

นาฬิกาที่สามารถออกแบบสายและเปลี่ยนสายได้เอง

สรรค์ชัย สิ้นประเสริฐ

บทความ

แผนธุรกิจฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนเสนอข้อมูลที่น่าสนใจสำหรับผู้สนใจลงทุนและการศึกษาการดำเนินธุรกิจว่าต้องมีส่วนประกอบดังนี้ เช่น กระบวนการดำเนินการผลิต, ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์นาฬิกาที่สามารถออกแบบสายและเปลี่ยนสายได้เอง แทนที่จะต้องเสียเงินไปกับการซื้อนาฬิกาแบบใหม่ รวมถึงเวลาที่สายขาดหรือชำรุดยังต้องเสียเวลาไปยังร้านซ่อมนาฬิกาที่อยู่ไกลอีก และนาฬิกาที่เราใส่ก็ไม่ได้ใช่แบบที่ตรงใจเราเลยทีเดียว แต่เราก็ต้องใส่เพราะว่าแบบที่เราใส่อยู่นั้นมีจุดที่ไม่ตรงใจเรา น้อยที่สุด ฉะนั้นถ้าเรามีนาฬิกาที่สามารถออกแบบสายและเปลี่ยนสายได้เอง จะสามารถตอบโจทย์ของหลายๆคนที่ใช้นาฬิกาข้อมือในชีวิตประจำวันได้อย่างครอบคลุม

สินค้านาฬิกาทุกรูปภาพออกแบบสายและเปลี่ยนสายได้พร้อมชุดอุปกรณ์ที่สามารถใช้งานง่ายไม่ยุ่งยากเพียงแค่ทำตามขั้นตอนในคู่มือการใช้งานก็สามารถเนรมิตนาฬิกาที่เป็นในแบบตัวของผู้ใช้เองได้อย่างสะดวกและง่ายดาย แทนที่จะต้องเสียเงินในการซื้อนาฬิกาแบบใหม่ๆหลายๆเรือน

ถึงแม้ว่าจะมีอุปกรณ์ชนิดอื่น ที่สามารถตรวจดูเวลาได้เหมือนกัน เช่น โทรศัพท์ แต่ปัจจุบันจำนวนผู้ใช้นาฬิกากลับไม่ได้ลดลงเลยมีแต่เพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นหากเราแสดงจุดเด่นและฟังก์ชันที่น่าสนใจของนาฬิกาที่สามารถออกแบบสายและเปลี่ยนสายได้เองนี้ จำหน่ายให้แก่ผู้สนใจในกลุ่มวัยรุ่น Gen Z ที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและไม่ชอบตามใคร สั่งซื้อนาฬิกาไปเพื่อไปประกอบใช้ในแบบของตัวเอง ก็มีความน่าสนใจและมีแนวโน้มที่สูงในการขยายธุรกิจนาฬิกา กลับกลุ่มเป้าหมายนี้

คำสำคัญ นาฬิกา ใช้งานสะดวก หลากหลาย

กลุ่มตลาดเป้าหมาย

โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มคนวัยวัยรุ่น Gen Z เพราะถึงจะมีกำลังซื้อไม่สูงนัก เพราะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มาอายุอยู่ในช่วง 16 – 22 ปี แต่มีพฤติกรรมการใช้สินค้าในเชิงนวัตกรรมแปลกใหม่ ที่ออกสู่ท้องตลาดค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับ กลุ่มคนใน Gen อื่นๆ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

นาฬิกาที่สามารถออกแบบสายและเปลี่ยนสายเองได้นั้น มีหน้าปัดนาฬิกาเป็นแบบเข็ม สแตนเลส ชั้นดีและมีจุดเชื่อมต่อตัวเรือนกับสายเป็นแบบ ล็อคคลิก ในส่วนของตัวสายเป็นทำจากวัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดภูมิแพ้หรือความระคายเคืองต่อผิวหนังของผู้ใช้ โดยส่วนประกอบของสายนาฬิกาสามารถถอดประกอบได้ง่าย โดยคู่มือการประกอบจาก Work instruction method สายนาฬิกามีแบบให้เลือกประกอบได้หลายแบบตาม สไตล์ ขึ้นอยู่กับแนวความคิดของผู้สวมใส่ที่จะออกแบบสายให้เป็นแบบไหน

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force model)

1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) เดียวกัน

ก. คู่แข่งทางตรง

บริษัท LEGO ที่เป็นผู้ผลิตนาฬิกาที่มีสายนาฬิกาเป็น ตัวต่อ ที่สามารถประกอบเข้าด้วยกันได้ ที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มวัยรุ่นเนื่องจากเป็นแบรนด์ที่มีมูลค่าทางตลาดสูง มีประวัติยาวนาน พร้อมทั้งมีทีมวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสบการณ์และความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ Model ใหม่ ๆ รวมถึงเงินลงทุนในการขยายตลาด การโฆษณา เพิ่มช่องทาง การเข้าถึงลูกค้าอย่างทั่วถึง

ข. คู่แข่งทางอ้อม

บริษัท ผู้ผลิตนาฬิกาข้อมือทั่วไป ได้แก่ SKONE , JULIUS , Gk เนื่องจากมีแบรนด์นาฬิกาเหล่านี้มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเพื่อดึงดูดลูกค้า และเจาะกลุ่มตลาดวัยรุ่นเช่นกัน เพราะเป็นตลาดที่พร้อมจะทดลองสินค้าตัวใหม่ๆที่เริ่มเปิดตัวในตลาดเป็นกลุ่มแรกๆ รวมถึงในปัจจุบัน แบรนด์ต่างๆเหล่านี้ยังพยายามหา พันธมิตรทางการค้าเพื่อรวบรวมกิจการทำให้มีกำลังในการลงทุนและเป็นการลดคู่แข่งทางอ้อมในอุตสาหกรรมเดียวกันออกไปด้วย

2 การคุกคามของผู้เข้ามารายใหม่ (New Entrants)

การที่มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม นาฬิกาเพิ่มขึ้นเนื่องจากตลาดนาฬิกาในปัจจุบันมีแนวโน้มที่สูงขึ้น โดยผู้เข้ามารายใหม่สามารถเข้ามาในตลาดนาฬิกาได้ง่ายเนื่องจากในปัจจุบันมี บริษัทรับจากผลิตชิ้นส่วนนาฬิกาอยู่แล้ว เพียงแค่มีคิดก็สามารถสร้างผลิตภัณฑ์นาฬิกาใหม่ๆขึ้นมาได้แล้ว

3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

มีอำนาจการต่อรองมากเพราะเนื่องมาจากตัวนาฬิกาเป็นแบรนด์ใหม่ ยังไม่เคยเปิดตัวในตลาดนาฬิกามาก่อน

4 สิ่งทดแทน (Substitutions)

โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ และเครื่องคิดเลขซึ่งมีฟังก์ชันสามารถใช้เป็นตัวดูเวลาแทนนาฬิกาข้อมือได้ซึ่งมีผลปานกลาง

5 อำนาจต่อรองของ Supplier

เนื่องจากเราจ้างบริษัทรับจ้างผลิตที่มีอยู่อย่างมากมายในท้องตลาด จึงเป็นเหตุผลให้ส่วนประกอบต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ เม็ดพลาสติก ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักหาซื้อได้ง่าย และมีราคาถูก จึงเป็นผลให้อำนาจการต่อรองของ Supplier ที่จะมีผลกับเราน้อย

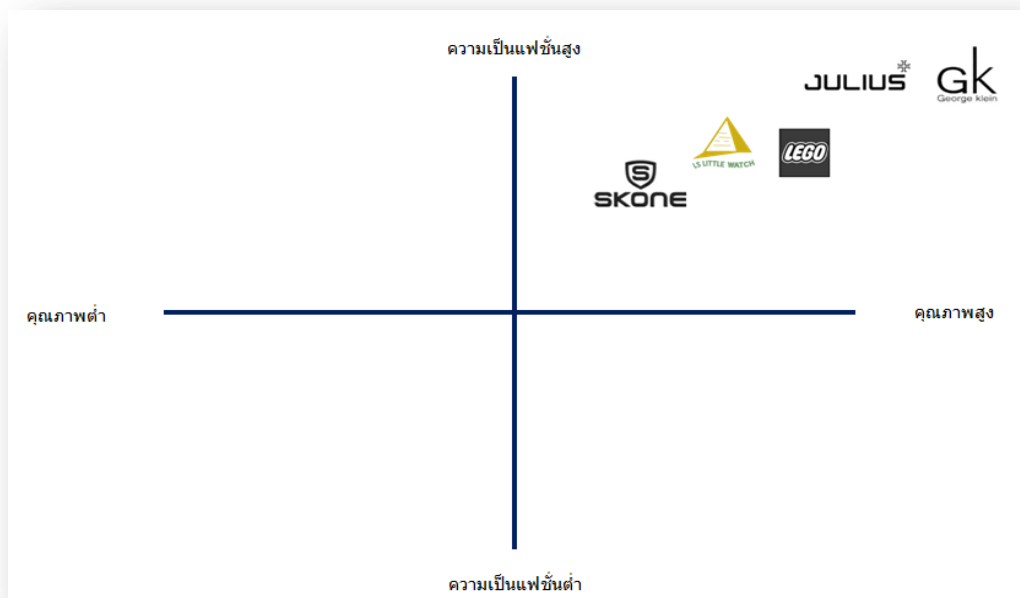
บริษัท แอล เอส ลิทเทิล วอทช์ (LS little watch Co.,Ltd) เล็งเห็นว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่เปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่อย่างเรา เพราะมีมูลค่าทางธุรกิจสูง

1. กลุ่ม ตลาดเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่ม ตลาดเป้าหมายหลัก
- วัยรุ่นที่มี (อายุ 16 – 22 ปี) ที่มีไลฟ์สไตล์ในการใช้ชีวิตเป็นตัวของตัวเองไม่ตามใครมีแนวทางของตัวเองอย่างชัดเจนแล้วพร้อมรับนวัตกรรมใหม่ๆที่เข้ามาในตลาดแฟชั่น (นาฬิกา) อย่างรวดเร็ว

2. กลุ่ม ตลาดเป้าหมายรอง

เป็นกลุ่มคนที่มี (อายุ 22 ปีขึ้นไป) ที่ใช้นาฬิกาและให้ความสนใจในรูปแบบนาฬิกาที่มี Design เป็นเอกลักษณ์รวมถึงสะดวกในการใช้งาน เนื่องจากหาซื้อได้ง่ายสามารถประกอบได้ด้วยตัวเองได้ ราคาเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ พร้อมด้วย Function ที่เพิ่มเติมเข้าไป



ภาพที่ 1 แสดงจุดยืนของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การตลาด

ลูกค้าหลักของเรามาจากกลุ่มวัยรุ่นที่มี (อายุ 16 – 22 ปี) ประมาณการณื 75-85 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่ม (อายุ 22 ปีขึ้นไป) ประมาณการณื 15-20% โดยการที่จะทำให้อินค้าเป็นที่รู้จักเราจึงจำเป็นต้องอาศัยกระแสของแฟชั่น ณ ขณะนั้นคือดูความสนใจของผู้บริโภค โดยใช้พริตตี้ สาวสวย เหมียว โสกา ไพเราะ ที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น ทำให้อินค้าและผลิตภัณฑ์ของเราเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ส่งผลทางบวกกับยอดขาย ทำให้อายัดของบริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยนำมาวิเคราะห์ร่วมกับ หลักการทางด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อถ่วงกรองให้อินค้าที่ได้ละเอียดถี่ถ้วน โดยใช้ หลัก 4 P's ดังรายละเอียดด้านล่าง ต่อไปนี้

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force model)

1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) เดียวกัน

ก. คู่แข่งทางตรง

บริษัท LEGO ที่เป็นผู้ผลิตนาฬิกาที่มีสายนาฬิกาเป็น ตัวต่อ ที่สามารถประกอบเข้าด้วยกันได้ ที่ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มวัยรุ่นเนื่องจากเป็นแบรนด์ที่มีมูลค่าทางตลาดสูง มีประวัติยาวนาน พร้อมทั้งมีทีมวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ Model ใหม่ๆ รวมถึงเงินลงทุนในการขยายตลาด การโฆษณา เพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าอย่างทั่วถึง

ข. คู่แข่งทางอ้อม

บริษัท ผู้ผลิตนาฬิกาข้อมือทั่วไป ได้แก่ SKONE , JULIUS , Gk เนื่องจากมีแบรนด์นาฬิกาเหล่านี้มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเพื่อดึงดูดลูกค้า และเจาะกลุ่มตลาดวัยรุ่นเช่นกัน เพราะเป็นตลาดที่พร้อมจะทดลองสินค้าตัวใหม่ๆที่เริ่มเปิดตัวในตลาดเป็นกลุ่มแรกๆ รวมถึงใน

ปัจจุบัน แบรินด์ต่างๆเหล่านี้ยังพยายามหา พันธมิตรทางการค้าเพื่อรวบรวมกิจการทำให้มีกำลัง ในการลงทุนและเป็นการลดคู่แข่งทางอ้อมในอุตสาหกรรมเดียวกันออกไปด้วย

2. การคุกคามของผู้เข้ามารายใหม่ (New Entrants)

การที่มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม นาฬิกาเพิ่มขึ้นเนื่องจากตลาดนาฬิกาใน ปัจจุบันมีแนวโน้มที่สูงขึ้น โดยผู้เข้ามารายใหม่สามารถเข้ามาในตลาดนาฬิกาได้ง่ายเนื่องจากใน ปัจจุบันมี บริษัทรับจากผลิตชิ้นส่วนนาฬิกาอยู่แล้ว เพียงแค่มีคิดก็สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ นาฬิกาใหม่ๆขึ้นมาได้แล้ว แต่มีจุดสำคัญที่ผู้ประกอบการนาฬิการายใหม่ยังคงไม่ได้ให้ ความสำคัญมากเท่าที่ควร คือ วัยรุ่นในกลุ่ม Gen Z จะมีความคิดเป็นของตัวเองไม่ชอบทำตาม ใคร ชอบอะไรที่สามารถทำได้ด้วยตัวเอง ไม่ชอบความยุ่งยาก ไม่ชอบการรอคอย นั่นจึงเป็นตัว แปรทางการตลาดที่สูง ในกรณีที่เราสามารถตอบ โจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด (4s) ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสทางธุรกิจที่มีมูลค่าทางการตลาดสูง

3. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

ก. มีอำนาจการต่อรองมากเพราะเนื่องมาจากตัวนาฬิกาเป็นแบรนด์ใหม่ ยังไม่เคยเปิดตัว ในตลาดนาฬิกามาก่อน

ข. ลูกค้าจะเคยชินกับแบรนด์ที่ใช้อยู่ โดยไม่ได้ใส่ใจกับสิ่งที่เพิ่มเข้ามา ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับ ประโยชน์อย่างสูงสุด และไม่ได้นำประโยชน์ของข้อแตกต่างนั้นมา เปรียบเทียบกันระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นถ้าเราสามารถอธิบายหรือนำเสนอ ในส่วนของฟังก์ชัน ที่เป็นประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ก็อาจจะเป็นผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจมาทดลองซื้อสินค้าแบรนด์ ของเราได้ และเมื่อลูกค้ารับรู้ถึงประโยชน์ที่ แบรนด์ของเรามอบให้แล้ว ก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ และอาจจะพัฒนาทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในแบรนด์ของเราได้

4 สิ่งทดแทน (Substitutions)

โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ และเครื่องคิดเลขที่มีฟังก์ชันสามารถใช้เป็นตัวดูเวลาแทนนาฬิกาข้อมือได้ซึ่งมีผลปานกลาง

5 อำนาจต่อรองของ Supplier

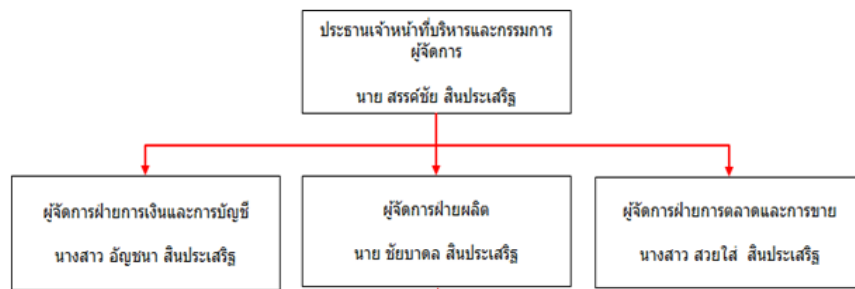
เนื่องจากเราจ้างบริษัทรับจ้างผลิตที่มีอยู่อย่างมากมายในท้องตลาด จึงเป็นเหตุผลให้ส่วนประกอบต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ เม็ดพลาสติก ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักหาซื้อได้ง่าย และมีราคาถูก จึงเป็นผลให้อำนาจการต่อรองของ Supplier ที่จะมีผลกับเราน้อย

สถานที่ตั้ง

บริษัท แอล เอส ลิทเทิล วอทช์ จำกัด (LS little watch Co.,Ltd) จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2561 บริหารงาน โดย คุณ สรรค์ชัย สิ้นประเสริฐ สถานที่ตั้ง Ayutthaya Building 47 หมู่ 9 ถ. โรจนะ ต. ธนุ อ. อุทัย จ. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 เป็น ออฟฟิศเช่าเดือนละ 15,000 บาท ติดกับ ห้างสรรพสินค้า Ayutthaya Park ที่เป็นห้างชั้นนำประจำจังหวัด ศาลากลางจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ โรงพยาบาลเอกชนชื่อดัง โรงพยาบาลราชธานี โทร 66(0) 3522-9718-8 Ext 101 โทรสาร 66(0) 3522-9719 มือถือ 66(0)9788-6785-0

เทคโนโลยีการผลิต

เป็นการใช้การผลิตโดยผู้รับจ้างผลิตจะผลิตชิ้นส่วนตามที่เรากำหนดและทำการประกอบเป็นผลิตภัณฑ์จัดส่งมา ณ สำนักงาน ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีส่วนประกอบได้แก่ ตัวเรือนทำจากวัสดุ พลาสติกสังเคราะห์ , โดยสามารถออกแบบ สายและเปลี่ยนสายได้ตามไลฟ์สไตล์ของตัวเอง ในกรณีตัวสายเกิดการชำรุดก็สามารถเปลี่ยน อะไหล่ได้เองเพียงแค่กดแล้ว Click เพียงเท่านั้นก็สามารถใช้งานได้ตามปกติ



ภาพที่ 2 แผนผังองค์กรบริษัท แอล เอส ลิทเทิล วอทช์ จำกัด (LS little watch Co.,Ltd)

การเงิน

กิจการของเราเริ่มต้นเงินลงทุนที่ 3,538,000 บาท โดยใช้เงินสดของเจ้าของและมีการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนภายนอก 2,200,000 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 5,738,000 บาท

เมื่อพิจารณา Pay-Back Period ที่ 3.33 เปอร์เซ็นต์ ก็สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 3 ปี ยิ่งเป็นการตอกย้ำว่าธุรกิจมีแนวโน้มที่ดีที่จะสามารถเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในอนาคตอย่างแน่นอน

เมื่อทำการวิเคราะห์มูลค่าข้อมูลจาก NPV ที่ได้เท่ากับ 13,598,733 มีค่า NPV เป็นบวก ดังนั้นจากที่เราได้ศึกษามามีแนวโน้มทางการตลาดที่ดีและสามารถจะดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นใจเพราะเป็นตัวสะท้อนการเติบโตในอนาคตของผลิตภัณฑ์

เมื่อทำการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในจากข้อมูล IRR ที่ได้เท่ากับ 36.97 เปอร์เซ็นต์ แสดงให้เห็นว่ามีอัตราผลตอบแทนภายในระบบสูงจะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้น่าลงทุนอย่างมาก

การประเมินสถานการณ์จำลอง (Sensitivity Analysis)

1. ในกรณีมีผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 10 เปอร์เซ็นต์

จากการคำนวณจะเห็นได้ว่าระยะการคืนทุน อยู่ที่ 2 ปี 4 เดือน ถือเป็น ระยะเวลาที่รวดเร็ว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูล มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ที่ 17,066,678 ถือว่ามีมูลค่าที่สูงเลยทีเดียวเมื่อเทียบกับตัวผลิตภัณฑ์ และในส่วนของกำไรก็ยังสามารถเพิ่มขึ้นได้โดยการปรับเพิ่ม Capacity ของโรงงานรับจ้างผลิต เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ในส่วน IRR ก็ถือว่าสูงมาเลยทีเดียวโดยดูแนวโน้มจากตาราง IRR ที่มูลค่าเงินสดสุทธิเพิ่มขึ้นทุกปี โดยค่า IRR อยู่ที่ 43.60 เปอร์เซ็นต์

2. ในกรณีมีผลการดำเนินงานลดลง 10 เปอร์เซ็นต์

จากการคำนวณจะเห็นได้ว่าระยะการคืน ต้องใช้เวลาเกือบ 4 ปีเลยทีเดียว ถือว่านานเกินไป เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูล มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ที่ 9,867,337.93 ถือว่ามีมูลค่าที่ไม่สูงมากและเมื่อเทียบกับระยะเวลาการลงทุน ในส่วน IRR ก็ถือว่าต่ำมาก โดยดูแนวโน้มจากตาราง IRR ที่มูลค่าเงินสดสุทธิมีอัตราการผันผวนทุกปี โดยค่า IRR อยู่ที่ 29.76 เปอร์เซ็นต์จะต้องทำการลงทุนทางด้านโครงการประชาสัมพันธ์และมีโปรโมชั่นพิเศษอีกทางเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้สูงขึ้น

บรรณานุกรม

ประวัติความเป็นมาของ นาฬิกา คั่นมือ 15 มกราคม 2561

อ้างอิงจาก >> <http://www.krabork.com/2015/03/17>

6 เหตุผลที่ทำให้คุณควร ใส่นาฬิกาข้อมือ คั่นมือ 19 มกราคม 2561

อ้างอิงจาก >> <https://www.k7watches-shop.com>

แนวโน้มตลาดนาฬิกาในระดับล่าง เน้นล้ำเทรนด์แฟชั่นอันดับแรก คั่นมือ 22 มกราคม 2561

อ้างอิงจาก >> <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=63102>

หรือเศรษฐกิจจะดี? ตลาดนาฬิกาตลาดหรูเกิน 5 แสน/เรือน สะพัด 9,100 ล้านบาท โต 20% จากปีก่อน คั่นมือ 23 มกราคม 2561

อ้างอิงจาก >> <https://brandinside.asia/luxury-watch-tha-market-9100-mthb/>

ตารางข้อบังคับเกี่ยวกับส่วนผสมในอุตสาหกรรมหนัก

อ้างอิงจาก >> http://www.fio.co.th/p/tisi_fio/fulltext/TIS685_1-2540.pdf