

นวัตกรรมฝ้าเพดานขึงตึง (Stretch Ceiling Innovation)

วิระพล รอดเปีย

บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์ฝ้าเพดานยิปซัมที่กำลังใช้กันอย่างแพร่หลายในบ้านและอาคารทั่วไปในปัจจุบัน ทำให้การผลิตยิปซัมเพื่อมาทำฝ้ามีจำนวนมากในแต่ละปี ประกอบกับยิปซัมในอนาคตอาจจะหมดไปได้ในที่สุด บริษัทฯ จึงมองเห็นที่จะหาวัสดุมาทดแทนการทำงานของฝ้าเพดานที่ใช้ยิปซัม

ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท แองกรูร่า จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาทดแทนวัสดุฝ้าเพดานยิปซัมในประเทศ ด้วยคุณสมบัติเป็นฝ้าเพดานที่ติดตั้งได้รวดเร็ว ไร้ฝุ่นและกลิ่นสีหลังติดตั้งแล้วเสร็จ การวัดขนาดเพื่อทำการ เป็นวัสดุพีวีซีสังเคราะห์ มีอายุการใช้งานยาวนาน สามารถนำมารีไซเคิลได้

การแบ่งส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์ฝ้าเพดาน แองกรูร่า นั้น จะแบ่งตามมูลค่าของงานก่อสร้าง โดยมุ่งเน้นตลาดกลุ่มเล็ก (Niche marketing) ที่ผู้ซื้อมีกำลังการซื้อในระดับดี-ดีมาก ในระดับราคา 3 ล้านบาทขึ้นไป คนกลุ่มนี้จะมีกำลังซื้อสูงและ lifestyle ใหม่ ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น ด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลาดใหม่ ที่ในประเทศไทยยังไม่มี เป็นการพลิกโฉมตลาดวัสดุ มีความเป็นไปได้ว่าขนาดของตลาดจะขยายเพิ่มขึ้นในอนาคต

บริษัทใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ โดยใช้การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์รวมทั้งการสร้างภาพพจน์ของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่งจุดประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความภักดีต่อตราสินค้ากับ โอกาสทางธุรกิจจากแนวโน้มการเจริญเติบโตของฝ้าเพดาน โดยมีทีมผู้บริหาร ซึ่งมีประสบการณ์หลากหลายด้าน ด้านวิศวกรรมก่อสร้าง การตลาดการขาย บัญชี เพื่อที่จะนำพาองค์กรไปยังจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

แผนด้านการเงินและการลงทุน บริษัทเป็นลักษณะธุรกิจร่วมทุน โดยประกอบด้วยเงินลงทุน จำนวนทั้งหมดประมาณ 6,880,000 บาท โดยแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 3,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 30,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท มีจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด 7 คน

เป็นเงินกู้ยืมจาก ธนาคารกรุงไทย จำนวน 3,200,000 บาทระยะเวลากู้ 5 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำบวกหนึ่ง [(Minimum Loan Rate: MLR)+2] คือ (6.525+2) เท่ากับ 8.525 ต่อปีให้มีการชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยทุกเดือน

สำหรับความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจนี้หากแผนการผลิตเป็นไปตามที่คาดการณ์กิจการจะสามารถสร้างผลตอบแทนขั้นต่ำในโครงการนี้ IRR=65.32% มากกว่าต้นทุนถั่วเฉลี่ยของโครงการ WACC=15% และสามารถคืนทุน Payback Period: PB=2.8 ปี โดยกิจการสามารถให้ค่า NPV= 4,974,225.06 เป็นบวก หมายถึง ผลประโยชน์ในอนาคตคิดมูลค่าปัจจุบันแล้ว มีค่ามากกว่าเงินลงทุน นั่นคือโครงการนี้ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับการลงทุน

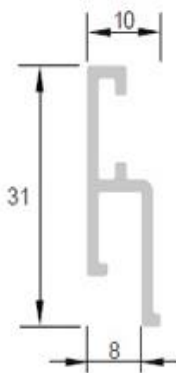
คำสำคัญ: ฝ้าเพดานยืด, ฝ้ารับแรงดึง, Stretch Ceiling

