

3. การประกอบธุรกิจในแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์ที่มีคุณภาพ ตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า (Brand) เป็นที่รู้จักในแต่ละอุตสาหกรรมและผู้บริโภคโดยทั่วไป การผลิตสินค้าของบริษัทจะมาจากกระบวนการผลิตหลัก 2 ประเภทได้แก่ การเป่า (Blow Molding) และการฉีด (Injection Molding) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและแกลลอนในรูปทรงต่างๆ ฝาขวดและชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บริษัทผลิตมีหลากหลายประเภทเพื่อใช้บรรจุสินค้าต่างๆ ได้แก่ น้ำมันหล่อลื่น นมและนมเปรี้ยว สีนํ้าอุปโภคบริโภค สารเคมีสำหรับใช้ในการเกษตร และ ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น โดยวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตมาจากเม็ดพลาสติกประเภท โพลีเอทิลีน (Polyethylene) และเม็ดพลาสติกโพลิโพรพิลีน (Polypropylene)

ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติกที่ผลิตให้แก่ลูกค้าแต่ละรายจะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่จะนำไปใช้งาน ซึ่งลักษณะของบรรจุภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติกที่บริษัทผลิตมีลักษณะต่างๆ กัน เช่น รูปร่าง ขนาด สี ลักษณะของวัตถุดิบ คุณสมบัติเฉพาะของวัตถุดิบ รวมทั้งฉลากที่ติดกับบรรจุภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติกที่บริษัทผลิตนั้น แบ่งได้ตามประเภทของการนำไปใช้งานของลูกค้าได้ดังนี้

- ก) **บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุน้ำมันหล่อลื่น** บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด แกลลอน และถังในขนาดและรูปทรงต่างๆ เพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุน้ำมันหล่อลื่นหลากหลายตราสินค้า เช่น ปตท, คาลเท็กซ์, เอสโซ่, โมบิล, ปิโตรนาส, อินนิออส, โตโยต้า, คูโบต้า เป็นต้น บริษัทสามารถผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุน้ำมันหล่อลื่นประเภทขวด แกลลอนและถัง ในขนาดและรูปทรงต่างๆ ได้ตามความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่ขนาดเล็กที่มีขนาดบรรจุ 0.5, 0.8, 1, 3, 4, 5 และ 6 ลิตร และขนาดใหญ่ที่มีขนาดบรรจุ 18 ลิตร และ 20 ลิตร



- ข) บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุนมและนมเปรี้ยว บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุนมและนมเปรี้ยวในขนาดและรูปทรงต่างๆ หลากหลายตราสินค้า เช่น โฟร์โมสต์, ซีพีเมจิ, คัทมิลล์ เป็นต้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้บรรจุนมและนมเปรี้ยวที่ผลิตจะต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรง ดังนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุนมและนมเปรี้ยว โดยบริษัทได้แยกส่วนของกระบวนการผลิตและการทำงานออกมาต่างหาก โดยจะแยกเป็นห้องระบบปิด(Clean Room) และแยกเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตและพนักงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการผลิตออกจากสายการผลิตอื่น เพื่อเป็นการป้องกันการปนเปื้อนของฝุ่นละอองและแบคทีเรียและสามารถควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานของ GMP(Good Manufacturing Practice) และระบบ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point) โดยบรรจุภัณฑ์ที่บริษัทสามารถผลิตได้มีขนาดบรรจุ 80 มล. 100 มล. 190 มล. 200 มล. 450 มล. 830 มล. 2 ลิตร และ 5 ลิตร



ค) บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภค บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภค เช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำยาทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาล้างห้องน้ำและสุขภัณฑ์ น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างจาน เป็นต้น บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำยาปรับผ้านุ่ม บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุแป้งท้าว เป็นต้น



- ค) บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุสารเคมีสำหรับการเกษตร บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร เช่น ยากำจัดศัตรูพืช ยาฆ่าหญ้า เป็นต้น



- จ) ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์ บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนพลาสติกให้แก่ลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ (Product Maker) และ ผู้ผลิตและจัดหาอุปกรณ์ขั้นที่ 1 (1st Tier Supplier) ได้แก่ มิตซูบิชิ, ฮอนด้า, นิสสัน, จีเอ็ม, ทاتا, ฮีโน่, ยามาฮ่า, คาวาซากิ เป็นต้น โดยผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์จะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปเป็นส่วนประกอบในชิ้นส่วนของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ถังบรรจุน้ำสำหรับทำความสะอาดกระจกหน้า ถังบรรจุน้ำระบายความร้อนสำหรับหม้อน้ำ ท่อแอร์ (“Duct”) ฝาครอบท้ายรถกระบะ (“Lid”) สปอยเลอร์ ฝาพลาสติกครอบเกียร์ เป็นต้น



โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบเสมือนงบการเงินรวมแยกตามประเภทของลูกค้า สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551 – 2553 และงบการเงินรวมงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2554 เป็นดังนี้

	2551		2552		2553		งวด 6 เดือนปี 2554 (ม.ค. – มิ.ย.)	
	มูลค่า ล้านบาท	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
รายได้จากการขาย บรรจุภัณฑ์สำหรับ น้ำมันหล่อลื่น	579.25	64.86	685.70	64.79	861.50	62.19	555.63	64.81
บรรจุภัณฑ์สำหรับนมและ นมเปรี้ยว	76.16	8.53	129.99	12.28	189.40	13.67	102.81	11.99
บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า อุปโภคและบริโภค	88.58	9.92	84.35	7.97	100.57	7.26	54.72	6.38
บรรจุภัณฑ์สำหรับสารเคมี สำหรับการเกษตร	55.60	6.23	52.89	5.00	56.76	4.10	44.10	5.14
ชิ้นส่วนยานยนต์	88.22	9.88	77.25	7.30	141.25	10.20	86.20	10.06
อื่นๆ	4.61	0.52	21.03	1.99	21.85	1.58	12.17	1.42
รายได้จากการขาย	892.42	99.92	1,051.21	99.33	1,371.33	99.00	855.63	99.81
รายได้อื่น	0.72 ^{1/}	0.08	7.07	0.67	13.88	1.00	1.64	0.19
รายได้รวม	893.14	100.00	1,058.28	100.00	1,385.21	100.00	857.27	100.00

1/ ในปี 2551 รายได้อื่นไม่รวมกำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้จำนวน 63.45 ล้านบาท

3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์ที่มีคุณภาพ ตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้า ที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านคุณภาพของชิ้นงานและคุณภาพของการให้บริการ โดยบริษัทให้ความสำคัญและใส่ใจในการผลิตตั้งแต่การออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์, การจัดหาวัตถุดิบ, การควบคุมการผลิต รวมไปถึงการตรวจสอบคุณภาพและความเรียบร้อยของชิ้นงานที่ผลิต และการส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้ตรงเวลา เพื่อให้มั่นใจได้ว่าชิ้นงานที่บริษัทผลิตตรงตามความต้องการและการออกแบบของลูกค้า

ทั้งนี้กลยุทธ์ที่บริษัทใช้ในการแข่งขัน เป็นดังนี้

- (1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทให้ความสำคัญต่อการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทจะให้ความสำคัญ

ตั้งแต่การออกแบบรูปทรงของผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ลูกค้ากำหนด การกำกับดูแลกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน รวมไปถึงการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้ว โดยบริษัทจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้ว 2 ระดับ คือ

1. การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต และ
 2. การตรวจสอบขั้นสุดท้ายก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและส่งมอบให้แก่ลูกค้ามีคุณสมบัติตรงตามที่ลูกค้ากำหนด
- (2) ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน บริษัทให้ความสำคัญในการควบคุมและจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและสามารถส่งมอบงานได้อย่างสม่ำเสมอและเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานของบริษัท
- (3) ความมั่นคงในการผลิต บริษัทสามารถผลิตและจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามรูปแบบความต้องการของลูกค้า และในปริมาณและเวลาที่กำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับมอบสินค้าในปริมาณและเวลาที่ทันกับความต้องการ โดยเฉพาะชิ้นส่วนยานยนต์ที่บริษัทผลิตจะต้องจัดส่งให้แก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถนำไปใช้แบบทันเวลาพอดี (Just-in-Time)
- (4) ความสามารถในการเพิ่มหรือขยายกำลังการผลิต บริษัทสามารถเพิ่มหรือขยายกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการเติบโตและการขยายตัวของธุรกิจของลูกค้า โดยสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นหากมีความต้องการจากลูกค้า
- (5) การพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน บริษัทมุ่งมั่นที่จะพัฒนากระบวนการผลิตและการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและจงใจลูกค้า เนื่องจากโครงสร้างการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทและในอุตสาหกรรมมีลักษณะเป็นแบบต้นทุนบวกอัตรากำไร (Cost Plus Pricing) ดังนั้นการที่บริษัทสามารถบริหารจัดการให้ต้นทุนลดลงจะทำให้ต้นทุนของลูกค้าลดลงด้วยเช่นกัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของลูกค้า
- ทั้งนี้บริษัทได้พัฒนาและนำกระบวนการรวมถึงระบบการดำเนินงานมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตของบริษัทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน โดยเริ่มทยอยนำระบบ TPM (Total Productive Maintenance) เข้ามาใช้ในปี 2543 ทำให้บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิต อันนำมาซึ่งการรักษาความสามารถในการทำกำไรของบริษัท โดยบริษัทอยู่ระหว่างการเตรียมการเพื่อขอรับรางวัล TPM Excellence Award จาก JIPM ที่ประเทศญี่ปุ่นในปี 2555
- (6) ความรับผิดชอบและความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า
 - ความสามารถในการปรับเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในบางกรณีลูกค้าอาจมีความต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งอย่างกระทันหัน

บริษัทที่มีความสามารถที่จะปรับเปลี่ยนสายการผลิตเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ภายในระยะเวลาอันสั้น

- การรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า บริษัทมีนโยบายที่จะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว โดยการจัดเตรียมและรักษากำลังการผลิตสนับสนุนงานของลูกค้า รวมถึงขยายกำลังการผลิตและเพิ่มกระบวนการใหม่ๆ เพื่อให้บริการครบวงจร
- การรักษาความลับของลูกค้า บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาความลับของลูกค้า โดยบริษัทจะควบคุมดูแลไม่ให้มีการนำข้อมูลทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของลูกค้าว่าจ้างบริษัทผลิตหรือข้อมูลอื่นใดที่เป็นความลับการค้าของลูกค้า รวมถึงข้อมูลอื่นใดที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำธุรกิจของบริษัท นำมาเปิดเผยต่อบุคคลภายนอกหรือนำข้อมูลดังกล่าวไปหาประโยชน์เพื่อการส่วนตัว

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักในแต่ละอุตสาหกรรมและผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติกที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้ดังนี้

ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าของบริษัท

	ประเภทลูกค้า	กลุ่มลูกค้าในปัจจุบันของบริษัท
1.	บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุ น้ำมันหล่อลื่น	ผู้ผลิตน้ำมันหล่อลื่นได้แก่ บมจ. ปตท, บจ. เซลล์ (ประเทศไทย), บจ. น้ำมันคาลเท็กซ์, บจ. เอ็กซ์ซอน-โมบิล (ประเทศไทย), บจ. ปีโตรนาส รีเทล (ประเทศไทย) , บจ. โททาล ออยล์ (ประเทศไทย), บจ. นิปปอน ออยล์ (ประเทศไทย), บจ. น้ำมันอพลโล (ไทย), บจ. บีพี-คาสทรอล (ประเทศไทย) จำกัด, บจ. โตโยต้า(ประเทศไทย) เป็นต้น
2.	บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุ นมและนมเปรี้ยว	ผู้ผลิตนมและนมเปรี้ยวได้แก่ บจ. โฟร์โมสต์ อาหารนม (กรุงเทพฯ), บจ. ซีพี-เมจิ, บจ. ดัชมิลล์ เป็นต้น
3.	บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุ สินค้าอุปโภคและบริโภค	ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคได้แก่ บจ. ไอพี แมนูแฟกเจอร์ริง , บจ. อุตสาหกรรมมิตรมงคล, บจ. นวศรี แมนูแฟกเจอร์ริง , บจ. นาร์ก-เทียร์่า เป็นต้น
4.	บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุ สารเคมีสำหรับการเกษตร	ผู้ผลิตเคมีสำหรับการเกษตรได้แก่ บจ. เอร่าวันเคมีเกษตร, บจ. ชินเจนทา ครอบ โปรเทกชั่น, บจ. อโกร เคมีอุตสาหกรรม, บจ. เจียไต้ เป็นต้น
5.	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยาน	ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ หรือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

	ประเภทลูกค้า	กลุ่มลูกค้าในปัจจุบันของบริษัท
	ยนต์	ได้แก่ บจ.ซอนต้า ออโตโมบิล(ประเทศไทย), บจ. มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย), บจ.เจนเนรัลมอเตอร์ส (ประเทศไทย), บจ.สยามนิสตันออโตโมบิล, บจ.ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย), บจ.ไทยยามาฮ่ามอเตอร์, บจ.กาวาซากิมอเตอร์ เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย), บจ.เอเชียนซอนต้า มอเตอร์, บจ.ซัมมิต ออโตซีท อินดัสตรี เป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าในประเทศทั้งหมด โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ดังนี้

- การจำหน่ายผ่านทีมงานฝ่ายการตลาด บริษัทดำเนินการติดต่อลูกค้าโดยตรงผ่านทีมงานฝ่ายการตลาดของบริษัทที่มีประสบการณ์ ความรู้ และสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยทีมงานฝ่ายการตลาดของบริษัทจะไปพบกับลูกค้าและนำเสนอผลิตภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและทำให้ทราบถึงความต้องการใหม่ๆ ของลูกค้า รวมถึงในบางครั้งอาจมีการประสานงานร่วมกันกับหลายๆ ฝ่ายภายในบริษัท เช่น ฝ่ายผลิต และฝ่ายวางแผน เป็นต้น เพื่อร่วมกันจัดทำและนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย
- การจำหน่ายโดยเข้าร่วมประมูลงาน เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวิธีที่ลูกค้าในกลุ่มชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์ และกลุ่มบรรจุภัณฑ์ น้ำมันหล่อลื่นใช้ในการคัดเลือกผู้ผลิต โดยมีทีมงานฝ่ายการตลาดของบริษัทจะติดตามข่าวสารในการเปิดประมูลงานของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อยื่นเสนอราคาแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่น โดยลักษณะการประมูลจะเป็นการประมูลเฉพาะผู้ผลิตที่เคยผลิตให้แก่เจ้าของสินค้าอยู่ในปัจจุบัน (การประมูลแบบปิด) เพื่อให้ได้รับคัดเลือกและคำสั่งซื้อจากลูกค้า
- การจำหน่ายโดยลูกค้าเข้ามาติดต่อบริษัทโดยตรง ลูกค้าของบริษัทบางรายมีการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทโดยตรง เนื่องจากได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเดิมของบริษัท

นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกและชิ้นส่วนพลาสติกจากราคาดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์บวกอัตรากำไร (Cost Plus Pricing) ทั้งนี้ในการกำหนดราคานี้มีทั้งแบบที่กำหนดร่วมกันระหว่างบริษัทและลูกค้า โดยเจรจาหนดราคาจำหน่ายร่วมกันตั้งแต่ก่อนเริ่มกระบวนการผลิต และแบบที่บริษัทต้องเสนอราคาจำหน่ายเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่น

เนื่องจากต้นทุนส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์ของบริษัทมาจากราคาวัตถุดิบ คือ เม็ดพลาสติกโพลีเอทธิลีนและเม็ดพลาสติกโพลีโพรพิลีน ซึ่งบริษัทจะสั่งซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่จากภายในประเทศ อย่างไรก็ตามเนื่องจากวัตถุดิบดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีลักษณะเป็น Commodity ราคาของวัตถุดิบดังกล่าวจึงถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบแต่ละประเภทในตลาดโลก ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาจจะมีราคาเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ของบริษัทจึงมีการกำหนดให้สามารถปรับราคาได้สำหรับลูกค้าที่มีเงื่อนไขกำหนดไว้ให้ปรับราคาได้ โดยจะมีการกำหนดไว้ให้สามารถปรับราคาจำหน่ายได้ทุกเดือน หรือทุกไตรมาส เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

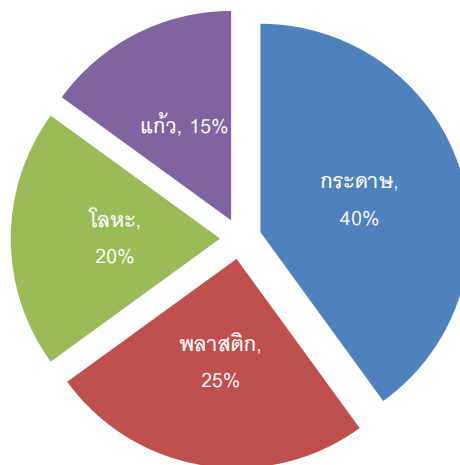
แม้ว่าจะมีลูกค้าบางประเภทที่ไม่มีเงื่อนไขการปรับราคากำหนดไว้ก็ตาม แต่บริษัทก็สามารถเจรจาปรับราคากำหน่ายได้ตามราคาวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไป

3.2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก

บรรจุภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับทุกภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นในภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม เกษตรกรรม หรือการให้บริการที่ล้วนต้องใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น บรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้ 4 ประเภทหลักๆ ได้แก่บรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์โลหะ บรรจุภัณฑ์แก้ว และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

สัดส่วนประเภทบรรจุภัณฑ์



ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

บรรจุภัณฑ์พลาสติกมีสัดส่วนการผลิตเป็นอันดับสองที่ประมาณร้อยละ 25 ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในประเทศ แต่มีมูลค่าตลาดในสัดส่วนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 – 40 ของมูลค่ารวมของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด รวมถึงมีอัตราการเจริญเติบโตสูงกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ มีการพัฒนาเคลื่อนไหวมากที่สุด และมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน

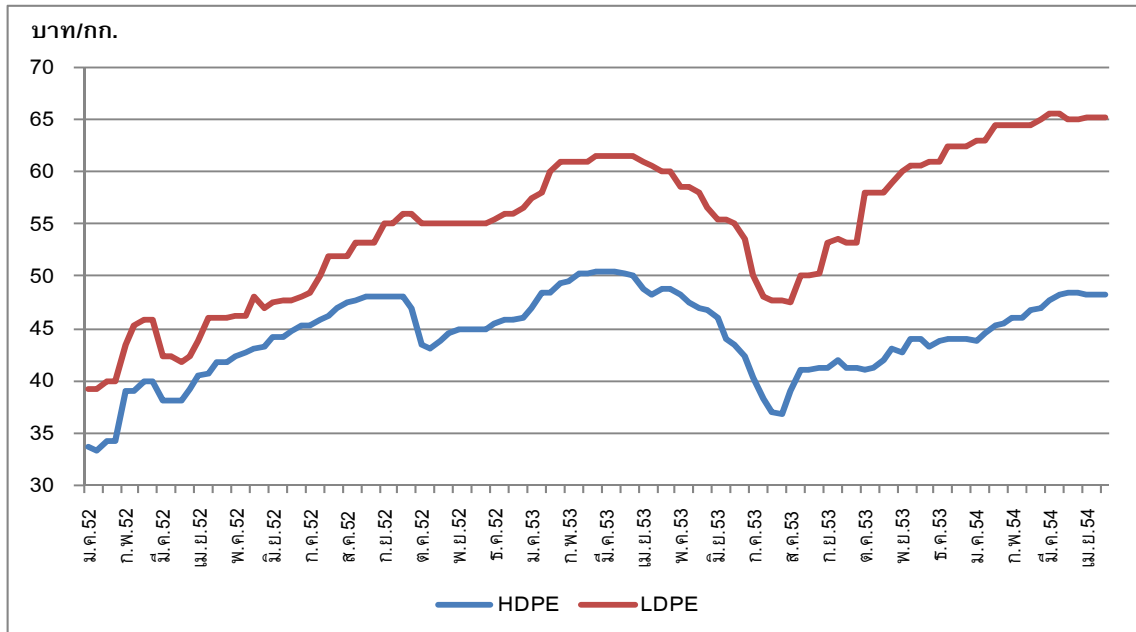
อุตสาหกรรมหลักอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงมีการนำไปใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นได้ เช่นขวดแก้วและกระป๋องโลหะเป็นต้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีข้อดีหลายประการ คือสามารถป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ระดับหนึ่ง ทนต่อความร้อนหรือเย็น ทนต่อกรดหรือด่าง มีความแข็งแรง เหนียว และมีความยืดหยุ่นสูง มีน้ำหนักเบา ไม่นำความร้อน ไม่นำไฟฟ้า ขึ้นรูปได้ง่ายหลากหลายรูปแบบและขนาด และสามารถปรับให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างกว้างขวาง

ตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีลักษณะแบบตลาดผู้ขายมากกว่าในและต่างประเทศ โดยผู้ผลิตในประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 1,542 โรงงาน¹ จึงมีการแข่งขันทั้งในด้านราคา คุณภาพ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตถุงและกระสอบพลาสติกซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดเกินครึ่งหนึ่งของบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด มาตรฐานของสินค้าและความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อลูกค้าเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้า ผู้ผลิตสินค้าจึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและคุณภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องการความสะอาดปราศจากสิ่งปนเปื้อน นอกจากนี้ โรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กซึ่งใช้เงินลงทุนต่ำ โรงงานพลาสติกขนาดใหญ่ที่สามารถผลิตสินค้าป้อนให้แก่ภาคธุรกิจต่างๆ ได้มีเพียงไม่กี่โรงงาน เพราะต้องใช้เงินลงทุนสูง มีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดและต้องมีเทคโนโลยีการผลิตที่ดี

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้แก่เม็ดพลาสติกต่างๆ อาทิ เม็ด Polyethylene (PE), Polyethylene Terephthalate (PET), Polyvinylchloride (PVC), Polystyrene (PS), Polypropylene (PP) เป็นต้น ซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังนั้น ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาบรรจุภัณฑ์พลาสติก คือราคาเม็ดพลาสติกซึ่งจะผันแปรไปตามราคาน้ำมันและค่าเงินบาท เนื่องจากเม็ดพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากปิโตรเคมีซึ่งต้องมีการนำเข้า ซึ่งราคาซื้อขายจะกำหนดเป็นดอลลาร์สหรัฐจึงทำให้อัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นเงินบาทเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดราคาเม็ดพลาสติก และอีกปัจจัยหนึ่งได้แก่ความต้องการซื้อจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีนซึ่งถือเป็นตลาดใหญ่อาจส่งผลให้วัตถุดิบและสินค้าในประเทศขาดแคลนได้

¹ ที่มา: ข้อมูล ณ วันที่ 3 มิถุนายน 2554 โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ราคาเม็ดพลาสติก HDPE และ LDPE



ที่มา: Plastic Intelligence Unit สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (<http://plastic.oie.go.th>)

แม้ว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะสามารถผลิตได้เองภายในประเทศ แต่ยังมีบรรจุภัณฑ์พลาสติกบางประเภทที่ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี มีราคาค่อนข้างสูง และยังไม่มีการผลิตภายในประเทศหรือยังผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงและกระสอบพลาสติก ตลาดนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา สำหรับตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของการผลิตทั้งหมด ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรม

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าปัจจัยแวดล้อมต่างๆ จะมีความผันแปรเป็นอย่างมาก ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง ตลอดจนภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อผู้อุปโภคบริโภคสินค้าโดยตรง ด้านผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกก็ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันดิบที่เป็นตัวแปรสำคัญ ทำให้ราคาเม็ดพลาสติกซึ่งปรับตัวตามราคาน้ำมันดิบ โลกผันแปรทั้งด้านราคาและปริมาณ แต่บริษัทก็ได้มีการเจรจาต่อรองกับลูกค้าหลายรายเพื่อปรับราคาขายตามราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงได้ดำเนินการด้วยความระมัดระวัง ติดตามสภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิด และพยายามที่จะขยายตัวไปในธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้า รวมถึงการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้เพิ่มเติมเครื่องจักรที่มีความทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ทำให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นได้ อีกทั้งยังได้พัฒนาระบบคุณภาพต่าง ๆ ที่นำมาใช้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น












จากการที่ตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มขยายตัวตามอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการใช้บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องภายหลังจากภาวะเศรษฐกิจหดตัวในปี 2552 จึงคาดว่าความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกในอนาคตจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2554 จะขยายตัวได้ต่อเนื่องในเกณฑ์ปกติที่ร้อยละ 3.5 – 4.0 เนื่องจากในครึ่งปีหลังเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวได้ดีกว่าครึ่งปีแรกเนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจญี่ปุ่น การขยายตัวต่อเนื่องของตลาดเอเชีย และความมั่นใจของนักลงทุนหลังจากการเลือกตั้ง แต่ยังมีปัจจัยความเสี่ยงที่ควรระมัดระวัง ได้แก่ เศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงจากปัญหาเศรษฐกิจในสหรัฐฯ และกลุ่มประเทศยุโรป ราคาน้ำมันในตลาดโลกยังอยู่ในระดับสูงที่อาจส่งผลกระทบต่ออัตราเงินเฟ้อในช่วงตลาดแรงงานตึงตัว² อย่างไรก็ตามปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

แนวโน้มการแข่งขันของบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับน้ำมันหล่อลื่น

ตลาดน้ำมันหล่อลื่นโดยรวมในปี 2553 ที่ผ่านมามีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 6.94 โดยผู้มีส่วนแบ่งทางการตลาด 5 รายแรก ได้แก่ ปตท., เชลล์, คาสโตรลบีพี, เซฟรอน และ เอสโซ่/โมบิล มีมูลค่าการจำหน่ายรวมกันเท่ากับร้อยละ 68.87 ของมูลค่าการจำหน่ายรวมในปี 2553

ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่น ปี 2553 (รวมผู้ค้ามาตรา 7 และนอกมาตรา 7)

หน่วย : ล้านลิตร

บริษัทผู้ค้า	ม.ค.-ธ.ค 2552 (1)		ม.ค.-ธ.ค 2553 (2)		ส่วนต่าง (3)=(2)-(1)	% การเติบโต
	ล้านลิตร	%	ล้านลิตร	%		
 PTT	113.45	22.74%	125.61	23.54%	12.16	10.72%
 SHELL	91.66	18.37%	102.34	19.18%	10.68	11.65%
 CASTROL/8P	54.86	10.99%	69.00	12.93%	14.14	25.78%
 CHEVRON	38.79	7.77%	32.23	6.04%	(6.56)	(16.91)%
 ESSO/MOBIL	37.27	7.47%	38.33	7.18%	1.06	2.84%
 TRANE	34.29	6.87%	21.00	3.94%	(13.29)	(38.75)%
 IDEMITSU	27.43	5.50%	36.00	6.75%	8.57	31.25%
 PENZOIL/STAT	24.00	4.81%	28.00	5.25%	4.00	16.67%
 BANGCHAK	17.47	3.50%	20.90	3.92%	3.43	19.66%
 PETRONAS	5.80	1.16%	7.07	1.32%	1.27	21.81%
 VELOIL	3.96	0.79%	4.20	0.79%	0.24	6.06%
อื่นๆ	49.99	10.02%	48.92	9.17%	(1.07)	(2.14)%
รวม	498.96	100.00%	533.59	100%	34.63	6.94%

***จำนวนผู้ค้าน้ำมันหล่อลื่นที่ได้รับอนุญาตจากกรมธุรกิจพลังงาน จำนวน 167 ราย ***

ที่มา : บริษัท ปิณิจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน)

² ที่มา: รายงานเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 2 และแนวโน้มปี 2554 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางแสดงส่วนแบ่งการตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับน้ำมันหล่อลื่นของบริษัท

	ปริมาณขายรวมของ น้ำมันหล่อลื่นในประเทศไทย (ล้านลิตร)	ปริมาณขายบรรจุ ภัณฑ์พลาสติก (ล้านลิตร)	ยอดขายของบริษัท (ล้านลิตร)	ส่วนแบ่งการตลาด ของบริษัท (ร้อยละ)
ปี 2552	498.96	274.43	133.71	48.72
ปี 2553	533.59	293.48	138.85	47.31

ที่มา : บริษัท ปัญญาพัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน)

ในปี 2553 บริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำมันหล่อลื่นในสัดส่วนร้อยละ 62.19 ของรายได้รวมของบริษัท โดยคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุ น้ำมันหล่อลื่นร้อยละ 47.31 จึงถือว่าบริษัทเป็นผู้นำตลาด ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท เช่น ปตท. เซฟรอน อินออส เพ็นซอยล์ บีโทรนาส เวลลอลล์ เป็นต้น มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งตลาด ในและต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีลูกค้าหลายรายได้ย้ายฐานการผลิตมาในประเทศไทย เพื่อเป็นฐานการผลิตในการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้แก่ จีน พม่า เวียดนาม อินเดีย ใต้หวัน และเกาหลี เป็นต้น

ปัจจุบันผู้ผลิตภายในประเทศที่มีศักยภาพที่ผลิตสินค้าใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้แก่ บริษัท เอส.พี.พี.แพค จำกัด บริษัท คงศักดิ์ ควอลิตี้แพค จำกัด บริษัท โพลีเมอร์เอ็นจิเนียริงแอนด์เทรดดิ้ง จำกัด บริษัท อิมโก้แพ็ค คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท ภาชนะพลาสติก จำกัด และบริษัท คอนิเมก จำกัด

แนวโน้มการแข่งขันของบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับนมและนมเปรี้ยว

ในปี 2553 มูลค่าการจำหน่ายของนมและนมเปรี้ยวโดยรวมมีมูลค่าประมาณ 38,000 ล้านบาท โดยสามารถแบ่งตามประเภทได้ดังนี้

ประเภท	มูลค่าการจำหน่ายในปี 2553 (ล้านบาท)	ส่วนแบ่ง (ร้อยละ)
นมวัว	16,000	42%
นมถั่วเหลือง	12,000	32%
นมเปรี้ยว	7,000	18%
เครื่องดื่มธัญญาพืช	3,000	8%
รวม	38,000	100%

ที่มา : บริษัท ปัญญาพัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน)

หากพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าว 4 ประเภทข้างต้น มีผลิตภัณฑ์ 2 ประเภทที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทเดียวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้แก่ นมวัวและนมเปรี้ยว มีมูลค่าการจำหน่ายรวมกันเท่ากับ 23,000 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 60 ของมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมโดยรวมในปี 2553

มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดของบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทที่ใช้บรรจุนม

ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่าการจำหน่าย (ล้านบาท)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	มูลค่าตลาดของบรรจุภัณฑ์
นมยูเอชที	11,000	69	กล่องกระดาษ	
พาสเจอร์ไรซ์	4,000	25	ขวดพลาสติก	400 ^{1/}
สเตอริไลซ์	1,000	6	กระป๋องเหล็ก	
รวม	16,000	100		

หมายเหตุ : 1. ที่มา : บริษัท ปัญญาพัฒนาพลาสติก จำกัด(มหาชน)

2. ประเมินการให้มูลค่าของบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าการจำหน่าย

มูลค่าและส่วนแบ่งการตลาดของบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทที่ใช้บรรจุนมเปรี้ยว

ประเภทบรรจุภัณฑ์	มูลค่าตลาด (ล้านบาท)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)	สัดส่วนต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ต่อราคาขาย	มูลค่าตลาดของบรรจุภัณฑ์ (ล้านบาท)
ขวดพลาสติก	6,300	90	ขวดพลาสติก	600 ^{1/}
กล่องกระดาษ	700	10	กล่องกระดาษ	
รวม	7,000	100		

หมายเหตุ : 1. ที่มา : บริษัท ปัญญาพัฒนาพลาสติก จำกัด(มหาชน)

2. ประเมินการให้มูลค่าของบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีสัดส่วนร้อยละ 10 ของมูลค่าการจำหน่าย

ตารางแสดงส่วนแบ่งการตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับนมและนมเปรี้ยวของบริษัท

	มูลค่าตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติก (ล้านบาท)	รายได้ของบริษัท (ล้านบาท)	ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท (ร้อยละ)
นม	400	105	26
นมเปรี้ยว	600	85	14
รวม	1,000	190	19

ในปี 2553 บริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุนมและนมเปรี้ยวเท่ากับ 189.40 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.72 ของรายได้รวมของบริษัท โดยคิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดสำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับนมและนมเปรี้ยวเท่ากับร้อยละ 19 ของมูลค่าตลาดรวม

ปัจจุบันผู้ผลิตภายในประเทศที่มีผลิตสินค้าใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้แก่ บริษัท พลาสติก และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท คัสตอมแพค จำกัด บริษัท เบอร์ลี่ไคน่าพลาสติก จำกัด บริษัท วัชรบรรจุกัมภ์ จำกัด บริษัท เอส.พี.พี.แพค จำกัด และ บริษัท ภาชนะพลาสติก จำกัด เป็นต้น

ภาวะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลให้การสนับสนุน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ซึ่งไทยเป็นฐานการผลิตขนาดใหญ่ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในส่วนที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องต่างๆ

ปัจจุบันโรงงานชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศมีประมาณ 1,809 ราย³ แบ่งได้ดังนี้

1. ผู้ผลิตชิ้นส่วน Tier 1 ที่เป็น Direct OEM Supplier ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนป้อนให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง ปัจจุบันมีผู้ประกอบการทั้งสิ้น 709 ราย แบ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ 386 ราย ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ 201 ราย และผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และจักรยานยนต์ 122 ราย
2. ผู้ผลิตชิ้นส่วน Tier 2 และ Tier 3 ปัจจุบันมีผู้ประกอบการทั้งสิ้น 1,100 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการกระจายตัวมาก โดยส่วนใหญ่แล้วแต่ละบริษัทจะมีความชำนาญเฉพาะด้าน และตามปกติแล้วลูกค้าจะมีขนาดใหญ่กว่าผู้ประกอบการมาก ทำให้ลูกค้าเลือกใช้ผู้ประกอบการหลายรายสำหรับชิ้นส่วนแต่ละอย่าง และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าโดยปกติจะเป็นไปในรูปของการพยายามพัฒนา Supplier เพื่อให้สามารถส่งชิ้นส่วนให้แก่ลูกค้ารายนั้นๆ ได้ในระยะยาวเนื่องจากการพัฒนา Supplier แต่ละรายให้มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าได้นั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย และหากชิ้นส่วนใดชิ้นส่วนหนึ่งมีปัญหาเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบต่อสายการผลิตทั้งหมดของลูกค้าตามไปด้วย

ในปี 2553 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและยานยนต์ของประเทศไทยสามารถกลับมาฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะยอดผลิตรถยนต์สามารถทำลายสถิติจากทุกปีที่ผ่านมาซึ่งมียอดการผลิตรถยนต์สูงถึง 1.6 ล้านคัน ในขณะที่รถจักรยานยนต์มียอดการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 จากปี 2552 เป็น 2.7 ล้านคันในปี 2553 ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เติบโตตามไปด้วย อีกทั้งยังเป็นผลจากการลงทุนเพิ่มเติมจากผู้ผลิตของญี่ปุ่นเนื่องจากค่าเงินเยนที่แข็งค่าขึ้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีโอกาสมากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ในปีที่ผ่านมาเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 58 จากปี 2552 และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 9 ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2554 เมื่อเปรียบเทียบกับ

³ ที่มา: สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

4 เดือนแรกของปี 2553 ทั้งนี้ ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศ มาเลเซีย

มูลค่าการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์

หน่วย: ล้านบาท	2548	2549	2550	2551	2552	2553	ม.ค.-เม.ย.53	ม.ค.-เม.ย.54
เครื่องยนต์	7,903.79	8,357.93	10,504.24	18,029.29	13,266.37	21,610.40	5,665.29	8,887.68
ชิ้นส่วนอะไหล่	4,100.47	5,453.40	7,651.20	11,007.04	12,531.85	14,451.09	4,207.01	4,997.02
แม่พิมพ์และอุปกรณ์ยึดจับชิ้นงาน	683.42	690.37	662.29	2,121.94	994.10	1,304.38	291.02	760.49
ชิ้นส่วนประกอบและอุปกรณ์	76,790.69	87,170.91	112,341.88	132,813.68	86,225.42	141,422.74	40,528.17	40,528.17
ชิ้นส่วนอื่นๆ	1,742.90	729.30	1,356.96	957.44	390.65	561.64	128.79	256.92
รวม	91,221.27	102,401.91	132,516.57	164,929.39	113,408.39	179,350.25	50,820.28	55,430.28
อัตราการขยายตัว (%)		12.26%	29.41%	24.46%	-31.24%	58.15%		9.07%

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศยานยนต์ (Automotive Intelligence Unit) สถาบันยานยนต์

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

จากตัวเลขในอดีตข้างต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มีการเติบโตมาโดยตลอดยกเว้น ในปี 2552 เนื่องมาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งต่อมาในปี 2553 ผู้ประกอบการก็กลับมาฟื้นตัวได้อีกครั้ง โดยมีอัตราการเติบโตสูงสุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มในทิศทางที่ดีในอนาคต อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวและสึนามิในประเทศญี่ปุ่นในเดือนมีนาคมปี 2554 คาดว่าจะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ เนื่องจากโรงงานผลิตชิ้นส่วนในญี่ปุ่นผลิตชิ้นส่วนบางประเภทได้ลดลง ทำให้ต้องชะลอปริมาณการผลิตรถยนต์ลงเพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณชิ้นส่วนที่มีจำนวนจำกัด ทั้งนี้ คาดว่าเหตุการณ์ดังกล่าวน่าจะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระยะสั้นเท่านั้น เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์ต่างก็เร่งหาโรงงานผลิตชิ้นส่วนใหม่เพื่อทดแทนชิ้นส่วนที่ขาดแคลนเพื่อปรับให้ปริมาณการผลิตกลับสู่สภาวะปกติและเพื่อผลิตให้ทันยอดสั่งซื้อที่ตกค้างในช่วงก่อนหน้านี้ให้ได้โดยเร็วที่สุดต่อไป

นอกจากนี้ เหตุการณ์ภัยธรรมชาติในญี่ปุ่นอาจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลักดันการกระจายความเสี่ยงของบริษัทญี่ปุ่นให้ออกไปตั้งฐานการผลิตนอกประเทศเพิ่มเติมในระยะยาว ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่บริษัทญี่ปุ่นให้ความสนใจในการเข้ามาขยายการลงทุน ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจ Survey Report on Overseas Business Operations by Japanese Manufacturing Companies ครั้งที่ 22 ซึ่งจัดทำโดย Japan Bank for International Cooperation (JBIC) ในเดือนธันวาคม 2553 พบว่า บริษัทญี่ปุ่นในอุตสาหกรรมยานยนต์มีแผนการลงทุนในช่วง 3 ปีข้างหน้าในประเทศไทยเป็นอันดับสามจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก รองจากประเทศอินเดียและประเทศจีน ทั้งนี้ ประเทศไทยมีจุดแข็งหลายๆ ด้าน อาทิ ประสิทธิภาพที่ยาวนานในอุตสาหกรรมรถยนต์ แรงงานฝีมือ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและการคมนาคม

ที่สะดวก อุตสาหกรรมชิ้นส่วนในประเทศที่รองรับอุตสาหกรรมรถยนต์ มาตรการส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ และการใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่สาม เช่น อาเซียน จีน อินเดีย และออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งญี่ปุ่นยังไม่มีความตกลง FTA ที่มีผลใช้บังคับกับประเทศเหล่านี้⁴

ผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์ในประเทศไทยที่ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้แก่ บริษัท ไทยซัมมิทแหลมฉบังอโต้พาร์ท จำกัด บริษัท ที่กรุงไทย อุตสาหกรรม จำกัด(มหาชน) บริษัท ไทเกอร์โพลี(ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โตโยคะ โกโซ จำกัด บริษัท สุภาวุธอินดัสทรี จำกัด เป็นต้น

3.3 ประกาศนียบัตรและมาตรฐานสากล

บริษัทมุ่งเน้นที่จะพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการจัดการเพื่อให้เป็นโรงงานที่มีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยบริษัทได้รับประกาศนียบัตรที่เป็นมาตรฐานสากลในด้านต่างๆ ดังนี้

	มาตรฐาน	ระยะเวลาที่ได้รับบริการรับรอง	รายละเอียด
1.	ISO 9001: 2008	11 พ.ค. 2553 – 10 พ.ค. 2556	บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 9001: 2008 เป็นมาตรฐานที่องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Standardization and Organization) กำหนดขึ้น โดยมุ่งส่งเสริมให้มีแนวทางการจัดการและการบริหารงานด้านคุณภาพองค์กรอย่างเป็นระบบ โดยบริษัทได้รับมาตรฐานดังกล่าวทั้งองค์กร
2.	ISO/TS 16949	11 พ.ค. 2553 – 10 พ.ค. 2556	บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO/TS 16949 สำหรับสายการผลิตชิ้นส่วนที่โรงงานชลบุรี มาตรฐานนี้จัดทำขึ้นโดยใช้พื้นฐานของข้อกำหนดของ ISO 9001 โดยได้เพิ่มเติมข้อกำหนดเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ตามมาตรฐาน TS 16949 ซึ่งเป็นมาตรฐานข้อกำหนดเฉพาะทางเทคนิค (Technical Specification: TS) ที่เป็นแนวทางข้อกำหนดระบบการบริหารคุณภาพของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลก โดยบริษัทได้รับมาตรฐานดังกล่าวทั้งองค์กร
3.	ISO 14001: 2004	7 ก.ค. 2553 – 5 มี.ค. 2555	มาตรฐาน ISO 14001: 2004 เป็นมาตรฐานที่องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Standardization and Organization) กำหนดขึ้น โดยมุ่งส่งเสริมให้มีแนว

⁴ ที่มา: บทวิเคราะห์เรื่องนโยบายด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ของญี่ปุ่น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว ฉบับวันที่ 29 พฤศจิกายน 2553

	มาตรฐาน	ระยะเวลาที่ได้รับบริการรับรอง	รายละเอียด
			ทางการจัดการและการปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้รับมาตรฐานดังกล่าวทั้งองค์กร
4.	GMP	17 เม.ย. 2552 – 17 เม.ย. 2555	เป็นระบบประกันคุณภาพที่มีการปฏิบัติและพิสูจน์จากกลุ่มนักวิชาการด้านอาหารทั่วโลกแล้วว่าสามารถทำให้อาหารเกิดความปลอดภัย เป็นที่เชื่อถือยอมรับจากผู้บริโภค หลักการของ GMP จึงครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร ระบบการผลิตที่ดี มีความปลอดภัย และมีคุณภาพ ได้มาตรฐานทุกขั้นตอน นับตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนการผลิต ระบบควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบระหว่างการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การจัดเก็บ การควบคุมคุณภาพ และการขนส่งจนถึงผู้บริโภค มีระบบบันทึกข้อมูลตรวจสอบและติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมถึง ระบบการจัดการที่ดีในเรื่องสุขอนามัย (Sanitation และ Hygiene) ทั้งนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายมีคุณภาพและความปลอดภัย เป็นที่มั่นใจเมื่อถึงมือผู้บริโภค และ GMP ยังเป็นระบบประกันคุณภาพพื้นฐานก่อนที่จะพัฒนาไปสู่ระบบประกันคุณภาพอื่น ๆ ต่อไป เช่น HACCP (Hazards Analysis and Critical Control Points) และ ISO 9000 อีกด้วย
5.	HACCP	8 ก.ค. 2553 – 2 ต.ค. 2554	โรงงานของบริษัทที่จังหวัดสมุทรสาครได้รับมาตรฐาน HACCP ซึ่งเป็นระบบวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม เป็นเครื่องมือในการชี้เฉพาะเจาะจง ประเมินและควบคุมอันตรายที่มีโอกาสเกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์อาหาร ระบบนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากนานาประเทศถึงประสิทธิภาพ การประกันความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากระบบ HACCP เป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อควบคุมอันตราย ณ จุดหรือขั้นตอนการผลิตที่อันตรายเหล่านั้นมีโอกาสเกิดขึ้นในกระบวนการผลิตของโรงงานอาหาร จึงสามารถประกันความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่าการตรวจสอบผลิตภัณฑ์สุดท้ายหรือการควบคุมคุณภาพที่ใช้กันอยู่เดิม

3.4 สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากรจากการส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 โดยการอนุมัติของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีสาระสำคัญดังนี้

	บริษัท
บัตรส่งเสริมการลงทุน	1080(10)/2553
วันที่เริ่มใช้สิทธิตามบัตรส่งเสริมการลงทุน	1 เมษายน 2553
วันครบอายุของบัตรส่งเสริมการลงทุน	31 มีนาคม 2560
ปริมาณการผลิต (ขึ้นต่อปี) หรือน้ำหนักสูงสุด (ตันต่อปี) ที่ได้รับยกเว้นภาษี	- บรรจุภัณฑ์พลาสติกปีละประมาณ 5,100 ตัน - ชิ้นส่วนพลาสติกปีละประมาณ 2,470 ตัน
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ	
1. ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม	ยกเว้น 7 ปี
2. ระยะเวลาที่สามารถนำผลขาดทุนในระยะเวลาที่ได้รับการส่งเสริมไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้	5 ปี
3. ได้รับยกเว้น/ ลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ	ได้รับยกเว้น (ต้องนำเข้าภายใน 27 ก.ค.2555)
4. ได้รับยกเว้นภาษีหัก ณ ที่จ่ายสำหรับเงินปันผลที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น	ได้รับยกเว้น

นอกจากนี้ MPC ได้ยื่นขอรับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากรจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เมื่อเดือนพฤษภาคม 2554 และขณะนี้อยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

3.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์

3.5.1 การผลิตและการใช้กำลังการผลิต

ปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยมีโรงงาน 4 แห่ง โดยมีสถานที่ตั้งใน กรุงเทพฯ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดชลบุรี และเมืองเทียนจิน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีกำลังการผลิตสูงสุด อัตราการใช้กำลังการผลิตดังนี้

โรงงานที่เขตบางบอน กรุงเทพฯ

	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554 งวด 6 เดือน
กำลังการผลิต(ตัน) ^{1/}	2,097	2,737	3,377	1,688
ผลิตจริง(ตัน)	986	1,585	1,949	1,217
อัตราการใช้กำลังการผลิต	47.02%	57.91%	57.71%	72.10%

1/ ดำเนินการผลิต 2 กะๆ ละ 12 ชั่วโมง (รวมการทำงานล่วงเวลากะละ 4 ชั่วโมง)

โรงงานที่จังหวัดสมุทรสาคร

	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554 งวด 6 เดือน
กำลังการผลิต(ตัน) ^{1/}	12,040	12,447	13,146	6,639
ผลิตจริง(ตัน)	6,397	7,705	9,685	5,031
อัตราการใช้กำลังการผลิต	53.13%	61.90%	73.67%	75.78%

1/ ดำเนินการผลิต 2 กะๆ ละ 12 ชั่วโมง (รวมการทำงานล่วงเวลากะละ 4 ชั่วโมง)

โรงงานที่จังหวัดชลบุรี

	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554 งวด 6 เดือน
กำลังการผลิต(ตัน) ^{1/}	-	-	3,044	2,062
ผลิตจริง(ตัน)	-	-	1,244	1,214
อัตราการใช้กำลังการผลิต	-	-	40.87%	58.87%

1/ ดำเนินการผลิต 2 กะๆ ละ 12 ชั่วโมง (รวมการทำงานล่วงเวลากะละ 4 ชั่วโมง)

โรงงานที่เมืองเทียนจิน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554 งวด 6 เดือน ^{2/}
กำลังการผลิต(ตัน) ^{1/}	-	-	-	373
ผลิตจริง(ตัน)	-	-	-	284
อัตราการใช้กำลังการผลิต	-	-	-	76.14%

1/ ดำเนินการผลิต 2 ระยะๆ ละ 12 ชั่วโมง (รวมการทำงานล่วงเวลากะละ 4 ชั่วโมง)

2/ เริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์เมื่อเดือน เมษายน 2554

3.5.2 วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัทส่วนใหญ่ ได้แก่ เม็ดพลาสติก และ สีผสมพลาสติก โดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดลักษณะเฉพาะ ชนิด และคุณภาพของวัตถุดิบที่ต้องการให้กับบริษัท ดังนี้

1. เม็ดพลาสติก ประเภทต่างๆที่บริษัทใช้ได้แก่

ก) โพลีเอททิลีน(Polyethylene, PE)

เป็นพลาสติกที่มีความอ่อนตัวยืดหยุ่นได้ดี แบ่งเป็น LDPE(Low Density) และ HDPE(High Density) บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกประเภทนี้ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุน้ำมันหล่อลื่น, บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุนมและนมเปรี้ยว, บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภค

ข) โพลีโพรพิลีน(Polypropylene, PP)

เป็นพลาสติกที่มีความเหนียว และยืดหยุ่นได้ดีกว่าโพลีเอททิลีน ทนทานต่อความร้อน ความชื้นได้ดี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติกประเภทนี้ ได้แก่ ฝาปิดขวด และ ชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น

2. สีผสมพลาสติก

ในการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกนั้น ต้องมีสีผสมพลาสติกเป็นส่วนประกอบที่สำคัญร่วมกับเม็ดพลาสติกด้วย โดยต้องนำวัตถุดิบทั้งสองมาผสมกันตามสัดส่วน เพื่อให้ได้คุณสมบัติทางกายภาพและสีที่ต้องการ

เม็ดพลาสติกและสีผสมพลาสติกเกือบทั้งหมดบริษัทซื้อจากผู้ผลิตเม็ดพลาสติกในประเทศ มีเพียงเม็ดพลาสติกบางประเภทซึ่งเป็นส่วนน้อยที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ เนื่องจากราคาของเม็ดพลาสติกจะมีการเปลี่ยนแปลงตามราคาของน้ำมัน รวมถึงความสมดุลของอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลกอยู่ตลอดเวลา บริษัทตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวเป็นอย่างดี ผู้บริหารของบริษัทจึงคอยติดตามสถานการณ์

ราคาและปริมาณความต้องการเม็ดพลาสติกของตลาดโลกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผนการจัดซื้อให้สอดคล้องกับแผนการผลิตของบริษัททั้งปริมาณที่ต้องการและในระยะเวลาที่กำหนด

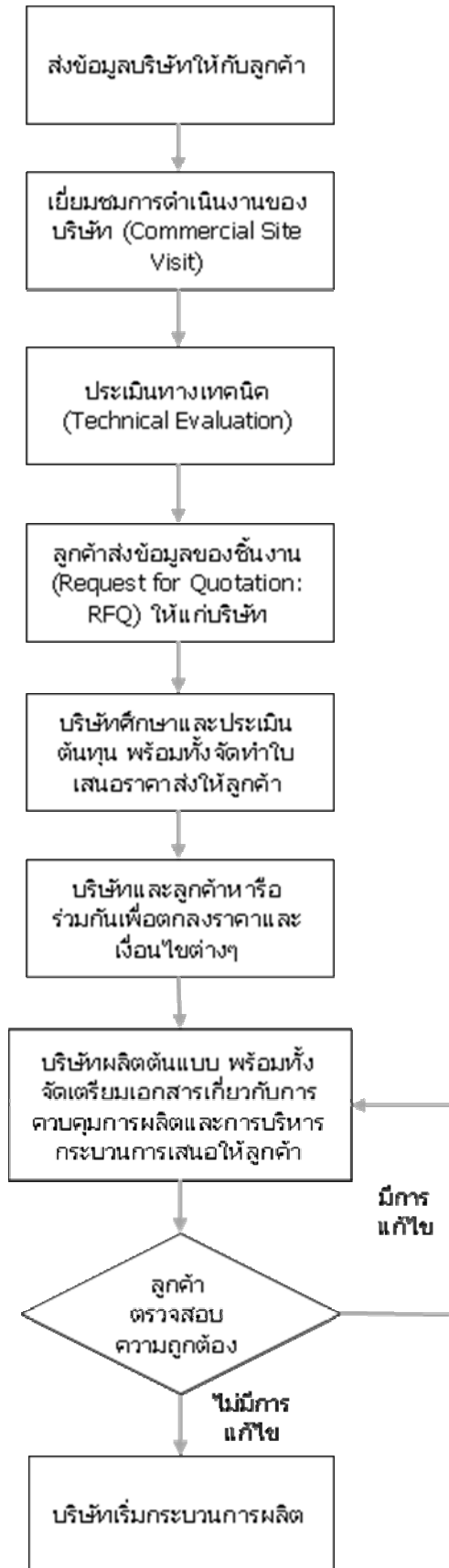
บริษัทไม่มีนโยบายที่จะจัดซื้อวัตถุดิบแต่ละชนิดจากผู้จัดจำหน่ายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะ แต่จะกระจายไปในผู้จัดจำหน่ายหลายๆ ราย เพื่อความยืดหยุ่นในการเลือกวัตถุดิบ

ทั้งนี้บริษัทมีส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบจากลูกค้าแต่ละรายไม่เกินร้อยละ 20 ของมูลค่าการจัดหาวัตถุดิบทั้งหมด โดยบริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบจากลูกค้ารายใหญ่ที่สุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 16.16 ของมูลค่าการจัดหาวัตถุดิบทั้งหมดในงวด 6 เดือนของปี 2554

3.5.3 กระบวนการผลิต

การติดต่อรับงานกับลูกค้า

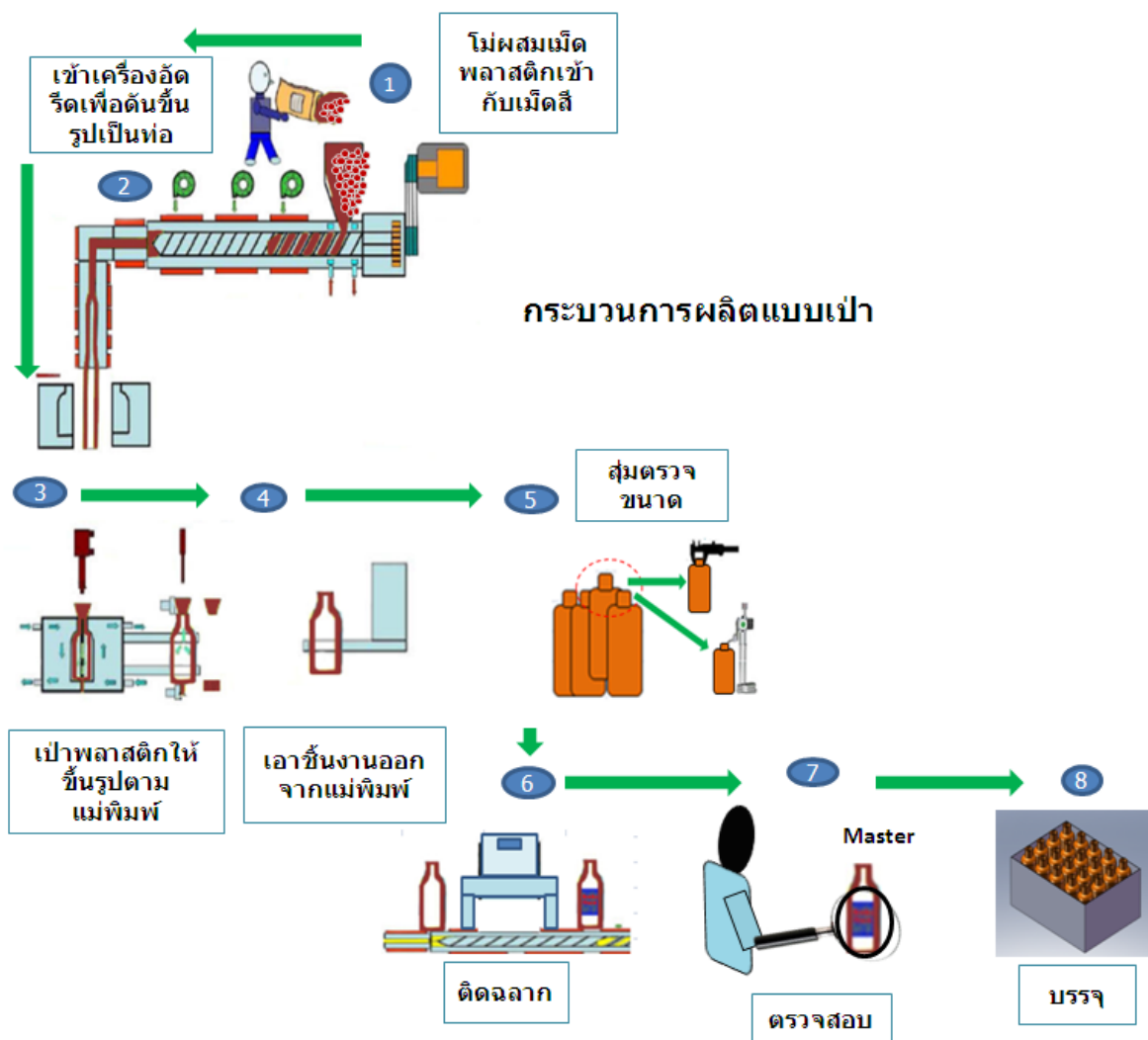
1. บริษัทดำเนินการส่งข้อมูล และผลงานของบริษัทในอดีตให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าพิจารณา
2. การเยี่ยมชมการดำเนินงานของบริษัท (Commercial Site Visit) เพื่อให้แน่ใจว่าระบบการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่ลูกค้ายอมรับได้
3. การประเมินทางด้านเทคนิค (Technical Evaluation) ขั้นตอนการประเมินศักยภาพ ความสามารถ และคุณภาพในการผลิตของบริษัทในการผลิตชิ้นส่วนให้ได้ตรงตามความต้องการในรูปแบบที่กำหนด
4. ลูกค้าจะจัดส่งข้อมูลของชิ้นงาน (Request For Quotation: RFQ) ให้แก่บริษัทซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะระบุชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ รูปร่าง มิติ และรายละเอียดของชิ้นงาน และปริมาณที่ต้องการให้แก่บริษัท เพื่อให้ศึกษารายละเอียดเตรียมการเสนอราคา จัดทำตัวอย่าง และวางแผนการผลิต
5. บริษัทศึกษาข้อมูลใน Request for Quotation (RFQ) แล้ว บริษัทจะทำการวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อจัดทำใบเสนอราคา (Quotation) เสนอกลับไปยังลูกค้า
6. บริษัทและลูกค้าหารือร่วมกันเพื่อตกลงราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในรายละเอียด
7. เมื่อลูกค้ายอมรับราคา บริษัทจะจัดทำตัวอย่างชิ้นงานขั้นสุดท้าย พร้อมทั้งนำเสนอแผนการผลิตไปยังลูกค้า
8. ลูกค้าตรวจสอบความถูกต้องของตัวอย่างชิ้นงานและแผนการผลิตที่บริษัทเสนอ
9. หากลูกค้ายอมรับตัวอย่างชิ้นงานและแผนการผลิตดังกล่าวแล้ว บริษัทจะเริ่มผลิตชิ้นงานในเชิงพาณิชย์ให้แก่ลูกค้า และส่งมอบชิ้นงานให้แก่ลูกค้าตามแผนการผลิตนั้นๆ



กระบวนการในการผลิต

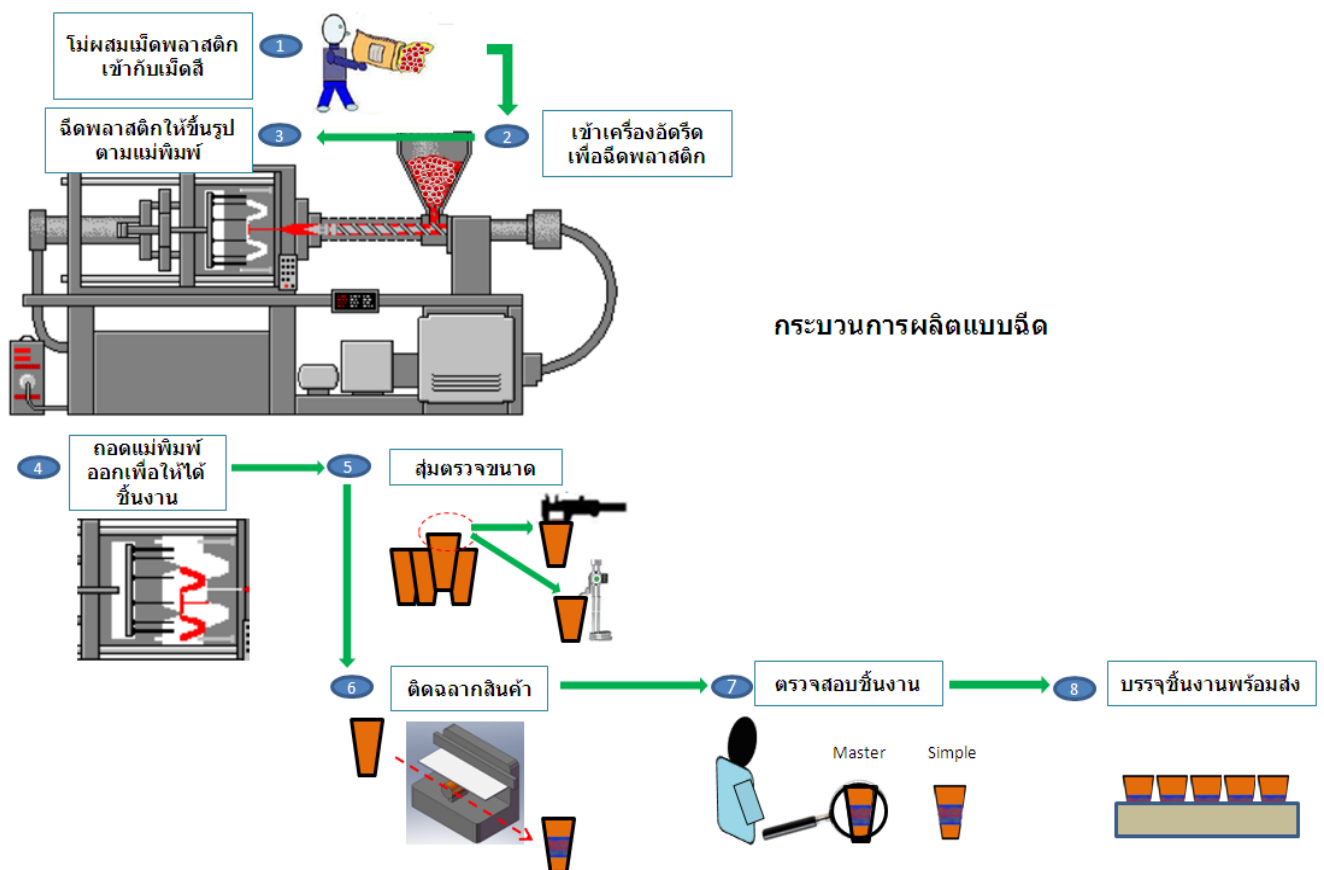
กระบวนการผลิตแบบเป่า (Blow Molding)

1. นำวัตถุดิบได้แก่ เม็ดพลาสติกและเม็ดสี (Pigment) มาชั่งน้ำหนักตามสัดส่วนที่ต้องการเพื่อนำเข้าเครื่องอบเม็ดพลาสติก (Hopper) เพื่อไม่ให้เม็ดพลาสติกไหม้ได้ตามสีชิ้นงานที่ลูกค้าต้องการ
2. นำเม็ดพลาสติกที่ได้เข้าเครื่องอัดรีด (Extruder Screw) โดยพลาสติกที่หลอมละลายจะถูกดันขึ้นรูปเป็นท่อกลวง (Parison) ผ่าน Die Head เข้าแม่พิมพ์
3. ท่อกลวงพลาสติกถูกเป่าให้ขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ (Mold)
4. ถอดแม่พิมพ์ออกเมื่อพลาสติกแข็งขึ้นรูปตามแม่พิมพ์แล้ว เพื่อให้ได้ตัวชิ้นงานออกมา
5. สุ่มตัวอย่างชิ้นงานเพื่อตรวจสอบ
6. ตัดฉลากสินค้าบนชิ้นงานที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว
7. สุ่มตัวอย่างชิ้นงานอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของฉลากสินค้า
8. บรรจุชิ้นงานเพื่อเตรียมจัดส่งให้แก่ลูกค้า



กระบวนการผลิตแบบฉีด (Injection Molding)

1. นำวัตถุดิบได้แก่ เม็ดพลาสติกและเม็ดสี (Pigment) มาชั่งน้ำหนักตามสัดส่วนที่ต้องการเพื่อนำเข้าเครื่องอบเม็ดพลาสติก (Hopper) เพื่อผสมเม็ดพลาสติกให้ได้ตามสีชิ้นงานที่ลูกค้าต้องการ
2. นำเม็ดพลาสติกที่ได้เข้าเครื่องอัดรีด (Extruder Screw) โดยพลาสติกที่หลอมละลายจะถูกฉีดเข้าแม่พิมพ์จนเต็ม
3. พลาสติกจะถูกขึ้นรูปตามลักษณะแม่พิมพ์ (Mold)
4. ถอดแม่พิมพ์ออกเมื่อพลาสติกแข็งขึ้นรูปตามแม่พิมพ์แล้ว เพื่อให้ได้ตัวชิ้นงานออกมา
5. สุ่มตัวอย่างชิ้นงานเพื่อตรวจสอบ
6. ตัดฉลากสินค้าบนชิ้นงานที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว
7. สุ่มตัวอย่างชิ้นงานอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของฉลากสินค้า
8. บรรจุชิ้นงานเพื่อเตรียมจัดส่งให้แก่ลูกค้า



3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกของบริษัทไม่มีมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตามในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะมีเศษพลาสติกส่วนเกินที่ตัดออกจากชิ้นงานที่ผลิตสำเร็จ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ก็จะสามารถนำไปรีไซเคิลเพื่อใช้ประกอบเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุดิบในการกระบวนการผลิตใหม่ได้ตามสัดส่วนของสูตรการผลิตที่บริษัทได้กำหนด สำหรับถุงพลาสติกและกล่องกระดาษสำหรับใช้บรรจุสินค้า ซึ่งสามารถนำมาใช้หมุนเวียนได้หลายครั้งจนกว่าจะชำรุดและไม่สามารถนำมาใช้ได้อีกนั้น บริษัทก็จะจำหน่ายถุงพลาสติกและกล่องกระดาษดังกล่าวที่ชำรุดให้แก่บุคคลภายนอกต่อไป

แม้ว่าบริษัทมีโรงงานของบริษัท 2 โรงงานที่ไม่ได้ตั้งในนิคมอุตสาหกรรม แต่ก็ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ส่วนโรงงานที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 2 ในจังหวัดชลบุรี ก็ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งการผลิตของบริษัทก็อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ทั้งนี้บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 14001:2004 ซึ่งเป็นมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการและการปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อม จึงเป็นเครื่องรับประกันระบบการดูแลป้องกันสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการผลิตของบริษัท

3.7 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -