

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตถุงพลาสติกหลากหลายชนิด และขนาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศซึ่งมีการใช้ถุงพลาสติกแต่ละประเภทที่ต่างกัน ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกของบริษัทจัดเป็นสินค้าประเภทของใช้ประจำวันที่มีความต้องการอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วที่มีความต้องการในการใช้ถุงพลาสติกอย่างแพร่หลายในหลากหลายกิจกรรม ตั้งแต่ การใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารทั้งอาหารสดและอาหารแช่แข็ง การใช้ถุงในธุรกิจขายปลีก การใช้ถุงพลาสติกประเภทถุงซิปที่มีรูปแบบเฉพาะเพื่อประโยชน์เกี่ยวกับสุขภาพและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี รวมไปถึงการใช้ถุงพลาสติกเพื่อจัดเก็บสิ่งของทั่วไป และเพื่อการจัดการเกี่ยวกับขยะและของเสียประเภทต่างๆ ตัวอย่างความต้องการใช้ถุงพลาสติกในต่างประเทศ เช่น ถุงซิปพลาสติกที่เป็นที่นิยมใช้ในหลายประเทศเพื่อการจัดเก็บสิ่งของต่างๆ การใช้ถุงพลาสติกเพื่อการจัดเก็บและถนอมอาหาร นอกจากนี้ ในหลายประเทศยังมีกฎระเบียบที่กำหนดให้ประชาชนทิ้งขยะในถุงพลาสติกที่ได้มาตรฐานและต้องปิดปากถุงให้เรียบร้อยซึ่งจะเป็นการสร้างอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่ายอยู่ เป็นต้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกของบริษัทฯ สามารถแบ่งตามกลุ่มวัตถุดิบและเครื่องจักรที่ใช้ผลิต โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกที่ผลิตจากกลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นสูง (High Density Polyethylene : HDPE) เนื่องจาก HDPE มีคุณสมบัติเด่น คือ แข็งและเหนียว สามารถรับน้ำหนักได้ดี แต่สีจะค่อนข้างขุ่น ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกในกลุ่ม HDPE ที่บริษัทฯ ผลิตจึงได้แก่ ถุงใส่ขยะประเภทต่างๆ และถุงถนอมอาหารบางประเภทที่ต้องการความคงทนแต่ไม่ต้องการความหนาและความใสมากนัก
2. ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกที่ผลิตจากกลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นต่ำ (Low Density Polyethylene : LDPE) เนื่องจาก LDPE มีคุณสมบัติเด่น คือ นุ่มและใส เหมาะสำหรับการผลิตถุงที่ต้องการให้สามารถมองเห็นสิ่งของที่บรรจุอยู่ภายใน ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกในกลุ่ม LDPE ที่บริษัทฯ ผลิตจึงได้แก่ ถุงถนอมอาหาร ถุงซิพชนิดปิด-เปิดในตัว ถุงใส่ผักผลไม้ รวมไปถึงถุงใส่ขยะบางประเภท



นอกจากนี้ กลุ่มผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกของบริษัทฯยังสามารถแบ่งตามลักษณะการใช้งาน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. **ถุงถนอมอาหาร (Food Freezer Bag)** ใช้สำหรับบรรจุอาหารสดเช่นเนื้อสัตว์ ผัก และอาหารปรุงสำเร็จ เพื่อแบ่งตามจำนวนที่จะใช้บริโภค แยกเก็บแช่เย็น หรือแช่แข็ง ทำให้สะดวกในการนำไปปรุงอาหาร และสามารถบันทึกวันเวลาที่ซื้อและวันหมดอายุ โดยมีแถบป้ายสีขาวไว้สำหรับเขียนข้อความบนถุงได้ การผลิตจะต้องใช้วัตถุดิบประเภท LDPE ที่ใหม่ และสะอาดไม่เคยนำไปใช้งานมาก่อน (Virgin Grade) และทุกขั้นตอนในการผลิตต้องมีการควบคุมความสะอาดตามมาตรฐาน ISO 9001 : 2000



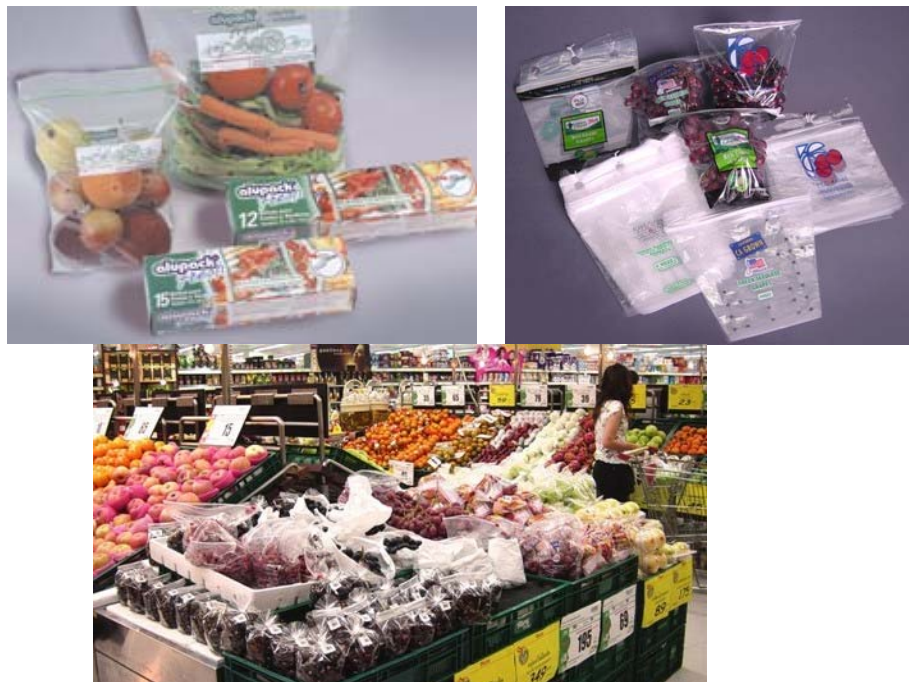
2. **ถุงใส่อาหาร เช่น ถุงใส่แซนด์วิช (Sandwich Bag)** เป็นถุงที่มีการใช้มากในชีวิตประจำวันของชาวยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย เพราะแซนด์วิชเป็นอาหารกลางวันยอดนิยมทั้งเด็ก นักศึกษา และคนทำงาน หลังจากใช้ได้เพียงครั้งเดียวก็มักจะนำไปทิ้ง จึงมีความต้องการใช้จำนวนมาก และต้องผลิตอย่างสะอาดทุกขั้นตอนด้วยวัตถุดิบประเภท HDPE และ LDPE ใหม่ที่ไม่เคยใช้งานมาก่อน (Virgin Grade)



3. **ถุงซิปล็อค (Reclosable Zip Bag)** เป็นถุงพลาสติกที่มีปากเป็นซิปปิดเปิดได้ ใช้บรรจุสิ่งของต่างๆ ตั้งแต่ของชิ้นเล็กๆ ไปจนถึงขนาดใหญ่ และมักนิยมพิมพ์แถบขาวไว้สำหรับบันทึกข้อความ ชื่อสิ่งที่บรรจุ วันที่จัดเก็บ และข้อมูลอื่นๆ นอกจากนี้ ถุงซิปล็ออยังสามารถนำมาใช้บรรจุอาหาร (Food Storage Bag / Sandwich Bag) สำหรับกระบวนการผลิต
- ถุงซิปล็อจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบประเภท LDPE ที่ใหม่ และสะอาดไม่เคยใช้งานมาก่อน (Virgin Grade)



4. **ถุงบรรจุผักผลไม้ (Fruit and Vegetable Bag)** เช่น ถุงใส่ถั่วงอก ถุงใส่เซอรี่ ที่มีการออกแบบมาพิเศษให้สามารถระบายความชื้นได้ และมีขนาดพอดีกับขนาดของพวงผลไม้ที่จะบรรจุ สำหรับถุงใส่ถั่วงอก ส่วนมากจะมีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยมคางหมู นิยมพิมพ์ตราเครื่องหมายสินค้าอย่างสวยงามไว้หน้าถุง เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำสัญลักษณ์ได้ ในกระบวนการผลิตต้องใช้วัตถุดิบประเภท LDPE ที่ใหม่ และสะอาดไม่เคยนำไปใช้งานมาก่อน (Virgin Grade) และมีขั้นตอนในการผลิตหลายขั้นตอนที่ยากและสลับซับซ้อน



5. ถุงใส่ขยะประเภทต่างๆ (Trash Bag)

5.1. ถุงใส่ขยะชนิดมีสายรัดปากถุงในตัว (Draw String Bag) เป็นถุงขยะที่ออกแบบให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น เมื่อใส่ขยะเต็มถุงแล้วก็สามารถดึงสายที่พันรอบปากถุง รูดให้ชิดปิดเข้าหากันและมีปลายสายรัดนำมามัดให้แน่นอีกชั้นหนึ่ง ในการผลิตใช้วัตถุดิบชนิด HDPE เป็นหลัก



5.2. ถุงใส่ขยะหนัก (Rubble Heavy Duty Bag) เป็นถุงขยะที่ออกแบบมาให้มีความแข็งแรงทนทาน สำหรับใส่ขยะที่มีน้ำหนักมาก เช่น เศษวัสดุก่อสร้าง ไม้ เศษกิ่งไม้ และเศษอิฐ เนื้อถุงขยะหนักนี้จะมีคุณสมบัติที่เหนียวมากเป็นพิเศษและมีเนื้อวัตถุดิบอัดซ้อนติดกันหลายชั้น (Multi Layer Film) เพื่อเพิ่มความแข็งแรง ในการผลิตต้องใช้วัตถุดิบประเภท LDPE เป็นหลัก



5.3. ถุงขยะพับจีบรูปดาว (Star Seal Bag) เป็นถุงขยะที่ออกแบบให้รอยพับที่กันถุงเป็นรูปดาว 4 แฉกตามแนวแท่งมุมไขว้กัน ช่วยให้กันถุงมีความแข็งแรงมากขึ้น ไม่แตกหรือฉีกขาดง่าย ไม่มีรอยตะเข็บด้านข้าง และผลิตออกมาเป็นม้วนสะดวกในการหยิบใช้และจัดเก็บ ในการผลิตใช้วัตถุดิบชนิด HDPE เป็นหลัก



5.4. ถุงขยะที่มีหูหิ้ว (Tie Handle Bag) เป็นถุงขยะที่ออกแบบให้มีหูหิ้วสองข้างเพื่อความสะดวกในการใช้ในชีวิตประจำวัน เมื่อบรรจุสิ่งของเต็มแล้วสามารถนำหูทั้งสองข้างของตัวเองมาผูกมัดปากป้องกันสิ่งของหกหล่นได้ บางชนิดมีการออกแบบกล่องบรรจุ (Dispenser) ที่สามารถหยิบใช้ได้สะดวก ดูสวยงามน่าใช้อีกด้วย ในการบวนการผลิตจะใช้วัตถุดิบชนิด HDPE เป็นหลัก



5.5. ถุงขยะม้วน (Rolled Bag) เป็นถุงขยะที่ผลิตเป็นม้วนที่สามารถฉีกออกใช้ทีละใบ ทำให้ประหยัดเนื้อที่จัดเก็บและใช้งานสะดวก ยิ่งไปกว่านั้นบางชนิดยังมีการผสมสีและกลิ่นต่างๆ ตามความต้องการของตลาด และบางชนิดมีการผสมสารป้องกันแบคทีเรียที่มี ในการผลิตใช้วัตถุดิบชนิด HDPE เป็นหลัก



5.6. ถุงขยะที่มีกลิ่นหอม (Scented Trash Bag) เป็นถุงขยะที่ออกแบบพิเศษให้มีกลิ่นหอมในตัว และมีรูปแบบที่สะดวกและเหมาะสมกับการใช้งานเฉพาะอย่าง ตัวอย่างถุงขยะที่มีกลิ่นหอมของบริษัทฯ เช่น

5.6.1 ถุงใส่ผ้าอ้อม มีกลิ่นหอม



5.6.2 ถุงใส่ขยะ มีกลิ่นหอม



5.6.3 ถุงใส่ขยะมีกลิ่นหอมและป้องกันแบคทีเรีย



สำหรับทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะมีการควบคุมคุณภาพตามมาตรฐาน ISO ในทุกขั้นตอนการผลิต โดยลูกค้าของบริษัทฯจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบ คุณสมบัติ และคุณภาพของสินค้า ซึ่งประกอบไปด้วยรายละเอียดด้านความแข็งแรง การรับน้ำหนัก การฉีกขาด การรับแรงเบ่งตัว การรั่วซึม ความหนาบาง ขนาด สี จำนวน น้ำหนักถุง รูปแบบและเทคนิคการพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ และความสะอาด ความปลอดภัย ดังนั้นในทุกขั้นตอนจึงต้องมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ จึงจะได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศที่มีมาตรฐานที่สูง

การได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทฯได้รับสิทธิประโยชน์จาก คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับการผลิตถุงพลาสติกประเภท 6.12 การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือเคลือบด้วยพลาสติก ตามบัตรส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 7010/2541 ลงวันที่ 10 เมษายน 2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยบัตรเลขที่ 4089/2543 (2-7010/2541) ลงวันที่ 27 ตุลาคม 2543 และตามบัตรส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 2040 (2)/2547 ลงวันที่ 8 ธันวาคม 2547 ซึ่งบริษัทฯได้รับสิทธิและประโยชน์ที่สำคัญมีดังนี้

รายละเอียดและสิทธิประโยชน์จากการบัตรส่งเสริมการลงทุน	ฉบับที่ 1	ฉบับที่ 2
เลขที่บัตรส่งเสริมการลงทุน	เลขที่ 4089/2543 (2-7010/2541)	เลขที่ 2044(2)/2547
ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิจากการประกอบกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือเคลือบด้วยพลาสติกโดยมีกำลังการผลิตตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเป็นเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ รวมทั้งสามารถนำผลขาดทุนในระหว่างเวลานั้นไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาที่รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลมีกำหนด 5 ปี นับตั้งแต่วันที่พ้นกำหนดเวลานั้น	5,100 ตัน/ปี เป็นเวลา 8 ปี ตั้งแต่ 16 ก.ค.41	30,000 ตัน/ปี เป็นเวลา 8 ปี ตั้งแต่ 5 เม.ย.47 เงื่อนไข: เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็นไม่น้อยกว่า 120 ล้านบาท ภายในวันที่ 31 ธ.ค.50
ได้รับอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา 2 เท่าของค่าใช้จ่าย	เป็นเวลา 10 ปี ตั้งแต่ วันที่ 16 ก.ค.41	เป็นเวลา 10 ปี ตั้งแต่วันที่ 5 เม.ย.47
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ และวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก	เป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่วันที่ 16 ก.ค.41	เป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่วันที่ 5 เม.ย.47
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของผู้ที่ได้รับการส่งเสริมนำเข้าเพื่อส่งกลับออกไป	เป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่วันที่ 16 ก.ค.41	เป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่วันที่ 5 เม.ย.47
ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติ	เป็นเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลา 8 ปี ที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้	เป็นเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลา 8 ปี ที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้
ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้ง หรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก	ร้อยละ 25 ของเงินลงทุนนอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมตามราคาปกติ	ร้อยละ 25 ของเงินลงทุนนอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมตามราคาปกติ
ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปรวมคำนวณ เพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่บริษัทฯ ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	ได้รับยกเว้น	ได้รับยกเว้น
ได้รับอนุญาตให้นำเงินเข้าหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้ ในฐานะที่เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง	ได้รับอนุญาต	ได้รับอนุญาต

3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

อุตสาหกรรมถุงพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการใช้ถุงพลาสติกในชีวิตประจำวันและใช้ถุงพลาสติกเพื่อทดแทนบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เนื่องจากคุณสมบัติและประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลายและเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีราคาต่อหน่วยที่ต่ำ สามารถแข่งขันกับบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ได้เป็นอย่างดี โดยระดับการขยายตัวของอุตสาหกรรมถุงพลาสติกนั้นจะสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ เป็นหลัก เช่น หากประเทศมีอัตราการขยายตัวด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ประชากรมีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกเพิ่มมากขึ้น

จากการที่บริษัทฯ มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล รวมถึงเป็นที่สนใจของลูกค้ารายใหม่ที่ต้องการสั่งซื้อสินค้ากลุ่มที่บริษัทฯ ผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายของบริษัทฯ เติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากการที่ได้เปรียบในหลายด้านและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ส่งผลให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

1) กำลังการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดเตรียมกำลังการผลิตที่เพียงพอในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าจะมีความมั่นใจต่อบริษัท หากบริษัทมีกำลังการผลิตที่เพียงพอ ด้วยการเพิ่มปริมาณสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้บริษัทฯ จะเลือกลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูง ประกอบกับการให้ความสำคัญในปรับปรุงเครื่องจักรและการจัดวางสายการผลิตให้อยู่ในลักษณะแบบต่อเนื่อง (Continuous Line) เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในอัตราที่ต่ำจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scales) และเป็นการลดการพึ่งพิงแรงงานจากคนอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติหรือคุณภาพพิเศษ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกของบริษัทฯ ส่วนมากจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าพิเศษเฉพาะ (Specialty Products) และสินค้าคุณภาพสูง ดังเช่น ถุงซิพชนิดปิด-เปิดในตัว ที่มีคุณสมบัติพิเศษรวมทั้งมีงานพิมพ์ที่ซับซ้อน ถุงใส่ผักผลไม้ที่มีข้อกำหนดเฉพาะ ถุงใส่ขยะที่มีลวดลายและกลิ่นหอม เป็นต้น ด้วยกำลังการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและการมุ่งมั่นพัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้อย่างแข็งแกร่ง

2) ต้นทุนผลิตภัณฑ์

ด้วยระบบการผลิตที่ต่อเนื่องและการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ประกอบกับทีมผู้บริหารและบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์อันยาวนานในธุรกิจถุงพลาสติก ส่งผลให้บริษัทฯ มีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่ใช้คนงานจำนวนน้อยในกระบวนการผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน อีกทั้ง บริษัทฯ ยังมีนโยบายการบริหารต้นทุนที่รัดกุมและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำและมีความยืดหยุ่นในการกำหนดราคาสินค้าสูง

บริษัทมีศักยภาพในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรที่สั่งซื้อจากต่างประเทศให้เข้ากับการใช้งานและสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย สามารถบำรุงรักษาเมื่อเครื่องจักรเกิดการชำรุดเสียหาย และยังสามารถออกแบบพัฒนาเครื่องจักรขึ้นเองโดยอาศัยเทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ไม่มีค่าลิขสิทธิ์ และเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรม ทำให้บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนในการส่งเครื่องจักรไปซ่อมภายนอกและทำให้กระบวนการผลิตไม่หยุดชะงักเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นกับเครื่องจักร ส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ และมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ให้ได้ต้นทุนที่ต่ำ โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ การใช้ประโยชน์จากเครื่องจักรให้ได้สูงสุดและการผลิตที่ถูกต้องตามแบบที่ได้วางไว้ เพื่อให้เกิดการสูญเสียในแต่ละขั้นตอนการผลิตต่ำที่สุด สำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภทที่ไม่ได้ใช้วัตถุดิบใหม่ (Virgin Grade) เช่น ถูขยະประเภทต่างๆ ทางบริษัทฯ จะนำเศษจากการผลิตมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอีกครั้ง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศษวัตถุดิบจากการผลิต ประกอบกับนโยบายที่มุ่งหาแหล่งวัตถุดิบและอะไหล่เครื่องจักรทั้งจากแหล่งเดิมและแหล่งใหม่ๆ ที่ได้มาตรฐานและมีราคาต่ำ ขณะเดียวกันก็รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายแต่ละราย เพื่อการเจรจาเงื่อนไขในการซื้อขายและระยะเวลาจ่ายเงินที่ดี

3) คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทมีการจัดทำรายงานการผลิตและรายงานคุณภาพโดยสรุปให้กับลูกค้าเป็นรายวัน และมีหน่วยงานและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control : QC) เพื่อควบคุมการผลิต ตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปโดยละเอียด บริษัทฯ ได้จัดสร้างห้องตรวจวิเคราะห์และเครื่องมือ เพื่อการตรวจวิเคราะห์คุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่คุณภาพของวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูปที่ผลิต รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เป็นไปตามคุณภาพที่ลูกค้ากำหนดและก่อให้เกิดความมั่นใจสูงสุดถึงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ

นอกจากนี้ บริษัทยังมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล ซึ่งได้รับการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 จากสถาบันมาตรฐานไอเอสโอ MASCI สำหรับขอบข่ายการออกแบบและการพัฒนา รวมถึงการผลิตถุงพลาสติกที่ทำจากวัตถุดิบชนิดโพลิเอทิลีน การรับรองมาตรฐานการผลิต BRC Global Standard - Consumer Product จาก British Retail Consortium ประเทศอังกฤษ และการรับรอง Orthodox Union จาก Union of Orthodox Jewish Congregations of America รับรองผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ว่าได้มาตรฐาน Kosher เพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มลูกค้าเชื้อสายยิว

บริษัทฯ อยู่ระหว่างการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์แบบ MRP (Material Requirement Planning) ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2549 ระบบ MRP นี้จะช่วยทำให้บริษัทฯ สามารถรับทราบข้อมูลการผลิต รวมถึงข้อมูลเชิงคุณภาพของสินค้า ตั้งแต่เริ่มต้นผลิตตามคำสั่งซื้อ จนถึงการมอบสินค้าให้กับลูกค้า โดยจะมีการจัดทำรายงานส่งไปยังทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องตลอดเวลาที่สินค้าอยู่ในสายการผลิต ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัทฯ จะพึงการทำงานของพนักงานในแต่ละส่วนงานเป็นหลัก ระบบใหม่นี้จะทำให้บริษัทฯ ได้รับทราบข้อมูลตั้งแต่แผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต รวมถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการผลิตของสินค้าที่แม่นยำและรวดเร็ว ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพสินค้า รวมถึงการจัดส่งและให้บริการข้อมูลสินค้าและการผลิตแก่ลูกค้าของ บริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งไปมีข้อบกพร่อง ทางบริษัทฯ ก็สามารถตรวจสอบย้อนกลับไปยังเฉพาะผลิตภัณฑ์รุ่นที่มีปัญหาได้อย่างถูกต้องโดยไม่ต้องส่งคืนสินค้าทั้งหมด (Traceability)

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะดูแลพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต เครื่องจักร รวมถึงบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรักษาความเป็นผู้นำด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ยังได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการ

ให้บริการ โดยเฉพาะการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าให้ตรงตามกำหนดเวลาและการบริการหลังการขาย ซึ่งรวมถึงการให้คำปรึกษาในเรื่องการออกแบบและกระบวนการผลิต ตลอดจนการสำรวจความพึงพอใจและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบายคุณภาพที่ว่า

“เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นผลิตถุงพลาสติกทุกประเภทให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล ส่งมอบทันเวลา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะถุงพลาสติกบรรจุอาหาร ต้องถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค”

นอกจากนี้ ในปี 2549 บริษัทฯ ได้ก่อสร้างคลังสินค้าเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการบริการเกี่ยวกับการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือให้แก่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าในหลายประเทศมีค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าที่สูงกว่าในประเทศไทย บริการการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือดังกล่าวนี้ จึงนับเป็นการเพิ่มมูลค่าการบริการที่ดีและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างมาก

4) การเจรจาต่อรองราคากับลูกค้า

จากความสำเร็จในด้านประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมถึงต้นทุนการผลิตที่ต่ำของบริษัทฯ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถที่จะเสนอขายผลิตภัณฑ์ในราคาขายที่แข่งขันได้ในระดับสากล ประกอบกับการที่บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายกับลูกค้ารายสำคัญๆ ซึ่งสัญญามีการกำหนดโครงสร้างราคาในการคำนวณราคาซื้อขายได้อย่างชัดเจน โดยราคาจะแปรผันตามตัวแปรที่ได้กำหนดไว้ อาทิเช่น ราคาวัตถุดิบอ้างอิง และอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น (ดูรายละเอียดของสัญญาซื้อขายในหัวข้อ 3.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ) บริษัทฯ จึงมีความยืดหยุ่นในการกำหนดราคาขายในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายที่จะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีกำไรต่อหน่วยสูง ตลอดจนมุ่งเน้นการทำตลาดกับลูกค้ารายใหม่ในตลาดใหม่ๆ ที่ยังมีคู่แข่งน้อยราย และเริ่มติดต่อทำการตลาดกับลูกค้าที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรงโดยไม่ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย อนึ่ง บริษัทฯ มีนโยบายและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนเกี่ยวกับราคาผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทฯ ไม่มุ่งเน้นการแข่งขันด้านราคาและไม่มีนโยบายตัดราคาสินค้าแต่อย่างใด

5) สถานที่ตั้ง

โรงงานทั้ง 3 โรงของบริษัทฯ ตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก (Export Processing Zone) นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เลขที่ 211, 211/1 และ 211/8 หมู่ 3 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี 20230 ซึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากร โดยไม่ต้องวางเงินค้ำประกันสำหรับวัตถุดิบ การยกเว้นภาษีนำเข้าของเครื่องจักรและวัตถุดิบ และภาษีมูลค่าเพิ่มในด้านเครื่องจักร และปัจจัยการผลิตต่างๆ นอกจากนี้ สถานที่ตั้งโรงงานยังอยู่ใกล้กับผู้ผลิตวัตถุดิบหลักหลายราย และใกล้กับท่าเรือแหลมฉบัง ซึ่งช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งและจัดเก็บวัตถุดิบ ส่งผลให้บริษัทฯ มีต้นทุนที่ได้เปรียบในการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

3.2.2 ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ลักษณะลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ เป็นการผลิตตามคำสั่งของลูกค้า (Made to Order) เพื่อการส่งออกไปยังตลาดในต่างประเทศ ซึ่งโดยส่วนใหญ่บริษัทฯ จะรับผิดชอบในการจัดส่งสินค้ารวมถึงค่าขนส่งสินค้าจนถึงท่าเรือ ส่วนลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบสินค้าและค่าระวางเรือจากท่าเรือจนถึงมือลูกค้า ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายถุงพลาสติกภายใต้ตราสินค้าของตนเอง (Manufacturers under Their Own Brands)

ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นบริษัทฯ ที่ผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติกของตนเองซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลก (Global Brand) มีการประกอบการมานานในหลายประเทศ ลูกค้ากลุ่มนี้จะทำสัญญาซื้อขายระยะยาวเพื่อสั่งซื้อสินค้าที่ผลิตภายใต้ตราสินค้าของตนเองเข้าไปจำหน่ายตามร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าในตลาดประเทศนั้นๆ

2) ผู้ผลิตและนำเข้าถุงพลาสติกให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ประเภทดีสเคาน์เตอร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต (Manufacturers / Importers for Stores)

ลูกค้ากลุ่มนี้มีการผลิตอยู่บ้างในปัจจุบัน แต่เปลี่ยนตัวเองจากบริษัทผู้ผลิตมาเป็นผู้นำเข้าให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ประเภทดีสเคาน์เตอร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต อาทิ เทสโก้ โลตัส และคาร์ฟูร์ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นสินค้าประเภท House Brand เพื่อนำไปวางขายบนชั้นวางสินค้า โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจาก HDPE เป็นส่วนใหญ่ โดยจะมีลูกค้าหนึ่งรายที่มีสัญญาซื้อขายระยะยาวกับบริษัทฯ และร้านค้าปลีกซึ่งจะใช้ถุงที่มีตราของร้านนั้นๆ (House Brand / Private Brand)

3) ผู้ค้าส่ง (Wholesalers / Distributors)

บริษัทฯ ได้ทำการขยายตลาดผ่านผู้ค้าส่งหรือตัวแทนจำหน่ายไปสู่ลูกค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตและจำหน่ายพืชไร่ จำพวกผักผลไม้ เนื่องจากมีความต้องการใช้ถุงพลาสติกเพื่อการบรรจุและถนอมผลผลิตในระดับสูง ทั้งนี้ ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ ยังทำหน้าที่ในการร่วมออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการทำตลาดและจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ ลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกที่ทำจาก LDPE เป็นส่วนใหญ่

รายได้จากการขายของบริษัทฯ แยกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายถุงพลาสติกภายใต้ตราสินค้าตนเอง	78.25	15.27	324.33	39.68	715.14	53.92	540.83	54.77
2. ผู้ผลิตและนำเข้าถุงพลาสติกให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	174.10	33.97	334.41	40.92	402.31	30.34	255.61	25.88
3. ผู้ค้าส่ง	260.19	50.76	158.52	19.40	208.71	15.74	191.08	19.35
รวมรายได้จากการขาย	512.54	100.00	817.26	100.00	1,326.16	100.00	987.52	100.00

จากตารางยอดขายของบริษัทฯ แยกตามกลุ่มลูกค้าข้างต้น จะเห็นว่าบริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายจากลูกค้ากลุ่มที่เป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกและจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเองเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 15.27 ในปี 2546 เป็นร้อยละ 39.68 ร้อยละ 53.92 และร้อยละ 54.77 ในปี 2547 ปี 2548 และงวด 9 เดือนของปี 2549 ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ ในปี 2547 และ 2548 ซึ่งมียอดสั่งซื้อในสัดส่วนที่สูงตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา จัดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตถุงพลาสติกและจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเองนี้ด้วย

	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549 (ม.ค.-ก.ย.)	
จำนวนลูกค้ารายใหญ่	1 ราย		2 ราย		1 ราย		1 ราย	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รวมรายได้จากลูกค้ารายใหญ่	184.91	36.07	602.10	73.67	696.44	52.52	516.92	52.35
เทียบกับรายได้จากการขายทั้งหมด	512.54	100.00	817.26	100.00	1,326.16	100.00	987.52	100.00

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า บริษัทฯจำหน่ายถุงพลาสติกให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ที่มียอดขายเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมเป็นจำนวนเงิน 184.91 ล้านบาท 602.10 ล้านบาท และ 696.44 ล้านบาท ในปี 2546 จนถึงปี 2548 ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.07 ร้อยละ 73.67 และร้อยละ 52.52 ของรายได้จากการขาย

ทั้งนี้ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯมีการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ที่มียอดขายเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมจำนวน 1 รายในปี 2546 (เรียกว่า “รายที่ 1”) และได้เริ่มทำการผลิตให้กับลูกค้ารายใหญ่รายที่ 2 เป็นปีแรกในปี 2547 รวมเป็นลูกค้ารายใหญ่จำนวน 2 รายในปี 2547 ส่วนในปี 2548 ลูกค้ารายใหญ่รายที่ 1 ไม่นับเป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯอีกต่อไป โดยบริษัทฯเหลือลูกค้ารายใหญ่รายที่ 2 เพียงรายเดียว เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่รายที่ 2 ได้เพิ่มคำสั่งซื้อขึ้นจำนวนมาก ประกอบกับบริษัทฯมียอดขายจากลูกค้ารายใหม่หลายรายสูงขึ้น ทำให้สัดส่วนยอดขายของลูกค้ารายใหญ่รายที่ 1 ลดลงต่ำกว่าร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายทั้งหมดในปี 2548 ขณะที่ยอดขายแก่ลูกค้ารายที่ 1 มิได้มีมูลค่าหรือปริมาณลดลงจากยอดขายในปี 2547 แต่อย่างใด

ทั้งนี้ ลูกค้ารายใหญ่รายที่ 2 ของบริษัทฯประกอบด้วย 4 บริษัท ซึ่งตั้งอยู่บริษัทละประเทศ แต่มีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มเดียวกัน โดยบริษัทฯจึงมีสัดส่วนรายได้จากกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มนี้รวมเป็นร้อยละ 52.52 ของรายได้จากการขายทั้งหมดในปี 2548 แต่บริษัทฯย่อยทั้ง 4 แห่งนั้น มีสถานที่ตั้งรวมถึงนโยบายและทีมบริหารที่มีความเป็นอิสระแยกจากกัน ดังนั้น หากมองโครงสร้างรายได้แยกตามบริษัทย่อยของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่รายนี้ จะเห็นว่าในปี 2548 นั้น บริษัทฯพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ที่มียอดขายเกินกว่าร้อยละ 30 คือ ลูกค้ารายที่ 2.1 เพียงรายเดียว มียอดขาย 505.46 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38.12 ของรายได้รวม

ตารางแสดงยอดขายลูกค้ารายใหญ่แยกตามบริษัทย่อย

ลูกค้ารายใหญ่	สถานที่ตั้ง/ ประเทศ	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549 (ม.ค.-ก.ย.)	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกค้ารายที่ 2.1*	สหรัฐอเมริกา	-	-	126.67	15.50	505.46	38.12	340.86	34.52
ลูกค้ารายที่ 2.2*	แคนาดา	-	-	69.35	8.49	89.69	6.76	66.79	6.76
ลูกค้ารายที่ 2.3*	ออสเตรเลีย	-	-	53.64	6.56	92.59	6.98	81.00	8.20
ลูกค้ารายที่ 2.4*	อื่นๆ	-	-	0.46	0.06	8.71	0.66	28.27	2.86
รวมรายได้จากลูกค้ารายที่ 1		-	-	250.13	30.61	696.44	52.52	516.92	52.35
เทียบกับรายได้จากการขายทั้งหมด		512.54	100.00	817.26	100.00	1,326.16	100.00	987.52	100.00

หมายเหตุ: *ลูกค้าที่มีกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่กลุ่มเดียวกัน

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. การติดต่อโดยตรงกับลูกค้า เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทฯหลายท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและทำงานอยู่ในวงการธุรกิจผลิตถุงพลาสติกมายาวนานกว่า 20 ปี ช่วยให้บริษัทฯมีความคุ้นเคยกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายถุงพลาสติกขนาดใหญ่เป็นอย่างดี และเข้าใจถึงความต้องการของผู้ผลิตเหล่านี้ที่ต้องการจะย้ายฐานการผลิตหรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์บางชนิดแทนการผลิตเอง เนื่องจากต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น

บริษัทฯได้ทำการติดต่อตรงกับลูกค้าเหล่านี้เพื่อทำการแนะนำบริษัทฯ ทั้งด้านความสามารถในการผลิตและการบริการ รวมถึงราคาโดยประมาณที่บริษัทฯสามารถผลิตให้ได้ ซึ่งต้องใช้เวลาและหลากหลายขั้นตอนกว่าที่จะทำให้ลูกค้าขนาดใหญ่เหล่านี้ยอมรับและเชื่อถือ จนกระทั่งทำการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ วิธีการเข้าถึงลูกค้าโดยตรงดังกล่าว

ประกอบกับความสัมพันธ์กับผู้บริหารของบริษัท เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสำคัญสำหรับกลุ่มลูกค้าประเภทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของตนเอง และผู้ผลิตและนำเข้าถุงพลาสติกให้กับห้างสรรพสินค้าบางราย

สำหรับลูกค้าประเภทผู้ค้าส่ง รวมถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเกษตรกรซึ่งเป็นฐานลูกค้าสำหรับถุงใส่ผักและผลไม้ของบริษัทนั้น บริษัทฯ ได้ใช้วิธีการติดต่อตรงไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัทฯ จะเดินทางไปกับผู้ค้าส่งเพื่อแนะนำบริษัทฯ รวมถึงทำความเข้าใจและรับฟังความต้องการของผู้ที่ใช้สินค้าโดยตรง หลังจากนั้น บริษัทฯ ได้รวบรวมความคิดเห็นเหล่านั้นและร่วมกับผู้ค้าส่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการและได้รับการยอมรับในตัวสินค้าจากกลุ่มผู้ใช้ปลายทาง สำหรับการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มนี้ บริษัทฯ จะทำการจัดส่งสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง โดยผู้ค้าส่งจะเป็นตัวกลางในการกระจายสินค้าไปให้ผู้ซื้อปลายทางอีกทอดหนึ่ง

2. การเข้าประมูลงาน บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับลูกค้าบางรายผ่านการยื่นซองประมูลราคาและการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Auction) โดยเฉพาะลูกค้าในกลุ่มผู้ผลิตและนำเข้าถุงพลาสติกให้กับห้างสรรพสินค้าที่นิยมใช้วิธีนี้ในการเลือกสั่งซื้อสินค้า และส่วนมากจะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูง เช่น ถุงที่แจกฟรีในห้างสรรพสินค้า (Shopping Bag) ถุงขยะบางประเภท ถุงอาหารบางประเภท เป็นต้น

3. การได้คำแนะนำจากลูกค้าเดิมและผู้ผลิตเครื่องจักรไปสู่ลูกค้ารายอื่นๆ บริษัทฯ ยังมีช่องทางในการหาลูกค้าใหม่ผ่านการแนะนำจากฐานลูกค้าเดิมของบริษัทฯ รวมถึงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องจักรถุงพลาสติกขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่รับทราบและเชื่อถือในความสามารถในการผลิตและบริการที่ได้มาตรฐาน รวมถึงความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของบริษัทฯ เป็นอย่างดี การแนะนำต่อจากบริษัทเหล่านี้ เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่ลูกค้ารายใหม่ๆ และในตลาดใหม่ๆ

นอกจากการหาลูกค้าใหม่แล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญอย่างมากในการรักษฐานลูกค้าที่มีอยู่ไว้ โดยทีมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทฯ จะเดินทางไปเยี่ยมเยียนลูกค้ารายต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พร้อมกับรับทราบปัญหาและความต้องการจากลูกค้าโดยตรงอีกด้วย

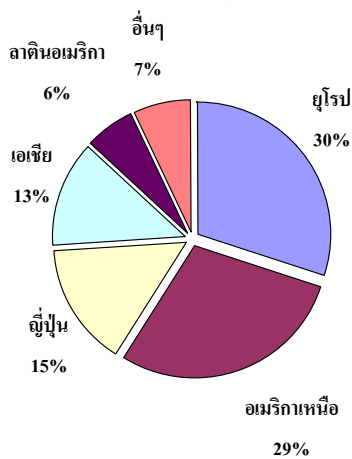
3.2.3 ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของโลก

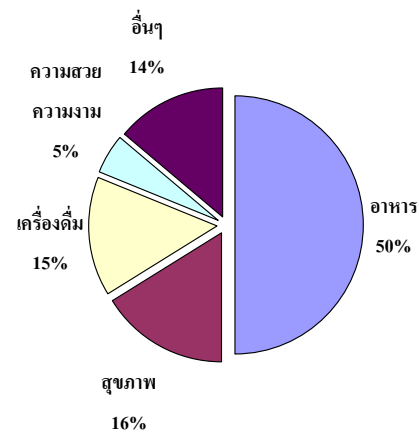
จากรายงานการศึกษาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ของโลก โดยไม่นับรวมบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษ สรุปได้ว่า มูลค่าตลาดโดยรวมของบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ของโลก ยกเว้นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษนั้น สูงกว่า 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือกว่า 8 ล้านล้านบาท

ทั้งนี้ นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จากสถาบันวิจัยแห่งหนึ่งได้คาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของโลกจะเติบโตในอัตราประมาณร้อยละ 4 ถึง 4.5 ต่อปี เทียบกับประมาณการผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของโลกที่อยู่ที่ร้อยละ 3 ถึง 3.5 ทั้งนี้ ความต้องการบริโภคบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ในชีวิตประจำวัน มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามอัตราการขยายตัว และระดับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ โดยภูมิภาคที่น่าจะมีอัตราการเติบโตในระดับที่สูง คือ กลุ่มประเทศที่เศรษฐกิจมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว (Emerging Countries) อาทิเช่น บราซิล อินเดีย และสาธารณรัฐประชาชนจีน และอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ มากที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 ของความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ของโลกในปัจจุบันมีโครงสร้างดังนี้

สัดส่วนความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์แยกตามภูมิภาค



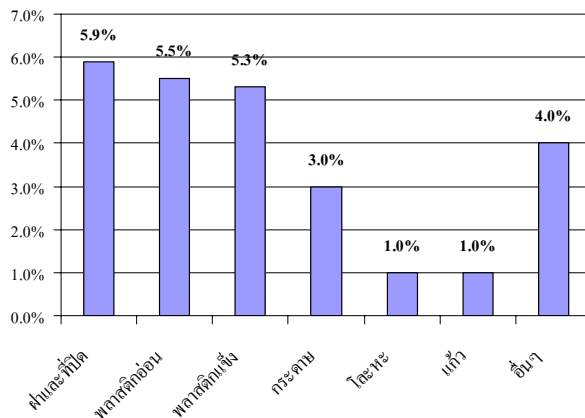
สัดส่วนความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์แยกตามอุตสาหกรรมปลายทาง



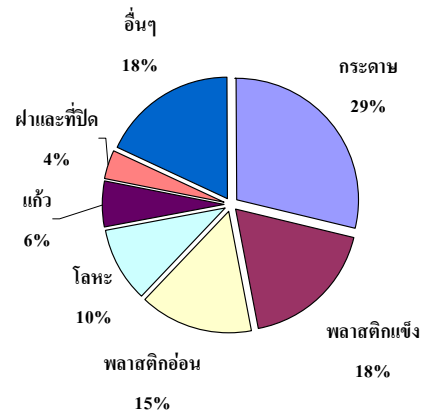
ที่มา: Plastic Film - Freedonia Group

หากพิจารณาตามประเภทของบรรจุภัณฑ์จะพบว่า บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกอ่อนซึ่งนับรวมถึงผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกประเภทต่างๆ มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 15 ของตลาดบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดของโลก แต่มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.5 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โดยรวม และสูงกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ โลหะ และแก้วที่เคยเป็นที่เป็นที่นิยมในสมัยก่อน ดังแสดงในกราฟเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ

อัตราการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ



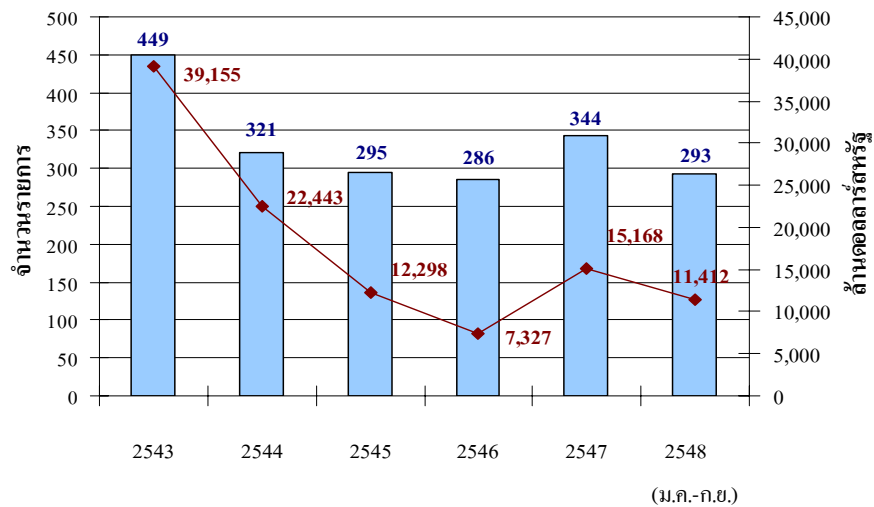
ส่วนแบ่งตลาดแยกตามประเภทของบรรจุภัณฑ์



ที่มา: Flexible Packaging Association

จากข้อมูลอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจโลก และยังมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่ผลิตวัตถุดิบป้อนโรงงานผลิตเม็ดพลาสติก อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลาย กับอุตสาหกรรมผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

การควบรวมกิจการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของโลก ปี 2543 - 2548



ที่มา: MergerStat

ช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของโลกจัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีการควบรวมกิจการ (Mergers and Acquisitions : M&A) เกิดขึ้นจำนวนมากตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดโดยรวมและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น จากข้อมูลจำนวนและมูลค่าของรายการที่แสดงในกราฟข้างต้น แนวโน้มการควบรวมที่เกิดขึ้นนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ยังคงอยู่ เป็นบริษัทระดับโลกที่มีขนาดใหญ่และมีความมั่นคงทางการเงินสูงขึ้นเรื่อยๆ

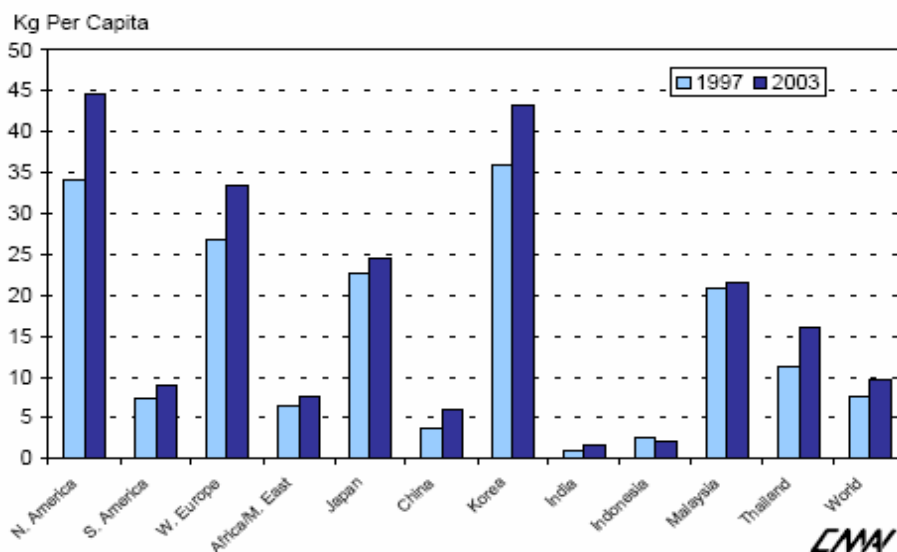
อุตสาหกรรมพลาสติกในตลาดโลก

ภาวะอุตสาหกรรมพลาสติกในตลาดโลกในช่วงที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มการควบรวมกิจการภายในอุตสาหกรรมมาโดยตลอดเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งนี้ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายพลาสติกในทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือมีการควบรวมกิจการกันภายในอุตสาหกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อได้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scales) และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ปัจจุบัน ในแต่ละตลาดจึงมีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายใหญ่อยู่เพียงไม่กี่ราย และในภาวะที่การแข่งขันโดยเฉพาะทางด้านราคาทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ เป็นเหตุให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายพลาสติกในทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือบางส่วน ต้องทำการปิดโรงงานของตัวเองลงและหันมาสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตพลาสติกในแถบภูมิภาคเอเชียแทน เนื่องจากมีต้นทุนเม็ดพลาสติกและต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่ามาก ทำให้ต้นทุนการผลิตที่ได้เปรียบกว่าแม้ว่าจะมีต้นทุนในการขนส่งและนำเข้าเพิ่มขึ้น

ความต้องการพลาสติกในตลาดโลก

ความต้องการพลาสติกในตลาดโลกยังคงมีความต้องการใช้อยู่อย่างมากและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากแนวโน้มการบริโภคพลาสติกต่อประชากรมีแนวโน้มขยายตัวทั่วโลก จากการที่พลาสติกได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้นและนำมาใช้แทนทรัพยากรธรรมชาติได้หลายอย่าง เนื่องจากพลาสติกมีราคาถูก น้ำหนักเบา และสามารถนำมาใช้งานได้กว้างขวาง โดยเฉพาะใช้เป็นบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ ปริมาณความต้องการใช้พลาสติกโพลีเอทิลีนที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดตามการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ ซึ่งอาจใช้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในการชี้วัด ดังแสดงในกราฟด้านล่างนี้

WORLD POLYETHYLENE PER CAPITA CONSUMPTION



ที่มา: Chemical Market Association, Inc. (CMAI) 2003

จากกราฟแนวโน้มปริมาณการบริโภคพลาสติกโพลีเอทิลีนข้างต้น จะเห็นว่าตลาดสำคัญที่มีความต้องการใช้พลาสติกโพลีเอทิลีนในระดับที่สูง คือ กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา

ตลาดสหรัฐอเมริกา ความต้องการใช้ถุงพลาสติกประเภทต่างๆ ในสหรัฐอเมริกามีมากกว่า 8 ล้านตันต่อปี และมีการขยายตัวร้อยละ 3 ถึง 5 ต่อปี ต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลา 10 ปี และจากการที่บริษัทฯ ได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาด ทำให้คาดการณ์ได้ว่าความต้องการใช้ถุงพลาสติกในสหรัฐอเมริกาก็ยังคงมีอัตราการขยายตัวที่ระดับร้อยละ 3 ถึง 5 ต่อปี ต่อเนื่องไปอีกอย่างน้อย 5 ปีข้างหน้า ปัจจุบัน สหรัฐอเมริกาจัดเป็นตลาดนำเข้าถุงพลาสติกที่สำคัญและมีขนาดใหญ่อันดับหนึ่งของโลก

ตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรป ความต้องการใช้พลาสติกโพลีเอทิลีนของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยขยายตัวประมาณร้อยละ 1.5 ถึง 4 ต่อปี ขึ้นกับสภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบันประชากรในภูมิภาคนี้มีการบริโภคพลาสติกโพลีเอทิลีนใหม่ (Virgin Grade) เฉลี่ยประมาณ 99 กิโลกรัมต่อคนต่อปี เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 32 จากค่าเฉลี่ยประมาณ 75 กิโลกรัมต่อคนต่อปีในปี 2000 ตลาดในกลุ่มสหภาพยุโรปจึงนับเป็นตลาดใหญ่อันดับสองสำหรับถุงพลาสติกนำเข้า รองจากตลาดสหรัฐอเมริกา

ตลาดออสเตรเลีย จากรายงานของ Environment Protection and Heritage Council ระบุว่าประชากรในประเทศออสเตรเลียมีการบริโภคถุงพลาสติกใหม่ (Virgin Grade) เฉลี่ยประมาณ 6.9 ล้านตันในแต่ละปี หรือคิดเป็นการใช้ถุงพลาสติกประมาณ 1 ถุงต่อคนต่อวัน ประเทศออสเตรเลียจึงนับเป็นอีกหนึ่งตลาดสำคัญสำหรับถุงพลาสติกนำเข้า โดยเฉพาะจากผู้ผลิตในแถบภูมิภาคเอเชีย โดยถุงพลาสติกส่วนใหญ่จะถูกใช้ในธุรกิจขายปลีก เช่น ถุงพลาสติกประเภทหูหิ้ว (Shopping Bag / T-Shirt Bag)

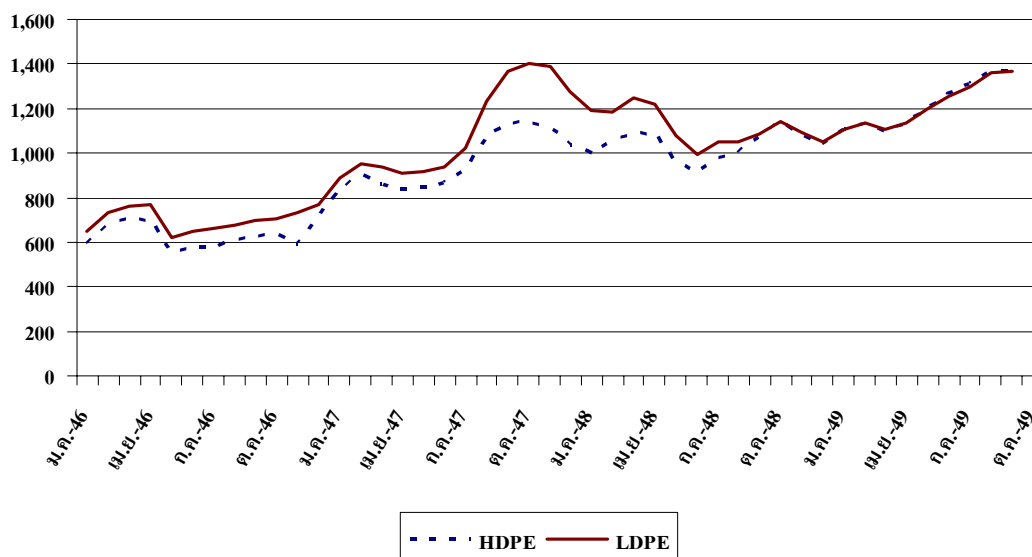
ความผันผวนของราคาเม็ดพลาสติก

ตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมถุงพลาสติกได้รับผลกระทบจากต้นทุนที่สูงขึ้น เนื่องจากราคาวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือเม็ดพลาสติกกลุ่ม LDPE และ HDPE มีความผันผวนอย่างมากทั่วโลก จากสถานการณ์

แนวโน้มของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งน้ำมันเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเม็ดพลาสติก ส่งผลถึงเรื่องของต้นทุนการผลิตถุงพลาสติกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ราคาเม็ดพลาสติกในตลาดเอเชีย (Spot Price)

USD / ตัน



ที่มา: Chemical Industry Intelligence (ICIS-LOR Price Index)

ราคาเม็ดพลาสติกโดยเฉลี่ย ทั้งเม็ดพลาสติกกลุ่ม HDPE และ LDPE ในตลาดเอเชียช่วง 6 เดือนหลังตั้งแต่ต้นปี 2549 เป็นต้นมา มีแนวโน้มปรับตัวอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ เป็นผลมาจากอุปสงค์เม็ดพลาสติกในเอเชียโดยเฉพาะในประเทศจีนและอินเดียยังคงอยู่ในระดับที่สูง ในขณะที่อุปทานเม็ดพลาสติกเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากการผลิตเม็ดพลาสติกส่วนเพิ่มในประเทศจีน แต่ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ยังคงผันผวนในระดับที่สูง คาดว่าจะส่งผลให้ราคาของเม็ดพลาสติกในตลาดจะแกว่งตัวอยู่ในระดับสูงเช่นนี้ต่อไป

อุตสาหกรรมถุงพลาสติกในประเทศไทย

อุตสาหกรรมถุงพลาสติกในประเทศไทยมีผู้ผลิตทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่จำนวนมาก จากการสำรวจสถิติอุตสาหกรรมถุงพลาสติกโดยศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในช่วงปี 2548 มีการผลิตรวม 82,083 ตัน มีการใช้กำลังการผลิตรวมเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 68.1 ของกำลังการผลิตรวม มีมูลค่าจำหน่ายถุงพลาสติกรวมกัน 6,293 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2547 ร้อยละ 2.9 แต่ปริมาณการผลิตลดลงร้อยละ 2.3 ดังรายละเอียดในตารางแสดงสถิติการผลิตถุงพลาสติกของไทยด้านล่าง

ตารางแสดงสถิติด้านการผลิตถุงพลาสติกของไทย

ปี	2545	2546	2547	2548
การผลิต (ตัน)	85,326	90,816	83,989	82,083
กำลังการผลิต (ตัน)	117,772	121,470	122,360	120,496
กำลังการผลิตที่ใช้ (ร้อยละ)	72.5	74.8	70.2	68.1
มูลค่าจำหน่าย (ล้านบาท)	4,839	5,499	6,114	6,293

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

หมายเหตุ: ในรายงานสถิตินี้ จะแสดงผลสถิติเฉพาะสินค้าที่มีจำนวนโรงงานที่ตอบแบบสอบถามเข้ามาตั้งแต่ 5 โรงงานเป็นต้นไป

อุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้เผชิญปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทำให้ผู้ผลิตพลาสติกของไทยต้องปรับตัวเพื่อการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น โดยอุปสรรคที่สำคัญเป็นอย่างมากที่ผู้ผลิตพลาสติกได้รับผลกระทบ คือ การที่มีสินค้าราคาถูกจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้ามาแข่งขันกดดันราคาสินค้าพลาสติกของไทยในตลาดโลก โดยสินค้าจากจีนจะได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงาน อย่างไรก็ตาม สินค้าในกลุ่มสินค้ามูลค่าเพิ่มจากจีนในประเภทสินค้าเดียวกันกับที่บริษัทฯ ผลิตนั้น เช่น ถุงใส่ผักผลไม้ ถุงซิป ล็อกซ์ ปัจจุบันผู้ผลิตจากประเทศจีนยังผลิตไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐานระดับสากล

สำหรับปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการแข่งขัน คือ มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด โดยสหภาพยุโรปได้ประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสินค้าพลาสติกที่นำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และไทย อย่างไรก็ตาม สำหรับตลาดออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ได้ทำการลดภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกจากประเทศไทยตามข้อตกลง เอฟทีเอระหว่างประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย ซึ่งจะผลดีต่ออุตสาหกรรมส่งออกพลาสติกของประเทศไทย

ตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมพลาสติกได้รับผลกระทบจากต้นทุนที่สูงขึ้น เนื่องจากราคาเม็ดพลาสติกที่สูงขึ้นอย่างมาก เป็นผลจากสถานการณ์แนวโน้มของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ผลิตพลาสติกจำเป็นต้องหามาตรการในระยะสั้นและยาวที่จะลดต้นทุนการผลิตให้ได้มากที่สุด เนื่องจากในอุตสาหกรรมพลาสติกมีการแข่งขันที่สูง ขณะที่ความสามารถในการผลักภาระไปที่ผู้บริโภคอยู่ในอัตราที่ต่ำ

ผู้ผลิตพลาสติกไทยจำเป็นต้องมุ่งเน้นในการหากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมพร้อมๆ กับการขยายฐานตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น อาทิเช่น การเพิ่มความหลากหลาย การเพิ่มมูลค่า และการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต เพื่อพัฒนาความสามารถในการนำเสนอสินค้าที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากลและมีรูปแบบตามข้อกำหนด ตลอดจนการยกระดับกระบวนการผลิต การเลือกใช้เทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่ทันสมัยเพื่อการผลิตที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกฎระเบียบต่างๆ และได้รับการยอมรับจากลูกค้าในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาแต่เพียงอย่างเดียว

ผู้ผลิตพลาสติกในประเทศไทย

ผู้ผลิตพลาสติกในประเทศไทย ยังจัดเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ผลิตหลักที่มีศักยภาพการแข่งขันสูงในภูมิภาคเอเชีย จากความพร้อมในหลายๆ ด้าน เนื่องจากมีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่ครบวงจร ทั้งขั้นต้น ขั้นกลาง และขั้นปลาย ตลาดส่งออกหลักของผู้ผลิตไทย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในแถบยุโรป ประเทศญี่ปุ่น และประเทศออสเตรเลีย

ทั้งนี้ ผู้ผลิตพลาสติกขนาดใหญ่ในประเทศไทยที่ทำการผลิตพลาสติกกลุ่มเดียวกับของบริษัทฯ และเพื่อการส่งออกเป็นหลัก มีอยู่ประมาณ 6 รายใหญ่ ซึ่งแต่ละรายอาจมีประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันอยู่บ้าง ทั้งนี้ ผลประกอบการช่วง 3 ปีที่ผ่านมาของผู้ผลิตพลาสติกขนาดใหญ่ 6 ราย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางแสดงรายได้ กำไร และอัตรากำไรสุทธิของผู้ผลิตถุงพลาสติกทรายใหญ่

หน่วย : ล้านบาท

บริษัทในอุตสาหกรรม	ปี 2546			ปี 2547			ปี 2548		
	รายได้	กำไรสุทธิ	อัตรากำไรสุทธิ	รายได้	กำไรสุทธิ	อัตรากำไรสุทธิ	รายได้	กำไรสุทธิ	อัตรากำไรสุทธิ
บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน)	512.5	13.3	2.6%	817.3	28.3	3.5%	1,327.7	78.3	5.9%
บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด	2,626.9	13.4	0.5%	3,285.7	37.4	1.1%	3,876.2	71.3	1.8%
บริษัท คิงส์แพ็ค อินดัสเทรียล จำกัด	1,540.5	23.3	1.5%	2,160.1	71.4	3.3%	2,905.4	38.3	1.3%
บริษัท นารายณ์แพค จำกัด	1,121.2	50.4	4.5%	1,472.9	25.9	1.7%	2,138.9	100.6	4.7%
บริษัท ทานตะวันอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)	712.6	3.1	0.4%	798.5	(13.0)	(1.6%)	802.8	53.12*	6.6%
บริษัท ไทยกริฟเทค จำกัด	348.4	4.1	1.2%	498.2	25.7	5.2%	659.0	83.9	12.7%

ที่มา: บริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

* กำไร/ขาดทุนสุทธิก่อนรวมรายการพิเศษ

ศักยภาพการแข่งขันของบริษัทฯ

สำหรับศักยภาพการแข่งขันของบริษัทฯเมื่อเทียบกับผู้ผลิตถุงพลาสติกทรายสำคัญอย่างประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้น สามารถสรุปได้เป็น 4 ด้านสำคัญ ได้แก่

1. ต้นทุนแรงงาน แม้ว่าผู้ผลิตในสาธารณรัฐประชาชนจีนอาจมีความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานอยู่บ้าง แต่บริษัทฯได้มีการนำเทคโนโลยีและเครื่องจักรที่มีความทันสมัยสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคเข้ามาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดการใช้แรงงานในการผลิต ส่งผลให้บริษัทฯมีความสามารถในการแข่งขันกับผู้ผลิตรายต่างๆได้เป็นอย่างดี

2. คุณภาพผลิตภัณฑ์ ลูกค้านำเข้าของบริษัทฯ ทั้งในแถบทวีปยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย ให้การยอมรับและเชื่อมั่นในคุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน จะเห็นได้จากคำสั่งซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอดทั้งจากลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ อีกทั้ง ลูกค้าหลายรายของบริษัทฯ ได้เคยทำการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตจีนและไม่ประทับใจในคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่มีความสม่ำเสมอ ก่อนหน้าที่จะมาสั่งซื้อสินค้ากับทางบริษัทฯ

3. ผลกระทบจากมาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Antidumping Duties : AD) ผู้ผลิตจีนได้รับผลกระทบจากมาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดสำหรับถุงพลาสติก โดยเฉพาะถุงพลาสติกประเภทหิ้ว ที่จากสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปอย่างมาก ขณะที่บริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบจากสหรัฐอเมริกาแต่อย่างใด และผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่จำหน่ายไปยังสหภาพยุโรปถูกกำหนดอัตรากำไรนำเข้าในอัตราที่ต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ผลิตในประเทศไทยและจีน

4. ปัญหาการขาดแคลนพลังงาน ปัจจุบันในบางพื้นที่ของสาธารณรัฐประชาชนจีนยังมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนกระแสไฟฟ้า และต้องมีการประกาศหยุดจ่ายกระแสไฟฟ้าเป็นบางช่วง สลับบริเวณกันไป ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการผลิตของผู้ผลิตจีนอย่างมาก ขณะที่ผู้ผลิตในประเทศไทย รวมทั้งบริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบนี้

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.3.1 การผลิต

1) กำลังการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

ปัจจุบัน บริษัทมีโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกจำนวน 3 โรงงาน ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันที่ 211 หมู่ที่ 3 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230 ภายในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยบริษัทมีกำลังผลิตรวมสูงสุดปีละ 23,919 ตันต่อปี

บริษัทได้ทำการปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร และโรงงาน จนในปัจจุบันโรงงานสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีขีดความสามารถของระบบความปลอดภัย และระบบป้องกันมลภาวะเป็นพิษที่ดี นอกจากนี้ บริษัท มีนโยบายการผลิตโดยให้ฝ่ายวางแผนการผลิตใช้ข้อมูลการผลิตในอดีตที่ผ่านมาเพื่อให้ทราบถึงความเหมาะสมของเครื่องจักรกับผลิตภัณฑ์ในแต่ละงาน และวางแผนการผลิตโดยกำหนดเครื่องจักรและประเภทของวัตถุดิบให้เกิดความต่อเนื่องเพื่อทำให้ลดการสูญเสียเวลาในการเปลี่ยนรุ่นผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริหารสินค้าคงคลังโดยอาศัยข้อมูลการคาดการณ์สั่งซื้อในอนาคตจากข้อมูลของฝ่ายการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในกระบวนการการผลิต อีกทั้งในกระบวนการผลิตบริษัทฯ ยังผลิตผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าโดยทางบริษัทฯ ได้จัดการเจรจากับลูกค้า และประสบความสำเร็จในการลงนามในสัญญาซื้อขายระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีการว่าจ้างให้ผู้ผลิตภายนอกในการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าบริษัทต่ออีกทอดหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 5.05 ของรายได้รวมในปี 2548 ซึ่งกรณีที่บริษัทต้องทำการว่าจ้างผลิตถุงพลาสติกและซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากบริษัทภายนอกให้กับลูกค้าของบริษัทซึ่งมีการสั่งซื้อสินค้าอื่นจากทางบริษัทฯ อยู่และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมีดังต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์บางประเภทที่บริษัทไม่สามารถผลิตเองได้ อาทิ หนึ่งยางรัดของ และหลอดกาแฟ เป็นต้น แต่ลูกค้าของบริษัท มีความต้องการซื้อสินค้าเหล่านี้และได้ร้องขอให้บริษัทช่วยจัดหาให้
- 2) ผลิตภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกที่มีคำสั่งซื้อในจำนวนที่น้อย ทำให้ไม่คุ้มกับการผลิตภายในโรงงาน แม้ว่าบริษัทจะมีความสามารถในการผลิต
- 3) ผลิตภัณฑ์ถุงบางประเภทมีขนาดเล็กมาก และจำนวนน้อย ไม่คุ้มกับการลงทุนเครื่องจักรและผลิตภายในโรงงาน
- 4) ปัญหาในการจัดส่งสินค้าที่ไม่เต็มตู้สินค้าในการส่งออก เนื่องจากท่าเรือแหลมฉบัง ซึ่งใกล้กับโรงงานของบริษัทไม่รับบรรจุตู้สินค้าที่ไม่เต็มตู้ ทำให้ต้องจัดส่งสินค้าเพื่อไปบรรจุตู้ภายนอกหรือที่ท่าเรือคลองเตย
- 5) การผลิตสินค้าบางประเภทที่มีกลิ่นหอมและมีสีสันทันพิเศษต่างๆ ไม่สามารถไปผลิตรวมกับเครื่องจักรของบริษัท ที่ผลิตถุงประเภทอาหารอยู่

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

		ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549 (ม.ค.-ก.ย.)
โรงงานที่ 1	กำลังการผลิต (ตัน) *	5,000	9,000	11,955	11,955
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	4,492	4,364	7,334	4,531
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	89.84%	48.49%	61.35%	50.53%**
โรงงานที่ 2	กำลังการผลิต (ตัน) *	2,070	4,320	6,552	7,346
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	2,008	3,473	5,404	4,452
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	97.01%	80.39%	82.48%	80.81%**
โรงงานที่ 3 ***	กำลังการผลิต (ตัน) *	-	5,412	5,412	6,831
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	-	1,308	2,018	1,852
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	-	24.17%	37.29%	36.15%**
รวม	กำลังการผลิต (ตัน) *	7,070	18,732	23,919	26,132
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	6,500	9,145	14,756	10,835
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	91.94%	48.82%	61.69%	55.28%**

หมายเหตุ: * กำลังการผลิตคำนวณจากกำลังการผลิตสูงสุดในขั้นตอนการเป่าเม็ดพลาสติก (330 วัน/ปี 24 ชั่วโมง/วัน)

** อัตราการใช้กำลังการผลิตสำหรับงวด 9 เดือน ปี 2549 คิดจากสัดส่วนกำลังการผลิตจริงของทั้งปี 2549

*** โรงงานที่ 3 เปิดดำเนินการในเดือนกุมภาพันธ์ 2547

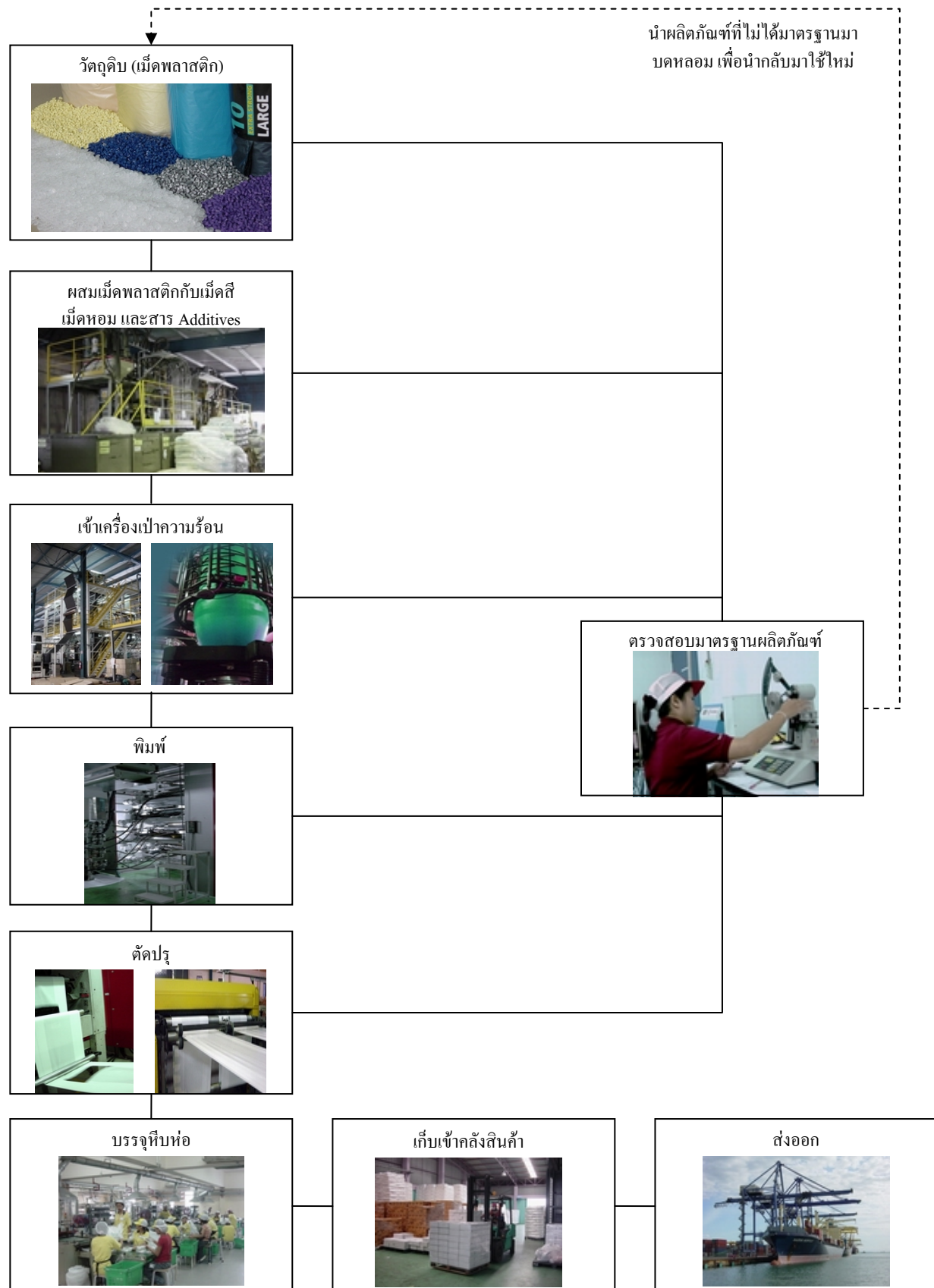
อนึ่ง กำลังการผลิตสูงสุดจากตารางข้างต้นคำนวณมาจากข้อกำหนดทางวิศวกรรมของเครื่องเป่าเม็ดพลาสติก โดยมีสมมติฐานในการคำนวณ คือ การเดินเครื่องจักรในการผลิตสินค้าที่มีน้ำหนักต่อหน่วยสูงสุดเป็นระยะเวลาต่อเนื่องเป็นเวลา 330 วันต่อปี

ในทางปฏิบัติบริษัทมีการผลิตสินค้าที่มีขนาด ความหนา และน้ำหนักที่หลากหลาย ซึ่งในการผลิตสินค้าที่มีน้ำหนักต่อหน่วยต่ำ แม้ว่าจะผลิตจริงเกือบเต็มกำลังผลิตแล้ว แต่เมื่อคิดอัตราการใช้กำลังการผลิตเทียบกับกำลังการผลิตสูงสุดข้างต้น ทำให้มีอัตราการใช้กำลังการผลิตจริงที่ต่ำ ดังนั้น บริษัทจึงประมาณการว่าบริษัทจะสามารถผลิตสินค้าได้สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 85 ของกำลังการผลิตสูงสุด ซึ่งการขยายกำลังการผลิตสูงสุด บริษัทจะต้องใช้เงินลงทุนเพิ่มเติมในจัดซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ให้ครบทั้งสายการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าสำเร็จรูป

บริษัทได้ทำการสั่งซื้อเครื่องตัดถุงพลาสติกใหม่ มูลค่า 60 ล้านบาท สำหรับโรงงานที่ 3 เพื่อให้สอดคล้องกับกำลังเป่าพลาสติกที่มีอยู่ ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าว่าเครื่องตัดถุงพลาสติกใหม่ที่ได้ทำการติดตั้ง และเริ่มทำการผลิตไปเมื่อไตรมาสที่ 3 ปี 2549 ที่ผ่านมานี้ จะช่วยเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงานที่ 3 บริษัทยังได้ทำการสั่งซื้อเครื่องจักรอีก 4 เครื่อง เพื่อรองรับการขยายการผลิตถุงใส่ผักผลไม้ภายในโรงงานที่ 3 ด้วยเงินลงทุน 20 ล้านบาท ซึ่งเครื่องจักรทั้งหมดได้ติดตั้งและเริ่มดำเนินการผลิตไปแล้วบางส่วน และเมื่อโครงการเพิ่มกำลังการผลิตในโรงงานที่ 3 ทั้ง 2 ส่วนแล้วเสร็จสมบูรณ์ จะช่วยให้บริษัทมีความสามารถในการผลิตเพิ่มขึ้นประมาณ 5,000 ตันต่อปีภายในปี 2550

นอกจากนี้ บริษัทคาดว่าความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทถุงใส่ผักผลไม้และถุงขยะที่ต้องความยืดหยุ่นสูงจะมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และต้องการความยืดหยุ่นในการผลิตสูง จึงตัดสินใจสั่งซื้อเครื่องจักรประเภทเครื่องเป่าเม็ดพลาสติกเพื่อสำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นและเพื่อเป็นเครื่องเป่าเม็ดพลาสติกสำรองของโรงงานที่ 3 เครื่องจักรดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 52 ล้านบาท โดยคาดว่าบริษัทจะได้รับเครื่องจักรและพร้อมติดตั้งในไตรมาสที่ 2 ปี 2550

กระบวนการผลิต



กระบวนการผลิตสินค้าของบริษัทฯ เริ่มจากการนำเม็ดพลาสติกแต่ละประเภทมาผสมกับเม็ดสี เม็ดกลิ่นหอม และสารช่วยอื่นๆ (Additives) ตามสูตรการผลิต เพื่อให้ได้คุณสมบัติของสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ แล้วส่งต่อไปยังเครื่องเป่าความร้อน

เครื่องเป่ารีดจะทำหน้าที่หล่อเม็ดพลาสติกโดยใช้ความร้อน (Extrude) โดยมีอุณหภูมิการเป่าที่ประมาณ 150-210 องศาเซลเซียส เม็ดพลาสติกจะหลอมละลาย พลาสติกเหลวจะถูกอัดผ่านแม่แบบ (Die) ต่อจากนั้นเครื่องจะเป่าอากาศเข้าไปในช่องพ่นอากาศ (Air Inlet) เพื่อควบคุมขนาดที่ต้องการ ชิ้นงานที่ได้จะมีลักษณะคล้ายท่อบางๆ ขนาดใหญ่ผ่านลูกกลิ้ง (Nip Rolls) เพื่อรีดพลาสติกให้อยู่ในลักษณะแบน ชิ้นงานที่ได้ออกมาจะมีลักษณะแบนคล้ายแผ่นฟิล์ม และเก็บไว้ในรูปของม้วนพลาสติก ต่อจากนั้นเครื่องจะนำม้วนพลาสติกเหล่านั้นขึ้นเครื่องผีกเพื่อชิลกัน เพื่อให้เป็นรูปถุงพลาสติก หากสินค้าชนิดนั้นต้องการพิมพ์ ก็จะนำเข้าเครื่องพิมพ์ลายถุงหรือยี่ห้อถุงผ่านแม่พิมพ์ หากไม่ต้องการก็จะนำไปทำการปรูได้รอยชิลเพื่อสำหรับไว้ฉีกใช้งาน จากนั้นจะนำสินค้าที่ได้มาบรรจุกล่องและจัดเก็บเพื่อรอการส่งออก

ในส่วนของการควบคุมคุณภาพในการผลิต บริษัทฯ จะทำการตรวจสอบการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า โดยจะทำการตรวจสอบและทดสอบผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ตรวจรับวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต ตลอดจนกระบวนการผลิต จนกระทั่งได้สินค้าสำเร็จรูป กรณีที่มีผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดจะถูกกำจัดหรือได้รับการแก้ไขตามความเหมาะสม และทำการตรวจสอบซ้ำอีกครั้งหนึ่งว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดนั้นได้รับการแก้ไขแล้ว

2) วัตถุดิบและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Suppliers)

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิต คือ เม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิต เม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนที่บริษัทฯ ใช้แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นสูง (HDPE) และกลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นต่ำ (LDPE) ซึ่งเป็นวัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีขึ้นต้นจาก โอเลฟินส์ และอะโรมาติกส์

ราคาเม็ดพลาสติกที่บริษัทฯ สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายนั้น จะใช้ราคาส่งมอบ ณ วันสั่งซื้อ (Spot Price) ในตลาดโลกในการอ้างอิง ทั้งนี้ ต้นทุนเม็ดพลาสติกเฉลี่ยต่อปีของบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2546 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2549 มีรายละเอียดในตารางข้างล่างนี้

ตารางแสดงราคาการซื้อเม็ดพลาสติกเฉลี่ยต่อปีของบริษัทฯ

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน)

ชนิดของเม็ดพลาสติก	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน	อัตราเพิ่มขึ้น (ลดลง)	ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน	อัตราเพิ่มขึ้น (ลดลง)	ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน	อัตราเพิ่มขึ้น (ลดลง)	ดอลลาร์สหรัฐ/ตัน	อัตราเพิ่มขึ้น (ลดลง)
HDPE	599	11.34	949	58.43	1,028	8.32	1,202	16.93
LDPE	636	6.18	1,076	69.18	1,144	6.32	1,215	6.21

ที่มา: บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน)

ปัจจุบัน บริษัทฯ สั่งซื้อเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมกว่าสิบราย โดยช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ที่มียอดสั่งซื้อมูลค่าเกินร้อยละ 30 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด มีเพียงรายเดียว คือ บริษัท ซีซีซี เคมิคอลส์ จำกัด (CCC) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือปูนซีเมนต์ไทยและเป็นผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบราย

ใหญ่ที่มีความสัมพันธ์อันดีกับบริษัทฯ มาช้านาน โดยยอดสั่งซื้อจากรายใหญ่รายนี้ คิดเป็นร้อยละ 72.97 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด

การที่บริษัทฯ สั่งซื้อวัตถุดิบจาก CCC เป็นส่วนมากเนื่องจากคุณภาพและคุณสมบัติเฉพาะของเม็ดพลาสติกที่สามารถใช้งานกับเครื่องจักรของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี ไม่จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร นอกจากนี้ราคาเม็ดพลาสติกในประเทศกับต่างประเทศมีราคาใกล้เคียงกัน แต่การสั่งซื้อเม็ดพลาสติกในประเทศเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่ำกว่าการสั่งซื้อจากต่างประเทศ อีกทั้งโรงงานของบริษัทฯ ก็อยู่ใกล้กับ CCC ทำให้ได้เปรียบในเรื่องค่าขนส่งและการบริหารวัตถุดิบคงคลังให้เหมาะสมกับแผนการผลิตในแต่ละช่วงเวลา โดยที่บริษัทฯ ไม่จำเป็นต้องสั่งซื้อวัตถุดิบเก็บไว้ล่วงหน้าจำนวนมาก บริษัทฯ ยังมีการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากผู้ผลิตพลาสติกรายอื่นทั้งในและต่างประเทศ หาก CCC ไม่สามารถจัดหาเม็ดพลาสติกได้ตรงตามความต้องการของบริษัทฯ ได้ โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบต่างๆ ของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งซื้อจากภายในประเทศ โดยมีมูลค่าและปริมาณการสั่งซื้อพลาสติกจากผู้จัดส่งในประเทศและต่างประเทศตั้งแต่ปี 2546 ถึงสิ้นไตรมาสที่ 3 ปี 2549 ดังรายละเอียดในตารางข้างล่างนี้

มูลค่าและปริมาณการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกของบริษัทฯ

ผู้จัดส่งวัตถุดิบ	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548		ปี 2549 (ม.ค.-ก.ย.)	
	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท	ตัน
ในประเทศ	153.49	5,600	315.60	7,683	481.69	10,985	392.74	8,449
ต่างประเทศ	18.72	655	76.30	1,730	173.29	4,070	101.48	2,105
รวม	172.21	6,255	391.90	9,413	654.98	15,055	494.22	10,554

ที่มา: บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน)

3.4 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

1. สรุปสัญญาซื้อขายกับลูกค้ารายหนึ่ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน) ผู้ซื้อ : ลูกค้า ประเทศอังกฤษ
ระยะเวลา	5 ปี นับจากวันที่ 22 เมษายน 2547 โดยจะสิ้นสุดในวันที่ 21 มีนาคม 2552 โดยบริษัทฯ หรือลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิที่จะขยายสัญญานี้ออกไปอีก 1 ปี นับจากวันหมดอายุสัญญา
ราคา	ราคาของผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงทุกเดือนตามการเปลี่ยนแปลงราคาของเม็ดพลาสติก
จำนวน	- ผู้ซื้อจะส่งยอดประมาณการสำหรับทั้งปีให้ผู้ขาย - จำนวนคำสั่งซื้อไม่น้อยกว่า 60 ล้านบาทต่อปี
การเลิกสัญญา	- ผู้ขายและผู้ซื้อจะมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาได้ทุกเมื่อหลังจากมีหนังสือบอกกล่าวเลิกสัญญาไม่น้อยกว่า 6 เดือนจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง - ในกรณีที่สัญญาเช่าเครื่องจักรระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อหมดลง หรือยกเลิกสัญญาขายดังกล่าว ถือว่ายกเลิกด้วย (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในสัญญาเช่าซื้อเครื่องจักร ส่วนที่ 2 หน้า 46) - หากผู้ซื้อและผู้ขายไม่ปฏิบัติตามสัญญา ผู้ซื้อและผู้ขายมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญา

2. สรุปสัญญาซื้อขายกับลูกค้ารายหนึ่ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน) ผู้ซื้อ : ลูกค้ารายที่ 1.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา
ระยะเวลา	5 ปี นับจากวันที่ 15 เมษายน 2548 โดยจะสิ้นสุดในวันที่ 14 เมษายน 2553 ลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิที่จะต่อสัญญาอีก 1 ปี โดยต้องมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ ไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันหมดอายุสัญญา นอกจากนี้ลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิที่จะขยายสัญญานี้ออกไปอีก 6 เดือนนับจากวันหมดอายุสัญญา โดยต้องมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ ไม่น้อยกว่า 60 วัน รวมถึงต้องแจ้งประมาณระยะเวลาที่จะขยายสัญญาออกไป
ราคา	ราคาของผลิตภัณฑ์สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นรายเดือนตามการเปลี่ยนแปลงของ 1. ราคาเม็ดพลาสติก หากราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากกว่าที่ได้ตกลงกันได้ 2. อัตราแลกเปลี่ยน หากมีการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าที่ได้ตกลงกันได้ โดยบริษัทฯ สามารถปรับราคาของผลิตภัณฑ์จากอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงไปได้ร้อยละ 50 ของต้นทุนขายและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเงินบาท
จำนวน	เป็นประมาณการทั้งปีจากทางลูกค้าโดยจำนวนที่แน่นอนจะมีการแจ้งให้ทราบเป็นรายเดือน
การเลิกสัญญา	▪ บอกลีกสัญญาได้หากคู่สัญญาไม่สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นภายใน 30 วันภายหลังจากมีหนังสือบอกกล่าวจากคู่สัญญาอีกฝ่าย ▪ ในกรณีที่บอกลีกก่อนวันหมดอายุ ลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิซื้อสินค้าคงเหลือที่ราคาทุนและมีสิทธิซื้อสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วตามสเปคในสัญญาที่จำนวนสูงสุดตามที่ระบุในสัญญา ▪ ในกรณีที่ลูกค้าของบริษัทฯ ถูกซื้อกิจการไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน สัญญาจะถูกยกเลิกในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 180 วันนับจากมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ

3. สรุปสัญญาซื้อขายกับลูกค้ารายหนึ่ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน) ผู้ซื้อ : ลูกค้ารายที่ 1.2 ประเทศแคนาดา
ระยะเวลา	5 ปี นับจากวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2548 โดยจะสิ้นสุดในวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2553 ลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิที่จะต่อสัญญาอีก 1 ปี โดยต้องมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ ไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันหมดอายุสัญญา นอกจากนี้ลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิที่จะขยายสัญญานี้ออกไปอีก 6 เดือนนับจากวันหมดอายุสัญญา โดยต้องมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ ไม่น้อยกว่า 60 วัน รวมถึงต้องแจ้งประมาณระยะเวลาที่จะขยายสัญญาออกไป
ราคา	ราคาของผลิตภัณฑ์สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นรายเดือนตามการเปลี่ยนแปลงของ 1. ราคาเม็ดพลาสติก หากราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากกว่าที่ได้ตกลงกันได้ 2. อัตราแลกเปลี่ยน หากมีการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าที่ได้ตกลงกันได้ โดยบริษัทฯ สามารถปรับราคาของผลิตภัณฑ์จากอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงไปได้ร้อยละ 50 ของต้นทุนขายและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเงินบาท
จำนวน	ตามประมาณการล่วงหน้า 6 เดือนจากลูกค้าของบริษัทฯ และมีการแจ้งจำนวนที่แน่นอนให้บริษัทฯ ทราบเป็นรายเดือน
การเลิกสัญญา	▪ บอกลีกสัญญาได้หากคู่สัญญาไม่สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นภายใน 30 วันภายหลังจากมีหนังสือบอกกล่าวจากคู่สัญญาอีกฝ่าย

จากมีหนังสือบอกกล่าวจากคู่สัญญาอีกฝ่าย

- ในกรณีที่บอกเลิกก่อนวันหมดอายุ ลูกค้าของบริษัทฯ มีสิทธิซื้อสินค้าคงเหลือที่ราคาราคาทุน และมีสิทธิซื้อสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วตามสเปกที่จำนวนสูงสุดตามที่ระบุในสัญญา
- ในกรณีที่ ลูกค้าของบริษัทฯ ถูกซื้อกิจการไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน สัญญาจะถูกยกเลิก ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 180 วันนับจากมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ

4. สรุปสัญญาซื้อขายกับลูกค้ารายหนึ่ง

คู่สัญญา	ผู้ขาย : บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน) ผู้ซื้อ : ลูกค้ารายที่ 1.3 ประเทศออสเตรเลีย
ระยะเวลา	2 ปี นับจากวันที่ 1 มกราคม 2548 โดยจะสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2549 สัญญาจะถูกต่อโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี แต่ขึ้นอยู่กับหนังสือบอกเลิกสัญญาแจ้งล่วงหน้า 6 เดือน (ซึ่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2549 ยังไม่มีหนังสือบอกเลิกสัญญาใดๆ มายังบริษัทฯ และบริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าสำหรับปี 2550 มาแล้ว จึงเข้าใจได้ว่าสัญญาจะถูกต่อโดยอัตโนมัติอีก 1 ปี หรือสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550)
ราคา	ราคาของผลิตภัณฑ์สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นรายเดือนตามการเปลี่ยนแปลงของ 1. ราคาเม็ดพลาสติก หากราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากกว่าที่ได้ตกลงกันไว้ 2. อัตราแลกเปลี่ยน หากมีการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าที่ได้ตกลงกันไว้ โดยบริษัทฯ สามารถปรับราคาของผลิตภัณฑ์จากอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงไปได้ร้อยละ 50 ของต้นทุนขายและบรรจุก๊าซที่เป็นเงินบาท
จำนวน	เป็นประมาณการล่วงหน้า 6 เดือนจากลูกค้าของบริษัทฯ โดยจะมีการแจ้งจำนวนที่แน่ชัดให้ทราบเป็นรายเดือน
การเลิกสัญญา	■ บอกเลิกสัญญาได้หากบริษัทฯ ปฏิเสธที่จะแก้ไขสเปกสินค้าตามที่ลูกค้าของบริษัทฯ ต้องการ โดยต้องมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ ■ บอกเลิกสัญญาได้หากไม่สามารถทำตามสัญญาอันเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัยเป็นเวลาดิตต่อกันเกิน 3 เดือน โดยต้องมีหนังสือบอกกล่าวบริษัทฯ ■ บอกเลิกสัญญาได้โดยขึ้นอยู่กับพิจารณาของลูกค้าของบริษัทฯ

3.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ให้ความสำคัญถึงการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดี อย่างไรก็ตามจากกระบวนการผลิตถุงพลาสติกจะทำให้เกิดสารเคมีจากหมึกพิมพ์ ซึ่งสารเคมีดังกล่าวจะถูกส่งไปเก็บไว้ในระบบปิดภายในโรงงาน จากนั้น บริษัท บริหารและพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน) จะมารับสารเคมีดังกล่าวไปกำจัดอีกทอดหนึ่ง ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด และยังมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำเสียจากการอุปโภคบริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โรงงานและชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี

บริษัทฯ ได้มีการจัดฝึกอบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัย รวมถึงการฝึกซ้อมตามแผนอพยพหนีไฟอย่างเป็นประจำเพื่อให้พนักงานของบริษัทฯ ได้เรียนรู้เข้าใจ และสามารถปฏิบัติตามแผนได้ถ้าเกิดเหตุร้ายขึ้น ซึ่งจะนำมาซึ่งความ

ปลอดภัยในการทำงานสำหรับพนักงาน ทั้งนี้บริษัทฯ ให้ความสำคัญยิ่งต่อนโยบายด้านอาชีวอนามัย และความปลอดภัย รวมไปถึงมาตรการเพื่อปกป้องกระบวนการผลิตไม่ให้เกิดความเสียหาย จากอุบัติเหตุหรืออุบัติเหตุนานัปการ จากการนำนโยบายด้านความปลอดภัยมาใช้อย่างเคร่งครัด และเป็นรูปธรรม ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับเกียรติบัตรโครงการ “เปิดบ้านอุตสาหกรรมไทยใสสะอาด” จากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประกาศนียบัตรโครงการ 5 ส. สู่กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง จากกรมโรงงาน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับรองมาตรฐานการผลิต BRC Global Standard – Consumer Product จากสถาบัน RSSL (Reading Scientific Services Ltd.) ประเทศอังกฤษ

นอกจากนี้ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทและ/หรือ ถูกฟ้องร้องใดๆ เกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม