3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือ กระดาษคราฟท์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) กระดาษคราฟท์สำหรับทำผิวกล่อง (Kraft Liner Board) และ 2) กระดาษคราฟท์สำหรับทำลอนลูกฟูก (Corrugating Medium) โดยในปี 2546 บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท คิดเป็นร้อยละ 50.60 และ ร้อยละ 47.64 ของรายได้รวมของบริษัทในปี 2546

สำหรับใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2547 นั้น บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์สำหรับทำผิวกล่อง และ กระดาษคราฟท์สำหรับทำลอนลูกฟูก ในสัดส่วนร้อยละ 52.61 และ ร้อยละ 43.34 ของรายได้รวมของบริษัทใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2547

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

กระดาษเป็นแผ่นวัสดุซึ่งได้จากการนำส่วนผสมหลายๆ ชนิดมาผสมให้เข้ากันดีแล้วนำไปทำเป็นแผ่น โดยวัสดุที่ใช้เป็นส่วนผสมเหล่านี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นเส้นใย (Fibrousmaterial) ซึ่งเป็นส่วนที่เป็นองค์ประกอบหลักและเป็นโครงสร้างของแผ่นกระดาษ และส่วนที่ไม่ใช่เส้นใย ซึ่งเป็นสารเติมแต่งใช้เติมผสมลงไปในส่วนเส้นใยเพื่อปรับปรุงคุณสมบัติกระดาษให้ได้ตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ในกระดาษโดยทั่วไปจะมีส่วนเส้นใยผสมอยู่ในปริมาณร้อยละ 70-95 ของน้ำหนักกระดาษ ปริมาณส่วนเส้นใยจะมีมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับชนิดของกระดาษที่ต้องการผลิต

กระดาษคราฟท์ ได้แก่ กระดาษที่ใช้สำหรับเป็นบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ กระดาษคราฟท์สำหรับทำผิวกล่อง (Kraft Liner Board) และกระดาษคราฟท์สำหรับทำลอนลูกฟูก (Corrugating Medium) ซึ่งแต่ละประเภทจะมีหลายเกรด เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานที่แตกต่างกันของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากกระดาษที่มีคุณภาพดีเกินความจำเป็นจะทำให้ลูกค้าต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงเกินควร ในขณะที่กระดาษที่มีคุณภาพต่ำเกินไป จะทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่ปกป้องสินค้าภายในได้ดีพอ และอาจทำให้สินค้าภายในเสียหายได้

เกรดของกระดาษคราฟท์ที่บริษัทผลิต มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) <u>กระดาษคราฟท์สำหรับทำผิวกล่อง (Kraft Liner Board)</u>

- เกรด KA กระดาษทำผิวกล่องสีเหลืองทองคุณภาพพิเศษ มีคุณสมบัติทนต่อความชื้น และมีความเหนียวสูง เหมาะสำหรับทำกล่องที่ต้องการความแข็งแรงเป็นพิเศษ เช่น กล่องบรรจุเครื่องใช้ไฟฟ้า
  น้ำหนักมาตรฐาน : 125, 150, 185, 230 กรัม/ตารางเมตร
- เกรด KJ กระดาษทำผิวกล่องชนิดใหม่ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้มาตรฐานการผลิตจากประเทศญี่ปุ่น กระดาษเกรด KJ จะมีความแข็งแรงสูง และมีระดับความชื้นที่เหมาะสม มีสีธรรมชาติ สามารถนำไปใช้ทดแทนกระดาษเกรด KA ได้
  น้ำหนักมาตรฐาน : 125, 150, 185, 230 กรัม/ตารางเมตร
- เกรด KP กระดาษทำผิวกล่องสีน้ำตาลอ่อนตามธรรมชาติของเยื่อกระดาษ คุณภาพรองจากเกรด KA เหมาะสำหรับกล่องที่ต้องการความแข็งแรงปานกลาง เช่น กล่องอาหารกระป๋อง กล่องน้ำอัดลม
  น้ำหนักมาตรฐาน : 125, 150, 185 กรัม/ตารางเมตร

2) กระดาษคราฟท์สำหรับทำลอนลูกฟูก (Corrugating Medium)

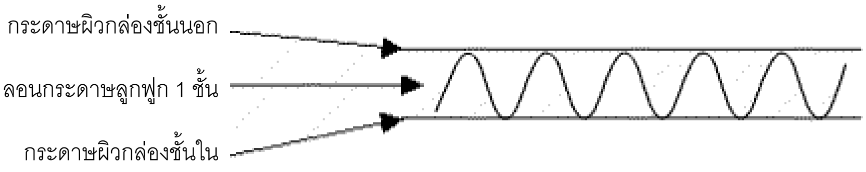
- เกรด CA กระดาษสำหรับทำลอนลูกฟูก มีคุณสมบัติที่สามารถรับน้ำหนักการเรียงซ้อนได้ดี สามารถดูดซึมกาวเพื่อให้ยึดติดกับกระดาษคราฟท์สำหรับทำผิวกล่อง ทำให้คงรูปอยู่ได้ และทำให้กล่องบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง รวมทั้งสามารถรับแรงกระแทกได้ดี
  น้ำหนักมาตรฐาน : 125, 150, 185 กรัม/ตารางเมตร

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง : กล่องกระดาษลูกฟูก

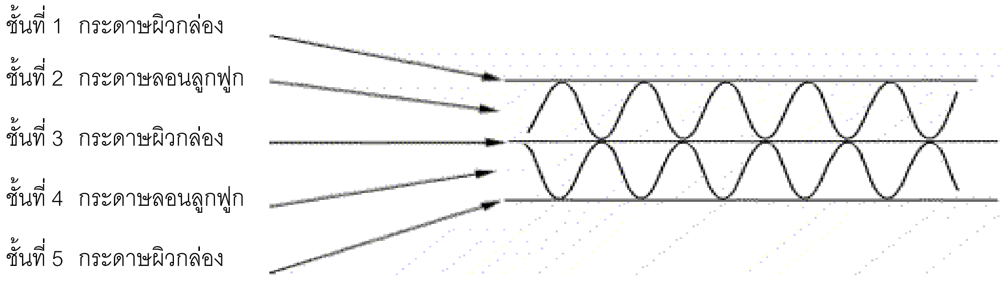
ลูกค้าของบริษัทได้แก่ ผู้ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก ซึ่งจะต้องนำกระดาษคราฟท์ที่บริษัทผลิตไปผ่านกระบวนการผลิตเพื่อทำเป็นกระดาษลูกฟูกเสียก่อน จึงจะนำไปใช้ในการผลิตกล่องลูกฟูกได้ ในปัจจุบันกระดาษลูกฟูกที่ที่ใช้กันอยู่โดยโดยทั่วไปมีอยู่ 4 แบบ ได้แก่ กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น (Single Face) กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น (Single Wall) กระดาษลูกฟูก 5 ชั้น (Double Wall) และ กระดาษลูกฟูก 7 ชั้น (Triple Wall) แต่ละแบบมีความแข็งแรงต่างกันไป ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกระดาษลูกฟูกที่มีจำนวนชั้นมากกว่าจะมีความแข็งแรงสูงกว่า ดังนั้น ในการผลิตกล่องเพื่อบรรจุสินค้าที่มีน้ำหนักมาก หรือต้องการความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์เป็นพิเศษ ผู้ผลิตกล่องลูกฟูกจึงมักจะเลือกใช้ กระดาษลูกฟูก 5 ชั้น หรือ 7 ชั้น เนื่องจากมีความแข็งแรงสูงกว่า

ทั้งนี้ กระดาษลูกฟูกแต่ละแบบจะมีลักษณะโครงสร้างเป็นชั้นของกระดาษลูกฟูก และลอนกระดาษลูกฟูกสลับกันไป เช่น กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น จะประกอบด้วย ลอนกระดาษลูกฟูก 1 ชั้น พร้อมกระดาษปะหน้าทำผิวกล่อง ด้านในและด้านนอก อีก 2 ชั้น รวมเป็น 3 ชั้น ดังรูปต่อไปนี้

ส่วนประกอบของกระดาษลูกฟูก 3 ชั้น



ส่วนประกอบของกระดาษลูกฟูก 5 ชั้น



3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมกระดาษของประเทศไทย

อุตสาหกรรมกระดาษจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องมาจากอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ เนื่องจากต้องใช้เยื่อกระดาษเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต นอกจากนี้ อุตสาหกรรมกระดาษยังเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการซึ่งสามารถทดแทนการนำเข้าได้อย่างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์กระดาษจัดเป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

ในปี 2546 ประเทศไทยมีกำลังการผลิตกระดาษรวมทั้งสิ้น 3.9 ล้านตัน และมีปริมาณการบริโภคกระดาษรวมทั้งสิ้น 2.7 ล้านตัน โดยกำลังการผลิตและปริมาณการบริโภคในปี 2546 เพิ่มขึ้นจากในปี 2545 ประมาณร้อยละ 7 ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญของการขยายตัวของกำลังการผลิตนั้น เนื่องมาจากการขยายกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์เป็นหลัก ส่วนสาเหตุสำคัญในการขยายตัวของปริมาณการบริโภคนั้น เนื่องมาจากการที่ความต้องการบรรจุภัณฑ์กระดาษของประเทศมีการขยายตัว ทำให้ปริมาณการบริโภคกระดาษคราฟท์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การขยายตัวของปริมาณการบริโภคกระดาษของประเทศนั้นยังมีผลมาจากความต้องการกระดาษสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการพิมพ์และโฆษณา

ตารางแสดง สถิติกำลังการผลิต การผลิต อัตราการใช้กำลังการผลิต และการบริโภค กระดาษประเภทต่างๆของประเทศไทย

ประเภท	กำลังการผลิต		การผลิต		อัตราการใช้กำลังการผลิต	การบริโภค		ปริมาณการบริโภคต่อหัว
	ปริมาณ (พันตัน)	ร้อยละ	ปริมาณ (พันตัน)	ร้อยละ		ปริมาณ (พันตัน)	ร้อยละ	
กระดาษคราฟท์	2,400	61	1,900	58	79	1,509	56	24
กระดาษพิมพ์เขียน	1,040	26	921	28	89	626	24	10
กระดาษแข็ง	300	8	244	8	81	209	8	3
กระดาษหนังสือพิมพ์	125	3	120	4	96	255	10	4
กระดาษชำระ	86	2	76	2	88	52	2	1
รวม	3,951	100	3,261	100	-	2,651	100	42

ที่มา : หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (กันยายน 2547)

ตารางแสดงอัตราการบริโภคกระดาษของต่อประชากร 1 คน ของประเทศไทย (Per Capita Consumption)

หน่วย : กิโลกรัม

	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548*	2549*	2550*	2551*
ปริมาณบริโภค	31	35	36	39	42	44	47	50	53	56

ที่มา : หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (กันยายน 2547)

หมายเหตุ : *เป็นตัวเลขที่ประมาณขึ้นโดยสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย

ในการผลิตกระดาษคราฟท์วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ ได้แก่ เยื่อกระดาษประเภทเยื่อใยยาว เยื่อกระดาษประเภทเยื่อใยสั้น หรือ เศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้ว น้ำใช้อุตสาหกรรม และ เชื้อเพลิง อย่างไรก็ดี กระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์นั้นไม่ได้พึ่งพิงอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษภายในประเทศมากนัก เนื่องจากเยื่อกระดาษที่ใช้ในการผลิต

กระดาษคราฟท์ประเภทเยื่อใยยาวนั้น เป็นวัตถุดิบที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เนื่องจากผู้ผลิตภายในประเทศไม่สามารถผลิตได้ เพราะประเทศไทยไม่มีแหล่งวัตถุดิบ ส่วนวัตถุดิบประเภทเยื่อใยสั้นซึ่งเป็นเยื่อกระดาษที่ผู้ผลิตภายในประเทศสามารถผลิตได้นั้นสามารถทดแทนได้ด้วยวัตถุดิบอื่น ได้แก่ เศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้ว ดังนั้นการที่ผู้ผลิตกระดาษคราฟท์บางราย มีโรงงานผลิตเยื่อกระดาษเป็นของตนเองนั้น จึงไม่ได้เป็นการช่วยสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจกระดาษคราฟท์มากนัก

สำหรับวัตถุดิบประเภทเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วนั้น ส่วนมากผู้ผลิตนิยมนำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วภายในประเทศมีปริมาณที่ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากระบบการจัดเก็บภายในประเทศที่ยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก และปริมาณการบริโภคกระดาษของประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ

ตารางแสดงตัวเลขปริมาณเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วที่จัดเก็บได้ภายในประเทศ การนำเข้า และปริมาณการบริโภค

ปี	ปริมาณที่จัดเก็บได้ภายในประเทศ	นำเข้า	ส่งออก	บริโภค
2543	776	952	-	1,728
2544	819	947	1	1,765
2545	998	879	3	1,875
2546	1,053	1,099	3	2,149

ที่มา : หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (กันยายน 2547)

ตารางแสดงปริมาณการผลิต การบริโภค และ อัตราการบริโภคกระดาษต่อประชากร 1 คน ในปี 2545 (Per Capita Consumption)

ประเทศ	ปริมาณการผลิต (ล้านตัน)	ปริมาณการบริโภค (ล้านตัน)	อัตราการบริโภคกระดาษ (กิโลกรัม) ต่อประชากร 1 คน
ยอดรวมทั่วโลก	330.7	330.8	54
สหรัฐอเมริกา	50.0	88.2	314
จีน	37.8	42.6	33
ญี่ปุ่น	30.7	30.6	241
แคนาดา	20.1	7.8	244
ฟินแลนด์	12.8	1.7	333
สวีเดน	10.7	2.4	268
เกาหลี	9.8	8.2	169
บราซิล	7.8	6.9	39
อินโดนีเซีย	7.6	5.3	23
สหราชอาณาจักรฯ	6.1	12.4	208
ไต้หวัน	4.4	4.6	206
ไทย	**2.8**	**2.5**	**39**
มาเลเซีย	1.2	2.2	98
ชิลี	1.0	0.9	56
เวียดนาม	0.5	0.8	10

ที่มา : หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (กันยายน 2547)

นอกจากนี้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์ เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภท กล่องกระดาษลอนลูกฟูก ดังนั้นอุปสงค์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์นั้น จึงเป็นอุปสงค์ต่อเนื่องมาจากความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษลอนลูกฟูก ซึ่งแปรผันตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีทั้งการนำเข้าและส่งออกกระดาษคราฟท์ ทั้งนี้ สาเหตุหลักที่มีการนำเข้ากระดาษคราฟท์นั้น เนื่องมาจากยังมีกระดาษคราฟท์บางประเภท ที่ผู้ผลิตภายในประเทศยังไม่สามารถผลิตได้ในระดับต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ผู้ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกบางรายซึ่งต้องการใช้กระดาษประเภทดังกล่าวจึงจำเป็นต้องสั่งซื้อกระดาษจากต่างประเทศ สำหรับการส่งออกนั้น เนื่องจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์ในตลาดต่างประเทศนั้น โดยส่วนใหญ่จะได้ราคาค่อนข้างต่ำกว่าการจำหน่ายให้กับลูกค้าภายในประเทศ ดังนั้นการส่งออกส่วนใหญ่ของผู้ผลิต จะเป็นไปเพื่อเหตุผลในการระบายสินค้าและชดเชยกำลังการผลิตส่วนเกินเป็นหลัก

ภาวะอุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์

สถิติปริมาณการบริโภค ปริมาณการนำเข้า ปริมาณการส่งออก ปริมาณการผลิต และกำลังการผลิตกระดาษคราฟท์ของประเทศไทย

หน่วย : พันตัน

ปี	ปริมาณบริโภค	ปริมาณการนำเข้า	ปริมาณการส่งออก	ปริมาณการผลิตภายในประเทศ	กำลังการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ	อัตราการใช้กำลังการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ (ร้อยละ)
2534	643	22	16	636	824	77.21
2535	735	16	38	757	1,062	71.32
2536	850	15	43	877	1,140	76.94
2537	980	18	100	1,062	1,195	88.88
2538	1,064	19	122	1,167	1,416	82.42
2539	1,118	31	70	1,157	1,625	71.20
2540	1,150	22	185	1,313	1,844	71.19
2541	923	17	393	1,299	1,970	65.94
2542	1,036	33	501	1,504	2,042	73.67
2543	1,182	48	379	1,513	2,187	69.17
2544	1,261	46	346	1,561	2,196	71.08
2545	1,394	92	304	1,607	2,200	73.03
2546	**1,509**	**95**	**308**	**1,900**	**2,400**	**79.17**
*2547**	*1,618*	-	-	-	*2,400*	-
*2548**	*1,736*	-	-	-	*2,650*	-
*2549**	*1,862*	-	-	-	*2,650*	-
*2550**	*1,997*	-	-	-	*2,650*	-
*2551**	*2,142*	-	-	-	*2,650*	-

ที่มา หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (กันยายน 2547)

หมายเหตุ *เป็นตัวเลขประมาณการ

ปริมาณการบริโภคกระดาษคราฟท์ของประเทศ

ในปี 2546 ปริมาณการบริโภคของกระดาษคราฟท์ของประเทศเพิ่มขึ้นจากปี 2545 ถึงร้อยละ 8.3 หรือคิดเป็นปริมาณการบริโภคกระดาษคราฟท์ประมาณ 1.5 ล้านตัน อัตราการขยายตัวดังกล่าวเป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ การขยายตัวของเศรษฐกิจโลก และแนวโน้มการส่งออกซึ่งมีทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งนี้ จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ระบุว่า ในปี 2546 นั้น เศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 6.7 สูงกว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2545 ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 5.4 และเศรษฐกิจโลกในปี 2546 มีอัตราการขยายตัวเท่ากับร้อยละ 3.9 สูงกว่าอัตราการขยายตัวในปี 2545 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 3.0 โดยการขยายตัวดังกล่าวจัดเป็นแรงส่งต่อเนื่องที่สำคัญที่ทำให้การส่งออกของประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จาก ตัวเลขการส่งออกในปี 2546 ของประเทศไทยซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 78.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 18.6 จากปี 2545

สำหรับแนวโน้มการขยายตัวของปริมาณการบริโภคของกระดาษคราฟท์ในปี 2547 นั้น สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทยคาดการณ์ว่า จะขยายตัวในอัตราร้อยละ 7.2 หรือคิดเป็นปริมาณการบริโภคกระดาษคราฟท์ โดยรวม 1.6 ล้านตัน อัตราการขยายตัวดังกล่าวนั้น ต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของปริมาณการบริโภคของกระดาษคราฟท์ในปี 2546 ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 8.3 ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการคาดการณ์เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของประเทศตลอดปี 2547 จะขยายตัวในอัตราร้อยละ 6.0 - 6.5 ซึ่งต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2546 และแม้ว่าจะมีการคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโลกในปี 2547 จะมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 3.4 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวในปี 2546 นั้น แต่อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก(คิดเป็นเงินบาท)ของประเทศมีแนวโน้มที่จะขยายตัวในอัตราที่ใกล้เคียงกับในปี 2546 เท่านั้น คือ ขยายตัวร้อยละ 18.4 เนื่องจากผลกระทบจากปัจจัยสำคัญหลายปัจจัย ได้แก่ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไข้หวัดนก การชะลอตัวของการส่งออกไปประเทศจีน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลจีนเริ่มดำเนินนโยบายในการควบคุมความร้อนแรงของเศรษฐกิจ โดยการควบคุมการปล่อยสินเชื่อ และลดมาตรการด้านภาษีต่างๆ ที่ใช้เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังเป็นผลมาจากกรณีการสอบสวนการทุ่มตลาดกุ้งจากสหรัฐฯ ซึ่ง ณ 29 ก.ค. 2547 ได้มีการประกาศใช้อัตราอากรตอบโต้การทุ่มตลาดเบื้องต้นสำหรับกุ้งที่นำเข้าจากไทยในอัตราร้อยละ 5.56-10.25 (ข้อมูลจากรายงานภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสสอง ปี 2547และแนวโน้มปี 2547-2548 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ปริมาณการผลิต และกำลังการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ

ในปี 2546 อัตราการขยายตัวของปริมาณการผลิต และกำลังการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ เท่ากับ ร้อยละ 18.2 และ 9.1 ตามลำดับ สูงกว่าอัตราการขยายตัวในปี 2545 ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 2.9 และ 0.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการที่ความต้องการบริโภคกระดาษคราฟท์ของตลาดภายในประเทศมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นตามทิศทางการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก ทั้งนี้ สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย มีการคาดการณ์ว่า หากปริมาณการบริโภคกระดาษยังคงเพิ่มขึ้นในอัตราประมาณร้อยละ 7.3 ต่อไปในอนาคต ในปี 2549 ผู้ผลิตกระดาษภายในประเทศ จะต้องเพิ่มกำลังการผลิตอีกครั้ง

การส่งออกกระดาษคราฟท์

จากตาราง "สถิติปริมาณการบริโภค ปริมาณการนำเข้า ปริมาณการส่งออก ปริมาณการผลิต และกำลังการผลิตกระดาษคราฟท์ของประเทศไทย" ในหน้า 2.3-4 จะเห็นได้ว่าปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์ ในปี 2545 ลดลงจากในปี 2544 ร้อยละ 12.1 ซึ่งเป็นผลกระทบจากการที่ความต้องการบริโภคกระดาษคราฟท์ในประเทศ ในปี 2545 มีการเติบโตสูงกว่าการขยายตัวของกำลังการผลิตในช่วงเดียวกันมาก สำหรับในปี 2546 นั้น ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์ เพิ่มขึ้นจากในปี 2545 เล็กน้อย โดยเพิ่มขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 1.3 เนื่องจากในปี 2546 มีการย้ายฐานการผลิตบางส่วนจากประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคทางเดินหายใจอักเสบมายังประเทศไทย และ การที่ไทยสามารถส่งออกอาหารแช่แข็งไปยังประเทศในแถบยุโรปได้เพิ่มขึ้น

3.2.2 ***ภาวะการแข่งขัน***

ในปี 2546 กำลังการผลิตกระดาษคราฟท์รวมของประเทศ เท่ากับ 2,400,000 ตัน/ปี เพิ่มขึ้นจากกำลังการผลิตรวมในปี 2545 ซึ่งเท่ากับ 2,200,000 ตัน/ปี ทั้งนี้ เนื่องจากในระหว่างปี 2546 ผู้ผลิตกระดาษคราฟท์จำนวน 2 ราย ได้แก่ บริษัท เอเชียคราฟท์ เปเปอร์ จำกัด และบริษัท ไทยเปเปอร์มิลล์ จำกัด ได้ขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณ 200,000 ตัน/ปี โดยคาดว่าการขยายตัวดังกล่าว เป็นไปเพื่อรองรับความต้องการกระดาษคราฟท์ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

รายชื่อคู่แข่งขันในตลาด และสัดส่วนกำลังการผลิตของคู่แข่งขันแต่ละราย สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

รายชื่อ	กำลังการผลิต (ตัน/ปี)	สัดส่วนของกำลังการผลิต (ร้อยละ)	อัตราการใช้กำลังการผลิต[1] (ร้อยละ)
บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์ไทย จำกัด	568,000	23.67	100
บริษัท สยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด	297,000	12.38	100
บริษัท ปัญจพลเปเปอร์ อินดัสตรี จำกัด	300,000	12.50	ไม่มีข้อมูล
บริษัท ปัญจพลไฟเบอร์คอนเทนเนอร์ จำกัด	300,000	12.50	100
บริษัท ไทยเคนเปเปอร์ จำกัด (มหาชน)	275,000	11.46	90
บริษัท เอเชียคราฟท์เปเปอร์ จำกัด	246,000	10.25	63
บริษัท ไทยเปเปอร์มิลล์ จำกัด	120,000	5.00	ไม่มีข้อมูล
บริษัท ยูไนเต็ดเปเปอร์ จำกัด (มหาชน)	**100,000**	4.17	95
บริษัท มหาชัยคราฟท์เปเปอร์ จำกัด	90,000	3.75	100
อื่น ๆ	104,000	4.33	ไม่มีข้อมูล
รวม	**2,400,000**	**100.00**	-

ที่มา : หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย (กันยายน 2547)

หมายเหตุ : [1]คำนวณจากปริมาณการผลิต (ตันต่อปี) หารด้วย กำลังการผลิต (ตันต่อปี) โดยใช้ข้อมูลจาก หนังสือ Directory 2004 ของสมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย

แม้ว่าในปี 2546 กำลังการผลิตของบริษัทจะสูงเป็นอันดับที่ 8 เมื่อเทียบกับกำลังการผลิตของคู่แข่งรายอื่นๆใน อุตสาหกรรม แต่เมื่อเทียบอัตรากำไรขั้นต้น และ อัตรากำไรสุทธิปี 2546 ดังตารางที่แสดงด้านล่าง จะเห็นได้ว่าบริษัทมี อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2546 สูงเป็นอันดับที่ 2 รองจาก บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์ไทย จำกัด และมีอัตรากำไร สุทธิในปี 2546 สูงเป็นอันดับที่ 3 รองจาก บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์ไทย จำกัด และ บริษัท ปัญจพลเปเปอร์ อินดัสตรี จำกัด

รายชื่อคู่แข่ง	อัตรากำไรขั้นต้นปี 2546	อัตรากำไรสุทธิปี 2546[1]
บริษัท อุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์ไทย จำกัด	19.01	9.11
บริษัท ยูไนเต็ดเปเปอร์ จำกัด (มหาชน)	18.92	7.11
บริษัท ปัญจพลไฟเบอร์คอนเทนเนอร์ จำกัด	13.99	3.60
บริษัท ปัญจพลเปเปอร์ อินดัสตรี จำกัด	13.29	8.57
บริษัท ไทยเคนเปเปอร์ จำกัด (มหาชน)	13.28	(5.04)
บริษัท ไทยเปเปอร์มิลล์ จำกัด	12.40	1.15
บริษัท เอเชียคราฟท์เปเปอร์ จำกัด	9.54	5.57
บริษัท มหาชัยคราฟท์เปเปอร์ จำกัด[2]	ไม่มีข้อมูล	ไม่มีข้อมูล
บริษัท สยามคราฟท์อุตสาหกรรม จำกัด	7.20	1.28

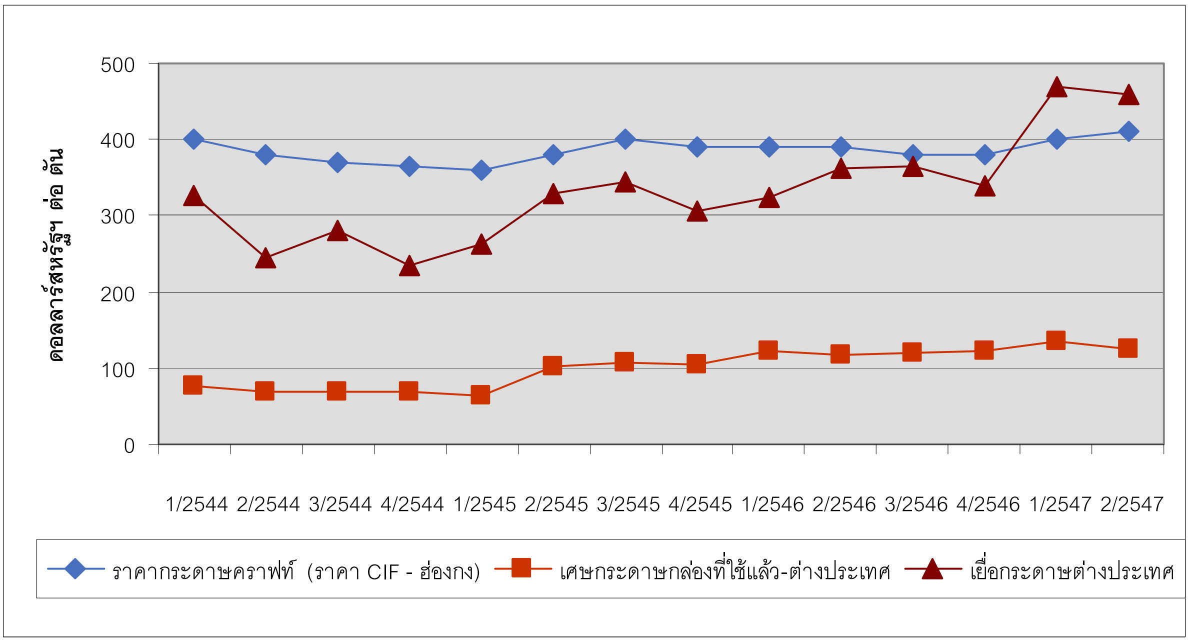
ที่มา : www.bol.co.th, กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : [1] คำนวณจากกำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติซึ่งไม่รวมกำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้

[2] บริษัท มหาชัยคราฟท์ เปเปอร์ จำกัด ยังไม่ได้นำส่งงบการเงินเนื่องจากมีการปิดงวดบัญชีเมื่อ 31 พฤษภาคม อย่างไรก็ดี ในปี 2545 บริษัท มหาชัยคราฟท์ เปเปอร์ จำกัด มีอัตรากำไรขั้นต้น และ อัตรากำไรสุทธิ เท่ากับร้อยละ 7.42 และ ร้อยละ (10.99) ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อนำตัวเลขปริมาณการบริโภคกระดาษคราฟท์ภายในประเทศ และปริมาณการส่งออกกระดาษคราฟท์ ของประเทศ มาเปรียบเทียบกับ กำลังการผลิตกระดาษคราฟท์ภายในประเทศแล้ว จะเห็นได้ว่าตลาดยังมีอุปทานส่วนเกิน อยู่ ประกอบกับการที่ผู้บริโภคกระดาษคราฟท์มีการรับรู้ราคาที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้บริโภคมักสั่งซื้อ กระดาษคราฟท์จากผู้จำหน่ายกระดาษคราฟท์หลายราย ผู้ผลิตจึงต้องพยายามเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ กิจการของตนเอง โดยเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และการลดต้นทุนสินค้า อย่างไรก็ดี เนื่องจากอุปทาน ส่วนเกินของตลาดยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก จึงคาดว่าในอนาคตจะยังไม่เกิดการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง จนเกิดเป็น สงครามราคาขึ้น

กราฟแสดงราคาวัตถุดิบสำคัญในการผลิตกระดาษคราฟท์ และราคากระดาษคราฟท์



ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษไทย และ บริษัท (30 มิถุนายน 2547)

ใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2547นั้น อัตรากำไรขั้นต้นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมลดต่ำลงเมื่อเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2546 โดย กลุ่มธุรกิจกระดาษและบรรจุภัณฑ์ ของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (ประกอบด้วย ธุรกิจเยื่อกระดาษ ธุรกิจกระดาษ ซึ่งรวมถึงกระดาษพิมพ์เขียน และ กระดาษอุตสาหกรรม และ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์) เท่ากับร้อยละ 25.45 ลดลงจากร้อยละ 31.90 ใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2546 สำหรับบริษัท ไทยเคนเปเปอร์ จำกัด (มหาชน) นั้นมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับ ร้อยละ 11.58 ลดลงจากร้อยละ 19.29 ใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2546 และบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับ ร้อยละ 18.49 ลดลงจากร้อยละ 21.94 ใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2546 ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2547 ราคาวัตถุดิบสำคัญหลายประเภท เช่น เยื่อกระดาษประเภทเยื่อใยยาว และเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้ว มีการปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการที่อุปสงค์จากตลาดประเทศจีนมีการขยายตัวสูงทำให้กระทบต่ออัตรากำไรขั้นต้นของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ แม้ว่าในไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 ราคากระดาษคราฟท์จะมีการปรับตัวขึ้นเล็กน้อยเพื่อสะท้อนต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาวัตถุดิบสำคัญมีการปรับตัวลง เนื่องจากอุปสงค์จากตลาดประเทศจีนมีแนวโน้มที่จะชะลอตัวจากความพยายามของรัฐบาลจีนในการออกมาตรการเพื่อที่จะลดความร้อนแรงของเศรษฐกิจและการลงทุน แต่เหตุการณ์ดังกล่าวไม่สามารถชดเชยผลกระทบที่เกิดจากการปรับเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบสำคัญในไตรมาสที่ 1 ของปี 2547 ได้

3.2.3 นโยบายและลักษณะการตลาด

ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

1) การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องโดยบริษัทได้นำระบบบริหารงานคุณภาพมาใช้ดำเนินงาน จนได้รับการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9002 : 1994 และ ISO 9001 : 2000 สำหรับการผลิตกระดาษผิวกล่องและกระดาษทำลอนลูกฟูกจากสถาบัน The United Kingdom Accreditation Services (UKAS) ซึ่งเป็นสถาบันรับรองมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ ทั้งนี้การได้รับใบรับรองคุณภาพมาตรฐานจะนำมาซึ่งกลไกการพัฒนาระบบงานและระบบคุณภาพในการให้ผลิตและการให้บริการให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

2) มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติและราคาที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี

ปัจจุบัน บริษัทสามารถผลิตกระดาษคราฟท์ได้หลายเกรด ซึ่งมีคุณสมบัติและราคาที่แตกต่างกัน ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมกับความต้องการใช้งานที่แตกต่างกันได้

3) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

พนักงานขายของบริษัทมีการติดต่อและออกเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ จึงมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ที่ดีตลอดจนได้รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าโดยตรงเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ ทำให้พนักงานขายของบริษัทมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้พนักงานขายของบริษัทยังได้รับการอบรมให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์เป็นอย่างดี จึงสามารถให้คำแนะนำในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และคำแนะนำอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับลูกค้าได้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทในปัจจุบัน ได้แก่ ผู้ผลิตกล่องกระดาษภายในประเทศ ซึ่งผู้ผลิตเหล่านี้เป็นคู่ค้ากับบริษัทมายาวนาน ทั้งนี้ ในปี 2546 บริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งได้แก่ลูกค้าที่มียอดซื้อเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 150 ตันขึ้นไป จำนวน 8 ราย โดยมีสัดส่วนยอดขายสำหรับลูกค้ากลุ่มดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 91 ของยอดขายรวมของบริษัท ทั้งนี้ ลูกค้ารายใหญ่จำนวน 8 รายที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ประกอบด้วยกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทจำนวน 3 ราย มีสัดส่วนยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 63 ของยอดขายรวมของบริษัท สำหรับลูกค้ารายใหญ่อื่นๆ ที่เหลืออีก 5 รายนั้น มีสัดส่วนยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 28 ของยอดขายรวมของบริษัท

ใน 2 ไตรมาสแรกของปี 2547 บริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งได้แก่ลูกค้าที่มียอดซื้อเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 150 ตันขึ้นไป จำนวน 8 ราย โดยมีสัดส่วนยอดขายสำหรับลูกค้ากลุ่มดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 88 ของรายได้จากการขายรวมของบริษัท ทั้งนี้ ลูกค้ารายใหญ่จำนวน 8 รายที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ประกอบด้วยกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทจำนวน 3 ราย มีสัดส่วนยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 60 ของยอดขายรวมของบริษัท สำหรับลูกค้ารายใหญ่อื่นๆ ที่เหลืออีก 5 รายนั้น มีสัดส่วนยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 28 ของยอดขายรวมของบริษัท

กลยุทธ์ทางการตลาด

นโยบายผลิตภัณฑ์

บริษัทเน้นการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์ของบริษัทให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง และพัฒนาให้ประเภทของผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์มีความหลากหลายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

นโยบายการกำหนดราคาสินค้า

เนื่องจากสภาพตลาดของอุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์ในประเทศไทยในปัจจุบัน เป็นตลาดประเภทมีผู้ขายน้อยรายแบบมีผู้นำตลาด ซึ่งลักษณะการกำหนดราคาสินค้าของผู้ผลิตและจำหน่ายกระดาษคราฟท์ในตลาดจะถูกชี้นำโดยการกำหนดราคาของผู้ผลิตและจำหน่ายกระดาษคราฟท์ที่เป็นผู้นำตลาด และในสถานการณ์ที่ต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระดาษคราฟท์เพิ่มสูงขึ้นนั้น พบว่าผู้นำตลาดมีแนวโน้มที่จะขึ้นราคาสินค้าเพื่อชดเชยต้นทุนส่วนที่เพิ่มขึ้นบางส่วน

บริษัทกำหนดราคาผลิตภัณฑ์กระดาษคราฟท์โดยอ้างอิงกับราคาของบริษัทที่เป็นผู้นำตลาด โดยกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับผู้นำตลาดหรือต่ำกว่าผู้นำตลาดเล็กน้อย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าผ่านทางพนักงานขายของบริษัท ซึ่งจะเป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าของบริษัทโดยตรง ทั้งนี้บริษัทให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานขายของบริษัทให้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ตลอดจนเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่ดีกับลูกค้าได้

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

3.3.1 การผลิต

บริษัทมีโรงงานผลิตกระดาษคราฟท์ตั้งอยู่ที่ 61 หมู่ 8 ตำบลวัดโบสถ์ อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี 25000 โทรศัพท์ 037-287361-9 โทรสาร 037-287370 มีเนื้อที่รวมประมาณ 300 ไร่ ปัจจุบันบริษัทมีสายการผลิตจำนวน 1 สายการผลิต และมีกำลังการผลิตรวมประมาณ 100,000 ตันต่อปี โดยบริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิต (Utilization Rate) เท่ากับร้อยละ 95 ของกำลังการผลิตรวม โดยกำลังการผลิตส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5 ซึ่งยังไม่ได้ใช้นั้น เกิดจากการหยุดเดินเครื่องจักรตามแผนการบำรุงรักษาเครื่องจักร ซึ่งตามปกติ บริษัทจะมีการปิดการเดินเครื่องเพื่อบำรุงรักษาเครื่องจักร (Shut down maintenance) เป็นประจำทุกๆเดือน เดือนละ 2 ครั้ง ครั้งละไม่เกิน 24 ชั่วโมง โดยจะมีการกำหนดวันที่ที่จะทำการปิดการเดินเครื่องเพื่อบำรุงรักษาเครื่องจักรเป็นรายเดือน เนื่องจากต้องการให้กำหนดการดังกล่าวมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับตารางการผลิตของบริษัทในแต่ละช่วงเวลา

วัตถุดิบที่สำคัญสำหรับต่อการผลิตกระดาษคราฟท์ของบริษัทประกอบด้วย :

1. เยื่อกระดาษใยยาว (Long-Fiber Pulp)

เยื่อกระดาษใยยาวเป็นวัตถุดิบที่มีความสำคัญในการผลิต เนื่องจากเป็นองค์ประกอบส่วนที่เป็นโครงสร้างหลักของแผ่นกระดาษ เยื่อใยยาวนั้นได้มาจากไม้เนื้ออ่อน (Softwood) ซึ่งเป็นไม้ที่ขึ้นบริเวณที่สูง อากาศเย็น โตช้า ใบมีลักษณะแคบเรียวยาว เส้นใยมีลักษณะหยาบ มีความแข็งแรงสูง ไม้ในกลุ่มนี้ได้แก่สน (Pine) และ สปรู๊ซ (Spruce) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในประเทศไทยไม่มีแหล่งวัตถุดิบประเภทไม้เนื้ออ่อน เนื่องจากภูมิประเทศและภูมิอากาศไม่อำนวย จึงต้องมีการนำเข้าเยื่อกระดาษใยยาวจากต่างประเทศ ทั้งนี้ ประเทศสำคัญที่เป็นแหล่งผลิตเยื่อ

กระดาษใยยาว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ฟินแลนด์ และแอฟริกาใต้ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทจัดหาวัตถุดิบประเภทดังกล่าว โดยสั่งซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศซึ่งมีจำนวนหลายราย ดังนั้นหากตัวแทนจำหน่ายรายใดไม่สามารถจัดหาเยื่อกระดาษใยยาวในจำนวนที่ต้องการให้ได้ บริษัทก็สามารถเจรจาสั่งซื้อเยื่อกระดาษใยยาวจากตัวแทนจำหน่ายรายอื่น ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้

2. <u>เศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้ว (Waste Paper) / เยื่อกระดาษใยสั้น (Short-Fiber Pulp)</u>

เศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วสามารถหาได้ทั้งจากภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่พัฒนาแล้ว เนื่องจากมีอุปทานอยู่เป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 ของวัตถุดิบประเภทเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วที่ใช้ในการผลิตทั้งหมดของบริษัท จะเป็นการนำเข้าเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วจากต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น หรือ ยุโรป เนื่องจากสามารถจัดหาเศษกระดาษใช้แล้วได้ในปริมาณที่มากกว่าเพราะมีอัตราการบริโภคผลิตภัณฑ์กระดาษสูงกว่าประเทศไทยมาก และมีคุณภาพของเยื่อกระดาษที่ดีกว่า

บริษัทคาดว่าในระยะยาวบริษัทจะไม่มีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบประเภทดังกล่าว แม้ว่าในปัจจุบันบริษัทจะไม่ได้มีการทำสัญญาซื้อขายโดยตรงกับผู้จำหน่ายเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้จำหน่ายเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วอยู่เป็นจำนวนมาก และปริมาณการบริโภคกระดาษกล่องของโลกก็ยังอยู่ในระดับที่สูง อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นในอนาคต การที่บริษัทไม่ได้มีทำสัญญาซื้อขายโดยตรงกับผู้จำหน่ายเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วรายใดรายหนึ่งนั้น จึงทำให้บริษัทสามารถเลือกที่จะสั่งซื้อเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้วจากผู้จำหน่ายที่เสนอราคาและเงื่อนไขในการสั่งซื้อที่ดีที่สุดได้

เยื่อกระดาษใยสั้น ใช้ประกอบกับวัตถุดิบประเภทเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้ว สามารถจัดหาได้จากผู้ผลิตภายในประเทศ ซึ่งมีอยู่หลายราย อย่างไรก็ดี ในกระบวนการผลิตของบริษัท มีการใช้วัตถุดิบชนิดนี้เป็นส่วนประกอบในสัดส่วนประมาณร้อยละ 1-3 ของต้นทุนขายในแต่ละงวด

3. <u>น้ำใช้อุตสาหกรรม</u>

น้ำ ถือว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างมากในการผลิตกระดาษคราฟท์ เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่ต้องใช้เป็นส่วนประกอบในเกือบทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิตทั้งหมด ทั้งนี้ ในระยะ 6-7 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมีนโยบายในการนำน้ำที่ใช้แล้วมาผ่านการบำบัดเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งปัจจุบันมาตรการดังกล่าวจะช่วยลดปริมาณการใช้น้ำต่อการผลิตกระดาษคราฟท์ 1 ตันได้มากถึงร้อยละ 50-60 ของปริมาณการใช้น้ำทั้งหมด ปัจจุบัน บริษัทจัดหาน้ำใช้อุตสาหกรรมโดยสัญญามีอายุ 3 ปี เพื่อสั่งซื้อน้ำใช้อุตสาหกรรมทั้งหมดจากปราจีนแลนด์ เนื่องจากบริษัทดังกล่าวมีแหล่งในการผลิตน้ำอยู่ใกล้กับโรงงานของบริษัท ทำให้สะดวกในการลำเลียงจัดส่งน้ำใช้อุตสาหกรรม และราคาที่ปราจีนแลนด์จำหน่ายน้ำใช้อุตสาหกรรมให้กับบริษัทนั้นจัดว่าต่ำกว่าราคาจำหน่ายน้ำใช้อุตสาหกรรมในท้องตลาด

บริษัทคาดว่าในระยะยาวบริษัทจะไม่มีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบประเภทดังกล่าว เนื่องจากปราจีนแลนด์เป็นบริษัทที่มีกลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้บริหารเป็นกลุ่มเดียวกันกับกลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้บริหารของบริษัท และมีความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทเนื่องจากดำเนินธุรกิจด้วยกันมาเป็นเวลานาน

ทั้งนี้ รายละเอียดของสัญญาจัดหาน้ำใช้อุตสาหกรรมที่บริษัททำกับปราจีนแลนด์ สามารถสรุปได้ดังนี้

วันที่สัญญามีผลบังคับใช้	:	13 กันยายน 2547
อัตราค่าน้ำใช้อุตสาหกรรมตามสัญญา	:	8.00 บาท ต่อ 1 ลูกบาศก์เมตร

เงื่อนไขในการปรับราคาน้ำประปา	:	1. ผู้ขายมีที่สิทธิจะเปลี่ยนแปลงอัตราค่าน้ำประปาตามที่เห็นสมควร **<u>แต่</u>**อัตราค่าน้ำประปาที่เปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้งนั้น สามารถปรับเพิ่มขึ้นได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของอัตราค่าน้ำประปาล่าสุดที่ผู้ขายเรียกเก็บจากผู้ซื้อ และอัตราค่าน้ำประปาดังกล่าวจะต้องไม่สูงกว่าอัตรา 11.00 บาท ต่อ 1 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งผู้ขายต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ซื้อทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันที่มีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าน้ำประปา 2. ผู้ขายจะไม่กำหนดอัตราค่าน้ำประปาที่เรียกเก็บจากผู้ซื้อสูงกว่าราคาตลาด โดยราคาตลาดจะเป็นราคาที่เทียบเคียงจากราคาซื้อขายน้ำประปาของบุคคลอื่น ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกับที่ตั้งโรงงานของผู้ซื้อ และการกำหนดอัตราค่าน้ำประปาที่เรียกเก็บจากผู้ซื้อจะต้องเป็นอัตราที่เท่ากันหรือต่ำกว่าอัตราที่ผู้ขายเรียกเก็บจากผู้ซื้อน้ำประปารายอื่น 3. ผู้ขายอาจขอปรับอัตราค่าน้ำประปาที่เรียกเก็บจากผู้ซื้อได้ในอัตราที่เกินกว่าที่กำหนดไว้ในข้อ 1. เฉพาะในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ใดๆ อันเป็นเหตุการณ์พิเศษซึ่งทำให้ต้นทุนค่าน้ำประปาของผู้ขายเพิ่มขึ้นจากเดิม รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะ การเรียกเก็บหรือการประกาศเปลี่ยนแปลงอัตราค่าใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติโดยภาครัฐหรือหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้ผู้ขายจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ซื้อทราบถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้น และการขอปรับอัตราค่าน้ำประปาที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะเป็นการปรับตามต้นทุนแท้จริงที่เปลี่ยนไป ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าน้ำประปา ซึ่งผู้ซื้อมีสิทธิที่จะพิจารณาขอเลิกสัญญาฉบับนี้หรือพิจารณาที่จะให้สัญญาฉบับนี้มีผลใช้บังคับต่อไป โดยยินยอมที่จะให้มีการปรับอัตราค่าน้ำประปาตามที่ผู้ขายได้แจ้งดังกล่าวข้างต้น โดยผู้ซื้อจะแจ้งผลการพิจารณาให้แก่ผู้ขายทราบภายใน 14 วันนับจากวันที่ได้รับแจ้งถึงการปรับอัตราค่าน้ำประปาดังกล่าวข้างต้นจากผู้ขาย
เงื่อนไขในการยกเลิกสัญญา	:	หากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดผิดสัญญา คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ เมื่อบอกเลิกสัญญาแล้วคู่สัญญาฝ่ายที่บอกเลิกสัญญามีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากคู่สัญญาฝ่ายที่ผิดสัญญาได้
การต่อสัญญา	:	ในกรณีที่สัญญาจะสิ้นสุดอายุตามระยะเวลาที่กำหนด (3 ปี หลังจากวันที่สัญญามีผลบังคับใช้) และคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสงค์ที่จะต่ออายุสัญญาฉบับนี้ต่อไป ให้คู่สัญญาฝ่ายที่ประสงค์จะต่ออายุสัญญาแจ้งล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบถึงการต่ออายุสัญญาก่อนล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนสิ้นอายุสัญญา และให้ถือว่าสัญญาได้มีการต่ออายุออกไปโดยอัตโนมัติอีก 3 ปี

4. <u>สารเคมี</u>

สารเคมี เช่น สารส้ม สารกันซึม สี และ แป้งมัน จะเป็นส่วนประกอบที่เสริมคุณสมบัติของกระดาษคราฟท์ให้เป็นไปตามคุณภาพที่กำหนด ซึ่งในกระบวนการผลิตกระดาษคราฟท์จะมีการใช้สารเคมีเหล่านี้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และสารเคมีเหล่านี้ก็สามารถจัดหาได้จากผู้จัดจำหน่ายซึ่งมีจำนวนมาก และสามารถจัดหาได้จากภายในประเทศเกือบทั้งหมด

5. <u>เชื้อเพลิง</u>

เชื้อเพลิงสำคัญที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ถ่านหินประเภทลิกไนต์ และ น้ำมันเตา โดยใช้ในสัดส่วนร้อยละ 70 และ ร้อยละ 30 ของเชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด เพื่อผลิตพลังงานความร้อนและผลิตไอน้ำของหม้อไอน้ำ (Boiler) วัตถุดิบเหล่านี้สามารถจัดหาได้ทั้งจากแหล่งภายในประเทศและต่างประเทศ ที่ผ่านมา บริษัทจัดซื้อถ่านหินลิกไนต์ จากผู้จำหน่ายภายในประเทศ และจากผู้จำหน่ายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งมีอยู่หลายรายโดยเป็นการสั่งซื้อครั้งต่อครั้ง สำหรับน้ำมันเตานั้น บริษัทจัดซื้อจากผู้จำหน่ายภายในประเทศประมาณ 2-3 ราย โดยเป็นการสั่งซื้อครั้งต่อครั้ง

ทั้งนี้ ในปี 2545 - 2546 และ 2 ไตรมาสแรกของปี 2547 นั้น บริษัทมีค่าซื้อวัตถุดิบสำคัญ ได้แก่ ค่าเศษกระดาษกล่องที่ใช้แล้ว (ไม่รวมค่าเยื่อใยสั้น) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 26-28 ร้อยละ 48-50 และ ร้อยละ 42-44 ของต้นทุนขายในแต่ละงวด ตามลำดับ และ มีต้นทุนค่าเยื่อกระดาษใยยาว ในระหว่างปี 2545-2546 ประมาณร้อยละ 9-11 ของต้นทุนขาย และเพิ่มเป็นประมาณร้อยละ 11-13 ของต้นทุนขาย ในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี 2547

อย่างไรก็ดี สัดส่วนต้นทุนค่าน้ำใช้อุตสาหกรรม ค่าเยื่อกระดาษใยสั้น ถ่านหิน น้ำมันเตา และสารเคมีเทียบกับต้นทุนการผลิตทั้งหมดในระหว่างปี 2545 ถึง ไตรมาสที่ 2 ของปี 2547 นั้น ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก โดยต้นทุนค่าน้ำใช้อุตสาหกรรม อยู่ในระดับประมาณร้อยละ 1-2 ของต้นทุนขาย ต้นทุนค่าเยื่อกระดาษใยสั้น อยู่ในระดับประมาณร้อยละ 1-3 ของต้นทุนขาย และ ต้นทุนค่าถ่านหิน น้ำมันเตา และสารเคมีอยู่ในอัตราที่ไม่สูงกว่าร้อยละ 10 ของต้นทุนการผลิตในแต่ละงวด

<u>**ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**</u>

บริษัทมีนโยบายให้พนักงานของบริษัททุกคนมีจิตสำนึกถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และนำแนวคิดเกี่ยวกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมาปรับปรุงและพัฒนางานของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว รวมทั้งให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายใน หน่วยงานภายนอก รวมทั้งชุมชนที่โรงงานของบริษัทตั้งอยู่ ในการป้องกัน ติดตาม และตรวจสอบ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น น้ำทิ้ง ควัน ฝุ่น เสียง กลิ่น และ กากของเสีย อันเนื่องมาจากกระบวนการผลิต และการลำเลียงขนส่งวัตถุดิบและสินค้า โดยในวันที่ 20 เมษายน 2547 บริษัทได้มีการประกาศนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้

1. ความสอดคล้องกับกฎหมาย และกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม
2. การตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
3. มีการพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ
4. มุ่งเน้นการลดอัตราการใช้พลังงานและทรัพยากร ในทุกกิจกรรมของบริษัท
5. กระตุ้นปลูกจิตสำนึกพนักงานทุกคนให้มีความตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ในปัจจุบัน บริษัทกำลังอยู่ในระหว่างการดำเนินการเพื่อได้รับการรับรองระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 1996 ซึ่งในการดำเนินการดังกล่าวบริษัทได้มีการกำหนดโครงสร้าง และอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลสิ่งแวดล้อมไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนมีการจัดทำและควบคุมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงแก้ไขและป้องกันข้อบกพร่อง ตลอดจนดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

ทั้งนี้ ในการดำเนินการที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินการดูแลสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่อาจเกิดขึ้นอย่างครบถ้วนตามระเบียบของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยบริษัทได้ส่งรายงานเอกสารวิเคราะห์น้ำเสียตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องให้กับอุตสาหกรรมจังหวัดปราจีนบุรี เป็นประจำทุกเดือน และ ส่งรายงานผลวิเคราะห์ปริมาณสารพิษรายเดือน ต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประจำทุก 3 เดือน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการรายงานเรื่องระบบความปลอดภัยของหม้อน้ำ (Boiler) และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตลอดจนมีการขออนุญาตต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในเรื่องที่กำหนดให้ต้องมีการขออนุญาต เช่น การนำสิ่งปฏิกูล หรือ วัสดุที่ไม่ได้ใช้แล้วออกนอกบริเวณโรงงาน การขอความเห็นชอบเกี่ยวกับการจัดการวัสดุเหลือใช้จากการผลิต เป็นต้น

3.4 **<u>งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ</u>**

- ไม่มี -