

### 3 การประกอบธุรกิจ

#### 3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

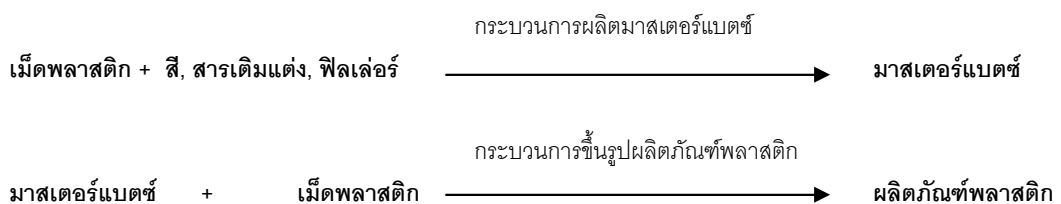
บริษัท สาลีคัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย เป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบของเม็ดพลาสติกผสมสีและสารเติมแต่งแบบเข้มข้นหรือเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบตช์ (Masterbatch), เม็ดพลาสติกผสมสีและสารเติมแต่งแบบสำเร็จรูปหรือเม็ดพลาสติกคอมพาวด์ (Compound) และสีผสมพลาสติกแบบชนิดผง (Dry Colourants) เพื่อจำหน่ายให้ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทต่าง ๆ อาทิ ถุงพลาสติก, บรรจุภัณฑ์เครื่องอุปโภคและเครื่องสำอาง, บรรจุภัณฑ์อาหาร รวมถึงชิ้นส่วนพลาสติกอื่น ๆ เช่น เพอร์นิเจอร์ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการดังกล่าวจะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปใช้เป็นส่วนประกอบของวัตถุดิบในการผลิต เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกและจำหน่ายให้แก่เจ้าของตราสินค้าหรือผู้ที่นำไปใช้งานขั้นต่อไป

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อยมีดังต่อไปนี้

#### รายได้จากการขาย

##### 1. เม็ดพลาสติกผสมสีและสารเติมแต่งแบบเข้มข้นหรือเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบตช์ (Masterbatch)

เม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบตช์เกิดจากการกระบวนการนำเม็ดพลาสติกมาผสมกับสี (Colorant) หรือสารเติมแต่ง (Additive) หรือฟิลเลอร์ (Filler) ซึ่งผ่านกระบวนการและคำนวณสัดส่วนที่เหมาะสม นำมาผ่านกระบวนการหลอมและรีดเป็นเส้นพลาสติก จากนั้นจึงตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ ทำเป็นเม็ดมาสเตอร์แบตช์ที่มีคุณสมบัติต่าง ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ ทั้งในเรื่องของ สี คุณลักษณะ และคุณสมบัติ ซึ่งในการใช้งานลูกค้าจะต้องนำมาสเตอร์แบตช์ ไปผสมกับเม็ดพลาสติกตามสัดส่วนที่กำหนดก่อนแล้วจึงนำไปใช้ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ เช่น การอัดเป่าฟิล์ม (Extrusion Blow Film), การรีดเข้าแม่แบบ (Extrusion), การเป่าเข้าแม่พิมพ์ (Blow Molding) และการฉีดเข้าแม่พิมพ์ (Injection Molding) เป็นต้น



ปัจจุบัน มาสเตอร์แบตช์ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

##### 1.1 มาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาวและสีดำ (White Masterbatch and Black Masterbatch)

มาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาวและสีดำ หรือเม็ดพลาสติกสีขาวและสีดำแบบเข้มข้น ใช้เพื่อให้สีขาวและสีดำในผลิตภัณฑ์พลาสติก กระบวนการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทนี้เกิดจากการนำเม็ดพลาสติกผสมกับไทเทเนียมไดออกไซด์หรือคาร์บอนแบล็ก ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดสีขาวหรือสีดำตามลำดับ โดยอาจมีการเพิ่มสารเติมแต่งเล็กน้อย เพื่อช่วยเพิ่มคุณสมบัติบางอย่างให้แก่เม็ดพลาสติก ปัจจุบันโทนสีขาวและสีดำที่บริษัทสามารถผลิตและจำหน่ายได้มีประมาณถึงกว่า 500 สูตรการผลิต และกว่า 200 สูตรการผลิต ตามลำดับ

ในปี 2551, ปี 2552 และ ปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาวและสีดำ เท่ากับ 144.27 ล้านบาท, 264.32 ล้านบาท และ 177.68 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.33, ร้อยละ 43.62 และร้อยละ 31.54 ของรายได้จากการขายและบริการของบริษัทจากงบการเงินรวม

#### 1.2 มาสเตอร์แบตช์ประเภทสี (Colour Masterbatch)

มาสเตอร์แบตช์ประเภทสี หรือเม็ดพลาสติกสีแบบเข้มข้น ใช้เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกมีสีต่าง ๆ ตามต้องการ กระบวนการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทนี้เกิดจากการนำเม็ดพลาสติกผสมกับสี (Colourant) ในโทนสีต่าง ๆ เช่น แดง, เหลือง, เขียว, ชมพู, ฟ้า, ส้ม, เงิน, ทอง, มุก, แดงมุก, เหลืองทอง, สีสะท้อนแสง (Fluorescence), สีเปล่งแสง (Luminescence) เป็นต้น และอาจมีการเพิ่มสารเติมแต่งเล็กน้อย เพื่อช่วยเพิ่มคุณสมบัติบางอย่างให้แก่เม็ดพลาสติกเช่นเดียวกับมาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาวและสีดำ ปัจจุบันโทนสีต่าง ๆ ที่บริษัทสามารถผลิตและจำหน่ายได้มีปริมาณถึงกว่า 8,000 สูตรการผลิต

ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทสี เท่ากับ 83.31 ล้านบาท, 93.64 ล้านบาท และ 110.23 ล้านบาทตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.36, ร้อยละ 15.45 และร้อยละ 19.57 ของรายได้จากการขายและบริการของบริษัทตามงบการเงินรวม

#### 1.3 มาสเตอร์แบตช์ประเภทสารเติมแต่ง (Additive Masterbatch)

มาสเตอร์แบตช์ประเภทสารเติมแต่ง ใช้เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกมีคุณสมบัติต่าง ๆ ตามที่ต้องการ เช่น ป้องกันแบคทีเรีย, ทนต่อแสงอาทิตย์และความร้อน, ลดการเกาะของไอน้ำ, ลดไฟฟ้าสถิตย์ที่บรรจุภัณฑ์เพื่อลดการเกาะของฝุ่น หรือลดความลื่นของพื้นผิวสัมผัส เป็นต้น กระบวนการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทนี้เกิดจากการนำเม็ดพลาสติกผสมกับสารเติมแต่ง (Additive) ต่าง ๆ แล้วผ่านกรรมวิธีผลิตเป็นมาสเตอร์แบตช์เช่นเดียวกับมาสเตอร์แบตช์ประเภทอื่น ซึ่งโดยทั่วไปมาสเตอร์แบตช์ประเภทสารเติมแต่งจะไม่ใส่สีเป็นส่วนประกอบ เนื่องจากวัตถุประสงค์การใช้งานคือ การทำให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกมีคุณสมบัติทางเคมีตามที่ต้องการ

ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทสารเติมแต่ง เท่ากับ 19.56 ล้านบาท, 19.76 ล้านบาท และ 24.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.84, ร้อยละ 3.26 และร้อยละ 4.40 ของรายได้จากการขายและบริการของบริษัทตามงบการเงินรวม

#### 1.4 มาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์ (Filler Masterbatch)

มาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์ ใช้เพื่อเป็นวัตถุดิบทดแทนเม็ดพลาสติกในการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยที่ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ได้ยังคงมีคุณสมบัติตามที่ต้องการ กระบวนการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์เกิดจากการนำเม็ดพลาสติกผสมกับฟิลเลอร์ประเภทต่าง ๆ เช่น แคลเซียมคาร์บอเนต, ทัลคัม หรือแบเรียม เป็นต้น นำมาผ่านกระบวนการหลอมและตัดเป็นเม็ดมาสเตอร์แบตช์ ซึ่งฟิลเลอร์ที่ใส่ลงไปนี้จะทำหน้าที่เสมือนวัตถุดิบทดแทนเม็ดพลาสติก ส่งผลให้ปริมาณเม็ดพลาสติกที่ใช้เป็นเนื้อของผลิตภัณฑ์พลาสติกลดลง ซึ่งเป็นการช่วยประหยัดต้นทุนการผลิตเนื่องจากมีฟิลเลอร์มีราคาถูกกว่าเม็ดพลาสติก นอกจากนี้ มาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์ยังถูกนำไปใช้เพื่อเสริมความแข็งแรงให้กับผลิตภัณฑ์พลาสติก และเพื่อวัตถุประสงค์ทางสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เนื่องจากการใช้ฟิลเลอร์ซึ่งเป็นสารธรรมชาติเป็นการช่วยลดปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกซึ่งย่อยสลายได้ยาก

โดยมาสเตอร์แบตช์ของบริษัทสามารถแบ่งออกตามระดับชั้นความละเอียดที่แตกต่างกันถึง 4 ระดับ เพื่อรองรับความต้องการใช้งานที่ต่างกันของลูกค้า ซึ่งระดับความละเอียดยิ่งมาก ความเรียบเนียนของผิวเนื้อพลาสติกยิ่งสูง และยิ่งมีความละเอียดมาก ยิ่งสามารถเพิ่มปริมาณเพื่อใช้ทดแทนเม็ดพลาสติกได้มากขึ้น ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มการประหยัดต้นทุน นอกจากนี้ เมื่อใช้ฟิลเลอร์เป็นส่วนผสมในปริมาณที่เหมาะสม จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกมีความแข็งแรงและย่อยสลายได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

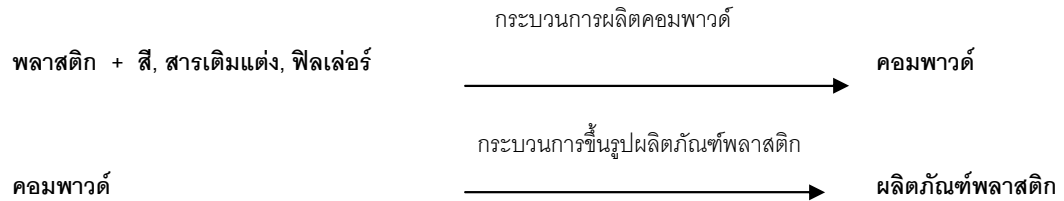
นับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2551 บริษัทได้มีการจัดสรรกำลังการผลิตใหม่ ส่งผลให้ปัจจุบันมาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์ของกลุ่มบริษัทนั้นดำเนินการผลิตโดยบริษัทย่อยทั้งหมด โดยในช่วงเดือนกรกฎาคม 2551 – ธันวาคม 2551 บริษัทย่อยจะจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ชนิดมาตรฐานที่ผลิตได้ให้แก่บริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในนามของบริษัท สาลีคัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) สำหรับตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 เป็นต้นไป บริษัทย่อยจะเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์ทั้งชนิดมาตรฐานและชนิดพิเศษ และจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในนามของบริษัท โพลีเมอร์วิสาหกิจ เอเชีย จำกัด โดยตรง

ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทสารฟิลเลอร์เท่ากับ 220.53 ล้านบาท, 198.45 ล้านบาท และ 203.52 ล้านบาท ตามลำดับหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.30, ร้อยละ 32.75 และร้อยละ 36.12 ของรายได้จากการขายและบริการของบริษัท

การใช้วัตถุดิบในรูปของมาสเตอร์แบตช์หรือเม็ดแม่สีในการผลิตนั้น เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกในการผลิต เนื่องจากช่วยประหยัดเวลาและต้นทุนในการค้นคว้าวิจัยสูตรหรือส่วนผสมของวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกนั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท การเลือกประเภทวัตถุดิบและการคำนวณสัดส่วนการใช้วัตถุดิบประเภทต่าง ๆ นั้น ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในคุณสมบัติ หน้าที่ และปริมาณที่เหมาะสมของเม็ดพลาสติกและสารเคมีประเภทต่าง ๆ เป็นอย่างดี เพื่อที่จะทำให้สูตรผสมวัตถุดิบที่ได้นั้น สามารถนำไปใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และสอดคล้องต่อกฎเกณฑ์หรือระเบียบต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะต้องปฏิบัติตาม ภายใต้ต้นทุนที่ยอมรับได้ของลูกค้า ดังนั้น การที่บริษัทได้เข้ามาทำหน้าที่ในการเป็นผู้จัดเตรียมวัตถุดิบให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติก จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถมุ่งเน้นไปที่การออกแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบแม่พิมพ์ รวมถึงกรรมวิธีการผลิต เพื่อตอบสนองของความต้องการของเจ้าของตราสินค้าได้อย่างเต็มที่ โดยมอบหน้าที่ในการวิเคราะห์และจัดเตรียมวัตถุดิบที่มีคุณสมบัติตามต้องการและสอดคล้องกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้แก่บริษัท

## 2. เม็ดพลาสติกผสมสีหรือสารเติมแต่งแบบสำเร็จรูปหรือเม็ดพลาสติกคอมพาวด์ (Compound)

เม็ดพลาสติกคอมพาวด์ เกิดจากการกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับเม็ดพลาสติกแบบมาสเตอร์แบตช์ แต่มีความเข้มข้นในระดับที่พร้อมนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกได้ทันทีโดยมิต้องนำไปผสมกับเม็ดพลาสติกอีกในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก



การใช้วัตถุดิบในรูปแบบของคอมพาวด์ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกจะให้คุณภาพที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับการใช้วัตถุดิบในรูปแบบของมาสเตอร์แบทช์หรือการใช้วัตถุดิบตั้งต้นแต่ละประเภทมาผสมกัน เนื่องจากเม็ดพลาสติกคอมพาวด์นั้นเป็นการหลอมสีหรือสารเติมแต่งต่าง ๆ ให้เข้าเป็นเนื้อเดียวกันกับเม็ดพลาสติกแล้ว เมื่อถูกค้ำนำไปขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกจึงช่วยป้องกันปัญหาความไม่สม่ำเสมอของการกระจายของสีหรือสารเติมแต่งในเนื้อพลาสติกเหมือนกรณีที่เกิดขึ้นจากการใช้วัตถุดิบในรูปแบบของมาสเตอร์แบทช์หรือการใช้ผงสี ซึ่งอาจเกิดปัญหาจากการเลือกใช้เม็ดพลาสติกที่ไม่เหมาะสมหรือเกิดจากการฟุ้งกระจายเมื่อใช้ผงสีเป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต ดังนั้น การผลิตสินค้าที่ให้ความสำคัญต่อความสม่ำเสมอของสี เช่น ส่วนประกอบยานยนต์ หรือชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งมีการแยกกว่าจ้างผลิตชิ้นส่วนของแต่ละส่วนประกอบในผู้ผลิตหลาย ๆ ราย แล้วจึงนำมาประกอบรวมกัน จึงมักใช้คอมพาวด์เป็นวัตถุดิบในการผลิต เพื่อให้ส่วนประกอบต่าง ๆ เมื่อนำมาประกอบรวมกันแล้วให้สีที่สม่ำเสมอ

ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายคอมพาวด์ เท่ากับ 15.02 ล้านบาท, 8.52 ล้านบาท และ 5.84 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.95, ร้อยละ 1.41 และร้อยละ 1.03 ของรายได้จากการขายและบริการของบริษัทตามงบการเงินรวม

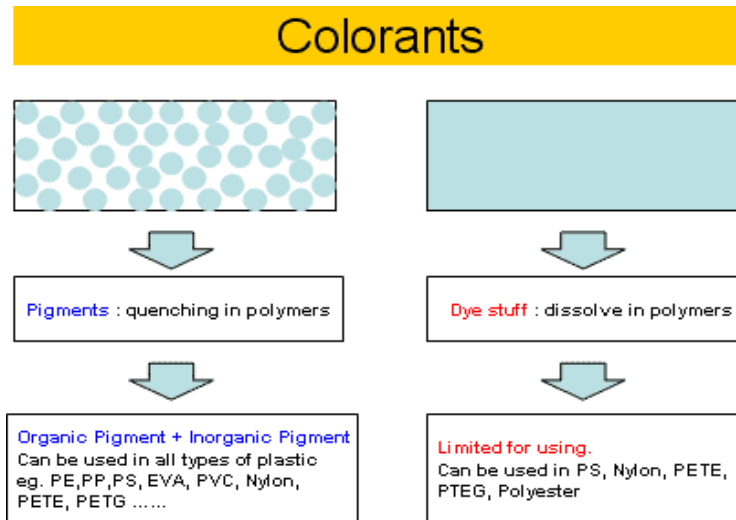
### 3. สีผสมพลาสติกชนิดผง (Dry Colourant)

นอกจากการผลิตวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบของเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบทช์ และเม็ดพลาสติกคอมพาวด์แล้ว บริษัทยังมีการผลิตและจำหน่ายสีผสมพลาสติกชนิดผง (Dry Colourant) สำหรับให้ลูกค้าของบริษัทนำผงสีดังกล่าวไปใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าของตน โดยลูกค้าของบริษัทจะนำผงสีไปผสมกับวัตถุดิบตั้งต้นประเภทอื่น ๆ เช่น เม็ดพลาสติก สารเติมแต่ง หรือฟิลเลอร์ตามสัดส่วน เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์สีผสมพลาสติกที่บริษัทผลิตและจำหน่ายสามารถแบ่งเป็นกลุ่มหลักได้ดังนี้

3.1 สีย้อม (Dye stuff) หมายถึง สารให้สีที่คุณสมบัติในการละลายเป็นเนื้อเดียวกันกับเนื้อของพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ใช้สีประเภทนี้ จะมีความใส สามารถมองเห็นทะลุเนื้อของพลาสติกได้

3.2 ผงสี (Pigment) หมายถึง สารสีที่มีคุณสมบัติไม่ละลายเป็นเนื้อเดียวกันกับเนื้อของพลาสติก แต่จะแขวนลอยอยู่ในเนื้อของพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ใช้สีประเภทนี้ จึงมีลักษณะทึบแสง ไม่สามารถมองเห็นทะลุเนื้อพลาสติกได้

ในการผลิตสีพลาสติกชนิดผง (Dry Colourant) นั้น สามารถใช้สีแต่ละกลุ่มผสมกันภายในกลุ่ม เช่น สีย้อมผสมสีย้อม หรือผสมกันข้ามกลุ่ม เช่น สีย้อมผสมผงสี เพื่อให้ได้สีพลาสติกชนิดผงตามต้องการก็ได้ อย่างไรก็ตาม ในการเลือกใช้สีผสมพลาสติกนั้น จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของประเภทของเม็ดพลาสติกที่จะใช้ด้วย เนื่องจากสารให้สีแต่ละประเภทมีคุณสมบัติในการใช้แตกต่างกัน



ที่มา : ฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัท สาลีคัลเลอร์ จำกัด (มหาชน)

การให้สีส่นในผลิตภัณฑ์พลาสติกนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งด้านการตลาดของสินค้าที่จะชักจูงให้ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสีส่นใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้บริการเทียบสีตามตัวอย่าง (Colour matching) ทั้งเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในรูปแบบของสีผสมพลาสติกซึ่งนำไปใช้ในกระบวนการผลิตโดยตรงและการพัฒนาสีสำหรับนำไปใช้ในการผลิตมาสเตอร์แบตช์ของบริษัท

อย่างไรก็ดี การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผงสีในการผลิตนั้นสามารถควบคุมได้ยากกว่าการใช้มาสเตอร์แบตช์หรือคอมพาวด์เนื่องจากผงสีมีลักษณะเป็นผงจึงฟุ้งกระจายได้ง่าย ดังนั้น การควบคุมสัดส่วนของผงสีให้เป็นไปตามสูตรการผสมที่ต้องการจึงกระทำได้ยาก ส่งผลให้อาจเกิดความไม่สม่ำเสมอของสีของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในแต่ละครั้ง นอกจากนี้ การใช้ผงสีซึ่งมีคุณสมบัติฟุ้งกระจายนั้น ยังเพิ่มความยุ่งยากในการทำความสะอาดเครื่องจักรมากกว่าการใช้มาสเตอร์แบตช์อีกด้วย ดังนั้น การใช้ผงสีโดยตรงในการผลิตจึงเหมาะกับงานที่ผลิตปริมาณไม่มากและไม่ต้องการความประณีตมากนัก หรือใช้กับกระบวนการผลิตบางประเภทที่ไม่สามารถใช้วัตถุดิบในรูปแบบของมาสเตอร์แบตช์หรือคอมพาวด์ได้ เช่น กระบวนการผลิตแบบหมุนเหวี่ยงแม่พิมพ์ (Rotational Molding) ซึ่งใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่และไม่ต้องการความละเอียดมากนักเช่น ถังบำบัด, ถังน้ำแข็ง, แท็งค์น้ำ หรือ เรือ เป็นต้น

ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายสีผสมพลาสติกเท่ากับ 3.33 ล้านบาท, 2.51 ล้านบาท และ 2.81ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.65, ร้อยละ 0.41 และร้อยละ 0.50 ของรายได้จากการขายและบริการของบริษัทตามงบการเงินรวม

## รายได้จากการบริการ

รายได้การบริการเกิดขึ้นโดยลูกค้าของกลุ่มบริษัทจะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบต่างประเภทต่าง ๆ และให้กลุ่มบริษัทเป็นผู้ทำการผลิต โดยในปี 2551 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการให้บริการเท่ากับ 2.01 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.39 ของรายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัท โดยการประกอบธุรกิจมีลักษณะดังกล่าวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ในปี 2552 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการให้บริการให้บริการรับจ้างผลิตเท่ากับ 10.67 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.75 ของรายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัท และในปี 2553 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการรับจ้างผลิตของบริษัทเพิ่มขึ้นเป็น 35.54 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.31 ของรายได้จากการขายและบริการของกลุ่มบริษัท

### 3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

#### 3.2.1 กลยุทธ์การตลาด

##### 1) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้วยความมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำด้านการพัฒนาวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก บริษัทจึงตระหนักถึงความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาเป็นอย่างดี โดยบริษัทมีทีมงานวิจัยและพัฒนาที่มากด้วยประสบการณ์และความชำนาญมากกว่า 20 ปีไว้เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากการคำนวณสัดส่วนการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ชนิด ประเภท ประสิทธิภาพและคุณสมบัติของสารเคมี รวมถึงกระบวนการที่ลูกค้าจะใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก ดังนั้น การคำนวณสูตรที่เหมาะสมจึงนับเป็นศาสตร์ที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในคุณสมบัติ หน้าที่ และปริมาณที่เหมาะสมของเม็ดพลาสติกและสารเคมีต่าง ๆ เพื่อจะทำให้ได้สูตรผสมของมาสเตอร์แบดท์หรือคอมพาวด์ซึ่งนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ได้คุณภาพตรงตามที่ต้องการ ภายใต้ต้นทุนที่เหมาะสมของลูกค้า นอกจากนี้ การเลือกใช้วัตถุดิบประเภทต่างๆ ยังต้องสอดคล้องต่อกฎเกณฑ์หรือระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของลูกค้าแต่ละรายที่จะต้องปฏิบัติตามอีกด้วย

บริษัทได้จัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น โปรแกรมการเทียบสีด้วยระบบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพของพลาสติก เพื่อคัดค้นและทดลองสูตรของมาสเตอร์แบดท์หรือคอมพาวด์ที่จะให้คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์พลาสติกตรงตามที่ต้องการ นอกจากนี้ บริษัทได้จัดเตรียมสายการผลิตผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อใช้สำหรับการทดลองนำมาสเตอร์แบดท์หรือคอมพาวด์ตามสูตรผสมต่าง ๆ มาใช้ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จริง ทั้งการขึ้นรูปแบบอัดเป่าฟิล์ม (Extrusion Blow Film), การฉีดเข้าแม่พิมพ์ (Injection Molding) และการเป่าเข้าแม่พิมพ์ (Blow Molding) และบริษัทยังมีการทดสอบโดยการนำผลิตภัณฑ์พลาสติกจากการทดลองขึ้นรูปดังกล่าวไปทดลองใช้งาน อาทิ การบรรจุสินค้าของเจ้าของตราสินค้า หรือทดสอบด้วยเครื่องทดสอบความคงทนต่อรังสีอัลตราไวโอเล็ต (UV) ทั้งนี้ เพื่อสอบถามคุณภาพของมาสเตอร์แบดท์ที่สามารถนำไปใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณลักษณะและคุณสมบัติได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ส่งผลให้บริษัทได้รับไว้วางใจในคุณภาพการทำงานจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องเสมอมา จนได้รับมอบหมายจากลูกค้าบางรายให้ทำวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินแผนการตลาดเชิงรุก โดยการค้นคว้าวิจัยมาสเตอร์แบดท์หรือคอมพาวด์ซึ่งสามารถใช้ทดแทนสูตรเดิมภายใต้เงื่อนไขต้นทุนที่

ประหยัดขึ้น หรือพัฒนาสูตรผสมที่ช่วยให้สินค้าของลูกค้ามีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่ดีกว่า เพื่อ  
นำเสนอเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าของบริษัทอีกด้วย

2) ความหลากหลายของสินค้าและการให้บริการที่ครบวงจร

บริษัทมุ่งเน้นการเป็น “Solution Provider” โดยการจัดเตรียมสินค้าที่หลากหลายเพื่อให้สามารถรองรับ  
ความต้องการใช้งานของลูกค้าที่แตกต่างกันได้อย่างครอบคลุมให้มากที่สุด บริษัทนับเป็นหนึ่งในผู้นำ  
ด้านการผลิตวัตถุดิบสำหรับผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกในรูปแบบของเม็ดพลาสติก  
มาสเตอร์แบตช์, เม็ดพลาสติกคอมพาวด์ และสีผสมพลาสติกชนิดผง ที่สามารถรองรับลูกค้าในกลุ่ม  
ต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากมีทางเลือกให้ลูกค้าที่หลากหลาย เช่น สามารถผลิตมาสเตอร์แบตช์  
โดยใช้เม็ดพลาสติก (Base Resin) ได้หลายประเภท เช่น HDPE, LDPE, PET, PP, PS, PVC, GPPS  
และ EVA เป็นต้น หรือการให้บริการผลิตสินค้าแบบเฉพาะเจาะจงสำหรับลูกค้าแต่ละราย (Tailor  
made) ซึ่งบางคำสั่งซื้อของลูกค้าอาจมีความต้องการที่หลากหลาย เช่น หลายคุณสมบัติในคำสั่งซื้อ  
เดียวกัน (Combination batch) ดังนั้น บริษัทจึงเป็นผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า  
ได้อย่างครอบคลุมไม่ว่าจะเป็นลูกค้ากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เรียบง่าย, ใช้สีพื้นฐาน และไม่  
ต้องการคุณสมบัติพิเศษอันใด จนถึงลูกค้ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ต้องการคุณสมบัติเฉพาะ เช่น ผลิตภัณฑ์  
พลาสติกที่เน้นสีใส, มีคุณสมบัติและมีข้อกำหนดพิเศษต่าง ๆ มากมายในคำสั่งซื้อเดียวกัน และอยู่  
ภายใต้ต้นทุนที่ลูกค้ายอมรับได้ นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการใช้  
วัตถุดิบตั้งต้นในกระบวนการผลิตด้วยการให้บริการเทียบเคียง, วิเคราะห์ และจัดเตรียมสีผสมพลาสติก  
ชนิดผง เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้านำไปใช้ในการผลิตของตน เนื่องจากในกระบวนการผลิตของลูกค้ารายแต่ละ  
รายนั้น อาจมีทั้งสายการผลิตที่ใช้วัตถุดิบในรูปแบบของวัตถุดิบตั้งต้น, มาสเตอร์แบตช์ และ/หรือ  
คอมพาวด์ ตามความเหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ลูกค้าของบริษัทจึงสามารถสั่งซื้อวัตถุดิบใน  
รูปแบบต่าง ๆ ที่มีคุณสมบัติตามต้องการได้จากบริษัทในแห่งเดียว

นอกจากการพัฒนาสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการด้านวัตถุดิบของ  
ลูกค้าได้สูงที่สุดแล้ว บริษัทยังจัดเตรียมการให้บริการที่ครบวงจรไว้สำหรับบริการลูกค้าของบริษัท โดย  
เริ่มตั้งแต่การเทียบเคียงตัวอย่าง หรือการแปรความต้องการของลูกค้าซึ่งบางครั้งเป็นนามธรรมให้เป็น  
สูตรผสมวัตถุดิบที่เป็นรูปธรรมโดยทีมวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องของ บริษัท, การวิเคราะห์และวิจัยสูตร  
ผสม, การผลิตมาสเตอร์แบตช์ตัวอย่างและทดสอบการใช้งานจริง นอกจากนี้ บริษัทยังมีทีมงาน  
ให้บริการหลังการขายไว้สำหรับบริการลูกค้าเมื่อเกิดปัญหาจากการนำสินค้าของบริษัทไปใช้ในการผลิต  
และมีทีมงานสำหรับให้คำแนะนำด้านเทคนิคการผลิตและการเลือกสรรวัตถุดิบแก่ลูกค้า รวมถึงการ  
จัดเตรียมทีมงานไว้สำหรับรับข้อมูลจากลูกค้าและร่วมกันพัฒนาสินค้าเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือ  
ความต้องการของเจ้าของตราสินค้าให้ได้มากที่สุด

3) คุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ  
และส่งเสริมขีดความสามารถในการดำเนินงานของลูกค้าให้ได้สูงสุด ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่  
ลูกค้าในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทได้จัดตั้งฝ่ายตรวจสอบ  
คุณภาพ (Quality Assurance) ในการทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนการ



ผลิต ตั้งแต่การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ การตรวจสอบคุณภาพระหว่างการผลิต การตรวจสอบคุณภาพสินค้าสำเร็จรูป การตรวจสอบคุณภาพสินค้าของบริษัทเมื่อนำไปทดลองขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติก การตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบ และยังรวมถึงการสอบถามเกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของลูกค้าอีกด้วย

นอกจากนี้ บริษัทได้นำระบบ 5ส. มาใช้ในการดำเนินงาน และได้รับการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2000 จากสถาบัน UKAS ประเทศอังกฤษ

#### 4) การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของคู่ค้าและมุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน บริษัทจึงใช้นโยบายการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับคู่ค้า ซึ่งหมายความรวมถึงลูกค้า ผู้ค้าวัตถุดิบ ตัวแทนจำหน่าย และผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจอื่น ๆ โดยมีได้มุ่งเน้นเพียงธุรกรรมการซื้อขายสินค้ากันเท่านั้น บริษัทยังมีการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าโดยการจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น การฝึกอบรมด้านเทคนิค หรือร่วมกันกับคู่ค้าในการวิจัยและพัฒนาทั้งในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุนและการพัฒนาสินค้าใหม่ เช่น เส้นใยไนลอนที่มีคุณสมบัติในการต้านเชื้อแบคทีเรีย (ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อ 4 เรื่องการวิจัยและพัฒนา) โดยคู่ค้าของบริษัทจะส่งทีมงานมาพัฒนาความร่วมมือหรือมีการให้การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้บริษัทสามารถผลิตสูตรผสมของมาสเตอร์แบทช์หรือคอมพาวด์ที่คู่ค้าต้องการ เป็นต้น นอกจากนี้ คู่ค้าของบริษัทยังช่วยให้อุปกรณ์เกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้บริษัทสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ ได้สูงสุด ส่งผลให้บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าในระยะยาว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเติบโตของบริษัท

#### 5) การบริการ

บริษัทให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้าและมุ่งเน้นให้ลูกค้าของบริษัทได้รับความพอใจสูงสุด โดยบริษัทได้จัดให้มีระบบการตรวจสอบบทวนข้อกำหนดของสินค้าให้ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่ตกลง และสามารถส่งมอบได้ตรงตามกำหนดที่ลูกค้าต้องการ และจัดให้มีทีมงานสำหรับให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการใช้สินค้าของบริษัทเป็นบริการต่อเนื่องหลังการขาย นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายให้พนักงานทำการสื่อสารกับลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องของข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะ ข้อตกลง ความต้องการแก้ไขเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และข้อร้องเรียนจากลูกค้า เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการให้สามารถสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าของบริษัท

#### 6) การประชาสัมพันธ์

บริษัทมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของบริษัทให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า โดยการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมพลาสติกแห่งประเทศไทยและสมาคมพลาสติกชีวภาพ รวมทั้งการลงสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น วารสารของสมาคมพลาสติก และชมรมกอล์ฟของผู้ค้าพลาสติก

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ [www.saleecolour.com](http://www.saleecolour.com) ของบริษัท ควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการอย่างสม่ำเสมอตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ส่งผลให้ชื่อของ "SALEE COLOUR" เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่มลูกค้าในด้านของคุณภาพและ



การให้บริการ และได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องเสมอมา

### 3.2.2 ลักษณะของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทและบริษัทย่อยนับเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบดท์และเม็ดพลาสติกคอมพาวด์สำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกซึ่งมีความหลากหลายของสินค้าที่สามารถนำไปใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ได้หลากหลาย ดังนั้น กลุ่มลูกค้าของบริษัทจึงได้แก่กลุ่มผู้ค้าส่งและผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติก (Molders/Converters) ที่กระจายอยู่ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. *กลุ่มผู้ค้าส่ง (Wholesaler)*: ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่นำสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยไปเพื่อจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้ค้านำไปใช้งานต่ออีกทอดหนึ่ง คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 – ร้อยละ 20 ของรายได้จากการจำหน่ายของบริษัท

2. *กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติก (Molder/Converter)* ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่นำสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยไปใช้เป็นส่วนประกอบของวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกต่าง ๆ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 – ร้อยละ 90 ของรายได้จากการจำหน่ายของบริษัท และคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 100 ของรายได้จากการจำหน่ายของบริษัทย่อย โดยลูกค้ากลุ่มนี้สามารถแบ่งตามลักษณะการนำไปใช้งาน (Application) เช่น

*กลุ่มการอัดเป่าฟิล์ม (Extrusion Blow Film)* : ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการอัดเป่าฟิล์มเพื่อผลิตเป็นสินค้าประเภทถุงพลาสติก, ซองพลาสติก หรือฟิล์มแผ่นบาง เป็นต้น

*กลุ่มการฉีดเข้าแม่พิมพ์ (Injection Molding)* : ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการฉีดเข้าแม่พิมพ์เพื่อผลิตเป็นชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

*กลุ่มการเป่าเข้าแม่พิมพ์ (Blow Molding)* : ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการเป่าเข้าแม่พิมพ์เพื่อผลิตเป็นสินค้าประเภทภาชนะปากแคบ เช่น ขวด ถังบรรจุน้ำดื่ม และบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นต้น

*กลุ่มการแปรรูปเส้นเทป (Woven Tape Processing)* : ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการฉีดสารละลายโพลีเมอร์การฉีดผ่านหัวไดน์ (Die Head) และดึงยืดเพิ่มความแข็งแรงเพื่อแปรรูปเป็นเส้นเทปยาว เพื่อนำไปถัก, สาน หรือทอเป็นผืน เช่น ผืนผ้าพลาสติก และกระสอบ เป็นต้น

*กลุ่มการแปรรูปเส้นใยยาว (Filament Extrusion)* : ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการฉีดสารละลายโพลีเมอร์การฉีดผ่านหัวฉีด (spinnerets) และดึงยืดเพิ่มความแข็งแรงเพื่อแปรรูปเป็นเส้นใยยาว (Filament Fiber) เพื่อนำไปใช้ผลิตเป็นเชือกไนลอน พรม อวน เข็มขัดนิรภัย เป็นต้น

*กลุ่มการรีดเข้าแบบ (Extrusion)* : ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วยการรีดเข้าแบบเพื่อผลิตเป็นสินค้าประเภทขอบประตูพลาสติก ไม้เทียม ชิ้นส่วนรถยนต์ ราง และท่อต่างๆ เป็นต้น

*กลุ่มอื่น ๆ* : เช่น การแปรรูปเป็นเส้นใยสั้น (Non Woven) เพื่อใช้ผลิตเป็น ผ้าอ้อม ผ้าอนามัย เส้นใยบรรจุในเครื่องนอน เป็นต้น, การแปรรูปด้วยการหมุนเหวี่ยงแม่พิมพ์ (Rotational Molding) เพื่อผลิตถังน้ำแข็ง แท็งก์น้ำ เป็นต้น

สำหรับลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติกนี้ กลุ่มผู้ประกอบการด้วยการรีดเข้าแบบ(Extrusion), การเป่าเข้าแม่พิมพ์ (Blow Molding) และการอัดเป่าฟิล์ม (Extrusion Blow Film) เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทและบริษัทย่อย โดยในช่วงปี 2551-2552 และ ปี 2553 รายได้ของกลุ่มลูกค้าดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนรวมประมาณร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายของบริษัทและบริษัทย่อย

ในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทและบริษัทย่อยนั้น ลูกค้าส่วนใหญ่จะทำการติดต่อซื้อขายมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่า 5 ปี และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ในปี 2551 ปี 2552 และ ปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมิได้มีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายและบริการโดยรวมของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตามในปี 2551 และ ปี 2552 กลุ่มบริษัทมีการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าจำนวนหนึ่งรายที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 10 ของรายได้จากการขายและบริการรวมของกลุ่มบริษัท

ทั้งนี้สัดส่วนการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าของบริษัทและบริษัทย่อย โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้าสามารถแสดงได้ดังนี้

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มลูกค้า	ปี 2550		ปี 2551		ปี 2552		ปี 2553	
	บริษัท	บริษัทย่อย	บริษัท	บริษัทย่อย	บริษัท	บริษัทย่อย	บริษัท	บริษัทย่อย
1. กลุ่มผู้ค้าส่ง	9.63	-	13.79	-	9.88	6.98	11.13	11.05
2. กลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก	90.37	100.00	86.21	100.00	90.12	93.02	88.87	88.95

### 3.2.3 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 79.90, ร้อยละ 79.97 และร้อยละ 83.08 ของรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวมของบริษัทในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 ตามลำดับ ซึ่งการจำหน่ายสินค้าในประเทศนั้น บริษัทจะใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยตรงให้แก่ลูกค้าซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกต่าง ๆ โดยผ่านเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและเวปไซต์ [www.saleecolour.com](http://www.saleecolour.com) ของบริษัท ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและการขายจะเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อลูกค้าเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และการให้บริการ รวมถึงการร่วมกับคู่ค้าในการพัฒนาวัตถุดิบและเทคนิคการผลิตเพื่อใช้ในการประหยัดต้นทุนและทำการตลาดของลูกค้าของบริษัทด้วย

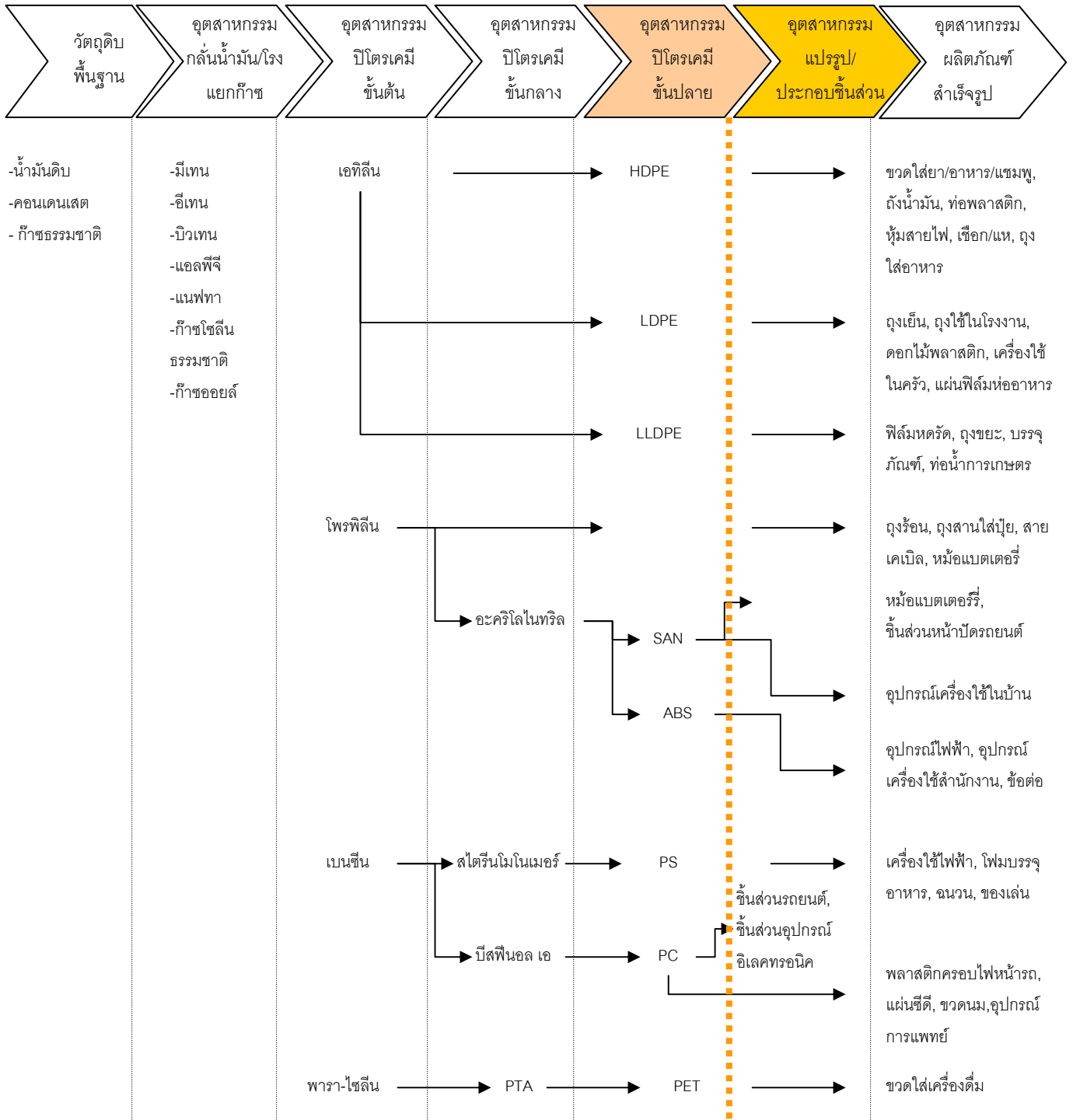
นอกจากการผลิตและจำหน่ายสินค้าในประเทศแล้ว บริษัทมีการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20.10, ร้อยละ 20.03 และร้อยละ 16.92 ของรายได้จากการขายและบริการตามงบการเงินรวมของบริษัทในปี ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 ตามลำดับ โดยการจำหน่ายสินค้าไปต่างประเทศนั้น บริษัทจะจำหน่ายให้ตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่งจำนวน 7 ราย ในประเทศเนปาล, เวียดนาม, พม่า, มาเลเซีย, อินเดีย, บังคลาเทศ และศรีลังกา ซึ่งตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าส่งดังกล่าว จะเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าของบริษัทในประเทศต่าง ๆ ดังกล่าว รวมถึงการใช้ช่องทางการจัด

จำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท นอกจากนี้ ในอนาคตบริษัทยังมีนโยบายที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ประเทศอื่นๆ ทั้งในทวีปเอเชีย ยุโรป ออสเตรเลีย และอเมริกาได้อีกด้วย

### 3.2.4 แนวโน้มและภาวะอุตสาหกรรม

ธุรกิจของบริษัทนั้นเป็นธุรกิจเชื่อมต่อระหว่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายและอุตสาหกรรมแปรรูปหรืออุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วน ซึ่งแสดงได้ตามแผนภาพแสดงสายการผลิตอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ดังนี้

สายการผลิตอุตสาหกรรมปิโตรเคมี



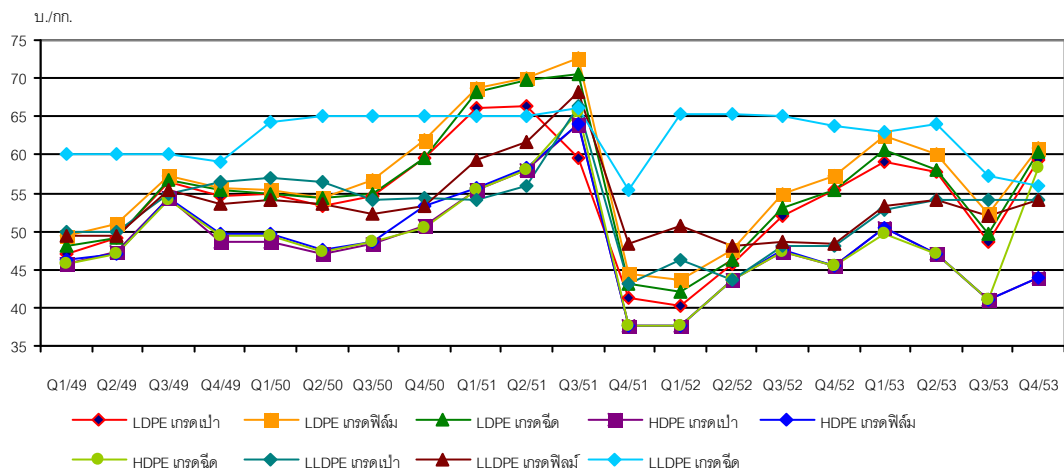
ที่มา : <http://www.ptit.org> , สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

เนื่องจากธุรกิจของบริษัทนั้นต้องอาศัยวัตถุดิบจากกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลาย ได้แก่ เม็ดพลาสติกประเภทต่างๆ ดังนั้นแนวโน้มของอุตสาหกรรมของเม็ดพลาสติก โดยเฉพาะแนวโน้มของราคาเม็ดพลาสติก จึงเป็นปัจจัยหลักที่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของบริษัท นอกจากนี้ภาวะอุตสาหกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยเฉพาะกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติก นั้นก็เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจของบริษัทเช่นกัน โดยภาวะอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

### อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก

เม็ดพลาสติกประเภทต่างๆ เช่น HDPE, LLDPE และ LDPE เป็นต้น เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลาย โดยแนวโน้มราคาของเม็ดพลาสติกทั้งประเภท HDPE, LLDPE และ LDPE สามารถแสดงให้เห็นได้ตามแผนภาพดังนี้

ราคาเม็ดพลาสติก HDPE, LLDPE และ LDPE



ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกไทย

ราคาเฉลี่ยของเม็ดพลาสติกมีการเริ่มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี 2549 ตามราคาเอทิลีนและราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นของกระบวนการผลิตเม็ดพลาสติก ประกอบกับมีปริมาณความต้องการซื้อจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และในช่วงต้นไตรมาสที่ 3 ปี 2549 ราคาเม็ดพลาสติกมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากตามราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับมีความต้องการซื้อจากทั้งประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศไทย เนื่องจากต้องการเร่งผลิตสินค้าส่งไปยังสหภาพยุโรปก่อนวันที่ 1 ตุลาคม 2549 ซึ่งสหภาพยุโรปจะประกาศใช้ภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping Duties) กับผู้ผลิตถุงพลาสติก PE จากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศไทย ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2549 ราคาเม็ดพลาสติกเฉลี่ยได้ปรับตัวลดลงเนื่องจากผู้ผลิตเอทิลีนในหลายประเทศมีแผนที่จะลงทุนเพิ่มและขยายกำลังการผลิต สำหรับในไตรมาสที่ 1 ปี 2550 ราคาเฉลี่ยเม็ดพลาสติกไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก และเริ่มปรับตัวลดลงในช่วงปลายไตรมาสตามราคาแนฟทาที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในไตรมาสที่ 3 ปี 2550 จนถึงไตรมาสที่ 3 ปี 2551 ตามราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากความไม่สงบทางการเมืองของประเทศผู้ผลิตน้ำมันและการหยุดผลิตน้ำมันชั่วคราวของประเทศ

เม็กซิโกเนื่องจากสภาพอากาศแปรปรวน สำหรับในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 จนถึงไตรมาส 4 ปี 2551 ราคาเม็ดพลาสติกเริ่มปรับตัวลดลงตามราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจของโลก โดยเฉพาะปัญหาการถดถอยของเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาและปัญหาวิกฤติของสถาบันการเงินในกลุ่มประเทศยุโรป ประกอบกับการขยายกำลังการผลิตของประเทศในกลุ่มภูมิภาคตะวันออกกลาง อีกทั้งความต้องการใช้เม็ดพลาสติกในประเทศที่ลดลงจากภาวะการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้ราคาเม็ดพลาสติกลดต่ำลงและปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงสิ้นปี 2551 ซึ่งจากการที่ราคาของเม็ดพลาสติกลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการผันผวนอย่างรวดเร็วของราคาเม็ดพลาสติก ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 51 บริษัทและบริษัทย่อยตั้งค่าเผื่อสำรองการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือเท่ากับ 3.87 ล้านบาท สำหรับในปี 2552 นั้น ราคาเม็ดพลาสติกเริ่มคงที่และมีการปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยในไตรมาสที่ 1 ปี 2552 จากการที่ราคาน้ำมันดิบเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น ประกอบกับความต้องการใช้เม็ดพลาสติกของอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศที่ชะลอไปในช่วงปี 2551 เริ่มกลับมาอีกครั้ง และสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมที่ปรับตัวดีขึ้นในปี 2552 โดยราคาเม็ดพลาสติกเริ่มปรับตัวสูงขึ้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2552 ตามความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น จนกระทั่งไตรมาสที่ 1 ปี 2553 ตามความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น และเนื่องจากราคาแนฟทาของตลาดเอเชียมีการปรับราคาสูงขึ้นตามราคาน้ำมันดิบ ซึ่งมีสาเหตุมาจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นของประเทศจีน อย่างไรก็ตามราคาเม็ดพลาสติกปรับตัวลดลงในไตรมาสที่ 2 และ 3 ปี 2553 ทั้งนี้เนื่องมาจากการปรับตัวลดลงของน้ำมันดิบ ส่งผลให้ราคาแนฟทาปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงกลางไตรมาสที่ 2 นอกจากนี้ความต้องการเม็ดพลาสติกลดลงโดยเฉพาะจากประเทศจีน ทั้งนี้เนื่องมาจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าจากเอเชียลดลง โดยเฉพาะประเทศจีนซึ่งรวมถึงผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก สำหรับราคาเม็ดพลาสติกในไตรมาสที่ 4 ปี 2553 นั้นปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย จากปัจจัยด้านราคาน้ำมัน เศรษฐกิจต่างประเทศและในประเทศที่ขยายตัวมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจมากขึ้น รวมทั้งความต้องการในการบริโภคและการใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นหลังจากสถานะน้ำท่วม อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าราคาเม็ดพลาสติกในช่วงปี 2552 และปี 2553 นั้นยังมีความผันผวนแต่ความผันผวนในช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีน้อยกว่าในช่วงปี 2550 และปี 2551 ที่ราคามีการแกว่งตัวค่อนข้างรุนแรง

### อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก

อุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศไทยจัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมเชื่อมต่อระหว่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมต่อเนื่องมากมาย อาทิ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน เครื่องแต่งกาย เฟอร์นิเจอร์ วัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมระบุว่า โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทยมีจำนวนประมาณ 3,500 โรงงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ โดยมีส่วนของโครงสร้างต้นทุนในการผลิตประกอบด้วย วัตถุดิบ (เม็ดพลาสติก) ร้อยละ 70 แรงงานร้อยละ 10-15 พลังงานร้อยละ 8 ที่เหลือเป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 7-12

ตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปี 2551 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศไทยมีการเติบโตด้านมูลค่าการส่งออกอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดได้แก่ กลุ่มแผ่นฟิล์ม พอยล์ และแถบ รองลงมาได้แก่ กลุ่มถุงและกระสอบพลาสติก แต่อย่างไรก็ตามจากวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2552 ที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศต่างๆไปทั่วโลก ส่งผลให้ภาคการส่งออกของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทยได้รับผลกระทบด้วยเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2552 ภาคการส่งออกของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากภาวะดังกล่าวค่อนข้างรุนแรง แต่อย่างไรก็ตามหลังจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจากประเทศต่างๆได้เริ่มเห็นผลมากขึ้นใน ไตรมาส 3 และไตรมาส 4 ของปี 2552 ส่งผลให้เศรษฐกิจของต่างประเทศเริ่มฟื้นตัวกลับมา ซึ่งทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวกลับมาด้วยเช่นเดียวกัน โดยในปี 2552 อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกมีอัตราการส่งออกลดลงจาก 2,518 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2551 เป็น 2,154 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2552 หรือลดลงประมาณร้อยละ 14.44 เมื่อเทียบกับปี 2551

โดยตลาดหลักสำหรับการส่งออกคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย และประเทศในภูมิภาคอินโดจีน ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีมูลค่าส่งออกสูงที่สุดในปี 2551 และปี 2552 ได้แก่ กลุ่มฟิล์มพอยล์และแถบ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 747.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 29.69 และ 691.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือร้อยละ 32.08 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งหมดในปี 2551 และ ปี 2552 ตามลำดับ รองลงมาคือกลุ่มถุงและกระสอบพลาสติกที่มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 599.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯหรือคิดเป็นร้อยละ 23.81 และ 490.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือร้อยละ 22.75 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด ในปี 2551 และ ปี 2552 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามในปี 2553 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าในการส่งออกของไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้นตามลำดับ และจากการที่แต่ละประเทศได้มีการออกมาตรการทางเศรษฐกิจ เพื่อแก้ปัญหาภาวะเศรษฐกิจนั้น น่าจะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจของแต่ละประเทศสามารถฟื้นตัวได้เร็วขึ้น ซึ่งจากปัจจัยต่างๆดังกล่าวจะส่งผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก และ อุตสาหกรรมต่อเนื่องเช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2553 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศไทยมีมูลค่าเท่ากับ 2,905 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือคิดเป็นมูลค่า 92,161 ล้านบาท) หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 34.89 จากปี 2552

สำหรับการนำเข้า ประเทศไทยยังคงมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยไม่สามารถผลิตได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีสิทธิบัตรหรือลิขสิทธิ์ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณความต้องการใช้ไม่มากพอที่ผู้ประกอบการจะคุ้มต่อลงทุนในสายการผลิต ซึ่งมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกรวมในปี 2553 มีมูลค่าเท่ากับ 2,505.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือคิดเป็นมูลค่า 79,481 ล้านบาท) ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552 คิดเป็นร้อยละ 16.30 ที่มูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 2,154.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือคิดเป็นมูลค่า 73,967 ล้านบาท) อย่างไรก็ตามมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกในปี 2552 มีมูลค่าลดลง เมื่อเทียบกับปี 2551 เนื่องจากมูลค่าของผลิตภัณฑ์พลาสติกมีราคาลดลงตามราคาเฉลี่ยวัตถุดิบที่ลดลงในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2551 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 ส่งผลให้ในปี 2552 อุตสาหกรรมพลาสติกมีอัตราการนำเข้าลดลงร้อยละ 15.07 จากปี 2551 ที่ผ่านมา โดยเป็นการนำเข้าจากประเทศ ญี่ปุ่น

สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย เป็นหลัก สำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีมูลค่านำเข้า สูงที่สุดในปี 2551 และปี 2552 ได้แก่กลุ่มแผ่นฟิล์ม พอยล์ และแถบ ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 888.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 35.20 และ 805.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 37.57 ของมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด และในปี 2553 มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2552

มูลค่าการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่าส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					
	2547	2548	2549	2550	2551	2552 <sup>e</sup>
แผ่นฟิล์ม พอยล์และแถบ	466.10	536.70	558.70	714.00	747.70	691.20
ถุงและกระสอบพลาสติก	372.90	518.80	530.40	554.00	599.50	490.20
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทำด้วยพลาสติก	68.90	84.00	98.90	113.70	121.20	98.50
พลาสติกปูพื้นและผนัง	40.10	50.60	59.10	77.70	77.80	65.40
กล่องหีบที่ทำด้วยพลาสติก	26.30	30.90	30.00	51.90	74.10	61.10
หลอดและท่อพลาสติก	32.70	41.50	46.00	51.30	63.90	42.30
เครื่องใช้สำนักงานทำด้วยพลาสติก	21.80	22.60	20.20	21.60	18.90	10.60
เครื่องแต่งกายและของใช้ประกอบฯ	25.80	22.60	17.90	21.30	21.10	15.20
ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ	493.20	551.10	624.20	781.50	794.10	680.10
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>1,547.80</b>	<b>1,858.80</b>	<b>1,985.40</b>	<b>2,387.00</b>	<b>2,518.30</b>	<b>2,154.60</b>

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : e = ประมาณการโดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)					
	2547	2548	2549	2550	2551	2552 <sup>e</sup>
หลอดและท่อพลาสติก	80.50	79.70	88.20	99.41	105.40	90.60
แผ่นฟิล์ม พอยล์และแถบ	668.90	742.40	767.50	859.20	888.30	805.10
ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ	1,174.00	1,224.00	1,366.90	1,418.74	1,529.60	1,247.20
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>1,923.40</b>	<b>2,046.10</b>	<b>2,222.60</b>	<b>2,377.45</b>	<b>2,523.30</b>	<b>2,142.90</b>

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : e = ประมาณการโดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

**อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก**

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกนับเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สำคัญในการนำเม็ดพลาสติกไปใช้เป็นวัตถุดิบ เนื่องจากอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกนั้นเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์และเวชภัณฑ์ อุตสาหกรรมน้ำยาเคมีภัณฑ์ รวมถึงอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ หรือชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์พลาสติกนั้นสามารถแบ่งออกตามลักษณะภายนอกได้ 2 กลุ่มใหญ่ คือ



### บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุง

บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการหมุนเวียนการใช้สูง เนื่องจากมีการใช้งานได้ทั่วไปตั้งแต่ในชีวิตประจำวันจนถึงระดับภาคอุตสาหกรรม โดยแนวโน้มของบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุงนั้นผู้บริหารของบริษัทประเมินว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกนั้นยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ภาวะเศรษฐกิจของโลกจะยังอยู่ในช่วงภาวะถดถอยก็ตาม โดยมีปัจจัยหลักสำคัญมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา อีกทั้งการที่ประเทศต่างๆ ได้ประกาศมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้การบริโภคและจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศสาธารณรัฐอินเดีย ที่ยังคงมีการขยายตัวของภาวะเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะมีการใช้จ่ายบริโภคต่อหัวเพิ่มมากขึ้น โดยในประเทศดังกล่าวยังคงมีการขยายตัวของร้านค้าและห้างสรรพสินค้าจากต่างชาติเพิ่มมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการใช้ถุงพลาสติกมีมากขึ้นตามลำดับ สำหรับผลกระทบจากการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมในประเทศต่างๆ นั้น ผู้บริหารประเมินว่าจะส่งผลกระทบต่อด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านการเลือกใช้วัสดุที่นำมาผลิตเป็นถุงพลาสติกมากกว่า เนื่องจากการรณรงค์ดังกล่าว ได้ส่งผลให้มีการผลักดันในการออกกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการใช้ถุงพลาสติกมากขึ้น อาทิ การออกกฎหมายห้ามใช้ถุงที่ไม่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ หรือการกฎหมายห้ามใช้ถุงพลาสติกที่มีขนาดบางกว่าที่กำหนด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในแง่ของปริมาณการบริโภคนั้นไม่น่าจะได้รับผลกระทบมากนักเนื่องจากจุดเด่นในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยและความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกยังคงมีมากกว่าการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นทดแทน

จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกมีแนวโน้มที่เติบโต อย่างไรก็ตามเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปลายปี 2551 - 2552 ส่งผลให้มูลค่าการผลิต การจำหน่ายในประเทศในปี 2552 ลดลงจากปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ 1.5 ตามลำดับ ในด้านการมูลค่าการส่งออกและการนำเข้าในปี 2552 เติบโตลดลงร้อยละ 24.1 และ 4.7 ของมูลค่าการส่งออกและการนำเข้าในปี 2551 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในปี 2553 คาดว่าภาวะเศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ดังนั้นอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน โดยจากข้อมูลของฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คาดว่าในปี 2553 มูลค่าการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกในประเทศจะเติบโตในอัตราร้อยละ 1.3 และ 2.2 จากปี 2552 และการนำเข้าและการส่งออกจะขยายตัวขึ้นร้อยละ 6.1 และ 3.6 เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้า ส่งออกในปี 2552 ตามลำดับ

บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุง	2550	2551	2552	2553 <sup>e</sup>
ปริมาณการผลิตในประเทศ (ตัน) <sup>1)</sup>	68,003	70,519	67,136	68,000
ปริมาณการจำหน่ายในประเทศ (ตัน) <sup>1)</sup>	29,728	37,755	37,179	38,000
มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท) <sup>2)</sup>	17,352	19,246	14,607	15,500
มูลค่าการนำเข้า <sup>2)</sup>	3,100	3,140	2,992	3,100

ที่มา : 1) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

2) กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : e = ประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

### บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดนั้น มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน เนื่องจากบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีคุณสมบัติเด่น คือ มีน้ำหนักเบา ขึ้นรูปได้ง่าย และสามารถผลิตเป็นรูปแบบและสีสันทันทีหลากหลาย รวมถึงสามารถเพิ่มคุณสมบัติพิเศษต่าง ๆ ได้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้บรรจุภัณฑ์ในการทำตลาด และมีแนวโน้มที่จะใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดเพื่อทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น แต่อย่างไรก็ตามในช่วงปี 2552 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกยังคงได้รับผลกระทบจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำด้วยเช่นเดียวกัน จึงทำให้ส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีอัตราเติบโตลดลงจากปี 2551 ร้อยละ 3.5 และมูลค่าการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดในประเทศมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยประมาณร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับมูลค่าการจำหน่ายในประเทศในปี 2551 อย่างไรก็ตามในปี 2553 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งการบริโภคภายในประเทศเริ่มฟื้นตัวขึ้น รวมทั้งผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มหลายราย จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นความต้องการใช้ขวดพลาสติกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยจากข้อมูลของฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คาดว่าในปี 2553 มูลค่าการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดในประเทศจะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 4.4 การนำเข้าและการส่งออกคาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 และ 2.8 เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้า และส่งออกในปี 2552 ตามลำดับ

หน่วย : ล้านบาท

บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด	2549	2550	2551	2552	2553 <sup>e</sup>
มูลค่าการจำหน่ายในประเทศ <sup>1)</sup>	4,018	4,190	4,400	4,500	4,700
มูลค่าการส่งออก <sup>2)</sup>	1,878	2,332	2,520	2,432	2,500
มูลค่าการนำเข้า <sup>2)</sup>	700	767	846	903	970

ที่มา : 1) ฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

2) กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : e = ประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

### กฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก

#### 1. การเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Agreements: FTAs)

ภายใต้กรอบการเจรจา FTA ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีข้อตกลง FTA แบบทวิภาคี ในกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกกับ 3 ประเทศคือ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งในกรอบการเจรจา FTA กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกหมวดสูงและกระสอบพลาสติกนั้น ไทยตกลงที่จะลดอัตราภาษีนำเข้าให้เหลือร้อยละ 0 ในปี 2553 กับประเทศคู่เจรจาทั้งสามคือ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน ในขณะเดียวกัน ประเทศคู่เจรจาก็จะลดอัตราภาษีให้ไทยเช่นเดียวกัน โดยประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ตกลงจะลดอัตราภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์สูงและกระสอบพลาสติกที่นำเข้าจากประเทศไทยเหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2551 และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจะลดอัตราภาษีนำเข้าให้ประเทศไทยให้เหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2553 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวทำให้ในปี 2553 ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะส่งสินค้าออกในหมวดผลิตภัณฑ์สูงและกระสอบพลาสติกเพิ่มขึ้น ไปยังประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เมื่อ FTA มีผลบังคับใช้

## 2. มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD)

มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด เป็นมาตรการทางการค้าที่ประเทศผู้นำเข้า นำมาใช้เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในของประเทศตนเองที่ได้รับความเสียหาย หรือมีแนวโน้มที่จะได้รับความเสียหายจากการทุ่มตลาด อันเกิดจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในราคาไม่เป็นธรรม โดยหลักการแล้วการที่ประเทศผู้ส่งออกส่งออกสินค้าชนิดนั้นๆ ด้วยมูลค่าที่ต่ำกว่ามูลค่าปกติของสินค้าชนิดเดียวกันที่จำหน่ายภายใต้การบริโภคภายในประเทศผู้ส่งออกเองจะถือว่ามีมูลการทุ่มตลาดเกิดขึ้น โดยประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ส่งออกถุงพลาสติกที่ใหญ่ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ได้ถูกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดจากกลุ่มลูกค้าผู้นำเข้าดังกล่าว โดยมาตรการที่ประเทศผู้นำเข้านำมาใช้กับหมวดสินค้าถุงพลาสติกจากประเทศไทย คือการเรียกเก็บภาษีการตอบโต้การอุดหนุนต่อสินค้าที่ได้รับการร้องเรียนในอัตราที่กำหนด ซึ่งในหมวดอุตสาหกรรมถุงพลาสติกนั้น ประเทศไทยถูกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดจากประเทศผู้นำเข้าดังกล่าว โดยในปัจจุบันผู้ส่งออกจากประเทศไทยถูกเรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 0.80-122.88 จากประเทศสหรัฐอเมริกา และร้อยละ 5.10-14.30 จากกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ตามลำดับ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นคือประเทศไทยอาจจะมีมูลค่าการส่งออกในหมวดสินค้าถุงพลาสติกที่ลดลง หรือมีการชะลอตัวทางการนำเข้าถุงพลาสติกจากประเทศผู้นำเข้า

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ประกาศใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกกับประเทศไทยในปี 2547 นั้น ปัจจุบัน ในปี 2552 ได้มีการไต่สวนและยังคงอยู่ในระหว่างการไต่สวนเพื่อรอการตัดสิน ทำให้ผู้ส่งออกจากประเทศไทยยังคงต้องถูกเรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 0.80-122.88 ต่อไป จนกว่าผลการไต่สวนใหม่จะออกมาบังคับใช้ ส่วนการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปนั้น ประเทศไทยไม่ได้รับผลกระทบจากมาตรการดังกล่าวซึ่งบังคับใช้ในปี 2548 มากนัก เนื่องจากประเทศไทยถูกเรียกเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 5.10-14.30 ซึ่งนับเป็นอัตราที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งคือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างมาก ทำให้สินค้าถุงพลาสติกส่งออกจากประเทศไทยไปยังสหภาพยุโรป ยังคงมีศักยภาพที่สามารถแข่งขันได้

## 3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ถุงพลาสติก

ปัจจุบันในบางประเทศได้มีการออกกฎหมายห้ามใช้ถุงพลาสติกบางประเภท เช่น ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีการออกกฎหมายห้ามการผลิตถุงพลาสติกที่บางกว่า 0.025 มิลลิเมตรและห้ามใช้ถุงดังกล่าวในซูเปอร์มาร์เกต และร้านค้าต่างๆ นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ผู้ค้าปลีกเรียกเก็บมูลค่าจากลูกค้าที่ต้องการใช้ถุงพลาสติก, ประเทศสาธารณรัฐฝรั่งเศสและสาธารณรัฐอิตาลีอยู่ระหว่างการดำเนินการที่จะออกกฎหมายห้ามใช้ถุงที่ไม่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป ดังนั้น การออกกฎหมายดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการใช้ถุงพลาสติกในอนาคต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทในฐานะที่เป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้แก่กลุ่มผู้ผลิตถุงพลาสติกได้ อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเลิกใช้ถุงพลาสติกดังกล่าว เป็นเพียงการลดหรือเลิกใช้ถุงพลาสติกบางประเภทซึ่งจะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนประเภทของการใช้ถุงพลาสติกเท่านั้น ซึ่งในฐานะที่บริษัทเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการจัดเตรียมวัตถุดิบให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก การเพิ่มข้อกำหนดหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พลาสติกจึงนับเป็นโอกาสของบริษัทในการที่จะเสนอบริการและเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้ากับผู้ประกอบการผลิตถุงพลาสติกต่าง ๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของประเทศต่าง ๆ ได้มากขึ้น อาทิ การพัฒนาวัตถุดิบซึ่งทำให้ผลิต

คุณภาพพลาสติกที่มีคุณภาพตามที่ต้องการ หรือการพัฒนาวัตถุดิบเพื่อใช้ผลิตพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ เป็นต้น โดยในปัจจุบัน บริษัทเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้จัดตั้งสมาคมพลาสติกชีวภาพไทย ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพในประเทศ

### 3.2.5 ภาวะการแข่งขัน

ผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า ผู้ประกอบการที่มีลักษณะธุรกิจใกล้เคียงกับบริษัทมีทั้งสิ้นประมาณ 7 ราย (ไม่นับรวมบริษัท) โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งมี รายได้จากการขายอยู่ในระดับเกินกว่า 500.00 ล้านบาท จำนวน 4 ราย ซึ่ง 3 รายเป็นผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการขนาดกลางซึ่งมีรายได้จากการขายอยู่ในระดับตั้งแต่ 100.00 ล้านบาท ถึง 500.00 ล้านบาท จำนวน 3 ราย ซึ่งทุกรายเป็นผู้ประกอบการในประเทศ และผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีรายได้จากการขายในระดับที่ต่ำกว่า 100.00 ล้านบาทอีกหลายรายที่กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ

บริษัท สาลีคัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยนั้น จัดอยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการระดับกลางค่อนข้างบน มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 20 ในปี 2553 โดยพิจารณาจากรายได้จากการขายรวมของกลุ่มผู้ประกอบการที่มียอดขายระดับ 100.00 ล้านบาทขึ้นไป สำหรับภาวะการแข่งขันในธุรกิจผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า ถึงแม้จะมีผู้ประกอบการหลายรายในธุรกิจ แต่ภาวะการแข่งขันยังคงไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายจะมุ่งเน้นฐานลูกค้าที่แตกต่างกันไป เช่น เน้นการจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาว (White Masterbatch) หรือเน้นที่การจำหน่ายมาสเตอร์แบตช์ประเภทสี (Colour Masterbatch) หรือเน้นที่การใช้เม็ดพลาสติกประเภทโพลีเอทิลีนหนึ่งในการผลิต เป็นต้น สำหรับบริษัทนั้น ได้ให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนา โดยมีเป้าหมายสู่การเป็นผู้นำด้านวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก ภายใต้แนวคิด “Solution Provider” ซึ่งมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายและครอบคลุมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ทั้งลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าแบบทั่วไป (Commodity) เช่น มาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาว, สีดำ และฟิลเลอร์ หรือลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น มาสเตอร์แบตช์ประเภทสี และสารเติมแต่ง นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถรองรับคำสั่งซื้อแบบเฉพาะเจาะจงของลูกค้า (Tailor made) ซึ่งต้องการสินค้าที่หลากหลายประเภทภายใต้คำสั่งซื้อเดียวกันได้อีกด้วย

## 3.3 การจัดหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์

### 3.3.1 การจัดหาและแหล่งที่มาของวัตถุดิบหลัก

กลุ่มบริษัทนโยบายในการจัดหาวัตถุดิบทั้งจากในประเทศและต่างประเทศโดยมีการนำเข้าวัตถุดิบประเภทที่ไม่สามารถจัดหาได้ในประเทศหรือจัดหาจากต่างประเทศได้ในราคาที่ต่ำกว่าในประเทศ โดยจะพิจารณาถึงคุณภาพ ต้นทุน และระยะเวลาส่งมอบเป็นสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนอื่นอีกด้วย (Natural Hedge)

สำหรับนโยบายการสั่งซื้อวัตถุดิบนั้น บริษัทและบริษัทย่อยจะดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอต่อการผลิตในระยะเวลาประมาณ 1 เดือน – 1 เดือนครึ่ง ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการสำรอง

วัตถุดิบคงคลังเพื่อนำมาใช้ในการผลิตเท่านั้น มิได้มีนโยบายการสำรองวัตถุดิบเพื่อการเก็งกำไรแต่อย่างใด โดยวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังต่อไปนี้

- 1) เม็ดพลาสติก (Resin) นับเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตมาสเตอร์แบตช์และคอมพาวด์ โดยเฉลี่ยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 – ร้อยละ 60 ของต้นทุนการซื้อวัตถุดิบรวม เม็ดพลาสติกนั้นสามารถแบ่งออกเป็นประเภทและชนิดต่าง ๆ ที่หลากหลายซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันไป การเลือกใช้เม็ดพลาสติกจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตและวัตถุประสงค์การใช้งานของแต่ละผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างประเภทของเม็ดพลาสติกที่บริษัทนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักได้แก่ HDPE, LDPE, LLDPE, PP,PVC, GPPS, EVA เป็นต้น กลุ่มบริษัทมีการจัดหาเม็ดพลาสติกจากทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายในประเทศและการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น, มาเลเซีย, สิงคโปร์, การ์ต้า, ซาอุดีอาระเบีย, สหรัฐอเมริกา และแคนาดา
- 2) สี (Colourant) นับเป็นวัตถุดิบที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งของบริษัท โดยสีที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของสีชนิดผง บริษัทและบริษัทย่อยมีการจัดหาสีจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ประเทศเยอรมันและสวิสเซอร์แลนด์
- 3) ฟิลเลอร์ (Filler) ใช้สำหรับการผลิตมาสเตอร์แบตช์หรือคอมพาวด์ประเภทฟิลเลอร์ บริษัทและบริษัทย่อยมีการจัดหาฟิลเลอร์จากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศทั้งหมด
- 4) สารเติมแต่ง (Additive) ใช้สำหรับการผลิตมาสเตอร์แบตช์หรือคอมพาวด์ประเภทสารเติมแต่งเป็นหลัก บริษัทและบริษัทย่อยมีการจัดหาสีจากผู้ผลิตในต่างประเทศโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศ
- 5) อื่นๆ เช่น สารช่วยในการกระจายตัวของแม่สี (Dispersing agent), สารช่วยลดความฝืดในกระบวนการผลิต (Lubricants) และสารช่วยเพิ่มคุณสมบัติบางประการให้แก่เม็ดพลาสติก (Processing Aids) เป็นต้น บริษัทและบริษัทย่อยมีการจัดหาวัตถุดิบอื่น ๆ จากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ และมีการนำเข้าจากต่างประเทศสำหรับวัตถุดิบที่ไม่สามารถจัดหาได้ในประเทศไทย หรือจัดหาได้ในราคาที่ถูกลงกว่าจากการนำเข้า

**ตารางแสดงมูลค่าและสัดส่วนของแหล่งที่มาของวัตถุดิบปี 2550-ปี 2553**

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	2550		2551		2552		ปี 2553	
	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
<b>บริษัท</b>								
ซื้อภายในประเทศ	248.81	78.02	213.42	65.95	203.11	76.34	161.19	67.00
นำเข้าจากต่างประเทศ	70.08	21.98	110.20	34.05	62.97	23.66	79.38	33.00
รวม	318.89	100.00	323.62	100.00	266.08	100.00	240.57	100.00
<b>บริษัทย่อย</b>								
ซื้อภายในประเทศ	60.97	100.00	79.03	100.00	123.58	98.34	127.47	96.74
นำเข้าจากต่างประเทศ	-	-	-	-	2.08	1.66	4.29	3.26
รวม	60.97	100.00	79.03	100.00	125.66	100.00	131.76	100.00

## ตารางแสดงมูลค่าและสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบในปี 2550 –ปี 2553

ประเภท	2550		2551		2552		ปี 2553	
	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
<b>บริษัท</b>								
เม็ดพลาสติก	154.55	48.46	167.40	51.73	99.86	37.53	89.64	37.26
สี	98.48	30.88	80.82	24.97	131.86	49.56	118.57	49.29
ฟิลเลอร์	31.53	9.89	21.88	6.76	3.81	1.43	4.43	1.84
สารเติมแต่ง	4.98	1.56	8.46	2.62	16.45	6.18	11.05	4.59
อื่น ๆ	29.36	9.20	45.06	13.92	14.10	5.30	16.88	7.02
รวม	318.89	100.00	323.62	100.00	266.08	100.00	240.57	100.00
<b>บริษัทย่อย</b>								
เม็ดพลาสติก	37.00	60.68	61.38	77.67	81.21	64.62	88.32	67.03
สี	6.32	10.36	0.53	0.67	0.57	0.46	0.05	0.04
ฟิลเลอร์	14.14	23.19	10.84	13.71	28.14	22.40	27.86	21.14
สารเติมแต่ง	0.27	0.44	0.10	0.13	0.31	0.25	0.13	0.10
อื่น ๆ	3.25	5.33	6.18	7.82	15.43	12.28	15.40	11.69
รวม	60.97	100.00	79.03	100.00	125.66	100.00	131.76	100.00

ในปี 2551 บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่จำนวน 1 ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.76 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมของบริษัทและบริษัทย่อย สำหรับในปี 2552 บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่จำนวน 3 ราย ซึ่งมีมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบอยู่ระหว่างร้อยละ 10 ถึง ร้อยละ 14 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมของบริษัทและบริษัทย่อย และปี 2553 บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่จำนวน 1 รายที่มีมูลค่าการสั่งซื้อคิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 10.42 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมของบริษัทและบริษัทย่อย

ทั้งนี้ ในปี 2551, ปี 2552 และปี 2553 บริษัทไม่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายรายใดในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ดังนั้นบริษัทจึงไม่ประสบปัญหาการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ และการขาดแคลนวัตถุดิบในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ได้ เนื่องจากบริษัทได้กระจายการจัดหาวัตถุดิบไปยังผู้จัดจำหน่ายหลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

## 3.3.2 การผลิต

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยมีโรงงานตั้งอยู่ที่ซอยที่ดินไทย ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกำลังการผลิตรวมเท่ากับประมาณ 36,600 ตันต่อปี โดยแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

		2549	2550	2551	2552	2553
บริษัท <sup>3)</sup>	กำลังการผลิตติดตั้ง <sup>1)</sup> (ตัน)	12,000	17,400	17,400	20,400	24,600
	กำลังการผลิตเต็ม <sup>2)</sup> (ตัน)	9,600	13,920	13,920	16,320	19,680
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	8,866	9,636	11,469	7,850	12,253
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	92.35	69.22 <sup>4)</sup>	82.39 <sup>5)</sup>	48.1 <sup>6)</sup>	62.26
บริษัทย่อย <sup>3)</sup>	กำลังการผลิตติดตั้ง <sup>1)</sup> (ตัน)	3,800	9,800	12,000	12,000	12,000
	กำลังการผลิตเต็ม <sup>2)</sup> (ตัน)	3,040	7,840	9,600	9,600	9,600
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	2,800	8,900	8,119	10,319	11,173
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	92.11	113.52	84.57	107.48	116.39
บริษัทรวม และบริษัทย่อย	กำลังการผลิตติดตั้ง <sup>1)</sup> (ตัน)	15,800	27,200	29,400	32,400	36,600
	กำลังการผลิตเต็ม <sup>2)</sup> (ตัน)	12,640	21,760	23,520	25,920	29,280
	ปริมาณการผลิต (ตัน)	11,666	18,536	19,588	18,169	23,426
	อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	92.29	85.18	83.28	70.10	80.01

- 1) คำนวณจากกำลังการผลิตเฉลี่ยของการผลิตมาสเตอร์แบตช์ทุกประเภท 20 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 300 วันต่อปี
- 2) กำลังการผลิตจริงโดยเฉลี่ยของเครื่องจักรเท่ากับร้อยละ 80 ของกำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักร
- 3) บริษัท โพลีเมอร์วิท เอเซีย จำกัด เริ่มผลิตเชิงพาณิชย์ในเดือนมิถุนายน 2549
- 4) ในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2550 บริษัทได้หยุดเดินเครื่องจักรเพื่อซ่อมแซมและซ่อมบำรุงใหญ่ ส่งผลให้มีอัตราการใช้กำลังการผลิตต่ำ
- 5) ในเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2551 บริษัทมีการหยุดเดินเครื่องจักรเพื่อซ่อมแซมและซ่อมบำรุงใหญ่ ประกอบกับมีการใช้เครื่องจักรในการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทสีดำเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้มีอัตราการใช้กำลังการผลิตต่ำ
- 6) เริ่มติดตั้งเครื่องจักรประเภท BUSS และเริ่มทดลองเครื่องในเดือนสิงหาคม และคิดกำลังกำลังการผลิต 5 เดือน อย่างไรก็ตามในช่วงปลายปี 2552 เครื่องจักรอยู่ในช่วงทดลองสูตรต่างๆในการผลิต ดังนั้นอัตราการใช้กำลังการผลิตจึงต่ำ

การผลิตของบริษัทนั้น ประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) สำหรับสินค้าที่ต้องการคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น สี คุณลักษณะและคุณสมบัติต่าง ๆ และการผลิตเพื่อเป็นสต็อกพร้อมจำหน่าย (Made to Stock) สำหรับสินค้าที่สามารถนำไปใช้ได้ทั่ว ๆ ไป เช่น มาสเตอร์แบตช์ประเภทสีดำและสีขาว ซึ่งเป็นสีพื้นฐานที่ใช้ได้ในงานทั่วไป หรือมาสเตอร์แบตช์ประเภทฟิลเลอร์ซึ่งใช้เพื่อทดแทนเม็ดพลาสติก เป็นต้น

ในช่วงปลายปี 2550 บริษัทมีการหยุดเดินเครื่องจักรเพื่อซ่อมแซมและซ่อมบำรุงใหญ่ ส่งผลให้บริษัทมีอัตราการใช้กำลังการผลิตลดลงจากปี 2549 เหลือประมาณร้อยละ 69.22 จากกำลังการผลิตเต็มที่ 13,920 ตันต่อปี ซึ่งการหยุดเครื่องจักรเพื่อซ่อมแซมดังกล่าวอยู่ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2550 - เดือนกุมภาพันธ์ 2551 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมของบริษัทและ



บริษัทย่อยในปี 2551 บริษัทและบริษัทย่อยมีการใช้กำลังการผลิตในอัตราร้อยละ 85.18 จากกำลังการผลิตเต็มที่ 21,760 ตันต่อปี สำหรับในปี 2551 และปี 2552 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมประมาณร้อยละ 83.28 จากกำลังการผลิตเต็มที่ 23,520 ตันต่อปี และร้อยละ 70.10 จากกำลังการผลิตเต็มที่ 25,920 ตันต่อปีตามลำดับ และในปี 2553 บริษัทและบริษัทย่อยมีอัตราการใช้กำลังการผลิตรวมประมาณร้อยละ 80.01 จากกำลังการผลิตเต็มที่ 29,280 ตันต่อปี

ในการวางแผนการผลิต เมื่อฝ่ายการตลาดและการขายได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว จะดำเนินการแปลงคำสั่งซื้อดังกล่าวเป็นคำสั่งผลิตให้แก่ฝ่ายผลิตเพื่อทำการวางแผนการใช้เครื่องจักรและทำการผลิตตามสูตรผสมที่ได้จากฝ่ายวิจัยและพัฒนา

บริษัทมีนโยบายในการส่งมอบสินค้าภายใน 3 วัน - 1 สัปดาห์หลังจากที่ลูกค้ายืนยันคำสั่งซื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทผลิตภัณฑ์และปริมาณสินค้าที่ลูกค้าสั่งผลิต สำหรับการตรวจสอบคุณภาพสินค้านั้น ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพจะเข้าไปดำเนินการตรวจสอบคุณภาพสินค้าในแต่ละขั้นตอนของการผลิตตามนโยบายการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของบริษัท

### กระบวนการผลิต

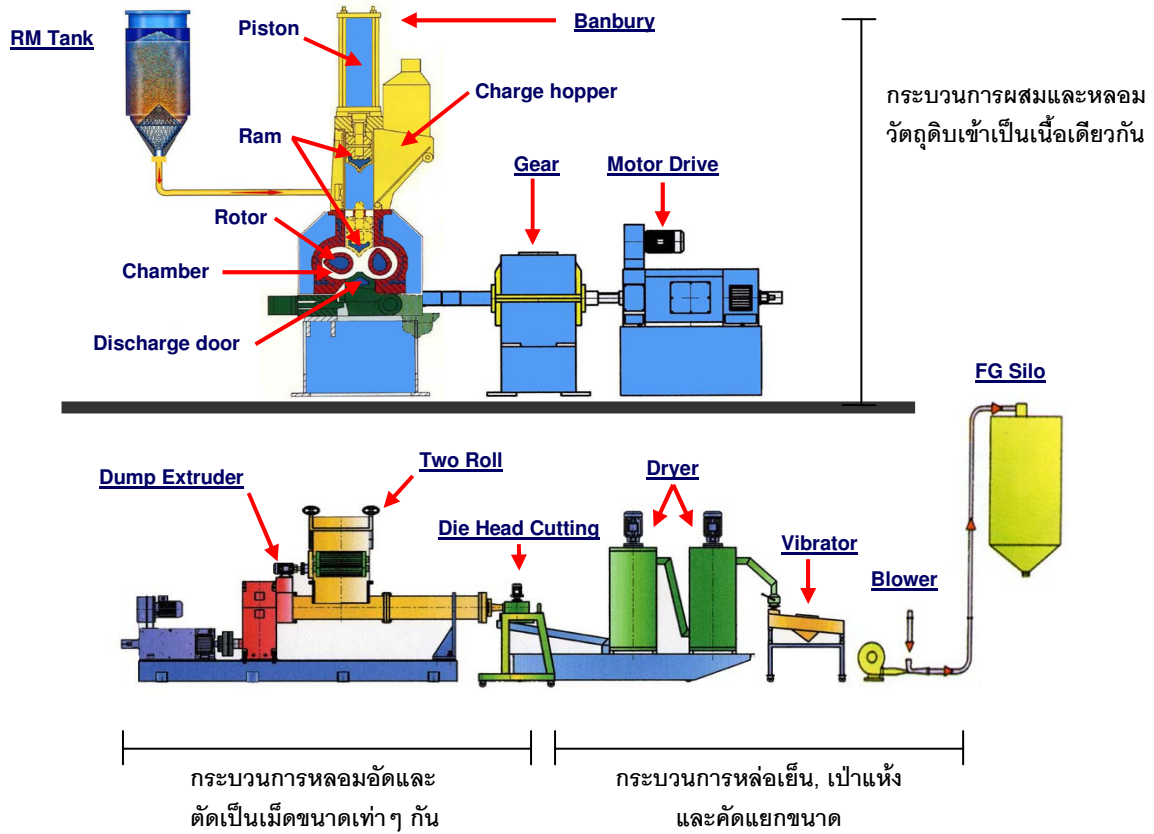
กระบวนการผลิตมาสเตอร์แบตช์หรือคอมพาวด์ เริ่มต้นจากการจัดเตรียมวัตถุดิบตามสูตรการผลิตแต่ละประเภท โดยจำแนกเครื่องจักรออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Banbury Mixer ใช้ในการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทสีขาว, สีดำ และฟิลเลอร์ โดยการหลอมวัตถุดิบในห้องผสมด้วยความร้อนให้เข้าเป็นเนื้อเดียวกัน จากนั้นส่วนผสมซึ่งอยู่ในสภาพสารเหลวเข้มข้นจะถูกป้อนผ่านขบวนการตัดให้เป็นเม็ดขนาดเท่ากันและทำให้แข็งตัวด้วยน้ำ จากนั้นจะถูกสไลด์ให้แห้งก่อนส่งเข้าเครื่องคัดแยกขนาดและบรรจุหีบห่อต่อไป
2. Twin Screw Extruder ใช้ในการผลิตมาสเตอร์แบตช์ประเภทสีต่างๆ และสารเติมแต่ง โดยการผสมวัตถุดิบในเครื่องผสมความเร็วสูงเพื่อให้ส่วนผสมต่างๆ เข้ากันได้ดีในระดับหนึ่งก่อนป้อนเข้าเครื่อง Twin Screw เพื่อหลอมด้วยความร้อนให้เข้าเป็นเนื้อเดียวกัน จากนั้นส่วนผสมจะถูกฉีดเป็นเส้นผ่านรางน้ำเพื่อให้แข็งตัวแล้วจึงผ่านกระบวนการเป่าแห้ง ตัดให้เป็นเม็ดขนาดเท่ากันก่อนบรรจุหีบห่อต่อไป
3. Buss Kneaders ใช้ในการผลิตมาสเตอร์แบตช์ ประเภทสีดำโดยการผสมด้วยความร้อนเพื่อหลอมให้เป็นเนื้อเดียวกัน โดยมีเกลียวหมุนและเข็มในการช่วยให้วัตถุดิบหลอมรวมกันดียิ่งขึ้น โดยทั้งหมดเป็นกระบวนการผลิตแบบปิดและต่อเนื่อง เป็นระบบสุญญากาศ ในแต่ละช่วงจะมีการระบายอากาศออกไปและมีการผ่อนคลายของส่วนผสม เพื่อไม่ให้ส่วนผสมถูกบีบอัดมากเกินไปอาจทำให้คุณภาพของชิ้นงานเสียหายได้ รวมทั้งทำให้มั่นใจในการป้องกันการปนเปื้อน ช่วยลดความสูญเสียในการผลิต อีกทั้งยังมีการซึ่งดวงแบบอัตโนมัติทำให้สัดส่วนของวัตถุดิบมีความสม่ำเสมอยิ่งขึ้น จากนั้นส่วนผสมที่เข้ากันได้จะผ่านกระบวนการตัดเป็นเม็ดแบบตัดได้น้ำและทำให้แห้งด้วยลม จากนั้นทำการแยกขนาดและบรรจุหีบห่อต่อไป

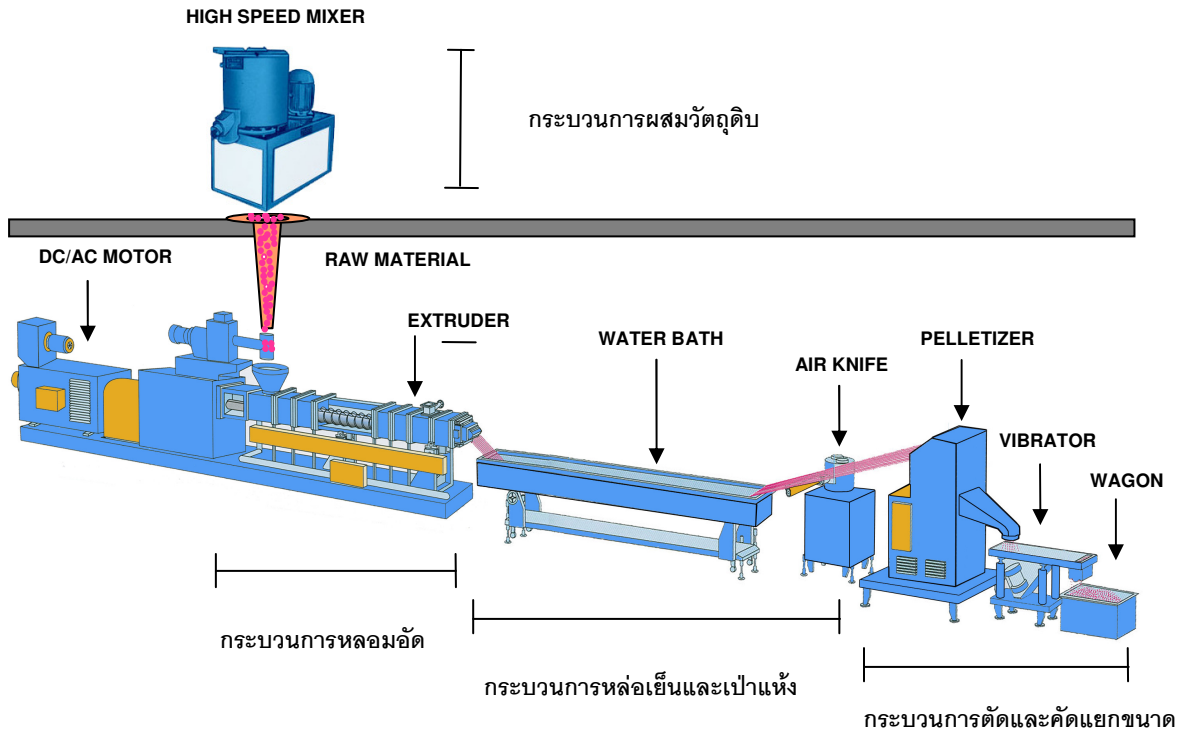
ทั้งนี้ ในการเลือกใช้เม็ดพลาสติก (Base Resin) ที่จะผลิตเป็นมาสเตอร์แบตช์ จะต้องเลือกให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์พลาสติก เพราะประเภทของเม็ดพลาสติกนั้นมีผลต่อการกระจายตัวของสีในเนื้อพลาสติก และอาจมีผลต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตได้ นอกจากนี้ การเลือกใช้เม็ดพลาสติกจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตและวัตถุประสงค์การใช้งานของแต่ละผลิตภัณฑ์อีกด้วย

ภาพกระบวนการผลิตเม็ดพลาสติกมาสเตอร์แบตช์

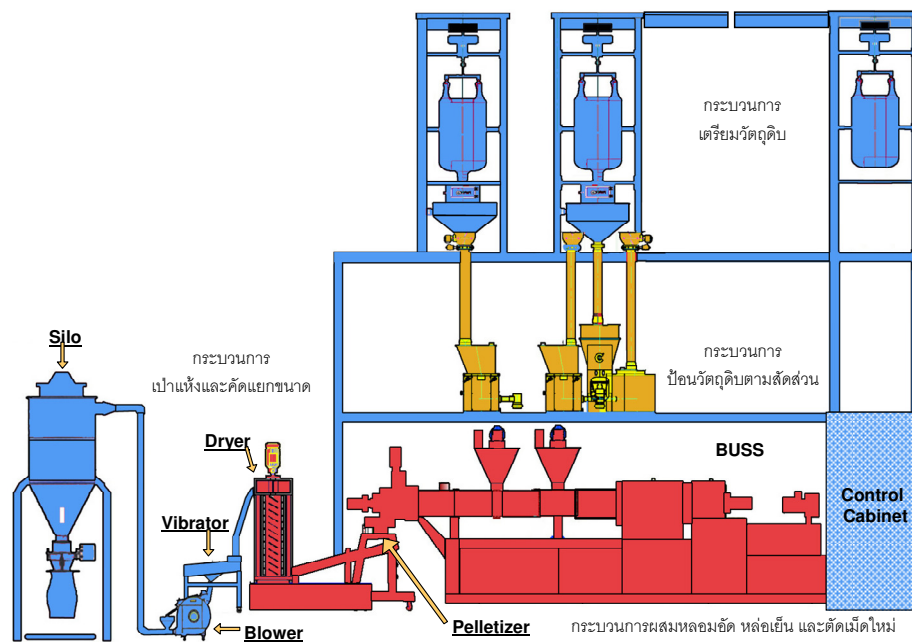
กระบวนการผลิตด้วยเครื่อง Banbury Mixer



กระบวนการผลิตด้วยเครื่อง Twin Screw Extruder



กระบวนการผลิตด้วยเครื่อง Buss Kneaders



### 3.4 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้ให้ความสำคัญในการดูแลและรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี และได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานต่าง ๆ มาโดยตลอด เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการผลิตของบริษัท โดยมีผลภาวะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตของบริษัทได้แก่ ฝุ่นละอองจากวัตถุดิบที่ฟุ้งกระจาย เช่น ผงสีหรือฝุ่นผงจากฟิลเลอร์ และกากน้ำมันจากการล้างเครื่องจักร ในการจัดการกับมลภาวะที่เกิดขึ้นดังกล่าว บริษัทได้ติดตั้งเครื่องดักฝุ่น (Dust Collector) ในบริเวณฝ่ายผลิต โดยฝุ่นที่ดักจับไว้ในเครื่องจับฝุ่นจะถูกรวบรวมและส่งมอบให้บริษัท เอเชีย เวสต์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด นำไปทำลายต่อไป สำหรับกากน้ำมันจากการล้างเครื่องจักรนั้น บริษัทได้ว่าจ้างบริษัท เอเชีย เวสต์ แมนเนจเม้นท์ จำกัด เช่นเดียวกันเพื่อกำจัดมลภาวะดังกล่าว โดย นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการรักษาระดับความดังของเสียงที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยรวมถึงการแจกอุปกรณ์ป้องกันให้แก่พนักงานสำหรับบริเวณที่มีระดับเสียงซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของพนักงาน โดยบริษัทได้ว่าจ้างให้บริษัท ซี. อี. เอ็ม. เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด เข้ามาทำการตรวจสอบและจัดทำรายงานการตรวจวัดระดับความดังของเสียง, ความเข้มของแสง และความร้อนในโรงงานของบริษัทและบริษัทย่อยทุก 1 ปี โดยผลการตรวจวัดในเดือนสิงหาคม 2553 สามารถสรุปได้ดังนี้

หัวข้อ	ผลการตรวจวัด	การดำเนินการ
ระดับความเข้มของแสง	ระดับความเข้มของแสงในหลายบริเวณ มี ความเข้มของแสงต่ำกว่าที่มาตรฐาน กำหนด	บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงโดยการตรวจประสิทธิภาพ หลอดไฟและความสะอาดหลอดไฟ รวมถึงเพิ่ม หลอดไฟในบริเวณดังกล่าวแล้ว
ระดับความดังของเสียง	ระดับความดังของเสียงส่วนใหญ่อยู่ใน เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด เว้น บริเวณที่ตั้ง ของเครื่องจักรบางประเภท โดยเป็นเสียงที่ เกิดขึ้นจากการทำงานของเครื่องจักร	บริเวณที่มีเสียงดังเกินมาตรฐานนั้น โดยส่วนใหญ่เป็น บริเวณที่ตั้งเครื่องจักร โดยบริษัทได้จัดหาอุปกรณ์ป้องกัน และลดการสัมผัสเสียง ให้แก่พนักงาน และทำการตรวจ สมรรถภาพการได้ยินของพนักงานเป็นประจำทุกปี
ระดับความร้อน	ระดับความร้อนอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด	-
คุณภาพอากาศ	คุณภาพอากาศอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด	-

นับตั้งแต่เปิดโรงงานมา บริษัทไม่มีเคยข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการตักเตือนหรือการปรับจากหน่วยงานของรัฐตามกฎหมายที่บริษัทต้องปฏิบัติตามอันได้แก่ พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 บริษัทมีระเบียบในการรักษาสิ่งแวดล้อมในการดำเนินผลิตให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่สำนักงานเขตกำหนดไว้ โดยที่ผ่านมารกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้ทำการตรวจสอบสภาพโรงงานและสภาพแวดล้อมของบริษัท และสรุปผลการตรวจสอบว่า บริษัทอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสภาพแวดล้อมแต่อย่างใด และบริษัทได้รับการต่ออายุใบอนุญาตโรงงานจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมมาโดยตลอดนับตั้งแต่เปิดกิจการ ทั้งนี้ ในเดือนมกราคม 2552 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้เข้าตรวจโรงงานและสภาพแวดล้อมของบริษัทและได้อนุญาตการต่ออายุใบอนุญาต โรงงานของบริษัทจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 แล้ว

### 3.5 งานที่ยังมีได้ส่งมอบ

บริษัทและบริษัทย่อย มีงานคงค้างที่ยังมีได้ส่งมอบให้แก่ลูกค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2553 ประมาณ 4,200 ตัน คิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 110 ล้านบาท โดย คาดว่าจะส่งมอบในเดือนกุมภาพันธ์ ทั้งนี้งานที่ยังมีได้ส่งมอบดังกล่าว ประกอบด้วยทั้งในส่วนการผลิตเพื่อจำหน่าย และการรับจ้างผลิตจากลูกค้า