1. บทนำ

ในปัจจุบันวัสดุที่นำมาใช้ทำฝ้าเพดานมีหลายชนิด แต่ละชนิดก็มีจุดเด่นจุดด้อยต่างกันไป เช่น ฝ้าเพดานที่ทำด้วยไม้มีความแข็งแรงทนทาน สวยงามแบบธรรมชาติ แต่หายาก ราคาแพง ติดไฟง่าย มีปัญหาเรื่องปลวกและบดบังแสงถ้าคุณภาพไม่ดีพอ ฝ้าที่ทำมาจากกระเบื้องแผ่นเรียบทนน้ำและความชื้นได้ดีแต่แตกง่ายและเมื่อแตกแล้วไม่สามารถซ่อมเฉพาะจุดได้ ต้องเปลี่ยนใหม่ทั้งแผ่น ฝ้าอลูมิเนียมมีน้ำหนักเบา ทนน้ำและความชื้นได้ดี แต่ราคาแพงและกันความร้อนไม่ได้ ฝ้ายิปซัมบอร์ดน้ำหนักเบา ทนไฟ สามารถฉาบปิดรอยต่อได้ แต่ไม่ทนน้ำ สำหรับการสร้างบ้านพักอาศัยในปัจจุบันนิยมใช้แผ่นยิปซัมบอร์ดทำฝ้าเพดาน ข้อควรระวังอย่างหนึ่งในการติดตั้งฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ดก็คือหากช่างฝีมือไม่ดีพอหรือทำแผ่นฝ้าเป็นพื้นที่กว้างหรือยาวมากแผ่นฝ้าจะแอ่นและทำให้เรียบได้ยาก เมื่อแสงไฟส่องจะเห็นเป็นลอนและคลื่นได้ชัดเจน

ผลิตภัณฑ์ Angular เน้นความใหม่ที่แตกต่างจากฝ้าเพดานทั่วไปในท้องตลาด มีน้ำหนักเบา การติดตั้งที่แปลกกว่าฝ้าเพดานทั่วไป

2. รายละเอียดผลิตภัณฑ์



รูปแบบตัวยึด	ความยาว	น้ำหนัก
Aluminium	2.5 , 3 เมตร	0.235/ml

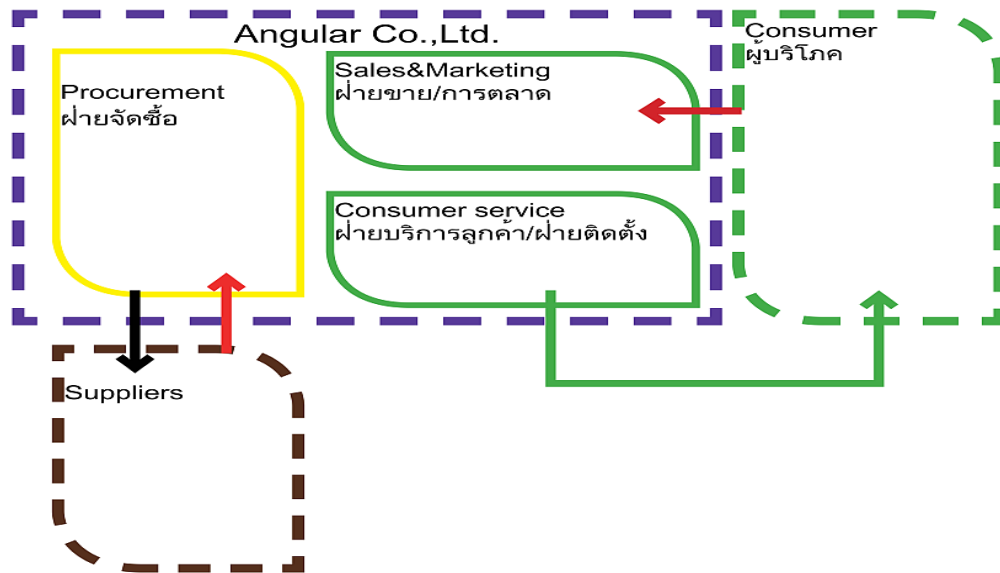
ตราผลิตภัณฑ์ (Brand Name)

ทางบริษัทเลือกที่จะวางตำแหน่งข้อเสนอทางการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำความแตกต่างและภาพพจน์ของข้อเสนอของบริษัท โดยกำหนดตำแหน่งเป็นบริษัทที่นำเสนอ “ ฝ้าคุณภาพดี สร้างความแปลกใหม่ ” ภาพสื่อถึงการกำหนดตำแหน่งตราสินค้า

ภาพ 1 ตราสินค้า)Angular)



ภาพ 2 รูปแบบของธุรกิจ (Business Model)



3. ข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

ความใหม่)New(

วัสดุที่นำมาใช้ทำฝ้าเพดานมีหลายชนิด แต่ละชนิดก็มีจุดเด่นจุดด้อยต่างกันไป เช่น ฝ้าเพดานที่ทำด้วยไม้มีความแข็งแรงทนทาน สวยงามแบบธรรมชาติ แต่หายาก ราคาแพง ติดไฟง่าย มีปัญหาเรื่องปลวกและบิดงอถ้าคุณภาพไม่ดีพอ ฝ้าที่ทำมาจากกระเบื้องแผ่นเรียบทนน้ำและความชื้นได้ดีแต่แตกง่ายและเมื่อแตกแล้วไม่สามารถซ่อมเฉพาะจุดได้ ต้องเปลี่ยนใหม่ทั้งแผ่น ฝ้าอลูมิเนียมมีน้ำหนักเบา ทนน้ำและความชื้นได้ดี แต่ราคาแพงและกันความร้อนไม่ได้ ฝ้ายิปซัมบอร์ดน้ำหนักเบา ทนไฟ สามารถฉาบปิดรอยต่อได้ แต่ไม่ทนน้ำ สำหรับการสร้างบ้านพักอาศัยในปัจจุบันนิยมใช้แผ่นยิปซัมบอร์ดทำฝ้าเพดาน ข้อควรระวังอย่างหนึ่งในการติดตั้งฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ดก็คือหากช่างฝีมือไม่ดีพอหรือทำแผ่นฝ้าเป็นพื้นที่กว้างหรือยาวมากแผ่นฝ้าจะแอ่นและทำให้เรียบได้ยาก เมื่อแสงไฟส่องจะเห็นเป็นลอนและคลื่น ได้ชัดเจน

ผลิตภัณฑ์ Angular เน้นความใหม่ที่แตกต่างจากฝ้าเพดานทั่วไปในท้องตลาด มีน้ำหนักเบา การติดตั้งที่แปลกกว่าฝ้าเพดานทั่วไป

การแก้ไขปัญหา (Solve Problem)

เศษวัสดุก่อสร้างสามารถเกิดได้ในทุกขั้นตอนหากขาดทักษะและความเอาใจใส่ต่อรายละเอียดการทำงานที่เพียงพอ การเกิดขยะในช่วงของการก่อสร้างส่วนใหญ่ นั้นมีสาเหตุจากขั้นตอนการเตรียมงานก่อนการก่อสร้าง ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีสาเหตุอื่นๆ ซึ่งทำให้เกิดขยะในขั้นตอนการก่อสร้าง เช่น การสั่งซื้อวัสดุมากเกินไป การ จัดเก็บและเคลื่อนย้ายวัสดุที่ไม่เหมาะสม กระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท แองกรูรา จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์ช่วยในการลดขั้นตอนต่างๆในการก่อสร้าง อีกทั้งยังไม่มีเศษวัสดุเหลือใช้งาน เพราะวัสดุสังเคราะห์ขนาดเท่าพื้นที่ฝ้าเพดาน

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรม (Industry Environment Analysis)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Model)

ยุทธวิธีการแข่งขันทางธุรกิจ (Porter's Five Forces) ซึ่งเป็นแนวคิดของปรมาจารย์ด้านการบริหารและเศรษฐศาสตร์ ท่านหนึ่ง คือ Michael E.Porter ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ อยู่ Harvard Business School แนวคิดนี้ได้กล่าวถึง ปัจจัย 5 อย่างที่มีอิทธิพลต่ออย่างมากในการสร้างภาวะกดดัน ทางการแข่งขันต่อทุกองค์การทางธุรกิจ และปัจจัยทั้ง 5 นี้คือ

การเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ (Potential Entrants)

การเข้ามาของผู้ผลิตและจำหน่ายฝ้าเพดาน PVC ใหม่ทำได้ง่าย เนื่องจากความง่ายในการเข้าถึงวัตถุดิบประเทศไทยมีผู้ผลิต PVC มากมาย แนวโน้มของผู้ผลิตรายใหม่จึงมักจะเป็นผู้ที่มีวัตถุดิบอยู่แล้วและสนใจที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับวัตถุดิบที่ตนมีอยู่ภายในอุตสาหกรรมของตนเอง โอกาสการเข้ามาในตลาดของผู้เล่นรายใหม่จึงมีมากและมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น

คู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน (Industry Competitors)

ปัจจุบันฝ้าเพดาน PVC มีผู้จำหน่ายอยู่ 2 บริษัทในประเทศฝรั่งเศส และมีผู้แทนจำหน่ายในบางประเทศ ส่วนในประเทศไทยยังไม่มีการนำเข้าวัสดุนี้ เนื่องจากการนำเข้าทำให้วัสดุมีราคาแพงกว่าฝ้าทั่วไปถึง 5 เท่า โดยที่คู่แข่งต่างประเทศเจ้าหลักๆมีดังนี้

บริษัทbarrisol (www.barrisol.com) ,บริษัท extenzo (www.extenzo.com)ประเทศฝรั่งเศส (

สินค้าทดแทน (Substitutes)

สิ่งที่อุตสาหกรรมฝ้าเพดานยิปซัมในประเทศไทยอยากให้เชื่อคือผลิตภัณฑ์ยิปซัมสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ แต่ความจริงแล้วยิปซัมนำมาใช้ใหม่ได้ยาก สำหรับสังคมยุคใหม่จำเป็นต้องใช้สิ่งใหม่มาทดแทน ซึ่งในประเทศไทยมีการใช้พลาสติกพีวีซีทุกหนทุกแห่ง ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพมากกว่าแต่มันสามารถใช้ทดแทนวัสดุที่เราเคยใช้ในราคาที่ถูกลงกว่าเท่านั้น ในอนาคตสินค้าที่ทดแทนวัสดุ PVC การใช้งานพีวีซีไม่ได้มีเพียงเฉพาะในงานที่เห็นได้อย่างชัดเจนอย่างบรรจุภัณฑ์หรือสินค้าบริโภค ยังมีการใช้ที่เห็นได้ยากอย่างในภาคก่อสร้าง อุตสาหกรรมยานยนต์ และการแพทย์ ซึ่งการใช้งานเหล่านี้พีวีซีจะคงทนถึง 10 ถึง 20 ปี ก่อนที่จะหมดอายุใช้งานกลายเป็นขยะ ในภาคก่อสร้าง พีวีซีใช้ทำผลิตภัณฑ์อย่างรางน้ำ ท่อน้ำ พื้น กรอบ ประตูหน้าต่าง และกรอบหน้าต่าง และเนื่องจากพีวีซีมีคุณสมบัติไม่คงตัวกลางรังสีอัลตราไวโอเล็ตจากแสงแดด ทำให้ต้องมีการเติมสารเพิ่มความคงตัว (Stabilisers) ซึ่งส่วนใหญ่มีแคดเมียมเป็นส่วนผสม ต่างจากสินค้าอายุสั้น ผลกระทบจากการใช้พีวีซีในสินค้าอายุยืนจึงยังไม่ปรากฏอย่างชัดเจน เนื่องจากต้องใช้เวลามากกว่าจะพิสูจน์ได้ชัด

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Buyer)

เนื่องจากที่จัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในประเทศมีน้อยทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองน้อยและไม่สามารถซื้อตามร้านค้าได้ปกติ ในกรณีนี้บริษัทจะต้องขายสินค้าราคาสูงกว่าคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดธุรกิจเดียวกัน

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย(Supplier)

บริษัทผู้ผลิตวัสดุพีวีซีให้กับบริษัทนั้นมีมากหลายบริษัทที่สามารถผลิตให้ได้ ทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองได้ดี และเนื่องจากยอดขายในประเทศมีโอกาสสูงขึ้น ทำให้สามารถต่อรองกับผู้ผลิตได้

ภัยคุกคามผู้ขาย)Supplier(

ทางบริษัท แองกรูร่า จำกัด ได้จ้าง Supplier ให้ทำการผลิตฝ้าเพดาน การที่ Supplier จะทำการผลิตฝ้านั้นทำได้ง่ายเพราะมีวัตถุดิบในการผลิตอยู่แล้ว จึงมีอำนาจต่อรองสูง เพราะหากโรงงานอุตสาหกรรมยกเลิก การขายทางบริษัทจะเสียหายมากจึงต้องดำเนินการทำสัญญาเพื่อลดอำนาจการต่อรองลง

การวิเคราะห์จุดแข็ง (S) และจุดอ่อน (W)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>S1:บริษัทมีขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการให้บริการสูง</p> <p>S2:รูปแบบและเทคนิคการติดตั้งฝ้าเพดานเป็นรูปแบบเฉพาะของบริษัท</p> <p>S3:บริษัทมีที่ออกแบบและติดตั้งที่มีประสบการณ์และชำนาญในการทำงาน</p> <p>S4:ผู้บริหารมีแนวคิดการปฏิรูปองค์กรให้มีความทันสมัย ยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและเปลี่ยนถ่ายไปสู่ ผู้บริหารรุ่นใหม่ในอนาคต</p>	<p>W1:บริษัทมีขนาดเล็ก และยังไม่เป็นที่รู้จัก</p> <p>W2:บริษัทใหม่หาผู้ร่วมลงทุนได้ยาก</p> <p>W3:ต้นทุนของสินค้าราคาสูง เนื่องจากค่าแรงสูง</p> <p>W4:อำนาจในการต่อรองผู้ผลิตมีน้อย</p> <p>W5:บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการดูแลบุคลากรสูง</p>
การวิเคราะห์โอกาส(O) และอุปสรรค (T)	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
O1:อัตราการเจริญเติบโตเศรษฐกิจ	T1:ปัญหาการขาดแคลนแรงงานใน

ภายในประเทศสูง	อุตสาหกรรมก่อสร้าง
O2: การที่สถาบันการเงินปล่อยกู้ด้านอสังหาริมทรัพย์ในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำ	T2: ราคาของวัตถุดิบของวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้น
ทำให้มีการกระตุ้นการใช้บริการ	T3: ข่างฝีมือมีน้อยในอุตสาหกรรมนี้ทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการสูง
O3: ความจำเป็นใช้บริการซ่อมแซมอาคารสถานที่ที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง	T4: เศรษฐกิจถดถอย

5. แผนเชิงกลยุทธ์

จากที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆทางการตลาด จึงได้กำหนดกลยุทธ์ในแต่ละองค์ประกอบให้มีการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อเดินไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย

กลยุทธ์ระดับองค์กร Corporate Strategy

บริษัทเลือกที่จะใช้กลยุทธ์การขยายตัว ที่มุ่งเน้นการขยายตัวของยอดขาย เนื่องจากตลาดสินค้าทดแทนยังมีความต้องการมากเนื่องจาก คนทั่วโลกให้ความสำคัญต่อกระแสสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสามารถแบ่งกลยุทธ์การกระจายธุรกิจ แบบเกาะกลุ่มได้เป็นสองส่วนดังนี้

กลยุทธ์เจาะตลาด (Market Penetration)

นำเสนอสินค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ที่ยังไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทโดยการใช้ความเข้าใจถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และทำการส่งเสริมไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

ทำการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่คือคิดค้นผ้าฝ้ายแพดานใหม่ๆ เพิ่มการออกแบบและความสวยงามของผ้าแพดาน ให้มีลูกเล่นมากยิ่งขึ้น ตลอดจนพัฒนาขั้นตอนการติดตั้งให้รวดเร็วขึ้นไปอีก

กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy)

นำเสนอสินค้าที่มีความแตกต่างด้วยนวัตกรรม ของเทคโนโลยีของตัวพีวีซีที่ใส่เข้าไปซึ่งมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆในตลาดคือ ไม่มีการซีดจาง มีอายุการใช้งานยาวนาน และสามารถนำมารีไซเคิลได้

กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy)

องค์กรเลือกให้ความสนใจตลาด เฉพาะ Niche Market

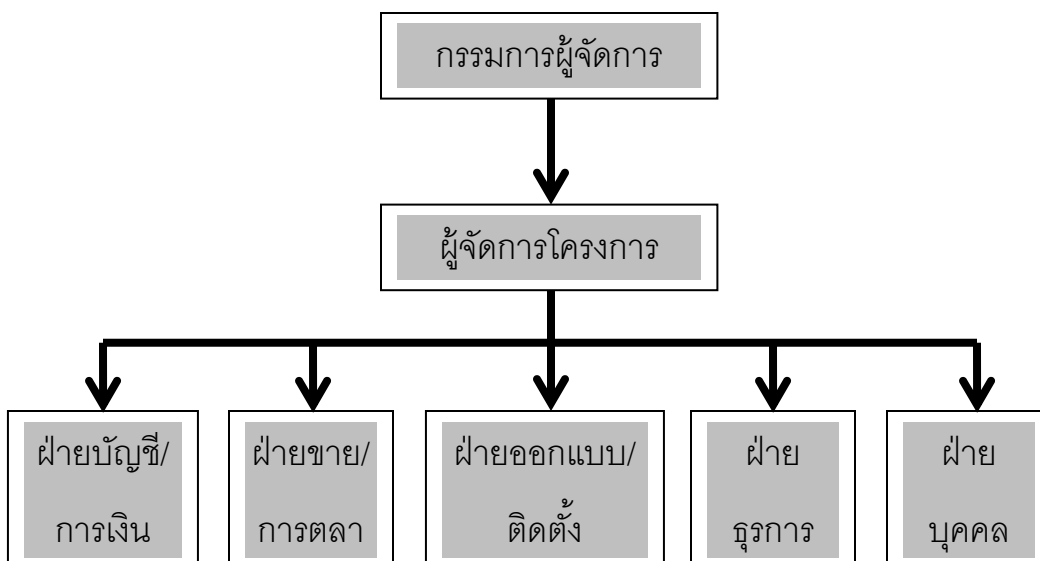
โดยที่บริษัทวางกลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะส่วนอยู่บนพื้นฐานของการเลือกขอบเขตการแข่งขันแบบแคบภายในอุตสาหกรรม เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าเฉพาะเจาะจง เพื่อที่จะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. บริษัทสามารถรู้จักตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีความเฉพาะเจาะจงได้เป็นอย่างดี
2. บริษัทสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว
3. บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถที่จะพัฒนาให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าได้อย่างเข้มแข็งตามลำดับ
4. บริษัทสามารถครอบครองตลาดขนาดเล็กที่มีความเฉพาะเจาะจงซึ่งคู่แข่งที่ขายสินค้าให้แก่ตลาดแบบกว้างไม่สามารถทำได้

6. แผนผังองค์กร

การวางโครงสร้างในลักษณะ โครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ Functional Organization โดยองค์กรจะแบ่งภารกิจทั้งหมด ให้เป็นภารกิจย่อยและรวบรวมความหลากหลายที่มีความสัมพันธ์กัน ให้เป็นหน่วยงานเดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมและจัดสายการบังคับบัญชาที่เอื้อต่อการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วทั้งบริษัท ทำให้สามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรรวมถึงการบริหารจัดการได้อย่างคล่องตัว

โครงสร้างองค์กรแบบจัดการตามหน้าที่นั้นจึงแสดงได้ดังนี้



7. แผนการเงิน

จากการประเมินเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งหมดประมาณ 6,880,000 บาท โดยแบ่งเป็นส่วนของบริษัท 3,000,000 บาท อีกส่วนบริษัทได้กู้ยืมจาก บมจ. ธนาคารกรุงไทย จำนวน 3,880,000 บาท ระยะเวลากู้ 5 ปี อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำบวกสอง [(Minimum Loan Rate: MLR)+2] คือ (6.525+2) เท่ากับ 8.525% ต่อปี ให้มีการชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยทุกเดือน โดยใช้ที่ดินและอาคารสำนักงาน และกรรมกรบริษัท ค่าประกันกู้กับธนาคาร

สำหรับความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจนี้ หากแผนการผลิตเป็นไปตามที่คาดการณ์กิจการจะสามารถสร้างผลตอบแทนขั้นต่ำในโครงการนี้ $IRR=65.32\%$ มากกว่าต้นทุนถั่วเฉลี่ยของโครงการ $WACC=15\%$ และสามารถคืนทุน Payback Period: $PB=2.8$ ปี โดยกิจการสามารถให้ค่า $NPV=4,974,225.06$ เป็นบวก หมายถึง ผลประโยชน์ในอนาคตคิดมูลค่าปัจจุบันแล้ว มีค่ามากกว่าเงินลงทุน นั่นคือโครงการนี้ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับการลงทุน

8.สรุป

การใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ โดยใช้การสร้าง ความแตกต่างด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์รวมทั้งการสร้างภาพพจน์ของสินค้าที่เหนือกว่าคู่แข่งจุดประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความภักดีต่อตราสินค้ากับโอกาสทางธุรกิจจากแนวโน้มการเจริญเติบโตของฟ้าเพดานในธุรกิจวัสดุก่อสร้าง