

BUSINESS PLAN: PCP PACK CO., LTD.

Wipreeya SILACHOTE^{1*}

¹ College of Business Administration, Rangsit University, Thailand; wipreeya.s68@rsu.ac.th

ABSTRACT

PCP PACK Co., Ltd. is a family-owned enterprise established upon a foundation of specialized expertise in plastic and shrink film manufacturing. Strategically located in Phra Samut Chedi, Samut Prakan, the company operates under a B2B (Business-to-Business) model, offering a diverse portfolio of packaging solutions. Our core offerings include precision product labels, versatile shrink films (PE and PVC), cap seals, and bespoke curved, pressed, and flat-cut PVC packaging. Our comprehensive end-to-end services encompass expert consultancy, innovative graphic design, and advanced manufacturing, followed by streamlined distribution to clients throughout Thailand and the Lao People's Democratic Republic. With an initial capital investment of 2,000,000 THB, the company is incorporated with a shareholding structure led by Ms. Wipreeya Silachote (60%), Mr. Pinitnun Silachote (30%), and Mr. Worawit Yamsiri (10%). A rigorous feasibility study indicates exceptional financial performance, featuring a payback period of less than one year. The Net Present Value (NPV) is highly favorable at 2,599,792.59 THB, with an Internal Rate of Return (IRR) of 75% per annum. Based on an extensive analysis of market benchmarks and operational excellence, it is concluded that PCP PACK Co., Ltd. represents an attractive and worthwhile investment opportunity under the stated assumptions.

Keywords: Business Plan, Plastic, Plastic Packaging, Product Labels, Branding

CITATION INFORMATION: Silachote, W. (2026). Business Plan: PCP Pack Co., Ltd. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(7), 9.

แผนธุรกิจ บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด

วิปริยา ศิลาโชติ^{1*}

1 วิทยาลัยบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; wipreeya.s68@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด เป็นธุรกิจครอบครัวที่ต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านงานพลาสติกและฟิล์มหด โดยจัดตั้งโรงงานในพื้นที่ อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ B2B (Business-to-Business) มุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ฉลากสินค้า (Labels), ฟิล์มหดแพ็คสินค้า (Cap seal/Shrink Film) ทั้งประเภท PE, PVC, และฟิล์มรูปทรงพิเศษ (ทรงโค้ง-รีด-แบน) โดยขอบเขตของธุรกิจครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา การออกแบบกราฟิก การผลิต จนถึงการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าทั้งในประเทศไทยและส่งออกไปยังประเทศลาว บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 2,000,000 บาท ซึ่งดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทโดยนางสาววิปริยา ศิลาโชติ ถือหุ้นร้อยละ 60 นายพินิจนันท์ ศิลาโชติ ถือหุ้นร้อยละ 30 และนายวรวิษ แยมศิริ ถือหุ้นร้อยละ 10 จากการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ พบว่า มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจมีค่าเป็นบวกเท่ากับ 2,599,792.59 บาท โดยมีผลการตอบแทนภายในปีของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 75 และประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจใกล้เคียง และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและคุ้มค่าแก่การลงทุนภายใต้สมมติฐานที่กำหนด

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, พลาสติก, บรรจุภัณฑ์พลาสติก, ฉลากแบรนด์สินค้า

ข้อมูลการอ้างอิง: วิปริยา ศิลาโชติ. (2569). แผนธุรกิจ บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(7), 9.

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจ SME และกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ทั้งในประเทศไทยและประเทศลาว มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสวยงามเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรายย่อยมักประสบปัญหาเรื่อง "จำนวนสั่งผลิตขั้นต่ำ" (Minimum Order Quantity-MOQ) ที่สูงเกินไป ทำให้เข้าไม่ถึงบรรจุภัณฑ์คุณภาพดี บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด จึงก่อตั้งขึ้นเพื่อปิดช่องว่างนี้ โดยเน้นการให้บริการที่ยืดหยุ่นและมีมาตรฐานระดับอุตสาหกรรม และบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด เป็นธุรกิจครอบครัวที่ต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านงานพลาสติกและฟิล์มหดย โดยจัดตั้งโรงงานในพื้นที่ อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ B2B (Business-to-Business) มุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ฉลากสินค้า (Labels), ฟิล์มหดยแพ็คสินค้า (Cap seal/Shrink Film) ทั้งประเภท PE, PVC, และฟิล์มรูปทรงพิเศษ (ทรงโค้ง-รีด-แบน) โดยขอบเขตของธุรกิจครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา การออกแบบกราฟิก การผลิต จนถึงการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าทั้งในประเทศไทย และส่งออกไปยังประเทศลาว

จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลากหลายรูปแบบ โดยขอบเขตของธุรกิจครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา การออกแบบกราฟิก การผลิต จนถึงการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าทั้งในประเทศไทยและส่งออกไปยังประเทศลาว

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

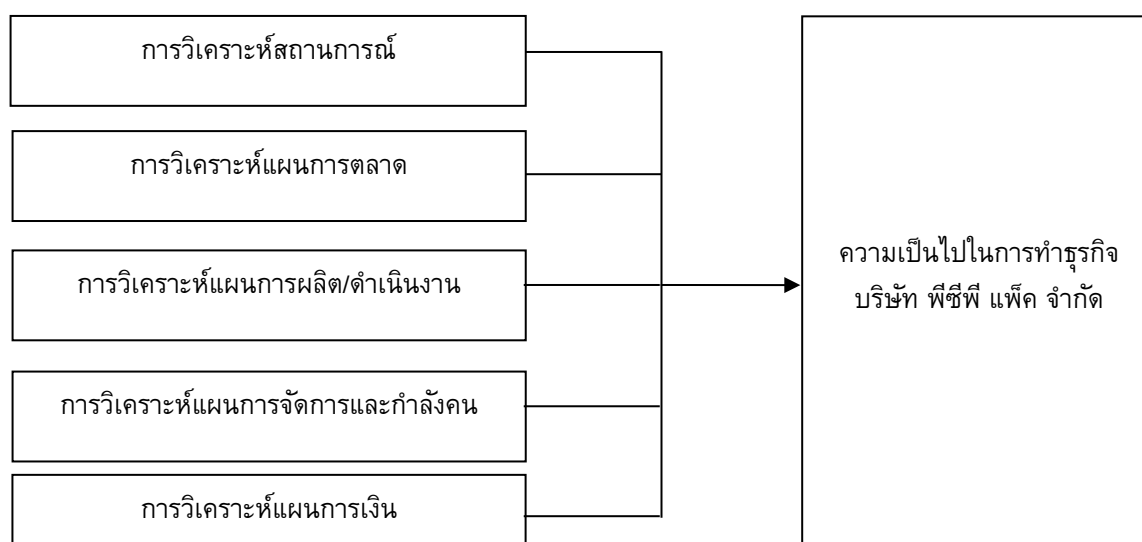
การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิจัยกรุงศรี (2567) อธิบายว่า อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ โดยสถาบัน Smithers Pira ได้คาดการณ์ว่าปริมาณการบริโภคบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ทั่วโลกจะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.2 ต่อปีในช่วงปี 2567-2569 ขณะที่บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดแข็ง (Rigid Packaging) จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.4 ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน สำหรับบริบทของประเทศไทย ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นสู่ระดับเฉลี่ยร้อยละ 2.5-3.5 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศอันได้รับแรงหนุนจากภาคการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านสุขอนามัย ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่อเนื่องหลายสาขา โดยเฉพาะกลุ่มอาหารแช่แข็ง อาหารแปรรูป และเครื่องดื่ม มีความต้องการใช้บรรจุ

ภัณฑ์พลาสติกเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของภาคค้าปลีกและธุรกิจ E-commerce ยังเป็นปัจจัยบวกโดยตรงที่ส่งเสริมความต้องการฟิล์มพลาสติก กล่องบรรจุอาหาร ถุง และขวดพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญ เกสรารณณ์ ตรงต่อศักดิ์ (2566) อธิบายว่า จากที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมรวมถึงอุปสงค์และอุปทานของตลาดเม็ดพลาสติก โดยพบว่าในอนาคตตลาดยังคงมีความต้องการสูงกว่าอุปทานที่มีอยู่ประมาณ 25 พันตันต่อปี จึงเป็นโอกาสอันดีในการดำเนินธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นในตลาด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังคงต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านความผันผวนของวัตถุดิบต้นน้ำและกระแสรัศของโลก ซึ่งแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพคือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า อาทิ ความร่วมมือกับเจ้าของแบรนด์สินค้าในการจัดเก็บและหมุนเวียนวัสดุกลับมาใช้ใหม่ตามกลไกความรับผิดชอบต่อที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิต ซึ่งแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างพันธมิตรที่เหนียวแน่นนี้จะช่วยลดความเสี่ยงด้านต้นทุนและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ประกอบการนิติบุคคลรายใหม่ได้เป็นอย่างดี

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยแผนธุรกิจ บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด เป็นการใชรูปแบบการวิจัยเชิงเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเป็นหลัก เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นรูปธรรมในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้น รวบรวม และสังเคราะห์ข้อมูลเชิงพาณิชย์ สถิติการตลาด และแนวโน้มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากรายงานบทวิเคราะห์ของหน่วยงานชั้นนำ อาทิ ศูนย์วิจัยกรุงศรี, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, และศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) ควบคู่ไปกับการศึกษาข้อกำหนดมาตรฐานและกฎระเบียบการค้าจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จากนั้นจึงนำชุดข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ผ่านเครื่องมือบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์แรงกดดัน

ทางการแข่งขัน และการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด และใช้เป็นฐานสมมติฐานในการประมาณการโครงสร้างรายได้และต้นทุนผ่านแบบจำลองทางการเงิน 5 ปี โดยประเมินความคุ้มค่าและความเป็นไปได้ทางการเงินด้วยเครื่องมือชีวิตสากล ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน เพื่อให้ผลการศึกษาในภาพรวมมีความสมเหตุสมผลเชิงวิชาการและสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PESTEL)

ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factors) นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐถือเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยเฉพาะโครงการส่งเสริม SME และการขยายความร่วมมือทางการค้าในระดับภูมิภาค รัฐบาลไทยภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบันได้มุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อยผ่านโครงการ "SME Pro-active" ซึ่งสนับสนุนการออกไปขยายตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ CLMV (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2567)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) ทิศทางเศรษฐกิจไทยและภูมิภาคอาเซียนในปี พ.ศ. 2569 มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากการฟื้นตัวของภาคการบริโภคและการส่งออก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจบรรจุภัณฑ์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Factors) การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค New Normal ส่งผลในเชิงบวกต่อความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและสวยงาม ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความสะอาดและสุขอนามัย (Hygiene) อย่างสูงสุด ทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่ม Cap seal และฟิล์มหัดที่ใช้ป้องกันการเปิดสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภค กลายเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่ทุกแบรนด์ต้องมี (SCB EIC, 2566)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการพิมพ์และการแปรรูปพลาสติกในปัจจุบันช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนได้อย่างมหาศาล การนำระบบ "Digital Printing" เข้ามาใช้ร่วมกับระบบ Gravure ดั้งเดิม ทำให้โรงงานสามารถรับงานจำนวนน้อย (Low MOQ) ได้โดยไม่ต้องเสียค่าเพลทพิมพ์ในราคาแพง ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ SME เข้าถึงบรรจุภัณฑ์คุณภาพสูงได้ (ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ, 2567)

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factors) แม้กระแสการลดใช้พลาสติกจะดูเป็นความท้าทาย แต่ในมิติด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบยืดหยุ่น (Flexible Packaging) กลับเป็นโอกาสในการนำเสนอ "นวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม" การพัฒนาฟิล์มชนิด Mono-material (ใช้วัสดุประเภทเดียวกันทั้งหมด) ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปรีไซเคิลได้ 100% ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการอย่างสูงจากลูกค้าแบรนด์ใหญ่และ SME ที่ต้องการชูจุดขายเรื่องความยั่งยืน (สถาบันพลาสติก, 2567)

ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factors) การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการประกอบกิจการโรงงานในปัจจุบัน มีทิศทางที่เอื้ออำนวยต่อ SME มากขึ้น โดยเฉพาะ พ.ร.บ. โรงงาน (ฉบับล่าสุด) ที่ลดขั้นตอนการขออนุญาตและการต่ออายุใบอนุญาต รง.4 ทำให้การเริ่มต้นและขยายธุรกิจมีความคล่องตัวสูงขึ้น (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567)

การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ ส่งผลกระทบต่อบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัดในระดับต่ำ เนื่องจากเราเป็นธุรกิจครอบครัวที่มีประสบการณ์เดิมและมีเครื่องจักรพร้อมอยู่แล้ว ทำให้รายใหม่ที่ไม่มียานลูกค้าและไม่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคพิมพ์ฟิล์มหัดเข้าสู่ตลาดมาแข่งกับเราได้ยาก

ความเข้มข้นของการแข่งขัน ส่งผลกระทบต่อบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัดในระดับสูง เนื่องจากต้องเผชิญกับคู่แข่งรอบด้าน อย่างไรก็ตาม การที่เรามีฐานลูกค้าใน สปป.ลาว ซึ่งคู่แข่งรายอื่นอาจยังเข้าไม่ถึง จะเป็นเกราะป้องกันการแข่งขันในตลาดในประเทศไทยที่ดูเดือดได้เป็นอย่างดี

แรงกดดันจากสินค้าทดแทน ส่งผลกระทบต่อบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัดในระดับต่ำ เนื่องจากในอุตสาหกรรมน้ำดื่มและอาหารแปรรูปที่ลูกค้าเราทำอยู่ ยังไม่มีสินค้าใดทดแทนความสะดวกและประสิทธิภาพของฟิล์มหัดและซองพลาสติกได้อย่างสมบูรณ์ในระยะ 3-5 ปีนี้

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ส่งผลกระทบต่อบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัดในระดับสูง เราจึงต้องเน้นกลยุทธ์ "การบริการที่เป็นกันเอง" และ "การเป็นที่ปรึกษาด้านบรรจุภัณฑ์" เพื่อเปลี่ยนจากลูกค้าทั่วไปมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ยั่งยืน ทำให้ลูกค้าไม่ยอมเปลี่ยนไปเจ้าอื่นเพียงเพราะราคาต่างกันเล็กน้อย

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย ส่งผลกระทบต่อบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัดในระดับสูง จึงต้องสร้างสายสัมพันธ์ที่ถักทอแน่นหนา จำหน่ายหลายราย และมีการทำสต็อกวัตถุดิบสำรองในช่วงที่ราคาน้ำมันมีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้น เพื่อรักษาดันทุนไม่ให้บานปลาย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- 1) ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางของการขนส่งและแหล่งวัตถุดิบ
- 2) สามารถรับงานในปริมาณน้อยเพื่อรองรับกลุ่ม SME ที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจ
- 3) มีฐานลูกค้าเดิมที่เป็นชาวลาวอยู่แล้ว
- 4) เลือกใช้เครื่องจักรที่รองรับการพิมพ์ละเอียดสูงและทีมกราฟิกที่เชี่ยวชาญ
- 5) บริหารงานที่ใกล้ชิดและเป็นกันเองในฐานะธุรกิจครอบครัว

- จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) เป็นนิติบุคคลรายใหม่ในตลาด
- 2) มีจำนวนเครื่องจักรที่จำกัดอาจส่งผลกระทบต่อด้านการผลิตในช่วงเริ่มต้น
- 3) การตัดสินใจส่วนใหญ่ยังขึ้นอยู่กับครอบครัวอาจทำให้ขาดการกระจายอำนาจที่เป็นระบบ
- 4) ระบบซอฟต์แวร์บริหารจัดการโรงงานยังไม่สมบูรณ์
- 5) ต้นทุนต่อหน่วยที่อาจสูงกว่ารายใหญ่

- โอกาส (Opportunities)

- 1) การเติบโตของกลุ่มธุรกิจ SME และสินค้า OTOP
- 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและอุตสาหกรรมแปรรูปในลาว
- 3) เทรนด์ความปลอดภัยของสินค้า (Product Security)
- 4) เทคโนโลยีการพิมพ์แบบ Digital ที่ราคาลดลง
- 5) การทำตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล

- อุปสรรค (Threats)

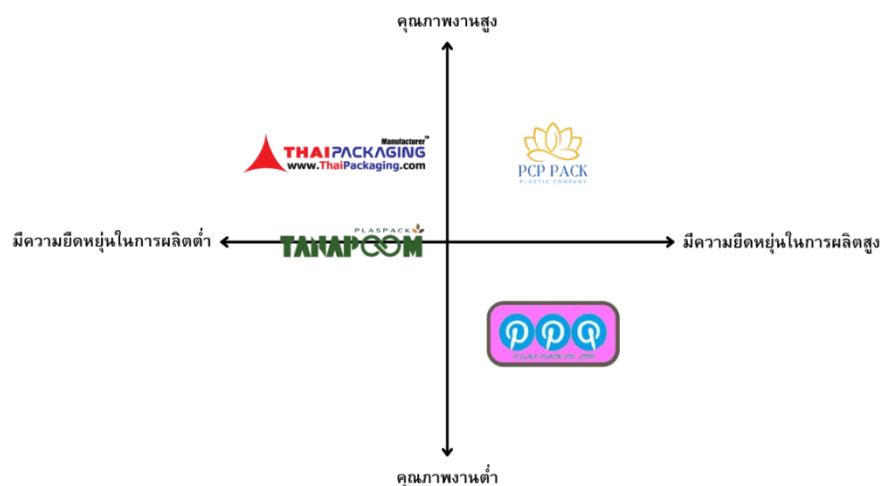
- 1) ราคาวัตถุดิบที่อ้างอิงตามตลาดโลกและน้ำมันดิบเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้
- 2) กระแสรักษ์โลกและกฎหมายที่อาจเก็บภาษีพลาสติกหรือจำกัดการใช้พลาสติกบางประเภท
- 3) ปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือ
- 4) การแข่งขันด้านราคาจากสินค้าจีน
- 5) ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target): SMEs & Startups ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม มีลักษณะเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนนิติบุคคล หรือแบรนด์ OTOP ระดับพรีเมียมในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล มีพฤติกรรมต้องการสั่งผลิตในปริมาณที่เหมาะสมกับยอดขาย เช่น 5,000-10,000 ชิ้น เพื่อลดการจมของเงินทุน แต่ต้องการงานพิมพ์ที่สวยงามสะดุดตาเพื่อแข่งขันกับแบรนด์ใหญ่บนชั้นวางสินค้า

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดของบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด มุ่งเน้นการผลิตที่ครอบคลุมความต้องการของกลุ่ม SME เพื่อให้ลูกค้าสามารถจัดการบรรจุภัณฑ์ทุกชนิดได้ในที่เดียว (One-stop Packaging Solution) ใช้ระบบการพิมพ์ที่ให้ความคมชัดสูงรองรับการพิมพ์สีพิเศษ (Spot Color) นอกจากนี้ยังมีการคัดสรรวัตถุดิบเกรดพรีเมียม และผลิตภัณฑ์ PVC ชนิดพิเศษจะถูกออกแบบให้เข้ากับรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ลูกค้าอย่างพอดี (Tailor-made) เพื่อช่วยเพิ่มความสวยงามและป้องกันการปลอมแปลงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

โครงสร้างราคาแบบขั้นบันได (Volume Discount) เพื่อตอบโจทยเป้าหมายการรับงานจำนวนน้อย รวมไปถึงมีกลยุทธ์ช่วยลดภาระลูกค้า เช่น "การเก็บค่าเพลทพิมพ์ในอัตราพิเศษ" หรือ "ส่วนลดค่าเพลทเมื่อมียอดสั่งซื้อถึงกำหนด" เพื่อช่วยให้ลูกค้ารายใหม่ตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายขึ้น และสำหรับลูกค้าใน สปป.ลาว จะมีการตั้งราคาที่รวมค่าดำเนินการส่งออกและภาษีเบืองต้น (DDP/CIF)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

การขายตรงผ่านทีมที่ปรึกษาเพื่อแนะนำวัสดุที่เหมาะสมที่สุดกับสินค้าของลูกค้า ช่วยลดความเสี่ยงจากการเลือกวัสดุผิดประเภท พัฒนาช่องทางติดต่อผ่าน Line Official Account และ Facebook Page เพื่อความรวดเร็วในการส่งแบบตัวอย่าง (Proofing) และแจ้งสถานะการผลิตแบบ Real-time และใช้เครือข่ายขนส่งท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญในการส่งสินค้าไป สปป.ลาว ผ่านจุดผ่อนปรนการค้าและด่านศุลกากรหลัก

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

จัดทำ Content Marketing เชิงสาริตเพื่อโชว์ความคมชัดของงานพิมพ์และประสิทธิภาพของพลาสติก จัดทำชุดตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ให้ลูกค้าได้ทดลองสัมผัสเนื้อวัสดุและดูคุณภาพสีพิมพ์จริง สำหรับลูกค้าใหม่ที่เปิดบิลสั่งผลิตครั้งแรก บริษัทจะมอบสิทธิพิเศษ "บริการออกแบบกราฟิกเบืองต้นฟรี" หรือ "ฟรีค่าจัดส่งภายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล" และมีระบบส่วนลดสะสมสำหรับลูกค้าที่มีการสั่งผลิตซ้ำ (Repeat Order) และมีแคมเปญพิเศษสำหรับตลาดลาว

การวิเคราะห์แผนการผลิต

กำลังการผลิต/บริการ ปริมาณการผลิต/บริการ และ อัตราการผลิต/บริการ

บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด มีกำลังในการผลิตสูงสุดทั้งหมด 3,000 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ โดยใน 1 ปี บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด มีระยะในการทำงานทั้งหมด 312 วัน ดังนั้น กำลังการผลิตสูงสุดต่อปี เท่ากับ 936,000 กิโลกรัมต่อปี ซึ่งมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ต่อปี

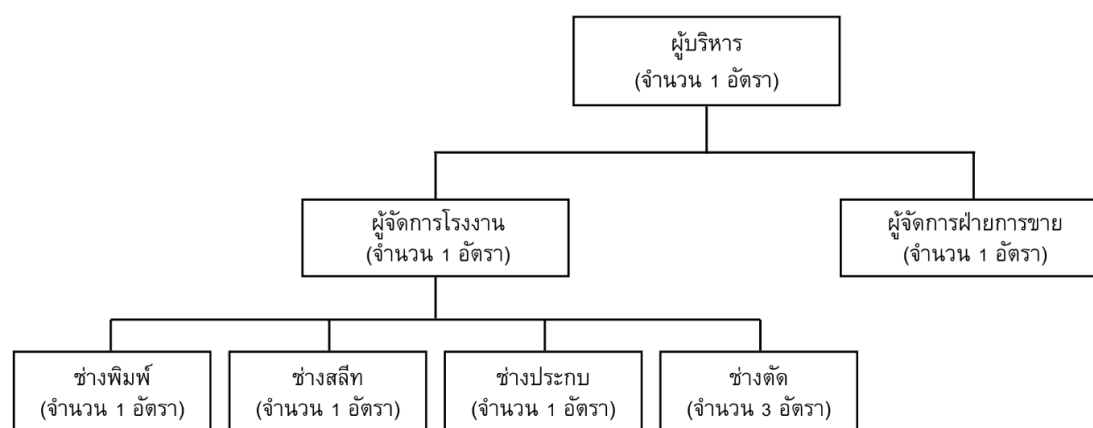
ขั้นตอนการผลิต/บริการ

- 1) ลูกค้าสั่งผลิตสินค้า พร้อมแจ้งรายละเอียดของชิ้นงานผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด เช่น Facebook, Line Official เป็นต้น
- 2) บริษัทติดต่อซัพพลายเออร์ในการออกแบบบล็อกให้กรณีที่ลูกค้าต้องการให้บริษัทออกแบบให้หรือนำภาพออกแบบที่ลูกค้าทำมาเองส่งให้ทางซัพพลายเออร์โรงบล็อกตามขนาดและการออกแบบที่ลูกค้าต้องการ
- 3) ส่งตัวอย่างบล็อกตามแบบที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าทำการอนุมัติดำเนินการผลิตได้ โดยต้องชำระเงินเต็มจำนวนก่อนทำการผลิต
- 4) เมื่อลูกค้าอนุมัติและชำระเงินเต็มจำนวนเรียบร้อยแล้ว ทางบริษัทจะดำเนินการให้ซัพพลายเออร์โรงบล็อกขึ้นรูปแบบงานพิมพ์สินค้า เพื่อทำการพิมพ์สินค้าให้เรียบร้อยก่อนทำการส่งมายังบริษัทผลิตต่อ
- 5) เมื่อซัพพลายเออร์จัดส่งม้วนฟิล์มที่พิมพ์ตามแบบที่ลูกค้าต้องการนำมาส่งมาให้ทางบริษัทแล้ว ทางบริษัทจึงทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนทำการสลิพิเศษเสียของจากสินค้า เพื่อนำมาทำการประกบกาวสินค้าตามขนาดที่ลูกค้าต้องการ
- 6) จากนั้นจึงนำสินค้ามาตัดตามขนาดที่ลูกค้าต้องการ ก่อนทำการแพ็คสินค้า เพื่อเตรียมจัดส่งให้กับลูกค้า
- 7) จัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า ผ่านระบบขนส่งจากทางบริษัทหรือขนส่งทั่วไป

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด ทำให้เห็นถึงโครงสร้างขององค์กรในรูปแบบองค์กรแยกตามหน้าที่งาน (Functional Organization) เพราะแต่ละหน้าที่จะเน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมีความรับผิดชอบที่ชัดเจน



ภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิโครงสร้างองค์กรของบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด

การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 2,000,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 26,347,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 27,411,418.80 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 28,518,840.12 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 29,671,001.26 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ

30,869,709.71 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 776,583.92 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,140,302.46 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,553,445.28 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 1,990,402.43 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,452,275.95 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 2,599,792.59 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ ร้อยละ 75

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์แผนการเงินนั้น ตั้งอยู่บนสมมติฐานการดำเนินธุรกิจรูปแบบเบาสินทรัพย์ (Asset-Light Model) เนื่องจากการต่อยอดจากโครงสร้างพื้นฐานและฐานการผลิตเดิมของธุรกิจครอบครัวที่มีโรงงานและเครื่องจักรพิมพ์หลักพร้อมอยู่แล้ว ณ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เงินทุนจัดตั้งจึงใช้เป็นเพียงทุนหมุนเวียนและลงทุนเครื่องจักรแปรรูปชั้นปลายเพิ่มเติม โดยบริษัทเน้นการร่วมมือกับพันธมิตรภายนอกในกระบวนการจัดทำบล็อกและการพิมพ์ม้วนฟิล์ม แล้วนำมาผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ ประคบขาว และตัดพับ ณ โรงงานของบริษัท ซึ่งกลยุทธ์นี้ช่วยลดภาระต้นทุนคงที่และค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ขนาดใหญ่ได้อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับประมาณการรายได้ในปีแรกคำนวณจากการใช้กำลังการผลิตจริงเพียงร้อยละ 40-50 ของกำลังการผลิตสูงสุด ในราคาจำหน่ายเฉลี่ย 55-60 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อรองรับฐานลูกค้าเดิมและกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ใหม่ทั้งในประเทศและตลาดส่งออก สปป.ลาว ควบคู่ไปกับการบริหารโครงสร้างองค์กรที่กระชับด้วยบุคลากรหลักเพียง 9 อัตรา ตัวเลขประมาณการทางการเงินในภาพรวมจึงมีความสมเหตุสมผลและสะท้อนความเป็นไปได้จริงภายใต้ขีดความสามารถของกิจการ

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจบริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ บริษัท พีซีพี แพ็ค จำกัด มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเติบโตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนโดยกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม และการขยายตัวของ E-commerce มุ่งเน้นไปที่ตลาดกลุ่ม SME และผู้ผลิต OTOP ทั่วประเทศ และ สปป.ลาว ที่ต้องการงานผลิตแบบยืดหยุ่น
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ควรชูจุดเด่นเรื่องการให้บริการแบบครบวงจรและนโยบายการส่งผลิตภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนโดยยืดหยุ่น เพื่อดึงดูดลูกค้าแบรนด์ใหม่ๆ พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์โครงสร้างราคาแบบขั้นบันไดและโปรแกรมรักษาลูกค้าเก่า ควบคู่ไปกับการทำคอนเทนต์การตลาดผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อขยายฐานลูกค้าในวงกว้าง
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต ควรยกระดับความแม่นยำในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะอัตราการหดรัดตัวของฟิล์มหดรัดที่ต้องสูงถึง 98% และเพิ่มศักยภาพเครื่องจักรเพื่อรองรับงานจำนวนน้อยให้รวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งต้องมีการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพและนำระบบมาตรฐานสากล เช่น ISO 9001
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน ควรจัดโครงสร้างองค์กรให้ครอบคลุม โดยเน้นบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ช่างพิมพ์ ช่างสลิท และช่างประกอบ นอกจากนี้ควรมีแผนพัฒนาพนักงานแบ่งเป็น 3 ระยะ (สั้น-กลาง-ยาว) และจัดสวัสดิการรวมถึงค่าคอมมิชชั่นที่จูงใจ
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน ธุรกิจมีความน่าสนใจและคุ้มค่าแก่การลงทุน โดยใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 2,000,000 บาท และมีระยะเวลาคืนทุนภายในเวลาไม่เกิน 1 ปี จากการวิเคราะห์พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวกมากกว่า 2.5 ล้านบาท และมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) สูงถึงร้อยละ 75 ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรและสภาพคล่องทางการเงินที่แข็งแกร่งภายใต้สมมติฐานที่กำหนด

เอกสารอ้างอิง

- เกสรภรณ์ ตรงต่อศักดิ์. (2566). การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจการเพิ่มคุณค่าสินค้าของขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติก (พอลิโพรพิลีน : PP) เพื่อนำกลับมาใช้ให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ.
- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2567). กฎระเบียบการประกอบกิจการโรงงานตาม พ.ร.บ. โรงงาน ฉบับล่าสุด. สืบค้นจาก <https://www.diw.go.th>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP). (2567). รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศใน สปป. ลาว. สืบค้นจาก: https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/814144/814144.pdf&title=814144 (ตัวอย่างลิงก์รายงานสถิติการค้า)
- ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC). (2567). นวัตกรรมการพิมพ์บนพลาสติกและฟิล์มหดสำหรับบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ. สืบค้นจาก: <https://www.mtec.or.th>
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC). (2566). เจาะลึกเทรนด์บรรจุภัณฑ์แห่งอนาคต เพื่อการปรับตัวของ SME. สืบค้นจาก: <https://www.scbeic.com/th/detail/product/packaging-061023>
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2567). แนวโน้มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก ปี 2567-2569) สืบค้นจาก: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/other-industries/plastic-packaging/outlook/industry-plastic-packaging-2024-2026>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). แนวโน้มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกไทย ปี 2567-2569: โอกาสและโจทย์ท้าทายจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Plastic-Packaging-fb-22-04-24.aspx>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). ทิศทางราคาวัตถุดิบเม็ดพลาสติกและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่อง. สืบค้นจาก: <https://www.kasikornresearch.com>
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.). (2567). มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอาหาร. สืบค้นจาก: <https://www.tisi.go.th>.
- SME Marketing Center. (2567). 10 บริษัทแพคเกจจิ้งคนไทยคุณภาพ พร้อมบริการครบวงจร. สืบค้นจาก: <https://www.smemarketingcenter.com/blog/7722>.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2026 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).