

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตสีอุตสาหกรรม รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แลคเกอร์ ทินเนอร์ และสารเติมแต่งต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทจะร่วมออกแบบ ปรับแต่ง และผลิตสีตามรูปแบบการนำไปใช้งานของลูกค้าแต่ละราย ทั้งนี้ ทุกผลิตภัณฑ์จะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานการใช้งาน รวมถึงเกณฑ์การทดสอบตามมาตรฐานของกลุ่มอุตสาหกรรมหรือตามข้อกำหนดของลูกค้าด้วย คุณสมบัติหลักของสีโดยทั่วไป คือ ความสวยงามของสี (Decoration) ได้แก่ คุณสมบัติด้านความสวยงาม สะดุดตา ความเงา ความต้านทาน ความเป็นประกาย เป็นต้น และการคุ้มครองชิ้นงาน (Protection) ได้แก่ คุณสมบัติด้านความทนทาน ทนแรงขีดข่วน ทนต่อความร้อน ทนต่อการกัดกร่อนของสารเคมี สีไม่หลุดลอกง่าย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

3.1.1 สีพ่นรถจักรยานยนต์

สีพ่นรถจักรยานยนต์ (Motorcycle Coatings) เป็นสีที่ใช้สำหรับพ่นตัวถังและชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ มีคุณสมบัติสวยงาม สะดุดตา ทนทานต่อแสงแดด ทนต่อแรงกระแทก การขีดขีด การล้างด้วยน้ำยาทำความสะอาด รวมถึงทนต่อการกัดกร่อนของ น้ำมันเชื้อเพลิง ในการผลิตสีประเภทนี้ บริษัทเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในการผลิตสีรถจักรยานยนต์ และได้รับเทคโนโลยีการผลิต จากบริษัท BASF Coatings Japan ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สีพ่นรถจักรยานยนต์ และเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสีพ่นรถจักรยานยนต์รายใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น โดยสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) สีพ่นรถจักรยานยนต์กลุ่ม Hi-Urethane เป็นสีชนิด Two Components Polyurethane ใช้สำหรับพ่นชิ้นส่วนตัวถังรถจักรยานยนต์ที่ผลิตจากพลาสติก ABS (Acrylonitrile Butadiene Styrene) ได้แก่ ชิ้นส่วนตัวถังรถจักรยานยนต์ นอกจากนี้ยังสามารถใช้กับชิ้นส่วนพลาสติก ABS อื่นๆ ได้อีกด้วย เช่น หมวกกันน็อก เป็นต้น
- 2) สีพ่นรถจักรยานยนต์กลุ่ม BELCOAT เป็นสีชนิด Thermosetting Acrylic Melamine ใช้สำหรับพ่นชิ้นส่วนตัวถังรถจักรยานยนต์ที่ทำด้วยโลหะ (Phosphated Steel) ได้แก่ ชิ้นส่วนถึงน้ำมันรถจักรยานยนต์ เป็นต้น
- 3) สีพ่นรถจักรยานยนต์พิเศษอื่นๆ เช่น สีพ่นรองพื้นเพื่อช่วยในการนำไฟฟ้า (Electro Conductive Primer) ซึ่งมีลักษณะพิเศษ คือ มีตัวประจุไฟฟ้าในสีซึ่งเป็นประจุไฟฟ้าชั่วคราวขั้วตรงข้ามกับชิ้นงานที่เป็นโลหะ ทำให้ไม่เกิดการฟุ้งกระจายเวลาพ่นสี ซึ่งจะช่วยลดอัตราการสูญเสียขณะที่พ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับเทคโนโลยีการผลิตสีพ่นเรือจากบริษัท BASF Coatings Japan ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นสีสำหรับพ่นเรือขนาดเล็กที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์พลาสติก เช่น เจ็ตสกี (Jet Ski) เรือเร็ว (Speed Boat) เป็นต้น โดยปัจจุบันบริษัทจะผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเรือเพื่อการส่งออก



รูปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีพ่นรถจักรยานยนต์

3.1.2 สีพ่นพลาสติก

สีพ่นพลาสติก (Plastic Coatings) เป็นสีที่ใช้พ่นชิ้นงานที่ผลิตจากพลาสติกชนิดต่างๆ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องเสียง รวมถึงสีพ่นชิ้นส่วนรถยนต์ที่เป็นพลาสติก โดยคุณสมบัติของสีพ่นพลาสติกจะมีคุณสมบัติเด่นตามสภาพการใช้งานหรือตามมาตรฐานเดียวกับแม่แบบในประเทศที่ผลิตเป็นต้นแบบ เพิ่มมูลค่าให้กับชิ้นงาน ในการผลิตสีประเภทนี้ บริษัทเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิการผลิตสีพ่นพลาสติก และได้รับเทคโนโลยีการผลิต จาก Origin ซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สีพ่นพลาสติก โดยบริษัทจะผลิตและจำหน่ายสีทั้งหมดผ่าน OMT ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทกับ Origin และ Miki (Thailand) ซึ่ง OMT จะจำหน่ายสีทั้งหมดไปยัง Miki (Thailand) ไปสู่กลุ่มลูกค้าผู้ใช้สุดท้ายต่อไป สีพ่นพลาสติกที่บริษัทผลิตสามารถจำแนกได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) สีพ่นชิ้นส่วนพลาสติกของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า (Coatings for Electrical Appliance) เป็นสีที่ใช้สำหรับพ่นชิ้นส่วนพลาสติกของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ในกลุ่มสินค้า High End เช่น หน้ากากคอมพิวเตอร์มือถือ (PDA) โทรศัพท์ จอ LCD และหน้ากากเครื่องเล่น DVD เป็นต้น
- 2) สีที่ใช้สำหรับพ่นชิ้นส่วนรถยนต์ที่ทำจากพลาสติก (Coatings for Automotive Parts) เป็นสีที่ใช้สำหรับพ่นชิ้นส่วนรถยนต์ที่ทำจากพลาสติก เช่น โคมไฟหน้ารถยนต์ แผงคอนโซลภายในรถยนต์ กระตะล้อ แผ่นตราผลิตภัณฑ์ เป็นต้น



รูปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีพ่นพลาสติก

3.1.3 สีเคลือบบรรจุภัณฑ์

สีเคลือบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Coatings) เป็นสีที่ใช้สำหรับพ่น/เคลือบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเหล็กที่ไม่เคลือบดีบุก (Tin Free Steel) เหล็กเคลือบดีบุก (Tin Plated Steel) และอลูมิเนียม เช่น สีเคลือบกระป๋อง สีเคลือบหลอดอลูมิเนียม และสีเคลือบฝาจีบ เป็นต้น สีเคลือบบรรจุภัณฑ์จะต้องมีคุณสมบัติทนต่อการกัดกร่อนของสินค้าที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ เช่น สารเคมี ความร้อน จากสินค้า เป็นต้น องค์ประกอบของสีเคลือบบรรจุภัณฑ์นี้ ประกอบไปด้วย แล็กเกอร์สำหรับเคลือบภายในและภายนอก สีรองพื้น (Sizing) สีขาว (White Coatings) และน้ำยาอาบเงา (Overprint Varnish) บริษัทผลิตและจำหน่ายสีประเภทนี้ให้แก่ผู้ผลิตกระป๋อง (Can Maker) ภายในประเทศ และส่งออกไปยังผู้ผลิตกระป๋องและฝาบรรจุภัณฑ์ในต่างประเทศ สีเคลือบบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทผลิตสามารถจำแนกได้ 3 แบบ ดังนี้

- 1) สีเคลือบบรรจุภัณฑ์ทั่วไป (General Can Coatings) ใช้สำหรับพ่น/เคลือบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร เช่น สีเคลือบอาบขาวสำหรับงานกระป๋องทั่วไป (White Coatings for General Can) สีเคลือบอาบขาวและอาบเงา สำหรับงานกระป๋องสเปรย์ (White Coatings and Varnish for Cone & Dome - Aerosol Cans) สีเคลือบอาบขาวและอาบเงา สำหรับหลอดอลูมิเนียม (Coatings for Collapsible Tubes) และ สีเคลือบอาบเงาสำหรับงานกระป๋องทั่วไป (Lacquer for General Line Can) เป็นต้น โดยคุณสมบัติของสีชนิดนี้จะทนต่อการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ในการกระบวนการผลิตของลูกค้ ทนต่อสารเคมีที่อยู่ในตัวสินค้า และมีสีสวยงามสะอาดตา
- 2) สีเคลือบบรรจุภัณฑ์อาหาร (Food Can Coatings) ใช้สำหรับพ่น/เคลือบบรรจุภัณฑ์อาหาร เช่น ฝาจีบ (Crown Coatings) Coatings for 2 piece and 3 piece Processed Food Can & Soft Drink และ Coatings for Easy Open Ends (E.O.E) เป็นต้น โดยคุณสมบัติของสีชนิดนี้ นอกจากจะต้องทนต่อการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ และทนต่อสารเคมีที่อยู่ในตัวสินค้าแล้ว สี

เคลือบบรรจุภัณฑ์อาหาร จะต้องผ่านข้อกำหนดของ FDA (Food and Drug Administration) และมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์อาหาร

- 3) อื่นๆ เช่น Air-dry side stripe lacquer ใช้สำหรับพ่น/เคลือบเพื่อซ่อมตะเข็บกระป๋องด้านนอกที่ขึ้นรูปเรียบร้อยแล้ว ในกรณีที่เกิดรอยถลอกหรือรอยขีดข่วนระหว่างกระบวนการผลิต



รูปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีเคลือบบรรจุภัณฑ์

3.1.4 หมึกพิมพ์ออฟเซต

หมึกพิมพ์ออฟเซต (Offset Ink) ส่วนใหญ่เป็นหมึกที่พัฒนาจากเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทเอง โดยบริษัทสามารถผลิตได้ทั้งหมึกชุดสีสี่ และหมึกสีพิเศษ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ นอกจากนี้ ยังสามารถออกแบบและปรับแต่งคุณสมบัติต่างๆ ของสีหมึกพิมพ์ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และความเหมาะสมต่อการใช้งานได้ หมึกพิมพ์ออฟเซตที่บริษัทผลิตสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) หมึกพิมพ์ออฟเซตสำหรับงานพิมพ์บนกระดาษ (Paper Offset Ink) เป็นหมึกที่ใช้สำหรับงานสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ เป็นต้น โดยผลิตและจำหน่ายหมึกพิมพ์ออฟเซตทั้งสำหรับงานกระดาษยาวต่อเนื่อง (Web Offset) เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น และงานกระดาษแผ่น (Sheet Offset) เช่น กระดาษปอนด์ เป็นต้น
- 2) หมึกพิมพ์ออฟเซตสำหรับงานพิมพ์บนโลหะ (Metal Offset Ink) เป็นหมึกที่ใช้สำหรับงานพิมพ์บนโลหะภายนอก ซึ่งใช้กับงานพิมพ์ทั่วไป เช่น กระป๋องบรรจุภัณฑ์ และงานกระป๋องอาหาร (Processed Food Can) ทั้งที่เป็นชิ้นงานที่มีส่วนผสมของดีบุก (Tin Plated Steel), ชิ้นงานที่ไม่มีส่วนผสมของดีบุก (Tin Free Steel) และอลูมิเนียม เป็นต้น โดยคุณสมบัติของหมึกพิมพ์ออฟเซตชนิดนี้จะยึดติดแน่นกับชิ้นงาน ทนการขึ้นรูปของชิ้นงาน ทนความร้อน และทนต่อสารเคมีต่างๆ ในกระบวนการใช้งานของลูกค้า
- 3) หมึกพิมพ์ออฟเซตพิเศษ เช่น
 - หมึกพิมพ์ Dry Offset ที่ใช้พิมพ์บนชิ้นงานกระป๋องและบรรจุภัณฑ์โลหะอลูมิเนียม สามารถพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์หลังการขึ้นรูปแล้ว
 - หมึกพิมพ์ยูวี เป็นหมึกพิมพ์ที่ต้องผ่านคลื่นแสงอัลตราไวโอเล็ต (Ultra Violet) ในกระบวนการใช้งานส่วนใหญ่ใช้สำหรับพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์อาหาร และเหมาะกับงานที่มีปริมาณมาก เนื่องจากมีคุณสมบัติแห้งเร็ว มีสีผิวเรียบ สม่ำเสมอเพราะมีการไหลของเนื้อสีดี มีความทนทานต่อสารเคมี มีกลิ่นอ่อน รวมถึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน บริษัทมีการร่วมมือทางเทคนิคเพื่อทำธุรกิจร่วมกับบริษัท INX International Co.,Ltd. (ประเทศสหรัฐอเมริกา) เพื่อเป็นผู้จัดจำหน่ายเพียงผู้เดียวสำหรับหมึกพิมพ์ยูวี (UV Ink) ที่ใช้ในงานพิมพ์บนกระป๋องและ

บรรจุก๊าซโลหะ รวมถึงหมึกพิมพ์พิเศษอื่นๆ เช่น หมึกสำหรับใช้กับบัตรเครดิต เป็นต้น ซึ่งเริ่มจำหน่ายตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี 2548



รูปตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้จากหมึกพิมพ์ออฟเซต

3.1.5 สื่ออุตสาหกรรมชนิดอื่นๆ

เป็นผลิตภัณฑ์สี่และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ที่บริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิการผลิตจากเจ้าของสิทธิบัตร และผลิตภัณฑ์ที่เป็น Know-How ของบริษัทเอง (รายละเอียดสรุปผลิตภัณฑ์และลิขสิทธิ์ทั้งหมดที่บริษัทมี ในส่วนที่ 2 ข้อ 2) ซึ่งจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั่วไปนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท เช่น

- 1) สีรถไฟ คือ สีสำหรับพ่นภายนอกตู้ขบวนรถไฟ และชิ้นส่วนต่างๆ ของรถไฟ เป็นสีที่บริษัทมีการพัฒนา Know-How ขึ้นเอง ทั้งนี้ ในปัจจุบันบริษัทไม่มีการผลิตและจำหน่ายสีรถไฟ แต่หากมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า บริษัทยังสามารถผลิตและจำหน่ายได้ โดยใช้ Know-How ที่บริษัทพัฒนาขึ้นเอง และจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท
- 2) สีทาอาคาร เป็นสีสำหรับทาอาคาร บ้านเรือนต่างๆ ซึ่งเป็นสีที่ใช้ Know-How ของบริษัทในการผลิต และจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยใช้ตราสินค้าของบริษัทเองและเคยจำหน่ายในอดีต ทั้งนี้ ในปัจจุบันบริษัทไม่มีการผลิตและจำหน่ายสีทาอาคาร แต่หากมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า บริษัทยังสามารถผลิตและจำหน่ายได้
- 3) สีฝุ่น เป็นสีที่ใช้สำหรับอุปกรณ์หรือชิ้นงานที่ทำมาจากโลหะและเหล็ก เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ตู้รับวิทยุ เฟอร์นิเจอร์เหล็ก เป็นต้น การพ่นสีชนิดนี้ใช้หลักการของประจุไฟฟ้าระหว่างตัวชิ้นงานที่เป็นโลหะกับสี จึงไม่มีเศษสีเหลือจากการพ่นเพราะสีที่เหลือจากการพ่นสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และสีฝุ่นเป็นสีประเภทไม่มีทินเนอร์ จึงเป็นการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย บริษัทซื้อ Know-How สีฝุ่นมาจากบริษัท Kawakami Paint Mfg. (ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งบริษัทยังไม่มีการผลิตสีฝุ่น ใดๆก็ตาม บริษัทสามารถที่จะพิจารณาต่อสัญญาฉบับกับเจ้าของ Know-How ดังกล่าวหากเห็นว่าความต้องการสีฝุ่นในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น
- 4) ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ เรซิน แลคเกอร์ ทินเนอร์ น้ำมันชักเงา และสารเติมแต่งต่างๆ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทจะผลิตและจำหน่ายเมื่อได้รับคำสั่งซื้อ (Order) จากลูกค้า โดยใช้ตราสินค้าของบริษัทเอง

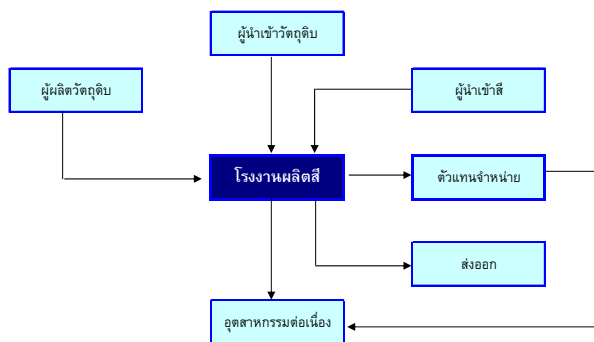
3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.1 ลักษณะเฉพาะของตลาดสีอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสีสามารถจำแนกตามลักษณะการใช้งานได้เป็นสองประเภท คือ สีทาอาคารและสีอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสีทาอาคารนั้นจะมีผู้ผลิตในตลาดเป็นจำนวนมาก มีการใช้เทคโนโลยีการตรวจสอบคุณภาพระดับทั่วไปและไม่ซับซ้อน ขยายตัวตามภาวะการก่อสร้าง และมีการแข่งขันสูงด้านราคา ส่วนสีอุตสาหกรรมนั้น มีจำนวนผู้ผลิตและขนาดตลาดของสีแต่ละชนิดขึ้นอยู่กับฐานลูกค้าความยากง่ายของเทคโนโลยีและสูตรการผลิต และไม่ใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นตลาดสีอุตสาหกรรมจะมีความแตกต่างจากตลาดสีทาอาคาร ลักษณะสำคัญของวิธีการตลาดของสีอุตสาหกรรมได้แก่

- 1) ลูกค้าผู้ใช้สีจะคำนึงถึงตราสินค้า และเจ้าของหรือผู้คิดค้น Know-How เป็นสำคัญ โดยพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้สีจะมีความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand Royalty) ที่มีระดับคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า เพราะในการเลือกใช้สี ลูกค้าจะเลือกสีที่ใช้ และพิจารณาผู้ผลิตที่ตรงกับความต้องการและข้อกำหนดของลูกค้า ตั้งแต่การเริ่มวางสายการผลิตของลูกค้า ดังนั้น หากลูกค้าต้องการเปลี่ยนมาใช้สีของผู้ผลิตที่แตกต่างกัน จึงอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนสายการผลิตสินค้าของลูกค้า หรือหยุดสายการผลิต จึงทำให้ลูกค้ามีต้นทุนในการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างสูง (Switching Cost) อย่างไรก็ตาม ต้นทุนสีเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนของสินค้า (Total Product Cost) จะมีสัดส่วนที่น้อยมาก เช่น ต้นทุนสีที่ใช้เทียบกับต้นทุนการผลิตรถยนต์ทั้งคัน ลูกค้าจึงมีความภักดีต่อรายี่ห้อของสีที่ตนใช้ (รายละเอียดเพิ่มเติมในสรุปผลิตภัณฑ์และลิขสิทธิ์ทั้งหมดที่บริษัท ในส่วนที่ 2 ข้อ 2) ทั้งนี้ ผู้ผลิตสีต้องสามารถผลิตสีให้ตรงตามเฉดสีและตรงตามคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงมีการส่งมอบสินค้าตรงเวลา เนื่องจากสีอุตสาหกรรมเป็นส่วนประกอบหนึ่งของชิ้นงานที่ลูกค้าจะนำไปผลิต หากมีการส่งมอบสีล่าช้า อาจทำให้ลูกค้าเกิดอุปสรรคต่อเนื่องในการผลิตสินค้าได้จากการที่กระบวนการผลิตชะลอหรือหยุดลง ดังนั้น ลูกค้าจึงมีความต้องการสีที่มีมาตรฐานและคุณภาพระดับสูง ซึ่งการที่ผู้ผลิตสีใช้ตราสินค้าหรือผลิตสีโดยใช้ Know-How ที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าจึงแสดงได้ว่าผู้ผลิตมีมาตรฐานและคุณภาพที่เชื่อถือได้
- 2) แม้ว่าวิธีการผลิตสีจะมีเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน แต่ผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาสูตรและวัตถุดิบเฉพาะในการผลิตสี ซึ่งเป็นความลับทางการค้า ทำให้ผู้ผลิตสีต้องร่วมทุนกับเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งมักจะถูกกำหนดโดยผู้ใช้สินค้า (End User) เพื่อให้ได้รับสูตรการผลิตและคุณภาพที่ลูกค้ายอมรับ (Supply Chain Value)
- 3) การที่ผู้ผลิตสีสามารถใช้ Know-How ของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีชื่อเสียง จะเป็นสิ่งแสดงถึงระดับมาตรฐานและคุณภาพของผู้ผลิตด้วย เช่น กลุ่มผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ในประเทศญี่ปุ่นจะใช้สีของ Origin ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่ทำด้วยพลาสติก เป็นต้น
- 4) ช่องทางการจำหน่ายของสีอุตสาหกรรมนั้น ผู้ผลิตสีส่วนใหญ่จะส่งสินค้าของตนผ่านผู้จัดจำหน่าย ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีผู้จัดจำหน่ายของตนเพื่อไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง แต่ในบางกรณีผู้ผลิตสีสามารถจัดจำหน่ายโดยตรงได้ด้วย

วิธีการตลาดของสีอุตสาหกรรม สามารถแสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



รูปแสดงวิธีการตลาดของสีอุตสาหกรรม

3.2.2 กลยุทธ์การตลาด

บริษัทดำเนินธุรกิจการผลิตสีอุตสาหกรรมมานานกว่า 40 ปี มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าด้วยดีมาตลอด โดยบริษัทมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่

- 1) นโยบายด้านการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เนื่องจากลูกค้าผู้ใช้สี (End User) จะให้ความสำคัญในมาตรฐานคุณภาพระดับสูงและตระหนักถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม เพราะพฤติกรรมของลูกค้ามีความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ที่มีระดับคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 2) การเพิ่มสายการผลิต เพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีอัตราการเติบโตสูง โดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้ากลุ่ม OEM ที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาและเพิ่มสายการผลิตสีชนิดอื่นๆ ภายใต้ตราชื่อของตนให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากขึ้น
- 3) การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการแข่งขัน โดยบริษัทจะเน้นด้านการวิจัยสูตรการผลิตสี การพัฒนาเทคโนโลยี การทดสอบผลิตภัณฑ์ และมีความยืดหยุ่นในการผลิตสามารถให้บริการด้านเทคนิคที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพกับลูกค้าได้
- 4) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Sustainable Development) คือ การให้บริการที่ดีต่อลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดังต่อไปนี้
 - พัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Customer Relationship Management: CRM) เป็นกลยุทธ์การบริหารจัดการที่ช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด นำมาซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการพัฒนาคำร่วมนกัน การจัดอบรมวิธีการใช้สินค้า และการจัดเก็บสินค้าอย่างถูกต้องตามหลักการรักษาสีสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย รวมถึงนโยบายด้านพัฒนาบุคลากรของบริษัท เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และสามารถติดต่อกับบริษัทได้ตลอดเวลา ตลอดจนการกำหนดให้มีบริการจัดส่งสินค้าแม้กระทั่งในวันหยุดหากลูกค้าต้องการได้อีกด้วย
 - สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับคู่ค้า (Alliance Strategy) บริษัทเน้นขยายฐานลูกค้าผ่านการร่วมมือทางการค้ากับผู้ร่วมทุนที่มีเครือข่ายลูกค้าขนาดใหญ่ ส่งผลให้บริษัทสามารถกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เมื่อบริษัทมีฐานลูกค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีวัฏจักรทางธุรกิจแตกต่างกัน จะทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ผันแปรตามลูกค้าหรืออุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยตรงในระยะยาว ด้วยวิธีการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มความมั่นใจว่าบริษัทจะสามารถรักษาการผลิตที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
 - การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย โดยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม Responsible Care ในประเทศไทย ของกลุ่มเคมีภัณฑ์สภาอุตสาหกรรม เพื่อให้บริษัทเป็นที่ยอมรับต่อลูกค้าในเรื่องการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย

3.2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าสามารถจำแนกตามอุตสาหกรรมดังนี้

- 1) ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นลูกค้ากลุ่มผู้ใช้สีในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์
- 2) ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นลูกค้าผู้ใช้สีในการผลิตชิ้นส่วนภายนอกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าระดับสูง (High-end Products) เช่น เครื่องเสียง (Audio / Video) และคอมพิวเตอร์มือถือ (PDA) เป็นต้น
- 3) ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นลูกค้าผู้ใช้สีหมึกพิมพ์ในสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หมึกหนังสือพิมพ์ หมึกพิมพ์บรรจุภัณฑ์ โลหะ เป็นต้น

- 4) ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เป็นลูกค้าผู้ใช้สีในการเคลือบบรรจุภัณฑ์ เช่น อาหารกระป๋อง กระป๋องน้ำอัดลม ฝาฉีบ หลอดยาสีฟัน เป็นต้น

บริษัทมีนโยบายในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าไปยังหลากหลายอุตสาหกรรมที่มีอัตราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ไม่เน้นการจำหน่ายให้อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งเท่านั้น นโยบายนี้จะทำให้บริษัทสามารถกระจายความเสี่ยงของรายได้ไปตามวัฏจักรของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันได้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีอัตราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

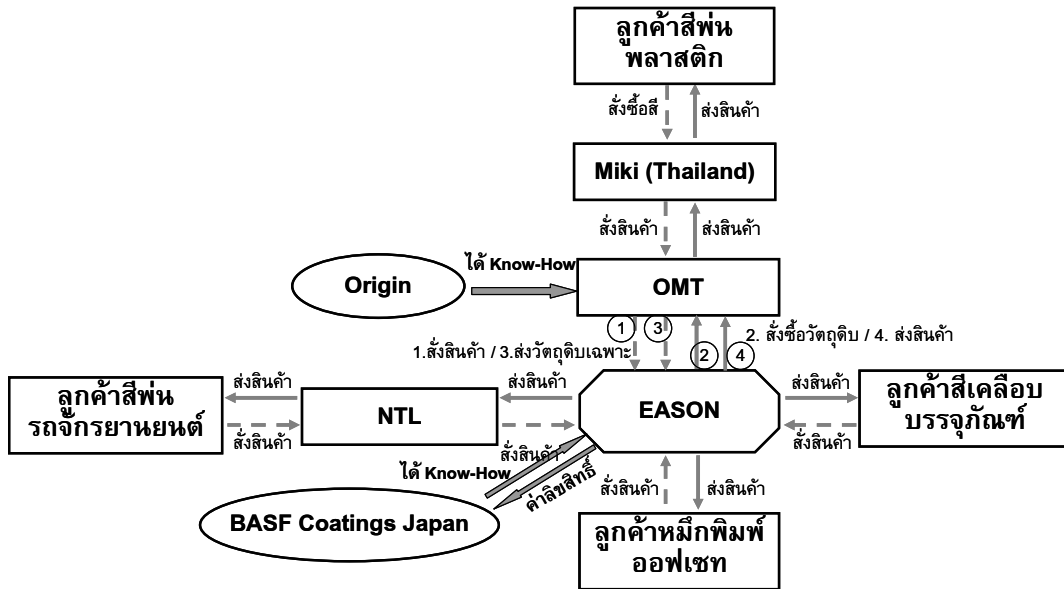
3.2.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ การจำหน่ายโดยตรง และการจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่าย ซึ่งในปี 2547 สัดส่วนมูลค่าการจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรงคิดเป็นร้อยละ 18.78 และการขายให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OEM ผ่านผู้จัดจำหน่ายร้อยละ 81.22 ของรายได้จากการขาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง ได้แก่ การจำหน่ายสีเคลือบบรรจุภัณฑ์ หมึกพิมพ์ และสีอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - 1.1) สีเคลือบบรรจุภัณฑ์ จำหน่ายให้ลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และหมึกพิมพ์ออฟเซต ให้ลูกค้าผู้ใช้หมึกพิมพ์ บริษัทจะให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าผู้ใช้สีเคลือบบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากข้อกำหนดหรือมาตรฐานของสีเคลือบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเข้มงวดมากกว่าสีประเภทอื่น โดยเฉพาะสีเคลือบบรรจุภัณฑ์อาหาร ดังนั้น บริษัทจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิตของลูกค้า มีทีมงานขายสีเคลือบบรรจุภัณฑ์ที่รับผิดชอบดูแลการขายและให้บริการอย่างทั่วถึง รวมถึงบริการหลังการขายด้วย
 - 1.2) หมึกพิมพ์ ได้แก่ หมึกพิมพ์กระดาษ และหมึกพิมพ์โลหะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน และลูกค้ามีทักษะในการใช้งานหมึกพิมพ์อยู่แล้ว บริษัทใช้กลยุทธ์โดยการตั้งทีมงานขายและให้บริการผลิตภัณฑ์หมึกพิมพ์ไปยังกลุ่มผู้ใช้หมึกพิมพ์โดยตรงและทั่วถึง
- 2) การจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่าย บริษัทมีการจำหน่ายสีพ่นรถจักรยานยนต์ และสีพ่นพลาสติกผ่านผู้จัดจำหน่าย ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีการจำหน่ายสีทั้งสองประเภทผ่านผู้จัดจำหน่าย แต่บริษัทมีรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเน้นการให้บริการตั้งแต่ก่อนการผลิต ได้แก่ การที่บริษัทเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิตของลูกค้าเพื่อทราบปริมาณความต้องการของลูกค้า จนถึงบริการหลังการขายด้วย รายละเอียดการจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายมีดังต่อไปนี้
 - 2.1) สีพ่นรถจักรยานยนต์ บริษัทจำหน่ายสีพ่นรถจักรยานยนต์ทั้งหมด ผ่าน NTL ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยขั้นตอนการจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายเริ่มจาก NTL มีคำสั่งซื้อสีพ่นรถจักรยานยนต์ตามความต้องการของลูกค้าให้บริษัทผลิตโดยใช้ Know-How การผลิตของ BASF Coatings Japan ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสีพ่นรถจักรยานยนต์รายใหญ่รายหนึ่งในญี่ปุ่น และมีฐานลูกค้าผู้ใช้สีในประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทจะต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์จากการใช้ Know-How การผลิตให้แก่ BASF Coatings Japan ตามสัญญาซื้อ Know-How จากนั้น NTL จะทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายสีพ่นรถจักรยานยนต์ทั้งหมดไปยังลูกค้าผู้ใช้สี อย่างไรก็ตามในกำหนดราคาขายสีนั้น บริษัทจะเป็นผู้กำหนดราคาขายโดยใช้วิธีต้นทุนบวกกำไร
 - 2.2) สีพ่นพลาสติก บริษัทจำหน่ายสีพ่นพลาสติกทั้งหมด ผ่าน OMT ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทกับ Origin ที่มีจุดแข็งในเรื่องของการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตสีพ่นพลาสติก และ Miki Thailand ซึ่งอยู่ในธุรกิจเคมีภัณฑ์มาเป็นเวลานาน จะมีจุดแข็งในด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ เคมีภัณฑ์ รวมถึงวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และยังได้เงื่อนไขในการจัดซื้อที่ดี รวมทั้งด้านการตลาดโดยมีเครือข่ายลูกค้ามากมายทั้งในประเทศไทย และประเทศญี่ปุ่น ดังนั้น บริษัทจึงได้รับความเชื่อถือจากฐานลูกค้าของบริษัทที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าด้วย นอกจากนี้การซื้อวัตถุดิบ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีผ่านบริษัทที่เกี่ยวข้องทุนดังกล่าว จะทำให้บริษัทมีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ ขั้นตอนการจำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายเริ่มจาก OMT สั่งให้บริษัทผลิตสีพ่นพลาสติกตามคำสั่ง

ชื่อ โดยใช้ Know-How การผลิตของ Origin ในการนี้ OMT จะทำหน้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบให้ตามแต่ละคำสั่งซื้อด้วย จากนั้น OMT จะจำหน่ายสีให้แก่ Miki (Thailand) ซึ่งมีฐานลูกค้าผู้ใช้สีเป็นจำนวนมาก เพื่อนำส่งสินค้าให้ลูกค้าผู้ใช้สีต่อไป

ช่องทางการจำหน่ายของบริษัท สามารถแสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



3.2.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรม

ในปี 2547 อุตสาหกรรมสีโดยรวมมีผู้ประกอบการผลิตสีภายในประเทศมากกว่า 120 ราย โดยสามารถจำแนกประเภทสีตามลักษณะการใช้งานหลัก คือ สีทาอาคาร ซึ่งได้แก่ สีน้ำพลาสติก สีน้ำมัน หรือสีเคลือบเงา และสีอีกประเภทหนึ่ง คือ สีอุตสาหกรรม ได้แก่ สียานยนต์ สีทาเรือ สีผงที่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องไฟฟ้า สีเคลือบบรรจุภัณฑ์อาหาร

จากข้อมูลการใช้สีและผลิตภัณฑ์ร่วมของประเทศไทยในปี 2546-2547 พบว่ามีการปริมาณการจำหน่ายสีและผลิตภัณฑ์รวมภายในประเทศประมาณ 304,000 ตัน และ 375,000 ตันตามลำดับ (ทั้งนี้ ยังไม่รวมสีอุตสาหกรรมประเภทสีทาไม้ หรือ Wood Coatings) โดยสีทาอาคารมีสัดส่วนปริมาณความต้องการใช้ ต่อสีอุตสาหกรรม ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

มูลค่าตลาดสีโดยรวมตั้งแต่ปี 2546-2547 มีมูลค่าการจำหน่ายรวมประมาณ 21,000 ล้านบาท และ 28,000 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 32 ทั้งนี้ คาดว่าประมาณการมูลค่าตลาดสีโดยรวมในปี 2548 และ 2549 จะมีการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ (ที่มา: สมาคมผู้ผลิตสีไทย) โดยในปี 2547 สีทาอาคารมีสัดส่วนมูลค่าการจำหน่ายต่อสีอุตสาหกรรม เท่ากับ 42.98: 57.02 เนื่องจากสีทาอาคารมีการแข่งขันด้านราคาสูง ทำให้ราคาต่อหน่วยมีมูลค่าต่ำลง รายละเอียดดังตารางแสดงความต้องการใช้สีและกลุ่มผลิตภัณฑ์ร่วมจำแนกประเภทสีโดยละเอียด ได้ดังนี้

หน่วย : ล้าน

ประเภทสี*	ปริมาณ (ตัน)				มูลค่า (ล้านบาท)			
	2546	%	2547	%	2546	%	2547	%
สีทาอาคาร	151,000.00	49.74%	186,000.00	49.55%	9,741.94	46.31%	12,000.00	42.98%
สีอุตสาหกรรม	152,600.00	50.26%	189,400.00	50.45%	11,295.11	53.69%	15,920.00	57.02%
รวม	303,600.00	100.00%	375,400.00	100.00%	21,037.05	100.00%	27,920.00	100.00%

ที่มา : สมาคมผู้ผลิตสีไทย

หมายเหตุ : ไม่รวมสีทาไม้ (Wood Coatings)

การแข่งขัน

สีอุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นปลายที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ดังนั้นการเติบโตของอุตสาหกรรมสีจึงขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมต่อเนื่องผู้ใช้สี (End User) ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น การแข่งขันในตลาดสีอุตสาหกรรมไม่ใช้กลยุทธด้านราคาเหมือนกับตลาดสีทาอาคารที่มีการแข่งขันด้านราคาสูง ความสามารถในการแข่งขันในตลาดสีอุตสาหกรรมและปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการผลิตสีอุตสาหกรรมจะประสบความสำเร็จได้นั้น จะขึ้นอยู่กับ การยอมรับและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ผู้ผลิตสีอุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐานส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาสูตรและวัตถุดิบเฉพาะในการผลิต ซึ่งเป็นความลับทางการค้าทำให้ผู้ผลิตสีต้องร่วมทุนกับต่างประเทศและส่งผลให้ผู้ผลิตสีเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ส่วนปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ผลิตสามารถรักษาส่วนถือครองตลาดได้ คือ ชื่อเสียงในการรักษามาตรฐานและคุณภาพของสี การส่งมอบงานตรงเวลา ความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้ รวมถึงการร่วมมือทางการค้ากับคู่ค้า อันได้แก่ การร่วมมือทางการค้ากับผู้คิดค้น Know-How ในการผลิตสี เพื่อร่วมกับผู้ผลิตในการพัฒนาเทคโนโลยีให้สามารถรองรับการผลิตตาม Know-How ใหม่ๆ ได้ การร่วมมือทางการค้ากับผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถจัดซื้อวัตถุดิบเฉพาะ ตามสูตรการผลิตที่เป็นความลับทางการค้าได้ และการร่วมมือทางการค้ากับผู้จัดการจำหน่ายสี เพื่อขยายฐานลูกค้าผู้ใช้สีโดยใช้เครือข่ายลูกค้าของผู้ร่วมทุน เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจาก

- 1) บริษัทประกอบธุรกิจการผลิตสีอุตสาหกรรมมายาวนาน มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดีและบริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมสีอุตสาหกรรมเกือบทุกประเภท (Integrated Industrial Paints) ทำให้ช่วยลดความเสี่ยงในการพึ่งพาอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง หากภาวะอุตสาหกรรมนั้นๆ มีความผันผวน
- 2) บริษัทมีความร่วมมือกับผู้คิดค้นและเจ้าของ Know-How ที่มีชื่อเสียงทั้งจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศเยอรมัน บริษัทจึงเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสีโดยใช้ Know-How ที่ได้มาตรฐาน เชื่อถือได้และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล จึงทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้สีอุตสาหกรรมจะคำนึงถึงตราสินค้าและเจ้าของหรือผู้คิดค้น Know-How เป็นสำคัญ
- 3) บริษัทมีความร่วมมือทางการค้า และมีการทำสัญญาจ้างผลิตระหว่างบริษัทและผู้จัดการจำหน่าย เพื่อให้ผู้จัดการจำหน่ายสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ตรงตามสูตรลิขสิทธิ์การผลิต ซึ่งสูตรลิขสิทธิ์การผลิตนี้เป็นส่วนสำคัญที่สุดในธุรกิจสีอุตสาหกรรมและเป็นความลับทางการค้า ดังนั้น บริษัทจึงสามารถมีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้อย่างเพียงพอและต่อเนื่อง
- 4) บริษัทมีจุดเด่นในด้านความยืดหยุ่นของการผลิตตามปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าที่สามารถผลิต Batch Size ที่มีปริมาณน้อย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำสั่งซื้อจากลูกค้าประจำ โดยบริษัทจะมีอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70-80 ของกำลังการผลิตสูงสุด และยังสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ต่ำใกล้เคียงกับการผลิตในปริมาณมาก
- 5) บริษัทมีการจำหน่ายสีพ่นมอเตอร์ไซด์และสีพ่นพลาสติกผ่านผู้จัดการจำหน่าย ซึ่งเป็นบริษัทย่อย และบริษัทร่วมทุนที่มีเครือข่ายลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย ทำให้บริษัทมีโอกาสนในการขยายฐานลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการจำหน่ายสีเคลือบบรรจุภัณฑ์ และหมึกพิมพ์ออฟเซต โดยตรงผ่านทีมงานขายตรงของบริษัทเอง

- 6) บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเน้นการให้บริการตั้งแต่ก่อนการผลิต ได้แก่ การที่บริษัทเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิตของลูกค้าเพื่อทราบปริมาณความต้องการของลูกค้า จนถึงบริการหลังการขายด้วย

การแข่งขันในตลาดสีอุตสาหกรรม จะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทของสี ซึ่งมีผู้ผลิตรายใหญ่ในแต่ละตลาดสีอุตสาหกรรมมีดังต่อไปนี้

ประเภทสี	ผู้ผลิต/ ผู้จัดจำหน่าย	
	ผู้ผลิตในประเทศ	ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ
สีพ่นรถยนต์	Nippon (ตราผึ้ง), Thai Kansai (ตราพัด), Thai DNT	BASF Coatings (ตรานกแก้ว), Dupont
สีพ่นรถจักรยานยนต์	Eason Paint (ตรา NOF-จำหน่ายผ่าน NTL), Nippon, Thai Kansai (ตราพัด), Thai DNT	-
สีเคลือบบรรจุภัณฑ์	Eason Paint (ตรา Eason-จำหน่ายโดยตรง), WR Grace, ICI, PPG	Valspar, TOYO, WR Grace
สีพ่นพลาสติก	Eason Paint (ตรา "Origin, Eason"-จำหน่ายผ่าน OMT), Thai DNT, จินดาบราเดอร์	OMT (นำเข้าส่วนที่บริษัทไม่ได้ผลิต)
หมึกพิมพ์	Eason Paint(ตรา Eason-จำหน่ายโดยตรง), TOYO, DIC	TOYO, DIC, SICPA

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ทั้งนี้ บริษัทเป็นผู้ผลิตสีอุตสาหกรรมประเภทสีรถยนต์ สีพ่นรถจักรยานยนต์ และสีพ่นพลาสติก รายใหญ่รายหนึ่งในประเทศ โดยบริษัทมีส่วนแบ่งตลาดโดยประมาณดังนี้

ประเภทสี	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง	ส่วนแบ่งตลาดของบริษัท *
สีพ่นรถจักรยานยนต์	ชิ้นส่วนและตัวถังรถจักรยานยนต์	37.00%
สีพ่นพลาสติก	ชิ้นส่วนภายในรถยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า	15.00%

หมายเหตุ : * ส่วนแบ่งตลาดของบริษัท (โดยประมาณ) จากปริมาณการจำหน่าย

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ความยากง่ายในการเข้า-ออกธุรกิจสีอุตสาหกรรม ขึ้นอยู่กับการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยผู้ผลิตในกลุ่มสีอุตสาหกรรมเดียวกับบริษัท จะต้องมีความรู้ด้านการผลิตในระดับสูง สามารถผลิตสีได้ตามเกณฑ์ลูกค้าต้องการ มีบริการทางเทคนิคที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังต้องมีความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตสีอุตสาหกรรม และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง รวมถึงผู้จัดจำหน่าย เนื่องจากสิ่งสำคัญของการผลิตสีอุตสาหกรรม คือ สูตรการผลิต แม้ว่าเทคโนโลยีการผลิตจะไม่ซับซ้อน แต่ผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานต้องพึ่งพาสูตรในการผสม ซึ่งเป็นความลับทางการค้าทำให้ส่วนใหญ่ผู้ผลิตต้องร่วมทุนกับต่างประเทศ หรือผู้ผลิตอาจพัฒนาสูตรการผลิตขึ้นเอง แต่สีจะต้องได้มาตรฐานของกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่องหรือตามข้อกำหนดของลูกค้าผู้ใช้สี (End User) เป็นหลัก ดังนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าผู้ใช้สีจะมีส่วนสำคัญในการคัดเลือกและกำหนดผู้ผลิต

ตลาดสีอุตสาหกรรมจะมีความแตกต่างกันตามสูตร ส่วนผสม รูปแบบภาชนะที่บรรจุ ซ้อยี่ห้อ ทำให้ผู้ผลิตมีอำนาจตลาดในสีของตนในระดับหนึ่ง ตัวอย่างเช่น สีเคลือบบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งต้องมีความปลอดภัย และคุณภาพสูง สีที่จะส่งออกไปยังสหภาพยุโรป ต้องผ่านการรับรองด้านสิ่งแวดล้อมและมีเครื่องหมายรับรอง เป็นต้น ดังนั้น การประกอบธุรกิจสีอุตสาหกรรม จึงต้องใช้ทั้งเงินทุน การวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประสบการณ์ และการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้ามาประกอบธุรกิจสำหรับผู้ผลิตรายใหม่

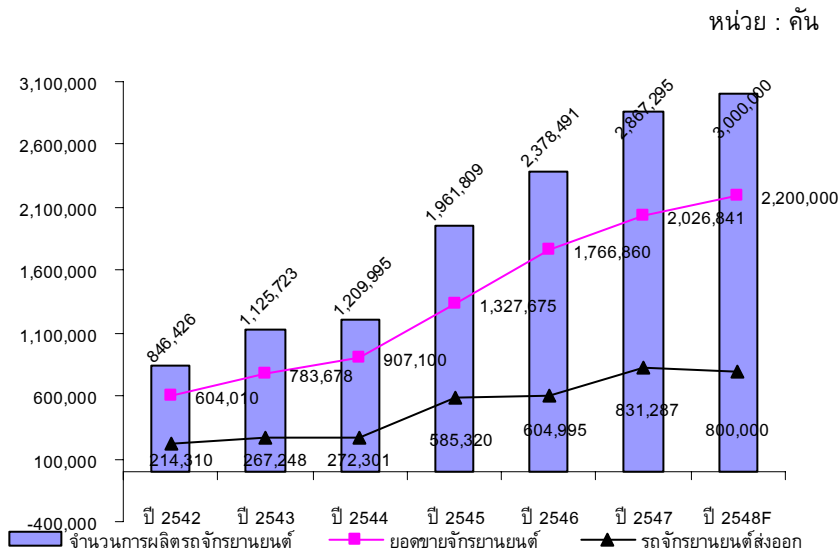
3.2.6 แนวโน้มการเจริญเติบโตของบริษัท

จากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทในปี 2547 พบว่ารายได้หลักมากกว่าร้อยละ 70 มาจากสีรถจักรยานยนต์ และสีพ่นพลาสติกสำหรับชิ้นส่วนรถยนต์และอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องเสียงภายในรถยนต์ นอกจากนี้ บริษัทได้มีแผนการขยายกำลังการผลิต

ผลิตสีพลาสติกที่เป็นส่วนประกอบของชิ้นส่วนยานยนต์ และสีพ่นภายนอกรถยนต์ (รายละเอียดโครงการในอนาคตเพิ่มเติมในส่วนที่ 2 ข้อ 6) ดังนั้น แนวโน้มการเจริญเติบโตของบริษัทจะขึ้นอยู่กับสถานะและแนวโน้มของอุตสาหกรรมยานยนต์และจักรยานยนต์

ภาวะอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์

อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2542-2547 เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทยและการเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อ มีส่วนสำคัญที่ทำให้ยอดขายรถจักรยานยนต์ภายในประเทศเพิ่มขึ้น จาก 0.60 ล้านคันในปี 2542 มาเป็น 2.02 ล้านคัน ในปี 2547 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2542 – 2547 ประมาณร้อยละ 27.93 ต่อปี และมียอดการผลิตรถจักรยานยนต์ที่เพิ่มขึ้นจาก 0.85 ล้านคันในปี 2542 มาเป็น 2.87 ล้านคันในปี 2547 ทั้งนี้ ในปี 2548 ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนกรกฎาคม 2548 มียอดการผลิตรถจักรยานยนต์จำนวน 1.33 ล้านคัน และประมาณการยอดผลิตทั้งปี 2548 โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ประมาณ 3.00 ล้านคัน

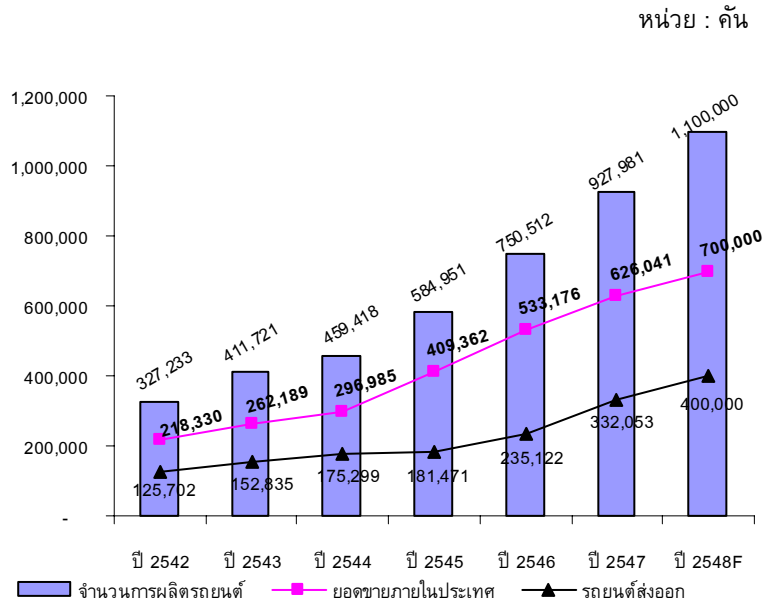


ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

หมายเหตุ : ปี 2548 F เป็นประมาณการโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์

อุตสาหกรรมรถยนต์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2542-2547 เช่นเดียวกับกับอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ โดยมียอดขายรถยนต์ภายในประเทศเพิ่มขึ้น จาก 0.22 ล้านคัน ในปี 2542 มาเป็น 0.63 ล้านคัน ในปี 2547 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2542 – 2547 ประมาณร้อยละ 23.77 ต่อปี และมียอดการผลิตรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นจาก 0.33 ล้านคันในปี 2542 มาเป็น 0.93 ล้านคันในปี 2547 โดยในปี 2548 ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนกรกฎาคม 2548 มียอดการผลิตรถยนต์จำนวน 0.61 ล้านคัน และประมาณการยอดผลิตทั้งปีโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ประมาณ 1.10 ล้านคัน ทั้งนี้ รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศซึ่งมีอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งในแรงผลักดันเศรษฐกิจ โดยมีการวางเป้าหมายให้ไทยเป็น Detroit of Asia ซึ่งเปิดโอกาสที่บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย และมีประมาณการว่าประเทศไทยจะมีการผลิตรถยนต์เพิ่มขึ้นเป็น 1.80 ล้านคันในปี 2553 ดังนั้น การขยายตัวของการผลิตรถยนต์ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นไป จะขึ้นอยู่กับ การส่งออกเป็นสำคัญ เนื่องจากตลาดภายในประเทศเริ่มขยายตัวลดลงในปี 2547 หลังจากมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากตั้งแต่ปี 2545-2546



ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

หมายเหตุ : ปี 2548 F เป็นประมาณการโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

3.3.1 การผลิตและนโยบายการผลิต

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ที่ 7/1-2 หมู่ 1 ตำบลพานทอง อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี บนเนื้อที่ 32-2-4 ไร่ เพื่อดำเนินการผลิตสีอุตสาหกรรมรวมถึงหมึกพิมพ์เพื่อใช้สำหรับงานโลหะ และพลาสติก เป็นโรงงานที่มีกำลังการผลิตเฉลี่ยประมาณ 4,800 ตันต่อปี โดยบริษัทมีกำลังการผลิตจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

	ปี 2546	ปี 2547	งวด 6 เดือนแรก ปี 2548
กำลังการผลิตเฉลี่ย (หน่วย: ตัน)*	(ต่อปี)	(ต่อปี)	(เฉพาะ 6 เดือนแรก)
▪ สีพ่นรถจักรยานยนต์	1,800	2,400	1,250
▪ สีพ่นพลาสติก	500	600	300
▪ สีเคลือบบรรจุภัณฑ์	900	900	450
▪ หมึกพิมพ์ออฟเซต	800	900	450
รวมกำลังการผลิตเฉลี่ย	4,000	4,800	2,450
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย: ตัน)			
▪ สีพ่นรถจักรยานยนต์	1,525	1,882	966
▪ สีพ่นพลาสติก	452	459	228
▪ สีเคลือบบรรจุภัณฑ์	441	534	231
▪ หมึกพิมพ์ออฟเซต	508	597	298
รวมปริมาณการผลิตจริง	2,926	3,472	1,723

	ปี 2546	ปี 2547	งวด 6 เดือนแรก ปี 2548
อัตราการใช้กำลังการผลิต (เปอร์เซ็นต์)			
▪ สีพ่นรถจักรยานยนต์	84.72%	78.42 %	77.28%**
▪ สีพ่นพลาสติก	90.40%	76.50%	76.00%**
▪ สีเคลือบบรรจุภัณฑ์	49.00%	59.33%	51.33%**
▪ หมึกพิมพ์ออฟเซต	63.50%	66.33%	66.22%**
อัตราการใช้กำลังการผลิต	73.15%	72.33%	70.33%

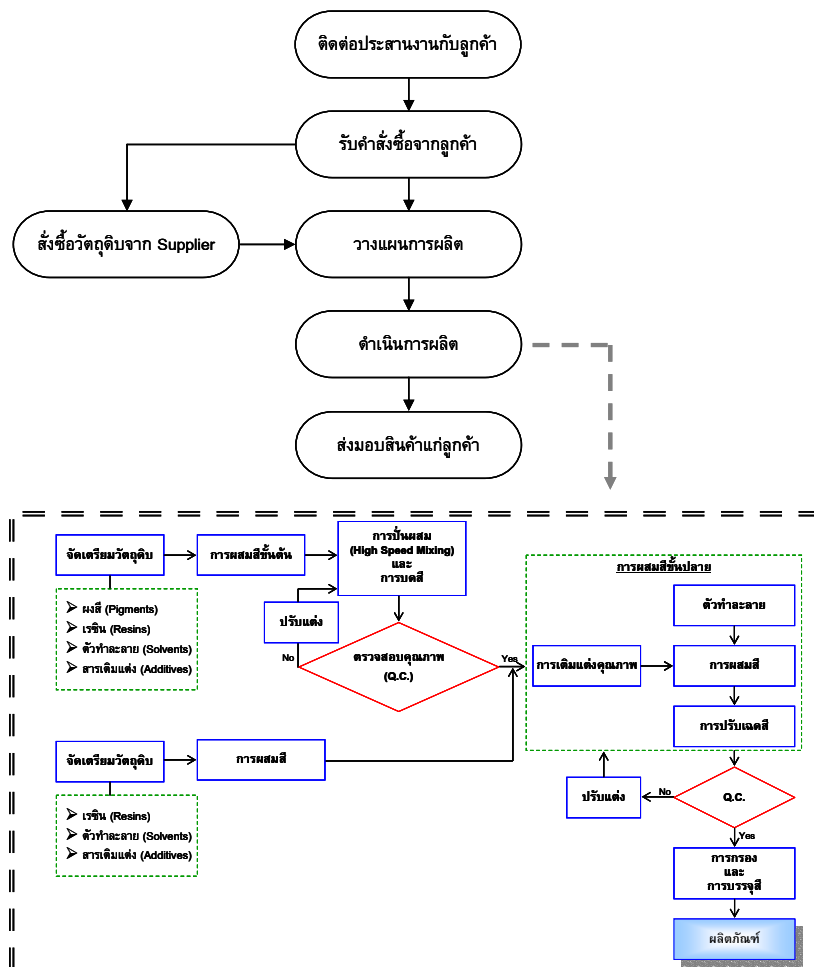
ที่มา: ข้อมูลจากบริษัท

หมายเหตุ:

* กำลังการผลิตเฉลี่ยต่อปี คำนวณจากค่าเฉลี่ยของปริมาณการผลิต (Average Batch Size) คูณด้วย จำนวนครั้งของการผลิต (Number of Batch)

** อัตราการใช้กำลังการผลิตในงวด 6 เดือนแรก ปี 2548 มีอัตราลดลงจากปี 2547 เนื่องจากโดยปกติบริษัทมียอดขายสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 4 ของทุกปี ดังนั้น อัตราการกำลังการผลิตงวด 6 เดือนแรก ปี 2548 จึงมีอัตราต่ำกว่าเมื่อเทียบกับกำลังการผลิตทั้งปี ของปี 2547 ที่รวมการผลิตในช่วงที่มียอดขายสูงสุด (High Season) ของปีด้วย

ขั้นตอนการผลิต



ในการผลิตสินค้าแต่ละรายการ บริษัทจะมีขั้นตอนการผลิตหลักตั้งแผนภาพดังกล่าว โดยจะเริ่มตั้งแต่การติดต่อประสานงานกับลูกค้าและรับคำสั่งซื้อ (Order) จากลูกค้า โดยที่ลูกค้าจะมีคำสั่งซื้อล่วงหน้าประมาณ 1-3 เดือน เพื่อให้บริษัทมีเวลาเตรียมการวางแผนการผลิตสินค้าและสั่งซื้อวัตถุดิบจาก Supplier ให้เพียงพอต่อความต้องการและเกิดประสิทธิภาพในการผลิต ทั้งนี้ ในการผลิตสินค้าบริษัทจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ด้วยการตรวจสอบคุณภาพโดยใช้อุปกรณ์ตรวจวัดที่ได้มาตรฐานทั้งในระหว่างการดำเนินการผลิตและก่อนการส่งมอบให้กับลูกค้าต่อไป

การดำเนินการผลิตของบริษัทประกอบด้วย 7 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การจัดเตรียมวัตถุดิบ การผสมสีขั้นต้น การบด การผสมสี การปรับเฉดสี การตรวจสอบคุณภาพ และการกรองและการบรรจุสี โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การจัดเตรียมวัตถุดิบ (Raw Material Preparation) เป็นการนำวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพมาซึ่งนำหนักตามสูตรผสม เพื่อเตรียมสำหรับการผลิต
- 2) การผสมสีขั้นต้น (Pre-mixing) เป็นการควบคุมอัตราส่วนผสมของผงสีหรือแม่สี และนำสีไปผสมกับตัวทำละลาย และสารเติมแต่งบางส่วน ให้เป็นไปตามส่วนประกอบที่ต้องการ จากนั้นกวนจนเข้ากัน
- 3) การบด (Grinding) เป็นขั้นตอนการบดสีเพื่อให้ได้สีที่มีความละเอียดมากขึ้นตามมาตรฐานที่กำหนด ด้วยเครื่องบดที่ควบคุมความเร็วรอบ เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของสี ซึ่งจะมีทั้งแบบเครื่องปั่นผสมชนิดที่มีความเร็วรอบสูง (High Speed Mixing) และเครื่องปั่นผสมชนิดต่างๆ และทำการทดสอบความละเอียดของสีที่ได้
- 4) การผสมสี (Letting Down) เป็นการผสมวัตถุดิบที่เป็นองค์ประกอบในการผลิตสีส่วนที่เหลือซึ่งเป็นของเหลว ได้แก่ สารยึดจับพวกกาวลาเท็กซ์หรือเรซิน สารเติมแต่ง ตัวทำละลายต่างๆ เช่น น้ำ ทินเนอร์ และน้ำมันก๊าด เป็นต้น
- 5) การปรับเฉดสี (Tinting) เป็นขั้นตอนของการแต่งสีโดยใช้แม่สี เพื่อให้ได้เฉดสีตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
- 6) การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control: Q.C.) เป็นการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ ส่วนผสมขั้นกลางและผลิตภัณฑ์ โดยการสุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบคุณภาพ เช่น ความหนืด ความหนาแน่น ความละเอียด และการเทียบสี เป็นต้น ด้วยเครื่องมือตรวจวัดที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย เพื่อให้แน่ใจว่าสีมีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานที่ตกลงกับลูกค้าไว้
- 7) การกรองและการบรรจุสี (Filtering and Filling) เป็นการกรองและบรรจุสีลงในภาชนะบรรจุที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว และเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการผลิตสี ได้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมส่งจำหน่ายต่อไป

ทั้งนี้ ในการผลิตสีแต่ละประเภทโดยทั่วไปจะมีขั้นตอนคล้ายกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในส่วนของการผสมเพิ่มเติมบางชนิด เพื่อให้ได้คุณสมบัติพิเศษและประโยชน์ตามการใช้งาน และตามสูตรเฉพาะของผู้ผลิตสี

3.3.2 วัตถุดิบและผู้จำหน่าย (Supplier)

รายละเอียดของวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสีของบริษัท มีดังนี้

รายการวัตถุดิบหลัก	ผู้จัดจำหน่าย/นำเข้า (ราย)	ประเทศที่ผลิต	การควบคุมราคาต้นทุน
1. ผงสี (Pigments)	31	เกาหลี, ฮังการี, ญี่ปุ่น, อเมริกา, อังกฤษ, อินเดีย, มาเลเซีย, แคนาดา, เนเธอร์แลนด์, เยอรมัน, ฝรั่งเศส, สวิสเซอร์แลนด์, ออสเตรเลีย, จีน	บริษัทจะมีการประเมินแผนการใช้วัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง จากนั้นจึงทำการแจ้งปริมาณความต้องการแก่ผู้จัดจำหน่ายหรือผู้นำเข้า และเจรจาตกลงราคากันล่วงหน้าประมาณ 1-3 เดือน
2. เรซิน (Resins)	26	เกาหลี, เนเธอร์แลนด์, ญี่ปุ่น, สวีเดน, อเมริกา, จีน, นิวซีแลนด์, มาเลเซีย, เยอรมัน, ออสเตรเลีย, ไทย	
3. ตัวทำละลาย (Solvents)	16	เกาหลี, อินโดนีเซีย, ญี่ปุ่น, อเมริกา, อังกฤษ, มาเลเซีย, สิงคโปร์, อิตาลี, เยอรมัน, ฝรั่งเศส, ไทย	
4. สารเติมแต่ง (Additives)	26	เบลเยียม, ไต้หวัน, อเมริกา, เยอรมัน, ออสเตรเลีย, สิงคโปร์, ญี่ปุ่น, สวิสเซอร์แลนด์, ไทย	

รายละเอียดวัตถุดิบที่สั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายหลัก (Supplier) ในแต่ละราย มีดังนี้

รายชื่อผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ	รายการวัตถุดิบที่สั่งซื้อ
1. คลาเรียนท์ เคมีคอล	ผงสี
2. เคมโคัท	ผงสี เรซิน สารเติมแต่ง
3. เซลล์แห่งประเทศไทย	ผงสี
4. ซีบา สเปเชียลตี้เคมีคอล ประเทศไทย	ผงสี
5. ไทยมิตซูย สเปเชียลตี้ เคมีคอล	เรซิน
6. ไบเออร์ไทย	เรซิน
7. พีเจเนอรัลกรุ๊ป	ผงสี
8. เมกาเคม (ประเทศไทย)	เรซิน ตัวทำละลาย
9. สยามเคมีคอลอินดัสตรี	เรซิน
10. ออริจิน มิกิ (ประเทศไทย)	ผงสี เรซิน สารเติมแต่ง

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแบ่งได้เป็นสองประเภท คือ วัตถุดิบเฉพาะตามสูตรลิขสิทธิ์ ที่เป็นความลับทางการค้าและบริษัทต้องซื้อวัตถุดิบดังกล่าวจากบริษัทที่เจ้าของ Know-How ยอมรับเท่านั้น และวัตถุดิบทั่วไปที่บริษัทสามารถจัดซื้อได้เองจากผู้จัดจำหน่ายทั่วไป

ก่อนการจัดซื้อวัตถุดิบบริษัทจะมีการวางแผนการผลิตตามความต้องการหรือแผนการผลิตสินค้าของลูกค้าผู้ใช้สี เพื่อให้มีวัตถุดิบให้พอเพียงสำหรับการผลิตสีในแต่ละคำสั่งซื้อจากลูกค้าผู้ใช้สี โดยจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบเป็น P/O (Purchasing Order) จากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่บริษัทได้คัดเลือกแล้วว่าสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามข้อกำหนดของลูกค้า โดยจะสั่งซื้อล่วงหน้าประมาณ 1-3 เดือน และมีการสำรองวัตถุดิบนานประมาณ 3 เดือน ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทใช้วัตถุดิบเคมีภัณฑ์ที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศบริษัทจึงมีการติดตามความเคลื่อนไหวของราคา อุปสงค์และอุปทานของเคมีภัณฑ์ในตลาดโลกอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารต้นทุนการผลิต และเพื่อลดความเสี่ยงจากผลกระทบของความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

นโยบายเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตสีอุตสาหกรรมตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในแต่ละราย อีกทั้งลักษณะของสินค้าจะแตกต่างกันตามสิทธิที่บริษัทได้รับอนุญาตใช้ในการผลิตสี ดังนั้น ก่อนการผลิตสินค้าบริษัทจะมีการวางแผนโดยให้สอดคล้องกับแผนการผลิตสินค้าประจำปีของลูกค้า บริษัทจึงผลิตสีในปริมาณที่เท่ากับความต้องการของลูกค้าในการสั่งซื้อแต่ละคราวและอาจมีการผลิตสีสำรองเพียงบางส่วนเท่านั้น นอกจากนี้ สีส่วนใหญ่ที่บริษัทผลิตจะเป็นสีที่บริษัทได้รับอนุญาตในการใช้สิทธิผลิตสี บริษัทจึงต้องผลิตและจำหน่ายสีให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้น ไม่สามารถนำสูตรและสีเดียวกันไปผลิตและขายให้ลูกค้ารายอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้

การดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าค้างสต็อก

หากบริษัทมีสีที่ผลิตตามสิทธิที่บริษัทได้รับอนุญาตค้างสต็อก ซึ่งอาจเกิดจากการที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงสายการผลิต หรือเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตสินค้าของลูกค้า รายละเอียดความเป็นไปได้ในการเกิดสินค้าค้างสต็อก และวิธีการจัดการมีดังนี้

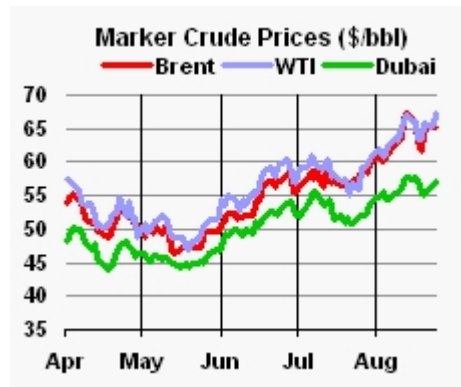
1. สีพ้นรถจักรยานยนต์ โดยทั่วไปแล้วบริษัทจะมีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ของลูกค้าผู้ใช้สี จึงทำให้เกิดสีค้างสต็อกน้อย ซึ่งในกรณีที่เกิดสีค้างสต็อก ลูกค้าผู้ใช้สีจะรับซื้อคืนสีค้างสต็อกทั้งหมด หรือในกรณีที่ลูกค้าไม่ซื้อคืน บริษัทจะขายสีในราคาต่ำสำหรับงานอะไหล่ งานซ่อมแซม หรือนำไปผสมใหม่เป็นสีสำหรับหมวกกันน็อก เป็นต้น
2. สีพ่นพลาสติก บริษัทผลิตสีพ่นพลาสติกตามคำสั่งซื้อจาก OMT ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุน และบริษัทจะซื้อวัตถุดิบเฉพาะตามสูตรจาก OMT หากเกิดการเปลี่ยนแปลงคำสั่งซื้อทำให้มีสินค้าค้างสต็อกแล้ว OMT จะเป็นผู้รับผิดชอบวัตถุดิบเฉพาะที่ใช้ในการผลิต เพื่อเป็นการรักษาความลับทางการค้า

3. หมึกพิมพ์ออฟเซท เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าโดยทั่วไป โดยเฉพาะหมึกพิมพ์ออฟเซทสีดำ และไม่มีลิขสิทธิ์เฉพาะ ดังนั้น การค้าสต็อกจึงมีความเป็นไปได้ต่ำ
4. สีเคลือบบรรจุภัณฑ์ เป็นสีที่บริษัทเป็นผู้คิดค้น และพัฒนาสูตรเฉพาะขึ้นมา ในกรณีที่เกิดสีค้างสต็อก บริษัทจะขายลดราคาไปยังผู้เหมาซื้อสีในราคาถูก ซึ่งผู้รับเหมาซื้อสีจะนำไปใช้ในการพ่น เคลือบสินค้าต่าง ๆ เช่น นาฬิกาการตีพิมพ์ ใส้พิมพ์บรรจุภัณฑ์ออลูมิเนียมเกรดต่ำ เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการขายสีค้างสต็อกในราคาต่ำถึงแม้บริษัทจะได้กำไรน้อย หรือบางครั้งต่ำกว่าต้นทุนการผลิตจะเป็นทางเลือกที่ดีกว่าที่บริษัทต้องกำจัดสีค้างสต็อกเอง ซึ่งจะทำให้บริษัทต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำลายสีที่เป็นสารเคมี จึงต้องมีกระบวนการในการกำจัดให้ถูกต้อง เนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ผงสี เรซิน ตัวทำละลาย สารเติมแต่ง และเคมีภัณฑ์อื่นๆ ที่มีความผันผวนด้านราคาสูง โดยราคาส่วนใหญ่จะผันผวนตามราคาน้ำมัน ซึ่งปัจจุบันราคาน้ำมันยังคงอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกองทุนเก็งกำไร (Hedge Fund) ได้เทขายน้ำมันทำให้ราคาเริ่มลดลง และเมื่อราคาถูกลงก็จะกลับเข้ามาซื้อใหม่อีกครั้ง ประกอบกับอุปสงค์น้ำมันในภูมิภาคเอเชียมีจำนวนใกล้เคียงกับอุปทานน้ำมัน จึงทำให้น้ำมันมีราคาผันผวนและอยู่ในระดับสูง (ที่มา: ข้อมูลจากสำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์)



รูปแสดงความเคลื่อนไหวของราคาน้ำมัน ตั้งแต่เดือนเมษายน ถึงเดือนสิงหาคม 2548

ที่มา : <http://omrpublic.iea.org/>

วัตถุดิบเฉพาะที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นปกติของอุตสาหกรรมนี้ที่จะพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศค่อนข้างสูงมากกว่าวัตถุดิบในประเทศ รายละเอียดสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายหรือผู้นำเข้า และการสั่งซื้อโดยบริษัทนำเข้าเองมีดังนี้

รายการ	2545		2546		2547		6 เดือนแรก ปี 2548	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
วัตถุดิบสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่าย / ผู้นำเข้า	214,383,120.59	86.33%	286,402,087.16	89.40%	342,061,360.34	87.32%	163,579,485.96	84.30%
วัตถุดิบนำเข้ามาเองจากต่างประเทศ	33,950,509.08	13.67%	33,950,509.08	10.60%	49,659,670.36	12.68%	30,468,167.63	15.70%
รวม	248,333,629.67	100.00%	320,352,596.24	100.00%	391,721,030.70	100.00%	194,047,653.59	100.00%

บริษัทจะซื้อวัตถุดิบหลักรวมถึงวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศผ่านบริษัทร่วมทุน คือ OMT เป็นส่วนใหญ่ (เพิ่มเติมรายละเอียดรายการระหว่างกันกับ OMT ในส่วนที่ 2 ข้อ 11) ซึ่ง OMT เป็นการร่วมทุนระหว่าง Origin ที่มีจุดแข็งในเรื่องของการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตสีพ่นพลาสติก ส่วน Miki (Thailand) ซึ่งอยู่ในธุรกิจเคมีภัณฑ์มาเป็นเวลานาน จะมีจุดแข็งในด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ เคมีภัณฑ์ รวมถึงวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และยังได้เงื่อนไขในการจัดซื้อที่ดี เนื่องจากในการซื้อวัตถุดิบผ่าน OMT ที่สั่งซื้อวัตถุดิบผ่านบริษัทที่เกี่ยวข้องในประเทศญี่ปุ่น คือ Origin ที่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณมากอยู่แล้ว จึงทำให้บริษัทสามารถซื้อวัตถุดิบได้ตามปริมาณที่บริษัทต้องการใช้โดยไม่ต้องซื้อในปริมาณที่เกินความจำเป็น จึงได้ประโยชน์จากบริษัทร่วมทุนด้านการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ทำให้บริษัทมียอดสั่งซื้อวัตถุดิบภายในประเทศ ซึ่งรวมถึงการ

สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศผ่าน OMT เป็นสัดส่วนมากกว่าการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเอง เป็นผลให้บริษัทมีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถจัดซื้อวัตถุดิบทั่วไปจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ ได้ หากได้รับเงื่อนไขด้านราคาและคุณภาพที่ดีกว่า

เทคโนโลยีการผลิต

โดยทั่วไป เทคโนโลยีการผลิตสีของผู้ผลิตแต่ละรายจะใช้เทคโนโลยีที่ไม่แตกต่างกันมากนัก มีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ส่วนใหญ่จะนำวัตถุดิบจากต่างประเทศ มาผสมและบรรจุภายในประเทศ แต่ผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานต้องพึงพาสูตรในการผสม ซึ่งเป็นความลับทางการค้า ทำให้ต้องมีการร่วมทุนกับต่างประเทศ หรือผู้ผลิตอาจพัฒนาสูตรการผลิตขึ้นเอง แต่สีจะต้องได้มาตรฐานของกลุ่มอุตสาหกรรมต่อเนื่องหรือตามข้อกำหนดของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ มีการแข่งขันกันในส่วนของคุณสมบัติพิเศษของสี ประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำสีไปใช้ และลักษณะเด่นของสีเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยจะขึ้นอยู่กับสูตรการผลิตเฉพาะ และส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตของผู้ผลิตแต่ละราย

ทั้งนี้ บริษัทมีข้อได้เปรียบผู้ผลิตสีรายอื่นในด้านสูตรการผลิตที่มีลักษณะพิเศษ และเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าโดยทั่วไป เนื่องจากบริษัทได้รับเทคโนโลยีการผลิตจากการซื้อลิขสิทธิ์สูตรผลิตสีจากผู้ผลิตสีชั้นนำ ส่วนของผลิตภัณฑ์สีที่ใช้สูตรการผลิตของบริษัทเอง บริษัทได้มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามาโดยตลอด

3.4 มาตรฐานสากล

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกและได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของกลุ่ม Responsible Care (RC) ของกลุ่มเคมีภัณฑ์อุตสาหกรรม (International Council of Chemicals Association: ICCA) ในปี 2542 เนื่องจากบริษัทต้องการเสริมสร้างความมุ่งมั่นเกี่ยวกับหลักการดูแลด้วยความรับผิดชอบต่อทั้งส่วนของบริษัทและสังคม ซึ่งหลักการของ Responsible Care นี้ครอบคลุมตั้งแต่เรื่องการปกป้องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ความปลอดภัยในโรงงานและการป้องกันอันตราย ความปลอดภัยในการขนส่ง การดูแลผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับชุมชน

นอกจากนี้ บริษัทอยู่ในระหว่างการดำเนินการขอรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001 เพื่อเป็นการพัฒนาและยกระดับการบริหารการดำเนินงานของบริษัท รวมทั้งเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่องค์กรว่าบริษัทจะสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องให้เป็นที่ไปตามความต้องการของลูกค้า มีคุณภาพสม่ำเสมอ และมีความปลอดภัย โดยคาดว่าจะทราบผลภายในปี 2548

3.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการผลิต จึงได้ดำเนินการผลิตและมีการบำบัดของเสียที่เกิดจากการผลิตต่างๆของบริษัทให้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมโรงงาน และตามกฎหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการดำเนินการตรวจวัดผลและตรวจสอบคุณภาพของสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ซึ่งล่าสุดบริษัทได้ทำการตรวจวัดในช่วงเดือนสิงหาคม 2547 โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อตรวจวัดและประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม Responsible Care (RC) ในประเทศไทย ของกลุ่มเคมีภัณฑ์สภาอุตสาหกรรม (International Council of Chemicals Association: ICCA) ในปี 2542 จนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้องกับสุขภาพสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย อย่างเปิดเผยต่อพนักงานและชุมชน

ตารางแสดงการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในโรงงาน การควบคุมและบำบัดสิ่งแวดล้อมของบริษัท

กระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดมลพิษ	ประเภทของมลพิษ	หน่วย	ค่ามาตรฐาน	ค่าที่วัดได้	แผนการควบคุมและบำบัด
1. ขั้นตอนการกรองและการบรรจุสี	การปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายในอากาศ ได้แก่ 1. Xylene 2. Toluene 3. Butyl acetate 4. Ethyl acetate	mg/m ³ mg/m ³ mg/m ³ mg/m ³	435 752 713 1,440	22.25 4.65 9.09 26.58	1. จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันอันตราย เช่น หน้ากากนิรภัย ถุงมือป้องกันสารเคมี เป็นต้น 2. ติดตั้งระบบระบายอากาศที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และมีการตรวจสอบประสิทธิภาพของระบบอยู่เสมอ 3. จัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพพนักงานประจำปี 4. ติดป้ายบอกรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสารเคมี ข้อปฏิบัติ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ที่ชัดเจนและสะดวกต่อการมองเห็น
2. ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพที่ปฏิบัติในบริเวณห้อง Lab ในโรงงาน ซึ่งเป็นระบบปิดทั้งหมดทุกห้อง	การปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายในอากาศ ได้แก่ 1. Xylene 2. Toluene 3. Butyl acetate 4. Ethyl acetate	mg/m ³ mg/m ³ mg/m ³ mg/m ³	435 752 713 1,440	1.77 - 34.57 6.09 - 92.73 1.82 - 10.48 25.05 - 36.71	5. ติดตามตรวจสอบวัดปริมาณความเข้มข้นของสารเคมีในอากาศทุก ๆ 6 เดือน 6. จัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายของสารเคมีและวิธีการป้องกันแก่พนักงาน

กระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดมลพิษ	ประเภทของมลพิษ	หน่วย	ค่ามาตรฐาน	ค่าที่วัดได้	แผนการควบคุมและบำบัด
3. ขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การเริ่มผสมสีขั้นต้น การบด การผสมสี และการปรับเฉดสี (บริเวณแผนกผลิตสีพ่นพลาสติก)	การปนเปื้อนของสารเคมีอันตรายในอากาศ ได้แก่ 1. Xylene 2. Toluene 3. Butyl acetate 4. Ethyl acetate	mg/m ³ mg/m ³ mg/m ³ mg/m ³	435 752 713 1,440	12.67 31.81 8.66 76.55	
4. ขั้นตอนการผสมสี (บริเวณแผนกผลิตสีเคลือบบรรจุภัณฑ์)	ปริมาณความเข้มข้นของฝุ่นในอากาศ	mg/m ³	15	2.04	1. จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันที่เหมาะสม เช่น หน้ากากป้องกันฝุ่น 2. สร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงานในการปฏิบัติตามคำแนะนำที่ถูกต้องในการปฏิบัติงานเพื่อความปลอดภัยของตนเองและส่วนรวม 3. จัดให้มีการตรวจสุขภาพพนักงานประจำปี
5. ขั้นตอนการบดสี (บริเวณแผนกผลิตหมึกพิมพ์ออฟเซต)	ระดับความดังของเสียง	dB(A)	90	88.1 - 92.4*	1. วางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ 2. ในบริเวณที่มีระดับเสียงสูงเกินกว่าค่ามาตรฐาน บริษัทจะออกกฎในการปฏิบัติงานเพื่อความปลอดภัยของพนักงาน เช่น การสวมใส่ที่ครอบหู
6. ขั้นตอนการบรรจุสี (บริเวณแผนกผลิตสีเคลือบบรรจุภัณฑ์)	ระดับความดังของเสียง	dB(A)	90	87.2 - 88.5	3. สร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงานในการปฏิบัติตามคำแนะนำที่ถูกต้องในการปฏิบัติงานเพื่อความปลอดภัยของตนเองและส่วนรวม
7. ขั้นตอนการบรรจุสี (บริเวณ Office แผนกผลิตหมึกพิมพ์ออฟเซต)	ระดับความดังของเสียง	dB(A)	90	77.0 - 77.8	4. จัดให้มีการตรวจสอบสภาพการได้ยินของพนักงานประจำปี

กระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดมลพิษ	ประเภทของมลพิษ	หน่วย	ค่ามาตรฐาน	ค่าที่วัดได้	แผนการควบคุมและบำบัด
8. ขั้นตอนการทำความสะอาดอุปกรณ์	น้ำมันล้างเครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ				<ol style="list-style-type: none"> น้ำทิ้งจากโรงงานมาจากน้ำที่ใช้ในขั้นตอนการทดสอบการพ่นสีเท่านั้น บริษัทจึงมีปริมาณน้ำทิ้งสู่ภายนอกน้อยมาก นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตของบริษัทจะใช้ตัวทำละลายทั้งหมด จึงมีการใช้น้ำในกระบวนการตรวจสอบเท่านั้น กาก และตัวทำละลายที่เหลือจากการใช้แล้ว บริษัทจะขายต่อไปยังบริษัทผู้รับเหมาซื้อที่ได้รับใบอนุญาตตามกฎหมาย เพื่อนำไปใช้รีไซเคิล (Recycle) เป็นตัวทำละลายเกรดต่ำต่อไป

หมายเหตุ : เป็นการสุ่มตรวจในบริเวณต่างๆของโรงงาน

* ในบริเวณแผนกผลิตหมึกพิมพ์ออฟเซตที่มีระดับเสียงเกินมาตรฐานนั้น เนื่องจากในวันตรวจวัดบริษัทมีการซ่อมแซมและทดลองเดินเครื่องจักร ซึ่งทำให้บริเวณดังกล่าวเกิดเสียงดัง

3.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -