1930 โดยนำต้นแบบมาพัฒนาให้มีความร่วมสมัยเข้ากับยุคปัจจุบันมากขึ้น แต่ยังคงความดั้งเดิมสวยงามเข้ากับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในยุคปัจจุบันได้ดี

4.2.1.2 การออกแบบร่างขั้นต้น

นำแนวคิดและแรงบันดาลใจมาออกแบบเป็นแบบร่างขั้นต้น โดยใช้วิธีเขียนแบบออกมาในหลายๆรูปแบบเพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมกับการนำไปพัฒนามากที่สุด

4.2.1.3 การพัฒนาแบบร่าง

นำแบบร่างมาพัฒนาให้เป็นรูปธรรมโดยการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) และนำไปทดลองใช้งานจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะและคุณสมบัติตามที่ออกแบบไว้ จากนั้นจึงเตรียมเข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

4.2.2 การวางแผนการผลิต (Inventory Planning)

หลังจากได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว จึงนำข้อมูลทางการตลาดที่มีมาคาดการณ์จำนวนสินค้าที่ต้องการจำหน่าย จากนั้นจึงวางแผนการผลิตและแผนการสั่งซื้อสินค้า เพื่อนำข้อมูลไปคำนวณปริมาณวัตถุดิบที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตต่อไป

โดยจากการทดลองขายสินค้ารุ่นแรก “HandleHigh Field Jacket” ผ่านช่องทาง Facebook Fan page (www.facebook.com/handlehigh) และทำการโฆษณาสินค้าผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป Boost Post ตามแผนการตลาดที่ตั้งไว้ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก จ) จึงคาดการณ์ได้ว่า HandleHigh จะสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ คือมียอดขายเสื้อแจ็กเก็ต 1,000 ตัวภายในปีแรก ดังนั้นจึงทำประมาณการกำลังการผลิตในแต่ละปีโดยอิงจากเป้าหมายทางธุรกิจคือเติบโตต่อเนื่องปีละ 20% จนถึงปีที่ 5

ตารางที่ 5 ประมาณการกำลังการผลิต ปีที่ 1-5

สินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เสื้อแจ็กเก็ต	1,008	1200	1,440	1,728	2,064
อุปกรณ์ป้องกัน	756	900	1,080	1,296	1,548

4.2.3 จัดซื้อวัตถุดิบ (Procurement)

คัดเลือกวัตถุดิบตามความเหมาะสมโดยอิงจากต้นแบบผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงสั่งซื้อโดยคำนวณปริมาณจำนวนวัตถุดิบจากประมาณการปริมาณการผลิต ซึ่ง HandleHigh จะสั่งซื้อวัตถุดิบผ่านบริษัท เมืองทองอาร์เอ็นจี จำกัด (โรงงานสิ่งทอของครอบครัว) เนื่องจากเป็นธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มานาน ทำให้มีแหล่งวัตถุดิบและคู่ค้าจำนวนมากที่พร้อมจะให้การสนับสนุนในด้านวัตถุดิบการตัดเย็บเสื้อผ้า และจะชำระค่าวัตถุดิบโดยรวมเป็นต้นทุนการผลิตต่อตัวในภายหลัง ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบในคลังสินค้า และด้านการลงทุนได้มาก

4.2.4 การผลิต (Production)

4.2.4.1 สถานที่ผลิต

เนื่องด้วย HandleHigh เป็นธุรกิจที่จ้างผู้ผลิตผลิตสินค้าให้ ดังนั้นสถานที่ตั้งที่ใช้เป็นศูนย์กลางในการผลิตนั้นคือ บริษัท เมืองทองอาร์เอ็นจี จำกัด (โรงงานสิ่งทอของครอบครัว) ตั้งอยู่ที่ 69-69/1 ซอยสุขุมวิท42 (แยกซอยบูรเบียม) ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

4.2.4.2 ความสามารถในการผลิต

บริษัท เมืองทองอาร์เอ็นจี จำกัด เป็นโรงงานสิ่งทอขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตกว่า 500 คน อีกทั้งยังพร้อมไปด้วยอุปกรณ์และเครื่องจักรระดับมาตรฐานสากล โดยมีความสามารถในการผลิตสูงสุดเริ่มที่ 200 ตัวต่อเดือน ซึ่งยังสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ถึง 1,000 ตัวต่อเดือน

4.2.4.3 สถานที่เก็บสินค้าก่อนจัดจำหน่าย

บริษัท เมืองทองอาร์เอ็นจี จำกัด มีพื้นที่และคลังสินค้าสำหรับเก็บสินค้าก่อนการจัดส่งให้ผู้ว่าจ้างมากมาย ดังนั้นจึงใช้คลังสินค้าของโรงงานเป็นสถานที่จัดเก็บสินค้าก่อนจัดจำหน่าย

4.2.5 การจัดจำหน่าย (Selling)

ดำเนินการจัดจำหน่ายตามแผนการตลาดที่วางไว้ (หัวข้อ 5.6.3) โดยยึดช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน E-Commerce เป็นหลัก ซึ่งอาจปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมและตามสถานการณ์ตลาดในขณะนั้น

4.2.6 การประเมินผล (Evaluation)

การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายของขั้นตอนการดำเนินงานที่สำคัญมาก เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดตั้งแต่ต้นมาวิเคราะห์พิจารณา เพื่อจะได้สรุปผลและนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงธุรกิจให้ HandleHigh สามารถบรรลุผลตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ โดยเกณฑ์การประเมินผลจะใช้ Key Performance Indicator (KPI) ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด

ซึ่งข้อมูลจากการประเมินผลสามารถนำไปพัฒนาธุรกิจได้ 2 ส่วนหลัก ดังต่อไปนี้

4.2.6.1 พัฒนาลินค้าและผลิตภัณฑ์

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในระดับสูงสุด HandleHigh จึงจะนำข้อมูลจากการประเมินผลมาวิเคราะห์และนำไปพัฒนาลินค้า ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น โดยพัฒนาทั้งในด้านลักษณะการออกแบบและคุณสมบัติการใช้งาน อีกทั้งมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยเช่นกัน

4.2.6.2 พัฒนาแผนการตลาด

เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรมมักจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นเมื่อประเมินผลเสร็จเรียบร้อยแล้ว HandleHigh จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์และนำไปวางแผนทางการตลาดต่อไป เพื่อให้สามารถรับมือกับสภาพตลาดที่อาจมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น หรือสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต เป็นต้น

4.3 แผนปฏิบัติการ

การวางแผนการในระยะเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ จะสามารถช่วยสร้างแบบแผนและระบบให้ชัดเจน ลดข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกำหนดขอบเขตและระยะเวลาของขั้นตอนการทำงานที่สำคัญต่างๆ ได้อีกด้วย

ดังนั้นทาง HandleHigh ได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการ โดยเริ่มตั้งแต่ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป จนถึงสิ้นปี พ.ศ 2559 เพื่อใช้เป็นตัววัดผลการดำเนินงาน รวมไปถึงความชัดเจนในแต่ละขั้นตอน ซึ่งจะทำให้บุคลากรในองค์กรเข้าใจกระบวนการทำงานในช่วงเวลา 1 ปี และเมื่อครบตามกำหนดจะได้นำข้อมูลต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาของแผนปฏิบัติการไปประเมินผล เพื่อพัฒนาปรับปรุงธุรกิจ และวางแผนสำหรับปีต่อไป

บทที่ 5

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

5.1 นโยบายทางการเงิน

บริษัท แฮนด์ไฮส จำกัด (HandleHigh Co., Ltd.) เป็นผู้จัดจำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วขั้วจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่ยอดขายมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีนโยบายทางการเงินโดยใช้หลักการบริหารควบคุมไม่ให้สินค้าคงคลังเหลือปริมาณมาก โดยจะจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ปริมาณสินค้าและยอดขายเติบโตสัมพันธ์กับสถานการณ์ตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิก

เงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ซึ่งจะจัดสรรเงินทุนเป็นค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจอย่างคุ้มค่าและเหมาะสมที่สุด เพื่อให้มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ แต่มีประสิทธิภาพการทำงานสูง และมีสภาพคล่องเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ โดยจะไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น และจะนำกำไรสะสมของบริษัทฯ ทั้งหมดมาลงทุนในการขยายกิจการในอนาคต

สำหรับแผนการเงินของบริษัทฯ นั้น จะจัดทำประมาณการทางการเงินระยะเวลา 5 ปี จากปีที่ 1-5 ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งธุรกิจ โดยมีเป้าหมายดังต่อไปนี้

- NPV และ IRR แสดงถึงความน่าลงทุนในธุรกิจ
- สามารถคืนทุนภายใน 1 ปี

จากนโยบายทางการเงินที่กล่าวมานั้น สามารถสรุปและแจกแจงรายละเอียดข้อมูลของการลงทุนในหัวข้อต่างๆ เช่น เงินลงทุนเริ่มแรก, ประมาณการรายได้, ประมาณการค่าใช้จ่าย, ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน, ประมาณการงบดุล, ประมาณการงบกำไรขาดทุน, งบกระแสเงินสด และการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2 เงินลงทุนเริ่มแรก

เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนในช่วงเริ่มต้นดำเนินงาน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการวิจัยเพื่อศึกษาและพัฒนาสินค้าต้นแบบ ตลอดจนไปถึงค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นธุรกิจต่างๆ เป็นต้น

ตารางที่ 7 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาหน่วย	จำนวนเงิน (บาท)
สินค้าต้นแบบ (Prototype)	10	ตัว	2,000	20,000
Body Armour - Roland sand	1	ชุด	4,800	4,800
Body Armour – Forcefield	1	ชุด	3,000	3,000
แม่พิมพ์ทองเหลือง	1	ชุด	700	700
ผ้าสำหรับทำสินค้าต้นแบบ				15,000
ค่าศึกษาและพัฒนาสินค้า				20,000
รวม				63,500

ตารางที่ 8 เงินลงทุนแรกเริ่มในโครงการ

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-
สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-
เครื่องมือและอุปกรณ์	-	-	-
ยานพาหนะ	250,000	250,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	40,000	40,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	63,500	63,500	-
เงินทุนหมุนเวียน	659,000	659,000	-
รวม	1,012,500	1,012,500	-

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วน ของ ที่ดินและการปรับปรุง, สิ่งปลูกสร้าง และเครื่องมืออุปกรณ์ เนื่องจาก HandleHigh ไม่มีหน้าร้าน และใช้การจ้างผลิต อีกทั้งยังใช้พื้นที่ของ บริษัท เมืองทองธานี จำกัด เป็นที่ตั้งสำนักงานซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายอีกด้วย

โดย HandleHigh เป็นโครงการที่มีเงินลงทุนในโครงการเริ่มต้นอยู่ที่ 1,012,500 บาท โดยเงินลงทุนในโครงการเป็นเงินทุนส่วนตัวทั้งหมด 100% ไม่มีการกู้ ดังนั้น $WACC = R_e$ ซึ่งการคิดอัตราต้นทุนถัวเฉลี่ย (WACC) ของต้นทุนทั้งหมด จะคำนวณจากสูตร CAPM ดังนี้

$$CAPM = R_{rf} + (R_m - R_{rf}) \beta$$

การคำนวณหาตัววัดความเสี่ยง (β) = 1.0
เนื่องจากโครงการนี้ไม่มีการกู้ โดยดำเนินโครงการโดยใช้เงินทุนของตัวเองทั้งหมด

อัตราผลตอบแทนปราศจากความเสี่ยงเฉลี่ย (R_{rf}) = 3.23%
โดยการเลือกใช้อัตราผลตอบแทนปราศจากความเสี่ยงนั้นเลือกใช้ตามอายุโครงการ จากการวางแผนประเมินโครงการในระยะเวลา 5 ปี โดยนำมาคำนวณอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี
(ที่มา : <http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=223&language=ENG>)

อัตราผลตอบแทนของตลาด (R_m) = 7.5%
เนื่องจากธุรกิจเครื่องแต่งกายสำหรับขับจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมใหม่ในประเทศไทย จึงแสดงผลโดยอ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนของตลาดอุตสาหกรรมที่ใกล้เคียง ซึ่งก็คือธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์
(ที่มา : http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2557/Exer2557_no3)

$$\begin{aligned} R_e &= R_{rf} + (R_m - R_{rf}) \beta \\ R_e &= 3.23\% + (7.5\% - 3.23\%) 1 \\ R_e &= 3.23\% + 4.27\% \\ R_e &= 7.5\% \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้น

$$WACC = 7.5\%$$

5.3 ประมาณการรายได้

รายได้หลักของธุรกิจมาจากการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้เลือกไว้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 ประมาณการราคาของสินค้าที่ HandleHigh ได้รับ

ช่องทางการจำหน่าย	สัดส่วนการจำหน่าย		รายละเอียด	รายได้ที่ได้รับ (บาท)	
	ปี1 - ปี2	ปี3 - ปี5		Motorcycle Jacket	Body Armour
E-Commerce	55%	45%	บริษัทจำหน่ายเอง	4,800	2,500
ตัวแทนจำหน่าย	40%	50%	ได้รับส่วนลด Jacket อยู่ที่ 20%, 25% ,30% โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 25% Body Armour 15%	3,600	2,125
งานแสดงสินค้า และ งานกิจกรรม ต่างๆ	5%	5%	บริษัทจำหน่ายเอง	4,800	2,500

จากการทดลองขายสินค้านี้ครั้งแรก “HandleHigh Field Jacket” ผ่านช่องทาง Facebook Fan page (www.facebook.com/handlehigh) และทำการโฆษณาสินค้าผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป Boost Post ตามแผนการตลาดที่ตั้งไว้ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก จ) จึงคาดการณ์ได้ว่า HandleHigh จะสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ คือมียอดขายเสื้อแจ็กเก็ต 1,000 ตัวภายในปีแรก ดังนั้นจึงทำประมาณการกำลังการผลิตและยอดขายในแต่ละปีโดยอิงจากเป้าหมายทางธุรกิจคือเติบโตต่อเนื่องปีละ 20% จนถึงปีที่ 5

ตารางที่ 10 ประมาณการยอดขายปีที่ 1-5

สินค้า	จำนวน				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เสื้อแจ็กเก็ต	1,008	1200	1,440	1,728	2,064
อุปกรณ์ป้องกัน	756	900	1,080	1,296	1,548

ตารางที่ 11 ประมาณการรายได้ปีที่ 1-5

ชื่ อ ง ทางการ จำหน่าย	ประ เภ ท สิน ค้า	ประ ม าณ การ	ปี ที่ 1	ปี ที่ 2	ปี ที่ 3	ปี ที่ 4	ปี ที่ 5
E-com merce	เสื่อ แจ๊คเก็ต	จำนวน (ตัว)	555	660	648	777	929
		ยอดขาย (บาท)	2,664,000	3,168,000	3,110,400	3,729,600	4,459,200
	อู ป ก ร ณ์ ป้องกัน	จำนวน (ชุด)	416	495	486	583	697
		ยอดขาย (บาท)	1,040,000	1,237,500	1,215,000	1,457,500	1,742,500
ตัว แทน จำหน่าย	เสื่อ แจ๊คเก็ต	จำนวน (ตัว)	403	480	720	864	1,032
		ยอดขาย (บาท)	1,934,400	2,304,000	3,456,000	4,147,200	4,953,600
	อู ป ก ร ณ์ ป้องกัน	จำนวน (ชุด)	302	360	540	648	774
		ยอดขาย (บาท)	755,000	900,000	1,350,000	1,620,000	1,935,000
ง า น แ ส ด ง สิน ค้า	เสื่อ แจ๊คเก็ต	จำนวน (ตัว)	50	60	72	87	103
		ยอดขาย (บาท)	240,000	288,000	345,600	417,600	494,400
	อู ป ก ร ณ์ ป้องกัน	จำนวน (ชุด)	38	45	54	65	77
		ยอดขาย (บาท)	95,000	112,500	135,000	162,500	192,500
รวม	เสื่อ แจ๊คเก็ต	จำนวน (ตัว)	1,008	1,200	1,440	1,728	2,064
		ยอดขาย (บาท)	4,838,400	5,760,000	6,912,000	8,294,400	9,907,200
	อู ป ก ร ณ์ ป้องกัน	จำนวน (ชุด)	756	900	1,080	1,296	1,548
		ยอดขาย (บาท)	1,890,000	2,250,000	2,700,000	3,240,000	3,870,000
		ยอดขายทั้งหมด	6,728,400	8,010,000	9,612,000	11,534,400	13,777,200

5.4 ประมาณการต้นทุน

ตารางที่ 12 ประมาณการต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

รายการ	ราคา
เสื้อแจ็คเก็ต	1,500 บาท/ตัว
อุปกรณ์ป้องกัน	1,500 บาท/ชุด

เสื้อแจ็คเก็ต : ผลิตโดยการจ้างวานผลิต โดยคิดเป็นราคาเหมาต่อตัวรวมค่าแรงและวัตถุดิบ

อุปกรณ์ป้องกัน : นำเข้าจากประเทศอังกฤษ โดยมีราคาค่ารวมค่าขนส่งเฉลี่ยอยู่ที่ 1,500 บาทต่อชุด

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนขาย

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าผลิตเสื้อแจ็คเก็ต	1,512,000	1,800,000	2,160,000	2,592,000	3,096,000
ค่าอุปกรณ์ป้องกัน	1,134,000	1,350,000	1,620,000	1,944,000	2,322,000
ส่วนลดตัวแทน จำหน่าย (Motorcycle Jacket)	483,600	576,000	864,000	1,036,800	1,238,400
ส่วนลดตัวแทน จำหน่าย (Body Armour)	113,250	135,000	202,500	243,000	290,250
รวม	3,242,850	3,861,000	4,846,500	5,815,800	6,946,650

ส่วนลดตัวแทนจำหน่าย คือ ราคาส่วนลดที่ให้กับตัวแทนจำหน่าย เมื่อซื้อสินค้าครบตามเงื่อนไข (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ง) โดยจะนำไปรวมในส่วนของต้นทุนขายด้วย

5.5 ประมาณการค่าใช้จ่าย

5.5.1 ค่าแรงงานในการขายและการบริหาร

ในปีแรกกิจกรรมในองค์กรจะดำเนินการโดยกรรมการผู้จัดการเพียง 2 คนซึ่งไม่มีค่าใช้จ่าย หลังจากนั้นจะมีค่าแรงงานในการขายและการบริหารประกอบไปด้วย พนักงาน 2 คน คือ ผู้จัดการฝ่ายการผลิต และผู้จัดการฝ่ายขาย โดยจะเริ่มต้นจ้างในปีที่ 2 เพื่อรองรับยอดขายที่เพิ่มขึ้น และพัฒนาระบบการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตารางที่ 14 ประมาณการค่าแรงในการขายและการบริหาร

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท/เดือน)	เงินเดือน (บาท/ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	20,000	0	240,000	240,000	240,000	240,000
ผู้จัดการฝ่ายขาย	20,000	0	240,000	240,000	240,000	240,000
รวม		0	480,000	480,000	480,000	480,000

5.5.2 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร เป็นประมาณการจำนวนเงินที่เกิดจากกิจกรรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการขายและการบริหาร เช่น ค่าเดินทางในการติดต่อประสานงานต่างๆ และ ค่าส่งสินค้าทางไปรษณีย์ที่เพิ่มขึ้นตามยอดขาย เป็นต้น

ตารางที่ 15 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

รายการ	เงินเดือน (บาท/ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเดินทาง	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
ค่าส่งไปรษณีย์	55,500	66,000	64,800	77,700	92,900
รวม	103,500	114,000	112,800	125,700	140,900

5.5.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

HandleHigh มีนโยบายจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาด ประมาณ 1.5% จากประมาณการยอดขายต่อปี โดยรายการค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้นทั้งหมด เน้นไปที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ตามแผนการตลาดที่ได้วางไว้ โดยช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางที่ใช้งบประมาณค่อนข้างต่ำแต่มีประสิทธิภาพสูงและหวังผลได้จริง

ตารางที่ 16 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	เงินเดือน (บาท/ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Facebook – Boost post	42,000	50,000	60,000	72,000	86,000
Facebook – Promote page	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
Website	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ถ่ายโฆษณา	34,000	45,000	59,000	76,000	95,000
รวม	101,000	120,000	144,000	173,000	206,000

5.6 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

นโยบายการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนของ HandleHigh มุ่งเน้นการเก็บเงินสดให้ได้มากที่สุด โดยในส่วนของลูกหนี้การค้า บริษัทฯ ไม่มีนโยบายการขายเชื่อให้กับลูกค้าปลีก และจะรับชำระเงินเป็นเงินสดเท่านั้น แต่ในกรณีของตัวแทนจำหน่ายที่เป็นลูกค้าทางธุรกิจและเป็นลูกค้าชั้นดี บริษัทสามารถอนุโลมได้ตามความเหมาะสม โดยมีระยะเวลาในการกำหนดชำระสูงสุด 0.2 เดือน หรือประมาณ 6 วัน

ในส่วนของเจ้าหนี้การค้ารายหลักของบริษัทฯ คือบริษัท เมืองทองอารมณ์ภัณฑ์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัท ได้มีการทำสัญญาระยะเวลาในการกำหนดชำระหนี้สูงสุด 1 เดือน และในส่วนของสต็อกสินค้าสำเร็จรูป บริษัทฯ มีนโยบายหมุนเวียนสินค้าภายใน 3 เดือน โดยเริ่มต้นตั้งแต่ผลิตสินค้าออกมาตลอดจนถึงการจัดจำหน่ายตามช่องทางที่วางไว้

ตารางที่ 17 ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน

0.2 เดือน หน่วย :บาท

ลูกหนี้การค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า	112,140	133,500	160,200	192,240	229,620
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	112,140	21,360	26,700	32,040	37,380

1 เดือน หน่วย :บาท

เจ้าหนี้การค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เจ้าหนี้การค้า	220,500	262,500	315,000	378,000	451,500
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	220,500	42,000	52,500	63,000	73,500

3 เดือน หน่วย :บาท

สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	661,500	787,500	945,000	1,134,000	1,354,500
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	661,500	126,000	157,500	189,000	220,500

5.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 18 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	6,728,400	8,010,000	9,612,000	11,534,400	13,777,200
ต้นทุนขาย					
- Motorcycle Jacket	1,512,000	1,800,000	2,160,000	2,592,000	3,096,000
- Body Armour	1,134,000	1,350,000	1,620,000	1,944,000	2,322,000
- ส่วนลดที่หักให้หน้าร้าน	596,850	711,000	1,066,500	1,279,800	1,528,650
รวมต้นทุนขาย	3,242,850	3,861,000	4,846,500	5,815,800	6,946,650
กำไรขั้นต้น	3,485,550	4,149,000	4,765,500	5,718,600	6,830,550
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	0	480,000	480,000	480,000	480,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	70,700	70,700	70,700	70,700	70,700
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	101,000	120,000	144,000	173,000	206,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	103,500	114,000	112,800	125,700	140,900
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	275,200	784,700	807,500	849,400	897,600
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	3,210,350	3,364,300	3,958,000	4,869,200	5,932,950
ภาษีเงินได้	642,070	672,860	791,600	973,840	1,186,590
กำไรสุทธิ	2,568,280	2,691,440	3,166,400	3,895,360	4,746,360

5.8 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 19 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	1,012,500	0	0	0	0
- ยอดขาย	6,728,400	8,010,000	9,612,000	11,534,400	13,777,200
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	220,500	42,000	52,500	63,000	73,500
รวมแหล่งที่มา (ก.)	7,961,400	8,052,000	9,664,500	11,597,400	13,850,700
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	353,500	0	0	0	0
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	3,242,850	3,861,000	4,846,500	4,663,980	6,946,650
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	204,500	714,000	736,800	778,700	826,900
- ภาษีเงินได้	642,070	672,860	791,600	973,840	1,186,590
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	112,140	21,360	26,700	32,040	37,380
- สต็อกสินค้าที่เพิ่มขึ้น	661,500	126,000	157,500	189,000	220,500
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	5,216,560	5,395,220	6,559,100	6,637,560	9,218,020
เงินสดคงเหลือ – ต้นงวด	0	2,744,840	5,401,620	8,507,020	12,315,040
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	2,744,840	2,656,780	3,105,400	3,808,020	4,632,680
เงินสดคงเหลือ – ปลายงวด	2,744,840	5,401,620	8,507,020	12,315,040	16,947,720

5.9 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 20 ประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	2,744,840	5,401,620	8,507,020	12,315,040	16,947,720
- ลูกหนี้การค้า	112,140	133,500	160,200	192,240	229,620
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	661,500	787,500	945,000	1,134,000	1,354,500
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,518,480	6,322,620	9,612,220	13,641,280	18,531,840
สินทรัพย์ถาวร					
- ยานพาหนะ	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	63,500	63,500	63,500	63,500	63,500
รวมสินทรัพย์ถาวร	353,500	353,500	353,500	353,500	353,500
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	70,700	141,400	212,100	282,800	353,500
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	282,800	212,100	141,400	70,700	0
รวมสินทรัพย์	3,801,280	6,534,720	9,753,620	13,711,980	18,531,840
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	220,500	262,500	315,000	378,000	451,500
รวมหนี้สิน	220,500	262,500	315,000	378,000	451,500
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	1,012,500	1,012,500	1,012,500	1,012,500	1,012,500
- กำไรสะสม	2,568,280	5,259,720	8,426,120	12,321,480	17,067,840
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,580,780	6,272,220	9,438,620	13,333,980	18,080,340
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,801,280	6,534,720	9,753,620	13,711,980	18,531,840

5.10 วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

ตารางที่ 21 อัตราผลตอบแทน

อัตราต้นทุนถัวเฉลี่ย (WACC)	7.5%
มูลค่าโครงการปัจจุบัน (NPV)	10,962,840 บาท
BC Ratio	12.73 เท่า
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	268.59%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	4เดือน 16วัน
จุดคุ้มทุน (Breakeven Point)	486,600 บาท

อัตราผลตอบแทนในตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า เมื่อใช้สมมติฐานค่า $k(i) = 7.5\%$ ในระยะโครงการแผนธุรกิจ 5ปี โครงการมีระยะเวลาคืนทุนสั้นมาก อีกทั้งมูลค่าโครงการปัจจุบันก็น่าพอใจ ดังนั้นเมื่อเทียบประมาณการผลตอบแทนกับเป้าหมายของนโยบายทางการเงินแล้ว แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนี้มีความน่าสนใจในการลงทุน

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

ในปัจจุบันแนวโน้มของอุตสาหกรรมจักรยานยนต์แนวคลาสสิกมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีผู้จับจี้จักรยานยนต์เป็นจำนวนมาก บริษัทฯจึงเล็งเห็นช่องว่างและโอกาสในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับจับจี้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ “HandleHigh” เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพอากาศร้อน ทำให้เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับจับจี้จักรยานยนต์ที่กำหนดในตลาดซึ่งส่วนมากผลิตขึ้นเพื่อใช้งานในสภาพอากาศหนาวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดีพอ อีกทั้งยังมีรูปแบบไม่เหมาะสมกับรูปทรงของจักรยานยนต์แนวคลาสสิกอีกด้วย HandleHigh จึงต้องการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยออกแบบสินค้าให้มีประสิทธิภาพการใช้งานเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งจากการสำรวจและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับจับจี้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกและนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh โดยเรียงตามลำดับความสำคัญได้คือ ดีไซน์สวยงาม ใช้งานได้จริงตามความเหมาะสม, ระบายอากาศได้ดี สวมใส่แล้วไม่ร้อน และคุณภาพของวัสดุและมาตรฐานการตัดเย็บ

โดยการลงทุนในโครงการแผนธุรกิจนี้ได้ก่อตั้งขึ้นโดยก่อตั้งและจดทะเบียนบริษัท ซึ่งมีผู้ร่วมทุนจำนวน 2 คน มีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 1,012,500 บาท และจัดสรรหุ้นเป็นจำนวน 101,250 หุ้นในราคาหุ้นละ 10 บาท ซึ่งเงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจไม่มีการกู้และเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยบริษัทฯจะจัดสรรเงินทุนเป็นค่าใช้จ่ายด้านต่างๆในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ, ค่าอุปกรณ์สำนักงาน, ค่าผลิตสินค้า และเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจเป็นต้น จากการลงทุนดังกล่าวทางบริษัทฯคาดการณ์และตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะสามารถขายสินค้าได้ 1,000 ตัว (รวมอุปกรณ์ป้องกัน) เป็นยอดขายทั้งสิ้นประมาณ 6,728,400 บาทคิดเป็นกำไรประมาณ 2,568,280 บาท ภายในปีแรก และจะมียอดขายเติบโตต่อเนื่องทุกปี ปีละ 20% จนถึงปีที่ 5 ซึ่งหากประเมินโครงการโดยใช้ค่า $k(i)$ เท่ากับ 7.5% แผนธุรกิจ HandleHigh จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10,962,840 บาท มีผลอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) เท่ากับ 268.59% และใช้ระยะเวลาคืนทุนโดยประมาณเพียง 4 เดือน 16 วัน

จากสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่า แผนธุรกิจนี้จะสามารถประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อมีความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ จึงควรศึกษาและสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอให้เกิดเป็นความเข้าใจลึกซึ้งซึ่งต่อรูปแบบและวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการออกแบบพัฒนาสินค้าให้มีความสอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อีกทั้งการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมช่วยให้แผนการและเป้าหมายที่ตั้งไว้ในระยะต่างๆ สามารถบรรลุผลได้ด้วยดี โดยเน้นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพโดดเด่นกว่าแบรนด์อื่นๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ๆ ตลอดจนถึงการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าและเกิดการซื้อซ้ำของลูกค้ากลุ่มเดิมในระยะยาว

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า แผนธุรกิจนี้ควรลงทุน เนื่องจากในปัจจุบันขณะที่อุตสาหกรรมจักรยานยนต์แนวคลาสสิกกำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น กลับยังไม่มีแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกโดยเฉพาะในประเทศไทย อีกทั้งยังไม่มีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อนได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น HandleHigh จึงควรใช้โอกาสนี้เป็นผู้เข้าสู่อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกรายแรกในประเทศไทย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการใช้งานในสภาพอากาศร้อน ตลอดจนใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- ไทยรัฐออนไลน์. 2558. “บีกไบค์ตลาดที่กำลังเติบโต” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thairath.co.th/clip/14667> (พฤศจิกายน 2558)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2558. “จักรยานยนต์รวมปี’ 58 อาจขยายตัวร้อยละ 1 ถึง 5 แต่บีกไบค์น่าจะยังโตได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.kasikomresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33407> (พฤศจิกายน 2558)
- Auto spin. 2557. “Triumph รีแบรนด์ดิ่ง โลโก้ใหม่ พร้อมปรับโครงสร้างราคาลง 30-40%” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.autospinn.com/2014/11/time2014-triumph-รีแบรนด์ดิ่ง-โลโก้ใหม่/ (พฤศจิกายน 2558)
- Belstaff. 2558. “Outerwear” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.belstaff.eu/men/outerwear/> (พฤศจิกายน 2558)
- Forcefield. 2558. “Technology” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.forcefieldbodyarmour.com/technology (พฤศจิกายน 2558)
- Inside CMMU. 2553. “Retro Marketing-อดีตที่เรียกคืนได้” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://inside.cm.mahidol.ac.th/bm/index.php/bm-on-stages/159-retro-marketing-1> (พฤศจิกายน 2558)



ภาคผนวก ก

การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

เพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย HandleHigh จึงทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสังเกต และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ใช้งานจักรยานยนต์คลาสสิก จำนวน 30 คน โดยมีกลุ่มคำถามหลัก ดังหัวข้อต่อไปนี้

Profile & Life style

- 1.) ข้อมูลส่วนตัว
- 2.) ความชอบส่วนตัวและงานอดิเรก
- 3.) กิจกรรมประจำวัน
- 4.) ช่องทางการรับข่าวสารข้อมูล
- 5.) การซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

Product

- 6.) เสื้อแจ็คเก็ตมีความสำคัญในการขับขี่จักรยานยนต์หรือไม่ อย่างไร
- 7.) โดยปกติแล้ว สวมใส่เสื้อแจ็คเก็ตขณะขับขี่จักรยานยนต์หรือไม่
- 8.) รูปแบบการแต่งกายที่ชอบ
- 9.) ควรแต่งกายให้สอดคล้องกับรูปแบบจักรยานยนต์ที่ขับขี่หรือไม่ เพราะอะไร
- 10.) คุณสมบัติของเสื้อแจ็คเก็ตที่ต้องการ
- 11.) อุปกรณ์ป้องกันมีความสำคัญในการขับขี่จักรยานยนต์หรือไม่ อย่างไร
- 12.) โดยปกติแล้ว สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันขณะขับขี่จักรยานยนต์หรือไม่
- 13.) คุณสมบัติของอุปกรณ์ป้องกันที่ต้องการ

Price

- 14.) ราคาเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาด ที่เหมาะสมและง่ายต่อการตัดสินใจ
- 15.) ราคาเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แบรนด์คนไทย ที่คิดว่าเหมาะสม และสะดวกต่อการตัดสินใจ

Place

- 16.) โดยปกติสวมใส่เสื้อแจ็กเก็ตขณะขี่จักรยานยนต์หรือไม่ ถ้าใส่ ใส่อย่างไร และตอนไหนบ้าง
- 17.) โดยปกติซื้อเสื้อผ้าและอุปกรณ์สำหรับขี่จักรยานยนต์ช่องทางใดบ้าง

ผลสรุปการวิจัย

จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสังเกต และสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ใช้งานจักรยานยนต์คลาสสิก จำนวน 30 คน โดยมีกลุ่มคำถามหลัก สามารถสรุปและวิเคราะห์ลักษณะและแนวความคิดสำคัญ โดยแบ่งตามหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

Profile & Life style

- 1.) อยู่ในช่วงอายุ 30-40ปี
- 2.) ชื่นชอบสินค้าสไตล์คลาสสิก เช่น เสื้อผ้า ยานพาหนะ การตกแต่งบ้าน เป็นต้น
- 3.) กิจกรรมประจำวันคือการทำงาน และ ขี่จักรยานยนต์เมื่อมีเวลาว่าง
- 4.) รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์มากที่สุด เช่น Website, Facebook, Line และ Instagram โดยรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆเช่น โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร น้อยมาก-ไม่เลย
- 5.) เคยซื้อของออนไลน์ โดยของส่วนมากของที่ซื้อคือ อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์ และ เสื้อผ้า เป็นต้น

Product

- 6.) เสื้อแจ็กเก็ตมีความสำคัญมากในการขี่จักรยานยนต์ เพราะ ช่วยกันแดด กันลม กันฝน และช่วยป้องกันการเสียดสีเวลาล้ม
- 7.) ปกติแล้วชอบสวมใส่เสื้อแจ็กเก็ตขณะขี่ แต่บางครั้งรู้สึกว่เสื้อร้อนเกินไปจึงไม่ใส่
- 8.) ชอบแต่งกายแนวคลาสสิก เรียบง่าย เช่น เสื้อยืด-กางเกงยีนส์
- 9.) คิดว่าการแต่งกายให้สอดคล้องกับรูปแบบจักรยานยนต์ที่ขี่ปั่นั้นเป็นเรื่องจำเป็นมาก เพราะจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และบุคลิกภาพให้ดูดี

- 10.) คุณสมบัติของเสื้อแจ็คเก็ตที่ต้องการ เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ
1. ดีไซน์สวยงาม ใช้งานได้จริงตามความเหมาะสม
 2. ระบายอากาศได้ดี สวมใส่แล้วไม่ร้อน
 3. คุณภาพของวัสดุคิบและมาตรฐานการตัดเย็บ
- 11.) อุปกรณ์ป้องกันมีความสำคัญในการขับขี่จักรยานยนต์ เพราะสามารถสร้างความมั่นใจ และช่วยป้องกันอุบัติเหตุได้ในบางกรณี เช่น ป้องกันได้เพียงในความเร็วในระดับที่ไม่สูงมาก ดังนั้นการป้องกันที่ดีที่สุดคือการขับขี่ในความเร็วที่เหมาะสมและไม่ประมาท
- 12.) สวมใส่อุปกรณ์ป้องกันเฉพาะเวลาขับขี่ทางไกล เช่น ขี่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด เป็นต้น
- 13.) อุปกรณ์ป้องกันต้องไม่หนาและไม่ร้อนเกินไป

Price

- 14.) ราคาที่ยินดีจ่ายสำหรับเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่มีในตลาด อยู่ที่ประมาณ 8,000 บาท ขึ้นไป โดยตัดสินใจตามคุณภาพและลักษณะการใช้งาน
- 15.) ส่วนมากไม่ได้สนใจว่าเป็นแบรนด์ไทยหรือต่างประเทศ แต่จะดูที่คุณภาพและรูปแบบของเสื้อแจ็คเก็ต ซึ่งคิดว่าราคาที่จ่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในช่วง 4,000 – 10,000 บาท

Place

- 16.) ปกติสวมเสื้อแจ็คเก็ตเป็นประจำเวลาขับขี่จักรยานยนต์ แต่จะใส่เสื้อแจ็คเก็ตที่มีอุปกรณ์ป้องกันเวลาเฉพาะเวลาขี่ไปต่างจังหวัดและเดินทางไกล
- 17.) โดยปกติการซื้อเสื้อผ้าและอุปกรณ์ต่างๆ จะซื้อออนไลน์ต่อเมื่อสินค้าถูกใจและต้องการจริงๆ แต่ไม่สะดวกไปพบผู้ขาย และมักจะไปซื้อที่ร้านเมื่อเป็นสินค้าทั่วไป เพราะสามารถทดลองสวมใส่ได้

ภาคผนวก ข**Body Armour Technical Report**

เอกสารรับรองการทดสอบการป้องกันแรงกระแทก ของอุปกรณ์ป้องกัน Forcefield Body Armour ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขีปนาวุธ HandleHigh โดยผลการทดลองแสดงถึงมาตรฐานการป้องกันระดับ CE level 1 ซึ่งตรงตามคุณสมบัติของมาตรฐาน CE จากสหภาพยุโรป



ภาคผนวก ก

สถิติการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่โดยแยกยี่ห้อ

สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายกับกรมการขนส่งทางบก สังกัดกระทรวงคมนาคมโดยแยกยี่ห้อ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงปริมาณของจักรยานยนต์ แนวคลาสสิกที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพียงพอต่อการรองรับการเติบโตของธุรกิจ HandleHigh สังกัดได้จากยี่ห้อที่เติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเช่น Harley Davidson, Vespa และ Triumph ซึ่งเป็นผู้นำตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิก

สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนโดยแยกยี่ห้อรถ ปี พ.ศ. 2553
ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12)

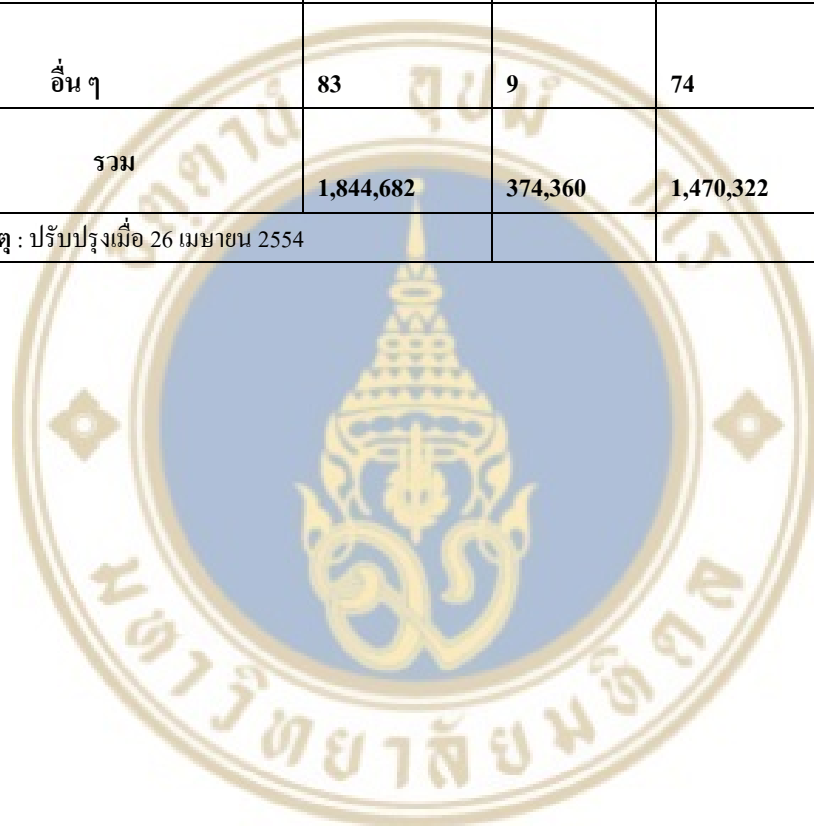
ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	101SAVE	-	-	-
2	AJ	5	-	5
3	BMW	197	179	18
4	CAGIVA	5	1	4
5	CIVICA	-	-	-
6	DAGON	26	25	1
7	DAI-O	50	49	1

8	DUCATI	173	172	1
9	EAGLE	2	-	2
10	E-BIKE	-	-	-
11	ELECTA	2	-	2
12	EVT	1	1	-
13	GARUDA	-	-	-
14	GUSTO	4	2	2
15	HAOREN	-	-	-
16	HARDE	43	-	43
17	HARLEY DAVIDSON	162	162	-
18	HAYAKU	-	-	-
19	HKMCO	16	16	-
20	HONDA	1,258,549	239,414	1,019,135
21	J.DAI	5	-	5
22	VESPA	601	441	160
23	JIALING	32	-	32

24	JIAXIANG	2	-	2
25	JOMDA	17	11	6
26	JRD	578	111	467
27	JUMP	-	-	-
28	KAWASAKI	19,971	5,464	14,507
29	KOZAWA	101	101	-
30	LION	13	4	9
31	LUCKY LION	18	-	18
32	M BIKE	1,425	341	1,084
33	MEADOW	5	2	3
34	MZ	42	34	8
35	NAKARIES	15	4	11
36	PENGUIN	-	-	-
37	PHOEBUS	-	-	-
38	PHOENIX	-	-	-
39	PIAGGIO	17	6	11

40	PLATINUM	664	154	510
41	RD	4	-	4
42	R-REX	8	2	6
43	RYUKA	12,120	1,047	11,073
44	SACHS	153	94	59
45	SKYWING	-	-	-
46	STALLION	1,273	658	615
47	SUN	12	-	12
48	SUZUKI	66,103	9,751	56,352
49	T-UNITED	-	-	-
50	T-BIKE	12	-	12
51	TIGER	2,297	671	1,626
52	TOYOTRON	156	83	73
53	TRIUMPH	83	77	6
54	VARETA	18	-	18
55	VESTOR	4	-	4

56	VIVACE	654	15	639
57	XINFU	35	35	-
58	YAMAHA	478,926	115,224	363,702
59	YES	-	-	-
60	อื่น ๆ	83	9	74
	รวม	1,844,682	374,360	1,470,322
หมายเหตุ : ปรับปรุงเมื่อ 26 เมษายน 2554				



สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนโดยแยกยี่ห้อรถ ปี พ.ศ. 2554

ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12)

ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	10ISAVE	-	-	-
2	AJ	-	-	-
3	BMW	186	172	14
4	CAGIVA	3	-	3
5	CIVICA	-	-	-
6	DAGON	3	3	-
7	DAI-O	9	9	-
8	DUCATI	270	270	-
9	EAGLE	13	11	2
10	E-BIKE	2	2	-
11	ELECTA	3	-	3
12	EVT	3	3	-
13	GARUDA	-	-	-

14	GREENBIKE	22	-	22
15	GUSTO	1	1	-
16	HAOREN		- -	-
17	HARDE	34	-	34
18	HARLEY DAVIDSON	235	235	-
19	HAYAKU		- -	-
20	HKMCO	81	81	-
21	HONDA	1,381,237	244,564	1,136,673
22	J.DAI		- -	-
23	JIALING	24	-	24
24	JIAXIANG	3	-	3
25	JOMDA	9	5	4
26	JRD	389	236	153
27	JUMP	3	-	3
28	KAWASAKI	30,795	8,509	22,286
29	KOZAWA	16	13	3

30	LIFAN	1,824	14	1,810
31	LION	-	-	-
32	LUCKY LION	3	-	3
33	M BIKE	3,325	406	2,919
34	MEADOW	8	7	1
35	MZ	101	36	65
36	NAKARIES	5	2	3
37	PENGUIN	-	-	-
38	PHOEBUS	-	-	-
39	PHOENIX	-	-	-
40	PIAGGIO	46	23	23
41	PLATINUM	745	347	398
42	RD	-	-	-
43	R-REX	7	-	7
44	RYUKA	14,383	753	13,630
45	SACHS	35	12	23

46	SKYWING	23	8	15
47	STALLION	3,337	764	2,573
48	SUN	6	-	6
49	SUZUKI	78,835	8,156	70,679
50	T-UNITED	-	-	-
51	T-BIKE	4	-	4
52	TIGER	1,992	215	1,777
53	TOYOTRON	81	43	38
54	TRIUMPH	112	85	27
55	VARETA	4	-	4
56	VESPA	1,954	765	1,189
57	VESTOR	-	-	-
58	VIVACE	159	1	158
59	XINFU	-	-	-
60	YAMAHA	481,355	111,195	370,160
61	YES	-	-	-

62	อื่น ๆ	560	195	365
รวม		2,002,245	377,141	1,625,104



สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนโดยแยกยี่ห้อรถ ปี พ.ศ. 2555

ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12)

ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	10ISAVE	-	-	-
2	AJ	-	-	-
3	BMW	237	207	30
4	CAGIVA	4	-	4
5	CIVICA	-	-	-
6	DAGON	-	-	-
7	DAI-O	-	-	-
8	DUCATI	1,255	1,254	1
9	EAGLE	1	-	1
10	E-BIKE	-	-	-
11	ELECTA	-	-	-
12	EVT	14	14	-
13	GARUDA	1	-	1

14	GREENBIKE	-	-	-
15	GUSTO	6	5	1
16	HAOREN	-	-	-
17	HARDE	23	-	23
18	HARLEY DAVIDSON	502	502	-
19	HAYAKU	-	-	-
20	HKMCO	86	85	1
21	HONDA	1,481,687	282,559	1,199,128
22	J.DAI	-	-	-
23	JIALING	10	-	10
24	JIAXIANG	1	-	1
25	JOMDA	-	-	-
26	JRD	63	29	34
27	JUMP	-	-	-
28	KAWASAKI	34,549	10,694	23,855
29	KOZAWA	1	1	-

30	LIFAN	5,834	156	5,678
31	LION	-	-	-
32	LUCKY LION	1	-	1
33	M BIKE	4,225	478	3,747
34	MEADOW	1	1	-
35	MZ	116	24	92
36	NAKARIES	6	4	2
37	PENGUIN	-	-	-
38	PHOEBUS	-	-	-
39	PHOENIX	-	-	-
40	PIAGGIO	67	29	38
41	PLATINUM	661	150	511
42	RD	-	-	-
43	R-REX	1	-	1
44	RYUKA	17,084	1,099	15,985
45	SACHS	14	1	13

46	SKYWING	18	2	16
47	STALLION	3,502	805	2,697
48	SUN	-	-	-
49	SUZUKI	76,097	9,510	66,587
50	T-UNITED	-	-	-
51	T-BIKE	2	-	2
52	TIGER	1,554	231	1,323
53	TOYOTRON	47	35	12
54	TRIUMPH	108	72	36
55	VARETA	-	-	-
56	VESPA	4,320	1,560	2,760
57	VESTOR	7	-	7
58	VIVACE	74	3	71
59	XINFU	-	-	-
60	YAMAHA	489,316	131,887	357,429
61	YES	-	-	-

62	อื่น ๆ	4,151	761	3,390
	รวม	2,125,646	442,158	1,683,488



สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนโดยแยกยี่ห้อรถ ปี พ.ศ. 2556

ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12)

ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	10ISAVE	-	-	-
2	AJ	-	-	-
3	BIGBULL	438	4	434
4	BMW	378	329	49
5	CAGIVA	3	-	3
6	CIVICA	-	-	-
7	DAGON	-	-	-
8	DAI-O	-	-	-
9	DUCATI	2,367	2,341	26
10	EAGLE	2	-	2
11	E-BIKE	-	-	-
12	ELECTA	-	-	-
13	EVT	-	-	-

14	GARUDA	-	-	-
15	GPX	491	35	456
16	GREENBIKE	-	-	-
17	GUSTO	16	16	-
18	HAOREN	-	-	-
19	HARDE	3	-	3
20	HARLEY DAVIDSON	1,005	1,003	2
21	HAYAKU	-	-	-
22	HKMCO	75	75	-
23	HONDA	1,488,808	306,761	1,182,047
24	J.DAI	-	-	-
25	JIALING	5	-	5
26	JIAXIANG	-	-	-
27	JOMDA	-	-	-
28	JRD	33	14	19
29	JUMP	-	-	-

30	KAWASAKI	44,602	15,923	28,679
31	KOZAWA	-	-	-
32	KTM	184	113	71
33	LIFAN	4,463	108	4,355
34	LION	-	-	-
35	LML	26	6	20
36	LUCKY LION	1	-	1
37	M BIKE	1,699	111	1,588
38	MEADOW	1	-	1
39	MZ	25	1	24
40	NAKARIES	4	2	2
41	PENGUIN	-	-	-
42	PHOEBUS	-	-	-
43	PHOENIX	-	-	-
44	PIAGGIO	128	63	65
45	PLATINUM	544	286	258

46	RD	-	-	-
47	R-REX	-	-	-
48	RYUKA	11,748	936	10,812
49	SACHS	3	2	1
50	SKYWING	6	-	6
51	STALLION	1,709	553	1,156
52	SUN	1	-	1
53	SUZUKI	52,732	7,548	45,184
54	SYM	2,207	290	1,917
55	T-UNITED	-	-	-
56	T-BIKE	-	-	-
57	TIGER	1,113	261	852
58	TOYOTRON	23	13	10
59	TRIUMPH	192	137	55
60	VARETA	-	-	-
61	VESPA	6,675	2,113	4,562

62	VESTOR	-	-	-
63	VIVACE	13	2	11
64	XINFU	-	-	-
65	YAMAHA	372,506	106,687	265,819
66	YES	-	-	-
67	อื่น ๆ	4,819	751	4,068
	รวม	1,999,048	446,484	1,552,564

สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนโดยแยกยี่ห้อรถ ปี พ.ศ. 2557

ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12)

ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	10ISAVE	-	-	-
2	AJ	-	-	-
3	BENELLI	220	123	97
4	BIGBULL	236	5	231
5	BMW	603	501	102
6	CAGIVA	6	2	4
7	CIVICA	-	-	-
8	DAGON	-	-	-
9	DAI-O	-	-	-
10	DUCATI	2,772	2,690	82
11	EAGLE	-	-	-
12	E-BIKE	-	-	-
13	ELECTA	-	-	-

14	EVT	28	28	-
15	GARUDA		-	-
16	GPX	3,796	228	3,568
17	GREENBIKE		-	-
18	GUSTO	1	-	1
19	HAOREN		-	-
20	HARDE	11	-	11
21	HARLEY DAVIDSON	578	575	3
22	HAYAKU		-	-
23	HKMCO	4	4	-
24	HONDA	1,354,549	294,779	1,059,770
25	J.DAI		-	-
26	JIALING	1	-	1
27	JIAXIANG		-	-
28	JOMDA		-	-
29	JRD	5	2	3

30	JUMP	-	-	-
31	KAWASAKI	35,663	13,695	21,968
32	KEEWAY	2,692	449	2,243
33	KOZAWA	-	-	-
34	KTM	392	240	152
35	LIFAN	4,564	374	4,190
36	LION	-	-	-
37	LML	152	92	60
38	LUCKY LION	-	-	-
39	M BIKE	907	50	857
40	MEADOW	-	-	-
41	MZ	3	2	1
42	NAKARIES	1	1	-
43	PENGUIN	-	-	-
44	PHOEBUS	-	-	-
45	PHOENIX	-	-	-

46	PIAGGIO	64	25	39
47	PLATINUM	710	500	210
48	RD	-	-	-
49	R-REX	-	-	-
50	RYUKA	13,872	1,938	11,934
51	SACHS	-	-	-
52	SKYWING	-	-	-
53	STALLION	4,539	2,518	2,021
54	SUN	1	-	1
55	SUZUKI	39,876	6,920	32,956
56	SYM	1,438	194	1,244
57	T -UNITED	-	-	-
58	T-BIKE	1	-	1
59	TIGER	1,306	440	866
60	TOYOTRON	120	44	76
61	TRIUMPH	292	184	108

62	VARETA	-	-	-
63	VESPA	7,958	2,684	5,274
64	VESTOR	-	-	-
65	VIVACE	10	-	10
66	XINFU	-	-	-
67	YAMAHA	221,080	62,892	158,188
68	YES	-	-	-
69	อื่นๆ	767	116	651
	รวม	1,699,218	392,295	1,306,923

สถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียนโดยแยกยี่ห้อรถ ปี พ.ศ. 2558

ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12) ถึงเดือนตุลาคม

ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	10ISAVE	-	-	-
2	AJ	-	-	-
3	BENELLI	2,204	885	1,319
4	BIGBULL	70	1	69
5	BMW	965	746	219
6	CAGIVA	1	-	1
7	CIVICA	-	-	-
8	DAGON	-	-	-
9	DAI-O	-	-	-
10	DUCATI	2,595	2,505	90
11	EAGLE	-	-	-
12	E-BIKE	-	-	-
13	ELECTA	-	-	-

14	EVT	4	4	-
15	GARUDA		-	-
16	GPX	9,989	2,873	7,116
17	GREENBIKE		-	-
18	GUSTO		-	-
19	HAOREN		-	-
20	HARDE	4	-	4
21	HARLEY DAVIDSON	392	369	23
22	HAYAKU		-	-
23	HKMCO		-	-
24	HONDA	1,146,163	251,168	894,995
25	J.DAI	5	-	5
26	JIALING		-	-
27	JIAXIANG		-	-
28	JOMDA		-	-
29	JRD	8	-	8

30	JUMP	-	-	-
31	KAWASAKI	21,829	8,492	13,337
32	KEEWAY	1,740	529	1,211
33	KOZAWA	16	16	-
34	KTM	407	224	183
35	LIFAN	3,779	391	3,388
36	LION	1	-	1
37	LML	186	117	69
38	LUCKY LION	-	-	-
39	M BIKE	262	23	239
40	MEADOW	-	-	-
41	MZ	1	1	-
42	NAKARIES	-	-	-
43	NKT	1,174	192	982
44	PENGUIN	4	-	4
45	PHOEBUS	-	-	-

46	PHOENIX	-	-	-
47	PIAGGIO	18	7	11
48	PLATINUM	201	150	51
49	RD	-	-	-
50	R-REX	1	-	1
51	RYUKA	8,007	1,409	6,598
52	SACHS	-	-	-
53	SKYWING	-	-	-
54	STALLION	8,103	4,179	3,924
55	SUN	-	-	-
56	SUZUKI	25,383	4,211	21,172
57	SYM	702	113	589
58	T-UNITED	-	-	-
59	T-BIKE	-	-	-
60	TIGER	96	9	87
61	TOYOTRON	11	11	-

62	TRIUMPH	1,270	911	359
63	VARETA	1	-	1
64	VESPA	7,752	3,252	4,500
65	VESTOR	-	-	-
66	VIVACE	6	-	6
67	WUYANG HONDA	2	2	-
68	XINFU	-	-	-
69	YAMAHA	173,514	53,090	120,424
70	YES	-	-	-
71	อื่น ๆ	88	78	10
	รวม	1,416,954	335,958	1,080,996

ภาคผนวก ง
ใบเสนอราคาสำหรับตัวแทนจำหน่าย



Model : Field Jacket

Colour : Charcoal, Umber, Military Green

Size : XS, S, M, L, XL

เสื้อแจ็คเก็ตมอเตอร์ไซค์ตัวแรกจาก HandleHigh ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเสื้อมอเตอร์ไซค์คลาสสิกในอดีต แต่นำมาปรับให้เข้ากับยุคสมัย และเหมาะกับการใช้งานในสภาพอากาศร้อน

Detail

Outer shell - Polyester 100%

มีความแข็งแรง เบา ทนทาน และดูแลรักษาได้ง่าย อีกทั้งยังมีความสามารถในการกันน้ำ เข้ามาแทนที่ ผ้า Waxed cotton หรือหนังแท้ ที่ร้อน และดูแลรักษาได้ยาก

Lining - Cotton 100%

ช่วยในการระบายอากาศและดูดซับความชื้นขณะสวมใส่ ทำให้รู้สึกสบายตลอดการขับขี่

เรียน
เรื่อง เสนอราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ HandleHigh

HandleHigh ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่มอเตอร์ไซค์ ซึ่งออกแบบเพื่อให้เหมาะสมสำหรับการขับขี่ในสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ

โดยทาง HandleHigh มีความยินดีขอเสนอสินค้าดังรายละเอียดในใบรายการสินค้าที่แนบมา และมีความยินดีมอบส่วนลดให้แก่ท่านดังเงื่อนไขดังต่อไปนี้

ส่วนลด Motorcycle Jacket

ส่วนลด	จำนวนขั้นต่ำ (ซื้อครั้งแรก)	จำนวนขั้นต่ำ (ซื้อครั้งถัดไป)	ยอดรวม ภายใน 2 เดือน
20%	10	2 ตัวขึ้นไป	10
25%	20	4 ตัวขึ้นไป	20
30%	30	6 ตัวขึ้นไป	30

** ผู้ซื้อต้องสั่งซื้อ Body Armour จำนวนครึ่งหนึ่งของจำนวน Motorcycle jacket ที่สั่งซื้อ โดยจะได้รับส่วนลด 15%

การรับประกันสินค้า

- ** รับประกันสินค้า โดยยินดีเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้ กรณีสินค้ามีความบกพร่องจากการผลิต
- ** ไม่รวมกรณี การชำรุดจากการทดลองสวมใส่, การใช้งานผิดวิธี และ จัดเก็บไม่เหมาะสม

ด้วยความเคารพ

HandleHigh

099-256-0606

Handlehigh.th@gmail.com

ภาคผนวก จ

การทดลอง Boost Post


HandleHigh ได้ผลิตสินค้าออกมาทั้งหมด 30 ตัว เพื่อทำการทดลองจำหน่ายในช่องทาง E-Commerce โดยเลือกใช้ Facebook เป็นช่องทางหลักในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า เนื่องจากเป็นสื่อออนไลน์ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้งานมากที่สุด จึงได้ข้อมูลทางการตลาดดังต่อไปนี้




Post Details Reported stats may be delayed from what appears on posts X

HandleHigh added 14 new photos to the album: HandleHigh Field Jacket.
Published by Boonchart Boonchusanong [?] · 18 September at 22:01 · 🌐

"HandleHigh" Motorcycle Jacket ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองวิถีแห่งความคลาสสิก ซึ่งเน้นการใช้งานในสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพด้านความปลอดภัย โดยยังคงภาพลักษณ์ที่ดูคลาสสิกแต่มีความร่วมสมัย ช่วยสร้างความมั่นใจไปพร้อมกับคุณในทุกๆเส้นทาง

Limited Lifetime Warranty
<https://www.facebook.com/handlehigh/photos/a.1633274963588679.1073741844.1575301136052729/1633275013588674/?type=3&theater...>
See More



68,464 People Reached

935 Likes, Comments & Shares

811 Likes	811 On Post	0 On Shares
76 Comments	76 On Post	0 On Shares
48 Shares	48 On Post	0 On Shares

18,387 Post Clicks

16,985 Photo views	48 Link clicks	1,354 Other Clicks 📊
------------------------------	--------------------------	--------------------------------

NEGATIVE FEEDBACK

2 Hide Post	1 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page

68,464 people reached View Results

811 Likes 31 Comments 48 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

ตัวเลขที่มีนัยสำคัญในการนำไปใช้ทำประมาณการงบประมาณ และประมาณการยอดขายในอนาคต

Budget (งบประมาณในการโฆษณา)	: 1,250 บาท
Timing (ระยะเวลาในการโฆษณา)	: 9 วัน
Reach (จำนวนผู้เข้าถึงโฆษณา)	: 68,464 คน
Like (จำนวนผู้กดถูกใจโฆษณา)	: 811 คน
Contact (จำนวนผู้สนใจและติดต่อกลับ)	: 54 คน
Jacket (จำนวนเสื้อแจ็กเก็ตที่จำหน่าย)	: 30 ตัว
Body Armour (จำนวนอุปกรณ์ป้องกันที่จำหน่าย)	: 22 เซ็ต
Sales (ยอดขาย)	: 199,000 บาท

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาวิเคราะห์เป็นอัตราความสำเร็จในการโฆษณาได้ดังต่อไปนี้

Like / Reach	1.184 %
Contact / Like	6.658 %
Jacket / Reach	0.043 %
Jacket / Like	3.699 %
Jacket / Contact	55.555 %
Body Armour / Jacket	73.333 %

จากเป้าหมายที่วางไว้ คือต้องการขายเสื้อแจ็กเก็ตให้ได้ 1,000 ตัว ภายในระยะเวลา 1 ปีแรก จึงสามารถคำนวณหาตัวเลขที่มีนัยสำคัญ ที่จะทำให้เป้าหมายประสบผลสำเร็จได้ดังต่อไปนี้

Budget	1,250 THB	x 33.33	41,662.5 THB
Timing	9 Days		299.97 Days
Reach	68,464 Users		2,281,905.12 Users
Like	811 Users		27,030 Users
Contact	54 Users		1,799.82 Users
Jacket	30 Units		1,000 Units
Body Armour	22 Units		73.333 Units
Sales	199,000 THB		6,632,670 THB

จากตารางดังกล่าว สามารถสรุปผลได้ว่า ต้องใช้งบในการโฆษณาผ่านทาง Facebook ประมาณ 41,662.5 บาท โดยมีระยะเวลาในการโฆษณาประมาณ 300 วัน จึงจะได้ยอดขายเสื้อแจ็กเก็ตจำนวน 1,000 ตัว ตามที่วางเป้าหมายไว้

โดยจำนวนยอดคนที่กดถูกใจอยู่ที่ 27,030 คน ซึ่งคาดการณ์ว่าคนที่กดถูกใจคือ ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายของ HandleHigh ดังนั้นจึงต้องมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในตลาดมากกว่าจำนวนนี้ HandleHigh จึงใช้ข้อมูลสถิติกรณณ์ที่จดทะเบียนใหม่ในระบบของกรมขนส่งทางบก เพื่อพิสูจน์และระบุขนาดตลาดที่มีอยู่จริง โดยคัดเลือกข้อมูลจากยี่ห้อที่เป็นมอเตอร์ไซค์คลาสสิกเท่านั้น

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Half 2015	total
Harley- Davidson	122	121	162	235	502	1,005	578	199	2,924
Triumph	72	70	83	112	108	192	292	149	1,078
Vespa			601	1,954	4,320	6,675	7,958	4,558	26,066
total	194	191	846	2,301	4,930	7,872	8,828	4,906	30,068
growth per year				63 %	53 %	37 %	11 %	10 % ?	

จากตารางด้านบนจะเห็นได้ว่า มีมอเตอร์ไซค์คลาสสิกกว่า 30,068 คันที่จดทะเบียนในช่วง 7-8ปีที่ผ่านมา โดยยังมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากตัวเลขดังกล่าวนี้ ยังไม่รวมมอเตอร์ไซค์คลาสสิกที่เป็นรถโบราณจริงๆอีกหลายแบรนด์ที่ไม่สามารถค้นหาข้อมูลในระบบได้ อีกทั้งยังมีมอเตอร์ไซค์ที่ไม่ได้จดทะเบียนกับกรมการขนส่งทางบกอย่างถูกต้องตามกฎหมายอีกเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ HandleHigh นั้นมีอยู่จริง และมีปริมาณเพียงพอต่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต