

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ
เพื่อแจ้งเกิดสำหรับข้อชี้จรรยาบรรณต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน
“HandleHigh”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์แนว
คลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน “HandleHigh”

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2558



นายบุญชาติ บุญชูสนอง
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

พันธ์ภัทร์ เสวตภาณุวงศ์

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

กณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติชัย ราชมหา

M.Acc.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องเสื่อแจ๊คเก็ตสำหรับจับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกสำหรับสภาพอากาศร้อน “HandleHigh” ฉบับนี้ถูกลงไปได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วิชาสา, อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาครั้งนี้ที่ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของการศึกษานี้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บริษัท เมืองทองอารมณ์ภัณฑ์ จำกัด ที่ให้ความสนับสนุนในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจนสำเร็จถูกลงไปได้ด้วยดี ตลอดจนถึงกลุ่มผู้จับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่ให้ความร่วมมือ เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อแสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำ เพื่อใช้ในการพัฒนาแผนธุรกิจนี้

คณะผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของคณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่คณะผู้วิจัย ท้ายที่สุดนี้ทางคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางให้แก่ผู้สนใจที่จะทำการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขออภัยไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

บุญชาติ บุญชูสนอง

บทสรุปผู้บริหาร

จักรยานยนต์แนวคลาสสิก เป็นผลผลิตจากกลยุทธ์ทางการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก การออกแบบที่มีความสวยงามแบบดั้งเดิม ผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่ ส่งผลให้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกได้รับความนิยมจากผู้ขับขี่จักรยานยนต์ทั่วโลกยาวนานติดต่อกันหลายทศวรรษ

ซึ่งในประเทศไทยเองก็เช่นกัน จักรยานยนต์แนวคลาสสิกมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในระยะเวลาปีที่ผ่านมา ยอดขายจักรยานยนต์แนวคลาสสิกเติบโตตามยอดขายจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ รวมถึงค่ายจักรยานยนต์ชั้นนำต่างก็หันมาลงทุนในจักรยานยนต์แนวคลาสสิกมากขึ้นในประเทศไทย ดังนั้นกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกจึงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้ใช้งานร่วมกันเช่น อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์ และ เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ เป็นต้น

แต่ในขณะที่อุตสาหกรรมจักรยานยนต์แนวคลาสสิกกำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น กลับยังไม่มีแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกโดยเฉพาะภายในประเทศไทย อีกทั้งยังไม่มีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม เพราะการขับขี่จักรยานยนต์ในสภาพอากาศร้อนเช่นประเทศไทยนั้น จำเป็นที่จะต้องสวมใส่เสื้อแจ็คเก็ตที่มีความสามารถในการระบายอากาศได้ดี แต่เสื้อแจ็คเก็ตในตลาดเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศที่เน้นการใช้งานในสภาพอากาศหนาวเย็น จึงมีคุณสมบัติไม่เหมาะสมและยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน จากสถานการณ์ของตลาดดังกล่าว ผู้ถือหุ้นจึงเล็งเห็นโอกาสในการเริ่มธุรกิจเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน

ด้วยปัจจัยและเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ทางกลุ่มผู้ก่อตั้งมีความสนใจในธุรกิจเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับการใช้งานในสภาพอากาศร้อน โดยทางกลุ่มได้รับความช่วยเหลือจาก บริษัท เมืองทองอาหารภัณฑ์ จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานสิ่งทอของครอบครัวหนึ่งในสมาชิกในกลุ่ม ช่วยให้คำปรึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตลอดจนสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นสมบูรณ์พร้อมจัดจำหน่ายสู่ตลาด และสร้างแบรนด์ HandleHigh ซึ่งเป็นแบรนด์แรกที่จัดจำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับภูมิภาคที่มีสภาพอากาศร้อนชื้นในประเทศไทย

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

จากการเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก ทางกลุ่มจึงต้องการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้แพร่หลายแก่ผู้จับจี้จักรยานยนต์แนวคลาสสิก โดยการเริ่มทดลองจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรงด้วยวิธีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก อีกทั้งยังมีกลยุทธ์ที่ใช้สำหรับสร้างการรับรู้และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุม ด้วยวิธีเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์ อีกทั้งยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายตามจังหวัดที่สำคัญภายในประเทศ และคาดว่าจะสามารถครองใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก ตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าของ HandleHigh ทำให้ HandleHigh เป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับจับจี้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกอันดับหนึ่งในใจของผู้บริโภค ในภูมิภาคที่มีอากาศร้อนและในประเทศไทยตลอดไป



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 ปัญหาในตลาดปัจจุบัน	2
1.3 โอกาสในตลาดปัจจุบัน	2
1.4 สรุปแนวคิด	5
บทที่ 2 สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	6
2.1 สภาพแวดล้อมของธุรกิจ	6
2.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	6
2.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ (Political Factor)	6
2.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	7
2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)	7
2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)	8
2.3 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด	8
2.3.1 จุดแข็ง (Strenghts)	8
2.3.2 จุดอ่อน (Weakness)	9
2.3.3 โอกาส (Opportunities)	9
2.3.4 อุปสรรค (Threat)	11
บทที่ 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมการแข่งขัน	13
3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	13

สารบัญ (ต่อ)

	3.1.1 การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)	13
	3.1.2 อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Supplies)	13
	3.1.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)	14
	3.1.4 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)	14
	3.1.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)	15
	3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	15
	3.2.1 คู่แข่งขันทางตรง (Brand Competition)	15
	3.2.2 คู่แข่งขันที่มีสินค้าประเภทเดียวกัน (Product form Competition)	17
	3.2.3 คู่แข่งขันทางอ้อม (Product Category Competition)	18
	3.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	18
	3.3.1 การเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก (Customer Market Advantage)	18
	3.3.2 ความแตกต่างของสินค้า (Differentiate Product Advantage)	18
	3.3.3 ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ (Experience and Expertise)	19
	3.3.4 คุณภาพกับราคาจำหน่าย (Quality and Pricing)	19
	3.3.5 การเจาะจงในตลาด (Niche Market)	19
บทที่ 4	แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	20
	4.1 ภาพรวมของบริษัท	20
	4.2 รูปแบบธุรกิจ	21
	4.3 ลักษณะของสินค้า	22
	4.3.1 เสื้อแจ็คเก็ต	22
	4.3.2 อุปกรณ์ป้องกัน	24
	4.4 ลักษณะการบริการ	27
	4.4.1 วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	27
	4.4.2 วิธีการสั่งซื้อช่องทางอื่นๆ	28
	4.5 มูลค่าที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการ	28
บทที่ 5	การศึกษากลุ่มเป้าหมาย	30
	5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	30

สารบัญ (ต่อ)

5.1.1	กลุ่มลูกค้าหลัก (Primary Target customers)	30
5.1.2	กลุ่มลูกค้ารอง (Secondary Target customers)	31
5.2	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	31
5.3	การวางตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning)	33
บทที่ 6	บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ	34
	บรรณานุกรม	36
	ภาคผนวก	37
	ภาคผนวก ก การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค	38
	ภาคผนวก ข Body Armour Technical Report	41
	ภาคผนวก ค สถิติการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่โดยแยกยี่ห้อ	48
	ประวัติผู้วิจัย	78



สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1 ช่องทางการจัดจำหน่าย

22



สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1	โลโก้และเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ของ Belstaff	16
2	โลโก้และเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์ของ Barbour	16
3	โลโก้แบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขั้วจักรยานยนต์ซึ่งเป็นคู่แข่งกันที่มี สินค้าประเภทเดียวกัน	17
4	ตราสินค้าของ HandleHigh	21
5	แผนผังกระบวนการทางธุรกิจของ HandleHigh	21
6	เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขั้วจักรยานยนต์แนวคลาสสิก HandleHigh รุ่น Field Jacket	23
7	อุปกรณ์ป้องกัน Forcefield Body Armour	25
8	เทคโนโลยี NITREX EVO® ของ Forcefield Body Armour	26
9	วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	27
10	Perceptual Map ของ HandleHigh	33

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

“จักรยานยนต์แนวคลาสสิก” เป็นผลผลิตจากกลยุทธ์ทางการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) ที่ประสบความสำเร็จมากในปัจจุบัน ตัวจักรยานยนต์จะถูกออกแบบให้มีลักษณะและรูปร่างย้อนยุค 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 ราคาเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาดค่อนข้างสูง

จากการสำรวจตลาดโดยการลงพื้นที่จริง พบว่าอุปกรณ์และเครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาดประเทศไทย ทั้งในส่วนร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ส่วนมากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศจึงมีราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในส่วนของเสื้อแจ็กเก็ต หากเป็นเสื้อแจ็กเก็ตจากแบรนด์ที่มีมาตรฐานและได้รับความนิยม ส่วนมากราคาจะเริ่มต้นที่ประมาณ 10,000 บาทขึ้นไป และมีราคาสูงสุดประมาณ 40,000 บาท

1.2.2 วัสดุและการออกแบบที่ไม่เหมาะสมกับประเทศไทย

เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนมากถูกผลิตขึ้นเพื่อใช้ในประเทศที่มีสภาพอากาศหนาว ดังนั้นจึงมีวัสดุชั้นนอกที่หนา โดยส่วนมากมักจะใช้เป็นหนังหรือผ้าเนื้อหนา อีกทั้งยังมีซิปในหลายชั้น ซึ่งไม่เหมาะกับการใช้งานในประเทศเขตร้อน ที่มีสภาพอากาศร้อนเกือบตลอดทั้งปี อย่างประเทศไทย

1.2.3 ลักษณะการใช้งานไม่เหมาะกับการใช้ในชีวิตประจำวัน

เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ส่วนมากที่นำเข้าจากต่างประเทศ 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 ดังนั้นเสื้อแจ็กเก็ต

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 นำโมเดลเก่ารุ่น 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 ซึ่งพบปัญหาและโอกาสในตลาดดังกล่าวมาเบื้องต้น ทำให้ทางกลุ่มเล็งเห็น โอกาสและคิดผลิตภัณฑ์ “HandleHigh” เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก ช่วยแก้ปัญหาด้านการระบายอากาศ และออกแบบรูปทรงเหมาะสมเข้ากับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกมากกว่าสินค้าที่มีในตลาดทั่วไป อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานในทุกๆเส้นทางรถขี่



บทที่ 2

สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

2.1 สภาพแวดล้อมของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนธุรกิจในระยะเริ่มต้น เพื่อเป็นการหาปัจจัยภายนอกและภายในที่จะสามารถเป็นโอกาสทางธุรกิจและทางตลาดในอนาคต

โดยในปัจจุบันตลาดจักรยานยนต์ขนาดใหญ่กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มจักรยานยนต์เนวคลาสสิกที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ดังนั้นสินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์เนวคลาสสิกจึงเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่องไปพร้อมกัน อาทิเช่น อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์, ร้านออกแบบตกแต่งจักรยานยนต์, ร้านทำความสะอาดจักรยานยนต์ และ เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ ฯลฯ แต่ในประเทศไทยยังไม่มีแบรนด์ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์เนวคลาสสิกโดยเฉพาะ

ด้วยสาเหตุนี้ ทางกลุ่มจึงเล็งเห็นโอกาสที่จะสามารถสร้างธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์เนวคลาสสิก “HandleHigh” โดยจะเป็นผู้ประกอบการรายแรกในไทยที่เริ่มต้นธุรกิจนี้อีกด้วย

2.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

2.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฏเกณฑ์ของภาครัฐ (Political Factor)

ปี พ.ศ.2555 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ออกนโยบายกระตุ้นและส่งเสริมการลงทุนในการผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ (Big Bike) ภายในประเทศไทย โดยลดเงื่อนไขมาตรฐานการผลิตจาก 500 ซีซี. เหลือ 250 ซีซี. ขึ้นไป จึงทำให้แบรนด์จักรยานยนต์ชั้นนำทั่วโลก เช่น Triumph, Ducati, BMW, Honda, Kawasaki หันมาลงทุนและย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทย

จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานกำลังการผลิตจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่สำคัญของโลก อีกทั้งยังส่งผลให้ราคาของจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ภายในประเทศปรับลดลงอย่างมาก จำนวนผู้ใช้งานจักรยานยนต์ขนาดใหญ่จึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และรวมถึงจักรยานยนต์แนวคลาสสิกซึ่งเป็นจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่กำลังเป็นที่นิยมมากภายในประเทศไทย ดังนั้นเมื่อคุณโยบายของภาครัฐที่เร่งส่งเสริมการลงทุนแล้ว เชื่อว่าจำนวนผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิกจะสามารถเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้อย่างแน่นอน

2.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

จากสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ยอดขายจักรยานยนต์ทั่วประเทศลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยสังเกตได้จากยอดจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ที่เคยเติบโตสูงสุดในปี 2555 จำนวน 2,250,000 คัน และลดลงเหลือเพียง 1,850,000 ในปี 2557

แต่ตลาดรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ หรือ Big Bike กลับเติบโตเนื่องสวนทางตลาดจักรยานยนต์ทั่วไปในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา โดยปี 2553 มียอดขาย 1,300 คัน, ปี 2554 มียอดขาย 2,300 คัน, ปี 2555 มียอดขาย 5,900 คัน, ปี 2556 มียอดขาย 13,000 คัน และในปี 2557 ปียอดขายที่ 16,000 คัน (ที่มา : <http://www.thairath.co.th/clip/14667>) โดยจากข้อมูลดังกล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงอุปทานที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้จักรยานยนต์ขนาดใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีฐานะและมีกำลังซื้อ และยังแสดงให้เห็นว่าสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซาลงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้ายุคใหม่เป้าหมายนี้อีกด้วย

2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)

ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้ขับขี่จักรยานยนต์ขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดตามท้องถนน ทั้งเด็กมัธยม, นักศึกษา, ผู้หญิง หรือแม้กระทั่งผู้สูงอายุก็ตาม เนื่องจากจักรยานยนต์ขนาดใหญ่เป็นพาหนะที่สวยงาม ดูเท่ มีเสน่ห์ และยังมีประสิทธิภาพยอดเยี่ยม ใช้งานได้คล่องตัวเหมาะสมกับสภาพการจราจรที่ติดขัดในประเทศไทย

ซึ่งโดยธรรมชาติของการขับขี่จักรยานยนต์นั้นมักมีการรวมกลุ่มกันเพื่อขับขี่ ประกอบกับค่านิยมของคนไทยที่มักจะทำอะไรตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้เกิดการชักชวนกันในหมู่เพื่อนและขยายตัวเป็นสังคมที่ใหญ่ขึ้นในที่สุด ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์ขนาดใหญ่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีปัจจุบัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการเรียนรู้และทดสอบประสิทธิภาพต่างๆ ที่เกี่ยวกับสมรรถนะการขับขี่ของจักรยานยนต์มากมาย ส่งผลให้แบรนด์จักรยานยนต์ชั้นนำทั่วโลกเกิดการแข่งขันในการออกแบบพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ

จักรยานยนต์แนวคลาสสิกซึ่งเป็นผลผลิตจากกลยุทธ์ทางการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) ก็เป็นหนึ่งในประเภทของจักรยานยนต์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ซึ่งถูกแบรนด์ต่างๆ ส่งออกมาแข่งขันกันในตลาดโลก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้นและยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตอีกด้วย

2.3 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด

จากการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดโดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis สามารถสรุปได้ว่า HandleHigh ธุรกิจเสื้อผ้าเกิดสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน เป็นธุรกิจที่น่าลงทุน โดยมีปัจจัยสนับสนุนดังนี้

2.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

2.3.1.1 ความสามารถด้านการออกแบบ

สมาชิกในกลุ่มมีความรู้ความสามารถในด้านการออกแบบ อีกทั้งยังมีความสนใจในจักรยานยนต์แนวคลาสสิกเป็นพิเศษ จึงสามารถออกแบบและพัฒนาสินค้าของตนเองได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังสามารถใช้งานจริงในประเทศไทย ซึ่งมีสภาพอากาศร้อนเกือบตลอดทั้งปี

2.3.1.2 มีโรงงานสิ่งทอเป็นธุรกิจเดิมของครอบครัว

เนื่องจากครอบครัวประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งทอโดยตรง และยังมีโรงงานสิ่งทอเป็นของตนเอง ทำให้มีโรงงานผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานสากล อีกทั้งยังมีทีมงานและที่ปรึกษาที่มีคุณภาพ ซึ่งมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมนี้มายาวนาน

2.3.1.3 มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ

จากพื้นฐานของธุรกิจครอบครัวที่อยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งทอมายาวนานกว่า 50 ปี โดยมีบริษัทพันธมิตรและลูกค้ามากมาย ทำให้ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น ในราคาที่เหมาะสม และมีสิทธิพิเศษในบางโอกาส

2.3.1.4 ผลิตรถจักรยานยนต์ออกมาเพื่อใช้งานในสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ของ HandleHigh มีจุดเด่นที่แตกต่างจากเสื้อแจ็คเก็ตในท้องตลาด คือ ออกแบบและตัดเย็บเพื่อใช้งานในสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ โดยใช้ผ้าโพลีเอสเตอร์และคอตตอนชนิดเดียวกันกับที่ใช้ในชุดและอุปกรณ์กีฬา ทำให้ช่วยระบายอากาศได้ดีกว่าเสื้อแจ็คเก็ตจากต่างประเทศที่มีซบในหลายชั้นเพื่อป้องกันอากาศหนาว

2.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

2.3.2.1 ไม่สามารถผลิตอุปกรณ์ป้องกันเองได้

เนื่องจากอุปกรณ์ป้องกันในเสื้อแจ็คเก็ตต้องมีมาตรฐานระดับสากล จึงจำเป็นต้องนำเข้าอุปกรณ์ดังกล่าวจากต่างประเทศ ส่งผลให้ Supplier มีอำนาจต่อรองเหนือกว่า อีกทั้งยังต้องมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งอีกด้วย

2.3.2.2 ความหลากหลายของสินค้าต่ำ

เนื่องจากเป็นธุรกิจในระยะเริ่มต้น จึงมีสินค้าให้เลือกไม่มากนักโดยสินค้าตัวแรกที่น่าเสนอคือเสื้อแจ็คเก็ตซึ่ง มีเพียง 2 รุ่น (ดำ, น้ำตาล) เท่านั้น โดยปัจจัยดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้ยาก

2.3.2.3 เป็นธุรกิจใหม่

HandleHigh เป็นธุรกิจใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นทำไปยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงต้องใช้เวลาในการสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค โดยต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยในการดำเนินงานมากขึ้น

2.3.3 โอกาส (Opportunities)

2.3.3.1 การเติบโตของจำนวนผู้ใช้จักรยานยนต์ขนาดใหญ่ (Big Bike)

กระแสการขับขี่จักรยานยนต์ขนาดใหญ่ หรือที่เรียกกันว่า Big Bike กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก สังเกตได้จากยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาปีที่ผ่านมา โดยศูนย์วิจัยกสิกราคาดการณ์ว่าตลาด Big Bike มีแนวโน้มขยายตัวมากกว่า 10% ในปี 2015 ดังนั้นเสื้อแจ็คเก็ตและอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องและต้องใช้งานร่วมกันกับจักรยานยนต์ จะสามารถเติบโตสอดคล้องกับอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของ Big Bike ได้

2.3.3.2 แบรินด์จักรยานยนต์ชั้นนำหันมาลงทุนในจักรยานยนต์แนวคลาสสิก

ในปัจจุบันแบรินด์จักรยานยนต์ชั้นนำหลากหลายแบรินด์ กำลังให้ความสำคัญและตอบรับกับอุปสงค์ของผู้บริโภคทั่วโลกที่กำลังนิยมจักรยานยนต์แนวคลาสสิก ทำให้เกิดการลงทุนและออกแบบจักรยานยนต์แนวคลาสสิกเพื่อจำหน่ายมากขึ้นอย่างแพร่หลายโดยในประเทศไทย บริษัทและผู้จัดจำหน่ายจักรยานยนต์ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายของแบรินด์ชั้นนำเหล่านั้นจึงต้องหันกลับมาให้ความสำคัญในตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิกตามนโยบายของบริษัทแม่เช่นกัน และส่งผลให้มีผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

- Triumph

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

- Harley-Davidson

ผู้นำในตลาดจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่คนไทยนิยมมากที่สุดแบรินด์หนึ่ง หันมาผลิตมอเตอร์ไซค์ที่มีเครื่องยนต์ขนาดเล็กลง เพื่อลดต้นทุนการผลิต และตั้งราคาให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุน้อยได้มากขึ้น

- Ducati

แบรินด์จักรยานยนต์แนวสปอร์ตระดับ High-End นำโมเดลเก่ารุ่น Scrambler มาออกแบบและพัฒนาใหม่ในรูปแบบที่ยังคงความคลาสสิก อีกทั้งยังย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทย ทำให้ราคาเริ่มต้นค่อนข้างต่ำ โดยเริ่มต้นที่ 369,900 บาท

- Yamaha

แบรินด์จักรยานยนต์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น ได้นำโมเดลคลาสสิกยอดนิยมที่เคยจำหน่ายเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น รุ่น SR400 มาจำหน่ายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 270,000 บาท

- Royal Enfield

แบรินด์จักรยานยนต์แนวคลาสสิกดั้งเดิมจากอังกฤษ ที่กำลังจะเข้ามาเปิดตลาดเพื่อแข่งขันในกลุ่มจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย

- Stallion

แบรนด์จักรยานยนต์ของประเทศไทยที่เน้นการตลาดในรุ่นคลาสสิก โดยมีระดับราคาของสินค้าค่อนข้างต่ำ เริ่มต้นที่ประมาณ 64,900 บาท

- Vespa

แบรนด์ Scooter ระดับพรีเมียมที่คนไทยรู้จักและให้ความนิยมนักมาช้านาน กลับมาลงทุนและทำการตลาดในประเทศไทยโดยมีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ และได้รับความนิยมนอย่างมาก

2.3.3.3 กระแสการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing)

กลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่กำลังเป็นที่นิยม โดยการเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆ ในอดีต เช่น วิถีชีวิต, แฟชั่น และ วัฒนธรรม ผสมผสานและเพิ่มคุณค่ากับสินค้าและบริการ โดยกลุ่มสินค้าและบริการที่กำลังเป็นที่นิยมและพบเห็นได้มากในปัจจุบันได้แก่ เครื่องแต่งกาย, การตกแต่งภายใน และ ยานพาหนะ เป็นต้น โดยจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก ก็เป็นหนึ่งในสินค้าที่อยู่ในกลยุทธ์ดังกล่าว โดยเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์เป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกันกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิก จึงเป็นโอกาสดีในการสร้างธุรกิจที่จะสามารถเติบโตสอดคล้องไปกับกระแสการตลาดแบบย้อนยุคที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

2.3.3.4 เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ในตลาดปัจจุบันยังไม่ตอบสนองผู้บริโภคได้ดีเท่าที่ควร

ตลาดเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์สำหรับขี่จักรยานยนต์ในประเทศไทยในปัจจุบันมีเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์มากมายให้เลือกซื้อ แต่ส่วนมากเป็นเสื้อแจ็คเก็ตรูปทรงที่เหมาะสมกับจักรยานยนต์แนวสปอร์ต ซึ่งไม่เข้ากับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่กำลังมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องการระบายความร้อน, น้ำหนักที่มากเกินไป แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในตลาดที่ยังสามารถสร้างสินค้าที่จะสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ดีกว่าสินค้าในตลาดปัจจุบัน

2.3.4 อุปสรรค (Threat)

2.3.4.1 ค่านิยมในแบรนด์ต่างประเทศ

เนื่องจากเป็นสินค้ากึ่งแฟชั่น อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย จึงมีกลุ่มเป้าหมายบางส่วนที่มีความเชื่อมั่นและภักดีต่อตราสินค้าของแบรนด์ต่างประเทศมากกว่า จากปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ HandleHigh จะต้องพิสูจน์ถึงคุณภาพและมาตรฐานที่เทียบเท่าหรืออาจเหนือกว่าแบรนด์ต่างประเทศ

2.3.4.2 ความนิยมในการจับจีจรรยาบรรณที่อาจลดน้อยลง

เนื่องจากสินค้ามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจับจีจรรยาบรรณ ดังนั้น หากจรรยาบรรณแนวคลาสสิกได้รับความนิยมลดน้อยลง ไม่ว่าจะมีส่วนมาจากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว, ข่าวอุบัติเหตุที่มีมากขึ้น ก็อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ใช้งานจรรยาบรรณ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ลดน้อยลงเช่นกัน



บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมการแข่งขัน

3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis)

จากการวิเคราะห์สภาวะของอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับขี้อักรยานยนต์ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ Five Forces

3.1.1 การเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

การคุกคามของกลุ่มแข่งขันรายใหม่นั้นอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh เป็นเสื้อแจ็คเก็ตที่เน้นตลาดผู้ใช้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่ใช้งานในสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์จึงมีความเฉพาะตัวสูงและหาคู่แข่งเปรียบเทียบได้ยาก อีกทั้งยังเป็นผู้ประกอบการรายแรกที่มีผลิตภัณฑ์แบบนี้

ในส่วนของการผลิต แม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายแฟชั่นจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่และมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาเสมอ แต่อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับขี้อักรยานยนต์นั้นแตกต่างกันออกไป เนื่องจากเป็นเครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบและลักษณะการใช้งานเฉพาะทาง ทำให้การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบเช่น อุปกรณ์ป้องกัน และผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษต่างๆ ยากกว่าการหาวัตถุดิบสำหรับเครื่องแต่งกายแฟชั่นทั่วไป อีกทั้งยังต้องการความปราณีตในการออกแบบรูปทรงและแบบสำหรับการตัดเย็บ รวมถึงการตัดเย็บที่มีความซับซ้อนสูง ดังนั้นการหาโรงงานผลิตที่จะมีความสามารถดังกล่าว และตัดเย็บให้ผู้เริ่มธุรกิจใหม่ในจำนวนน้อยนั้นเป็นไปได้ยากมาก

3.1.2 อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากในขั้นตอนการผลิตตัวเสื้อแจ็คเก็ตนั้น จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบหลายชนิดที่มาจากหลากหลายแหล่ง แต่ด้วยสภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่มาก ประกอบกับพื้นฐานธุรกิจครอบครัวที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มานาน ทำให้มีแหล่งวัตถุดิบและคู่ค้าจำนวนมากที่พร้อมจะให้การสนับสนุนในด้านวัตถุดิบการตัดเย็บเสื้อผ้า จึงสรุปในส่วน of วัตถุดิบตัดเย็บเสื้อผ้าได้ว่าผู้ขายมีอำนาจต่อรองต่ำ

แต่ในส่วนของผู้ประกอบการป้องกัน ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตแจ็คเก็ตสำหรับ ขับขี่จักรยานยนต์นั้น จำเป็นต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศและทำสัญญาซื้อขายโดยมีจำนวนขั้นต่ำในการสั่งซื้อ อีกทั้งยังมีบริษัทที่ผลิตอุปกรณ์ป้องกันนี้ไม่มากนัก จึงทำให้ผู้ขายมีอำนาจต่อรองที่ค่อนข้างสูง

3.1.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

ปัจจุบัน สื่อออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพและราคาเพื่อประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งยังมีสินค้าในตลาดมากมายให้เลือกซื้อ แต่ผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh มีคุณสมบัติที่โดดเด่นต่างออกไปจากสินค้าที่มีในตลาด อีกทั้งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มที่มีฐานะทางการเงินค่อนข้างดีและมีกำลังซื้อสูง โดยมักเลือกสินค้าจากประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพของสินค้า โดยเป็นลูกค้าปลีกซื้อสินค้าเพื่อใช้งานเองไม่มีการรวมกลุ่มกันซื้อ หรือซื้อทีละหลายๆชิ้น จึงสรุปได้ว่า อำนาจต่อรองของลูกค้ามีอยู่ในระดับหนึ่ง แต่ไม่มากนัก

3.1.4 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

เนื่องจากเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ก็เป็นเครื่องแต่งกายชนิดหนึ่ง ดังนั้น ผู้ขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกก็สามารถเลือกสวมใส่เสื้อประเภทอื่นๆเป็นสินค้าทดแทนได้ดังต่อไปนี้

- เสื้อผ้าทั่วไป

เสื้อผ้าทั่วไปสามารถใช้สวมใส่ขณะขับขี่จักรยานยนต์ได้ เช่น เสื้อแขนยาว และเสื้อแจ็คเก็ตทั่วไป โดยมักจะถูกนำมาสวมใส่เพื่อป้องกันลมและแดดเมื่อขับขี่มอเตอร์ไซค์ ดังนั้น จึงสามารถเป็นสินค้าทดแทนได้เช่นกัน

ข้อดี หาซื้อง่าย เลือกสวมใส่ได้ตามกาลเทศะ และความต้องการของผู้ใช้งาน

ข้อเสีย รูปแบบและคุณสมบัติไม่สามารถตอบสนองการขับขี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ทั่วไป

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ทั่วไป สามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาด มีความหลากหลายของราคาและรูปแบบให้เลือก โดยส่วนมากมักมาพร้อมอุปกรณ์ป้องกัน

ข้อดี รูปแบบและคุณสมบัติเหมาะสมกับการขับขี่จักรยานยนต์ มีดีไซน์หลายรูปแบบให้เลือก

ข้อเสีย ระบายอากาศได้ไม่ดีเท่าที่ควร เพราะส่วนมากออกแบบมาใช้สำหรับขับขี่ในสภาพอากาศหนาว อีกทั้งยังมีน้ำหนักมากเพราะมีซับในหลายชั้น และสินค้าแบรนด์ที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพ มักมีราคาเริ่มต้นค่อนข้างสูง

สรุปจากการวิเคราะห์สินค้าทดแทนที่มีในตลาด แสดงให้เห็นว่าเสื้อแจ็กเก็ตของ HandleHigh เป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนได้น้อย เนื่องจากมีลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้าทดแทนที่มีในตลาด คือเป็นเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ ซึ่งสินค้าทดแทนที่กล่าวมาข้างต้น ไม่มีแบบใดที่มีคุณสมบัติหรือประสิทธิภาพการใช้งานกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อนเหมาะสมเทียบเท่าสินค้า HandleHigh

3.1.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ในปัจจุบันการขับขี่จักรยานยนต์กำลังเป็นที่นิยม ทำให้มีผู้เข้าสู่ธุรกิจเครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์เป็นจำนวนมาก แต่กลับมีผู้ผลิตรายใหม่ในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์น้อยมาก โดยเฉพาะในประเทศไทยยังไม่มีผู้ผลิตเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์โดยเฉพาะแม้แต่รายเดียว ดังนั้น HandleHigh จึงนับว่าเป็นผู้นำในผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ในประเทศไทย เพื่อรองรับการขับขี่ในสภาพอากาศที่ร้อน และมีขนาดเหมาะสมกับสัดส่วนของชาวเอเชีย

และเนื่องจากในตลาดยังไม่มีเสื้อแจ็กเก็ตลักษณะนี้ออกมาจำหน่าย หากสามารถสร้างความผูกพันต่อสินค้า สร้างความพอใจให้ลูกค้า จะสามารถก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า ส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปใช้แบรนด์อื่นได้ยาก

3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

ในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์นั้นมีคู่แข่งอยู่มากมาย แต่สามารถวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบ โดยสามารถแบ่งคู่แข่งเป็น 3 ประเภทหลักดังต่อไปนี้

3.2.1 คู่แข่งขันทางตรง (Brand Competition)

คู่แข่งทางตรงของ HandleHigh คือแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่มีเสื้อแจ็กเก็ตรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Style) จำหน่ายเหมือนกัน รวมถึงมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

เดียวกันอีกด้วย แต่แบรนด์เหล่านี้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้งานในสภาพอากาศเย็น วัสดุที่ใช้จึงค่อนข้างหนา อีกทั้งยังไม่มีตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย สินค้าที่จำหน่ายส่วนมากเป็นของมือสอง หรือสั่งผ่านเว็บไซต์จากต่างประเทศ โดยยังมีราคาเริ่มต้นค่อนข้างสูงมากอีกด้วย ตัวอย่างเช่น เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ของ Belstaff ที่จำหน่ายพร้อมอุปกรณ์ ป้องกัน วัสดุมีทั้งหนังและผ้า ราคา 595-995 ยูโร หรือประมาณ 24,000 – 40,000 บาท และ เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ของ Barbour ไม่มีอุปกรณ์ป้องกันวัสดุทำจากผ้าราคา 56,000 เยน หรือประมาณ 17,000 บาท



ภาพที่ 1 โลโก้และเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ของ Belstaff



ภาพที่ 2 โลโก้และเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์ของ Barbour

3.2.2 คู่แข่งขันที่มีสินค้าประเภทเดียวกัน (Product form Competition)

คู่แข่งที่มีสินค้าประเภทเดียวกัน คือ แบรินด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ในตลาดที่จำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับจักรยานยนต์รูปแบบอื่นๆ ที่มีรูปแบบทันสมัย เช่น ใช้สำหรับการแข่งขัน หรือขับขี่ในความเร็วสูง ซึ่งรูปทรงเสื้อแจ็คเก็ตของคู่แข่งประเภทนี้จะไม่ค่อยเข้ากับการสวมใส่ขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก แต่คู่แข่งประเภทนี้มีอยู่มากมายในประเทศไทย โดยจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย, ร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น

ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว จะเห็นได้ว่าสินค้าจากคู่แข่งประเภทนี้ มักมีประสิทธิภาพที่ดีเยี่ยมสำหรับการขับขี่จักรยานยนต์ โดยมีช่วงราคาอยู่ที่ประมาณ 10,000 - 40,000 บาท แต่รูปทรงการออกแบบไม่เข้ากับรูปทรงของจักรยานยนต์แนวคลาสสิก ส่วนวัสดุและการตัดเย็บก็ไม่เหมาะสมกับการใช้งานในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อน อีกทั้งผู้ใช้งานยังมีโครงสร้างร่างกายที่เล็กกว่าชาวยุโรปและอเมริกาที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์เหล่านี้



ภาพที่ 3 โลโก้แบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ซึ่งเป็นคู่แข่งที่มีสินค้าประเภทเดียวกัน

3.2.3 คู่แข่งขันทางอ้อม (Product Category Competition)

เสื้อแขนยาว และเสื้อแจ็คเก็ตทั่วไป ก็มักจะถูกนำมาสวมใส่เพื่อป้องกันลมและแดด เมื่อขับจัมเปอร์ไซค์ ดังนั้น แบรินค์เสื้อผ้าผู้ชายทั่วไปจึงถูกวิเคราะห์และจัดว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อม เช่น Levis, Wrangler, Lee, Ralph Lauren เป็นต้น

3.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรม และคู่แข่ง สามารถสรุปความได้เปรียบทางการแข่งขันของ HandleHigh ที่มีเหนือคู่แข่งได้ดังต่อไปนี้

3.3.1 การเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก (Customer Market Advantage)

เนื่องจาก HandleHigh เป็นผู้ประกอบการรายแรก (First-mover) ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมสำหรับสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่สร้างภาพลักษณ์แห่งความเป็นผู้นำในตลาด และใช้จุดแข็งนี้สร้างความผูกพันกับลูกค้า เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดก่อนที่จะมีคู่แข่งทางตรงรายอื่นๆ เกิดขึ้นมา อีกทั้งยังได้เปรียบเชิงองค์ความรู้ ประสบการณ์ ที่เกิดจากการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาสินค้าก่อนคู่แข่งรายอื่น ทำให้เป็นข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.3.2 ความแตกต่างของสินค้า (Differentiate Product Advantage)

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับจักรยานยนต์ทั่วไปในตลาดประเทศไทย จะนำเข้าสินค้าแบรนด์ของต่างประเทศเข้ามา ซึ่งเสื้อแจ็คเก็ตเหล่านั้นถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้งานในประเทศที่มีสภาพอากาศหนาว อีกทั้งขนาดเสื้อแจ็คเก็ตก็เป็นขนาดที่เหมาะสมกับโครงสร้างร่างกายของชาวยุโรป และอเมริกา ทำให้ตำแหน่งเครื่องป้องกันไม่พอดีกับร่างกายชาวเอเชีย และที่สำคัญ รูปทรงยังไม่เหมาะสมกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกอีกด้วย แต่เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับจักรยานยนต์ของ HandleHigh นั้นแตกต่างกับสินค้าในตลาดอย่างสิ้นเชิง เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบคิดค้นและพัฒนาเพื่อใช้งานกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ จึงสามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี

3.3.3 ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ (Experience and Expertise)

จากพื้นฐานของธุรกิจครอบครัวที่อยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งทอมายาวนานกว่า 50 ปี ทำให้มีทีมงานและที่ปรึกษาที่มีองค์ความรู้ด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นพิเศษ สามารถช่วยให้อำนาจและให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้การพัฒนารูปแบบของเสื้อผ้าเกิดเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี อีกทั้งสมาชิกในกลุ่มยังมีความชื่นชอบในการจับจี้จักรเย็บผ้าแนวคลาสสิกอยู่แล้ว ทำให้สามารถเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.3.4 คุณภาพกับราคาจำหน่าย (Quality and Pricing)

อุปกรณ์และเครื่องแต่งกายสำหรับจับจี้จักรเย็บผ้าในตลาดประเทศ ส่วนมากเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศจึงมีราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในส่วนของเสื้อผ้าเกิด หากเป็นเสื้อผ้าเกิดจากแบรนด์ที่มีมาตรฐานและได้รับความนิยม ส่วนมากราคาจะเริ่มต้นที่ประมาณ 10,000 บาทขึ้นไป และมีราคาสูงสุดประมาณ 40,000 บาท

ในขณะที่เสื้อผ้าเกิดสำหรับจับจี้จักรเย็บผ้าของ HandleHigh มีช่วงราคาอยู่ที่ 4,800 – 7,300 บาท ซึ่งต่ำกว่าสินค้าที่มีในตลาด อีกทั้งยังมีรูปแบบเฉพาะที่สามารถตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าอีกด้วย

3.3.5 การเจาะจงในตลาด (Niche Market)

เนื่องจากตลาดจักรเย็บผ้านั้นเป็นตลาดที่ค่อนข้างมีความเฉพาะตัวอยู่แล้ว ซึ่ง HandleHigh ได้เจาะจงกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากขึ้นอีก โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้งานจักรเย็บผ้าแนวคลาสสิกที่ต้องการสินค้าที่สามารถช่วยระบายอากาศ เนื่องจากต้องจับจี้ในสภาพอากาศที่ร้อน ดังนั้น HandleHigh จึงเป็นแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเกี่ยวกับเสื้อผ้าเกิดที่เหมาะสมกับการจับจี้จักรเย็บผ้าแนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อนมากกว่าแบรนด์อื่นๆ ในตลาด

บทที่ 4

แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

4.1 ภาพรวมของบริษัท

- ชื่อบริษัท : บริษัท แชนเดิลไฮ จำกัด
- ชื่อแบรนด์ : HandleHigh
- รูปแบบธุรกิจ : เป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างให้ผู้รับจ้างผลิตเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับเคลื่อนจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ HandleHigh
- สินค้าและบริการ : จัดจำหน่ายเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับเคลื่อนจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ
- วิสัยทัศน์ : HandleHigh ต้องการเป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขับเคลื่อนจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ และเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย
- พันธกิจ : HandleHigh ต้องการออกแบบและจัดจำหน่ายเครื่องแต่งกายสำหรับขับเคลื่อนจักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะได้ดีที่สุด และสามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง
- เป้าหมายธุรกิจ : ในระยะเริ่มต้นต้องการขายเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขับเคลื่อนจักรยานยนต์แนวคลาสสิกของ HandleHigh ให้ได้ 1,000 ตัวภายในปีแรก และยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องปีละ 20% จนถึงปีที่ 5

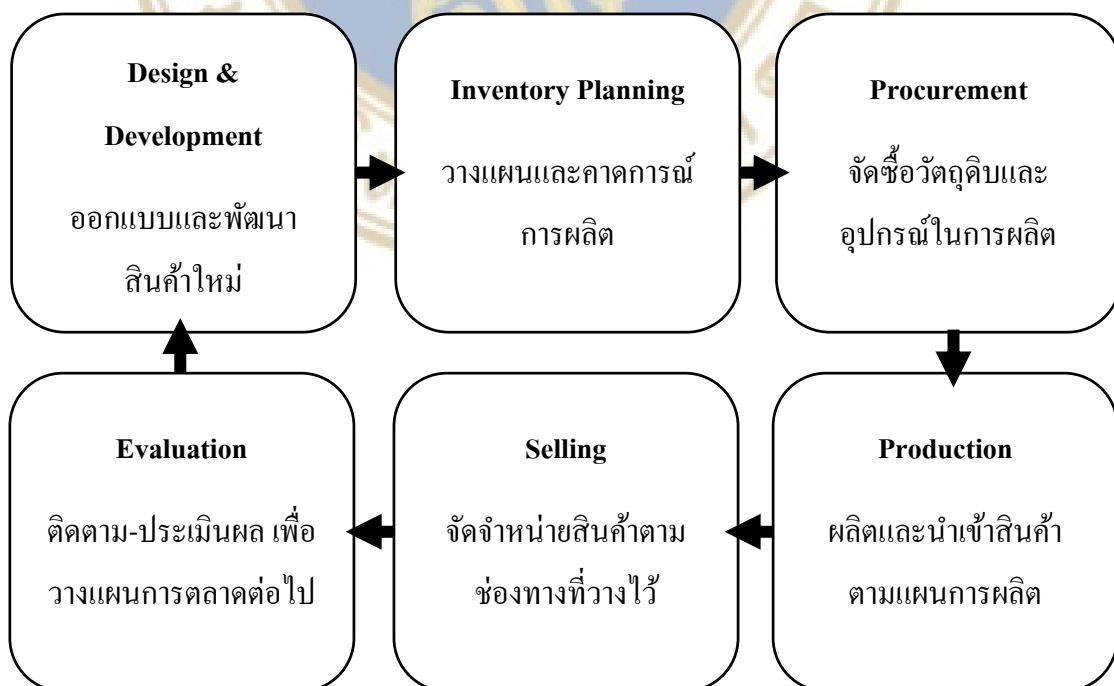
ตราสินค้า :



ภาพที่ 4 ตราสินค้าของ HandleHigh

4.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจหลักของ HandleHigh คือการจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง หรือที่เรียกกันว่า Business to Consumer (B2C) ซึ่งเน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักโดยไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง และรูปแบบธุรกิจที่เป็นกลยุทธ์รองเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าคือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์ อีกทั้งยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (B2B) ตามจังหวัดที่สำคัญต่างๆ ทั่วประเทศโดยคัดเลือกร้านที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายให้กับ HandleHigh



ภาพที่ 5 แผนผังกระบวนการทางธุรกิจของ HandleHigh

ตารางที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่าย

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

4.3 ลักษณะของสินค้า

จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) ทำให้พบคุณสมบัติสำคัญของเสื้อแจ็คเก็ตที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ทางกลุ่มจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบและพัฒนาเป็นเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกของ HandleHigh โดยมีลักษณะและส่วนประกอบดังต่อไปนี้

4.3.1 เสื้อแจ็คเก็ต

เสื้อแจ็คเก็ตของ HandleHigh ออกแบบเพื่อตอบสนองการใช้งานกับจักรยานยนต์แนวคลาสสิก และการขับขี่ในสภาพอากาศร้อนโดยเฉพาะ



ภาพที่ 6 เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก 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

4.3.2 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 ทำให้อุปกรณ์ป้องกัน ForceField เหมาะสมเป็นอย่างมากที่จะนำมาใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh โดยเฉพาะคุณสมบัติ การระบายความร้อนที่ดีเยี่ยม และน้ำหนักที่เบา อีกทั้งยังช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นแบรนด์สัญชาติอังกฤษ และมีมาตรฐาน CE อีกด้วย



ภาพที่ 7 อุปกรณ์ป้องกัน Forcefield Body Armour



FORCEFIELD
BODY ARMOUR

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

The World's Premier Protection



**REPEAT
REPEAT
PERFORMANCE
TECHNOLOGY**

WARM AIR

SHOCK OF IMPACT IS
DISSIPATED THROUGH
EACH LAYER

COOL AIR

CE All Forcefield Body Armour is fully CE approved

ภาพที่ 8 เทคโนโลยี NITREX EVO® ของ Forcefield Body Armour

4.4 ลักษณะการบริการ

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

4.4.1 วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

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



ภาพที่ 9 วิธีการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

4.4.2 วิธีการสั่งซื้อช่องทางอื่นๆ

เนื่องจาก HandleHigh ไม่มีหน้าร้านและเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้นหากลูกค้าต้องการเห็นและทดลองสินค้าก่อนทำการซื้อ ลูกค้าสามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายในบริเวณที่สะดวก หรือซื้อสินค้าในงานกิจกรรมและงานแสดงสินค้าต่างๆเกี่ยวกับจักรยานยนต์ที่ HandleHigh เข้าร่วม

4.5 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าและบริการ

เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกของ HandleHigh สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าและบริการมีดังต่อไปนี้

ด้านการใช้งาน (Functional Benefits)

- รูปแบบและภาพลักษณ์

เป็นเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่มีรูปทรงเหมาะสมกับรถจักรยานยนต์แนวคลาสสิกโดยเฉพาะ ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพขณะขับขี่ 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 โดดเด่นและดูดี มีความเป็นสากล

- **สร้างเสริมความมั่นใจ**

ด้วยคุณลักษณะ และคุณสมบัติของสินค้า HandleHigh ลูกค้านจะสามารถใช้งานได้อย่างมั่นใจทั้งในด้านความปลอดภัย และด้านภาพลักษณ์

บทที่ 5

การศึกษากลุ่มเป้าหมาย

การศึกษากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ เป็นขั้นตอนสำคัญในการวางแผนธุรกิจ เพื่อจะสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในขั้นตอนต่อไป ซึ่ง HandleHigh มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนถึงการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติการใช้งานค่อนข้างเฉพาะเจาะจง คือการใช้งานสำหรับการจับจีกรยานยนต์เนวคลาสสิกในสภาพอากาศร้อน ดังนั้นการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงชัดเจนละเอียดง่าย โดยแบ่งกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 กลุ่มลูกค้าหลัก (Primary Target customers)

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

- เพศชาย
- ชาวเอเชีย อาศัยอยู่ในประเทศที่มีภูมิอากาศร้อน
- ชื่นชอบและใช้งานจักรยานยนต์เนวคลาสสิก
- ชื่นชอบและให้ความสำคัญกับการแต่งกาย
- ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการขับขี่
- ใช้สื่อออนไลน์เป็นประจำ

5.1.2 กลุ่มลูกค้ารอง (Secondary Target customers)

กลุ่มลูกค้ารองของ HandleHigh คือผู้ที่ชื่นชอบและนิยมการแต่งกายของผู้ขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก แต่ไม่มีจักรยานยนต์เป็นของตนเอง เช่น

- ผู้ชายที่กำลังวางแผนจะซื้อจักรยานยนต์แนวคลาสสิกในอนาคต
- ผู้ชายที่ยังไม่มีกำลังในการซื้อจักรยานยนต์ แต่ชอบการแต่งกายรูปแบบนี้
- ผู้หญิงที่ต้องการซื้อให้คนรักหรือสามีในโอกาสพิเศษต่างๆ
- ผู้หญิงที่เป็นคู่รักของผู้ขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก ที่ต้องการสวมใส่เสื้อแจ็กเก็ตขณะนั่งซ้อนไปด้วยกัน

5.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) โดยใช้วิธีสังเกตและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานจักรยานยนต์แนวคลาสสิกจำนวน 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 เช่น จี๋ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด 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 จะซื้อออนไลน์เมื่อสินค้าถูกใจและต้องการจริงๆ แต่ไม่สะดวกไปพบผู้ขาย และมักจะไปซื้อที่ร้านเมื่อเป็นสินค้าทั่วไป เพราะสามารถทดลองสวมใส่ได้

5.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning)

จากการที่ HandleHigh เป็นผู้เล่นรายเดียวในตลาดที่มีผลิตภัณฑ์เสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน ทำให้ภาพลักษณ์ของ HandleHigh ชัดเจนและโดดเด่นกว่าคู่แข่งในตลาด อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh ยังมีประสิทธิภาพดีเลิศ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่าสินค้าทั่วไปในตลาด ซึ่งเป็นเสื้อแจ็กเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์เช่นกัน แต่ไม่สามารถใช้งานในสภาพอากาศร้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ HandleHigh วางตำแหน่งทางการตลาดคือ

“แบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน
ที่โดดเด่นและมีคุณภาพที่สุด”

โดยจากการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดดังกล่าว จะสามารถช่วยให้ HandleHigh กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในขั้นตอนต่อไปได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังสามารถวางแผนการดำเนินงานในระยะต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม สอดคล้องกับแผนธุรกิจและเป้าหมายที่กำหนดไว้อีกด้วย



ภาพที่ 10 Perceptual Map ของ HandleHigh

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

กลยุทธ์ทางการตลาดแบบย้อนยุค (Retro Marketing) เป็นกลยุทธ์ที่ประสบผลสำเร็จอย่างสูงในปัจจุบัน สืบเนื่องมาจากแบรนด์ชั้นนำของโลกในทุกๆอุตสาหกรรม ต่างก็ส่งสินค้าและบริการที่เป็นผลผลิตจากการตลาดแบบย้อนยุคเข้าสู่ตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ, เครื่องแต่งกาย, เฟอร์นิเจอร์ และ ยานพาหนะ เป็นต้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความนิยมในสินค้าและบริการที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตที่มีกลิ่นอายแห่งอดีต หรือที่นิยมเรียกสินค้าและบริการเหล่านั้นว่าเป็นของ วินเทจ (vintage), คลาสสิก (Classic) และ เรโทร (Retro) เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจนผสมผสานกลายเป็นวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่มีความสอดคล้องผูกพันกับรูปแบบของสินค้าและบริการเหล่านั้นจนยากที่จะแยกออกจากกันได้

ในปัจจุบันถึงแม้เทคโนโลยียานยนต์สมัยใหม่จะพัฒนาไปไกลมากแล้วก็ตาม แต่จากแนวทางการตลาดแบบย้อนยุคดังกล่าว จักรยานยนต์ซึ่งเป็นยานพาหนะยอดนิยม ก็ยังถูกพัฒนาและออกแบบภายใต้แนวทางการตลาดแบบย้อนยุคมาโดยตลอด โดยแบรนด์จักรยานยนต์ชั้นนำมักจะผสมผสานการออกแบบให้มีรูปทรงภายนอกยุคย้อนยุค แต่ผสมผสานเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันเข้าไปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานให้ผสมผสานกับความงามอย่างลงตัว ส่งผลให้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานทั่วโลกมาหลายทศวรรษ

โดยประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีแนวโน้มผู้ใช้งานจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ หรือที่นิยมเรียกกันว่า Big Bike เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเวลาปีที่ผ่านมา ส่งผลให้จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่ส่วนมากเป็นจักรยานยนต์ขนาดใหญ่เติบโตเพิ่มขึ้นเช่นกัน และจากการเติบโตของตลาดนี้ ส่งผลให้สินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น อุปกรณ์ตกแต่งจักรยานยนต์ และ เครื่องแต่งกายสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ สามารถเติบโตขยายตัวไปพร้อมกัน

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมจักรยานยนต์แนวคลาสสิก บริษัทฯจึงสังเกตเห็นช่องว่างและโอกาสในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อน โดยเฉพาะ “HandleHigh” เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพอากาศร้อน ทำให้เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขับขี่จักรยานยนต์ที่กำหนดในตลาดซึ่งส่วนมากผลิตขึ้นเพื่อใช้งานในสภาพอากาศหนาวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดีพอ อีกทั้งยังมี

รูปแบบไม่เหมาะสมกับรูปทรงของจักรยานยนต์แนวคลาสสิกอีกด้วย HandleHigh จึงต้องการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยออกแบบสินค้าให้มีประสิทธิภาพการใช้งานเหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งจากการสำรวจและศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกและนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh โดยเรียงตามลำดับความสำคัญได้คือ ดีไซน์สวยงาม ใช้งานได้จริงตามความเหมาะสม, ระบายอากาศได้ดี สวมใส่แล้วไม่ร้อน และ คุณภาพของวัสดุและมาตรฐานการตัดเย็บ

จากคุณลักษณะและคุณสมบัติดังกล่าว ผลิตภัณฑ์ของ HandleHigh จึงมีความแตกต่างและโดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาด โดยมีการวางตำแหน่งทางการตลาดคือ “แบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนที่โดดเด่นและมีคุณภาพที่สุด” ซึ่งจากการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดนี้จะสามารถช่วยให้ HandleHigh สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้สอดคล้องกับแผนธุรกิจและสามารถวางแผนในระยะต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น HandleHigh จึงกำหนดแผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดไปในทิศทางเดียวกัน คือ เป็นผู้ออกแบบและว่าจ้างให้ผู้รับจ้างผลิตเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่ จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนเพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ HandleHigh โดยที่รูปแบบธุรกิจหลัก คือการจัดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง หรือที่เรียกกันว่า Business to Consumer (B2C) ซึ่งเน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักโดยไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง และรูปแบบธุรกิจที่เป็นกลยุทธ์รองเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าคือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจักรยานยนต์ อีกทั้งยังมีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (B2B) ตามจังหวัดที่สำคัญต่างๆ ภายในประเทศโดยคัดเลือกร้านที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายให้กับ HandleHigh

จากที่กล่าวมานั้น HandleHigh เป็นแบรนด์แรกที่จัดจำหน่ายเสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกที่เหมาะสมกับสภาพอากาศร้อนในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นแบรนด์เสื้อแจ็คเก็ตสำหรับขี่จักรยานยนต์แบรนด์แรกของประเทศไทยอีกด้วย ดังนั้นจากโอกาสที่สามารถเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก ทางบริษัทฯ จึงต้องให้ความสำคัญในการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้แพร่หลายแก่ผู้ขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิก ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงหวังว่าด้วยคุณภาพของแบรนด์จะสามารถครองใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก ตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าของ HandleHigh และทำให้ HandleHigh สามารถเติบโตเป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายสำหรับขี่จักรยานยนต์แนวคลาสสิกอันดับหนึ่งในใจของผู้บริโภค และในประเทศไทยต่อไป

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. คุณภาพของวัสดุคืบและมาตรฐานการตัดเย็บ
- 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)

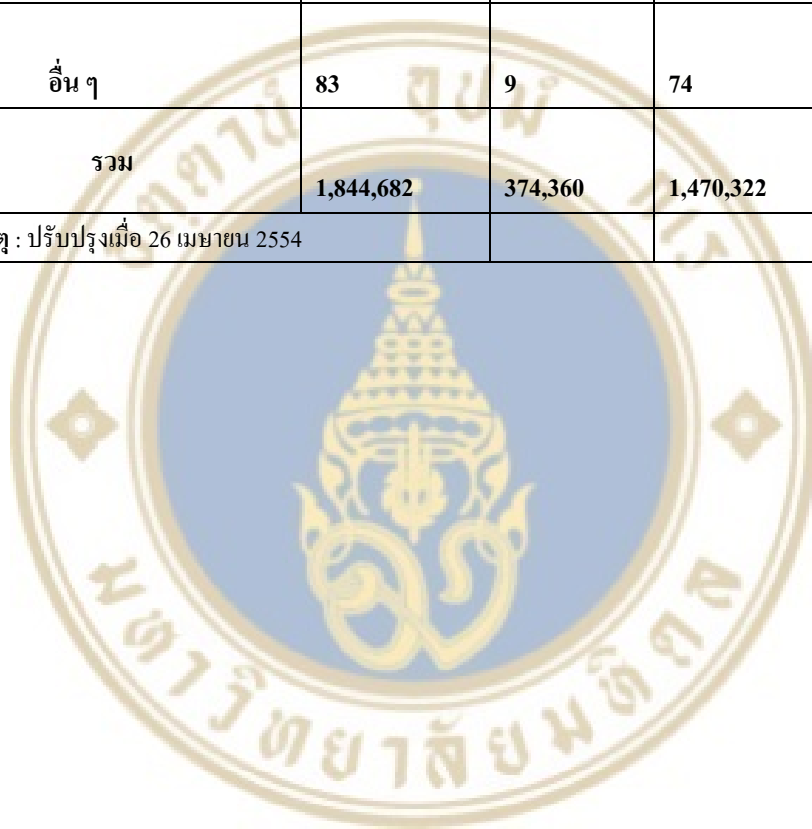
ลำดับ	ยี่ห้อรถ	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ส่วนภูมิภาค
		Whole Kingdom	Bangkok	Regional
1	101SAVE	-	-	-
2	AJ	5	-	5
3	BMW	197	179	18
4	CAGIVA	5	1	4
5	CIVICA	-	-	-
6	DAGON	26	25	1
7	DAI-O	50	49	1

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	101SAVE	-	-	-
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

