



3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด Polyethylene Terephthalate (“ขวด PET”) ให้กับลูกค้า โดยลูกค้าจะเป็นผู้นำขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตไปบรรจุสินค้าของลูกค้าเอง

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด PET แบบใช้ครั้งเดียว โดยบริษัทฯ สามารถผลิตขวด PET ได้หลากหลายรูปทรงและขนาดบรรจุ ตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้า (Brand) เป็นที่รู้จักกันในหลายอุตสาหกรรมและผู้บริโภคทั่วไป โดยขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ขวด PET ซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายเริ่มตั้งแต่ 60 มิลลิลิตร ไปจนถึง 6,000 มิลลิลิตร ทั้งนี้ วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่บริษัทฯ ใช้ในกระบวนการผลิตมาจากเม็ดพลาสติก (PET Resin)

บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตให้แก่ลูกค้าแต่ละรายจะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าที่จะนำไปใช้งาน ซึ่งลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตจะมีลักษณะต่างๆ กัน เช่น รูปร่าง ขนาด สี ลักษณะของวัตถุดิบ คุณสมบัติเฉพาะของวัตถุดิบ รวมทั้งฉลากที่ติดกับขวด PET เป็นต้น

ทั้งนี้ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ตามลักษณะการนำขวด PET ไปใช้งานได้แก่ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำผลไม้บรรจุขวด กลุ่มผลิตภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำมันพืช กลุ่มผลิตภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำดื่มบรรจุขวด และกลุ่มผลิตภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำปลาและเครื่องปรุงรส โดยมีรายละเอียดสำหรับแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

3.1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำผลไม้บรรจุขวด



บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด PET สำหรับน้ำผลไม้บรรจุขวด โดยขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตมีขนาดบรรจุตั้งแต่ 200 มิลลิลิตร จนถึง 1,000 มิลลิลิตร (น้ำหนัก 13 กรัม ถึง 35 กรัม) และมีสีใสและสีขาวทึบแสงซึ่งจะช่วยเพิ่มอายุของผลิตภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มที่มีความไวต่อแสง บริษัทฯ มีรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 31.74 ร้อยละ 39.42 และ ร้อยละ 34.22 ของรายได้จากการขายรวมใน ปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ

3.1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำมันพืช



ขวด PET สำหรับกลุ่มน้ำมันพืชของบริษัทฯ มีขนาดบรรจุตั้งแต่ 250 มิลลิลิตร จนถึง 5,000 มิลลิลิตร (น้ำหนัก 15 กรัม ถึง 110 กรัม) ลูกค้านักของบริษัทฯ ในกลุ่มน้ำมันพืชได้แก่ บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน) ภายใต้เครื่องหมายการค้า “องุ่น” และบริษัท น้ำมันบริโกดไทย จำกัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า “คิง” ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 41.98 ร้อยละ 31.15 และร้อยละ 34.94 ของรายได้จากการขายรวมใน ปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ

3.1.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำดื่มบรรจุขวด



บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด PET สำหรับน้ำดื่มบรรจุขวด โดยขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตมีขนาดบรรจุตั้งแต่ 350 มิลลิลิตร จนถึง 6,000 มิลลิลิตร (น้ำหนัก 13 กรัม ถึง 110 กรัม) และมีทั้งขวดใส และขวดสีฟ้าใส ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 22.69 ร้อยละ 25.95 และร้อยละ 25.63 ของรายได้จากการขายรวมใน ปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ

3.1.4 กลุ่มน้ำปลาและเครื่องปรุงรส



บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวด PET สำหรับน้ำปลาและเครื่องปรุงรส โดยขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตมีขนาดบรรจุตั้งแต่ 60 มิลลิลิตร จนถึง 2,000 มิลลิลิตร (น้ำหนัก 6 กรัม ถึง 67 กรัม) ซึ่ง บริษัทฯ มีรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 3.59 ร้อยละ 3.48 และร้อยละ 5.21 ของรายได้จากการขายรวมใน ปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ

3.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ

กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ขวด PET สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวด น้ำมันพืช รวมถึงน้ำปลาและเครื่องปรุงรส ที่มีคุณภาพ ตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้า ได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านคุณภาพของชิ้นงานและคุณภาพของการให้บริการ โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ ให้ความสำคัญและใส่ใจในกระบวนการผลิตตั้งแต่การออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การควบคุมกระบวนการผลิต รวมไปถึงการตรวจสอบคุณภาพและความเรียบร้อยของชิ้นงานที่ผลิต และการส่งมอบงานให้แก่ลูกค้าได้ตรงเวลา เพื่อให้มั่นใจได้ว่าชิ้นงานที่บริษัทฯ ผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้กลยุทธ์ที่บริษัทฯ ใช้ในการแข่งขันมีดังต่อไปนี้

(1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของลูกค้า กล่าวคือ ขวด PET ที่บริษัทฯ ผลิตจะต้องสะอาด ปลอดภัย และไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร รวมทั้งขนาด และปริมาตรของขวดจะต้องมีความสม่ำเสมอและเป็นตามที่กำหนด เพื่อให้กระบวนการบรรจุอัตโนมัติของลูกค้าสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะให้ความสำคัญตั้งแต่การออกแบบรูปทรงผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ จะเลือกใช้เม็ดพลาสติกใหม่ที่ได้มาตรฐานเกรดเอ และไม่พิจารณาใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลเกรดรอง การดูแลและควบคุมกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน รวมไปถึงการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแล้วเสร็จ โดยบริษัทฯ จัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่แล้วเสร็จใน 2 ระดับคือ 1) การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในระหว่างกระบวนการผลิต และ 2) การตรวจสอบคุณภาพ



สินค้าในขั้นสุดท้ายก่อนการส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการผลิตและส่งมอบให้แก่ลูกค้ามีคุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนด

ที่ผ่านมา บรรจุภัณฑ์ขวด PET ของบริษัทฯ ผลิตด้วยกระบวนการผลิตที่ได้คุณภาพ โดยใช้เทคโนโลยีระดับสูงจากประเทศญี่ปุ่น และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008, Recommended International Code of Practice – General Principles of Food Hygiene CAR/RCP และ GMP จาก Moody International (Thailand) Ltd.

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังร่วมกับลูกค้าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการใช้งานของลูกค้า และมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดยการเพิ่มแม่พิมพ์รูปแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

(2) ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบสินค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการควบคุมและจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาและสามารถส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการบริหารการเก็บสินค้าสำเร็จรูปคงคลังสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีการสั่งซื้อต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีสินค้าส่งมอบให้กับลูกค้าเมื่อได้รับคำสั่งซื้อ

(3) ความมั่นคงของกระบวนการผลิต

บริษัทฯ สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามรูปแบบความต้องการของลูกค้า ในปริมาณและเวลาที่กำหนด โดยอาศัยความมั่นคงของกระบวนการผลิต จากการที่บริษัทฯ มีการออกแบบโรงงานเสมือนกับการมีโรงงาน 2 แห่งแยกจากกัน โดยได้แยกระบบสาธารณูปโภคออกจากกัน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบบำบัดน้ำ ระบบป้อนน้ำ ส่วนระบายความร้อน และระบบหล่อเย็น เป็นต้น ทำให้ในกรณีที่เกิดการผลิตในฝั่งหนึ่งประสบปัญหาไม่สามารถใช้งานได้ บริษัทฯ ก็ยังมีกำลังการผลิตอีกส่วนที่พร้อมจะผลิตเพื่อตอบสนองต่อลูกค้า นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสายการผลิตถึง 33 สายการผลิต ซึ่งแต่ละสายการผลิตสามารถผลิตขวด PET ทดแทนกันได้ ทำให้หากเครื่องจักรในสายการผลิตใดเกิดชำรุด บริษัทฯ สามารถใช้สายการผลิตอื่นผลิตแทนได้

(4) การพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน

ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการพัฒนากระบวนการผลิตและการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างแรงจูงใจให้แก่ลูกค้าให้ลูกค้าซื้อสินค้าจากบริษัทฯ เนื่องจากโครงสร้างการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และในอุตสาหกรรมมีลักษณะเป็นแบบต้นทุนบวกอัตรากำไร (Cost Plus Pricing) ดังนั้น การที่บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการให้ต้นทุนลดลงก็จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของลูกค้า

ตัวอย่างการพัฒนากระบวนการผลิตของบริษัทฯ คือ บริษัทฯ ได้ติดตั้งเครื่องปิดฉลากขวด PET อัตโนมัติ และเครื่องบรรจุขวด PET ใส่หีบห่ออัตโนมัติ ซึ่งสามารถประหยัดต้นทุนด้านแรงงาน ลดระยะเวลาในการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพของของชิ้นงานได้อย่างดี



(5) การประหยัดต้นทุนการผลิตจากการใช้เครื่องจักรจากผู้ผลิตรายเดียว

ปัจจุบันบริษัทฯ ผลิตขวด PET ด้วยเครื่องจักรที่ผลิตจากบริษัทผลิตเครื่องจักรประเทศญี่ปุ่นเพียงรายเดียว ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถลดต้นทุนด้านชิ้นส่วนอะไหล่ และต้นทุนด้านการบริหารจัดการเครื่องจักร กล่าวคือ บริษัทฯ สามารถลดการจัดเก็บชิ้นส่วนอะไหล่ เนื่องจากเครื่องจักรของบริษัทฯ สามารถใช้ชิ้นส่วนอะไหล่ร่วมกันได้ และการควบคุมการผลิต และการซ่อมบำรุงเครื่องจักรทำได้ง่ายขึ้น

(6) ทีมวิศวกรฝ่ายผลิตที่มีความชำนาญ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทีมวิศวกรฝ่ายการผลิต โดยบริษัทฯ ได้จัดส่งทีมวิศวกรฝ่ายผลิตไปฝึกอบรมที่โรงงานผู้ผลิตเครื่องจักรประเทศญี่ปุ่น ทำให้ในปัจจุบันทีมวิศวกรของบริษัทฯ สามารถเดินเครื่องจักร และซ่อมบำรุงเครื่องจักรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอก ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างดี

(7) ความรับผิดชอบต่อสังคมและความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า

- ความสามารถในการปรับเปลี่ยนกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในบางกรณี ลูกค้าอาจมีความต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งอย่างกะทันหัน บริษัทฯ ก็มีความสามารถในการปรับเปลี่ยนสายการผลิตเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ภายในระยะเวลาอันสั้น
- การรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า บริษัทฯ มีการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยที่บริษัทฯ มีการจัดนโยบายการส่งเสริมการขายตามความเหมาะสมและมีการสนับสนุนช่วยเหลือกิจกรรมต่าง ๆ ของลูกค้ามาโดยตลอด นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยการมีสินค้าไว้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และมีการร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ทีมวิศวกรของบริษัทฯ ยังมีส่วนเข้าไปช่วยเหลือลูกค้าในแง่ของกระบวนการบรรจุภัณฑ์ ณ โรงงานของลูกค้าของบริษัทฯ
- การรักษาความลับของลูกค้า บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการรักษาความลับของลูกค้า โดยบริษัทฯ จะมีการควบคุมดูแลไม่ให้มีการนำข้อมูลด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของลูกค้าว่าจ้างบริษัทฯ ผลิตหรือข้อมูลอื่นใดที่เป็นความลับของลูกค้า รวมถึงข้อมูลอื่นใดที่จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำธุรกิจของลูกค้า นำมาเปิดเผยต่อบุคคลภายนอกหรือนำข้อมูลดังกล่าวไปหาประโยชน์เพื่อการส่วนตัว

(8) การขยายไปยังประชาคมอาเซียน

การเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 น่าจะส่งผลให้ปริมาณการใช้ขวด PET ในกลุ่มประชาคมอาเซียนเพิ่มมากขึ้น ทำให้ในอนาคตบริษัทฯ อาจจะพิจารณาเปิดโรงงานผลิตขวด PET ในประเทศอื่นในประชาคมอาเซียน นอกจากนี้ การเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ มีความสนใจที่จะขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน บริษัทฯ คาดการณ์การขยายตัวดังกล่าวจะส่งผลให้ยอดขายสั่งซื้อขวด PET ของผู้ประกอบการเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นโอกาสในการลงทุนเปิดโรงงานผลิตขวด PET ในประเทศอื่นในประชาคมอาเซียน



ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักกันในแต่ละอุตสาหกรรมและผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ขวด PET ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้ดังนี้

ลำดับ	ประเภทลูกค้า	ลักษณะกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันของบริษัทฯ
1	บรรจุภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำผลไม้บรรจุขวด	บริษัทผลิตน้ำผลไม้บรรจุขวดขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่มีเครื่องจักรผลิตขวดเป็นของตนเอง
2	บรรจุภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำดื่มบรรจุขวด	บริษัทผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดขนาดกลางและใหญ่ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่มีเครื่องจักรผลิตขวดเป็นของตนเอง ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นผู้รับจ้างผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดให้แก่กลุ่มลูกค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โรงพยาบาล ธนาคารพาณิชย์ และร้านอาหารขนาดใหญ่
3	บรรจุภัณฑ์ขวด PET สำหรับน้ำมันพืช	ผู้ผลิตน้ำมันพืชขนาดใหญ่ ได้แก่ บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตน้ำมันพืชตราอู่น และบริษัท น้ำมันบริโภคไทย จำกัด ผู้ผลิตน้ำมันรำข้าวตราคิง
4	บรรจุภัณฑ์ขวด PET สำหรับเครื่องปรุงรส	ผู้ผลิตเครื่องปรุงรสขนาดกลางในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ไม่มีเครื่องจักรผลิตขวดเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นผู้ผลิตน้ำปลา ซอว์น้ำส้มสายชู และน้ำมะนาวปรุงรส

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งใกล้เคียงที่ตั้งของโรงงาน เนื่องจากสินค้าของบริษัทฯ เป็นขวด PET อาจจะมีบุหรือเสียรูปทรงได้หากขนส่งในระยะทางไกล ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของลูกค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าในประเทศทั้งหมด โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ดังนี้

- 1) การจำหน่ายผ่านทีมงานฝ่ายการตลาด บริษัทฯ จะดำเนินการติดต่อลูกค้าโดยตรงผ่านทีมงานฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ ที่มีประสบการณ์ ความรู้และความสามารถ เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยทีมงานฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ จะไปพบกับลูกค้าและมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และทำให้ทราบถึงความต้องการใหม่ๆ ของลูกค้า รวมถึงในบางครั้งอาจมีการประสานงานร่วมกับหลายๆ ฝ่ายในบริษัทฯ เพื่อร่วมกันจัดทำและนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย



- 2) การจำหน่ายโดยลูกค้าเข้ามาติดต่อบริษัทฯ โดยตรง ลูกค้าของบริษัทฯ บางรายมีการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทฯ โดยตรง ซึ่งอาจมาจากการได้รับคำแนะนำจากลูกค้าเดิมของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ คือ <http://www.prodigy.in.th> และมีการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อโฆษณาบนตัวรถขนส่งสินค้าของบริษัทฯ

ที่ผ่านมาบริษัทฯ ให้บริการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย สำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าครบตามจำนวนขั้นต่ำที่ทางบริษัทฯ กำหนดไว้ ในขณะที่ลูกค้าในเขตต่างจังหวัดนั้น บริษัทฯ จะคิดค่าบริการจัดส่งสินค้าตามค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดราคาจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ขวด PET ของบริษัทฯ จากราคาดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ต้นทุนเม็ดพลาสติก ปริมาณค่าสั่งซื้อ ระยะเวลาในการขนส่งสินค้า ระยะเวลาการชำระเงินของลูกค้า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อ และต้นทุนทางการเงิน บวกอัตรากำไร (Cost Plus Pricing) ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขันในตลาดในช่วงเวลาเดียวกันด้วย โดยบริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดอัตรากำไรที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสำหรับลูกค้าแต่ละราย

ทั้งนี้ ต้นทุนส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ คือ ต้นทุนวัตถุดิบประเภทเม็ดพลาสติก (PET Resin) ซึ่งบริษัทฯ จะสั่งซื้อจากแหล่งภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากวัตถุดิบดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีลักษณะเป็น Commodity ราคาของวัตถุดิบดังกล่าวจึงถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบแต่ละประเภทในตลาดโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ราคาวัตถุดิบดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้น บริษัทฯ จะมีการเจรจาปรับราคาจำหน่ายขวด PET ของบริษัทฯ เมื่อต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงไป เพื่อรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงต่อความผันผวนของราคาวัตถุดิบอยู่บ้าง เนื่องจากช่วงเวลาที่กำหนดราคาขายกับลูกค้าซึ่งอาจจะไม่ตรงกับช่วงเวลาที่ซื้อวัตถุดิบ

ประกาศนียบัตรและมาตรฐานสากล

บริษัทฯ มุ่งเน้นที่จะพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการจัดการเพื่อให้เป็นโรงงานที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้รับประกาศนียบัตรที่เป็นมาตรฐานสากลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

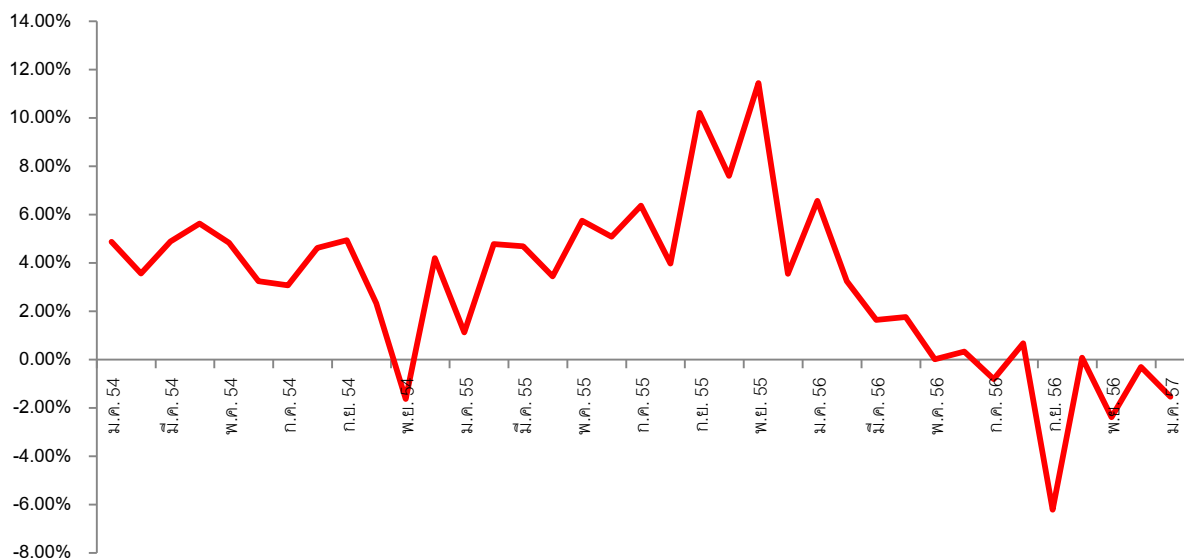
มาตรฐาน	ระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง	ผู้ให้การรับรอง
ISO 9001:2008	18 มกราคม 2556 ถึง 17 มกราคม 2559	Moody International Certification Ltd.
GMP	18 มกราคม 2556 ถึง 17 มกราคม 2559	Moody International Certification Ltd.



3.2.2 สภาวะอุตสาหกรรมพลาสติกและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อผู้บริโภค และมีความต้องการซึ่งสอดคล้องกับการบริโภคภายในประเทศ โดยดัชนีชี้วัดตัวหนึ่งที่สำคัญที่ใช้ในการติดตามการบริโภคภายในประเทศคือการเปลี่ยนแปลงของดัชนีการบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index : PCI) ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ได้คาดการณ์ว่าการบริโภคภาคเอกชนยังมีแนวโน้มที่หดตัวในไตรมาส 1 ของปี 2557 ซึ่งเป็นผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองตั้งแต่ปลายปี 2556 ส่งผลกระทบโดยตรงกับความต้องการใช้จ่ายและความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจของภาคครัวเรือน อย่างไรก็ตาม การบริโภคภาคเอกชนจะฟื้นตัวได้หลังจากไตรมาส 1 ของปี 2557 เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองน่าจะมีการคลี่คลายมากขึ้น และการบริโภคภายในประเทศจะได้รับการสนับสนุนจากการส่งออกที่ฟื้นตัว และนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ผ่อนคลายมากขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายปี 2556 ที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังได้รับปัจจัยบวกจากค่าจ้างเฉลี่ยของแรงงานทุกภาคเศรษฐกิจยังขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชนกลับมาขยายตัวได้ที่ร้อยละ 2.1 ในปี 2557

การเปลี่ยนแปลงของดัชนีการบริโภคภาคเอกชน (PCI) (%YoY Change)



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ดีความต้องการผลิตภัณฑ์พลาสติกในกลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหารยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง จากรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การใช้ชีวิตในเมืองที่ค่อนข้างเร่งรีบ ซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกในกลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหาร และการใช้บรรจุภัณฑ์จากพลาสติกทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ขวดแก้ว นอกจากนี้ ในปัจจุบันอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีความสนใจมากขึ้นเกี่ยวกับ Carbon Footprint ซึ่งจะเป็นการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้า ซึ่งจะเป็นแนวโน้มสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ต่อไปในอนาคต



อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทยถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและยังจัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อการบริโภคของประชาชนในประเทศ ซึ่งมีทิศทางการขยายตัวไปในทิศทางเดียวกันกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยอุตสาหกรรมการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก สามารถพิจารณาแบ่งประเภทตามกระบวนการผลิตและประเภทของผลิตภัณฑ์พลาสติก ได้เป็น 13 กลุ่มดังตารางดังต่อไปนี้

ลำดับ	กระบวนการผลิต	ประเภทผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบ (ประเภทเม็ดพลาสติก)
1	Blow Molding	ถังน้ำมันเครื่อง/ขวดแชมพู	PP, PE, PET, HDPE
2	Stretch Blow Molding	ขวด PET	PET, PP, HDPE
3	Injection Molding	ชิ้นส่วนรถยนต์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (IC) เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า ชั้นวางของ	Thermoplastic (PP, PE, HDPE, ABS, PS, PC)
4	Blown Film Extrusion	ถุงพลาสติก	HDPE, LDPE, LLDPE
5	Film Extrusion	แผ่นฟิล์มบาง (ฟิล์มบรรจุภัณฑ์ เทปกาว ฯลฯ)	PP, PE, LDPE, HDPE
6	Sheet Extrusion	แผ่นพลาสติก แผ่นพลาสติก ฯลฯ	PP, PE, PS, PMMA
7	Pipe/Tube Extrusion	ท่อน้ำประปา ท่อระบายน้ำ ท่อ PVC/PE ฯลฯ	PVC, PE, PP
8	Profile Extrusion	รางน้ำฝน ขอบหน้าต่าง รางสายไฟ วงกบ ฯลฯ	PVD Rigid, HDPE
9	Rotational Molding	ถังเก็บน้ำขนาดใหญ่ ถังขยะ ถังใส่ของ ฯลฯ	PVC, PP, HDPE
10	Thermoforming	ถาดใส่บรรจุภัณฑ์อาหาร ถ้วยน้ำดื่ม ฯลฯ	PS, PE, PP, PET
11	Laminating	ถุงใส่ขนมอบกรอบ ถุงบรรจุภัณฑ์หลายชั้น ฯลฯ	PE, PP
12	Tape Yarn/Filament	กระสอบพลาสติก ถุงปุ๋ย ถุงจัมโบ้ ฯลฯ	PP, HDPE, PA6, PA66, PET
13	Compressed Molding	ถ้วย จาน ชาม ช้อน เครื่องใช้ในครัวเรือนที่ทำจาก Melamine	Melamine
14	Other (Calendering, etc.)	ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ	อื่นๆ

ที่มา: กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) กระทรวงพลังงาน

สถาบันพลาสติกแห่งประเทศไทยระบุว่าราคาเม็ดพลาสติกในเดือนมกราคม 2557 นั้นเพิ่มขึ้นทุกรายการ ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการใช้เม็ดพลาสติกที่สูงขึ้น เนื่องมาจากการเตรียมความพร้อมของผู้ผลิตที่คาดการณ์ว่าความต้องการของตลาดจะเพิ่มสูงขึ้นในช่วงต้นปี 2557 รวมทั้งความต้องการที่สูงขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีนปลายเดือนมกราคม ยังสนับสนุนให้ราคาเม็ดพลาสติกเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน

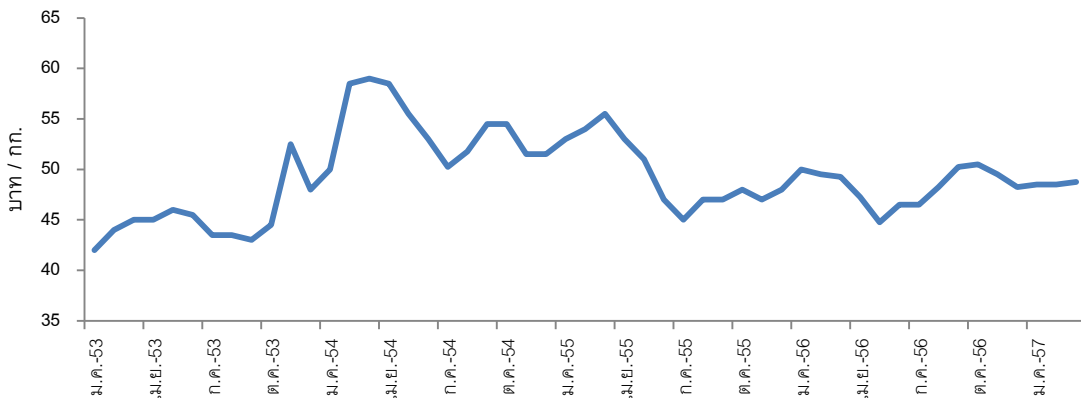
อย่างไรก็ตาม สถาบันพลาสติกได้แสดงความกังวลถึงสถานการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองในประเทศ เนื่องจากกระทบถึงความเชื่อมั่นด้านการลงทุนและการค้าโดยตรง จะส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก แต่ทั้งนี้ได้มีการคาดการณ์ประกอบการประเมินจากหลายหน่วยงานว่าสถานการณ์น่าจะปรับตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2557

แนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกในปี 2557 จากรายงานสรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2556 และแนวโน้มปี 2557 จะมีผลกระทบในทางลบเนื่องจากความกังวลต่อปัญหาการเมืองในประเทศ ทำให้เกิดการนัดหยุดงานเพื่อชุมนุมอย่างต่อเนื่องจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจ และความต้องการในการใช้พลาสติกในประเทศ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบ เช่น ปัญหาอุทกภัยในภาคตะวันออกหรือปัญหาอุทกภัยทางใต้ของประเทศไทย ทำให้ขัดขวางการเดินทางของแรงงานซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมพลาสติก ปัญหาเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา เนื่องจากเป็นคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย รวมถึงปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเงินของยุโรปก็อาจส่งผลกระทบด้วยเช่นเดียวกัน



กราฟต่อไปนี้แสดงถึงราคาเม็ดพลาสติก PET ในประเทศไทยในช่วงปี 2553 ถึง ไตรมาส 1 ปี 2557 ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกขวด PET แสดงให้เห็นถึงความผันผวนของราคาเม็ดพลาสติก PET ในช่วงราคาประมาณ 42-59 บาทในช่วงระยะเวลาดังกล่าว สาเหตุที่ราคาเม็ดพลาสติก PET มีความผันผวนเนื่องจากสภาวะการแข่งขันของตลาดเม็ดพลาสติก PET มีสูงมาก แม้ว่าตลาดในประเทศไทยจะมีผู้ผลิตเม็ดพลาสติก PET รายใหญ่น้อยราย แต่กำลังการผลิตของผู้ผลิตรวมกันทั้งสิ้นมีมากกว่าปริมาณความต้องการในการใช้เม็ดพลาสติกมาก จึงส่งผลให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาด นอกจากนี้เม็ดพลาสติก PET จัดเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ ดังนั้นการแข่งขันในตลาดเม็ดพลาสติก PET จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านราคาเป็นหลัก และส่งผลให้ราคาเม็ดพลาสติกมีความผันผวน

ราคาเม็ดพลาสติก PET ภายในประเทศ



ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมพลาสติก สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสภาวะอุตสาหกรรมพลาสติก

ตลาดเครื่องดื่มภายในประเทศ

Euromonitor ได้ระบุว่าตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยได้กลายเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อประชากรไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัจจัยที่น้ำประปาในประเทศไทยไม่สามารถดื่มได้ หากไม่ทำการต้มก่อน จึงส่งผลให้ประชากรไทยจำเป็นต้องบริโภคน้ำดื่มสะอาดจากน้ำดื่มบรรจุขวดที่วางขายตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ประกอบกับในปัจจุบันนี้พฤติกรรมของประชากรไทยเปลี่ยนไปจากในอดีต คือ ต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ทำให้ประชากรไทยไม่นิยมการกักตุนน้ำฝนไว้เพื่อบริโภคในครัวเรือน และนำไปต้มก่อนการนำไปใช้ดังเช่นในอดีต ส่งผลดีให้กับตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดในปัจจุบันนี้เป็นอย่างมาก และทำให้ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการน้ำดื่มบรรจุขวด คือ สภาวะอากาศในประเทศไทย เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคดื่มน้ำบรรจุขวดมากยิ่งขึ้นและส่งผลดีให้กับตลาดโดยรวม และหากสภาวะอากาศในประเทศไทยหนาวเย็นลงก็จะส่งผลกระทบต่อในทางตรงกันข้าม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2556 ตลาดเครื่องดื่มในประเทศ ทั้งสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ฉายภาพการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแตกต่างจากรูทกิจหรือสินค้าอื่นที่เริ่มได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ส่งสัญญาณชะลอตัวตั้งแต่ช่วงไตรมาส 2/2556 จากปัจจัยกระตุ้น 3 ประการ ได้แก่

- 1) แรงกระตุ้นด้านกำลังซื้อของประชาชน จากมาตรการสนับสนุนรายได้ของภาครัฐ คือการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ การปรับขึ้นเงินเดือนและจ่ายโบนัสที่สอดคล้องกับผลประกอบการของบริษัทที่ดีในปี 2555 ของภาครัฐกิจเอกชน และภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูงขึ้น



2) การแข่งขันของผู้ประกอบการสินค้าประเภทเครื่องต้ม โดยเฉพาะเครื่องต้มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ที่มีการแข่งขันรุนแรง จึงมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จนทำให้เกิดความถี่ในการซื้อซ้ำในปริมาณที่สูง และเป็นปัจจัยผลักดันให้ตลาดเติบโต

3) สภาพอากาศที่อบอ้าวและกินเวลานานกว่าทุกปี ทำให้เครื่องต้ม เช่น น้ำต้ม น้ำอัดลม น้ำผลไม้ ชาพร้อมดื่ม และเกลือแร่ ได้รับอานิสงส์จากปริมาณและความถี่ในการบริโภคที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2556 ตลาดเครื่องต้มในประเทศเผชิญปัจจัยท้าทายหลายด้านที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การบริโภคให้ชะลอตัวลงโดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 3/2556 ซึ่งปัจจัยท้าทายที่สำคัญ คือ ความเสี่ยงจากอารมณ์การจับจ่ายใช้สอยของภาคประชาชนที่ชะลอหรือมีความระมัดระวังมากขึ้น

กำลังซื้อของภาคประชาชนอ่อนแรงลงมาก เพราะถูกกดดันจากภาระค่าใช้จ่ายที่มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากปัญหานี้ภาคครัวเรือน โดยเฉพาะหนี้จากการผ่อนชำระบ้านและรถยนต์ ปัญหาจากรายจ่ายภาคครัวเรือนอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้นตามค่าบริการสาธารณูปโภคที่ปรับเพิ่มขึ้น อาทิ ค่าทางด่วน ค่าโดยสารรถไฟ ค่าสินค้าอุปโภคบริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามต้นทุนการผลิต ราคาเชื้อเพลิงที่ปรับตัวสูงขึ้นตามทิศทางราคาในตลาดโลก และมาตรการลดการอุดหนุนจากภาครัฐทางด้านรายได้ของภาคประชาชนเองก็มีแนวโน้มชะลอตัวลง โดยเฉพาะในภาคเกษตรตามปัจจัยจากราคาจำหน่ายพืชผลการเกษตรที่อาจถูกทบทวนปรับลดมาตรการอุดหนุนให้ยืดหยุ่นตามสถานการณ์มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกจากความต้องการในตลาดโลกที่ชะลอตัว (ข้าว น้ำตาล ยางพารา) อีกด้วย

การชะลอตัวของกำลังซื้อ ถือเป็นความกดดันของธุรกิจทุกประเภท โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องต้ม ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถชะลอหรือลดการบริโภคได้ โดยมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตน้อยกว่าหากเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครัวเรือน อาทิ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าเล่าเรียน ค่าน้ำ ค่าไฟ รวมทั้งสินค้าอุปโภค-บริโภคที่จำเป็นอื่นๆ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดเครื่องต้มในประเทศในปี 2556 จะมีมูลค่าประมาณ 4.1-4.2 แสนล้านบาท ขยายตัว 4-5% แต่ชะลอตัวลงหากเทียบกับปีก่อนที่เติบโต 8%

Euromonitor คาดการณ์ในช่วงเดือนสิงหาคม ปี 2556 ว่าตลาดเครื่องต้มบรรจุขวดในประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (Compound Annual Growth Rate - CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 4 ผ่านร้านค้าสะดวกซื้อ ในปี 2556 โดยปัจจัยที่สนับสนุนอัตราการเจริญเติบโตดังกล่าวคือ การเติบโตของเครื่องต้มประเภทน้ำอัดลม และเครื่องต้มประเภทชาพร้อมดื่ม รสชาติต่างๆ

ภาวะอุตสาหกรรมน้ำมันและไขมันประกอบอาหารภายในประเทศไทย

Euromonitor ได้คาดการณ์ว่าตลาดน้ำมันและไขมันประกอบอาหารของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 10 ในปี 2556 และจะมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ประมาณ 15,200 ล้านบาท ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 9 ในปี 2555 โดยเป็นแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับการบริโภคของตลาดที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 6 ในปี 2556 จากที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ในปี 2555

น้ำมันและไขมันประกอบอาหาร ถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการบริโภคในประเทศไทยทั้งการบริโภคในครัวเรือนและการบริโภคของร้านอาหาร อีกทั้งในปัจจุบันนี้น้ำมันและไขมันประกอบอาหารมีสัดส่วนสินค้าจำนวนมากที่รองรับความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าได้ในช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก ประกอบกับความกังวลของผู้บริโภคในประเด็นเรื่องสุขภาพในปัจจุบัน ปัจจัยเหล่านี้สนับสนุนให้ตลาดน้ำมันและไขมันประกอบอาหารมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



Euromonitor ได้คาดการณ์เพิ่มเติมว่าตลาดน้ำมันและไขมันประกอบอาหารในอนาคตจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (Compound Annual Growth Rate - CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 8 และมูลค่าตลาดจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 22,800 ล้านบาท จากปริมาณการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากแนวความคิดเรื่องการรักษาสุขภาพในกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น แม้ว่าจะมีการบริโภคน้ำมันจากสัตว์ที่ลดน้อยลงเพื่อป้องกันการบริโภคคอเลสเตอรอลสู่ร่างกาย แต่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนการบริโภคไปเป็นน้ำมันพืชมากยิ่งขึ้น ซึ่งตลาดน้ำมันพืชจะได้รับผลประโยชน์จากแนวโน้มดังกล่าวนี้ รวมทั้งปัจจุบันนี้ผู้บริโภคได้มีการใช้ตระหนักถึงการตั้งประมาณการรายจ่ายสำหรับการซื้อน้ำมันพืชเพื่อป้องกันผลเสียจากการบริโภคน้ำมันสัตว์และการนำน้ำมันกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของการบริโภคน้ำมันพืชได้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

น้ำมันพืชในตลาดโลกสามารถแบ่งตามปริมาณการผลิตตั้งแต่ปี 2550 จนถึงปี 2555 ได้ดังตารางต่อไปนี้

ประเภทน้ำมันพืช	2550/51	2551/52	2552/53	2553/54	2554/55	สัดส่วน (ปี 2554/55) (ร้อยละ)
น้ำมันปาล์ม	41.03	44.02	45.87	47.95	50.67	33.02
น้ำมันถั่วเหลือง	37.73	35.90	38.88	41.24	41.95	27.33
น้ำมันเรปซีด	18.49	20.56	22.44	23.59	23.60	15.38
น้ำมันเมล็ดทานตะวัน	10.14	11.95	12.11	12.21	14.15	9.22
น้ำมันเมล็ดในปาล์ม	4.94	5.17	5.50	5.56	5.84	3.81
น้ำมันเมล็ดฝ้าย	5.20	4.78	4.63	4.99	5.33	3.40
น้ำมันถั่วลิสง	4.90	5.08	4.74	5.10	5.27	3.43
น้ำมันมะพร้าว	3.54	3.54	3.63	3.83	3.56	2.32
น้ำมันมะกอก	2.81	2.78	3.05	3.04	3.10	2.02
รวม	128.78	133.78	140.84	147.50	153.47	100.00

ที่มา: USDA (อ้างอิงจาก <http://fic.nfi.or.th>)

ในปี 2554/55 ตลาดโลกมีปริมาณการผลิตน้ำมันพืชรวม 153.47 ล้านตัน ซึ่งคิดเป็นการเพิ่มขึ้นจากปี 2553/54 ร้อยละ 4.05 ซึ่งน้ำมันพืชที่มีสัดส่วนการผลิตสูงสุดในปีดังกล่าวคือ น้ำมันปาล์ม ที่มีสัดส่วนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 33.02 จากปริมาณการผลิตน้ำมันพืชทั้งหมด น้ำมันถั่วเหลืองมีปริมาณการผลิตสูงสุดเป็นอันดับรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 27.33 และน้ำมันเรปซีดและน้ำมันเมล็ดทานตะวันมีปริมาณการผลิตร้อยละ 15.38 และร้อยละ 9.22 ตามลำดับ ซึ่งน้ำมันพืชทั้งสี่ประเภทรวมกันทั้งหมดคิดเป็นโดยประมาณร้อยละ 85 ของปริมาณการผลิตน้ำมันพืชของตลาดทั่วโลก ดังนั้นจึงถือได้ว่า น้ำมันถั่วเหลืองเป็นหนึ่งในน้ำมันพืชที่มีความสำคัญต่อการบริโภคน้ำมันพืชของตลาดโลก



สภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 จนถึงในปี พ.ศ. 2555 มีบริษัทผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกจดทะเบียนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นโดยตารางดังต่อไปนี้

ปีงบการเงิน	จำนวนบริษัท (ราย)
2555	960
2554	964
2553	908
2552	897
2551	884
2550	796

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สังกัดกระทรวงพาณิชย์, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และแหล่งข้อมูลอื่นๆ
เข้าถึงข้อมูลวันที่ 31 มีนาคม 2557

โดยมีปริมาณผู้ประกอบการจำนวน 796 รายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 และเพิ่มสูงขึ้นเป็น 960 รายในปี พ.ศ. 2555 ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2555 ผู้ประกอบการทั้งหมดในอุตสาหกรรมมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 3.51 หมื่นล้านบาท มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 1.12 แสนล้านบาท และมีรายได้รวมทั้งสิ้น 1.39 แสนล้านบาท

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาคู่แข่งทางตรงของบริษัทฯ จะต้องคำนึงถึงลักษณะธุรกิจ ตำแหน่งที่ตั้งของโรงงาน รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายคลึงกัน โดยผู้บริหารของบริษัทฯ ได้ประเมินว่าคู่แข่งทางตรงในอุตสาหกรรมผู้ผลิตขวด PET เพื่อการจัดจำหน่ายคือผู้ผลิตขวด PET ที่มีโรงงานตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีกำลังการผลิตใกล้เคียงกับบริษัทฯ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 15 ราย และผู้บริหารประเมินว่าบริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการที่อยู่ในลำดับต้นๆ ของอุตสาหกรรมนี้

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

โรงงานผลิตของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระบือ อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม บนเนื้อที่ขนาด 17 ไร่ 93 ตารางวา โดยเป็นที่ตั้งของสำนักงาน พื้นที่คลังสินค้า และสายการผลิต ซึ่งประกอบด้วยเครื่องจักรหลัก คือ เครื่องฉีด (Injection Machine) และเครื่องเป่า (Blowing Machine) โรงงานของบริษัทฯ ถูกออกแบบมาให้เปรียบเสมือนกับโรงงาน 2 โรงงานซึ่งอยู่ติดกัน โดยมีระบบไฟฟ้าแยกออกจากกัน ทำให้หากเกิดปัญหาขึ้นในกระบวนการผลิตของโรงงานซีกหนึ่ง โรงงานอีกซีกหนึ่งก็ยังสามารถดำเนินการผลิตต่อไปได้ ทั้งนี้ กำลังการผลิตสูงสุด อัตราการใช้กำลังการผลิตของบริษัทฯ ในปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 เป็นดังนี้

	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กำลังการผลิตสูงสุด (ล้านขวดพลาสติกต่อเดือน)	39.00	44.00	50.00
อัตราการใช้เครื่องจักรเฉลี่ย (ร้อยละ)	72	78	61

หมายเหตุ บริษัทฯ ดำเนินการผลิต 3 กะ ๑ละ 8 ชั่วโมง 26 วันทำงานต่อเดือน



วัตถุดิบ

วัตถุดิบในการผลิตหลักของบริษัทฯ คือ เม็ดพลาสติก PET (PET Resin) ซึ่งบริษัทฯ จัดซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศ เช่น บริษัท อินโดรามา โพลีเมอร์ส จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทย-เอ็มซี จำกัด และบริษัท มิทซูบิอิ แอนด์ คัมปะนี (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นต้น โดยในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต

การติดต่อรับงานกับลูกค้า (กรณีลูกค้าต้องการขวด PET มาตรฐานที่บริษัทฯ มีการผลิตอยู่แล้ว)

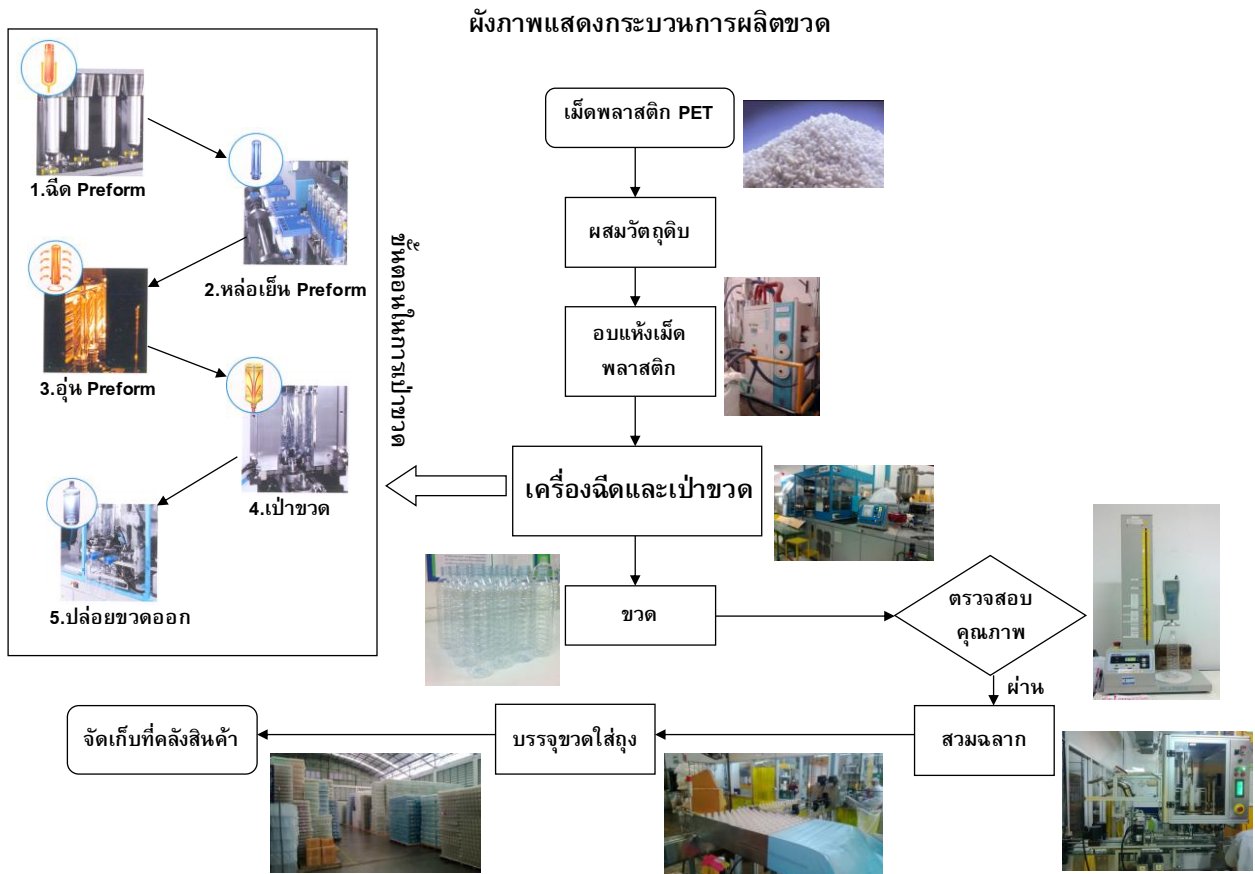
1. บริษัทฯ ดำเนินการส่งตัวอย่างขวด PET แต่ละรูปแบบพร้อมทั้งเสนอราคาให้แก่ลูกค้าเพื่อพิจารณา
2. บริษัทฯ และลูกค้าหารือร่วมกันเพื่อตกลงรายละเอียดเกี่ยวกับราคาและเงื่อนไขต่างๆ
3. หากลูกค้ายอมรับเงื่อนไขและผลิตภัณฑ์แล้ว บริษัทฯ จะเริ่มผลิตชิ้นงานในเชิงพาณิชย์ให้แก่ลูกค้าและส่งมอบชิ้นงานให้แก่ลูกค้าตามคำสั่งซื้อ

การติดต่อรับงานกับลูกค้า (กรณีลูกค้าต้องการขวด PET ที่มีลักษณะเฉพาะ)

1. บริษัทฯ ดำเนินการส่งข้อมูลและผลงานของบริษัทฯ ในอดีตให้แก่ลูกค้าเพื่อพิจารณา
2. การเยี่ยมชมการดำเนินงานของบริษัท (Commercial Site Visit) เพื่อให้แน่ใจว่าระบบการทำงานและการผลิตของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐานที่ลูกค้ายอมรับได้
3. การประเมินทางด้านเทคนิค (Technical Evaluation) ขั้นตอนการประเมินศักยภาพ ความสามารถ และคุณภาพในการผลิตของบริษัทฯ ในการผลิตชิ้นส่วนให้ได้ตรงความต้องการในรูปแบบที่กำหนด
4. ลูกค้าจะจัดส่งข้อมูลของชิ้นงานให้แก่บริษัทฯ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะระบุชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ รูปร่าง มิติ และรายละเอียดของชิ้นงาน และปริมาณที่ต้องการให้แก่บริษัทฯ เพื่อศึกษารายละเอียดเตรียมการเสนอราคา จัดทำตัวอย่างและวางแผนการผลิต
5. บริษัทฯ ศึกษาข้อมูลและทำการวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อจัดทำใบเสนอราคาเสนอกลับไปยังลูกค้า
6. บริษัทฯ และลูกค้าหารือร่วมกันเพื่อตกลงรายละเอียด ราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในรายละเอียด
7. เมื่อลูกค้ายอมรับราคา บริษัทฯ จะจัดทำตัวอย่างชิ้นงานขั้นสุดท้าย และเสนอแผนการผลิตไปยังลูกค้า
8. ลูกค้าตรวจสอบความถูกต้องของตัวอย่างชิ้นงานและแผนการผลิตที่บริษัทฯ เสนอ
9. หากลูกค้ายอมรับตัวอย่างชิ้นงานและแผนการผลิตดังกล่าวแล้ว บริษัทฯ จะเริ่มผลิตชิ้นงานในเชิงพาณิชย์ให้แก่ลูกค้าและส่งมอบชิ้นงานให้แก่ลูกค้าตามแผนการผลิตนั้นๆ



กระบวนการผลิต





กระบวนการผลิตขวด PET ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนที่สำคัญด้วยกันดังต่อไปนี้

1. กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ

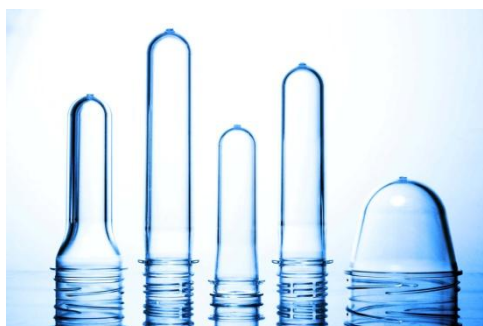
เม็ดพลาสติก PET (PET Resin) จะถูกนำเข้าสู่กระบวนการกำจัดความชื้น โดยอาศัยลมร้อนและสารดูดความชื้น เนื่องจากความชื้นเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้ขวด PET ที่ออกจากกระบวนการผลิตนั้นต้องคุณภาพจนไม่สามารถใช้งานได้



ภาพแสดงเม็ดพลาสติก PET (PET Resin)

2. กระบวนการฉีด

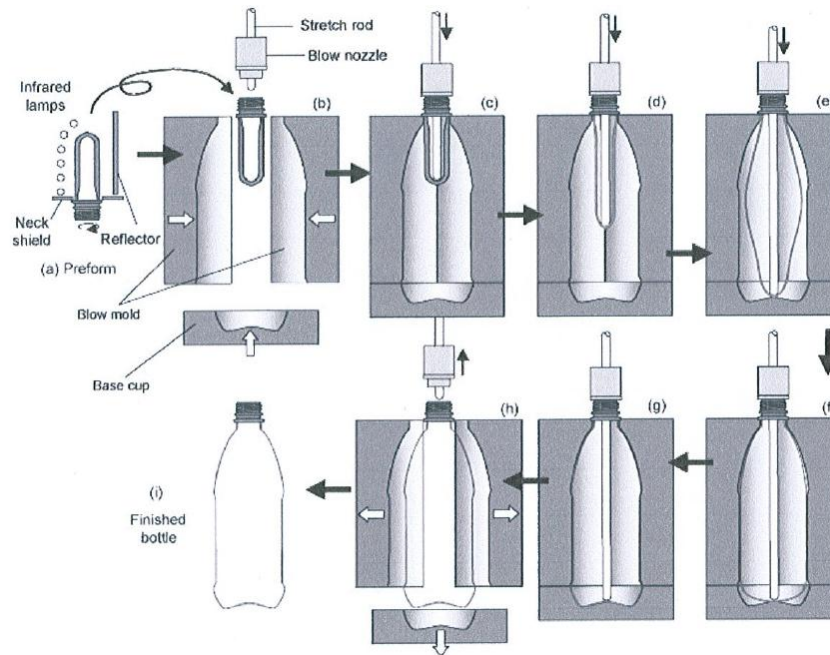
ในกระบวนการนี้ เม็ดพลาสติก PET ที่ผ่านการกำจัดความชื้นแล้วจะถูกลำเลียงเข้าสู่เครื่องจักรโดยใช้ระบบท่อลมดูดเพื่อทำการหลอมเม็ดพลาสติกที่อุณหภูมิ 270-290 องศาเซลเซียสก่อนฉีดพลาสติกเหลวเข้าสู่แม่พิมพ์เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกเป็นหลอดพรีฟอร์ม (Preform) โดยเครื่องจักรที่ทางบริษัทฯ เลือกใช้ในขั้นตอนการฉีดพรีฟอร์มนี้จะเป็นเครื่องระบบ ISBM (Injection Stretch Blow Molding) ซึ่งเป็นเครื่องฉีดและเป่าขวดที่มีมาตรฐานสูงซึ่งมาจากผู้ผลิตชั้นนำในประเทศญี่ปุ่น โดยในพื้นที่ผลิตจะมีการติดตั้งระบบกำจัดความชื้นเพื่อป้องกันปัญหาหลอดพรีฟอร์มด้วยคุณภาพอันเนื่องมาจากความชื้นในอากาศ



ภาพแสดงหลอดพรีฟอร์ม (Preform) ในแต่ละขนาดและรูปแบบ

3. กระบวนการเป่า

หลอดพรีฟอร์มที่ได้จากกระบวนการฉีดจะถูกลำเลียงผ่านเตาอบ ที่ให้ความร้อนจากหลอด Infrared เพื่อให้หลอดพรีฟอร์มมีลักษณะนิ่มเหมือนยาง ก่อนที่จะเข้าสู่แม่พิมพ์เป่าในขั้นตอนต่อไปที่ติดตั้งอยู่บนเครื่อง ISBM โดยในขั้นตอนการเป่าจะมีแท่งโลหะ (Stretch Rod) ทำการกระทุ้งเพื่อยืดหลอดพรีฟอร์มให้ยาวขึ้น พร้อมกับใช้ลมแรงดันสูงในการเป่าเพื่อให้ได้เป็นขวดออกมา



ภาพแสดง Blowing Process

4. กระบวนการตรวจสอบคุณภาพ

ในกระบวนการนี้ขวด PET ที่ออกจากเครื่องจักรจะเข้าสู่ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพโดยพนักงานตรวจสอบหน้าเครื่องเพื่อคัดขวดที่ไม่ได้มาตรฐานออก จากนั้นขวดที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพจะถูกส่งมาสู่ขั้นตอนการสวมฉลาก บรรจุลงถุงพลาสติก และส่งต่อเข้าคลังสินค้าเพื่อการจำหน่ายต่อไป

3.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

3.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -