

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน) หรือ “บริษัทฯ” มีชื่อภาษาอังกฤษว่า “Thai Plaspac Public Company Limited” ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2526 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 4.5 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจในการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ต่างๆ และผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ ปัจจุบันมีโรงงานตั้งอยู่ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร โดยการผลิตของบริษัทฯ ใช้กระบวนการผลิตหลัก 2 ประเภทคือ กระบวนการผลิตแบบฉีด (Injection Moulding) และกระบวนการผลิตแบบเป่า (Blow Moulding)

ในช่วงเริ่มต้นบริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ในย่านสาทรประดิษฐ์และต่อมาได้ย้ายที่ตั้งโรงงานแห่งที่ 1 มาที่เขตบางขุนเทียนในปี 2530 ต่อมาเมื่อกิจการได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปี 2538 บริษัทฯจึงได้ก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 2 ซึ่งคือโรงงานในปัจจุบันเพื่อขยายกำลังการผลิตให้สามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจของบริษัทฯ โดยโรงงานแห่งที่ 2 ได้ก่อสร้างแล้วเสร็จและเริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ในเบื้องต้นบริษัทฯได้แยกการผลิตของทั้ง 2 โรงงานออกจากกัน โดยโรงงานแห่งที่ 1 ทำหน้าที่เป็นสายการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเป่า และโรงงานแห่งที่ 2 ทำหน้าที่เป็นสายการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทฉีด เพื่อประโยชน์ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานในทุกขั้นตอนการผลิต และเพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการของบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทฯได้ทำการรวมสายการผลิตทั้ง 2 เข้าไว้ด้วยกัน ณ โรงงานที่ตั้งในปัจจุบัน โดยพื้นที่โรงงานแห่งที่ 1 ที่ว่างอยู่บริษัทฯได้ใช้ประโยชน์เป็นคลังสินค้าเพื่อเก็บสินค้าของบริษัทฯและให้เข้าพื้นที่ในการเก็บสินค้าแก่บริษัททั่วไป

ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่บริษัทฯมุ่งมั่นเพื่อสร้างชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้าเสมอมาทำให้บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า และถือเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชั้นนำของประเทศ

ประวัติความเป็นมาที่สำคัญของบริษัทฯ

ปี	เหตุการณ์
2526	- เริ่มก่อตั้งโรงงานในย่านสาทรประดิษฐ์
-	- ขยายการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
2530	- สร้าง และย้ายการดำเนินการมายังโรงงานแห่งที่ 1 ในเขตบางขุนเทียน
2536	- เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 4.5 ล้านบาทเป็น 16 ล้านบาท โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม
2537	- เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 16 ล้านบาทเป็น 40 ล้านบาท โดย บริษัทโมเดอร์นฟอรัม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้ามาเป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ร้อยละ 60
	- การเพิ่มทุนทั้ง 2 ครั้งเพื่อนำเงินทุนที่ได้ไปใช้ในการก่อสร้างอาคารโรงงาน ณ ที่ตั้งปัจจุบัน จัดซื้อเครื่องจักรเพิ่มเติมและส่วนที่เหลือนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
2538	- ก่อสร้างโรงงาน ณ ที่ตั้งปัจจุบันและลงทุนในเครื่องจักรเพิ่มเติม
2540	- เริ่มเปิดใช้โรงงาน ณ ที่ตั้งปัจจุบัน
	- ขยายตลาดออกไปสู่ต่างประเทศโดยส่งออกไปยังแถบอาเซียน และเอเชีย
2544	- ได้รับมาตรฐาน ISO 9002 รับรองโดย AJA Registrars Limited (“AJA”) ในประเทศไทยซึ่งเป็นสถาบันอิสระที่มีเครือข่ายทั่วโลกเพื่อให้การรับรองมาตรฐานการผลิต โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าต่างประเทศที่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการผลิตสินค้า
2545	- ทำ clean room เพื่อป้องกันฝุ่น และแบคทีเรีย

ปี	เหตุการณ์
2546	- เข้าสู่ระบบมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) รับรองโดย AJA - ได้รับมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 รับรองโดย AJA
2547	- เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วโดยผู้ถือหุ้นเดิมจาก 40 ล้านบาทเป็น 80 ล้านบาท - บริษัทฯได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 100 ล้านบาท (ทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาท) แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 100 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท (ทุนชำระแล้ว 80 ล้านหุ้น) - ขยายกำลังการผลิตและพื้นที่โรงงานเพิ่มเติม และย้ายสายการผลิตแบบเป่าจากโรงงานแห่งที่ 1 เข้ามารวมไว้ ณ โรงงานที่ตั้งในปัจจุบัน

2.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯประกอบธุรกิจในการรับจ้างผลิตพลาสติก ประเภทหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ต่างๆ และผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ โดยใช้กระบวนการผลิตหลัก 2 ประเภทคือ กระบวนการผลิตแบบฉีด (Injection Moulding) และกระบวนการผลิตแบบเป่า (Blow Moulding) ตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้าต่างๆ อาทิเช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและเวชภัณฑ์ ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องมือเครื่องใช้พลาสติก โดยกระบวนการผลิตและเครื่องจักรที่ทันสมัยและได้มาตรฐานสากล สำหรับในด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ทางด้านอาหารบริษัทฯได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) นอกจากนี้ยังได้รับมาตรฐาน ISO 9001: 2000 รับรองโดย AJA Registrars Limited

ปัจจุบันเป็นระยะเวลากว่า 20 ปีแล้วที่ผู้บริหารและพนักงานมีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อรักษา คุณภาพสินค้าและส่งมอบสินค้าตามเวลาที่กำหนด ทำให้บริษัทฯเป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศเสมอมา ซึ่งเห็นได้จากการที่ลูกค้าของบริษัทฯเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้มาตรฐานและทำการซื้อขายผลิตภัณฑ์กับบริษัทฯเป็นระยะเวลายาวนานโดยมีลูกค้าหลัก ได้แก่ ดัชมิลล์, โอวัลติน, เนสท์เล่, เอสซี จอห์นสัน, สแตนเลย์ เวิร์ค นอกจากนี้รางวัลและประกาศเกียรติคุณต่างๆ ที่บริษัทฯได้รับ อาทิ รางวัลคู่ค้าที่มีคุณภาพยอดเยี่ยม 3 ปี คือ ปี 2537, 2539 และ 2545 จาก บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด เอกสารการประเมินผลและชมเชยจากบริษัท เนสท์เล่ จำกัด อย่างสม่ำเสมอ ถือเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จและการเป็นที่ยอมรับในมาตรฐานสินค้าของบริษัทฯ

2.3 โครงสร้างรายได้

1) โครงสร้างรายได้แบ่งตามภูมิประเทศ

รายได้	2545		2546		2547		ม.ค.-ก.ย. 2548	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการขายในประเทศ	360	94%	429	93%	517	89%	413	90%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	17	4%	24	5%	56	10%	39	8%
รายได้จากการขายรวม	377	99%	453	99%	573	98%	452	98%
รายได้อื่น ๆ*	5	1%	6	1%	11	2%	7	2%
รวมรายได้	381	100%	459	100%	584	100%	459	100%

* อาทิ รายได้จากการขายเศษพลาสติก การขายแม่พิมพ์ลูกค้า และกำไรจากการขายทรัพย์สิน เป็นต้น

2) โครงสร้างรายได้แบ่งตามอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์	2545		2546		2547		ม.ค.-ก.ย. 2548	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องมือ	175	46%	256	56%	328	56%	255	56%
บรรจุภัณฑ์น้ำยาทำความสะอาด	107	28%	108	24%	164	28%	122	27%
อุปกรณ์เครื่องมือ	53	14%	66	14%	53	9%	44	10%
ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	24	6%	4	1%	5	1%	3	1%
บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและเวชภัณฑ์	18	5%	19	4%	23	4%	28	6%
รายได้จากการขายรวม	377	99%	453	99%	573	98%	452	98%
รายได้อื่น ๆ	5	1%	6	1%	11	2%	7	2%
รวมรายได้	381	100%	459	100%	584	100%	459	100%

2.4 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีความมุ่งมั่นจะเป็นผู้นำธุรกิจในการผลิตพลาสติกประเภทหีบห่อ, บรรจุภัณฑ์ รวมถึงผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ ที่มีคุณภาพสูงทั้งการผลิตแบบฉีด (Injection moulding) และแบบเป่า (Blow moulding) เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร, เครื่องสำอางและเวชภัณฑ์, น้ำยาทำความสะอาด, เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ โดยมุ่งไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีคู่แข่งน้อยแต่มีมูลค่าเพิ่มสูง โดยในช่วง 3 ปีข้างหน้า บริษัทฯตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ไว้ที่ร้อยละ 15 ต่อปี และมีแผนที่จะขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าต่างประเทศให้มีสัดส่วนร้อยละ 20 ของรายได้รวม