



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

เลขที่ \_\_\_\_\_

## แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติกพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติกพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คำตอบของท่านถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

**วันที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพศ

1. ( ) ชาย

2. ( ) หญิง

อายุ

1. ( ) ต่ำกว่า 30 ปี

2. ( ) 30-39 ปี

3. ( ) 40-49 ปี

4. ( ) 50-59 ปี

5. ( ) 60 ปี ขึ้นไป

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ( ) ไม่เกิน 20,000 บาท

2. ( ) 20,001-30,000 บาท

3. ( ) 30,001-40,000 บาท

4. ( ) ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป

ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ( ) ปริญญาตรี

3. ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

ตำแหน่งของท่าน

1. ( ) ผู้จัดการโรงงานหรือผู้แทน

2. ( ) เจ้าของกิจการ

3. ( ) ผู้จัดการจัดซื้อหรือผู้แทน

4. ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

## วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

6. ประเภทกิจการ
1. ( ) บริษัท จำกัด
  2. ( ) ห้างหุ้นส่วนจำกัด
  3. ( ) อื่นๆระบุ.....
7. ทุนจดทะเบียน
1. ( ) ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
  2. ( ) 1-20 ล้านบาท
  3. ( ) 21-40 ล้านบาท
  4. ( ) 41-60 ล้านบาท
  5. ( ) 61 ล้านบาทขึ้นไป
8. ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ
1. ( ) น้อยกว่า 1 ปี
  2. ( ) 1-5 ปี
  3. ( ) 6-10 ปี
  4. ( ) 11-15 ปี
  5. ( ) 16 ปีขึ้นไป
9. จำนวนพนักงาน
1. ( ) ไม่เกิน 10 คน
  2. ( ) 11-50 คน
  3. ( ) 51-100 คน
  4. ( ) 101-150 คน
  5. ( ) 151 คนขึ้นไป
10. ประเภทของกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์
1. ( ) งานเป่าฟิล์ม
  2. ( ) งานฉีดเข้าแบบ
  3. ( ) งานเป่าเข้าแบบ
  4. ( ) งานเส้นใย
  5. ( ) งานพิเศษหรืองานอื่นๆระบุ.....
11. ลักษณะการขายสินค้า
1. ( ) ภายในประเทศ
  2. ( ) ต่างประเทศ
  3. ( ) ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

## วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติกเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง

2. วิธีการซื้อสินค้า
1. ( ) ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง
  2. ( ) ซื้อผ่านตัวแทนจำหน่าย
  3. ( ) ทั้งซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงและ ซื้อผ่านตัวแทนจำหน่าย
3. ประเภทการซื้อ
1. ( ) ซื้อมาผลิตเพื่อภายในประเทศ (Local)
  2. ( ) ซื้อมาผลิตเพื่อส่งออก (Re-export)
  3. ( ) ทั้งซื้อมาผลิตเพื่อภายในประเทศและซื้อมาผลิตเพื่อส่งออก
4. ความถี่ในการสั่งซื้อ ( ครั้ง/เดือน)
1. ( ) น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน
  2. ( ) 1-2 ครั้ง/เดือน
  3. ( ) 3-4 ครั้ง/เดือน
  4. ( ) มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน



| ปัจจัย   | ระดับความสำคัญ  |           |              |          |                |
|--|-----------------|-----------|--------------|----------|----------------|
|  | สำคัญน้อยที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญปานกลาง | สำคัญมาก | สำคัญมากที่สุด |
| การรับประกันและรับประกันสินค้าในกรณีที่เกิดความเสียหาย จากคุณภาพของเม็ดพลาสติก     |                 |           |              |          |                |
| <b>ด้านปัจจัยราคา</b>  |                 |           |              |          |                |
| ระดับราคาของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง                                       |                 |           |              |          |                |
| การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า   |                 |           |              |          |                |
| การมีผลิตภัณฑ์หลายระดับราคาให้ลูกค้าเลือก  |                 |           |              |          |                |
| การให้ส่วนลดเมื่อลูกค้าชำระด้วยเงินสด  |                 |           |              |          |                |
| <b>ด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย</b>  |                 |           |              |          |                |
| ความเร็วของผู้จำหน่ายในการเสนอราคา   |                 |           |              |          |                |
| ระบบการขนส่งสินค้ารวดเร็วและถูกต้อง  |                 |           |              |          |                |
| ระยะเวลาที่สั่งซื้อ, การได้รับสินค้าและการได้รับใบกำกับภาษีรวดเร็ว                 |                 |           |              |          |                |
| การสั่งซื้อผ่านทางระบบออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตทำได้สะดวก                            |                 |           |              |          |                |
| สามารถทำการสั่งซื้อกับพนักงานขายโดยตรง   |                 |           |              |          |                |
| การมีตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิตจำนวนมากช่วยให้สามารถติดต่อรับบริการได้ใกล้ชิดและสะดวก |                 |           |              |          |                |
| <b>ด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด</b>  |                 |           |              |          |                |
| การโฆษณาทางโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์  |                 |           |              |          |                |
| ผู้ผลิตมีกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม   |                 |           |              |          |                |
| การส่งเสริมการตลาด โดยการจัดสัมมนาวิชาการ  |                 |           |              |          |                |
| การส่งเสริมการตลาด โดยจัดพาลูกค้าไปท่องเที่ยว                                      |                 |           |              |          |                |
| การส่งเสริมการตลาด โดยแจกของแถมหรือของขวัญพิเศษ                                    |                 |           |              |          |                |
| การมีของขวัญในโอกาสพิเศษ   |                 |           |              |          |                |
| การมีเจ้าหน้าที่บริการลูกค้าหลังการขาย   |                 |           |              |          |                |
| การมีแคตตาล็อกของผลิตภัณฑ์   |                 |           |              |          |                |
| ทักษะ ความรู้ของพนักงานขาย   |                 |           |              |          |                |
| มารยาท บุคลิก ของพนักงานขาย  |                 |           |              |          |                |

| ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ  |           |              |          |                |
|---|-----------------|-----------|--------------|----------|----------------|
|   | สำคัญน้อยที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญปานกลาง | สำคัญมาก | สำคัญมากที่สุด |
| ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม   |                 |           |              |          |                |
| ด้านเศรษฐกิจ :  |                 |           |              |          |                |
| อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินที่ใช้ในขณะตัดสินใจซื้อ                               |                 |           |              |          |                |
| สถานะเศรษฐกิจในขณะตัดสินใจซื้อ  |                 |           |              |          |                |
| ราคาน้ำมันในขณะตัดสินใจซื้อ   |                 |           |              |          |                |
| ด้านลูกค้า :  |                 |           |              |          |                |
| ปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้าปลายทางมีมากขึ้น                             |                 |           |              |          |                |
| ลักษณะและประเภทสินค้าของกิจการของลูกค้าที่ทำการผลิต                             |                 |           |              |          |                |
| ระยะทางระหว่างสถานที่จัดเก็บสินค้าของโรงงานผู้ผลิตอยู่ไม่ไกลจากบริษัทของท่าน    |                 |           |              |          |                |
| ด้านเทคโนโลยี :   |                 |           |              |          |                |
| เทคโนโลยีในการผลิตเม็ดพลาสติก   |                 |           |              |          |                |
| เทคโนโลยีในด้านการขนส่งเม็ดพลาสติกที่ทันสมัย                                    |                 |           |              |          |                |
| ด้านกฎหมาย :  |                 |           |              |          |                |
| อัตราภาษีนำเข้าเม็ดพลาสติกจากต่างประเทศลดลง                                     |                 |           |              |          |                |
| ต่างประเทศออกกฎหมายเพิ่มภาษีกีดกันการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปของกิจการท่าน         |                 |           |              |          |                |
| ด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ   |                 |           |              |          |                |
| มีวิธีปฏิบัติในการทำสัญญาซื้อขาย เช่น สามารถซื้อในราคาคงที่ตลอดระยะเวลา 3 เดือน |                 |           |              |          |                |
| นโยบายการสั่งซื้อสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจมีความชัดเจน                   |                 |           |              |          |                |
| ยอดขายสินค้าของลูกค้า(องค์กรผู้ซื้อ)ในแต่ละปี                                   |                 |           |              |          |                |
| ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล  |                 |           |              |          |                |
| อิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งของกิจการผู้ซื้อ                              |                 |           |              |          |                |

| ปัจจัย  | ระดับความสำคัญ  |           |              |          |                |
|---|-----------------|-----------|--------------|----------|----------------|
|   | สำคัญน้อยที่สุด | สำคัญน้อย | สำคัญปานกลาง | สำคัญมาก | สำคัญมากที่สุด |
| ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานสั่งซื้อของลูกค้า (องค์กรผู้ซื้อ) กับพนักงานขายของผู้ผลิต |                 |           |              |          |                |
| วัฒนธรรมหรือธรรมเนียมปฏิบัติในการสั่งซื้อขององค์กร                                  |                 |           |              |          |                |
| <b>ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล</b>   |                 |           |              |          |                |
| ประสบการณ์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ  |                 |           |              |          |                |
| ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ   |                 |           |              |          |                |
| อายุของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ  |                 |           |              |          |                |
| เพศของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ   |                 |           |              |          |                |

5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

จบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือ ในการกรอกแบบสอบถาม

## ภาคผนวก ข

### บริษัท พีทีที โพลีเมอร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

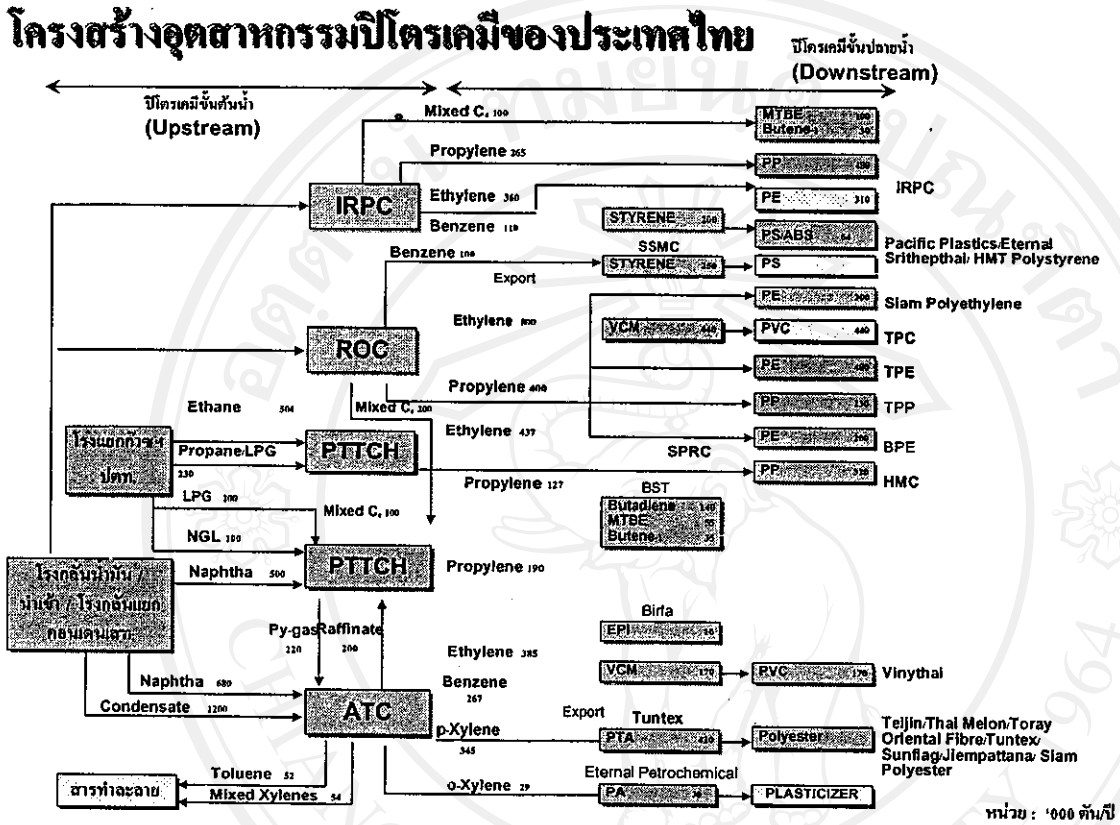
ก่อตั้งเมื่อ เดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2548 โดยมี บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 75 และ บริษัท ปตท. เคมีคอล จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 25 เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดของกลุ่มบริษัทปิโตรเคมี ในเครือปตท.ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเริ่มจากจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง ให้กับ บริษัท บางกอกโพลีเอทิลีน จำกัด (มหาชน) หรือ BPE และ บริษัท ปตท. เคมีคอล จำกัด (มหาชน) หรือ PTTCH โดยมีกำลังการผลิตรวมกันทั้งสิ้นกว่า 500,000 ตันต่อปี นอกจากนี้บริษัทฯ มีแผนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์อื่นๆ จากบริษัทในเครือปตท.เพิ่มเติม เช่น โพลีโพรพิลีน (PP), โพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDPE), โพลีเอทิลีน ชนิดความหนาแน่นต่ำเชิงเส้น (LLDPE) และอื่นๆ

บริษัทฯ จัดจำหน่ายให้กับลูกค้าภายในประเทศ มากกว่า 200 ราย อาทิเช่น

- บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด
- บริษัท ไทยนำ โพลีแพค จำกัด
- บริษัท แพค เดลต้า จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เชือกและอวนสยาม จำกัด
- บริษัท ไทยเอเชีย พีอี ไลฟ์ จำกัด เป็นต้น



โครงสร้างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของประเทศไทย  
รูปที่ 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของประเทศไทย



จากรูปที่ 1 แสดงโครงสร้างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วย ปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ (Upstream Petrochemical) และปิโตรเคมีขั้นปลายน้ำ (Downstream Petrochemical)

- ปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ (Upstream Petrochemical) ทำการผลิตสารตั้งต้นในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ได้แก่ โรงแยกก๊าซ ปตท. บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (IRPC) บริษัท ระยองโอเลฟินส์ จำกัด (ROC) บริษัท ปตท. เคมีคอล จำกัด (มหาชน) (PTTCH) และบริษัท อะโรมาติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (ATC)
- ปิโตรเคมีขั้นปลายน้ำ (Downstream Petrochemical) ทำการรับสารตั้งต้นจากปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ แล้วนำมาผ่านกระบวนการผลิต เพื่อผลิตเป็นเม็ดพลาสติก อาทิเช่น บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (IRPC) บริษัท บางกอกโพลีเอททิลีน จำกัด (มหาชน) (BPE) และบริษัท ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) (TPC) เป็นต้น

รูปที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตปิโตรเคมี 2 รายหลักในประเทศไทย

**กลุ่มผู้ผลิตปิโตรเคมี 2 รายหลักในประเทศไทย**  
**(Two Major Petrochemical Players in Thailand)**



กลุ่ม ปตท.



กลุ่ม สยามซีเมนต์

**ปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ(Upstream Petrochemical)**

|                      |                           |
|----------------------|---------------------------|
| ผลิตภัณฑ์เอทิลีน     | 1,506,000 ตันต่อปี        |
| ผลิตภัณฑ์พอลิเอทิลีน | 821,000 ตันต่อปี          |
| <b>รวม</b>           | <b>2,327,000 ตันต่อปี</b> |

**ปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ(Upstream Petrochemical)**

|                      |                           |
|----------------------|---------------------------|
| ผลิตภัณฑ์เอทิลีน     | 800,000 ตันต่อปี          |
| ผลิตภัณฑ์พอลิเอทิลีน | 400,000 ตันต่อปี          |
| <b>รวม</b>           | <b>1,200,000 ตันต่อปี</b> |

**ปิโตรเคมีขั้นปลายน้ำ(Downstream Petrochemical)**

|                                  |                           |
|----------------------------------|---------------------------|
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิเอทิลีน      | 760,000 ตันต่อปี          |
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิโพรพิลีน     | 475,000 ตันต่อปี          |
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิไวนิลคลอไรด์ | 397,000 ตันต่อปี          |
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิสไตรีน       | 211,000 ตันต่อปี          |
| <b>รวม</b>                       | <b>1,843,000 ตันต่อปี</b> |

**ปิโตรเคมีขั้นปลายน้ำ(Downstream Petrochemical)**

|                                  |                           |
|----------------------------------|---------------------------|
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิเอทิลีน      | 1,000,000 ตันต่อปี        |
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิโพรพิลีน     | 340,000 ตันต่อปี          |
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิไวนิลคลอไรด์ | 500,000 ตันต่อปี          |
| ผลิตภัณฑ์พลาสติกพอลิสไตรีน       | 120,000 ตันต่อปี          |
| <b>รวม</b>                       | <b>1,960,000 ตันต่อปี</b> |

ผู้ผลิตปิโตรเคมีในประเทศไทย ประกอบไปด้วย 2 รายหลัก ได้แก่ กลุ่ม ปตท.

และกลุ่มสยามซีเมนต์

- กลุ่ม ปตท. (PTT Group) ทำการผลิตสารตั้งต้นในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ มีกำลังการผลิตรวม 2,327,000 ตันต่อปี และทำการผลิตเม็ดพลาสติก ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายน้ำ มีกำลังการผลิตรวม 1,843,000 ตันต่อปี

- กลุ่ม สยามซีเมนต์ (Siam Cement Group) ทำการผลิตสารตั้งต้นในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นต้นน้ำ มีกำลังการผลิตรวม 1,200,000 ตันต่อปี และทำการผลิตเม็ดพลาสติก ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นปลายน้ำ มีกำลังการผลิตรวม 1,960,000 ตันต่อปี

All rights reserved

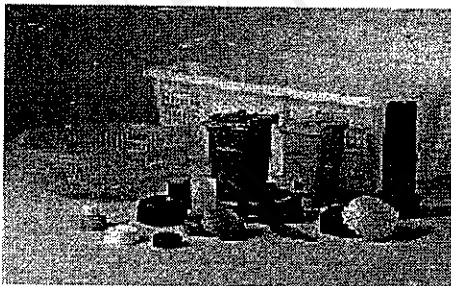
### กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

#### รูปที่ 3 ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานเป่าฟิล์ม



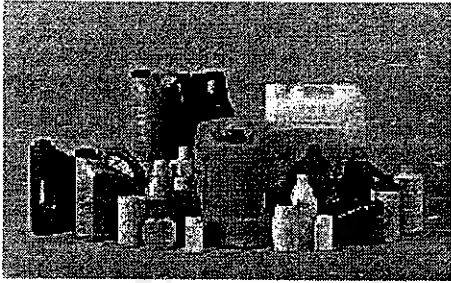
กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานเป่าฟิล์ม มีขั้นตอนโดยการนำพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงมาหลอมละลายด้วยความร้อนผ่านเครื่องอัดรีดที่มีสกรูเป็นตัวขับเคลื่อนหัวตายและอาศัยลมเป็นตัวเป่าทำให้ได้ผิวฟิล์มที่บางระดับความหนามีหน่วยเป็นไมโครเมตร ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ได้แก่ ถุงหูหิ้ว ถุงใส่ขยะ เป็นต้น

#### รูปที่ 4 ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานฉีดเข้าแบบ



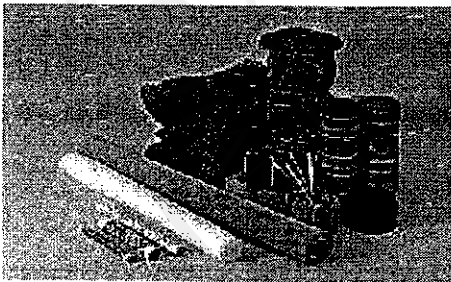
กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานฉีดเข้าแบบมีขั้นตอนโดยการนำพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงมาหลอมละลายด้วยความร้อนผ่านเครื่องอัดรีดที่มีสกรูเป็นตัวขับเคลื่อนและฉีดเข้าสู่แม่พิมพ์ ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ได้แก่ ฝาขวด ของเด็กเล่น ถังใส่ผลไม้ พาเลทอุตสาหกรรม และถังขยะ

### รูปที่ 5 ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานเป่าแก้วแบบ



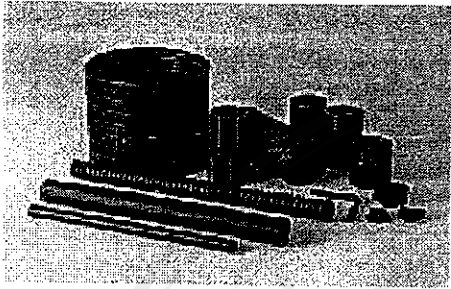
กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานเป่าแก้วแบบมีขั้นตอน โดยการนำ พอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงมาหลอมละลายด้วยความร้อนผ่านเครื่องอัดรีดที่มีสกรูเป็นตัว ขับและเป่าลมโดยมีแม่พิมพ์เป็นตัวประกบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะเป็นภาชนะกลวง ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ได้แก่ ขวดน้ำดื่มชนิดขวดซุ่น ขวดน้ำยาเคมี แกลลอนน้ำมันเครื่อง

### รูปที่ 6 ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานเส้นใย



กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานเส้นใยมีขั้นตอน โดยการนำ พอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงมาหลอมละลายด้วยความร้อนผ่านเครื่องอัดรีดที่มีสกรูเป็นตัว ขับและผ่านหัวดายลักษณะคล้ายฝักบัว จากนั้นจะนำเส้นด้ายพลาสติกมาตีเป็นเกลียวและทำการทอ เป็นแหวน ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ได้แก่ แหวน ตาข่ายบังแสง และ เชือก

## รูปที่ 7 ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานพิเศษ



กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานพิเศษ ได้แก่งานท่อ หรืองานร้อยสายไฟมีขั้นตอนโดยการนำ พอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูงมาหลอมละลายด้วยความร้อนผ่านเครื่องอัดรีดที่มีสกรูเป็นตัวขับและผ่านหัวคายที่เป็นทรงกลวง ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ได้แก่ ท่อร้อยสายไฟ ท่อน้ำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

|                   |  |                                  |  |
|-------------------|--|----------------------------------|--|
| ชื่อ              | นายจตุรงค์ วรวิทย์สุรวัฒนา   |                                  |  |
| วัน เดือน ปี เกิด | 7 กรกฎาคม 2513   |                                  |  |
| ประวัติการศึกษา   | สำเร็จการศึกษาปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต<br>สาขาวิชาเทคโนโลยีพลาสติก สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล<br>วิทยาเขตเทเวศน์<br>ปีการศึกษา 2536 |                                  |  |
| ประวัติการทำงาน   | ปี 2534-2536   | พนักงานช่างเทคนิค                | ฝ่ายวิจัยและพัฒนา<br>ผลิตภัณฑ์ใหม่<br>บริษัท ไทยพลาสติกและเคมีภัณฑ์ จำกัด<br>(มหาชน) |
|                   | ปี 2536-2548   | หัวหน้าแผนกบริการลูกค้า 1        | ฝ่ายการตลาด<br>บริษัท บางกอกโพลีเอททิลีน จำกัด(มหาชน)                                |
|                   | ปี 2548-ปัจจุบัน   | ผู้จัดการส่วนบริหารตัวแทนจำหน่าย | บริษัท พีทีทีโพลีเมอร์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด   |