

3. การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ รับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกในรูปแบบต่างๆ ที่มีคุณภาพตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า (Brand) เป็นที่รู้จักในแต่ละอุตสาหกรรมและผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้แล้วทิ้งไป (Disposable) ปัจจุบันบริษัทฯ ได้แบ่งสายการผลิตตามอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ดังนี้ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม, เครื่องสำอางและเวชภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน, เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ซึ่งการผลิตสินค้าของบริษัทฯ จะมาจากการกระบวนการผลิตหลัก 2 ประเภทได้แก่ กระบวนการผลิตแบบฉีด (Injection Moulding) ซึ่งสามารถผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกได้หลากหลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า อาทิ ฝาขวด ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ และกระบวนการผลิตแบบเป่า (Blow Moulding) ซึ่งได้แก่ บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและแกลลอนในรูปทรงต่างๆ โดยในปัจจุบันบริษัทฯ สามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดและแกลลอนในขนาดต่างๆ ได้ตามความต้องการของลูกค้าตั้งแต่ขนาดความจุ 60 ซีซี ไปจนถึงขนาดความจุ 5,000 ซีซี โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

3.1.1 ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ประกอบไปด้วย บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด อาทิ ขวดพลาสติก ขวดโหลพลาสติกในขนาดและรูปทรงต่างๆ เพื่อใช้เป็นภาชนะในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ขวดนมสดพร้อมดื่ม ฟาร์มโชคชัย นองโพน ดัชมิลล์ และอิมพีเรียล ขวดนมเปรี้ยวพร้อมดื่มดัชมิลล์ ฝาขวดซอสปรุงรสตราวงเวียนช้าง ขวดบรรจุครีมเทียมคอฟฟี่เมท กล่องบรรจุไอศกรีมของเนสท์เล่ ถ้วยโยเกิร์ตใบโอของดัชมิลล์ เป็นต้น และบรรจุภัณฑ์ประเภทฝาปิดภาชนะ เช่น ฝาปิดขวดกาแฟเนสท์เล่, มอคโคน่า และเขาช่อง ฝาปิดขวดเครื่องดื่มมอลต์สกัดโอวัลติน ฝาปิดขวดนมพร้อมดื่มดัชมิลล์, นองโพน และอิมพีเรียล ฝาปิดขวดบรรจุผลไม้ของโดล ฝาปิดกล่อง Tetrapack บรรจุผลไม้ตราช้างคิสท์ และสควีส์ ฝาปิดกล่องบรรจุนมตราदेशี และแม็คโนเลีย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของ เอฟ แอนด์ เอ็น ฟู้ดส์ (สิงคโปร์และมาเลเซีย) ฝาปิดกระป๋องนมผงตราหมี เป็นต้น

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มนั้นจะต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรงดังนั้นบริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นพิเศษ ดังนี้

- มีการแยกส่วนการทำงานออกมาต่างหากภายในห้องระบบปิด (Clean Room) เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของฝุ่นละอองและแบคทีเรียตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) จาก AJA Registrars Limited ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระรับรองมาตรฐานการผลิต ISO 9000 & 14001 GMP และ HACCP ภายใต้การรับรองของ UKAS (United Kingdom Accreditation Service) NAC (National Accreditation Council ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ) และ JAS-ANZ (Joint Accreditation System of Australia & New Zealand) และ KING MONGKUT'S UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THONBURI ประเทศไทย โดยใช้เกณฑ์มาตรฐานจาก CODEX ALIMENTARIUS, ANNEX TO CAC/RCP 1-1969, REV.3(1997), AMD(1999) ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับโลก จัดตั้งร่วมกันระหว่าง FAO (FOOD AND AGRICULTURE ORGANISATION OF THE UNITED NATIONS) และ WHO (WORLD HEALTH ORGANISATION) มาตรฐาน GMP ถือเป็นมาตรฐานสากล ใช้เป็นเกณฑ์ปฏิบัติเพื่อการจัดสุขลักษณะที่ดีในโรงงาน อาคาร มาตรฐาน clean room จากเจ้าหน้าที่ U.S FEDERAL NO.209B ให้นับจำนวนจุลภาค ที่วัดได้ในปริมาณอากาศ 1 ลูกบาศก์ฟุต (PARTICLE COUNT) โดยนับจุลภาคขนาด 0.5 ไมครอน หรือใหญ่กว่า บริษัทกำหนดมาตรฐานที่ CLASS 100,000 หมายถึง จำนวนจุลภาคดังกล่าวมีได้ไม่เกิน 100,000 ตัว เป็นระดับที่ใช้อยู่ในอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์ อาหารทั่วไป บริษัทฯ นำระบบ GMP เข้ามาใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิต และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้า ทั้งนี้ ปัจจุบันองค์การอาหารและยาประเทศไทย ใช้มาตรฐานนี้บังคับเฉพาะโรงงานผลิตอาหารเท่านั้น วัตถุประสงค์ที่

นำมาใช้ทุกชนิดตั้งแต่เม็ดพลาสติกรวมไปถึงเม็ดสีที่ใช้ผสมในพลาสติกต้องเป็นเกรดที่สามารถใช้สำหรับอาหาร (Food Grade) เท่านั้นและต้องมีใบประกาศนียบัตรรับรองการตรวจสอบและยืนยันคุณภาพของวัตถุดิบ COA (Certificate of Analysis) ว่าเป็นเกรดที่สามารถใช้สำหรับอาหารได้

- บริษัทฯ มีนโยบายที่จะไม่ใช้วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการการผลิตแล้วที่ไม่มีคุณภาพเพียงพอหรือการนำเศษวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกบริษัทนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ทั้งนี้เพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐานคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ ในด้านสิ่งแวดล้อมในสินค้าของบริษัทฯ

3.1.2 ผลิตภัณฑ์พลาสติกเพื่อบรรจุภัณฑ์ทำความสะอาด ประกอบไปด้วย บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติกในขนาดและรูปทรงต่างๆ และฝาปิดภาชนะ เช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำยาทำความสะอาด ตัวอย่างเช่น ขวดและฝาบรรจุภัณฑ์ซักผ้าไฮยีน น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิวขัดถู น้ำยาล้างห้องน้ำและสุขภัณฑ์ตราเปิด และกลิ่นของก๊วย ฝาปิดกระป๋องสเปรย์ปรับอากาศและฝาปิดกระป๋องสเปรย์กำจัดแมลง เป็นต้น

3.1.3 ผลิตภัณฑ์พลาสติกเพื่อเป็นส่วนประกอบอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ประกอบไปด้วย ชิ้นส่วนตัวเมตร ชิ้นส่วนไม้บรรทัดวัดระดับที่ใช้เป็นเครื่องมือในการก่อสร้างของสแตนเลย์ เป็นต้น

3.1.4 ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เป็นส่วนประกอบเฟอร์นิเจอร์ ประกอบไปด้วย ที่ทำวแกนเก้าอี้ ชิ้นส่วนล้อเก้าอี้ พนักพิง ฝาปิดช่องสายไฟโต๊ะทำงาน แผ่นพลาสติกหลังพนักเบาะของโมเดิร์นฟอร์ม เป็นต้น

3.1.5 ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับเครื่องสำอางและเวชภัณฑ์ ประกอบไปด้วย บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดและฝาปิดภาชนะ เช่น ขวดและฝาสบู่เหลว ขวดและฝาเวชภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ของวัตสัน (Watson) เอ็กซ์โทรลอน เบบีเบส ดอกเตอร์สมชาย และแม็ก 77 เป็นต้น

3.2 การตลาด การแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

1) การตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด

□ กลยุทธ์ทางการจัดการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ได้คำนึงถึงการรักษามาตรฐานทางด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยจัดให้มีระบบการ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยมีฝ่ายงานเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้าโดยเฉพาะ (Quality Control) เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มการผลิตจนถึงขั้นตอนก่อนส่งมอบแก่ลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับการรับรองระบบการบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (ISO 9001 : 2000) จาก AJA (Anglo Japanese American Registrars) ส่งผลให้บริษัทฯ มีอัตราการผลิตสินค้าด้วยคุณภาพที่ต่ำจนสามารถสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ยึดหลัก 5 M ซึ่งถือว่าเป็นกุญแจสำคัญในการดำเนินงานเพื่อให้สินค้าและบริการของบริษัทฯ ที่ได้มาตรฐานตามนโยบายคุณภาพของบริษัทฯ ที่ว่า “เราจะมุ่งมั่นผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก ที่มีคุณภาพเพื่อลูกค้าของเรา” ซึ่งประกอบด้วย

1. **บุคลากร (Manpower)** บริษัทฯถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จึงมีการฝึกอบรม และพัฒนาให้มีความเชี่ยวชาญอยู่เสมอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน
2. **เครื่องจักร (Machinery)** บริษัทฯมีนโยบายจัดหาเครื่องจักรที่ใหม่ และทันสมัย ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่ ได้รับความไว้วางใจจากวงการอุตสาหกรรมทั่วโลกว่ามีประสิทธิภาพและความแม่นยำในการผลิตสูง
3. **โมลด์ (Mould)** เลือกสรรโมลด์ที่ออกแบบและผลิตด้วยมาตรฐานถูกหลักวิธีการโดยผู้เชี่ยวชาญและเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงเพื่อการผลิตชิ้นงานที่ให้ความละเอียดแม่นยำ
4. **วัตถุดิบ (Material)** จะจงเฉพาะวัตถุดิบเกรดมาตรฐานจากผู้ผลิตและแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ และมีการรับรองคุณภาพว่าเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร
5. **การจัดการ (Management)** การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพโดยแบ่งความรับผิดชอบอย่างเป็นระบบและมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง สำหรับการจัดการด้านคุณภาพ (Quality Management) บริษัทฯยังให้ความสำคัญด้านคุณภาพโดยมีการนำระบบบริหารคุณภาพต่างๆ มาใช้ เช่น นโยบาย 5ส (สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ สร้างนิสัย), ISO 9001:2000, GMP (Good Manufacturing Practice) และบริษัทฯมีเป้าหมายที่จะทำ TQM (Total Quality Management) ในอนาคต อันใกล้นี้

□ กลยุทธ์ทางการให้บริการ

บริษัทฯได้จัดให้มีการบริการที่รวดเร็วโดยจัดส่งสินค้าตรงต่อเวลาและความต้องการของลูกค้าซึ่งบริษัทฯได้มีการวางแผนที่มีประสิทธิภาพทั้งด้านการผลิตและการจัดส่ง โดยการสอบถามปริมาณความต้องการสินค้าของลูกค้าล่วงหน้าเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 3 เดือนเพื่อวางแผนการผลิตให้มีสินค้าเพียงพอและทันต่อความต้องการของลูกค้า (Three Months Forecast Requirement) รวมถึงการวางแผนในการจัดส่งสินค้า นอกจากนี้การบริการของบริษัทฯยังรวมถึงการให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆแก่ลูกค้าตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการเลือกใช้ วัตถุดิบ การบริการหลังการขายแก่ลูกค้าในกรณีที่เกิดมีสินค้าด้วยคุณภาพหรือเกิดความผิดพลาดไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

□ กลยุทธ์ทางด้านราคา

บริษัทฯไม่มีนโยบายในการแข่งขันทางด้านราคาเนื่องจากบริษัทฯมีเป้าหมายเพื่อมุ่งเน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมและธุรกิจของลูกค้าเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามบริษัทฯมีนโยบายในการกำหนดราคาให้มีความเป็นธรรมและเหมาะสมกับสินค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว นอกจากนี้เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ บริษัทฯได้ดำเนินการในการทำข้อตกลงกับลูกค้าในเรื่องการปรับราคาสินค้าได้หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบเกินกว่ามูลค่าตามที่ได้ตกลงกัน

□ กลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์

บริษัทฯมีนโยบายด้านการตลาดโดยการรักษฐานลูกค้าเดิมให้คงอยู่กับบริษัทฯ และพยายามขยายส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อเพิ่มฐานลูกค้า โดยทีมงานของบริษัทฯกำหนดนโยบายทางการตลาดโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาวเป็นสำคัญ ทั้งนี้ได้มีแผนในการดูแลความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ เพื่อบริหารความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) อาทิ การสอบถามความพอใจในคุณภาพสินค้ารวมถึงความต้องการใหม่ๆ ถึงแม้ว่าบริษัทฯเชื่อว่าคุณภาพสินค้าคือกุญแจสำคัญในความสำเร็จและการไว้วางใจจากลูกค้า บริษัทฯได้ตระหนักถึงความสำคัญของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการส่งเสริมชื่อเสียงของบริษัทฯให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ (Company Acceptance) ในธุรกิจประเภทนี้ด้วย

บริษัทมีนโยบายการประชาสัมพันธ์ผ่านวิธีการต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์บริษัทแก่ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยส่งผ่านไปรษณีย์ (Direct mail), การเข้าพบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง (Walk-In), การประชาสัมพันธ์บริษัทผ่านงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการต่างๆ (Trade Fair and Exhibition) ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจของบริษัท, การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารพลาสติก นิตยสารบรรจุภัณฑ์ และผ่าน Web site ของบริษัท (www.thaiplaspac.com)

กลุ่มลูกค้าและลูกค้าเป้าหมายของบริษัท

กลุ่มลูกค้าของบริษัท ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าซึ่งเป็นบริษัทต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานโดยเฉพาะมาตรฐานในเรื่องของความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าตามอุตสาหกรรมหลักดังนี้

- บรรจุภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อาทิ บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด บริษัท เอ บี ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอร์เรจส์ (ประเทศไทย) จำกัด (ฝาโอวัลติน) บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด บริษัท โดล ไทยแลนด์ จำกัด เอฟ แอนด์ เอ็น ฟู้ดส์ (สิงคโปร์) Nestle Japan Administration บริษัท ไฮเนซ วินเซนซ์ จำกัด บริษัท ชาร์ลส์ คอฟฟี่แอนด์ที จำกัด บริษัท แดรี่พลัส จำกัด และบริษัท ง่วนเซียงอุตสาหกรรมอาหาร จำกัด เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์นํ้ายาทำความสะอาด อาทิ บริษัท นวศรี แมนูแฟคเจอร์ จำกัด บริษัท ไอ.พี. แมนูแฟคเจอร์ จำกัด บริษัท กิวิ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอสซีเยอห์นสัน จำกัด และบริษัท แพคเชิฟ จำกัด เป็นต้น
- ส่วนประกอบของอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ และเฟอร์นิเจอร์ อาทิ บริษัท สแตนเลย์ เวิร์คส์ จำกัด บริษัท บิทธิโน (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท โมเดอร์นฟอर्मกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับเครื่องสำอางและเวชภัณฑ์ อาทิ บริษัท โอสสกา จำกัด บริษัท พรศรีคอสเมติก จำกัด บริษัท เอส แอนด์ เจ อินเตอร์เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไฮเบอร์แพค จำกัด เป็นต้น

ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

การเติบโตของอุตสาหกรรมในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท มีแนวโน้มเติบโตไปในทิศทางเดียวกับภาวะเศรษฐกิจและจำนวนประชากร ซึ่งรวมถึงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอางและเวชภัณฑ์ นํ้ายาทำความสะอาด เครื่องมือเครื่องใช้และเฟอร์นิเจอร์ หากพิจารณาอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกในอุตสาหกรรมดังกล่าวประมาณร้อยละ 60 ของยอดขาย โดยในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมกลุ่มนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจน้อยกว่าเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมในด้านอื่น ๆ เนื่องจากอาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสินค้าจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยผลการวิจัยตลาดพบว่าในปี 2548 ตลาดนมสดพร้อมดื่มมีมูลค่าตลาดประมาณ 23,000 ล้านบาท³ และตลาดกลุ่มกาแฟสำเร็จรูปมีมูลค่าประมาณ 9,300 ล้านบาท⁴

³ สยามธุรกิจ ฉบับวันที่ 9-11 ตุลาคม 2548 หน้า 19

⁴ ผลิตภัณฑ์กาแฟปี 48 : มูลค่าตลาดโต 10%, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย พฤษภาคม 2548

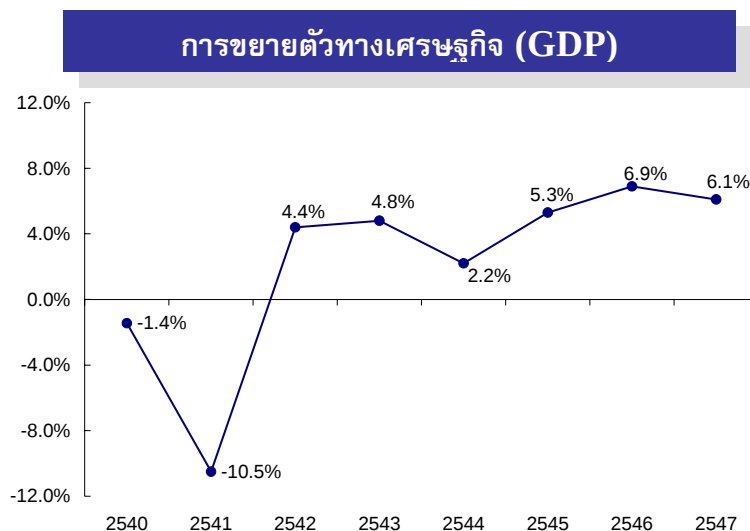
สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะขยายฐานลูกค้าในต่างประเทศโดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า และราคาที่แข่งขันกับคู่แข่งได้ เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ ให้กับลูกค้าต่างประเทศของบริษัทฯ ณ ปัจจุบัน รวมถึงการติดต่อนำเสนอสินค้าแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศโดยตรง

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มีฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ในการติดต่อเพื่อนำเสนอสินค้าต่อลูกค้า สำหรับการขายจะแบ่งออกเป็น ฝ่ายนำเสนอ (Sale Technique) และฝ่ายควบคุมดูแล (Sale Administration) ซึ่งฝ่ายนำเสนอสินค้าจะให้บริการลูกค้าทั้งในส่วนที่ติดต่อบริษัทเข้ามาเอง การออกไปพบลูกค้า รวมถึงการนำเสนอสินค้า ต่อกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทฯ มองว่าอาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต สำหรับฝ่ายควบคุมดูแลมีหน้าที่ติดตามดูแล ความต้องการของลูกค้าและดูแลความเรียบร้อยต่างๆ เช่น การส่งสินค้าเพิ่มเติมหรือสินค้าที่จัดส่งไปมีข้อบกพร่อง เป็นต้น

2) ภาพรวมอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจโดยรวมเนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเคมี เช่น เครื่องสำอาง สารเคมีต่าง ๆ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นต้น โดยตั้งแต่ปี 2544 เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลและการใช้จ่ายภาคเอกชนส่งผลให้การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี 2545 อยู่ที่ระดับ 5.4% และขยายตัวที่ 6.9% ในปี 2546 และ 6.1% ในปี 2547 ถึงแม้ในปี 2548 เศรษฐกิจภายในประเทศจะได้รับผลกระทบจากระดับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น และผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ แต่คาดว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวมในปี 2548 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณ 4.1-4.6%⁵



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

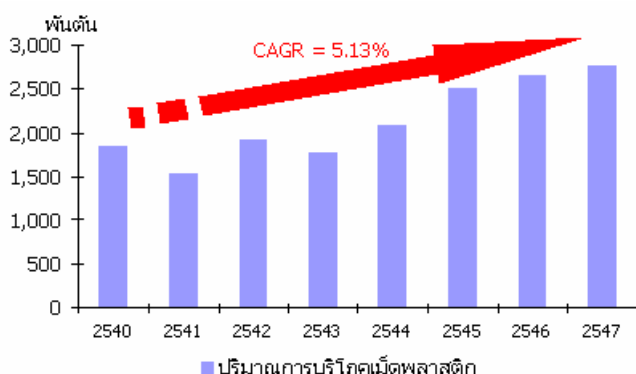
⁵ ที่มา: Thailand's Economic Outlook เดือนสิงหาคม 2548, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

อุตสาหกรรมพลาสติก

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจากการผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรมาเป็นผลิตและส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ขยายตัวและมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมอื่นๆ และเป็นอุตสาหกรรมที่ดำเนินควบคู่กับอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเคมี และอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่ต้องใช้บรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการจัดการการตลาดสมัยใหม่นอกจากเห็นจากกลยุทธ์ด้านราคา ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าใช้สอยและความสามารถในการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจของผู้ซื้อสินค้า บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์

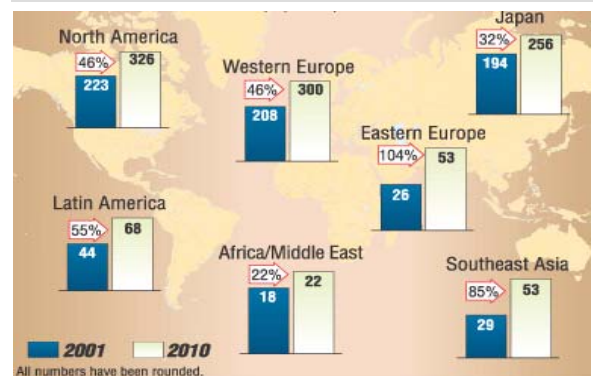
ทั้งนี้ปริมาณการบริโภคพลาสติกของประชากรมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากความต้องการใช้ในภาคอุตสาหกรรมและเพื่อการอุปโภคบริโภค อาทิ กล่อง ขวด ภาชนะบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร ชิ้นส่วนภายในรถยนต์ กล่องแบตเตอรี่ที่ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น ปลั๊กไฟ สายไฟ เครื่องมีอวดค่าไฟ ไมโครเวฟ ฯลฯ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ อาทิ แผ่นฟิล์ม พอยล์และเทป ตลอดจนเครื่องใช้ในครัวเรือนและเครื่องใช้ในสำนักงาน หากพิจารณาจากปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศพบว่ามีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้นมาโดยตลอดตั้งแต่ปี 2544 ตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.13% ต่อปี (ตั้งแต่ปี 2540-2547) และหากพิจารณาปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกของคนไทยที่ยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่พัฒนาแล้ว อาทิ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากปริมาณการบริโภคเม็ดพลาสติกต่อคนต่อปีของประชากรที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งรวมถึงประเทศไทยในปี 2544 อยู่ที่ประมาณ 29 ปอนด์ ขณะที่การบริโภคดังกล่าวของประชากรในประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และยุโรปตะวันตก อยู่ในระดับที่สูงกว่ามาก อย่างไรก็ตามคาดว่าปริมาณการบริโภคเม็ดพลาสติกของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นตามการพัฒนาของประเทศ โดยมีการประมาณการอัตราการเติบโตของการบริโภคเม็ดพลาสติกในช่วงปี 2544-2553 อยู่ที่ประมาณ 85% หรือเฉลี่ยปีละ 9% ต่อปี

ปริมาณการบริโภคเม็ดพลาสติกในประเทศไทย



ที่มา: สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

การบริโภคเม็ดพลาสติก/คน/ปี (ปอนด์)

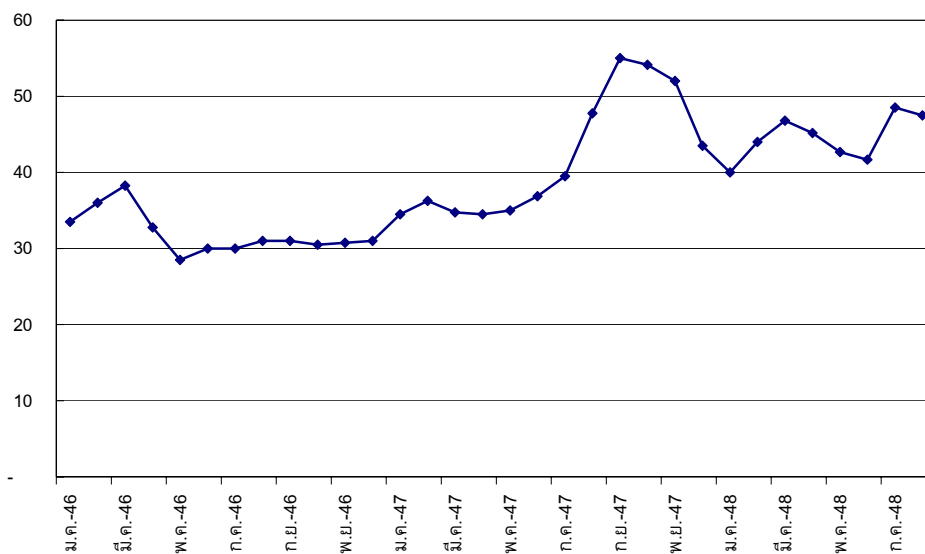


ที่มา: BASF AG, Ludwingshafen, Germany (September 29, 2003)
<http://www.plasticsnews.com>

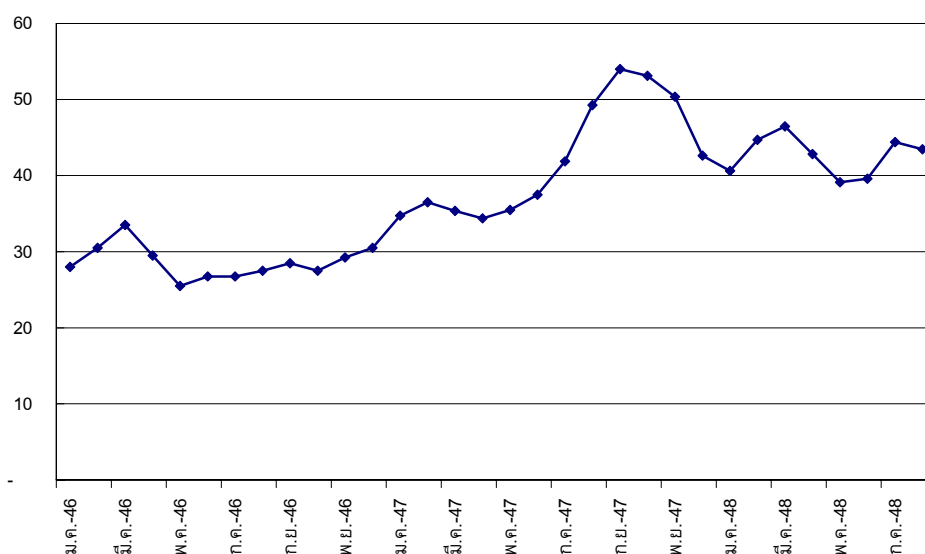
ราคาเม็ดพลาสติก

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ราคาเม็ดพลาสติกมีความผันผวนอย่างมาก อันเป็นผลจากภาวะอุปสงค์ อุปทานในเม็ดพลาสติกโดยรวมของตลาดโลก โดยเฉพาะผลกระทบจากประเทศจีนที่มีความต้องการเม็ดพลาสติกจำนวนมากเพื่อใช้ในการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกไปยังตลาดโลก และภาวะราคาน้ำมันที่สูงขึ้นส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมชนิดต่าง ๆ มีระดับราคาสูงขึ้นตาม ดังจะเห็นได้จากราคาเม็ดพลาสติกภายในประเทศมีความผันผวนและปรับตัวเพิ่มขึ้นในครึ่งหลังปี 2547 อย่างไรก็ตาม ราคาเม็ดพลาสติกที่สำคัญต่อการผลิตบรรจุภัณฑ์ อาทิ PP และ HDPE เริ่มปรับฐานราคามาอยู่ที่ช่วงประมาณ 40-50 บาทต่อกิโลกรัมตั้งแต่ต้นปี 2548 เป็นต้นมาตามการปรับฐานของราคาน้ำมันในตลาดโลก

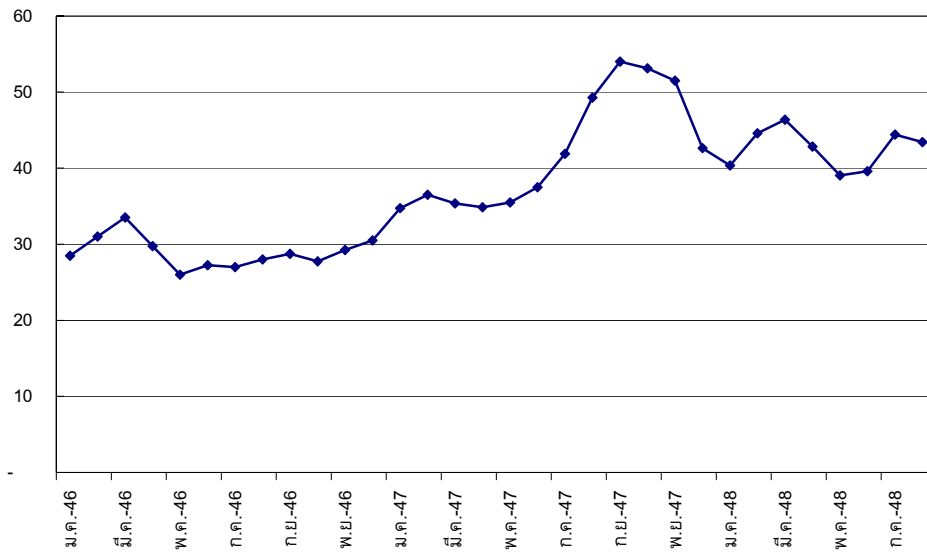
ราคา PP เกรดฉีด (บาท/กิโลกรัม)



ราคา HDPE เกรดฉีด (บาท/กิโลกรัม)



ราคา HDPE เกรดเป่า (บาท/กิโลกรัม)

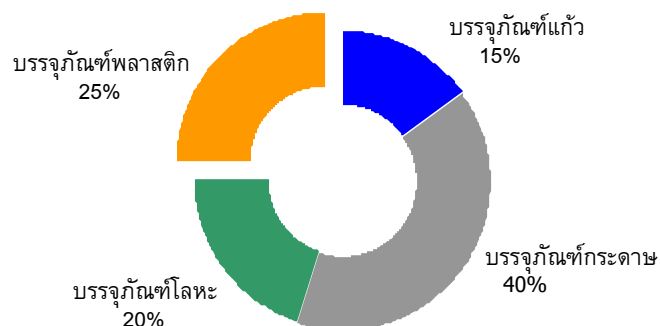


แหล่งที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกไทย

บรรจุภัณฑ์พลาสติก

สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ประเภทแก้ว บรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งแนวโน้มการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะการทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทแก้วและบรรจุภัณฑ์โลหะ ทั้งนี้เนื่องจากคุณสมบัติเฉพาะของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีน้ำหนักเบา ขึ้นรูปง่ายในปริมาณการผลิตขั้นต่ำที่น้อยกว่าขวดแก้ว หรือกล่องกระดาษ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการได้เป็นอย่างดี ทำให้คาดการณ์ได้ว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งถือว่าเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในการเพิ่มมูลค่าตลาดมากขึ้นต่อไป

สัดส่วนปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์



ที่มา: สำนักมาตรการนำเข้าส่งออกทั่วไป กรมการค้าภายใน, พฤษภาคม 2546

ทั้งนี้ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2547 ที่ผ่านมามีภาวะการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ยังคงมีส่วนการผลิตประมาณร้อยละ 25 ของปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด อย่างไรก็ตามบรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีมูลค่าตลาดในสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30-35 ของมูลค่ารวมของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด และมีการเติบโตโดยรวมสูงกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ⁶

ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม

สำหรับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกถือได้ว่าการแข่งขันที่สูงทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศที่มีจำนวนมากและผู้ผลิตจากต่างประเทศ โดยรวมแล้วมีการแข่งขันทั้งในด้านราคา คุณภาพและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตามมาตรฐานของสินค้าและความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อลูกค้าเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้า ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าจึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและได้คุณภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ถือความสะอาดของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหากลูกค้าเชื่อมั่นในผู้ผลิตรายใดแล้วมักจะไม่เปลี่ยนผู้ผลิต ปัจจุบันผู้ผลิตภายในประเทศที่มีศักยภาพทั้งในด้านเทคโนโลยี เงินทุน และการวางตำแหน่งทางการตลาดเช่นเดียวกับบริษัท อาทิ บริษัท อิมโก้แพ็ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท มาลาพลาสติก จำกัด บริษัท เจริญไทย อินเตอร์พลาสติก จำกัด บริษัท เบอริส ไดนาพลาสติก จำกัด และบริษัท แอมคอร์ คอนเทนเนอร์ส แพคเกจจิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งแต่ละบริษัทดังกล่าวจำหน่ายสินค้าที่มีความแตกต่างกันเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า ซึ่งหากเปรียบเทียบขนาดธุรกิจของบริษัทดังกล่าวในเชิงรายได้ บริษัท มีรายได้เป็นอันดับที่ 3 จาก 6 บริษัทดังกล่าว

การที่บริษัทสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารวมถึงการจัดส่งสินค้าตามเวลาที่กำหนด และการดูแลลูกค้าหลังการขายจึงถือเป็นจุดแข็งในการประกอบธุรกิจของบริษัท ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวและดำเนินธุรกิจตามนโยบายและปรัชญาของบริษัทอย่างสม่ำเสมอทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามาโดยตลอด ส่งผลให้บริษัทสามารถทำธุรกิจกับลูกค้าแต่ละรายเป็นระยะยาวนานและได้รับการยอมรับจากลูกค้ากลุ่มต่างๆ

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานที่ใช้ในการผลิตจำนวน 1 โรงงานบนพื้นที่ทั้งสิ้นประมาณ 13,000 ตารางเมตร ตั้งอยู่เลขที่ 68/46 หมู่ 8 ถนนบางขุนเทียนชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ ณ วันที่ 30 กันยายน 2548 บริษัทมีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตและกำลังการผลิตในแต่ละสายการผลิตดังนี้

สายการผลิต	จำนวนเครื่อง	กำลังการผลิตสูงสุดต่อปี (ตัน)*	Utilization Rate*
สายการผลิตแบบฉีด	69	2,700	86%
สายการผลิตแบบเป่า	39	3,100	79%

หมายเหตุ *เป็นการประมาณภายใต้สมมติฐานกำลังการผลิตประเภทสินค้าที่บริษัทฯ ผลิต ณ ปัจจุบัน

ปัจจุบันบริษัทดำเนินการผลิตสัปดาห์ละ 7 วัน วันละ 24 ชั่วโมง และแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ช่วง ทั้งนี้หากการผลิตของบริษัท เติบโตกำลังการผลิต หรือไม่เหมาะสมกับขนาดเครื่องของบริษัท บริษัท สามารถจ้างบริษัทอื่นที่การผลิตมีมาตรฐานเช่นเดียวกับบริษัท โดยบริษัท เป็นผู้จัดแม่พิมพ์ให้เพื่อควบคุมรูปแบบสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ นอกเหนือจากการให้คำแนะนำ ควบคุมกระบวนการผลิตซึ่งรวมถึงการจัดส่งวัตถุดิบ อาทิ เม็ดพลาสติก และเม็ดสีให้กับบางบริษัท การตรวจสอบคุณภาพ และรับรองสินค้าก่อนจัดส่งลูกค้า ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทฯ มีการจ้างผลิตกับบริษัทอื่นประมาณ 3 รายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามกำหนด โดยในช่วงปี 2547 และ ม.ค.-ก.ย. 2548 บริษัทมีการจ้างผลิตประมาณ 9.2% และ 6.3% ของต้นทุน ตามลำดับ

⁶ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก , www.dip.go.th

การจัดหาวัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ทั้งนี้วัตถุดิบที่ใช้จะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดชนิดและคุณภาพให้กับบริษัทฯ วัตถุดิบหลักในการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักคือ

1) เม็ดพลาสติก (Pellet) ประเภทต่างๆที่บริษัทฯใช้อยู่ในปัจจุบัน อาทิเช่น

1. PP (Poly Propylene) เป็นพลาสติกที่มีความเหนียว ทนทานต่อความร้อน, ความชื้น ได้ดี ตัวอย่างสินค้าจากพลาสติกชนิดนี้ได้แก่ กล่องไอศกรีม, ฝาโวลติล, ฝาภาชนะและคัพพีเมท, กล่องอาหาร เป็นต้น
2. PE (Poly Ethylene) เป็นพลาสติกที่มีความอ่อนตัวยืดหยุ่นได้ดี แบ่งเป็นชนิด LDPE (Low Density) และ HDPE (High Density) ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไปอีกเล็กน้อย ตัวอย่างสินค้าจากพลาสติกชนิดนี้ได้แก่ ขวดนม Pasteurized, นมเปรี้ยว ฝาปิดกล่อง Tetrapack, ฝาน้ำมันพืช ซอสปรุงรส, ขวดน้ำยาล้างห้องน้ำ เป็นต้น
3. PS (Poly Styrene) พลาสติกที่มีความใส แข็ง ตัวอย่างสินค้าจากพลาสติกชนิดนี้ได้แก่ ถ้วยบรรจุ น้ำพริก, แก้วน้ำ, ของเล่น เป็นต้น
4. ABS (Acrylonitrile Butadiene Poly Styrene) เป็นพลาสติกที่มีความแข็งแรงเหนียว ตัวอย่างสินค้าจากพลาสติกชนิดนี้ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องมือวัด เป็นต้น
5. PVC (Poly Vinyl Chloride) เป็นพลาสติกที่มีคุณสมบัติสามารถปรับได้หลากหลายตามรูปแบบที่ใช้ งาน สินค้าจากพลาสติกชนิดนี้ได้แก่ ขวดน้ำยาถูพื้น ขวดโหล ขวดน้ำยาเช็ดกระจก เป็นต้น

เม็ดพลาสติกมีความผันผวนตามการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมัน รวมถึงภาวะความสมดุลของอุปสงค์-อุปทาน เม็ดพลาสติกในตลาดโลก ซึ่งส่งผลต่อราคาเม็ดพลาสติกเพิ่มสูงขึ้น และ/หรือปริมาณเม็ดพลาสติกขาดตลาด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว โดยพยายามประเมินสถานการณ์ราคาและปริมาณเม็ดพลาสติกทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ และการวางแผนการจัดซื้อ การบริหารวัตถุดิบให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (โปรดดูราคาเม็ดพลาสติกในภาพรวมอุตสาหกรรมหน้า 12)

2) สีสผสมพลาสติก (Pigment)

นอกจากวัตถุดิบที่สำคัญดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ ยังจัดซื้อวัตถุดิบอื่น ๆ อาทิ โฟม ฟิล์ม เมมเบรน (Membrane) เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้ทำการสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตจากผู้ผลิตและจำหน่ายภายในประเทศจำนวนหลายราย ทั้งนี้ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งเกิน 30%

กระบวนการการผลิต

การผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯแบ่งออกเป็น 2 สายการผลิตหลักคือ สายการผลิตแบบฉีดและสายการผลิตแบบเป่าดังนี้

สายการผลิตแบบฉีดมีขั้นตอนในการผลิตดังนี้



- ❑ เริ่มต้นจากการเตรียมวัตถุดิบซึ่งประกอบไปด้วยเม็ดพลาสติก และเม็ดสีนำวัตถุดิบทั้งสองส่วนมาทำการชั่งตวงให้ตามสัดส่วนที่ต้องการหลังจากนั้นนำวัตถุดิบทั้งสองส่วนมาผสมเข้าด้วยกัน
- ❑ ขั้นที่สองทำการตั้งค่าเครื่องฉีดให้เหมาะสมตามลักษณะแบบพิมพ์ จากนั้นนำวัตถุดิบที่ผ่านขั้นตอนแรกมาแล้วเข้าสู่เครื่องฉีด เพื่อขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ โดยในส่วนของการฉีดจะทำการหลอมวัตถุดิบให้เป็นของเหลว จากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการอัดและฉีดพลาสติกเหลวเข้าไปตามแม่พิมพ์
- ❑ หลังจากปล่อยให้พลาสติกเหลวแข็งตัวขึ้นรูปตามแม่พิมพ์แล้วจะได้ตัวชิ้นงานออกมาเมื่อได้ชิ้นงานออกมามีการสุ่มตัวอย่างชิ้นงานที่ผลิตได้ทุกๆ ชั่วโมงเพื่อนำไปตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานต่อไป
- ❑ หลังจากทำการตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานแล้วจะเข้าสู่กระบวนการในการบรรจุเพื่อจัดส่งให้กับลูกค้าต่อไป

สายการผลิตแบบเป่ามีขั้นตอนในการผลิตดังนี้



- ❑ เริ่มต้นจากการเตรียมวัตถุดิบซึ่งประกอบไปด้วยเม็ดพลาสติก และเม็ดสีนำวัตถุดิบทั้งสองส่วนมาทำการชั่งตวงให้ตามสัดส่วนที่ต้องการหลังจากนั้นนำวัตถุดิบทั้งสองส่วนมาผสมเข้าด้วยกัน
- ❑ ขั้นที่สองทำการตั้งค่าเครื่องเป่าให้เหมาะสมตามลักษณะแบบพิมพ์ จากนั้นนำวัตถุดิบที่ผ่านขั้นตอนแรกมาแล้วเข้าสู่เครื่องเป่าเพื่อขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ โดยในส่วนของการเป่าจะทำการหลอมวัตถุดิบให้เป็นของเหลว จากนั้นพลาสติกเหลวจะถูกส่งออกมาตามหลอดพาริสันและทำการเป่าลมเข้าไปในหลอดพาริสันในจังหวะเดียวกันกับแม่พิมพ์ทั้ง 2 ชั้นที่เข้ามาประกบตัวกัน
- ❑ หลังจากปล่อยให้พลาสติกเหลวแข็งตัวขึ้นรูปตามแม่พิมพ์แล้วจะได้ตัวชิ้นงานออกมาเมื่อได้ชิ้นงานออกมามีการสุ่มตัวอย่างชิ้นงานที่ผลิตได้ทุกๆ ชั่วโมงเพื่อนำไปตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานต่อไป
- ❑ หลังจากทำการตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานแล้วจะเข้าสู่กระบวนการในการบรรจุเพื่อจัดส่งให้กับลูกค้าต่อไป

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากอุตสาหกรรมพลาสติกไม่มีมลภาวะทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่บริษัทฯ อยู่ภายใต้การควบคุมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และสำนักงานสิ่งแวดล้อม สำนักงานเขตพื้นที่

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3.4 ข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-